

民想 · 明享

# Envision 2020

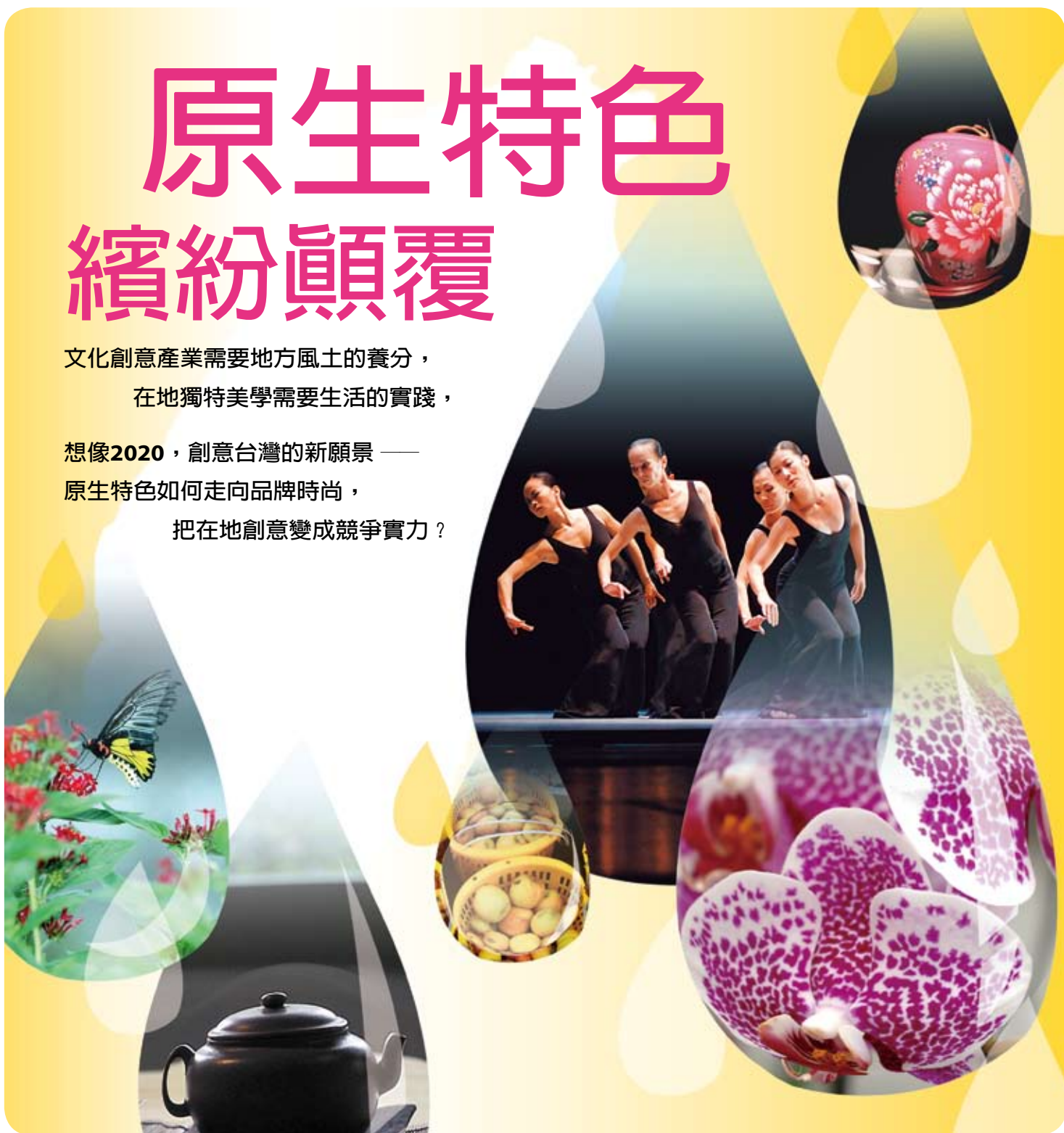
台灣產業與科技趨勢季刊 第二期

出版日期：民國九十九年八月

## 原生特色 繽紛顛覆

文化創意產業需要地方風土的養分，  
在地獨特美學需要生活的實踐，

想像2020，創意台灣的新願景——  
原生特色如何走向品牌時尚，  
把在地創意變成競爭實力？



編者的話

# 文化的蛻變， 來自雨露滋養，百花齊放

二〇〇九年，美國總統就職晚宴上，歐巴馬的妻子蜜雪兒穿戴的禮服令世界驚豔，那是出自台灣設計師吳季剛——從小喜愛京劇名伶的扮相、也愛在西式婚紗禮服櫥窗前觀察。同一年，台北聽奧也展現給世界一場難忘表演，召集國內知名的優人神鼓與啓聰學校學生，運用動畫與數位媒體，串起聽奧精神、台灣生態與文化，說了精彩故事。

二十四小時的不夜生活，從誠品書店到茶街，在台灣每天上演的景象形成特殊的商業經營；創意的養分橫跨世代，五十歲的李宗盛，是受台灣滋養的創作大師，七年級生組成「在櫟紅」，走訪台灣城鎮，發掘在地物產，打造獨有果醬。

台灣，從接納、吸收外來文化，到融合、創造自己的文化，如雨露滋養後，百花齊放，正嶄露自信的光采。全球化之下，在地的企業、政策思維等，必須與世界接軌。而與世界接軌的動力，正源自地方，擁有在地化的創新與實踐，才能延伸至全球。

金融海嘯過後，經濟成長減緩，失業率增高，許多個人及企業開始回歸到本質省思，帶來精神文化的復興。因此「Envision2020 民想·明享」第二期，我們專注發想台灣的「原生特色」，如何「繽紛顛覆」，引領台灣的創意經濟。

七月份，我們榮幸地邀請了文建會副主委李仁芳、

法藍瓷創辦人陳立恆、前中正文化中心董事長陳郁秀、數位時代總編輯詹偉雄與東吳大學社會學系專任副教授劉維公齊聚一堂，討論台灣的原生特色，如何透過創意、科技、行銷…等加值，進而被世界看見。

專家觀點一欄，則援引在地案例，從花卉、茶葉，至設計品牌、小筆電…，顯示台灣創意已具有輸出潛力。著有「原鄉時尚——八倍速驅動創意經濟」的陳育平，如何看文化創意產業發展？品牌先生施振榮，對於台灣在地元素如何走向國際，又有何種見解？且看人物觀點特寫。

二〇〇五年起，經濟部便開始與國內智庫勾勒台灣產業藍圖，本期風向球刊載了與時並進的成果，放眼未來十年，研究團隊見到新一代的台灣人，開始相信新的價值。同時，本期我們也邀請了致力對外行銷台灣、打造世博台灣館的推手——貿協董事長王志剛，分享眼中所見的在地力量；政治大學校長吳思華從教育著眼，鼓勵青年對未來的想像與實踐；華陶窯執行長陳育平，走訪過日、歐、美等地，體會原鄉之美來自城鎮，正用實際行動證明台灣創意文化及地方智慧，能與世界超連結。

今年度共發行四期的「Envision 2020 民想·明享」季刊，藉不同主題的發想，號召全民思索願景、共享未來。我們期待，願景的對話與行動永不止息，為台灣的未來注入希望。■