

協助眾多微型文創家邁向創業

范特喜落實生活就是文創的理念

希望讓人們在食衣住行育樂等方面的活動，都能擁有更多的感動。透過協助文化創意微型創業家順利創業，落實生活處處是文創的核心理念，秉持「文創即生活、生活即文創」的理念，范特喜微創文化自成立以來即跳脫臺灣把文創框起來、區隔開來的思維，

來到台中市中興街與美村路一帶，由范特喜微創文化（後簡稱范特喜）打造的老屋文創街，散居在台中市民平常生活的小巷弄裡，尤其范特喜綠光計畫規劃出的文創聚落，一整排由老舊宿舍打造而成的創意商店，與 30-40 年的老透天厝並排而立，不僅絲毫沒有違和感，並且淋漓盡致地表現出：「文創就是生活、生活就是文創」的內涵。

舊空間改造 匯聚文化創意聚落

范特喜文創聚落的成形，背後推手是微創文化創辦人暨總經理鍾俊彥。但令人意外的是，鍾俊彥本身並非從文創產業出身，也正因為沒有文創包袱，他才能把文創落實於生活之中。

鍾俊彥從事 20 年營造施工業，當初只是想要改建老房子預計出租，沒想到吸引許多的微型創業的工作者進駐，誤打誤撞闖進文化創意領域。范特喜微創文化營運經理朱欣儀表示，位於美村路一段 117 巷的范特喜 1 號店，原本要以 4 萬元租出去，但是後來發現來詢問的租客都是年輕創業家，他們資金有限、預算多在 1 萬元以內，因此靈機一動乾脆把房子隔成 6 間，以符合年輕創業家的價格租給他們，不僅自己有回收，也幫助年輕人創業。

范特喜轉投資子公司河洛創意科技執行長呂英裕，是鍾俊彥在英國倫敦留學時的好友，他自鍾俊彥創辦范特喜開始，就經常為其提供意見，呂英裕原本擔心小巷弄內沒人潮，商店可能不容易經營，沒想到老屋再造具備特色，吸



左為范特喜微創文化營運經理朱欣儀

范特喜微創文化有限公司

范特喜
Fantasy Story | 微創·文化

類別	文化創意
負責人	鍾俊彥
成立時間	2011 年
主要業務	舊建築空間改造、商場招商與管理、旅館經營管理等。
員工人數	24 人
育成中心	中原大學創新育成中心

引人潮前來，進而帶動周邊其他老屋屋主，主動表示願意把房子租給范特喜改造，再出租給年輕文創創業家。

就這樣，范特喜從 1 號店一路開到 12 號店，再加上後來承租自來水處老舊員工宿舍執行綠光計畫聚落，至今進駐范特喜聚落的文創店家已經達到 55 個，包含創意設計工作者、複合餐飲業、獨立書店、創意髮廊、甜點烘焙工作者，除此之外，臺灣傳統在地製造生產業者也來設點開店，成為規模不小的文創聚落，逐漸在全台打響名氣，而結合文創與社區的「范特喜綠光計畫」，如今也成為台中旅遊的知名景點之一。

創辦育成中心

建立微創業輔導的一條龍服務

而范特喜也逐漸走向國際，透過合作交流模式，陸續在日本香川郡北濱、江蘇無錫市、浙江杭州市及盧森堡等建立微創文化聚落，並且也積極規劃建立越南胡志明及泰國清邁聚落。朱欣儀說，雖然在海外的范特喜聚落規模不如台中，但是因為在海外設置據點使范特喜得以與全球各國的文化創意家互動交流，開拓國人

“ 文創不應該是被框起來，
而是應該像歐洲國家那樣落實在生活的每一個環結，
臺灣發展文創應該效法歐洲國家，讓生活即文創、文創即生活，
如此才能入味，走出符合臺灣自有風格的文化創意產業。 ”

— 范特喜微創文化

國際化的文創視野。

范特喜創立 4 年多的時間，一路走來看似順利，規模不斷擴大，商業模式也趨於多元，但其實經營過程相當辛苦，朱欣儀說，微創業家資金有限，光是向店家收取租金比較難維持范特喜的營運，因此公司必須承接許多專案來補足資金，所幸范特喜透過加入中原大學創新育成中心，獲得許多協助與資源，因而讓 4 年多來的經營過程順遂許多。

例如，中原大學創新育成中心除了積極協助范特喜申請政府計畫與補助專案，彌補資金缺口之外，也讓范特喜獲得多次媒體曝光機會；另外，育成中心也協助范特喜取得多個專案以創造營收，像是在宜蘭三星鄉為益得食品設計觀光工廠、為高雄美濃鎮第一戲院進行改造，以及陸續在宜蘭烏石港、台中清水、新竹關西等地建立特色聚落，都是在育成中心的媒合之下促成，2015 年中原大學創新育成中心更與范特喜共同合作，協助宏碁龍潭渴望園區轉型為創新創業基地。

在創投資金的挹注上，范特喜也透過育成中心的推薦，成功媒合大聯大世友創投投資 1,500 萬，並提供育成大樓由三方共同經營，培育進

駐微型企業。范特喜因此於 2014 年成立綠光原創有限公司，進一步將觸角延伸到文創育成領域，現在位於綠光商圈的 5 層大樓，就是綠光原創的所在地，朱欣儀說，綠光原創主要以培育進駐范特喜的創業家為輔導對象，當然也歡迎其他文創創業家的進駐。

打造文創社群 建立臺灣文創的分享經濟概念

從老屋新造出租空間給微文創企業，再發展到成立育成中心輔導更多新創公司的發展，范特喜堪稱臺灣唯一一家微型文創創業的一條龍服務商，在建立這樣的實力之後，范特喜持續往前推進，進一步朝虛擬空間發展。

2015 年范特喜轉投資成立河洛創意科技股份有限公司，目標就是為了打造臺灣獨一無二的文創社群網站。呂英裕說，一開始我們只是想要幫店家在網路上做行銷推廣，之後點子愈想愈多，於是開始規劃在網路上做一個文創社群，目前范特喜已經與國內 8 個文創聚落討論合作，擬邀請 8 個聚落商家進入社群，未來目標則是連結到臺灣的 16 個文創聚落。

呂英裕強調，與一般社群網站如臉書或購物

商城如 PChome 商店街不同，范特喜線上文創社群將以商家背後的創業故事為主軸，吸引對文化創意或創業有興趣的族群，只要成為會員的網友就可以在線上留下在商家消費的心情故事或點滴，通過審核上稿者就可獲得點數，未來這些點數都可以在實體店家折抵消費。

呂英裕強調，這個社群訴求分享概念，不管商家或消費者都可以在這裡貢獻自己的力量，為臺灣文化創意產業的發展建立更雄厚的資源，因此進駐商家必須是以對土地有貢獻、對社會有關懷的族群，藉以與消費者推廣分享互利的精神。

從范特喜過去 4 年來的營運布局，看得出范特喜不是要以文創之名弄一個空間，而是要把具備文化內涵的元素無縫接軌地注入人們的居家生活之中，念藝術畢業的朱欣儀說，一直以來臺灣總是把文創跟生活分隔開來，但是我們認為生活中應該就要涵蓋藝術與文化；呂英裕也強調，就像走在英國街頭，你不需要特意的



▲ 范特喜將老屋改造成文創聚落，為巷弄的歷史建築帶來人潮及繁榮，獲得各縣市政府力邀，擴散其成功經驗，改造更多民間與公有老舊建築。

走進哪個文創園區或是知名文創書店才會變成文青，任何人所接觸的一磚一瓦、一條小巷弄都是文化創意。

「臺灣發展文創就應該像英國或其他歐洲國家，把文創變成生活的一部分，如此才能入味，走出屬於臺灣自己的文創產業。」呂英裕與朱欣儀懷抱同樣的理想，說著一樣的話。

育成觀點 以推廣文創的理想為動能，快速成長茁壯

「一般非社會企業的新創公司都重視獲利，但是范特喜並非社會企業，卻也不會優先想到獲利這件事，因此公司裡的人都充滿熱情與活動力，這讓范特喜儘管沒有大財團資金的支持，也能在短短幾年時間就打造出如此具備規模的文化聚落。」中原大學產學營運總中心副執行長王世明指出，更難能可貴的是，范特喜不管是商業模式的虛擬化發展或是品牌形象的國際化布局，都走得相當快速。

王世明進一步指出，范特喜以小資金創造大文創聚落的表現，在國內是非常特別的成功案例，這也是該公司屢獲國家獎項肯定的原因，相信未來在公司不斷的創新規劃之下，范特喜將持續成為臺灣擴大文創產業的重要泉源，以及為更多的文創新創公司帶來新的能量。



中原大學產學營運總中心副執行長 王世明