



# 有所為的文化產業行動書

陳銘磻 ◎ 作家



## 文化產業的行銷與管理

李錫東著/宇河文化/9807/257頁  
23公分/300元/平裝  
ISBN 9789576597114/541

## 文化策劃實務

李錫東著/宇河文化/9808/207頁  
23公分/280元/平裝  
ISBN 9789576597121/541

以英國政府為首所研發出來的文化產業政策，自1997年成立「創業工業任務小組」，並於1998年及2001年提出「創意工業圖錄報告」後，「文化產業」遂而成為世界性的文化趨勢。報告中強調：「創意產業是起源於個體創意、技巧及才能的產業，通過知識產權的生成與利用，而有潛力創造財富和就業機會。」這個文化產業觀點同時將創意工業分成十三類：廣告、建築、藝術及古董市場、工藝、設計、流行設計與時尚、電影與錄影帶、休閒軟體遊戲、音樂、表演藝術、出版、軟體與電腦服務業、電視與廣播。

根據聯合國教科文組織對於「文化、貿易及全球化」的界定，認為創意是人類文化定位的重要部分，可用不同形式表現；咸認「文化產業」適用於「那些以無形、文化為本質的內容，經過創造、生產與商品化結合的產業」。文化產業被視為「創意產業」由來已久，聯合國教科文組織認為文化產業包括：印刷、出版、多媒體、聽覺與視覺、攝影與電影生產，亦等同於工藝與設計。對某些國家來說，這個概念更包括建築、視覺與表

演藝術、運動、音樂器具的製造、廣告與文化觀光。

因此，聯合國教科文組織將文化創意產業分成文化產品、文化服務與智慧

財產權三項。文化產品指涉的

是書本、雜誌、多媒體產品、軟體、唱片、電影、錄影帶、聲光娛樂、工藝和時尚設計。文化服務則包括了表演服務（戲院、歌劇院及馬戲團）、出版、出版品、新聞報紙、傳播及建築服務。它們也包括視聽服務（電影分銷、電視／廣播節目及家庭錄影帶；生產的所有層面，例如複製或影印；電影展覽，有線、衛星，與廣播設施或電影院的所有權與運作等），圖書館服務、檔案、博物館與其他服務。

這項由英國最早提出的「文化創意產業」的概念，在臺灣正屬新興風潮，產業概況與形態仍在不斷形成當中。臺灣的文化建設委員會曾針對「文化產業」提出見解，認為「文化就是生活，無法以統計數字控管或評鑑，因為文化所創造出的不只是經濟效益，還包括無形的附加價值。」又說：「臺灣多元的自然與人文環境以及豐富的地方特色是文化創意產業發展的重要基礎，它所凝聚的民間活力，具有著美學經濟體的價值。」這個以推動臺灣文化發展為主要功能的政府機構特別強調：「經濟建設與文化發展二

者並非對立，文化是一種氛圍，可以團結人心、安定社會，並可帶來豐盈的外資，吸引外國觀光客，促進國內經濟發展；在全球化浪潮下，臺灣並非只有經濟力，更應成為具創新文化力的國家。文化創意產業的推動應重新檢視、沉澱，以便凝聚更大的能量，落實文化的理想性，突破文化發展及經濟開發的瓶頸，共同營造文化與經濟雙贏的局面。」

既然「文化就是生活」，其所包含的範疇廣泛，「文化產業」自也形成為一種生產、行銷和管理的局面。「創造文化即是創造生活。」也即是說：「不要依靠別人來解決文化產業的行銷與管理問題；而是要讓自己先成為文化的創造者，然後，再從對文化產業的認知中找到文化市場的管理和行銷通則。」

印度一位名叫沙迪亞·賽峇峇的哲學家提醒人們：「快樂的秘訣不在於做自己喜歡做的，而在於樂意去做自己必須做的，不論你必須做的是什麼？你都要抱著喜悅的心情去做。」這種喜悅心又叫朝聖心，也即是說，把工作當成是一種追尋，比較容易獲得甜美的果實，認識與施行文化產業的特性不也如此？聖哲又說：「從業力中得到的快樂，會比它可能帶來的結果更多；朝聖的旅程，往往比朝聖者的廟宇，那種真實體驗更多樂趣。」臺灣諸多身在文化創意行業卻不知如何行銷文化的人，不是心性隨便，即是不懂文化策劃實務與無法把文化當成一種產業看待的八股思維，因此，不少人認為從事文化工作是一種不快樂的事，更是一種難見未來遠景的產業。

李錫東之著作——《文化產業的行銷與管理》和《文化產業策劃實務》即深刻的說明文化產業在發展的進階過程中，所必須關

注的原則問題與施行要項。

沒有規劃與執行能力的文化產業如何能將文化推廣出去呢？文化產業和任何一項經濟商品一樣，都必須經由創意的策劃與行銷做為產業管理的最高準則；這兩本有關文化產業發展的技術性與實務性的開發與行銷關鍵的文化產業新趨勢的觀念書，具體而微的把提振臺灣文化產業的功能，以清晰的概念清楚分析。

《文化產業的行銷與管理》從文化產業和市場行銷、文化產品概述、文化產業市場概述、文化產業市場中的消費行為變數，到文化產業市場的區隔與定位等，鉅細靡遺的提出應用方向。

《文化產業策劃實務》從文化策劃的基本概念、基本原理、文化策劃的基本功和方法、影視文化產業的策劃、暢銷書的創意策劃、商業展覽活動中的公關策劃、企業形象與品牌的文化策劃、新聞媒體的文化策劃、廣告產業的文化策劃、體育文化的策劃、飲食文化與書畫藝術策劃、咖啡文化策劃、旅遊經濟的文化策劃、公法人和公益團體文化策劃等，包羅著庶民的多元生活文化，一一列舉詳述。

從事圖書出版事業多年的李錫東先生，見識過臺灣出版文化的起落興衰，也見證出版文化必須還原到最根本的策劃、行銷和管理，才能掌握文化產業的特性，他從這些實務廣泛，行事卻細微瑣碎的煩心工作中，體悟到文化產業的本質與特色，《文化產業的行銷與管理》和《文化產業策劃實務》這兩本文化創意產業導讀書，因為舉證明晰而落實成為具體有效的文化產業行動書。