

論壇主題：

華流一 從台灣文化中心做起

「文化創新力」就是「文化經濟力」、「文化競爭力」，它不但是創造一切的來源，更能創造自己的未來價值。臺灣正在創造人類全球化的文明新價值，包括財富，也是透過文化創新力而來。



福爾摩沙的天意

1864年美國南北戰爭爆發，扭轉了臺灣的命運。當時全球莫不覬覦臺灣優越的地理位置，美國人更主張必須占領臺灣，才能把國力延伸到西太平洋的前沿，完整地封鎖住整個西太平洋。幸好後來南北戰爭爆發，美國人自顧不暇，取消了攻打臺灣的計畫，否則臺灣現在很可能就成為美國的一州，不再是今日的面貌。由此可知臺灣地位的重要性。

然而，儘管列強們虎視眈眈，在鄭成功趕走荷蘭人之後，美麗的「福爾摩沙」卻沒有再被任何異族占領，可見這一定是天意，注定臺灣必須留給臺灣人，並且再創奇蹟。正如清光緒年間臺灣巡撫沈葆楨歌頌鄭成功的對聯所言：「開萬古得未曾有之奇，洪荒留此山川，作遺民世界；極一生無可如何之遇，缺憾還諸天地，是創格完人。」此

語意味著鄭成功把臺灣從海洋時代帶進世界舞台，勢將開創臺灣島嶼成為影響全世界人類文明的偉大基地，再創新格局。

臺灣人必須意識到，這個新格局不只是華人新格局，也有可能是東南亞人或太平洋時代的新格局，更有可能是全人類、全球化的新格局！而「文化」就是讓大家創造一切的源頭，它可以創造價值、競爭力、財富與社會地位。二十一世紀全世界與個人最偉大的競爭力就是「文化創新力」，少了「文化創新力」，國家就會失去競爭力，經濟也將無從發展。



如何激發臺灣的文化創新力？

—— 陳郁秀前主委

從「金粉法蘭西」看「鑽石臺灣」

總裁認為臺灣是個福爾摩沙寶島，我則稱臺灣為「鑽石臺灣」，因為比起歐美緩步走了兩百年的歷程，臺灣只花三十年的時間便從工業社會跨入奈米社會；加上高山生態樣貌多變，周遭海洋資源豐富，如此壓縮的時間與空間，造就出臺灣如同鑽石般的寶地，擁有許多特殊的寶藏，只需稍加磨光便會閃閃發亮，成為頂級珠寶。

該如何把臺灣最好的東西凝聚出來，變成我們最好的優勢？三百年前太陽王路易十四成功打造出稱霸全球的「金粉法蘭西」帝國，其所使用的「品牌法國」模式足可作為臺灣借鏡。

宣傳、行銷、產業化 精緻文化永流傳

喜歌劇、甜點、美食、咖啡、高跟鞋、流行服飾、時尚廣場、落地鏡、鑽石、香水、香檳、夜生活……很難想像這些二十一世紀人類習以為常的生活形態和機能，都是三百年前太陽王路易十四一手打造出來的。這位俊美且充

滿領導魅力的年輕國王，憑藉著時尚感與世界觀，造就改變世界的不朽傳奇。他對科技發展的支持與對生活、藝術的品味，使法國在學術及藝術上的成就冠絕群倫，至今不墜，更使現今的法國人民蒙受其惠。他將法國的文明彙整起來，主導人們對優雅時尚的觀念長達三世紀之久，至今人類的生活仍有很大程度深受其影響。

路易十四是如何辦到的？自詡「太陽神」下凡的他，將法國定調為「金粉法蘭西」，從各種不同的角度將法國帶入金光閃閃的意象。他的身上永遠戴著耀眼奪目的鑽石，以示自己就是金光閃閃的太陽王，並且要求所有諸侯面見他時都必須穿戴鑽石在身。他推動奢侈品貿易與珠寶買賣，造就法國盛行幾世紀的時尚產業。路易十四還興建凡爾賽宮，設立奢侈生活的規準，月月笙歌舉辦舞會，鑲滿落地鏡的廳房內映照著天花板上璀璨垂吊的水晶燈，更加襯托出「金粉法蘭西」的精緻奢華形象。路易十四還將巴黎市區三萬盞街燈一夕之間全部點

亮，吸引其他國家的大批旅客川流不息前來參觀這座二十四小時亮如白晝的「不夜城」，開啟了觀光的濫觴。

至於太陽王如何推動產業化，將自己喜愛的東西與大眾分享？為了帶動全國喝咖啡的風潮，路易十四不惜週週封街舉辦咖啡市集，還將咖啡創造成十七世紀的威爾剛，賦予「只要丈夫喝了它，就可以為女性創造奇蹟」的聳動口號，充分展現出自己的行銷手腕。於是巴黎市民漸漸開始習慣喝咖啡，拉丁大道上開始咖啡館林立，整日飄散著濃郁的咖啡香，來自土耳其的咖啡至此成功地被產業化。為了能悠閒地坐在咖啡館消磨時間，觀賞人與被人觀賞，許多周邊商品相繼開發，日報與時尚流行雜誌也應運而生，咖啡館成為許多時尚產業宣傳的據點。接著房地產順勢上漲，各種生活機能的商店開始聚集形成精品店，一波又一波地帶動巴黎商業日趨繁榮。

文化創意產業就是產業升級

巴黎是時尚產業的發源地，太陽王時代，每樣東西不是重新發明，就是無中生有的創新。現在我們常談的「文化創

絕對君王-路易十四

「絕對君王-路易十四」使全體臣民屈服於他的權威，並創立一個中央集權的有效率的政府，美中不足的是他因迫害新教徒而犯下大錯～拓展法國疆土。



開創時尚的黃金二人組

- 世人視為法國史上最強勢的君主——太陽王 路易十四，他將法國改革成現代國家的國王。
- 財政大臣柯爾伯(Jean-Baptiste Colbert)



鑽石台灣—生態



鑽石台灣—歷史



鑽石台灣—族群



鑽石台灣—藝術



意產業」，說穿了就是產業升級，用科技發明與藝術文化來升級。從咖啡的歷史即可看出太陽王如何將自己宮廷生活中的器物、生活態度與習性，透過一定的政策產業化，推廣到民間，讓普羅大眾得以共享，並且流傳後世。反思臺灣，是不是所有產業也可以這麼做？答案是肯定的。每個國家都應選擇一項旗艦產業當領頭羊，帶動其他產業的發展。

回歸土地與人民思考 認識臺灣才能創造出「品牌臺灣」

欲創造出「品牌臺灣」，第一步必須先認識臺灣，從歷史的臺灣、生態的臺灣，到種族、藝術、多樣性、多元化的臺灣，這是身為臺灣人必須做到的首件事。其次，臺灣必須立下目標、設立 image，無論做任何事情，都朝同一個目標和 image 齊心努力，尤其不要忽略了文化創意產業的每個想法都應來自土地，和生長其上的「人」的思考。

現在政府大談文化創意產業，卻忽略了從土地出發以及國土規劃的觀點，十分可惜。「鑽石臺灣」當然可以創造出世界品牌，但現在還沒有。例如，臺灣最寶貴的就是人文風景，亦即臺灣人熱情、好禮、有愛心。但這些都很抽象，抽象的東西必須藉由百千萬個小小的計畫，全部朝向一致的方向匯集出來，即可代表臺灣的精彩度。換言之，政府不妨將臺灣人的

人文特質當做一個抽象的目標和 image，鼓勵每個人在各行各業，用不同的具體計畫加以展現，匯集起來就可變成臺灣的品牌與特色。

從國土規劃的高度推動「品牌臺灣」

此外，臺灣在六個方向位居世界前十名，不僅是天然地質與地形的實驗室，更是蕨類王國、鳥類王國、蝴蝶王國、蝶魚王國與蘭花王國，可惜我們卻沒有善用這些特殊點來與世界競爭。我認為，「鑽石臺灣」應以「原鄉臺灣」和「時尚臺灣」做基礎，源自於這塊土地上的人的發明，就是「原鄉」；從學校、世界各國或網路學習到的現代技術與知識，就叫「時尚」。以原鄉臺灣的 DNA，結合時尚技術與發明，創造出這個時代的「鑽石臺灣」，並展現在文化空間、文化服務與文化產品上，利用臺灣的 DNA 來創作臺灣的意象，這個就是文化創意產業。

若欲將臺灣的競爭力變成自己特有的品牌，更必須經過深思熟慮，對臺灣有清楚的認識，政治領導者更應從國土規劃的高度來創作生活的競爭力，在推動文化創意產業的同時，以「鑽石臺灣」的生活廣度做基礎，從生活點滴中尋找素材加以轉換。生活空間就是一個最大的容器，最能展現出我們的特點。

臺灣紅、臺灣青、臺灣金 以臺灣DNA創作臺灣意象

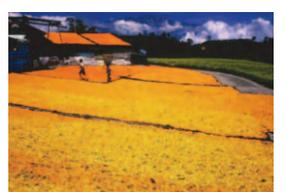
2012年倫敦奧運開幕式，各國選手出場時，各參賽國的選手都穿上代表自己國家顏色的制服，你還記得臺灣的隊伍穿什麼顏色嗎？

一定不記得了，因為我們穿了一片灰，怎麼會讓人記得？我看了差點去撞牆！臺灣是個陽光普照的國家，怎麼會用灰色來代表？這就表示沒有 idea！

我決定用十年的時間，推動「臺灣紅」、「臺灣青」、「臺灣金」變成臺灣的顏色：臺灣紅代表喜慶、幸福、溫馨；臺灣青是我們的山水之色；臺灣金則代表宗教、金頭腦、真金不怕火煉的意志。試想：如果我們的運動員，男生穿臺灣青，女生穿臺灣紅，領帶和絲巾則用金色，一定會讓國際人士印象深刻，比起灰色好看多了！

推動這個概念不是簡單的事，但我要化各種不可能為可能，重點是要有美感，把臺灣的寶貝變成有美感的、最好的商品，然後每個人都在自己的專業裡，用臺灣的元素創作和設計一件最好的事情。例如：想送禮物給朋友，可以用心想想看什麼東西可以代表臺灣？

不要每次都送茶葉，要有創意，用臺灣的 DNA 去創作臺灣的意象。



臺灣可望成為全地球、全宇宙的新文明中心

——蔡八來總裁

擺脫四百年漢人史觀

臺灣「新東方文明」崛起

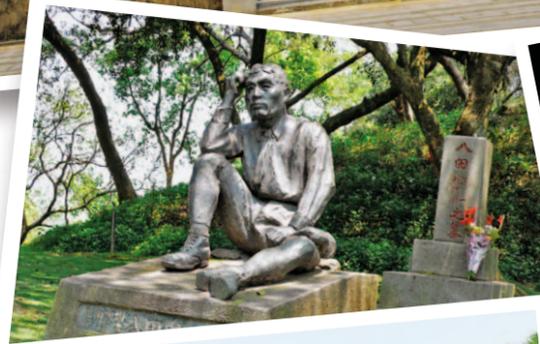
為什麼臺灣沒有能力用今天的文化元素創造東方的價值？這牽涉到心態與觀念問題。我們必須培養六百萬年的島嶼史觀，而不是只有三、四百年的漢人史觀，因為臺灣歷經六百萬年所形成的生物基因寶庫與人文基因寶庫，已經造就了臺灣的主體性。我們必須用自然科學與人文科學的知識加以建構，學習整合與創新，讓臺灣和自己發生關係。曾經生活在這塊土地的人，死後都轉世成臺灣的靈魂，大家都是一體。

希望大家要有廣闊的胸襟，了解臺灣的價值，創造自己的未來，不要被限制住。今天有許多的衝突無法解開，是因為臺灣被國家主義、國族主義，以及不到四百年的歷史觀綁死了，但這些東西在數位網路科技化之後都會被打掉，重新建構新的人類文明。

1661年鄭成功趕走荷蘭人來到臺灣，他是

真正太陽神轉世的明太祖朱元璋的子民，也是一個帶領臺灣朝海洋發展的明朝遺民，更是我們臺灣人的前身。這位「東方太陽王」來到太陽島，把中國大陸的太陽文明帶到臺灣，結合原住民的太陽文明，誕生了人類的「新太陽文明」。我們應意識到，臺灣就是新東方和新西方結合所形成的「新太陽文明」，是以東亞時代的新東方為觀點，跨越國界，開始進入真正東亞合作時代的「新東方文明」，亦即將東亞大陸性文明與海洋性文明轉變成東亞化時代，我稱此為「新全球化」的過程。前國防部副部長林中斌則稱其為「翡冷翠啟示」，因為此歷程與十五世紀歐洲文藝復興運動的背景神似。

然而相較於西方，更為特別的是，臺灣有六個多元文化的母親，包括：中國文化的源頭、歐洲文化的源頭（1661年荷蘭人被鄭成功驅離）、日本文化的源頭、美國文化的源頭（指1950年代開始的美國主義）、原住民文化源頭與近十餘年來愈來愈多東南亞人移入的新住民



透過多元文化的整合，臺灣沒有文化框架，當全球化和西方沒落，「新東方」崛起時，臺灣的價值就會被彰顯出來，可望創造出一個當代多樣性整合文明的創新未來。

文化源頭。透過多元文化的整合，臺灣沒有文化框架，當全球化和西方沒落，「新東方」崛起時，臺灣的價值就會被彰顯出來，可望創造出一個當代多樣性整合文明的創新未來。

將臺灣放在地球的中心

開創臺式平民時尚風格

尤其當經濟有問題的時代來臨，臺灣絕對有優勢發揮普世價值，開啟平民奢華的「平民時尚」風格，做好「平民經濟」。我們應在臺灣

創造出一個大眾都可共享的平民化與精緻化內容，以多元化及包容創新的形式，放在全球的高度推動，形成臺式平民化與全球化的發展觀點。當創新的規範拉高到華人新世界時，臺灣即可影響華人文化，透過十四億華人市場進一步影響全世界；亦即透過東亞新世界的形成，使臺灣變成華人文化中心、東亞文化中心，將文化創造的力量擴大出去。東亞有將近三十五億的人口市場，當東亞共同體完成時，即更能凸顯出臺灣的重要。

請把臺灣放在地球的中心，你就會發現，大西洋時代已經過去，新太平洋時代悄然來臨，東亞正在跟全球互動，而臺灣便是東亞的樞紐。將文化所形成的價值透過元素符號加以未來化，臺灣便可行銷全球，創造一波波「華流」。

建構臺灣文化中心論 推動文化產業化與生活化

2013年開始，臺灣應該走入另一個發展期，以臺灣為中心，了解臺灣的多元文化與多樣性生物，將其應用到各種產業；更重要的是將文化觀念落實到國土發展，把文化創意產業落實到國土規劃上。換言之，城市發展規劃的觀念必須包含文化觀念在內。今天我必須不斷呼籲政府做這件事，因為我們的文化風情就是山水大地，必須把它生命化、網絡化，變成能量場的敘述，把信息能量場說出來，才不會讓城市胡亂開發、胡亂漲價，互相競爭，沒有特色，變成一個沒有生命的空殼子。即便是城市或社區，也可以藉由臺灣中心主義建構出臺灣文化中心論，放在全球化與未來化的高度，去做文化產業化與生活化的原創，如此更能符合「東方太陽王」鄭成功希望開發臺灣所成就的高遠價值。

從科技島走向文化創新島

千萬不要被美式的唯物觀、功利主義、小眉小眼的科技所蒙蔽了，以為生產個賈伯斯的東西就有什麼了不起。宏碁集團董事長施振榮今天已開始反省，當年如果沒有提出「科技島」的論述，臺灣或許就不會淪為代工產業。的確，二十年來我們走的路確實有偏差，既沒有整體文化的認知，對臺灣中心主義缺乏理解，

也未能建構出臺灣文化的主體性，所以我們失去了自己，也失去了創新能力；即便有創新能力，也欠缺方向與規範，十分可惜。現在我們應重新開始發想一套管理創新模式，不能只在科技創新或技術型創新打轉，真正的創新應該是體制性的創新與整體文化創新。唯有真正進入「人」的世界，把「文化」加諸到產業裡，才可以創新未來。

太和鼎——從全球化的高度創造「華流」

透過觀光休閒產業的文化化，將全球的文化價值放在臺灣進行整合創新，創造出品牌與內涵，這是臺灣現階段需要做的事。你必須站在觀光客的立場，推出客戶想看、想買、有創意的東西。

我們現在正在南投日月潭忠明村貓蘭山上創造這樣的新價值，從觀光休閒娛樂產業到美食餐飲連鎖，最後再到文創產品，變成生活化、產業化。等到有了回饋之後創造出價值，就可再透過中國大陸觀光客的消費奠定市場基礎，影響世界潮流，在臺灣創造出「華流」。

2014年，我們還要做一個更原創的法器「太和鼎」。它是文創產品的設計，把東亞文明一萬多年來，在東亞山脈水系之間所形成的超過二萬五千筆文化發展的符號，整合在一個鼎上成為圖騰，把我們的思維藝術從北京紫禁城的太和殿或武當山的太和宮，移轉到臺灣的太和鼎，將中國大陸文明的中心論述與意識能量全部移轉過來，經過整合包容之後，進入一個以臺灣為中心觀的整合創新未來，並且放在全球化及宇宙化的高度上，以這樣的多元整合與創新，凸顯出臺灣的偉大之處。



Q&A

Q 「文化產業化」和「產業文化化」的差別何在？文創如何產業化？

A 陳郁秀前主委：文化創意產業有狹義與廣義之別，狹義指的是「文化產業化」，亦即將原本獨一無二的藝術文化變成產業化；例如法王路易十四透過市集與咖啡街道等途徑，將咖啡產業化，讓更多人得以共享；廣義則是指「產業

文化化」，範圍包含我們所有的生活；例如將手機鈴聲變成好聽的音樂，或者開發更多人性化的功能，使手機與生活可以更廣泛地結合。無論「文化產業化」或「產業文化化」，都能用文化和藝術來升級。

華山 2010 簡單生活節



文化生活—衣

服裝設計師 潘黛麗



美食天堂—佈置、氛圍



美食天堂



Q 如果臺灣文化根本就是中國文化，那麼臺灣有沒有強大的哲學思想去推動文化革命？

A 蔡八來總裁：中華文明的文化源頭很大一部分來自於漢族文化，但中華文明在臺灣是經過海洋化、商業化、女性化、南方化、現代化與全球化的改造，與現在中國大陸的大陸性農業文明不同，因此，臺灣民族文化是中華民族文化新興的一支，而且必須納入全球化、前瞻性的思考，才能化解彼此之間的衝突。作為一個中華民族的使者，真正文化的根底應該是在臺灣，因為對岸只剩下歷史的陳跡，那裡有一些新的破壞產生，是有問題的。所以我認為臺灣民族文化應大於中華民族文化。

但若將中華民族拉到人類的最高聖境，叫做調和至中，也就是「和中」，



亦即世界和平、世界大同，這才是人類共同理想的民族；它不是人間的，是我們未來的神性。當我用這個角度來談文化創意時，臺灣本土的文化創意就會拉高到一個宇宙聖境的高度。這是我一直急欲表達的，我不斷出書就是要談這些事，我們做的事業也是要談這些事，希望帶領臺灣人走出國家主義的泥沼，具有宇宙人的高度。