

篇名

小屋唱遊－台南正興街文創產業初探

作者

李藺勤。高雄市立左營高中。二年 14 班

羅澤芸。高雄市立左營高中。二年 14 班

指導教師

黃蕾穎 老師

壹、前言

一、研究動機

在豐衣足食的生活下，社會不斷的進步，而人們也開始追求藝術與美感，為了提升生活的品質，也慢慢有了新的潮流！

「文創」是近年的熱搜詞之一，但定義卻相對的模糊不清晰，而且範圍廣大無邊，但這樣一個讓人摸不透的東西卻藏了一股很大的商機，許多的城市也開始積極的規劃相關產業，年輕人也多方地參與及投入，並融合許多特色的文化，這樣一個廣義的東西值得我們去深入和探討。

二、研究目的

希望能藉由小論文的研究,了解文創產業的內涵與未來文創產業發展的方向。
為何選定臺南？

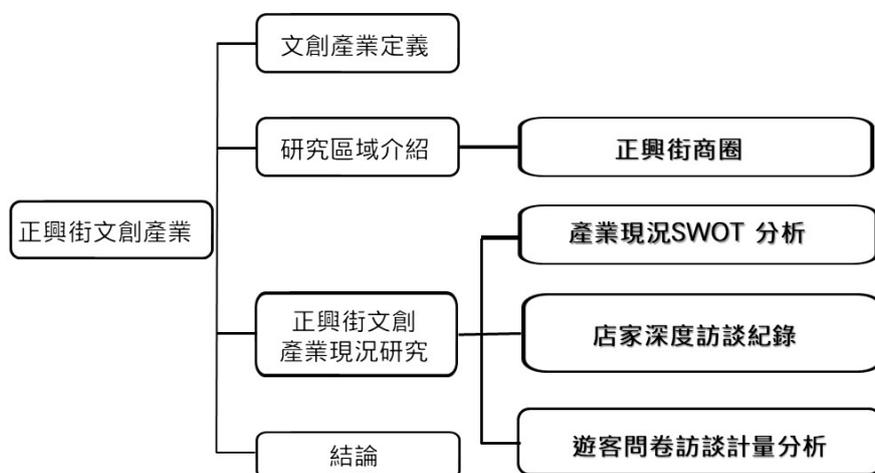
臺南可說是一個最具歷史代表的一座城市，最遠古可追溯到荷西時期，但也相對有這樣的契機，使得「文創」與歷史的結合更具獨特性，和相對的研究價值，同時，在時間的滋潤下那滲透在斑駁牆上的故事也一一被重視。

三、研究方法

選定以正興街作為研究區後，透過文獻分析法、問卷調查法以及訪談法來完成此次論文。

- (一) 文獻分析：研讀文創產業相關論述、書籍及報導
- (二) 問卷調查：對正心街觀光客抽樣調查，以計量地理方式統整分析。
- (三) 深度訪談：採訪「正興咖啡館」、「彩虹來了」、「MY WAY HOUSE 民宿」三間店家，以「彩虹來了」為主要訪談紀錄。

四、研究架構



貳、正文

一、文創產業定義

「凡源自於文化或創意所累積，並在知識產權之下，同時具有就業機會潛力與創造財富，以促進整體生活環境昇華之產業均屬之。」(中華民國文化部，2012)

根據聯合國教科文組織(UNESCO)認為：「創意是文化定位的一個重要部分，所以可以被不同形來式作表現。」其實一般對文化產業的認知，大多數侷限在於那些無形或以文化為本質的項目及內容，並經過創造、生產與商品化整合的產業。包含文化產品、文化服務與智慧財產權三項。

在不同的國家、城市、都用不同的形式，呈現出文創的活力，不論是在產品或是發想者都各有所差異，定義也有些許的不同，但在理念方面還是大致相同的。也就是將這些文化和創意之間的結合逐年累積，造就了經濟價值和大量的創業可能與機會，同時也提升了生活的品質和人文素養，也改善了環境的原貌。

根據臺灣文化創意產業推動服務網所公布的選定原則，文化創意產業有三項標準，包括：

- (一) 就業人數多或參與人數多；
- (二) 產值大或關聯效益大、成長潛力大；
- (三) 原創性高或創新性高及附加價值高。

二、研究區域介紹

(一)研究區域

商圈範圍以正興街兩側為主，目前參與文創商家約 20 餘家。

正興街雖然只有短短六十公尺，街坊商店匯聚成的「正興幫」，名聲卻飄洋過海一路到日本，成為京都今年的辦公椅競速大賽中最受矚目的團隊，還一舉躍上朝日電視台。



圖二 研究區域圖 (含訪談店家)

三、正興街文創產業現況研究

(一)產業現況 SWOT 分析

Internal	Strengths	Weaknesses
	1.文創定義範圍廣，年輕人容易發揮。 2.文創有商機發展的可能。 3.文創的商店可以達到原創的發想，更貼近作者的期待。	1.即使正興街的文化團體受到政府認可，但是經營者還是得不到預算挹注。 2.社群人力不足。
External	Opportunities	Threats
	1.正興街的建築大都是歷史悠久的老房屋使文創與歷史結合。 2.促進公共建設。 3.政府的推動帶來人潮。	1.易與居民發生衝突。 2.使地價逐漸上漲，造成房租拉高。 3.最終獲利者又可能成為財團。 4.交通易壅塞。

1. SO 優勢－機會分析

- (1) 文創定義範圍廣，使年輕人易發揮創新想法，並與歷史悠久的老房屋結合，產生出今昔文化融合的正興街。
- (2) 台南政府積極推動文化產業，不斷規劃文創園區做為觀光景點，也為正興街帶來廣大的商機。

2. WO 劣勢－機會分析

- (1) 正興街的封街立牌經費無法從政府專案申請，需地方自籌。
- (2) 當配合設計出一個有效的方案或措施，卻因人手有限而無法達成最大成效，但藉由社區營造的推動，帶來人潮，提升居民向心力。

3. ST 優勢-威脅分析

文創雖然可以帶來商機，卻也可能使當地房租上漲，造成經營者面臨兩難的困境。一方面有知名度帶來人潮商機；另一方面房東跟建商有了炒作的題材。

4. WT 劣勢-威脅分析

人潮不斷增加，導致社區內人與人間衝突與環境破壞等問題也隨之而來，正興幫因人手不足，無法顧及每個層面。但在社區營造的過程中，摩擦衝突無法避免，只能靠不斷的溝通及實際行動改善關係。

(二)店家深度訪談紀錄：「彩虹來了」店主高耀威訪談紀錄

(註：另兩間「正興咖啡館」、「MY WAY HOUSE」採訪對象為店員，資料有限，在此不多加贅述)



圖三 與訪談對象合影,依序是:「彩虹來了」店主高耀威,「正興咖啡館」、「MY WAY HOUSE」

「我追求的是人本，我們在做的是人心復古運動，」高耀威的辦公室牆上貼著「獨處」兩個字，「我常想像我們回到一個純樸農村社會，只要缺糖、鹽或人手，就跟隔壁借，人與人彼此互相幫忙。」

在他心目中的「正興幫」，不是幫派的幫，而是幫忙的幫。(天下雜誌,2016)

1、產業發展相關問題

Q:你們對未來台南文創這個產業，有什麼樣的期待，或者你們覺得它可能會是什麼樣的變向？

A:現在這個樣子有點太汲汲營營，就是為了文創而文創。譬如賣冰好了，賣冰沒有什麼不對，可是大家都賣冰就不對了，就是不要跟風。文創也是一樣的東西，有些人真的懂什麼是文化創意嗎？因為文化創意並不是說的那麼膚淺，你買個東西包裝好看然後說這就是文創，或是你把一個機車行弄得很珍奇，然後就叫文創機車行，這樣根本沒有意義，還失去了文創的本質，所以覺得應該是要去懂文化創意背後是生活的價值。

Q:你認為文創的定義是什麼？

A:就是在生活裡面汲取出你想要表現的東西。

沒有生活，每天都在想賺錢，怎麼可能汲取出東西呢？

Q:為什麼選擇賣衣服類的產品？

A:原本以為蠻簡單的，我自己也喜歡很樸素、簡約的衣服。可是在市場上買的衣服都是屬於中國製造的或是價格低的劣質品，質料要好一點的都是國外的高價品牌。因為大家覺得 t-shirt 是淘汰的東西，如果好一點的質料去做，相對市場比較小，而成本提高。

Q:會想要推廣文創的意義跟精神嗎？

A:有在做推廣活動，有時透過「媒體」採訪，或是辦音樂活動、辦刊物等。但最重要的是，把自己做好就是一種推廣。讓自己店家活下去，這本身就是一種持續力。

Q:你們是否跟其他文創的店做結合？如其他店家也會同時賣不同文創商店的商品。

A:比較沒有這麼具體的合作，我們賣的東西不是自己的就是理念認同的朋友。像我們認同環保的東西，就有一些不銹鋼吸管、馬毛牙刷，都是直接跟我們生活連結的。

Q:正興街上的那些圖案和告示牌的發想是怎麼來的？

A:請漫畫家朋友來設計畫貓。因為需要立牌封街做徒步區，一般市政府都用三角錐，但是覺得有礙觀瞻與市政府申請以立牌為主，彼此合作相輔相成。

Q:會有想要將文創跟歷史做結合嗎？

A:我們現在就是在創造歷史，讓店家持續經營下去。長輩會認為再開分店賺錢的想法，但我們現在追求的是穩定、微小，但是卻有價值

2·地方議題

Q:在正興街有遇到什麼樣的問題或是衝擊嗎？

A:剛開始很單純開店、辦活動、製造熱鬧，然後現在變相對熱鬧之後，就會產出各種問題，垃圾怎麼處理？交通問題？用徒步區遊客來會比較輕鬆，可是有很多在地居民反對，因為交通不便，或者居民停車需求與店家營業的衝突。遇到衝突我們就慢慢溝通解決，

協助清潔垃圾等。

3 · 經營理念

Q:為什麼要把文創據點設在正興街?

A:選在這邊只是因為附近生活環境不錯，沒有想要依靠人潮來開店。

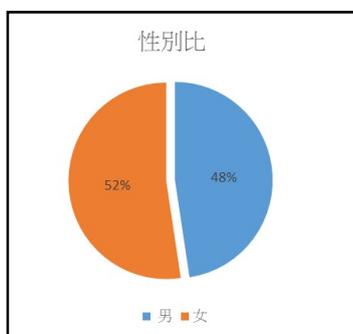
Q:會因為一下子人潮變多而感到排斥嗎?

A:不會啊！但如果有時候有些沒有靈魂的人來，有時候也蠻累的，

Q:當初創立正興幫的組織嗎？那還會再選擇新地點塑造得像正興街一樣嗎？

A:有點想欸！想的原因是因為我們要做另外一種可能，因為現在正興街變得比較熱鬧了，那房價就會漲價，然後房東就會成為最大的獲利者。所以我們需要有另外一個實驗基地，你們再漲價我們就搬走哦！

(三)遊客問卷訪談量化分析

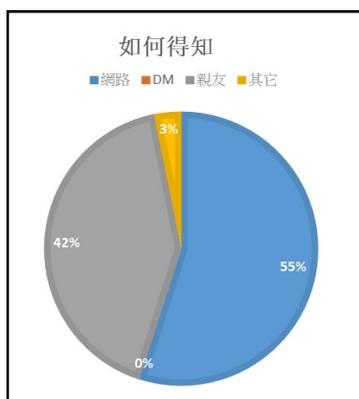
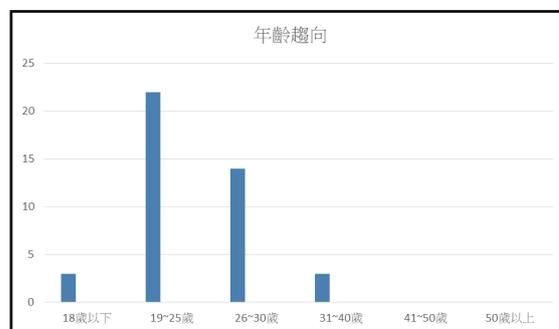


1.性別

由此圖我們得知在文創的這塊並不侷限於某種的性別，不同於化妝品等有不同性別趨勢的東西，相對它的接受度在性別中算高的。

2.年齡

年齡大概落在 20~30 歲之間最多，也是相較有消費能力且偏向較年輕，對文創商品接受度高。

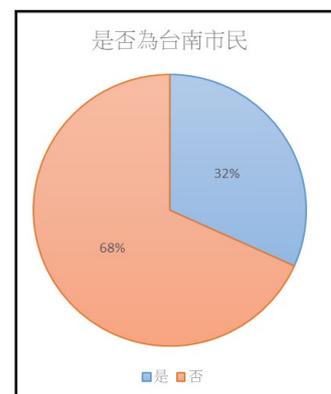


3.如何得知正興街

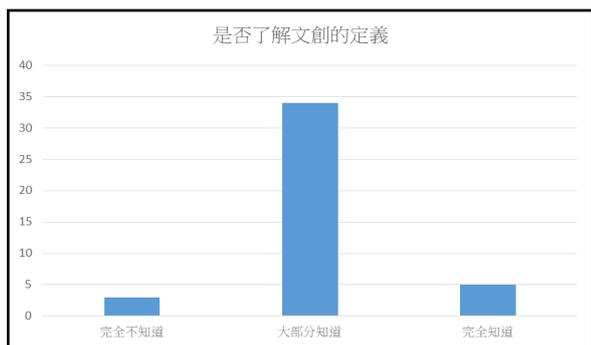
大多數的人是由網路得知，藉由社群媒體的方式傳播；而另一部分的人是從親友中得知。在 DM 紙本上的比例相對的少，證明紙本傳播或是刊物的宣傳效力遠不及網路直接快速，所以社群媒體還是現在主要的傳播方式。

4.是否為市民

大部分人並不是台南市民，而是外地的遊客，可推出文創是有效推廣當地的觀光產業。另一方面，可看出台南人的參與度相



對較低，市民並不會選擇這裡作為假日休憩的場所。

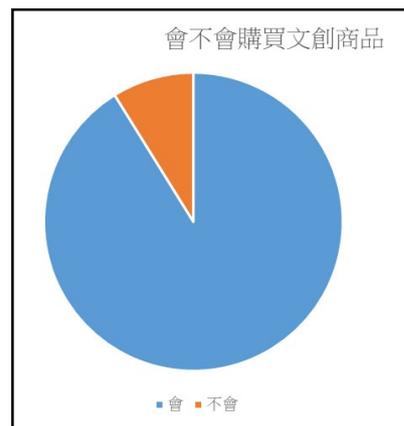


5. 是否知道文創的定義

大多數人對文創的定義是模糊不清的，但事實也是對於文創並沒有明顯的理論或定義，而是大範圍的取向，但這也使文創並沒有侷限於方向，多元發展的可能也相對較高。

6. 會不會買文創商品

絕大多數的人指此地皆會購買商品，這樣確認文創的確有很大的商機，讓有想法的人可以用自己的創意或發想去投資。政府若能善用或是統計出人均消費額，即可作為商機的估算基礎。



參、結論

從以上種種整理，以及數據分析等調查，我們得知文創在這個日新月異的時代，有無限發展的可能，可以創造很大的商機，同時也很迎合年輕族群的趨勢，小到一隻鉛筆，大到可以成就歷史，這就是文創，它無所不在，隨時都可以觸發，是一個絕對的新趨向。

原來文創並非簡簡單單的包裝！這不是崇尚流行，而是必須了解它背後的文化。要做好一件事，不僅僅動手去做，還要用心去傾聽理解。

「人生不求輝煌，只求穩定長久」

要輝煌並不那麼容易。當然，誰說穩定長久就容易？彩虹來了老闆從一開始地「想」，到後來的「實踐」，從單純開店到社區服務，還有跟公部門的溝通協調，到最後辦活動、創刊物，每一步都艱辛，走了十年才到今日在正興街上的社區營造成果。成功與艱辛總是相伴，今日開出豐美果實。（李藺勤）

透過這次實地的調查看見了文創並非想像中的單純，其中包含許多不同的意義，每個人做文創的想法也不同。每個國家對文創定義也不太一樣，在發展層面也不太一樣，但是卻又有微妙的異曲同工的感覺。對於這次實察感覺受益良多，我明白了為什麼要去「文創」，同時對於「文創產業」的執行面也了解更深入，或許文創未來會成為我的目標之一。（羅澤芸）

肆、引註資料

高耀威 (2017)。不正常人生超展開。遠流，初版一刷。

正興幫 (2013)。正興聞—正興幫街道特刊。

林倖妃(2016)。高耀威:經營全球視野最窄的世界。天下雜誌，天下雜誌 600 期

中華民國文化部-文創發展 https://www.moc.gov.tw/content_271.html

府城-正興幫 FB-

<https://www.facebook.com/%E5%BA%9C%E5%9F%8E%E6%AD%A3%E8%88%88%E5%B9%AB-HiFive-275454612803161/>



伍、附錄

(一) 店家回饋

遠傳電信 4G 上午12:07 38% facebook.com

(雖然我還想說)

結束要離開時
我反問對文創的看法
他們舉了個例子
說現在很多人在瘋嘻哈
但沒有去了解本質
只學幾句饒舌就自以為嘻哈

其中一位呼應剛採訪時我提到的小店思維
她說家人對她的期待是飛黃騰達
但她想要的是生活的快樂自在
所以得繼續奮戰

我跟他們說
趕快長大
一起來改變世界吧~

#結果假日沒有很忙
#閒到採訪完可以在這po文
#等等要來看大誌

讚 留言 分享

253

在對面的豐發吃黑輪中 😊😊
星期六 16:41 · 讚 · 2 · 回覆 · 更多
高耀威已回覆 · 1 則回覆

真棒!
星期六 19:41 · 讚 · 1 · 回覆 · 更多

高耀威
歡迎回來~
星期六 20:09 · 讚 · 回覆 · 更多

留言..... 發佈

遠傳電信 4G 上午12:07 38% facebook.com

253

在對面的豐發吃黑輪中 😊😊
星期六 16:41 · 讚 · 2 · 回覆 · 更多
高耀威已回覆 · 1 則回覆

準備很充足也很貼心的學生，值得好好鼓勵!
星期六 18:30 · 讚 · 1 · 回覆 · 更多
高耀威已回覆 · 1 則回覆

真棒!
星期六 19:41 · 讚 · 1 · 回覆 · 更多

高耀威
歡迎回來~
星期六 20:09 · 讚 · 回覆 · 更多

留言..... 發佈

(二) 問卷文本

我們是左營高中的學生，正進行以文創為題的小論文。
此問卷僅做學術研究，請安心作答。

1. 請問您的年齡介於？
 18 歲以下 (含) 19~25 歲 26~30 歲
 30~40 歲 40~50 歲 50 歲以上
2. 性別： 男 女 其他_____
3. 為何想來正興街？
 旅遊觀光 逛街 採買 聚會
 文創市集 攝影 路過 其他_____
4. 如何得知正興街？
 網路資訊 DM 親友 電視廣告 其他_____
5. 是否為臺南市市民？ 是 否
6. 正興街所吸引你的地方？
 文創市集 美食 攝影場景 其他_____
7. 您會將錢花在文創商品上嗎？ 會 不會
8. 您是否了解文創的定義？ 完全不知道 大概了解 完全了解

我們重視您勾選的每個選項
您所填的問卷，將對我們的小論文有莫大的幫助
謝謝您～