

國立臺東大學師範學院
休閒事業管理碩士在職專班
碩士論文

指導教授：陳宜樺 博士

文化創意產業與地方小鎮旅遊發展
關係之研究－以南投縣竹山鎮為例

研究生：陳建文 撰

中華民國一〇四年六月

NTTU Library



國立臺東大學師範學院
休閒事業管理碩士在職專班
碩士論文

文化創意產業與地方小鎮旅遊發展
關係之研究－以南投縣竹山鎮為例

研 究 生：陳建文 撰

指導教授：陳宜樺 博士

中華民國一〇四年六月

國立臺東大學

學位論文考試委員審定書

系所別：師範學院休閒事業管理碩士在職專班

本班 陳建文 君

所提之論文文化創意產業與地方小鎮旅遊發展關係之研究
-以南投縣竹山鎮為例

業經本委員會通過合於



碩士學位論文



博士學位論文

條件

論文學位考試委員會：

夏 同 立

(學位考試委員會主席)

夏 同 立

陳建文

(指導教授)

論文學位考試日期：104 年 6 月 17 日

國立臺東大學

附註：1. 本表一式二份經學位考試委員會簽後，正本送交學院辦公室及教務處存查。

2. 本表送教務處辦理。

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 師範學院休閒事業管理研究 系(所)
在職專班 組 103 學年度第 2 學期取得 碩 士學位之論文。

論文名稱：文化創意產業與地方小鎮遊旅發展關係之研究－以南投縣竹山鎮為例

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
☒	☐	國家圖書館
☒	☐	本人畢業學校圖書館
☐	☒	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
			☒

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：邱淑卿 (親筆簽名)

研究生簽名：陳建宏 (親筆正楷)

學 號：2010224 (務必填寫)

日 期：中 華 民 國 1 0 4 年 7 月 2 日

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

2. 依據 91 學年度第一學期一次教務會議決議: 研究生畢業論文「至少需授權學校圖書館數位化，並遲於三年後上載網路供各界使用及校內瀏覽。」

授權書版本: 2008/05/29

誌謝辭

2015年的夏天，心中有很多的感觸，站在臺東大學的校門口，回首二年來的求學過往，心裡不免泛起許多的感激、感動和感謝，因為東大帶給了我再一次的成長。

如今可以順利完成學業，首先要感謝的人就是我的指導老師—陳宜樺教授，如果沒有陳老師的指導，我想我今天的論文無法順利完成。陳老師在我撰擬論文的過程中，耐心且細心的指導，在很多時候都讓我有如撥雲見日、茅塞頓開，所以陳老師無疑是此本論文的最大推手。當然，在此也要感謝正修科技大學的夏自立教授和本校的辛信興教授等2位口試委員，2位教授在我的論文中發現了許多掛漏錯訛之處後，均能適時給予我指導和指正並提供寶貴意見，以致最後讓論文更加完善，也讓我受益良多。

我也要感謝我的家人，我想把此份論文獻給天上的父親和母親，因為他們的存在而有了我，而我將繼續朝著我的夢想和道路前進。另外也要謝謝我的老婆舒惠，在我研究所的求學過程中，她從女友成為我的老婆，在她一路的支持下，我的軍旅生涯頗多順遂，她也在我從國立南投高商遷調國立臺東專科學校任職後給予我最大的後盾，並鼓勵我繼續求學，如今，我的學業能夠完成，我非常地感謝她。

我還要感謝同組的明樑大哥、淑惠姊、治國兄、泓瑞兄，因為有他們無時無刻的協助和幫忙，讓我在二下遷調回臺中市國立勤益科技大學後，在論文的撰稿、課程的出席、行政協調工作等，也均能夠得心應手、游刃有餘。

最後，我要感謝我自己，因為我的堅持，我用一個無分地域的身分艱辛地完成了論文寫作，所以我也想把此份感動獻給每個關心我、愛護我的家人、親友、同事，希望藉此把喜悅分享給大家。

建文謹誌
臺中市南屯區
中華民國104年荔月

文化創意產業與地方小鎮旅遊發展 關係之研究－以南投縣竹山鎮為例

作者：陳建文

國立臺東大學休閒事業管理學系研究所在職專班

摘要

「文化創意」一詞可說是近年來各國最熱門的詞彙；如果把文化創意運用到產業發展，更可說是全球現階段傳統產業發展的趨勢。國內近年來的文化創意產業發展大多是藉由政府的輔導來重新提升地方傳統產業的發展，其目的主要在推動各地的文化觀光和保留臺灣傳統文化技能為主，其中文化觀光的發展，慢慢地也使國人的旅遊習慣有所改變，從以往的點到點的觀光模式，轉變成為現今推展臺灣文化不可或缺的觀光要件之一。惟現今國內政府與民間力量雖然在文化觀光上的推展不遺餘力，可是在於保留或傳承傳統文化技能上卻未必落實透徹；另外觀光旅遊背後所面臨的人口外移、人口老化以及年輕人不願意留駐等問題並沒有因此而有所改變，所以如何讓年輕人願意返鄉創業或就業，也是傳統技能能否傳承的關鍵。

爰此，本研究以探討南投縣竹山鎮的「竹馬之友慢跑部」和「小鎮文創股份有限公司」二個個案為主，透過與創辦人、傳統店家、以工換宿人員、慢跑人員等實際訪談，瞭解他們對現階段竹山鎮對文化創意產業和文化觀光融入竹山鎮的旅遊景點和傳統店家的看法，再加上筆者本身的親身參與體驗，有效地歸納出竹山鎮未來的發展願景和窒礙難行之處，冀希藉由此研究來分享和瞭解一個沒落的小鎮如何重新出發的故筆。

關鍵詞：文化創意、竹工藝、旅遊發展、文化觀光、竹山鎮

The Relationship between Cultural Creative Industries and Local Township Tourism Development —A Case Study of “Zhushan Township”

Author: Chen, Chien Wen

Education Dept., National Taitung University

ABSTRACT

“Cultural creative industries” is now the world development tendency. Our country-Taiwan government expects to restructure and preserve the traditional industries by cultural creative industries. “Cultural tourism” is a style of traveling recently. Traveling is a wonderful way for relaxing and a perfect way to understand a story of the history and people.

Now both of cultural creative industries and cultural tourism are important policies to promote the local township’s economic development. But the policies cannot attract the young people to return to their hometown or stay to learn the traditional skills and knowledge. This study examines how the “Juma” and “Townway Corporation” develop the traditional industries in Zhushan township by cultural creative industries and cultural tourism. At last, it has provided a new idea and a new story for passing down the traditional local township in Taiwan.

***Keyword: Cultural Creative Industries, Cultural Tourism,
Zhushan Township, Bamboo Industries***

目次

中文摘要.....	i
ABSTRACT.....	ii
目次.....	iii
圖目次.....	v
表目次.....	vii
第一章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的與範疇	2
第三節 研究流程.....	4
第二章 文獻探討.....	6
第一節 文化創意產業.....	6
文化創意產業的定義.....	6
文化創意產業的類別.....	8
第二節 文化觀光.....	11
文化觀光的定義.....	11
文化觀光的類別.....	12
第三節 竹山鎮產業及文化觀光的的內涵.....	14
竹山鎮整體環境分析.....	14
竹山鎮的環境資源.....	15
竹山鎮的產業及觀光資源.....	20
竹山鎮的文化觀光.....	33
第三章 研究方法.....	36
第一節 研究設計.....	36
第二節 研究對象及訪談內容.....	37
訪談竹山鎮傳統店家之內容.....	37
訪談「竹馬」路跑者及「小鎮文創」以工換宿人員之內容	38
第三節 研究限制.....	40

第四章 研究個案分析.....	43
第一節 「竹馬」與「小鎮文創」之創立緣由與現況.....	43
「竹馬」的創立緣由與現況.....	43
「小鎮文創」的創立緣由與現況.....	45
第二節 竹山鎮傳統店家訪談內容分析.....	52
第三節 「竹馬」及「小鎮文創」參與人員問卷內容分析.....	58
第五章 結論與建議	76
第一節 結論.....	76
第二節 建議.....	77
參考文獻.....	81
中文部分.....	81
外文部分.....	85
附錄一 與竹山鎮傳統店家訪談之內容.....	86
附錄二 與「竹馬」發起人訪談之內容.....	90
附錄三 與「小鎮文創」創辦人訪談之內容.....	93

圖目次

圖 1-1 研究流程.....	5
圖 2-1. 竹山鎮地理位置圖.....	16
圖 2-2. 南投縣地形圖.....	17
圖 2-3. 竹山鎮主要對外聯絡道路.....	20
圖 2-4. 小半天竹海.....	23
圖 2-5. 杉林溪茶園.....	23
圖 2-6. 紅蕃薯.....	23
圖 2-7. 竹筍.....	23
圖 2-8. 竹茶盤.....	24
圖 2-9. 竹筷.....	24
圖 2-10 竹容器.....	24
圖 2-11 竹搖籃.....	24
圖 2-12 太極峽谷.....	25
圖 2-13 梯子吊橋.....	25
圖 2-14 八卦茶園.....	26
圖 2-15 杉林溪.....	26
圖 2-16 溪頭大學池.....	26
圖 2-17 國立鳳凰谷鳥園.....	26
圖 2-18 臺大標本園.....	27
圖 2-19 竹山文化園區.....	27
圖 2-20 青竹文化園區.....	27

圖 2-21 車籠埔斷層保存區.....	27
圖 2-22 竹山莊氏古厝.....	29
圖 2-23 紫南宮.....	29
圖 2-24 李勇廟.....	29
圖 2-25 沙東宮地震園區.....	29
圖 2-26 甘泉井.....	29
圖 2-27 德山寺.....	29
圖 2-28 連興宮(媽祖廟).....	31
圖 2-29 靈德廟(城隍廟).....	31
圖 2-30 聖義宮.....	31
圖 2-31 林圯埔公墓.....	31
圖 2-32 前山第一城石碑.....	32
圖 2-33 茶心苑.....	32
圖 2-34 采棉居.....	33
圖 2-35 藏傘閣.....	33
圖 2-36 光遠.....	33
圖 4-1. 夜跑集合.....	43
圖 4-2. 夜跑集合.....	43
圖 4-3. 愛跑進小鎮活動.....	44
圖 4-4. 愛熱血夜跑星光夜跑活動.....	44
圖 4-5. 夜跑活動前暖身.....	45

圖 4-6 新聞報導夜跑活動.....	45
圖 4-7 天空的院子整修前.....	46
圖 4-8 天空的院子整修後.....	46
圖 4-9 天空的院子專輯.....	46
圖 4-10 馬修連恩伉儷與天空的院子.....	46
圖 4-11 有竹居.....	47
圖 4-12 鞍境家.....	47
圖 4-13 上山閱讀.....	47
圖 4-14 竹巢學堂.....	47
圖 4-15 大鞍山城.....	48
圖 4-16 小鎮故事館.....	48
圖 4-17 竹生活文化協會.....	48
圖 4-18 前山綻文創工作坊.....	48
圖 4-19 小鎮護身符.....	49
圖 4-20 小鎮米香.....	49
圖 4-21 米香方塊酥.....	49
圖 4-22 竹製茶罐.....	49
圖 4-23 振益棉被花布.....	49
圖 4-24 花布便當.....	49
圖 4-25 小鎮文創現階段發展之型態.....	50

表目次

表 2-1 各國或組織對文化創意產業的定義.....	9
表 2-2 國內外學者對文化創意產業的定義.....	10
表 2-3 國內外組織或學者對文化觀光的定義.....	13
表 2-4 國內外學者對文化觀光的分類.....	14
表 2-5 竹山鎮民國 92 年及民國 102 年性別及年齡層人口數.....	21
表 2-6 竹山鎮民國 92 年及民國 102 年各里人口數.....	22
表 3-1 訪談對象—竹山鎮傳統店家.....	41
表 3-2 參與路跑者和以工換宿人員問卷內容.....	42
表 4-1 文化創意產業與文化觀光類型分析.....	51
表 4-2 傳統店家對竹山鎮的看法.....	52
表 4-3 傳統店家對與「竹馬」或「小鎮文創」合作的看法.....	54
表 4-4 歷年竹山鎮人口數演變.....	55
表 4-5 參與路跑者和以工換宿人員之背景和過去經驗.....	60
表 4-6 參與路跑者之參與度.....	61
表 4-7 以工換宿人員之參與度.....	62
表 4-8 參與路跑者之認知度.....	64
表 4-9 以工換宿人員之認知度.....	65
表 4-10 參與路跑者之歸屬價直認同.....	67
表 4-11 以工換宿人員之歸屬價直認同.....	69
表 4-12 參與路跑者之傳承認同.....	72
表 4-13 以工換宿人員之傳承認同.....	74

第一章 緒論

第一節 研究背景與動機

一個族群或是一個國家的藝術與生活經驗的累積即是「文化」，而將有形或無形的文化加以包裝或設計之後，再發揮「創意」而產生出來的一種提昇人民生活價值，或可代表一個國家或族群發展的多元性產物，即稱為「文化創意產業」。

國內政府近年來積極推行「文化創意產業」(cultural creative industries)發展，期望藉創意產業與傳統產業的結合，賦予日漸式微的傳統產業一個新的面貌。而今，多元的文化創意產業儼然成為一種新經濟，這種經濟極為仰賴地方性的人文特色，也需具備高度的獨創性及可創造獨特的競爭力(王紡，1996)。由此可知，文化創意產業極具有這樣的特性，可將各種不同的產業結合發展，進而成為一種新型態的產業。

另一方面，政府也早在多年前已著手進行「文化觀光」(cultural tourism)之推展，世界觀光組織(World Tourism Organization, WTO)把文化觀光定義為：「是一種發自於文化動機而產生的移動，例如：遊學考察、表演藝術和文化之旅、節慶旅遊、造訪歷史古蹟、研究自然生態、民俗藝術、宗教朝聖等。」惟國內對文化創意結合文化觀光始終沒有具體或統一的方向。近年來國人旅遊習慣已經改變，以文化觀光導向的旅遊漸被國人所接受，因此各地方政府與民間業者均改變旅遊策略，將文化觀光導入地方旅遊，並同時結合地方文化創意產業，讓現今許多鄉鎮傳統產業能妥善保留及有效轉型(王欣怡，2013)；另外地方鄉鎮旅遊也開始以文化觀光為導向，漸漸地帶動地方旅遊之成長及活絡地方經濟效益。

經由文化創意和傳統產業的結合造就鄉鎮觀光的轉型，雖然這樣的轉型吸引了許多遊客進入沒落的鄉鎮，似乎也可以間接帶動鄉鎮傳統產業的復甦，但台灣城鄉發展的差距依舊，鄉鎮人口外移嚴重導致人口結構仍舊面臨斷層，此結果似乎只帶來了短暫的經濟效益，這樣的效益年輕人依然選擇放棄接續傳統產業，而繼續嚮往在都市工作，完全不足以吸引年輕人返鄉，南投縣竹山鎮即是如此。即便是文化觀光成功帶領觀光人潮進入小

鎮，但我們依舊無法看清傳統文化如何「傳承」，此亦是本研究所探討的主要重點。

筆者小時候生長在竹山鎮，是土生土長的鄉下小孩，近年來對於這個以閩南人口為主的小鎮，認知到它面臨了與臺灣其他鄉鎮一樣人口外移嚴重的問題，我的奶奶與母親生前均以在竹山鎮傳統市場裡販售蔬果為業，從近年來本人再度多次造訪竹山傳統市場，看到市場裡的舊識以及老面孔，還有大多是老年人的情形看來，這個曾經以竹工藝代工而輝煌發達的小鎮，如今因為中國代工市場的排擠，早已面臨了傳統產業沒落的處境。現在看來，竹山似乎沒有足夠的條件能夠吸引年輕人返鄉發展，也因此，出生在竹山的年輕人依然選擇落腳在大城市，本人側訪中也瞭解大部份當地的年輕人也多抱持著和我一樣的想法。

然而，35歲的在地人林家宏先生選擇在竹山鎮創立了「竹馬之友慢跑部」（以下簡稱「竹馬」），藉由每週三、六晚上的時間相約小鎮內志同道合的朋友一起夜跑，漸漸地一起夜跑的人數從2人、5人、20人、50人、100人、200人、500人，甚至更多人參與，之後慢慢地演變成爲小鎮居民每週三、六晚上定期的特殊夜跑活動，也因此造成了轟動，各大媒體爭相採訪，全國各地方鄉鎮居民也群起效尤，如今，以路跑之名存在的社區團體，在國內已經超過至少40個以上。

另外，今年34歲的何培鈞先生也早在2005年就選擇在竹山鎮落腳發展，並創立了「小鎮文創股份有限公司」（以下簡稱「小鎮文創」），從最初的民宿、餐廳經營，到近年來著手進行的青年創業計畫，何先生希望透過此計畫讓年輕人有多一種不同的工作選擇，並期望能夠將文化創意產業與竹山鎮的傳統店家相結合，進而發展出文創商品，並帶動地方文化觀光。

因此本研究以「竹馬」及「小鎮文創」為案例，探討如何發展竹山鎮的文化觀光？如何將文化創意與傳統店家相結合進而改變竹山鎮的傳統產業？以及如何透過文化創意、文化觀光與傳統店家的相結合後，有效提升小鎮傳統產業的能見度及永續發展？

第二節 研究目的與範圍

近幾年路跑運動在國內算是最熱門的運動之一，從深受年輕女性喜愛的HELLO KITTY路跑、邊跑邊玩的粉彩路跑、地方鄉鎮自行舉辦的在地特色路跑、政府或民間團體舉辦多元化的公益路跑等，可以想見路跑的風行程度在國內是非常受到推廣及民眾喜愛。在地紮根的「竹馬之友慢跑部」，是由一位土生土長的竹山年輕人所創立，一開始只是相約幾個朋友利用晚上下班時間，天氣較為涼爽的夏夜實施跑步，殊不知一傳十、十傳百，朋友與朋友間的相互邀約，最後演變成整個地方小鎮民眾活絡參與的重要夜間活動，有全家人一起夜跑、男女朋友或久未見面的朋友相邀夜跑等等，著實讓小鎮的家人或朋友間彼此的感情漸形增溫，實為一大特色。此活動雖能有效維繫人與人之間的情感，激發起地方小鎮的活絡動脈，但畢竟參加夜跑的民眾是否能持之以恆才是重點所在，如何能永續推動及未來如何發展，都將是必需面對的課題。

「小鎮文創」替竹山傳統產業的發展開啟了一道新門，除將文化創意的概念導入當地傳統產業外，並保存了傳統商家原本可能失傳的知識和技能，雖這樣的改變帶起了當地的文化觀光人潮，惟這些轉型並無法真正解決當地年輕人不想留駐或返鄉的問題，所至今竹山人口結構依舊以老人與孩童為主要。因此，「小鎮文創」能夠提供青年返鄉工作時諮詢和協助的一個平台，除了讓返鄉的青年能夠以較低的風險去創業，未來也能改善竹山鎮當地的人口結構和產業發展的方向。除此之外，讓返鄉創業的青年和以工換宿人員在工作的過程中有可以有機會深度接觸與學習當地的傳統文化，這也是此種模式存在的另一個潛在優點，如此新舊間的融合和交流，也是本研究主要的目的。

因此，本研究以「竹馬」和「小鎮文創」為例，探討以下的內容：

- 一、竹山鎮的文化觀光與文化創意資源。
- 二、竹山鎮傳統產業與文化創意、文化觀光結合發展現況。
- 三、「竹馬」及「小鎮文創」的現況發展現況及未來的影響與價值。

研究對象以「小鎮文創」以工換宿人員及「竹馬」路跑參與者中可觸及到的對象為主，以便了解未來發展的可能性。研究對象如下：

- 一、「竹馬」及「小鎮文創」的創辦人。
- 二、「竹馬」路跑參與者及「小鎮文創」歷年來以工換宿人員。
- 三、小鎮傳統店家。

第三節 研究流程

本研究主要以採取質性研究(qualitative research)為主，流程分為四個階段，並從中實施研究及調查（圖1-1）。



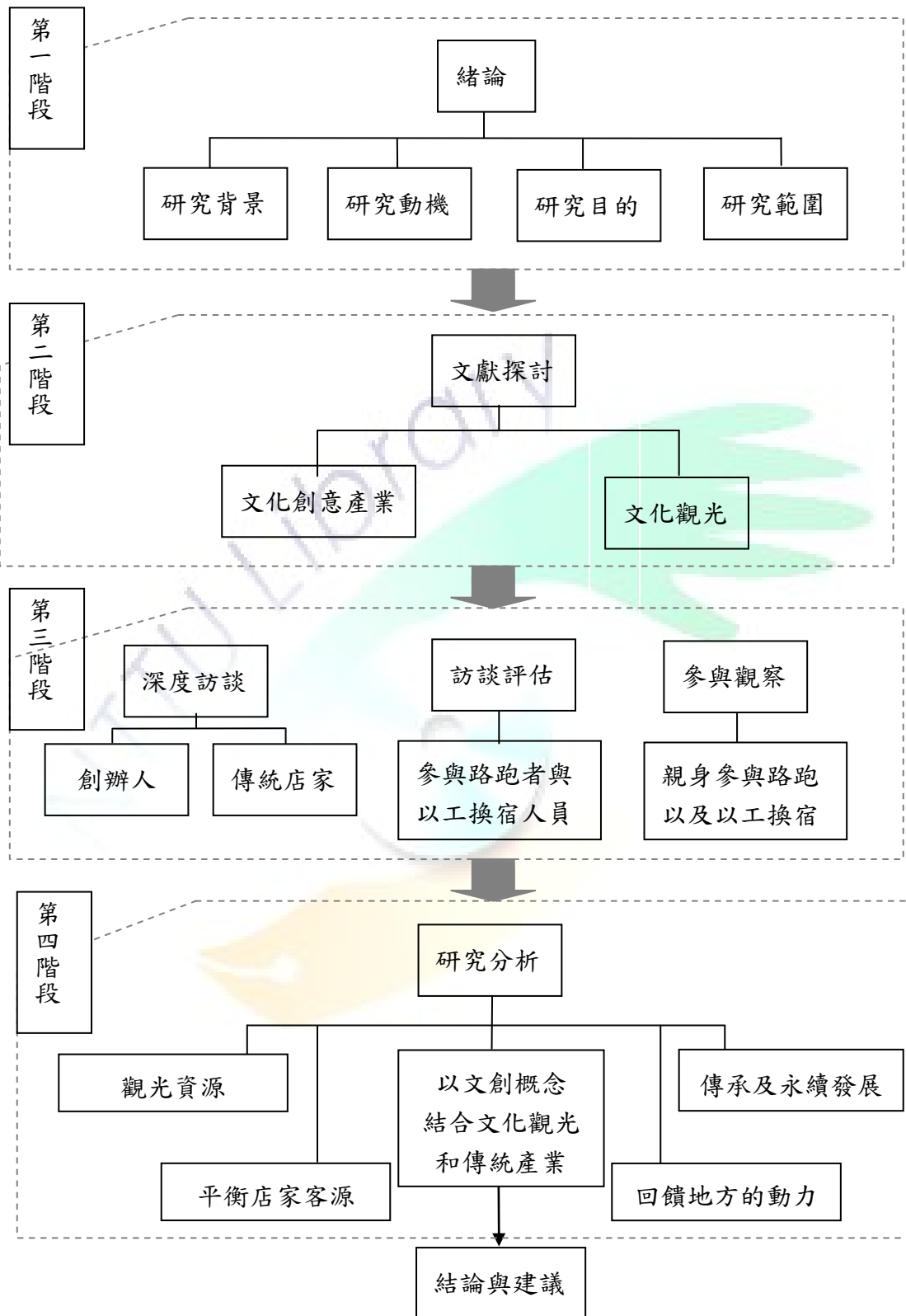


圖 1-1 研究流程
來源：本研究整理

第二章 文獻探討

第一節 文化創意產業

一、文化創意產業的定義

文化創意產業具有矛盾與複雜的特性而難以定義，所以全世界在如何定義文化創意產業這個名詞上，一直以來都不盡相同。就字面而言，「文化」、「創意」與「產業」已經算是三種不同的面向，所以文化創意產業所跨越的領域極為廣泛，也因此造就了多元的特性。

「文化工業」、「創意產業」或「文化產業」這些名詞講的全是「文化創意產業」，因為來源眾說紛紜，所以最早在1947年時，由法蘭克福學派學者Max和Theodor提出「文化工業(the culture industry)」一詞，說明了「文化工業」就是技術與科學的改良，透過此改良過程產生了大量文化商品，換句話說就是「以文化來創造財富」。他們認為「藝術」是文化的理想境界，它能讓人類生活更美好，只是文化在商業化和娛樂化後可以隨意買賣(廖珮君，2006)，如此就失去了其原本多元性的特色，淪為庸俗的符號，因此「文化工業」一說才被提出來加以區別。之後法國社會學家Edgar Morin(1921-)又提出「文化產業」(cultural industries)，他樂觀地認為文化生產的過程中如果能適時地導入工業的技術，雖然文化的確會演變成商品化的現象，但卻也能帶來更多創新的方向和事務(廖珮君譯，2006)，他的觀念已不同於Max和Theodor的悲觀。

「創意產業」(creative industries)一詞，最早是在1997年英國工黨的首相參選人Tony Blair所提出，英國也是全球公認最早提出國家級「創意產業政策」的國家。Blair並於1998年及2001年提出《創意產業圖錄報告(*Creative Industries Mapping Document*)》，將「創意產業」定義為：「起源於個體創意、技巧及才能的產業，通過知識產權的生成與利用，而有潛力創造財富和就業機會。」(夏學理，2011)21世紀後英國傾向用「創意」一詞彙取代「文化」，來迴避可能的高文化內涵，這也代表了英國重新定義了該國的創意產業。

我國行政院經濟建設委員會最早在2002年正式提出的《挑戰2008：國

家發展重點計畫》，首次將「文化創意產業發展計畫」列在其中，融合各國著名學者的文化產業和創意產業學說，定義成「文化創意產業」，這也是我國「文化創意產業」發展的重要開端。

依據我國文化建設委員會(現改制為文化部)「2003 年文化創意產業發展年報」中指出，文化創意產業推動小組決議將文化創意產業定義為：「源自創意與文化積累，透過智慧財產的形成與運用，具有創造財富與就業機會潛力，並促進整體生活環境提昇的行業。」(文建會，2004)由此可知，文化創意產業的發展需具有國際競爭力的創造性與文化特殊性，其核心價值在於文化創意的生成，且為了因應全球化的挑戰，其必須整合台灣各地方的智慧與文化藝術的魅力，並將其應用於產業發展(林嫻如，2009)。

從表中可知(表2-1、表2-2)，近年來世界各國及國內外學者對文化創意產業的定義，為具有延展性強、附加價值高、替代性較低、產品特色鮮明且範圍廣泛的優點，所以文化創意產業所帶動的經濟發展，是各國推廣文化創意產業時的首要考量，我國的發展歷程也是如此。

2003年當時文化創意產業推動小組的成立(行政院經濟建設委員會，2002)，極力推動增加文化創意產業的就業人口、輔導教學單位設置文創教學資源、成立「台灣創意中心」、規劃設置文化創意園區、建置國家產業影音平台、振興電影以及發展設計、出版、數位休閒娛樂等產業；2007年《創意台灣—文化創意產業發展方案》計畫裡，將文化創意產業與六大旗艦產業(電視內容、電影、流行音樂、數位內容、設計、工藝產業)結合推動發展；2009年所推行的《六大新興產業》計畫中，更首次正式的將文化創意產業取代資訊產業，成為「第四波」的經濟動力；2012年的《黃金十年國家願景計畫》則進一步提出文化創意產業與地方結合的想法，其中規劃出推動村落文化發展，並鼓勵各地鄉鎮發揚既有的文化特色；同年《傳產維新方案》計畫中也提及因為國內傳統產業面臨產業鏈失衡、國際競爭力低與創新能力有待加強的問題，現階段須導入文化、設計、美學與環保等4項新元素加以改善，並以帶動本土產業、豐富在地發展、貼近庶民感受、具備傳統文化與豐富人文色彩為主要原則。近年來我國各項文化創意產業的措施，都顯示了政府期望藉由推動文化創意產業，來落實振興

我國經濟發展的目標(王欣怡，2013)。

二、文化創意產業的類別

文建會在2010年制定的《文化創意產業發展法》中明確地指出，文化創意產業涵蓋的範圍包含16種項目，但比照國外發現，每個國家均依照本身發展概況與發展需求，各自訂定其分類，所以與我國不盡相同。筆者為了比較世界各國的文化創意產業範圍，以國內學者林炎旦先生的《文化創意產業理論與實務》中對文化創意產業的類別定義為主，並增加「觀光」項目，藉由「觀光」項目了解每個國家對觀光發展與文化創意的重視程度，並反觀國內目前文化創意產業結合觀光發展的現況發展。

各國對文化創意產業的定義類別不同，從中可以發現該國家的發展重心，各國的政府所瞭解到的其實就是文化創意產業所能帶來的廣泛效益，它能夠促進經濟發展、帶動觀光旅遊、推廣教育及發展文化、解決社區問題等（種族或性別歧視等），甚至吸引國內外投資金額進入文創市場，其中觀光旅遊和文化創意產業有著密切的關聯性，也因此世界各國相繼將「觀光」納入國家中文化創意產業發展的一環。只可惜的是國內目前無明確的定義說明觀光是否在文化創意產業的範疇內，僅有在文化創意產業定義中的「創意生活」一項裡提及關於各類產業的「體驗」(王欣怡，2013)。

表2-1 各國或組織對文化創意產業的定義

國家/組織	名稱	定義
聯合國教科文組織 (UNESCO)	文化產業	結合創作、生產與商業的內容，同時這內容的本質，具有文化資產與文化概念的特性，並獲得智慧財產權的保護，以產品或服務的形式呈現；從內容上來看，文化產業可以被視為是創意產業，包含書報雜誌、音樂、影片、多媒體、觀光，及其他靠創意生產的產業。
聯合國貿易發展協會 (UNCTAD)	創意產業	創意與知識資本的投入，由一套以知識為基礎的經濟活動構成，包含產品與服務的創作、生產和銷售的循環過程，生產具有創意內容、經濟價值與市場目標的智力或藝術服務。
英國	創意產業	起源於個體創意、技巧及才能的產業、通過知識產權的生成與利用，而有潛力創造財富和就業機會。
澳洲	創意產業	創意產業涵蓋文化產業，包括許多廣泛認可的文化活動，更具體的指出，創意產業利用象徵性的知識和技能，透過附加價值、商品化、分配和銷售，來創造經濟效益。
香港	創意產業	源自個人創意、技巧及才華，通過知識產權的開發和運用，具創造財富及就業潛力的行業。
南韓	文化產業	文化產業是文化商品的生產、分配、消費等產業及與此有關的產業；又文化商品規定為因文化內容內在而能的生產經濟性附加值的有形無形的財貨、服務和與此有關的商品。
中國大陸	文化產業	為社會公眾提供文化、娛樂產品和服務的活動，以及與這些活動有關聯的活動的集合。
臺灣	文化創意產業	源自創意或文化積累，透過智慧財產之形成及運用，具有創造財富與就業機會之潛力，並促進全民美學素養，使國民生活環境提升之下列產業。

資料來源：林炎旦(2009)；本研究整理。

表2-2 國內外學者對文化創意產業的定義

學者	年份	定義
Scott	1996	認為不管此種產品是由何種實體經濟組成，製造產品的部門致力於創造出可交易的產品，該產品的品質競爭力是由於它們的功能至少是可當做個人裝飾品、社會展示、美學物品、娛樂或消遣或資訊及個人自覺來源，例如工藝品所帶來的精神滿足是和它們的使用目的有高度相關性。
Williams	1997	指出文化產業不只包含「前電子時代」表演與視覺藝術(戲劇、音樂、繪畫和雕塑)，也包括當代產業電影、電視、廣播、攝影、電子音樂、出版、設計、時尚。
黃世輝	2001	認為狹義的文化產業之操作型定義是：「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，提供社區生活、生產、生態、生命等社區文化的分享、體驗與學習的產業。」此即為「地方文化產業」，其特質包括生活的、共享的、人味的、內發的、小而美等，與「文化創意產業」的特質仍有差異。
楊敏芝	2002	文化創意產業分為大眾消費文化產業、文化設施產業、地方文化產業。
劉大和	2003	結合創造、生產、商品化等方式，運用本質是無形的文化內容。這些內容基本上受到著無權的保障，其形式可能是商品(物質的)或者是服務(非物質的)。
黃世耀	2003	運用文化特色的產業，亦即將生活文化、生態文化及生產文化加以發揮應用而成的產業。文化產業的特質有生活的、共享的、人味的、內發的、小而美的。文化產業接近服務業與學習產業，要有服務熱忱，並以學習為主。
王欣怡	2013	近年來國人旅遊習慣已經改變，以文化觀光導向的旅遊漸被國人所接受，因此各地方政府與民間業者均改變旅遊策略，將文化觀光導入地方旅遊，並同時結合地方文化創意產業。

資料來源：本研究整理。

第二節 文化觀光

一、文化觀光的定義

根據世界觀光協會 WTA(World Tourism Association)的定義，所謂文化觀光，廣義的指：進入到另一個具有自然歷史、人類傳統文化與哲學價值的區域；而狹義的指：外地來的觀光客，透過社區、區域、公共團體等集團完全地或部份地參與歷史性的聚落基地或體驗生活方式。

聯合國教育科學文化組織(United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 簡稱 UNESCO)為了保護世界遺產，最早在 1972 年時通過了世界遺產公約，文化觀光的概念也就此出現。然而 1999 年臺灣發生了 921 地震，當時的大地震毀壞了許多臺灣具有價值的建築遺產，也因為如此，臺灣政府才開始重視「建築遺產」的文化價值。為了增加聚落、古蹟與歷史建築的修復、保存、維護等，開始著手修訂文化資產保存法(文化部，2012)，當時推動的目的在於藉由社區營造重建毀壞的文化，尤其著重在偏鄉原民特色產業(如臺東)、老街(如三峽、旗山)與傳統聚落(如竹山社寮、澎湖望安花宅)等，希望藉由這些特殊文化的保存，來發展當地的休閒遊憩及文化觀光，這也是文建會(文化部前身)第一次將地方文化結合觀光遊憩發展，讓臺灣晚了將近 30 年的遺產保護觀念有了進一步的思維及演進。

臺灣的文化觀光發展雖已推展多年，惟現今仍屬未成熟的階段。文化觀光的元素可以是傳統聚落、生活型態或與眾不同的事，而這些元素有可能共同出現在同一個個體上，透過節慶、廟會、節日等被觀光客消費(楊明耀，2009)。然而文化觀光是否能夠成功地引進觀光客或帶動地方發展，關鍵在於該聚落或社區是否能有效提供足夠和強烈的文化吸引力，使觀光客願意花時間在當地從事相關活動及消費。由此可知，所謂的特色產業、傳統聚落、老街、民俗技藝等若欲發展成文化觀光，其機會和條件並不是完全相同的，而是文化產業所在地是否有充足的準備和能力來提供給外來的觀光客良好的體驗效果。Bob 與 Hilary(2002)在其著作中明確說明文化觀光的定義極為廣泛，他們就文化觀光的定義本身、觀光客的動機與觀光客的行為、目的為基準，將文化觀光的定義分成四種不同的類別，包括：衍生於觀光的定義(tourism-derived definitions)、動機性定義

(motivational definitions)、體驗性或渴望性定義(experiential or aspirational definitions)及操作性定義(operational definitions)。

歐美國家對文化觀光相較於亞非國家的重視程度是有過之而無不及，筆者整理出近代對各國組織或學者對於文化觀光的定義(表 2-3)，由表中即可知文化觀光其實是多元、創新、生活、傳統、在地的整合型態。

二、文化觀光的類型

近年來隨著人類教育、經濟、生活、文化水平的提升，多元化是觀光休閒發展的走向，除了傳統的自然、生態的觀光以外，目前大多走向文化人文、藝術、產業等觀光型態，此種具有文化內涵的觀光方式，稱為文化觀光。

Howard 在操作型定義的範疇裡(1996)把文化觀光定義為歷史觀光(historical tourism)、遺產觀光(heritage tourism)、藝術觀光(art tourism)與種族觀光(ethnic tourism)等四類。北歐國家丹麥文化部就將文化觀光分為文化遺產型觀光、事件型觀光、學習型觀光與城市體驗型觀光等四大類(劉大和、黃富娟，2003)。Smith(2009) 在其《Issues in cultural tourism studies》一書中，列出遺產觀光(heritage tourism)、藝術觀光(arts tourism)、創意觀光(creative tourism)、城市文化觀光(urban cultural tourism)、鄉村文化觀光(rural cultural tourism)、土著文化觀光(indigenous cultural tourism)與體驗型文化觀光(experiential cultural tourism)等七類；Smith 等學者(2010)又在《Key Concepts in Tourist Studies》列出 40 項觀光關鍵的概念，其中與文化觀光有相關的議題包含土著觀光(indigenous tourism)、電影與電視旅遊(film and TV tourism)、藝術觀光(arts tourism)、美食觀光(gastronomic tourism)、遺產觀光(heritage tourism)、文學觀光(literary tourism)、宗教與靈性觀光(religious and spiritual tourism)、節慶活動觀光(festivals and events tourism)等八大類。惟人類的所有活動僅就文化觀光的字面上解釋太過廣義且籠統，所以上述分類方式在人類多樣性的活動的中並無法明確說明，這其中許多的活動都具有文化內涵。然而在文化的多樣化和不斷演變下，儘管國內外學者均試

圖將文化觀光進行具體分類，分類後的型態雖有其學術研究價值，卻也無法具體掌握文化觀光發展的趨勢和型態。

表 2-3 國內外組織和學者對文化觀光的定義

學者	年份	定義
Tighe	1986	專門為了對某一目的地的文化或遺產獲得更深刻的了解而旅行。
Robert Charles	1994	文化觀光是一種特殊興趣的旅遊方式，原因是各種文化的內容及形式都會吸引遊客或激勵人們去旅行。
陳以超	1997	人類基於各種原因，對當地文化產生興趣，並於當地從事各種相對於文化資源之休閒遊憩行為的短暫旅遊移動現象。
Bob Hilary	2001	文化觀光是由各種產品與體驗所構成，它的定義有著多樣性與不可預料的特質，會依據觀光客的需要、興趣的不同而有更大的包容性。
聯合國教科文組織 (UNESCO)	2003	一種與文化環境，包括景觀、視覺和表演藝術和其它特殊地區生活型態、價值傳統、事件活動和其它具創造和文化交流的過程的一種旅遊活動。
劉大和 黃富娟	2003	區域外來的觀光客被歷史遺蹟、區域、社區或團體機構提供的全部或部分的歷史的、藝術的、美感的、知識的、情感的、心理的或生活的不同形式的活動與經驗等面向所感動。
嚴長壽	2008	文化與觀光有密切的關係。想讓文化活絡起來，需要借觀光來吸引大眾參與；而一個地方的觀光，也需要文化來提升它的深度與內涵。
王欣怡	2013	「文化」與「觀光」看似兩個不同的領域，在社會中也扮演著不同的角色，其實文化觀光早已是許多消費著選擇旅遊的型態了，文化觀光可說是「新」的觀光現象中為古老的。

資料來源：本研究整理。

筆者依據上述國內外學者的論點加以分析和考究，主要以國內學者劉大和、黃富娟(2003)對文化觀光的五大分類為主，原因為該分類方式以觀光客造訪的「地域型態」作為分類的基準，分類上較為客觀且明確。王欣怡(2013)依現階段國內目前的觀光型態，針對劉大和和黃富娟的分類(2003)，另外增加了「產業型觀光」與「自然資源型觀光」二大類。

表 2-4 國內外學者對文化觀光類的分類

學者	年份	定義
Howard	1996	歷史觀光、遺產觀光、藝術觀光與種族觀光。
丹麥文化部	2003	遺產型觀光、事件型觀光、學習型觀光與城市體驗型觀光。
劉大和 黃富娟	2003	文化遺產觀光、事件型文化觀光、學習型文化觀光宗教文化觀光、生活型態文化觀光。
Smith	2009	遺產觀光、藝術觀光、創意觀光、城市文化觀光、鄉村文化觀光、土著文化觀光與體驗型文化觀光。
Smith等人	2010	土著觀光、電影與電視旅遊、藝術觀光、美食觀光、遺產觀光、文學觀光、宗教與靈性觀光、節慶活動觀光。
王欣怡	2013	文化遺產觀光、事件型文化觀光、學習型文化觀光、宗教文化觀光、生活型態文化觀光、產業型觀光、自然資源型觀光。

資料來源：本研究整理。

第三節 竹山鎮產業及文化觀光的內涵

一、竹山鎮整體環境分析

竹山鎮位於南投縣西南隅端，古稱「前山第一城」，是阿里山北稜線延伸而成，除境內西部為狹長的台地平原外，其它大部分則屬於丘陵地，北臨濁水溪處為河谷平原地形，地勢由東南向西北漸次遞減，因此呈現南高北低狀，其中 83%為山地，東西長約 18.5 公里，南北長約 23 公里，面積約為 24,733.39 公頃，形狀猶如一隻長筒馬靴。竹山鎮地處濁水溪南岸與清水溪西岸之間，東以大鞍山與南投縣鹿谷鄉相鄰，南隔清水溪與雲林縣林內鄉、古坑鄉為界，東南側與嘉義縣阿里山鄉比鄰，北隔濁水溪與

南投縣集集鎮、名間鄉及彰化縣二水鄉相望，為南投縣僅次於信義鄉與仁愛鄉之外，土地面積第三大鄉鎮。

竹山鎮屬於南投生活圈內，與彰化和雲林生活圈相鄰，因此自古以來即為南投縣其他縣市生活圈往來的重要門戶，主要丘陵地區的中心都市。目前在南投縣觀光發展中，對於推動休閒觀光發展上所規劃的濁水溪觀光大道、南投新產業大道中，即以竹山鎮為中心點，不僅與鹿谷鄉、集集鎮、水里鄉等鄉鎮之觀光景點連成一線，同時也將草屯鎮經南投市到名間鄉、竹山鎮之沿線產業連成一線，使得各地方資源可以相互支援，不論是對其他縣市的聯繫或是對南投縣本身的聯繫，竹山鎮都扮演重要交通樞紐的角色，目前定位為住居、農產加值與觀光綜合中心。

未來竹山鎮發展方向與定位應規劃成精緻農特產品加工專業園區、人文歷史觀光資源綜合知性園區、農業加工專業園區(紅蕃薯、茶葉、竹子等)等，使竹山工業區轉型成為南投縣農特產之加工重鎮，增加農特產之附加價值；在觀光方面，就現階段而言，需整合觀光資源，如竹山工業區內觀光工廠、太極峽谷、國立鳳凰谷鳥園、溪頭自然教育園區、杉林溪森林生態度假園區、青竹竹藝文化園區、921 地震教育園區(車籠埔斷層保存園區)、紫南宮、大鞍茶園(八卦茶園)、濁水溪沿岸、照鏡山、竹山文化園區、特殊廟宇及慶典等觀光動線，配合人文史蹟，發揚先民開墾文化遺跡，使成為竹山鎮另類觀光的賣點。

藉由加強都市行銷網路等方面配合、提升整體產業發展、強化都市意象塑造、提高公共設施供給、規劃完善觀光動線，以達到竹山鎮整體規劃之目標，使竹山鎮成為宜居、觀光的城鎮，成為南投縣西南部商業中心農產加工重鎮暨觀光轉運中心。

竹山鎮內計有舊市區及延平兩個都市計畫區，主要聯外道路為台 3 線省道，南北貫穿市中心，道路北接南投縣名間鄉，往西南延駛至雲林縣林內鄉、斗六市。

二、竹山鎮的環境資源

(一)竹山鎮的地理位置

竹山鎮位於南投縣西南端，東以富州里、中央里、山崇里、延平里及延山里與鹿谷鄉毗連；東南以大鞍里與信義鄉為鄰；南以大鞍里、瑞竹里、桶頭里分別與嘉義縣阿里山鄉及雲林縣林內鄉為界；西以中和里、中崎里、德興里及鯉魚里和雲林縣古坑鄉相接；西北以下坪里與彰化縣二水鄉接壤；北以延正里、山崇里、社寮里、中央里及富州里分別和南投縣名間鄉與集集鎮緊鄰。除境內西部為狹長的台地平原外，其它大部分則屬於丘陵地，北臨濁水溪處為河谷平原地形，地勢由東南向西北漸次遞減，因此呈現南高北低狀。主要聯外道路為省道台三線，貫穿市中心區北接南投縣名間鄉，西南延駛至雲林縣林內鄉；次要聯外道路為省道台16線，往西北至集集鎮(圖2-1)。



圖 2-1 竹山鎮地理位置圖

資料來源：南投縣政府網站

(二)竹山鎮的地形地貌

竹山鎮幅員廣闊，標高介於 100-2300 公尺之間，地形較為複雜，概括來說，可分為屬於中央山脈的山地及屬於西海岸平原的平地兩部份。地形上屬於東高西低、南高北低的地形。竹山丘陵佔據竹山鎮東南半壁，隔鳳凰斷層與鳳凰山脈接鄰，西側以濁水溪支流的清水溪為界，與斗六丘陵的觸口切割台地為鄰，丘陵南北長約 23 公里，東西寬約 15 公里，標高在 500-1200 公尺之間。丘陵由於溪流切割成河階地形，西部有清水溪所形成的硿礮河階，階崖高度

15-20 公尺，向南北延伸，東北部是濁水溪南岸的沖積平原，也是河階地形，屬於濁水溪的老河階，清水溪左側是斗六丘陵北端的觸口山切割台地，南北長約 14 公里，標高在 200-300 公尺之間(圖 2-2)。

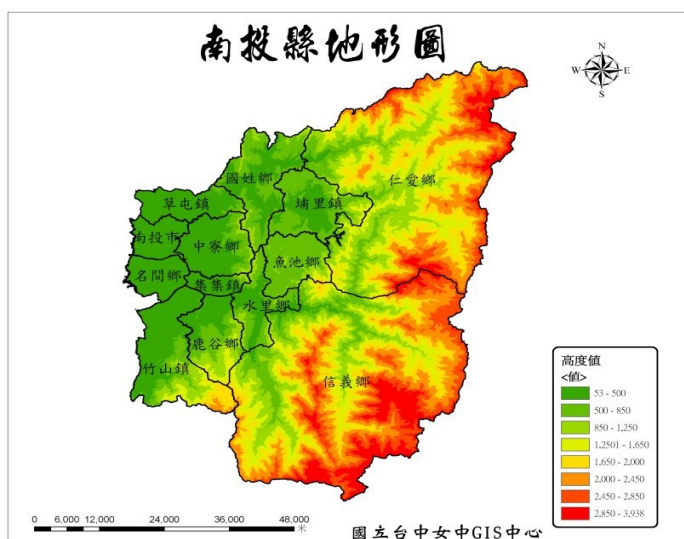


圖 2-2 南投縣地形圖

圖片來源：國立臺中女中 GIS 中心

(三)竹山鎮的地質土壤

竹山鎮的地形大致從東部高峰峻嶺逐漸向西部丘陵區降低，標高介於100公尺至2300公尺之間。地質狀況則大致分為現代沖積層〔Q6〕、台地堆積層〔Q4〕、錦水頁岩及相當〔P2〕、崧山層及其相當地層〔PQC〕、三峽群及其相當地層〔MS〕。在斷層分布方面、竹山鎮有車籠埔斷層貫穿全鎮、其中延平都市計畫區部分地區位於地震斷層帶上。此外桶頭地區並有形成竹山鎮特有的景觀，可據以規劃利用。竹山鎮之土壤主要包含有石質土、沖積土、崩積土、有機質土、紅壤、黃壤、低腐質灰色土、雜地等八種土壤，其中以崩積土所佔之比例最高、於人口聚集區域的土壤以紅褐沖積土為主。

(四)竹山鎮的藍綠帶系統

在水資源方面，竹山鎮的地面水包含了：濁水溪、清水溪、加走寮

溪、街尾仔溪、東埔蚋溪、五里林溝等。地面水資源豐富，鮮少抽取地下水。在生態景觀：山坡地以竹林、森林等低度開發之林業利用居多，生態景觀遭人為破壞之情況較輕微，且山區處處斷崖峭壁與高山峻嶺之天然屏障，動、植物受到若干程度之保護，故而生態景觀仍頗為豐富。然而低海拔地區則因開發而遭受破壞，珍貴生態資源遭受人為濫伐、濫採結果已大量減少殊為可惜。

(五)竹山鎮的氣候環境

竹山鎮於亞熱帶氣候、特徵為高溫、多濕、多風，夏季多雨，冬季乾旱。惟因竹山鎮標高介於 100-2300 公尺之間，高度差異大，據此，同一時間鎮內各地溫差大，此一氣候之特性，不僅可以利用於農業上發展不同氣候類型之農作物，同時可運用於觀光遊憩上，提供多樣性活動。竹山鎮年平均溫度約為 22.3℃，年平均雨量約為 2693.2 公厘，雨量集中於 4-9 月間，冬季乾旱有缺水之現象，濕潤指數介於 40-60。

竹山鎮全年平均溫為 22.3 度，月平均最高溫度為 7 月份的 27.3 度；最低溫度則為 12 月的 16.9 度，單日最高溫為 35.8 度；單日最低溫 為 1.9 度。年平均雨量為 2,693.2 公厘。每年 10 月至隔年 3 月會經歷東北季風，每年 4 月至 9 月有西南季風。

(六)竹山鎮的人口分析

竹山鎮 102 年總人口數為 57,881 人，民國 90 年總人口 61,068 人，呈現負成長現象，0-14 歲年齡層之人口所占的比例下降，此一現象可說明由於生育人口減少，生育率降低使得竹山鎮 0-14 歲年齡層之人口比例相對降低。15-29 歲屬於求學及初步社會人口，此階段人口明顯下降，大多向外地求學及工作，30-64 歲屬於勞動力較強的年齡層，此一年齡層所占的比例越高，顯示該地區的勞動力越高，在這一方面有逐年上升之趨勢。65 歲以上竹山鎮的老年人口數自民國 90 年起至 103 年逐年增加，相較於南投縣整體，竹山鎮老年化之現象自民國 86 年起日益嚴重。故對於老人住宅或是老人的福利措施都應加以考量。

人口分布多集中於以都市計畫區內的中山里、延和里、延祥里、雲林里、延平里、桂林里，人口密度皆為每平方公里 3000 人以上。其中大鞍里人口密度為最低，乃因該地區多為林地，因此密度相對較低。

就各里 103 年度的人口密度可看出，竹山鎮的人口十分分散，若以竹山鎮吉馬指數分析，竹山鎮除都市計畫區人口較為集中外，多數地區的人口均呈零星分散的現象，竹山鎮內包含 30 里，民國 103 年人口總數為 57,938 人，最多居民為延和里 6,140 人，其為是中山里 5,646 人，大鞍里人口最少僅 463 人(表 2-5、表 2-6)。其中延正里、延祥里、延和里、桂林里、延平里、竹山里、竹園里、中山里、中崎里、中和里、中正里、碇礮里、秀林里、雲林里與德興里等人口分佈密度較高。

(七)竹山鎮的交通運輸

竹山鎮內省道以上級聯外道路計有國道 3 號(基隆—屏東高速公路)及省道台 3 線(台北—屏東縱貫公路)，國道 3 號及省道台 3 線北面均由臺中市霧峰區進入南投縣，途經草屯鎮、南投市、名間鄉、竹山鎮等鄉鎮後，繼續通往雲林縣林內鄉、斗六市，為竹山鎮與南投市互相聯繫之幹道，交通流量大。

縣道主要由 149 線與 151 線貫穿本鎮，並聯絡觀光景點，調查發現這些道路雖皆屬柏油路面，但路寬不大，未來在配合觀光產業發展時，恐無法服務所需之交通量，因此需將此列入道路改善規劃考量。南投縣因地形呈東高西低，因此主要道路多集中在西部，相較於南投縣大部分的鄉鎮，竹山鎮的公路運輸系統尚屬便利。

在竹山鎮境內有 2 條省道及 2 條縣道，其中省道台 3 線的尖峰時段每小時交通量南北向皆大於 2000(PCU/HR)，由以上分析可知，省道在竹山鎮交通運輸中佔有相當重要的角色，故今後竹山鎮交通運輸系統之規劃除考慮與南投縣其他各鄉鎮市之間的聯繫便利外，對於省道與高速公路之聯絡道路應重視景觀與人本環境之改善，期能

達到休閒遊憩之便利、暢行、安全及景觀環境的普世價值(圖 2-3)。

三、竹山鎮的產業及觀光資源

(一) 產業資源

1. 一級產業

一級產業作物生產多以水稻、竹筍、茶葉、蕃薯、檳榔、菸草、竹材及居多，其中水稻產量逐年下降，而茶葉、檳榔則急遽增加，現階段農村作物生產正逐漸轉變當中；林業生產以林務局公有地為主，面積約為 36.5 公頃；畜牧業則以豬、雞為大宗。竹山鎮因平地腹地狹小，山坡地及高山地居多，在有限的平地範圍內，無法發展大型工業，鎮內雖設置有「竹山工業區」(現已與南崗工業區合併)及部分零星工廠，近年來卻因社會型態、經濟、組織改變等因素，導致廠商相繼外流。竹山工業區主要位於延平都市計畫區內，鄰近的村里包括了延祥里、延平里、延正里、延和里等，區內土地使用幾乎全為製造業工廠用地(圖 2-4、圖 2-5、圖 2-6、圖 2-7)。



圖 2-3 竹山鎮主要對外聯絡道路

圖片來源：竹山鎮公所網站

表 2-5 竹山鎮民國 92 年及民國 102 年性別及年齡層人口數

民國 92 年				民國 102 年			
年齡區間	男	女	合計	年齡區間	男	女	合計
0-4	2060	1888	3948	0-4	991	996	1987
5-9	2015	1810	3825	5-9	1288	1236	2524
10-14	2159	1928	4087	10-14	1772	1627	3399
15-19	2683	2562	5245	15-19	2015	1811	3826
20-24	3054	2832	5886	20-24	2117	1881	3998
25-29	2618	2240	4848	25-29	2355	2181	4536
30-34	2598	2155	4753	30-34	2498	2348	4846
35-39	2607	2092	4699	35-39	2192	1838	4030
40-44	2313	2011	4324	40-44	2204	1908	4112
45-49	2164	198	4162	45-49	2353	2026	4379
50-54	1671	1563	3234	50-54	2290	2031	4321
55-59	1386	1284	2670	55-59	2018	1961	3979
60-64	1505	1415	2920	60-64	1747	1712	3459
65-69	1278	1229	2507	65-69	1081	1109	2190
70-74	920	961	1881	70-74	1227	1265	2492
75-79	539	665	1204	75-79	891	975	1866
80-84	249	382	631	80-84	534	695	1229
85-89	116	193	309	85-89	214	315	529
90-94	27	42	69	90-94	60	123	183
95-99	2	3	5	95-99	15	32	47
100 以上	0	0	0	100 以上	4	2	6
總計	31964	29253	61217	總計	29866	28072	57938

資料來源：竹山鎮戶政事務所網站；本研究整理。

表 2-6 竹山鎮民國 92 年及民國 102 年各里人口數

里	民國 92 年				民國 102 年			
	戶數	男	女	合計	戶數	男	女	合計
下坪	395	761	691	1,452	501	779	703	1,482
大鞍	177	188	147	335	249	262	201	463
山崇	649	1,391	1,187	2,578	710	1,203	1,075	2,278
中山	1,679	3,253	3,002	6,255	1,904	2,858	2,788	5,646
中央	454	962	829	1,791	478	803	695	1,498
中正	305	479	475	954	322	411	399	810
中和	358	739	659	1,398	385	642	560	1,202
中崎	496	931	830	176	570	869	814	1,683
田子	233	423	361	784	257	398	335	733
竹山	890	1,455	1,474	2,929	975	1,283	1,275	2,558
竹園	869	1,608	1,551	3,159	1,026	1,429	1,466	2,895
秀林	274	546	458	1,004	298	478	380	858
坪頂	194	400	350	750	196	312	263	575
延山	213	485	389	874	320	511	461	972
延平	994	1,998	1,786	3,784	1,157	189	1,767	3,660
延正	521	1,171	1,059	2,230	627	1,084	993	2,077
延和	1,546	2,993	2,941	5,934	1,936	3,095	3,045	6,140
延祥	1,190	2,334	2,187	4,521	1,394	2,236	2,171	4,407
社寮	325	640	582	1,222	434	764	698	1,462
桂林	1,249	2319	2,212	4,631	1,492	2,339	2,254	4,593
桶頭	382	755	614	1,369	387	644	503	1,147
富州	260	491	440	931	272	438	354	792
雲林	1,243	2,348	2,185	4,533	1,533	2,163	2,202	4,365
瑞竹	289	533	430	963	293	427	331	758
福興	216	403	322	725	250	385	320	705
德興	306	589	599	1,188	334	532	511	1,043
鯉魚	319	650	503	1,153	376	554	463	1,017
硿硿	540	1,019	990	2,009	696	1,074	1,045	2,119
合計	16566	31585	28874	60459	19372	29606	27792	57398

資料來源：竹山鎮戶政事務所網站；本研究整理。

2. 竹工藝業

自古以來手工藝品製造與觀賞已形成傳統文化的一部分，尤其竹藝中的竹編、竹傢俱等更是早期農業時代重要的生活用品，其種類日漸繁多，且造形變化亦隨時代的進步而有更多的創新變化，更有許多巧奪天工的創意作品。南投縣境內山巒起伏、景色秀麗，竹材種類與產量非常豐富，因而以竹材建立不少產業，製造龐大的商機並帶來經濟的繁榮。南投縣政府亦於民國 76 年於竹山鎮成立竹藝博物館，以彰顯傳統與現代的竹藝品為主要內容，舉凡早期農業社會生活所需的衣、食、住、行、育、樂等相關之竹器，以至於現代各類竹藝品及竹類生態分佈等皆在館內有所展示，此建設不僅對南投地區竹材專業加工做了回顧與展望，並寓以承先啟後及綿延興盛的教育意義（圖 2-8、圖 2-9、圖 2-10、圖 2-11）。



圖 2-4 小半天竹海



圖 2-5 杉林溪茶園



圖 2-6 紅蕃蕃



圖 2-7 竹筍

圖片來源：竹山鎮公所網站



圖 2-8 竹茶盤



圖 2-9 竹筷



圖 2-10 竹容器



圖 2-11 竹搖籃

圖片來源：竹藝博物館網站

(二) 自然觀光資源

1. 太極峽谷

位於南投縣竹山鎮大鞍里，是由發源於杉林溪附近的加走寮溪切穿山塊裂隙而形成，因峽谷呈 S 形，形如太極中的曲線而得名。內有瑞龍瀑布、一光山、梯子吊橋等風景名勝，溪流以垂直岩層之走向下切成落差近 400 公尺的峽谷，甚為壯觀，有『西部太魯閣』的美譽，與「天空的院子」同屬大鞍里(圖 2-12)。

2. 梯子吊橋(天梯)

南投縣政府為重新發展太極峽谷的觀光開發，2004 年著手計畫興建一座吊橋，並遠聘日本技師來臺參與興建工程，興建目的是為避開原路線的危險區段，將橋址蓋在加走寮溪的支流立秋寮溪，橫跨於太極峽谷之上，這座吊橋附近有「梯子嶺」地名，但橋名是開放票選而得「梯子吊橋」之名，位於大鞍里(圖 2-13)。



圖 2-12 太極峽谷



圖 2-13 梯子吊橋

圖片來源：筆者現地拍攝

3. 大鞍茶園(八卦茶園)

八卦茶園是宏一製茶廠所有，亦是茶葉主要生產基地，位於大鞍里軟鞍山上，由於海拔高度夠高、濕度夠、氣溫土壤適中，所以非常適合種植茶葉，因順著地勢栽種茶葉，一圈一圈由外至內的排列，造型奇特環繞土丘彷彿如八卦一般，也因此有了「八卦茶園」的美稱(圖 2-14)。

4. 杉林溪森林生態度假園區

海拔 1600 公尺至 1800 公尺之間，常年可觀各類花草，終年雲霧繚繞，景觀變化無常，年均溫 20 度左右，氣候涼爽(圖 2-15)。

5. 溪頭自然教育園區

海拔 1600 公尺至 1800 公尺之間，年均溫為 16.6 度左右，平均年降雨量 2,635.18mm。為溫暖重溼氣候型，全年無缺水，有效溫度不集中於夏季，相當適合國人到此避暑休閒(圖 2-16)。

6. 國立鳳凰谷鳥園

位於溪頭附近的鳳凰谷鳥園，是第一座由政府投資經營的飛禽公園，園區遼闊，園內風光明媚，飼養上百種世界各地的珍禽異鳥，並有天然賞鳥區，是可寓教於樂的極佳景點(圖 2-17)。



圖 2-14 八卦茶園



圖 2-15 杉林溪



圖 2-16 溪頭大學池



圖 2-17 國立鳳凰谷鳥園

圖片來源：筆者現地拍攝

7. 國立臺灣大學熱帶林標本園

位於下坪里，屬臺大實驗林，為臺灣大學農學院作教學、實習、研究之用，並有許多罕見的樹木，如流蘇、爪哇鳳果、臘脂樹等，可從事森林浴、健行等相關活動。臺大熱帶林標本園又稱下坪樹木園，為臺大實驗林所屬五個樹木標本園之一(圖 2-18)。

8. 竹山文化園區(竹博物館)

座落於碇礮里，位於竹山鎮市街地區南端，以竹子實境生長的地緣關係而規劃，在園區空間配置上的特性，以看見竹子在竹山的地緣、人緣、事緣，為文化產業整體性體系，園區規劃出五個空間場域，竹博物館、地方文化館、地方產業館、休閒廣場及大地竹境。另外園區規劃內涵建構在生活技藝、生活產業、生活文化，以扣環住竹山的文化產業的社會生活脈絡(圖 2-19)。



圖 2-18 臺大標本園



圖 2-19 竹山文化園區

圖片來源：筆者現地拍攝

9. 921 地震教育園區(車籠埔斷層保存園區)

車籠埔斷層由南到北綿延約 105 公里，貫穿台灣的中部地區，範圍自南投縣竹山鎮桶頭里一帶一路往北延伸至苗栗縣卓蘭鎮的內灣，921 大地震時沿線皆造成嚴重的破壞。在園區內照片紀實的面板上，一一捕捉了當時碎裂綿延、崎嶇殘斷的景象，共計 13 個鄉鎮，分 6 個段落呈現地震災後的瞬間(圖 2-20)。

10. 青竹竹藝文化園區

佔地 1.5 公頃，集結了竹林生產者、竹藝工作者與竹園經營者等多方心力所立，企圖在竹材、創作、營運三方面做垂直整合，使竹的生態、生產、生活、景觀、教育等功能在此合而為一(圖 2-21)。



圖 2-20 青竹文化園區



圖 2-21 車籠埔斷層保存區

圖片來源：筆者現地拍攝

(三) 人文觀光資源

1. 社寮古厝群

位於社寮里紫南宮附近，內有陳氏、莊氏、張氏百年古厝，另有數十棟古厝，近年來隨著文創思維高漲，現已有數家古厝有文創設計人才入住(圖 2-22)。

2. 紫南宮

位於社寮里，以向土地公求取(福德金)發財金為名，代表土地公以扶助居民及急難救助的精神，協助居民安家及創業(圖 2-23)。

3. 保安宮(李勇廟)

傳說嘉慶君遊臺灣，當時李勇將軍護駕伴隨而行，俟嘉慶君遊至竹山鎮時遇到盜匪掠奪，李勇護駕有責，與盜匪奮戰，雖單槍匹馬守住路徑，賊兵也無法前進，身受萬箭氣絕身亡卻仍然站立，所以嘉慶君能逃過一劫，事後於坪頂埔安葬李勇並策封為王爺，建廟祀奉(圖 2-24)。

4. 沙東宮

內有保存原貌之地震震毀照鏡台遺蹟，還有地震地層位移錯動的實景，還有清朝嚴禁盜採竹筍碑，內容頗富趣味，不僅是 921 地震威力的呈現，也是先民生活梗概的展現(圖 2-25)。

5. 社寮甘泉井

位於山崇里，臨近社寮，井寬 3 公尺，深 4 公尺，水質清澈且終年不竭，是當地居民灌溉農田的水源來源，一旁還建有一座年代已不可考的石砌土地公，甘泉井不僅是一口歷史悠久的水井，更是具有歷史意義的文化資產(圖 2-26)。

6. 德山寺

俗稱巖仔，原址在下崁庄和溪厝崁下，於清康熙年間 1720 年所建立，竹馬路跑部常以其為路跑終點(圖 2-27)。



圖 2-22 竹山莊氏古厝



圖 2-23 紫南宮



圖 2-24 李勇廟



圖 2-25 沙東宮地震園區



圖 2-26 甘泉井



圖 2-27 德山寺

圖片來源：筆者現地拍攝

7. 連興宮(媽祖廟)

創建於 1756 年，為當地人俗稱的媽祖廟，廟內供奉軟身媽祖木雕神像，位於竹山鎮市中心，也是小鎮文創商店密集度較高的區域；竹馬路跑部亦將之作為路跑起點(圖 2-28)。

8. 靈德廟(城隍廟)

俗稱城隍廟，為小鎮內居民信仰中心，每年農曆 6 月中旬的城隍爺聖誕，全鎮家家戶戶開設席宴，廟方每年也自行開發文創商品，

極度熱門，竹馬路跑部的伙伴會在城隍爺聖誕時協助抬轎遶境(圖 2-29)。

9. 聖義廟(紅旗公—持槍將軍)

明朝末年，鄭成功部將林圯從南北上開拓新的軍事領域，先鋒軍來到竹山地區，竹山因位於「漢番邊界」的山地和平原交界，在 17 世紀末此地還都是平埔族或原住民的傳統生活領域。林圯參軍率領 20 餘人從竹山出發，到今之延平里(東埔蚋)，遇到原住民抵抗，林圯等軍士受傷而亡。清朝為感念開發竹山有功之第一人，是將竹山鎮一條老街命為林圯街，並在林圯街尾設立林圯公墓祭祀，民國 78 年定為歷史遺址(圖 2-3)。

10. 林圯埔公墓

本廟供奉全臺唯一手持長槍神像「紅旗公」，現為全臺熱門觀光寺廟之一，家中只要有車輛失竊或是無法偵破的刑事案件等，均會有信徒來上香求助，果均順利破案或尋獲(圖 2-31)。

11. 前山第一城舊城址

首任巡撫劉銘傳於新設立雲林縣次年，於現今前山里一帶設為縣城，因四面環山，北邊及溪邊各有濁水溪與清水溪流經，更是通往東台灣的要道，地理位置相當良好，並立碑刻有「前山第一城」的石碑，意指為西台灣的重要城鎮；該區著名的九十九崁斜坡為小鎮內路跑愛好者常常練跑的地方(圖 2-32)。

12. 遊山茶訪觀光工廠

為竹山工業區內四大觀光工廠之一，創辦商行「嘉振茶業」深耕製茶產業已有數十載，親身蒐羅高山新芽精心焙製，從原本專業栽種、製茶角色，擴展到管理、品質整合，並於 2002 年開發【遊山茶訪】之茶品牌，近年來，更為了深刻體悟茶道文化，潛心鑽研茶道的精神內涵，也因而興起將其文化價值保存與推廣之理念。2008 年正式設立「茶心苑」，將廢棄的工廠，以舊建築再利用的概念，活化空間賦予新生命，保留建築體部分原貌，在樸實

而富歷史氛圍的環境中，置入藝術化的空間佈置， 包含了茶道禮儀、製茶流程、產區介紹等展示內容。茶心苑的誕生，除了希冀透過展演將文化留存與薪傳，更為提供一處空間， 讓大眾得以親近茶道世界， 在此進行一趟參訪與巡禮(圖 2-33)。



圖 2-28 連興宮(媽祖廟)



圖 2-29 靈德廟(城隍廟)



圖 2-30 聖義宮



圖 2-31 林圯埔公墓

圖片來源：筆者現地拍攝

13. 采棉居觀光工廠

為竹山工業區內四大觀光工廠之一，該公司「台灣巧維企業有限公司」創立於西元 1989 年，主要以銷售寢飾系列之產品為主，經營床單、床罩、床包、棉被、蠶絲被、羽絨被、羊毛被、涼被等被服寢具用品之製造、加工、買賣業務等，並代理、生產製造銷售國內、外各知名品牌之產品(圖 2-34)。

14. 藏傘閣觀光工廠

藏傘閣創業至今已 30 多年的歷史，研發出各式各樣的傘類，配合政府「一鄉一休閒園區計劃」，已成功轉型為國內工業區的「觀光

示範工廠」之一；並結合竹山的竹、木業和該公司製傘的工夫，利用廠區既有的空間，增闢一處雅致、清新的「藏傘閣」，也是國內唯一傘的文化館，展示各國傘的種類，提供消費者購傘的基本認知，結合休閒與藝術人文，打造竹山地區另一知性休閒空間，成為遊客到竹山知性之旅的新選擇(圖 2-35)。

15. 光遠燈籠觀光工廠

光遠企業位於南投縣竹山鎮的竹山工業區內，創辦人謝亦焜先生主要生產產品為中國傳統手藝燈籠，都採用手工製作，相當的耗時費力且產量有限。然而隨著半自動化發展的催化下也漸漸改利用機器來輔助生產，大大縮短了製作時間，並有效地提升了產量，但在傳統技藝的一貫堅持下，仍有絕大部分的步驟必須採用手工製作，以維持傳統燈籠的堅固與美觀。該公司燈籠製品主要係提供給一般寺廟或節慶活動之用，但隨著文化創意產業的興起與消費者對生活品質的重視，未來將積極開發新樣式的燈籠，以拓展一般家庭的消費族群，並藉由創意將燈籠改良為燈飾、花器及各類裝置藝術燈籠，期能將深具文化意義的燈籠帶入日常生活中，並能體會到深具中國傳統文化的燈籠之美(圖 2-36)！



圖 2-32 前山第一城石碑



圖 2-33 茶心苑



圖 2-34 采棉居



圖 2-35 藏傘閣



圖 2-36 光遠

圖片來源：筆者現地拍攝

四、竹山鎮的文化觀光

竹山鎮的文化觀光現階段需整合其他的觀光資源，或結合不同型態的旅遊點規劃，才能夠吸引更多外來的旅遊人口。為了吸引外來遊客的駐足（非短期性洽公、研習或會議），使這些遊客能夠在本地確實消費和帶來經濟效益，文化觀光必須以人為考量來設法包裝，將便利性、服務性、高品質、高效益等觀點融入在其中。

傳統的旅遊包裝方式有三種，同質性高的旅遊點，共同發行觀光護照、手冊，由中給予折扣或優惠是其中之一種，此模式是效益較為差的包

裝模式，至卻廣為各地方政府、民間休閒旅遊觀光單位使用，預估此模式約可吸引 15% 的遊客的興趣；第二種方式是在某一段特定的時段內提供多元性的文化活動，如廟宇慶典、花季、傳統習俗活動、原民部落儀式等，因遊客可以自由選擇其所愛，所以預估可吸引 27% 左右的遊客從事此類型的文化觀光；最後一種為最有效的方式，是結合不同的觀光活動類型(文化觀光與非文化觀光)或不同的觀光產品，例如將文化產品與地方傳統商店、旅館、休閒渡假中心、戶外遊憩活動、文創產品、交通運輸業者相結合，旅客在一套的行程中便可獲得不同的旅遊體驗，此方式預期吸引 85% 左右的旅遊人口。

就竹山鎮未來的趨勢而言，文化觀光不僅提供另類的遊憩機會，此外，它對觀光產業、當地社區也有良性的效應產生，最明顯的是文化觀光可以幫助竹山鎮內的旅館及餐飲業者在淡季時，維持一定數量的旅遊人口，平衡淡旺季間旅遊人口差異過大的市場。文化觀光也可以增加外來遊客對於竹山鎮當地文化、生活的接觸機會，比如竹山鎮每年所定期舉辦的竹藝博覽會，將在地的特色產業—竹，藉由導入文化創意的思維，打造許多竹工藝器具，向來深受外地遊客的喜愛。另外加上時令和特殊的節日慶典，將竹山鎮的農產品如紅蕃薯、竹筍等有效的推銷，使地方特色餐飲、小吃能夠成為觀光客口中讚不絕口的美食，想必這些對竹山鎮的傳統產業和地方經濟著實有所貢獻。

目前竹山鎮觀光強度最高的為「天空的院子」民宿，其最能展現竹山鎮傳統農家的特色，也是竹山鎮的亮點商家，充分運用竹山鎮竹林環繞的自然條件來經營，將來仍是竹山鎮遊憩發展的重要據點之一。但是就目前周遭景點的觀光品質而言，相關服務、交通、軟硬體設施的整備還不夠完善，往往使外來的遊客在民宿住了一晚之後隔天即離開，並沒有有效地促進地方的經濟發展，同時也讓遊客繼續在當地從事其他的休閒活動或觀光旅遊的意願大打折扣，也因此，竹山鎮當地觀光據點週遭的交通建設、服務設施等確實是當地觀光亟待突破的瓶頸。

因此現階段竹山鎮的觀光發展是以既有的產業、景點加以整合，以休閒農業活動發展為主，並就現有發展程度不同的產業和地區加以分區實施

整備，以期符合旅遊服務的基本水準，並朝高品質的方向邁進；另一方面，為發展文化觀光遊憩活動，訴求以既有的傳統工藝、商店為出發，導入文化創意的概念，以文化觀光為核心內容，朝向旅遊市場精緻化的目標發展。



第三章 研究方法

第一節 研究設計

本研究緒論部分主要在瞭解各國文化創意產業與文化觀光的定義、範圍與發展方向，並反觀國內發展現況，藉由敘述研究動機和研究目的說明，選擇竹山鎮內「竹馬之友慢跑部」及「小鎮文創股份有限公司」作為探討的案例，最後再定義研究的範圍與研究對象。

第二階段以文獻探討為主，以國內外各方學者的論點，評估案例發展條件及案例未來可能發展方向，探討的內容主要為「文化創意產業」與「文化觀光」二個部分。

第三階段分成「深度訪談」、「問卷評估」與「參與觀察」三個部分，依照不同的研究對象與研究限制，以三種不同的方式針對「竹馬」及「小鎮文創」創辦人、「竹馬」路跑參與者及「小鎮文創」以工換宿人員和地方小鎮傳統店家進行研究及半結構性問卷調查。

本研究整理出研究方法如下：

一、文獻分析法：

本研究擬藉由國內外研究的觀點與理論基礎，文獻蒐集範圍則包括期刊、論文、書籍、研討會資料、報章雜誌與網路等，並以「竹馬」及「小鎮文創」為個案研究，以瞭解文化創意結合傳統產業在地方小鎮發展之脈絡與傳統產業的隱性知識和技能的傳承。

二、個別訪談法：

訪談對象以「竹馬」及「小鎮文創」的創辦人及地方小鎮的傳統店家為主，期望透過訪談創辦人了解「竹馬」及「小鎮文創」的發展歷史、推行路跑運動及青年創業計畫的發展現況與願景，並藉著與當地傳統店家深度交談中，瞭解店家參與的意願和想法，以便清楚地知道未來發展可能面對的阻礙。

三、問卷分析法：

問卷對象為「竹馬」路跑參與者及「小鎮文創」歷年來以工換宿人員，原因為實際參與路跑者和以工換宿人員能夠深度接觸到當地傳統店家。路跑者方面，雖然只是每週單純地參與慢跑活動，但其規模卻與日俱增；另外在青年創業模式裡，以工換宿人員的工作內容雖為輔助青年創業，但他們所扮演的角色卻舉足輕重。因此期望藉由問卷方式，瞭解路跑參與者和以工換宿人員跟傳統店家間的交流情況，以及未來如何永續發展的方向。

四、參與觀察法：

本人曾於2014年7、8月份間數次實際參與了「竹馬」所舉辦的慢跑活動及擔任「小鎮文創」以工換宿人員，透過為期一個多月左右的親身體驗，不僅可以深度瞭解慢跑路線和以工換宿人員的工作內容，亦可接觸到其他慢跑參與者和換宿人員、「竹馬」及「小鎮文創」創辦人、住宿的旅客與許多當地的傳統店家，以親身參與者的角度更能客觀地瞭解企業發展脈絡與參與者的想法和心得。

最後，案例研究分析的結果以「竹馬」及「小鎮文創」的「文化創意產業與文化觀光發展」與「發展現況」二種不同的面相評估，綜整出結論與建議。

第二節 研究對象及訪談內容

一、訪談竹山鎮傳統店家之內容

本研究主要為探討「竹馬」及「小鎮文創」與竹山鎮當地傳統店家的合作計畫，因此於竹山鎮人口和店家密度聚集較高的竹山里、竹圍里、中山里、竹山里、桂林里、雲林里等地，隨機挑選現階段正在營業的店家，或是當地的傳統商號、小吃、攤販等 15 家來實施訪談（表 3-1），除了瞭解其歷史、經營理念及現況與未來發展以外，並詢問其對「竹馬」及「小鎮文創」的看法，以及對合作計畫的參與度有多少。

本研究最終採 Junichiro Sanui 所提出的「評價構造法」(EGM, Evaluation Grid Method, 1997)來衡量受訪者的回答內容，因為在絕大部分時間的訪談過程中，受訪者往往是依照自身過去的人生經驗和印象實

施作答，這二者已足以決定受訪者對竹山鎮與「竹馬」及「小鎮文創」的潛在觀感。在第一階段的訪談中，受訪者必須回答他對於竹山鎮、竹馬及小鎮文創(上述三者為物件)的瞭解程度和喜好；第二階段則是透由附加提出的問題來澄清和分析受訪者第一階段所作的回答，之後再綜整上述二個步驟，解析出受訪者對於物件所真正抱持的具體觀感。

受訪者訪談的題目主要分成二大類，第一是對竹山鎮發展的看法；第二是針對「竹馬」和「小鎮文創」合作計畫的看法。在訪談過程中，先以閒話家常的方式循序漸進地瞭解店家的歷史與現況經營，接著會詢問店家對竹山鎮整體看法和極力推薦的旅遊景點，之後再從店家的回答中進一步去探問其具體的原因與感受，主要會這麼做不外乎是深怕店家在接受訪談時，其作答的過程中因太過緊張而顯得不自然，最後再徵詢店家對「竹馬」及「小鎮文創」合作計畫的意願，並探究參與意願的理由為何。

二、訪談「竹馬」路跑者及「小鎮文創」以工換宿人員之內容

2014 年 7 月及 8 月，筆者參與了「竹馬」所舉辦的夜跑 6 次；另於 2014 年 7 月以以工換宿人員的身分進入「小鎮文創」，之中藉由實際參與路跑以及以工換宿的模式與小鎮許多傳統店家實施訪談，當然這其中也數次造訪了小鎮當地觀光景點，並體驗了當地特有的小吃等，在一切看似平常的小鎮裡，竟也有著許多不為人知的不平凡人事物，這也是我在地生長了 30 幾年來從未有過感受，當地的親情、當地的友情、當地的人情等，我想這也是為什麼還是會有年輕人肯回鄉工作，並藉由各類活動的方式，將文化創意產業的思想帶入當地傳統產業，以提振小鎮經濟及旅遊發展的緣故。

本研究選擇「竹馬」路跑者為訪問對象，主要是因為路跑者在小鎮內集結路跑時，所經過的當地一些店家或居民常常會免費提供茶水，這也讓路跑者容易與店家近距離接觸，而不單單僅止在有消費行為時才能有所接觸。填寫問卷的人大多是設籍在竹山鎮內，但其中有些人因為工作的關係雖設籍在竹山鎮，但並不在小鎮內居住或工作，透過他們的回答可以看出大部分離鄉背井的人對自己的家鄉還是存在著認同感，相對地參與小鎮內所舉辦的活動的意願就會比較高。另外會訪問以工換宿人員，在於是除了

「竹馬」路跑者和「小鎮文創」員工以外，比較有機會接觸到小鎮傳統店家的人，且以工換宿人員所扮演的角色，是介於幫助青年創業者與傳統商家的媒介，雖然換宿期間填寫問卷的同時，尚無青年創業者進駐，但是透過他們的回答仍可以知道以工換宿人員與傳統商家間的交流，並讓有意回鄉創業的青年持續保有一個協助的管道。

「竹馬」每週三、六定期舉辦夜跑活動，並於每個月不定期辦理不同類型的路跑活動，比如針對夜賞螢火蟲所辦理的「螢光夜跑」、針對鎮內第一次舉辦的馬拉松賽事「竹馬拉松」等。在夜跑方面，每週集結的地點有連興宮、克明宮、靈德廟等，大多以環狀方式繞行竹山鎮一圈，路跑哩程以 3 以里至 10 公里不等，當日相關路跑資訊會於前一天公布於「竹馬路跑部」臉書，以號召有意願的鎮民前來路跑。在路跑的人員中不乏有議員、老師、醫生、學生、貨車司機、菜販等，年齡則由 3 歲到 80 歲不等，甚至也有傳統店家藉由與「竹馬」合作的方式提供文創 T 恤、茶水和當地特產等，其夜跑發展的模式現已擴及全國。

「小鎮文創」每個月邀請數位以工換宿人員，依照其專長與當地店家的需求，將其分配到工作點。在換宿的工作過程中會有比較多的機會接觸竹山鎮傳統店家的的工作點為「小鎮故事館」、「竹巢學堂」與「前山綻」；而選擇「上山閱讀」、「天空的院子」、「鞍境家」與「大鞍山城」的工作點者，大多是負責房務清潔與餐飲服務為主。筆者在去年換宿的過程中雖然並沒有到全部工作點以工換宿，但所在的工作點已能更加瞭解「小鎮文創」的發想理念。

「竹馬」路跑參與者大多為持續性體驗者，另有部分人員是經由親友受邀而來嚐式路跑，所以本人在參加 6 次夜跑之後，以立意取樣方式尋求願意接受的受訪者，並當場現地實施訪問；另外「小鎮文創」的以工換宿人員換宿期限為 1 個月，結束換宿生活後並不會繼續待在「小鎮文創」，對於近年來已到「小鎮文創」完成以工換宿人員，本研究本想以電話方式進行訪談，但涉及個人資料保護法，「小鎮文創」並無提供，所以改以「小鎮文創」所提供的電子郵件為聯絡方式，並將訪談內容改以問卷的方式進行問答（表 3-2）。

本研究問卷主要以開放式作答為主，並無特別選項限制，以求更瞭解路跑參與者及以工換宿人員真正的想法。問卷內容除了針對受訪者的基本資料與個人經驗外，筆者以「參與」行為與「認同感」界定的層次做為分析依據(楊敏芝，2002)，藉由「參與」可以產生一種信任、愛與共同的價值觀，能夠將地方文化的價值內化於自我的概念當中，進而產生認同與支持的價值(王欣怡，2013)。因此，筆者在問卷中除了有受訪者對「竹馬」、「小鎮文創」與竹山鎮的「接度」和「認知度」外，又加上了「啟發與感受」與對竹山鎮傳統店家結合文化創意的「認同感」等五大類型的相關問題進行調查，其目的在於：

- 一、個人經驗：瞭解路跑參與者(以工換宿人員)的背景與過去路跑(換宿)的經驗。
- 二、接觸度：釐清路跑參與者(以工換宿人員)在路跑的同時(換宿工作內容)有接觸到傳統店家。
- 三、認知度：路跑參與者(以工換宿人員)對竹山鎮與「竹馬」(「小鎮文創」)的瞭解程度。
- 四、啟發與感受：與店家接觸中路跑參與者(以工換宿人員)得到的感受與認同。
- 五、認同感：對竹山鎮傳統產業結合文化創意傳承的認同看法。

第三節 研究限制

本研究係針對文化創意產業與地方旅遊發展之關係做進一步探討，雖在研究設計之初已力求完整，惟礙於研究方法及經費等問題，還是面臨了部分窒礙難行之處，其研究限制如下：本研究礙於人力、物力、時間等限制，無法對所有路跑參與者及以工換宿人員進行普查，研究中僅以可取得的願意接受訪問的以工換宿人員和路跑參與者為主，其中路跑參與者是以立意取樣方法選取樣本，所以研究結果恐無法適用於國內其它鄉鎮類似有文化創意產業帶入傳統店家的模式，故有影響研究論證與通則化之限制。

表 3-1 訪談對象－竹山鎮傳統店家

類型	編碼	店名	販賣商品
攤販	A1	捲仔粿	捲仔粿
	A2	農會圓仔冰	圓仔冰
	A3	車站車輪餅	紅豆餅
小吃	B1	廟口肉圓	肉圓、豆腐湯
	B2	媽祖廟米糕	米糕、乾麵
	B3	虹嵐	蜜蕃薯、蕃薯包
餐廳	C1	新合歡餐飲	簡餐
	C2	翠谷餐廳	竹筍餐、合菜
銀樓	D1	金福山	金銀飾品
打鐵	E1	西滿鐵鋪	鐵器、菜刀
中藥	F1	永光蔘藥行	中藥材
布行	G1	百福布行	布料
服飾	H1	圓周率	男女服飾
糕餅	I1	馥香	蛋糕、麵包
米麩	J1	啟明米麩	米麩、米香

資料來源：本研究整理。

表 3-2 參與路跑者和以工換宿人員問卷內容

一、個人經驗：瞭解參與路跑者和以工換宿人員的背景與過去經驗。 (一)姓名。 (二)年齡。 (三)性別。 (四)職業(軍公教、製造業、金融業、餐飲業、藝文出版業、醫療業、旅遊業、其他)。 (五)來參與「竹馬」或「小鎮文創」之前是否曾有過類似的經驗(有、無)。 二、接觸度：釐清參與路跑者在跑步時和以工換宿人員的工作內容是否有可能接觸到傳統店家。 (七)您在「竹馬」或「小鎮文創」曾經接觸過的地方為何？(小鎮故事館、前山綻、天空的院子、鞍境家、上山閱讀、竹巢學堂、其他) (八)您參與過的路跑性質為何？以工換宿的工作內容為何呢？ (十五)您路跑時或以工換宿的工作內容是否有接觸及到下列人員？(傳統店家、當地老師傅) 三、認知度：路跑參與者對「竹馬」或以工換宿人員對「小鎮文創」的瞭解程度。 (六)您如何得知「竹馬」和「小鎮文創」的相關活動資訊？(網路資訊、報章雜誌、電視新聞媒體、社群軟體、部落格、學校、公司行號、親朋好友、其他) (九)讓您有意願前來的動機是什麼？ (十二)來之前對竹山的印象為何？ (十四)來之前是否知道「竹馬」和「小鎮文創」與竹山當地店家結合的相關訊息？ 四、啟發與感受：與店家接觸的過程中，參與路跑者和以工換宿人員所得到的啟發及感受。 (十)參與路跑或以工換宿的過程中讓您有何感受？ (十一)路跑或以工換宿過程中遇到最特別的經驗為何？ (十三)來「竹馬」或「小鎮文創」後對竹山的印象為何 (十六)竹山的傳統店家給了您什麼樣的感覺？ (十八)是否會和身邊的朋友家人分享在「竹馬」或「小鎮文創」的自身經驗？為什麼？ (十九)是否會和身邊的朋友家人分享「竹馬」或「小鎮文創」的理念呢？為什麼？ 五、認同感：對當地傳統產業結合文化創意是否認同及看法。 (十七)您覺得文化創意產業結合竹山鎮的傳統產業，帶給了您什麼感覺？
--

資料來源：本研究整理。

第四章 個案研究分析

第一節 「竹馬」與「小鎮文創」的創立緣由與現況

一、「竹馬」的創立緣由與現況

「我只是想讓竹山人看見自己家鄉的美。」—林家宏

「竹馬之友慢跑部」(簡再「竹馬」)的開始其實也是一個念頭而已。起初只是林家宏先生與幾個小鎮上的好朋友為了比誰的體力好、比誰的毅力強、比誰的膽量大而相約提議的夜間慢跑，然後他們在不理會旁人的冷漠眼光下，與不定期地更換路線、不固定的路跑起點助興等，漸漸地，每週晚上有固定的幾天都會看見他們的身影；慢慢地，跑步時常經過的店家會給予他們免費的飲料，最後，小鎮的民眾看見他們會為他們加油，一些喜愛慢跑的同好也會給予他們鼓勵，終於，「竹馬之友慢跑部」就這樣不知不覺地成立了。緊接著，有越來越多的民眾加入他們，以致到最後的每次夜跑，都需出動警察或義工來指揮交通和維持秩序(圖 4-1、圖 4-2)。



圖 4-1 夜跑集合



圖 4-2 夜跑集合

圖片來源：竹馬提供

「如果每個人在跑步的同時，可以多多看一下週遭的景色，反正既然是夜跑就不要急，慢慢跑然後去感受夜晚的竹山，如果可以發現以前沒體會過的感受，或是看過以前沒仔細看到的東西，如果是這樣那就夠了。」—林家宏

2013 年 6 月，「竹馬」創辦人林家宏先生決定舉辦一場從沒辦過的

星光夜跑活動—愛跑進小鎮，他利用網路號召竹山鎮民不分男女老幼、無關喜愛與否都來一同參與，原本以為該夜跑活動最多只有 100 多人參與，殊不知來參加的民眾竟然超過 3,000 人，而且吸引了十多家的電子與平面媒體前來採訪和報導，當然這都是超乎林先生的預期，瞬間也打響了「竹馬」的名號，而且也因為此活動，讓林先生看到了慢跑其實很簡單，不用什麼華麗的場合或高級的運動器材或裝備，只要一雙布鞋，就可以馬上行動。持續地，每週三、六固定舉行夜跑，夜跑的起點和終點於前一日在社群的網站公告，一次又一次，整個竹山鎮民似乎也早已習慣每週三、六晚上只要有空，就穿上布鞋攜老扶幼一起參加夜跑(圖 4-3)。

4 個月後，「竹馬」又有了一個新構想，藉由舉辦「愛熱血星光夜跑」這個公益活動來募集熱血基金(餐券)，該活動沒有獎牌、沒有獎狀、沒有成績證明，也沒有紀念品和餐點，只有募集來的基金轉換成提供小鎮上弱勢兒童的免費餐券，讓參與者能在完賽後都能在竹山鎮留下在地的連結(圖 4-4)。



圖 4-3 愛跑進小鎮活動



圖 4-4 愛熱血星光夜跑活動

圖片來源：竹馬提供

「讓每一次跑完都是一次美好事件的開始，就讓路跑不只是路跑。」

—林家宏

筆者於 2014 年 7、8 月間參與了「竹馬」所舉辦的 6 次路跑活動，依筆者的經驗來看，「竹馬」已漸漸成為竹山鎮的一種代名詞，因為它讓竹山鎮民有了共同的信念，就是珍惜在地文化和產業，並瞭解什麼是創意和創新，透過創意的發揮和創新的概念包裝，讓一個地方的文化產業得以繼

續保存下去。就像創辦人林家宏先生在訪談中所說的，每一次路跑結束都是另一個美好事件的開始一樣(圖 4-5、圖 4-6)。



圖 4-5 夜跑活動前暖身



圖 4-6 新聞報導夜跑活動

圖片來源：竹馬提供

二、「小鎮文創」的創立緣由與現況

「小鎮文創股份有限公司」(簡稱「小鎮文創」)的創立是由一間全國知名的民宿—「天空的院子」開始的。創辦人何培鈞先生在 2001 年當時還是臺南長榮大學醫管系學生的時候，有一次出遊無意間在南投縣竹山鎮大鞍里的山區裡，發現了一棟早已破爛不堪且荒廢許久的古厝，當時帶著頹圯老牆的古厝讓他有了想擁有和保存此古厝的想法，於是他回到學校後開始研究文化資產保存的相關課程，直到 4 年後從軍中退伍，何先生決定找尋古厝的主人，期望實現自己夢寐以求的願望。

該古厝屬於竹山鎮張姓家族所有，由於當地交通極為不便，子孫因此陸續遷到外地就業及居住，所以該古厝就像臺灣許多鄉鎮的老屋子一樣，被遺忘在荒煙蔓草的歲月之中。何先生花了許多的時間去拜託許多家的銀行，最後終於說服了其中一家銀行的主管，並找了當醫生的表哥古孟偉先生共同貸款了一千多萬元，並將該古厝買下，也因此開啟了他們保存竹山鎮文化旅程的第一步。

「如果文化慢慢的修、慢慢的保存，它會從原本的 102 歲隔年變成

103 歲、104 歲…，它會隨著時間越來越珍貴；但是一間飯店你從蓋

下去的那一刻開始就是一種折舊。」—何培鈞

何先生不同於以往將廢棄建築改建成餐廳或藝文展覽空間，他將古厝轉型為民宿，他希望以「讓旅客能久留」、「讓旅客能瞭解當地文化」的概念方式經營。他們從搬石頭、刨木頭、用廢棄電線杆製作桌子等工作都是自己施作，堅持保留了古厝原本古樸的外觀並加入了許多現代感的設計，當然，體驗過去文化的同時還是得住的舒適才行。終於，修復完成的古厝有了一個嶄新的名字—「天空的院子(el patio del cielo³⁷)」，而那是在 2005 年夏天的事了(圖 4-7、圖 4-8)。



圖 4-7 天空的院子整修前

圖片來源：小鎮文創提供



圖 4-8 天空的院子整修後

圖片來源：筆者現地拍攝

當然，像許多初次創業者的過程一樣，「天空的院子」在營業之初並不如預期的順利，後來何先生拜訪了許多企業，並郵寄了許多信件給國內的政府機關推廣「天空的院子」，南投縣政府在一個因緣際會下得知了這棟古厝的消息，決定把它作為來臺演出的國外音樂家的下榻地點，其中包含了加拿大籍的音樂家馬修連恩(Matthew Carl Lien)，馬修連恩當時受到了古厝的感動，為它製作了一張同名專輯，也因為這張專輯入圍了金曲獎(圖 4-9、圖 4-10)，也就開始了有更多的人認識了「天空的院子」。

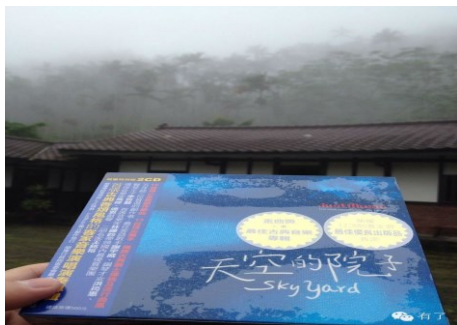


圖 4-9 天空的院子專輯

圖片來源：筆者購買自拍



圖 4-10 馬修連恩伉儷與天空的院子

圖片來源：小鎮文創提供

「臺灣鄉鎮由於人口外移嚴重的因素，留下了許多空的房子，因此我堅持不增蓋建築物的原則，所有的單位都是原本就存在的閒置的空房子。」－何培鈞

之後的數年內何先生購買了許多竹山鎮當地的廢棄建築，並陸續成立了「有竹居」(圖 4-10)、「鞍境家」(圖 4-11)、「上山閱讀空中飲食」(圖 4-12)、「竹巢學堂」(圖 4-13)、「大鞍山城」(圖 4-14)等，大致上可分成餐廳、手作生產線、青年創業中心、民宿、教學中心等五類，並於 2011 年創立了「小鎮文創股份有限公司」(圖 4-15)，以小鎮上的「小鎮故事館」作為對外聯繫的窗口，隔年又成立了「竹生活文化協會」(圖 4-16)，並且將竹山鎮上一間早已歇業的唱片行買下，取名「前山綻文創工作坊」(圖 4-17)，作為「小鎮文創」青年創業者的工作據點。



圖 4-11 有竹居



圖 4-12 鞍境家



圖 4-13 上山閱讀



圖 4-14 竹巢學堂

圖片來源：小鎮文創提供



圖 4-15 大鞍山城



圖 4-16 小鎮故事館



圖 4-17 竹生活文化協會



圖 4-18 前山綻文創工作坊

圖片來源：小鎮文創提供

「鼓勵企業在買伴手禮的時候不要去訂制式的商品，你在買伴手禮的同時，其實是間接地在鼓勵青年返鄉創業，支持當地所有的產業。」 —何培鈞

「小鎮文創」集結大專院校產學合作的學生、以工換宿人員及藝術家的點子等，設計了許多與竹山鎮當地的店家有所關聯的產品，目前販售的文創產品有以紫南宮為發想，由希臘 Ruud Matthes 與臺灣施淑玲(Susu)等 2 位藝術家所創作的「小鎮護身服」(圖 4-19)、與竹山鎮啟明米麩店合作開發的「米香方塊酥」(圖 4-20、圖 4-21)、結合竹山鎮著名的竹子產業製作而成的茶罐等商品(圖 4-22)；另外護身服的竹編盒子則是使用了當地竹工藝產業的竹籤製作而言、振益棉被店的花布則用在花布便當盒上(圖 4-23、圖 4-24)。



圖 4-19 小鎮護身符



圖 4-20 小鎮米香



圖 4-21 米香方塊酥



圖 4-22 竹製茶罐



圖 4-23 振益棉被花布



圖 4-24 花布便當

圖片來源：小鎮文創提供

「這和其他的創業不一樣，其他的創業可能要花幾十萬到幾百萬元去開間店或間公司，但也因此開始負債了，但這裡並不是，這裡告訴你的是你可以先不花錢，且我告訴你創業的環境在哪裡——創業的環境就是市場端在哪生產端在哪。」—何培均

就文化創意產業結合文化觀光發展的型態來說，筆者於2014年7月間用以工換宿的身分觀察和訪談創辦人，「小鎮文創」現階段包括了「閒置空間再利用」與「傳統產業轉型」2大類(圖4-25)。在「閒置空間再利

用」方面又分成「保存建築物」和「使用建築物」2種，「保存建築物」是因為該建築物本身存在較久，且較有歷史價值，如天空的院子、有竹居；另外「使用建築物」則只是要讓該建築物做為青年創業發展的地方而已，如竹巢學堂、大鞍山城、小鎮故事館、鞍境家和前山綻文創工作坊。

此外，透過閒置空間再利用結合了文化觀光，如「文化遺產觀光」、「學習型觀光」與「生活形態觀光」等3項(表4-1)，惟現階段的閒置空間再利用並沒有與文化創意相結合。另一方面，傳統產業轉型主要用意在使用竹山鎮的傳統店家的商品能夠與文化創意相結合，因此是以文化創意商品型態呈現。而文化觀光則有「生活形態觀光」、「學習型觀光」與「產業型觀光」等3種。

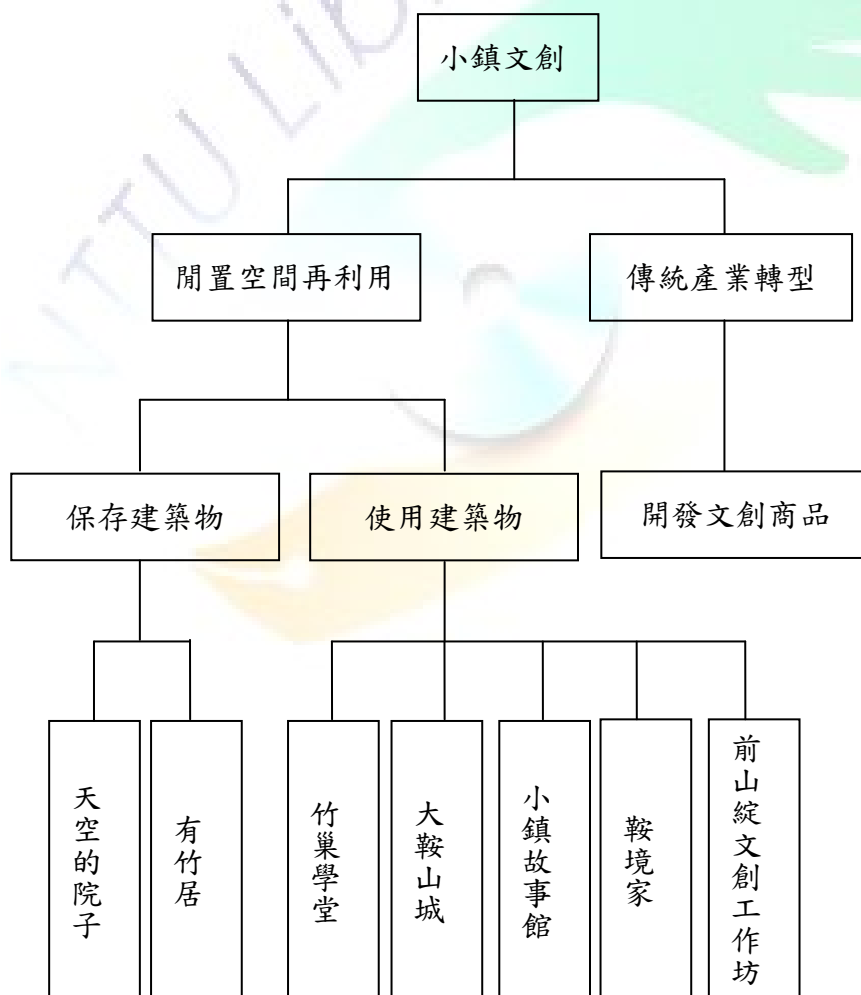


圖 4-25 小鎮文創現階段發展之型態

來源：本研究整理

表 4-1 文化創意產業與文化觀光類型分析

類型	閒置空間再利用		傳統產業轉型
目的	保存建築物	使用建築物	轉型成為經濟型商品
文化創意	暫無		文創商品開發
文化觀光	1. 老舊建築(文化遺產觀光) 2. 講座(學習型觀光) 3. 幸福腳步便當 (生活型態觀光)		1. 講座(學習型觀光) 2. 小鎮護身符(生活型態觀光 及產業型觀光)

資料來源：本研究整理

第二節 竹山鎮傳統店家訪談內容分析

筆者匯整了竹山鎮上 15 家傳統店家的訪談紀錄，依內容分成「傳統店家對竹山鎮的看法與推薦的觀光景點」、「傳統店家對竹山鎮的看法的原因與感受」、「傳統店家對『竹馬』或『小鎮文創』的印象與參與合作的意願」、「傳統商家對『竹馬』或『小鎮文創』參與意願的理由」等 4 類(表 4-2、表 4-3)，並在每類後註明商家提出的次數，此方法是為了確切地知道各傳統店家中該項目對其重要性(提出的次數越多代表越重要)。

一、地方印象：對竹山鎮的看法與推薦的觀光景點。

二、洞察發現：對竹山鎮的看法。

三、抽象理由：對竹山鎮的感受。

四、具體印象：對「竹馬」或「小鎮文創」的印象與感受。

五、參與意願：對「竹馬」或「小鎮文創」參與意願的理由。

表 4-2 傳統店家對竹山鎮的看法

地方印象	洞察發現	抽象理由
紫南宮(13) 八卦茶園(11) 媽祖廟小吃(10) 城隍廟(9) 媽祖廟(9) 天梯(8) 杉林溪(8) 竹工藝(8) 竹筍(6) 蕃薯(5) 竹山文化園區(3) 921 斷層保存館(1) 觀光工廠(1)	人口老化(11) 就業機會少(9) 人口外移(8) 只有廟會時才熱鬧(7) 小吃獨特好吃(7) 政府不重視本鎮(5) 沒觀光巴士(3) 古蹟眾多(3) 觀光資源豐富(2) 形象商圈規劃不好(1) 年輕人留不住(1)	以前很熱鬧 被其他鄉鎮趕過 921 後開始落後 很蕭條 要再加油 (因陳述理由多且重覆性少，故不計次數)

資料來源：本研究整理

依照筆者親自訪談店家所彙整出的結果來看，店家對是否與「竹馬」或「小鎮文創」進行合作大都表達樂觀的態度，訪談的 15 家店家裡就有 8 成的店家表達有意願合作(12 家)，2 家店家不願意(13.33%)、1 家店家

沒有意見(6%)，表明願意合作的店家大多期望能「帶來多一點人潮」、「讓竹山恢復榮景」、「保存在地傳統產業(文化)」等為主要的考量目目；另外在沒有意願的店家則是傾向保持現狀就好，歸納出原因在於無人繼承、負責人年邁或維持現有穩定的生活即可等原因。

在訪談中也有一些比較特別的例子，像是有的店家會「覺得無法控管數量」、「認為自己家的產品不夠好」、「擔心無法滿足觀光客的期待」、「怕賣不出去」等，甚至像是傳統攤販捲仔粿和馥香麵包店則都是擔心「怕製作的數量供不應求」；也有一些店家想參與合作，但覺得「加入後自己家的獨門配方就被人家知道了」或「怕別人來模仿」等，如廟口肉圓和西滿鐵鋪。所以筆者認為這些都是「竹馬」或「小鎮文創」未來在與竹山鎮傳統店家討論文化創意或合作時得需面臨的課題。

另外在與店家訪談中也發現，店家對竹山鎮大多存在著比較多的負面的印象，比如：很蕭條、落後、人口老化等，許多店家提及的根本問題都是年輕人留不住、人口外移、工廠關閉或外移、交通運輸不便和形象商圈失敗等原因，至於推薦的景點以紫南宮、八卦茶園和媽祖廟為多數。

筆者彙整出竹山鎮的店家對小鎮發展現況分析如下：

一、人口外移：分悉竹山鎮人口外移的因素，可以歸納出災後遷徙，但大致可說從民國 84 年之後人口就已慢慢地外移了(民國 85 年有少部分成長)。

民國 86 年的亞洲金融風暴，造成竹山鎮內(竹山工業區)多家傳統代工廠倒閉或外移，也間接地導致許多工廠的作業員離開了竹山鎮。民國 88 年發生的 921 地震造成了許多鎮民不幸罹難，之後許多鎮民開始搬離了傷心地。民國 90 年的桃芝颱風侵襲，再度造成了竹山鎮內山區許多地方發生土石流，又有許多鎮民因此不幸罹難。政府於民國 94 年開始在竹山鎮投入建設和資金、在竹山鎮老街打造形象商圈、甚至輔導傳統工廠轉型觀光工廠，雖然因此觀光旅遊的人口有明顯的上升，但依歷年的人口數演變來看，似乎沒有因此就讓竹山鎮的人口停止外移，或甚至增加的可能(表 4-4)。

表 4-3 傳統店家對與「竹馬」或「小鎮文創文創」合作的看法

意願	具體印象	抽象理由	其他
有意願 (12) 無意願 (2) 都可以 (1)	有意願		
	能帶來多一點人潮 (5) 讓竹山恢復榮景 (3) 保存在地傳統產業 或文化 (2)	讓竹山更有凝聚力 (4) 讓竹山變得更好 (3)	無法控管數量 (2) 覺得自己的產品 不夠好 (1) 擔心無法滿足 觀光客的期待 (2) 怕賣不出去 (2) 怕供不應求 (1)
	無意願		
	保持現狀就好 (2) 不感興趣 (2) 沒有人繼承 (1) 身體老了不堪負荷 (1) 現在這樣就好了 (2) 年輕人不願意做 (1)	好像沒什麼差 (1)	無
	沒意見		
	怕別模仿 (2) 自己家的獨門配方 會被知道 (1)	有機會的話就試試 (1)	推銷竹山鎮 (1)

資料來源：本研究整理

表 4-4 歷年竹山鎮人口數演變

年份(民國)	人口	百分比增減(%)	備考
82	62,946		
83	63,039	0.15	
84	62,933	-0.17	
85	62,998	0.10	
86	62,698	-0.48	金融風暴
87	62,579	-0.19	
88	62,253	-0.52	921 地震
89	61,209	-1.68	
90	61,068	-0.23	桃芝風災
91	60,782	-0.47	
92	60,459	-0.53	
93	60,022	-0.72	
94	59,796	-0.38	觀光工廠
95	59,415	-0.64	
96	59,329	-0.14	
97	59,003	-0.55	
98	58,826	-0.30	
99	58,338	-0.83	
100	57,988	-0.60	
101	57,560	-0.74	
102	57,398	-0.28	

資料來源：竹山戶政事務所網站

二、政府沒有積極作為：在大多數訪談的店家認為，政府在竹山鎮(縣政府或公所)投入的建設不多且也不夠積極。從他們的言語中可以

得知幾十年來竹山鎮的發展速度遠不及週遭鄉鎮，如雲林縣斗六市、南投縣南投市、草屯鎮、埔里鎮和集集鎮，大部分居民覺得竹山鎮的傳統產業因為人口磁吸作用的因素而往週遭較熱鬧的鄉鎮發展，相對地觀光客會被吸引來竹山鎮的因素就會減少，雖然政府也曾大力想要復興竹山鎮的傳統產業(如竹藝)，並在老街裡打造了形象商圈，融入了在地的竹子文化，甚至是打造了亞洲第二座的梯子吊橋(天梯)，但卻很少看到政府有更大的動作或是積極輔導店家的作為，也因此大多數的鎮民對政府難免都會有些埋怨。

「政府沒有用啦！錢都不知道花去哪？現在竹山有夠落後的，當然不會有觀光客來啊，政府要拿出魄力啦。」—A2

「之前辦了一些活動，活動結束後人潮就沒了，現在的形象商圈也是一陣子而已，過了就沒了，都沒有好好規劃和經營。」—G1

三、交通運輸不便利：縱使竹山鎮所擁有的觀光資源相當多元且豐富，惟景點與景點間的距離太過遙遠遠，之間缺乏了大眾運輸工具可使用，特別在竹山鎮民所推薦的觀光景點，如：天梯、八卦茶園、紫南宮、竹山觀光工廠、杉林溪、竹山文化園區等，不是位於離市區偏遠的大鞍里，就是位在靠鹿谷鄉的山區(去杉林溪僅能由投 151 縣道經鹿谷鄉抵達或由大鞍里走投 49 縣道到達)，另外就算位是於市區的景點媽祖廟、城隍廟或竹山小吃，也幾乎是在大眾運輸工具不會抵達的地方，雖說小鎮裡有員林客運、臺西客西每天有固定的班次可往返大鞍里，且臺灣好行溪頭線也可抵達溪頭，但往返大鞍里(天梯)和杉林溪的公車一天僅不到 10 班次，臺灣好行也僅能行駛到溪頭，再往杉林溪需再轉搭公車等因素，一般旅客想再更深入遊玩景點須得自行開車才可以抵達。

「客運班次那麼少，就算想去聽到沒車可坐就懶了。」—D1

「本來很多客人都想開車去的，可是聽說天梯那邊停車不方便，
然後又有時間管制，傍晚就不開放了，所以遊客就不去，都在抱
怨說有這麼好的景點，為什麼沒有接駁車可坐。」—A3

四、觀光景點規劃不周全：在竹山其實不乏非常多具有觀光旅遊價值的景點，可是在訪談的過程之中卻有相當多的在地人不太願意想去介紹竹山鎮給週遭朋友認識，更遑論小鎮旅遊，當然歸究其原因主要在於觀光旅遊景點的規畫不盡完善。

筆者曾於 2014 年 7 月至 8 月間在「小鎮文創」以工換宿期間，曾多次前往位於大鞍里的天梯風景區，當地離市區至少 1 小時的車程，需自行開車或騎乘機車才能抵達，路程中會發現通往天梯的指標並不明顯，道路規劃也不完善，就算抵達天梯風景區，週圍的停車場過於狹小，且停車格有限，再說天梯的設計其實也不全然適合年長者行走，可是在鎮公所的網站並無發現任何關於停車或無障礙設施的說明。

另外這幾年因每年至少一檔由某家知名企業所拍攝的飲用茶廣告而打響名號的八卦茶園，因為是私有地和私人的茶廠，縣政府或竹山鎮公所方面也沒有規劃任何休憩區、停車場、廁所或餐飲區，再再讓遠道而來的觀光客備感失望，筆者認為這些原因就是竹山店家常說的「不想介紹友人到竹山玩」的原因吧。

綜觀以上四點來看，竹山鎮店家的收入來源原本就是以當地居民為主要客源，因為人口外移和減少的緣故，消費族群相對地也會減少，也因此竹山鎮的傳統店家也就一家一家地結束營業。政府雖致力改善人口外移和減少的嚴重問題，也轉型了多家的觀光工廠，並且開闢了許多建設(老街、形象商圈、天梯等)，但從歷年人口數來看，竹山鎮的人口外移和減少的問題並沒有因為政府的作為而有所趨緩，雖然遊客數是有顯著的增加，但就像大部分居民所說的，沒有相關的配套措施、沒有完善的交通建設、沒有適當的輔導作為等，當然人口外移或減少的問題也不可能立馬趨緩。

第三節 「竹馬」及「小鎮文創」參與人員訪談內容分析

2014 年暑假時間，筆者參與了夢寐以求的以工換宿活動，親身體驗了以工換宿專長人員的工作，而且也到訪了竹山鎮許多的觀光景點，重新尋找兒時的記憶，當然為了本研究，也嘗試訪談了許多當地的傳統店家，在走訪當中，看似熟悉的成長地方，卻也變得那麼地不熟悉，但平凡的小鎮上卻多了許多不為人知的不平凡的人事物，筆者認為這應該是「竹馬」或「小鎮文創」會以傳統店家為發想帶入文化創意產業的原因吧。

在 1 個月左右的以工換宿日子裡，筆者又實際參與了 6 次「竹馬」所舉辦的夜跑，也因此選擇了以工換宿專長人員和「竹馬」慢跑參與者為訪問對象，原因不在乎這些人能夠輕易接觸到竹山鎮傳統店家。

「竹馬」夜跑的參與者多元，現今累積參與的人數已超過 5 萬人次，可以說整個竹山鎮的民眾都有參與過，當中不乏有醫生、律師、教師、軍人、建築師、學生、民意代表、家庭主婦等，參與夜跑的民眾絕大多數都是自發性的，只有少部分民眾是由參與夜跑的親朋友好友帶領前往參加，筆者在參與夜跑的過程中很開心認識了一些朋友，也因此讓筆者在論文研究上可以更順利。

「小鎮文創」每個月會邀請數位願意以工換宿的人員到訪，依照個人的專業領域或當月份的工作需求，分配到不同的地區工作。但以工換宿的工作還是有分別的，到「天空的院子」、「上山閱讀」、「大鞍山城」、「鞍境家」以工換宿的人，負責的工作大多著重在房務、清潔與餐飲服務；而到「竹巢學堂」、「小鎮故事館」與「前山綻」工作的人，在換宿的工作過程中會有較多的時間可以接觸和訪問到竹山鎮傳統店家，筆者在去年以工換宿的過程中很榮幸地有機會接觸到「小鎮文創」裡各領域的工作，當然也因此而能更深入瞭解「小鎮文創」的作業內容。

「竹馬」夜跑是屬於開放性的活動，所以筆者當初在選定問卷訪談的對象時，儘量以找外觀成熟的民眾為主，避免年老長者或國中學齡層以下的民眾，因為基於訪談的時間大多在夜跑結束後（因為每人的體力不同，所以有時候結束都已經超過晚上 9 點半之後），所以可以避免掉年幼的民

眾需準時返家，抑或是年長者在訪問的情況下可能因為太喘而有口意不明或表達不清的困擾。所以在不影響被訪問者的情況之外，大多在夜跑前先告知被訪問者筆者來意，並詢問是否願意接受問卷訪問，通常因為夜跑前「竹馬」均會舉辦熱身活動，所以有可能因此而打擾民眾，導致立意取樣的過程並不順利而遭拒絕，或是原本已答應接受訪問的夜跑民眾，卻在筆者在終點站等待的時候一直未出現(有可能夜跑中途就返家或放棄跑完全程等)，有的則是跑到終點時因個人因素而又拒絕(太累、太喘、太晚等)，所以參與了 6 次夜跑，實際上卻只有效地訪問了 3 位民眾。

「小鎮文創」以工換宿人員至今已有超過 40 位以上的專長人員，因為換宿以 1 個月為限，專長人員結束以工換宿工作後就會離開，而不是繼續待在「小鎮文創」裡，筆者本來希望「小鎮文創」能提供先前以工換宿結束的專長人員的電話，好讓筆者可以進行電話訪問，但基於個人資料保護法的問題，「小鎮文創」遂不便提供，所以在無法電話進行訪談的情況下，筆者就以筆者在以工換宿期間的「同事」(也是以工換宿人員)為主來進行訪問，跟「竹馬」的問卷一樣，都是採開放式的作答方式，並無特別的選項限制，主要也是為了瞭解被訪問者的真正想法。

「竹馬」和「小鎮文創」問卷的內容除了有被訪問者的個人基資和個人經驗外，筆者用「參與」行為與「認同感」界定的層次做為分析依據。因為「認同」是一種心理上的結構，藉由「參與」可以產生一種信任、愛與共同的價值觀，能夠將地方文化的價值內化於自我的概念當中，進而產生認同與支持的價值。爰此，筆者在問卷訪談中除了有夜跑參與者和以工換宿人員對「竹馬」或「小鎮文創」與竹山鎮的「參與度」和「認知度」外，額外添加了「地方認同」、「歸屬價值認同」與對竹山鎮傳統商家的「傳承認同」等五大類，並著手進行研究調查，主要目的為：

- 一、個人經驗：瞭解夜跑者或以工換宿人員的背景，以及過去是否有參與其他路跑或以工換宿的經驗。
- 二、接觸度：釐清夜跑者或以工換宿人員的路跑過程中或以工換宿工作內容是否有接觸到傳統店家。
- 三、認知度：參與夜跑者或以工換宿人員對竹山鎮與「竹馬」或「小鎮文

創」的瞭解程度。

四、啟發與感受：與店家接觸中夜跑者或以工換宿人員所得到啟發與感受。

五、認同感：夜跑者或以工換宿人員對竹山鎮傳統產業結合文化創意的認同與看法。

筆者於 2014 年 7、8 月間原要訪談參與夜跑者 12 位、以工換宿人員 6 位共 18 位做研究調查，惟因被訪問者個人因素問題，導致最後實際訪談人數僅 6 位(4 女／2 男)，其中夜跑參與者和以工換宿人員各 3 位(編號 K1 至 K3 和 L1 至 L3)，筆者將問卷訪談的結果以個人經驗、參與度、認知度、歸屬價值認同與傳承認同等五個項目分類如下：

一、個人經驗

K1 與 L1 皆為學生，其餘人員均有正職工作，除了該 2 人為學生外，其他人的職業並無特正某一行業別。另外先前有無其他類似經驗則剛好一半一半，參與夜跑者有 2 人之前有參加過其他路跑，以工換宿人員則僅有 1 人之前有類似經驗而已(表 4-5)。

表 4-5 參與路跑者和以工換宿人員之背景和過去經驗

編號	性別	年齡	職業	先前有無其他類似經驗
K1	女	17	學生	無
K2	女	32	老師	有
K3	男	45	律師	有
L1	女	22	學生	無
L2	女	27	金融業	有
L3	男	31	餐飲業	無

K 為夜跑參與者；L 為以工換宿人員。

資料來源：本研究整理

二、接觸度

從夜跑時到過的地方與曾參與的各項不同性質路跑可發現，K2 確確實實融入了「竹馬」這個大家庭，而且也實實在在地跑遍了竹山鎮各

地，並且接觸了形形色色的傳統店家。另外由表中得知雖然 K1、K3 不及 K2 頻繁地參加夜跑或參與「竹馬」所舉辦的各項路跑，但至少每週一定會參與一次夜跑，來證明路跑不僅止於在鍛練自身的體魄或是興趣所然而為，而是他們支持在地人舉辦的在地活動的一種表現，是一種在竹山小鎮才能看到的氛圍(表 4-6)。

表 4-6 參與路跑者之接觸度

路跑時曾接觸過的地方	參與過的路跑性質為何	路跑時是否有接觸到下列人員
媽祖廟 (K1、K2、K3) 城隍廟 (K1、K2、K3) 紫南宮 (K2) 竹山文化園區 (K1、K3) 竹山工業區觀光工廠 (K1、K2) 車籠埔斷層保存園區 (K2) 臺大熱帶林標本園 (K2、K3) 前山第一城舊址 (K1、K2、K3) 社寮古厝群 (K2) 青竹文化園區 (K2)	單純夜跑 (K1、K2、K3) 愛跑進小鎮 (K2) 愛熱血星光夜跑 (K2、K3) 竹馬螢光夜跑 (K1、K2、K3) 組隊參加其他路跑 團體所舉辦之路跑 (K3)	傳統店家 (K1、K2、K3) 小鎮文創工作人員 (K1、K2、K3) 老店師傅 (K2)

資料來源：本研究整理

從曾接觸過的地方與工作內容得知 L1、L2、L3 三人在以工換宿工作期間均有接觸到竹山鎮的傳統店家與當地的老店師傅，算是有深度的體驗，雖然 3 人以工換宿的工作內容不盡相同，但均可以依自己的職業編入適當的工作，並且各自發揮自身的專長來協助「小鎮文創」辦理各項活動，抑或是為「小鎮文創」製作相關美編、電腦繪

圖、翻譯、宣傳等，值得玩味的發現是 L1、L2、L3 在非工作時間(如休息、休假)也都會主動協助「小鎮文創」其他行政事項(如接待客人、導覽、網路行銷等)，此種自發性的行為證明了「小鎮文創」確實給予了以工換宿人員自我能力的發揮空間，且讓以工換宿人員深深感覺到「小鎮文創」為竹山鎮傳統產業的保存與傳承所做的努力(表 4-7)。

表 4-7 以工換人員之接觸度

以工換宿期間 曾接觸過的地方	以工換宿的內容為何	以工換宿期間是否 有接觸到下列人員
天空的院 (L1、L2、L3) 鞍境家 (L2) 上山閱讀 (L3) 大鞍山城 (L1) 竹巢學堂 (L1、L2、L3) 小鎮故事館 (L1、L2、L3)	房務 (L2) 環境打掃 (L1、L2) 出餐 (L3) 講座活動拍照攝影 (L1、L2) 影片製作 (L1) 電腦繪圖 (L1) 訪問商家 (L1、L2、L3) 翻譯 (L3)	傳統店家 (L1、L2、L3) 竹馬夜跑參與者 (L1、L2、L3) 老店師傅 (L1、L2、L3)

資料來源：本研究整理

三、認知度

毫無疑問地，夜跑參與者大都是由「竹馬」的臉書網站知道該週的夜跑路線和集合地點，當然也因為大多數的竹山鎮民都有參與過「竹馬」所舉辦的活動，所以只要每週三、六的時間一到，親友間的邀約就如同初三拜年般地開始進行。在表列中也可以發現幾個玩味之處，像是願意前來參與「竹馬」夜跑的動機，除了在地人支持在地活動以外，女生都是有一部分原因是為了減肥而來(K1、K2)，而男生則是為了鍛

鍊身體而來(K3)；另外在還沒參加過「竹馬」夜跑前對「竹馬」的印象，學生倒是回答得特別地乾脆，無外乎是為了有一些店家會提供免費吃的或喝的食物而來，在學生族群的眼中就是一個「很熱血」(K1)，反倒是非學生的職業工作者回答得算比較實際，因為「竹馬」讓竹山鎮更團結、更有凝聚力(K2、K3)。

只是比較意外的部分在於訪談了3位夜跑參與者，竟然沒有一個人知道「竹馬」和一些竹山鎮傳統店家有著合作的關係，這讓筆者有點訝異，畢竟每週三、六晚上固定夜跑的同時，均會有一些店家無償提供茶、水、巧克力等食物，而這些店家大多都是和「竹馬」有著密切關係的店家，這些店家當初也是為了讓夜跑者可以在其店家前休息、飲水、補充熱能的同時，增加店家的曝光率(因為夜跑時均會有民眾拍照或攝影後上傳個人社群軟體)，間接地來帶動消費或光顧的人潮，復甦傳統產業。由此可知，店家得需多多花點心思來強化民眾的記憶才行。

其實以工換宿人員在還未來到竹山鎮之前對竹山鎮的印象並不是很薄弱，無論是透由哪個媒介對竹山鎮因而有所瞭解；另外對於竹山鎮的農特產(竹子、蕃薯)或一些著名的觀光景點其實都可以回答得出來(紫南宮 八卦茶園、水漾森林)，只是L3在還沒來過竹山鎮之前，一直以為竹山鎮位在新竹縣或新竹市，這可以反應出筆者在臺北求學的那段時間，或曾因職務關係在外地工作時，常常自我介紹來自竹山，席間也有一些同學、同事也都用疑惑的語氣詢問我竹山鎮是不是位在新竹。

由此可知，竹山鎮近幾年雖已是具有高知名度的小鎮，但還是有少部分的國人對於竹山鎮的確切位置卻不太瞭解。還有一個值得注意的地方，就是以工換宿人員幾乎都是在參加「小鎮文創」所舉辦的相關活動之後，才知道原來「小鎮文創」有和竹山鎮傳統店合作的相關訊息，像L1、L2本來也僅止是想來打工換宿而已，體驗過著不同於城市的生活罷了。比較特別的是L3，因為他有參與了一些「小鎮文創」旗下民宿的修建工作(表4-9)。

表 4-8 參與路跑者之認知度

如何得知竹馬 相關活動資訊	電視新聞報導 (K1、K2、K3) 相關網站 (K3) 臉書 (K1、K2、K3) 親朋好友 (K1、K2、K3)
願意前來竹馬的動機	跑步減肥 (K1、K2) 鍛鍊身體 (K3) 支持在地活動 (K2、K3) 親朋好友極力推薦 (K1、K2、K3) 對路跑有興趣 (K3)
尚未參加過竹馬夜跑前 對竹馬的印象	就是在跑步 (K1) 跑步的時候有免費的東西可以吃喝 (K1) 晚上跑步很舒服 (K1、K2) 很熱血 (K1) 讓竹山人更團結更有凝聚力 (K2、K3)
之前是否知道 竹馬與竹山鎮傳統店家 合作的訊息	不知道 (K1、K2、K3)

資料來源：本研究整理

表 4-9 以工換人員之認知度

如何得知小鎮文創 相關活動資訊	電視新聞報導(L1、L2、L3) 書報雜誌(L2、L3) 相關網站(L1) 臉書(L1、L2、L3) 親朋好友(L2) 部落客(L2、L3)
願意前來 小鎮文創的動機	學習相關經驗(L3) 想做點不一樣的事(L1、L2) 想要有不同的體驗(L1、L2) 親友極力推薦(L1) 對傳統產業有興趣(L2) 想返樸歸真回到鄉下(L2、L3)
尚未來過竹山鎮之前 對竹山鎮的印象	完全沒印象(L3) 可以跟土地公借錢(L2、L3) 很偏僻(L3) 在新竹(L3) 生產竹子、蕃薯(L1、L2、L3) 電視劇拍攝的影城(L1) 茶飲料取點所在(L1、L2、L3) 水漾森林(L2、L3)
之前是否知道小鎮文創 與竹山傳統店家 合作的訊息	不知道(L1、L2) 知道(L3)

資料來源：本研究整理

四、啟發與感受

在夜跑過程中的感受，其實被訪問者的答案幾乎如出一轍，跑步時沒壓力、夜晚跑步很涼爽、時間到就會想來跑步等，尤其 K3 覺得只要到了每週三、六「竹馬」定期舉辦的夜跑日子，一整天都會覺得特別的興奮；K1、K2 則認為每一次的跑步就是另一次的挑戰，哩程數可以越跑越多。

在特別經驗方面所得到的答案則比較多元；在參加「竹馬」後對竹山鎮的則反映出夜跑參與者對在地文化、在地產業、在地口味的懷念，K2 因此更愛自己的家鄉竹山鎮，也感覺到整個小鎮都年輕了起來(表

4-10)。

「反正我也跑不快，參加夜跑就慢慢跑就好了。」—K1

「晚上跑步很涼爽，然後沿途都有人替你加油，而且有些跑步經過的地方從來沒去過，就感覺很新鮮、特別，也因為邊跑邊看感覺好像不會那麼累了。」—K2

「能跟家人朋友一起跑步的經驗是最美好。」—K3

被訪問者因為都是在地竹山鎮人，所以對自己家鄉的傳統店家，大都沒有抱持負面的心態，反倒都是保持正向且鼓勵的態度，K2、K3 覺得在地生產的產品很實在，而且傳統店家都在努力經營，秉持著傳承的使命，而且這些味道都是他們自小到大共通的回憶；當然對於年輕的族群而言，K1 說傳統店家可以免費提供食物對他們來說是最具吸引力的特點。不過換個方向想，能夠藉由提供免費的食物來抓住年輕人的目光，這也算是一種行銷的表現。

也因為竹山鎮這幾年的文化創意概念結合了在地傳統產業的發展，使得越來越多的竹山人覺得竹山鎮已經在改變，這個改變不是捨棄傳統走向進步成為現代化城鎮的改變，而是繼續保留傳統、尋回傳統，且讓傳統發光發熱、讓大家都知道這個傳統的一種改變，所以，被訪問者才願意親朋好友互相告知、攜家帶眷、大手牽小手一同來參與夜跑，藉由夜跑來看見自己的家鄉，「品味」自己的家味。

「父母親口中的以前的傳統或許我並沒有參與過，但我可以藉由夜跑的活動來瞭解以前的傳統是長怎麼樣，雖然不多，也不並完全，但至少我從中瞭解原來那個東西就叫傳統。」—K1

「我感覺一切是那麼地熟悉，我突然發現我好像回到小時候跟一群左鄰右舍的鄰居小孩打混在一塊的那種日子。」—K2

「好像真的年紀越大就越怕失去一切，我以前從來就不喜歡鄉下、不喜歡傳統，但這幾年我發現我在追求的就是以前鄉下我不喜的東西，我帶家人來感覺這種氛圍，或許我的小孩會覺得很無聊，但我相信等他們長大後就會明白這其中的道理。」—K3

表 4-10 參與路跑者之啟發與感受

參與夜跑的過程中有何感受	沒有壓力地跑步(K1、K2) 晚上跑步很涼爽(K1、K2、K3) 不斷地自我挑戰(K1、K2)
參與夜跑的過程中有何感受	覺得很興奮(K3) 時間到就會想來跑步(K1、K2、K3)
參與夜跑的過程中最特別的經驗	不認識的夜跑的人會互相鼓勵(K1、K3) 會有路人替你加油(K1、K2、K3) 有些店家會免費提供食物(K1、K3) 跑累了直接回家也不會丟臉(K1、K2) 看到很多小鎮上不曾看過的景物(K1、K2) 很多夜跑過的地方從來沒想過會去(K1、K2) 有些家庭是全家大小一起來跑步(K1、K2、K3) 跑步好像不是年輕人的權利(K1)
來竹馬後對竹山鎮的印象	更加愛竹山(K1、K2、K3) 竹山人真的很親切(K2、K3) 每次都有很多不同的名產可以吃(K1、K2) 竹山到處都是美景(K2、K3) 竹山人都很愛跑步(K1、K3) 感覺變竹山年輕了(K2、K3)
竹山鎮的傳統店家給了您什麼感覺	很慷慨(K1、K2) 原來小時候的店都還存在著(K2、K3) 努力傳承在地產業(K2、K3) 產品實在(K2、K3) 可以一直傳承下去(K2、K3)
是否願意和親朋好友分享竹馬的理念和自身的經驗	願意(K1、K2、K3)

資料來源：本研究整理

3 位以工換宿人員在工作的過程當中都是快樂的，除了學會服務他人、學會房務、懂得烹調以外，甚至感覺到可以自我充電或是重新認識自己，每個人都存在著正向的想法，其中 L1、L2 覺得受到客人的讚美會感覺到特別開心，甚至想直接搬到竹山鎮住；L3 則覺得極富人情味、有濃厚的鄉土味、還有好吃的農特產是讓他感到最開心的地方(表 4-11)。

「學到一些技巧並能得到客人的讚美是件很開心的事。」—L1

「在這裡可以讓自己好好充電，小鎮的人都很有人情味，最重要的可以重新認識自己，知道自己要的是什麼。」—L2

「在竹山生活可以放慢自己的腳步，又有豐富的自然和人文美景，最重要的是整個團隊就像一家人一樣，真的很喜歡這裡，不虛此行了。」—L3

另外在以工換宿之後對竹山鎮的印象也有所改觀，訪談中所表達的已不再是落後、退步、沒活力等答案，且在「小鎮文創」裡的工作經驗和所看到的人、事、務，每個人都願意回去之後跟親朋好友分享，他們認為如果城鄉的距離能夠拉近、沒落的產業能夠復甦、傳統的文化可以保留，且加上文化創意的力量來加以發展結合，這麼另人為之佩服的事蹟當然得好好地推廣出去。所以，以工換宿的經驗給他們的感覺是快樂無限的。

「蜜蕃薯不再只是蜜蕃薯、米香也不再只是單純的米香、一碗廟口肉圓能夠吃出不曾吃過的味道。」—L1

「臺灣真的到處都是美景，再怎麼沒沒無聞的小鎮還是有它自己的特色。」—L2

表 4-11 以工換人員之啟發與感受

以工換宿的過程中 有何感受	很開心(L1、L2) 富有人情味(L2、L3) 讓出外人有家的感覺(L2) 每個夥伴都像家人一樣(L3) 覺得不虛此行(L1、L2、L3)
以工換宿過程中 最特別的經驗	可以聽到別人的故事(L2、L3) 在這裡可以自我充電(L2、L3) 認識到形形色色的人(L1、L2、L3) 得到客人的讚美(L1、L2) 學會服務別人(L1、L2、L3) 學習煮菜烹調(L3) 感覺時間變得好慢(L2、L3) 學到一些工作的技巧(L1、L3) 重新認識自己(L2、L3)
來小鎮文創後 對竹山鎮的印象	鄉土味濃厚(L2、L3) 極富人情味(L1、L2、L3) 農特產很多(L2、L3) 臺灣到處都是美景(L2) 緩慢的生活(L2、L3) 很想真的搬過來住(L1、L2) 好山好水(L1、L2、L3) 後勢看好(L1、L2) 還是有進步的空間(L1、L2、L3)
竹山鎮的傳統店家 給了您什麼感覺	很親切(L1、L2) 很有文化(L1、L2、L3) 積極想復興在地文化(L2)
竹山鎮的傳統店家 給了您什麼感覺	滿臉笑容(L2、L3) 潛力無窮(L2、L3) 很實在(L1、L3)
是否願意和親朋好友 分享小鎮文創的理念和 自身的經驗	願意(L1、L2、L3)

資料來源：本研究整理

「一些傳統店家有它自己的堅持，這在很多地方已經看不到了，來這裡我看到了一個小鎮的重生，很幸運的是我也有參與在其中。」—L3

「我來到這裡之後，讓我有許多的體會，我覺我對我的未來不會再那麼地茫然，我不再害怕成為社會新鮮人，因為面對問題我可以做得很好，我回去一定要跟我的同學們講這件事，我甚至想搬過來住。」—L1

「在這裡我看到一群小鎮的民眾一直在為自己的生活而努力，或許在有些人的眼裡，他們做的事只是『事倍功半』，可是沒人可以否認他們所做的一切，因為他們做的是為傳統文化保留和延續的工作。」—L2

「在都市生活久了，我原來很害怕來這裡之後我會很不習慣，可是當我來了之，我發現我並不會感到不習慣，反而有一種熟悉的感覺，而且還不小心愛上了這裡，我找到了一個生活的入口，我想告訴我的親朋好友，這裡絕對是托馬斯·摩爾筆下的『烏托邦。』」—L3

五、認同感

參與夜跑者對於竹山鎮的傳統產業或店家能夠結合文化創意的概念都是持正面且肯定的態度，也因為3人都是道地的竹山人，所以在他們的印象裡都還存有著對竹山鎮內傳統產業和店家的記憶。K2、K3都認為這是一種创新的手法，可以讓在地的傳統產業發光發熱，當他

們看到小時候的店家一家一家倒閉的時候，其實內心是難過和悲傷的，因為兒時記趣已經不再；但是當「竹馬」配合文化創意的概念帶動起竹山鎮內傳統產業重新發展的同時，心裡面的悸動不可言喻，也因此他們才會全力支持在地人舉辦的在地活動，藉此來提升在地產業的能見度，當然，因此所創造的商機也希望可以提升傳統產業的生產品質。

K1 則認為創新的設計和活動能夠吸引年輕人的注意力，也能夠帶動年輕人的投入，至少現在參加的活動都是打著傳統結合文化創意的招牌而舉辦，不會讓人覺得這些活動都是老人或是有年紀的人才能參加，而且也不會因為參加了一項關於「傳統文化」、「傳統產業」之類的活動而遭到同儕的嘲笑，反倒是每週星期四上學的時候，常常聽到同學都會一句：「你昨天『竹馬』了沒？」這代表「竹馬」這個字眼在年輕人的心中已經是一種流行時尚兼具傳統文化的代名詞了(表4-12)。

「現在同學間都會常常問：你『竹馬』了沒？代表昨晚有沒有去夜跑，我覺得這是一個很酷的活動，同學間如果還沒有人去夜跑過，一定會有參加過的同學抓著他一起去跑，然後跑步前主辦人都會介紹一下今天沿途會經過哪些竹山鎮的人文或歷史古蹟，我覺得這也很棒，至少可以多瞭解一下自己住的地方。」—K1

「傳統產業結合了文化創意是一種新的思維，不但是讓竹山人自己開始支持竹山的在地產業，也讓其他人看見了竹山鎮還是存在著生命力，不輕易被打敗的毅力，藉由一些文化創意的加持讓以前消失的產業重生了、讓一些漸漸凋零的傳統復活了，讓更多人願意參加傳統產物的復甦，。」—K2

「很多人覺得竹山鎮很幸運，有一個很棒的團隊進駐，然後開啟了對小鎮傳統文化的維護，或許對外界來說這真的是一個很棒的地方，但其實一個團隊發展一個新的產品，最重要的還是要顧客能夠買單才算，所以，如果今天來的團隊只是一個想賺錢的團隊，我想遊客的眼睛也是雪亮的，他們會看、會比較，什麼才是真的對傳統文化有意義的產品，這是騙不了人的，。」—K3

「有的店家會把自己店家的故事呈獻出來讓觀光客知道，好像要把觀光客拉回時光隧道裡的感覺一樣，讓每位觀光客都可以用心去體會他們的故事，感覺這樣商品就會有生命，會讓人想去珍惜它、擁有它、保護它，而不是只是看過了就好了、吃過了就算了、玩過了就沒了的感覺。」—L2

表 4-12 參與路跑者之認同感

文化創意結合了 竹山鎮的傳統產業 給了您什麼感覺	很創新(K2、K3) 有懷舊的感覺(K2、K3) 不錯的觀念(K1、K2) 有商機(K2、K3) 很具創意(K1、K2、K3) 傳統產業可以繼續發光發熱(K1、K2、K3) 可以提升能見度(K2、K3)
--------------------------------	---

資料來源：本研究整理

「臺灣的傳統產業其實很有內涵，只是因為工業化的影響，以及日新月異的科技技術取代了它的存在，其實傳統產業一直沒有消失，它只是等在那個地方而已，等待有心人士的發現，等待有緣人去開發，如果有好的行銷再加上好的文化創意概念相結合，肯定是很很棒的一件事」—L3

「我覺得現今傳統產業結合文化創意就是一本流行的表現，因為它讓傳統產業不會過於拘泥於、死板板的。」—L1

所有被訪問者幾乎一面倒地認為，將文化創意概念結合傳統產業發展對沒落的小鎮是有幫助，它可以流行性地帶起風潮，也可以促進沒落產業再次提升，或保留傳統產業不至於消失，且被訪問者 K2 覺得每個店家都有每個店家自己的故事，用故事來包裝產品似乎是提升產品能見度的良策，如果產業一旦缺少了文化創意的行銷和包裝，漸漸地將會被其他產業所取代甚至埋沒。

不過 K3 也提到了當產業如果被過度地包裝後，有時也會喪失其原來的價值和意義，所以如何拿捏得當，其實就要靠業主和行銷團隊如何取得一個平衡點，否則不外乎被套上過於商業化的圈套，相對地觀光客也不見得會支持，反而會走馬看花、拍照攝影、打卡留念而已(表 4-13)。

「我有想過乾脆把銀行的工作辭掉算了，然後好好在這裡工作，協助小鎮上的傳統產業發展文創和觀光，因為在這裡我重拾了我對工作的熱情，你或許不知道，當我跟客人聊天的時候，我感覺到我是用滿腔的熱情介紹民宿和小鎮的風情，我可以看到客人的眼神是發亮的，他們是羨慕我的，而且跟客人聊天根本就不會有跟陌生人聊天的那種陌生感的問題，來這裡住宿的人彷彿都是認識很久的朋友，一拍即合，話匣子一開常常一聊就好幾個小時，甚至我們還跟客人曾經聊到半夜，然後我帶他們到民宿後的竹林裡探險，你說這種感覺棒不棒？」—L2

「其實我以前對什麼是文化創意根本一點概念都沒有，來這裡之前我本來也以為只是鋪鋪床、掃掃地而已，但來這裡之後我覺得一切跟我想像的不大一樣，除了每天例行性的工作，我也要協助民宿行銷，比如拍拍照，打個卡，有時還要把民宿擬人化上網說一下現在的心情，這一切都太美妙也太新奇了。」—L1

「傳統產業是需要被包裝才可以走出去，現在臺灣到處都有文創產業，食、衣、住、行、育、樂都有，但仔細看你會發現其實很多都是所謂的『假文創』，以文創之名行商業之實，當然，你不能說搞文創如果扯到商業利益就是假的、就是商業化的，這也是不對的，可是一個傳統產業你要怎麼去包裝，才能讓前來體驗的遊客不會有被欺騙的感覺，而是覺得實至名歸前來參加一場文化創意結合傳統文化、產業的體驗這是很重要的，不能被扣上商業化的標籤這是發展文創的時候需得面臨的課題之一。」—L3

表 4-13 以工換宿人員之認同感

文化創意結合了 竹山鎮的傳統產業 給了您什麼感覺	很時尚(L1、L2) 有復刻的味道(L2、L3) 蠻不錯的做法(L1、L2、L3) 想法很先進(L1、L3) 創意十足(L1、L2) 協助傳統業者轉型(L3) 再次提升地方發展(L2、L3) 怕過於商業化(L3)
--------------------------------	---

資料來源：本研究整理

依照「竹馬」夜跑參與者和「小鎮文創」以工換宿專長人員的訪談資料中來看，就歸屬價值認同與傳承認同這兩個部分來解讀，可以得知有些

人根本在不瞭解是什麼活動或是什麼工作性質的情況下就來參加了夜跑或報名了以工換宿，但是他們從最初對竹山鎮不瞭解的情狀況下，到最後演變成對竹山鎮傳統店家、在地產業深入的體認，透過持續性的跑步和 1 個月左右時間的工作接觸，他們對竹山鎮的想法已經有了不同於以往的改變，且在夜跑或以工換宿的過程中感受到了小鎮的熱情，以及體會到現在所做的事無非是為了幫助竹山鎮的產業再造，如此深刻的體悟也只有自己親自參與才能夠知道。

除此之外，被訪問者也都表達了許多對竹山鎮文化創意概念結合了傳統店家經營的正面看法，他們也覺得每件不同的事物都有其不同的故事，如果可以透過文化創意的行銷推廣出去，讓更多人可以知道在地店家的不同故事，必定能夠吸引更多的人想來竹山鎮一探就竟，畢竟竹山鎮的觀光資源真的不算少，只是都沒有好好規畫和包裝而已，現在既然有這麼棒的一個團隊肯進駐，且能用心輔導小鎮內有意願再造的店家重新發展，這就是文化創意賦予了傳統產業生命力的表現。

第五章 結論與建議

第一節 結論

臺灣近年的各項建設、產業等發展均著重在人口稠密的都會區，政府統籌分配款的不均、國家政策使然下的不公、政治利益考量下的直轄市(六都)產物等，在所顯示了政黨或個人的利益已淪為國家發展下的決策條件，相對地，不具有競爭力的縣市則更加與繁榮、發展、建設等名詞產生脫節。在文化創意產業發展方面，行政院雖於 2002 年就提出《挑戰 2008：國家發展重點計畫》，並將「文化創意產業發展計畫」列在其中，且開始著力於文化創意產業的推行與發展，但卻因金融海嘯、自由市場失靈等因素，導致文化創意產業又淪為財團的利益的籌碼。

綜觀我國文化創意產業發展史，近年來許多組織或團體有別於由政府由上而下的政策輔導方式(如觀光工廠)，改以非營利或營利組織的方式，利用社區營造或產業再造等型態來投入文化創意產業發展，而本研究裡的個案「竹馬」和「小鎮文創」則是很顯明的例子，一個是以非營利方式發起的自發性運動，帶入愛鄉愛家的意識型態觀念，重造了竹山鎮民維護小鎮傳統產業和文化的動力；另外「小鎮文創」則是以公司的形態成立，它以企業經營形式透由商業市場競爭來獲取資源，並利用資源推動竹山鎮的地方營造，如今，「小鎮文創」儼然已成為我國鄉村永續發展史上最成功的例子。

從竹山鎮創新的角度來看，「竹馬」發起人林家宏先生創造了一種社會氛圍下所帶來的集體行動，此行動以結合地方的草根力量為開始，漸漸地改變整個小鎮的社會關係，當中藉由夜跑模式的轉化，連結起小鎮民眾的集體共感(empathy)與行動；另外「小鎮文創」的創辦人何培鈞先生以一個返鄉青年的角度，發現了小鎮衰頹的文化，俟自身成功後號召有志青年及地方文史工作者協助竹山鎮度過其困境，進而重塑竹山鎮的地方特色和認同感。

由竹山鎮的文化創意產業發展經驗來看，地方居民的參與以及在地資

源的活化是其關鍵因素，且地方小鎮的發展不再是由上而下，而是由自發性的團體或組織主動地協助地方找到其認同感與價值感，並且活化地方資源、轉變區域空間，也因此，傳統地方小鎮已從過去被認為是都市的「後台」、需要被幫助的角色等，逐漸轉化為主動發展的角色。

第二節 建議

現階段國內大多是由文化創意產業結合地方鄉鎮的文化資源來發展文化觀光，這也是普遍的文化創意產業結合文化觀光的發展史，本研究內的個案—「竹馬」及「小鎮文創」均是很明顯的例子，此二個案均是以文化創意產業與文化觀光的模式來重塑竹山鎮的發展，只是此二個案多了吸引年輕人留在竹山鎮就業或返家創業的動力，而此動力就足以成為吸引更多年輕人留駐或返鄉的力量，並藉由與竹山鎮內傳統店家之間的知識傳遞與學習，解決傳統產業面臨無人傳承的問題。惟目前此模式下的發展條件，則是需要地方本身在擁有足夠的文化資源條件下才便於推行。

以「竹馬」和「小鎮文創」選擇在南投縣竹山鎮發跡，明顯證明了此地的文化創意產業與文化觀光的資源是相對地豐富和多元，所以在此創業或就業理所當然也擁有了更多的資源和協助，但文化創意產業的發展條件不僅止如此而已，還有許多客觀的因素需列入考量，筆者建議需將所有可能面臨到的問題列入考量，方能確實達成傳承的最終目標。

因此針對本研究，筆者將未來「竹馬」或「小鎮文創」可能面臨發展上的優缺點加以分析及建議如次：

一、改善竹山鎮觀光資源與發展的問題

依訪談資料顯示，目前南投縣竹山鎮所面臨的問題有人口老化、人口外移、年輕人不願意留駐、交通不便利等，如果單單就人口老化、人口外移和年輕人不願意留駐的原因來探討，筆者認為其涵蓋的原因過於複雜和廣範，一時間也無法藉由「竹馬」或「小創文創」等號召性的組織或活動來帶動留駐或返鄉的人潮，得需經過一段不算短的時間來慢慢磨合，也許才能夠看見其改善成效。

至於交通不便利的問題，根究的原因還是在於人口的外移，畢竟當地

搭乘大眾運輸工具的人數變少，客運公司因為成本上的考量當然就不願意浪費成本或承擔虧損來開設或加開客運的運輸班次。筆者記得在換宿的 1 個月內期間，經常搭乘當地的客運(員林客運、台西客運、台中客運)往返臺中市、竹山鎮市區或竹山鎮各地的觀光景點區，惟依每次搭乘的經驗來看，除非是往返臺中市路線的客運公車，否則乘客大多寥寥無幾，甚至只有筆者一人，就算是往返臺中市路線的客運公車，也惟有假日期間才有可能客滿，一般平日時間也是所剩無幾。因此，筆者認為機車或腳踏車是較好的代步工具，建議像其他熱門觀光景點一樣，竹山鎮可以有店家提供機車或腳踏車的租賃，例如單純在市中心觀光可以騎乘腳踏車(竹山公園、形象商圈、媽祖廟小吃商圈)；遠程一點的如大鞍里(大鞍竹海、杉林溪、天梯)、桶頭里(草嶺)、社寮里(紫南宮、古厝群)、山崇里(921 地震館)、中和里(前山第一城、持槍將軍廟)、下坪里(臺大標本園)等景點則可以騎乘機車代步，以解決交通不便利的問題。至於觀光景點規劃不周的問題，可能需要從地方政府單位著手才能夠確切的落實改善的狀況。

二、運用文化創意概念來結合文化觀光及傳統產業

目前「竹馬」結合了文化觀光的發展模式大多在於景點和傳統店家的再造和故事；而「小鎮文創」結合的文化觀光發展模式則包含了「閒置空間再利用」與「傳統產業轉型」二大類。閒置空間再利用的文化資源先決條件在於該空間場所是否有其歷史意義；另外傳統產業轉型則是與合作的店家或景點有關，在此筆者發現了一個有趣的現象，就是雖然「竹馬」與「小鎮文創」協助了傳統店家成功轉型，然而這些店家他們成功的條件不是在於有了轉型，而是轉型後的傳統產業(商品)除了帶給了觀光客煥然一新的印象外，重點在於也保留了傳統的氛圍與味道，就是這個原因讓轉型後的產業(商品)大大成功，這也符合了筆者先前提到的文化資源的重要性；可是從另一方面來看，這些店家雖然轉型成功，但這些產業(商品)並不能代表它是竹山鎮的文化資源，因為國內各地性質相同的產業(商品)到處都是，所以當觀光客說到竹山鎮並不會馬上想到這些產業(商品)，這與第一章所討論過的文化創意需具備高度的獨創性及可創造獨特的競爭力(王紡，1996)相違背，因此如何透過品牌的建立，讓轉型後的產業(商品)即代表了

竹山鎮，這才是現階段該思考的問題。筆者認為竹產業是竹山鎮的有利資源，如果可以將文化創意商品結合當地的竹工藝，這會是一個不錯的方式。

三、平衡小鎮內未參加合作的同性質店家的客源量

在傳統店家的訪談方面，其實大多數受訪者都表示願意和「竹馬」或「小鎮文創」一起合作，可是畢竟小鎮內重複性質的店家過高，也都以傳統小吃為主，且在訪談某些傳統店家的過程中，會聽到有些老闆會害怕參加了合作的計畫後，讓自己的創意或研發的商品被其他店家拿去使用。另外在合作的店家方面，透過「竹馬」或「小鎮文創」的行銷，讓造訪竹山鎮的觀光客湧入該店參觀或購買，這原本是好事一樁，可是對於未參加合作下的某些店家，雖然賣的都是相同的產品，卻得不到觀光客的青睞，而因此面臨更嚴重的生存危機，所以合作計畫究竟能帶給竹山鎮的店家有哪些優點或威脅，這也是必須考量的因素。筆者建議在客觀的因素下，可適時的帶入其他未合作的店家的資訊，至少可以讓這些店家繼續保有生存的空間。

四、激發自主性參與人員回饋地方的動力

在參與路跑者或以工換宿人員的訪談方面，大部分參與路跑者或以工換宿人員多為自願性質，所以「竹馬」或「小鎮文創」對於這些人就無法像對員工一樣的給予嚴厲的要求，且絕大部分的參與路跑者或以工換宿人員的心態大多是為了紓壓或遠離紛擾而來，所以參與路跑者在路跑過後是否會確切地瞭解在地文化，或是換宿人員是否處於最佳工作狀態，這些都是無法預知的問題。筆者建議針對參與路跑者除了在路跑的同時店家有給予相關的激勵商品外，最好可以在路跑結束後能有個永保性的紀念物品，這或許可以讓有心想參與路跑的人能持續擁有動力；另外在以工換宿人員方面也可以給予適當的激勵獎金，或許這樣可以讓他們在工作上因為想得到肯定而更加努力投入工作。

五、傳承在地產業和永續發展

現階段竹山鎮內所開發的文化創意商品大多以個人的觀點做發開為主，但開發的商品除了能夠保有開發者的創意構思外，最重要的還是要能與在地文化相結合才行，否則僅會流於通俗罷了。筆者認為無論

在就業或創業的發展過程，心中所抱持的觀點一定是要出於對竹山鎮的熱情與關懷，而不是一味地強調文化創意，這樣反而容易喪失傳統的味道，進而流俗於一般熱門景點的商業化產品。因此筆者建議有心留駐或返鄉投入在地傳統產業融入文化創意概念的年輕人，必須花更多的時間瞭解和認識自己的家鄉竹山鎮，一來地方傳統概念和知識才能夠融入在文化創意產業(商品)裡頭，二來消費者也足以透由開發出來的文化創意產業(商品)真正地瞭解竹山鎮。

其實「竹馬」和「小鎮文創」現階段對南投縣竹山鎮的地方旅遊發展成效還是相當有限的，雖然因為此二個案讓竹山鎮民多了一份凝聚力，且用文化創意讓傳統產業得以有了新的生存機會，但還是要透過更完備的規畫和縝密的構思才得以永續發展下去，讓整個竹山鎮更加活絡。不過筆者仍存有著樂觀的態度，畢竟只要能提升家鄉一竹山鎮的經濟發展和可見度，並能保有地方傳統產業和文化資源，這都是讓人樂於見到的。也許目前整個文化創意產業與竹山鎮旅遊發展尚屬磨合階段，但筆者相信只要能夠用心、有心、耐心地投入，必能永續經營下去。

參考文獻

中文圖書

1. 銘輝、郭建興，《觀光遊憩資源規劃》，揚智文化，2000。
2. 唐學斌，《觀光事業概論》，復文書局，2002。
3. 林鳳鈴，《綠島永續性生態旅遊遊程規劃》，國立臺北大學，2008。
4. 南投縣政府，《南投縣既有市區道路景觀與人本環境改善綱要計畫》，南投縣政府，2010。
5. 林炎旦，《文化創意產業理論與實務》。師大書苑，2011。
6. 夏學理，《文化創意產業概論》。五南，2011。
7. 王秀琴，《竹山鎮市區道路景觀與人本環境改善之設計思維》，2011。

中文期刊論文

1. 陳哲三。〈林圯埔（竹山）在清代臺灣開發史上的地位〉，《逢甲人文社會學報》，（2002 年第 4 期，151-182）。
2. 陳文祈。〈竹產業轉型及振興計畫——新興竹製產品研發與推廣」執行成果現況〉，《工業材料》，（2004 年第 205 期，73-79）。
3. 林瑩昭、沈芳宜、陳靜伶。〈清境農場居民對觀光發展影響認知之研究〉，《餐旅暨家政學刊》，（2004 年第 1 期第 2 卷，203-218）。
4. 李玉玲。〈自然、社區與當代藝術的契合〉，《典藏今藝術》，（2006 年第 9 期，135-139）。
5. 黃國敏、周宗德。〈苗栗縣文化創意產業之發展及其行銷策略之研究〉，《中華行政學報》，（2006 年第 3 期，7-23）。
6. 張露心。〈文化品牌之建立及文化創意產業行銷模式之初探——以幾米繪本為例〉，《設計與環境》，（2007 年第 8 期，21-30）。
7. 余雯親、張長義。〈文化觀光對地方發展影響之研究——以集集支線車埕社區為例〉，《華岡地理學報》，（2007 年第 20

- 期，59-76)。
8. 賴杉桂。〈在地全球化-地方特色產業發展〉，《研考雙月刊》，(2007 年第 5 期，39-50)。
 9. 余雯親、張長義。〈文化觀光對地方發展影響之研究—以集集支線車埕社區為例〉，《華岡地理學報》，(2007 年第 20 期，59-76)。
 10. 林錫銓、楊惠婷、張琬青。〈少了邵族文化的日月潭觀光—文化觀光的危機與永續〉，《鄉村旅遊研究》，(2009 年第 1 期 3 卷，71-83)。
 11. 陳璽敬、黃美賢。〈融合地方特色與文化創意促成埔里造紙產業的發展模式〉，《藝術欣賞》，(2010 年第 3 期 6 卷，83-89)。
 12. 曾志隆。〈苗栗縣文化創意產業地方發展概況與評析〉，《臺灣經濟研究月刊》，(2011 第 9 期 34 卷，47-52)。
 13. 林勤敏。〈日月潭邵族文化商品創意設計研究—以貓頭鷹傳說故事為例〉，《建國科大社會人文期刊》，(2011 年第 7 期第 30 章，67-86)。
 14. 蘇鴻昌。〈從舊建築再利用看老字號旅店的文化創新體驗 —以台南佳佳西市場為例〉，《設計學研究特刊》，(2011 年特刊)。
 15. 侯錦雄、李素馨、謝宗恒。〈觀光發展歷程下的文化衝擊：蘭嶼文化地景的另一種閱讀〉，《設計學院研究》，(2011 年特刊，33-48)。
 16. 蘇文清、管倖生。〈建構地方文化之創意生活產業思維 以青竹文化園區為例〉，《設計研究》，(2012 年第 6 期)。
 17. 湯國榮、曾宇良、莊翰華。〈鄉鎮型地方文化產業發展之研究—以鹿港為例〉，《農業推廣文彙》，(2012 年第 57 期，137-157)。
 18. 鄭健雄。〈永續鄉村發展的整體規劃概念—系統理論的觀點〉，《鄉村旅遊研究》，(2013 年第 6 期第 2 卷，17-34)。
 19. 張力亞、廖嘉展。〈新故鄉文教基金會邁向社會企業的經驗與課題分析〉，《國家與社會》，(2013 年第 13 期，113-156)。

20. 李守仁。〈臺灣地區竹產業與竹材市場之研究〉，國立臺灣大學森林學研究所碩士論文，1993。
21. 楊敏芝。〈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〉，國立臺北大學都市計畫研究所博士論文，2002。
22. 林忠正。〈由泰雅族祖靈祭發展文化觀光之可行性研究〉，朝陽科技大學休閒事業管理系碩士班論文，2003。
23. 張怡平。〈文化創意產業促進地方經濟發展策略之研究—以苗栗縣地方特色產業為例〉，逢甲大學土地管理所論文，2005。
24. 陳繹萱。〈地方文化館與社區文化產業推廣之研究—以南投竹山為例〉，南華大學美學與藝術管理研究所碩士論文，2005。
25. 李盈霖。〈以社區總體發展營造農村休閒旅遊之研究—以南投縣竹山鎮山坪頂社區為例〉，國立中興大學農村規劃研究所碩士論文，2005。
26. 詹明哲。〈南投縣竹山竹工藝工業之發展歷程及其調適策略〉，彰化師範大學地理學系碩士論文，2005。
27. 陳柏份。〈導入文化觀光於節慶活動評估之研究—以大甲媽祖文化節為例〉，逢甲大學土地管理所論文，2006。
28. 王秀琴、周鼎國，〈臺灣老街連續性空間意象之研究〉，休閒觀光遊憩學術研討會，2006。
29. 吳宣儀等，〈觀光資源吸引力之探討—以臺南安平地區為例〉，真理大學休閒遊憩事業學系學士論文，2006。
30. 許文雄，〈閒置工業區推動工業遺產觀光評估模式之建構—以竹山工業區為例〉，逢甲大學都市設計學系研究所在職專班論文，2008。
31. 楊明曜。〈澎湖縣以創意結合本地文化發展觀光產業之研究〉，國立臺北教育大學教育政策與管理系碩士論文，2009。
32. 陳文東。〈地方工藝產業魅力因子研究—以南投縣竹山鎮竹藝產業為例〉，東海大學工業設計學系碩士論文，2010。
33. 許硯涵。〈林田山林業文化園區遊憩資源效益評估〉，國立東

華大學公共行政研究所碩士論文，2011。

34. 許粧。〈竹山鎮觀光資源與旅遊環境之研究〉，明道大學設計學院碩士論文，2012。
35. 高宜芳。〈竹山竹工藝產業發展轉型及文化創意〉，國立雲林科技大學設計學研究所博士論文，2012。
36. 王欣怡。〈「小鎮文創」－文化創意產業與地方發展之研究〉，元智大學藝術與設計學系藝術管理碩士論文，2013。
37. 王維綱。〈地方開放創新系統下的鄉村發展新活路：竹山小鎮文創公司與地方社會經濟的建構〉，國立臺灣大學理學院地理環境資源研究所碩士論文，2014。

中文網路資源

1. 南投縣竹山鎮公所〈<http://www.chushang.gov.tw/>〉
2. 竹山鎮戶政事務所〈<http://jshr.nantou.gov.tw/>〉
3. 行政院環保署地方環境資料庫
〈http://erarc.epa.gov.tw/94/201108030956/archive/edb.epa_/localenvdb/index_2.html〉
4. 完全台灣旅遊網〈<http://okgo.tw/>〉
5. 小鎮文創股份有限公司〈<http://www.townway104.com.tw/>〉
6. 文化部・文化創意產業推動服務網
〈<http://www.cci.org.tw/cci/cci/index.php>〉
7. 中華民國文化部官方網站
〈<http://www.moc.gov.tw/about.do?method=list&id=2>〉
8. 竹山鎮戶政事務所網站〈<http://jshr.nantou.gov.tw/>〉
9. 行政院經濟建設委員會
〈<http://www.cepd.gov.tw/ml.aspx?sNo=0015942>〉
10. 經濟部工業局南崗兼竹山工業區網站
〈<http://www.moeaidb.gov.tw/iphw/nangang/index.do?id=99>〉
11. 竹山鎮公所網站〈<http://www.chushang.gov.tw/>〉
12. 竹山文化園區網站－竹藝博物館網站
〈<http://culture.chushang.gov.tw/MySite/wSite/mp>〉

英文圖書

1. McKercher, Bob and Hilary du Cros 著，劉以德譯，《文化觀光：觀光與文化遺產管理》，桂魯，2010。
2. Richards, Greg & Palmer, Robert 著，劉以德譯，《文化節慶管理》，桂魯，2012。
3. Hesmondhalgh, David 著，廖珮君譯，《文化產業》，韋柏文化，2006。

英文期刊論文

1. Klaus Kunmann、王紡。〈文化產業與都市經濟發展〉，《典藏今藝術》，(1996 年第 9 期，162-167)。

英文網路資源

1. The United Nations Conference on Trade and Development
聯合國貿易發展協會 網站
〈<http://unctad.org/en/Pages/Home.aspx>〉
2. World Intellectual Property Organization 世界知識產權組織網 〈<http://www.wipo.int/portal/index.html.en>〉

附錄一 與竹山鎮傳統店家訪談之內容

編碼	訪談內容
A1	好幾年前來他們來找我的時候，我只記得他說我們的捲仔粿和他們的民宿都是百年的歷史，所以要好好保存下來，那時政府或公所也沒特別做什麼事情啊，好在有「小鎮文創」來協助推廣，感覺就不一樣了，來的人變多了，開始覺得有很多人會關心竹山這個地方。
A2	竹山交通不便、工廠外移、人口老化，很多事情都看不到政府的資源，只能靠自己的努力繼續堅持下去，也在這樣的堅持終於被看見，只是看見的人一樣不是政府，不過就是有一些年輕人的幫助，我看到竹山好像開始有在進步了。
A3	現在跟以前比起來喔，業績成長了好幾倍，以前都是鎮上或住附近的人來買，現在有很多觀光客來，特別在假日的時候，而且他們買回去吃之後，還會跟朋友推薦，像之前有一個臺北來的，他那次來買了好多回去分給他的客戶吃，結果客戶喜歡，就又透過竹馬來告訴我們訂了 500 個紅豆餅，我記得很清楚，那是第一次接到超過 50 個紅豆餅的訂單，而且還 500 個。
B1	有時假日人潮變多了，不得已一定會叫在外地讀書的小孩回來幫忙，當然我是可以找當地的工讀生幫忙，但我們算是家族傳承的，最後還是要自己的小孩來承接，所以也因為近幾年來竹山當地的改變，讓原來想收攤的我們重新再全神貫力的投入製作手工肉圓，小孩也開始學這一塊，他們會覺得賣肉圓不像他們以前想的那樣累、油又賺不了什麼錢，至少他們現在肯學都是好事。

B2	本來有一個形象商圈，但好像只風光了一年就沒了；然後媽祖廟前的小吃商圈也重新規畫和遷移，但反而讓原本看來熱鬧的廟口變得冷清，我覺得政府在做事情之前都沒有好好跟店家溝通，原本的小吃店都分散出去了，這樣廟口小吃的特色就不見了，現在人潮好像沒之前的集中，如果可以的話能夠統一集中小吃店更好，回復以前的盛景。
B3	我們的店也是父母親留給我們的，我們也都是遵照他們的作法繼續做下去，如果我們沒有比上一代的父母親更認真工作，我們是沒有辦法做出超越上一代的服務，我們的食品就會賣得不好，畢竟在竹山鎮賣地瓜酥、紅蕃薯、焢甜蕃薯等相同的東西的店很多，所以我們一定要有創新的服務或特色商品才可以繼續生存下去，所以如果可以參加他們年輕人的合作計畫，其實我們是不反對的，如果可以一直傳下去的話更好。
C1	我們在竹山經營那麼久，得到的經驗就是要知道竹山缺少了什麼東西，而不是一味地在模仿別人的東西。我們的食材活化了竹山的農作物，客人在旅遊中如果能吃到一餐是讓他感動的，他就會記住，他回去就會推銷，下次他如果再來竹山玩就一定會再來吃，所以吃的食物裡如果能融入在地食材，是一個很棒的行銷模式。
C2	當時他們不管是在大鞍的「天空的院子」或是「幸福腳步便當」，後來他們到鎮上開了「小鎮文創」，都是跟竹山的店家有著密切的合作，像便當我們這邊也都有提供製作，希望可以搭著他們的順風車讓生意好一點，當然啦，讓客人能知道竹山的在地食材也很重要。

D1	同樣是受到地震的破壞，但埔里鎮它本身的資源和條件都還在，政府投入的資源也多；但在竹山，他的問題嚴重得多，因為這十幾年來倒閉的倒閉、外移的外移，沒有什麼人真正在解決這個問題，所以當「竹馬」和「小鎮文創」肯替竹山人做事的時候，其實雖然會懷疑，但大家還是很樂意見到。
E1	我們做打鐵的從早做到晚，一天的成品有限，當有一些學生自願投入幫助或學習，至少可以讓我們減輕一些工作，我加入了合作計畫讓年輕人進來學，他們學完後回去有機會就推廣出去，我其實不會在意是否有其他的競爭者，因為畢竟這種打鐵工作現在還有的也沒多少了，所以他們讓這個行業可以傳承下去，其實都是好事。
F1	這幾十年來我們這邊開什麼就倒什麼，很多傳統的老店都收起來了，但是自從他們年輕人來以後，好像開始有一點不一樣，像晚上有跑步的時候，感覺竹山人怎麼會有那麼多，然後我會提供一些藥膏給跑步的人用，就算是鼓勵他們吧。
G1	其實竹山人都知道隔壁的斗六、南投、草屯、埔里都比竹山熱鬧許多，竹山人都會覺得竹山在退步、沒落，當然就對竹山未來的發展沒有信心，更不用去想要拿什麼去跟人家比，也不敢想像有一天會有人來找你談案子，但這幾年我卻看到了這種商機在竹山一個接一個的出現，其實就像何先生說的那樣，臺灣鄉鎮面臨的問題其實都是一樣的，必須要有新的想法去改變它，我很開心何先生看到了我們店的堅持，讓我有更多的機會去設計新的服裝。
H1	這幾年有感受竹山人的觀念開始在改變，特別是看到了很多年輕人來到了竹山，還有吸引了在外地的竹山年輕人返鄉工作，聽說這都是「小鎮文

	創」在有計畫進行的工作，如果今天大家願意來了解、參與竹山的活動，這樣已是一件很不容易的事了，因為竹山人的凝聚力變強了，不管政府有或沒有提供資源，我們竹山都會一直把傳統的東西流傳下去。
I1	一開始他們跑步的來找我們的時候其實我們不太願意，因為想說竹山又不是只有我們在賣麵包，到處都有麵包店啊，會有什麼特別的。但後來有許多觀光客進來之後，跟他們聊天我們發現我們這間店的東西好像很特別的樣子，好像很多作法在都市都已經都看不到了，因為這樣，我們就決定跟他們合作。
J1	那時候我們的客人都是觀光客，其實本來會來買的都是當地人居多，後來和小鎮文創配合了之後，觀光客變多了，客人他來的時候如果他是觀光客，我們會告訴他我們的故事，讓他聽聽我們的堅持和理念，所以我可以保證客人買的不只是米麩而已，還買了一個故事回去，事實上我們在鄉下做的事，就都是故事。

附錄二 與「竹馬」發起人訪談之內容

(2014 年 7 月)

「我們說穿了只是一個愛跑步的團體而已，我們每個星期花二到三天在竹山鎮上跑步，其實一開始真的只是想說跑步的時候每天都跑同樣路線也會膩，所以就想去換路線，然後沒也沒有特別想為竹山做什麼事，可是直到有一天，突然我在跑步時候發現有一些竹山的地點我竟然連去都沒去過，還有一些名勝古蹟它雖然已存在竹山人的心裡，也有一定的份量，可是我卻不怎麼瞭解它，頓時我突然覺得我在費做一個竹山人了，所以慢慢地我有一個想法，就是我跑步可以經過的地方，如果有一些古蹟或是一些名勝，我就要試著先去瞭解它，等真的跑步經過它們的時候，會有一種有別於只是在跑步的樂趣，而多了興奮的感覺，哇！這個我知道它的歷史、這個我知道為什麼叫這個名字等等。

其實我也會發現，我們能為竹山做的事情很有限，所以常常在跑步的時候一邊跑一邊想，為什麼這明明就是竹山在地特色的東西卻沒人在乎它？為什麼我跑步經過的地方都看不到什麼年輕人？是不是年輕人都真的到外地工作了？為什麼有一些傳統小吃或店家賣一個東西很便宜，有可能是一碗麵 20 元、一個米糕 15 元，而且一天光顧的人寥寥無幾，但為什麼這些店家還能維持下去？當我會去想這些東西的時候，我就會去分析他的原因，然後最後會想到那我該為竹山做什麼。所以創立了粉絲團，讓有興趣跑步的人一起來跑步，但跑步的同時，這些人還要去想為什麼會經過這裡？這個地方以前的歷史如何？等等，我會先把夜跑會經過的點先公布在粉絲團，先介紹會經過一些景點的背景和歷史，最後我會在跑步結束後簡單做一個有獎徵答的遊戲，問題都在我的粉絲專頁裡，答對了就可以獲得一罐可樂或一瓶礦泉水當獎勵。

可是我還是覺得不夠，最後我去拜託一些傳統店面，問看看他可以免費給我什麼東西，好比今天賣紅茶冰的準備了 100 杯的量，但實際上今天只賣了 90 杯，那我就問說可以可以把賣不完

的 10 杯便宜賣我，或免費給我，我可以給一起跑步的人解渴，但我會告訴他，我跑步的時候會經過他的店，他可以不拘形式的把飲料直接放在桌子上或椅子上，就是一種大甲媽繞境的那種概念，想喝的就拿，結果一開始很多店家都不願意配合，只有一家賣包子的和一家賣青草茶的願意合作，而且一開始還要打八折賣給我，但我發現跑步的人經過包子店的時候有的人會順手拿來吃，吃完他覺得好吃，跑步完後會再去買，青草茶也一樣，跑步的人覺得很解渴，跑完步後又會再去買來喝，漸漸地會發現只要到了跑步的晚上，這二家店的生意就特別好，這有二個好處，第一個最直接的是這二家店的老闆最後都免費提供包子和飲料給參與跑步的人吃喝，這對我來說壓力減了一大半，因為我不用再付錢買這些東西了；第二個好處是這二家店其實都是我從小吃到喝到大的店，看盡了他們的繁榮到沒落後，現在我竟然不知不覺得幫他們重新風光了起來。

之後慢慢地有一些店家看到了包子店和青草茶店的人潮後，就會來跟我接觸，問他們可否提供吃喝擦的東西給跑步的人，我當然答應他們；甚至有一些店家也沒有跟我接觸，就直接擺放在店外或直接拿給正在跑步的人，這都沒關係，最主要的是因為夜跑這個活動，讓竹山鎮在每個星期有二到三個晚上是全鎮動起來的，大家一起參與一種活動，這不是在廟會才看得到，而是每週固定幾天晚上就會發生一次，我沒想到最後會引起這種廣泛的效應，搞到最後連電視臺都來採訪我，慢慢地經由媒體和電視新聞的報導，竟然我們變成了全國知名的團體，甚至引起全國各鄉鎮有心人士的仿效，然後不知不覺夜跑就變成了一種全民的活動，還有特色跑步也變成一種風潮，甚至像我們一樣都融入了各地的傳統文化。

還有就是在跑步的時候會發現很多人都是自動自發的出現，親朋好友、全家大小都來的也一堆，甚至有一些知名的瑜珈老師和有氧老師都會主動來參與我們的活動，在跑步前帶大家做暖身運動，跑步完後做回復運動等等，我從來就沒想過一個跑步活動也可以引起一個地方的民眾共鳴，尤其是在我自己的家鄉，如果你說我是在幫助在地文化重新站起來，我倒覺得我只

是把一種東西傳承下去而已，其實就更務實的面去想，我把他們的故事重新包裝而已，增加每個人會每件事情的故事的興趣，就好比一家青草茶店，你在喝他的青草茶的時候你會去想這家店的歷史嗎？絕對不會，如果會的話那一定是瘋子才會做，但我就是瘋子，我把他們的故事寫了出來放在『竹馬』的臉書上，很多人看了覺得很有味道，就會去光顧，你一定會說我從老闆那拿了什麼好處對不對？沒錯！真的有！那我得到什麼好處？就是夜跑的時候他們店家會提供免費的東西給大家吃或喝而已，是每個人都能吃喝哦，不是只有我，你說這個好處好不好？當然好，跑步餓的時候有免費的東西吃、渴的時候有免費的飲料喝這有什麼不好？肌肉酸痛了有中藥行提供的中藥可以塗抹，你說這好不好？

其實重點在於跑步完後的人會不會再回流去購買他們的產品，如果有一個人回去購買了，我就有幫到他們把商品銷售出去，事實證明，只要有跑步的晚上，竹山鎮的店家生意都會特別好，夏天的時候賣青草茶的、賣甘蔗汁的、賣蕃薯牛奶、賣圓仔冰的都是大排長龍；冬天的時候賣花生牛奶的、賣包子的、賣口罩的生意都特別好，而且這個好不是只有在跑步的當下，跑步前、中、後這個現象就一直在產生，所以到底是我真的有幫到忙，還是其實根本就是產品的品質保證給予了一群人對它們的忠誠度？這很難講，但至少我剛剛說了，我是在傳承一件我知道的而且覺得不錯東西，好的東西、好的歷史、好的文化本來就要一直傳下去，這是我的認知。

我想『竹馬』的運作方式還是會一直持續下去，因為我們做的事是在瞭解在地的文化、瞭解自己生活的社區的一切，我至少可以跟我的小孩說我做了一件讓大家跟著我做的事情，而且這件事情是有意義的，所以我會繼續跟一群人跑下去，哈…是跟一群像我一樣的瘋子跑下去。」

附錄三 與「小鎮文創」創辦人訪談之內容

(2014 年 5 月)

「竹山鎮自有的文化資產，讓有心的人來維護，而且還要和當地的人一起做，這樣才能算是永續發展，不是說僅靠一個公司或組織來做，然後當地人卻什麼也不做，這樣就沒有意義，而且有可能失敗。

我希望的就是小鎮文創能給大家一個新的觀念，就是我去尋找閒置空間或廢棄房屋，然後把它們變成看夜景的餐廳、變成一些教室，就像我把一間 40 幾年沒人整理沒人住的地方變成現在的天空的院子，然後讓前來居住的旅客知道他們住的地方、吃飯的地方其實都是原本大家不要的地方，然後是經過我們把它修復回來的，也讓旅客知道這之中的意義，這樣就不會大家只是來住一晚就走，隔天就離開了竹山鎮或是趕其他行程，自然而然想體驗這種慢生活的旅客就會變多，然後可以好好地體會竹山的在地文化。其實我的用意是讓旅客變成社會學家的感覺，就是說你付的錢不是只有商業利益考量，而是我想讓你知道當你付這個錢的時候，你會去想這個食物的來源、這家餐廳的歷史、這間旅館的發展，你會再想到這家餐廳他用了多少在地食材，這間旅館走過了多少年的荒蕪，所以當旅客付錢的時候，我會先主動告訴旅客這些東西，然後當旅客在享受這些東西的時候可以再去多想想這些東西，然後我們也用旅客付的錢去協助需要幫助的店家去創新和改變。

我記得有一次平日我從大鞍來到鎮上的時候，怎麼感覺都沒有人，但我印象中假日的旅客是很多才對，果然沒錯，就跟我想的一樣，竹山鎮的人口從 8、9 萬人減少到現在只剩 5 萬多人，可是道路卻從二線道變成四線道，我突然覺得，好像政府和很多人都在努力發展觀光沒錯，不管是深度的也好、文化觀光也好，還是一般的走馬看花也好，大家都真的在努力發展觀光，可是重點來了，當旅客走了，就像我看到的情形一樣，整個小鎮就好像變成老人一樣，沒有動力和生機，怎麼會這樣？

我去研究這個原因，我發現就像臺灣很多地方一樣，就是竹山

的特色沒有被突顯出來，很多食物和商品其他的地方也有，這不是竹山鎮自己的特色產品，就像像竹藝這種竹山鎮特有的產業，卻沒有很顯著的特徵表現出來，好比店家也許只是為了賺錢而已，或是只是不想結束營業，或是像很多竹山鎮的傳統店家一樣，只是可有可無的生存經營模式，他們只是賣出去而已，但並不是推銷出去，這樣讓覺得……，我無法形容這種對覺，因為既然想做為什麼不做好一點，不用特別好沒關係，但至少讓竹山鎮可以被推銷出去，不然旅客來竹山鎮走了一遭，他能夠記得什麼東西？有什麼特色？所以我想要增加的是在地經濟，所以我有跟同事討論過，我們要增竹山在地產業商品的購買，包括餐具、棉被、器具，吃的東西也一樣，像融入在地食材的筍料理或紅蕃薯料理等，然後也運用竹工藝來佈置旅館，用當地知名老師的陶藝作品，當然有時候價錢上會來得比較貴，而且也有可能因為是手工的作品而且些粗糙，但我們團隊裡並沒有太多的專家，所以我們也不怎麼在意，主要用意就是想推銷竹山的特色而已，唯一的重點就是我們這個團隊要吃遍竹山各地的小吃，逛遍竹山各家的工藝店，這樣如果旅客來我們旅館住，我們就可以告訴他竹山的小吃哪裡好吃、點心哪裡可以買、竹工藝哪家最棒等，真的，當旅客來的時候，你告訴他這些資訊，而且我們也提供住房點心可以吃，你會發現他們吃了之後覺得好吃一定會問你要去哪邊買，而且會千里迢迢下山去買，還會多買幾份回家當伴手禮。

我們房間裡有美麗的竹編燈，旅客一打開覺得很有氣氛也很漂亮，他就會問你哪邊有在賣，他就會去逛會去買，所以我相信這種做法真的很有用，你把東西放在那邊給人看，點心放在那邊給人吃，這種模式比起店家把東西放在店裡然後貼個標價來賣更有用，標價了多少，倒不如用一個可以讓他們去體驗過的經驗更有效，可以摸、可以吃、可以看、可以用、可以聽、可以聞、可以去感覺等，他們真的有體驗過了，自然而然就會去購買，購買了之後就會幫忙行銷……所以，這樣應該至少就算成功的開始了。

之後我們團隊就一直在發掘竹山的產業、看看這邊的生活型

態，我們用心去瞭解竹山這個地方，然後思考我們可以為竹山做些什麼，我們研究出一套做法，租了一間空房間讓一些想創作的年輕人免費使用，只是並不是真的無償提共，我告訴這群年輕人他們的創作或想法裡一定要有竹山鎮的原素，也因此之後有一些不曾出現過的點子或創作都讓人為之驚艷。其實竹山鎮一直缺少二個東西，就是缺少年輕人的參與和缺少在地經濟，這是最大的問題，我想說我先從我自己的企業做起，等一切穩定後，我就藉由天空院子的名氣來號召有志青年來協助我強化小鎮文創團隊的宣傳和設計，讓它可以讓更多人看見，然後我先後租了二、三棟房子，讓年輕人可以無償住宿，如果住滿的話可以住個1、20幾個人沒問題，這樣往好處想就會有1、20種的專長，然後這些年輕人就可以發揮創意，將竹山鎮的原素融入在他們的創作裡，接著運用到商品上，他們願意去做是因為在這裡可以去嘗試、去試驗，就像一個實驗場所一樣，學美術的人，可以去協助彩繪牆壁；學設計的，你就要想怎麼去設計包裝；你學行銷的，就要想辦法去幫助店家有效地推銷產品；就算你是農業經營或是畜產專長的年輕人，你還是可以去協助老農割稻或養殖雞鴨牛羊豬，你說如果可以把自己畢業後的專長直接運用到工作上，是不是一件很快樂的事？

我真的覺得小鎮文創是一個真實的實驗場，我到很多學校去演講的時候，我鼓勵學生來竹山玩，而且可以免費住宿，只是要做一些事情而已，就是把學校所學的專長發揮一下而已，所以之後很多學生都有興趣來小鎮文創，也因此，很多學校也看到了這一塊，覺得我們的做法和理念不錯，就主動跟我們合作，類似產學合作一樣，甚至有很多人是老師直接建議學生來的，然後因為這樣連結，就去年一整年大概有800個人左右來到了小鎮文創，他們除了創作之外，也與在地經濟產生了連結，因為我們只提供住，所以他們一定要去外面吃，也因為去外面吃所以如果有吃到什麼好吃的小吃，他們就會寫在每天的生活日記裡，而這些一篇一篇的生活日記，確確實實地反映出竹山鎮的在地生活寫照，等同又幫竹山做了更多的廣告，而年輕人或學生的通訊社群裡，如果也看到了這些東西，他們就會去分享，

所以又會有更多人知道，他們會問：『真有那麼好吃嗎？』『求地址！』『我也想吃…』『下次也要去吃。』『過份…』等等，小鎮文創的年輕人就會回：『超好吃！』『你們一定要去吃。』『在竹山』等，這樣就啟動了社群的連動機制，我們也不用特別去花錢請媒體來報導，而是由素人和素人間的形式去做滾動，這樣就夠了。

現在像竹編的 QR code、修平科大的學生們竹炭的運用、前陣子東海景觀系的學生把竹山鎮的十二面鐵皮牆美化、很多學生所拍的微電影等都獲得了廣大的迴響，因此有很多協會想要來跟我們合作，也有一些像竹馬路跑的活動或紫南宮的發財金活動等都想跟我們配合，慢慢地就變成我們是很多不同領域、不同專業的團隊，其實我們的工作坊很簡單，你要來這邊換宿，就只有 3 個選擇，第一個是你可以來做研究，只是研究的成果要送給我們，然後我們會放在工作坊給其他的年輕人看，這樣可以分享給大家知道；第二個是你可以天馬行空開創一個在地的產品，看你想要怎麼弄都沒問題；第三個就是你可以來做一個體驗的設計，什麼樣的體驗設計呢？比如說一場音樂會、一場路跑、一場比人都可以，你可以來試看看這個活動會不會如期舉辦或是有沒有可能變成真的。就是用這 3 種方式去操作，其實效益就很高了，因為我們花的錢很少，我一個月的開銷就 2 棟加起來就一萬多元的教室，還有一間一個月一千元的學堂，但在這裡產生了很多新的東西，這些都是年輕人的腦袋想出來的。

其實就某種程度上來講，你只要肯說出你的計畫、你的想法，我就可以支持你去做它或完成它，因為我有一個穩定成長的企業，所以年輕人如果要做一些小東西，他們可能要做一些測試，這時候一些材料費都是我可以幫他負擔的，這也是我每年都會編列的預算，這是我能力範圍的事，就算我沒有政府的補助支持，我還是可以做這件事。但是我有發現當我做這件事之後，媒體效益又更高了，有更多的媒體來拍攝和報導，然後大家就開始探討商業形象，我也不知道我這個是不是叫做社會企業，但是我總覺得年輕人做出來的東西，我們公司就是要想辦法幫

它賣掉；他舉辦的活動，我們要想辦法讓更多人來參加，當在消費的過程中，這些錢都會流到竹山鎮當地的店家，然後讓這些店家有了新的生機。

舉個例子：像小鎮米香的包布現在就是一個禮品的象徵，你會發現只是一個包布而已卻有很多單位投入製作，也因此可以衍生出許多故事，然後把這些故事以現在最流行的微電影模式拍攝出來，就又是一種味道和行銷。後來我覺得如果我們能用這種方式持續經營，其實就比較會是永續經營的概念。

然後還有另外一件事情，就是當旅客來竹山鎮的時候，他們所參與的事情是要連當地竹山人也會做的事情，那樣感覺起來才像是真的，現在很多觀光都只是在取悅遊客而已，但這種取悅，有時並不是真的，甚至會對當地造成損害，如果是那樣真的是很沒有意義的事情，所以我們要做怎樣的東西才能夠讓其他人買單或是支持你的想法這才是最重要的，真的不是取悅而已。所以我覺得如果真要談社會企業，我認為它是一個在消費的行為過程裡面，可以讓人有反省和學習的機會，而不是大量的給予和取悅。」

(2014 年 7 月)

「我們做的商品不是單一的商品，是要跨領域的，也就是不只是一塊米香，米香的外面還要裹上類似奶奶的花布，然後再加上包裝更好。接著我們還有客製化，比如企業要送的禮品，我們會把企業每個員工的名字都刻在竹筷，所以年輕人設計的美美竹筷，這們就可以這樣行銷出去，也因此企業的訂單還蠻多的，也因為這樣所以訂單都是一次大量性的。

最近我們有一個新的模式運作，就是我們公司底下有 3 個育成團體，我鼓勵他在我的企業下創作，我提供他們免費的辦公室和住宿，我整個公司的資源也可以支援他們，好比竹山鎮一年有近 10 萬多人的旅客到訪，10 萬人再延伸出去的效益其實就不容小觀，這些人就可以來參觀育成團隊的成果。這 3 個育成團體一個就是做 QR code 那家工作室，就是用竹子編成 QR code 的那家，竹子的哦，很特別吧！重點是還是可以掃描哦。另一

個團體是做網路的，他們也很厲害，幾乎什麼樣的程式語言他們都會寫，怪咖團隊，但因為這個團隊小鎮文創在很多行銷上節省了不少時間和人力。最後一個是在地人發起的路跑活動，這個路跑團隊的負責人也不簡單，他在竹山用路跑名義辦了 2 場大型的活動，每場都吸引幾千人的參與，活動的時候如果他沒有足夠的資源，我就整個公司支援他，所以他只要有一個產品或是有新的活動，只要一丟到小鎮文創的網站，我們公司的業務就會協助銷售和行銷。

QR code 那個這幾年一直跟一些店家有合作了，他們辦了一些說明會和活動，讓店家知道什麼是 QR code，而且如何使用，以後旅客只要從 QRcode 一掃，就可以知道店家資訊，更猛的是當你一掃的時候，你也可以看到 100 多家的店家的資訊，如果你再按小鎮米香，Google Map 就會出現在你的手機裡，然後告訴你怎麼去。不只如此，如果有打卡還會跟你做互動，像大富翁遊戲一樣，它會問你說小鎮米香好吃的原因是因為什麼米？怎麼爆儘？如果你有回答還可以打折，回答正確的話更有其他優惠或折扣，這個概念有點像是 APP，就是相同的東西，也許沒有很多創意在裡面，但使用人越多，宣傳的效果就越佳，當然，這些服務是要店家付費的，雖然是付費，但有合作的店家也都很樂於接受。

這幾個團體在我現在開始做文創這件事情的時候就開始在做了，現在也慢慢看過了成果，有的也開始有了營收…今天如果能有一個網路做宣傳…應該說未來會有第四個、第五個…出現，如果開始有營收，能夠慢慢成長，他有可能也會變成一間公司。雖然現在他們都是在我們公司的內部，但之後就有能力自己出來做自己想做的、自己的產品、自己的設計。而且我也發現一件事，在這裡我鼓勵年輕人來我這邊交換，可是最後他還是要去實現落地生根…在這邊創業的事實才行，這件事情要變成真實的，我們才能夠看到我做的事情是正確的。我也鼓勵在地的企業把市場分享給這些要創業的人，比如我有跟妖怪村總經理做了一場簡報，就是我希望他們能像我一樣，我從以前到現在在竹山大概花了 70 幾萬在地的東西，那我跟他說的就是

我的公司這麼小就能聯 70 幾萬買在地的東西，一個妖怪村，我可以讓他的產品都變成在地化，因為他有房店、商圈，最重要的是資金，所以如果可以他能花更多錢…一兩百萬元買在地的東西，如果是紫南宮就有可能買四五百萬元的東西，這樣加一加，如果用我的經營模式，就可以成立更多的工作室了，非常多的工作室。因為我們都是開發出竹山地域需要的產物，一定都是用當地的材料，而且我們會變成他們背後創意來源，越在地越的時尚品牌。我們會幫你在網路上講很多事情，所以這種東西就變成一種故事，這樣對他們來講省掉研發的錢，第二個他會發現他的支持變成讓當地的一些人才彙集、青年彙集、在地經濟等等，這是一些穩定的企業他們很想要做的，現在我就可以幫他們先規劃。所以很好玩的事，我的工作有一項…呃…是要去開發在地的這些市場的老闆，就是去拜訪他們這樣。

現階段我要做的是透過小鎮文創整合出一些東西，比如說小旅行好了，還有微學習，我們也有學習課程，聚落經理人等，所以為什麼我要有一間學堂在這邊，因為小鎮文化規劃了很多小小鎮學習的體驗。我有把握旅客他只要一站到小鎮上，他會看到這些在地產業設計出來的東西，當然我會把這個連結變成一種體驗，這種方式基本上就可以讓傳統店家有一些營收，然後有機會的話我會把所做的產品都放在『天空的院子』裡面去賣，所說我蓋了一間學堂，我希望那個學堂常有客人來或是來聽講座，讓我的計畫一直推行下去，市場就是由創新、由企業、從民間自己找辦法，你如果委託我，我就幫你製造。今年竹山這邊會有一場竹藝術季，一年會辦一次的算很大型的活動，以這個活動來說，我們小鎮文創的員工大多會投入創作，這給他們一個學習的機會，看看鎮公所是怎麼辦活動的，整個籌備的內容、連繫不同企業或協會進來投資，以往我都會找個大概五、六個進來參與，廟的也有、音樂的也有，可以說跨領域，然後可以的話再找一些大學來支援，全部都把他們帶進來到鎮上，先不管經費多少，至少是讓它產生當地的人事時地物的效應和改變，只要每年都有竹藝術季…我覺得很多人就會跑來竹山看，越來越多人…很多人說這是竹山稀有的現象，因為在竹山

大多是自己做自己的，沒有一個活動能一次找了十幾個單位來幫忙，但現在竹山已經有像這樣的合作和活動了。」

(2014 年 8 月)

「我不是竹山本地人，我在台南念大學的時候知道有一個很有名的景點叫太極峽谷，可是它封山了，那時候去看到的時候覺得怎麼會有那麼漂亮的懸崖，還有那個彩虹。之後大二我剛好買了一台單眼相機，我就想要再上去拍，從我水里老家騎機車去，那時候就經過了一個廢墟，我發現它的結構還很完整，這個院子讓我的未來有了一個基礎。就因為後來的『天空的院子』跟『小鎮文創』都在竹山，所以才會有很多人關注到竹山這邊。你看我前面幾年花了很多時間在打平貸款，然後就只能在山上的院子，自己修、自己弄等等，後來旅客越來越多了，我就在想在地經濟的問題，所以我要了解竹山有什麼行業、都做哪些事，但是我光從山上要到鎮上就要花很多時間，所以連結的點不能太遠，不然我的資源無法分享下來，我的遊客一定要跟山上的那個市場保持連結才行。因為從山上到鎮上車程大概是半小時左右，我倒還覺得那是個安全範圍，只是…那時候…我跟我同事有一些意見相左，總結就是覺得還是很危險，因為不能顧此失彼，而且我們公司規模又不大，且要考慮到的是旅客都花了半小時的時間到山上了，他還願意花半小時的時間下山嗎？如果行程排在小鎮市區裡，他去的意願高不高？到鎮上要做什麼？看什麼？買什麼？吃什麼？我那時候小鎮文創的工程在這裡，旁邊很多計程車隊每天都在講風涼話，有一次商周的總編輯來跟我做專訪，本來要採訪山上的院子，然後他就問我新的單位在哪裡？結果我就帶他到竹山鎮上，他一開始覺得很不可思議，還用狐疑的口氣再問我一次：『真的在鎮上？』那時候我就帶他下山去看，當時小鎮文創還在裝潢，什麼服務也沒有，就只有一個同夥，我還記得帶他下山去的時候，那個時候差不多是晚上 6 點多左右，天都黑一半了，然後整條街沒有半個人，山上更慘，整條山上黑麻麻的。到達小鎮文創的時候他看一下就轉頭跟我說：『你有沒有搞錯？確定要設在這裡嗎？』

我記得很清楚當時商周的總編輯還跟耳提面命，要我考慮清楚，還說什麼公司設在台北人還比較多，也更有機會，把公司設在這個地方能做什麼？可是我覺得除了吃、住、玩，我好像還缺了什麼東西…沒錯！就是產品，所以當我跨入不同收入的領域時，我不會因為如果住宿經營不好就整個都不好，完全沒有收入，因為我透過網路我可以讓大家看見我的理念，畢竟真的要永續經營的話一定會面臨風險，但我就是要把風險分散掉。產品在臺灣的未來發展趨勢是什麼？其實臺灣真的不大，便利商店又多，這在其它國家是沒有的情形，如果你今天從臺北透過網路買了一個竹山鎮的東西，快的話隔天就可以到樓下的小7取貨了，所以我認為城鄉差距雖然大，可是商業行為卻沒有差別，反而越來越快，所以我才說除了吃、住、玩之外，我還要開發一些有在地概念的商品，也就是紀念品。紀念品不只是給企業去大量訂購，如果在鎮上生產完，也可以拿到我的民宿或餐廳賣。所以我用食宿旅遊結合產品，這樣子也比較保險，反而你突然要我到臺北開公司，我倒不知道我能做什麼，因為我做的就是文化，臺北要去哪裡談文化，或許也有，但我看不到，所以我才要想辦法去找人進來做，不是我們跑出去做，應該是人要進來，產品要賣出去，這是基本的經營的道理。」

回歸到當時想要做『天空的院子』是想把那邊的文化做轉移，就是它已是一個存在的文化，但要怎樣才能更好，說穿了一開始我只是想求個溫飽而已，因為我得先養活我自己吧，然後有能力後我可以賺少一點沒關係，因為我希望大家可以一起賺，但賺的重點要有在地原素，說穿了就這樣而已。其實一開始因為跟銀行借了很多錢，我沒有心力再去管其他人，因為我要趕快把我的貸款繳完，不然我的院子會倒閉，所以有一度我認為會不會因為我的房價太貴了，又那麼遠，所以不會有人來，因為我沒名。那時候其實蠻難抉擇的，因為房價一調低，我就要賣更多間的住宿，因為都沒人要來了，怎麼可能還能賣出更多的房間，所以真的很痛苦，在那裡我沒辦法去管別人，所以我那時候如果要買一個東西，比如肥皂好了，我根本就無暇去找竹山的阿姨幫我做一些手工皂，就只能買一些至少大家有聽過

的品牌就可以了。而且有時候我會去網路找東西，要大家訂購的話就請廠商幫我送過來，我只能這樣，越省事越好，因為我自己都快忙死了，根本就沒有辦法做其他事，所以之前有人看到了我的成功就說我是社會企業，我覺得很不好意思，因為我根本沒替在地產業做什麼事，有也是因為名氣打開來了以後，有賺了些錢以開始去回饋而已，我覺得那個社會企業的發展應該是說你自己本身的企業已經穩定了，然後你照顧得了你自己，同時也可以再照顧周遭的生活環境或社會。

這之中也有一個問題，今天我跟竹山或鹿谷地區的一些飯店或餐廳有合作了，但他們的訂單有時都是大量的，這很麻煩，因為有可能趕不出東西來，或是趕出來的東西並不符他們的期待，最重要的一點是，小鎮文創裡有一些花布是由某位老奶奶車的，她已經 90 歲了，以老奶奶的能力能做多久？速度能多快？所以我根本就沒辦法接下這個訂單，所以如果我能整合得出好的服務，我們能接的訂單就沒有限制，且客製化也沒問題，如果可以這樣誰想跟我們長期合作也都沒問題。因此如果有人願意學習一些傳統的技能，手工的，當然這一定的比較辛苦，畢竟不是機械化的東西，可是如果想學的人就來我小鎮文創，我們會教他，他也可以加入一些創意，我覺得這樣的學習最快，也是最真的東西。但還是會遇到其他問題，就是你跟他們報價，他們就會有比價的動作，這也無可厚非，只是我們怎麼去說服想購買的人，你花的錢是值得的，花這麼多錢的意義在哪裡，這樣也許他們的採購成本就可以提高，怎麼讓他們相信你的說法，就要看我們做的東西他們覺不覺得值得，也就是我不會就拿某家店的米香去直接賣給你，我一定是先加工過，如果我要賣給妖怪村，我就一定要有妖怪的原素在裡面，比如形狀，或是包裝都可以，就是提昇它的附加價值……也因為有附加價值才可以賣得比較貴，而且我還會把那個附加價值解釋得很清楚，而且還要提到是某個設計師幫忙設計的，這就是文創的核心吧。就是一種保留傳統的東西，但要加入新的概念成分，混搭新舊且不衝突，就像『天空的院子』一樣，它的外觀就是一種文化，我把它保留起來，但內裝很多無法修飾的東西我就用

一些新的原素融入進去，比如浴缸是用西班牙的瓷磚，新舊交疊；還有你看我們設計出來的竹編 QR code 也是，有誰想過 QR code 可以用竹編做出來？QR code 本身就是一種科技的表現，但是用了傳統的竹編工藝製作出來，這個就是新舊混搭的概念，像我們門外的那個『小鎮文創』的那一個竹編 QR code 招牌，一片我們可以賣到五千元耶，而且一次都是幾十片幾十片的出貨，如果你單單談它的材料也許是不值錢的東西，可是你跟科技結合了就是不一樣，而且你說它是一個招牌，還可以真的掃描，全部的人就覺得不簡單，如果你今天只有幾千元，但要做一個屬於自己公司的招牌，便宜的也要幾萬元，這時候竹編的 QR code 招牌就是不錯的選擇。

所有的創意的過程還是要回歸到一個原則，在許多失敗的過程去找出一個或二個可以讓你繼續下去的動力。很多企業它在創業的過程因為失敗太多次而收起來，那是因為很多資源還沒有辦法到位，所以撐不住了就只能收了，可是如果用低成本的方式在一個地方不斷的嘗試，你最後一定可以找到方法和出口，因為我既然要持續下去，那這個東西就會是我。所以最終要表達的就是一個鄉鎮開放可以解決到地方的兩個問題，第一個就是在地經濟，第二個就是年輕人的積極參與。在地經濟其實就是靠年輕人身上的創意和他們在學校所學的一些專業知識來幫忙，最好是到一個真的沒落的地方去實踐更好，當然如果能有一個地方可以讓這些年輕人專心的搞創意，這也是很重要的。還有就是越在地越傳統的時尚越能抓住旅客的心，其它地方都買不到的東西最合旅客的意，很多東西只有竹山鎮才有這就是竹山在地的品牌效益。

這幾年的時間裡已經有近 600 個國內外的青年朋友來竹山鎮參與我們的改造計畫，無論是錄製微電影推銷竹山、彩繪閒置空間、傳統產品重新設計包裝、外文翻譯、音樂創作……等等，這些豐富的專長一直在匯入竹山鎮，讓我覺得很感動，因為真的會有一群人肯為他們的夢想而努力；當然，我也要感謝另一群企業的協助，因為有他們的協助，我們在推動在地共好文創發展的同時才能有更多的支援和支持。」