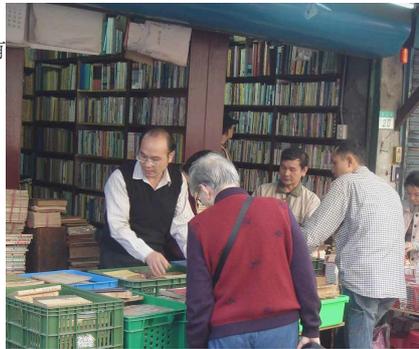




## 「創意」市集，真的創意嗎？

2007-12-08 文 / 盧沛樺

陽光迤邐的冬日午後，為攝氏十餘度的低溫帶來一絲鼓動人心的暖意；11月24日的台北牯嶺街，沒有烏煙瘴氣的車潮，取而代之的是一個接著一個的棚架，以及絡繹不絕的「趕集」人潮。



從寧波西街轉進牯嶺街，「這是創意市集嗎？」當一攤又一攤的集郵、出版社、二手書區印入眼簾，腦門不禁迸出這樣的疑問。漫步其中，是一張張歷經滄桑的臉孔擦肩而過；依稀中，似乎嗅到書籍因束之高閣而生的霉味，轉個頭，原來是牯嶺街殘存的「舊書街」痕跡——鏽蝕的藍色鐵門半掩，老先生拿著雞毛撢子拍下積灰；而幾箱經過整理的舊書放在店門外，吸引若干銀髮族帶著老花眼鏡，或藉著放大鏡的輔助，駐足而閱讀。

▲「牯嶺街書香創意市集」強調與社區的相容，因此，延續其身為舊書街的歷史意義，二手書的販售與流通成為有別於其他創意市集的特殊型態。（盧沛樺／攝）

有別都會的節奏，「慢活」不多久，喧囂、摩肩接踵——牯嶺街的另一頭即常見的「創意市集」型態。充滿年輕人KUSO的創意，將生活經驗付諸成商品，舉凡貼紙、皮夾、T-shirt等，盡是實用而匠心獨運的日常用品；攤位不再門可羅雀，甚至，連想瞥一眼桌上的商品都實感困難。

截然不同的消費訴求在牯嶺街齊聚一堂，看似兩極，卻是實踐「創意市集」所在在強調：涵養多元文化、落實平民藝術的本質。

在2006年「創意市集」遍地開花。而今年紛紛出現「創意市集」被過度氾濫、膨脹的聲浪時，事實上，多數參與者並非盲目追隨，很多時候他們也開始捫心自問：「創意市集究竟是什麼？」；而如上的型態只是眾創意市集的冰山一角，其「玩法」的多元，究竟是浮濫的表徵？還是真正廣納百川？拋出的問題一個接一個，無妨，一道究其源頭，逐一釐清。

### 「創意市集」的定義

由三采文化出版第105期《創意市集》，在編者按的地方寫著：「創意，是把艱深的藝術作品，換穿一套平民化的外包裝後，便可以輕易進入一般人的生活，成為一種令人感到舒服、愉快的存在；而創意市集，即是一場生活藝術的展演。」

源於相近的理想，「南海藝廊」指導老師黃海鳴，時任國北教大文化產業學系副教授，認為「創意市集，是一種運動而不是活動」。「簡單的說，這是個人不斷參與、觀察、實驗，再修正的藝術參與過程。目的在讓社會中更多人相互激盪、互補、合作，透過一種生活化的過程，改變自己並共同營造平民的藝術。」黃海鳴在一篇文章中這麼寫到。

事實上，在王怡穎04年出版《創意市集》，介紹倫敦Spitalfield Market的跳蚤市集之前，在台灣，已經有一群堅信創作、肯定自我的人在敦南誠品前擺攤，即便當時仍然過著「官兵捉老鼠」的劇碼，依然在所不惜。

「有些人是衝動，有些人則帶著理想；創作本身是快樂的，與人分享、有人欣賞更是莫大的鼓舞。」自創品牌與「創意市集」歷史一樣長的「台北不來梅」創作者米奇鯉這麼說道，「然而，當

媒體歷屆廣告

### 推薦文章

- 變化自如 幕後的聲音演員
- 那些年 爸爸與芭樂的回憶

- 關余膚色 我想說的事

### 總編輯的話 / 郭穎慈



本期共有十九篇稿件。頭題〈夢想配方 攝影甜點與咖啡〉忠實刻劃一位科技新貴勇敢出走，開設一間攝影風格咖啡廳的歷程和堅持。

### 本期頭題王 / 洪詩宸



嗨，我是詩宸。雖然個子很小，但是很好動，常常靜不下來。興趣是看各式各樣的小說，和拿著相機四處拍，四處旅行。喜歡用相機紀錄下感動，或值得紀念的人事。覺得不論是風景還是人物，每個快門的...

### 本期疾速王 / 吳建勳



大家好，我是吳建勳，淡水人，喜歡看電影、聽音樂跟拍照，嚮往無憂無慮的生活。

### 本期熱門排行



夢想配方 攝影甜點與咖啡  
洪詩宸 / 人物



橙色的季節 唯美「柿」界  
陳思享 / 照片故事



老驥伏櫪 馬躍八方  
許翔 / 人物



追本溯源 探究大地之聲  
劉雨婕 / 人物



變化自如 幕後的聲音演員  
張婷芳 / 人物

時『創意市集』的名稱尚未被提出，直到南海藝廊首次在其庭院舉辦創意市集，吸引三百上下的人潮，以此為名的活動，才在部分小眾的支持下逐漸發展開來。」

有如黃海鳴教授的左右手，負責策劃牯嶺街書香創意市集的陳佩潔，一頭俏麗的短髮，眼底散發狡黠的目光，回憶首次的創意市集，認為那是場完美的藝術交流體驗。「小小的庭院裡，笑語不斷。創意，讓消費者透過簡單的消費方式認識藝術，是為居上位的藝術品與下位的商品拉出銜接的光譜，變得可親與可愛。」陳佩潔嘗試為「創意市集」下個定義。

## 活潑多元的創意市集

隨著文創產業在台灣逐漸受到重視，視覺美感相繼成為大企業間一較高下的新籌碼，同時，個人主義的標榜與普及，使得參與創意市集成為年輕人實踐夢想的一條管道。

CAMPO，一個由五名天不怕、地不怕的年輕人所成立的組織，強調「白天的PUB」，企圖顛覆既定印象的生活形式。為了延展、推廣這樣的概念，即便組織倉促成軍，資金來源貧乏，他們仍堅持一月一次的「生活藝術狂歡節」。一開始，基於五人對影音創作的興趣，活動不脫以音樂主導的內涵，各式音樂類型，諸如迷幻搖滾、雷鬼、嬉哈、house、broken beats等，儼然是場音樂盛宴。

而在2004年12月24日，CAMPO所舉辦第六次的生活藝術狂歡節中，首次融合創意市集的元素，遊戲宗旨從「電音狂歡」走向「大型戶外派對」；隨著其一個月一次在北、中、南地區的巡迴集結與宣傳，無論是創作者，還是活動參與者均愈來愈多，「創意市集」的概念也愈來愈普及，於是，造就2006年「創意市集年」的盛況。

於此同時，有別於「大型戶外派對」，講究對年輕人而言，生活方式的解放；南海藝廊的書香創意市集從庭院走上街頭，企圖連結社區週遭的人文資產，對內凝聚共生、共榮之感，對外則欲利用文化包裝，提升矚目度。

「牯嶺街其實是條藝術長廊，除了南海藝廊以外，尚包括牯嶺街小劇場、人文書舍，附近有楊英風美術館、郵政博物館及台灣藝術館等，人文薈萃齊聚一堂。而黃海鳴老師希冀透過跨領域藝術嘉年華的呈現，將藝術從小眾擴張成平民百姓的生活，進而銜接原本社區中疏離的人際關係。」陳佩潔解釋道。

同樣以凝聚社區的概念出發，台北公館寶藏巖在06年10月28日舉辦環墟市集。因其特殊的歷史脈絡，歷經日據時期的水路要地、民國五、六零年代，水源功能因上游移轉而撤退營區、七零年代，現代社會急遽擴張，年輕人口外移，大量老榮民進駐，呈現獨特的庶民生活景觀。

然而，民國六十九年，都市計劃欲將寶藏巖地區重新規劃，企圖進行大規模拆遷行動，所幸，十多年來的社會運動與聲援使部落安然存在；而「寶藏巖共生藝術村」的成立，企圖在外力幫助下，自主發展矢志保存的使命，而「環墟市集」即其以「藝術」捍衛傳統文化資產的一種方式。

除了這種強調由下而上的藝術市集，以精英客群為讀者導向的誠品書店，也在05年八月開始試辦名為「一卡皮箱SHOW自己」的創意市集。專案企劃簡奴如說：「很早，就常在敦南誠品外看見被警察趕著跑的攤友，當時也不以為意；後來，在『風格、創意、商品化』的講座中，發現這種藝術存在的可能性，同時，部分攤友表示與誠品合作的意願，於是，創意市集就在一種實驗性的方式產生。」

隨著常態性活動的成形，競相參與「一卡皮箱SHOW自己」創意市集的人愈來愈多，受制於場地有限，因此，遴選過程往往耗費多時，卻也使攤位異質性提高，「我們不希望到處是耳環、T-sh

irt；作為提供誠品讀者的另一選擇，我們總是希望提供最高品質的服務與內容。」

## 創意市集的新興模式

曾任魔岩音樂製作人的林暉哲，在一場名為「以小搏大，叛逆到底」的演講中指出：「連續兩次的台客搖滾嘉年華中，都有創意市集的存在，但那卻同時是最不具創意的存在。」姑且不論其對創意市集的評價，其中，卻點出創意市集與大型活動共生的現象。

2006年底在台北華山藝文特區所舉行的「簡單生活節」(Urban Simple Life)，兩天吸引超過三萬以上的人次，儘管以unplug音樂作為活動主軸，透過創意市集的加值，參與者不僅聽得見、看得見，甚至還拿得到——就像觀光景點需要特色小吃的加持一樣——創意市集無疑為「簡單生活節」增加蓬勃的人流，於此同時，創意市集的另類型態於焉誕生。

上述兩個台灣知名的大型活動，都由StreetVoice所策劃。其以「free your desire」與「beyond your imagination」為號召，透過網路平台，集各種創作於大成，包括手創娃娃、雕塑、另類影音與視覺設計等。而StreetVoice進一步規劃大型派對，運用創辦人張培仁的人脈與影響力，匯聚各式藝術、文化於一爐，透過大型活動的舉辦，使台灣的文創事業加值。

「海洋音樂祭、野台開唱、春吶等大型活動，將是後唱片時代的新市場；而簡單生活節將焦點轉往生活型態，結合當代LOHO的意識，將是文創產業的新契機。」張培仁在接受《Intelligent Times》採訪時說到。

除了做為藝文節慶附屬品的模式，今年十月，StreetVoice與台北文化局合作，舉辦「KUSO西門町 2007創意嘉年華」。首次以創意市集為展演的主體，分為「品味生活名店街」與「酷搜創意市集」，前者場地租金較貴，多為成功自創品牌。其他尚有二手市集、樂團表演及咖啡座等。

隨著「KUSO西門町 2007創意嘉年華」的落幕，新型態的創意市集再次登場——由師大夏學理教授指導文創產業學程的學生，一道策劃師大地下道的傳說。「透過創意市集的舉辦，活絡地下道，係基於閒置空間再利用的概念；同時，以學校作為強大的後盾，串起與週遭社區的共同意識。」夏學理解釋到。

「創意市集」發展至此，幾乎無人不知無人不曉。各式型態的市集透過琳琅滿目的創意作品，吸引人群駐足、圍觀，而有心人如實踐大學教授顏忠賢，在今年11月24日書香創意市集的「上街座談」中樂觀的表示：「知名的亞維儂藝術節歷時60年，而我們的創意市集才只是個開始，何妨讓我們視為長期作戰，也許60年後，我們也能有如亞維儂相當的地位了！」



### 橙色的季節 唯美「柿」界

新竹九降風吹起陣陣柿香，一片澄黃映入眼簾，那既是辛苦的結晶，也既是甜美的滋味。

▲TOP