

溫泉文化創意產業活化與再生系統建構研究

張旭福

高苑科技大學建築研究所副教授

唐士祥

輔英科技大學人文管理學院講師

壹、前言

「文化創意產業再生與活化」¹已是全球性重要文化創意產業發展的重要趨勢與指標，發展的軌跡與歷程，除了紀錄文化產業發展的沿革之外，更是珍貴地方文化的具體呈顯，永續的文化產業發展，要如何與文化與產業機能日漸衰頹的現象並存，已然變成產業地區必須面對的重要課題；溫泉文化產業的「創意再造」與「文化保存」模式的趨勢，除了解構掉過去「溫泉空間取代」的方式之外，更重要的是以「生活文化脈絡營造」為其訴求，重新賦予新的意象、魅力及特色。

文化創意產業的理念構想，乃將「藝術文化」放在「經濟生活」的全球架構下來思考，也將「經濟生活環境」放在「藝術文化」的創意思考下來提升。當前台灣在面臨全球化浪潮的席捲下，正步入全球均質的危機當中，若無法建構屬於臺灣特色，以做為全球化下識別的符碼，臺灣的國際競爭力是很難提昇的。此次文化創意產業的目的，即在整合地方智慧與文化藝術生命力，將其應用於產業發展以因應全球化之挑戰。1995 年文建會在「文化產業研討會」中首先提出「文化產業化、產業文化化」之構想，此一「文化產業」概念，隨後成為我國「社區總體營造」的核心。2002 年政府正式將「文化創意產業」列為「挑戰2008：國家重點發展計畫」中之一項，這是我國首次將抽象的「文化軟體」視為國家建設的重大工程，希望結合人文與經濟產業創造高附加價值的效益，增加就業人口、以提升國民的生活品質²（文化創意發展計畫，民92）。

有鑑以往溫泉文化產業再發展上，由於缺乏考慮到地區的文化環境特色及缺乏與外在產業環境的連帶關係，因此常常無法得到預期的效果，而產生產業空間結構衝突。因此本

¹參考資料：楊敏芝（民92）。文化創意產業與社群動力。2003 文建會文化創意產業地方巡迴論壇。

http://www.cca.gov.tw/creative/page/page_01.htm。

²參考資料：文建會（民92）。文化創意發展計畫。文化創意產業手冊。臺北：文建會。

研究的宗旨是透過客觀地考慮當地產業發展條件、文化環境的空間結構、溫泉產業使用機能上，互相關係對溫泉產業地區，文化發展角色及功能再定位，並建立公私協力的合作機制，為溫泉文化產業地區再發展上提供具體的策略。

溫泉文化產業發展有其歷程，各階段均反應了不同的時代背景和需求，隨著經濟社會文化的變遷，少數地區因其機能不合時代要求而致沒落衰退就難以避免。而為求健全發展和溫泉文化產業合理利用，溫泉文化產業就有加以活化保存或促使其再發展。

溫泉文化產業機能，無法隨著變遷作適當調整。因此，為了救溫泉文化產業的機能與文化地位，顯然需要一套嶄新的復甦計畫與作法，跳脫傳統的公部門主導產業地區計畫與主控發展權力的模式。本研究除了嘗試運用公私部門協力的手段來促使產業私部門的參與，構思促成溫泉文化產業再發展的新思維。

本文係以文化創意產業全球在地化「溫泉商圈文化」營造之角度，探討溫泉文化產業發展的趨勢與挑戰，研究有關溫泉文化產業活化架構之導入與區域產業發展重新組構，並以學習型區域發展新行動模式，摒除因過去國家重大建設與新投資使文化產業結構產生邊陲效應，重新建構其執行評估指標（即「活化指標」及「永續經營指標」、「產業轉型再造」、「溫泉文化產業活化建構」），就其現行指標間之相互關係及指標內之操作技術內容找出課題所在。再將課題分成「溫泉文化產業發展與趨勢定位」、「目標建構」及「執行策略構成」三項予以分別解析，並提供修正建議。

21世紀國際正邁入全球化之際，文化創意產業的基本價值、內涵與未來性有了巨大的變革和創新。從宏觀的角度來看，文化創意產業在這股浪潮中，要邁向國際競爭型城市之行列，顛覆性創新的民眾動員、新生活觀念的注入及文化產業經營型態的翻轉，即是一系列迫切執行的重要研究工作。其中溫泉文化創意產業再生與活化，這項新議題成為與國際舞台接軌的重要介面亦為當前重要發展課題。「這就是文化創意產業最迷人的地方。東吳大學社會學系助理副教授劉維公分析，當文化創意的產品力發揮到極致時，它能使大眾的心靈發生共鳴，與消費者對話，這時，你販賣的就不只是一本書，或者一幅畫，而是一個具有無限延展性的情緒或符號。而這個符號的價值，將以文化內容為核心，創造出一個又一個的同心圓周邊利潤。」³

政府推動的溫泉文化產業再生與活化案例中如烏來溫泉、北投溫泉、關仔嶺溫泉、金山溫泉、泰安溫泉區、寶來溫泉、知本溫泉、礁溪溫泉、四重溪溫泉等，均是以中小業者對象所組成的溫泉商圈組織，其輔導的過程並非預期般的順利。雖然從個體經營層面跳脫，共同經營的模式，是有利於獨立經營個體，以高度地區性質的組織，運作「整體經營」的經濟性機能，在本體與結構上皆使該組織呈現運行困難的現象。溫泉商圈街區組織運作

³參考資料：郭弈伶（民 92）。文化新富人。商業周刊 848 期：商周出版社。Wates, Nick / Kneivitt Charles, 謝慶達/林賢卿譯，社區建築 = Community Architecture)：人民如何創造自我的環境，1993[民 82]，創興出版社

困難的因素分析如下：

- 1.溫泉街區組織缺乏層級性
- 2.個體利益優先於整體利益
- 3.短期成果利益分配的期望值過高
- 4.業種業態的訴求差異性太大
- 5.溫泉區經營主體複雜，行銷能力不足
- 6.政治層面不當介入

溫泉產業目前之經營現況：

- 1.只求快速回收
- 2.缺乏整體規劃
- 3.缺乏多元性活動設施
- 4.不具備獨特性風格
- 5.活動規劃缺乏遊客參與性
- 6.販賣商品缺乏特色
- 7.觀光從業人員缺乏，勞工成本上揚
- 8.缺乏服務概念

觀光溫泉產業的特性

- 1.只能賺取消費性之支出
- 2.可替代性
- 3.消費者不確定性
- 4.季節性
- 5.循環特性與產品生命週期不可預測性
- 6.間歇性

7. 零和市場性

在過去推動的經驗分析，溫泉產業的經營權與不動產所有權分離關係，往往會造成溫泉店家長期投入經營的意願。當商家的不動產所有權不屬於經營者時，經營者以承租的方式具有商圈店家的臨時使用權經營事業，普遍會面臨租約到期房東拒絕續約或是提高租金的危機。新社會集體制約的關係塑造並未產生，失敗例子及困難相對倍增。傳統的溫泉經營型態缺乏有效的管理、適當包裝及行銷，本文之探討，提昇溫泉區的形象，促進活化再造。「示範性、主題性溫泉文化產業營造分析規劃」以「商業、文化、空間、社區、行銷」為主題，將溫泉文化產業營造定位為「一個具有創意文化產業與現代行銷結合的觀光與傳統文化產業商圈」，包括五大目標：商機再現、文化保存、文化產業活化、商圈整體營造及形象塑造，及三大執行策略：組織輔導、景觀改善及文化產業行銷。

貳、研究目的

本研究最主要目的在於建立溫泉文化產業活化與再發展的機制，在內容上不僅只是實質產業空間的改造，還包含非實質面的溫泉文化產業發展角色及功能開發環境的建構，有明確的遊戲規則、良好的投資環境及契機…等，藉以架構再發展策略研擬。研究目的列示如下：

- (1)整合各項溫泉文化創意產業發展資源。
- (2)溫泉產業地區發展角色歷程及功能再定位。
- (3)擬定再發展目標與溫泉文化創意產業空間結構建立。
- (4)探討溫泉產業地區居民多元化需求及價值觀。
- (5)探討開發商的投資意願與獎勵措施。

其中所包括的訴求及目標包括：

- 1.重新提出文化創意產業生命共同體之營造的意義與價值
- 2.以新的訴求探討剖析塑造新社會組構之新模式
- 3.建構塑造全新社會的民眾參與承載改造新模式
- 4.建構市民社會及公共議題公共事務承載經驗活化的專業規劃模式
- 5.新社會及體制約關係之塑造
- 6.新承載能力的培育

參、研究方法及步驟

主要探討內容及研究方法如下：

- 1、先就「溫泉文化產業再生與活化」定義、原則及其衍生之「文化產業全球在地化（Glocalization）概念加以探討，確立研究之觀點及探討剖析之角度。全球在地化的經驗，一方面強調全球化不可逆轉的趨勢，另一方面則凸顯在地溫泉商圈文化產業力量與潛力的全面開發，才有機會化解全球化趨勢所可能帶來對地方的破壞。
- 2、再就現行「溫泉文化產業再生與活化」操作評估指標系統進行探討，瞭解其系統內指標間之關係，及與研究範疇有關部分之執行技術內容，從而解析其架構及再生與活化評估內容之課題所在。
- 3、將前項課題分成「溫泉文化創意產業再生與活化發展與趨勢定位」、「目標建構」及「執行策略構成」三項分別予以論述，針對再生活化評估系統及內容要項之課題所在進行評析並提供執行建議。其中增加「全球在地化」定位及「產業活化」之考慮，以彌補及修正現有溫泉文化產業可能不足之處。
- 4、最後將所有研究的各項小結彙整作成結論與建議，以供「溫泉文化產業再生與活化」評估指標修正及調整之用，並作為城市競爭力策略之考量。

本研究除了將溫泉文化產業活化與再造，作為本研究之主要目標，將以溫泉文化產業為核心保存與再造的觀念，引導及展望式規劃的方法，擾動居民既存之社會價值觀念，企圖營造新的溫泉生活營造方式，並誘發更廣泛地社會力量與居民強烈意識，來共同承載溫泉文化產業保存及再造行動。本研究在方法上運用資料收集及分析、問題的歸納與分類在進行步驟上依照下列方式進行：

- 一、問題與背景的資料收集，基礎分析與研究任務的相互辯證。
- 二、探討以永續經營為基調的溫泉文化產業再發展的訴求。
- 三、溫泉文化產業保存觀念之研究。
- 四、透過公開的事件投入的方式，接鑿未來溫泉文化產業保存與再造之願景並研擬課題及因應對策。

研究工作項目及內容：

- 1、人文、歷史、自然環境、產業發展、活動型態、特色建築、族群聚落等基本資料之蒐集、調查與分析。

2、發展潛力與限制條件等因素分析。

3、目標、課題與對策之研擬。

4、整體規劃構想。

活化再生目標

活化轉型功能

1. 積極活化溫泉產業，提供研發創新學習及人力資源和資訊交流平台

2. 全新視野，培育地方人力資源，作為促進發展地方活化之機制

研究溫泉文化產業再生目標

1. 溫泉文化產業活化的研發基地，改造溫泉產業體質，厚植溫泉產業競爭力，創造就業機會

2. 資訊交換與學習觀摩平台，致力溫泉創新學習

再生活化操作指標

1.重新提出溫泉文化創意產業生命共同體營造意義與價值

2.以新的文化創意為訴求探討剖析塑造新生活文化脈絡組構之新模式

3.建構塑造全新社會的民眾參與承載改造新模式

4.建構文化創意產業活化再造議題承載經驗的專業規劃行動模式

5.新文化產業關係之塑造

6.新文化產業改造能力的培育

再生活化規劃理念

永續的溫泉地區文化產業發展

社會運動式的文化產業總體營造

展望式規劃

肆、研究成果

為改善溫泉文化產業環境品質，增加產業商圈競爭能力，促進文化產業現代化，增加觀光休閒購物據點，進而凸顯地方特色保存地方傳統文化產業。為達成上述理念，從「商業、文化、空間、社區、行銷」五個主題提出未來發展的「一大定位、五大目標、三大策略」之整體架構及研究內容，而其內容之呈現方式主要可分為：

一、定位

塑造具有人文與現代行銷管理結合的觀光與傳統消費文化產業商圈。

二、目標

(一)文化創意產業商機再現：

傳統商業現代化，提昇商圈競爭力，傳統的溫泉區雖然具有特色，但常因為經營型態過於缺乏效率及文化產業品缺乏適當包裝而不具吸引力，而溫泉產業區使消費者局限於某個範圍，且可能漸漸流失客源，而使溫泉區逐漸沒落。所以活化與再造，主要在於將文化產業之創意化，以提昇文化產業競爭力，讓產業商機再現。

(二)文化保存：

發揚傳統文化產業，保存溫泉產業細緻化與生活化

(三)文化產業環境活化：

創造一個熱鬧、舒適無障礙的行人環境，藉由產業文化廣告招牌、步道、照明設施及入口意象等相關硬體設施之改善與更新，創造人們一個無障礙環境。

(四)總體營造：

凝聚商家向心力，共創商圈新契機以社區總體營造之理念，透過不斷的教育、宣導及活動，以強化商家共存共榮的共識，並藉由溫泉文化產業區內商家共同的參與，將個別力量化零為整，凝聚商家的共識，共同關心溫泉產業的發展，共創未來發展的新契機。

(五)文化產業形象塑造：

塑造形象，形成地區認同透過地區符號化的建立，運用各種行銷策略，使形象深烙在消費者心中，逐漸建立品牌的認同，形象建立後，同時也促使商家逐漸形成共識與地區認同。

三、策略

三大執行策略內容

(一)組織輔導：

1、宣導

- 商圈共榮觀念宣導

2、組織

- 整合現有組織，輔導功能運作
- 組織訓練課程

3、活動

- 舉辦社區活動
- 觀摩相關商圈的推廣工作
- 與其他商圈代表聯誼交流

(二)景觀改善：

1、入口

- 入口意象塑造
- 指示導覽系統的設計

2、街道

- 廣告招牌之更新改善
- 雨棚天線之更新改善

- 步道鋪面之鋪設
- 門面景觀及商品擺設之設計
- 照明設施之更新與裝設
- 架設聯合廣播系統

3、文化保存

- 溫泉文化產業元素的保存
- 既有紋理空間的利用
- 溫泉文化產業保存與再利用

4、店面

- 店內陳設空間改善

(三)行銷：

1、教育訓練

- 透過相關課程的設計(組織管理課程、經營行銷管理課程、店舖管理課程)，讓業者能夠了解並接受新的商街規劃與經營理念。

2、活動及宣傳

- 舉辦節慶活動並配合宣傳造勢
- 相關產業策略聯盟，如旅遊業、飯店業、餐飲業等，成為重要觀光景點。
- 媒體策略運用，如廣播節目、雜誌媒體報導、電視影像宣，提昇的曝光率。

3、CIS

- 建立街區識別系統(CIS)
- 運用CIS於產品包裝、產品、紀念品、景觀視覺設計等。

4、資訊系統

- 建立相關之導覽地圖、資訊手冊、網站、刊物等，一方面讓消費者能夠很清楚及快速的明瞭溫泉文化產業區內相關設施及商品內，一方面為宣傳的工具。

5、管理維護

- 公共設施管理維護計畫
- 清潔維護計畫
- 保全系統

四、溫泉文化特色認同的誘發與主體意識的建構（文化再造）

以活化居民，開發人力資本（知識、技術及承載能力與新的行為屬性）及社會資本（信任、協同合作、社會網路）以過去所積累的生活能力來解決當前的問題，並於問題解決的同時不斷開發新的知識、技術、競爭能力及態度，讓自發性的居民行動成為民眾參與的真實內容，進而達成文化產業保存與再造的目的。

（一）文化再造（新的社會運動的行動模式）社區特色認同的誘發與主體意識建構規劃說明

1、特色議題設計規劃與導入（自主性行動團隊形成）

- ◆溫泉文化商圈的經營願景
- ◆文化產業經營
- ◆產業的轉型與地方再生契機
- ◆新世紀溫泉文化產業空間的形塑
- ◆產業的轉型與再生規劃
- ◆溫泉文化產業再利用
- ◆溫泉產業文化與生態特色
- ◆溫泉地區生活與庶民文化
- ◆溫泉文化產業再生的理念推廣
- ◆社區總體營造的經驗與願景

2、議題組織與建構（民眾參與意見陳述）

- ◆目標設定
- ◆真實需求
- ◆解決方案
- ◆誘因與規範機制
- ◆公共性圓桌論壇
- ◆直接討論與協商
- ◆建立在地直接的規劃工坊

3、衝突與協調斡旋（集體制約的轉化）

- ◆沙盤推演
- ◆虛擬實境的模式推動
- ◆焦慮還原的模式
- ◆真實面對危機
- ◆建立以真實需求和價值為核心的生活行動脈絡

4、共識凝聚與主張（集體生活境域感養成）

- ◆建立新價值展望式導引
- ◆呈現出產量文化的多樣性。
- ◆新社會價值
- ◆新永續發展視
- ◆新生活標準為訴求
- ◆建立溫泉文化產業地區發展共同的新願景
- ◆新競爭脈絡的建立

5、文化特色認同（對生活議題重視與集體意識之形成）

- ◆新溫泉商圈生活模式
- ◆新社會價值

◆社會集體共識與社會集體制約關係的改變

◆社會發展競爭力與承載力改造與升級

◆地方競爭力改造

6、共識決策行動、行動策劃與經理（新社會運動行動模式建構）

◆新生活價值建構

◆新生活標準建構

◆新溫泉文化產業公共基礎建設為訴求

◆溫泉產業環境改造

五、溫泉文化產業地方資源開發與產業發展（產業再造）

對溫泉區未來文化產業長期發展方向的策略性建議，特別是如如何運用行銷經營的方式將既有資源轉為一種「道地性」的驕傲及普遍的意識，是文化創意改造規劃的重點。藉由這些建議作為文化產業活化與再造的方向並利用行動過程中積累的經驗，直接或間接成為溫泉地區再發展不可或缺的重要資本。

(一)溫泉文化產業再造轉型規劃說明

1、地方資源開發與產業發展

溫泉文化產業地區的實質環境所呈顯的著落於諸多形式上，包括：自然、產業、文化、人文等方面。溫泉文化產業保存及再造應該跳脫於一種緬懷過去風華，應積極的將永續再發展視野，嘗試與創新的落實於溫泉文化產業地區居民，作一種體質的顛解進而對「人力資本」與「社會資本」開發，再造亦或是保存應架構於現有資源的開發，以及未來產業的發展上。

2、人文資源與環境資源特性

◆產業、歷史、文化、觀光等人文資源

◆傳統溫泉文化聚落、文化地景等環境資源

3、產業再生之功能

- ◆呈現溫泉生活的多樣性。
- ◆呈現出產業文化的多樣性。
- ◆串聯當地文化產業特色。
- ◆具有產業再生教育學習的功用。
- ◆具有連結附近區域特色之功能(專業溫泉街區、餐飲區.....等)
- ◆凝聚溫泉文化產業資源的功能。

六、空間環境再造（環境再造

溫泉地區文化產業活化與再造必須與溫泉地區再發展的生活脈絡相結合並且應結合在地居民生活的需求，如此才能改善居民的生活品質與內容及讓居民意識文化產業的價值與意義，並轉化對未來發展的價值判斷，擴大溫泉地區文化產業活化與再造的空間。

七、文化產業形象塑造執行評估指標

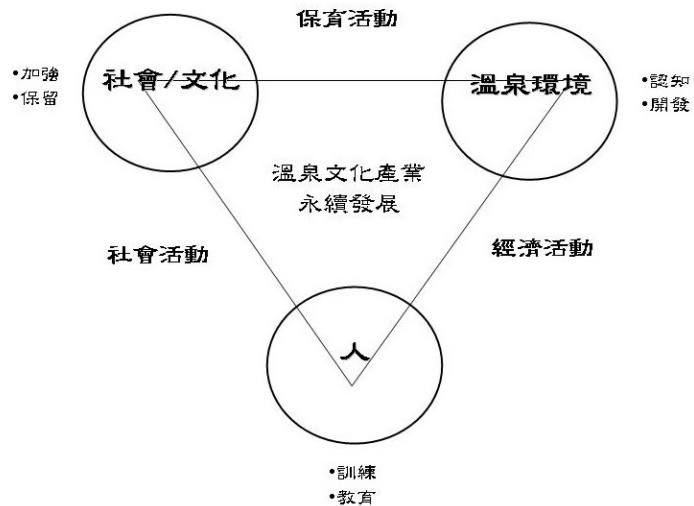
- 1、溫泉產業環境景觀之營造(親水,綠美)
- 2、溫泉文化產業之開發與文化包裝
- 3、溫泉文化產業空間之保存
- 4、溫泉商店街的營造
- 5、形象與識別系統之創造
- 6、地區文化旅遊品質之精進
- 7、建立組織系統
- 8、結合專家學者
- 9、強化行政協調
- 10、示範點之擴散

- 11、整合非營利單位
- 12、是否將對資源造成永久性之消耗

八、溫泉文化產業再造轉型規劃

1、溫泉產業設計體驗之要素

- A.訂定主題
- B.塑造正面體驗
- C.去除負面體驗
- D.產品設計開發
- E.含蓋感官刺激



2、溫泉產業如何設計體驗

- A.ABCDE 五要素，滿足遊客的需求
- B.4F 的訴求，提供遊客的滿意
- C.3K 的服務，創造遊客的價值
- D.4S 的體驗
- E.A.R.T 藝術—歡樂理想的工程

3、ABCDE 五要素，滿足遊客的需求

- A.Adventure 冒險性
- B.Beach 親水性
- C.Casino 挑戰性
- D.Dream 夢幻性
- E.Education 教育性



4、4F 的訴求，提供遊客的滿意

- A. Family 家庭的
- B. Friendly 友善的
- C. Funny 好玩的
- D. Festival 熱鬧的

5、3K 的服務，創造遊客的價值

- A. Kind 體貼的
- B. Knowledge 知性的
- C. Know How 專業的

6、4S 的體驗

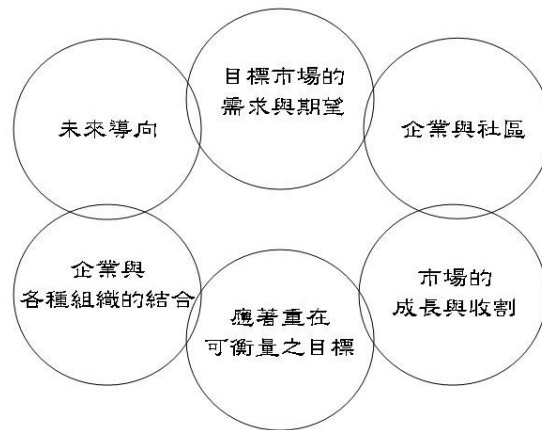
- A. Show 演出管理法
- B. Story 想像與創作的故事背景
- C. Safety 給遊客安全的承諾
- D. Service 附加價值的滿意服務

7、A.R.T. 藝術—歡樂理想的工程

- A. Attraction 集客設施
- B. Repeat 創造回客率
- C. Theme 設計主題表現
- D. 視所處地域環境的資源，規劃運用

8、溫泉文化產業動

- A. 整合資源，提升地區競爭力
- B. 進行聯合行銷
- C. 舉辦大型節慶活動
- D. 建立溫泉地區同系列之標示系統資源共享
- E. 提昇經營管理，改變低層次消費環境，提昇觀光遊憩價值感



9、重大交通建設區

- A.設置客運轉運專區
- B.結合轉運功能，設置生活資訊服務專業區
- C.提供與交通結合之觀光、就業、居住及化等之生活資訊服務相關產業，如旅遊業、旅館業等
- D.設置溫泉旅遊服務中心提供旅行者完整的服務
- E.提供觀光遊憩必要資訊及協助
- F.溫泉文化觀光產業區導入企業經營觀念，改變低層次消費環境，提昇觀光價值感，重擬自然與人文資源保護與維持計畫，建立完整的行銷機制，提昇各景點知名度

10、溫泉文化產業資源再生區

- A.建立主題產業之人才培養地區
- B.溫泉文化展示專區、創作專區、藝術商店街、藝術家社區
- C.溫泉文化館
- D.溫泉文化產業營造教室
- E.溫泉文化生活工藝館
- F.軟硬體規劃解說與導覽系統
- G.高品質的包裝與行銷
- H.維護管理計畫
- I.歷史建築保存與再利用
- J.建物維護與使用管理補助之提供
- K.周邊建物形式、風格與公共開放空間相配合
- L.廣集溫泉文化文物，提供未來展示

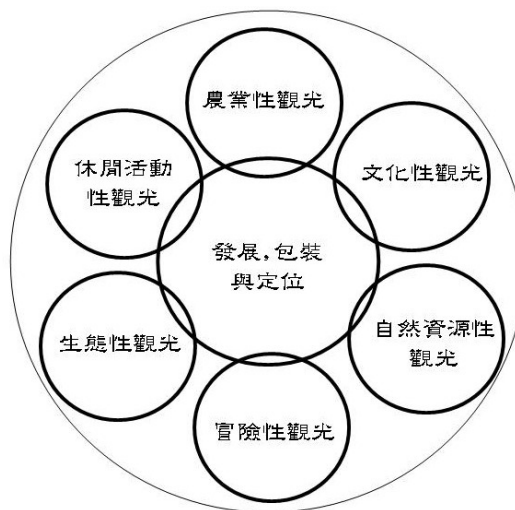
11、土地開發區

- A.導入民間經營管理或轉型為主題溫泉文化區

- B.重整地區現有資源利用閒置公有土地
- C.創造連續性綠地、開放空間、藍帶、自行車、大眾運輸系統建立相關配套措施計畫
- D.研擬觀光行銷計畫
- E.再造與公共藝術結合之新興據點

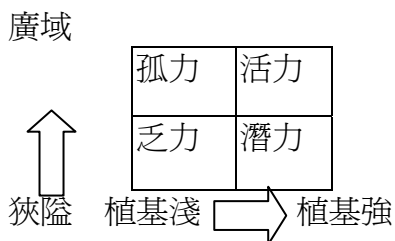
12、溫泉產業景觀區

- A.開發與環境保育並重
- B.生態保育藍綠帶整合
- C.建立省能交通系統
- D.生態之旅推廣及教育
- E.設置藝術設計專區與藝術家社區
- F.開發現有水景、綠地及山景



指標達成率越強愈廣，街區活化能力越強

根基座標



伍、結語

本次研究針對「溫泉文化創意產業再生與活化」做一分析，探討現行「文化創意產業」系統中有關形象塑造之執行評估指標（即「活化指標」及「產業商機再現指標」），就其現行指標間之相互關係及指標內之操作技術內容找出課題所在。期能「示範性、主題性營造規劃」以「商業、文化、空間、社區、行銷」為主題，提供「溫泉文化創意產業再生與活化開發推動計畫」、「塑造溫泉文化創意產業形象計畫」及「商業環境視覺設計計畫」等三項與環境改造之計畫，希望藉由觀念廣宣、人才培訓、教育訓練及現代化的經營理念，來協助溫泉文化創意產業朝向現代化發展。

總體營造現階段發展的重點，是建立溫泉文化產業民眾愛鄉、愛土的生活價值，進而藉由溫泉文化活動的推展，凝聚意識，結合民眾力量，改造環境，提昇地方文化產業，建立文化特色，營造以永續經營、世代相傳。文化政策的主要目的，是要創造一個適合文化發展的環境，而不是決定文化的內容。臺灣的溫泉文化內容應該以臺灣土地、歷史和生活經驗為主體，但我們也要虛心接納世界上其他國家和地區的文化。總體營造即是要溫泉區居民瞭解並肯定文化資源，以此為基礎，以「由下而上」、「自立自主」、「居民參與」、「永續發展」的原則。【2000年大趨勢】作者約翰·奈斯比說：「當世界愈來愈像地球村，經濟也愈來愈互賴時，我們愈來愈講求人性化，愈來愈強調彼此間的差異，愈來愈想要堅守我們的根及文化。」總體營造即是堅守我們的根及文化的機制。

陸、參考文獻

- 1、楊敏芝（民92）。文化創意產業與社群動力。2003 文建會文化創意產業地方巡迴論壇。http://www.cca.gov.tw/creative/page/page_01.htm。
- 2、文建會（民92）。文化創意發展計畫。文化創意產業手冊。臺北：文建會。
- 3、郭奔伶（民92）。文化新富人。商業周刊848 期：商周出版社。