

國立臺東大學美術產業碩士學位
在職進修專班碩士論文

台東縣瑞源社區
花布燈籠工場發展概況之研究

研究生：胡瑞蓮
指導教授：林芊宏

中華民國九十八年七月

國立台東大學
學位論文考試委員審定書
系所別：
美術產業碩士學位_{在職進修班}

本班 胡瑞蓮 君

所提之論文社區產業的發展與推廣—以台東縣瑞源花布燈籠為例

業經本委員會通過合於 碩士學位論文 條件
 博士學位論文

論文學位考試委員會：

黃秉德

(學位考試委員會主席)

夏黎明

林平芳

(指導教授)

論文學位考試日期：98 年 7 月 3 日

國立台東大學

附註：1. 本表一式二份經學位考試委員會簽後，送交系所辦公室及註冊組或進修部存查。

2. 本表為日夜學制通用，請依個人學制分送教務處或進修部辦理。

博碩士論文授權書

本授權書所授權之論文為本人在 國立臺東大學 美術產業學 系(所)
組 97 學年度第 二 學期取得 碩 士學位之論文。

論文名稱：台東縣瑞源社區花布燈籠工場發展概況之研究

本人具有著作財產權之論文全文資料，授權予下列單位：

同意	不同意	單位
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	國家圖書館
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	本人畢業學校圖書館
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	與本人畢業學校圖書館簽訂合作協議之資料庫業者

得不限地域、時間與次數以微縮、光碟或其他各種數位化方式重製後散布發行或上載網站，藉由網路傳輸，提供讀者基於個人非營利性質之線上檢索、閱覽、下載或列印。

同意 不同意 本人畢業學校圖書館基於學術傳播之目的，在上述範圍內得再授權第三人進行資料重製。

本論文為本人向經濟部智慧財產局申請專利(未申請者本條款請不予理會)的附件之一，申請文號為：_____，請將全文資料延後半年再公開。

公開時程

立即公開	一年後公開	二年後公開	三年後公開
		<input checked="" type="checkbox"/>	

上述授權內容均無須訂立讓與及授權契約書。依本授權之發行權為非專屬性發行權利。依本授權所為之收錄、重製、發行及學術研發利用均為無償。上述同意與不同意之欄位若未勾選，本人同意視同授權。

指導教授姓名：林平 (親筆簽名)

研究生簽名：胡瑞蓮 (親筆正楷)

學號：4296002 (務必填寫)

日期：中華民國 98 年 7 月 22 日

1.本授權書(得自 <http://www.lib.ntu.edu.tw/theses/> 下載)請以黑筆撰寫並影印裝訂於書名頁之次頁。

謝誌

當書寫到謝誌二字時，內心那種興奮及感受蛻變的心情是無法用言語來形容的。回首兩年來的點點滴滴，彷彿歷歷在目，雖然曾經烏雲密布，終得一輪明月。這一路上，得之於人者太多，在此謹以此謝誌表達內心由衷的感謝。

首先感謝的是口試委員黃秉德教授及夏黎明教授，對於這篇論文的指導與建議，使得我的碩士論文內容更加充實、更加完整。再者感謝瑞源花布燈籠工場的專案經理陳先生及工作人員、社區發展協會的總幹事及社區人士，若不是他們熱心地協助訪談，我也無法收集到如此豐厚的資料。

還要感謝的是指導教授－林芊宏教授，林老師總是在我身陷文字資料的泥沼中，適時給予協助及釐清。最要感謝的是兩年來認識的教授及同學，他們的熱情讓我感到溫暖；他們的鼓勵讓我有勇氣繼續為論文而努力。最後感謝的是家人默默的支持與包容，總是在我遇到挫折與阻礙時，不斷給我溫暖及陪伴，謝謝你們。

瑞蓮謹誌 2009.07.20

摘要

近幾年不管是「客家花布」或是「桐花布」普遍被運用在客家文化節慶的活動上，也有許多的社區或工作坊把客家花布、桐花布作為產業發展的資源之一。

台東縣瑞源社區也藉由社區總體營造，欲建立屬於地方之特色，遂成立「瑞源花布燈籠工場」，也向多個政府單位尋求經費補助集資於贊助。希望一方面能重現失傳已久的「客家花布燈籠傳統藝術」；另一方面也藉著燈籠工場的設立，提供更多元的就業機會，帶動社區地方繁榮、促進經濟發展。

瑞源花布燈籠產業是由社區出發，其發展規模可能會因此而有所限制，故本研究將從社造的精神談起，其目的包括瑞源社區為何會選擇燈籠產業為社區特色；瑞源花布燈籠工場發展推廣概況；及為達永續經營可能之具體作法。

本研究方法採用質化研究之深度訪談法，針對燈籠工場內部工作人員、社區耆老及居民為主要研究對象。本研究結果發現花布燈籠產業推展成功與否，政府部門與社區組織是個關鍵角色；因燈籠產品的特殊性，推廣客家文化的社會價值大於其經濟價值，故銷售對象以公家機關、學校團體、社區居民為主；燈籠工場的營運績效顯示其推廣及行銷策略有其成功之處；若能加以整合活化瑞源社區資源優勢，應可豐富燈籠產業之內涵。在後續研究建議未來研究者可以消費者為研究對象，以量化方式朝「顧客滿意度」、「消費者心理感受」、「消費者購買目的」……等方向設計研究目的，探索消費者對瑞源花布燈籠之需求與期待，以供場方針對特定族群行銷擬定之依據，以及行銷策略之修正與評估使用。

關鍵詞：客家花布產業，行銷策略，社區總體營造。

Abstract

「 Hakka cotton prints 」 and 「 Tung oil tree cotton prints 」 are commonly used in Hakka cultural festival celebrations in recent years. Many communities and workshops take Hakka cotton prints and Tung oil tree cotton prints as one of the industrial development resource.

Ruei-Yuan community in Taitung county desires to build up its own local characteristics by intergrated community development. Therefore, 「 Ruei-Yuan Hakka cotton prints lantern workshop 」 was established. The community seeks the funds from several government sectors. Hopefully, the lost of the traditional art –Hakka cotton prints could be recovered. Besides, the establishment of the lantern workshop could provide various work opportunities, to flourish the community and the local economy.

Ruei-Yuan Hakka cotton prints lantern started from the local community, hence, the scope of development might be restricted. The research start with the discussion of the spirit of intergraded community development, it includes why Ruei- Yuan community chose Hakka cotton prints lantern industry as the specialty of the community, the situation on the development of Hakka cotton prints lantern and how to sustain development in the future.

The research is base on the qualitative research method; the research adopts in-depth interviews to the staff in the workshop, elders in the community and the locals. The result of this research found that

due to the specialties of the Hakka cotton prints lantern the social value is greater than the economical value. The potential customers are in the government sector, schools and the local residents. The government sector and the Ruei-Yuan community play the key role on the success of the lantern industry. The business achievement of the lantern workshop shows the success of the marketing strategies. The integration of the community's resources can enrich the lantern industry. The follow-up research can be suggested on customers' behavior such as customer satisfaction, customer feelings and the purpose of the spending ...etc. The research can help to understand the customer demand behavior and the expectations of the Ruei-Yuan cotton prints lantern to determine the market strategies of the special customer groups for the use of the correction and evaluation of the marketing strategies.

Key word: Hakka cotton prints Industries, Marketing Strategy, Integrated community development.

目次

第一章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
一、『後山』、『美麗後花園』、『最後淨土』的迷思？	1
二、『全球思考，地方行動』	2
第二節 研究目的	3
第三節 研究範圍與限制	3
第四節 研究流程	4
第五節 論文架構	5
第二章 文獻回顧與探討	7
第一節 策略規劃之模式：SWOT 分析	7
一、SWOT 分析	8
二、小結	11
第二節 社區總體營造之軌跡	11
一、社區意涵	12
二、社區發展意涵	16
三、社區總體營造之背景	18
四、社區總體營造之意涵	21
五、小結	22
第三節 地方文化產業理論	23
一、文化與產業論述	23
二、文化產業相關意涵	25
三、小結	31
第四節 地方文化產業政策	31
一、推行政策	31
二、小結	35
第五節 台灣的文化創意產業	36
一、內涵	36
二、小結	39
第六節 客家文化創意產業之範疇	40
一、客家文化之內涵	40
二、行政院客家事務委員會	43
三、客家文化產業推廣現況	45
四、小結	47
第七節 國內外經驗成功案例	48
一、國內外成功案例分享	48
二、小結	50

第三章 研究方法	51
第一節 研究方法	51
一、 個案研究法	51
二、 文獻分析法	52
三、 深度訪談法	52
四、 SWO T 分析法	54
五、 小結	54
第二節 研究範圍與對象	55
第三節 研究進行方式	55
第四章 台東縣文化產業活動	57
第一節 台東縣背景概述	57
一、 台東縣的空間位置	57
二、 台東縣的族群結構	57
三、 台東縣目前的發展困境	58
四、 台東縣綜合發展計畫	59
五、 台東縣總體發展策略	60
六、 小結	63
第二節 台東縣文化產業活動	63
一、 南島文化節	64
二、 台東縣客家文化園區	70
三、 小結	72
第五章 瑞源花布燈籠發展概況	74
第一節 鹿野鄉概況	74
一、 自然環境	74
二、 歷史沿革	74
三、 行政區域劃分	75
四、 農特產品	76
五、 觀光景點	78
六、 小結	80
第二節 瑞源社區概況	81
一、 歷史沿革	81
二、 自然景觀及人文特色	82
三、 瑞源社區發展協會	85
四、 小結	87
第三節 瑞源花布燈籠工場概況	87
一、 花布的故事	87
二、 客家花布與社區產業的連結	94
三、 瑞源花布燈籠之推廣與發展	102

四、 SWOT 分析	126
五、 小結	130
第六章 結論與建議	131
第一節 研究結論	131
一、 政府部門與社區組織之關鍵角色	131
二、 客家文化與花布燈籠之關係	132
三、 營運績效顯示推廣及行銷策略有其成效	132
四、 公家機關為重要的銷售對象	132
五、 產業之推廣，面臨產品項目不豐富、同質性高等問題	132
六、 整合活化社區資源優勢，可豐富燈籠產業之內涵	133
第二節 發展策略建議	133
第三節 後續研究建議	135
參考文獻	
期刊論文部份	136
圖書部分	136
碩博士論文	137
網路資源	138
附錄： 2008 年南島文化節節目總表	140



表 目 次

表 2-1	SWOT 分析之策略擬定與策略方案矩陣	11
表 2-2	社區定義彙整表	12
表 2-3	社區分類一覽表	15
表 2-4	文化定義之概念分類一覽表	24
表 2-5	地方特色產業發展之類型一覽表	30
表 2-6	80、90 年代中央部會推動文化產業相關政策一覽表	32
表 2-7	台灣文化創意產業之發展模式及案例一覽表	38
表 2-8	台灣各鄉鎮市客家人口比值表	42
表 2-9	客庄 12 大節慶活動一覽表	47
表 2-10	國內經驗成功案例分析表	48
表 2-11	國外經驗成功案例分析表	49
表 4-1	台東縣總體發展策略一覽表	61
表 4-2	台東縣每月文化產業活動一覽表	62
表 4-3	台灣南島民族分布範圍與人口數一覽表	65
表 4-4	歷屆台東南島文化節活動主題	66
表 4-5	2008 年台東南島文化節活動內容一覽表	68
表 5-1	九十八年二月底鹿野鄉各村人口統計表	76
表 5-2	瑞源社區發展協會旗下組織一覽表	86
表 5-3	傳統阿婆花布圖樣一覽表	89
表 5-4	桐花花布圖樣一覽表	92
表 5-5	地方文化產業分類一覽表	95
表 5-6	林明宏震撼人心的公共藝術	96
表 5-7	花布產業一覽表	97
表 5-8	燈籠工場內部工作人員配置一覽表	106
表 5-9	燈籠工場所生產之各種燈籠造型一覽表	107
表 5-10	瑞源花布燈籠工場周邊商品一覽表	108
表 5-11	花布燈籠工場推廣展售場次一覽表	116
表 5-12	瑞源花布燈籠工場營運績效一覽表	118
表 5-13	瑞源花布燈籠工場 SWOT 分析表	130

圖 目 次

圖 1-1	研究流程圖	4
圖 1-2	論文章節架構圖	6
圖 2-1	台灣客家人口分佈圖	42
圖 3-1	研究進行流程圖	56
圖 4-1	南島語族分布圖	64
圖 5-1	鹿野鄉行政區域圖	75
圖 5-2	鹿野鄉旅遊路線圖	78
圖 5-3	高台觀光茶園圖	79
圖 5-4	高台飛行傘區	79
圖 5-5	瑞源社區行政區域地圖	82
圖 5-6	豐源圳興建當時情形	83
圖 5-7	豐源圳目前使用情形	83
圖 5-8	客家文物館	84
圖 5-9	200 哩客家板條招牌	84
圖 5-10	客家花布燈籠工場	85
圖 5-11	瑞源社區發展協會地圖	86
圖 5-12	阿婆花布圖樣 (1)	89
圖 5-13、5-14、5-15	阿婆花布圖樣 (2)(3)(4)	90
圖 5-16	阿婆花布圖樣 (5)	91
圖 5-17、5-18	桐花圖樣	92
圖 5-19、5-20、5-21、5-22	桐花圖樣	93
圖 5-23	阿婆花布裝置在台北美術館圖	96
圖 5-24	阿婆花布裝置在中正紀念堂圖	96
圖 5-25	各式花布產品	97
圖 5-26、5-27、5-28、5-29	各式花布產品	98
圖 5-30、5-31、5-32	各式花布產品	99
圖 5-33、5-34、5-35	各式花布產品	100
圖 5-36、5-37、5-38	各式花布產品	101
圖 5-39	各式花布產品	102
圖 5-40	瑞源花布燈籠工場外觀圖	103
圖 5-41	瑞源花布燈籠工場內部展場圖	103
圖 5-42	木工部分製作場所圖	104
圖 5-43	裁縫部分製作場所圖	104
圖 5-44、5-45、5-46、5-47	各式花布燈籠產品	107
圖 5-48、5-49	各式花布燈籠產品	108
圖 5-50 ~ 5-55	週邊商品圖片	108

圖 5-56 ~ 5-67 週邊商品圖片	109
圖 5-68、5-69 骨架製作 (1)(2)	110
圖 5-70 ~ 5-73 骨架製作 (3)(4)(5)(6)	111
圖 5-74 骨架製作流程圖	111
圖 5-75 ~ 5-78 燈籠外衣製作 (1)(2)(3)(4)	112
圖 5-79、5-80 燈籠外衣製作 (5)(6)	113
圖 5-81 燈籠外衣製作流程圖	113
圖 5-82 燈籠設計	113
圖 5-83 骨架製作	113
圖 5-84 花布裁片	114
圖 5-85 車縫加工	114
圖 5-86 流蘇飾品	114
圖 5-87 套裝組合	114
圖 5-88 品管檢驗	115
圖 5-89 出貨寄送	115
圖 5-90 整個燈籠製作及運送流程圖	115
圖 5-91 手提袋正面圖	122
圖 5-92 手提袋側面圖	122
圖 5-93 誠品書店展場圖 1	123
圖 5-94 誠品書店展場圖 2	123
圖 5-95 公共報導-1	124
圖 5-96 公共報導-2	124
圖 5-97 關山分局警察文物史蹟館用瑞源花布燈籠做為裝飾圖	125

第一章：緒論

第一節 研究背景與動機

身為瑞源社區一份子的我，居住在瑞源這個小社區近四十年，似乎從沒有認真並仔細的去認識、了解、喜愛這個小社區的一切，只是感覺怎麼人口日益減少、社區嚴重老化、漸漸失去活力。不知何時？大約是四、五年前開始，社區似乎又年輕有朝氣了；常為失業所苦的哥哥也有了工作的寄託，生活不再捉襟見肘了。不經意的抬起頭四處張望，會看見在這綠色的田野上，每戶人家低矮的屋簷下，掛著兩盞喜氣洋洋的花布燈籠。紅豔豔的花布燈籠，在這空屋日漸增多大門深鎖、人口外流嚴重的平原疇野上，顯得格外耀眼、喜氣，帶來一股生命力，社區似乎多了一份生氣、懷舊的氛圍。詢問之下，才知社區為推展社區總體營造，成立了『花布燈籠工場』。在好奇心驅使下，想進一步了解『它』的念頭油然而生，對這花布燈籠湧起一股好奇、探究的心理，想一窺究竟……。於是將之做為論文研究之主題，藉著此篇論文的研究，能更進一步了解自己的家鄉，是否能對家鄉推展地方特色產業盡一點兒心力？

一、『後山』、『美麗後花園』、『最後淨土』的迷思？

台東位於台灣的邊垂地帶，境內自然資源相當豐富，也因為低度開發、開發較晚，保有多處原始、自然環境景觀；也因縣治之內原住民族群有阿美族、卑南族、魯凱族、布農族、排灣族、達悟族、噶瑪蘭族等七族，保留全國最豐富的台灣原住民文化：這些豐富的族群文化更成為南島文化的代表，人口數達台東縣總人口數三分之一強。在族群結構上，除原本定居於此的原住民外，其他居民皆為近 150 年陸續移居而來的移民後代，計有閩、客、外省等族群，更保有移民社會之文化特質。但由於地理環境因素，從早期被稱之為『後山』到近幾年為『台灣的後花園』，甚至連『台灣的最後一塊淨土』的口號都喊得震天嘎響，以致於各項公共工程與建設發展均較其他縣市來的緩慢，各種工商業活動也遠低於台灣西部，卻也因此保有豐富的自然景觀與文化特色。如何將豐富的自然景觀與多元的文化特色化為社會進步的利器？作為振興地方經濟的最佳手段？創造更多的就業機會？留住更多的鄉村居民？成為一個熱門的話題。

近年來，台灣正在島內興起一股以『文化產業』再創地方經濟的潮流。在台東縱谷平原上有個小村莊—瑞源村，在社區居民攜手共同成立了客家花布燈籠工場，希望藉此保存客家傳統文化工藝特色，營造出社區獨特的文化特色，凝聚社區意識及向心力，提升社區居民的社區認同，活絡地方經濟，提供更多的就業機會。如何應用獨特的文化內涵創造發展更具特色的文化產品，以帶動地方經濟，是本文探討動機之一。

二、『全球思考，地方行動』

自從英國發現除了創新以外，利用人的創造力、技能、傳統的文化藝術與其他智能的結合，也能發展出另一種新的產業---創意產業，不但有高度的經濟效益，也能帶動就業機會，因而最早提出創意概念與政策。英國的創意產業由當時英國首相布萊爾（Tony Blair）於 1997 年籌設『創意產業籌備小組』直接推動，並於 1998 年提出第一份的『創業產業』報告。2001 年在選定的十三個創意產業中，就有高達 1125 億英鎊的產值，並創造 132 萬的就業人口，可說是全世界最擅長運用創意產業的佼佼者。有鑑於英國在科技創新獲致良好成績之後，另外回頭思考如何利用既有的文化藝術，予以重新包裝，並賦予不一樣的展現型態與內涵，也已獲得優異傲人成果。此項成果吸引了香港、澳洲、丹麥等政府目光，也陸續投入文化產業或創意產業的推動。尤其近年來韓國在數位內容、遊戲、影視等相關產業的發展上，創造令人意想不到的好成績，而引起世界各國的重視，紛紛群起效尤，使得文化創意產業儼然成為已開發國家在科技產業之外，又成為另一個新興工業的主軸。

因應全球化浪潮的趨勢下，整合台灣的智慧與文化魅力，結合新的創意，並將其應用於產品發展或生活品質與美學中，不啻是台灣許多產業締造新契機、新潛能與新商機的關鍵策略，既能創造就業機會，又能帶動經濟成長，更能平衡台灣過度偏向傳統製造業的產業發展型態。因此在 2002 年行政院所提出的『挑戰 2008：國家發展重點計畫』，正式將文化創意產業視為國家發展級的重點產業，依據 2005 年修訂的計畫內容，2002 年至 2007 年文化創意產業中央總撥款經費為 119.44 億元，期望創意產業能夠在未來主導台灣產業的發展。

近年來學界、政府、民間各單位均積極地推動，並鼓勵社區居民發掘社區的資源文化，與地方產業相結合，促使提升地方產業之經濟競爭力。¹ 1994 年 10 月間，行政院文化建設委員會（以下簡稱文建會）首先提出『社區總體營造』理念，並在台灣各地大力宣導『文化產業化、產業文化化』、『社區參與』等一系列理念（蘇昭英、蔡季勳，1999）；加上其他相關文化活動團體的推動與成立，紛紛投入社區總體營造工作，與居民一起面對新環境的改變與挑戰，同時也為自己生活的社區近一己之力，使得社區總體營造成為台灣本土運動的一股潮流。

台灣在因應全球化的浪潮下，推行的社區文化產業往往是由社區發展協會所推行，本研究個案中的案例所推行的社區文化產業，即是由台東縣瑞源社區發展協會所推行。無庸置疑的，瑞源花布燈籠工場的成立為社區發展注入新的生命力，也為面臨人口外流、地方特色逐漸喪失的地域帶來新的發展契機，但是否能真正為地方帶來長久的效益及地方認同感的凝聚，還是僅停留在淺薄而無法振興經濟環境的傳統文化政策階段。此為研究者想要研究『瑞源花布燈籠工場』動機之二。

¹ 蘇昭英、蔡季勳（1999）。台灣社區總體營造的軌跡，台北市：文建會，頁 35-36

第二節 研究目的

西方先進國家於二十一世紀末期相繼提出振興地方文化產業與文化政策，皆有不錯的成效。而我國政府機關及專家學者亦積極研擬補救與保留地方文化發展而頒布了一連串政策。如 1994 年之『社區總體營造』政策；2002 年『挑戰 2008 國家發展計劃』；2005 年初，行政院重整社造計劃為『健康社區六星計畫』之一連串的相關政策。其目的都是為了保留與發展地方文化產業，營造地方文化空間，促進民眾對社區的凝聚力。

綜觀我國文化政策歷程，從早期著重在文化硬體建設，例如廣設文化中心、地方博物館等，到目前受到全球化影響，推行文化政策改以『社區』『地方文化產業』等作為推動的主體，推動文化政策不再是政府的責任，若能政府機關與社區單位共同合作，雙方採取互助互惠的原則，政府機關提供行政及硬體建設的協助；社區扮演核心的角色，將地方文化的特色展現出來，定能造成雙贏的局面。目前社區產業在發展觀光的潮流下，被賦予形塑地方特色的使命，所謂『一鄉鎮一特產、一鄉鎮一農園、一鄉鎮一特色』等口號普遍為大家所認同接受，使社區產業一夕之間如雨後春筍般，蓬勃發展起來。如提到陶瓷就想到鶯歌；木雕就想到三義；油桐花就想到桃、竹、苗；海芋就想到陽明山竹子湖，未來是否當眾人提到客家文化特色，就聯想到花布燈籠，就能找出瑞源這個小村莊的地理位置。

故本研究的目的即在藉由相關文獻回顧與探討、訪談評估，找出社區文化產業發展的脈絡，釐清對於扶助社區文化產業的推廣，中央政府頒布了哪些政策，並且透過 SWOT 法分析瑞源花布燈籠工場產業發展之優勝劣負，希望有助於瑞源花布燈籠工場建立更明確的定位與方向。

故本研究期能達到以下目的：

- 一、解構台東縣瑞源社區客家文化與花布燈籠的歷史脈絡。
- 二、調查鹿野鄉及瑞源社區之觀光資源，是否有助於瑞源社區產業之發展。
- 三、了解瑞源社區花布燈籠工場發展概況，探索產製情形及行銷推廣方式可能衍生之問題；及為達永續經營目的可能之具體作法。

第三節 研究範圍與限制

本研究在探討瑞源客家花布燈籠工場如何產製及推廣花布燈籠，故研究範圍將侷限於瑞源社區花布燈籠產業，另外台灣在社區總體營造僅有十餘年的營造經驗，瑞源花布燈籠工場的營運也只四、五年的時間而已，尚有許多層面欠缺完善的發展計畫與參考資料，因此研究過程可能會有所疏漏，而降低此研究之客觀性。但未來仍有繼續研究的價值，只是目前仍以瑞源花布燈籠工場作為研究的重點。

第四節 研究流程

本研究之研究主題訂定後，將優先釐清社區總體營造論述，地方文化產業之定義與相關意涵，佐以國內外經驗成功案例，其次探討台東縣文化產業活動之發展歷程，最後利用質化研究進行資料的收集與分析，並以 SWOT 分析法針對研究個案內部資源的優勢（Strength）、劣勢（Weakness），以及外部環境的機會（Opportunity）、威脅（Threat）進行評估，探討出適切的發展方向和構想，進而研擬出可行的策略與方案，提供瑞源社區發展社區文化產業之參考。茲將研究流程整理成研究流程圖，如（見圖 1-1）

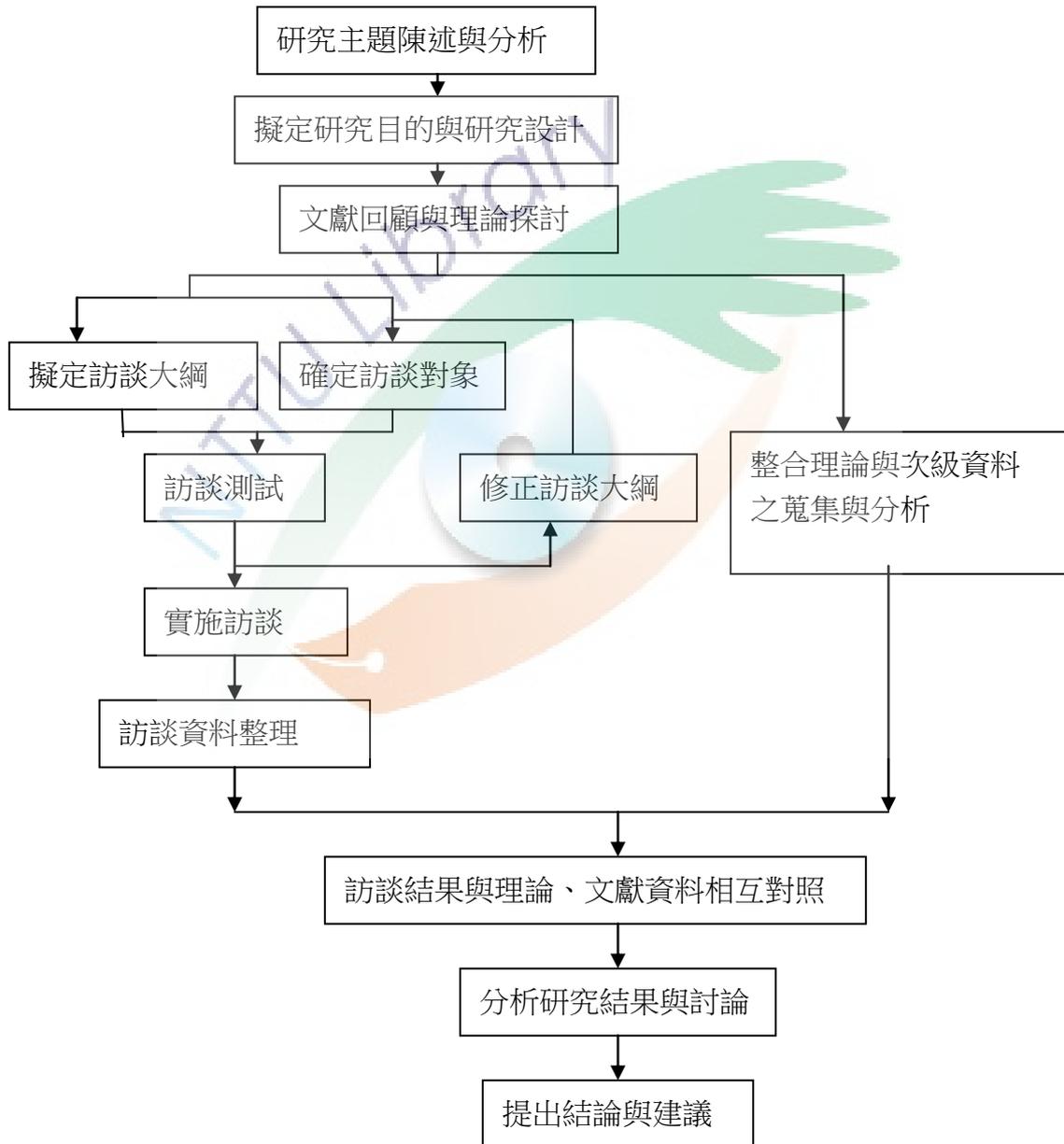


圖 1-1 研究流程圖

資料來源：本研究整理繪製

第五節 論文架構

本論文依研究目的，整體架構可分為五章，架構分述如下：

第一章『緒論』：本章將論述研究之動機與目的並選定研究範圍與對象，以作為本研究主題訂定之基礎。內容包括：本研究之背景、動機、目的、範圍、研究限制、研究流程與論文內容之章節架構。

第二章『文獻回顧與探討』：本章將論述本研究相關理論之文獻，其範圍包括策略管理、社區總體營造、地方文化產業意涵、台灣文化創意產業、客家文化創意產業推廣現況及國內外經驗成功案例，有助於了解推動瑞源花布燈籠社區文化產業之發展與推廣現況，並作為本研究探討瑞源花布燈籠產業發展之文本基礎。

第三章『研究方法』：本章將論述研究中所運用之研究方法，包括：個案研究法、文獻分析法、深度訪談法等，以及策略研擬階段之 SWOT 分析法，並詳細描述個案研究的流程與架構。

第四章『台東縣文化產業活動之發展』：本章將論述台東縣背景及台東縣的文化產業活動，包括南島文化節的舉辦、台東客家文化園區的設立。

第五章『瑞源花布燈籠發展概況』：本章將論述個案的背景資料及產業的發展與推廣之情形及行銷策略，並將研究結果進行描述，再利用 SWOT 分析法了解研究個案內部資源之優勢與劣勢，及外部環境之機會與威脅，進而分析其未來發展方向與策略方案矩陣分析。

第六章『研究結果與建議』：本章將整合文獻探討與研究結果之論述，歸納出本研究之結論，以擬定出適切的社區產業發展策略，並提出本研究後續可研究之建議方向，以供後續相關研究者作為參考。茲將論文架構整理成章節架構圖，如(見圖 1-2)

<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">緒論</div> Chap 1	研究背景與動機
	研究目的
	研究範圍與限制
	研究流程
	論文架構
↓	
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">文獻探討</div> Chap 2	策略規劃之模式：SWOT 分析
	社區總體營造理論
	地方文化產業理論
	地方文化產業政策
	台灣文化創意產業
	客家文化創意產業
	國內外經驗成功案例
↓	
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">研究方法</div> Chap 3	研究方法
	研究範圍與對象
	研究進行方式
↓	
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">台東縣文化產業活動</div> Chap 4	台東縣背景概述
	台東縣文化產業活動
↓	
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">瑞源花布燈籠發展與推廣</div> Chap 5	鹿野鄉概況
	瑞源社區概況
	瑞源花布燈籠工場概況
↓	
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">結論與建議</div> Chap 6	研究結論
	發展策略建議
	後續研究建議

圖 1-2 論文章節架構圖

資料來源：本研究整理

第二章 文獻回顧與探討

²社區發展是第二次世界大戰以後，聯合國所倡導推行的世界性運動，也是一項以社區為基礎的社會福利政策。台灣也在 1968 年明定『社區發展工作綱要』，以為執行社區發展的依據；1994 年文建會提出『社區總體營造』政策，倡導『由下而上、社區自主、居民參與、永續經營』的理念，展開社區發展工作的新紀元。同時提出『產業文化化、文化產業化』的口號，希望將『地方產業』加以文化包裝，提昇其價值；或將『文化』營造為產業，帶動地方經濟發展，活化社區，永續發展（蔣玉嬋，2004）。至 2005 年行政院所提出的『健康社區六星計畫』，更具體而清楚地指出社區生活中值得投入的六個面向。

本節先就策略規劃提出探討，再就相關文獻探討社區發展與地方文化產業的相關意涵及其關聯性，統整出地方文化產業發展的脈絡。

第一節 策略規劃之模式—SWOT 分析

產業分析的旨在於對產業的結構、產業的市場與技術生命週期、競爭情勢、未來發展趨勢、上下游相關產業與價值鏈、成本結構與附加價值分配、以及產業關鍵成功要素進行探討，而企業領導人可藉由產業分析的結果，研判本身與競爭者的實力消長，擬訂競爭策略。一般進行策略規劃大都以 SWOT 分析架構為主，『SWOT 分析』理論模式源自於 1965 年 Ansoff 對策略管理之觀點所提出的主張。SWOT 分析是用來作為競爭分析的基礎架構，主要是對企業本身內部的「優勢 (Strength)」與「劣勢 (Weakness)」以及外部環境的「機會 (Opportunity)」與「威脅 (Threat)」等四個構面分析產業競爭力，評估實際經營能力及潛在危機，進而研擬出適當的營運目標和因應策略，以提供一套系統分析的架構觀念。例如在優勢中可能會考慮到公司的核心能力為何？劣勢中可能會考慮到公司在哪一層面最弱？在外部環境的機會可能會考慮到在產業趨勢下可以提供何種新產品以吸引更多的消費者？而威脅則可能會考量競爭者的動作等等。一方面了解組織本身的缺點並加以改進，依本身的優點加以發揮，以有效掌握組織內部的特性；另一方面則以組織外在環境的機會和威脅加以分析，當碰到機會時，應積極納入策略規劃過程中，作為推動策略的有利時機；當碰到威脅時，應設法加以轉化，使其不至於成為策略推動的絆腳石。

自 1970 年 SWOT 【Strength (優勢)、Weakness (弱勢)、Opportunity (機會)、Threat (威脅)】分析廣被企業組織採用於規劃目標、分析策略計劃以來，其合理的分析邏輯及系統思考的模式，對今日管理具有不可磨滅的貢獻。尤其面對今日市場複雜程度更甚於 1970 年代之際，善用 SWOT 分析程序，作為設計計、評估計劃及策略擬定而言，實為一項有效的利器。

² 2004 年蔣玉嬋於 107 期社區發展季刊—『地方文化產業與社區發展』一文提到，對於地方文化產業與社區發展間的關係，有詳盡的描述。

一、SWOT 分析

SWOT 分析，常用以分析組織或個體所處現狀的優勝劣敗，以提供清晰的組織現狀，供經營者做當下決策、現狀分析或未來進展的思考基礎。一般將優勢和劣勢當作是內部資源要素，將機會和威脅作為外部環境要素。茲說明如下：

(一) 內部資源要素分析

進行策略分析時，藉由分析了解組織內部條件的優勢（Strength）與劣勢（Weakness），充分掌握優勢，改善劣勢，並加以發揮，使其再造組織發展之生機。

1. 內部優勢（S）

係指組織本身所具有的『長處』或『有利』的發展條件，對於這些優勢應加以掌握、發揮、運用，創造組織發展之契機。它可以由企業內部資源及內部有效的能力來提升。具體特徵如下：

- ③ 技術技能優勢：獨特的生產技術，豐富的行銷經驗，卓越的採購技能，完善的質量控制體系。
- ③ 有形資產優勢：先進的生產線，豐富的自然資源儲存，吸引人的不動產地點，充足的資金，完備的資訊資料。
- ③ 無形資產優勢：優秀的品牌形象，良好的商業信用，積極進取的公司文化。
- ③ 人力資源優勢：關鍵領域擁有專長的職員，積極上進的職員，很強的組織學習能力及豐富的經驗。
- ③ 組織體系優勢：高質量的控制體系，完善的信息管理系統，忠誠的客戶群，強大的融資能力。
- ③ 競爭能力優勢：產品開發週期短，強大的經銷商網路，與供應商良好的夥伴關係，對市場環境變化的靈敏反應，市場佔有領導地位。

2. 內部劣勢（W）

係指與競爭者相較，企業內部的資源或能力的限制或不足；或是企業組織在執行計畫或工作時，所遭遇的『障礙』或『問題』，對於這些劣勢應加以分析、思考、改進，以規劃出可行之策略。具體特徵如下：

- ③ 缺乏市場營銷經驗
- ③ 產品或服務同質化
- ③ 營業場所

- ③ 劣質產品或服務
- ③ 不良的聲譽

(二) 外部環境要素分析

進行策略規劃時，藉由分析掌握企業組織外部環境的機會（Opportunity）與威脅（Threat），妥善運用外部環境所存在之有利機會，設法轉化威脅，將外部影響降至最低，以獲取企業組織發展之利基。

1.外部機會（O）

係指企業組織在所處環境中最適合的定位，或是在執行某項工作時，所處的外在環境，存在著有利推動策略之時機。具體特徵如下：

- ③ 日益新興的市場，如網際網路。
- ③ 兼併、合資、策略聯盟。
- ③ 市場區隔獲取更多營利。
- ③ 新興的國際市場。
- ③ 競爭對手退出市場。

2.外部威脅（T）

係指企業組織所處環境中最不合適的定位，或是企業組織在執行某項工作時，所處之外在環境，存在著限制發展策略實現之因素。具體特徵如下：

- ③ 競爭對手進入本產品市場。
- ③ 供應商或消費者的議價能力增加。
- ③ 競爭對手研發出新的產品或服務。
- ③ 科技的改變
- ③ 市場成長緩慢
- ③ 頒布新的或修正的法規。

SWOT 分析屬於企業管理理論中的策略性規劃，應用於產業分析主要在考量企業內部條件的優勢和劣勢，是否有利於產業內競爭；機會和威脅是針對外部環境進行探索，探討產業未來情勢之演變。此一思維模式可幫助分析者針對此四個面向加以考量、分析利弊得失，找出確切之問題所在，並設計對策加以因應。

³Wehrich (1982) 指出，SWOT 分析是經營策略規劃的一個重要環節，分析程序常與企業策略規劃程序相結合，其步驟如下（2004 蔡年泰；國際合作知識網）：

- 步驟一：進行企業環境描述。
- 步驟二：確認影響企業的所有外部因素。
- 步驟三：預測與評估未來外部因素之變化。
- 步驟四：檢視企業內部之強勢與弱勢。
- 步驟五：利用 SWOT 分析架構研擬可行策略。
- 步驟六：進行策略選擇。

⁴在進行 SWOT 分析後，Wehrich 在 1982 年提出將組織內部的優勢、劣勢與外部環境的機會、威脅，以界定出所在之位置，進而研擬出適當的因應對策，以矩陣（matrix）的方式呈現。他所提出的 SWOT 矩陣策略配對（matching）方法包括（蔡年泰，2004；國際合作知識網）：

③ S--O 策略

表示使用優勢並利用機會，即為"Maxi-Maxi"原則：此種策略是最佳策略，企業內外環境能密切配合，企業能充分利用優勢資源，取得利潤並擴充發展。亦即將優勢與機會達到最大化效果，也可稱之為『攻勢策略』，以攻勢、積極之戰略搶攻市場。

③ W--O 策略

表示克服劣勢並利用機會，即為"Mini-Maxi"原則：此種策略是在企業面對本身劣勢時，能利用外部機會，採取『防禦策略』，利用『轉型戰略』避開劣勢資源，著重優勢資源之發展，以搶得先機。

③ S--T 策略

表示投入資源加強優勢能力、減低威脅，即為"Maxi-Mini"原則：此種策略是在企業面對威脅時，利用本身的優勢來克服威脅，亦即將優勢發揮到最大效果，將威脅降至最小的策略，企業可以採取『穩定策略』，以『多角化戰略』方式經營，避開威脅，朝向優勢資源進行發展。

③ W---T 策略

投入資源改善劣勢能力、減低威脅，即為"Mini-Mini"原則：此種策略是企業必須改善劣勢以降低威脅，常是企業面臨外在環境威脅遠大於機會，以及內部資

³ 2004 蔡年泰『台東地區文化創意產業經營策略之研究—以工藝產業為例』碩士論文，及 2008 年 3 月取自國際合作知識網 <http://www.ipc.itri.org.tw/webap/menu-index.asp>

⁴ 同注釋 3

源條件優勢又漸失，而內部條件呈現劣勢的狀態時，此時就必須採取『退守策略』，以『縮小及撤退戰略』盡速縮小規模，或提早撤出，將損失降之最低，避免越陷越深。如（見表 2-1）

表 2-1：SWOT 分析之策略擬定與策略方案矩陣

外部因素 \ 內部因素	優 勢 (Strengths)	劣 勢 (Weaknesses)
機 會 (Opportunities)	S--O 策略（攻勢策略） 積極作法： ③ 成長或攻擊 ③ 市場發展—集中 ③ 產品發展—創新	W--O 策略（防禦策略） 轉型戰略： ③ 垂直多角化 ③ 複合式多角化
威 脅 (Threats)	S--T 策略（穩定策略） 多角化戰略： ③ 水平整合—合資 ③ 同心圓式多角化	W---T 策略（退守策略） 縮小及撤退戰略： ③ 撤退或防禦 ③ 撤資 ③ 轉向 ③ 清算

資料來源：伍忠賢，2002；本研究整理。

二、小結

面對全球競爭的環境，企業必須瞭解全球產業之結構，才能決定最佳策略。由於全球的經濟層面十分複雜，尤其在資訊快速流動的現代社會中，有關產業分析中的重要因素，也隨著外在與內在環境的不同而有所差異。因此，我們可以發現策略的制定與企業所處的環境有密不可分的關係，一個優良的策略可以讓企業將火力集中在自身的強處，並找到適當的機會點得以發揮其強處，使企業得以永續經營。

第二節 社區總體營造理論

綜觀人類生活文化發展歷程，家庭是人們生活最重要、私密的領域，而社區則是民眾公共生活中最基本的單元。文化的發展必須紮根於社區，才能開花結果；民眾也必須建立社區共同意識，關心自己的家園，協力經營，社區才能永續發展。

基於這樣的認知，1994 年由當時台灣的文建會主委申學庸向行政院提出施政

⁵引自伍忠賢所著之『策略管理』（2002），頁 309，本研究整理所繪製之 SWOT 分析之策略擬定與策略方案矩陣表。

報告時提出⁶『社區總體營造政策』，以『建立社區文化、凝聚社區共識、建構社區生命共同體的概念，來作為文化行政的新思維與政策』為主要目標，希望藉由文化藝術的角度切入，凝聚社區意識，改善社區生活環境，建立社區文化特色，由點而線再至面，循序完成打造新故鄉，型塑新文化的理想。主要目的是為了整合『人、文、地、景、產』五大社區發展面向，目前不僅由文建會繼續積極在推動，也影響到其他政府部門的施政方針。本節將就社區、社區發展的定義及社區總體營造發展歷程做完整之論述。

一、 社區意涵

(一) 社區定義

從「社區」的辭典定義來看，其英文 community 之核心意涵源自「共同」(common) 的概念，早在古希臘時期，亞里斯多德便指出人類是群居、政治的動物，整個希臘城邦 (polis) 便是政治社區的範圍，在這區域之內由平等的公民所組成，共同追求共善 (common good) 的生活，使得社區除了具有空間的特性，也具有實質的精神內涵。台灣的『社區』基本是譯自英文的『Community』，而日本將它翻譯成『生命共同體』，並不侷限在具體的空間或建築上，泛指具有共同體意識的團體組織。依據內政部『社區發展工作綱要』第一條『本綱要所稱社區，係指經鄉（鎮市、區）社區發展主管機關劃定，供為依法設立社區發展協會，推動社區發展工作之組織與活動區域。』這裡所稱的社區組織必須是依法設立，範圍較小。從上所述，可知『社區』定義繁多，不同領域不同時空各有不同見解，現將『社區』定義彙整如（見表 2-2）。

表 2-2 社區定義彙整表

學者	對社區所下之定義
George A. Hillery (1955)	⁷ 包括三個要素：地理區域、共同關係、社會互動。（夏忠堅，1997）
H.F. Kaufman (1959)	⁸ 社區是「一個地理區域內有社會互動關係的一群人及維繫這群人的連結網」（陳郁君，1993；引自林玟慧）
Nisbet, (1977)	⁹ 具有同胞或共同的關係及感覺，或指共同的事物（王本壯，2008）

⁶文建會推動「社區總體營造」政策，有其一定的時空背景，在文化白皮書（文建會，1998）中有如此描述。

⁷夏忠堅（1997）。在『大家來打拼—教會參與社區營造手冊』一文中，指出 George A. Hillery 提及社區包括三要素。

⁸林玟慧在『以「酵素」催化特性的概念探討社區居民對社區活性化之影響』一文中 H.F. Kaufman 談到社區的定義。2008 年 10 月取自 <http://sowf.moi.gov.tw/19/quarterly/data/113/24.htm>。

⁹王本壯（2008）在『文化資產詮釋的紮根行動--從法國的社區參與談起』一文中，指出 Nisbet 曾提及何謂社區？2008 年 5 月取自

http://sixstar.cca.gov.tw/newsite/professional_03.php?fcategorid=11&pid=40

Anthony P. Cohen, (1985)	¹⁰ 社區是「一種價值、規範與道德的系統，它足以對其成員在某一特定整體內產生認同感」；同時社區也是「人們在家庭生活以外，獲取基本與實質經驗的領域，是一個人學習與實踐如何成為社會人的地方」。(引自林玟慧)
徐震 (1985)	¹¹ 社區是居住於某一地理區域，具有共同關係，社會互動及服務體系的一個人群。析言之，社區是一個人群，他們：(1)住於相當鄰接的地區，彼此常有往返。(2)具有若干共同的利益，彼此需要支援。(3)具有若干共同的服務：如交通、學校、市場等。(4)面臨若干共同的問題：如經濟的、衛生的、教育的等。(5)產生若干共同的需要：如生活的、心理的、社會的等具備這些或其中一部份條件或潛力的一個人群，即可稱之為一個社區。社區不在地域大小或人口多寡。
林振春 (1998)	¹² 『社區的概念包括是一個地理位置，是一種心理互動的團體組織、是一個包含各單位功能的系統。』
陳其南 (1994)	¹³ 社區的本意比較接近『社群』或『共同體』的含義，它既非單純的空間地域單位，也非行政體系的一環，它應該是指一群具有共識的社會單位，所謂共識也就是『社區意識』。因此，一個社區當然指的是『人』而非『地』；是『社群』而非『空間』。『社區是定住空間的範圍，居民主體、認同、共識、共同體社群的對象，自然、產業、設施、空間、活動與居民是社區生命的要素。』
宮崎清 (1995)	¹⁴ 社區，乃是各自有其固有歷史的人類生活空間，任何社區都各有其固有歷史，承繼先人們所建立累積到今日的固有生活文化。
內政部社區發展雜誌社 (1995)	¹⁵ 社區是居住在某一地理區域，具有共同利益關係，服務體系，發展能力的一群人。
文建會 (1998)	不論是村莊、公寓、道路、市場、公園、鄉鎮、城市等，

¹⁰林玟慧在『以「酵素」催化特性的概念探討社區居民對社區活性化之影響』一文中 Anthony P. Cohen 談到社區的定義。2008 年 10 月取自

<http://sowf.moi.gov.tw/19/quarterly/data/113/24.htm>。

¹¹徐震 (1980) 在『社區與社區發展』一書，34-36 頁，提到社區的定義及構成要素。

¹²林振春在 (1998)『社會營造的教育策略』一書中，對社區所下的定義。頁 15。

¹³陳其南、申學庸 (2000)『文化建設與國家發展』一書中，陳其南教授對「社區」一詞，提出
的看法。

¹⁴宮崎清 (1995) 主講『展開嶄新風貌的社區總體營造』一文中，對社區二字下的註解。

¹⁵內政部社區發展雜誌社 (1995)，從社區的發展觀點，看社區、社區意識和社區文化。

	皆可算是一個社區，其空間範圍內之居民具有共同體社會的共同意識。
王本壯（2002）	¹⁶ 將社區的意義分成三個層次：1.一定實質環境界線的社區 2.心理層面認同、互動的社區 3.行為層面共同、相似或聯合行動的社區。
牛津英文辭典	是由同住於一地、一區域或一國家的人所構成的群體(The people living in one place, district or country, considered as a whole)。
台灣健康社區六星計畫（2005）	¹⁷ 一、以部落、村里、社區等地方性組織為核心。二、不排除因特定公共議題(如老街保存)，並依一定程序確認，經由居民共識所認定之空間及社群範圍。三、社區工作除以在地居民為主體外，鼓勵結合區域性及專業性團體之共同參與及投入，強化社區工作品質與永續推動目標。
范珍輝（1988）	¹⁸ 所謂社區係指一種地域團體，該團體至少具有下列特性：第一、有一定的地理境界；第二、有一個或多個共同活動或服務中心；第三、有完善的分工體系及互賴組織，以滿足居民日常生活所需。（林陽杰，2001）

資料來源：本研究整理

綜合學者的看法，可以歸納出社區除了有一個地理位置或範圍，還需要有一群人共同居住生活，人與人之間有互動及相關的生產活動，對自己生活的環境有認同感，願意為共同目標努力。因此，社區營造所指的社區，它可以是一個公寓、市場、學校、村落、市鎮乃至於國家，皆可稱之為社區。而且在社區中勢必會有許多不同型態之組織或形成各式各樣的地方團體。析言之，¹⁹社區是一個人群，他或她們居住在相當鄰近的地區，彼此常有互動；具有若干共同利益，大家需要互相支援分享；具有若干共同服務體系，如：學校、商店、市場等，大家可以交換服務；面臨若干共同的問題，如環境衛生，交通、治安等，大家需要共同解決。由於這些共同的利益、共同的問題、共同的需要而產生一種共同的社區意識；從而為保障其利益，解決其問題，應付其需要，居民乃組織起來，互助合作，採取集體行動，以求共同發展，凡是具備這些或其中一部分條件的一群人，即可稱之為社區（徐震，1980；林陽杰，2001），換言之，社區就是以地理區域為基礎，

¹⁶王本壯（2008）在『文化資產詮釋的紮根行動--從法國的社區參與談起』一文將社區意義分成三個層次。

¹⁷行政院院臺文字第 0940084226 號函核定臺灣健康社區六星計畫推動方案，提出社區包含的概念。

¹⁸林陽杰（2001）『社區博物館的籌設與發展—以南投縣的牛屎崎鄉土文史館為例』論文中，提及范珍輝對社區下的定義。

¹⁹林陽杰（2001）『社區博物館的籌設與發展—以南投縣的牛屎崎鄉土文史館為例』論文中，提及徐震對社區下的定義。

以共同行動為方法，凝聚共同生活記憶的生命共同體。

(二) 社區分類

面對社區的定義有傳統與現代的區別，代表著社區在歷史的發展時空條件下，也會有不同的組合模式，使得當代社區型態呈現多樣化不同的面貌。H.J. Rubin & I. Rubin (1986) 利用情感、利益兩大橫向因素將社區區分為八種組織類型，並以統合、地理、參與三個縱向層面對社區進行剖析（李舒歆，2005）。從《表2-3》對當前社區的分類中可以得知，我們的社會型態事實上也存在各種傳統社區、新興都會型社區以及虛擬社區的社區形式。

表2-3 社區分類一覽表

組織的類型	統合的標準	地理上的基礎	參與的基礎	實例
傳統的社區	終其一生廣泛的社會問題始終受周圍統合和規範所控制	固定的地理疆界	人們一出生就是社區的一員	一個傳統沒有接受社會都市化及大眾傳播的鄉下村莊。
團結社區	居民有特殊的背景	有地理疆界的話，則會更有效率。	通常人們生在這個社區是因為他們的背景特點，及自己有意參與。	洛杉磯的西班牙村、芝加哥的希臘正教、香港的調景嶺及中國城、台灣的眷村。
鄰里	統合基於地理的接近及特定的小事件	固定的地理疆界	人們參與自己所住的地方，並有意和地方打成一片。	城市的任何一個地方，而其中有小學及小型的購物區。
有限能力的社區	某種特殊事件但其影響並非全面性	固定的地理疆界	人們選擇參與是因為問題的發生。	人們堅持公車需經過臨近學校、反對色情進入社區。
潛在利益的社區	潛在統合基於發展於個體背景共有的問題	不一定要有固定的地理疆界	團體的成員享有共同的問題，但並非所有的人都了解問題。	受環境污染影響者，但還未組織工會。
網路	基於特殊的議題	不一定要有固定的地理疆界	個人的背景因素影響了個人的選擇。	如老人網路：老人之間有網路可相互聯絡
階級	基於共同的生	不一定要有固	經濟和工作的	高階級：那些

	活選擇，因經濟、工作地位不同來區分	定的地理疆界	地位決定了階級關係	有幾世代所遺留下的財富。工人階級：靠勞力過生活。
利益的社區	了解集合行動對問題的重要性	不一定要有固定的地理疆界	人們了解事件後選擇參與	一個成功的社區組織

資料來源：陳欽春改編自H. J. Rubin and I. Rubin (1986). *Community Organizing and Development*. Columbus, Ohio: A Bell & Howell Company, p.37

綜上所述，藉由L.C. Johnson和H.J. Rubin & I. Rubin的社區分類中，可以知道不同的內在特性及形成因素會組成不同的社區型態，在進行社區總體營造工作時，便可採取不同的發展策略，以達到預定之目標。但目前在台灣的政策中，還未能有效細分出社區的組成因素，只能藉由綜合方式來歸納現有社區的種類。以本研究個案為例，瑞源社區為一個傳統沒有接受過社會都市化及大眾傳播介入的鄉下村莊，人們在了解社區事件後，有意參與自己所居住的地方事務，和地方打成一片，期待形成一個成功的社區組織。

二、社區發展意涵

²⁰聯合國經濟社會理事會對社區發展提出如下的看法：「社區發展一詞，業經國際通用，指一種過程。即由人民以自己的努力，與政府當局聯合一致，去改善社區的經濟、社會、文化環境，把社區與整個國家的生活合為一體，俾其對國家進步克盡其最大的貢獻。此一複合過程包括兩種基本要素：即由人民自己的參與，並儘可能靠自己創造以努力改善其生活水準；由政府以技術或其他服務以促進其發揮更有效的自助、自發與互助（徐震、林萬億，1983；林陽杰，2001）。

1983年4月內政部『社區發展工作綱要』第二條定義『社區發展係社區居民基於共同需要，循自動與互助精神，配合政府行政支援，技術指導，有效運用各種支援，從事綜合建設，以改進社區居民生活品質。社區居民係指設戶籍並居住本社區之居民。』

²¹『社區發展是一種變遷的過程，最重要的關鍵乃在於改變社區居民的價值觀念與態度，造成一種自覺自治的意願與能力。』（林勝義，1993；蔣玉嬋，2004）

²²『社區發展是一群生活於同一地理區域的人，自發性的社會行動過程，目的在改善他們的經濟、社會、文化地位與生活環境（陶蕃瀛，1992；蔣玉嬋，2004）。』

²⁰林陽杰（2001）『社區博物館的籌設與發展—以南投縣的牛屎崎鄉土文史館為例』論文中，提到聯合國經濟社會理事會對社區發展提出的看法。

²¹蔣玉嬋在社區發展季刊 107 期 241 頁（2004/9）發表『地方文化產業營造與社區發展』一文，提到林勝義、陶蕃瀛二人對社區發展所提的主張。

²²同注釋²¹

²³『社區發展是在社區中造人與造產的組織動員過程。所謂的造人是要提昇居民參與社區事務的能力及意願。所謂的造產是要改善社區環境，創造產業資源，使社區具有活力與生機，居民可以快樂富足的在社區中生活（蔣玉嬋，2004）。』

²⁴社區發展的意涵，是人民自己與政府機關共同改善社區的經濟、社會、文化情況，把社區發展與整個國家的施政結合，使它們能夠對國家的進步有充分貢獻的一種程序。再者，社區發展是社區居民基於共同需要，循自動與互助精神，配合政府行政支援、技術指導，有效運用各種資源，從事綜合建設，以改進社區居民生活品質（廖淑娟，2006）。

由上述的定義，我們可以歸納出社區發展是社區居民在政府協助之下，解決社區所面臨的共同問題，以保障共同利益，並且共同追求生活品質的提升，它是一種自發性的社會行動歷程。

²⁵台灣的社區發展歷程，可分幾個時期來說明（開拓文教基金會/社區資源手冊，1996）：

（1）1960年代的社區發展

1965年，在聯合國社區發展運動影響之下，我國開始在各地推動了社區發展工作。當時標榜的是全面性的社區生活品質提升，包括「基礎工程」、「生產福利」及「精神倫理」等三大建設。然而社區發展往往都是由政府單位以行政的方法，根據社區發展工作綱領或綱要，由上而下採取全國統一模式來推動進行。在當時，社區發展的主要項目是實質環境建設，例如社區中的道路、排水溝，家戶環境衛生等。而一切的成果所要彰顯的是政府照顧基層的美意及人民對政府的感謝與擁戴，因此，工作重點在於如何成就國家的富強而不是如何凝聚社區意識。

（2）1980年代後期的社區行動

1980年代後期，臺灣追求經濟發展所付出的環境代價，已到了社區不能忍受的限度。1987年解嚴前後，一波與過去社區發展內容極為不同的社區動員力量，在政治運動的鼓舞下興起。它們的特色是，由民間發起，社區有共同的意識與訴求，不受既有法律的束縛，也不迴避衝突。除了社區居民的參與外，此類的社區反抗運動常常有社會運動團體參與，提供社區所需要的資訊與技能。這些民間自發的行動，促使執政黨與反對黨都開始提倡「市民主義」、「社區主義」，帶動政府的各個部門，爭相以「社區營造」、「社區參與」為號召，推出不同的經費補助計畫，促進了各項社區發展。

（3）1990年代的生命共同體建構

社區發展工作仍然照舊地以社區發展協會為執行單位，循往日的模式努力推動社區發展工作，社區反抗仍時有所聞之際，1990年代的台灣有了另一波官民互動模式的社區運動---「社區總體營造」。社區總體營造是由文建會所主導，這使得以基層社區為單位的行政系統在原有的民政系統（村、里）和社政系統（社區發展協會）之外又多了一個

²³蔣玉嬋（2004）在『地方文化產業營造與社區發展』一文中，對社區發展的看法。

²⁴亞洲大學社會工作學系助理教授廖淑娟在『從社區發展意涵看社區發展評鑑工作』一文中，對社區發展提出的見解。發表於：「臺閩地區 95 年度推展社區發展工作績效評鑑報告」178-181 頁。

²⁵開拓文教基金會在 1996 年發行的社區資源手冊，對台灣的社區發展歷程有詳盡描述。

文建會體系。即是基層社區組織則在「村、里」、「社區發展協會」之外，多了一個地方的「文史工作室」。在執行上，除了必須依靠教育單位或文化中心的系統之外，社區總體營造也吸引了大量的專業人士參與，尤其是建築、景觀與社區規劃背景的專家。

(4) 新世紀的社區課題

在21世紀，有一些新的社區課題是我們必須面對的。例如：高齡化社會的社區照護、青少年休閒活動規劃、外籍勞工與移民配偶的社區互動、原住民族群的處境、公寓大樓興起產生的空間與人文變化，及資本全球流動下社區經濟的危機等。面對這種種議題，需要政府各部門在制定各種政策時，能讓社區民眾參與規劃，並讓專業人士的知識有貢獻的餘地，建立政府與社區的伙伴關係。故在2005年重整社區政策為『健康社區六星計劃』，以社區營造為目的，以『社區』為補助對象，因此對社區有所定義，基本上它強調社區應有明確的認同感，有具體的組織並有持續的行動力。

社區發展可說是現階段重要的社會福利政策，也是多目標之地區性、綜合性的社會福利工作。其主旨在運用社區內資源，配合政府施政措施，改善社區生活環境，增進社區民眾福祉，提高社區生活品質的一種社會改造歷程。一般社區發展工作大多依照內政部訂頒之「社區發展工作綱要」，以人民團體方式籌組社區發展協會，進行公共設施建設、生產福利建設、精神倫理建設等三大建設為基石，針對社區特性與社會脈動來轉型以呈現社區新風貌。要讓社區居民能夠自動管理自己的社區，首先，必須由居民自己組成一個具有約束力的社會組織，居民本身則要具備相當強烈的社區成員意識和主體意識。一旦大家都有了共識，願意積極參與，社區生活共同體很快就可以自然形成，社區有關的問題也就能迎刃而解。

²⁶近年來，我國社區發展工作在政府各有關單位積極規劃及民間熱烈參與的良好互動之下，已逐漸塑造出社區的不同風貌與特色。社區發展的工作需要結合不同的人力與資源來結合之後，才能產生或達成預定的成果。許多成熟型的社區已能尋找並集合不同資源來促進地方工作的進行。例如向經濟部中小企業處申請『地方特色產業輔導計畫』；向經濟部商業司申請『商店街開發推動計畫』與『形象商圈塑造計畫』；向經建會申請『改造城鄉新風貌行動方案』等等。或向內政部申請福利社區補助；向文建會申請文史編纂或文化館；向農委會申請樹苗；向環保局申請資源分類。另外，各縣市的許多社區皆以組織不同性質的志工隊，針對環境、治安、資源回收、關懷照顧等項目來進行在地與草根式的服務工作。社區附近的教育機構、醫療團體、宗教團體、工商產業、行政治安、自然與人文資源，都是可以有效運用的資源。(李聲吼，2006)

三、 社區總體營造之背景

在八十年代初期，整個台灣正面臨許多急劇的轉型，例如政治威權的鬆綁與解體、民間社會運動的興起、本土文化秩序的重建等等。文建會在這波潮流之下，

²⁶屏科大教授李聲吼發表於『台閩地區 95 年度推展社區發展工作績效評鑑報告』159-163 頁。

順勢調整了過去對文化政策的體認與工作範疇，嘗試以更積極、更實際的施政理念與方針來推動文化發展方向，並與國家、社會整體發展的脈絡接軌。為了因應新時代環境的需求，以『人』為主體的社群概念，成為政府政策與民間社會運動的中心。這樣的認知終於促使當時當任文建會主委的申學庸和副主委職務的陳其南兩位教授開始結合一些學者，思考與設計出可落實操作的解決之道。文建會的『社區總體營造』的理念與運動，無疑是這近幾年來最引人注目的全國性文化生活學習運動，具體把台灣的社會力和政府資源相互結合，調整過去傳統文化政策由上而下的思考模式，結合民間各地自發自主性的力量，順應著時代衝擊挑戰，讓文化施政重新衡量如何與社區民眾產生良性互動，導引台灣社會重新省思空間、文化、產業、草根民主整合等課題。

回顧這場社區總體營造政策與運動的脈絡，為何文建會會以『文化藝術』作為開啟二十世紀末台灣人心社會改造工程的主要方法？是什麼樣的社會情勢與時代背景，造就了這場運動，並且能如火如荼的展開？以下就以²⁷1999年文建會所出版的《台灣社區總體營造政策發展的軌跡》這本書，就當時的台灣社會情境，歸納整理出『社區總體營造』政策推行時的脈絡軌跡。

（一）政經發展的問題

半世紀以來，台灣的社會轉變非常大，由農村社會轉變為工商業社會，大量的農村人口湧入都市，甚至因資本主義勢力及科技的優勢，令地方失去了文化的獨特性，也忽略了國民的精神層面與對細緻生活品質的要求，接著進入八〇年代的台灣，風氣更為自由，社會上各種力量也以不同方式展現出來，無疑的也影響到文化發展模式的思考與論述。一些關懷自己故鄉的知識份子為了重建鄉土歷史，成立文史工作室，正式為自己生存的鄉土發聲，開始思索如何才能找出符合社會發展需求的文化政策，來啟動社區社會重建的機制，而成為台灣社會一個獨特的文化現象。

（二）居住品質與空間議題

工業化的結果雖帶來進步，卻因自然環境不當的開發遭致的破壞，社會亂象日益嚴重，使社區居民面臨種種問題與威脅。以致為了改變惡質的生活空間，引發了一些抗爭運動，有活力的鄰里關係卻因而形成，社區認同意識正在凝聚，新的社區意義正在譜寫，鄰里也因為社區環境議題而動員，關係更加緊密，使得居民彼此認識，民間力量開始對社區有了新的認同，促使社區運動的萌芽。

（三）傳統產業面臨全球化新衝擊

全球化是一個趨勢，台灣在勞力及土地等成本居高不下的情況下，在競爭過程中逐漸失去其競爭優勢。尤其台灣加入世界貿易組織之後對農產品價格的衝擊，無法只以經濟操作模式作為首要考慮的政策所能解決的。也不是每個鄉鎮都能夠走向工業化和商業化。在經濟、社會、環境、土地利用、社區等諸多複雜問題，卻是台灣作為一個後資本主義社會不得不去面對的課題。

²⁷ 1999年文建會所出版的『台灣社區總體營造政策發展的軌跡』這本書，就當時的台灣社會情境，歸納整理出政策推行時的脈絡軌跡。

（四）社會運動與民間意識的覺醒

台灣的經濟發展，經濟結構急速的變化，導致城鄉發展失衡、生態環境劇烈變化、生活空間亦日益惡化，因此浮現了一些社會現象與生活問題，於是一些嚴肅性的雜誌刊物，例如²⁸【美麗島】【人間】【南方】的思潮，帶動了原住民運動、環保運動、農民運動、學生運動、反對黨組黨運動等等，而這其中與社區課題的關係更是無可避免的。如核四場興建、美濃水庫興建，社區居民開始組成自救組織，關切和參與地方的環境污染或公共建設問題，體認到自己在過程中的參與付出可能為社會帶來轉變力量。也漸漸由對國家的泛政治抗爭層面的社會運動，轉向以地方社區生活品質議題的關心。

（五）政府施政與民眾需求脫節

回顧內政部的重要『社區政策』歷程：民國五十三年國民黨中央通過所謂『民生主義現階段社會政策』，以『社區發展』進行鄉村社會的結合；五十四年『社區發展』被當作社會福利政策提出；五十七年行政院頒布『社區發展綱要』，在既有的鄉村組織中，再規劃為 4893 個社區；七十二年内政部修訂『社區發展工作綱要』，改名為『社區發展工作綱領』，由過去強調行政動員，變成為『基於社區居民共同需要，有效運用各種資源，從事綜合建設，以提高社區居民生活品質，並由政府予以行政支援、技術指導。』在實際的操作上，這份綱領更明確的將『社區發展協會』進一步改制為人民團體，對後來的社區生態產生重大的影響。進入八十年代，社區居民因為受到生活品質惡質化的威脅，而注意到都市環境、生活環境、地方文化等等問題，於是一些社會運動抗爭事件不停上演。新的意識、新的時勢、新的領域正在崛起。地方文化的生命力也開始蓬勃，終於孕育出『社區總體營造』的運動。

（六）社區共同體意識

根據陳其南「公民國家意識與台灣政治發展」一書，指出在西方的民主政治概念中，所強調的個人與社會之間全力和義務關係，乃是透過一層「社會契約」的形式來搭建個人（個體公民）與社會整體間的關聯。而所謂的『生命共同體』的意涵即是英文中向來被譯為『社區』的 Community 一詞。文建會前主委申學庸女士在『文化建設與社會倫理的重建』的報告中，曾經指出：在社會急劇發展的過程中，傳統社會結構的內聚力消失，使得社區共同體意識與社區公民倫理無由建立。故文化建設的一個重要目的，即是在於透過社區意識與社區倫理的重建，培養國人的共同體意識，建立人與人、人與社區、社會和國家之間的現代權力義務關係。

由於長期封閉，一般社會成員的政治水準普遍偏低，雖然民主體制的基本架構已然建立，但民主運作仍未上軌道，以致未能真正深化為地方社區自治和政治參與的實踐。唯有透過人民的參與及監督，民主才能逐漸深化，所以全民學習民

²⁸ 「美麗島雜誌」是一份異議刊物，反映了當時反對力量的聲音；「南方雜誌」是以圖片和文字從事報導、發現、記錄、見證和評論的雜誌。

主是不能缺少的一環。而社區就是社區居民透過組織化動員的過程來參與自我發展、學習民主的最佳場域。在當前所謂落實『基層民主』，就是培養基層民眾對於自身所處的社區生活事務的參與態度，以及進行民主討論的習慣，甚至是廣義的民主文化和價值觀。所以如何透過社區總體營造的推動來建立一個現代化的『公民社會』，一直是這整個理念和政策背後的主要理想和認知。

（七）社區總體營造理念的提出

也就是在這樣的時代背景下，經過一番研究和討論，1994年10月，文建會正式決定以『社區總體營造』這個名詞來統合這些新的觀念和執行方式。期盼從文化建設的角度切入，建立台灣基層社區的共同意識，為台灣基層社區帶來一個全新的風貌。此時的社區總體營造，不但是包括了軟硬體方面的強化，更重要的是在政策上改變了過去由上而下的施政，改以由下而上的自發性運作。提升了整體社會生活品質，重建環境意識、人我倫理的關係。

四、社區總體營造之意涵

社區總體營造的源起可從『社區』---『社區發展』---『社區總體營造』三階段說明。1960年代政府引進新的地方單位『社區』；1991年則將社區組織規定為人民團體的『社區發展協會』；1994年開始文建會推行『社區總體營造』政策，至此可說是地方文化受到重視的開始。社區總體營造是引用自日本社區發展工作所新創的詞句，在台灣「社區總體營造」這個詞句，²⁹首度出現在1994年10月文建會向立法院所提的施政報告中，以『建立社區文化、凝聚社區共識、建構社區生命共同體的概念，來做為一類文化行政的新思維與政策』作為主要目標。主要目的是為了整合「人、文、地、景、產」五大社區發展面向，而產生出來的政策性名詞。³⁰社區總體營造的概念是建立在社區發展的理念上，並提出『產業文化化，文化產業化』的口號，鼓勵社區致力於在地文化的經營與創造，以提昇地方形象，帶動地方經濟繁榮與就業，社區再生，永續發展。³¹依據文建會所提出的定義如下：『社區總體營造是一個理念，是以社區共同體的存在及意識作為前提和目標，藉由社區居民自發的積極參與地方公共事務，凝聚社區共識，經由社區的自主能力，配合社區營造理念的推動，使各地方社區建立屬於自己的文化特色，也讓社區居民共同經營「產業文化化，文化產業化」，「文化事務發展」，「地方文化團體與社區組織運作」，「整體文化空間及重要公共建設的整合」及其他相關文化活動等。如此，因社區民眾的自主與參與，使生活空間獲得美化、生活品質得以提升、文化面性、整體性的規劃與參與社區經營創造的過程，稱之為社區總體營造（引自林振春，1998）。』

³²當時文建會副主委陳其南博士在其所寫的《社區總體營造的意義》一文中，他認為：「從事社區營造，首先要根據社區特色，分別從單一的不同的角度切入，

²⁹ 1998、2004年文建會所頒布的文化白皮書。

³⁰ 當時台灣的文建會主委申學庸向立法院提出的施政報告，提及社區總體營造之意涵。

³¹ 文建會於1995年在其所出版的「社區總體營造簡報資料」中，明白陳述社區總體營造之理念。

³² 引自林振春『社區營造的教育策略』（1998年）一書，第40頁。

再帶動其他相關項目，逐漸整合成一個總體的營造計畫，這些可提供切入的項目包括各種民俗活動的開發、古蹟和建築特色的建立、街道景觀的整理、地方產業的文化包裝、特有演藝活動的提倡、地方文史人物展示館的建立、空間和景觀的美化、國際小型活動的舉辦等等……。」(黃武忠，1995；引自林振春，1998)

³³綜上所述，可知社區總體營造的目標在於造景、造產與造人。造景是提昇生活環境，建造一個適合社區居民生存、成長與學習的生活空間；造產的目標在於活化社區的經濟活動，增加就業機會；造人的目標則是創造出具有公民特質的社區人士，能關心公共事務。因此社區總體營造是三合一的社會工程，包括造景、造人、造產的三大內涵，彼此密不可分，息息相關(吳明烈，2004；曾漢珍，2002；林振春，1996)。

簡言之，社區總體營造就是以社區共同體的利益和意識作為前提和目標，經由社區總體營造理念的推動，鼓勵社區居民積極參與地方公共事務，凝聚社區共識，共同建立屬於這個社區所特有的意象。

³⁴1995年黃武忠在內政部舉辦的全國社區發展會議中，對社區總體營造檢視出三點涵意：

(一) 社區營造是總體性的社會革新運動

它是透過文化手段，去塑造一個新的社會、新的人。這個新的社會是一個社區社會、公民社會，一個健康、祥和、民主、有秩序的社會；而這個新的人，是一個有公民意識的人，一個工作追求「品質」、生活具有「品味」、為人有「品德」的人。

(二) 藉著居民對公共事務的參與，培養其公民意識與社區共同體意識，藉著參與社區工作的過程，讓社區人學習新的工作方法與態度，並進而培養其新的生活價值觀。

(三) 培養社區自我覺醒的能力

讓社區有能力自我發現問題、解決問題。政府只是扮演一個醫生的角色，只提供問診與處方的服務，必要時再給予經費支援。

五、小結

社區總體營造的目標，不是只在於營造一些實質的硬體及外在的環境，最重要的還是在建立於社區共同體成員對於社區事務的參與感和認同意識，並提升社區居民在生活情境的美學層次。同時也強調總體性、整合性、系統性，依據公共化及人性化的原則，注重生活的美感與品味，高度發揮創意與個性，以營造新的人、新的社會和新的生活價值觀。總而言之，社區總體營造就是項「造人」運動，

³³陳柏霖在『台北縣泰山娃娃文化產業與社區營造分析之探討』一文中說道：社區總體營造其定義為，以「社區共同體」的存在和意識作為前提和目標的，藉著社區居民積極參與地方公共事務，凝聚社區共識，經由社區的自主能力，配合社區總體營造理念的推動，使各地方社區建立屬於自己的文化特色。、、、、、、、、、、、、、、」。社區總體營造是一種三合一的社會工程，包括造景、造產、造人三大內涵，彼此密切相關。

³⁴黃武忠(1995年)在全國社區發展會議第三分組引言報告如何建立社區文化以提昇社區生活品質，提及社區總體營造的三點涵意。

而且是一項永續經營的運動。

第三節 地方文化產業理論

一、文化與產業論述

(一) 文化的定義與內涵

³⁵文化 (culture) 源於拉丁文 cultura，所涵蓋的範圍相當廣泛且複雜，原意為對土地的耕耘和對植物的栽培，後來引申為對人的身體和精神方面的培養。在中國古籍中，文化的涵義是文治與教化。陳學明 (1996) 所著《文化工業》一書裡指出，文化的解釋與定義，從各種不同面向觀之，各有其說莫衷一是，無法有一個具體的共識。早期學者對文化的定義較為狹隘，如英國文化研究理論的創始人 F.R. Leavis 說：『文化是高雅文學藝術作品，閱讀這些作品才能培養道德意識。然而在五 0、六 0 年代興起文化的研究，已重新定義文化的意義』。廣義的文化是指人類在社會實踐過程中所獲得物質的、精神的生產能力和創造的物質財富、精神財富的總合。每一個社會都有與其相適應的物質文化與精神文化，並隨著社會物質生產的發展而發展。狹義的文化層面則是指精神生產能力和精神產品，包括一切社會意識形式：自然科學、技術科學、社會意識形態等。有時又用以專指教育、科學、文學、藝術、衛生、體育等方面的知識和設施，以與世界觀、政治思想、道德等意識形態相區別。作為社會觀念型態的文化，是某種特定的社會的政治和經濟的反應，同時又給予特定社會的政治和經濟以巨大的影響。法蘭克福學派則認為文化的廣義意涵包括：人類一切勞動的成果可稱之為文化產品，一切活動可稱之為文化活動；而狹義的意涵，所指的是與文學、藝術相關之活動均稱之為文化。總而言之，文化是人類生存和發展的社會歷史現象，它展現出人類歷史發展和歷史創造的目的、命運、價值和選擇等 (陳學明，1996)。

另外學者³⁶吳思華 (2003) 認為舉凡人類社會由野蠻到文明，其努力所得之成績，表現於各方面的，為科學、藝術、宗教、道德、法律、風俗、習慣等，其綜合體就叫做文化。文化是與人類存在和發展等各方面皆有密切相連的社會歷史現象，它體現和擔負著人類歷史發展以及歷史創造的目的和要求、成就和命運、價值和選擇等。³⁷林清江 (1983) 在其研究中則認為文化是一種可觀的事物，泛指食、衣、住、行、育、樂等等，一般社會大眾的日常生活模式所形成之規範，即是這個社會生活方式的具體表現。

³⁸A.L. Kroeber 及 C. Kluckhohn (1952) 則認為文化的綜合定義為：文化乃包括各種外顯或內隱之行為，藉符號之使用習得或傳授，構成人類群體之顯著成就 (周德禎)。他們兩人並在《文化意義》的研究裡，將 160 種以上不同之文化定義整

³⁵陳學明 (1996) 在「文化工業」頁 1-7，提及文化所具有之意涵。

³⁶吳思華 (2003) 在「文化創意的產業化思維」推動文化產業的契機與個案實踐，解釋何謂文化。

³⁷林清江在『文化發展與教育革新』一書，16-17 頁，對文化所下的定義。

³⁸屏東大學教授周德禎指出 A. L. Kroeber 及 C. Kluckhohn (1952) 對文化的綜合定義。

理分類出六種主要的文化理解觀，如（見表 2-4）。

³⁹表 2-4 文化定義之概念分類

定 義	內 涵
描述性的定義 (Descriptive definitions)	文化是無所不包的社會生活整體。強調內容的列舉，屬於廣泛的定義。
歷史性的定義 (Historical definitions)	文化是代代相傳的社會傳統遺產。強調社會遺產和傳統因襲。
結構性的定義 (Structural definitions)	文化包含觀念、符號、行為的型態，具有組織化的關聯性，並強調文化的抽象性，不同於具體的行為。強調文化的系統性和組織性。
規範性的定義 (Normative definitions)	文化是一種規則或是生活方式，它可以型塑具體的行為和行動模式。文化是價值觀的角色而不涉及任何行為。強調「規律」或「方式」。
發生學的定義 (Genetic definitions)	文化是人類互動所產生的，是以代代相傳的產物得以存續。強調文化的來源面。
心理學的定義 (Psychological definitions)	文化是解決問題的裝置，使人類得以溝通、學習、或是滿足物質和情感。強調文化在溝通、學習及習慣等方面的功能。

資料來源： Philip Smith 著/林宗德譯之『文化理論的面貌』，2004；本研究整理

⁴⁰另外根據 Jenks (1998) 以四個面向說明文化的概念的起源：(管中祥)

- (1) 文化是一種智識或認知的範疇：文化是人類普遍的心態，包含對個人成就或解放的目標或渴望。
- (2) 文化是一種更包容與集體的範疇：文化代表社會中知識或與道德的發展狀態。
- (3) 文化是一個敘述與具體的範疇：文化是社會中藝術和智識作品的集合體，蘊含獨特性、排他性、精英主義、專門知識與訓練或社會化過程等意義。
- (4) 文化是一個社會範疇：文化是一個民族整體的生活方式。

綜合以上論述，文化可以說是人類為求生活各層面品質上的提升與重視，所發展出來獨特的生活方式；亦可視為人類經過時間所累積而成的價值觀與思想體系，並產生一種社會制約的模式與習俗，融入民族族群的生活之中，而形成一種密不可分的存在關係。

³⁹ Philip Smith 著/林宗德譯之『文化理論的面貌』一書中，頁 3、4。提到人類學家 A. L. Kroeber 和 C. Kluckhohn 兩人對於「文化意義」的文化理解觀。

⁴⁰ 世新大學助教管中祥在「傳播與文化基本關係」中說明文化的概念的起源。2008 年 10 月日取自 <http://www.mediawatch.org.tw/benladoc/cc200701.ppt#272,32>

（二）產業的定義與內涵

相對於『文化』詞彙的抽象複雜意涵而言，『產業』所指的意涵相對的就實際具體。根據《辭海》對產業一詞的解釋：『產業，謂生產作業也，史記高祖紀：「始大人常以臣無賴，不能治產業。」漢書陽惲傳：「大臣廢退，當闔門惶懼，為可憐之色，不能治產業。」按世稱田地等能生利者約產業。』產業（Industry）一詞給人的直接印象，即是『第一級產業』、『第二級產業』、『第三級產業』等，講求大量生產、製造及消費的傳統產業型態。故一般對產業的解釋就是『資產、土地等不動產之總稱；農、礦、工、商等經濟事業之總稱；公司行號之所有權及生產動力與設備』。

⁴¹學者吳思華（2003）則認為產業應具備以下三項特徵（李舒歆，2005）：

- （1）大量生產的產品或服務，以服務大量之顧客。
- （2）標準化的生產流程：確保每一次提供的產品或服務，其品質均是相同且穩定的。
- （3）自給自足：生產者透過生產機制直接從消費者手中取得回報，並承擔經營風險或分享利潤盈餘。

綜上所述，可知目前『文化產業』的概念正風起雲湧逐漸興起，更成為地方在進行社區發展策略中不可或缺的一環。藉由上述『文化』與『產業』之理論陳述，可知兩者相輔相成、截長補短、缺一不可的結合，將促使地方文化與產業俱興、振興地方經濟、帶動地方產業發展、活化地方生活、改善整體生活環境品質，進而營造出真正適合現代人生活方式。由此得以瞭解『文化產業』確是今後推動與實現理想社區的主要發展模式之一。

二、文化產業相關意涵

（一）文化工業

⁴²文化工業（Cultural Industry）一詞源自法蘭克福學派的代表人物 T. Adorno 和 M. Horkheimer 在其著作的「啟蒙的辯證（Dialectic of Enlightenment）」一書中，批判在資本主義社會下，文化工業為滿足大眾的消費需求，將文化的產出以經濟為考量，其文化產物因而被批判低俗、平庸。甚者，為了追求更大利潤與經濟市場寡占，以規格化、標準化的生產模式，大量生產。相對的文化產品受制於市場取向，而其相對的文化價值遭剝奪，成為商品交換、市場經濟的副產品（Adorno & Rabinbach，2001；楊深耕，2006）。即是認為文化工業企圖以由上而

⁴¹李舒歆（2005）在『地方文化產業發展策略研究—以宜蘭縣白米、珍珠、尚德社區再造之地方文化產業為例』碩士論文中，提到學者吳思華（2003）認為產業應具備三項特徵。

⁴²楊深耕（2006）『地方文化產業的理論分析：歷史社會學與文化經濟學的視角』一文中有如此敘述。

下的方式整合消費者，強行結合高尚藝術和通俗藝術，結果戕害兩者，其濫用關懷群眾之名，為的是行複製、統制、僵化群眾心態之實。

T.Adorno 和 M.Horkemier 兩人於 1947 年提出『文化工業』一詞，之後，⁴³T.Adorno 在回憶為什麼用文化工業取代大眾文化時說到：

在我們的設計草案裡，我們談到了大眾文化。我們用『文化工業』取代這種表述，以便一開始就排除贊同其倡導者的下述解釋的可能：這是一個類似一種從大眾本身、從流行藝術的當前形式自發地產生出來的文化問題。文化工業必須與後者嚴加區分。《關於階級理論的思考》

T.Adorno 在這裡講的非常明白，他之所以選擇文化工業這種表述而捨棄大眾文化，主要原因在於為了要消除一種誤會，及防止人們望文生義，認為大眾文化是從人民大眾出發，為人民大眾服務。實際上大眾文化是由統治者從上面強加給大眾的，是對大眾的一種控制。

但從某種意義上說，所謂文化工業就是『現代大眾文化』，也就是在現代工業社會中的大眾文化。除了具有一般意義上的大眾文化的內涵外，還特別具有以下特點：

- (1) 文化的產生越來越類似於現代大工業的生產過程。
- (2) 文化的產生與現代科學技術的結合越來越緊密。
- (3) 文化的主體越來越不是作為文化消費者的廣大人民群眾。

總之，文化工業是法蘭克福學派對於產業形式的批判，認為文化不應藉由工業化的大量生產，破壞了實質文化的精神，是故他們對大眾文化、文化工業的批判可以歸結為以下三個要點（陳學明，1996）：

- (1) 批判大眾文化、文化工業的商品化。
- (2) 批判大眾文化、文化工業的標準化。
- (3) 批判大眾文化、文化工業的強制化。

（二）文化產業

據上所述『文化工業』應該是大量的、均一化的、庸俗化的、大眾化的、流行品味的生產理念，是提供大量消費，被文化工業所操縱而失去個人主導性和個人創意的生產機制，個人不但無法主導文化，反而是被工業生產所主導。而⁴⁴『文化產業』完全是依賴於創意、個別性、也就是產品的個性、地方傳統性、地方特殊性，甚至是工匠或藝術家的獨創性，強調的是產品的生活性和精神價值內涵。這些正是被文化工業所摧殘取代的質素。所以文化產業所依循的生產原理，與新

⁴³陳學明（1996）「文化工業」一書之 17-40 頁，指出 T. Adorno 對文化工業的意涵及批判有詳細敘述。

⁴⁴在辛晚教、古宜靈、廖淑容編著『文化生活圈與文化產業』一書之第 9 頁，引述陳其南教授對文化產業內涵之說明。

古典經濟學的生產原理正好背道而馳（陳其南，1996）。

隨著二十一世紀全球環境變遷，資本主義產銷關係的全球網路建構，文化產業政策成為先進國家象徵經濟及都市再生的主要策略（Crewe & Beaverstock，1998；Zukin，1995；楊敏芝，2002）。陳其南教授認為，文化產業著重創意和個性，產品必須具有地方傳統或工匠的特殊性和獨創性，並且強調產品的生活性和精神價值。亦即是文化產業以地方本身作為思考主體，是基於地方特色、條件、人才和福祉來發展的產業。

⁴⁵狹義的文化產業以操作型定義來看，可以說是：以社區居民為共同承擔、開創、經營與利益回饋的主體，以社區原有的文史、技術、自然等資源為基礎，經過資源的發現、確認、活用等方法而發展出來的。提供社區生活、生產、生態、生命等社區文化的分享、體驗和學習的產業（黃世輝，2003；蔣玉嬋，2004）。

所以文化產業指的是一種純粹的文化活動，這種文化活動可能是生活性的、宗教性的、節慶性的，沒有任何的經濟效益可言，但經過企業經營管理的過程之後，便可成為商品的交易（洪萬隆，2003）。是以文化產業的基本概念應包含兩個層面：一方面是注重『文化』的精神心靈層面，另一方面則著重『產業』的實際經濟利益考量。總而言之，文化產業主要是強調產品本身的獨特性，它的獨特性來自於與地方生活、精神的融合，也由於居民對自身地方文化的認同，加上地區獨有的特質，更有助於提升地方的競爭力，它這種不可替代性的精神層面，創造有別於一般傳統產業的經濟效益。

⁴⁶根據楊敏芝（2002）的研究，文化產業可區分成三種類別，分述如下：

- （1）大眾消費文化產業：其特徵是無空間依存性、具文化商品性、為日常生活大眾的消費品，如服飾、電影、圖書、報刊等。
- （2）文化設施產業：其特徵為具有空間依存性，通常與土地開發、不動產、設施等連結一起，如餐旅館、博物館、美術館等。
- （3）地方文化產業：其特徵是具空間地域依存性，由空間特質或歷史傳承遺留之文化遺產，如傳統鄉土文物、民俗活動、地方特色產物、文化慶典、地方觀光文化產業等。

除此之外，⁴⁷辛晚教（2000）的研究則將文化產業劃分為四類，分述如下：（楊深耕，2006）

⁴⁵蔣玉嬋（2004）在社區發展季刊 107 期，發表一篇『地方文化產業營造與社區發展』文章，引述黃世輝（2003）所提之狹義的文化產業以操作型定義。

⁴⁶楊敏芝（2002）在「地方文化產業與地域活化互動模式研究—以埔里酒文化產業為例」之博士論文中，對文化產業所做的分類。

⁴⁷楊深耕（2006）在『地方文化產業的理論內涵分析：歷史社會學與文化經濟學的視角』論文中，指出辛晚教教授對文化產業的分類。

- (1) 大眾消費文化產業：屬性特徵包括都市型經濟型態、無空間依存性、具文化商品化特性、具全球經濟及文化流動性、成為日常生活大眾消費品，其範圍包括流行服飾、化妝品、流行家飾、錄音（影）帶等。
- (2) 精緻文化產業：屬性特徵是依設施的等級及性質分布於都市與地方中心、型塑文化階層性、陶冶人們精神生活與生活文化素養，其範圍包括歌劇、音樂、雕塑、繪畫、博物館、音樂廳、美術館等。
- (3) 地方休閒產業：其屬性特徵包括具空間依存性、自然衍生之產業或歷史傳承情感遺留之文化遺產，文化活動常與社區居民、社區組織結合，具強化地方認同感與凝聚力，其範圍包括傳統民俗文化與活動、地方歷史古蹟、自然景觀文化、地方特產、地方節慶等。
- (4) 設施文化產業：其屬性特徵具空間依存性、需建設大量設施、常與土地開發與不動產計畫連結，其範圍包括商業中心、餐旅館、歌舞廳等休閒娛樂中心等。

根據楊敏芝、辛晚教兩人的說法，本研究個案---瑞源花布燈籠工場是社區發展協會旗下組織之一，目的在保存、延續、推展客家文化，具有空間地域依存性；隱含了文化故事的內涵；與社區組織相結合；並強化地方認同感與凝聚力，是一項極具開發經濟的潛力及文化資源。故其產業屬性，較偏向『地方文化產業』、『地方休閒產業』。

(三) 地方文化產業

地方文化產業包括『地方』、『文化』和『產業』3個名詞，簡單說，就是以『地方文化』為主體的『文化產業』。強調產業發展的地理依存性（Geography Dependency），以地域性、地方意象（Image of place）為其發展特質，蘊含地方歷史文化的豐饒、集體記憶與共享的價值。⁴⁸辛晚教教授認為（2005）：「地方文化產業」不僅是一項極具開發力的經濟及文化資源，且為地方發展無可取代的文化觀光資源，且有延續地方傳統文化與凝聚社群共識、領域感、認同感等功能。顧名思義『地方』、『文化』和『產業』三者彼此之間關係密切，『地方文化』的獨特性、稀有性，造就『文化產業』成為地方經濟再生的主要策略。

眾所皆知，產業活動若帶入了文化的視野，能提供更多的就業機會，帶動地

⁴⁸ 辛晚教（2005）在『文化生活圈與文化產業』一書中之第十章：地方文化產業與國際休閒化一文中，對地方文化產業的功能提出如此之說明。277-285頁。

方自足性的永續發展；文化若能轉化成產業則能帶動地方經濟發展。⁴⁹而這種生產型態，誠如陳其南教授所言：『往往是以社區的、地方的、區域的生產組織與分工合作為主導。因為這種產業型態不是以量產，而是以傳統、創意、個性和魅力來取勝，要使少量而多元的地方產業能發揮其經濟效益，其社區性與區域性的整合度必須相當高才行（葉智魁，2002）。』換言之，地方或社區居民必須有共識及認同，才有可能有效推動地方文化產業的發展，也才有機會達到上述辛晚教授教授所提及發展地方文化產業的功能。所以將地方產業作適時文化包裝，具有精緻、品味、生產力，亦可以是促使地方重新發展的活力泉源之一。也就是以地方內發性為出發點來構思、主導、整合，定出文化產業發展的方向，或許可逐漸凝聚地方認同意識、重新思考地方傳統文化的價值、提升生活品質，且能達到地方文化產業永續經營的理想目標。

學者楊敏芝（2002）認為地方文化產業具有兩個特色，一是地理依存性（Geography Dependency），一是以特定的地理為基礎，強調的是地方或社區所表現出來的文化態樣及文化的地理依存性。故地方文化產業之發展必須依賴地方居民、工匠或藝術家注入獨特的心思與創意，強調成果的文化生活性、人文精神與價值內涵；並且以『地產地銷』的發展策略來達成其獨特性及在地化的價值，將由地方文化為基礎所發展出來的地方文化產業留在當地，讓外地人能進到社區欣賞、品味與購買，如此將能促進地方相關產業體系整體性之振興，製造更多的商業行為，帶來更大的商機。

隨著產業與社區發展的快速變遷，社區總體營造的觀念深植民心，致使全國各地具有特色之產業不斷興起，地方特色產業也朝向多元化的綜合發展，以下將經濟部就⁵⁰地區特色產業的定義分類說明如下：

（1）具有歷史性或獨特性之產業。

例如：台北縣鶯歌陶瓷、苗栗縣三義木雕、彰化縣鹿港宗教文物雕刻、新竹市玻璃工藝。

（2）對地方經濟及社區發展有貢獻之小規模企業群或產業。

例如：新竹縣尖石鄉雪霸泰雅經濟發展、屏東縣三地門原住民手工藝、花蓮縣豐田社區產業。

（3）屬消費性且可發展為鄉、鎮、區特色之產業。

例如：宜蘭縣白米社區木屐、南投縣竹山竹器、台南縣白河蓮花產業。本研究個案中之瑞源花布燈籠工場，其性質應屬於此類——消費性且可發展為鄉、鎮、區特色之產業。

依地方特色產業發展屬性，大致上可以區分為：傳統產業傳承與振興、傳統產業轉型再出發、創造新興地方特色產業、社區總體營造結合地方特色產業、原住民族工藝產業發展等五大類型，當然在輔導方向上也會有些許的差異。現將⁴⁹

⁴⁹ 哲學雜誌第三十八期『文化發展與文化產業』20頁，葉智魁教授引用陳其南教授對地方文化產業的生產型態所做的描述。

⁵⁰ 楊宗孝在「台灣工藝13」頁55-56，於「活化具有地方特色工藝產業」一文中，寫道經濟部對於地方特色產業之定義與分類及其發展類型和輔導方向。

地方特色產業發展之類型、產業案例及其發展方向整理如（見表 2-5）：

表 2-5 地方特色產業發展類型一覽表

發展類型	產業案例	輔導方向
傳統產業 傳承與振興	鶯歌陶瓷 三義木雕 鹿港民俗工藝	保留當地原有的產業文化，培訓傳統工藝傳承人才，協助提升經營管理能力，建立行銷管道，辦理產品促銷宣傳展售活動。
傳統產業 轉型再出發	新竹玻璃 埔里造紙 苗栗裝飾陶瓷	以當地原有的產業為基礎，強化其新產品技術研發能力，建立地方特色產業品牌或識別系統，塑造產業新形象。譬如將新竹原有的生產傳統玻璃器皿工業技術，轉移製作高附加價值的玻璃藝術品及工藝品。
創造新興 地方特色 產業	中寮植物染 觀音蓮花 大甲芋頭酥	當地原本沒有這項特色產業，因應某種因素，而發展出來具地方特色的產業。譬如中寮鄉於 921 地震後，經由台灣工藝研究所培訓在地婦女學習染布及縫紉技術，協助成立經營組織及管理制度，建立行銷管道，才創造中寮植物染布產品品牌。
社區總體 營造結合 地方特色 產業	宜蘭白米木屐 屏東老庄腳椰子	透過社區營造發掘出社區內可轉化為經濟產業的資源，以改善社區居民生活環境及創造就業機會。譬如白米社區自主共識，以木屐作為產業發展的主軸，成立社區共同經營組織，培訓生產、管理及觀光導覽等人才，是文化產業化及社區自主的典範。
原住民族 工藝產業 發展	台東建和木雕、 苗栗泰安織布、 屏東三地門藝術村	原住民族在台灣社會中，長期歸屬弱勢族群，然而其文化及工藝極具特色，所欠缺及需要協助的是經營能力及製造技術的提升，行銷通路的建立，培育產業專業人才，指導商品設計藝術化，以提高產品附加價值。

資料來源：楊宗孝； 本研究整理。

在本研究個案中——瑞源花布燈籠工場的發展類型應屬於『社區總體營造

結合地方特色產業』，因為它是瑞源社區發展協會為推展社區總體營造，並延續保留客家文化傳統工藝、建立社區特色、改善社區居民生活環境、創造就業機會而將客家傳統工藝轉化為經濟產業之資源，以花布燈籠為社區發展的主軸，進而培訓生產、管理及觀光導覽人才，不僅社區有了一番新氣象，更成為社區安定的力量。

三、小結

在全球化的趨勢中，保持在地的文化特色與傳統文化，無疑成為各地鄉鎮創造當地產業附加價值的有效方法之一。透過文化的經營使產業更具價值，藉此以文化生機帶動沉寂的地方產業，同時也為地方帶來商機，增加就業機會並提高地方居民之經濟能力。綜上所述，地方文化產業為一種產業發展的型態，它所強調的是地理依存性、獨特性及在地化的生產模式，透過產業與地方關係的連結，重新審視地方文化特色與地方歷史脈動，凝聚社區居民的共識與認同，而社區居民自發性的參與，才是發展地方文化產業永續經營的不二法門。

第四節 地方文化產業政策

一、推行政策

⁵¹文化建構了歷史與生活主體性的意涵，產業則為這項意涵提供持續性的物質基礎，1995年「文化產業研討會」中，文建會首先提出『文化產業化、產業文化化』之構想，『文化產業』的概念隨後成為我國「社區總體營造」的核心。自1999年開始，文建會再次推出『文化產業之發展與振興工作』計畫，其重點即在輔助地方政府推廣文化產業資源與特色，促進民眾認識地方文化風貌，宣導『文化產業化，產業文化化』理念，鼓勵民眾關心、整合、運用地方文化產業資源，營造地方文化特色產業，提昇價值與競爭力，開拓社區生機與活力(文化白皮書，2004)。⁵²2005年的『健康社區六星計畫』更以產業發展、社福醫療、社區治安、人文教育、環境景觀、環保生態等六大面向作為社區發展的目標，其中『產業發展』有地方特色產業發展輔導、社區文化產業輔導……等項目。綜上所論，我們可以發現『地方文化』、『地方產業』、『社區營造』三者之間是互相支持且存在著相互影響的關係。

只是在地文化應如何才能成為產業？或許可透過創意或商業機制的運用，及政府政策的推行，使文化具有市場消費性及經濟價值。換言之，在地產業之發展可透過政府政策的推行及創意運用等方式，使在地文化特色得以呈現，促使傳統

⁵¹文建會文化白皮書(2004)第二篇第五章第三節振興地方文化產業，對文化產業之發展與振興計畫，做了完整的說明。

⁵²2005年謝長廷院長上任後，有鑒於健全之社區為台灣社會安定的力量，提出「台灣健康社區六星計畫」，以產業發展、社福醫療、社區治安、人文教育、環境景觀、環保生態等六大面向作為社區發展的目標，稱之為「六星」，並以新故鄉社區營造計畫為基礎，擴大其面向與範圍。同時為促進社區健全多元發展，鼓勵社區透過自我評鑑的方式，提出社區整體發展的藍圖與配套需求，整合政府目前相關部會既有計畫資源，分期分階段予以輔導，協助其發展。

產業轉型以提升產業價值，並結合當地特有之傳統節慶推廣，以增加在地產業文化的能見度，藉此為地方帶來商機，提高經濟效益，並能製造更多就業機會。

近年來，中央及其他部會為推動地方文化產業、營造地方特色、提高文化的市場消費性及經濟價值、增加就業機會、帶動人才回流社區，相應提出相關政策，現將民國八0、九0年代中央各部會推動地方文化產業政策整理如（見表 2-6）。

表 2-6 80、90 年代中央部會推動文化產業相關政策

文建會『全國文藝節』、『縣市文化節』	<ol style="list-style-type: none"> 1. 1992 年由文建會策劃主辦文藝季，主題為『傳統與創新』，活動型態以邀集國內外著名團體分赴各地巡迴演出，內容多為舞蹈、戲劇、音樂等表演方式。 2. 1994 年因應整體社會環境的改變，並落實地方文藝的發展，文藝季方式改以『人親、土親、文化親』為訴求，藉著活動的舉辦來挖掘與創新地方的文化資源，其活動主題包括原住民、客家、寺廟、建築、鄉情、藝術等。 3. 1998 年文建會將『文化藝術長期發展計劃』的經費，納入各縣市預算中，並成立文化藝術發展諮詢委員會，正式將文化權力下放到各縣市文化中心，全國文藝節再次轉型為縣市文化節。
文建會『社區總體營造計劃』	<p>1995 年開始推動之『社區總體營造計劃』，與文化產業密切相關。其計畫包含『社區文化活動發展』『充實鄉鎮展演設施』『輔導縣市主題展示館之設立及文物館藏充實』『輔導美化地方傳統之文化建設空間』四項核心計畫：</p> <ol style="list-style-type: none"> (1)『社區文化活動發展』計劃中似乎隱含有文化產業觀念的形成。 (2)『充實鄉鎮展演設施』有助於均衡城鄉文化發展。 (3)『輔導縣市主題展示館之設立及文物館藏充實』是將文化與產業相結合的理想場域，若能具體朝向展現地方特色之實踐，應有助於文化產業之推動。 (4)『輔導美化地方傳統之文化建設空間』強調協助整合傳統社區文化空間與社區生活，並作為重振地方文化產業的基礎。
經濟部中小企業處『地方特色產業輔導計劃』	<ol style="list-style-type: none"> 1. 1995 年文建會於『文化產業研討會』提出『產業文化化、文化產業化』，開始重視地方文化產業課題。此時經濟部中小企業處也開始推行『地方特色產業輔導計劃』，選定具有地區特性之行業予以輔導。 2. 此計劃與文化產業之關聯歸納： <ol style="list-style-type: none"> (1) 強調地方產業之發展。 (2) 內容包括加強地方特色行業產品及技術研發能力，且促進各地方色產業互相學習觀摩，從事人才培育。

	(3) 對地方特色產業朝向文化產業轉型有所助益。
經濟部商業司『商店街開發推動計劃』與『形象商圈塑造計劃』	1996年推出此計畫，將文化產業理念與商店意象進行結合。
經建會『改造城鄉新風貌行動方案』	該方案是由經建會由1997年所推動，補助直轄市、縣市政府、鄉鎮公所辦理有關改造城鄉新風貌所需之規劃及建設經費。
文建會『振興地方文化產業，活化社區產業生命力計劃』	文建會於1999年推動此計畫，主要是配合經建會之改造城鄉新風貌行動方案，其計劃目標為：輔助地方政府推廣文化產業資源與特色，促進民眾認識地方文化風貌進而參與社區總體營造工作行列，並宣傳『文化產業化、產業文化化』理念，鼓勵民眾關心整合運用地方文化產業資源，促進地方文化產業發展。
文建會『新故鄉社區營造計畫』	2002年在『挑戰2008國家發展重點計畫』的十項計畫中，『新故鄉社區營造計畫』列為壓軸，扮演著承先啟後的關鍵角色。計畫內容包括：台灣社區新世紀推動機制、內發型地方產業活化、社區風貌營造、文化資源創新活化、原住民新部落運動、新客家運動、健康社區福祉運動。
文建會『健康社區六星計畫』	2005年經行政院核定之重要政策。基本上延續了『挑戰2008—國家發展重點計畫』中的『新故鄉社區營造計畫』，其社區營造的六個面向，包括：『產業發展』『社福醫療』『社區治安』『人文教育』『環保生態』『環境景觀』等。
文建會『社區營造創新實驗計畫—社區文化產業輔導』	<ol style="list-style-type: none"> 1. 文建會為配合行政院『台灣健康社區六星計畫』，輔導直轄市及縣（市）政府推動社區總體營造工作，整合地方政府行政體系、社區資源及第三部門，透過各項學習及參與機制，建立公民意識，振興地域活力，創造多元化文化特色、高質化產業發展及人性化健康社區。 2. 96年度縣市層級社區營造輔導計畫作業要點（社區文化產業輔導） <ol style="list-style-type: none"> (1) 開發利用地方文化資產與文化環境計畫（分為先期規劃及執行計畫）。 (2) 社區文化產業輔導計畫。 (3) 社區深度文化之旅計畫。 (4) 社區營造培力計畫。
經濟部『地方特色暨社區小企業輔導計畫』	1. 台灣經濟近年來受國際景氣影響，加上開發中國家及中國大陸的廉價生產成本競爭，使我國傳統產業面臨極嚴苛的考驗。為協助中小企業利用社區在地資源及特色產

	<p>業為基礎，配合知識經濟概念為前導，營造活潑多彩的地方社區，創造出高附加價值的新型態群聚式經濟體，特訂定本計畫，其主要完成下列四大目標：</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 創造地方居民自主經營綠色環境及知性產業。 (2) 提振地方自主發展意願，形成由下而上的全民參與運動。 (3) 有效促進地方美學、感性、旅遊、創造產業發展、活化地方特色暨社區產業經濟。 (4) 塑造台灣地方特色暨社區產業新經濟發展模式。 <p>2. 希望透過本計畫之推動，建構台灣「在地型地方特色產業暨社區小企業」之發展，以降低國內之失業率；即透過具當地特色企業之發掘與帶動，使當地之居民可以在當地就業；而由於「具當地特色企業」可與觀光、文化、生態有效結合，進而形成具實力之地方經濟體。</p>
農委會『發展地方農業產業文化計畫』	<ol style="list-style-type: none"> 1. 農委會為配合行政院『台灣健康社區六星計畫』，輔導縣(市)政府、鄉(鎮)公所及農民團體，以協助農村運用農業產業文化資源，發展文化創意產業，促進農產品商業化，提高農產品附加價值及利潤，帶動地方農村休閒旅遊事業，繁榮農村經濟，提升農村生活品質。 2. 本項計畫工作項目： <ol style="list-style-type: none"> (1) 建立以產業為基礎的農業產業文化體系，開發具高附加價值之產品。 (2) 以不同產業分別作整體性之規劃，建立安全和藝術化的農園，將農產品多元化的應用，建立農產品品牌形象，規劃設計地方性產業文化活動。 (3) 配合休閒農業區的產品特性、自然景觀，導入各項具文化、休閒、生態等特性之文化活動。 (4) 加強培育專業人力，舉辦農業產業文化成果發表研討會。
勞委會『多元就業方案』	<ol style="list-style-type: none"> 1. 近年來因產業工作機會減少、失業率逐年攀升、結構性失業問題日趨嚴重，為保障勞工權益，促進國民就業，行政院勞工委員會於九十年度規劃辦理之「永續就業工程計畫」，創造在地就業環境與就業機會，培養失業者再就業能力，紓解失業帶來的危機與壓力，已產生明顯成效。九十一年度更進一步結合企業單位規劃本方案，以提供失業者多元化就業管道。 2. 歷來或核定通過之計畫，其工作主題包羅萬象，可說包括台灣健康社區六星計畫所有面向，舉例如下：

	<p>(1) 社會服務：兒童課後輔導照顧、社區保姆與幼兒托育、居家關懷照顧服務、老人關懷服務、老人送餐服務、外籍及大陸配偶關懷協助、身障者照顧協助服務。</p> <p>(2) 文化產業：文史資料調查收集、文史古蹟導覽、民俗技能傳承、藝文活動推廣。</p> <p>(3) 觀光休閒：自然生態旅遊與導覽、觀光休憩園區、產品行銷與推廣、餐飲銷售與推廣、環境綠化美化。</p> <p>(4) 環保清潔：廚餘回收運用、生活用品廢棄物回收、廢棄電池回收、二手衣物回收、環境清潔與維護。</p> <p>(5) 地方產業：地方風味美食、地方農特產品、糕點烘焙、有機蔬果栽培、工藝產品創作。</p>
<p>客委會『特色文化加值產業發展計劃』</p>	<p>1. 協助客家地區文化與產業相結合，發展具有客家特色之文化創意產業、綠色休閒產業及其他地方產業，並協助傳統產業之轉型與創新，以創造就業機會，帶動地方經濟發展，發揚客家文化。</p> <p>2. 補助地方政府及民間團體辦理客家特色文化加值產業發展各項軟硬體計畫，以健全客家地區特色產業及文化休閒旅遊整體發展之環境，並鼓勵各式產業行銷及推廣活動，協助客家地區產業特色及品牌之建立，並進而促進地方經濟產值的提升。</p> <p>補助項目原則包括以下 5 項：</p> <p>(1) 客家特色之相關產業資源調查、分析、規劃與運用。</p> <p>(2) 客家特色之相關產業輔導培力計畫、人才培育計畫及相關觀摩研習計畫等。</p> <p>(3) 客家特色之相關產業開發、設計、包裝、行銷及通路等相關計畫。</p> <p>(4) 能帶動客家地區產業環境發展，並具公共性或文化保存價值之相關工程計畫。</p> <p>(5) 其他客家地區相關產業發展計畫。</p>

資料來源：來自⁵³文建會、經濟部、勞委會、客委會、農委會網站
本研究整理

二、小結

⁵³ 文建會網址：<http://www.cca.gov.tw/main.do?method=find&checkIn=1>
 經濟部網址：<http://www.moeasmea.gov.tw/ct.asp?xItem=1704&ctNode=169>
 勞委會網址：<http://www.evta.gov.tw/home/index.asp>
 客委會網址：<http://www.hakka.gov.tw/mp.asp?mp=1>
 農委會網址：http://www.coa.gov.tw/search_wg.php
 經建會網址：<http://www.cepd.gov.tw/>

傳統工藝受全球工業化影響，雖已逐漸沒落，但輔導傳統工藝，結合地方文化產業發展，將可延續國內工藝發展，並可振興地方產業及建立產業特色。從以上政府推動地方文化產業的政策來看，大都是以地方的文化特質來突顯文化產業的特殊性，以社區總體營造為基礎，由社區居民自主性的參與，共同發掘地方共同的文化資源，凝聚共識取得認同，營造成為地方的文化特色；進而形成一種具有地方特色的產業，此種產業有了與地方生活契合的文化記憶，使社區在推動產業的同時，更能了解地方的歷史、人文、節慶特色等，而有了地方認同意識、歸屬感與榮耀感後，進而能回饋地方，引發維護環境品質的使命感，並願意傳承文化給後代子孫。

本研究個案的推手—瑞源社區發展協會，為了發展一鄉一特色，延續推廣客家文化，凝聚社區共同意識，提供更多就業機會，也向多個政府部門提出申請補助，諸如文建會、勞委會、客委會等，而成立了瑞源客家花布燈籠工場，正式營運至今，雖只有短短的四、五年時間，但在社區耆老、全體工作人員、社區居民的努力之下，已漸漸建立起口碑及知名度，打響了『全國第一家也是唯一製作客家燈籠工場』的名號，對社區特色的營造、整體社區經濟的提升、就業機會的提供，著實助益不少。

第五節 台灣的文化創意產業

一、內涵

在全球資金、人才及資源的快速流動，以及快速工業化與都市化的過程中，地方傳統產業與初級產業已經被工業型都市經濟所取代，欲具備與世界其他國家產業競爭能力，就必須在這兩者之間尋找第三條出路，也就是文化、設計、觀光等產業。1997年英國發現除了創新之外，利用人的創造力、技能、傳統的文化藝術與其他智能的結合，也能發展出另一種新的產業—創意產業，不但具有高度的經濟效益，更能帶動就業機會，因而最早提出創意產業概念與政策。

⁵⁴文化代表一國藝術與生活經驗的特色與累積，而文化結合新的創意，將足以為國家帶來新的發展潛能與商機，創造就業機會，促進經濟成長，因此，文化創意產業之發展所帶來之效益是可預期的。而台灣多元的自然與人文環境以及豐富的地方特色更是文化創意產業發展的重要基礎，它所凝聚的民間活力，更具有美學經濟體的價值。目前台灣面臨全球化浪潮下，缺乏特色商品失去競爭優勢的危機，不得不尋找另一條生路。而發展文化創意產業的目的即是從各個領域整合台灣的智慧與文化魅力，結合新的創意，將其應用於產品發展或生活品質與美學中，以因應全球化的挑戰，不啻是台灣許多產業締造新契機、新潛能與新商機的關鍵策略，既能創造就業機會，促進經濟成長，同時亦能平衡台灣過去偏向傳統製造業的產業發展型態。緣此，行政院於2002年所提出《挑戰2008：國家發

⁵⁴台灣文化創意產業發展年報(2003)第一章將台灣推行文化創意產業政策之緣起、背景、歷程，有詳盡之描述。

展重點計劃》中，選定了若干未來應優先發展的文化創意產業，並研擬相關政策來落實「產業文化化，文化產業化」之目標，充分展現政府推動文化創意產業的強烈企圖心（台灣文化創意產業發展年報，2003）。

國內對於文化創意產業的定義，係參酌各國對文化產業或創意產業的定義，以及台灣產業發展的特殊性，故台灣經濟部文化創意推動辦公室所公佈的定義為：『文化創意產業係指源自創意或文化積累，透過智慧財產的形成運用，具有創造財富與就業機會潛力，並促進整體生活環境提升的行業。』（文建會，2004）。具體來說，我國文化創意產業計畫，主要是期待藉由結合藝術創作和商業機制，以創造具本土文化特色的產品，藉以增強人民的文化認同與增加產業的附加價值。主要是針對不同類型的文化藝術產業，就人才培育、研究發展、資訊整合、財務資助、空間提供、產學合作介面、行銷推廣、租稅減免等不同面向提出整合機制，配合地方政府、專業人士、民間和企業之協作，共同推動。（台灣文化創意產業發展年報，2003）

⁵⁵根據行政院的国家發展計畫對於文化創意產業之界定，至少包括四大類：（一）文化藝術核心事業：精緻藝術之創作與發表，如表演（音樂、戲劇、舞蹈）、視覺藝術（繪畫、雕塑、裝置等）、傳統民俗藝術等。（二）設計產業：以核心藝術為基礎之應用藝術類型，如流行音樂、服裝設計、廣告與平面設計、影像與廣播製作、遊戲軟體設計等。（三）創意支援與周邊創意產業：支援上述產業之相關部門，如展覽設施經營、策展專業、展演經濟、活動規劃、出版行銷、廣告企劃、流行文化包裝等。（四）文化觀光休閒產業：將創意帶入文化性的觀光、遊憩與旅遊活動。

自 2002 年始文化創意產業列為國家重點發展計畫迄今已 6 年多，雖仍屬起步新興階段，但各項計畫在相關部會的積極推動之下已漸趨成熟，產官學界對文化創意產業的重視程度日益提升，視之為經濟發展的新能量，逐步影響我國經濟發展的結構。

⁵⁶當前台灣社會對於文化創意產業發展的路線與主張，可歸類為以下三種模式：（黃國禎，2003）

模式一：強調個人的創造力與文化藝術內涵與價值的提升。

模式二：強調文化、藝術如何走向產業化。

模式三：強調傳統實體產業的文化、創意加值。

現以（表 2-7）加以說明之。

⁵⁵中央大學客家政治經濟研究所所長邱昌泰教授在『積極建構客家文化創意產業』一文中，針對行政院的國家發展計畫對文化創意產業的分類。

⁵⁶台灣文化創意產業發展年報（2003）頁 290-294，黃國禎將文化創意產業發展的路線與主張，歸類為三種模式，並提出建議政策操作，期盼創造更大的發展契機。

表 2-7 台灣文化創意產業之發展模式及案例一覽表

民間主張	發展模式	對象	建議政策操作	案例
培 基 本	強調個人的創造力與文化藝術內涵與價值的提升	不適合產業化的現場表演者（表演藝術）、藝術家、文學家、文化工作者	<ul style="list-style-type: none"> ③ 提供機會給為數眾多的個人創意、設計與文化工作者。 ③ 提供適當財務支持與共享設備，降低個人從業者的營運障礙。 ③ 大量投資藝術教育，培養不斷崛起的個人文化創意工作者。 政府獎助與投資	1 台北國際藝術村--駐村藝術家吳尚霖。 2 郭奕臣 以拼貼技術呈現想像中的災難，開創新視覺藝術。
加 速 文 化 藝 術 產 業 化	強調文化、藝術如何走向產業化	有意願經營大眾文化市場的藝術從業者、存在足夠市場需求，但欠缺提供足夠多元文化產品的藝術類別與經營者。	<ul style="list-style-type: none"> ③ 政府巨額預算重點投資扶植 ③ 協助藝文團體加速公司化、企業化 ③ 引進現代化管理經營 ③ 產品開發 ③ 全球市場行銷投資與平台 ③ 政府信用貸款與智財融資 	1. 魅力絲竹·熱情搖滾《采風樂坊》 2. 創新經營模式、打造的台灣電視布袋戲佳績《霹靂國際多媒體》
異 業 整 合	強調傳統實體產業的文化、創意加值	<ul style="list-style-type: none"> ③ 產品進入成熟期，欠缺創新動力的傳統產業 ③ 保持產品創新的產業，但卻仍就無法提升市場地位與產品附加價值 	<ul style="list-style-type: none"> ③ 創新獎勵 ③ 個案產品輔導 ③ 結合觀光產業策略 ③ 國外人才進駐的文化衝擊與新視野 	1. 郭元益糕餅博物館 / 文化生活館 2. 蛋裏乾坤--蛋之藝博物館 3. 宜蘭白米木屐博物館—呈現傳統木屐之美，達成社區自主營運目標。

資料來源：台灣文化創意產業發展年報，2003

文化創意產業專屬網站

http://www.cci.org.tw/show_case/show_case_list.asp?show_case_cate_sqno=4

另外⁵⁷行政院在『挑戰 2008 國家發展重點計畫』中，積極推動文化創意產業發展，我們可歸納出台灣文化創意產業發展現況所具有的相對優勢：

- (1) 我們有民主的社會：在追求民主化的過程中，給了藝術家、文化工作者很大的啟發，也讓它勇於接受挑戰，勇於接受創新。
- (2) 多元文化與藝術的表現：台灣累積了早期的原住民文化、漢族文化、荷西時期、鄭氏王朝與清朝，一直到日治時代，以及一九四五年國民政府來到台灣，開放國際各種多元的文化，讓台灣同時兼具海洋以及大陸文化的特色。
- (3) 華文世界最大窗口：以出版業為例，出版業當中，台灣以一年大約 850 億的產值，在華文地區居於領導地位。
- (4) 以科技島聞名世界：五十年前我們剛開始要推動科技政策時，其實產業鏈已經連結，現在如果把科技部分融入文化的元素，這個產業的蓬勃更是指日可待。
- (5) 教育普及、創意人才眾多：台灣的教育普及而且自由，每個人都可以表達自己的意見，促成每一個人都有創意的可能性。
- (6) 台灣蓬勃的生命力：以台灣近五十年來的歷程，不論是外交上、政治上、經濟上、都經歷過很大的挫敗和打擊，但我們都看到台灣可以在最困難的時候站起來，這就是文化創意產業非常需要的一個精神。

當然目前台灣在推動文化創意產業上也有相對劣勢，如：文化教育基礎不足、基礎資料缺乏、企業界產業界對文化產業並不熟悉、文化藝術界對產業化的過程概念不足、智慧財產權有待努力等。我們期待政府提供政策支持，藉以創造最佳的產業環境，在人才培育、環境整備，以及整個產業的推動上著力，強化文化創意產業的基礎，希望提高產業附加價值，提升國家的國際競爭力，創造資源整合成效，帶動台灣在華文世界的領導地位，並與世界接軌。(文建會網路學院，2004)

二、小結

在全球化的過程中，在地文化特色的產業及藝術創作，可說是最具競爭力、最能脫穎而出的產業之一。普遍具有多樣性、小型性、分散性特色的文化創意產業，已成為各國兼顧經濟與文化發展的重要政策。文化創意產業包括『文化』、『創意』、『產業』三個意涵，簡而言之即是任何一種文化創意活動，都要在一定的文化背景下進行，但創意不是對傳統文化的簡單複製，而是依靠人的靈感和想像力，借助科技對傳統文化資源的再提升。因此任何產業，只要與”文化”搭的上關係，再創新一下！都可稱之為文化創意產業！

台灣的社會文化充滿著複述傳統及多元文化的交會，這些都是發展文化創意產業的豐厚元素。例如客委會從 2002 年開始至今已舉辦 8 個年頭的桐花祭，一場約莫一個月的花季，創造出數十億的商機，不只結合了地方文化與產業，也將

⁵⁷文建會網路學院 (2004) 將台灣文化創意產業發展現況所具有的相對優勢、劣勢提出說明。

傳統產業再升級，成就現代另類商機。所以行銷業界普遍流傳著這麼一句話——『客家桐花祭，是最成功的文化創意產業』，許多企業也向這場年度盛會取經，也想透過這類具有特殊地方文化的故事行銷，變出更多文創財。我們期待，在推動文化創意產業的同時，也能帶動其他產業的創意化趨勢，讓各產業善用既有的文化藝術條件，鼓勵產出更多的創意與設計，進而帶動社會文化的整體活力，進而標示出台灣人文與經濟的全球定位。

第六節 客家文化創意產業

一、客家文化之內涵

客家先民因戰亂、社會動盪不安而流離失所，移民到台灣至今也有三百年以上的歷史，長期遷居而養成了遵守祖訓、刻苦耐勞及團結排外的特殊性格，保有傳統的語言、文化與風俗，卻也因失去與其他文化融合的機會，也因民族性的保守，使其文化逐漸『隱形化』而式微，以至有無法延續與傳承之憂慮。

⁵⁸根據客委會技正江志成的研究報告，從歷史的軌跡來看『客家文化』，客家先祖原為中原漢族上層階級，客家後代族群傳承禮教，提倡良好風範與教化；又因長期遷移，使得客家族群文化資源受族群特性與自然環境影響，呈現專業農墾與群聚組織，及輕物質重精神文化風尚與文物性格特質。

而在社群生活的表現上，「客家文化」可具體的定義在：(1)語言特色、(2)傳統民居、(3)飲食文化、(4)傳統服飾、(5)民間習俗、(6)宗教信仰、(7)傳統手工藝與(8)藝文資源等八項共通性。

由空間地景的角度上而言，客家文化共有四個主要特色（江志成，2005）：

(1) 序列鮮明的建築形制

客家族群之強烈根源意識，使其得以在艱困的自然環境下，能求族群之自我保護與民系迅速發展；落實在生活空間中，即為對族譜、祠堂、堂號、堂聯及祭祖活動之重視；而傳統農業社會中，同姓聚居之客家聚落，形成以祖堂為中心之姓氏族群分布，乃至於形制龐大，可供多戶人家集居之伙房、圍樓、圍龍屋等，係為所謂「根源意識」下，客家族群的生活空間型態。

(2) 結合環境的聚落型態

崇尚自然之神的宗教觀，不但使得客家族群對自然環境之使用哲學在於追求人與自然之和諧，呈現因地制宜之生態環境觀，及以風水觀念構築聚落空間結構外；亦表現在客家聚落中常見之三山國王廟，甚至是「開庄伯公」、「庄頭伯公」，使伯公廟成為客家聚落界標，並為祭祀與休閒、社交公共空間。

(3) 高度防禦的空間格局

客家族群因群居山腳丘陵地區，必須面臨福客及與原住民之衝突，使得客家

⁵⁸第六屆非營利事業管理研討會（2005），客委會技正江志成分享客家社區總體營造的理念，除在文化議題之差異外，與日本及台灣各城鄉發展史因撞擊的政經發展、居住品質與空間、傳統產業衝擊、社區共同體意識覺醒、及社區政策議題所提出社區總體營造均相同，終極目的在於讓鄉村居民能有尊嚴的在自己的土地上生活。

聚落邊緣充滿防禦性之柵門和牆垣，而聚落中之伙房亦強調防禦性空間之塑造。

(4) 祭典型塑的社交空間

客家聚落中，以農業為主要之生產元素；同時重要聚落空間元素之聖蹟亭，以及社團組織「惜字會」與「字紙祭」之維持，均為敬重文明聖賢精神之具體實踐。此外，歷次民變下產生之義民爺信仰，雖為客家族群對先民移墾與保鄉衛土精神之崇敬，但亦意涵著在族群拓墾史中，客家族群與其他族群間之微妙對抗關係。日後，義民廟或忠義祠成為客家聚落之精神與聚落空間重心，甚至透過祭祀圈形成，成為凝聚族群共識，因應社經環境變遷之重要族群機制。

依遷徙墾殖基礎性之地理環境為台灣客家文化社區劃分的基礎，以語言、宗教信仰、傳統建築與聚落空間、民俗文化活動，及地方產業的向度來看可約略劃分為四個部份，也是目前對客家族群人口在台灣分佈普遍的認知：

(1) 桃竹客家文化社區

桃園縣南部與新竹地區雖分屬不同之客家次語系文化社區，但由於新埔義民廟祭祀圈之形成，涵括新竹與桃園兩縣市，復因地理環境並無明顯阻隔，故可將之劃設為同一客家文化社區。

(2) 苗栗台中客家文化社區

此客家文化活動圈主要以苗栗縣為核心，涵蓋台中縣之東勢、石岡、新社、豐原，以及彰化縣之埔心、竹塘、永靖等鄉鎮。

(3) 六堆客家文化社區

六堆文化社區地跨高雄及屏東兩縣，包括屏北地區之高樹、麟洛、內埔、竹田、萬巒、新埤、佳冬，以及高雄縣東北部之美濃，即為所謂之「六堆地區」。

(4) 花東客家文化社區

花東文化社區地跨花蓮及台東兩縣，包括花蓮的國慶、吉安、壽豐、豐田，南至台東的下檳榔、鹿野、長濱及樟原等地。

在台灣的客家人口約 400 萬人，在 319 個鄉鎮中有 41 個客家人口佔 50% ，有 49 個佔 40% ，佔台灣人口的六分之一強（2004，楊文山）。

如（見圖 2-1，表 2-8）



圖 2-1 台灣客家人口分佈圖

資料來源：江志成，2005

表 2-8 台灣各鄉鎮市客家人口比值表

客家人口比例	鄉鎮數	備註
90 %以上	10 個鄉鎮市	
80-90 %	11 個鄉鎮市	
70-80 %	5 個鄉鎮市	
60-70 %	4 個鄉鎮市	
50-60 %	11 個鄉鎮市	累計(41)
40-50 %	8 個鄉鎮市	累計(49)
30-40 %	13 個鄉鎮市	累計(62)
20-30 %	30 個鄉鎮市	累計(92)

資料來源：江志成，2005。(評量基準：以各縣市客家人口比值計算)

二、行政院客家事務委員會

⁵⁹在台灣，各族群文化來往連結的過程，造就了台灣多元文化面貌，然而因台灣社會政治及社會環境的變遷，客家族群似乎漸漸隱形化，客家文化面臨嚴重文化流失的危機。於是行政院於 2001 年成立『客家委員會』，其宗旨即在延續客家文化之命脈，以客家族群作為政策規劃的主體。其業務涵括客家物質文化文物的保存、客家傳統建築聚落地景的保存、客家史料方誌之蒐集整理與保存、客家民俗禮儀技藝宗教信仰之研究傳承、客家特色文化與休閒產業加值之規劃輔導、客家文化藝術之推動、復甦客家語言之工作、客語與客家文化傳播媒體推廣之工作、海內外客家事務合作與交流工作等（客委會，2006）。

（一）基本理念

行政院客家委員會 2001 年正式開始運作後，為拓展社會大眾與客家文化接觸的機會，同時認識客家文化之美。於是文建會推動社區總體營造辦理「充實鄉鎮展演設施計畫」、「輔導縣市設立主題展示館及充實文物館藏計畫」、及「各縣市文化中心特色館計畫」政策的同時，⁶⁰客委會也開始推動「客家文化設施興(修)建」計畫，充實地方文化硬體據點，提供客家文化體驗與互動空間政策，使之成為客家社區議題的第一個文化復興與社區總體營造基本理念，⁶¹其主要內涵如下（江志成，2005）：

1. 有系統的創造客家文化復興環境：

開拓客家文化發展的據點，規劃不同層級之客家文化園區、客家文化館、客家文物館、客家文化特色館等客家文化空間，以帶動客家文化的普及化，促進客家文化生命的延續。近年來，總共創造了四棟大型文化新館建築（臺北縣客家文化園區、桃園客家文化館、桃園縣客家文化圖書館、臺東縣客家文化園區），六棟舊有建築再利用（三義客家文化館、石岡土牛客家文化館、大山背人文生態館、蕭如松藝術園區興建計畫、新屋鄉農會倉庫保存再利用計畫、美濃菸葉輔導站再利用計畫），一個歷史建築的修復（北埔姜氏家廟緊急搶救暨修復計畫）。

2. 促進「客家文化」生活化、在地化：

以「客家文化設施興(修)建計畫」的推動，為地方創造不同層級的客家文化發展空間，並結合各級政府與民間企業團體、縣市及鄉鎮、村里及社區的力量一起推動，進而賦予客家文化設施發揚客家在地文化的機能，以彰顯出「地方化」或「地緣化」的特色，並強化地方客家文化空間與在地人生活的關係。

⁵⁹引自客委會網站：<http://www.hakka.gov.tw/>

⁶⁰「行政院客家委員會補助地方政府推動客家文化設施興(修)建計畫作業要點」，於九十二年四月十八日客會企字第○九二○○○二四○二號函發布，據以建立客家文化永續發展據點，營造優質客家文化環境。

⁶¹第六屆非營利事業管理研討會（2005），客委會技正江志成分享客家社區總體營造的理念。

3.創造客庄文化產業觀光的契機：

將「客家文化設施」的設置與國內觀光遊憩結合，成為觀光遊憩景點之一；因此，帶動傳統客家聚落、農庄轉型，結合當地社區、客家文化園區、文化館、博物館、鄉土文化館及藝術創作，吸引民間團體以策展方式舉辦活動，使當地的客家建築、歷史、鄉土文史、傳統藝術、生態與景觀能成為具有代表性的文化活動及地方藝術節慶。

(二) 推動計畫

世界風潮下的文化全球化、社會生存競爭、經濟環境等衝擊，世界各國的文化、經濟與消費市場皆有逐漸走上國際化的趨勢。隨著台灣社會主體性的建立，客家族群文化與權益也相對受到重視，客委會並訂相關政策，其宗旨即在延續並傳承客家文化、推展客家文化產業。⁶²行政院『挑戰 2008：國家發展重點計畫』以『新客家運動－活力客庄、再現客家』為主要議題，其推動的計畫有『語言復甦及傳播計畫』、『客家文化振興計畫』、『社團發展與人才培育計畫』、『特色文化加值產業發展計畫』四項（客委會，2002）。

1.語言復甦及傳播計畫

根據研究，當前客家語言的使用人口以每年百分之五的速度嚴重流失，伴隨客家語言的流失，客家文化亦將無以存在。本計劃即在針對客語的復甦，期望透過多項補助計畫來強化客家語言的發展環境，保有、進而擴展使用人口（客委會，2002）。近年來，客委會每年皆舉辦客語認證，就是希望能吸引更多的人來說客語、學習客語。

2.客家文化振興計畫

本計劃是以透過補助、委託研發等手段，提供客家文化更豐富的展現機會，同時也建構更活絡的社群網路，其目的即在提振客家人的自信心，讓他們能以客家人為榮，願意認識客家文化特質、將客家文化帶入生活之中，另一目的是要整合客家文化使之有系統、整體性的保存與推廣，能完整而真實的呈現，最終目的則是建構成強健的客家文化存續機制（客委會，2002）。

3.社團發展與人才培育計畫

文化的傳承除了個人與家庭之外，更重要的是社區與社團，而不論是社區或社團，其能否有效運作則有賴於人才的投入與行動。本計劃將積極建構客家非政府組織創新育成體系，扶植客家非政府社群組織，開闢客家非政府組織人才交流論壇，辦理客家民間獎助工作，輔助客家社團體質改造，提升客家社團之競爭力與服務品質，振興客家社群之發展（客委會，2002）。

4.特色文化加值產業發展計畫

與台灣多數地區相同的處境，客家地區的就業機會減少，人口快速外流，影

⁶²行政院 91.5.31 院臺經字第 0910027097 號函核定挑戰 2008:國家發展重點計畫(2002-2007) 256-263 頁 10-4『新客家運動－活力客庄、再現客家』，對客委會推動之計畫、期程、經費、主管機關有明確的說明。

響客家地區整體發展，因此必須配合客家文化振興與人才培育工作。針對客家文化與產業的特質，在補助客家文化的同時，亦對地方產業的發展有所助益。本計劃明顯是一項主題性的行動，它的目標有五點（客委會，2002）：

- ③ 創造在地就業機會
- ③ 塑造客家風情特色
- ③ 強化文化行銷策略
- ③ 改善服務設施與品質
- ③ 提升經營效率與收益

依客委會所推之四大計畫之中，1、2 項屬於客家文化推廣範圍 3、4 項則偏向客家產業之推廣，尤其是第 4 項計畫，著重於客家地區的產業開發，希望以客家文化特色塑造客家文化產業，並置入企業經營管理概念，以期達成實質之經濟成效。

三、客家文化產業推廣現況

客家文化地區有其特有的農業產業、工藝產業、文化產業，也保留了豐富的古蹟、廟宇、祠堂、自然生態，甚至與生活息息相關的食、衣、住、習俗、風俗信仰……皆是文化。綜合以上之文化資源，將這些具有客家文化精神的資產，透過『文化產業化』『產業文化化』的方式，轉為有意義的經濟發展資源，使客家文化可以具體的被發現、被認同、被消費。那麼客家文化生活化、客家文化產業帶動客家地區之經濟發展、客家文化得以傳承與延續……等目的就皆可達成了。

（一）文化產業化

各縣市客委會所主導的客家文化節活動可屬於這一類，大抵都在促銷「客家文化」，啟動的產業諸如客籍藝術家投入客家相關創作，以及客家意象的周邊性商品的研發及推廣。⁶³例如 2008 年的『台灣客家博覽會』，於 2008 年 10 月 27 日於台北縣三峽客家文化園區登場，一連五十一天的展覽將全台各地的客家文化全都「一網打盡」，預計將帶來十億元的商機。今年展覽的內容共分 11 大展區，包含客家主題展區、客家特色商品展售區、客家美食區、客庄意象(桐花、黃蝶、六堆觀光產業)展區、DIY 體驗區、客庄文化資源普查區、客家電視區、世紀印象展區、客家藝文展演區、客家信仰區及客家閱讀區等，充分展現客家文化與產業的多元性與創造性。也為了讓更多的人認識客家文化之美與商品的特色，促進客庄產業之發展，今年的博覽會共規劃了 170 項主題展示，並安排總數超過 400 場以上的客家藝文活動。更大量採用「多媒體」互動方式，以「體驗」來行銷客家文化，帶動觀光產業，如新創的「八方來客」互動式多媒體裝置，透過穿梭時空的客家歷史溯源、跨越疆界的客家地理尋奇、時間與空間的雙向脈絡鋪陳，及

⁶³ 2008 年的『台灣客家博覽會』的活動內容及特色。2009 年 3 月取自台灣客家博覽會網站 <http://www.hakkaexpo.com.tw/main.php>

以動畫呈現客家先民拓墾過往的「客家遷徙圖」，又如「好客雲集」以投影虛擬的3D「薪火」影像，象徵客家先賢傳承之火，投影在使用者的手上，並隨其移動，體驗客家豐碩的文化內涵。

（二）產業文化化

各地區將農業轉型成休閒產業，並賦予產業客家的故事或背景，提供消費者一種客家族群/生活的想像。⁶⁴近年來國內的農業相關產業，隨著WTO開放的衝擊下，大多朝向『強化品牌內涵』與『農產精緻化』的兩大方向邁進。苗栗縣大湖草莓名冠台灣，大湖鄉農會希望能讓大湖地區的農產品建立品牌，而且邁向國際化，因此便開始籌劃大湖酒莊的構想，並且替大湖的草莓增加行銷通路，於是結合大湖當地觀光資源與文化特色而建立了『大湖地區農會農村休閒酒莊』，先後得到行政院農業委員會、行政院九二一震災災後重建委員會、苗栗縣政府等輔導轉型，在90年8月經農委會酒莊評審核定之後，於90年12月開始動工，並91年7月取得財政部製造業許可執照，91年12月21日正式對外營運。大湖酒莊的成立，是由大湖地區農會積極推動，因應政府「一鄉一休閒」政策，同時以農會資源，為大湖地區增加觀光農特產品的收益。大湖酒莊的設立，更結合泰安溫泉、薑麻園民宿等觀光果園和農特產品等，建立全國唯一全年無休的整體農業觀光區域。

另外每年春、夏之際，北臺灣的山林開滿油桐花，猶如白雪。在客委會及地方政府（包括宜蘭縣、基隆市、臺北縣、桃園縣、新竹縣、苗栗縣、台中縣、彰化縣、雲林縣及南投縣等10縣市）的帶動下，客家桐花祭已是客家文化創意產業的重要活動，至今（2009年）已邁入第8年，期望達到「深耕文化、振興產業、帶動觀光、活化客庄」的行銷目的，帶動客庄區域經濟發展。一場約莫一個月的花季，創造出數十億的商機，不只結合了地方文化與產業，也將傳統產業再升級，成就現代又另類商機。除了雪白桐花是主角，幕後推手，還有行政院客家委員會輔導客庄同心打造的『客家文化產業』，結合桐花與客家意象，開創了客家文化新天地。

（三）客庄12大節慶活動

客委會為了達成扎根客家文化、活化客庄發展、行銷客庄觀光、帶動當地經濟發展等目標，同時具體實踐產業文化化、文化在地化、行銷客庄、帶動觀光之政策目標。遂於⁶⁵2008年遴選出『客庄12大節慶活動』，此活動係由各縣市政

⁶⁴以客家族群為主體的地區，從事農業的比例相當高，因此客家地區的居民在台灣加入WTO後所受到的衝擊及可能的應變方案乃是日後重要之課題。

⁶⁵行政院客家委員會（2008）首次舉辦「客庄12大節慶」遴選活動，透過與各縣（市）政府及鄉（鎮、市）公所合作，挑選出最具客家文化歷史代表性的節慶活動，結合周邊文化創意產業、民宿、餐飲業者共同行銷，打造創意客庄的經濟效益。希望能扎根客家文化、活化客庄發展、行銷客庄觀光、帶動當地整體經濟發展。

府、鄉鎮市公所及地方社團參與主辦，挑選出最具客家文化歷史代表性的節慶活動，結合周邊文化創意產業、民宿、餐飲業者共同行銷，希望打造創意客庄的經濟效益，未來，全國民眾從年頭到年尾，都可到全台各地客庄作客，享受熱鬧有趣的客家節慶活動，現依時間順序，將客庄 12 大節慶活動整理如表 2-9。另外客委會近年主辦，國曆四月開始的五月雪「客家桐花祭」，十月「六堆嘉年華」，十二月「客家傳統戲曲收冬戲」三大活動，由於頗受民眾歡迎，也納入「客庄 12 大節慶」專案，將大力推廣。今（2009）年，客委會將首度透過整合行銷的方式，串連各地的客家傳統節慶，以 12 個月、總共 16 個客家節慶，落實馬總統「牽成客家、繁榮客庄」的政策；並估計這個活動，可以為地方帶來三萬個就業機會，以及 200 至 300 億經濟產值。

表 2-9 客庄 12 大節慶活動一覽表

月份	主辦單位	節慶名稱
一月	高雄縣美濃鎮公所	美濃「迎聖蹟·字紙祭」
二月	苗栗市公所	農曆元宵節苗栗（火旁）龍
	台中縣政府	東勢元宵新丁板節
	屏東縣政府	六堆祈福·攻炮城文化祭
	新竹縣竹東鎮公所	「天穿日」台灣客家山歌比賽
三月	南投縣國姓鄉公所	國姓「搶成功～鹿神祭」
四月	行政院客家委員會	客家桐花祭
五月	苗栗縣頭份鎮公所	頭份 4 月 8 客家文化節
	苗栗縣三義觀光文化發展協會	三義雲火龍節
六月	桃園縣龍潭鄉公所	桐舟共渡 歸鄉文化季
七月	花蓮縣瑞穗鄉富源社區發展協會	歡喜鑼鼓滿客情 鼓王爭霸戰
八月	新竹縣文化局	新竹縣義民文化祭
九月	桃園縣平鎮市公所	平鎮客家踩街嘉年華會
十月	行政院客家委員會	六堆嘉年華
十一月	新竹縣文化局	新竹縣國際花鼓藝術節
十二月	行政院客家委員會	客家傳統戲曲收冬戲

資料來源：客家電子報 195 期，98 年 5 月資料取自

網址：<http://www.ihakka.net/epaper/980101/#B6>

四、小結

台東縣是一個擁有五萬多客家人口的縣市，為協助台東縣政府推動客家文化生活環境營造計畫，建立客家文化永續發展據點，行政院客委會 92 年起補助 6000 萬元與台東縣政府自籌的 1 億 500 萬元結合，共同興建『台東縣客家文化園區』，推動東部客家文化的保存與傳承，於 94 年 5 月動工，95 年 8 月完工。另外辦理鹿野鄉瑞源社區－客家花布燈籠工場環境改善工程、舊菸樓改建的客家文物館、

鹿野鄉瑞和社區－客家影像紀錄館工程、關山鎮德高老人會－客家常青藝文工作坊工程，在在顯示出政府對延續客家文化、塑造客家文化產業的用心。

本研究個案所在之社區除了客家花布燈籠工場外，還有許多客家社團，如：客家美食團、南管樂團、老人會歌謠班、北管八音班、後山神鼓隊等，其目的皆是藉由非政府組織之社團的投入與參與，提振並延續客家文化。為了順利推展瑞源花布燈籠產業，可依據相關政策來推動與發展，但應注意人力資源、創意運用、產業轉型及加值，行銷策略規劃等課題，若能進行全面探討及應用，瑞源花布燈籠工場才能達到實質之經濟效益成長。

第七節 國內外經驗成功案例

一、國內外成功案例

近年來，為促進地方繁榮，地方文化特色產業逐漸受到各國政府的重視，『一鄉一產品』(One Village One Product) 的概念尤其受到亞洲國家的推崇，如日本、泰國等國皆以『一鄉一產品』作為其輔導地方文化特色產業的政策主軸，並積極扮演其輔導的角色，這幾年也開始慢慢呈現出豐碩的成果。現將國際中各國政府對地方特色產業的輔導政策措施中，選出較具成果及代表性的國家，分享其成功經驗。表 2-10、2-11 為國內外地方文化產業發展之回顧，主要著重在分析其發展背景、推行現況、實施成效及文化生成型態等，作為本研究之參考。

表 2-10 國內經驗成功案例分析

國內案例	主要產業	發展重點	實施成效
⁶⁶ 苗栗大湖鄉	草莓文化產業為主	<ul style="list-style-type: none"> ③ 因應政府「一鄉一休閒」政策。 ③ 設立大湖地區農會農村休閒酒莊。 ③ 建立產品品牌。 ③ 設立草莓文化館，更忠實的呈現大湖地區獨特草莓文化。 	以農會資源，營造出「草莓故鄉」，帶動觀光熱潮，為大湖地區增加可觀的觀光農特產品的收益。
⁶⁷ 宜蘭白米社區	木屐產業	<ul style="list-style-type: none"> ③ 成立白米社區合作社。 ③ 成立木屐產業行銷與推廣的平台。 ③ 與學校合作，推廣木屐文化。 	目前每月約有 90 萬元的營收，使社區內約有 30 多位居民仰賴木屐產業營生。
⁶⁸ 台北縣金瓜石	台灣唯一之金礦聚	<ul style="list-style-type: none"> ③ 優質民宿整合輔導 ③ 營造地方特色餐飲 	活絡民宿及餐飲服務業發展，營業額 2003

⁶⁶ 大湖鄉農會大湖酒莊網址：<http://www.dahufarm.org.tw/html/homepage.htm>

⁶⁷ 引自李舒歆(2005)。地方文化產業發展策略研究—以宜蘭縣白米、珍珠、尚德社區再造之地方文化產業為例之碩士論文。內容對白米社區推廣社區產業之描述。

⁶⁸ 2007 年 9 月 30 日經建會主委何美玥在台灣地方特色產業的發展現況與展望報告中，說明金瓜石地方文化產業輔導之成效。網址：<http://www.cepd.gov.tw/dn.aspx?uid=4620>

	落	③ 地方生活體驗導覽	至 2005 年間成長新台幣 1,450 萬元—建構黃金城深度體驗遊程，整合週邊觀光資源—帶動在地就業 47 人。
--	---	------------	---

資料來源：本研究整理分析

表 2-11 ⁶⁹國外經驗成功案例分析

國外案例	主要產業	發展重點	實施成效
英國	藝術產業 ---洛利藝術中心 (The Lowry Centre)	<ul style="list-style-type: none"> ③ 索爾福德碼頭區的經濟重建，以公共建設為基礎。 ③ 水資源淨化，促進漁業及水上運動的發展。 ③ 完備的公共設施，作為當地發展的基礎。 ③ 以公共景觀設計，更新碼頭區的景觀。 ③ 以「藝術活動」作為核心價值，藉由洛利藝術中心的興建及周邊商業活動，帶動當地的休閒及旅遊業。 	1997 年洛利藝術中心開始動工，於 2000 年 4 月正式開幕，2001 年的參觀人數約達到 130 萬人次，預計之後每年可吸引約 70 萬名遊客的參訪，並創造零售業、旅遊業及休閒產業相關的就業機會約 6,500 個。
日本山梨縣中富町	書道用紙「西島和紙」的所在地	<ul style="list-style-type: none"> ③ 成立「類博物館」—「紙屋」，營造和紙文化特色 ③ 不斷進行技術研發 ③ 主動開拓市場需求 ③ 與學校教育結合 ③ 舉辦成人和紙體驗活動 	不僅使當地的紙廠免於倒閉，也減緩了人口外流。現今為了配合時代的變遷，也朝向跨業結合的走向，領域包括電腦用紙的研發，或與糕餅業及酒廠結合，製作商品的標籤等。
泰國	當地特色產品	<ul style="list-style-type: none"> ③ 幫助地方建立長程的產業發展計劃。 ③ 協助地方選擇一個產品發展，這個產品必須要考量基礎原料之可取得 	2001 年地方特色產品的銷售值只有 2 億 1 千 5 百萬泰銖，而在政府完整實施輔導計劃

⁶⁹2008 年 11 月取自 <http://www.moeasmea.gov.tw/public/Attachment/75911513171.doc> 網站，主要內容在論述國際上各國政府對地方特色產業的輔導政策措施中，挑選出數個有具體輔導政策的國家，作政策分析探討。此外，也從日本與歐盟裡選出幾個有代表性，以及具體成效的個案，以作為政府未來制定相關政策之參考。

		<p>性、技術的程度與地方的想法與認同感。</p> <p>③ 替地方建構一個可行的行銷策略。</p> <p>③ 蒐集全國 OVOP 之業者資訊，在將這些業者歸類到 3 個不同的層級裡。最高層級的是那些產品已經準備外銷的業者。第二級是那些產品適合內銷的業者，最後一級是那些產品的銷售範圍屬於區域性的業者。</p> <p>③ 最後則是有關智慧財產權的部分，鼓勵將特色產品登記，防止仿冒或剽竊的情形發生。</p>	<p>後，2002 年整體的銷售值將近 240 億泰銖，到了 2003 年底，銷售值更高達 330 億泰銖了，由此可知，泰國政府實施的 OVOP 計畫事非常成功的。</p>
--	--	---	--

資料來源：<http://www.moeasmea.gov.tw/public/Attachment/75911513171.doc> 網站，

本研究整理分析

二、小結

從以上國內外地方產業成功的案例得知，地方產業要成功推展，必須立足於社區的基礎上，凝聚互信、互助基礎，並形成特有風土、文化與民情；及政府政策的推動，有了政府強而有力的政策輔導及帶領方式，才能激發地方產業經營的潛能與投資的信心，而達到協助地方產業永續經營的目的；另外公部門對於發展產業活動的導引、協助與企劃上都有著舉足輕重的影響力，若再加上居民的參與配合，更可藉由活動營造，使地方產業蓬勃發展。也同時證明了『文化』和『產業』的結合，確實可以為社區帶來再生發展，帶來地方的經濟效益。

第三章 研究方法

第一節 研究方法

一、個案研究法

⁷⁰社會學家龍冠海教授（1966）在其著作「社會學」中曾提到，個案研究法中的『個案』一詞，即是『任何的一種現象，研究者若是拿來當做研究的基本單位或中心對象，都可稱之為個案。』因此，個案不只是僅僅指一個人的問題行為，作為研究的對象；甚至一個單位、一個家庭、一個組織、一個社會，只要成為個案研究裡特定研究對象，都可稱之為個案。個案研究法是社會科學中常用的方法，其所應用的範圍相當廣。廣義的個案研究法，是指採取各種方式，收集有效且完整的資料，對於一個人或一個組織，進行縝密而深入的研究歷程；而狹義的個案研究法，則是針對某些特定的人、事、物所做的解釋、探索、描述、分析及報告。總而言之，個案研究法就是把研究對象當作是一個整體，進行詳細的描述與分析，再從中獲取研究個案的全部現象或過程，還有其內部相關資訊與文化背景的第一手資料。個案研究法的文獻資料主要有六種來源：文件、檔案紀錄、訪談、直接觀察、參與觀察及實體的人或物。理論上，並沒有哪一種來源具有絕對的優勢，不同的來源間具有高度的互補性。故我們在進行個案研究時，應儘可能利用各種方式取得第一手資料，以增加個案研究的信度或效度（Yin，2001；引自李舒歡，2005）。

本研究在從事個案研究的過程中，經由文件、檔案紀錄、訪談、直接觀察四種不同形態與來源之方式進行資料收集，針對台東縣瑞源社區客家花布燈籠工場研究個案廣泛收集相關資料，包括社區現況，社區發展協會、燈籠工場產製與推廣情形等，並對收集到的資料，進行個案研究分析、歸納、整合及詮釋，不斷的反覆分析，期望能充份完整的掌握研究重點與了解研究對象，以利後續研究分析階段之進行。

本研究個案即以客家花布燈籠工場為研究對象，分析瑞源地區客家文化與花布燈籠的歷史脈絡；及探討社區是如何擇定其社區文化特色產業？如何評估其是否值得推展？是否達到預期目的？並且了解瑞源地區花布燈籠工場發展概況，探索產製及行銷方式可能衍生之問題；及為達永續經營目的可能之具體作法。

⁷⁰龍冠海教授（1966年）在其所著之『社會學』第65-66頁，對「個案研究法」做的說明。

二、⁷¹文獻分析法

文獻分析法又稱歷史文獻法。它是一種間接而非直接的觀察方式，藉由歷史資料的收集、檢驗、分析等過程，獲得了解各種社會現象具有的價值與準則。但歷史本身並不僅是史料的堆疊，在確定史料的真實之後必須繼之以分析法，如將分散各處的史料，經過分析後歸納在一起，以分析法比較各種文獻的異同正誤，以分析法分析歷史事件淵源、原因、背景、影響及其意義等，以便解釋。故當研究者對於過去所發生的事件無法及時親自參與觀察時，文獻分析法可以幫助研究者了解過去、洞察現在並預測未來，且以系統、客觀的評鑑方式，對過去事件的真實性與結論進行確定（葉至誠，2000）。

在文獻探討分析階段，本研究所收集的文獻，以理論資料與現有資料兩部分為主；理論資料部分包括網站搜尋公開發表之期刊、政府相關部會機關所公佈的施政計畫、研究報告、全國博（碩）士論文等相關之文獻資料，以及有關之政府出版之書籍等等；現有資料部分，及是透過網站、專屬書籍、統計紀錄、調查報告及評估報告等整理歸納與分析，所得到的現有相關之文獻資料。經由此兩部分文獻資料之彙整，成為本研究在研究分析與擬定訪談問題時之重要參考依據。

由於本研究整理分析相關理論之文獻，其範圍包括策略管理、社區總體營造、地方文化產業理論與政府政策、台灣文化創意產業、客家文化創意產業推廣現況及國內外經驗成功案例，希望有助於了解推動社區產業之發展與推廣現況，作為本研究探討瑞源花布燈籠工場之文本基礎。

三、深度訪談法

（一）訪談步驟

深度訪談法是質化研究中常被用來進行資料收集的方法。係指由受訪者與施測者就工作所需知能、工作職責、工作條件……等進行面對面溝通討論的一種方法，以廣泛的蒐集所需要的資料，強調透過施測者與受訪者的互動過程，對問題重新加以釐清，以確認受訪者內心的真實感受與行為認知。通常使用此法時，施測者會儘可能使用最少的提示與引導問題，鼓勵受訪者在一個沒有限制的環境裡，就主題自由的談論自己的意見，因此深入訪談法除可增加資料蒐集的多元性外，更能藉此瞭解受訪者對問題的想法與態度。

Crabtree and Miller (1992) 則認為質化研究的訪談過程中，研究者（訪問者）與受訪者是基於一種平等的夥伴關係，透過語言與非語言的溝通互動，到對話的目的，基本上，它是一種有目的的談話過程，研究者（訪問者）透過談話過程，深入了解受訪者對問題或事件的認知、看法與意見 (Marshall & Rossman, 1989; 李舒歆, 2005)。在研究過程中，完成訪談的包括幾個步驟，敘述如下 (Kvale, 1996; 李美華, 1998 譯; 高克孝, 2006)：

⁷¹葉至誠 (2000) 所著之『社會科學概論』，頁 102~106，對文獻分析法提出的論點。

- 1.訂出主題 (thematizing)：將訪問目的、以及欲探討的概念明確化。
- 2.研究設計 (designing)：列出達成目標需經的過程，包括在倫理方面的考慮。
- 3.訪談 (interviewing)：進行真正的面訪。
- 4.轉譯 (transcribing)：建立有關訪談內容的文案。
- 5.分析 (analyzing)：為所蒐集到的資料，訂出與研究相關的意義。
- 6.意義化 (verifying)：檢查這些資料的信度與效度。
- 7.報告撰寫 (reporting)：告訴別人你知道了什麼。

這七個訪問步驟並不是獨立進行的，而是不斷反覆進行，如此才能充分掌握資料的收集是否達到飽和階段。基於此，本研究將利用深度訪談之研究方式，藉由面談、錄音及筆記之訪談方式深入了解，主要訪談大綱以社區營造與瑞源花布燈籠工場現況兩大面向之發展層面為主，目的在於得知實際社區營造的過程與現況，以及社區產業目前推動的方向與未來運作的期許，將獲得的訪談紀錄製作成研究分析階段所需之文本資料，並與文獻分析所匯集之資料進行比對與檢視，以利本研究建構出符合瑞源社區產業發展之策略規劃。

(二) 訪談內容設計

本研究主要是探討社區營造階段中瑞源花布燈籠工場發展與推廣之模式，了解社區文化產業發展及社區營造的現況，藉以分析出源花布燈籠工場發展之策略。透過文獻探討的分析，建立深度訪談內容之效度。訪談問題主要針對瑞源花布燈籠工場之評價與價值性、具備的條件與面臨的問題、目前燈籠工場營運現況及未來推廣與運作的方式等四個面向進行擬定，訪談對象以工場專案經理人、工場工作人員、社區民眾為主，正式的訪談大綱分述如下：

1. 花布燈籠工場之評價與價值性

探討被訪問者對於社區發展中的花布燈籠工場之評價與價值性，以及花布燈籠工場與地方推動社區發展的關連性，花布燈籠產業的存在是否有其必要性？是否有助於社區之整體發展？

2.花布燈籠工場所具備的條件與面臨的問題

深入了解在社區營造運作過程中，花布燈籠工場具有哪些優勢、劣勢、機會、威脅，以及花布燈籠產業在面臨經濟環境衝擊與社會變遷下，有哪些政策因應而生？以利後續研究之整合歸納與分析，並且發展出適切的策略可茲利用，使花布燈籠工場得以順利推廣發展、永續經營？

3.花布燈籠工場目前營運現況

實際了解花布燈籠工場目前整體的產製情形及運作方式，得知花布燈籠工場的成立對社區具有哪些影響，並了解受訪者在參與花布燈籠工場的發展中獲得的實際經驗。

4.花布燈籠工場未來推廣與運作的方式

針對工場的行銷策略和發展策略進行研究，並對此項社區型特色產業給予全面性規劃與具體建議。

訪談內容除了上述之四個面向外，在訪談過程中亦會針對社區認同、社區總體營造、社區學習等相關議題穿插於訪談中，包括：社區居民的人口結構；對社區意識的認同感、凝聚力；對社區發展的參與度，這些議題將有助於本研究對研究主題有更深入且具體的了解。

四、SWOT 分析法

本研究係以 SWOT 分析法為主，藉以確立社區產業發展的目標及方向，進而建構出適切的策略規劃。SWOT 分析法是 Ansoff 於 1965 年所提出的，為策略規劃中最常運用的分析工具，亦是質性研究中極為常見的分析方法之一。

所謂 SWOT 分析，就是內部資源的優勢（Strength）與劣勢（Weakness）分析，以及所面對外部環境的機會（Opportunity）與威脅（Threat）分析。其基本假設是，企業管理者依據外在環境可能產生的機會與威脅，審慎檢視企業組織內部的優勢和劣勢後，所採取一種可能成功的策略。其目的在於：找出企業擁有的機會點，在威脅中化危機為轉機；審慎評估企業本身擁有優勢，降低劣勢所可能帶來的損失，以確保企業能創造永續經營之優勢資源。

本研究 SWOT 分析階段主要係利用文獻資料與訪談資料的部分，從中分析本研究個案內、外環境四項要素之內容，並整合分析出瑞源花布燈籠工場發展之主要影響條件，最後藉由 SWOT 策略矩陣分析法，擬定出發展瑞源花布燈籠工場之因應對策。

五、小結

本次研究應用了個案研究法，針對台東縣瑞源社區客家花布燈籠工場研究個案廣泛收集相關資料，包括社區現況，社區發展協會、燈籠工場產製與推廣情形等，並對收集到的資料，進行個案研究分析、歸納、整合及詮釋，不斷的反覆分析，期望能充份完整的掌握研究重點與了解研究對象，以利後續研究分析階段之進行。在文獻探討分析階段，將收集的文獻，包括理論資料與現有資料兩部分，經由此兩部分文獻資料之彙整，成為本研究在研究分析與擬定訪談內容時之重要參考依據。接著再利用深度訪談之方式，藉由面談、錄音及筆記之訪談方式深入了解社區營造與花布燈籠產業兩大面向，目的在於得知實際社區營造的過程與現況，以及花布燈籠產業目前推動的方向與未來運作的期許，將獲得的訪談紀錄製作成研究分析階段所需之文本資料，並與文獻分析所匯集之資料進行比對與檢視，以立本研究建構出符合瑞源花布燈籠工場發展之策略規劃。最後 SWOT 分析階段主要係利用文獻資料與訪談資料的部分，從中分析本研究個案內、外環境四項要素之內容，並整合分析出瑞源花布燈籠產業發展之主要影響條件，最後藉由 SWOT 策略矩陣分析法，擬定出發展花布燈籠產業之因應對策。

期望藉由上述四種研究方法的應用，能達到本次研究之主要目的：解構台東縣瑞源社區客家文化與花布燈籠的歷史脈絡；調查鹿野鄉及瑞源社區之觀光資源，是否有助於瑞源花布燈籠產業之發展；了解瑞源社區花布燈籠工場發展概

況，探索產製情形及行銷推廣方式可能衍生之問題；及為達永續經營目的可能之具體作法。

第二節 研究範圍與對象

台東縣是一個多元族群的社會，客家族群大部分集中在台東市及縱谷區的三個鄉鎮---鹿野鄉、關山鎮、池上鄉。以本研究之個案---瑞源花布燈籠工場為例，它位於鹿野鄉，以人口結構而言，鹿野鄉的客家人以北部客較多，大原地區幾乎是北部客的天下。社區產業牽涉之範圍包括生產者、當地居民與觀光客之間的互動，因本研究目的主要是在探討瑞源社區產業--花布燈籠工場的產製、推廣及行銷情形，銷售對象以公家機關、學校團體、社區居民為主，零星的觀光客購買的情形並不普遍，故此次研究以鹿野鄉瑞源社區為研究範圍，以工場的工作人員、當地的居民為研究對象。

第三節 研究進行方式

本研究流程主要分三個階段進行，如（見圖 3-1）所示，第一階段為研究初始階段，首先根據研究動機與研究目的選定研究範圍、確定研究對象，並蒐集相關研究資料，以確定研究之主題；第二階段為研究執行階段，此階段主要工作即蒐集相關文獻資料，以及研究個案之背景資料，藉由文獻的整理與分析，建立訪談之研究工具及訪談對象，接著進行深度訪談之工作；第三階段為研究整合階段，以第二階段文獻探討與深度訪談所得之資料，利用 SWOT 分析整理歸納瑞源花布燈籠工場發展之影響因素，並進行研究整合與分析，以研擬出完整的瑞源花布燈籠工場之發展策略。

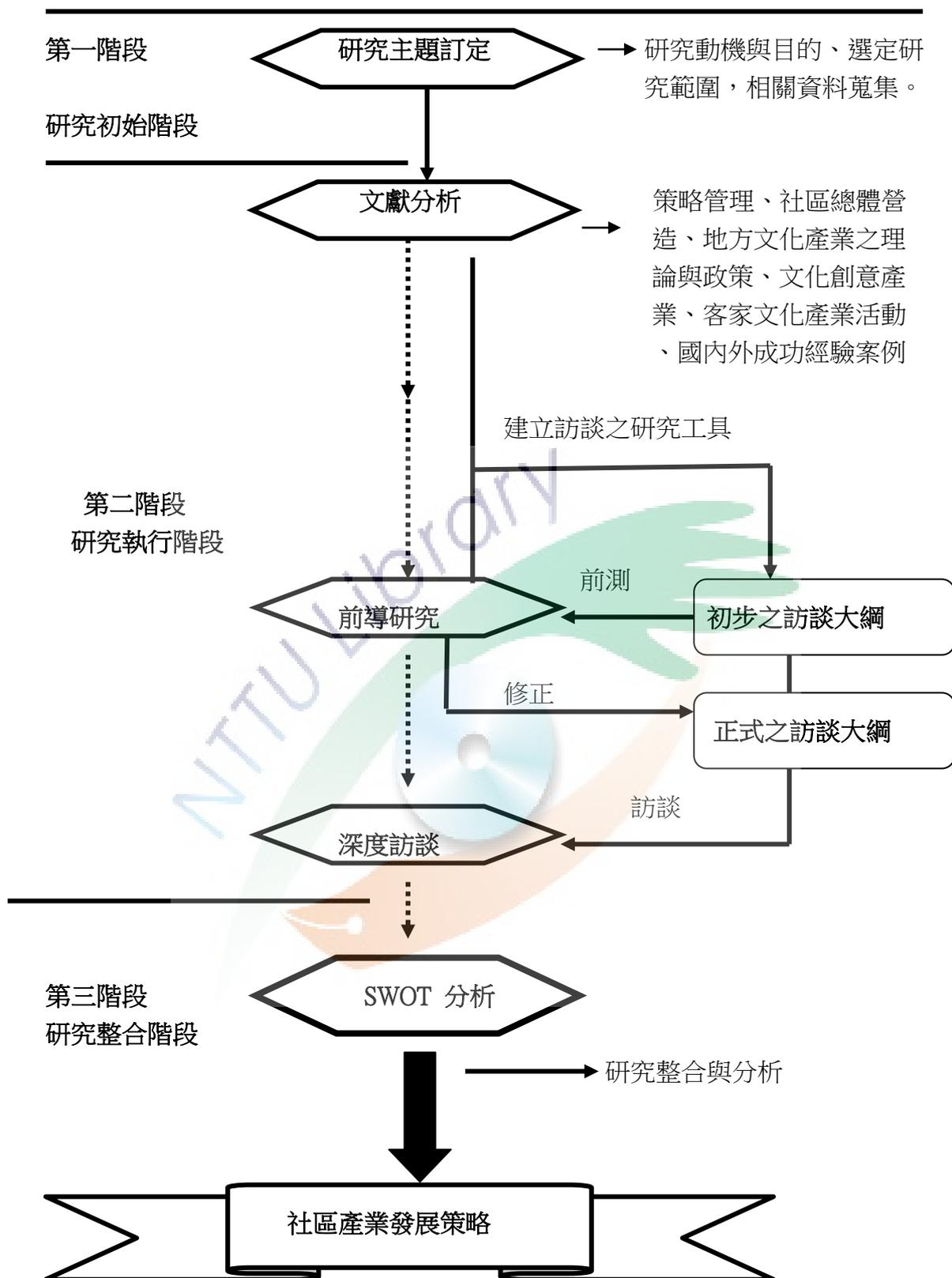


圖 3-1：研究進行流程圖

資料來源：本研究自行繪製

第四章 台東縣文化產業活動

第一節 台東縣背景概述

一、台東縣的空間位置：

台東縣位於台灣東南端，西側以中央山脈與高雄、屏東為界，東北側有海岸山脈屏障，中央山脈與海岸山脈皆呈東北至西南走向，中間夾著花東縱谷；本縣轄區還包括位在太平洋上的兩個小島——蘭嶼及綠島。縣境極北與花蓮相接，極南端在小蘭嶼，形狀為東西窄、南北狹長，海岸線長達 231 公里，全縣面積 3,515 平方公里，佔全省面積的 9.78%，僅次於花蓮縣與南投縣位居第三。

在台灣的空间結構上，如將全台灣分為北部區域、中部區域、南部區域及東部區域等四大區域，由近幾十年來的發展軌跡看來，四大區域在發展上北部區域發展最快速以高科技產業為主，其次為南部區域早期以重化工業為主，近年來朝向高科技轉型，再其次中部區域以中小型企業貿易為主，目前也是朝高科技轉型，而東部區域以農產品一級產業為主，沒有工業，近年來朝向觀光產業，是大區域中發展最落後之區域。

造成四大區域發展不均衡的原因在於，早期移民人口大多集中在西部區域，使當地開發較早，各種基礎建設較完善，而東部區域早期人口移民較少，相對的在開發上較晚，各種基礎建設因而少，再加上中央政府當局的政策方向以西部為重要的發展中心，強力建設西部，以擴展國家的經濟發展，因而各種高科技產業、工業產業都集中於西部。東部地區在中央政府當局的發展政策上一直是作為支援西部的後備角色，在工業產業的發展遠遠不如西部地區。東部地區長久以來以一級產業農牧業為東部區域的主業，近年來由於觀光產業的興起，再加上東部地區受污染的程度較低，因而逐漸朝三級服務業前進。

自政府遷台以來，台東縣就是以農牧業為主，幾乎無所謂的工業產業，都市的發展型態是所謂的農村都市類型，再加上地方政府的財稅收入不足，使得各項建設遠落後於西部各縣市。在政策制度上中央政府過去對於東部的開發往往只注重花蓮縣，台東縣在都市的發展上是不受政府重視的，因而台東縣不論就世界區域的劃分或台灣內部區域的發展競逐，均是邊緣中的邊緣。

二、台東縣的族群結構：

台東縣開發時間較晚，大約至清朝同治以後才陸續有閩粵移民進入墾拓；早期台東地區的歷史發展完全是以原住民為主，也因此在台東地區遺留有相當豐富的原住民遺址，如舊聚落、古道等。

台東縣為全台灣居住族群最多元化的縣市。居住人口中除閩南人、客家人與隨國民政府遷台而來的外省人之外，還有佔縣民數三分之一的原住民人口，為台

灣原住民族群分布最多、最廣的縣份。目前境內計有阿美、排灣、布農、卑南、魯凱、達悟（自稱 tao 族）以及噶瑪蘭族等七大族群，人數超過全台灣原住民總數五分之一。其中卑南與雅族兩族僅居於此，為台東縣獨特的居住族群。

除原本定居於此的原住民外，其他居民皆為近 150 年陸續移居而來的移民後代。最早的漢人開拓者大多直接來自於福建、廣東二省，中華民國政府遷台後，部分榮民和外省人被安排在此定居，八七水災後西部災民亦遷居於此；另外在本省東部縱谷地帶，也有不少客家人聚居期間，但他們大多數是在後期由西部「客庄」遷移過去的，很少從大陸原籍直接遷入該地。日據時代，日本人為了增加種植甘蔗與製造蔗糖的人力，於是從台灣西部招來漢佃來花蓮從事勞力工作，其中大部分是來自新竹的客家人。此外，日本人為了擴建花蓮港，也徵招不少西部的客家人從事勞力的工作，這些都是當時較具規模的族群遷移。移居東部的客籍先民，也曾在富庶的蘭陽平原近山地區留下痕跡，當地十餘座的三山國王廟便是證明。六堆地區的客家人，也有不少受迫於生活壓力，移居花東地區，如今台東的池上、鹿野、關山以及花蓮的鳳林、瑞穗、吉安、玉里、壽豐、富里、光復等鄉鎮，也散居人數不少的客家人。正因為如此眾多族群在此定居繁衍，今天的台東才成為一個多元族群的文化社會。

三、⁷²台東縣目前的發展困境（黃國倫，2007）

（一）就空間區位而言

台東縣在台灣的空间區位上一直被認為是所謂的【後山】，中央政府高層對於台東縣的這一塊地區在發展上始終不太重視，導致位於台東縣這個區域在發展上遠遠較西部、北部區域來的緩慢與落後，造成台東縣不管在交通、教育、公共設施、社會福利等方面的設施都不如西部地區，再加上全球化的來臨，使得落後地區的發展更加落後，造成台東縣在發展上形成邊緣化的都市。

（二）就產業發展而言

台灣正處於經濟的成熟期，社會結構正面臨轉型變化，由開發中國家朝向已開發國家發展，社會型態也由過去的工業化社會邁向後工業化社會，在這轉型的過程當中，台東縣在經濟、社會發展上雖然也是有所成長，但相較於整個台灣地區其他縣市發展的平均值來說，是相對落差較多的地區，與台北市的落差更是遙遠，因而台東縣可以說處於邊陲化發展的地方。此外，由於全球化的影響，台灣地區的產業結構改變，台東縣的產業型態也由傳統的農村產業慢慢朝向以觀光為導向的產業發展，但在產業結構轉化的同時，地方的發展被加速邊緣化，原因在於地方產業帶來的就業機會不足，導致人口大量向外縣市遷移。

⁷²黃國倫（2007）在『全球化時代邊緣化地區之因應策略—以台東發展觀光業為例』台東大學碩士論文中，指出台東縣目前發展困境。

（三）就交通運輸而言

台東縣位於台灣本島的東南方，與其他縣市的連結主要是依賴陸運運輸，但由於台東縣距離主要的都市台北、高雄均相當遙遠，使得外縣市到台東縣來旅遊觀光的旅客必須花費 4-7 個鐘頭的搭車時間，造成平日旅客人潮不多，只有在週休二日人潮較多，再加上一遇到颱風天，公路、鐵路常常中斷使得通往台東縣的路線不通，形成地方發展的滯礙，產業的運輸也形成問題。在航空運輸上由於本地只具有國內線並無國際線，同時空運成本較高，使得產業在對外連結上甚少使用，搭乘航空運輸來此地觀光的旅客也不如陸運的多。在海運運輸上只有在台東縣內富岡、綠島、蘭嶼間作連結，對外並無連結，這些都是台東縣發展困境的原因之一。

（四）就政府政策而言

執政政府對於台東縣的定位，一直視為是西部地區發展的輔助地區，對於台東縣當地的投資、重大工程建設很少，使得台東的教育品質、居民收入、基礎建設、就業機會稀少，跟台灣其他縣市的平均水平相比有一段不小的落差，導致台東有能力高素質的人口持續向外地遷出，造成當地地方人士有心去發展卻無人才的困境，再加上地方政府自主財源的財政收入短缺，從以前到現在都必須依賴中央的補助，一旦中央補助不足，則地方在發展上就無發展之可能性，政府政策迫使台東縣朝向邊緣化的地方發展模式前進。

四、⁷³台東縣綜合發展計畫（1997）

『縣、市綜合發展計畫』為縣轄區域內之長期發展的具體指導計畫，有了良好的計畫才能夠有秩序、有效率地發展。因此，於民國七十五年全國行政會議決定，由內政部會同台灣省政府，協助各縣市積極辦理，於七十六年研訂「縣市綜合發展計畫實施要點」，及「推動縣市綜合發展計畫之工作計畫」，並陸續辦理各縣市綜合發展計畫。台東縣上一階段之縣綜合發展計畫完成於民國七十四年。目前，台灣的經濟與社會業已產生鉅變，整個台灣的空間結構也在進行劇烈的重構，台東縣的地方發展也在此區域重構過程中面臨重大的挑戰。而《省縣自治法》、《財政收支劃分辦法》、等法令的相繼擬定施行，更凸顯出台灣政治民主化過程中地方自治時代的來臨。因此，自民國八十五年一月起進行「台東縣綜合發展計畫」的規劃工作，於民國八十六年十一月完成。（台東縣綜合發展計畫，1997）

⁷³台大建築與城鄉研究所（1997）在夏鑄九教授帶領團隊所做的研究，於 1997 年提出的台東縣綜合發展計畫。期待在二十一世紀來臨之前，能夠動員整個台東縣的人文資產，整備全縣的實質環境，朝向「永續發展的台東：建設台東縣為高可居性、充滿地域活力和競爭力的台灣最美淨土」的目標，而這就是台東縣綜合發展計畫的中心題旨。

台東縣綜合發展計畫的適時提出，不僅僅在於開展出台東縣未來四至十二年間的短中長程計畫行動綱領，更期待在二十一世紀來臨之前，能夠動員整個台東縣的人文資產，整備全縣的實質環境，朝向『永續發展的台東：建設台東縣為高可居性、充滿地域活力和競爭力的台灣最美淨土』的目標，而這就是台東縣綜合發展計畫的中心題旨。

台東縣綜合發展計畫規劃目標如下：

(一) 全縣發展指導綱領的擬定

透過規劃過程的實踐，整合縣民、專家及政府的意見，協調各層級政府不同規劃單位的計畫與力量，規劃出合理可行的『台東縣綜合發展計畫』，以做為本縣未來長期發展之指導綱領。

(二) 縣長的施政藍圖

經由縣府版、鄉鎮市版、學術版綜合計畫的充分激盪，由下而上共同完成地方建設的指導藍圖，作為縣長施政的主要依據，使計畫具有持續性，不致因地方行政首長異動而中斷。

(三) 地方發展共識的凝聚

透過不斷協調、溝通、討論的基層地方共同參與，擬訂全縣的發展方向、構想、建設計畫，以及鄉鎮市的建設發展計畫，以凝聚地方的發展共識。

(四) 動態回饋的地方發展計畫

經由本規劃案的實質操作，研究縣市綜合發展計畫之規劃觀念及方法，並累積研究成果，以期對未來台灣整個國家建設的發展，和地方自治的實踐，有具體的分析建議（台東縣綜合發展計畫，1997）。

五、台東縣總體發展策略

台東縣未來發展的挑戰在於，除了妥善運用本身所具備獨特的自然、人文、產業資源，避免步上台西海岸過去經濟發展破壞環境的後塵，以開展出結合「生態觀光」的「另類發展模式」之外，還要面對九〇年代末的台灣經濟發展趨勢與國家制度轉型，積極向全球經濟所重新定義的地域國家與城市國家接軌。因此，必須透過強化區域認同、落實草根民主、爭取地方自主權下放等作法，進一步創造全球經濟競爭中的地方利基，以提昇區域競爭力，活化地域文化，振興地方經濟，開創台東縣在二十一世紀的發展新格局（台東縣綜合發展計畫，1997）。

對台東縣的發展定位與構想，主要表現在如何促進台東產業發展、如何突破農業轉型瓶頸、如何重塑地方特色、轉化觀光發展的助力、如何改善交通建設及配合觀光發展、如何改善教育及醫療設施普遍不足的現況，並以永續發展、地域活化、區域認同作為未來發展的定位與策略。如（見表 4-1）

表 4-1 台東縣總體發展策略一覽表

永續發展	跨世紀的休閒渡假基地，台灣生態觀光發展的最前線。	產業振興策略：結合農業、生態、文化、觀光、人才的準備計畫。
		觀光休閒發展策略：開展五條主題觀光路線，發展五大觀光產業動力。
		住宅發展策略：重新塑造具有地點感且適合久住的住宅環境。
		土地管理策略：振興觀光產業為先、環境保育為藥、居民參與為本、成長管理為上。
		交通運輸發展策略：朝向觀光的運輸發展、重視常民移動需求、提高可行性、推廣低污染運具。
地域活化	多元自主的地方文化生活圈	聚落地景改造策略：發動社區居民參與地景改造運動。
		農漁業轉型發展策略：發展休閒農漁業、改造農漁生產環境、創造農漁特產形象、打開市場通路。
		環境永續經營策略：有機、共生、永續的環境經營。
		原住民文化生活圈發展策略：重塑多元自主文化生活圈、邁向原住民社區自治。
		地方教育發展策略：結合社區資源、開創多元自主的學習管道、提升人力素質。
區域認同	新台東人的理想家園，台灣的人間淨土	地方文化活化策略：尊重族群文化主體性、推動脈絡保存、朝向多元文化發展。
		社會福政策：社區化資源輸送網路、策略化整合運用現有資源、提供專業服務。
		衛生醫療發展策略：廣拓醫療網路資源、適時提供完整醫療服務、優先照顧偏遠地區需求。
		地方政府經營策略：發動捍衛公共服務品質的新政府運動、朝向以民為主體的企業化經營。

資料來源：台東縣綜合發展計畫，1997

根據前面所言，台東縣因低度開發，所以擁有豐富人文、產業與自然資源的地理環境，隨著特定農業區解編與水質水源水量的保護區範圍的縮小、政府實施週休二日、推動國民旅遊甚至開放大陸觀光等觀光利多政策，使得台東縣在推動觀光發展，前途一片看好。

日本宮崎清教授認為，觀光應該是觀地方之『光』，也就是體會地方原有的各種資源（黃世輝，2001）。以台東縣而言，這裡所指的『光』就是台東具有的自然、氣候、風土、產業、生活文化及居住在當地的人們互相接觸，使造訪台東的觀光客及當地居民，共同享受到生活的喜悅；換句話說，當地居民也因為這些『光』，活的更有尊嚴，而觀光客也從中獲得生理與心理的喜悅與滿足。

目前台東縣在推動觀光旅遊方面，不管是春遊部落、夏賞鯨豚、秋戀泡湯、冬妍賞花，或從一月的油菜花季開始至十二月的南島文化節，都與台東特有的自然、氣候、風土、產業、生活文化相結合，幾乎每個月都排有文化產業活動，希望能吸引更多的觀光客到台東旅遊。現將台東縣每月的文化產業活動整理如（見表 4-2）。

表 4-2 台東縣每月文化產業活動項目一覽表

月份	活動項目	月份	活動項目
一月	油菜花季	七月	鹿野 茶與飛行傘博覽會－想飛的季節 排灣族－收穫祭 阿美族－豐年祭
二月	元宵民俗活動	八月	魯凱族－狩獵祭、收穫祭 馬卡巴嗨豐年祭 陽光活力關山馬 池上－竹筏季
三月	達悟族飛魚祭 東河香丁季	九月	太麻里金針花季
四月	布農族射耳祭	十月	都蘭山藝術季
五月	賞鯨之旅	十一月	成功旗魚季 知本溫泉祭 金峰鄉－洛神花季
六月	活水節	十二月	南島文化節 卑南族－猴祭、大獵祭

資料來源：本研究整理

六、小結

台東縣因地形及開發關係，使得此區之氣候四季宜人，物產豐饒，民風勤儉樸實，族群遍佈各族，漢人以閩客居多，原住民則有布農族、排灣族、魯凱族、阿美族、卑南族、雅美族、噶瑪蘭族等七族，故形成縣內多種族共存的局面，是以造就本地豐富的人文景觀、多元的文化特色；也因台東縣自然資源豐沛，擁有自然天成的海景、山景，近年來亦致力朝向休閒觀光之發展模式，活動內容既豐富且具特色，一如上表 4-2 所示，除了直接改善社區生活品質外，亦為當地注入新的商業契機。

第二節 台東縣文化產業活動

⁷⁴以 2004 年文建會所出版的文化白皮書來檢視台東縣近年的推動成果，其中文化環境之整備（第二篇第二章）關於軟硬體建設部分，提及文建會籌設國立文化機構主要是教育部所屬的國立台灣史前文化博物館及所屬卑南遺址（卑南文化公園）的建設；另外 2004 年配合行政院『新十大建設計畫』，提出『國際藝術及流行音樂中心』計畫，有關的仍是教育部主導並由史前館規劃的「南島文化園區」，來建構文化設施與民間機構間之夥伴關係，及朝向一次滿足民眾「文化、休閒、娛樂」等多元需求的目標發展，除了計劃在台灣東部誕生一座嶄新而且是世界級之文化園區，並建構台灣成為南島文化研究中心及南島文化研究之留學聖地，同時並可結合台東原住民文化之特色，帶動地方及國際觀光。（張家銘，2004）

在文化白皮書中第二篇第五章中『新故鄉社區總體營造』，文建會委託專業團隊成立「社區營造縣市輔導團」、「地方文化館縣市輔導團」及「2003 年擬定的社區營造培力計畫」成立推動委員會或推動小組等協調機制，提供一套培訓機制，讓他們可以認識新政策之價值與視野，理解社區營造的工作特性，善用行政資源來為社區提供協助。在台東地區，活用社區資源改善文化環境方面，主要有「社區環境改造計畫」、「閒置空間再利用」、「地方文化館」部分，最近推動的館舍有「台東故事館」、「鐵道藝術村」、「日式宿舍藝文特區」、及「台東山地文物陳列室」、「龍田蝴蝶館」、「成功鎮藝文中心」、「蘭嶼青少年活動中心」、「池上米文化館」、「東河都蘭文化藝術村」、「內本鹿布農文化館」等多項籌建營運計畫，除了最後兩項為民間館舍名義申請外，大都為公部門提報計畫的地方文化館。（張家銘，2004）

台東縣人口總數約 23 萬 1 千多人，原住民族群約 7 萬多人，客家族群約 5 萬多人。現將縣內以這兩個族群而推行的文化產業活動做一介紹：

⁷⁴史前館公共服務組組長張家銘於史前館電子報第 43 期（2004.09.15），『地方文化館與休閒觀光—兼論台東地區文化館的發展現況』一文，對地方文化館的推動與地方休閒、觀光產業的連結及台東地區文化館的發展，提出精闢的見解。

一、南島文化節

(一) 由來

南島民族涵蓋太平洋和印度洋區域諸多島嶼，也包括台灣的原住民。南島民族約有兩億多人口。台灣的南島語族(也就是現在所稱的原住民)人口約有 32 萬人左右，佔世界南島語族人口總數的百分之零點一一。由於台灣是全世界南島語族成員最密集、種類最多的國家，除了現稱的原住民，還包含漢化較早的平埔族共十四族，證明台灣原住民在『南島民族』發展中佔有舉足輕重的地位，甚至是南島民族的起源，因此台灣被認為很可能是南島語族的老家、南島文化的起源地。如(見圖 4-1)

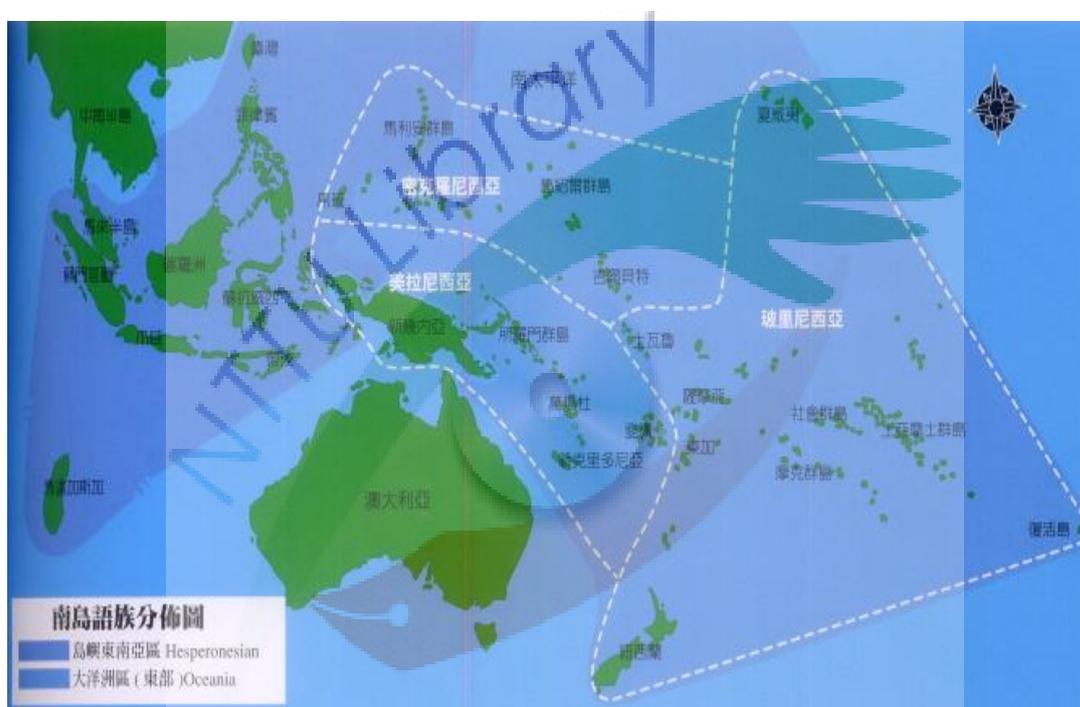


圖 4-1 南島語族分布圖

資料來源：台東縣政府原住民族行政處，2008

台灣南島民族包括高山族和平埔族。其分布範圍與人口數，由北向南依次是，如（見表 4-3）

表 4-3 台灣南島民族分布範圍與人口數一覽表

稱謂	分 佈 範 圍	人口數
泰雅族	埔里以北的山區	約八萬八千多人
賽夏族	新竹、苗栗山區	約六千六百人
布農族	中央山脈兩側	約四萬九千人
鄒 族	阿里山一帶及高雄縣桃源鄉、三民鄉一帶	約六千三百人
邵 族	南投縣魚池鄉及水里鄉	約六百人
噶瑪蘭族	過去居住於宜蘭，目前遷居花蓮台東一帶	約一千人
太魯閣族	花蓮縣的山麓地帶	約一萬三千多人
撒奇萊雅族	花蓮縣	約五千人至一萬人
魯凱族	屏東、高雄及台東一帶	約一萬一千人
排灣族	屏東、台東一帶山區	約八萬多三千多人
阿美族	花蓮、台東一帶	約七萬七千多人
卑南族	台東平原一帶	約一萬一千人
達悟族	台東外海的蘭嶼島	約三千六百人
賽德克族	花蓮縣、南投縣仁愛鄉	約九千人

資料來源：台東縣政府原住民族行政處，2008

台東不但擁有最多的原住民族群（布農族、排灣族、魯凱族、阿美族、卑南族、達悟族、噶瑪蘭族），共有七萬多人，占台東縣總人口數三分之一強。而且台東縣原住民族群語言佔了其中三支，因此有學者專家認為，南島原鄉在台東。所以透過與南島民族的文化交流，也可間接促進政治與經貿的往來關係。於是在 1999 年台東舉辦了首屆的南島文化節，希望藉由台東南島文化節聚集亞太地區南島各族的特色，並透過南島文化的美食、藝術、音樂、祭典、歌舞、編織與雕刻等，展現獨特豐富的南島生活方式與文化。換言之就是希望藉由此項南島文化節的活動突顯台東獨特產業特質及文化觀光潛力行銷台東。故台東縣政府舉辦南島文化節活動的目的有三：

- (1) 推動地方觀光產業，落實地方特色的價值。
- (2) 結合週邊產業，再造獨特創意文化。
- (3) 提升旅遊品質，繁榮地方經濟。

（二）活動四大元素

自 1999 年至今，已舉辦了十屆的台東南島文化節，其最重要的活動理念在於

⁷⁵ 『如何透過活動換取原住民族群對其傳統文化的自信、熱情及榮譽感，並使社

⁷⁵ 引自【1999 台東南島文化節活動成果專輯】，行政院原住民事務委員會—主任委員的話。頁 7。

會大眾進一步了解、關懷南島語族文化，透過彼此文化交流，產生對各民族間的認識，及對彼此文化的尊重（引自 1999 年台東南島文化節活動成果專輯）。』雖然每屆活動主題皆不同，但活動大致還是以南島文化為主題建構而成。如（見表 4-4）

表 4-4 歷屆台東南島文化節活動主題

年 度	時 間	活動主題
1999 年	6/27－7/4	台東南島文化節（首次舉辦）
2000 年	12/22－1/1	台東南島文化節台東原住民國際嘉年華會
2001 年	12/4－12/9	台東南島文化節－藝術篇
2002 年	12/2－12/31	台東南島文化節－樂器篇
2003 年	12/2－12/31	台東南島文化節－編與織
2004 年	8/1－8/15	台東南島文化節－南島祭儀與神話
2005 年	8/13－8/28	台東南島文化節暨福爾摩沙藝術節－航海文化藝術節
2006 年	7/15－7/30	台東南島文化節暨福爾摩沙藝術節－染與織
2007 年	7/21－7/29	台東南島文化節－力與美
2008 年	12/2－12/31	台東南島文化節暨全國原住民產業博覽會

資料來源：台東南島文化節主題網站 本研究整理

<http://www.austronesian.tw/web-2-1.html>

據⁷⁶王翰俊（2006年）的『台東南島文化節之意象構築、在地認同與主體性』之論文研究中指出，台東南島文化節活動內容大致可以四大大元素來說明：

（1）物質文化

藉由各項文物的展覽，使民眾、參與者獲得參與的樂趣，從中更進一步了解南島民族的生活型態。如：考古文物的展示、原住民小吃品嚐、手工藝品、在地特產展售等。

（2）文化展演

來自世界各地不同文化背景的展演團體，透過歌舞及各種祭典呈現，展現南島文化的精髓。如：夏威夷草裙舞、紐西蘭哈卡舞、布農族的八部合音等。

⁷⁶ 王翰俊（2006）『台東南島文化節之意象構築、在地認同與主體性』，台東大學區域政策與發展研究所碩士論文。

(3) 部落體驗

深入原住民部落，在解說員導覽下，透過多元的互動交流，讓參與者自然融入南島文化，體驗南島民族的生活模式。如：卑南族南王部落、魯凱族達魯瑪克部落。

(4) 知識探索

整合學界南島民族之研究，透過學術研討方式進行交流。配合國立台灣史前文化博物館之南島民族文物特展，讓民眾亦可深入了解南島民族之淵源、歷史脈絡。

從 1999 年首屆舉辦至今，活動內容大抵不脫離上述四大活動要素，只是規模有大有小，內涵豐富與否之差別，⁷⁷以 2008 年第十屆的南島文化節為例，2008 年的南島文化節的活動主題名稱為「台東南島文化節暨全國原住民產業博覽會」，從 12 月 20 日起至 31 日為期十二天，活動包括二大主軸「台東南島文化節」及「全國原住民產業博覽會」。

(1)「台東南島文化節」

主題特展、國內表演團隊定點定時表演、國內原住民樂團與歌手表演、創意踩街歡樂遊行活動、南島民族服裝走秀活動、南島表演團隊下鄉巡演、原住民風味美食品嚐等

(2)「全國原住民產業博覽會」

原住民產業主題展區、原住民族特色商品展售、原住民族美食、農特產品嚐、產業 DIY 體驗、族語與童玩體驗區、南島創意工坊展示、木雕製作等。

2008 年這一屆的南島文化節在經費短缺、中央補助不足情況下，整個活動內容規模看起來似乎很熱鬧，實質上內涵不足。例如在『文化展演』上缺少了外國團隊的表演，清一色是本國表演團隊的舞台，有如台灣大型原住民的觀光節慶活動；『部落體驗』的規模也減少許多，不再深入部落體驗，只是簡單的在活動場上進行一些 DIY 活動、族語教唱等，『知識探索』也改由在台東縣藝文中心（文觀處）做靜態的文化產業特展及台灣南島民族概述與展望，不過最豐富、不可或缺的還是『物質文化』的展示，展示區上原住民小吃品嚐、手工藝品、在地特產展售產品琳琅滿目，熱鬧非凡。2008 年南島文化節活動內容如（見表 4-5）。（2008 年南島文化節節目總表見附錄）

⁷⁷ 2009 年 2 月取自台東縣原住民行政處『2008 年台東南島文化節活動主題網站』。

表 4-5 2008 年南島文化節活動內容一覽表

南島文化節開幕	時間：97 年 12 月 20 日(星期六)/19:30~21:30 地點：台東海濱公園
南島文化節閉幕	時間：97 年 12 月 31 日(星期三)/19:00~20:30 地點：國立台灣史前文化博物館
南島文化節主題特展 14 族原住民主題介紹	時間：97 年 12 月 20 日(星期六)-12 月 31 日(星期三)/09:30~17:00 地點：台東縣藝文中心(文觀處)
踩街嘉年華活動	時間：97 年 12 月 27 日(星期六)/17:30~19:00 地點：台東市較繁華的街道
團隊表演	時間：97 年 12 月 20 日(星期六)-12 月 31 日(星期三)/17:30~18:30 及 19:30~21:30 地點：台東市南京路
南島創意嘉年華之夜	時間：97 年 12 月 27 日(星期六)/19:30~21:30 地點：台東市南京路
南島民族服裝走秀活動	時間：97 年 12 月 28 日(星期日)/19:30~21:30 地點：台東市南京路
原住民族美食農特產品 特色商品展售、產業 DIY、族語童玩體驗區	時間：97 年 12 月 20 日(星期六)-12 月 31 日(星期三)/15:30~21:30 地點：台東市南京路
南島創意工坊製作	時間：97 年 12 月 10 日(星期三)-12 月 27 日(星期六)/15:30~21:30 地點：台東市南京路
木雕製作	時間：97 年 12 月 20 日(星期六)-12 月 30 日(星期二)/15:30~21:30 地點：台東市南京路

資料來源：台東縣南島文化節主題網站

(三) 南島文化節活動效益

南島文化節活動本身最大的期望，就是透過上述活動的四元素，達到厚植地方文化產業的實力、展現多元文化的特色，讓台東縣成為發展南島文化及觀光的

重鎮，帶來更多的觀光人潮，提升觀光帶來的效益。

那麼南島文化節所帶來的實際效益為何？據 2005 年黃忠華的『節慶觀光活動行銷策略之研究－以台東南島文化節為例』的論文研究報告指出，2004 南島文化觀光節活動對台東觀光的貢獻，實質的經濟效益有下列幾點：

1.提高能見度

在政府長期重南輕北的施政思維下，位居台灣最東隅的台東縣，以往一直很難得獲得媒體青睞，但台東南島文化觀光節活動，在主辦單位巧妙結合原住民各族群（包含外國）文化、農特產品與地方觀光景點，並在媒體持續報導下，樹立台東縣觀光好所在的形象，吸引大批遊客造訪，大幅提高台東的能見度。

2.促進經濟繁榮

根據台東縣觀光旅遊局統計，2004 南島文化觀光節活動，為地方帶來上千萬的收益；若再加上原住民文化創意及農特產品的收益，帶來的產值更是可觀。而台東地區的旅館、餐廳與遊樂區等服務業，也因為人力需求，造就許多就業機會。台東縣過去是農業縣，工商業發展落後，隨著外來遊客不斷增加，潛在的商機，自會吸引財團前來投資，加速地方的繁榮。

另一個研究者王俊翰（2006）在『台東南島文化節之意象構築、在地認同與主體性』論文則指出南島文化節的活動效益有三：

1.厚植地方文化產業實力，展現多元文化的特色

藉籌辦國際活動的機會，匯集台東地區各地方資源，培養資源整合的能力，籌備優秀地方文化人才，並結合社區總體營造，透過民眾的親身參與，以及媒體的大量批露，充分展現地方多元文化特色。

2.建設台東縣成為發展南島文化及觀光的重鎮

台東擁有最豐富的原住民文化，最豐富的自然景觀資源、豐沛多元的人文及產業文化，加上南島文化節的持續舉辦，不僅型塑重視文化的優良國際形象，並透過歷年文物展，學術演講會及國外南島民族交流經驗的累積，以及建立各方學者專家及文化人士的人脈網絡，將使台東成為名符其實的南島文化重鎮及國內最佳之觀光重鎮。

3.導入觀光人潮，提升觀光效益

節慶活動承辦期間，除動員縣民以主人身份投入各項活動，接待各方來賓之外，活動本身巨大魅力，即最佳的形象行銷，加上籌辦各單位配合活動，期以帶動文化觀光，達到振興地方產業，提升觀光經濟附加價值之目的。

綜上所述，由兩位研究者的研究報告裡可知南島文化節所帶來的活動效益是非常可觀的，但實際上據交通部觀光局⁷⁸『94 年台灣大型觀光節慶活動效益評估報告書』指出，台東縣南島文化節此次活動總經濟效益偏低，僅達主辦單位預估

⁷⁸ 『94 年台灣大型觀光節慶活動效益評估報告書』係交通部觀光局委託中華民國戶外遊憩學會於 94 年 12 月提出的活動效益評估報告書，節慶活動包括府城七夕國際藝術節、台東南島文化節、三義木雕國際藝術節、鶯歌國際陶瓷嘉年華。

值的二成左右。基於上述分析結果，報告書裡提出以下建議，供台東縣政府未來主辦南島文化節時評估參考。

(1) 南島文化節活動應定位明確，除了文化呈現之外，其觀光吸引力訴求究竟是地方性、區域性、全國性、或是國際性？其次針對觀光吸引力定位設定遊客人次與經濟效益之目標；接著依據定位研擬節目活動計畫、產品開發計畫、以及行銷計畫。

(2) 加強南島文化特色，提昇活動品質與吸引力，並加強行銷，以吸引更多外來觀光客專程來台東參與此活動。

(3) 應加強設計具文化特色的高吸引力、高附加價值活動商品與觀光產品。

(4) 未來舉辦活動的時間應避開台東旅遊旺季，一方面可以更精確評估活動所帶來的直接經濟效益，另一方面可以刺激淡季時的觀光人潮；此外，舉辦活動的時間亦可以考慮接續在其他原住民節慶活動（例如豐年祭）前後，以便一年中每個季節都有原住民文化特色的節慶活動。

二、台東縣客家文化園區

(一) 設立緣起

台東縣位於台灣東南端，西側以中央山脈與高雄、屏東為界，東北側有海岸山脈屏障，中央山脈與海岸山脈皆呈東北至西南走向，中間夾著花東縱谷；本縣轄區還包括位在太平洋上的兩個小島——蘭嶼及綠島。縣境極北與花蓮相接，極南端在小蘭嶼，形狀為東西窄、南北狹長，海岸線長達 231 公里，全縣面積 3,515 平方公里，佔全島面積的 9.78%，僅次於花蓮縣與南投縣位居第三。台東縣開發時間較晚，早期台東地區的歷史發展完全是以原住民為主，大約至清朝同治以後才陸續有閩粵移民進入墾拓；居住人口中除佔縣民數三分之一的原住民人口外，還有閩南人、客家人與隨國民政府遷台而來的外省人。台東縣可以說是全台灣居住族群最多元化的縣市。

目前台東縣的客家人口數約有五萬餘人，散居在台東市、鹿野鄉、關山鎮、池上鄉。縣政府為推行客家行政，發揚客家文化，特於民政局設立客家事務科，致力推動客家事務，希冀能推動本縣客家文化發展，並配合行政院客家委員會及結合本縣客家團體，積極籌劃本縣客家文化園區之經營管理事項。從縣府 2008 年度重要施政計劃得知，台東縣政府推動客家文化活動其預算金額共計二百六十二萬元，重要施政計畫項目如下：

1. 辦理客語演講比賽，提昇客語學習環境及客語能見度。
2. 辦理客家歌謠比賽，促進客家音樂的傳播。
3. 辦理敬字亭系列活動，傳揚客家文化。
4. 客家文化、史料、文物之蒐集、整理等。
5. 客家文化園區的營運管理。

以 2008 年台東縣政府推動的客家文化活動來說明，客家事務科為提高縣民

學習客語之興趣，體會客家語言之美，進而促進客家文化發展，以達族群平衡發展之目的，舉辦客語演講比賽；為了讓民眾更加瞭解客家語文的深度與寬度，同時為了讓民眾更加瞭解客家語文的文法與用法，還舉辦中高級認證考的輔導；為了推廣客家文化，於客家文化園區舉辦客家嘉年華活動，活動內容除了靜態的客家老照片展覽外，還有客家播茶、花布燈籠製作、客家美食及植物染等動態體驗活動，讓參與的人能感受到客家文化之美；歲末所舉辦的「2008 台東客家文化親子之旅」也是在客家文化園區，希望藉由活動，引導大人小孩共同關懷、瞭解台東的客家風土民情。活動包含各項傳統文化之體驗，還參觀「客家印象·跨世代對話—2008 年巡迴展」、認識客家獨特的敬字文化—敬字亭、搗衣亭。台東縣政府推動縣內大大小小的客家文化活動，無非就是重視客家文化，希望藉此活動的舉辦、文化園區的設立，達到保存、延續客家文化，客家文化產業能帶來地方商機，促進經濟繁榮，增加就業機會。

行政院客委會為協助台東縣政府推動客家文化生活環境營造計畫，建立客家文化永續發展據點，於 92 年起補助 7000 萬元與台東縣政府自籌的 1 億 500 萬元結合，共同興建『台東縣客家文化園區』推動東部客家文化的保存與傳承，作為台東縣客家文化保存及傳揚的基地，也希望藉此帶動台東地區觀光之效益，創造更多就業機會，並有助於經濟的發展。佔地六點五公頃的客家文化園區於 2006 年 9 月完工，具有客家文化、東部特色及生態環保等三大特色，願能成為傳承客家文化的重鎮。台東池上客家文化園區主要以東部客家穿山渡海移民意象作為園區入口特色，建築造型則運用東部農村建築形式、迴廊及自然素材（石材、木材、竹、植栽等）塑造符合東部映象之農村建築院落，配置規劃則以東部縱谷地區客家聚落之生活面、產業面、文化面等相關體驗活動為主軸，包含設置停車服務、入庄廣場、入庄服務區、養身百草區、技藝體驗區、點心庄、懷舊產業區、客家文化學苑、童玩遊樂區、鄉民農園區、狀元大道等區域。

希望透過這個客家園區的設置，讓所有人對東部的客家有一個不同的體驗與認識，並藉由地方文史的整合導覽，能讓參與者真正體驗東部客家傳統生活的方式，重現客家二次移民精神。

但根據台東縣政府民政局的統計資料，台東縣客家文化園區自 2006 年 9 月使用以來，雖然陸續辦了幾場活動，至 12 月僅有 13 場活動，參加人員亦僅有 3200 人次，而 2007 年的預算只編列 200 萬元進行設施的維護及辦理相關客家活動。2008 年的活動如上所列，雖然大體上是月月有活動，然而活動的內容多為短期的靜態活動，能否真的吸引到遊客的參與及到訪，還有待觀察。

⁷⁹另一方面，台東縣政府為了克服財政負擔及精簡人力，園區預計以委外經營的方式來辦理，但就台灣眾多客家館舍委外經營的經驗，曾經號稱第一個委外成功的龍潭桃園客家文化園區，受委託的廠商在爭取到經營權後，卻評估難以經

⁷⁹ 客家電視台，村民大會，41 集，從地區觀光、產業與客家文化園區結合的面向，邀集地方政府官員、民間社團及池上居民，共同來思考整體文化園區的未來發展與經營。

營而寧願讓桃園縣政府沒收保證金，放棄經營的機會，新竹縣的大山背客家文化園區，也因為民間經營者經營不善，亦放棄經營權，也就是說國內並無任何成功的委外案例，台東客家文化園區是否能成功的委外，並順利的開館營運，仍是一個未知數。

池上是花東縱谷旅遊線上重要的觀光景點，南橫公路由池上出口，省道縱穿，交通十分便捷，而池上鄉的好山好水更具備著觀光的基礎條件，因而台東客家文化園區的規劃目標便是促進地區觀光為首要目標，然而截至目前為止，文化園區成立以來所吸引的遊客數量並不樂觀，其原因為何？而未來若委外經營後，園區應該如何與地方觀光進行結合，更急需產、官、學各界的協調？有「米鄉」之稱的池上，稻米更是當地最重要的產業，池上便當更是享譽全國，如何將米的文化與園區進行緊密的結合，相互提升產業的價值與文化的展演，更是整體文化園區重要的思考課題。此一議題還待後續有意研究者深入研究（客家電視台，村民大會，41集）。

三、小結

在面臨國際經濟結構變化下以及國內產業結構的逐漸轉型，如何創造地方發展的契機以及如何與世界接軌，將是全球化趨勢下所必須正視的課題，而文化是唯一能夠呈現各地方異質性的唯一方法。台東縣位處於台灣地理版圖的最東端，縣內原住民人口約有七萬多人，原住民文化產業不啻是發展地方特色、活絡地方經濟、提升地方特殊文化素質的一個機會。自 1999 年迄今，台東已連續舉辦了十屆的『台東南島文化節』活動，該活動已成為台東縣推動觀光不可缺少的活動。不僅帶動地方觀光，帶來可觀的產值，更累積地方辦理國際性活動經驗，並成為拓展國際視野和知識的管道之一。

政府於 2001 年成立中央部會級的行政院客家委員會（簡稱客委會）推動客家事務，2002 年又訂定『挑戰 2008：國家重點發展計劃』，其中的『新客家運動』目的也在以客庄為在地元素出發，積極輔導客家文化園區的設立，文化館、文物館的文化設施，活絡客家文化的發展，並串連現存客家庄的地方文化資源及產業特色，提升客家莊的生命力及產業活動經濟產值。2003 年至 2008 年共計 5 年時間，規劃了全台各地國家級、縣市級、鄉鎮即等 3 個層級，共同形成客家文化圈博物館家族網路，作為推展客家事務之窗口。台東客家文化園區即屬於其中修繕型設施，它肩負著讓民眾體認到東台灣客家文化之美、保存客家文化、行銷客家產業、促進客家經濟繁榮的重責大任。

但從上述客家電視台指出台東客家文化園區所面臨的問題，亦是大多數客家文化園區、文物館所面臨的窘境一樣，不僅開館率低，營運成效不彰也是事實，只有在舉辦活動時才吸引一些人潮進入園區，平常時間到訪人數零零落落。究其原因無非是展品一成不變、乏善可陳，甚至有時還大門深鎖。台東縣民政局長指出，中央政府只補助硬體建設經費，但是地方財政困窘，根本無法支應維修、人事及購買文物等經費，故只能任其荒廢。一座花費 1 億 7 仟 5 百萬元興建的文化

園區，最後成為『蚊子館』，與原先計畫宣稱『帶動客家文化普及』的預定目標，顯然有明顯落差，此為地方政府應深思的地方。

簡而言之，台東縣要發展觀光產業，急需建立在具有地方文化特色的基礎上，而台東縣境蘊含原住民各族群多樣的文化內涵，又是個低度開發的地方，若能善用各族群獨特的文化特質，發展具有特色的地方文化產業，定能吸引更多的消費者前來台東，帶來更大的經濟效益。



第五章 瑞源花布燈籠發展概況

社區產業發展之脈絡及樣貌常因各地域的不同、社會文化背景的差異及環境而有別。本章欲探究瑞源花布燈籠工場發展概況，首先要先了解鹿野鄉及瑞源社區之在地文化、地理環境及產業發展背景，對瑞源社區有初步認識，並明瞭瑞源花布燈籠工場在發展上所面臨的問題；此外，也釐清瑞源花布燈籠工場的設立是否可帶動週邊觀光產業發展？或者以社區附近較具觀光知名度及活絡的觀光人潮，來提升瑞源花布燈籠工場的產值？希望以此方向建構瑞源花布燈籠工場之發展脈絡。

第一節 鹿野鄉概況

由於本研究個案－瑞源花布燈籠工場的位於鹿野鄉瑞源村，故首先對行政區域－鹿野鄉有個初步的認識。

一、自然環境

鹿野鄉位於台灣東部峽谷盆地，為台東縣轄區中部，東與東河、延平兩相為界，南與卑南鄉以鹿野大溪為鄰，西與延平鄉以中央山脈東路腰界相毗，北與關山鎮以加拿典溪為界。本鄉屬台東縣內陸鄉鎮（全省唯一階梯地形鄉鎮），東西寬一四.九公里，南北長一一.九公里，總面積中林地、河川、山地、見地、交通和水利地共五、六00公頃，農耕地三、六六五.三公頃，面積共計八九.六九八0平方公里。

鹿野鄉四面環山，中有卑南溪南北貫穿，地形高低不大，地勢由西北向東南傾斜，東部均屬東部山脈（俗稱海岸山脈）腰際，為宜林畜牧區域，西南部屬丘陵，移植特種作物，中北部為平原地帶，土地肥沃，農業發達，物產富饒，人口集中，是本鄉精華地區，鄉公所所在地在鹿野村位於海拔一四五公尺之峽谷平原上。

二、⁸⁰歷史沿革（東台灣研究會，1997）

（1）本鄉地名由來有二：

其一：卑南溪中上游兩岸，日治時期民國四年至八年，日本政府在此設立台東製糖會社，招募日本新瀉縣短期移民來此開墾種植甘蔗，由於附近有原住民『鹿寮』（Bakuriau）社，又多『野』生景觀，故稱『鹿野』。

其二：本鄉昔日為荒野之地，時有群鹿棲息其間，故稱『鹿野』。

（2）日治時期

民國26年10月（日治昭和12年）間實施地方自治時，將原為台東廳關山郡

⁸⁰東台灣研究會（1997年）將台東縣各地之地名由來彙編成冊，其中介紹『鹿野』之地名由來。

鹿野區役場，改稱『台東廳關山郡鹿野庄役場』，轄有鹿野、鹿寮、拉巴拉吧、擺仔寮、大原、七腳川、阿猴寮、大埔尾、月眉等九部落為一庄，庄址位於龍田村四鄰二十五號。

(3) 光復以後

民國 34 年 10 月 25 日台灣光復，將原稱台東廳關山郡鹿野庄役場改稱縣名『台東縣關山區鹿野鄉公所』，轄有平地區域之鹿野、永安、瑞源、瑞豐四村及山地區域之桃源、紅葉、巒山、永康、武陵五村，並轄九村，所址設移鹿野國小現址。民國 35 年 4 月，平地與山地行政區域分立，原轄山地部份之桃源、紅葉、巒山、永康、武陵五村劃歸延平鄉治理，並以民國 39 年 3 月 21 日區署立廢止，同年 4 月 1 日改稱為台東縣鹿野鄉公所。

三、行政區域劃分

民國 50 年 4 月，本鄉所轄之鹿野村人口增加，地方日漸繁榮，故將該村分為鹿野及龍田二村，並將鄉公所遷移現址之鹿野村中華路 119 號。民國 56 年 4 月瑞源村由於安置退除役官兵墾田，致使人口激增而劃分為瑞源及瑞隆二村治理，全鄉計轄六村。

民國 57 年 10 月原瑞豐村面積遼闊，人口增加，而劃分為瑞豐及瑞和二村，全鄉迄今計有七村，即鹿野、龍田、永安、瑞隆、瑞源、瑞和、瑞豐等七村（東台灣研究會，1997）。以民國 98 年二月統計全鄉共計 97 鄰，人口 8747 人，閩南人佔四十%，客家人佔三十%，平地原住民佔二十%，其它占十%。如（見圖 5-1，表 5-1）



圖 5-1 鹿野鄉行政區域圖

資料來源：鹿野鄉公所網站。網址：<http://www.lyee.gov.tw/page1.php>

表 5-1 九十八年二月底鹿野鄉各村人口統計表

村別	鄰數	戶數	合計人口數		
			計	男	女
總計	97	3091	8747	4751	3996
永安村	15	617	1748	969	779
鹿野村	13	507	1385	731	654
瑞和村	8	285	867	470	397
瑞隆村	16	430	1160	628	532
瑞源村	14	389	1099	587	512
瑞豐村	16	381	1132	620	512
豐田村	15	482	1356	746	610

資料來源：2009 年 3 月取自鹿野鄉戶政事務所

四、⁸¹農特產品（鹿野鄉公所網站）

本鄉位於花東縱谷區內，有高山、丘陵、台地及平原，其中以大面積的梯田最具特色，更有充足的陽光，純淨零污染的空氣，豐沛乾淨的水資源，依山傍水，風光明媚，因此孕育了多元化的農特產品，使鹿野地區的農業成為最具競爭力的產業。

鹿野鄉內所生產的水果種類相當多，大多屬熱帶水果，除了自然環境條件的優渥之外，歷史發展與政策輔導亦是讓鄉內水果種類多樣化的原因。農特產品有稻米、蔬菜、花卉、紅甘蔗、香蕉、枇杷、波蘿蜜、茶葉、鳳梨、番荔枝、土雞、紅龍果...等十餘種，集東部農特產之菁華，展現了多樣化的農業特色。

（1）福鹿茶

福鹿茶區是花東地區最大的茶區，主要分佈在鹿野鄉永安、龍田村及延平鄉永康村，總面積約四百餘公頃，年產業四百餘噸，民國 71 年 4 月前總統李登輝先生任省主席時，親臨本茶區視察品茗，對所製之茶色、香、味稱讚不已，特應茶農請求遂命名為「福鹿茶」，故『福鹿茶』向來有總統茶之別稱，在各種茶葉比賽中也屢獲佳績，自此鹿野地區所生產的的茶葉聲名大振，也讓農民的收益增加不少。

（2）福鹿米

日照充足、空氣新鮮、水質乾淨、土壤肥沃，水稻品種優良，正是生產良質米及有機米的因素之一。福鹿米的主要生產區域在鹿野鄉之瑞隆、瑞源、瑞和、瑞豐等四村所生產，良質米具有營養、美觀及優良風味等品質，更曾經榮獲第一屆良質米比賽第一名的殊榮。近年來為延續良質米的風華，除了選用優良的品種

⁸¹ 台東縣為農業大縣，鹿野鄉的農業在技術改良及農會推廣下，亦發展迅速，鄉公所在所架設的網站中，也介紹本鄉享譽國內之農特產品，希望能吸引更多消費者前來消費。

外，更遵守有機栽培法，培育出品質優良的「有機福鹿米」，除了原來良質米的特質外，更強調健康環保的概念。

(3) 鳳梨

一望無際的鳳梨田，每顆鳳梨澄金飽滿、香甜可口！令人垂涎欲滴！於是鹿野鄉在市場上擁有『鳳梨王國』的稱號，鹿野地區因擁有此條件，所以已有五十餘公頃的鳳梨栽種面積，且目前仍有增加的趨勢。近年來農民致力於產期調節，使鹿野地區的鳳梨幾乎在一年四季都有生產，對消費者來說更是一大福音。鹿野地區因無工業污染且果農荷爾蒙使用比例較西部少，加上鳳梨病蟲害少，無須噴農藥，因此鹿野零污染的各種鳳梨廣受全國消費者喜愛。

(4) 紅甘蔗

鹿野地區的紅甘蔗主要栽種於大瑞源地區（瑞隆、瑞和、瑞豐三村）。紅甘蔗屬熱帶地區的水果之一，鹿野地區因高溫多雨且多屬土質肥沃透氣良好的黑色砂質土壤，更有來自中央山脈的零污染水源，因此本區所生產的紅甘蔗清甜香脆，蔗皮削後潔白，不因隔日氧化變成泛黃的特質，因此紅甘蔗成為本區的經濟作物之新貴，許多農民自產自銷，甚至省道台九線瑞豐段已成為知名的「甘蔗街」，往往路過的遊客總不忘記停下車來，買一包鹿野紅甘蔗在車上大塊朵頤。

(5) 枇杷

枇杷在鹿野地區是近十年來的新興農作物，由於本地區冬季之氣溫較同緯度的西部地區為高，非常有利於枇杷的幼果越冬，不僅無霜害，更因冬溫較高有助於幼果的發育成熟，產期約可較國內其它產地提早二至三星期左右，是全國最早的枇杷產地。鹿野地區之枇杷產地主要在龍田村及瑞源村，栽培面積約 25 公頃，產期從每年二月上旬起，即可開始供應市場，一直持續到四月中旬。由於鹿野地區所生產的枇杷不僅果粒大及上市早，且果粒甜度高、風味好、多汁、果實色澤金黃、外觀美麗、入口即化等優點，加上初春上市的水果種類不多，因此本地區所產的枇杷往往能以高價位水果之姿態活躍於市場上，成為水果中的「搶手貨」。若要嚐嚐早春枇杷的滋味，不妨在春天枇杷上市期間走一趟鹿野，保證讓您不虛此行。

(6) 番荔枝（釋迦）

番荔枝俗稱釋迦，是目前台東縣最夯的特產水果，鹿野地區亦是台東釋迦的重要產地之一，目前本地區栽培面積約有二百公頃左右，主要栽種在龍田、四維、瑞源、瑞豐、桃源一帶，由於利用整枝修剪技術，及配合肥料培育管理產期可調節為一年兩收，產期從每年七月起至翌年二月份均有鮮果上市，由於鹿野地區農會辦理共同運銷集中收購，分級包裝，在市場上已建立品牌。番荔枝原產地在熱帶美洲，種類不少，目前鹿野地區之番荔枝以土種（粗麟種）及軟枝為主，另外果肉又Q且甜中帶酸的「鳳梨釋迦」亦逐年增加，由於番荔枝果實甜度很高，可達 18 至 25 度，適合國人喜好甜食之口味，深受消費者所喜愛。番荔枝在加入 WTO 之後，可算是所受衝擊最小的農作，將來也是台東最具競爭力的農作。

(7) 香蕉

(1) 高台觀光茶園（見圖 5-3）

鹿野高台觀光茶園主要位於鹿野鄉永安村及龍田村，是台東縣境開發較早的茶農區，高台觀光茶園居高臨下，視野甚佳，可就近欣賞整齊美麗的綠色茶園風光外，也可遠眺花東縱谷以及龍田河階上方平整的農田景緻。



圖 5-3 高台觀光茶園

圖片來源：鹿野鄉公所網站



圖 5-4 高台飛行傘區

圖片來源：鹿野鄉公所網站

(2) 高台飛行傘區（見圖 5-4）

高台除了茶園風光外，這裡也是台灣著名的飛行傘練習場，吸引不少飛行傘愛好者前來乘風飛翔。這裡也是台灣少數飛行傘的練習地，在福鹿山莊往盡頭前進，就是一處鋪著 PU 材質的飛行傘練習場。也是每年國際飛行傘比賽場地之所在。

(3) 鹿野溪遊記

鹿野溪遊季養生健康溫泉其特色是溫泉取自地下泉脈，與紅葉溫泉同屬碳酸溫泉，無味清澈可飲，泡湯後不用淋浴，擦乾即可，屬最優質泡湯泉。溫泉區目前有二十四間個人池，室外露天池露營區等，鹿野溪遊季溫泉強調的是健康泡湯法。

(4) 雷公火泥火山

「雷公火泥火山」位於鹿野鄉瑞和村寶華山，屬海岸山脈，早年因泥火山之噴出物含天然氣，因雷擊而將當其引燃，因而當地人稱此地為雷公火，又因泥火山之噴泥山不斷噴出汽泡，且發出聲音，因此又有「泡泡」之地名，目前學界將其定名為雷公火泥火山。此泥火山是全國泥火山中最大的噴泥盾，泥漿中之黏土礦物則以伊萊石、綠泥石及石英最多。這個地理景點因位置偏遠，必須走一小時的路程，才能一探其真面目，目前相關單位正積極研究將其開發成自然生態教學的戶外教室，雷公火也是全台灣保留最好的泥火山。

(5) 武陵綠色隧道

舊台九線傳奇留下一處悠閒的散步空間，那就是超過一甲子的武陵綠色隧道，主要樹種是森林芬多精最多的樟樹，夾雜一些木麻黃，平日人與車輛很少，優美的景觀，漫步其間快活賽神仙。目前公路局將此段列為景觀道路，鹿野鄉公

所更將此規劃成鹿野鄉環鄉生態景觀慢速道路，附近有武陵監獄及武陵幽谷，是一條相當適合休閒旅遊的動線，在這裡散步或騎自行車都很舒服自在。

(6) 舊鹿鳴吊橋

傳說這兒以前由於野鹿非常的多，因此日本人把這地區稱為「鹿寮」之區，又因站橋上，可以聽到許多野鹿的叫聲，因此這座橋就叫做「鹿鳴橋」。橋下的溪谷，早期是戲水的好地方。鹿鳴橋景色優美，初來者都會忍不住發出讚美之詞。

(7) 鹿野大圳馬背調整池水利公園

是鹿野鄉的新景點，在鹿野鄉龍田村的馬背高台。這裡四周環山、天空雲清氣爽，以石組自然生態工法堆砌而成的溪道，流水清澈悠然、涼亭和花草營造的生態池和親水池讓您感受前所未有的清新景觀，這裏的天空很希臘、搭配宜人的山光水色與此地的觀光茶園景緻和天上飛行傘的表演，以及地上的自行車步道，更增添旅遊之興致。

六、小結

鹿野鄉可以說是一個小而美的鄉鎮，人口總數雖然不多，卻擁有四大族群，呈現多元而豐富的人文景觀；全省唯一階梯地形鄉鎮，更有優美而多變的自然景觀；氣候溫和、土壤肥沃、水質乾淨，帶來富饒的農特產品。

本鄉最重要的文化觀光活動即屬七、八月份所舉辦的「『想飛的季節』」文化活動。「想飛的季節」飛行傘運動，近年來已成為台東縣重要的觀光活動，在縱管處及台東縣政府的建設及行銷之下，讓鹿野高台一躍成為全國最重要的飛行傘基地，更成功帶動鹿野地區的觀光發展，去年度（2008年）觀光局已把此活動列為旅行台灣年的推廣活動之一，而台東縣政府更將此活動列為年度四大活動之一。

2008年的飛行傘活動，名稱為「2008茶與飛行傘博覽會·想飛的季節在台東」，活動日期為九十七年七月一日至三十一日，活動以茶及飛行傘為主軸，活動內容將有茶文化系列活動、地面遊憩活動、千人躺龍田綠色隧道、飛行傘表演、農村生活體驗活動、夜間晚會及體驗活動等等。希望能將茶的產業文化與飛行傘活動相結合，推動鹿野鄉的觀光資源，帶來觀光人潮，帶動地方經濟繁榮。但根據筆者實地走訪，發現除了開幕與閉幕帶來較多的人潮外，其他時間遊客並沒有如預期的多，大多數遊客以鄉內或鄰近鄉鎮者居多，外縣市的遊客寥寥可數，更遑論外國觀光客。所以未來在舉辦飛行傘國際比賽活動時，如何以不同的行銷，多面向造勢、推出創新的活動內容，以吸引更多的遊客前來遊玩、觀光，創造更大商機，這是未來主辦單位應深思的地方，不在本研究範圍內，尚待其他研究者提出更好的建議及方案。

第二節 瑞源社區概況

一、⁸²歷史沿革（鹿野鄉志）

瑞源村在瑞和村之南，亦呈東西狹長的分布，西以重劃區小路與瑞豐村為鄰，南以重劃區小路、卑南溪、木坑南溪與瑞隆村接壤，東以海岸山脈稜線與東河鄉為界，面積為 17.03 平方公里。在四 0、五 0 年代期間，客家族群的人口即占四分之一強，戰後移入瑞源地區的客家人仍以北部客為主，這些客家人或從原鄉、或從花蓮縣、台東縣其他鄉鎮等地移入，尤其是香茅草的種植，吸引很多北部客家人移入海岸山脈西側，在電光和巒山之間，形成很多的小聚落。民國四 0 年代陸續展開的荒地調查、鼓勵移民開發東部，促使很多西部漢族移民東進。除原有的原住民阿美族部落外，也繼續有同族的義民加入外，接著兵工的開墾，鹿野大同農場的成立，引進新族群外省籍的退除役官兵移墾東部。此為當時瑞源地區的四大族群。目前本地區仍維持近四成都是勤奮簡樸的客家人。

瑞源原隸屬於「大原」。廣義的大源村泛指今日鹿野鄉鹿寮溪以北各村，包含瑞隆、瑞和、瑞豐等村，也就是清代文獻所稱的「鹿寮埔」。其地為東起卑南大溪、西至中央山脈、南起鹿寮溪北、北至加拿典溪之間的大平原。大原地名首次出現於明治 44 年(1911)，台灣總督府為移植日本內地農民至台灣，從明治 42-44 年間，台東廳、花蓮廳從事移民收容適地調查，一共選擇 15 處大集團地作為官營移民村用地，第二年更將這 15 處「移民適地」的舊原野名稱，更改為具有日本風味的新名稱，俾使移民能對新移往地能更加親近，其中將在今鹿野鄉的舊名「大埔尾」改名為「大原村」。

台東地區除了原住民族群外，在許多鄉鎮裡亦有許多客家族群存在，位在鹿野鄉中北部的瑞源社區裡，約有四成為客家人，為鹿野鄉的最大客家庄，也因為如此，使得當地社區裡具有多元豐富的文化特性。

現今瑞源社區居民約於民國 20 年代移入，其中以原籍桃、竹、苗的移民為多數，其次是高、屏移民。早期居民為了因應自然環境及生活技能，形成務農的經濟活動。特別是以稻米種植為主，其次是各式的粗放式開墾農業；直至近幾年改以種植高經濟紅甘蔗、釋迦等農作為生。

瑞源客家族群定居已久，且與最早期來此之原住民及四十年遷入之閩南族群、外省人有著早期農耕「換工」的習俗及通婚關係，因而保持極為融洽和諧良好密切互助之關係。像是著名的豐源圳即是由客家先民、原住民、外省人及本省人共同開鑿而成，有聯繫全體居民之重要關係。讓不同的族群共同來瞭解及分享過去共有的記憶，並藉由社區營造凝聚居民之共識，共同來創造未來。

本社區的地理位置在北緯 32.9 度，東經 121.02 度，花東縱谷的南端，鹿野

⁸²『鹿野鄉誌』係鹿野前鄉長張芳連先生於任內積極籌措纂修，並委由東台灣研究會主其事，禮聘台東大學夏黎明教授擔任總編輯，網羅台東地方史名家，歷經近五年時間完成。鹿野鄉誌分為上、下二冊，共計十三篇。

鄉的中部，是本鄉人口最密集的地區，西邊有省道台九縣經過，在 340 及 349 公里處各有一個入口，東 29 縣南北貫穿本社區，鐵路有瑞源站，所以交通很方便，本社區南鄰瑞隆社區，北接瑞和社區，西與新豐、瑞豐兩個社區為界，東至東海岸山脈為止，全社區有 14 個鄰，目前人口約有 1100 人（鹿野鄉公所）。瑞源社區行政區域劃分，如（見圖 5-5）。

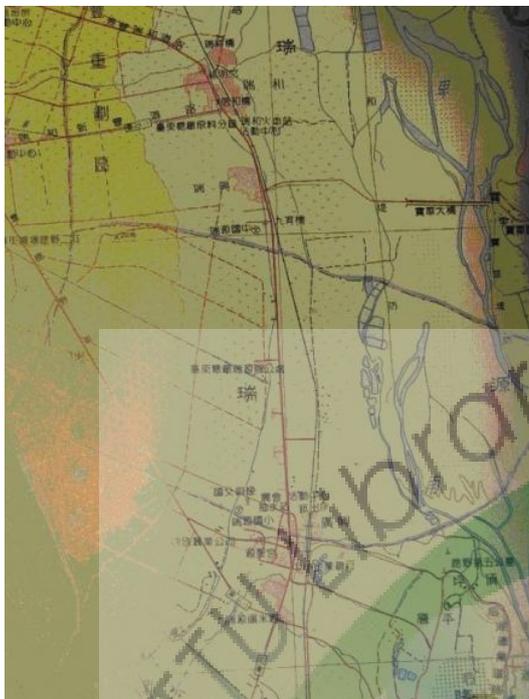


圖 5-5 瑞源社區行政區域圖

圖片來源：台灣社區通網站

二、自然景觀及人文特色

（1）新良月世界惡地：

位於瑞隆村，其主要岩層為利吉泥岩層，為惡地地形，由於經年累月的雨水沖刷侵蝕，造成此地景觀猶如月世界，因而得名。此地的景觀相當奇特，晴天岩層堅硬如鋼，雨天岩層軟如沼泥，更因位於卑南大溪旁，其附近的自然生態相當豐富，是一處鮮活的地理教室。

（2）豐源圳（見圖 5-6、5-7）

鹿野鄉於清代即有原住民以打獵遊牧為生，日據時代漸有平地人（漢族）遷徙墾荒為旱田，當時大原地區（現今的瑞和、瑞豐、瑞源、瑞隆四村）居民即有客家、福佬、原住民混合分佈。

臺灣光復初期生活極為困苦，先民以旱田收入無法維生，遂有開鑿水圳之議，當時彭相增、徐平南等先民發起，經全體居民同意以每戶男丁無酬義務及自備器具，並由女眷負責炊事支援後勤工作，甚有原住民，全員投入開圳的行列。

於民國四十四年六月八日開挖豐源圳，歷經九個月於四十五年三月七日第一期圳道竣工通水，計長七公里餘，完全以傳統人力及粗器挖掘，施工過程備極艱

辛，完成豐源圳的雛型，灌溉面積約 300 公頃，因屬土圳型(向天圳)每逢大雨、颱風，部份渠道易遭埋沒坍塌，一面搶修一面耕作，生活備極辛勞。

當時豐源圳純屬民營階段，人力財力組織結構貧乏無章，乃於民國四十八年交由台東水利會接管。如今主幹長度 8866 公尺，13 條支線，灌溉面積 669 公頃，除提供每年兩期稻作的豐沛水量，全面改善居民生活，更奠定了大原地區產業發展的根基。



圖 5-6 豐源圳興建當時情形

資料來源：財團法人台北市客家文化基金會
網址：
<http://blog.xuite.net/ahminggo/hakkaup/12480592>



圖 5-7 豐源圳目前使用情形

資料來源：財團法人台北市客家文化基金會
網址：
<http://blog.xuite.net/ahminggo/hakkaup/12480592>

(3) 源聖宮

源聖宮位於瑞源、瑞隆兩村的交界處，是兩村村民共同的信仰中心，為單殿硬山式二層建築。登上二樓，可眺望新武呂溪谷及中央山脈群峰。瑞隆村原是瑞源的一部份，後因以人口擴增才分為兩個村，但由於同一淵源，因此兩村居民其實是生活在同一生活圈中。源聖宮會設在兩村交界，是有其因緣的。

(4) 寶華山慈惠堂

寶華山慈惠堂位於鹿野鄉瑞和村，在新武呂溪東側海岸山脈的山腰上，與鹿野高台觀光茶區隔溪遙遙相望，林木幽深，景色秀麗。慈惠堂地處堪輿學家所稱的龍頭，前有橫山為案，右左崗巒相疊，背負雷公火山，前眺花東縱谷平原，晨昏變幻，氣象萬千。附近的自然資源非常豐富，一如上述之雷公火泥火山特殊地景，前臨的新武呂溪不僅有國寶級的高身固魚，更有野鳥群集，是賞鳥的好地方。

(5) 瑞源客家文物館（見圖 5-8）

早期，桃、竹、苗一帶的客家族群，部分遷移到鹿野鄉各聚落定居，其中又以瑞源地區最為集中，保留下來的水車米廠和客家菸樓，就成為當地珍貴資產。行政院客家委員會成立後，積極推動文化保存運動，在上屆鹿野鄉鄉長張芳連的爭取下，客委會同意撥款 1700 萬，作為翻修彭家米廠，並在當地成立「客家文

物館」。客家文物館的翻修工程，於 94 年 1 月動工，並於 95 年 3 月完成。主要是針對外來遊客，拉攏觀光客群，藉由到台東旅遊之際，也可以認識台東當地的客家文化。可惜的是，重金打造的客家文物館，卻從完工後，一直荒廢至今，遲遲沒有發揮其功效。



圖 5-8：客家文物館

資料來源：鹿野鄉公所網站

(7) 200 哩客家板條（見圖 5-9）

200哩客家板條位於鹿野鄉瑞源村，是一家專賣道地客家板條及麵類的小吃店，由於店家距離家鄉屏東縣內埔鄉有200公里遠，因此老闆夫妻將店名取為200哩客家板條。200哩的板條來自屏東，深具客家板條的香Q口感，加上老闆每日以大骨熬成的湯頭以及特製的配料，看似簡單但嚐起來卻滋味無窮；除了板條，店內的各式小菜亦深受顧客喜愛，其原因在於小菜的醬汁和配料是獨家特製，口味鹹甜適度而不油膩，口感相當清爽。特別的是，老闆對品質的堅持，不僅表現在板條上，值得一提的是，雖然只是小吃店，但老闆配合好料，用的可都是精緻的瓷盤。每當假日，店內幾乎是外來遊客慕名而來，座無虛席。店門口掛著兩盞客家花布燈籠，營造出屬於客家氛圍，述說客家故事的客家板條小吃店。



圖 5-9 200哩客家板條招牌

圖片來源：台東旅遊頻道網頁

(http://bunun.sogi.com.tw/newforum/article_list.aspx?Topic_id=6050089)

(8) 客家花布燈籠工場（見圖5-10）

瑞源社區發展協會，考量由於近年來經濟不景氣，導致農村年輕人口外流工

作，農村老化現象極速下降，再加上資訊、技能不足，社區也隨歲月慢慢老化失去活力，因此將社區未來規劃及發展視為首要工作，配合當地客家傳統花布文化，以及燈籠手工技藝傳承，於是活用當地農會廢棄十八年的農民教室，重新改裝為「花布燈籠工場」，並有計畫的成立「燈籠博物館」以保存及展示客家文化成果。



圖5-10 客家花布燈籠工場

圖片來源：瑞源社區發展協會

三、瑞源社區發展協會

民國 77 年，瑞源村居民林添福先生發起組織瑞源社區理事會，經過四年的運作，略具規模。由於全省社區理事會即將廢除，政府明令應另外成立具有法人地位的社區發展協會。因此，瑞源社區理事會結束後，於民國 81 年 8 月 1 日成立台東縣鹿野鄉社區發展協會。剛開始由村民林添福、曾東峰等多位地方紳士共同發起並集資，再結合政府總計 50 萬作為社區發展基金，曾東峰為第一屆理事長，袁明祖第二任，林添福第三任，鍾宮明為第四任，第五屆為陳發祥，現任為歐陽忠智，目前會員 46 人。社區平日經營積極，運作正常，經過多年的努力，現在旗下共有後山神鼓（曾赴總統府等很多地區表演）、花布燈籠工場、志工大隊、慢速壘球隊、舞蹈班、山歌班、童謠班、書畫研習社、資源回收站、鐵馬大隊、原住民婦女班、義警民防隊、童子軍團、無我茶會、客家美食團等十五個團隊，由此可見，當地居民的所凝聚的團結共識，發展當地文化特色的決心及毅力。平常也有很多政府單位（如客委會、文建會、體委會、高市、屏東縣政府、台東縣政府、嘉義中埔鄉公所、）或各級學校、社團來參觀、訪視，也提供各方面的資源及服務。瑞源社區發展協會的地理位置如（見圖 5-11），旗下社團組織如（見表 5-2）。



圖 5-11 瑞源社區發展協會地圖

圖片來源：瑞源社區發展協會網站

表 5-2 瑞源社區旗下組織一欄表

編號	社團名稱	類別	負責人
1	後山神鼓隊	傳統技藝	李國強
2	花布燈籠工場	傳統工藝	黎萬和
3	志工大隊	社會公益	馬靜子
4	慢速壘球隊	運動	陳發祥
5	舞蹈班	歌舞	羅玉英
6	老人會山歌班	歌謠	胡向玉嬌
7	童謠班	歌謠	廖偉帆
8	書畫研習社	書畫	周近忠
9	資源回收站	社會公益	陳發祥
10	鐵馬大隊	運動	陳發祥
11	原住民婦女班	社會公益	陳永盛

12	義警民防隊	社會公益	李春生
13	童子軍團	社會公益	曾耀亮
14	無我茶會	茶藝	彭玉台
15	客家美食團	美食	曾玉李

資料來源：社區發展協會；本研究整理。

四、小結

鹿野鄉中北部的瑞源社區，位在中央山脈與海岸山脈間的台東縱谷平原之間，擁有豐富的自然生態環境及人文氣息，還有很多的農特產品可供品嚐，也因近四成為客家人，為鹿野鄉的最大客家庄，使得當地社區裡具有多元豐富的文化特性。社區內亦有許多的社團，平日除可供居民聯絡情感，並可凝聚大家對社區的共識及認同感，推動社區事務更易水到渠成。

第三節 瑞源花布燈籠發展概況

一、花布的故事

文化要能吸引人，須加入故事內涵及氛圍，將屬於客家文化的故事與商品相結合，不僅能打動消費者購買心理，更能創造客家文化產業新契機。『客家花布』也有其動人的故事及歷史的記憶喔！到一個地方旅遊，對景色或許不會記得太久，但每一個人都喜歡聽故事，尤其是有趣的、富人性的傳奇、典故更可以豐富旅人對此地方的情感，而永留在記憶之中。所以客家故事的營造、文化的精神，都是提高客家花布產業價值不可忽視的因素之一。而客家人懷著感恩的心，對於生活上有幫助的物品都會編成歌謠、故事、傳說來歌頌之，以至於對於花布，客家也有美麗的傳說、動聽的歌謠，令人為之神往。

（一）阿婆花布

台灣過去農業社會時期，由於生活樸實，傳統棉布尚未被化學纖維所取代時，這種鮮豔不易髒的『阿婆花布』卻是農村時代家家戶戶必備的，也成為早期台灣時代婦女工作時用於遮太陽、包裹祭拜用的牲禮、被單、嬰兒背帶、衣服、頭巾等多種用途的大方巾，甚至當時的學生就是用這種花布把書本包起來綁在腰際上或背在背上。這種『阿婆花布』並不限於客家族群所使用，當時的每一個族群都是這種『阿婆花布』的愛用者。只是客家族群對於這種美麗、俗豔的花布更賦予其美麗的故事。

1. 故事

⁸³傳說六百年前，廣東梅州長樂縣（五華）的一處碧潭，四周風巒蒼翠，氣清泉甘，人煙絕跡，鳥語花香，是五華仙子們遊玩聖地。潭中奇花異卉處處，睡蓮荷花片片，真是人間仙境！但七月間的一場狂風暴雨，土石坍塌，竟然堵住碧潭水源頭，眼看潭水逐漸乾涸見底，花朵兒也漸漸枯萎，這該怎麼辦呢？眼看第二年農曆二月十五日，客家人守護神三山國王中的金山大王聖誕千秋就快來到。而祝壽花藝盛會值年花主正是五華的花仙娘娘，真教人心急如焚！

花仙子扮成採藥者，下山告知採茶的客家婦女。客家婦女們連同壯丁放下工作，通力合作將水源接通碧潭，重復碧潭生機。花仙娘娘為了答謝客家婦女勤奮善良的德風義行，遂美化客家婦女們頭頂遮陽的斗笠包巾，特別是讓花樣年華的十七、八歲的姑娘美上加美。

三位花仙姊妹把山茶花、油桐花、荷花等，鄉間編織成花圈在笠簷，扮做山婦走進茶園。採茶細阿妹（姑娘）眼睛霎時為之一亮，真是美極了！從此茶園裡人在動，頭頂花叢錦簇也跟著動，好衣服美麗的動畫啊！

寒冬季節苦於花少，花仙姊妹教導婦女採取不同花色的花汁印染笠巾。由這印染之笠巾、頭巾，乃至後來藍衫邊滾鑲美飾，「花布」就成為客家人傳統愛好的文物了。（瑞源社區發展協會）

2. ⁸⁴歌謠——客家婦女頌（瑞源社區發展協會提供）

山風起 雲飄飄霧飄飄 谷風升 芒花曳 潭蓮搖
勞動女神---客家婦女 大腳婆 步步走 身藍衫摘茶綠
一簍簍一筐筐 管他雲飄又連搖
春來到 桃花紅李花白
春來到 鴛鴦戲水鵝弄波
勞動女神---客家婦女 大腳婆細頭（工作）多
映岡（山丘）田間 提籃挑籮 撿柴薪禾〈插秧〉
袖口提褲管捲 水又陸 陸又水
桃紅李白 戲水弄波 同*（我）不相干
勞動女神---客家婦女 做有（沒）停像陀螺
田頭田尾 灶頭鍋尾 項項來
針頭線尾 牀頭牀尾 樣樣通
勞動女神---客家婦女呀 客家婦女 人讚人許

⁸³美麗的傳說、動聽的歌謠皆是瑞源社區發展協會提供，2008年6月取自
<http://rei-yen.ehosting.com.tw/>

⁸⁴美麗的傳說、動聽的歌謠皆是瑞源社區發展協會提供，2008年6月取自
<http://rei-yen.ehosting.com.tw/>

就是因為這樣的『花布』訴說著早期客家社會所累積的歷史故事，有著大家共同的記憶，傳頌著先民胼手胝足、開山闢林的奮鬥故事，致使有許多社區或工作坊把『阿婆花布』應用在文化產業上，也是希望這充滿古早味的『阿婆花布』，能在現代重現她獨特品味的族群文化意義。

3. 阿婆花布圖樣

當年美學基礎概念不普遍，接受過訓練的人只要能畫、會畫就可以設計圖案，調配底布的色調，再交由印染廠印製即可。經過時間及經驗的累積，布商漸漸了解台灣消費者的口味及需求，會在多種不同風格布料中，找出較為出色且符合臺灣人喜愛的花樣集結或拼湊成新的畫風，充滿台灣的調性和特性，而形成為一種獨特風格。

後來因新的機器、新的技術，在花樣的繪畫風格上出現了重要轉折，也由於顏色的增加，色澤變得鮮豔，畫面一改為豐富複雜且大叢。這種花開富貴、花團錦簇的大幅圖案正好符合臺灣人追求幸福美滿的慾望和嚮往。早期台灣印染花布抄襲風盛，最初的花樣設計者已不可考，所謂版權問題至今仍無定論，時至今日也就形成所謂社會公共財。

以下是研究個案——瑞源花布燈籠工場較常使用的阿婆花布圖樣。⁽⁸⁵⁾台灣的设计寶庫 傳統花布圖樣 150) 如 (見表 5-3)

表 5-3 傳統阿婆花布圖樣一覽表

花布圖樣	花樣說明
 <p data-bbox="301 1749 715 1783">圖 5-12：阿婆花布系列---牡丹叢</p>	<p data-bbox="842 1285 1225 1319">(1) 阿婆花布系列---牡丹叢</p> <p data-bbox="831 1364 1361 1783">由單朵、雙朵、3 朵花所組成，在大叢的小菊花簇擁之下，讓布面顯得熱鬧非凡，花體型態的描繪筆法，並不刻意框邊，而轉以柔和的線條呈現。填色的運用上，則保留了牡丹花體細緻的立體感，搭配在旁的菊花叢與牡丹在畫面中成為同等比重的主角，花叢間沒有填滿色彩，利用巧妙的留白方式，增強了提亮畫面的效果，讓整面布品看起來更為輕盈。</p>

⁸⁵ 『台灣的设计寶庫 傳統花布圖樣 150』係編著者吳清桂女士，突破重重困難，在坊間收集 150 種台灣花布圖樣，並加以分門別類，整理成冊。在欣賞美麗的花布之餘，也能感受到伴隨所有台灣人成長的花布所帶來的特殊情感。這本書除了介紹花布圖樣之外，還提供花布手創作品欣賞，展現台灣傳統化劑之巧思與創意，兼具藝術欣賞與設計實用。



圖 5-13：阿婆花布系列---車輪牡丹

(2) 阿婆花布系列---車輪牡丹

非常典型的構圖，上有穩定堅強的竹葉，下有優雅含蓄的紫藤，中間花叢是由大小不同花種串連在車輪上，包括牡丹、梅花、紫藤等，為突顯牡丹的貴氣，花瓣都框上金邊。鑲金的黑色車輪和坐擁在車輪上的華麗牡丹互相輝映，成為這個畫面的主軸，如此華麗不失高貴的風格，目前仍是市場主流。

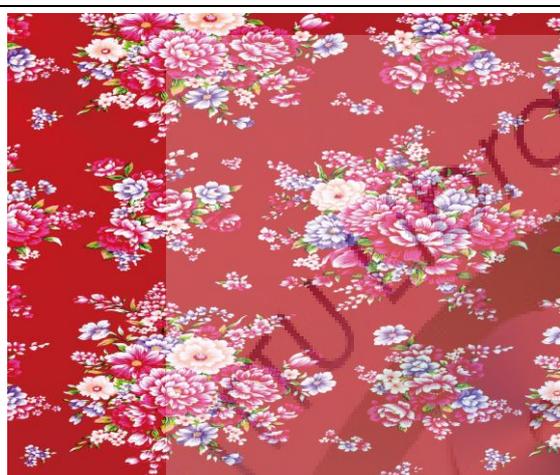


圖 5-14 阿婆花布系列---浪漫牡丹叢

(3) 阿婆花布系列---浪漫牡丹叢

畫面由兩個大小不同的花叢所構成，豐潤飽滿，結構簡潔有力。大花叢中間的三朵大小不一的牡丹被周圍的雛菊所包圍，外圍的花枝巧妙的帶出整體結構的輕盈感。小花叢幾乎都是小牡丹所組成，輕盈曼妙。花叢間的留白，增強了提亮畫面的效果，讓整個布品活靈活現的展現活潑浪漫氣氛，目前頗受大眾喜愛。



圖 5-15 阿婆花布系列---地球花

(4) 阿婆花布系列---地球花

除了有扇子出現在主要在牡丹花從圖案中，還有另一個牡丹花叢的形式，這個牡丹花從延伸出另外的花團，花團的結構是由四朵小牡丹和小花所組成，同時帶有少見的黑色間距穿插其間，工筆的呈現有活潑輕快的節奏感。最為突出的是夾於兩個花叢間的地球花的構圖，這是由紅白兩色的小花所組成，淡藍色或淡紫色的球體，在以葉子的線條帶出圓形的結構，奔放的色彩所展現的力道，大膽捕捉瞬間的動感。整個布面佈滿小白花，這種動感活潑的構圖，充滿了生命力。



圖 5-16 阿婆花布系列---玫瑰叢

(5) 阿婆花布系列---玫瑰叢

玫瑰叢花瓣結構以玫瑰造型，三朵一叢散佈於單朵玫瑰間，波浪狀曲線和反曲線形式的枝葉，賦予畫面上動感理念，自然而不造作。枝葉上的葉片猶如空中飛翔的蜻蜓，把韻律感發揮的淋漓盡致，整體結構自然輕逸，高貴優雅。

資料、圖片來源：台灣的設計寶庫 傳統花布圖樣 150。吳清桂，2008

(二) 桐花布

1.故事

⁸⁶早年苗栗縣境分布很多桐花樹，桐花樹也曾是台灣客家人重要經濟作物之一，果實除了可炸油之外，也可製成火柴棒及木屐等。如今卻成為客家文化變遷代表的象徵之一。其實真正使油桐樹形成花海，是有段被遺忘的故事。當時政府免費提供油桐幼苗供農民栽種，加上日本傢俱市場需要大量的梧桐木，但梧桐易染簇葉病，使得農民誤認可用油桐代替梧桐出售，但畢竟油桐不是梧桐，品質也不如梧桐來的好，所以遭到日本『退貨』的下場。此時，失去經濟價值的油桐便被遺忘在山林中，但也因為這樣，現在才能看到油桐花海遍佈在整座山林中，造就了另一種美麗經濟，所以油桐花的故事，可說是無心插柳柳成蔭，呈現出另一種浪漫、樸實情懷。(客委會，2002)

每年4、5月左右，油桐花開便成山野間季節性之自然景觀，在桃園、新竹、苗栗等縣市之鄉鎮的山谷沿路間，白色桐花滿山遍野，形成白色的桐花林，被風吹過後有如雪花般飄過，使得當地人稱之為『五月雪』。直至2001年客委會正式成立，以『桐花』圖樣為其精神標誌。並於2002年舉辦了首屆的『客家桐花祭』，進而推出一系列的相關藝文活動，也希望藉此帶動客家莊的產業發展。尤以2004年的客家桐花祭，以『喜迎桐花、戀戀客家』為號召，竟帶動客家鄉鎮製造近35億的產值，令人為之驚喜，甚至覺得不可思議。時至今日，短短數年，『客家桐花祭』業已成為國人皆知的重要節慶活動之一。每年為期一個月的客家桐花祭系列活動期間，整個北台灣滿是各地來的遊客，猶如趕集一般絡繹不絕。每當春末初夏之際，台灣北部彷彿陷落在油桐花海之中，五月滿山盛開的桐花，成為入夏的新意象，引領如織的遊客進入桃竹苗的山林，感受如雪花片片的季節。桐花

⁸⁶引自行政院客委會：<http://www.hakka.gov.tw/>

祭的舉辦，成功的運用了文化產業、觀光整合行銷策略，把人潮帶入客家庄，也為客家庄帶來可觀的產業經濟效益。

在王雯君、張維安的論著中如此說著：『創意』多數不是憑空而來，環境的體驗、生活的激發、文化的衝擊與傳統記憶的喚醒都是創意來源之所在；創意的動力來自現代人對傳統生活的『體驗』（朱雅群，2005）；『創意』就是在舊有的根基上，開出新的花朵。客家桐花祭的產生的確為客家文化產業帶來契機，原本只是先民遺留的經濟作物，如今透過文化活動再次賦予新意，而有了新的意象，經由民眾的參與而將客家文化散播開來；配合傳播媒體的渲染、形象建構及故事的感染，對行銷客家文化、活絡客家庄的經濟無疑是有相當助益。

2002年第一屆客家桐花祭展開，成功結合在地人文生態和客家文化的實踐，自此以後商業市場反應熱烈，客家桐花布的設計與應用更成了新的潮流，連帶的也使得傳統阿婆花布受到驚嘆和讚美。

2. 桐花布樣：

⁸⁷做出口布料貿易達二十餘年的駿翔實業，因參加客委會的文化產業訓練班，進而參與了「客家創意服飾」的布料開發。駿翔實業與客委會合作生產的布料，設計靈感來源取自於油桐花，油桐樹曾經是客家人重要經濟產業，蒼勁的樹幹像似客家人儉樸、刻苦的精神。每年五月左右，滿山的油桐花隨風吹拂，似雪紛飛，客委會將桐花設計為花布圖騰，更象徵著就地取材的創意和懷古的幽情，和傳統的阿婆花布各有不同的魅力。以下如（見表 5-4）是研究個案——瑞源花布燈籠工場常用的桐花花布樣，大抵都是桐花圖案為主，只是顏色不同，大大小小的油桐花樣，猶如在春末夏初灑落在山谷間、小溪旁，客家庄的油桐花瓣。

表 5-4 桐花布花樣一覽表

花布圖樣		
說明	油桐花系列---紅色底有白色、藍色、深紅色的油桐花樣，及白色線條的油桐花樣。	油桐花系列—藍色底有白色、藍色、暗紅色的油桐花樣，及白色線條的油桐花樣。

⁸⁷ 客委會（1997）編著的『客家衣展風華』66、67頁，介紹客家意象創意布料開發，說明桐花布之設計靈感來源。

花布圖樣		
說明	油桐花系列---桃紅色底有白色、紅色的油桐花樣及紅色線條的油桐花樣。	油桐花系列--紫色底有白色、紅色的油桐花樣，及紅色、黃色線條的油桐花樣。
花布圖樣		
說明	油桐花系列---粉紅色底有白色、紅色的油桐花樣，花型較小。	油桐花系列---草綠色底有白色、綠色的油桐花樣，花型較小。

資料及圖片來源：本研究整理

本研究個案中的燈籠產品及周邊產品所使用的花布來源有二：其一是阿婆花布；其二是桐花布。瑞源花布燈籠工場將上述的花布花樣應用在燈籠的製作上，將文化與產業相結合，再增加其故事性，豐富燈籠的文化深度，以提升其社會價值與文化價值，那麼經濟價值也就從而建立，永續發展的可能性才得以繼續。換言之，若能熟悉了解本地的文化特色及花布歷史故事，對於發展客家花布燈籠產業是較安全及穩固的。本研究將在下節討論為何花布會與社區產業產生連結，及其他社區花布產業推廣及產製情形，試著了解與釐清與本研究個案是否有何雷同或相關之處。

二、 客家花布與社區產業的連結

(一) 緣由

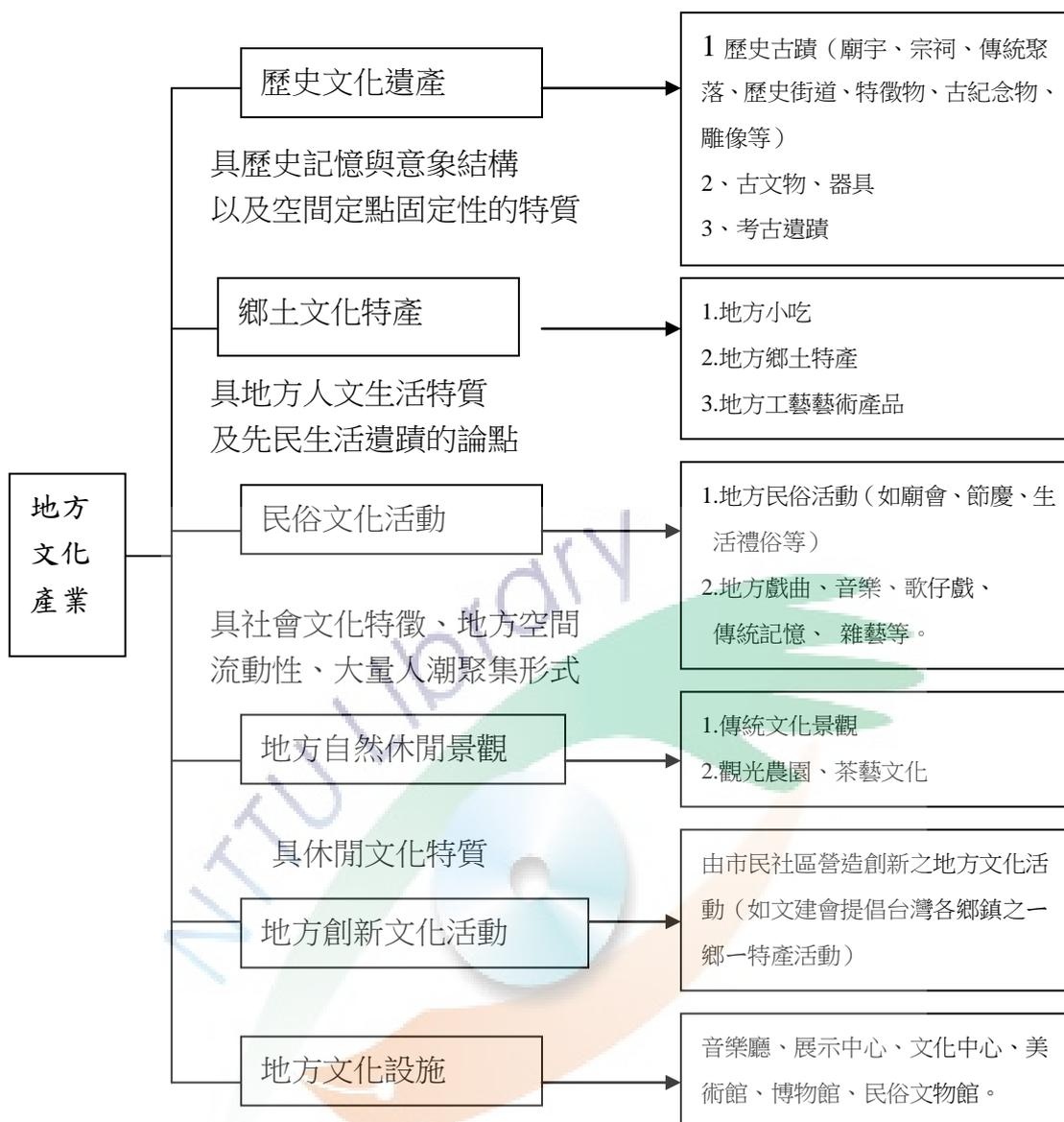
⁸⁸辛晚教在《文化生活圈與文化產業》一書中將地方文化產業依地域特色及產業特質分成六類，如表5-5。

由表 5-5 的地方文化產業分類表可知，地方文化產業的內容範疇很廣，只要呈現出地方特質，都是展現地方特殊文化的資產，其不僅具有歷史與文化價值，也具有對地方歸屬感與認同感等精神層面的價值意義。綜上所述，花布為過去的工藝產品，若根據辛晚教對地方文化產業的分類，客家花布產業可謂『鄉土文化特產』及『地方文化創新活動』的結合，代表客家人過去的生活特質及開墾山林的精神，如此深厚的文化內涵曾經因為時代的變遷而逐漸沒落，但透過政府有鑑於文化建設的重要，推動各項政策，使得客家花布產業的美學得以全新的面貌重新呈現出來。



⁸⁸辛晚教在《文化生活圈與文化產業》第十章『地方文化產業與國際休閒化』一文，277-282 頁，寫道：「地方文化產業」不僅是一項極具開發力的經濟及文化資源，且為地方發展無可取代的文化觀光資源，且有延續地方傳統文化與凝聚社群共識、領域感、認同感等功能。

表5-5 地方文化產業分類一覽表



資料來源：古宜靈、辛晚教、楊敏芝，2005，〈文化生活圈與文化產業〉

在台灣早期的社會，阿婆花布是常見的布料，用途非常廣，但並非是客家社會族群專屬，隨著時代的進步、工商業發達、生活品質的提升、化學纖維等工業產品的興起，阿婆花布也逐漸失去其蹤影。

⁸⁹直至西元 2000 年，藝術家林明弘參加台北市立美術館雙年展時，如（見表 5-6），他把台灣花布俗麗的大紅大花，轉化成北美館大廳裡「舖天蓋地」震撼人心的公共藝術，此舉吸引了國外美術館的注意，旋即獲邀到芬蘭的赫爾辛基、土耳其的伊斯坦堡等地展覽。此後林明弘的花布創作，開始出現在紐約、巴黎等國

⁸⁹ 林明弘 1964 年生於東京，1993 年回到台灣，首次在伊通公園辦展，即受到藝術圈矚目。2000 年，林明弘把台北市立美術館一樓大廳的地板，全用鳳凰牡丹的圖紋給包覆了，如此大格局的作品，極具個人風格，他認為當代藝術跟生活具有關聯性的，所以他的創作都從生活出發。

際知名的藝術重鎮，如今，已有十餘個國家、數十個城市的民眾，欣賞過林明弘的花布藝術。此時阿婆時代的花布也隨著藝術家林明弘的藝術創作，獲得國外藝壇青睞及注目，才又令一般社會大眾對這已漸漸被遺忘的阿婆花布勾起無限回憶及注目的眼光，串聯起大家的共同記憶，造成另一股另類的流行風潮，成為客家莊營造社區特色、造就社區產業的一股力量。

表 5-6 林明弘震撼人心的公共藝術

花 布 裝 置		
說 明	<p>圖 5-23 阿婆花布裝置在台北市立美術館</p> <p>以台灣傳統的阿婆花布—鳳凰牡丹，分別在台北市立美術館、高雄市立美術的大場地上裝置其藝術作品，看到上圖中的人與此作品的台灣傳統花布，可想而知此花布是如此的巨大，猶如是大巨人所用的枕頭或是棉被。</p>	<p>圖 5-24 阿婆花布裝置在中正紀念堂上</p> <p>2006 年林明弘為慶祝 LV 中山北路旗艦店重新開幕，LV 在中正紀念堂(台灣民族紀念館)舉辦大晚會，將流行時尚的 LV 與台灣傳統的阿婆花布巧妙的轉化、結合，激盪出令人驚豔的時尚感。</p>

資料、圖片來源：98 年 2 月取自新浪部落

<http://blog.sina.com.tw/upteam/article.php?pbgid=43225&entryid=575905>

為何原本是台灣阿婆花布，卻又與客家產生密不可分的關係呢？還因而改稱為『客家花布』呢？這是緣於 2003 年，行政院客委會辦過一場⁹⁰「花布靚靚—客家女性生活美學展」，是一場解放客家婦女勞動形象，翻轉花布舊漏意象的展覽；這場展覽是官方活動將『客家』與『花布』連結的開端。策展團隊以年輕、有媒體專業的客家女性為核心，邀請了五位不同國籍與性別的藝術家，其中包含一位客籍女性藝術家在內，請他們用花布進行裝置藝術的創作，同時，策展團隊也自行設計了十幾樣結合花布素材的生活用品和衣服、配件。當阿婆的被單從臥室登上公共藝術的舞台，當客家婦女勞動時遮陽的花布頭巾變身為時尚的手提包，花布不再是退流行的俗物，『它』從私領域的記憶晉升為公領域的議題，『它』從客家婦女工作時擋太陽、擦汗水、搵小孩的一塊棉布，成為躍上國際藝術殿堂、「女為悅己而容」的時髦玩意兒。這場解放客家婦女勞動形象、翻轉花布舊陋意象的展覽，很快就得到商業市場的回應，花布也就「順理成章」的成為『客家』花布

⁹⁰引用自客家文化季刊 2007 秋季號陳美禎所寫之文章，『行政院客委會辦過一場「花布靚靚—客家女性生活美學展」，這場展覽是客家的官方活動與花布連結的開端。』

了。並且隨著社區營造的發展，地方文化產業也開始受到眾人的注意，逐漸展露光芒，有著純樸文化的社會象徵及刻苦耐勞精神意涵的花布，隨著客委會政策的推動，在活動中大量使用花布做為裝飾，傳達客家文化的意象，並取名為『客家花布』，正式將阿婆花布與客家文化意象相結合，社會各階層也漸漸接受客委會這種具有劃時代意義的花布定位主張。

「花布靚靚－客家女性生活美學展」之後，很多客家庄的社區總體營造活動開始大量使用花布為基礎材料，創造出各式各樣的花布作品，讓花布商品從寢具家飾擴充為新興創意產業。例如：台東鹿野鄉的瑞源社區發展出花布燈籠、苗栗南庄鄉的「植物人文會館」也有花布抱枕、花布背包等紀念品可以讓遊客選購。這些客家庄裡新興的社區產業，不約而同的都選擇了有著大家集體記憶的花布，當作傳遞客家風情、構築社區特色的元素之一，就連台北縣客家文化園區裡的餐廳，所販售的客家便當也用花布方巾包裹，藉此呈現道地客家味。不論客家人或非客家人，都在這一波花布風潮裡感受到濃濃的懷舊氣氛。而花布經由各種新的用途，花布名片夾、花布環保筷套、花布娃娃等等，再一次進入台灣人的生活，懷舊中有新意，好看之餘又實用。透過人們的省思與凝視、創造跟突破，花布已經脫去傳統，反倒像花布上熱烈綻放的花朵，炫麗奪目（2007，陳美禎）。

（二）花布產業介紹

近年來，台灣地區的客家庄從事社區總體營造之際，紛紛以傳統阿婆花布、桐花布為元素，創造出許多新興創意產業。客家花布的議題經由政府及社區推動，遂逐漸展露其光芒，有許多的工作坊或社區競相以不同的方式呈現，以文化的角度重新帶動花布的生命後，人們慢慢的從失落的記憶再找出它的風華。現將部分地區從事客家花布產業的工作坊或社區，就其發展現況、產品特色整理如(見表 5-7)。

表 5-7 花布產業一覽表

名稱	成立緣起	組織運作型態	產品特色	產品圖片
三角林生活工坊	因參加桃園地區推廣客家花布產業學院而起	隸屬於社區發展協會，爭取勞委會多元就業開發方案補助。	研發手工植物染相關製品、桐花手工飾品主要是製作各式提袋。	 <p>圖 5-25 手提袋</p>

雞緣創意坊	由於桃園地區推廣客家花布產業學院而起	隸屬於社區發展協會，而收入歸由工作坊自行統籌運用	用花布創造出許多的玩偶雞，還有很多花布製品包含背包、帽子、服飾等等。	 <p data-bbox="970 533 1230 568">圖 5-26 雞之造型</p>  <p data-bbox="986 981 1214 1016">圖 5-27 手拿包</p>
高原社區布玩工作坊	由於桃園地區推廣客家花布產業學院而起	隸屬於社區發展協會，而收入歸由工作坊自行統籌運用。	只要是跟布有關的都可以玩，什麼布都可以玩，故產品製作不再侷限於客家花布，亦有融合拼布及環保的想法來創作。	 <p data-bbox="970 1429 1198 1464">圖 5-28 零錢包</p>
竹南手工業合作社	過去以服飾職為主，將傳統客家花布元素，揮灑於現代服裝設計新天地。	隸屬於合作社，收入由合作社統籌運用。	朝向服飾的創作與開發方向來努力，將客家傳統服飾的內涵，套用於現代服飾設計上，展現出客家服飾的新風格。	 <p data-bbox="986 1899 1198 1935">圖 5-29 服飾</p>

關西花布班	在推廣客家文之餘，希望發展一項具代表性的客家產業。	隸屬於文化協會，學員以社區媽媽為主，對於創意的應用屬於被動情況。	花布手提袋、花布娃娃		圖 5-30 小錢包
九讚頭文化協會	幫助當地產業發展之外，也能使這些手工藝傳承下去。	以論件計酬的方式支付薪水。	以九讚頭的硯婆廟傳說為出發點所製作的『九娃娃』幸運布偶為主。另外產品包括客家花布衫、手機袋、帽子、洋裝、錢包、		圖 5-31 『九娃娃』幸運布偶
五穀文化村	五位同窗好友，基於對陶藝的熱愛，共創功薰陶瓷。	89年由縣政府、經濟部、工研院等單位輔導從傳統產業成功的轉型成為一旗鑑型觀光工廠。	以五穀精神結合客家風采與陶藝文化，將桐花花樣融入陶器上，自創品牌獲得經濟部中小企業處推展的「一鄉鎮一特產」(OTOP)的最佳設計獎		圖 5-32 桐花造型之相框、陶碗

苗栗華陶窯	為了給花一個適當的花器。	私人設立的工作室	台灣現存第一座創作『現代材燒』之窯場，將桐花花樣融入陶器上。		圖 5-33 桐花盤
東勢愛鄉細手物染工作坊	921 地震過後，一群熱愛鄉里的年輕人，自主性發起的地方性社團。首先發展染布，而後加入客家花布。	以『社團法人台中縣東勢愛鄉協進會』社區營造的精神從事社區產業的經營，採多元就業，由工作坊自行統運用。	結合當地特色之植物花葉樹枝為染色材料，以健康、自然、環保為訴求。並創立「細手物染」品牌，應用在客家傳統服飾、手提包、帽子等特色商品上。		圖 5-34 手提袋、零錢包、手機袋
					圖 5-35 植物染

Y 寶 箱	木鴨工廠	私人設立,後經過政府輔導轉型。	手工雕琢的木鴨融入客家文化元素、桐花意象,成了客家藝術精品		圖 5-36 木鴨
新 竹 木 頭 窯	陶藝工作室	私人設立,扮演著陶藝文化教育推廣的角色。	作者的文字真跡,不失真的轉印到陶器皿上,將桐花花樣融入餐具陶器上。		圖 5-37 桐花圖樣之杯子
南 投 龍 南 漆 器	堅信埔里生漆品質及透明度均堪為台灣驕傲,1959年在埔里創業後在客家山城發光發亮	私人設立,85年致力「產業文化」轉型。	桐花夫妻碗組(茶具組、點心盤)禮盒、		圖 5-38 桐花圖樣之漆器茶具組

卓也小屋	為了一隻貓頭鷹，買了一座山林而成立。	私人設立，以過去生活工藝體驗與創作為主軸，自己栽種、生產而至販賣。	運用客家元素創作，承襲傳統工法，一次一次細作覆染，以單色染出多重的驚豔美色，染色原料也來自自己種植的植物。	
------	--------------------	-----------------------------------	---	--

圖5-39 加入桐花圖樣之染布絲巾

資料、圖片來源：2009年3月取自各工作坊之網站

(三) 產品特色

從表(5-7)花布產業一覽表內之圖片，大略得知這些從事花布產業之工作坊，他們除了將傳統的阿婆花布、目前正夯的桐花布運用在產品設計上；也將桐花圖騰設計在不同的材質上，如陶製品、漆器，使得產品設計更豐富多元；還運用植物染的技法，將客家文化的元素融入創作，令人有耳目一新的感覺。產品設計上兼具實用性及藝術性，不管是在客家文化活動或是桐花祭活動，都能看到傳統阿婆花布與客家桐花布結合在地人文生態和客家文化的身影，就流行趨勢而言，這些多元的花布設計，讓原來俗艷的阿婆花布有了新意象，而受到一般消費者的驚嘆與讚美。

在台東縱谷綠油油的稻田與青山間，也有一群客家移民在台東縣鹿野鄉瑞源社區，在自家門口掛起紅豔豔的花布燈籠，成為萬綠叢中點點紅的嬌「客」，為社區增添一股活力、塑造社區鮮豔繽紛的畫面。瑞源社區雖小，但居民向心力十足，他們成立了社區發展協會，還開起了客家花布燈籠工場，花布燈籠在陽光下隨風搖擺，毫不遮掩她那一身「花姿」，令人驚豔。本研究將在下節介紹瑞源花布燈籠工場之推廣與發展，並佐以swot分析，了解燈籠工場所擁有的優勢與機會；可能面臨的劣勢與威脅，找出可能的解決的方案，提供工場日後在推廣花布燈籠之建議。

三、瑞源花布燈籠工場之推廣與發展

(一) 工場成立緣起

瑞源社區是鹿野鄉最大的客家庄，近四成是客家族群，務農人口眾多，因近年來年輕人口嚴重外流，農村老化、衰退現象極為快速，再加上資訊技能不足，社區也隨歲月慢慢老化失去活力。所以本社區發展協會為配合行政院客委會推動

客家文化提升設施之功能，增加閒置空間使用率，並充實客家文化活動之深度，肩負客家歷史傳承之責任；及配合學校鄉土教育，讓小朋友從小就能了解客家文化，所以成立花布燈籠工場，期以促進在地客家文化之傳承、累積、成長與創新。

據協助社區發展協會推動燈籠業務的專案經理陳先生的說明，可知布燈籠早在一、兩百年前就是客家人固有傳統文化，若有哪戶人家生了兒子，或其它民俗喜慶的日子，家家戶戶都會掛上有紅色花樣的布燈籠，因此有『花布燈籠高高掛，吉祥光明明年來』的意義。位在鹿野鄉中北部的瑞源社區裡，約有四成為客家人，為鹿野鄉的最大客家庄，也因為如此，使得當地社區裡具有多元豐富的文化特性。所以當瑞源社區發展協會思考社區未來發展時，即將傳統花布文化，以及燈籠手工技藝傳承，視為社區未來規劃及發展之首要工作，於是在民國 92 年 8 月開始籌備花布燈籠工場。

成立之初，曾苦無適當場所可實行本計畫，幾經努力之後，順利地取得隸屬行政院退輔會之土地，地上建物原由鹿野地區農會使用，但已荒廢了 18 年的瑞源農民教室，將之重新改裝為「花布燈籠工場」，並有計畫的成立「燈籠博物館」以保存及展示客家文化成果，這也非常符合文建會鼓勵閒置空間再利用的政策。

瑞源社區發展協會於 94 年度獲客委會新台幣四十萬元補助，建立了客家花布燈籠博物館的初步基礎，另外又獲得勞委會核准執行花布燈籠工場營運計畫，更於 95 年度獲客委會補助 1000 萬元(含台東縣政府 100 萬元)來整修燈籠工場，已於 96 年 9 月完工，內政部於 96 年度也核准 5 萬元之花布燈籠研習計畫，相信有公部門的支持與補助，定能輔助瑞源花布燈籠產業在穩定中發展，進一步達到整體社區營造之功能，並在多元化的思考模式下發揮更大的經濟效益。

未來，花布燈籠工場除了以營造一個傳承客家文化之精神為主要目標，也規劃以弱勢族群及身心障礙者為其主要工作人員，創造更大的意義與價值、在推廣行銷規劃上，手工製作花布燈籠的技藝與結合客家文化歌謠是具有獨特性的，當然也別於一般市面燈籠樣式及想法。因此瑞源社區發展協會期許將此花布燈籠工場生產計劃至社區推廣再至全國各地，甚至於海外各地發揚光大。

工場外觀及內部工作情形和展場。如（見圖 5-40 至 5-43）



圖 5-40 瑞源花布燈籠工場外觀
圖片來源：瑞源社區發展協會



圖 5-41 瑞源花布燈籠工場燈籠展場
圖片來源：瑞源社區發展協會



圖 5-42 木工部分製作地方
圖片來源：本研究整理



圖 5-43 裁縫部分製作地方
圖片來源：本研究整理

(二) 運作模式

瑞源社區為響應行政院『挑戰 2008：國家發展重點計劃』之『10 新故鄉社區營造之 4—新客家運動』計劃，以及行政院『台灣健康社區六星計畫』推動方案之產業發展面向，促進在地就業機會並推動客家文化活絡地方活動，促進客家文化設施之有效利用，結合社區參與發展，提升客家文化之傳承、累積、成長與創新，並能提供就業訓練及機會，促進社區中高齡、原住民、婦女及身心障礙者、弱勢者之就業機會，再造第二專長。於是在民國 93 年向勞委會申請社會型花布燈籠營運計畫，民國 94 年繼續申請經濟型花布燈籠營運計畫多元就業開發方案，為期三年。過程中，培訓失傳之客家花布燈籠技藝；創造失業勞工嶄新的就業機會，並加強自我能力、技能的提升。希望在多元就業開發方案經濟型第三年結束後能達成勞委會要求產業自立更生、能永續經營發展之目的。

⁹¹「多元就業開發計畫方案」是勞委會在 921 地震後，為了解決失業問題，從以工代賑、就業從建大軍、永續就業工程計畫系列演變而來的重要政策。就是政府用投資的觀念引導民眾，在自己生活的周遭去協助整個社會解決一些社會問題，來提升社會的品質和價值，在這樣的發展過程裡面去發現、創造一些就業的可能和機會，這種新的創造就業機會的概念，是非常具有創意及意義的一個轉變（勞委會，2008）！

由於受限於資源，投入之時間、人力、成本皆受限制，因此，在考量時間、空間與資源多方面限制之下，瑞源花布燈籠工場營運執行計畫，於民國 94 年開始申請，為『多元就業開發計畫方案』投入瑞源花布燈籠經營計畫之第一年，蓋以分為三個階段實施。茲將各階段之目標分述如下（瑞源社區多元就業開發方案

⁹¹ 『多元就業開發計畫方案』是勞委會於民國 94 年頒布，為建構民間團體與政府部門間促進就業之合作夥伴關係，透過促進地方發展，提升社會福祉之計畫，創造業者在地就業機會，特訂定本方案。

計畫書，2007)：

(1) 第一年階段：

計畫期程：94.08.29－95.09.05

補助人數：5 人

補助金額：1,452,780 元

目標：成立花布燈籠工場內、外部環境周圍建設與資源調配階段。

本階段重點在進行花布燈籠工場之初步雛型規劃、設計、建構，並連結政府與民間多層次資源，順利完成花布燈籠工場之各項設備及準備，研發各種燈籠。所需時間約為一年，目前花布燈籠工場已完成此階段之任務，並已著手對外販售，建立銷售平台。

(2) 第二年階段：

計畫期程：95.12.01－96.12.31

補助人數：7 人

補助金額：2,036,190 元

目標：1.依規定進用留用及延用人才。

2.台東縣政府發包執行客委會及縣府補助的 1000 萬元整修花布燈籠工場工程執行內政部補助的燈籠研習計劃。

3.產品除花布燈籠外增加：服飾、手提包、包巾圍裙、農特產品並與其他多元就業執行單位策略聯盟提昇經營獲利能力，因應花布燈籠工場整修工程完成，預期能有更好的前景。

(3) 第三年階段：

計畫期程：97.01.01－97.12.31

補助人數：7 人

補助金額：2,036,190 元

目標：延續第二年計畫，本階段進行燈籠的量產與品質控管維持工作，針對花布燈籠工場人力進行充分分配及運用。另外成品製作完成後即展開行銷販賣，並開發多重銷售平台和管道，朝向多元與創意行銷。

從燈籠工場成立之初任用的 5 名工作成員，到目前的 7 名工作人員，大部分是原就具有專業技術，卻在社區裡苦無就業機會，例如縫紉工、木工師父，所以工場的設立，讓這些傳統產業的人員、技術可以轉化為社區文化產業的人力資源。由於目前工場生產的花布燈籠為全國獨家、別無分號，可以使用的資源有限，所以研發及行銷的工作交由場長黎先生及專案經理陳先生負責執行，社區男丁負責手工磨製木料製作骨架，由社區媽媽親自剪裁縫紉花布燈籠外衣。目前工場內部工作人員配置如（見表 5-8）所列。

表 5-8 工場內部工作人員配置一覽表

人員配置	工作項目	工作地點	人數	進用條件	
				學歷	專長
專案經理	領導溝通、統籌管理執行計畫、流程管制、成果報表行政業務、來賓接待。	瑞源社區、行政辦公處、花布燈籠工場、不定點樣品收集、觀摩	1	高中職以上	具燈籠行銷、工場管理、電腦文書處理、
研發行銷企劃作業員	1.行銷研發企劃 2.骨架製作 3.裁剪 4.車縫 5.飾品組合	瑞源社區花布燈籠工場	6	不限	研發網路行銷企畫、具木工裝潢骨架製作、裁剪縫紉、燈籠飾品組合 2 年以上經驗者佳

資料來源：本研究整理

(三) 產製情形

1. 產品特色

前瑞源社區發展協會理事長陳先生說：『花布燈籠是客家傳統工藝，已無人製作，這種文化不能斷，瑞源社區要負起傳承的責任，讓「它」成為我們的特色，讓不管是客家族群或是其他族群的民眾，一看到花布燈籠就想到瑞源。』就是這種對社區文化的凝聚與認同，雖然成立之初百般艱辛，仍求新求變，努力製作出最精緻的客家花布燈籠。目前花布燈籠以八角形和橢圓形為主，在不斷研發設計之下，目前有 20 種尺寸，最小長 15 公分，最大 66 公分，還繼續研發出各種形狀（有八角、橢圓、長圓、短圓）、大小尺寸、手提、吊掛、有聲、無聲等不同的產品共 16 種。花布燈籠特色以客家紅色花布為主，花樣以傳統客家人喜歡鮮豔的牡丹花、玫瑰花、荷花及目前正夯的桐花布為主。另外燈籠工場也將油桐花布設計在花布燈籠裡，呈現另一種不同的客家文化意涵。甚至為擴增客源，因應其他族群的需要，工場也利用白棉布做成白色燈籠，再請當地藝術家依消費者需求畫上其他圖案，如人物造型、原住民圖騰等。如（見表 5-9）。

瑞源花布燈籠工場最主要的產品是燈籠，但為了讓更多人認識客家花布，讓消費者有更多元的選擇，工作坊除了致力傳統的花布燈籠推廣之外，也朝向多元

發展，他們用花布做出小提包、面紙盒、便當袋、帽子、杯墊、原子筆桿、袖套、鉛筆盒等小件產品，甚至與塑膠材質相結合，做成提袋，更具特色又有時尚感。工場裡的工作人員研發製作的客家花布週邊產品，不僅提升客家花布的可利用性；產品總類增多，選擇性更多元，帶來的產品價值性及收入相對也增加。其他週邊商品總類如（見表 5-10）。

表 5-9 燈籠工場所生產之各種燈籠造型一覽表

 <p>圖 5-44 長 14 公分寬 11 公分 花色不同的手提燈籠（八角型） 圖片來源：瑞源花布燈籠工場</p>	 <p>圖 5-45 長 23 公分寬 23 公分 八片橢圓形懸掛式燈籠（八角型） 圖片來源：本研究整理</p>
 <p>圖 5-46 長 26 公分寬 18 公分 八角型懸掛式燈籠 圖片來源：本研究整理</p>	 <p>圖 5-47 原住民圖騰的手繪燈籠 圖片來源：本研究整理</p>



圖 5-48 各種尺寸、各式形狀、各種花布的燈籠。

圖片來源：本研究整理



圖 5-49 用水墨畫技法表現的手繪燈籠

圖片來源：瑞源花布燈籠工場

圖片來源：瑞源花布燈籠工場、本研究整理

表 5-10 周邊商品一覽表

<p>圖 5-50 檯燈系列 圖片來源：本研究整理</p>	<p>圖 5-51 零錢袋 圖片來源：本研究整理</p>	<p>圖 5-52 鉛筆盒 圖片來源：本研究整理</p>
<p>圖 5-53 手機袋 圖片來源：本研究整理</p>	<p>圖 5-54 名片夾 圖片來源：本研究整理</p>	<p>圖 5-55 面紙盒 圖片來源：本研究整理</p>

		
<p>圖 5-56 袖套 圖片來源：本研究整理</p>	<p>圖 5-57 帽子 圖片來源：本研究整理</p>	<p>圖 5-58 杯墊 圖片來源：本研究整理</p>
		
<p>圖 5-59 口罩 圖片來源：本研究整理</p>	<p>圖 5-60 圍裙 圖片來源：本研究整理</p>	<p>圖 5-61 頭巾 圖片來源：本研究整理</p>
		
<p>圖 5-62 花布鞋 圖片來源：本研究整理</p>	<p>圖 5-63 斗笠 圖片來源：本研究整理</p>	<p>圖 5-64 袋子 (1) 圖片來源：本研究整理</p>
		
<p>圖 5-65 袋子 (2) 圖片來源：本研究整理</p>	<p>圖 5-66 袋子 (3) 圖片來源：本研究整理</p>	<p>圖 5-67 枕頭套及被單 圖片來源：本研究整理</p>

資料來源：本研究整理

從表 5-10 所列瑞源花布燈籠工場之周邊商品，與其他工作坊的產品（見表 5-7）相較之下有些許不同。燈籠工場的產品所使用的花布元素較為單純，並不加上其他的元素；產品強調的是生活性及實用性，較缺乏時尚設計感。以『袋子』

說明：東勢愛鄉細手物染工作坊、三角林生活工坊、雞緣創意坊的『袋子』系列融入其他素色棉布，有拼布的效果，色彩上較為豐富有變化，設計上也較具時尚感；而瑞源花布燈籠工場所產製的『袋子』，就是使用原來花布上的圖樣，不加上其他的元素，視覺上變化較少。兩相比較，瑞源花布燈籠工場生產的『袋子』明顯較不具吸引力及競爭力。

2.製作過程：

由於瑞源花布燈籠工場所生產的花布燈籠，完全是人工生產，配合勞委會多元就業開發方案，工場裡的作業員工有來自本社區，也有是來自鄰近社區的中高齡或原住民失業者，但他們都具有基本的燈籠製作能力，例如鄧先生是燈籠飾品組合作業員、林小姐、李小姐是裁剪車縫作業員、曾小姐是行銷推廣研發人員、林先生是燈籠工廠作業員、胡先生是骨架作業員。現將工場製作花布燈籠過程說明如下：見圖 5-68 至圖 5-73

(1) 骨架部分：

步驟 1. 先用電鋸將三合板裁切成燈籠的形狀及大小



圖 5-68

步驟 2. 用電鑽將一邊的底部鑽孔



圖 5-69

步驟 3.已完成燈籠的兩片底的形狀。



圖 5-70

步驟 4.將裁切好的各部分用釘槍組合釘好。



圖 5-71

步驟 5 組合釘好後的燈籠骨架噴上紅色油漆。



圖 5-72

步驟 6.加上流蘇等裝飾，骨架部分即大功告成。



圖 5-73

圖 5-74 骨架製作流程圖

圖片來源：本研究整理

(2) 外觀花布燈籠的製作過程：如（見圖 5-75 至圖 5-80）

步驟 1 選擇好燈籠花布花樣並裁剪好。



圖 5-75

步驟 2 用裁縫車車好燈籠的外觀。



圖 5-76

步驟 3 大家分工合作車縫出不同花樣、大小的燈籠外衣。



圖 5-77

步驟 4 將車縫好的布燈籠外衣套在骨架上。



圖 5-78

步驟 5 再裝上燈具。



圖 5-79

步驟 6 直徑 14 公分的手提燈籠就完成了。



圖 5-80

圖 5-81 燈籠外衣製作流程圖

資料來源：本研究整理

(3) 整個燈籠製作及運送流程：見圖 5-82 至 5-89

1. 燈籠設計



圖 5-82

2. 骨架製作



圖 5-83

3.花布裁片



圖 5-84

4.車縫加工



圖 5-85

5.流蘇飾品



圖 5-86

6.套裝組合



圖 5-87

<p style="text-align: center;">7.品管檢驗</p>  <p style="text-align: center;">圖 5-88</p>	<p style="text-align: center;">8.出貨寄送</p>  <p style="text-align: center;">圖 5-89</p>
---	--

圖 5-90 整個燈籠製作及運送流程圖

圖片來源：瑞源花布燈籠工場

(四) 營運績效

1. 推廣及銷售對象

瑞源花布燈籠工場的成立及運作，曾接受其他政府部門的經費贊助，例如：2005 年在客委會創新育成項目下，曾獲新台幣 40 萬元補助，成立客家花布燈籠工場的初步基礎；2005 年至 2008 年獲得勞委會核准多元就業方案執行花布燈籠工場營運計劃；2006 年行政院客委會補助 1000 萬元修建退輔會及鹿野地區農會所提供之土地及建築物；2007 年內政部補助 5 萬元辦理花布燈籠研習課程；2007 年環保署補助 50 萬元直行聯合型清淨家園計畫。

以至於開始生產之時，一方面知名度尚未打開，一般消費者缺乏產品資訊；另一方面也因燈籠工場的成立目的是為了延續客家文化、傳承地方傳統工藝、提供更多元化的就業機會、帶動社區繁榮、促進經濟發展，故初期的推廣方式及銷售管道幾乎以公家單位為主，研究結果得知花布工場所生產之燈籠產品，曾受邀至總統府、行政院、立法院、考試院、中央研究院、客委會、文建會、勞委會、農委會、退輔會、內政部等各中央及各縣市單位公家機關展示及販售。

瑞源花布燈籠工場的成立是由於社區總體營造的推行，瑞源社區與各地之社區進行交流的機會與日俱增，故常吸引其他社區居民到花布燈籠工場參訪並訂購；工場成立的另一目的是希望透過學校鄉土教育，讓小朋友從小就能了解客家文化，得以促進在地客家文化之傳承、累積、成長與創新，故也接受學校單位委託，向小朋友進行燈籠 DIY 教學。

除了以公家單位為主要銷售對象外，也將觸角深入各大型展覽館，如誠品書局；或各客家文物館所舉辦的客家文化活動，皆能造成滿大的迴響。花布燈籠工

場研發製造出來的燈籠，由於深具地方特色，甚至還外銷到美國、日本、韓國等地。也因為外型討喜，色彩艷麗，地方色彩濃厚深具民族風，而吸引國內不少知名飯店及民宿的訂購，希望能營造出不一樣的飯店風格或民宿特色。傳統客家花布燈籠具有濃厚的客家文化意涵，為了兼顧其他族群的喜好，工場也設計了白棉布做成的燈籠，以客製化的服務，請地方的藝術家依消費者的需求及愛好，用彩繪方式完成另類又具個性化的燈籠，例如曾接受原民會委託，彩繪了具有原住民圖騰的燈籠，在原住民文化活動中做為營造空間藝術裝飾元素之一。

從上述可知，瑞源花布燈籠工場生產的燈籠產品，其銷售對象以公家機關為大宗，其他藉由社區交流而到工場選購者及學校單位到工場進行 DIY 教學而購買者為次要，一般消費者較少。

現將瑞源花布燈籠工場多元就業方案營運計畫執行期間，花布燈籠工場較重要之推廣銷售展示場次整理如下表（見表 5-11）

表 5-11 花布燈籠工場之推廣銷售展示場次一覽表

行銷對象 執行期間	展示類型	公家機關	社區交流	學校團體	平面及電視 媒體
第一階段 94.08.29—95.09.05		台東縣活水節	客家文化藝術節 台東站展示		台東之聲廣播電 台來訪
		鹿野鄉想飛的季 節開幕			陳水扁總統蒞臨 巡視並慰勉
		台東常青縣運			
		台東旗魚季			
		客家收冬戲閉幕			
		2006 客家嘉年華 會	至新港漁會教授 燈籠 DIY	福園國小校長率 85 人來做燈籠 DIY	
第二階段 95.12.01—96.12.3		台東副議長率團 訪視	知本老爺酒店訂 購		公共電視台(2 次)
		台南市政府客家 文化協會	池上鄉農會參訪 採購		勞委會安排記者 採訪團(2 次)
		台北縣政府 180 人 來訪	池上油菜花季展 示		
		美國在臺協會金 迪麗處長來訪並 協助行銷	屏東竹田 80 人來 訪訂購	馬蘭國小 40 人燈 籠 DIY	
		文建會 15 人來訪	高雄大遠百廣場 展售	東大附小燈籠 DIY	

		勵馨基金會參訪 採購	瑞豐國小師生參 訪	
<p>第三階段 97.01.01—97.12.31</p>	台灣客家博覽會 燈籠 DIY	台東市寶町展示	德高國小燈籠 DIY	三立電視台(2次)
	外交部 20 人參訪 採購	誠品書局台東店 展售	台東大學美術系 師生參訪	新聞局旅遊記者 採訪
	關山分局參訪採 購	高雄大遠百廣場 展售	瑞源國中校慶活 動展售	中國時報採訪
	2008 年高雄燈會 展售	高雄科工館展示	鹿野國小燈籠 DIY	更生日報採訪
	台東元宵慶典展 售	台東航空展多元 展售活動	岩灣國小燈籠 DIY	文建會國家文化 總會特助來訪而 登上國際媒體
	高雄市元宵燈會 展售	2008 鐵路節台東 站展售	瑞源國小燈籠 DIY (2次)	客家電視台
	台東副縣長等人 參訪	里港農會來訪採 購		三立電視台
	花東縱管處展售	鹿野農會來訪採 購		年代電視台
	美國波斯頓國家 美術館 Beiling 來 訪採購	鹿野農會 40 人燈 籠 DIY		民視電視台
	花蓮縣教育局購 買燈籠 DIY 材料	鹿野火車站燈籠 DIY 及展示		東森電視台
	2008 客家嘉年華 會	池上鄉公所燈籠 DIY		大紀元時報採訪
	江清堅譯員率 250 人參訪採購	瑞和豐年祭展售		
	客委會主委鄭縣 長等人視察	上海台商訂購燈 籠		
	受交通部邀請在 台東站展示	神岡鄉農會燈籠 DIY		

資料來源：瑞源花布燈籠工場成果報告書，本研究整理

從上表 5-11 得知，工場營運的第一階段，各方面包括生產技術、行銷推廣能力、目標市場皆尚在摸索階段，參加公家機關所舉辦的活動其推廣的意義大於產品的銷售目的，故在此階段的營運績效並不佳。但在第二、三階段，接受平面及電視媒體採訪報導機會增加不少，能見度亦相對提高；參加公家機關活動的推

廣、社區彼此間的交流機會、到工場參觀並學習燈籠 DIY 的學校團體也有增加的趨勢；相對的此階段的營運績效成長不少。(增加幅度可參考表 5-12)

2. 營運績效

瑞源花布燈籠工場於民國 94 年向勞委會申請多元就業開發方案，營運計畫執行期間共計 3 年。工場的主要收入來源包括勞委會補助專款專用、燈籠收入、周邊產品收入、DIY 教學收入、活動場地出租收入、導覽解說收入、其他服務收入等；主要支出包括：勞委會補助專款專用、留用人員薪資及勞健保費用由社區自行支付（專案經理及延用人員的薪資及勞健保費是由勞委會補助專款專用）、燈籠及周邊產品之材料部分、交通工具的燃料費、機器設備的維修費、其他消耗品等。

茲將瑞源花布燈籠工場執行營運計畫 3 年來，其收入、支出及盈餘整理如表 5-9

表 5-12 瑞源花布燈籠工場營運績效一覽表

執行期間	收入	支出	盈餘
94.08.29—95.09.05	約 199 萬元	約 180 萬元	約 19 萬元
95.12.01—96.12.31	約 320 萬元	約 270 萬元	約 50 萬元
97.01.01—97.12.31	約 377 萬元	約 316 萬元	約 61 萬元

資料來源：瑞源花布燈籠工場；本研究整理

從上述工場營運績效一覽表可以得知，工場成立之初、草創期間，或許產品不夠多元、知名度尚未打開、目標市場尚未建立、推廣行銷還在摸索試探階段，故雖有盈餘但不是很理想；第二年之後及第三年技術日漸成熟、政府部門及公家機關的支持、產品更加多元、與各社區進行交流活動增多、參加客家文化活動誘使並刺激潛在的消費者增加，盈餘即有顯著增加。

瑞源花布燈籠工場是瑞源社區發展協會下之組織，故工場之盈餘分配除應支付留用人員薪資外，結餘款依協會組織章程第五條辦理社區各項福利服務活動（含關懷老人弱勢族群、藝文發展、環保議題、治安、社福醫療、人文產業）及各項社區發展業務年度工作計畫項目等支出。

（五）行銷策略

⁹²管理大師 Peter Drucker 曾說：『行銷的目標就是讓銷售成為多餘的，行銷的目的就是要深入了解客戶，所以產品或服務能滿足客戶而且自行銷售。理想上，行銷應該導致客戶準備好要購買。』美國行銷協會則認為行銷是種過程，其中包含計畫與執行想法、制定價格、促銷活動，以想法、產品和服務的分送創造交易，藉此達成個人或組織的目標。所以行銷策略就是事業單位預期在目標市場達成行

⁹² 引自 Philip Kotler 『行銷管理概論』頁 8，Peter Drucker 對行銷所下的定義。

銷目標，而利用各種手段或方法，來滿足目標市場的消費者對商品或勞務需求的一系列活動。它是整體市場經營的 Knowhow 的運用，其中涵蓋當地產品以適當的價格及透過適當的通路以作適當的推廣。

所以行銷組合包括產品策略 (Product)、價格策略 (price)、通路策略 (Place)、推廣策略 (Promotion) 也就是行銷 4P。

行銷策略之應用原先是營利性之企業組織，目的在於達到組織企業的經濟效益。後來基於社會環境變遷，非營利社團及非政府組織為了使組織體可以永續經營，也廣泛使用行銷策略，來推動社團及組織相關業務。

因為客家政策的發展現況與成效，無論是文化面或產業面也都有急待加強之處，若能與行銷策略相結合，應能使客家文化產業之發展更具競爭性。

所以本節就行銷策略的內涵及瑞源花布燈籠工場行銷策略的應用現況、成效探討及問題分析，分四部份來做研究結果呈現。

1、⁹³行銷策略之內涵

(1) 產品策略

產品是企業行銷目的之主體，包含有形的物品及無形的服務或活動，故產品策略指的是產品組合的選擇及產品定位。其策略包含：新產品發展、產品包裝、品牌命名、產品定位等策略。

- ③ 新產品開發策略：新產品開發過程有產品創意、產品概念、產品雛形、最終產品、行銷計畫等。
- ③ 包裝策略：包裝是指與產品容器或包裝材料有關的設計和生產活動。
- ③ 品牌策略：⁹⁴Kotler (1998) 認為品牌要素包括品牌名稱、標誌、符號、象徵物、標語、廣告歌曲以及包裝等。
- ③ 定位策略：指的是產品或企業在消費者心中所建立、塑造的形象。

(2) 價格策略

價格是影響行銷成功的關鍵要素之一。因此如何設計適當的價格政策，亦是行銷活動中極為重要的決策。定價策略需考慮目標、成本、需求與競爭等因素，因此價格策略因考量因素不同而有滲透定價策略、折衷定價策略、開發定價策略、成本定價策略及價值定價策略等五種 (許長田，2000；莊麗香，2006)。

- ③ 滲透定價策略：就是在產品新上市初期，選擇以低價打開市場，提供物美價廉的產品形象吸引消費者，以獲取市場佔有率為主要目的。
- ③ 折衷定價策略：是以各種方式的價格折扣，來刺激消費者的購買慾望，雖然在成本上差異，但會因通路商、時間或季節性、地區、顧客、數量等因素而

⁹³引自戴國良博士所著『行銷管理—理論與實務』(五南，2003)一書及，莊麗香在『六堆客家文化創意產業行銷策略及成效之研究』論文，兩人對行銷策略內涵的論述。

⁹⁴引自 M. J. Xavier 著/李茂興、沈孟宜譯之『策略性行銷』(2001)，264 頁。Kotler 對品牌所下的定義。

做價格定價的調整。

- ③ 開發定價策略：新產品的價格，要有利於新產品的發展和推廣使用，因此在產品新上市初期，刻意提高產品售價，鎖定有高經濟能力且追求流行的消費族群，在獲得高利潤及收益後，再逐步降低產品定價，此也稱為吸脂定價策略。
- ③ 成本定價策略：按照產品的成本或費用加上預期利潤來訂定產品之價格。最為普遍簡單的訂價方式，但因價格量化而易使產品價格失去競爭力。
- ③ 價值定價策略：根據消費者對產品認知的價值來決定產品的價格。消費者在購買產品前，在心目中必會事先形成合理的價格範圍，因此，在進行產品定價時，業者首先要考慮所選擇的市場定位在哪裡，一旦確定了市場定位，市場顧客群的特性就已決定了產品價格的範圍。

(3) 通路策略

通路可視為一群互相關聯的組織所組成，而這些組織將促使產品或產能順利的被使用與消費（Louis & Adel, 1983；莊麗香，2006）。通路策略影響企業如何將產品送至目標市場讓消費者接收並使用，其目的就是消弭生產者與消費者在時間、地點和所有權之間的障礙，所以在擬定通路策略時必須考慮顧客、產品、公司、環境和競爭特性。通路策略有批發商、零售商、直接銷售、網路等。

- ③ 批發商：生產者之產品賣給批發商，經一次或多次批發轉手，再轉到零售商，最後再銷售給消費者。
- ③ 零售商：生產者經由零售商，將產品銷售給消費者，其優點是產品推出快、市場反應也快，而且可以省下一筆原本該給批發商的費用。
- ③ 直接銷售：就是生產者直接將產品銷售給消費者。
- ③ 網路策略：以網際網路為通路，並以其為傳播媒介，提供大量商品資訊，使顧客能進行整個購買決策的過程，並滿足其最低成本及最短時效的需求（莊麗香，2006）。其優點是企業能開發潛在客戶，也能使新客戶獲得更詳盡且完整的產品資料與相關的訊息服務，進而達到增加行銷通路效益的目的。

(4) 推廣策略

推廣之主要目的是與顧客群進行有效的溝通，並推展產品及企業形象，使消費者接受到對產品正確的訊息、了解產品內容、進而接受產品。充分掌握推廣的運作原則，將能使推廣的效益達到最大，推廣的運作原則如下（劉必先，1992；莊麗香，2006）：

- ③ 確定目標觀眾之所在。
- ③ 確定希望獲得的回應。
- ③ 確定所要傳達的訊息。
- ③ 選擇所要使用的媒介。
- ③ 找出訊息來源的特性。
- ③ 蒐集所回饋的訊息。

推廣策略指的事經由策略的規劃，達到推廣的目的。推廣的目的在於引導受

播者接納傳播者的觀念、服務或事物，以增進效益。其要素包括公共報導、促銷、廣告、人員銷售、公共關係等（趙義隆，2004；莊麗香，2006）。茲將企業界常使用之推廣方式說明如下：

- ③ 廣告：企業以付費方式，將商品生動的描繪，並賦予鮮明的產品特性，透過媒體傳達訊息給目標市場，具有快速普遍和公眾導向的特性。
- ③ 促銷：是指提供短期誘因，如折扣、贈品等，以刺激或鼓勵消費者購買產品，其效果通常短暫，並不適用於建立品牌形象的產品。
- ③ 直接行銷：又稱無店舖行銷，具有直接接觸目標顧客之特性，使消費者能直接接受產品之訊息。消費者可透過各媒體所提供的電話或住址來訂購產品。
- ③ 公共報導：以不付費方式，在各媒體上發布消息給目標市場內非特定之群眾，易解除目標消費者的防衛心理，故被接受度較高。
- ③ 人員銷售：由銷售人員直接向潛在消費者做產品介紹，並達成銷售目的。
- ③ 網路行銷：是直接行銷的延伸，利用網際網路作為手段，宣傳自己企業，推廣自己的產品或服務，從而達到營銷的目的，是行銷推廣重要發展趨勢之一。

2、瑞源花布燈籠工場在行銷策略之應用現況

⁹⁵從瑞源花布燈籠工場的營運計畫報告書及總幹事、專案經理的訪談中可知燈籠工場在行銷策略中應用現況如下：

(1) 產品策略

- ③ 新產品開發策略：場方持續進行新產品之改良、設計、開發，增加初期成品的實用性、耐用性及美觀。從最初的傳統懸掛式花布燈籠到手提燈籠，再至彩繪燈籠，燈籠尺寸由直徑 14 公分至 66 公分大小不一的設計；周邊商品也不斷開發增加，就新產品的開發策略而言，考慮不同消費者的需要，增加產品的多元化，有其成功的地方。
- ③ 包裝策略：工場所生產之花布燈籠，其尺寸由直徑 14 公分至 66 公分皆有，因是固定組合無法摺疊，體積所佔空間非常大；另外無論是燈籠或周邊產品，在產品包裝上皆是使用傳統的透明塑膠袋作為包裝，缺乏特色，不過在客委會行銷輔導協助下，已設計製作出一個非常具客家文化意象的手提袋，使花布燈籠及其周邊商品更具特色及價值性，也有助於產品形象的建立。如圖 5-91、5-92 所示。

⁹⁵ 97 年 5 月、97 年 9 月、98 年 3 月與燈籠工場總幹事、專案經理進行訪談，從中得知工場在產品策略中應用現況。



圖 5-91 手提袋正面
 圖片來源：本研究整理



圖 5-92 手提袋側面
 圖片來源：本研究整理

③ 品牌策略：目前瑞源社區的花布燈籠工場是全國唯一生產客家花布燈籠的社區，已略具知名度，也建立了『瑞源花布燈籠工場』之品牌形象。

③ 定位策略：在客委會多年的行銷及推廣，投入頂尖的設計師及顧問團隊，阿婆花布及桐花花布早已等同於客家文化意象，故瑞源社區所生產的花布燈籠所具備的客家文化意涵早已深植在消費者心中。

(2) 價格策略：

價格是指業者對消費者收取之費用，瑞源花布燈籠工場所使用的價格策略為成本定價法，雖然因申請多元就業方案，無須支付人事費用，但還是要反應原本所需之成本，故以成本再加兩成利潤作為價格訂定之方式。

(3) 通路策略

『通路』的目的就是在適當的時間，把適當的產品送到適當的地點，並以適當的陳列方式，把產品呈現在顧客面前，並使顧客滿意而達成交易，讓業者獲得最大績效。通路策略的應用，即在於選擇通路型態，使之能開拓市場，使產品流通提高銷售量，並使企業獲得最大之經濟效益（林學益，2002；莊麗香，2006）。

據本研究受訪者之回答，結果顯示瑞源花布燈籠工場之通路策略運作上，所使用的方式為直接銷售，再來就是網路銷售。

③ 直接銷售：配合政府機關之相關活動進行推廣及銷售，例如與各地社區進行交流時，消費者直接下單訂購；台東文化園區辦理客家文化活動時，即配合設立販賣展示攤位，直接向消費者銷售；或在百貨公司、賣場展示販售，例如 2008 年 5 月曾在台東誠品書局展示（如圖 5-93、5-94），為期一個月，獲得不少好評；另外工場更開放給各學校或社團進行訂購作為教學及研習之用，在推廣客家文化及花布燈籠上助益不少。（展售場次及推廣方式見表 5-11）



圖 5-93 誠品書店展場 1

圖片來源：本研究整理



圖 5-94 誠品書店展場 2

圖片來源：本研究整理

- ③ 網路策略：無時間及空間限制之『網路通路』已是現代企業發展之趨勢，在研究個案中也使用網路通路做為銷售的方式之一，除了架設自屬網站外，也附屬在客委會網站或台灣社區通網站，消費者皆可透過網站了解瑞源花布燈籠工場產品種類、規格、花色、價格、聯絡方式等資訊。

(4) 推廣策略

瑞源花布燈籠工場之推廣策略所應用的策略為：事件行銷、直接行銷、公共報導、人員行銷、網路行銷等五種方式。

- ③ 事件行銷：燈籠工場利用參加客委會、台東縣政府客家事務課所舉辦之客家文化活動；或各縣市所舉辦之燈會活動，在活動現場做銷售和推廣。
- ③ 直接行銷：有很多的顧客是經網路訂購、或從媒體報導得知而前來訂購、或是工場自行銷售、或是當地居民直接到工場訂購。
- ③ 公共報導：本研究個案利用『公共報導』之方式作為推廣之策略，頻率還算高，例如客委會、台東縣客家事務課、鹿野鄉公所等協助推廣；聯合報、台視新聞、公共電視等媒體採訪報導。(如圖 5-95、5-96)
- ③ 人員銷售：燈籠工場透過文化活動或百貨賣場、書局展示推廣時，『人員銷售』之推廣方式也會一併用在活動中。
- ③ 網路行銷：消費者可利用網際網路，鍵入『瑞源花布燈籠工場』之名稱進行搜尋，即可從鹿野鄉公所、台灣社區通、村村客家文化上網等網站；及工場自行架設之網站，得知有關燈籠工場生產之產品相關訊息，方便消費者進行訂購。

根據工場總幹事、專案經理及營運績效(見表 5-12)資料顯示，瑞源花布燈籠工場在直接銷售的成效最佳，主要販售的對象為政府機關、民間社區團體或學校。藉由參加客家文化活動或百貨、賣場、書局展示進行促銷方式，推廣的意義比販售的意義來的多，原因在於活動推廣之促銷是為了配合特殊節慶活動而舉辦，但特殊節慶活動也不是經常辦理，所以通路成效並沒有長久性，因此能帶來之實質經濟效益確實有其限制性，所以嚴格說來，推廣活動所帶來的效益，其社

會價值大於經濟價值。



圖 5-95 公共報導-1 (94 年 9 月 21 日
更生日報報導)

圖片來源：本研究整理



圖 5-96 公共報導-2 (聯合報報導)

圖片來源：本研究整理

3、瑞源花布燈籠工場在行銷策略之成效探討

(1) 產品策略

本研究個案—瑞源花布燈籠工場對於產品策略之應用，所考量的因素有新產品開發、品牌設計、品牌定位、產品包裝等。其中『全國唯一生產客家花布燈籠』的口號、手提袋也曾獲得客委會『行銷包裝設計』之輔導與贊助，都曾接受多家電視媒體或報章雜誌的採訪與報導，由此可知其產品策略之應用有顯著成效。也因花布燈籠具有其特殊性及地方性，經常是外交部與國外駐台單位進行文化交流分享時，作為贈品之一，也曾遠至美國、日本、帛琉、斐濟、馬來西亞、菲律賓、香港、紐西蘭、泰國、越南等國發揚光大，對振興藝文、傳承地方傳統文化產業，造就失業勞工之就業機會，更深具意義。

(2) 價格策略

成本定價法是以反映成本再加預計利潤而成定價的方式，利潤不高，卻也是消費者較易接受的產品價格。瑞源花布燈籠工場接受客委會經費補助，是以推動客家文化為其設立之目的，並不以販售產品多寡為其主要目標，故以最簡便的方式訂出消費者最易接受的價格作為工場的價格策略。從工場三年執行期間之實際收支狀況表（見表 5-9）得知，每年的收入皆在持續增加當中，目標市場更廣大，消費族群更大眾化，可見其價格策略有明顯成效。

(3) 通路策略

瑞源花布燈籠工場在直接銷售方式上成效最佳，不管是參加客家文化活動的擺攤展示，或是誠品書店台東店、墾丁國家風景管理處、西湖渡假村、史博館的展場，還是公家機關團體、學校單位、社區民眾，活動現場直接販售或是到燈籠工場詢價購買，都有不錯的業績。

(4) 推廣策略

瑞源花布燈籠工場推廣策略之應用，如表 5-11 所示，參加公家機關相關活動展售的機會增多、媒體報導次數及篇幅也有大幅程度的增加。例如：藉由參加客家文化活動、報章及電視媒體到工場採訪發佈的新聞稿、或致贈各公家機關懸掛，對於提升燈籠工場的能見度及經濟效益，都能營造出不錯的效果。(如圖 5-97)



圖 5-97 關山分局警察文物史蹟館用瑞源花布燈籠做為裝飾
圖片來源：農業易遊網

http://ezfun.coa.gov.tw/view.php?theme=spots&id=J_fontaine_20081023142737&city=V&class=C10&graph_idx=3

比較有趣特別的地方是瑞源花布燈籠工場之推廣策略應用，並未將『廣告』作為推廣工具，卻因行政單位為了達到活動的效益，採取廣告方式來做推廣，其工具有平面媒體、電視媒體、、、等，於是參加客家文化活動之瑞源花布燈籠工場，理所當然成了被採訪與報導的對象，而產生了兩種推廣的效益，一是活動現場的推廣，二是經由被採訪與報導的推廣。此二種推廣策略的應用，瑞源花布燈籠工場的立場都是居於『被動』的角色，然而卻達到預期之外的成效。

4、瑞源花布燈籠工場在行銷策略應用上可能呈現的問題探討

(1) 產品策略

瑞源花布燈籠工場之主要產品以燈籠為主，由於燈籠尺寸由直徑 14 公分至 66 公分皆有，因是固定組合無法摺疊，體積所佔空間非常大，增加許多運輸上的困難，但這些是可以透過技術加以改善，其方式或可經由相關單位協助達成。另一問題是僅以花布燈籠吸引消費者前來，其產品魅力是不夠的，瑞源鄰近地區有豐富的自然及人文景觀、品質優良的農特產品、觀光景點，若能在經營管理上，把地方文化特色都組合起來、加強文化設施與民間彼此間之夥伴關係、以及以異業結盟的複合經營模式、再加上客製化的服務，或許能滿足『文化、休閒、娛樂』等多元需求的目標發展。

(2) 價格策略

瑞源花布燈籠工場的人事費用是根據多元就業開發方案由勞委會支付，故產品價格並無需考慮人事費用，其最大問題是燈籠純由手工製作，產量不足以擴大市場通路，因此價格策略之因素相對不是瑞源花布燈籠工場最迫切的問題。但未來若不繼續向政府申請多元就業方案，就無法接受人事費用的補助，勢必增加花布工場之人事費用的負擔，產品的成本結構也隨之改變，是否還能以現有之價格策略做為產品訂價方式被消費者所接受，還需持續觀察。

(3) 通路策略

瑞源花布燈籠工場所應用的通路有直接銷售及網路通路等二種策略，因是手工製作產量有限，故受產量限制及產品特性因素，相對的也就無法開發更廣大的通路。但通路決定產品之市場能見度及市場銷售率，只有『產』、『銷』密切結合，才能開發產品之通路。未來瑞源花布燈籠工場之通路策略可以朝向(1)可將花布燈籠工場所生產之燈籠產品及周邊產品集中於瑞源客家文物館銷售及展示，共同營造客家文化氛圍之特色(2)網站設計結合地方文化景觀介紹與花布燈籠產業資訊，使其達到網路通路之行銷效益(3)台東客家文化園區的成立，應妥善規劃在地客家文化創意產業之呈現及推廣方式等思維進行。

(4) 推廣策略

瑞源花布燈籠工場雖未積極主動採取推廣策略，卻因參與活動而被媒體採訪，在原無規畫中竟達到雙重的推廣效果。從研究結果來看，瑞源花布燈籠工場之推廣成效是顯著的，但是文化產業要能永續經營，其產品必須具有深度之文化意涵與明顯的當地特色。如何具體呈現文化創意產業之特色與文化意涵，以引起消費者的認同與感動，是燈籠工場在推廣策略運用上需要面對的問題。

總而言之，在行銷 4P 當中，產品才是真正決定市場成功的關鍵，即便通路及推廣策略再高明，價格再優惠，而產品本身卻不夠吸引人，那麼其他行銷活動再努力，或許會有一時成功耀眼的成績，終將遭顧客厭惡遺棄而慘遭失敗。由此可知，產品是行銷策略中首先要面對的問題，在瑞源花布燈籠工場行銷策略中，『產品策略』也正是當前最重要需最先進行的問題，一旦產品策略的問題獲得改善了，則價格、通路、推廣等策略就執行面而言，只要經過技術性的運用與操作，便能使瑞源花布燈籠工場的創意產業在激烈的競爭中脫穎而出。

四、 SWOT 分析

SWOT 分析產業的經營策略，分別以產業的內部能力優勢 (S: strength)、劣勢 (W: weakness) 及外部環境的機會 (O: opportunity)、威脅 (T: threat) 等四構面分析產業的競爭力，以提供清晰的組織現狀，評估實際經營能力及潛在危機，供經營者做當下決策、現狀分析或未來進展的思考基礎。本研究從管理、行銷、生產作業、設計研發、資訊運用等有型資源、無形資源、個人專長能力與組織專長能力等內部資源分析花布工場所具有的優勢與劣勢；以花布工場所處的社區環境、政策面、經濟力量、競爭來源、社會文化與消費面等外部環境來分析花

布工場所面對的機會與威脅。

(一) 內部核心資源分析

1、內部核心資源分析——優勢

瑞源花布燈籠工場之優勢有 8 點：1.社區組織健全，運作正常，過去曾辦過多場全國性大活動； 2. 社區社團資源豐富，平時往來配合非常密切； 3.獨有的工藝生產技術；4.能運用公部門與第三部門之資源；5. 經營者主動、積極、行動力等經營能力強；6. 產品定位明確；7 能與顧客保持良好的互動；8. 在地特色與社區參與。

- (1) 社區組織健全，運作正常，過去曾辦過多場全國性大活動：本社區將花布燈籠列入社區發展重點項目，曾獲得台東縣社區評鑑第一名，在全國決賽中亦獲得特優，也曾承辦中華道教全國聯合慶典暨台東縣社區民俗藝術嘉年華會農業經濟成果展－2001 年；行政院客委會台灣客家文化藝術節－2003 年；行政院客委會大伙來看收冬戲－2003 年等。
- (2) 社區社團資源豐富，平時往來配合非常密切：本社區旗下社團（舞蹈班、山歌班、童謠班、美食班、後山神鼓等）、鄰近的瑞隆社區（八音鑼鼓班）、瑞和社區（客家童謠班）、新豐社區（舞獅團）、老人會（氣功班、元極舞）、源聖宮（陣頭表演）等社團的藝文團隊，在各機關團體來參訪客家花布燈籠工場時，皆能主動配合支援演出，進而增加客源吸引力，使貴賓蒞臨時，不但可以欣賞、採買、體驗 DIY 獨特花布燈籠之美，並進而了解本社區文史資料。
- (3) 獨有的工藝生產技術：瑞源花布燈籠工場為全國第一家也是唯一生產客家花布燈籠之工作坊，燈籠產品完全是手工製作。
- (4) 能運用公部門與第三部門之資源：瑞源花布燈籠工場向勞委會申請多元就業開發方案解決人事費用；並獲得文建會、客委會、退輔會等公部門之經費補助，將當地農會廢棄十八年的農民教室，重新改裝為「花布燈籠工場」，並有計畫的成立「燈籠博物館」以保存及展示客家文化成果；花布燈籠工場所使用之花布是由客委會所提供；包裝提袋亦是客委會行銷輔導提供，上游的資源不虞匱乏。
- (5) 經營者主動、積極、行動力等經營能力強：瑞源花布燈籠工場多元就業開發方案專案經理人陳先生，在領導風格上積極主動、組織及行銷能力上面面俱到、對市場發展的趨勢具有敏銳的判斷力，以致花布燈籠工場雖只營運幾年，便建立口碑及市場知名度。
- (6) 產品定位明確：傳統工藝在產品定位上較為模糊，工藝有實用與藝術兩個特質，而這兩個特質互為襯托與影響。瑞源花布燈籠工場所生產之燈籠，因其具有地方特殊性、地方傳統的獨創性、使用客家花布為產品元素之一、

又獲致客委會的大力贊助，屬於客家傳統工藝品的形象容易深植消費者心中。目前瑞源花布燈籠工場所生產的花布燈籠可說是全國第一家，還未發現有類似產品、新的競爭者，經營得當有永續發展的可能。

- (7) 能與顧客保持良好的互動：瑞源花布燈籠工場的顧客來源，不管是政府機關、學校團體、文化活動現場的消費者，都能與之有良好的互動，除了教育顧客對產品的認識之外，也進一步熟悉地方文史、了解社區脈動。
- (8) 在地特色與社區參與：瑞源花布燈籠工場所生產的花布燈籠產品非常具有在地的客家特色，社區居民也熱情參與，配合社區總體營造精神營造社區特色，自動自發在自家門口懸掛喜氣洋洋的客家花布燈籠，不僅營造出社區特色，無形中也具有花布燈籠推廣效果。

2、內部核心資源分析——劣勢

內部核心資源劣勢分析，可視為產業資源的缺口，瑞源花布燈籠工場的內部資源劣勢可歸納為 4 點：1.花布工場缺乏學習環境，產能有限；2.無法兼顧行銷；3.產品膨脹不利包裝及運輸；4.作業員美學知識不足；5. 產品同質性高。

- (1) 花布工場缺乏學習環境，產能有限：台東地區甚至整個台灣，製作客家花布燈籠者，除了瑞源這一家工場，可說是別無分號，以至於員工缺乏學習的環境；也因為加入多元就業方案，工作人員名額有限，有時無法承接大量件數的訂單。
- (2) 無法兼顧行銷：瑞源花布燈籠工場編制人員有 7 人，5 位作業員負責骨架製作、燈籠外衣裁剪車縫、飾品組合、產品裝箱運送；1 人專職行銷推廣企劃；1 位專案經理領導並組織各計畫參與人員（行銷企劃人員及各作業員）之人力運作及規劃，內外聘講師協助進行個案管理與花布燈籠工場行銷策劃，協調並管理成員之出勤紀錄與工作內容分配。行銷人員除了行銷推廣企劃外，還須兼顧導覽解說、產品設計、現場製作，有時分身乏術無法兼顧行銷方面的工作。
- (3) 產品膨脹不利包裝及運輸：工場生產的花布燈籠，大小尺寸由直徑 14 公分至 66 公分皆有，因燈籠各部份零件是固定組合無法摺疊，體積大非常佔空間，增加運輸成本。
- (4) 作業員美學知識不足：工場裡的作業員都是社區中高齡者，只是具有木工或裁剪車縫的專長，並沒有接受過所謂的藝術美學素養訓練，所以對產品的美感及創意難以突破。
- (5) 產品同質性高：花布工場的周邊產品相較其他花布產業工作坊的產品，同質性高且明顯較無特色，在市場上的競爭力相對較為薄弱。

(二) 外部環境分析

從官方資料、文件報告、報章雜誌、期刊文章及研討會等次級資料，以了解

政府政策、我國經濟發展趨勢、傳統工藝產品的競爭、社會文化面與消費面等，分析瑞源花布燈籠工場所處的外部環境具有的機會與所面臨的威脅。

1、外部環境分析——機會

- (1) 政府的政策：政府積極營造文化環境，提升生活素質，有助於傳統工藝產品之發展；2008 年國家重點計畫，發展文化創意產業為政府施政目標，為傳統工藝產業發展之利基；從有關各部會的技術支援及經費贊助，可知政府非常重視瑞源花布燈籠工場所生產的花布燈籠產品的獨特性與發展潛力。
- (2) 無勞力與資金的問題：瑞源花布燈籠工場的人工來自於社區並具有專長者，人事費用由勞委會支付、製作燈籠原料由客委會支應，目前工場所在地原隸屬行政院退輔會之土地，地上建物原由鹿野地區農會使用，但已荒廢了 18 年的瑞源農民教室，獲客委會經費補助將之重新改建裝潢為「花布燈籠工場」。無勞力與資金問題，燈籠工場產製之燈籠產品更具市場競爭力。
- (3) 社會環境與消費文化的改變：由於紅豔豔的花布燈籠喜氣又有特色，對於文化與美感融入產品所帶來的加值，日益受到重視；有許多民宿或飯店業者也將花布燈籠作為營造特色點子之一。甚至如關山分局警察文物史蹟館也掛上花布燈籠，營造出一種親民、愛民的氛圍，不再讓人踏入分局就有壓力迫人的感覺。
- (4) 無時間及空間限制之『網路通路』已是現代企業發展之趨勢，瑞源花布燈籠工場也使用網路通路做為銷售的方式之一，消費者皆可透過『瑞源花布燈籠工場』網站了解瑞源花布燈籠工場產品種類、規格、花色、價格、聯絡方式等資訊，是一個極具潛力、新興的市場。

2、外部環境分析——威脅

- (1) 易受經濟景氣或外在因素的影響，因為燈籠並不是必需品，當社會經濟不景氣時，消費者並不會把這一類商品列為第一優先考慮，以致會影響到產品的銷路。
- (2) 缺乏保護機制：傳統工藝產品是沒有任何保護機制，雖然瑞源花布燈籠工場號稱是全國第一家客家花布燈籠生產者，但並不能保證未來市場上沒有類似的花布燈籠。
- (3) 缺乏產品通路與銷售平台：瑞源花布燈籠工場是社區發展協會下的組織之一，屬於地方特色產業，希望是『地產地銷』，除了直接到花布燈籠工場購買及網路行銷外，並不設置其他銷售通路，致使市場成長較為緩慢。

茲將上述瑞源花布燈籠工場之內部資源分析及外部環境分析整理如（見表 5-13）

表 5-13 瑞源花布燈籠工場 SWOT 分析表

內部資源分析——優勢	內部資源分析——劣勢
<p>1.社區組織健全，運作正常，過去曾辦過多場全國性大活動；2. 社區社團資源豐富，平時往來配合非常密切；3. 獨有的工藝生產技術；4.能運用公部門與第三部門之資源；5. 經營者主動、積極、行動力等經營能力強；6. 產品定位明確；7 能與顧客保持良好的互動；8. 在地特色與社區參與。</p>	<p>1.花布工場缺乏學習環境，產能有限 2.無法兼顧行銷 3.產品膨脹不利包裝及運輸 4.作業員美學知識不足 5.產品同質性高</p>
外部環境分析——機會	外部環境分析——威脅
<p>1. 政府的政策支持花布燈籠的發展 2. 無勞力與資金的問題 3. 社會環境與消費文化的改變 4. 採用無時間及空間限制之『網路通路』做為行銷方式之一。</p>	<p>1.易受經濟景氣或外在因素的影響 2.缺乏保護機制 3.缺乏產品通路與銷售平台，市場成長緩慢</p>

資料來源：本研究整理

五、小結

在這一章節裡，我們可以看到屬於大家集體記憶的阿婆花布，在沉寂一段歲月後，因藝術家巧妙的雙手、社區將之做為產業資源大力推廣、政府部門的支持與宣傳，又讓其重拾風華的過往，現今總統夫人周美青女士更在國際重要的外交場合穿著阿婆花布製作的裙裝，那身討喜的花布，再度引起眾人的目光，吸引更多的人湧入布莊，指名要選購這種有共同記憶的花布。另外桐花這種不具經濟價值的植物，也在客委會刻意烘托及宣傳下，帶給人們不一樣美的價值，每到四、五月，一波波的人潮湧入桐花裝扮的客庄，帶來驚人的商機，一件件桐花意象的創意商品也因運而生。

瑞源社區的客家耆老、社會菁英，有感於客家文化的消逝，客家傳統工藝日漸沒落，故在從事社區營造之時，便將客家花布燈籠做為社區特色營造方向，雖只短短四、五年時間，卻已擁有不錯口碑，社區居民也因花布燈籠工場的成立，對社區產生了凝聚力與認同感。

在花布燈籠工場的 SWOT 分析裡，可以看見燈籠工場所擁有的優勢及機會，相較於劣勢及威脅來的贏面較大，工場的行銷策略也明顯的有其成效，相信只要運用得當，善用各種發展策略，定能在這花布產業爭鳴的社區中，佔有一席之地。

第六章：結論與建議

本研究主要目的在探討藉由社區營造的精神，瑞源花布燈籠工場之特色與發展為何？並透過現況分析、居民期許，提出對當地推動花布燈籠工場發展之建議，首先以文獻探討為理論基礎，在針對研究個案進行深度訪談，將所蒐集的資料以類屬分析法與 SWOT 分析法進行分析與歸納。

本研究之研究方法與結果分析主要以質性研究為主，透過深度訪談了解瑞源花布燈籠工場之經營現況、特色與未來規劃，並佐以 SWOT 分析法，深入探究影響花布燈籠工場之發展要素，最後提出如何透過社區總體營造結合自然景觀、人文特色其他社區資源，以強化瑞源花布燈籠工場之產品特色與內涵，並提供相關單位規劃或評估之參考。

本章就前述各章節之論述歸納以成結論，第一節就個案瑞源花布燈籠工場歸納出研究結論，提出可供後續深入研究之面向。第二節針對研究目的提出瑞源花布燈籠工場發展之策略，提出可行策略，以供從事花布燈籠推廣之地方人士、或執行單位推動花布燈籠產業之參考依據，並期望有助於社區營造工作的推廣與實踐。第三節提出後續研究建議，提供未來研究者可思考之方向。

第一節 研究結論

一、 政府部門與社區組織之關鍵角色

政府推動的『社區總體營造』計畫即將邁入第 15 個年頭，在實踐『文化產業化、產業文化化』之政策目標下，積極發展地方文化產業來促進地方經濟再生與文化保存延續。政府從剛開始執行的主導者、發動者，逐漸轉換成輔導者、協助者的角色，期望做到完全『由下而上』的民主機制，由社區居民自行決定所生存的社區未來走向。

在社區資源嚴重缺乏狀態下，政府資金的挹注與社區人才的協助仍是社區發展極為重要的資源，藉由政府資源協助的誘因，促使社區嘗試並勇於營造屬於自己社區的特色，並積極尋求中央政府的重視與協助，這正是社區總體營造之真正意涵。為求社區總營造得以永續發展，社區人才的培訓亦為社區營造工作之一，由政府部門勞委會所推行的多元就業計畫開發方案，解除欠缺專業人才的困境，使瑞源花布燈籠更有競爭力，儘管往後專案計畫結束或政府無法輔導時，社區仍舊可以繼續自行運作，排除社區向上發展的阻力。

瑞源社區發展協會內部成員大多是由社區耆老、精英或知識份子領導，旗下有十多個社團，進入社區做帶動或倡導社區營造的觀念，鼓勵居民參與社區工作。瑞源客家花布燈籠工場成立至今 4 年多，藉由向勞委會申請多元就業方案、退輔會提供場地、鹿野地區農會提供地上建築物、客委會經費補助整修燈籠工場，已成功營造社區特色、奠定花布燈籠工場的根基。雖然目前場方為了調整經

營方式，已決定暫時不再向勞委會申請多元就業方案，讓花布工場回歸到社區自治，做為重新出發的起點，再審慎的規劃工場未來營運的方向。但經過政府部門近幾年來的贊助及輔導，已為瑞源花布燈籠工場未來的發展樹立穩健的基礎。

二、 客家文化與花布燈籠之關係

瑞源花布燈籠工場的成立與社區人口結構有很大關係，由於瑞源社區是鹿野鄉最大的客家庄，客家人口約佔四成，且幾乎是來自桃、竹、苗等地的北部客。民國 81 年瑞源社區發展協會成立之初，亦是由身為客家人的地方仕紳集資發起，所以當社區發展協會欲建立地方特色而從事社區總體營造之時，便有感於客家文化日益消逝、傳統客家工藝有斷絕危機、且希望社區居民耳濡目染之下，更能了解客家文化的獨特性及時代意義，故將客家傳統花布文化，以及燈籠手工技藝傳承，視為社區未來規劃及發展之首要工作，於是在民國 92 年 8 月開始籌備花布燈籠工場，並營運至今。

三、 營運績效顯示推廣及行銷策略有其成效

從花布燈籠工場之推廣銷售展示場次一覽表（表 5-11）及工場的行銷策略之應用得知工場的推廣及行銷，是以參加客家文化活動為主要的推廣方式；直接或間接受各媒體的採訪而達到推廣的效益；也因是社區特色而吸引其他社區到工場參訪選購；或學校為了實施鄉土教育而鼓勵並帶領學生進行燈籠 DIY 教學。其成效如何？從表 5-12 工場營運績效表可知，實施多元就業方案營運計畫 3 年來，其營運績效從第一年結餘約 19 萬元；第二年結餘約 50 萬元；第三年結餘約 61 萬元，盈餘雖不多，但持續增加當中，顯示工場之推廣及行銷策略是有其成效的，若能繼續營運，穩定中求發展，不僅能實現社區總體營造之精神，型塑地方特色；更能提供就業機會，提升社區經濟，帶動社區發展。

四、 公家機關為主要之銷售對象

由於花布燈籠工場的成立，得力於中央府會的技術支援及經費補助，文化傳承的意義大於實際的經濟效益，於是參加客家文化活動的推廣是必要的。也由於花布燈籠的獨特性、深具地方文化特色、色彩艷麗討喜，中央部會、縣市政府、公家機關、學校社團、社區團體，常會到工場參觀、選購、或進行 DIY 自行組裝，所以現階段的銷售對象是以公家機關單位為主。

五、 產業的推廣，面臨產品項目不豐富、同質性高等問題

瑞源花布燈籠工場以客家花布燈籠為主，周邊商品為輔，根據研究結果顯示，燈籠工場雖在短時間內打響了『全國唯一生產客家燈籠』的名號，對傳承地方傳統文化產業，造就社區居民之就業機會，深具意義。但其周邊商品相較其他工作坊之客家花布產品，明顯較無新意、同質性高、缺乏競爭力。或許工場員工都是社區二度就業居民，其過去就業的背景可能對創意、設計等美學概念欠缺不

足，應可透過定期的上課或是參觀美術館、美學設計等作品，培養員工之美學素養及設計創意能力，提升產品之精緻度，並將行銷策略妥善規劃加以應用，瑞源花布燈籠之推廣與永續經營的期待才有成功的可能。

六、 整合活化社區資源優勢，可豐富花布燈籠的內涵

根據第五章個案分析，可知整個鹿野鄉位於花東縱谷區內，有高山、丘陵、台地及平原，其中以大面積的梯田最具特色，更有充足的陽光，純淨零污染的空氣，豐沛乾淨的水資源，依山傍水，風光明媚，因此孕育了多元化的農特產品，使鹿野地區的農業成為最具競爭力的產業。若依農委會所擬之『發展休閒農業』及『營造農村新風貌』等計畫之內涵，並加以創意之應用，則鹿野地區農業可朝轉型成休閒觀光農業之方向進行，並將農產品加以包裝設計與行銷，使其提高農、特產品之經濟價值。

至於瑞源社區也擁有的社區資源，包括健全的社團組織，網羅優秀的社區人才，推廣社區發展不遺餘力，從研究結果得知，這些瑞源社區發展協會旗下的社團組織，平時往來密切，對於扶植瑞源花布燈籠的發展，也貢獻良多；另外這個地區也擁有豐富的地景特色，包括山景、河流、惡行地形、台地、農村景象等；因此研究者認為，此地區擁有豐富的人文景觀、產業特色資源、自然生態美景，不同類型的社團組織，值得相關人員加以發掘、規劃，與瑞源花布燈籠工場進行整合，使花布燈籠之內涵更加豐富多元化。

第二節 發展策略建議

在進行 SWOT 分析後，根據 Weihrich 在 1982 年提出將組織內部的優勢、劣勢與外部環境的機會、威脅，以界定出所在之位置，可研擬出適當的因應對策，以下就燈籠工場工作人員、社區居民的看法，及研究者的觀察，對瑞源花布燈籠工場未來的發展策略提出建議。

③ 『S-O』攻勢策略

1、結合瑞源當地環境、文化等優勢，強化花布燈籠工場的內涵

瑞源社區擁有一望無際的平原，具有優美而多變的自然景觀；氣候溫和、土壤肥沃、水質乾淨，生產富饒的農、特產品。藉由在地生活文化與花布燈籠的結合，創造更具特色的在地優勢，以強化花布燈籠工場的內涵。

2、因應社區總體營造機制，帶動花布燈籠工場發展

瑞源花布燈籠工場是依據社區總體營造精神而發展推廣的社區型特色產業，藉著由上而下、居民參與、社區自主及永續經營的理念，進而帶動社區整體性的發展。

③ 『W-O』防禦策略

1、繼續向政府申請多元就業計畫開發方案，創造就業機會

雖然目前場方為了調整經營方式，已決定暫時不再向勞委會申請多元就業方案，決定回歸到社區自治。但花布工場正式營運至今不過近5年時間，當初成立的目的，諸如推動客家文化、充實客家文化活動之深度、肩負客家歷史傳承之責任、及配合學校鄉土教育，讓小朋友從小就能了解客家文化、並能提供就業訓練及機會，促進社區中高齡、原住民、婦女及身心障礙者、弱勢者之就業機會，再造第二專長等，似乎還有努力的空間。若能繼續向勞委會申請多元就業計畫開發方案，不僅可舒緩社區內部資金缺乏的問題，也能創造社區就業機會，進而改善整個社區環境。

2、培養在地人才，積極參與花布燈籠規劃與執行工作

燈籠工場內最缺乏的就是行銷與設計的人才，應加強社區人員培訓工作，培養美學素養，增加行銷推廣能力，以利花布燈籠之發展。

③ 『S-T』穩定策略

1.整合社區資源及在地特色，發展多元休閒旅遊路線

可與當地民宿業者、客家美食業者、高台茶藝業者、生產農、特產品業者結合，將瑞源社區之花布燈籠產業文化融入其中，並結合自然景觀、人文特色，發展多元休閒旅遊路線，不僅讓前來遊玩的觀光客有更多選擇，更有利於提升社區整體之發展價值。

2.明確社區特色定位，塑造客家文化特色旅遊環境

近年來油桐花在客家鄉鎮創造出無限商機，但在東台灣並未有大的油桐花林可欣賞，若能在瑞源社區外圍林地植栽油桐花，塑造成具客家文化特色的旅遊環境，在觀光潮流的帶動下，花布燈籠這個社區型的文化產業在此客家文化意象氛圍下，亦可達到加乘效果，以提高產業層級與強化產業勢力。

③ 『W-T』退守策略

1.整合教育與文化資源，建構社區發展遠景

社區的鄉土教育雖未能直接對花布燈籠工場帶來效益，但透過學校的鄉土教育，實施鄉土教學社區資源探索等認知課程，得以帶動熱愛家鄉文化之情意與態度；而家鄉的文化資產、社區環境，亦值得去探究與學習，因此可將文化資源與學校教育予以整合，共同為社區文化紮根而努力，建構社區發展遠景。

2.凝聚社區居民共同意識，增加花布燈籠發展利基

從研究結果可知，瑞源社區居民除四成的客家人外，部分社區居民對此花布燈籠還是抱持著可有可無的心態，並不認為『它』能為社區帶來任何利於發展的條件，所以社區在推行客家文化活動時，往往參與者還是以客家族群為主，若能結合社區民眾所關心的議題，促使社區凝聚共同的意識，定能增加花布燈籠發展的優勢，並且保持永續經營的最佳狀態。

第三節 後續研究建議

- 1、本研究是以工場仍向勞委會申請多元就業開發方案時之推展與營運為研究基礎，目前場方為了調整經營方式，決定暫時不再向勞委會申請多元就業開發方案，而回歸到社區自治，做為重新出發的起點，再審慎的規劃工場未來營運的方向。但根據表 5-12 工場營運績效顯示，若未來不繼續向政府申請多元就業方案，就無法接受人事費用的補助，勢必增加花布工場之人事費用的負擔，產品的成本結構也隨之改變，是否還能以現有之價格優勢繼續行銷燈籠產品，花布工場營運績效是否還能繼續維持穩定成長，尚需持續觀察。建議未來研究者可針對多元就業開發方案之申請有無？是否影響花布燈籠工場之營運及發展？其對社區發展之差異性及影響為何？進行研究及探討，以提供場方審慎評估之參考。
- 2、本研究之研究對象是以花布燈籠工場之立場為研究方向，並以深入訪談為主要之研究方法，因此對於行銷策略應用之效益無法以數據或更具體方式呈現，建議未來研究者可以消費者為主要研究對象，以量化方式朝『顧客滿意度』、『消費者心理感受』、『消費者購買目的』……等方向設計研究目的，探索消費者對瑞源花布燈籠之需求與期待，以供場方針對特定族群行銷策略擬定之依據，以及行銷策略之修正與評估使用。
- 3、單純以花布燈籠似乎較不具吸引消費者前來購買的魅力，若結合社區旅遊觀光資源，發展多元休閒旅遊路線，與當地民宿業者、客家美食業者、高台茶藝業者、生產農、特產品業者合作，是否有助於瑞源花布燈籠工場之發展？建議未來有興趣之研究者可朝此方向做更深入之探討與研究。

參考文獻

期刊論文部份

- 97 年創新鄉村社區人文發展計畫 (2008)。瑞源社區發展協會。
- 二 00 二文建會文化論壇系列實錄 (2003)。文化創一產業即地方文化館。文建會。
- 行政院文化建設委員會 (1999)。台灣社區總體營造的軌跡。
- 行政院文化建設委員會 (2003)。台灣文化創意產業發展年報。
- 行政院文化建設委員會 (2004)。文化統計。
- 行政院文化建設委員會 (2004)。文建會網路學院。casp 智庫 2 文化創意產業
- 行政院文化建設委員會。磐石行動—地方文化館第二期計畫(97 年至 102 年)。
- 江志成 (2005)。客家文化空間與社區總體營造。第六屆非營利事業管理研討會
心得分享。
- 李聲吼 (2006)。我國社區發展工作的轉型與特色。發表於『台閩地區 95 年度推展
社區發展工作績效評鑑報告』P159-163。
- 東台灣研究會 (1997)。台東縣地名資料彙編。台東縣。
- 夏忠堅 (1997)。大家來打拼—教會參與社區營造手冊。
- 陳其南 (1998)。文化產業與原住民部落振興。
- 黃武忠 (2005)。如何建立社區文化以提昇社區生活品質。全國社區發展會議第
三分組引言報告。台北市：內政部編印。
- 瑞源社區三年經濟形多元開發就業方案計畫書 (2007)。瑞源社區發展協會。
- 臺灣健康社區六星計畫推動方案 (2005)。行政院院臺文字第 0940084226 號函核
定。
- 臺大建築與城鄉研究所 (1997)。台東縣綜合發展計畫。台東縣。
- 蔣玉嬋 (2004)。地方文化產業營造與社區發展。社區發展季刊 107 期。
- 蔣玉嬋 (2006)。地方文化館與地方文化產業之研究：以新竹市玻璃工藝
博物館為例。博物館學季刊 20 (3)。
- 蔣玉嬋 (2006)。地方文化產業與社區學習。社區發展季刊 115 期。
- 瞿文芳 (2001)。行政院客家委員會設置之背景說明。中央月刊。

圖書部分

- Alex Miller and Gregory G.Dess 著蘇哲仁/林承五譯 (1999)。策略管理。五南圖書。
- David Hesmondhalgh 著廖佩君譯 (2006)。文化產業。台北：韋伯文化。
- Michael Quinn Patton 著吳芝儀/李奉儒譯 (1999)。質的評鑑與研究。桂冠。
- Philip Kotler 著/周善謙、周月如譯 (2002)。行銷管理概論。華泰文化。
- Philip Smith 著/林宗德譯 (2004)。文化理論的面貌。台北：韋伯文化。
- Uwe Flick 著李政賢/廖志恒/林靜如譯 (2007)。質性研究導論。五南圖書。

- 中華民國社區教育學會（1998）。社區營造與社區學習。師大書苑。
- 中華民國社區教育學會主編（1998）。社區營造與社區學習。師大書院發行。巴托莫爾著/廖仁義譯（1991）。法蘭克福學派（The Frankfurt School）。桂冠圖書。
- 行政院文化建設委員會（1998、2004）。文化白皮書。
- 行政院文化建設委員會（2007）。客家衣展風華。
- 吉野正治著/陳湘琴譯（2008）。寫給一般民眾的社區總體營造。詹氏書局。
- 吳清桂（2008）。台灣的設計寶庫 傳統花布圖樣 150。如何出版社。
- 李天賞主編（2005）。台灣的社區與組織。揚智文化。
- 辛晚教/古宜靈/廖淑蓉編著（2005）。文化生活圈與文化產業。詹氏書局。
- 林清江（1983）。文化發展與教育革新。台北：五南圖書出版公司。
- 林振春（1999）。台灣社區教育發展之研究。師大書苑。
- 林振春（1998）。社區營造的教育策略。師大書苑。
- 彼得·布魯克（Peter Browker）王志弘/李根芬譯。文化理論詞彙。巨流出版。
- 約翰·史都華（John Storey）著李根芳/周素鳳譯。文化理論與通俗文化導論。巨流出版。
- 夏黎明總編纂（2007）。鹿野鄉誌（上、下二冊）。
- 徐震（1985）。社區發展—方法與研究。中國文化大學出版部。
- 陳學明（1996）。文化工業。台北：揚智文化。
- 陳向明（2002）。社會科學質的研究。五南出版。
- 陳其南、申學庸（2000）。文化建設與國家發展。
- 中國國民黨中央委員會政策研究工作會。
- 黃學堂主編（2006）。客情東移池上客家情。行政院客家委員會。
- 黃世輝研究論文集。社區自主營造的理念與機制。建築情報出版。
- 葉至誠（2000）。社會科學概要。臺北：揚智文化。
- 葉智魁（2002）。哲學雜誌 38 期—文化發展與文化產業。業強出版。
- 詹秀員（2002）。社區權力結構與社區發展功能。洪導文化。
- 陽弘任（2007）。社區如何動起來。左岸文化。
- 戴國良（2003）。行銷管理—理論與實務。五南圖書。
- 趙川銘主編（2006）。客鄉鹿野大原客為鄉。行政院客家委員會。
- 廖秋娥主編（2006）。客族縱谷關山尋客族。行政院客家委員會。
- 榮泰生（1992）。策略管理學。華泰文化事業公司。
- 龍冠海（1966）。社會學。台北：三民書局。

碩博士論文

- 孔牧學（1995）。台灣文化產業特性與產業關聯之研究。國立成功大學碩士論文。
- 朱益生（2002）。社區總體營造的美麗與哀愁。南華大學社會學研究所。
- 李舒歆（2005）。地方文化產業發展策略研究—以宜蘭縣白米、珍珠、尚德社區再造之地方文化產業為例。銘傳大學碩士論文。

- 李怡萱（2009）。客家花布產業發展之研究：以資源基礎的觀點。
國立政治大學碩士論文。
- 林陽杰(2001)。社區博物館的籌設與發展--以南投縣牛屎崎鄉土文史館為例。
國立彰化師範大學藝術教育研究所碩士學位論文。
- 林佳蓁（2005）。客家文化創意產業之回應性評估研究
--以苗栗大湖草莓園區為例。國立台北大學碩士論文。
- 高克孝（2006）。從 PAM 架構探討高雄市警務機關在職教育訓練變革之研究。
國立中山大學。
- 陳思琦（2007）。地方文化產業與社區營造之研究--以關西玉山地區為個案。
新竹教育大學碩士論文。
- 陳怡夙（2007）。文化產業與社區認同一清境地區博望新村個案研究。
逢甲大學碩士論文。
- 陳一夫（2002）。博物館對地方文化產業發展之影響—以鶯歌陶瓷博物館為例。
台灣大學碩士論文。
- 許先嬪（2007）。台東縣關山鎮地方發展特色。國立師範大學碩士論文。
- 莊麗香（2006）。六堆客家文化創意產業行銷策略及成效之研究。
國立師範大學碩士論文。
- 黃鈺婷（2007）。地方文化產業發展與地方認同一以台南縣新化鎮為例。
台南大學碩士論文。
- 黃國倫（2007）。全球化時代邊緣化地區之因應策略--以台東縣發展觀光業為例。
台東大學碩士論文。
- 彭維建（2006）。行政院客家委員會之關鍵公眾關係管理效果初探
--以大台北地區客家族群為觀察現象。政治大學碩士論文。
- 楊深耕（2006）。地方文化產業的理論內涵分析：
歷史社會學與文化經濟學的視角。
- 楊敏芝（2002）。地方文化產業與地域活化互動模式研究----以埔里酒文化產業
為例。國立台北大學博士論文。
- 劉得臣（2007）。地方文化產業全球化—以霹靂布袋戲為例。南華大學碩士論文。
- 廖桂敏（2004）。地方文化產業發展之實踐—以美濃鎮為例。政治大學碩士論文。
- 蔡年泰（2004）。台東地區文化創意產業經營策略之研究—以工藝產業為例。
台中健康暨管理學院碩士論文。
- 蘇明如（2001）。90年代台灣文化產業生態之研究。南華大學碩士論文。

網路資源

- ③ 2008年8月取自鹿野鄉公所網站。<http://www.lyee.gov.tw/>
- ③ 2008年8月取自瑞源社區發展協會網站。<http://rei-yen.ehosting.com.tw/>
- ③ 2008年10月取自國際合作知識網
<http://www.ipc.itri.org.tw/webap/menu-index.asp>

- ③ 2008 年 10 月取自林玟慧/以「酵素」催化特性的概念探討社區居民對社區活
性化的影響。
<http://sowf.moi.gov.tw/19/quarterly/data/113/24.htm>
- ③ 2008 年 10 月取自王本壯/文化資產詮釋的紮根行動--從法國的社區參與談起。
<http://tw.myblog.yahoo.com/jw!jPJ0f1SGE1mL4EyCY8oucUbPRQ--/article?mid=954>
- ③ 2008 年 10 月取自管中祥/傳播與文化基本關係。世新大學。
<http://www.mediawatch.org.tw/benladoc/cc200701.ppt#272,32>
- ③ 2008 年 11 月取自客家文化季 NO.14 冬季號。
<http://www.hakka-lib.taipei.gov.tw/magazine/2005winter/coverstory.htm>
- ③ 2008 年 11 月取自客家文化季刊 2007 秋季號。陳美禎。
<http://candyshen12.spaces.live.com/blog/cns!9C39F2FDC9BE3696!2654.entry>
- ③ 2008 年 11 月取自社區營造基本理念。
<http://www.ccea.org.tw/leader/98spcom1.htm>
- ③ 2008 年 11 月取自番薯藤資訊網/了解社區的需要
http://921.yam.org.tw/community/need.htm/need_01.htm
- ③ 2008 年 11 月取自楊宗孝。活化具有地方特色工藝產業。台灣工藝。
<http://www.ntcri.gov.tw/files/0135561.pdf>
- ③ 2008 年 11 月取自國外經驗借鏡。
<http://www.moeasmea.gov.tw/public/Attachment/75911513171.doc>
- ③ 2008 年 11 月取自文化創意產業專屬網站。
http://www.cci.org.tw/show_case/show_case_list.asp?show_case_cate_sqno=4
- ③ 2008 年 12 月取自陳欽春所寫之社區主義一文。
http://www.mcu.edu.tw/department/genedu/2echelon/92report/a03/0807_14.htm
- ③ 2008 年 12 月取自張家銘(2004)/地方文化館與休閒觀光—兼論台東地區文
化館的發展現況。前館電子報第 43 期。
http://www.nmp.gov.tw/enews/no43/page_01.html
- ③ 2008 年 12 月取自林振春/終身教育與社區總體營造。
<http://w2.nioerar.edu.tw/basis1/699/a11.htm>
- ③ 2009 年 2 月取自許主冠/ 社會資源的重整與建構—以人際關係網絡為治安社
區基礎。
http://sixstar.cca.gov.tw/newsite/professional_03.php?fcategoryid=8&pid=50
- ③ 2009 年 2 月取自台東南島文化節主題網站。
<http://www.austronesian.tw/web-2-1.html>
- ③ 2009 年 3 月取自周德禎/文化定義。屏東教育大學。
<http://cclearn.npue.edu.tw/tuition/culture-web/paper/6.ppt#256,1>
- ③ 2009 年 4 月取自社區發展季刊。
<http://sowf.moi.gov.tw/19/quarterly.htm>

附錄

2008 年南島文化節節目總表

日期 時間	12 月 20 日 (六)	12 月 21 日 (日)	12 月 22 日 (一)	12 月 23 日 (二)	12 月 24 日 (三)	12 月 25 日 (四)
0900 1700	文化產業特 展	文化產業特 展	文化產業特 展	文化產業特 展	文化產業特 展	文化產業特 展
1530 2130	1.原住民族產 業主題展區 2.原住民族特 色商品展售 3.原住民族美 食、農特產品 區 4.產業 DIY 體 驗 5.木雕製作	1.原住民族產 業主題展區 2.原住民族特 色商品展售 3.原住民族美 食、農特產品 區 4.產業 DIY 體 驗 5.木雕製作	1.原住民族產 業主題展區 2.原住民族特 色商品展售 3.原住民族美 食、農特產品 區 4.產業 DIY 體 驗 5.木雕製作	1.原住民族產 業主題展區 2.原住民族特 色商品展售 3.原住民族美 食、農特產品 區 4.產業 DIY 體 驗 5.木雕製作	1.原住民族產 業主題展區 2.原住民族特 色商品展售 3.原住民族美 食、農特產品 區 4.產業 DIY 體 驗 5.木雕製作	1.原住民族產 業主題展區 2.原住民族特 色商品展售 3.原住民族美 食、農特產品 區 4.產業 DIY 體 驗 5.木雕製作
1800 2100	【開幕活動】 1.吞互樂團 2.高山舞集 3.阿里山鄒族 樂舞劇團 4.周莉文、哈 雷樂團、高瑞 欣、曾繼舜山 的孩子樂團 5.神木與瞳－ 賴銘偉、黃美 珍	南島民族服 裝走秀 1.台東中學 2.東華大學 3.台東大學 4.原住民傳統 服裝走秀 5.黑澤樂團 6.南王三姐妹 7.北原山貓 8.昊恩家家	南島樂舞之 夜 1.抓爬樂樂團 2.kedri kedri 舞團 3.磐石樂團 4.龍哥 5.巴希瓦力樂 團 6.神秘樂團 7.台東專校 8.七彩文化團 9.電光 Amis 傳統打擊樂 團 10.東興社區 11.利嘉社區 12.Amis 海洋	南島歌謠之 夜 1.弦外樂團 2.神秘樂團 3.小董事樂團 4.藍星舞團 5.達谷梵原舞 團 6.博愛社區 7.高山舞集 8.秀林鄉-太 魯閣族部落 歌舞 9.大王村日昇 部落	聖誕點燈之 夜 19:00 開場+ 煙火 19:07 大合唱 19:14 禱告 19:17 福音詩 歌 19:27 來賓致 詞 19:37 熱力四 射帶動唱 20:07 福音詩 歌 20:14 讚美之 舞 20:21 勁舞 20:28 曙光之 樂	南島古謠之 夜 1.楊美玉 2.宗嘉玲 3.Ka-silaw 樂 團+女歌手 4..南島舞集- 排灣族 5.太古舞原術 6.原音文化音 樂團 7.胡東華 8.富豐社區祖 靈之火 9.盧皆興+飛 魚雲豹樂團

			文化		20:33 詩歌+ 聖誕歌劇演奏 20:48 翔鷹之舞 20:55 傳統舞蹈 21:02 魅力男女重唱 21:09 熱力街舞 21:19 動感街舞 21:23 米迦勒之舞	
地點	台東海濱公園	南京路廣場	南京路廣場	南京路廣場	南京路廣場	京路廣場
日期時間	12月26日 (五)	12月27日 (六)	12月28日 (日)	12月29日 (一)	12月30日 (二)	12月31日 (三)
0900 1700	文化產業特 展	文化產業特 展	文化產業特 展	文化產業特 展	文化產業特 展	文化產業特 展
1530 2130	1.原住民族產業主題展區 2.原住民族特色商品展售 3.原住民族美食、農特產品區 4.產業DIY體驗 5.木雕製作	1.原住民族產業主題展區 2.原住民族特色商品展售 3.原住民族美食、農特產品區 4.產業DIY體驗 5.木雕製作	1.原住民族產業主題展區 2.原住民族特色商品展售 3.原住民族美食、農特產品區 4.產業DIY體驗 5.木雕製作	1.原住民族產業主題展區 2.原住民族特色商品展售 3.原住民族美食、農特產品區 4.產業DIY體驗 5.木雕製作	1.原住民族產業主題展區 2.原住民族特色商品展售 3.原住民族美食、農特產品區 4.產業DIY體驗 5.木雕製作	1.原住民族產業主題展區 2.原住民族特色商品展售 3.原住民族美食、農特產品區 4.產業DIY體驗 5.木雕製作
1800 2100	<u>南島搖滾祖靈之夜</u> 1.小董事樂團 2.莫言樂團	<u>南島創意嘉年華之夜</u> <u>創意踩街、歡樂遊行</u>	<u>南島時尚之夜</u> 1.原味醞釀樂團	<u>活力南島之夜</u> 1.安朔國小 2.抓爬樂樂團	<u>再見南島之夜</u> 1.潘芊琪 2.太古舞原術	1.杵音文化藝術團 2.東興社區 3.原聲藝術團

	3.台東商校 4.龍哥 5.黑孩子 6.Ka-silaw 樂團 7.達卡鬧 8.圖騰樂團 9.巴希瓦力樂團 10.北原山貓	1.杵音文化藝術團 2.大仁科技大學-鄒族 3.踩街團體表演	2.黑孩子 3.潘芊琪 南島民族服裝走秀 原視音雄榜前五名 4.周莉文(達) 5.袁睿良(邵) 6.柯俊傑(魯) 7.蕭兆哲(泰) 8.楊君彥(太) 9.哈雷樂團	3.原味醞釀樂團 4.達谷梵原舞團 5.成功商水-歌舞劇 6.薪傳舞團 7.德高國小 8.紅葉國小 9.高山舞集 10.聽見台灣的美音樂團隊(噶瑪蘭)	3.關山工商 4.台東專校 5.拉勞蘭 6.達卡鬧 7.圖騰樂團 8.聽見台灣的美音樂團隊(邵族) 9.Ka-silaw 樂團	4.盧皆興+飛魚雲豹樂團
地點	南京路廣場	南京路廣場	南京路廣場	南京路廣場	南京路廣場	南京路廣場

資料來源：台東縣南島文化節主題網站