



與文創進行跨界融合，是提升傳統產業競爭力的不二法門。

產業創新轉型 點燃創意之火

當產業碰上文創 併發跨界融合新活力

當世界各國都積極在各產業中融入文化創意元素，希望能激發產業新火花，台灣身處全球浪潮，也必須迎頭趕上，從政府到產業界都應採取相關策略，推動文創與其他產業的跨界融合，從內而外提升產業競爭力。

◎撰文／劉麗惠 圖片提供／商業周刊、舊振南餅店、頑石創意股份公司、蔡世豪

文 創跨界融合其他產業，已是帶動國家產業的重要力量，我國政府與產業界都積極推動文化創意產業的發展，透過「文創產業化」，讓台灣成為華人文創經濟的領先者，同時，各

界也積極追求「產業文創化」，以文創成為產業升級轉型的新引擎，進而帶動國家美學經濟。

在政策面上，行政院文化部依照《文化創意產業發展法》推動「文創跨界行銷暨原創加值

計畫補助」計畫，主要目的在於促進企業聯合兩種以上的跨業別合作，如「科技+文創」、「傳產+文創」等，期許匯集兩方核心能力，達到創新商品、服務，或是建立跨界整合的創新營運模

式、強化產業競爭力的目標。

在產業面上，台灣許多產業也正積極推動與文創的跨界融合，國家文化藝術基金會董事長暨宏碁創辦人施振榮多次在公開場合表示，台灣產業必須更積極融合文創，才能把文化藝術等感動人心的元素，融入到科技業、服務業與傳統產業之中，打造台灣成為華人優質生活的基地。

在政府與產業雙引擎推動下，文創與其他產業的跨界融合，已逐漸深入至台灣各領域，成為台灣產業再造或提升競爭力的重要手段之一，像是「科技+文創」、「傳產+文創」、「服務業+文創」的跨界整合，都為台灣創意文化的推廣以及產業轉型再造，帶來一股新的活力。

文創×科技》 併發創新之火

台灣科技產業獲利率微薄的問題存在已久，因此多年來科技業都在思考如何擺脫微利，朝高值化路線發展，包括鴻海與和碩等消費性電子代工大廠，或是記憶體模組廠宇瞻科技等，無不積極投入文創的融合發展，企圖擺脫硬體製造的形象，朝高值化產品與品牌之路邁進。

科技大廠發展文創不落人後

被稱為台灣「最人文科技人」的和碩董事長童子賢，一直以來都非常熱衷於推廣文化創

意，除了曾經支援雲門舞集、誠品的經營外，近年更積極發展自有文創精品品牌。和碩聯合科技公司所屬的內部專案設計團隊PEGA DESIGN為發展多元設計文化，除既有IT產品線的設計之外，也致力於非IT類產品的設計開發。

累積多年跨界文創設計實力，PEGA DESIGN於2010年與誠品合作推出一系列以台灣設計、台灣製造的生活精品，如以航太等級「鍛造碳」打造的手機殼，或是跳脫3C領域的竹子手電筒、竹子桌燈、皮革桌墊等，一舉開啟和碩走向精品品牌的路程。

PEGA DESIGN的文創精品涵蓋各種領域，從生活家電、時尚配件、工業設備、交通工具配件，一直到建築室內設計與建材等皆有，並已在海外市場打出知名度，像是與Mercedes Benz合作

開發精品，打入歐洲頂級貴婦百貨通路Le Bon Marche等，都凸顯和碩在文創精品領域的成功布局，也讓PEGA DESIGN被媒體譽為「設計界的魔術師」。

和碩之外，向來予人硬梆梆印象的記憶體模組廠宇瞻科技，近年來也藉由融入文創內涵，形塑貼近消費者的品牌形象。宇瞻科技總經理張家驥表示，在科技帶給人類生活無限可能之際，過往人們累積的生活經驗與珍貴的智慧結晶，已逐漸在社會上消失，然而這些精湛工藝所深藏的內涵，正是啟發創新的根本之源。秉持這樣的理念，宇瞻科技積極利用現代科技串聯台灣傳統美好技藝，以跨界融合發展創新，期盼擦出不一樣的火花。例如，宇瞻科技在2014原創基地節中，以科技展現宇瞻數位藝廊，透過數位應用科技讓民眾以



和碩積極發展與建立自有文創精品品牌PEGA DESIGN，獲「設計界的魔術師」美譽。



祥儀企業以台灣文化為創意來源，打造各種兼具本土文化內涵的機器人。

體感互動遊戲，感受台灣傳統技藝如畫臉譜、皮影戲之美，讓即將失傳的傳統技藝，可以存留在更多人的記憶中。

新創公司 以科技融合設計

除了和碩、宇瞻科技等規模較大的科技大廠外，新創公司如飛想應用科技、陽泰電子等，也藉由採取科技融合文創的策略，成功邁向創業。創立於2010年的飛想應用科技，創辦人陳漢廷具備機構整合背景，在曾經執行過的一些工業設計案中，他發現台灣擁有強大製造代工能力，如果可以整合科技與人文設計創意，勢必可以激盪出創新火花，開拓市場商機。因此他開發出符合市場需求的LED創意燈具，短短3年就在國內與日本、泰國、香港等

地創下經營佳績，成為國內成功的新創企業。

文創×傳產》 以台灣在地文化形塑品牌

高科技產業之外，傳統產業也積極透過融入文創元素，打造更具質感的產品，或是朝品牌之路邁進。對此，資策會產業情報所所長詹文男建議，傳統產業可以從地方特色與文化藝術的角度思考，找尋產業新的發展方向。中華經濟研究院副院長王健全也強調，面對激烈的全球市場競爭，傳統產業的經營心態應該由過去的「cost down」調整成「value up」，運用創意及創新與文化內涵，創新產品或服務並發展自有品牌。

傳統製造以文創加值商品

事實上，目前國內各領域傳統產業如紡織、金屬機械、家具家飾等，已有不少廠商將文化創意融入企業體系之中，創造企業持續成長向上的動能。例如，國內微小馬達精密齒輪箱祥儀企業在切入機器人領域，創新研發機器人產品時，就高度融入文化創意內涵。

祥儀企業董事長蔡逢春指出，多數人對機器人產品仍然存在著距離感，因此透過可以感動人心的在地文化來創造機器人，可以讓人們對機器人產品產生更大的興趣。是以，祥儀企業先後打造出的台灣黑熊三太子、原住民機器人、中華56民族機器人等，都利用台灣文化元素做為創

意來源，藉此將機器人推廣到更多人的心中。

食品製造用文創塑造品牌

在食品製造業中，更不乏企業高度強調融合文化創意，達到形塑品牌形象的例子，同樣擁有百年歷史的玉珍齋與舊振南餅店，就都高度強調打造台灣味道、在地特色的糕餅文化，成功形塑品牌形象，贏得消費者的支持與信賴。舊振南董事長李雄慶坦承，1996年接管舊振南時，公司正面臨財務危機，為了挽救這個百年品牌，他一改傳統糕餅經營方式，轉以經營文化創意產業的思維，除不斷嘗試創新產品、創新包裝設計之外，更以宣揚百年糕餅文化的做法，讓舊振南突破困境，不僅連續多年獲選為台灣15大伴手禮，更曾榮獲德國iF設計傳達獎。

「逢年過節，家人都會聚在一起分享糕餅；小時候收到別人送的大餅，母親會切成好幾塊給兄弟姊妹共享。」李慶雄談起食品業與文化的融合，感性的說，舊振南在台灣糕餅人文史上，是第一個把百年做餅製程寫進祖訓裡的老字號，百年來深耕台灣、傳承台灣，一直以來其糕餅要傳達的就是：屬於台灣在地文化的感情。如此才能讓消費者在吃糕餅的每一口，都像走在懷念糕餅時光的旅程中，吃在嘴裡、感動在心裡。

文創×服務業》 用人文藝術 創造感動

不同於傳統製造業在融入文化創意元素時，著重於把文化藝術應用在產品設計之中，餐飲、觀光旅遊等服務業者在運用文化創意時，多強調融合在地風情、文化特色與歷史風情等，藉以發展出更感動人心的特色觀光旅遊與餐飲服務。

觀光旅遊服務 融合在地文化

首先來看觀光旅遊業，位於苗栗造橋山林裡的「力馬生活工坊」，前身只是一個傳統陶瓷工作室，工坊主人南賢天夫婦為打造特色觀光，將原住民與客家文化融入工坊之中，使工坊變為文創園地。遊客繞過蜿蜒山徑之後，除可見工坊周圍的山林美景，還會被色彩繽紛的原住民陶瓷藝術創作給吸引。

苗栗另一個角落，由苗栗縣公館鄉五穀文化村、銅鑼窯業工

廠以及功薰企業社三家業者共同開闢的「精密陶瓷觀光工廠」，同樣是以苗栗在地陶瓷文化發展觀光的成功案例，「精密陶瓷觀光工廠」內不僅提供遊客觀賞製作精瓷工品的過程，另設有親子DIY互動娛樂區，透過寓教於樂，讓遊客體驗百年歷史陶瓷產業的風華再現。

場景移到基隆，元璋玻璃公司將玻璃製造融合創意美學，在基隆工業區建造一具備地方產業特色的「玻璃科技館」，館內除可見業者以結合藝術與科技的玻璃工藝，採以不同主題巧妙呈現玻璃與生活之間的緊密關係之外，場館本身的特色建築外觀，更使其成為基隆特色景點之一，帶動地方觀光商機。

來到位於台東縣卑南鄉的「台東原生應用植物園」複合式觀光休閒園區，這個由生物科技公司以「養生」與「原生」精神



百年品牌舊振南一改傳統經營方式，以創新商品與包裝，給人煥然一新的感受。

為本，發展出具備健康、休閒、知性、生技的場域。植物園內栽種的200多種草藥，其中有一種草藥在開花時，潔白無瑕的花冠，在翠綠中，猶如許多隻展翅飛翔的白鶴，其功效有如靈芝，所以命名「白鶴靈芝」，為園區特色，另外，園區提供有機新鮮蔬菜如土人參、香椿、紅鳳梨及菊苣等植物汆燙鍋，更使「台東原生應用植物園」成為一個兼顧保健、休閒的在地樂活基地。

餐飲服務 觸動消費者五感

觀光休閒之外，融合文化創意素養於餐廳服務之中，也已經成為國內餐飲業者精緻服務的關鍵策略，包括追求「餐桌文創」的帕莎蒂娜、經常舉辦文化藝術活動的台北W飯店，以及置身於台北華山文創園區的幾米概念店等，都是致力於將餐飲與藝術文化融合在一起的業者。

其中，台北W飯店繼於2013年舉辦「2013 Trash Re-design」活動，邀請多位設計師應用飯店回收的拋棄式再生材質，重新設計成為時髦的設計產品，締造超過百萬元設計採購金額之外，至今台北W飯店住房內、飯店活動的禮贈品皆可以看見台灣設計師的作品。2014年底台北W飯店再度舉辦「2014 Food Re-design TDC X W TAIPEI」活動，包括王艾莉、洪忠權、周育潤、吳協衡、向哲緯、張漢寧、林厚進、韓世國與鄭洪等9位總監級台灣設計師，為台北W飯店量身打造、設計精品。

另外，以幾米作品為核心打造的幾米品牌概念店「故事團團轉」(Never Ending Story)之中，除了設有幾米故事繪本、藝文表演與文創商品區，並且設置餐廳場域，餐廳菜單主題每一

季配合不同繪本主題，挑選台灣特色食材做為餐點內容，包括台東成功鎮的「比西里岸阿美族部落」、曾經歷八八風災強烈襲擊的高雄甲仙，這兩個偏鄉地區的故事與食材都曾融入於餐飲之中，讓消費者在用餐時彷彿進行一場台灣文化之旅。

跨界融合 不可忽略的4大要素

事實上，在文創跨界融合的大浪潮之下，不管是科技產業、傳統製造業，或是餐飲與觀光服務業，都有許多企業正找尋產業融合文創的關鍵法則，但是成功做到跨界融合並有所斬獲的公司，其實仍在少數。依照目前各個產業融合文創的發展趨勢來看，大抵上，企業必須掌握4大關鍵要素，才能找到突破點，邁向成功。

要素1》

擺脫硬體思維 多重視人文

過去幾十年來，台灣不管是科技製造業或是傳統製造業，產業經營都以硬體製造為主，儘管優勢的硬體製造能力為台灣經濟發展帶來相當大的助益，但過去的成功卻成為今日的包袱。以科技業為例，不管是Google台灣董事總經理簡立峰與沛科技公司總經理翟本喬都認為，台灣科技產業一直難以擺脫硬體製造的思考方式，所以限制台灣軟實力的



幾米咖啡概念店的菜單配合台灣食材進行設計，讓消費者用餐時同時感受台灣文化。

發展。

要素2》

文創政策不應過度著重硬體建設

另一方面，我國政府在推動相關政策時，也過度重視硬體而輕忽人文創意。童子賢在2015年智慧城市展上發表演說時直言，近年來台灣有很多BOT案都是為了發展文化創意，立意良好，但是BOT案過度重視硬體建設，忽略文化創意端的發展，最後可能導致硬體設施過多而荒廢。童子賢以韓國發展文化創意產業為例建議政府，應該多花一些資源在鼓勵文化藝術與創作上，例如培養可以行銷台灣的連續劇劇作家，又或者對舞蹈、藝術等藝術創作者，給予更多的資源協助。

要素3》

跳脫本位 以市場需求為導向

不管是哪一領域的企業進行文創跨界融合，過程中大家都必須擺脫自己的本位思考，從消費者需求角度出發，發展創新產品與服務，勝算才較大。陳漢廷以飛想應用科技創新LED燈具產品為例，LED燈具涵蓋的專業領域廣泛，包括光學、機電、熱等，光是從技術層面思考產品創新，難以找出脈絡，因此不能一味從技術思考產品創新方向，另外，設計端的人往往又流於藝術思維，設計出來的產品也不見得符合市場需求，因此技術端與設計



頑石創意公司透過激發團隊的創意，成功打造具有深厚文化背景的動畫「卡滋幫」。

端都必須擺脫本位思考，從市場缺口找出創新之路，一如飛想應用科技掌握到防炫光產品最獲市場青睞，因此在創新產品時著眼於「護眼」特色，接著利用LED可反射光與人因設計的專業考量，開發出備受市場歡迎的「旅人時光」LED檯燈。

要素4》

不斷溝通協調 找到共同的路

跨界融合的成功有賴於各領域專家跳脫本位思考，而要讓各方跳脫本位思考一同走向正確的方向，接著就需要不斷的溝通與協調，才能朝共同目標前進。PCHome網路家庭董事長詹宏志談到當初從文化事業轉進網路產業創辦PChome時，強調自己當時為了融入工程師文化，與工程師打成一片，特別去學網頁製作程式語言，把自己從一個文藝宅男變成科技人。詹宏志表示，文化人進入科技領域，就要與科技碰

撞，必須了解工程師的思維與文化，用工程師的語言，才能與科技人溝通，一同為夢想努力。

同樣是文化人出身的頑石創意總經理林芳吟也說，剛創辦頑石創意時，自己完全不會用電腦，但是進入科技領域，必須了解工程師的語言，同時也要不斷充實自身對文化藝術內涵的深沉意義，如此才能做為兩者的溝通橋樑，為團隊在激發創意時，替雙方進行溝通與協調，縮短彼此差異，找到共同的路。

當文化創意的生命內涵成為人們所追求的理想生活，不管是傳統製造業、高科技產業或是服務業，都不能忽視文化創意的重要性，而要如何成功達成融合文創元素的跨界融合，正考驗著許多文化創意者與企業主的智慧，誰能夠找出最佳的融合方程式，誰就能創造最感動人心的產品與服務，並贏得商機。■