

「從黃色小鴨看南方文創產業的發展」公聽會會議紀錄

日期：102 年 11 月 28 日 (星期四) 下午 2 : 00

地點：本會 1 樓第一會議室

主持人：黃柏霖議員、陳麗珍議員、陳粹鑾議員

記錄：廖郁惠

- 一、主持人宣布公聽會要旨及介紹與會來賓
- 二、出席政府機關、專家學者、民意代表討論並交換意見

立法院黃昭順委員服務處副主任賴順敏

行政院南部聯合服務中心組員陳怡玟

高雄市政府新聞局副局長蔡秀玉

高雄市政府觀光局科長孫春良

高雄市政府經濟發展局科長黃桂華

高雄市政府都市發展局科長郭進宗

高雄市政府研究發展考核委員會組長許芳寶

高雄市政府文化局主任林冠宇

高雄市政府教育局科長韓必誠

高雄市政府交通局科長陳志鵬

高雄市政府捷運局科長李宗益

高雄市政府海洋局科長陳啟芳

高雄市輪船公司董事長張清泉

中華民國旅行業品質保障協會副理事長楊賢能

大仁科技大學文化創意產業研究所教授兼所長王秋傑博士

國立台南大學兼任助理教授胡以祥博士

國立高雄餐旅大學旅遊管理研究所副教授吳英偉博士

- 三、主持人黃議員柏霖結語

- 四、散會：下午 4 時 4 分

「從黃色小鴨看南方文創產業的發展」公聽會

主持人 (黃議員柏霖) :

公聽會開始，今天下午麻煩市政府各局處與幾位學者專家一起來探討，還有旅行業品質保障協會的副理事長，我們一起來討論「從黃色小鴨看南方文創產業的發展」。高雄這幾年來讓很多第一次到高雄來的朋友都覺得高雄亮了起來，因為高雄整體在公共的藝術與視覺上變化很多，以前我們是工業都市，空氣不太好，來到這裡都覺得到處烏漆抹黑、髒髒的。事實上，我們高雄從生活型態上的改變與產業的改變，像民國八十幾年把半屏山與壽山的採礦停掉以後，各位就可以發現我們的空氣變得比較乾淨了，我常常說，以前只要一天衣領就黑了，現在大概可以撐兩天，這就是一種進步。

過去我們比較不重視公共藝術與整體景觀視覺，現在很多朋友來到高雄都會說：「哇！你們高雄變美了！」當時比較特別的就是五福路的城市光廊，運用燈光與把整個公共圍籬拿掉，事實上那都是一些改變，但是從這些改變以後，未來我們怎麼樣讓它透過這種文創的改變來提升我們整體的生活品質是非常重要的。

大家可以知道未來設計的能力非常重要，每一個產業都需要設計，像一支手機，它的尺寸、形狀與材質，每一個東西都是一種心思的投入，因為你的投入，整個產值就會有很大的不同，所以我們高雄未來如何透過文化局目前所推動的大駁二特區與很多文化相關產業的扶助，以及我們高雄有這麼多像樹德、大仁、正修與高餐旅等相關產業科系新血輪的投入，如何從目前就學到未來的就業到產業的布局與茁壯，高雄未來要讓都市再翻轉，我覺得文化創意產業對未來非常重要。

我們舉例最近的例子就是黃色小鴨，事實上沒有人想過一隻鴨子就可以創造那麼多產值，如果知道，我們去年就做了，何必等到今年。你看看在網路上所引起的迴響，還有薑母鴨、鋼鐵鴨等等一直出現，所以我在想黃色小鴨如果不在了，如果我們弄一隻很大的薑母鴨，辦一個萬人薑母鴨大宴，那也不錯。我覺得很多東西就是創意嘛！如何讓更多的人能夠參與，你看黃色小鴨那麼多人參觀，因為這隻鴨子，從台北、北部與各地到高雄來，為了看鴨子，來這邊住宿、來這邊吃飯，帶動了產值。

等一下我要請新聞局報告一下，事實上我知道市政府也沒有花很多錢，如果和燈會比起來，這個錢算少數，可是它創造的口碑，各位不要只是看到人來，電視每天播出的效益是無遠弗屆的，台灣現在的社會到處可以看到每天電視一直播，你看，鴨子怎麼進來、怎麼退場與怎麼保養好等等，我想，這些對未來的產業都是會有一些很正面的影響。我們怎麼樣讓它做得更好，這個部分我們也希望等一下市政府相關局處報告完以後，也拜託各位學者專家與副理事長給我們一點建

議，我們希望在這個好的基礎上能夠更好，這個部分我們就提請大家一起來討論。

當然，今天討論的議題很多，包括這個為什麼會吸引人與各位的觀點，還有我比較關注的是未來可持續性創造的是什麼，循著這個基調，我們高雄未來如何可以更好？整體來說，我們怎麼樣讓它的效益更好，未來如果有機會再辦，我們有什麼應該要特別注意的？我們就開始發言，也謝謝共同主辦人陳議員麗珍到場。首先，我們請新聞局，這次小兵立大功，花少少的錢，卻得到很大很大的效果，請副座，謝謝。

高雄市政府新聞局蔡副局長秀玉：

主持人黃議員、陳議員、各位貴賓、各位專家學者、市政府團隊的與會代表，大家午安、大家好。首先，剛才主席也有引言，新聞局就這次黃色小鴨首站到高雄展出活動的爭取、籌備與執行過程做一個簡要的說明報告，與各位做一個分享，也希望各位學者能夠提供給我們一些更好的建議。

有關黃色小鴨爭取的過程，黃色小鴨是荷蘭藝術家霍夫曼設計的作品，2007年首次在荷蘭展出後，陸續在全球 14 座城市巡迴展出，在國際上它是一個公共藝術的展出，已經有幾年的時間。在今年 4 月，陳市長特地去函邀請霍夫曼的黃色小鴨能夠到高雄展出，緊接著，市長 6 月就派遣李副市長率新聞局與觀光局一起到香港，當時正是黃色小鴨在香港展出的時候，就由李副市長率新聞局與觀光局一起當面和霍夫曼談，希望能夠邀請他來高雄展出，所以那次我們就順利爭取到了，霍夫曼同意，高雄就成為台灣第一個展出的城市。那時候同時爭取的有上百座城市，我們也很幸運能夠就這樣子爭取到。

爭取到之後，我們就要進入籌備的階段，籌備過程也是滿辛苦的，小鴨主要的兩個主體，關鍵就是在鴨體與浮台，因為鴨體要展出城市自己製作。我們知道台灣除了高雄展出之外，還有桃園與基隆，桃園也已經展完了，接著就是到基隆展出。鴨體是每個城市要自己打造的，高雄勢必是第一個要做出鴨體的，市政府團隊就與這次參與展出的左腦創意行銷公司找到大氣層事業有限公司，大氣層公司在氣球製作經驗上是非常有名氣的，所以我們希望能夠請大氣層公司幫我們製作 18 公尺高的黃色小鴨鴨體，18 公尺相當於 6 層樓的高度，這隻鴨在亞洲是第一大隻的，在全球是第二大隻的，比香港的還要大。當然，大氣層公司幫我們做得也非常好，那麼大的工程，它做了之後也獲得霍夫曼的肯定，也希望我們把這個經驗傳承給桃園與基隆，所以我們所做出來的作品霍夫曼本人都很滿意，這是鴨的主體。

另外，鴨體下面要有一個浮台，那個浮台是我們另外要去克服的一個挑戰的工作，於是市政府諮詢台灣港務公司，因為我們展出的地點是在光榮碼頭，所以就向港務公司分公司諮詢相關經驗與光榮碼頭的海象、風向與潮差等數據，我們做

參考之後就請本市在地的、在全球造船業非常有名氣的慶富造船公司幫我們承接這麼一個重大的任務，而且那時候行程上是滿緊湊的，因為這個展出是在 9 月 19 日開展，當初爭取到的時間離展出時間是滿緊迫的，所以也很感謝慶富造船公司能夠在展前一週完成浮台製作，因為完成之後還需要進行組裝、測試等前置作業，慶富這次真的是不負眾望，這是我們在地非常優質的造船公司，其實我們很感謝慶富公司。

鴨體與浮台我們已經大致上有一個著落了，爭取到展出權利之後，我們就開始要籌畫後續的，我代表市政府真的要非常感謝，因為是由我們新聞局主辦，我們非常感謝民間非常熱心的贊助與共同參與，民間很踴躍，這一點是我們市政府真的要很感謝的。這一次民間給我們資源，贊助這樣一個展出活動，所以我們就能夠在 8 月 5 日在福容飯店召開記者會，把這個訊息公布讓大家知道。這個訊息公布之後，相關的產業就去構思要如何運用小鴨來訪做一個規劃，所以市政府各局處就積極開始做分工的事項，包括安全維護、交通、環境與旅遊等等，尤其是套裝行程。

我們把這樣的訊息公布之後，小鴨完成，接著我們就要進行充氣、測試的過程，到刊物、文宣整體的宣傳，這個過程，新聞局都很密集的召集各相關單位，也密集的開會，所以，這次高雄市政府所有相關局處全心投入，還有民間的合作與市民共同參與，我們從無到有。

剛才主席也說到經費，其實我們沒有動用到政府公部門的預算，說起來算是一個很好的城市行銷，各位在所有媒體、所有報導，無論是電視、平面媒體與雜誌，甚至國外媒體，其實都有看到相關的訊息。所以在整體效益上，我向各位報告，這次的黃色小鴨展出，整個過程全部都是 MIT，霍夫曼也很滿意我們所做的，他還稱讚我們的技術令人驚訝，這也是對我們的一個肯定與鼓勵。

我們總共展出 32 天，從 9 月 19 日到 10 月 20 日，總共有 32 天，是全天候展出的，我們有保全，警察也幫了很多忙，我們還必須注意很多的細節，讓它能夠順利展出。

這次展出 32 天，大致上我們估出來，參觀的遊客大概有 392 萬人次，帶來 10 億元以上的觀光效益。除了這樣的效益之外，剛才有特別提到光是媒體的報導，它對高雄市整體行銷的價值就滿高的，因為展出期間 SNG 在現場連線，還有平面媒體的報導，以及國際媒體親自來這裡採訪，我們都獲得大篇幅的報導，其中包括美聯社、法新社、美國之音、美國廣播公司、彭博商業周刊、美國華盛頓郵報、日本富士新聞、歐洲新聞台、CNN 新聞旅遊網頁頭條，甚至 Google 也有來這邊拍攝，包括霍夫曼也都在臉書上幫我們做這樣的宣傳。所以這個展出，我們認為它提升高雄市國際能見度，也是滿成功的一次國際行銷，新聞局簡要做這樣

的報告。

主持人 (黃議員柏霖) :

謝謝副局長。接著請觀光局科長，謝謝。

高雄市政府觀光局孫科長春良：

首先，感謝黃柏霖議員、兩位陳議員、三位大學教授、各產業的先進與市政府所有代表同仁，大家午安。觀光局首先還是要非常感謝新聞局與市政府團隊舉辦這一次黃色小鴨的活動，事實上最受益的可能就是觀光產業這一塊。也向三位議員報告，黃色小鴨在高雄期間，旅館住宿人次將近 73 萬人次，光是這個月，大概有 73 萬人次就在高雄住宿，包括觀光旅館與一般旅館，當然，不是所有人都衝著小鴨來，我們與前期做一個比較，大概增加了 14 萬 3,000 多人次，淨增加了 14 萬 3,000 多人次，所以剛才新聞局副座所提 10 億元的數據應該是很保守的，光是住宿，我們的觀光旅館與一般旅館，還有觀光客來到這裡總是需要使用交通，以及買伴手禮、吃飯等等，光這 14 多萬人次就有將近 8 億元的產值，所以 10 億元這樣的數字應該是可信而且保守的。

剛才黃議員有提到小鴨活動與燈會，今天是 focus 在我們比較大型的活動，因為小鴨是一個國際性的活動，高雄燈會從 90 年開始舉辦，到 102 年已經是第 13 個年頭，我也向議員報告，當 90 年高雄燈會開始舉辦時，也有夾帶中央的資源進來，在經濟學裡面有一個「邊際效益遞減」的原理，首屆舉辦的時候 always 都會引起很多人的注意與注目，如果這個活動內容夠豐富的話，所以 90 年的時候，燈會是一個非常嶄新的活動，那時候衝的人數也都很高。當然，活動辦久了之後就會有一點疲乏的狀況出現，尤其這樣的活動已經舉辦第 13 個年頭，所以也向三位議員報告，事實上，市政府長官與局裡面的長官都有在研究，明年的燈會我們會做一個改版，先向三位議員報告一下，可能主軸不會在光榮碼頭，原來放煙火、找一些藝人來做表演、做吸引的方式，我們可能會改為在高雄市主要商圈做一些非常有高雄在地特色的燈飾，例如布置在中山路或五福路與在捷運節點很容易到達的地方，把可以參觀的動線幾乎都布置這些有特色的燈飾，讓遊客來到高雄就會感受到整個高雄的活力與繽紛璀璨。

目前暫定整個燈會的期間會拉得很長，甚至在農曆過年前就展開，以往高雄燈會都在年假結束之後才開始，我們過年過完了，過年放 8 天或 9 天，每年都不一樣，放完年假之後，高雄燈會會集中在元宵節前舉辦，大概早一個星期到十天左右舉辦燈會，以往的模式都是這樣，明年 103 年可能就會在除夕前就把整個街區布置妥當，現在理想是這樣子。向議員報告，應該是定案了，只是時間上我們會請得標廠商趕快配合，在過年前我們就把這樣的消息 announce 出去，因為過年期間台灣中北部的天氣都比較冷，我們希望遊客不管是返鄉或旅遊也好，能夠選

擇來高雄，特別在夜間的時候，我們會讓高雄市主要商圈的地方亮起來。目前我們鎖定中山路與五福路，從這些路段的商圈一直延伸到愛河，甚至到目前剛開幕啟用的國際會展中心，這一塊就會讓它亮起來，而且都是在捷運的主要節點上，會很方便外地遊客到這裡來做遊訪，這部分就是我向三位議員先做這樣一個報告，謝謝。

主持人 (黃議員柏霖) :

謝謝。我們接著請經發局，謝謝。

高雄市政府經濟發展局黃科長桂華：

謝謝主席。兩位議員、各位專家學者和與會先進，大家午安，經發局做報告。經發局想試著從第六點，有關於這次黃色小鴨這樣一個大型活動來做商業規劃的延伸，以及如何再就效益比較高的，例如會展產業的部分來談一談我們後續想要做的。其實大型活動與會展活動都能夠帶來商機，這個大家都了解，會展產業是我們明年高雄市政府政策上要推動很重要的產業之一，會展活動除了它本身的展會活動有一些直接的、像門票或攤位的收入之外，其實就像剛才大家所談到的，大型活動帶來了周邊例如觀光效益、餐飲效益與一些實質上的延伸效益，其實都是非常大的，所以我們會努力的來做這一部分的推廣。

目前在會展產業上，府裡有成立一個高雄市政府會展產業推動的辦公室，整合資源與經費一起來投入這個部分，我們目前有兩個想法，因為比較大的活動它的成本當然會稍微高一點，但是它產生的商機其實也是非常高的，所以值得我們來做。目前在 MICE 產業裡面獎勵旅遊的部分，國際趨勢中，在商機的部分可能是非常高的，因為獎勵旅遊企業的一些會議通常是為了獎勵員工，有一些企業主為了讓員工有更大的尊榮感，可能都是高規格的接待，所以這邊產生的經濟效益我們覺得會比較高。

另外再談到會展活動，會展活動不外乎就是展覽與會議的部分，假使再加入一個活動產業的概念在裡面，可能更能夠激發相關產值的產生，例如辦一個自行車展，再搭配一個自行車的環台賽，這樣一個活動與會展，這樣子的一個感覺；再例如遊艇展，假使再加上一個遊艇嘉年華的活動，這兩個進去的話，可能結合起來就變成廠商也能來，參觀者也能來，參展者也能來，消費者也能來，買者也能來，像這樣子融合在這裡面，就不再是專業展或消費展，它可能是一個整合的東西，這樣的東西能夠吸引大家來。再來，假使這樣的一個活動本身就有國際知名度的話那可能就更好；再來，它還有一些貿易的性質，有一些商機在裡面，其實在這個部分我們會覺得它產生的效益會是更高的，所以目前我們的會展可能就會朝著這種比較高經濟效益的方面來推動，以上，謝謝。

主持人 (黃議員柏霖) :

謝謝科長。接著我們請都發局郭科長，謝謝
高雄市政府都市發展局郭科長進宗：

主席、兩位議員、各位學者專家與各位長官先進，大家好。都發局從都市發展與行銷的角度來切入黃色小鴨，這方面我們比較專精。現在台灣已經有兩個地方展過小鴨了，我們應該很明顯的看出民眾比較愛與民眾比較常常貼在網站，我們從體驗經濟來看，大家比較喜歡看的照片都是那種碧海藍天與豔黃色的鴨子還有它周邊的景色，所以就都發局來看，鴨子帶來人潮，可是我們比較在乎的是鴨子後面的東西、它的大舞台。這次有結合到高雄港區的發展，也非常感謝新聞局把鴨子放在港區，放在港區等於無形的幫高雄市整個市政行銷多打了很多的強心劑，包含我們從去年開始一直推動的亞洲新灣區的計畫，還有我們一直在說服港區國公營土地加入我們的更新再造，整個改造高雄港區。

這隻鴨子帶來所謂廣告行銷的效益，甚至國外媒體也關注，大家開始去認識高雄在冬天還是有很有魅力的景致，它的港區是一個看起來很有恢宏氣度的大舞台，搭配進去，這就是我們的目的。

從文創產業的部分來看這隻鴨子，對高雄市來講，我們受益最大的就是城市行銷與城市形象的提升，這個部分是政府編再多預算都很難達成的，我們非得靠這隻鴨子不可，但是這個會有一些我們深思遠慮的問題，這放在第三個問題。就我們的部分來講，一個文創產業在乎的是軟體的部分與創意的部分，但是需要硬體的支持與硬體的支撐，高雄市政府針對它背後硬體的部分，包含整個文創基地與文創產業相關的扶助措施，還有公共建設的部分，也應該思考要怎麼樣去轉型或提供更好的服務，包含大眾接駁、大眾運輸，甚至舞台或大型的開放空間。

第二個部分是高雄有一個很得天獨厚的，雖然與香港的條件差不多，但是就台灣而言，全台灣就只有這麼一個親水的會展中心，這是一個很得天獨厚的環境，誠如剛才經發局有提到假設我們有一個室內的展，外面就是室外，室內、室外可以同時聯展，甚至可以搭配不同的活動，讓它成為一個雙展場的概念，可以透過這種有設計感的活動讓整個文創產業更加值，讓它的效益更加倍擴大，這個部分是我們現在可以想得到的問題。高雄展覽館成立之後要搭配什麼展，除了這個展裡面之外的活動，高雄市政府還有什麼樣外面周邊的活動、周邊的商機或周邊文創設計的部分，這個我們可以來思考，甚至民間也可以來幫助我們，提供一些好的點子。

另外一個呼應到主席這邊的議題第五題，如果黃色小鴨一直在高雄展，會不會有邊際效應遞減的問題？最明顯的例子，我們來看看好幾年前 2009 世運會電音三太子的例子，我以前當學生的時候，我們都有聽過一個笑話，就是台灣的高科技產業都很喜歡把高科技變成夕陽產業，一台光碟機一開始賣 6,000 多元，大家

拚命生產、拚命做，現在變成一台 900 多元。同理可證，如果回到文創這個部分，文創產業被商品化之後，它也會有這樣的問題，如果小鴨明年再來、後年再來，那就會和燈會的效應一樣。那麼怎麼樣讓它延續呢？我個人觀念，那就是文創產業創意這個東西的本質了，一個文化的東西把它創意化之後不是讓它商品化後就定型在那邊，然後一直炒、一直用，任何的商品就和手機一樣每年都會更新，文創商品也是商品，文創產業弄出來的周邊效應也是它的周邊效應，它也是一種商品化的東西，邊際效應也是會一直遞減，所以必須靠很多的創意來更新。

我這裡就想到我們高雄之前有「工人漁婦」，目前在駁二還有，很巧的，我三年前在利物浦港區也發現，到底是不是我們學利物浦港區的雕塑品？它的雕塑品也是塗了很多顏色，他們叫做「香蕉羊」，一個日本人幫他們設計的，長得像香蕉的一隻綿羊，放在港區很多地方，塗了很多不一樣的顏色。他們不是把它當成公共藝術品而已，利物浦的旅遊局還設計一個「尋找香蕉羊」的活動，我們這個城市港區裡面總共有 13 隻羊，看看你能找到幾隻？也不告訴你任何線索，就讓你去逛整個城市。如果我們能夠有這樣的巧思的話，甚至把活動變型，或是把一個單點的小鴨的效益...，我們當時沒想到，當時如果想到在高雄市放很多鴨，辦一個尋找七彩鴨之類的，類似像這樣子的活動效益，我們必須要靠很多的創意與很多周邊的想法，才能讓一個活動不至於衰退。每個產品都有它的週期，這個產品走到末期之後必須要有一個新的東西出來，這個就是我們必須要努力的地方，以上，謝謝。

主持人 (黃議員柏霖) :

謝謝。我們請陳議員先發表一下。

主持人 (陳議員粹變) :

謝謝優質的主席。陳議員、各位學者專家、產業先進與市政府團隊，大家午安、大家好。我們都有看到這個從荷蘭藝術家手中所創造出來的黃色小鴨帶給高雄的旋風，到現在還能在便利商店與各店家門口看到這隻黃色小鴨，我想，這是非常成功的文創產品，也點醒我們高雄市政府對於文創概念的重新思考。

所謂文化創意是包含一個國家或城市的生活習慣與文化內涵，絕非只是用商業思考就能去定義的。就黃色小鴨而言，是藝術家用視覺思維把平常陪著小朋友洗澡的鴨子放大，讓各國的港口變成鴨子的澡缸。

所以在國外那麼受歡迎的原因，在於黃色小鴨不只是西方人的故事，更是他們生活中的一個小部分。歐美的孩子，幾乎每個人都有一隻黃色小鴨，所以可以說，黃色小鴨已經是歐美孩子成長過程中的一個文化。因此，藝術家只是順水推舟，將已經融入大家生活的鴨子轉為藝術的創作，再結合媒體的宣傳，所以非常成功創造無限的商機。

反觀高雄市，因為這個城市太年輕比較沒有故事，經常又都跟著台北的步調走，同時又愛抄襲國外的創作，又愛用國外的創作來創作，所以缺乏高雄當地在地的特色和內涵，因此我們一直沒辦法走出高雄自己的文化特色。所以，本席覺得就別再談說文化創意的內容在哪裡，我希望透過這次的公聽會，更能深入探討高雄文創真正的問題所在，然後為高雄找到城市的基調，還有發展的利基。以上報告，謝謝優質的主席。

主持人 (黃議員柏霖) :

謝謝陳議員。他講的很好，我看到黃色小鴨之前，最近一次看到鴨子是在哪裡？是我們去泡溫泉有下面裝個溫度計的小鴨，那就是溫泉鴨，然後要泡溫泉之前，要先把鴨子丟進去看看溫度幾度，不然如果是 60 度一進去豈不就煮熟了，那就是溫泉鴨，聽你一說我才想起來，它就和一般的小鴨差不多大，只是它下面有裝個溫度計。再來，就是小時候的鴨子，我們今天探討的是，高雄未來在知道這個創意和這些好的 design 的東西，對於城市的產業發展，甚至不只產業發展，還有我們的生活型態也幫助很多。我剛剛一直提到，一個有創意、有設計的城市，那個質感就會不同，因為你的生活環境不同，未來你的思考、生活也會不同。我們希望這個城市是一直往上的，而不是像過去我們一直停留在組裝加工，譬如以前的加工區再怎麼做都還是那些，但是我們要開始進步，所以我們等一下就盡量延續這個議題。謝謝陳議員，因為他還要去會勘，其實議員的事情很多，所以讓他先離開。接著請陳議員麗珍發言。

主持人 (陳議員麗珍) :

謝謝黃議員柏霖、陳議員粹鑾，還有今天市府的團隊和專家學者，大家好。今天針對黃小鴨我個人有一個想法，我們這次黃小鴨的展出真的是非常成功。為什麼不是花很多經費，然後卻能夠創造那麼高產值的效益呢？我想這也是剛好找到一個主題是這樣深入人心，因為黃小鴨看起來讓人家感覺就是很天真和諧，然後又輕鬆減少壓力，暫時忘了煩惱，可能剛好符合現代人的一種心境，所以這一次的展示非常成功，讓高雄市未來對人文文化或者是文創我們都非常重視，不只是過去工業區的形象。如果黃小鴨未來重點是每一年都引進來展示的話，是不是要評估這樣吸引人的魅力會遞減，這也是我們的重點。最近很多議員都會把黃小鴨拉到自己的區域來，有人要拉到興達港、蓮池潭，大家都要拉到自己的區域，我也想把牠拉到蓮池潭來，每個人都說很適合自己的地方，確實啦，因為大家都喜愛嘛！所以，這樣的一個創意非常的好，也剛好我們的團隊每一個細節都做好，然後氣候又好，這中間都很順利、很圓滿，這是非常不容易的，所以未來我們還可以有更多的創意來增加我們的觀光產值，然後帶動每一個好的區域。像我們的蓮池潭這麼好的周邊環境，高鐵站在旁邊，高速公路也在旁邊，有古蹟、主

場館、半屏山，哇！那麼好的資源，還有濕地和全國廟宇最多的地方，未來舊的左營國中，市府可能要規劃去招商蓋最高級的五星級飯店，這樣的串連，包括鐵軌道未來要改成一個綠廊道，從左營蓮池潭一直到愛河、鳳山。這樣的好環境，如果能夠有這樣小小的又經費不大，而且行銷又這麼有效益的話，我們等待市政府再有個創意來蓮池潭發展。當然，每一個地方的發展都會帶動整個高雄市，那是一定的，只能謝謝大家，這麼多專家學者，我們也是來聽聽大家的意見。

主持人（黃議員柏霖）：

謝謝陳議員。接著請研考會許組長。

高雄市政府研究發展考核委員會許組長芳賓：

主持人、陳議員及各位與會的專家學者，大家好。研考會這邊做幾點看法分享，第一個，黃色小鴨成功的因素可以歸納為天時、地利、人和，這個都不可或缺。首先在天時的部分，因為黃色小鴨是從 2007 年開始在世界上巡迴展出，其實一開始並沒有得到這麼大的迴響，所以我也在想，如果它第一站就到高雄，搞不好它也沒有這麼轟動。它巡迴到這十幾個城市，到香港時才正式到華人的區域，然後比較引起台灣的注意，因為這幾年十幾個城市的展出，在世界上它已經累積足夠的媒體報導題材，所以我才會認為一開始或許不會有這麼大的迴響。我們的媒體很厲害，賦予它一個療癒角色的形象，它觸動很多人兒時的情景，所以讓很多大人、小孩都有個回到兒時幼稚天真的機會。第二個，是在地利的部分，高雄港在以前就封閉很久了，到最近這幾年才一一打開圍籬。從來沒有想過，以前管制這麼嚴格的高雄港，竟然讓這麼大的玩具很恣意的停留在港區的水面，這個和我們小時候在浴缸裡面看到的小鴨樣子，真的是滿像的。我覺得很重要的一點是，因為高雄港以這麼遼闊的面積放這隻這麼大的小鴨，它的比例剛剛好，這個和我們在桃園看到小鴨放在一個埤塘裡面，其實那個樣子是差很多的，我們會覺得那隻小鴨很委屈，在那麼小的水域不知道怎麼生活。第三個，是人和的部分，當然這次高雄市政府不可諱言在新聞局和其他局處的努力之下，真的可以說在活動的入出和操作上實在是非常成功。因為它跨入的門檻不高，我講的是民間的餐飲住宿，他要參與這樣的一個活動，它參與的門檻不高，所以等於是雨露均霑，大家都可以共襄盛舉，所以在人和的部分，市政府其實是做很大的努力。

如果要和燈會比較的話，我會覺得黃色小鴨有它的魅力，有一部分的原因是因為它很新鮮，我們從來沒有看過這樣的展示，然後它是突如其來的，它有它的珍貴性，如果我們錯過這一次，我們以後在國內可能就很難看得到，可能要到國外才看得到了。燈會的內容或它呈現的方式，它雖然每年都是可以翻新的一個民俗活動，但是基本上它是可以預期的，所以它可以吸引的是一些有計畫每年參觀燈會的這些國內外民眾或觀光客。基本上，這兩個產生效益的基本原因應該是不大

一樣的，都有它的貢獻所在。在黃色小鴨展出的遞減效益上面，第一個，它的展出效益，如果根據報載它吸引 10 億的商機，主要是從飯店和百貨的成長來估算，當然我也同意它確實是低估，但是最大效益是在城市上的行銷，它的效益真的是難以估算，大家大概都可以認同這一次真的是非常成功的城市行銷活動。

如果要談到它再展出的效益是不是會遞減，大家應該也認同它再展出是會遞減的，因為這種同類型的活動都比較不容易再造成一樣的風潮，其實也不用太苛責，這就是文創的價值和魅力所在，讓任何有創意的作品都有機會可以成為國際矚目的焦點。或許我們再弄一點巧思讓它變化一下，譬如小鴨可以變天鵝，以後我們展示天鵝也不錯。

主持人（黃議員柏霖）：

接著請文化局林主任。

高雄市政府文化局文創發展中心林主任冠宇：

主席、各位與會的先進，我們私下都戲稱這次來講，黃小鴨打敗「黃小玉」，就高雄港而言，它的散裝貨物最大宗的是黃豆、小麥、玉米，所以我們戲稱為「黃小玉」。在這次的黃色小鴨期間，文化局也搭配紅毛港三艘觀光遊艇，行駛的路線包括駁二到紅毛港，以及亞洲新灣區這二條路線。這樣的路線，沿途可以飽覽包括哈瑪星、85 大樓、旗津、洲際貨櫃作業區，或是包括亞洲新灣區推的幾個未來發展的設施，這個部分透過遊艇的搭乘，可以近距離從海上來觀賞黃色小鴨。就文化局部分，一個月大概超過 1 萬 5,000 人搭乘，依據報載來講，包括輪船公司、港務公司，以及民間相關的船舶而言，總共超過二十幾萬人次搭乘觀光遊艇的部分。也透過搭乘的過程全程專業的導覽，深入淺出的帶領遊客來蒐尋了解高雄港發展的歷史，也為遊客帶來一趟感性、知性兼具的旅程。未來我們覺得可以做更多的串連，這是我們在黃色小鴨期間文化局在推動的部分。

文化局這幾年來其實在文創的一些環境的整備上面，主要以推動北、中、南三大文創園區做為主軸，包括橋頭藝術特區這邊，也包括未來左營眷村文化園區，以及推動已經有相當成效的駁二藝術特區這三個部分，延伸出去，也包括最近的英國領事館和山上的官邸同時整建完成對外開放。紅毛港文化園區、歷史博物館、美術館，文化中心、大東文化藝術中心等等，甚至在鳳山區、岡山區，還有旗山區都有相當多的文化景觀資源和設施，像前陣子駁二藝術特區也獲得天下雜誌評比為藝文特區類的第一名，這也是在大家共同努力之下。

針對黃色小鴨這個角度來看，其實未來我們可以更從觀光產業來做導向，進行區域性的一個規劃和串連，在呼應文創的包裝、文創開發的手法來做結合，用觀光旅遊的層面來包裝文化景點和文創商品，應該是未來推動的方向，所以從這樣的角度來看，很多的推動其實是離不開文化和生活。如果對未來的期待而言，大

概從五個面向來著手和提出建議，第一個，文化的面向，是以產業文化為基礎，轉型或延伸到文化產業或創意產業的層面。第二、是觀光面向的部分，希望能夠更進一步結合觀光的理念，落實文化創意產業的推動。第三個，是創意的面向，我們未來也是希望透過有計畫性的加強推動，提供一個推動的平台，包括產地交流相關的 Know-How，經驗和整合資源、網路資源等等，這些把它結合進來。第四個，是國際的面向，如何去發揮高雄市的海洋資源、多元文化及觀光資源的部分，進一步推動國際間的觀摩和交流。最後一個是認同的面向，也是我覺得最重要的，就是一個在地文化的認同，是產業推動相當重要的基礎，從文化觀光深層的一個核心價值，到發展具有國際競爭力的創造性和特殊性，更有賴產官學對於在地的認同和養成的部分。以上就文化局的看法提出建議。

主持人 (黃議員柏霖) :

謝謝文化局。接著請教育局韓科長。

高雄市政府教育局韓科長必誠：

謝謝主席。與會的先進，教育局報告，黃色小鴨這個活動站在教育局的立場，我們是覺得讓孩子能夠親近藝術，其實是非常重要的。培養藝術、親近美感教育，在十二年國教裡面，藝術教育是非常重要的。中央組織改造之後，教育部成立一個「師資培育及藝術教育司」，它在明年有一個非常重要的實驗計畫，是由漢寶德與他們司長來主持，就是整合型的視覺形式的美感教育實驗計畫，這個計畫分北、中、南區，由各個區的大專院校來當作主軸，然後培養各在地所有的這些種籽老師來教育。這個計畫，高雄市可能由高師大來負責，對於如何提升國民的美感素養有紮根的效用。其實高雄市教育局在這個區塊，我們局裡面也鼓勵學校成立很多藝文社團，配合教育部其實我們也辦美術、音樂等各個相關的比賽活動，燈會也有花燈的製作，所有的學校都踴躍的參加。

在這邊也向與會的先進報告我們局裡面橫向的連繫，其實我們和文化局這個區塊，教育局和它現在非常密切的結合，讓孩子能夠親近藝術，我們從小能夠培養他欣賞藝術的素養，所以文化局相關的活動，其實文化局出錢出力讓偏鄉的孩子坐遊覽車到市區看這種藝文活動，譬如我講太陽馬戲團的演出，偏鄉的孩子他可能一輩子沒辦法看，但是透過文化局的協助，偏鄉的孩子可以來參觀太陽馬戲團；另外，現在紙風車的展覽在大岡山地區，大岡山地區所有的學校大概都會藉著文化局來參觀。所有相關的這些，我覺得高雄真的是一個幸福的城市，我們這麼多藝文活動的硬體已經很成功，但是軟體我們藉著學校的紮根教育，希望我們的孩子都能夠德智體群美均衡的發展。所以，在這裡我是覺得高雄市是非常有希望的，教育局在這個部分我們非常樂意，你看黃色小鴨我們常常看到從幼稚園到大學的孩子都在那邊看的非常高興，小孩子可能一家子都來了，有阿公、阿嬤、

爸爸媽媽一堆人都去參觀這種藝文活動，所以我覺得這個在高雄市非常有希望的。因此，這種活動我們是很樂觀其成，辦這種活動教育局也會鼓勵師生踴躍來參加。

主持人 (黃議員柏霖) :

科長，請問你剛剛提到的活動是岡山的紙風車昆蟲展嗎？

高雄市政府教育局韓科長必誠：

對，昆蟲展。

主持人 (黃議員柏霖) :

不只岡山嘛，其他偏鄉弱勢的孩子有沒有專案來讓他們看？我這二天也在想這個問題。

高雄市政府教育局韓科長必誠：

這次是在岡山文化園區，文化局他們這次的聚焦是在大岡山，就是路竹、橋頭，還是永安，所有的學校大概都可以，因為我們現在和文化局今天下午剛好市政府也在開協調會，就在這個時候，費用是文化局出，他們出車資，然後還有他們的餐點都文化局出，我們只是邀學校來看，所以我覺得這個非常有意義。其實我們和文化局真的合作得非常密切，而且也非常感謝文化局出錢出力，因為現在縣市合併之後，比較偏鄉的孩子，如果沒有遊覽車載他們過來，他們沒有辦法，他們真的沒有辦法。透過我們的調查，其實在小港地區的學校，他都沒有進入到我們的文化中心看過表演，我們覺得非常傷心，所以像六龜國小、甲仙國小、內門國小，這些內門區域的孩子，我們能夠把他送到市區來參觀藝文活動，我覺得這是有需要的，但是他們需要我們用一些配套措施來協助他們，不然學校因為經費資源比較少，他們可能真的很需要我們，這個我們和文化局有很密切的配合。

主持人 (黃議員柏霖) :

你們那個量，就是學生大概有多少人？你們這次計畫岡山這個。

高雄市政府教育局韓科長必誠：

如果大岡山地區應該不少，這個學校…。

主持人 (黃議員柏霖) :

這個好活動啦，我的意思是鼓勵，因為我知道那個在台中和台北展出時都好多人去看，那也是一種創意。

高雄市政府教育局韓科長必誠：

對，是一種創意。

主持人 (黃議員柏霖) :

紙風車執行長李永豐外號李美國，我們小時候不是都看格列佛遊記嗎？他就把鯨魚都變得很大隻，你從頭進去就可以看到所有的器官，所以你只要跑一趟就知

道鯨魚肚子裡有什麼東西，一輩子都不會忘記，所以這個很值得推廣，會後我會再找你，看怎麼來協助。接著請請交通局陳科長。

高雄市政府交通局陳科長志鶴：

主持人、與會的學者專家及各位先進，大家午安。交通局想從交通維持的角度，切進來看這個大型的活動整個維持的情形。這次的黃色小鴨在一個月的展期裡面，大概一共吸引 390 萬個觀光客。大型活動的展出，對於都市地區交通影響的衝擊也是很大，像這一次尖峰時間，一天大概有 30 萬人，所以對我們來講，大概每天都在做跨年交維的事情，那個量非常的大。尤其是在市區裡面要辦這種大型的活動，對於交通的衝擊也相當大，尤其在光榮碼頭周遭的這些道路，像五福路、中華路的影響會很大，因此在策略上，我們要採取的是利用大眾運輸接駁的方式，來鼓勵民眾使用大眾運輸的方法進到展區，同時也透過這個機會，讓民眾能夠慢慢習慣在參與大型活動的時候，他如何適當的選擇運具。所以，在活動的官網上，我們的訊息都是提供如何使用接駁車、如何使用捷運進來。至於小型汽車的部分，我們就把它規劃在捷運周圍的這些轉乘站，所以你把車開到捷運車站附近，然後再搭捷運進來，最後再透過接駁車到會場裡面。我們這次在城市光廊捷運站這邊規劃一條免費接駁的公車，效果也是滿不錯的；另外在青年路的部分，我們考慮到進入的車輛和一般車輛會有一些衝擊，所以我們在青年路段實施一條公共運輸的優先車道，在這個車道裡面只允許公共運輸，像接駁車、公車、遊覽車和計程車來使用。這個在高雄市的交通管理裡面算是第一次在試辦的，我們發現這一次的試辦情形也算相當的滿意，也讓市政府相關局處對公共運輸專用道和優先道在市區辦裡有個信心。

根據統計在黃色小鴨活動期間，我們的接駁車雖然只有禮拜六、日和例假的時間日開，我們一共開 5,291 個車次，載運的人次也達到 31 萬人次，在加上沿線經過的公車，還有計程車的數量，所以這一次的參展裡面，有相當多的民眾他們也了解，不見得一定要自己開車才能夠進到展區裡面，我覺得這是一個很好的經驗。

另外，我們對於公共運輸專用道，還有將來的公車優先道，也有一個很好的經驗。將來在灣區這邊會有一些的大型活動，包括將來海洋文化及流行音樂中心也在這邊，還有高雄世貿展覽館和國際旅運大樓也在這邊，將來短期間都會有相當多旅次的聚集，所以我們會持續透過如何鼓勵使用大眾運輸的方式，吸引民眾來轉換他運輸工具選擇的行為，讓我們的活動能夠辦得更成功。

主持人（黃議員柏霖）：

接著請捷運局李科長。

高雄市政府捷運工程局李科長宗益：

黃議員、學者專家及各位先進，大家好。首先感謝黃議員讓我們有機會參與這一次的公聽會主題。從這個主題看起來，「從黃色小鴨看南方文創產業的發展」，我個人把它擴大解釋為，從一個成功的大型活動來看高雄這邊的文創產業，甚至創意產業的發展，以這個角度來看這次黃色小鴨的展出，各界應該算是肯定，這種肯定可能是來自於團隊的努力。雖然這是國外的創意，但是就像剛剛研考會許組長所講的，市府的團隊尤其是新聞局主導的這個團隊之下，掌握了時機，天時、地利、人和，因為我們有敏感度和應變能力，這都是來自之前的一些沙盤推演，才能夠讓它變成一個成功的大型活動。這種創意的東西，除了行銷城市之外，當然就是帶給城市活力。

我以捷運局代表的角度來這邊參加這個活動，我想議員可能會更想了解的是，我們在角色扮演和我們的責任在哪裡？所以我就從這方面向各位報告。在這次黃色小鴨展出 32 天期間裡面，事實上我們去統計過，高雄捷運雖然只有二條線，但是除了平日正常的運量以外，我們因為這三十幾天也增加承擔 15.3 萬左右的運輸量，這是在有限的路線之下，我們所能做的。因為展示區和...，剛剛交通局陳科長這邊有提到，光榮碼頭離捷運的任何一個站都還有一段距離，捷運是交通的一環，我們兩個局處互相搭配之下，事實上就能把它做個適當的發揮。從這裡面我們也看得到，高雄的捷運路網真的是不夠，所以我們更重要的重點就是，儘快來發展捷運路網。我們知道現在爭取建設資源非常不容易，還好大部分議員都能支持市政府向中央盡力去爭取，我們只能一步一步的來。第三條路線是環狀輕軌路線，如果二年後能順利完工通車，我想亞洲新灣區絕對是未來高雄做大型活動的一個重要展點，對於整個捷運路網對大型活動的展出，會提供更直接的服務，所以這也是我們的責任。除了環狀輕軌之外，後續的路網我們會按照它的重要性和優先順序一步一步慢慢推，就是慢慢的向中央爭取資源，我就分這幾點向大家報告。

主持人 (黃議員柏霖) :

接著請海洋局陳科長。

高雄市政府海洋局陳科長啟芳：

主持人黃議員、各位專家學者及市府團隊，大家好。首先我必須強調黃色小鴨確實對高雄，甚至台灣帶來很大的震撼，要不然今天大家就不會聚在這裡探討這個主題。我們都知道小鴨確實對高雄帶來經濟、觀光和城市行銷的效益，就是因為有這個效益的發生，所以才會最近在議會質詢當中，有很多議員都為了當地的發展，甚至有提出蓮池潭、阿公店水庫、中正湖。

主持人 (黃議員柏霖) :

金獅湖。

高雄市政府海洋局陳科長啟芳：

金獅湖也有，甚至最後一個地方就是興達港，興達港是海洋局管的，小鴨的震撼和魅力我們由此可以看得出來。首先我要感謝新聞局和市府團隊，以及這次在光榮碼頭協助小鴨成功展出的相關單位。緊跟著因為明年可能市政府還會把那個小鴨子帶到高雄可能去的地方，首先我就在這裡預告一下，如果順利的話，我們興達港可能會是第一站，如果可能的話，當然要等市府來做決定，我是認為興達港是一個不錯的地方。為什麼？除了在地的相當支持外，另外興達港的水域很寬廣、腹地也大、設施也很完善。還有高速公路台 1 台 7 就在旁邊也很方便，停車場也很方便不會像光榮碼頭那麼擁擠。另外，海洋局這幾年來一直在興達港推動一些水域的遊性活動。剛剛我們在探討的主題，裡面有提到說擔心黃色小鴨的效益會不會遞減？放心，海洋局會把很多元素加到裡面去。我們要求提倡海洋活動，所以可能會利用興達港展出的機會，把他加入環港的旅遊。甚至把遊客帶到拍賣場去購買漁貨，也把那觀景帆船、獨木舟、還有腳踏船都帶到水域裡面去，讓它更豐富、更多元。我們希望明年如果真的有機會來到興達港的民眾，我們要把小鴨的快樂，幸福和喜悅都帶給他們，這是海洋局的報告，謝謝。

主持人（黃議員柏霖）：

先在這邊預告，接著明年到興達港就要坐船去。請我們的張董事長，謝謝。

高雄市輪船公司張董事長清泉：

謝謝主席，最優秀的議員黃議員。現在特別介紹一下我們旅行公會品保全國的副理事長，也是旅行公會的常理監事楊先生。剛剛幾位提到這次為什麼會這麼吸引人，除了天時地利以外，另外還有一個因素，就是那個時段台灣沒什麼好新聞也沒什麼正面的新聞，所以媒體每天都盯在那邊，因為每天要一則新聞。媒體真的是發揮很大的效應，所以我覺得這次媒體佔有相當的因素。因為我們知道創新的題材，我們可以看電影，如果有好的電影有時候可以賣幾十億，這都不能騙人的，一張票 200 元，就有幾億了，也就是有幾千萬人在看，所以說電影這個題材是最創新的產業。我認為黃色小鴨一定會遞減，因為我發覺買 100 元的東西回去後，就放著沒有拿出來看的很多。我們到遊覽地區買了後就放著，因為都是一時的衝動，所以這必然會遞減，因此我覺得我們應該要知道如何從這些學習一些東西。

比如駁二特區是我們文創產業非常成功的地方，但是展覽的產品也隨時要常更新，那麼你算一算一年有幾十萬？未來我們整個流音中心成立了，包括衛武營國家音樂廳還有我們的大東文化園區也都成立了，我們這麼多的展演場，以後我們有沒有足夠的文創產業來支撐，這是非常重要的，所以我覺得，我們應該從怎麼讓在地的產業國際化上去做思考。

這次在我的船公司是非常受益的，大概增加 20 萬的乘船人次也增 300 萬的收入。今年到這個月應該比去年增加 2,100 萬的收入，次數應該更減少，所以今年最有績效。我覺得大家不只是為坐船來坐船，會因為高雄愛河和河港的美來坐船。我們這次因為有小鴨，所以我們怎麼樣來讓這些，為了看小鴨而坐船的人來了解我們的河港，我覺得這次我們公司做到了。這次我們不管在平面媒體、文宣或電視上，我們都刻意去做廣告，所以這次來看小鴨的人有 400 萬，至少增加了 20 萬人，這些人又回去宣導我們河港的美，我相信這對我們未來河港的觀光效應是會持續的。雖然小鴨熱度已經遞減，可是我們這個月的搭船人數還是沒遞減，還是比去年同期增加大概 300 萬的收入。

這次小鴨的展覽可以說是花最少的錢和最少的動員，市府整個後置，

包括交通、宣傳或其他方面都非常成功，它帶來這麼大的效應真的是非常的成功。我們不可能每天都有小鴨，看久了也會膩，那麼我們怎樣利用高雄港的優勢，它是全國唯一山、海、河、港同時具備的城市，怎樣讓他對高雄的觀光有持續性的作用？我覺得在我們燈會的時候，我們可以把愛河兩岸的大樓當成我們的主燈，今年選 3 棟大樓、明年選 3 棟大樓，我相信四、五年後就可以把兩岸所有的大樓建築物變成主燈，並且可以留下來讓它有持續性的效應。在這邊我再建議，在我們的愛河或亞洲新灣區有定目劇或水舞燈光的表演，因為這是我們比較容易做又能持續的。要有一個持續的展演很不容易，我們看新加坡、澳門，他們也沒有什麼資源，可是你看澳門的賭場和太陽劇場，他們就有很多劇團和表演，同樣的太陽劇場表演的內容卻不一樣，而且有很多的表演方式，新加坡也是一樣。所創出來的觀光產值並沒有像大陸有一些很大的遊覽區，都是創出來的。我覺得，我們的觀光產業應該也可以從這次的小鴨來省思，如何把小鴨變成每天都有不同的小鴨和不同的效應，而且是持續性的效應。

在這邊也再一次宣傳我們高雄輪船公司，希望大家有機會帶朋友來坐船，如果有幾個人我就來招待，人數多的話還可以優待。我們明年就要民營化了，現在有很多高雄大的產業想要投資，所以高雄市政府的輪船公司應該會對高雄市推動觀光產業有幫助，謝謝。

主持人（黃議員柏霖）：

你看像我們去巴黎，每一個人幾乎都要去坐船，那隻船一次就坐了 7、800 個人，不管是看台或甲板都是滿滿的人。它的船位很貴，一個人要七、八百，我們這邊才幾十元而已。我們有旅行公會的專家在這裡。

你想看看，如果我到一個城市去，你說叫我坐船花 200、300，其實都不算什麼，我們這邊算是很便宜了，所以這個票價也可以做個適當的反映。未來輪船公司民營化會有績效的問題，所以這個部分要多去合作，我覺得這是好事情。我們

接著請旅行品質保障協會的楊副理事長，謝謝。

中華民國旅行業品質保障協會楊副理事長賢能：

以前我沒有機會和我們的主持人黃柏霖議員做互動，但是他對觀光活動的行銷我時有耳聞，我知道他一直很努力的在幫高雄市做城市的行銷和旅遊的推廣，甚至他自己親自到大陸去幫我們高雄市做推廣，這樣的新聞和事蹟我都知道，也非常感謝黃柏霖議員。

從我們剛開始在談黃色小鴨，從這邊開始到我們張清泉董事長都是我們的市府團隊，都說很好、沒有任何缺點，這叫老王賣瓜；因為全部都是市府團隊所以都是老王賣瓜。好不好不是賣瓜的人在說，要買瓜的人在說，我是一個買瓜的人，我說很好就是真的很好。它真的很好、真的很成功，我以一個買瓜的人來看這件事情，認為它是一個非常成功的行銷。我剛才講的不是壞話，大家嚇一跳，心想這次是不是叫一個大砲來隨便講話，不會啦，因為我和觀光局許傳盛局長互動多了，我覺得他真的是在搏命演出，如果演不好，愛河沒有蓋蓋子，他馬上就跳下去了，所以不可能不成功。看許傳盛局長那種認真的程度，包括我們的觀光協會，我們一樣出錢出力，全心投入在這件事情上面，它真的是一個很成功的行銷。一個最成功的行銷在哪裡，我個人的見解，因為它是第一名，第一名永遠會被記住，第二名很容易被遺忘，所以我們高雄市政府在台灣做第一名。你看小鴨，它到了桃園以後，威力就減少了；再去基隆，不要說在高雄二、三次，你再去基隆，那個威力都漸漸失去了，而且一到基隆，那個旅遊效益都遞減了。所以它的成功就是：第一名很容易被記住，而第二名很容易被遺忘，所以我們市政府做一個第一名的文創行銷。我想小鴨是一個未來的文創，我們的亮點只有一個月的亮點，雖然很成功，但是在很多東西裡面，我們是不是要有一個在地的文創？

現在一個新的顯學叫做文創旅遊，這個專業旅遊是一個新的概念，這是最新一期旅報所論述的，最新的叫做文創旅遊新顯學、旅遊軟實力。

文創這個東西單獨是文創，設計很好看了很高興，放在家裡自己欣賞。但是你不能產生效益，你每天在那邊欣賞，欣賞久了，文創也是要吃飯。創造很多很好的東西，但是沒辦法把它變成實質效益，總有一天它也會有氣無力，因為沒吃飯就沒體力也沒元氣，所以我們要加給它新的生命。

這篇旅報的專業論述裡面，在亞洲地區泰國文創算是早的，這個就是泰國曼谷的百貨公司，它的電梯充滿了文創氣息，我們高雄市百貨公司，電梯就是電梯，電梯就是要乘坐而已，怎麼有那麼多的名堂？有需要那麼無聊嗎？但問題是一些背包客，他是衝著泰國的文創電梯而來逛百貨公司的，這個文創是成功的。因為進了百貨公司一定會買東西，這樣又可以增加消費。這樣的文創對百貨公司會增加效益，因為他願意進來。

再來看東京的巴拉拉，這個東西本身是一個商場，但是他把它變成一個文創的氣息，那麼你就會想到這條街上的百貨公司和附近的商場來逛。

這樣它就產生了效益。對文創最慢的就是澳門，但是澳門那個娃娃街，現在開始也在媒體上和旅遊業重視文創這一塊。對我們來講，文創加旅遊，這次很成功在哪裡？是在於文創。真愛碼頭前面有一家餐廳，專門在做大陸觀光客的生意，碼頭附近停了很多遊覽車。前面有一攤在賣小鴨，他就擺一張桌子。我問擺攤的老闆一天賣多少錢？他說一天隨便賣也賣到 8 萬元，假日就不只這些了。我對他說，我不是國稅局，你不必害怕，而且你是臨時的流動攤販，國稅局也不容易遇到你。像這活動，連小攤小販都受益，看來有一點亂，但是我們看到庶民的經濟裡面，因為這樣一個活動，可能賺一筆錢，可以過一個很好的冬天，所以這個東西是積陰德，我說我們新聞局、市府團隊、許傳盛局長都是在積陰德，有好多小攤小販找不到這麼多人潮的地方，讓他批東西來賣，所以這真的是在積陰德。除了創造高雄市的一個城市行銷成功之外，接下來，我要深入探討一個問題，剛才陳粹鑾議員有提到，怎麼樣深度去探討這個問題，我們接下來有什麼可以做第一的？就是我們從這裡看各地方的，這裡雖然不是一個很亮的亮點，但是它會有持續性。高雄有很多觀光客，因為我們市政府現在正在推廣的不只是針對陸客，在入境台灣的觀光客陸客是佔第一名，以前是日本，現在日本變成第二名，所以許局長這樣做就是希望人來高雄消費，這樣的動作裡面有什麼可以很快的變成我們當地的文創產業。文創不一定要新，一隻小鴨也不一定要新，結合傳統很重要，以前海角 7 號琉璃珠，琉璃珠就是海角 7 號帶動的，原來有一個琉璃珠可以祈福，它可以祈求愛情或發財，所以它就變成一個商品，可惜風潮一過，它沒有繼續在創造一個話題或和旅遊結合。因為它沒有跟旅遊結合，所以曇花一現，後來大家也忘了海角 7 號琉璃珠這件事情。我的想法最新的選擇是文化旅遊，文創這個東西很辛苦，辛苦完了以後，它創造出來後，受益者不是本身的文創者，而是各行各業，這樣文創的一個成功，不是只有百貨公司受益，本身的文化創造者，他可能收取了一點版權費用，接下來所有的各行各業在百貨公司裡面都受益。那麼我們高雄有什麼？這是接下來我們要思考的。對高雄來講，觀光客都是只有住一個晚上，怎麼樣讓他多留一個晚上，這是我們旅遊業在思考的一個問題。為什麼在高雄只住一個晚上，不能住兩個晚上嗎？多住一個晚上多一倍的觀光效益，也多一倍的消費。後來我到六合觀光夜市，發現六合夜市幾乎沒有台灣人，大多是外國人，以前日本人最多現在大陸人最多。

我看完六合夜市，覺得他有一個缺點，它能夠繼續再發展的規模，原有的已經有限了，我們旅遊業一直在行銷六合夜市。後來我發現它有一個缺點，就是它的延伸距離不夠，再者它的停車場沒有，交通動線也有問題，所以發展受限了。

我前天去看凱旋路的金鑽夜市，我被它嚇了一跳，我真的震撼。雖然電視播報好多事，但是我很少到夜市逛，因為下班回到家已經七、八點了，覺得很累都不想出門，但是為了這個題目，心想高雄既然有這麼多人來逛夜市，都是逛六合夜市，那我們有沒有其他更好的東西給人家看，我想是不是六合夜市來做一個文創，但是它的延伸性不夠被受限。我就跑去看金鑽，我看到它的廁所嚇了一跳，我不曉得各位長官有沒有去看過它的廁所，它的廁所真的一流，它讓我感動在哪裡？我進去後發現，當我們洗手弄濕地板，馬上有人來拖乾，這就是五星級飯店的格局，有專人在維持查看，只要地一濕，馬上就有人來清理，而且裡面沒有任何味道。光是洗手間就很可怕，全世界的夜市包括台北、台中的夜市，我都去過了，都沒有像這樣漂亮的廁所。要看城市先看廁所，廁所清潔就代表高雄市很愛清潔，這也是一個友善城市的表現，因為他考慮到消費者，很多觀光客來了，看到這樣的廁所會很感動。

我看旁邊的停車場很大，全部都是停車場，它唯一的缺點就是夜市缺少了文創的元素，如果這種東西加上文創的元素，以後它會變成背包客和觀光團喜歡來的地方。重點是它的停車場很大，我們要的是有很大的停車場，這個一望無際的停車場，就是發展旅遊、觀光、文創旅遊的一個必要條件。文創產業能夠帶動消費，但是現在有一個很重大的問題，我們的消費面臨一個很大的問題就是中國大陸的大陸旅遊法，它綁死了我們很多的消費，因為它限制了購物。我相信各位長官都有出去旅遊的經驗，中國大陸弄了一個旅遊法，10月1日開始。10月1日開始實施旅遊法後，我們很多的購物店都要休無薪假，這不是我們自己願意的也不是購物店願意的。我覺得這個旅遊法是值得我們長官來思考的，他的旅遊法不是規定不能購物而是購物要公開場所，要購物有3個條件。第一個，他要在公開場合，就像夜市和百貨公司一樣。第二個，它的價格必須和市場差不多，不能說賣給觀光客特別貴，老實講，有的賣給觀光客都比較貴。第三個，回佣不能過高，為什麼它比較貴，因為它的回佣過高，這兩個是必人關係。只要你符合這3個條件，他歡迎所有的大陸觀光客去購物，他的旅遊法不只是針對台灣也針對全世界，所以最慘的也不是我們，日本和泰國也很慘，因為被限制購物。我們有一個很科學又明確的數據叫做銀元卡，大陸人都拿銀元卡來消費。今年1到6月份，銀元卡在台灣的消費，銀行統計出來，購物有850億，拿現金的包括港幣、人民幣、美金，到底有多少我們不知道，拿銀元卡比較有一個科學數據，財政部會去統計這個東西。銀元卡部分，1到6月份是850億，光大陸觀光客這一塊，其他日本、東南亞、韓國我們不講，比較容易統計的是銀元卡，其他的不要講，如果它不能購物，那麼銀元卡帶來又要帶回去了。如果他們來到高雄不消費，那麼只會造成我們高雄環境的負擔，這方面環保局最緊張，他們在環境上做了很大的努力，卻

沒有帶動經濟，那麼他們來了做什麼？上車睡覺、下車尿尿，觀光客來就沒有什麼實質效益。如果要讓它有實質效益，我覺得我們應該跑第一。這樣的旅遊法，他不是對我們台灣有敵意而是針對全世界，他是希望所購的東西不要互相欺騙。全世界旅遊走到一個很畸型的地步，就是從購物中抽取用金，來彌補團費賺取利潤，這不只是我們台灣的問題，你看歐洲、美國、日本，韓國、東南亞都一樣，這個產業走到全世界都是這樣的畸型方式，全世界都沒有人想這個問題，因為是自由經濟。所謂自由經濟就是，你高興買就買、你願意繳 1 萬元到美國你就繳、你願意繳 10 萬元你就繳，這個叫做自由經濟。因為大陸還有共產黨的色彩，他們覺得這個東西要集體規範，對於人民的素質他們也承認，如果以旅遊素質來講，他們可能落後先進國家差不多二十年，譬如他們會隨便吐痰、沒禮貌、大聲喧嘩等，這部份沒辦法去約束，因為開放旅遊觀光，去年他們有 8700 萬的出國旅遊人數，今年應該可以破 1 億，大陸人出境旅遊將近 1 億，有這個數字。他一直在成長，都兩位數的在成長，他對台灣當然有他的興趣在。我在想要怎麼讓他們把錢留在台灣，怎麼讓他們多留一個晚上，我們現在也不好高騖遠。像小鴨這種風潮有時候是可遇不可求，因為我們有先見之明，我們跑第一名。我們就是贏了，當然很高興，我們自己高興就好了。基隆哪一天發現怎麼情況不一樣，那是效益遞減沒辦法，我們就是跑得快所以成了贏家，我們市府團隊比較努力，又贏在這個地方。接下來，重點是怎樣把錢留在這個地方，我覺得我們的文創包括山地的文化文創，文創完了以後怎麼變成一個有利益的東西，又怎麼去符合大陸的旅遊法？

大陸人很喜歡逛夜市，晚上如果他不去逛夜市，他會覺得很無聊，所以來到我們高雄都要逛夜市，但是在六合路逛夜市產值不高，那怎樣讓它的產值變高？我覺得這樣子，品保協會有一個交通部觀光局賦予的功能，就是所有接待大陸旅遊的購物店要品保同意。品保不同意的店，導遊、領隊、旅行社不能帶他去購物。那個權利就是交通部觀光局授權給品保協會的，品保協會認為你符合他要求的資格，他給你標籤並授權給你，你才能帶觀光客去購物，如果沒有品保授權的店，導遊不能帶進去。這樣的一個方式，品保有一個責任就是把整個購物的市場擴大。目前品保協會，北部有許金晉睿理事長負責，因為他是屬於全國性的，我們南部品保的南辦就由我協助服務整個南區，包括旅遊業、旅客消費者和購物店這一塊。我身為高雄人，我有這個使命感，希望把錢多留一點在高雄。我們市府團隊這麼積極，我們就共同來努力，我們品保協會會和旅行公會、觀光協會全力配合，來做為市府還有黃伯霖議員這麼努力的一個觀光後盾。謝謝。

主持人（黃議員柏霖）：

好。你是南辦，我們接著請行政院南辦。

行政院南部聯合服務中心陳組員怡玟：

主席、高雄市府團隊、各單位的長官和學者們，我在行政院南部聯合服務中心就是屬於文化部在這邊的聯繫窗口，今天很榮幸出席這個公聽會，如果有什麼意見需要我們轉給文化部或我們中心的，歡迎大家提出，我這次是來學習的。

主持人（黃議員柏霖）：

我們接著請學者專家，教授請。謝謝。

國立高雄餐旅大學管理研究所吳副教授英偉：

主席、各位先進，我在這邊聽了很多先進、前輩和團隊的一些意見和看法，我在這邊再提出個人的一些小觀點給大家做參考，這次黃色小鴨到高雄來，我整理幾個它會成功的因素，大家可以聽聽看。第一個，它就是跟我們的城市美學有做完美的搭配，就是水岸、港灣還有亞洲新灣區，我想這是很重要城市美學的一部分。第二就是互動結景，也就是搞笑結合 kuso 拍照，讓遊客可以進一步和小鴨有一些互動，而且可以把他的照片上傳到他個人的社群網站，這是很強的誘因。第三就是幸福感，我想很多前輩有提到，怎樣讓這樣的一個兒時記憶，變成是成人、小孩、家庭同樣產生幸福感的一個機會點，這是一個很好的一個做法和借鏡。第四點，它屬於國際化、全球化的一個元素，所有的人都有這樣的兒時經驗，在世界各國也都有這樣的產品，現在把它放大出來，它具有國際、全球化的一個元素。最後一點也就是最重要的，它是免費的，這次的展區是完全不收費的。台灣人對於有收費的展覽和園區，通常都會開始打一個折扣。我這邊建議，後續我們要幫高雄找出一個更好的文創議題和標的，可能可以把這幾個因素作一個彙整。我們的課題裡面也有提到燈會，我們可以思考看看，我們每年的一個燈會，花了很多錢設計了主燈，問題是這些主燈最後都到哪裡去了？這十幾屆主都有沒有留下任何的回憶，馬卡道好像留下原住民的頭目。我想不管是台灣燈會或高雄燈會，這些主燈最後都流離失所變成資源回收。但是為什麼我們從來沒有思考過，花了這麼多的錢，卻沒有跟我們的文創和幸福感的元素結合在一起，最後變成一個很可惜的投資。所以在未來幾年的燈會設計上，是不是可以把它的设计更溶入我們所提到的幸福感覺，或是其他更帶有吸引人心的效果產品。

我們可以看到台北，現在就是抓住圓仔這個大貓熊不放，什麼專利和授權都來了。台中是搞泰迪熊，它也是用一個國際上小朋友很喜歡的絨毛玩具，它就是把裝置藝術和彩繪等等都帶來了，那麼高雄要設計出什麼？常常我們在問學生、問業界、問朋友，有朋友就丟出一個建議，高雄柴山的猴子經常可以見報，新聞上可以看到，是不是可以把猴子再做擬人化、再做 cute 版等等。我想，各位都有用通信軟體，在 line 上面可以看到它的效果，現在是全球最大的影音軟體，裡面最成功的是動漫，就是那些熊、饅頭人、鴨子等等的偶像，所以高雄是不是可以

朝向這個區塊，從動漫、文創或具有本身特色的動物性產品，都可以納入考量。如果我沒記錯，今天是感恩節，感恩節在世界各地從聖誕節到元旦會產生幸福感的產品，就是薑餅屋及薑餅人，我發現全世界各地沒有人會把薑餅屋或薑餅人當作城市行銷的工具，我記得市長一直很希望高雄走向烘焙的產業，能夠帶動麵包、糕點、糖果甚至薑餅屋等等，我覺得是不是有機會把烘焙的藝術，不管是糖果屋或薑餅屋變成在地的麥子產業、會展產業或者 emac。我想，可以從小朋友的記憶、大人的記憶、年節的記憶裡去找尋文創的藝術。另外，我們都知道歐洲的節慶之都或慶典之都，大家應該都不陌生是哪一個城市？是愛丁堡。但是亞洲目前還沒有人敢喊出它就是節慶之都，其實是曼谷、新加坡或...。當然，我們要有這種雄心壯志登高一呼，高雄可以變成亞洲慶典之都或台灣的慶典城市，因為我們的慶典不勝枚舉，從宋江陣一直到萬年季等等，高雄設計節今天也來了，我記得這次高雄設計節裡面有一個主題就是創意城市，我希望這一次，不管從創意城市的發想到節慶城市的發想，真的可以落實高雄的具體賣點是什麼？重複炒作黃色小鴨總會有一個結局，因為天下沒有不散的宴席，所以集思廣益，謝謝。

主持人（黃議員柏霖）：

謝謝吳教授，接著請胡教授發言。

國立台南大學胡助理教授以祥：

其實黃色小鴨以美學來講是代表一個後現代藝術，因為現代是可以看得到的，追求效率、科技化等等，後現代就是返璞歸真，不可能在那個場域時空的發生了，所以還是要跟市府按一個讚、一百個讚，也是打了一個全雷打。但是剛剛大家都有提到很多顧慮，後面的遞減，以前在棒球場上很會打全壘打的，其實三振率也是最高，要用一支一支的安打，穩穩當當的得分，這個是要給市府團隊一個很好的鼓勵。其實剛剛聽了市府團隊對文創的理解及概念，我們只能說，市府這十年的耕耘有成，大家也知道，文創在十年前剛開始在台灣萌芽，挑戰 2008 裡面有文創產業的政策，當時行政院南部服務中心也以洪萬隆教授為主，南部八縣市都有辦巡迴文創的講座等等，把這樣的理念落實，落實的概念，我發現市府團隊都非常能體會文創，所以都沒有問題，我一下子不知道要再講什麼。基本上，有幾個問題提出來給大家思考。

第一個，黃色小鴨大家知道要跟牠拍照、要跟牠 kuso，可是高雄有沒有一個城市意象，高雄的城市意象是什麼？目前大概有九成代表高雄的照片都是 85 大樓，可是除了 85 大樓以外，有沒有哪個文化的雕塑、文化的故事是代表高雄的城市意象？勉強來講，有一個就是鰲躍龍翔，但是我不清楚，目前市府有沒有在行銷鰲躍龍翔，如果沒有，這個主燈是不是要換掉？讓全高雄人再討論、再表決，因為現在的高雄市不是十年前的高雄市，當時的前高雄市謝市長非常喜歡鰲，把

個人的喜歡變成一個城市意象，也是有一點莫名其妙，他下台了，我們可以批評一下，其實我在八年前就寫文章批評過，一個文化創意的形像應該要結合都市居民共同的記憶。以台南市來講，他們表決了好幾次，有民間團體表決他的城市意象，其實第一名大概很難想像是哪一個？永遠的第一名喔！很多啦！像赤崁樓等等，我也覺得應該是赤崁樓或億載金城，但永遠的第一名是成大榕園，那一棵 500 萬的樹，國泰人壽拍的那一棵榕樹，我特地開車到那裏去看，所以這就是城市的意象、共同的記憶。高雄市有愛河這麼漂亮的地方，但杵了一個沒有人看得懂的什麼，我兒子叫它木鬚龍，因為花木蘭那時正在紅，基本上很可惜，如果我們有一個永遠的屬於高雄的城市意象的雕像，黃色小鴨是其次，它是短打而已，所以我覺得，此時此刻大家應該來發起。鳳山林三郎前市長，做了三個鳳凰，是名家所做，雕塑得非常漂亮，每次騎摩托車都會看到，如果要讓觀光客停車下來拍照，雖然很漂亮，但停車下來拍照不是造成車禍就是會造成危險，是不是這樣呢？因為它杵在那裏，我不知道是要鎮煞或幹嘛？所以非常可惜，因為它代表鳳，不是全高雄的意念，所以說很可惜，這是一個很好的方法，林前市長非常有眼光，可惜的是無法轉化成文化產值和城市意象，所以此時此刻不是因為政治、政黨或對某個人臧否，愛河的意象應該重改，提供給大家參考。高雄市未來會有很多新的建設，都是後現代理念的，就像現在的高雄展覽館看起來像蟬蛹，未來的海洋館像鯨魚，流行音樂中心、海洋文化中心像蜂巢，事實上不缺值得讓高雄人自傲的題才，這是很 OK 的。

另外，哪一個禮品可以代表高雄？剛剛講到太陽餅等等，有沒有這樣的伴手禮？每次辦伴手禮比賽都會被灌票，我們都很清楚，所以也不是市政府主推，因為硬推的東西一定有公平性問題，要麻煩經發局，好的產品要幫他行銷，逐漸為人所知。聽說鳳梨酥最早是由高雄市發展出來的，但是現在並不代表是高雄市的產品，所以這樣的文化源流其實並沒有被傳誦，文創產業在佛羅里達創意新貴那本書裡面，歸納了很多城市發展文化創意產業的特質，他們很驚訝發現，文創的發達與同性戀有關，同性戀比例越高，文創越高，所以他就很納悶，其次是舊金山，後來歸論不是這樣，而是社會的包容性，這個社會可以包容同性戀，就什麼都可以包容，所以它是一個自由價值的城市。因為剛剛大家講了很多，我就不多講，我要講對自由文化包容的城市，不是政府的刻意引導，而是政府給他很好的環境，給外地人最好的照顧。在柯特勒談政府行銷裡面有特別介紹，紐約市長彭博講了一句名言，我所認知的紐約人是什麼？第一個就是住在這裡的人，第二個是可能一輩子來過一次的觀光客，第三個是從來都沒有來過的，但是他想要來，或是看過紐約背景的电影，我們都知道紐約是在電影裡面被摧毀最多次的城市，海嘯故事等等都是要摧毀它，就是曾經看過電影想往紐約的人。換言之，我們定

義的高雄人是可以多元化的，讓想要來的都來，這樣的城市把生活機能、觀光發展起來，觀光客就會不請自來，所以我想，這種多元價值是我們要追求的。當然，我就回應在兩岸的部分，因為我也要提出一點看法，最近看到經發局...，不好意思！我批評你們一下，雖然我和局長很熟，你們又在講推動服貿會造成高雄就業率降低等等，當然，這是值得討論的議題，基本上，在兩岸議題上，很多陸客或大陸的城市對高雄市是有疑慮的，這些都是要化解和排除的，也許這次的高峰論壇有幾個大陸的城市來參加，可是來的很勉強，讓大家感覺到高雄市不夠開放多元、尊重大陸人，我們在街頭上聽到民眾講「阿陸仔」、「草紙」，大陸錢就叫「草紙」，還有「426 仔」等，我明白講，這不是大家的責任，不是你們的責任，不是市政府的責任，它是廣泛在社會群所運量出來的，這不是哪一個政治人物可以導引的，而是整個的社會氛圍是這樣，如果是這樣，我們不太相信這個城市歡迎多元化，包括東南亞、大陸的文化，我想，這是我們需要改變的，以上。

主持人（黃議員柏霖）：

謝謝胡教授，接著請王所長發言。

大仁科技大學文化創意研究所王所長秋傑：

我不常來，所以不太熟悉這樣的模式，聽了各位的建議，大家好像比較著墨在創意和產業的部分，以業者的角度來講。剛剛教授有提到城市意象，對面那位都發局的官員說，我們來蓋一個天鵝，這就是創意發想的開始，問題是，你的天鵝是感動自己還是只是發想而已？我們在做文化創意思考的時候，你可以胡思亂想，但問題是...，丹麥的小美人魚是感動你的，而不只是擺一個飾品，大家的思考都是擺一個漂亮精美的東西、是公共藝術，但是那個公共藝術本身是沒有價值的，除了美術的價值以外。我們談文創不是談價格及歷史價值，像教育局一直在談美術教育，美術教育其實在台灣沒有成功，所以漢寶德為什麼要推這個？這個就非常清楚。我覺得故事的價值高雄自己要去挖掘，我是南投人，我來到屏東工作，但是屏東很可惜，沒有像黃議員這樣的議員，這麼投入文創，因為我們的曹縣長是投入社區營造，還有休閒產業，我為什麼這麼講？就是呼應業者的角度來講，你只過一個晚上，代表這個活動就是煙火，煙火放完就沒有了，來到高雄要看什麼呢？剛剛講到的，代表沒得看啊！高雄展現出來的很像大陸的平面，看一看沒有了，我走進去的時候，你沒有什麼可以告訴我，即使蓋一條輕軌，我跟你講，只有商家歡迎，就像台北通河街的夜市一樣，捷運通了，突然間生意好了，可是就像胡教授講的，高雄的文化內涵是什麼？文化內涵才是城市行銷要的東西，譬如這次小鴨到底是行銷高雄的什麼？是你們的友善、還是熱情？因為想到義大利，就會想到時尚，如果想到紐約，可能是新潮，想到法國，就會想到浪漫，想到高雄，會想到什麼？我不知道耶！高雄人就是這樣，非常的阿沙力，阿

沙力的東西要怎麼展現？因為色覺、設計的東西你會去看。

剛剛也談到燈會，台灣燈會事實上已經陷入一個老套，因為一直以十二生肖思考，為什麼一定要十二生肖？創意的東西應該要反向思考，可是大家都這樣複製，因為文創最容易複製，很簡單啊！很多東西就把它複製過來，複製過來之後就沒有個性了，因為沒有行銷高雄。我反而覺得謝長廷的點子不錯，他有自己的主見，只是他那一支影片政教的味道太濃厚了，反而美術方面不強，如果藝術及美術方面再強一點，再找到文化內涵，我倒覺得高雄未來很有競爭力。因為我關心過台北、關心過高雄，當然，台南行銷的東西永遠是古蹟，但古蹟的東西有限。

最後一點，我簡單的講，其實可以看得出各位這次的合作應該是擦槍走火吧！你應該有預期到這種效益，這是我的感覺。事實上，短短三個月之內要辦一個策展不容易，你們提供了很多的廠商來協助世界第二高的作品，這是沒錯！可是如果從遊客的導向，我班上的問卷有 7 個人，沒有一個人願意來，我在研究所上課，我問了 7 個人，沒有一個人要來，因為他們說，沒有什麼好看的。不好意思！我好像是在吐槽，但是我在網路看，我看到的遊客只有 2 種人，一種就是青年男女，另外一個是親子，因為科技的發達，手機一直拍，網路的發達，所以上傳，可能各位都沒有想到，就是這樣去行銷高雄，但是在這樣的行銷過程中，很多人都把你們每一段怎麼拆解全部拍下來，這比市府團隊還用心，所以你不要小看這些年輕男女對這些東西的投入，他們把它當作偶像，因為可能一輩子就這麼一次而已。我可以看出你們的活動沒有整合，因為你們的活動是靜態的，是靜態的策展，剛剛海洋局也會講以後還可以搭配什麼，就代表應該有動態的東西，動態的展覽才會吸引親子同樂、才能創造高雄是友善的城市，這是我的想法，謝謝。

主持人（黃議員柏霖）：

各位還有沒有要補充發言的？接下去請黃昭順委員服務處的賴副主任發言。

立法院黃委員昭順服務處賴副主任順敏：

謝謝黃柏霖議員，在這四位主持人中我非常尊重他，因為他時常為了整個高雄的經濟發展辦了很多公聽會，其實我最近看了齊柏林導演的「看見台灣」的影片，其實我心裡很難過，因為總覺得我們這一代的快樂是建築在下一代的痛苦上，尤其定格在清境農場的時候，我感覺清境農場有很多不合格的民宿，看起來有很浪漫的城堡，可是這些竟然是在踐踏我們的國土。最近移民署跟我講，外勞逃逸最多的大概就在南投，南投山區的外勞將近有 1 萬人，都在採茶或非法民宿雇用，這就是社會的異常現象存在。我要代表立法院所有的同仁感謝市府團隊，真的把高雄行銷出去，但是我所看到的是，高興可能一天就好了，今天我們要異向思考，當初霍夫曼在用黃色小鴨的時候，主題是要讓黃色小鴨游進港，當然這有一個故事，因為大陸有一間製造玩具的公司，大概有一、二十個貨櫃要運到美國或加拿

大，其中有一個裝了 2 萬隻黃色小鴨玩具的貨櫃沉入海裡，經過好幾年之後，漂流到沙灘及港口，有一些研究海洋的專家學者研究海流的時候，就在網路上徵詢大家，有沒有人看到黃色小鴨？所以真的有一個故事存在。

我們今天所有的文創產業要成功，最重要是要有二個主題，因為這次我比較憂心的是，我看不到教育及環保，剛剛大家都說辦完這個活動，創造了 10 億的商機，但是我看到的是隱藏在後面的，當然，高雄的攤販有賺到錢，桃園的攤販沒賺到錢，因為桃園的黃色小鴨變成蛋餅，但是變成蛋餅，大家在網路上也是討論得非常快樂。今天比較隱憂的是，這些製造出來的玩具是不是有塑化劑？最後不符合環保的自然消化？這是我看到的。今天看到的都是攤販在擺攤，反而教育的主題館是看不到的。我想，未來我們會在中央更認真去打拼，因為我總覺得大家在討論高雄的文創產業，其實一種文創產業要成功，一定要有三、四個主題，第一個就是要符合神話，像左營有玄天上帝，蓮池潭上面就有一個玄天上帝，有一些大陸團來，我會跟他們講，玄天上帝以前是一位屠夫，自覺罪孽深重，他就剖腹將他的腸子及器官丟入海中，其他後面這些都是自己添加的，如果是大陸人來看，我會說他的腸子可能漂流到東海，最後就變成一條蛇神站在他的腳下面，如果是日本的觀光客，你就可以跟他說，丟入現在的太平洋，慢慢的就會將這個行銷出去。以前的國防部長是我的長官，前幾天他到我的辦公室，他說，現在跟阿帕契買戰鬥直升機，好不容易買回來了，立法院能不能不要罵我們？我說，非常簡單，只有一種方法，這些阿帕契能不能飛？他說，當然能飛。我說，這六架直升機就從光榮馬頭飛回去，只要能飛回去就沒事了，所以之後也沒人再批評了，因為所有軍購武器，我們比任何國家更困難，包括我們向美國採購直升機或輪船，價格一定比人家多一倍，同樣的 F16，我們當初去看，一架就要好幾十億，但是一定比以色列買的還要差、還要貴，因為中間要透過軍火商，還要遊說一些議員，這方面未來我們會更認真打拼。我常常在想一個地方的經營方式，香蕉棚那裏也有漁人碼頭，為什麼台北也有漁人碼頭，人家可以經營起來，我們卻經營不起來呢？別人也有情人碼頭，但是我們興達港的情人碼頭也經營不善，所以我一直在強調，高雄有一些文創協會，是不是以後一定要結合在地的生態或地方的特性，讓他們永續經營，而不是政府花了很多的錢，這一個月大家非常快樂，之後就變成蚊子館了，因為後續維護的經費非常多，觀光協會的理事長也在這裡，讓大家知道哪裡才是真的亮點，無論市議會或立法院都一定會去行銷。

最後一點，就是要廣結大家的力量，我想要向議員建議，這樣的公聽會非常好，如果可以再用現場直播，使用電腦連線，讓民眾可以 call in 問題，我們針對問題去答覆，這樣效果會更好，謝謝。

主持人（黃議員柏霖）：

公聽會的時間快要結束了，我想跟大家分享，其實走過必留下痕跡，只要大家努力，在未來的基礎上，大家也有擔心小鴨的效益，怎麼樣去開發新的？所有的努力到最後...，真的！文創最後還是需要產業，如果單存只是為了文創也沒有用啊！大家前面忙翻了，但是後面不能形成產業、也不能有就業機會。其實高雄現在最重要的二件事，一個就是創造就業機會，我常講，一個人的失業就是失去尊嚴的開始，真的，一個人如果沒有工作、沒有收入，就沒有尊嚴，因為不到一年或半年，可能就會變成低收入戶，未來一輩子就是弱勢，所以我們一定要想辦法創造很多的就業機會，讓大家都有工作，城市就會翻轉。我向大家報告，去年高雄多了4,000多戶的中低收入戶，為什麼會變成中低收入戶？因為他已經二、三年沒有工作，所以他的收入越來越少，最後達到標準就變成中低收入戶，如果他有工作，怎麼會成為中低收入戶？所以要創造工作，有工作之後，未來地方也會有稅收，大家花錢消費、買房子等等，就會形成正循環，其實這是高雄要的，這樣城市才能永續。有很好的財務及稅收、有很好的市民，其實所有的觀光產業和市民的水準也有很大的關係，如果我們的水準很高、設計也很漂亮，每一個人都願意來參觀，而且口耳相傳，我覺得效益就會呈現。

最後我呼應輪船公司張董事長，我很早以前就跟市府講，每年燈會的主燈，最後都散落在各個角落，如果將它集合在愛河畔，會非常漂亮，因為有一個在民族路那裡，一個在飛機場門口，國際線那裏是一條蛇，馬又在那裏，其實你們有盤點嗎？這些有人在管理嗎？都散落在各地，如果集中在愛河畔，也不錯啊！這些都是有故事的。你們說的前高雄市謝長廷時代的，那是龍年，如果全部都擺在愛河畔，搭渡輪時就會增添意象，我記得搭乘巴黎的遊船，可以看到聖母院，都很清楚，而在高雄搭船，你有看到什麼嗎？你想要介紹什麼呢？有的就是法院，不然也沒有什麼可以介紹，除了可以介紹立德棒球場，還有什麼呢？我覺得大家可以共同力，未來還是建立在今天的基礎上。今天非常感謝大家，天氣這麼冷，大家還來參加，回去要小心安全，如果有機會，門口的造勢大家可以去看一下，謝謝大家。