

臺灣推展國家設計政策 之模式與類型發展

方菁蓉* 鄧成連 **

*國立臺灣師範大學設計學系

**亞洲大學創意商品設計學系

摘要

設計是連接創造力與創新的過程，愈來愈多的國家重視設計，且藉由推展設計政策以提升國家競爭優勢。臺灣自從成立國家級設計中心後，積極籌畫及推展各項大型設計政策，這些政策的推展讓臺灣設計軟實力的表現更受外界注目。成功的國家設計政策其背後專業推展模式值得深入探討，本研究以個案分析探討「2011年臺灣設計產業翱翔計畫」和「2011年世界設計大會暨設計年」，再以內容分析法根據 Qian 所提出 6 項國家設計政策指標包括：政策 A-補助、政策 B-投資、政策 C-認證/領導力、政策-D 推廣、政策 E-課程技能和政策 F-公眾意識，檢視標竿型設計活動其設計策略推展模式與類型發展。經由分析結果得知：「2011年設計產業翱翔計畫」屬於年度型國家設計政策計畫，扶植設計產業與設計人才，國家設計政策類型主要為推廣、課程技能和認證/領導力；「2011年世界設計大會計畫」屬於專案型國家設計政策計畫，在於提升全民設計美學運動，國家設計政策類型為推廣、公眾意識和投資。整體設計政策發展結構多側重於間接控制之基礎建設發展，較欠缺直接控制經濟干涉之補助與投資政策，建議可作為日後發展國家設計政策之方向。

關鍵字：國家設計政策、設計產業、國家競爭力、臺灣創意設計中心

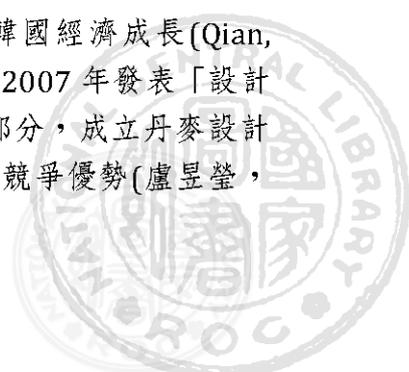


一、前言

(一)研究背景與動機

設計被定義為連接創造力(creativity)和創新(innovation)的過程，將無形的點子轉變成可以吸引消費者的主張(Cox, 2005)，如此相互依存的關係，令越來越多的國家更形重視設計，以設計發展新的產品、服務或流程，並將創意設計視為提升國家經濟競爭力的利器。就臺灣的設計產業發展政策而言，1950年代為內銷階段，1960年代外交發展階段，1970年代加工代製時期為臺灣經濟奠定良好基礎，1980年倡導提升產品設計，至1990年代轉為強調產品形象與建立品牌。而為了配合產業經濟需求，設計政策的推展從1989年起由經濟部工業局主導，推動全面提升工業設計能力計畫(1989-1998)和全面提升產品設計能力計畫(1999-2003)，重點著重於臺灣工業產品的品質與設計推廣(李金玲，2010；鄧成連，2005)。2000年臺灣政黨輪替，2002年臺灣加入世界貿易組織(WTO)，成為經濟合作發展組織的觀察員，面對21世紀知識經濟的時代，傳統產業的生產方式與經營模式已經無法配合時代需求，為解決國內與國際的各種經濟競爭，政府提出挑戰2008國家發展重點計畫(謝明端，2007)，十大重點投資計畫中與設計產業直接相關計畫的為文化創意產業發展，其他計畫亦需仰賴設計專業的協同促成，於是乎2003年成立財團法人臺灣創意設計中心(Taiwan Design Center, TDC)，簡稱臺創中心，2004年該中心正式啟動營運，成為臺灣國家級的設計中心，負責推動臺灣設計和文化創意產業之發展，任務包括國家設計策略規劃、前瞻研究、產業支援、知識管理、資源管理與推廣普及全民設計認知(臺灣創意設計中心，2015)。這對台灣推動國家設計政策，無疑地是一個重要的里程碑。

觀察其他國家推動設計政策的模式，日本1950年起即以設計推動日常的產品開發，1970年至1980年間更是日本設計發展的關鍵十年，1973年主辦國際設計會議為亞洲第一個重視設計的國家，之後建立設計管理系統使得設計環境更趨成熟，讓日本成為亞洲國家引領設計發展的重要指標(鄧成連，2009)。韓國政府於1988年將設計列為國家戰略中心，1999年提出「韓國設計-設計力量(Korea Design, Design power)」的口號，正確的設計政策發展使得三星和LG等企業成為世界知名的品牌，帶動韓國經濟成長(Qian, 2010)。丹麥1990年代末政府明確界定設計政策，並於2007年發表「設計丹麥(Design Denmark)」作為丹麥貿易與產業政策的一部分，成立丹麥設計中心(Danish Design Center)協助推廣丹麥設計，提升國家競爭優勢(盧昱瑩，



2011)。英國設計政策的推動由該國設計協會(Design Council)、文化媒體暨體育部(The Department of Culture, Media and Sport, DCMS)和英格蘭藝術協會(Art Council England)三個機構主導，1944 年成立設計協會專責英國工業產品之設計推廣，1997 年起推動施行創意產業政策，不只注重國內產業發展，也積極將幾十年來經營有成的文創事業發展轉換成可推廣的商業模式，引領全球文化經濟新思潮，創意產業政策不僅是英國經濟發展的主流與文化的核心，並且獲得英國人民的認同，更是其他國家制定設計政策參考的典範(許慈倩，2010；Dumas, 1996)。依據 2014 年 IMD 世界競爭力年報(國家發展委員會，2014)，上述這些國家於 2008 年至 2014 年世界經濟競爭力的排名為前 30 名，他們均將設計視為國家發展競爭優勢的策略工具。足見，好的設計政策除了有助於國家設計發展之外，更重要可以提高產業競爭力、提升商品品質與品牌形象，推展創意設計與產業之整合應用，進而強化國際市場之競爭優勢。

(二)研究目的

臺灣自從成立國家級設計中心後，積極籌畫及推展各項大型設計政策，這些政策的推展讓臺灣設計軟實力的表現更受外界注目，甚至帶動多項國際活動之成功申辦。成功的國家設計政策其背後專業推展模式值得深入探討，本研究從文獻探討國家設計政策、國家競爭力與國家設計政策與競爭優勢之相關性，再藉由個案分析和內容分析檢視臺灣 2011 年設計產業翱翔計畫和 2011 世界設計大會暨設計年兩項重要的國家設計政策，換言之，本研究之具體目標為探討臺灣標竿型設計活動之設計政策運作與類型，瞭解國家設計政策與國家競爭力之相關性，研究結果以做為未來國家設計政策持續推動規劃發展之借鏡。

二、文獻探討

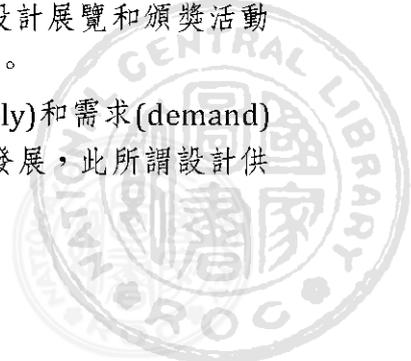
(一)國家設計政策之運作與設計政策類型

設計政策的意涵是國家為了提升產業競爭力，強化商品品質與形象，增進國民生活水準，由政府依據國家發展政策推動設計發展與規劃，且藉由各種具體落實的方案活絡市場經濟，進而對內提高就業機會，促使社會進步繁榮，對外增強國際形象與競爭優勢(單承剛、何明泉，2005；鄭源錦，1998)。Raulik-Murphy 等三位學者(2010)認為國家的設計政策相當複雜，他們基於國家創新體系、經濟合作與發展提出國家設計系統(National Design System, NDS)的觀念，國家設計系統就是一個國家的設計發展架構，包含四個元素：



(1)設計支援(design support)－企業主的資金或研發設備的支持；(2)設計推廣(design promotion)－針對消費者或使用者的，藉由研究機構協助教育訓練；(3)設計教育(design education)－設計師加入設計協會，瞭解各式法規與著作權；(4)設計政策(design policy)－策略性規劃以引導前三元素之執行檢核，國家設計系統是否運作得宜，是否受到重視與支持，連帶影響國家經濟和社會的發展。學者 Qian(2010)研究英國與中國設計產業與政策提出 6 項類型的國家設計政策，第一項類型為政策 A-補助(subsidizing)：是指設計服務的補助。經費補助所涉及問題包括政府財政支援、慈善基金和刺激經濟增長(Todaro and Smith, 2009)，在設計政策中補助可用視為補償服務，幫助無法支付設計經費的中小企業，提供必要支援或資源，使其業績得以成長(Gemser and Leenders, 2001)，從國家競爭優勢發展觀之，提供補助這些企業，等同正向帶動國家經濟的發展(Roy and Potter, 1993)；第二項類型政策 B-投資(investing)：是指設計使用的投資。投資政策涉及到推廣以及運用設計是否有效，國家可以藉由投資重點扶植具有潛力的設計單位或組織，以經濟支援壯大設計產業的蓬勃發展，並且鼓勵企業與國內設計公司合作，無須向外尋求國際設計單位，如此可以保持國家內部的資金流動(Raulik-Murphy et al., 2008)；第三項類型政策 C-認證/領導力(accreditation / leadership)：是指通過設計相關協會認證與監督。國家設計政策應該包括設計認證的推廣，專業嚴謹的認可或獎勵是實踐良好設計的標竿，得獎的設計可以為企業提升產業競爭力，而獲得肯定的設計師或設計公司具有激勵作用，更有助於設計產業發展，並且帶動消費者購買行為(Ahn and Song, 2010)；第四項類型政策 D-推廣(promotion)：是指透過設計協會或公私部門的推廣。不論是藉由展覽、活動或網站推廣設計作品、設計師、設計團體或設計公司，對於經濟發展具有積極正面的影響力(Raulik-Murphy, 2010)；第五項類型政策 E-課程技能(curriculum skills)：是指教育機構設計知識的培養。設計教育是設計人才培育與人力資源的根本，設計課程與技能發展的設計教育反映國家對設計的重視與雄心，每年孕育出新的畢業生，投入設計產業提高設計製作品質(Raulik-Murphy et al., 2008)；最後，第六項類型政策 F-公眾意識(public awareness)：是指創造公眾對設計的認知和訂定設計品質標準。藉由舉辦設計活動創造公眾對設計的意識，另外發行設計出版物、設計展覽和頒獎活動亦可促進民眾對參與設計的普及化(Ahn and Song, 2010)。

Qian(2010)進一步解釋國家內部對設計的供應(supply)和需求(demand)兩大因素，將影響國家設計政策與協同機構之政策層級發展，此所謂設計供



應是指自由設計師(freelance designers)、設計顧問公司(consultancies)和企業內部團隊(in-house teams)的綜合設計能力(design capacity)；設計需求則為使用設計的組織包括公共部門(public sector)與私營機構(private sector)，此兩種因素的消長關乎設計協會(design associations)、政府(government)及高等教育機構(higher educational institutions)等不同利益單位的發展。供應與需求兩種不同的張力，致使國家設計政策的運行產生「經濟干涉(economic intervention)」與「基礎建設發展(infrastructure development)」兩種不同層級概念，第一層級藉由政府補助、稅收優惠或投資策略的政策 A 與政策 B，干涉經濟結構和直接控制，以平衡設計需求與供應，第二層級是透過設計協會和高等教育機構兩個單位執行政策 C、政策 D、政策 E 和政策 F，設計基礎建設發展和間接控制，以平衡設計需求與供應。如圖 1 所示。

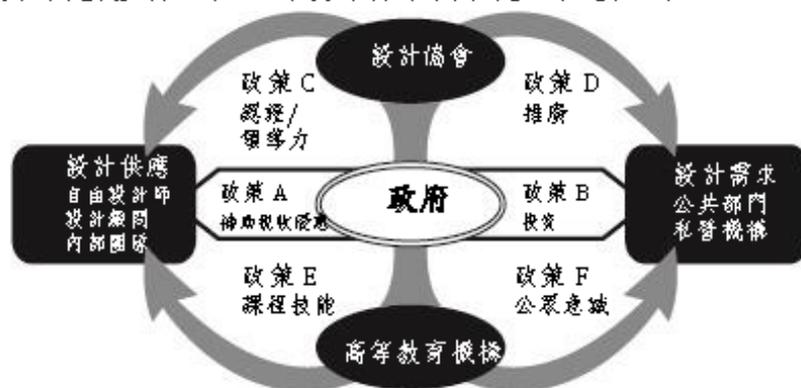


圖 1 Qian's 國家設計政策

資料來源：Qian, 2010

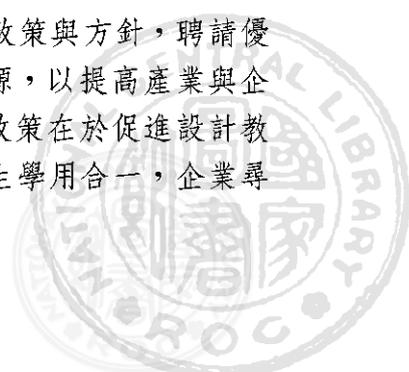
從上述學者提出的觀點得知，設計政策的發展與制定受限於國家的產業與經濟、政府、基礎設施、設計意識和市場需求等因素，但是政策的發展卻會直接影響國家對設計的推廣、教育與資源分配。因此，國家設計政策必須由政府主導推行，再藉由設計協會與高等教育機構共同推動設計認證、推廣和課程技能，並鼓勵民眾一起參與。

(二) 設計政策影響國家競爭力

國家設計政策實踐過程中，由於發起的人或組織具有設計相關背景，因此經常被誤解，將國家設計政策視為設計界的議題，然而英國等先進國家將設計政策視為國家創新生態系統(a national innovation ecosystem)的重要組

成，期待在設計的社會和經濟影響下，使民眾生活過得更美好進而提升國家之競爭優勢(Aibhe, 2013；Qian, 2010)。就國家競爭層面而言，策略大師Porter提出鑽石理論(Porter's National Diamond)，將影響國家競爭優勢的內部競爭條件區分為四項關鍵因素與兩項附加要素，第一關鍵要素為生產因素(factor conditions)：一個國家在特定產業競爭中有關生產方面的表現，例如：勞工、耕地、天然資源、資本與基礎建設，換言之，生產因素是一個國家的人力、物力、知識、資本和基礎設施資源，這些條件對一個國家創造力、生產力與供應力具有深遠的影響，生產因素通常是創造得來的而非自然天成的，並且隨著各個國家及產業性質有不同的差異；第二關鍵因素為需求條件(demand conditions)：是指本國市場對該項產業所提供產品或服務的需求為何，國內市場最大的貢獻在於它提供企業發展持續投資與創新的動力，並且在日趨複雜的產業中建立企業的競爭力，因此，要提高一個國家內部需求，企業需要藉助於先進的產品或創新的設計和良好的科技服務，得以滿足市場需求；第三關鍵因素為相關支援產業(related and supporting industries)：是指當這個國家和其他國家競爭比較時，是否能夠提供健全的相關產業支援，使其更具有國際競爭力；第四關鍵因素為企業策略、結構與競爭對手(firm strategy structure and rivalry)：是指企業在一個國家的基礎、組織和管理型態以及國內市場競爭對手的表現。另兩項附加因素為機會(chance)與政府(government)，「機會」因素有可遇不可情之變數，但是「政府」因素對產業的影響最深遠，政府支持的力量有強化和加速產業競爭優勢的效果，亦可創造機會(李明軒、邱如美，1996)。國家競爭力是國家具備良好產業發展的環境，經過國家內部四項關鍵因素(生產因素、需求條件、相關支援產業、企業策略、結構與競爭對手)相互影響成長，加上政府的支持與良好的機會，企業才得以獲得良好的競爭優勢以提高生產力，進而帶動國家總體競爭力的提升。

Ferreira 等人(2011) 結合 Porter 的鑽石理論和 Qian 的國家設計政策，將 6 項政策注入國家競爭優勢四項關鍵因素和兩項附加要素，透過這些政策推動與彼此相互作用，產生新的機會，藉以帶動國家整體運作之發展。第一關鍵因素生產條件涉及國家生產的表現，最基本的資源來自於人才的訓練，因此可藉由政策 E 課程技能刺激競爭力，制定設計教育政策與方針，聘請優秀師資加強培訓基礎設計人才，建立良好的設計人才資源，以提高產業與企業的人才所需，從而樹立強大的國家競爭力。課程技能政策在於促進設計教育與設計技術的精進，讓大學與企業產生合作夥伴，學生學用合一，企業尋



得解決方案；第二關鍵因素需求條件是為國內產品或服務的需求，可藉由政策 C 認證/領導力和政策 F 公眾意識兩項設計政策提升競爭優勢，例如針對設計師舉辦設計工作坊、研討會、展覽和發行專業期刊，或是針對一般大眾進行設計教育養成、設計展覽、出版設計期刊和建置設計園區，以增加媒體曝光度；第三關鍵因素相關支援產業可以配合政策 B 投資、政策 D 推廣和政策 E 課程技能三項設計政策，提供產業支援促進產業之競爭力，例如投資或扶植設計公司，協助弱勢組織機構成長，設計投資可分為公共部門與私營機構，就私營機構設計投資的形式來說，特別是中小企業，可以藉由網路、教育或諮詢，針對其設計需求提供支持與指導；至於公共部門的設計投資形式，可以藉由注入設計思考和方法激發公共部門員工，提高他們的服務品質增進成本效益；第四關鍵因素企業策略、結構及競爭對手則可藉由投資的設計政策 B 增進競爭優勢。政府單位以政策 A 補助、政策 E 課程技能和政策 F 公眾意識三項設計政策強化且加速產業競爭優勢。國家競爭力與設計政策之互動關係如圖 2 所示。

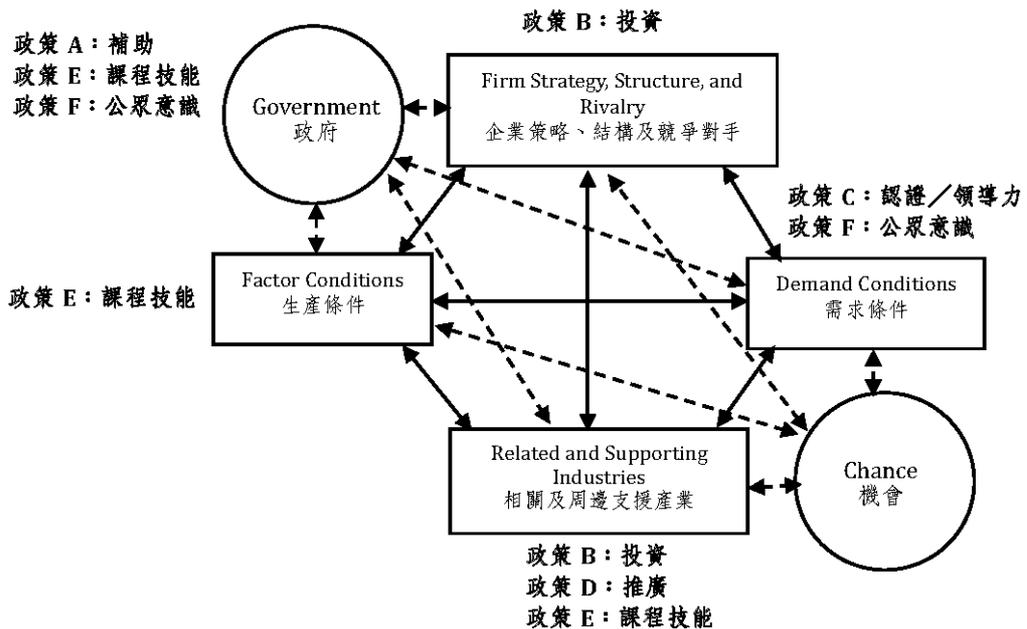


圖 2 Ferreira et al. 之國家設計政策鑽石理論藍圖
資料來源：Ferreira et al., 2011

(三)臺灣設計政策與台灣創意設計中心

近年來設計政策(Design policy)為各國探討的重要議題，有些國家藉由

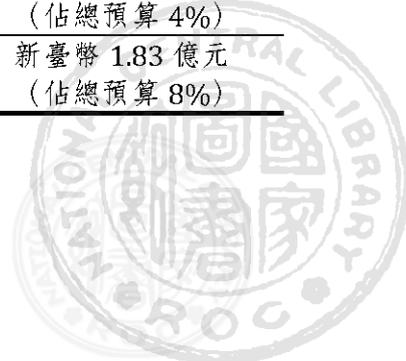


新奇與眾不同的創意想法，將設計注入至國家、政府或產業之中，以提升工作效率與競爭優勢，而這些能意識到設計價值的國家則以實際計畫制定設計政策，明確方案引導國家整體運作發展(Design council, 2008)。臺灣面對創意體驗美感經濟時代的來臨，以及臺灣設計產業邁向國際化之關鍵時間，由國家級的設計中心「臺灣創意中心」負責訂定 2008-2011 年臺灣設計政策，包括 5 大設計政策發展策略及 5 項重點計畫，5 大設計政策為：(1)強化設計服務能量，提高設計服務業營業額、(2)運用設計資源輔導廠商，提升產品附加價值、(3)打造設計產業園區，促進產業群聚效益、(4)帶動全設計運動，提升全民美學素養、(5)塑造我國國家設計形象，以設計行銷臺灣；5 項重點計畫為：(1)臺灣設計產業翱翔計畫、(2)2011 世界設計大會暨設計年推動計畫、(3)裝修松山菸廠暨臺灣創意設計中心進駐計畫、(4)創意生活產業發展計畫、(5)商業設計發展計畫。國家投入的經費總預算為新臺幣 22.7 億元，各分項重點計畫預算為臺灣設計產業翱翔計畫經費預算 11.6 億元(佔總預算 52%)、2011 世界設計大會暨設計年推動計畫經費預算 6.6 億元(佔總預算 29%)、裝修松山菸廠暨臺灣創意設計中心進駐計畫經費預算 1.7 億元(佔總預算 7%)、創意生活產業發展計畫經費預算 0.99 億元(佔總預算 4%)、商業設計發展計畫經費預算 1.83 億元(佔總預算 8%) (經濟部，2010)，其中以 2011 臺灣設計產業翱翔計畫和 2011 世界設計大會暨設計年推動計畫兩項計畫投入的經費最多，共佔總經費預算 81%，由此可見政府將此兩項計畫視為國家設計發展的重要指標，期待為國家發展開創新的競爭優勢。2008-2011 年我國設計發展策略見表 1 所示。

表 1：2008-2011 年臺灣設計發展策略

5 大設計政策	5 項重點計畫	經費預算
(1) 強化設計服務能量，提高設計服務業營業額	(1) 臺灣設計產業翱翔計畫	新臺幣 11.6 億元 (佔總預算 52%)
(2) 運用設計資源輔導廠商，提升產品附加價值	(2) 2011 世界設計大會暨設計年推動計畫	新臺幣 6.6 億元 (佔總預算 29%)
(3) 打造設計產業園區，促進產業群聚效益	(3) 裝修松山菸廠暨臺灣創意設計中心進駐計畫	新臺幣 1.7 億元 (佔總預算 7%)
(4) 帶動全設計運動，提升全民美學素養	(4) 創意生活產業發展計畫	新臺幣 0.99 億元 (佔總預算 4%)
(5) 塑造我國國家設計形象，以設計行銷臺灣	(5) 商業設計發展計畫	新臺幣 1.83 億元 (佔總預算 8%)

資料來源：本研究整理



三、研究方法與分析

(一)個案研究界定

本研究為瞭解由國家推動之大型設計運動其執行目的、內容與設計政策發展類型等問題，藉由個案分析(Case Study)和內容分析法(Content analysis)深入探討。臺灣政府自 2003 年起為了國家發展大力推動臺灣設計運動，2008 年更為持續落實使臺灣成為亞太地區具有知識運籌能力的創意設計重鎮，和成為全球華人設計發展趨勢的領航者，通過立法推展設計產業發展旗艦計畫，在五項計畫中 2011 年設計產業翱翔計劃和 2011 年世界設計大會暨設計年兩項計畫內容多元豐富，且預算經費合計佔總經費預算之 81%，對臺灣國家設計政策之推動具有標竿型意義，因此本研究以此為研究個案進行深入分析。資料分析以官方之文獻計畫報告為主，探討的內容包括個案計畫目的、計畫目標與工作重點、執行方向與活動項目、預期成果等四項。

(二)內容分析之進行

1.取樣選擇

內容分析是一種將傳播內容以系統客觀和量化的方式歸納統計，並將這些類別的統計數字作敘述性解說的研究方法(Bowers, 1970)。內容分析並非單純的資料收集，除了分析資料的傳播內容外，必須將深層意涵或意義，進行更完整的研究(Weber, 1985)。國家設計政策所涉及的層面廣大，探討的內容較為複雜，本研究邀請具有國家設計政策和設計管理經驗之專家，針對 2011 年間臺灣最重要的兩項國家設計活動：2011 年臺灣設計產業翱翔計劃和 2011 年世界設計大會暨設計年進行內容分析。

2.抽樣方式與分析單位

本研究樣本 2011 年臺灣設計產業翱翔計劃抽樣內容為計劃中 6 大方向之 36 個活動項目，見表 5。樣本 2011 年世界設計大會暨設計年抽樣內容為計劃中 3 大方向之 19 個活動項目，見表 6。分析單位為「一項」活動。

3.資料編碼類目

類目即內容的分類，是內容分析法非常重要的一環，類目基本主軸圍繞在定義明確與量化，擬訂越深入而明確則越具有學術價值(王石番，1991)。



本研究類目的形成是依據 Qian(2000)提出之國家設計政策 2 大層級 6 項類型：層級一經濟干涉包括：政策 A 補助和政策 B 投資；層級二基礎建設發展為：政策 C 認證/領導力、政策 D 推廣、政策 E 課程技能和政策 F 公眾意識。詳細的類目與操作型定義如下表 2。

表 2 本研究內容分析之類目與操作型定義

類目	操作型定義	執行範圍
經濟干涉	政策 A：補助	設計服務的經費補助。
	政策 B：投資	設計單位的投資或重點扶植。
基礎建設發展	政策 C：認證/領導力	透過設計相關協會之認證與監督，提升設計品質，強化競爭力與知名度。
	政策 D：推廣	透過公家機構、私人機構或設計協會，進行相關之設計活動。
	政策 E：課程技能	高等設計學校相關之設計知識培養與訓練。
	政策 F：公眾意識	公眾對設計相關活動的認知與參與。
		補助服務、節稅。 設計顧問、專業諮詢服務。 針對設計師舉辦：工作坊、研討會、展覽、發行專業期刊。 針對企業主舉辦：設計管理教育推廣、活動、展覽、網站、發行專業期刊。 設計教育與研究發展促進產業與學校的合作關係、產學合作。 針對一般大眾舉辦：設計教育養成、設計展覽、出版設計期刊、設計園區、增加媒體曝光度。

資料來源：本研究整理

4.編碼員與信度檢測

基於專業從業人員具有豐富實務經驗，且能就自身專業知識精確地判斷問題的適切性(White & Smith, 2001)。本研究遴選三位具有國家設計政策實務與設計管理背景，且工作經驗達20年以上者擔任本研究之編碼員，其經歷與專長背景見表3所示。為了使編碼員對樣本的判讀能達到一致性，本研究採Kolbe和Burnett(1991)建議的編碼步驟，首先進行編碼員訓練，由作者說明編碼原則、類目意涵與範圍，讓三位編碼員都能瞭解本研究之各項程序，藉以降低樣本判讀誤差。

在未正式編碼之前，先請三位編碼員進行分析三分之一的樣本，並採用王石番(1991)所認定的0.85以上的信度係數標準，信度係數越高，編碼員的認知一致性越高。本研究經過兩次與編碼員討論不一致之處，同時針對類目



定義加強說明後，最後進行編碼與一致性信度檢定，相互同意公式如下：(1)「相互同意度」 $=2M(N1+N2)$ ；其中M為完全同意的數目，N1為第一位評分者應有的同意數目，N2為第二位評分者應有的同意數目。(2)「一致性信度」 $=Nx(\text{平均相互同意度})/1+[(N-1)x(\text{平均相互同意度})]$ ，其中N為參與編碼的人員總數。從表4得知編碼員甲與編碼員乙的相互同意度為0.87；編碼員甲與編碼員丙的相互同意度為0.87；編碼員乙與編碼員丙的相互同意度為0.8；一致性信度為0.94，已高於0.85的信度係數標準，表示三位編碼員的意見具有共識。

表3 編碼員之基本資料

編碼員	經歷	專長背景
甲：張君	國家及創意中心前執行長	國家設計政策與設計管理
乙：黃君	國家及創意中心前副執行長	國家設計政策與設計管理
丙：林君	國家及創意中心前副執行長	國家設計政策與設計管理

資料來源：本研究整理

表4 編碼員間之相互同意度與一致性信度

編碼員	甲	乙
乙	0.87	/
丙	0.87	0.8
三人一致性信度	0.94	

資料來源：本研究整理

四、結果與討論

(一)個案 A：2011 年設計產業翱翔計劃推展內容

1. 計畫目的：本計畫推動目的在加速臺灣設計產業起飛，提高產業附加價值創造能力，使製造臺灣升級為知識文化臺灣，引導產業兼顧生產、生態與生活之發展，以提升國民生活美學，發展美學經濟、永續經濟與體驗經濟(經濟部，2010)。
2. 計畫目標與工作重點：本計畫總目標為：設計服務業營業額 770 億元、促進國內外設計媒合 390 案、設計人才國內外培訓 290 人次、提供設計



諮詢服務 145 案、媒合 390 案以上，促進產業設計投入 1.1 億元，衍生投資 16.5 億元，衍生產值 165 億元，以及我國設計產(作)品獲得國際 4 大設計獎項 170 件。工作重點為：(1)協助設計服務業開發市場，擴大服務領域增加產值；(2)協助產業建立設計跨領域合作體系，促進產業持續創新；(3)提升設計人才國際專業能量與經營管理能力，作為國際市場拓展尖兵；(4)深化設計研究以提供設計服務業與產業運用；(5)強化我國設計與國際接軌，藉以提升臺灣設計國際形象，加速我國設計與產業的能量晉升國際舞臺。

3. 執行方向與活動項目：本計畫包括 6 大方向 36 個活動項目，如下表 5。

表 5 2011 年臺灣設計產業翱翔計劃執行方向與活動項目

執行方向	活動項目
1.協助設計服務業開發市場	(1)辦理設計服務業能量登錄
	(2)辦理設計服務業諮詢訪視服務
	(3)辦理設計服務業旗艦先期研究
	(4)辦理國外行銷活動
	(5)辦理國際設計洽商會
2.協助傳統產業提升設計附加價值	(1)辦理傳統產業與設計產業媒合洽商會
	(2)協助廠商運用政府其他輔導資源
	(3)篩選臺灣潛力區域特色產業
	(4)推動區域特色活化聯盟
	(5)辦理聯合計畫說明會
	(6)辦理聯合成果發表會暨推廣活動
	(7)辦理國際設計導入傳統產業，發展資源跨域交流
3.協助科技產業全球設計市場運籌	(1)導入國際前瞻策略發展資源並推動未來生活科技趨勢聯盟
	(2)導入國際創意設計資源，提升科技產業設計實力
	(3)協助科技產業運用政府資源，導入外部創意設計能量
4.促進設計研究創新應用	(1)辦理共通性設計趨勢研究
	(2)辦理創業創新設計服務研究



	(3)辦理文化主題設計元素與應用研究
	(4)辦理設計產業基礎統計與研究調查
	(5)擴充共通性設計研究平臺
	(6)辦理設計研究成果推廣活動
	(7)加強國際設計研究合作網絡
	(8)辦理電子化服務平臺國內外營運
	(9)辦理設計資源及產業能量整合平臺營運
	(10)辦理電子化服務平臺推廣活動
	(11)辦理設計資訊館營運推廣
	(12)辦理強化資訊安全作業
5.強化國際設計整合人才培訓	(1)辦理設計菁英前瞻趨勢國際培訓
	(2)辦理設計服務人才能量精進培訓
	(3)辦理企業專業人才設計跨域培訓
	(4)辦理重點產業設計專業整合人才培訓
6.提升臺灣設計國際形象	(1)辦理金點設計獎選拔
	(2)辦理金點設計入圍產品展覽活動
	(3)編印金點設計獎專刊及宣傳推廣活動
	(4)協助廠商及設計公司參加國際重要設計獎項
	(5)辦理國內優良設計產品廠商或設計公司之交流活動

資料來源：本研究整理

4. 預期成果：本計畫預期成果包括辦理推廣暨交流會、促進國際設計需求機會，創造設計服務輸出及衍生文創商品接單輸出；協助產業運用政府資源設計輔導開發，促進傳統產業產值提升；人才培訓。

(二)個案 B：2011 年世界設計大會暨設計年推展內容

1. 計畫目的：本計畫的推動在 2011 年辦理設計年國際性大型活動，除了可以對國際社會展現臺灣的設計能量，促進國際設計交流提升國際形象外，並可推廣產業運用設計的成果，展現給一般社會大眾，促進設計美學深入民眾生活，創造生活優質永續環境，更契合科技施政藍圖中的精神主軸(經濟部，2010)。



2. 計畫目標與工作重點：藉由舉辦 2011 年世界設計大會的契機且適逢臺灣建國 100 年，訂定民國 100 年為設計年，以達成引導產業朝向設計創新、帶動全國設計運動、提升全民美學素養、塑造我國國家品牌形象和以設計行銷臺灣為目標。工作內容包含建立 2011 世界設計大會暨設計年推動機制，辦理推動小組及小組各項企畫協調工作、IDA 理事 2011 世界設計大會活動工作會議、參加 IDA 理事會議、設計年公關推廣活動及推薦臺灣設計專業人士擔任國際知名活動評審或講師；此外，打造我國設計活動地圖，帶動全臺全民運動，辦理 2010 臺灣國際設計博覽會、臺灣國際創意設計大賽、新世代設計師工作營及國內外創意設計論壇等設計活動，共同促進全國民眾參與設計相關活動和生活美學再提升。再者，辦理設計年系列活動認證及商品認證授權、邀請國內外人士參與國際設計盛會，並且透過設計大會暨設計年形象識別體系統、網站、文宣品、宣導影片，及辦理主體展覽及推廣交流活動強化宣傳推廣。
3. 執行方向與活動項目：本計畫包括 3 大方向 19 個活動項目，如下表 6。

表 6 2011 年世界設計大會暨設計年執行方向與活動項目

執行方向	活動項目
1. 成立推動組織統推動 相關工作	(1) 營運及辦理世界設計大會暨設計年推動小組及工作小組
	(2) 辦理 IDA 理事 2011 世界設計大會工作會議及參加 IDA 理事會議
	(3) 辦理設計年公關推廣活動
	(4) 推薦臺灣設計專業人士擔任國際知名活動評審或講師
2. 規劃辦理設計年系列 活動	(1) 辦理 2010 臺灣國際設計博覽會
	(2) 辦理 2010 臺灣國際創意設計大賽
	(3) 辦理 2010 新世代設計師工作營
	(4) 辦理國內外創意設計論壇
	(5) 辦理設計年系列活動認證
	(6) 完成辦理 2011 世界設計大會暨設計年商品認證授權
	(7) 籌辦 2011 世界設計大會
	(8) 完成籌辦 2011 臺灣國際設計博覽會
	(9) 完成籌辦規劃三大主題之夜交流活動
	(10) 完成籌辦 2011 志工培訓



(11)完成規劃 2011 設計之旅交流活動

- 3.辦理國內外廣宣活動
- (1)辦理國際巡迴展及參加國際展會
 - (2)維運 2011 世界設計大會暨設計年專屬網站
 - (3)辦理國內外媒體宣傳推廣，國內外各類媒體報導
 - (4)完成製作各類文宣品及宣傳短片

資料來源：本研究整理

4. 預期成果：促成 65 萬民眾參與設計相關活動，提高對設計價值的認知國內媒體觸達率達 5,000 萬人次以上；促成與國際組織合作或交流，推廣 2011 世界設計大會在臺灣辦理活動，國外媒體觸達率達 5,000 萬人次以上；完成辦理 2011 世界設計大會暨設計年商品認證授權 100 件商品，帶動直接觀光效益達新臺幣 1,000 萬元以上。

(三)2011 年設計產業翱翔計畫著重於推廣、課程技能和認證/領導力

2011 年設計產業翱翔計畫的推動主旨在於加速臺灣設計產業起飛，提供產業附加價值創造能力，與提升國民生活美學，進而促進國家經濟發展，並朝向美學經濟、永續經濟和體驗經濟。為達到此目標臺灣創意中心推動 6 大方向並舉辦 36 項活動，研究結果得知：方向 1 協助設計服務業開發市場之設計政策著重於政策 C 認證/領導力、政策 D 推廣和其他；方向 2 協助傳統產業提升設計附加價值之設計政策著重於政策 A 補助、政策 C 認證/領導力、政策 D 推廣、政策 E 課程技能、政策 F 公眾意識和其他；方向 3 協助科技產業全球設計市場運籌之設計政策著重於政策 A 補助、政策 B 投資、政策 C 認證/領導力、政策 E 課程技能和其他；方向 4 促進設計研究創新應用之設計政策著重於政策 B 投資、政策 C 認證/領導力、政策 D 推廣、政策 E 課程技能和政策 F 公眾意識；方向 5 強化國際設計整合人才培訓之設計政策著重於政策 A 補助和政策 E 課程技能；方向 6 提升臺灣設計國際形象之設計政策著重於政策 A 補助、政策 C 認證/領導力、政策 D 推廣和政策 F 公眾意識，三位專家認為除了 6 項政策之外，臺創中心還運用輔導政策，協助與執行國家設計政策發展，詳細統計結果彙整如下圖 3。由圖 3 可見 2011 年設計產業翱翔計畫之設計政策發展比重排序為政策 D 推廣(50%)、政策 E 課程技能(36.1%)、政策 C 認證/領導力(30.6%)、政策 B 投資(27.8%)、政策 A 補助(25%)、政策 F 公眾意識(19.4%)、其他(11.1%)。



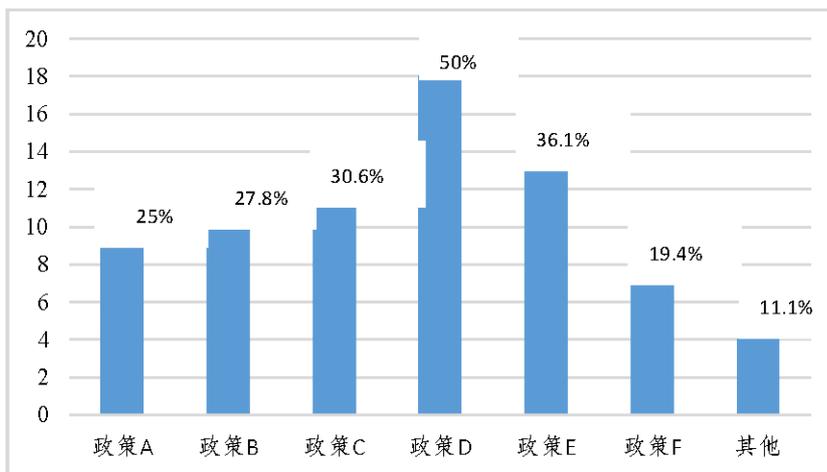


圖3 2011年設計產業翱翔計畫設計政策發展一覽表

資料來源：本研究整理

從上述統計結果得知：2011年設計產業翱翔計畫推動之國家設計政策中，最重要的前三項設計政策類型為政策D推廣、政策E課程技能與政策C認證/領導力，推廣策略在於透過設計協會或公司部門，藉由展覽、活動或網站，推廣設計師和設計公司之設計作品，對經濟發展具有積極正向的影響。課程技能政策在於教育機構對設計人才的培育計畫，促進產業與學校的合作關係，學用合一提高設計表現與設計製作的品質。認證/領導力則由專業的設計協會或機構主辦和監督設計認證，具有專業嚴謹的設計認證可以為企業提升產業競爭力，而獲得肯定的設計師或設計公司具有激勵作用，更有助於設計產業發展。此三項設計政策的標的與該項活動規劃之初所設定的預期成果相符合。換言之，2011年設計產業翱翔計畫由國家級設計中心臺灣創意中心主導，邀集設計協會建立專業認證和舉辦設計活動，另外結盟高等教育機構加強基礎設計知識與技能的培訓，滿足國家內部的供應與需求，階段性完成各項設計活動的推廣，促進產業對設計的認同，帶動國家經濟成長。此外，專家群除了依據Qian之6項設計政策類型檢視本計畫外，他們另外提出「輔導」的設計政策，本個案中有三個活動項目協助設計服務業開發市場、協助傳統產業提升設計附加價值和協助科技產業全球設計市場運籌，即運用「輔導」的設計政策進行活動推展。

(四)2011年世界設計大會計畫著重於推廣、公眾意識和投資

2011年辦理設計年國際性大型活動，除了可以對國際社會展現臺灣的



設計能量，促進國際設計交流提升國際形象外，並可推廣產業運用設計的成果，展現給一般社會大眾，促進設計美學深入民眾生活，創造優質生活與永續環境。為達到此目標臺灣創意中心推展 3 大方向舉辦 19 項活動，研究結果得知：方向 1 成立推動組織統推動相關工作之設計政策著重於政策 B 投資、政策 C 認證/領導力、政策 D 推廣和政策 F 公眾意識；方向 3 劃辦理設計年系列活動之設計政策著重於政策 B 投資、政策 C 認證/領導力、政策 D 推廣、政策 E 課程技能和政策 F 公眾意識；方向 3 辦理國內外廣宣活動之設計政策著重於政策 A 補助、政策 D 推廣和政策 F 公眾意識，詳細統計結果整理如下圖 4。由圖 4 可見 2011 年世界設計大會之設計政策發展比重排序為政策 D 推廣(79%)、政策 F 公眾意識(52.6%)、政策 B 投資(31.6%)、政策 E 課程技能(15.8%)、政策 C 認證/領導力(10.5%)、政策 A 補助(5.3%)。

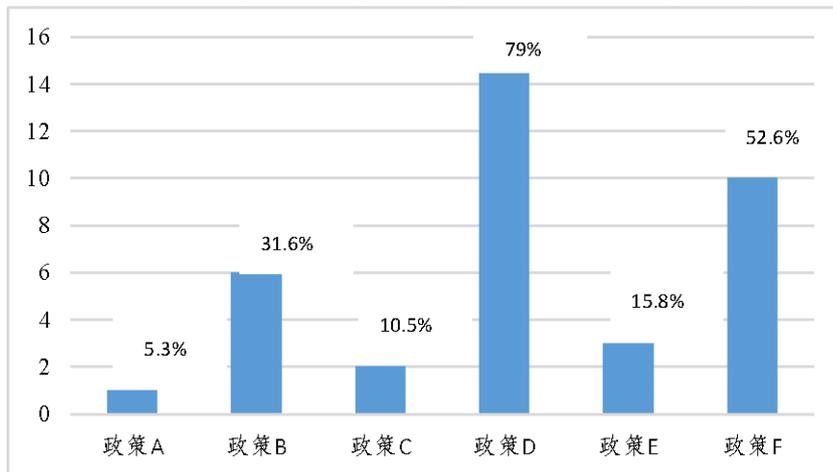


圖 4 2011 年世界設計大會設計政策發展一覽表

資料來源：本研究整理

從上統計結果得知：2011 年世界設計大會推動之國家設計政策中，最重要的前三項設計政策類型為推廣、公眾意識與投資，推廣策略在於透過設計協會或公司部門，藉由展覽、活動或網站，推廣設計師和設計公司之設計作品，對經濟發展具有積極正向的影響。公眾意識政策在於舉辦設計活動、頒獎或展覽、或出版設計刊物，帶動公眾對設計的認同，讓設計普及化。投資政策在於國家可以藉由重點扶植具有潛力的設計單位，以經濟支援壯大設計產業的蓬勃發展。

(五)兩個個案設計政策之比較



設計政策主要意涵在於提升國家產業之競爭力，由政府依據國家發展政策推動設計發展與規劃，2011年設計產業翱翔計畫及2011年世界設計大會分別屬於不同目標與性質之設計政策型態，前者之主要目標在於扶植國內設計產業與設計人才，進而與世界接軌躍昇國際舞台，此項計畫所需經營的時間較長，屬於年度型的國家設計政策計畫；後者的主要目標在於帶動全國設計運動，提升國人之美學素養，此計畫鼓勵全民參與，屬於專案型的國家設計政策計畫，如表7所示。2011年設計產業翱翔計畫著重於產業的政策C認證/領導力、政策D推廣與政策E課程技能，這些政策類型的推動需要較長時間的投入與耕耘，方能於日後獲得回饋，由於此項計畫成功推動臺灣設計能力獲得國內外肯定，因此政府目前也持續推動設計產業翱翔的計畫，接續2011年的精神延伸至D-team聯盟、產業示範輔導、金點設計獎、國際展會行銷、臺灣設計展和新一代產學設計展。

表7：兩個個案主要之設計政策類型差異

個案	目標	類型	政策A 補助	政策B 投資	政策C 認證/ 領導力	政策D 推廣	政策E 課程技 能	政策F 公眾意 識
2011年設計 產業翱翔計畫	協助設計產 業與設計人 才	年度 型			✓	✓	✓	
2011年世界 設計大會	提升全民設 計美學	專案 型		✓		✓		✓

資料來源：本研究整理

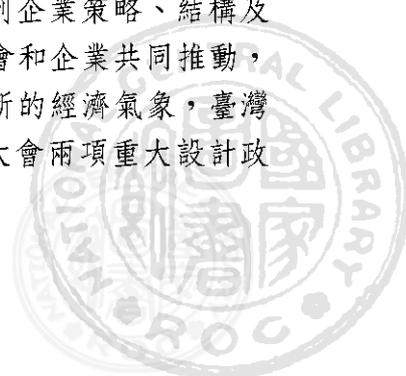
由表7得知，專案型計畫的2011年世界設計大會在於推廣產業，運用設計的成果展現給一般社會大眾，促進美學深入民眾生活，因此設計政策類型著重於政策B投資、政策D推廣和政策F公眾意識，當年媒體對此事件的報導：「2011年10月24到27日，由臺北舉辦連續三天的臺北世界設計大會，讓全球設計菁英印象深刻，這期間愛好設計的民眾帶著全家大小到松山文創園區、南港展覽館和世貿展一館，幾乎全臺動員一起參與世界設計大展。這一段時間是臺灣設計界最榮耀的時刻，讓大眾看見臺灣設計能量的蓬勃綻放（許惠捷，2013）。」和「2011年主辦世界設計大會(IDA Congress)及世界設計大展(Taipei Design Expo)，是臺灣的第1次，全亞洲的第1次，也是全世界的第1次，在短短不到一個月的時間內，吸引超過136萬的參觀民眾，並讓來自全球25個國家、超過3,000名以上的設計師驚豔於臺北的城市設

計活力(吳德興, 2013)。」, 由此可見, 2011 年世界設計大會計畫的推動, 吸引大眾主動參與設計活動, 設計意識獲得群眾共鳴。

五、結論與建議

本研究根據 Qian(2000)提出的 6 項國家設計政策指標包括：政策 A 補助、政策 B 投資、政策 C 認證/領導力、政策 D 推廣、政策 E 課程技能和政策 F 公眾意識, 檢視 2011 年臺灣設計產業翱翔計劃和 2011 年世界設計大會暨設計年兩項國家級標竿型設計活動之設計政策發展類型, 經由內容分析得知：2011 年設計產業翱翔計畫目標在於扶植設計產業和設計人才, 屬於年度型計畫策略, 其國家設計政策類型主要為推廣、課程技能和認證/領導力；2011 年世界設計大會計畫目標為全國人民設計美學推展, 屬於專案型計畫策略, 其國家設計政策類型主要為推廣、公眾意識和投資。由整體設計政策發展結構觀之, 目前我國的設計政策發展多側重於第二層級之基礎建設發展, 透過設計協會和高等教育機構兩個單位的政策執行, 以間接控制設計基礎建設發展, 平衡設計的需求與供應。至於運用第一層級直接控制經濟干涉之補助政策與投資政策稍嫌不足, 此處缺口正說明日後臺灣發展國家設計政策之重點方向, 因此建議我國政府應當持續重視設計政策之推動, 舉凡對於推動設計教育、技術或基礎建設專案之組織或團體所提出之計畫案, 政府能夠給予經費補助、稅收優惠或融資等方案的支持與鼓勵, 積極提升設計教育之成長, 落實技能培養與設計基礎開發。此外, 國內外舉辦各類大型設計展覽、競賽、設計認證或獲得獎等設計相關之重要訊息, 藉由媒體批露與傳播, 提高民眾對設計的參與度, 讓設計美學融入日常生活, 強化民眾的設計意識。國家設計政策的運作需要政府大力支持, 設計產業發展涉及經濟脈動與國際設計政策發方向, 三者相互依存。換言之, 經濟脈動與設計產業均有可能影響設計政策的方向, 相對地, 設計政策方向也會改變經濟與設計產業之發展。

另外, 本研究將結論對應至 Ferreira 提出之國家設計政策鑽石理論可以發現：一個國家要藉由設計政策帶動國家競爭力必須透過縝密計畫與思考國家設計產業的生產條件、需求條件、相關周邊支援產業到企業策略、結構及競爭對手、政府和機會, 由國家政府主導配合設計相關公會和企業共同推動, 國家經濟發展與競爭力才會產生新的契機與變化, 呈現新的經濟氣象, 臺灣於 2011 年推展設計產業翱翔計畫與 2011 年世界設計大會兩項重大設計政



策，無疑地，這兩項計畫已經成功提升臺灣產業競爭力與設計形象，後續政策推動必須再連結與延續，長期不懈的推動累積實力才能更進步。國家設計政策不單為了提升產業競爭力，強化產品品質、設計與形象，同時增進人民生活水準，豐富文化內涵，創造高度的文明社會，進而於國際市場中取得差異性的競爭優勢，為國家創造更大的財富與福祉。

攸關國家設計政策的研究甚少史料涉及，此與設計歷史的發展有關，設計產業歷程約莫始於20世紀初，直至20世紀中後期才漸漸受到各國的重視，如此短暫的成長更遑論國家設計政策的發展歷程。因此本研究貢獻在於先藉由文獻探討瞭解國家設計政策、國家設計政策競爭力、設計政策發展類型與臺灣的設計政策發展狀況，再邀請國際設計政策推廣專家，針對我國標竿型設計活動個案之國家設計政策進行內容分析，經過嚴謹的分析，獲得具有客觀性的結果，瞭解臺灣目前的國家設計發展類型概況。希望研究成果提供有志規劃或研究設計政策相關者之參考，後續研究將朝向不同國家設計策運作類型探討比較。

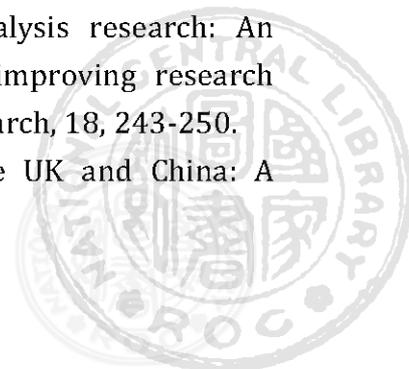


參考文獻

- 王石番(1991) (2009),《傳播內容分析法》,臺北:幼獅文化出版社。
- 吳德興(2013),〈臺北市躋身 2016 世界設計之都入圍城市〉,經濟日報商業及休閒,網址:<http://edn.udn.com/article/view.jsp>(上網日期:August 11, 2016)。
- 李明軒、邱如美譯(1996),《國家競爭優勢(上)》,Porter, M. E. 原著(1990),臺北:天下文化出版社。
- 李金玲(2010),〈國家設計政策與臺灣設計產業發展之研究〉,國立臺灣科技大學設計研究所碩士論文。
- 國家發展委員會(2014),〈2014 年 IMD 世界競爭力我國排名全球第 13 名〉,國家發展委員會新聞稿 pdf,網址:http://www.ndc.gov.tw/News_Content(上網日期:August 11, 2016)。
- 許惠捷(2013),〈臺北市獲選 2016 世界設計之都張光民當選理事〉,動腦新聞,網址:<http://www.brain.com.tw/news/articlecontent>(上網日期:August 11, 2016)。
- 許慈倩(2010),〈文創產業帶動全球經濟成長的超級引擎〉,訓練與研發,8, 28-33, 臺北。
- 單承剛、何明泉(2005),〈設計政策之建構與實行〉,設計學報,10(2), 13-27, 臺北。
- 經濟部工業局(2010),〈99 年度專案計畫契約及計畫書-2011 世界設計大會暨設計年推動計畫〉(契約編號:9931208001),臺北:經濟部工業局。
- 經濟部工業局(2010),〈99 年度專案計畫契約及計畫書-臺灣設計產業翱翔計畫〉(契約編號:9931208002),臺北:經濟部工業局。
- 鄧成連(2005),〈國家設計政策執行成效與未來規劃之探索〉,行政院國家科學委員會補助專題研究成果報告(NSC93-2411-H-130-005),桃園:銘傳大學設計管理研究所。
- 鄧成連(2009),〈臺灣設計競爭力之研究〉。行政院國家科學委員會補助專題研究成果報告(NSC93-2410-H-130-030),臺北:國立臺灣師範大學設計研究所。
- 鄭源錦(1998),〈臺灣之長程工業設計政策與策略〉,臺北:龍溪圖書。



- 盧昱瑩(2011),〈丹麥設計讓你無法抗拒的冷靜〉, *Cheer 雜誌*, 130, 網址:
<http://www.cheers.com.tw/article/article.action?id=5021408>(上網日期:
October 02, 2016)。
- 謝明瑞(2007),〈挑戰 2008 的省思,財團法人國家政策研究基金會國政評論〉,
網址:<http://www.npf.org.tw>(上網日期: October 02, 2017)。
- 臺灣創意設計中心(2015),〈官方網站〉, 網址:<http://www.tdc.org.tw/>(上
網日期: October 02, 2016)。
- Aibhe, McNabola (2013) *The UK Design Council: Putting a value on design*,
Design Management Review, 24(4), 22-23.
- Ahn, S. G. and Song, J. M. (2010) *Evaluating the Effectiveness of Asian Design
Policies*, *Design Management Review*, 21(4), 78-86.
- Bowers, J. W. (1970) *Content analysis*, in P. Emmert and W. Brooks (eds.),
Methods of Research Communication, Boston: Houghton Mifflinco Press.
- Cox, G. (2005) *Cox Review of Creativity in Business: Building on the UK's
Strengths*, London: Design Council.
- Design Council (2008) *Design Council Briefing 01 The impact of design on
business*, website: <http://www.designcouncil.org.uk/> (accessed: August
11, 2016).
- Dumas, A. (1996) *From icon to beacon: The new British Design Council and
the global economy*, *Design Management Journal*, (3), 10-14.
- Ferreira de, Sá, M., Kunst, G., Van der Linden, G., Mallios, M., Melgarejo, M.
and Peterson, R. K. (2011) *The Impact of National Design Policies on
Countries Competitiveness*. website:
[http://www.miguelmelgarejo.com/web/works/the-impact-of-national-
design-policies-on-countries-competitiveness/](http://www.miguelmelgarejo.com/web/works/the-impact-of-national-design-policies-on-countries-competitiveness/) (accessed: August 11,
2016).
- Gemser, G. and Leenders, M. A. A. M. (2001) *How integrating design in the
product development process impacts on company performance*, *The
Journal of Product innovation Management*, 18, 28-38.
- Kolbe, R. H. and Burnett, M. S. (1991) *Content analysis research: An
examination of applications with directives for improving research
reliability and objectivity*, *Journal of Consumer Research*, 18, 243-250.
- Qian, S. (2010) *Design industries and policies in the UK and China: A*



- comparison. *Design Management Review*, 21(4), 74.
- Raulik-Murphy, G. (2010) A Comparative Analysis of Strategies for Design Promotion in Different National Contexts, Cardiff: University of Wales Institute.
- Raulik-Murphy, G., Cawood, G. and Lewis, A. (2010) Design policy: An introduction to what matters. *Design Management Review*, 21(4), 52-59.
- Raulik-Murphy, G., Larsen, P. and Lewis, A. (2008) A comparative analysis of strategies for design in Finland and Brazil. website: <http://www.biz-community.com> (accessed: August 11, 2016).
- Roy, R. and Potter, S. (1993) The commercial impacts of investment in design, *Design Studies*, 14(2), 171-193.
- Todaro, M. P. and Smith, S. C. (2009) *Economic Development* (10th edition.), New Jersey: Prentice Hall.
- Weber, R. P. (1985) *Basic Content Analysis*, Beverly Hills, CA: Sage.
- White, A., & Smith, B. L. (2001) Assessing advertising creativity using the creative product semantic scale. *Journal of Advertising Research*, 41(6), 27.



Taiwan National Design Policy Type Development

Ching-Jung Fang* Cheng-Lein Teng**

* Design Department , National Taiwan Normal University

**Creative Product Department, Asia University

Abstract

Design is the process of connecting creativity and innovation. More and more countries pay much attention on design in order to improve national competitiveness. Since national “Taiwan Design Center” has established in 2004, it has positively promoted various national design policies. Based on case studies, it’s obvious that the government focuses on two design projects: “2011 Dream of Taiwan Design Industry” and “2011 World Design & Design Year” because the government has invested much more funds than any other projects. According to Qian who put forward six national design policy targets, including: Policy A: Subsidy; Policy B: Investment; Policy C: Accreditation / Leadership; Policy D: Promotion; Policy E: Curriculum Skills and Policy F: Public Awareness. The study is to review and look deep into the national projects of 2011 Taiwan Design Industry and 2011 World Design. Through case studies and content analysis, the study result shows that the national project- “2011 Dream of Taiwan Design Industry” focuses on Promotion, Curriculum Skills and Accreditation / Leadership while 2011 World Design emphasizes on Promotions, Public Awareness and Investment. The overall design policy development structure pays attention to indirect development of infrastructure construction. However, direct control of economic intervention and investment could be strongly proposed as a future development national policy.

Keywords: National Design Policy, Design Industry, National ompetitiveness, Taiwan Design Center

