

前言

設計已成為許多國際組織、國家與企業的研發重點，現今之設計產業是文化創意產業（文創業）的重要子產業，也因此，台灣正積極推動並期望能落實各種設計產業政策。由於台灣的设计產業尚未能明確定義，各國設計產業名稱亦多樣化，本研究認為，台灣設計產業範疇至少應涵蓋台灣《文化創意產業發展法》第 3 條定義之廣告產業、產品設計產業、視覺傳達設計產業、設計品牌時尚產業、建築設計產業，並參考其他各國設計產業的產業標準分類，如 The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization(2009)在設計與創意服務分類新增的文化統計領域，其產業標準分類包括時裝設計、平面造型設計與室內設計、園林設計、建築服務及廣告服務等行業；或以中華人民共和國國家統計局(2012)所發印的《文化及相關產業分類》為例，其文化創意和設計服務之產業標準分類包括廣告服務、文化軟體服務、建築設計服務、專業設計服務等行業。韓國設計產業的子產業分類為產品設計產業、視覺設計產業、數位／多媒體設計產業、空間設計產業、服裝／紡織設計產業、服務／體驗設計產業、工藝設計產業、其他產業，而韓國設計產業的企業規模分類為小型企業、中型企業、大型企業（한국디자인진흥원, 2014）。

Cooper 與 Press (1995)、Ahire 與 Dreyfus (2000)、De Mozota (2003)、劉國餘(2007)、Sung、Song、Park 與 Chung (2007)、Best(2010)等認為，設計能對國際組織、國家與企業

造成下列正面影響，包括：推動國家與區域經濟發展、提升企業競爭能力、延長產品生命週期等，甚至可以解決公共衛生、犯罪、節能、老齡化社會等社會問題。例如，日本山梨縣扶貧政策是利用設計政策開發地方資源，使山梨縣2013年的貴金屬飾品產值（約為 288.1 億日元）與葡萄酒消費量提升成為日本第一。或如英國 Trevor Baylis 與 FreePlay 能源公司於 1996 年開發的手搖式機械收音機，已協助電力短缺區域居民取得愛滋病防治、衛生保健、援助救濟及遠距教學等資訊。山梨縣(2014)的統計更說明，設計可提升企業競爭能力與延長產品生命週期的原因為產品生產、使用及維護成本的降低，以及產品外觀品質的提升、市場與品牌的建立等。

近年來，企業因設計而成功的案例愈來愈多，列舉如下：

(1)美國蘋果公司將設計視為主要產品的市場競爭策略，2001 年的 iPod 改變了唱片產業，2007 年的 iPhone 改變了行動通訊產業，2010 年的 iPad 改變了電腦產業，且使其股價於 2012 年 9 月 19 日創下歷史最高點（705.07 美元，發行股價的 201 倍），2013 年營業額為 1,709.10 億美元，iPhone 於 2013 年美國智慧型手機市場占有率為 45% 等(NPD Group, 2014)。

(2)創新矩陣、設計探針、高感設計流程及環室體驗設計等是荷蘭皇家飛利浦電子公司的設計創新策略，其在 2013 年成為全球最佳品牌第 40 名，該年之營業額為 233.3 億歐元，淨所得為 1,172 百萬歐元，息稅折舊攤銷前利潤(earnings before interest, taxes, depreciation, and amortization,

EBITDA)占營業額的比例為 10.3%，資本回報率(return on invested capital, ROIC)為 15.3%，品牌價值為 98.1 億美元（年增率 8%），2012~2013 年的複合年均成長率(compound annual growth rate, CAGR)為 4.5%（資策會產業情報研究所，2013；Iterbrand, 2013; Philips, 2014）。

(3)上海大眾汽車有限公司在 2012 年成爲中華人民共和國單一汽車品牌銷售量第一名，且市占率上升至 9.3%，其設計開發流程及技術開發中心是重要的推動因素，率先在自主研發、技術創新等方面開展了大力探索與有益實踐（上海大眾汽車有限公司，1989，2013）。

設計產業是台灣文化創意產業（文創業）的重要子產業，在文創業的 16 個子產業中，台灣廣告產業、產品設計產業、視覺傳達設計產業、設計品牌時尚產業、建築設計產業的廠商家數、廠商家數成長率、營業額、營業額成長率、外銷額、外銷比率（=外銷額／營業額）等常列居前 5 名，且產品設計產業於 2012 年的外銷額占文創業外銷額之 46.91%，依 2012 年之統計，台灣的廣告產業家數為 13543 家，營業額為 1,450 億元，均列居文創業第一名。設計品牌時尚產業廠商家數成長率為 22.94%，列居文創業第二名，營業額成長率為 10.34%，列居文創業第三名；產品設計產業外銷額為 296 億元，其外銷比例

為 54.38%，均列居文創業第一名。2008~2012 年的設計品牌時尚產業廠商家數複合年均成長率為 33.65%，其營業額複合年均成長率為 22.19%，均列居文創業第一名（文化部，2013a）。

台灣已執行許多設計產業政策與推動計畫，例如，經濟部在 1980 年代後期開始執行「全面提升產品品質計畫」（1988~2003 年）、「全面提升工業設計能力計畫」（1989~2004 年）與「全面提升形象計畫」（1990~2005 年）三個五年計畫，以應付由原廠委託製造(original equipment manufacturing, OEM)到原廠委託設計(original design manufacturing, ODM)的產業轉型。但爲了瞭解設計產業政策且做跨國比較，本研究之第一個主題將探討台灣與韓國設計產業的政策發展歷史，經比較之後發現，台灣未像韓國制定政策研究與研究調查類的设计產業政策，其推動方式爲依據政策循環機制經由政策形成、推動與評估等流程來執行計畫或產業調查計畫等。本研究認爲，此項差異爲造成韓國設計業發展狀況優於台灣的原因之一。例如，韓國設計產業政策發展歷史與台灣類似，其設計產業在 2006~2012 年的產業規模與家數均已成長約一倍，但台灣設計產業的規模，並未因設計產業政策的執行而有所成長。¹

韓國設計業發展狀況優於台灣的第二

1 如首爾市為 2010 年世界設計之都；韓國企業設計部門的代表案例也不少，三星電子股份有限公司的手機與 MP3 是其中的代表，該公司 2013 年之品牌價值為 396.1 億美元，為全球最佳品牌第 8 名，較 2012 年增加 20% (지식경제부, 2011; Immonen, Järvinen, & Nieminen, 2011; Iterbrand, 2013; Sorvali & Nieminen, 2008)。