

第 2 章 Birmingham's Custard Factory — 「閒置空間再利用的驗證・再開置的可能」

黃璽允 同學

Custard Factory 是位於 Birmingham 市中心東南方一處廢棄工廠。占地綿延 5 英畝，位於改造後的工廠建築中。正如它的名字，這些工廠建築曾屬於發明了卡士達醬的 Alfred Bird，而 Custard Factory 曾經就是一個卡士達醬工廠。經過巧手改造，陳舊的工廠在 1900 年代換上五顏六色的新裝，搖身一變化身為 Birmingham 新興藝術家、設計師以及次文化團體們的創意搖籃。現今，Custard Factory 已經成為一個富於創造力的藝術和文創制作中心，個人工作室、畫廊、傑出的藝術家、獨立的手作店鋪和餐廳聚合之地。

一處「文化創意產業園區」的形成和經營，和當地文創產業發展及社區整體氣氛習習相關，Custard Factory 有其引人入勝之處，但同時有有些部份令人費解。在本篇報告中，將會探討 Custard Factory 的發展過程、行銷手段、及實地觀察後與先前對其了解的異同。

一、發展過程

Custard Factory 位於英國伯明罕，與當地知名購物中心 Bull Ring 大約只有八百步的距離，最初由 Alfred Frederick Bird 於十九世紀末時建立，正如其名，是發明及製造卡士達醬的工廠，極盛時期曾有超過千名員工在此工作，卡士達醬無論在當時或現今都大受歡迎，不僅在英國內需龐大，也外銷國際市場，甚至有一說是 Custard Factory 帶動了伯明罕及英國的工業化程度。但由於擴廠成本及其他因素考量，Custard Factory 於 1964 年時遷移至 Banbury，留在伯明罕的工廠並未拆除，閒置了近三十年後，現今的 Custard Factory 所有者獲得其所有權，並於 1992 年著手改建。當時的預算為八百萬英鎊，其中有一百六十萬英鎊來自公部

門。

改建計劃分為兩個階段，第一階段為 Scott House 的改建，包括將廠房改建成數百個可供多媒體、藝術、及小型創意工作室的單位。工廠的一樓則改建為咖啡廳、會議室、舞廳、畫廊、展場、商店等。在 Custard Factory Theatrical Company 的發想下，也在水池旁建造了一間有 220 個座位的劇場，供藝術表演及各式演出使用。根據 Custard Factory 官方網站的說法，在第一階段的改建完工後，創造了約 300 個工作機會，幫助了 150 位以上的失業人口，並在市中心形成了一股文藝洪流，社區居民積極參與各式活動，並深深受到廠內綠地、雕塑、噴泉等公共藝術的薰陶¹。

改建計劃的第二階段，一開始名為「The Green House」，而在 2002 年工廠的對面 Gibb Street location 也完工後，便稱作「Gibb Square」。「Gibb Square」中主要為現代媒體及相關產業，其中包括了 101 個新的辦公室、工作室、零售單位和藝廊。Custard Factory 最廣為人知的巨大雕塑「The Green Man」在這個階段一同完工。根據 Custard Factory 官方網站表示，「我們在第二階段改建後，整個園區變得越來越多元化，從高級餐廳到滑板場地都有，提供了伯明罕一個充滿動力的新興園區。」



圖 2.1 「The Green Man」



圖 2.2 構成 Custard Factory 的兩座建築，左為「Gibb Square」右為「Scott House」

¹ 來自 Custard Factory 官方網站 <http://www.custardfactory.co.uk/>, 2012/9/15 查詢

實地觀察

在到訪 Custard Factory 之前，已先瀏覽過其官方網站、社群網站（如 facebook、twitter 等）及所搜集的資料，認為 Custard Factory 這個文化創意園區在舊廠房經過巧手改造後成為文創工作者的天地，也許和台北的華山創意園區、松山菸廠；和柏林的哈克薛市場（Hackerscher Markt）有異曲同工之妙，對於 Custard Factory 及其週邊地區抱有樂觀的想像，特別是對其大型公共藝術和室內建築空間使用感到興趣。

關於整合—創新一空間，Graeme L. Evans（2009）舉了一些例子：像是在劇院或攝影棚內以文化產品支援表演藝術、零售與批發商的合作、將工作室延伸到攝影棚或展覽場地、及市集空間結合現場活動、演出、和展覽等。Graeme L. Evans（2009）並整理了出四種**文創聚落**的類型：

1. 單一文化工業產品—垂直整合（Mono-Cultural Industry Production – vertical dis/integration），如：電視電影、音樂產品、攝影棚、紡織品、陶瓷等。
2. 複合文化工業產品—水平整合（Plural-Cultural Industry Production – horizontal integration），如：視覺藝術、建築設計、表演藝術、藝術中心等。
3. 文化產品消費（Cultural Production-Consumption）—創意市集、開放工作室，如：東倫敦的 Spitalfields, Whitechapel 等、節慶活動，如親水區節慶市集—Baltimore, Barcelona, Bankside London 等。
4. 文化消費（Cultural Consumption）—零售（時尚、電子產品）、街市（古董、工藝品、食物），藝術娛樂場所及園區（博物館島、影城、紅燈區、美食街等）

以 Custard Factory 的特徵而言，大約是屬於 Graeme L. Evans 所言之第三種和第四種類型，旨在創造能夠同時具有文化生產及消費的空間。

初次實地走訪的經驗和想像中有著極大的不同，甚至可說是震驚。在到達伯明罕後不久的週末下午，便抱著期待的心情前往 Custard Factory，Custard Factory

所在的 Digbeth 地區離市中心非常近，從伯明罕車站徒步約十分鐘即可抵達。雖然是週六的下午時段，但一樓的空間大約有七成都是呈現沒開或是待租的狀況，少數幾家有營業的商店（包括一間咖啡廳 Yumm、一間餐廳 78、一間理髮廳、一間做指甲的、一間賣自印 T-shirts 的 GRIP、一間賣家具的 FFRENCH'S、和一間雜貨店幾間樂器行）都沒有什麼客人，也許是天候不佳，在園區內的訪客大約也不到二十人，約五到十個青少年在公共空間玩滑板，一組攝影師和 model 在拍照，一個街頭藝人，除了咖啡廳和餐廳外，消費活動甚少，似乎大部份的訪客都是逛逛就出去了。對於這樣與官方網站和其他資料大相逕庭的狀況，感到十分不解，當時在伯明罕也並非有何特殊活動會影響人潮的流動。

Custard Factory 園區占地不小，硬體部份都尚算合用，與其官方網站上的介紹相符，且有兩座停車場。在一樓有偌大的接待中心，各空間之間的連接通道也簡單明白且別具特色，徒步區及外觀的設計感都尚佳、色彩繽紛，且



圖 2.3 建築內部公共空間

Custard Factory 的招牌字樣算是醒目，附近也有公車站可直達火車站及市中心。

但若以外國訪客的觀點來看，附近並沒有任何關於 Custard Factory 的路標，只能靠著牆上的塗鴉知道到達了 Digbeth 地區，在靠著廠房上的巨大出租單位廣告看到了 Custard Factory，實屬不便。附近社區則沒什麼特別的，亦看不出太明



顯的，所謂這個文創園區對社區的影響，一樣是有 Bar 有超級市場，並沒有感覺出因 Custard Factory 而產生的相關產業、studio、機構等。

圖 2.4 建築內部公共藝術

雖然官方資料說法中表示 Custard Factory 是南岸的 audio centre & media centre，但並沒有特別發現類似的建物或 studio、機構等。

遊客體驗

為何該是人潮洶湧的週六下午，對當地社區來說相當重要的文創園區，甚至是休閒空間會有如此荒蕪之感呢？基於好奇與不解，詢問了寥寥無幾中的幾位訪客，關於來訪動機和對 Custard Factory 的了解和感覺，並截取了以下的回答：

「我們是看了 Custard Factory 的網站介紹而決定來走走，我們很喜歡這裡的建築和雕塑，有一種舊時代和新時代融合的感覺，但這裡的商店都沒有開，有一點死氣沉沉的，也許人都在 Bull Ring 那邊吧，我們會在伯明罕待三天，對於這個城市來說應該是足夠了，畢竟真的是沒有什麼特別吸引人的。」

—觀光客·夫妻·50歲上下·美國

「我們跟朋友約在附近的 Irish Bar，剛剛去逛完 Bull Ring 就走過來喝杯咖啡，平常其實沒有很常來這附近，這附近感覺有點……不那麼有趣……我知道 Custard Factory 以前是真的做 Custard 的，但我不太清楚它現在是做什麼的，文創園區？新媒體與藝術中心？啊有可能吧，這邊的環境滿適合的……其實每次來這裡人潮都差不多，除非有舞會會什麼別的，不然這裡平常真的比較冷清。」—當地學生·少女·約17-20歲·伯明罕

「我們問了車站的旅客中心伯明罕有什麼好玩的，服務人員介紹我們來這裡，這裡的氣氛和建築很棒，很酷且很有活力感。剛從購物中心那一帶過來，覺得 Custard Factory 人沒那麼多，是個適合喝咖啡度過悠閒下午的地方，也可以拍一些照片，很放鬆的地方……這裡是文創園區嗎？我們以為是社區活動中心之類的。Manchester 很多這樣的地方，其實沒什麼非常特別之處，但好像在伯明罕沒看過類似的，會不會再訪很難說，可能還是購物

區那一帶比較吸引人吧，這裡可以在逛完街後走來喝杯咖啡。」

—觀光客·少女·約 20-25 歲·Manchester

來訪 Custard Factory 的訪客有一些明顯地相同處，可以整理如下：1. 目的明確，不是因為碰巧遇到就進來看看；2. 來訪原因之一皆是離 Bull Ring 很近；3. 對於 Custard Factory 的了解相當粗淺，來訪目的較少文化消費動機；4. 回訪意願不高；5. 觀光客居多，本地居民少。針對這些特徵，可以分析出 Custard Factory 的地理位置其實相當重要，在旅遊資料及都市規劃資料中，Custard Factory 所在的 Digbeth 區與 Bull Ring 所在的市中心區是完全被分開介紹及規劃的，但事實上步行僅十分鐘左右路程，且完全直行，對觀光客來說是相當簡單易達的，且相較於 Bull Ring 購物區的繁忙，儘管與期待不符，Custard Factory 提供的尚是一處較為清閒悠哉的休閒空間，也許可對此進行整合行銷；再者，訪客大部份不了解 Custard Factory 的定位和其背景，甚至連 Custard Factory 真的曾是一座「Custard Factory」都不清楚，也許是因為園區內並無明顯告示指出園區特殊歷史背景，沒有好好利用這樣的工業遺址資產來吸引觀光客，實屬可惜，且因人潮稀少，訪客大部份皆使用「冷清」、「空曠」等相關詞彙形容對 Custard Factory 的感覺，相信這絕非 Custard Factory 本意，但這並非只是宣傳行銷面的問題，而需從各方面來思考解決。



圖 5.5 冷清的一樓迴廊



圖 5.6 招租中的單位之一

店家意見

再訪 Custard Factory 是週二午後，發現週間與週末完全不同，在週間因為上班日，這裡的人潮明顯較多，與接待中心人員詢問後得知一樓以上的空間租給獨立公司使用，但是否為文創或媒體產業相關公司則不一定，產業種類相當多元。基本上觀察其承租程度，認為 Custard Factory 其實並不具備選擇想承租的公司的能力，反而是必須很努力的招租，且接待中心人員透露招租情況不佳。中午時段可以看到一些上班族到咖啡廳用餐。一樓的空間與週末情況相差不多，大部份依舊沒有營業，有營業的店家也門可羅雀，經過和商店店員詢問過後發現，Custard Factory 的宣傳及知名度，與我們從網路資料和學術文章中了解的有很大的差距，Custard Factory 對當地人的吸引力和知名度都相當不足，其中「FFrenchy's」（古董家具店）的店員不斷提到其行銷面的問題，她認為 Custard Factory 缺乏行銷能力。

「Custard Factory 幾乎沒有為我們這些租店面的店家做過什麼，他們光是想辦法招租就夠忙了．．．．．我們會選在這裡的原因是因此租金便宜，我們需要一個可以擺得下眾多傢俱且寬敞明亮的空間，我們當然也想開在 Bull Ring 那區，但預算上沒有辦法．．．．．在這裡沒有什麼所謂聚合性經濟吧，正如你們看到的，大家生意都不是靠這裡的散客，沒有辦法只靠散客，我們（店鋪間）平常會開一些會，但多半是討論一些租金或管理費的問題．．．．．」

—「FFrenchy's」古董傢俱店・女店員・約 20 歲上下・工作 3 個月左右

大部份在此設點且持續營運的店家各有自己可以生存的方式，大多屬於綜合工作室及展示零售空間。零售比較不是主要的收入來源，會在此設點的原因比較是需要展示及倉儲空間。比如說「Get a grip」是印製 T-shirt 的小工作室，大部份的產品是來自外界的接單，工作室投資規模也不大，員工共三人，可以達成自己的供需平衡。

「我們覺得這裡很好，租金便宜，空間也剛好可以擺我們的機器和展示我們的商品．．．．．我們有三個員工，我們有很多的網路訂單，大部份的時間我們都忙得不得了，這裡比較像是可以跟顧客面對面討論的地方，就是工作室兼辦公室．．．．．我們基本上非常少散客，大部份都是訂製印刷 T-shirt 的客人，除非是量做多了我們才會在這裡零售．．．．．我覺得這裡的店家都很好相處，大家都是因為租金便宜或類似的理由進來，但這裡的流動率高得嚇人，我們是這裡撐最久的一家，也不過兩年多罷了，通常幾個月就會換一家店，你也看得出來其實大部份的單位都是空的，Custard Factory 本身內部好像營運的不是很好吧，但這方面不是太清楚，我們與他們（指 Custard Factory）幾乎沒有什麼關連。」

— 「Get a grip」手創 T-shirt 店・男店員・約 30 歲上下・工作兩年

而其他店家也屬於類似的經營模式，詢問過的店家皆提到便宜的租金是在此設點的考量首選，其次則是創意階級的聚合經濟，觀光客消費對他們而言似乎只是小部份的收益來源，宣傳的部份也都有自己的網站和其他社群網路。故對於 Custard Factory 的需求與連結並非是必要性的（這方面則因店家而異，「FFrenchy's」便較無自己的行銷管道）。但能在這個地方生存下來的店家必定有自己的一套獨立方法，「FFrenchy's」的店員明白表示：「光依靠 Custard Factory 的客源是不太可能達到收支平衡的」。

在徒步觀察下，發現 Custard Factory 與週邊社區幾乎沒有任何連結，更別提及文創園區所具備的連漪與教育作用，就算已建立十二年餘，尚停在相當基本的生產及需求面，周邊大部份的店家都是汽車相關，賣車修車租車零件等，幾乎沒有其他種類的店家。唯有 East Gallery 和一家辦公會議場地出租公司勉強算是文創產業相關，但在詢問之下皆表示和 Custard Factory 沒有合作關係。特別的是，千禧計劃點（科博館、IMAX、Birmingham City University）及 Ashton University 離 Custard Factory 並不遠，徒步僅十分鐘的路程，而 Eastside Park 也從 2011 年

開始其大型建設計劃，很明顯地，以 Custard Factory 的地理位置而言，是很容易想到產學、異業合作的可能，與市中心的大型購物中心也有商品區位上的區隔，若是在管理面上發展出合宜的連結性，應該是可大有所為。



圖 2.7 Get a grip 手創 T-shirt 店



圖 2.8. 未營業的噴漆店及單車店

結語

依 Montgomery (2004) 之觀點，文化園區所應發揮之功能，包括：

- (1) 為藝術家及設計師創造就業機會
- (2) 提供藝術作品被消費的機會，如藝廊、劇院與音樂廳等
- (3) 與正規教育機構的密切合作，以提供教育及訓練，並提供新藝術家、企業家與研發的互動
- (4) 成為混合使用的區域，提供各種互補的活動及夜間活動，包括：零售店面、私人藝廊與會場、咖啡廳及餐廳等
- (5) 成為藝術與創意活動被生產及消費的地方，在其中藝術家與消費者能夠被教育及享受娛樂，其環境氛圍讓人喜歡前來消磨時間及被觀看
- (6) 具有活潑的街道生活，並以公共領域及空間吸引人們前來

因此，成功的文創園區之特徵包括：良好的都市區位、提供有益的文化、形式與意義之組合、能刺激新的概念、使人得以從中探索、討論、嘗試、測試新的

產品及新的機會 (Montgomery, 2004)。都市提供人潮及市場以支持地方文化活動，而這些活動能活化地方經濟並提供年輕人創業機會。文化園區不僅是文化生產的基地，亦是文化被消費的場所。以 Custard Factory 而言，與其說是一個文創園區，不如說是一個綜合使用的空間，若是以綜合空間的方式來看，這裡的複合式空間、公共藝術、和創意的空間連結算是相當不錯，但以「文創園區」的觀點來看，Custard Factory 尚缺乏許多可構成文創園區的具體元素。

綜合以上，我認為 Custard Factory 的重點問題在於「需求」，需求面的問題也許出在於資訊不足上，我驚訝於許多當地人並不完全清楚 Custard Factory 的定位，對於其過往歷史的了解也不甚完全。很明顯地，Custard Factory 提供的出租單位就是供過於求，在尚未建構出對於文創產業的足夠需求時便生產了過多的空間供給。不僅 Custard Factory 是如此，與 East Side 的連結亦是如此，顯示出伯明罕城市規劃上的一些問題，也許是主事者對於城市發展的方向思考不夠深入，也對於城市計劃缺乏遠見，故在發展大型會展及商業基礎建設之後便將 Eastside 計劃遺忘，或是經費分配上的問題。整體而言，Custard Factory 很有一種「做到一半」的感覺，硬體完成了但缺乏軟體，建築設計與公共藝術可圈可點，但真正在使用的則是相當少數人。以當下的眼光來看，Custard Factory 尚不適宜稱為文創園區，以替代性綜合空間稱之也許較為符合實情，但其未來 10 至 20 年的發展也許會因為公園及高鐵計劃而有再興的機會，但也有可能頂多就只是增加人潮，成為較流行的公共休閒空間。若政府及主事者持續專注於商業及會展產業，忽視城市文藝發展的話，在對於文創產業的需求仍然不足的狀況下，Custard Factory 則有可能成為「閒置空間再利用後的再閒置空間」。

參考文獻

- Evans, G. L. 2009. From Cultural Quarters to Creative Clusters – Creative Spaces in the New CityEconomy. Retrieved from http://www.citiesinstitute.org/londonmet/fms/MRSite/Research/cities/079-cultural_quarters_and_urban_regeneration-090722-evans.pdf
- Montgomery, J. (2004). Cultural Quarters as mechanisms for urban regeneration-Part2: A review of four Cultural Quarters in the UK, Ireland and Australia. *Planning, Practice & Research*, 19(1), 3-31.
- Porter, E. & Barber, A. (2007). Planning the Cultural Quarter in Birmingham's Eastside. *European Planning Studies*, 15(10), 1327-1348.
- Birmingham City Council <http://www.birmingham.gov.uk/>
- Custard Factory <http://www.custardfactory.co.uk/>
- Custard Factory Spaces <http://www.custardfactoryspaces.co.uk/>
- Facebook pages of Custard Factory
<https://www.facebook.com/pages/Custard-Factory/>
- Livebrum <http://livebrum.co.uk/>
- Twitter of Custard Factory <http://de.twitter.com/custardfactory>
- Visit Birmingham <http://visitbirmingham.com/>
- Zellig <http://www.zellig.co.uk/>