

南華大學出版與文化事業管理研究所碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION GRADUATE

INSTITUTE OF PUBLISHING & CULTURAL ENTERPRISE MANAGEMENT

NAN HUA UNIVERSITY

傳統產業轉型文化創意產業經營模式之研究

—以新港香藝文化園區為例

A Study on the Cultural Creativity Business Model Transformed from Traditional

Industry – Taking Singang Incense Artistic Culture Garden for Example

指導教授：黃淑基 博士

ADVISOR : Ph. D. Huang, Shu Chi

研究生：李瑛玲

GRADUATE STUDENT : Lee, Ying-Ling

中 華 民 國 一 〇 〇 年 六 月

南 華 大 學

出版與文化事業管理研究所

碩士學位論文

傳統產業轉型文化創意產業經營模式之研究

-以新港香藝文化園區為例

研究生：李瑛玲

經考試合格特此證明

口試委員：黃淑慧
白如珠
胡文元

指導教授：黃淑慧

所 長：楊俊平

口試日期：中華民國 100 年 5 月 30 日

謝 誌

本論文能順利完成承蒙指導老師—黃淑基教授悉心的指導與協助：在我兩年研究所的學習過程中，以認真、專業的態度引導著我，在每每遭逢研究瓶頸時給予最即時的啟發與鼓勵，讓我得以源源動力鞭策自己繼續前進。

其次，感謝白如玲教授以及趙家民教授，在繁忙的工作之中，詳細閱讀這份論文，並且提供許多寶貴建議，才使這份論文更臻於完善。同時也感謝五位訪談對象：新港香藝文化園區陳館長、嘉義縣政府文化處宋小姐、新港鄉鄉長、新港文教基金會的陳醫師、張董事長等，因為有你們無私的貢獻，才使這份論文能更完整。

回首這一路的堅持與執著……

感謝父母親的體諒與包容：週休假日不能時常讓你們享受含飴弄孫之樂；

感謝老公的陪伴與支持：這兩年你承擔了更多的家務以及照顧孩子的責任；

感謝兩個寶貝的乖巧：這兩年媽媽無法好好陪伴的時刻，能平安健康成長；

謹將本論文獻給所有關心我、愛護我的師長，

以及所有曾經給予協助的每一位朋友……

瑛玲謹誌

西元二〇一一年六月三日

南華大學出版事業管理研究所九十九學年度第二學期碩士論文

中文摘要

論文題目：

傳統產業轉型文化創意產業經營模式之研究—以新港香藝文化園區為例

研究生：李瑛玲

指導教授：黃淑基博士

論文摘要內容：

近年來政府為了提升鄉鎮的競爭力、因應全球化趨勢、減緩傳統產業沒落，因此提出「文化產業」政策，並積極推動地方傳統產業轉型為文化創意產業，促進產業永續發展。經過多年努力，文化與產業攜手合作的確為地方經濟帶來效益，也為傳統產業帶來轉型經營的新契機，並提升了臺灣各地人民的在地認同及地方文化的發展。

新港以聞名全國的奉天宮而成為宗教聖地，亦造就早期新港從事香品、金銀紙、佛具用品、交趾陶剪黏工藝等產業的活絡。但由於產業結構日漸轉變，加上東南亞、中國大陸的大量進口產品影響，許多民俗技藝榮景不再。新港香藝文化園區經營者於 2004 年因有感於傳統產業及香藝文化的凋零，也為更進一步傳承與發揚製香的技藝與文化，經歷了前後長達四年多的籌備規劃，打造全國唯一的「新港香藝文化園區」。

本研究為個案研究，並以次級資料分析、深度訪談、問卷調查為研究方法。本研究從傳統工藝、製香產業的發展脈絡，輔以分析文化創意產業的內涵與地方文化館的相關政府政策。從經營者的角度瞭解香藝文化園區從傳統產業轉型為文化創意產業之發展歷程；從公部門的政策分析其對地方文化館設置的看法；從地方文化工作者的訪談分析園區設置對地方文化保存及地方產業互動的影響。最後透過觀光客的問卷調查進行整理、歸納，試建構出具體、有效執行之建議，提供新港香藝文化園區做為未來經營規劃之參考。

關鍵詞：產業轉型、文化創意、產業經營、文化園區

**Master Thesis of Semester 2 in 2010 Academic Year, Graduate Institute of
Publishing and Cultural Enterprise Management Studies, Nanhua University**

Abstract

Thesis Title:A Study on the Cultural Creativity Business Model Transformed from
Traditional Industry – Taking Singang Incense Artistic Culture Garden for Example

Researcher: Lee, Ying-Ling

Adviser: Ph. D. Huang, Shu Chi

Abstract:

In recent years, in order to enhance competitiveness of townships, to respond to the trend of globalization, and to slow down the decline of traditional industries, the government has proposed the policy of “cultural industry” and aggressively promoted the transformation of local traditional industries into cultural creativity industry to facilitate the sustainable development of industries. After years of efforts, the cooperation between culture and industries indeed has brought benefits to local economy, as well as new opportunities of transformational operation of traditional industries, which has increased the local identity of people living in various places and the development of local culture.

Singang is famous nationwide for Feng Tian Temple and has become a religious site where the industries relevant to incense, Buddhist utensils, and Koji ceramics craft are well developed in the early days. However, due to the gradual transformation of industrial structure and the influence of a large number of imported products from the Southeast Asia and Mainland China, the prosperity of many folk arts and crafts no longer exists. In 2004, the operator of Singang Incense Artistic Culture Garden felt the decline of traditional industries and incense art, and thus, decided to further inherit and promote the crafts and culture of incense manufacture. After preparing and planning for more than four years, “Singang Incense Artistic Culture Garden” was established in Taiwan.

This study is a case study. Secondary data analysis, in-depth interviews, and questionnaire survey were used as research methods. This study investigated the developmental background of traditional crafts and incense industry and analyzed the insights of cultural creativity industry and relevant governmental policies for local cultural museums. This study investigated how incense culture garden was transformed from traditional industry into cultural creativity industry from the perspective of operators, and analyzed governmental departments’ opinions on the establishment of local cultural museum based on their policies. This study also analyzed the effect of the establishment of culture garden on local culture conservation and local industrial interaction based on the interviews with local cultural workers. The questionnaires completed by tourists were arranged and summarized in order to propose specific and effective suggestions as reference to the future operational planning of Singang Incense Culture Garden.

Keywords: Industrial transformation, Cultural creativity, Industrial management,
Culture garden

目 錄

中文摘要	I
Abstract	II
目 錄	III
表目錄	VI
圖目錄	VII
第一章 緒論	1
1.1 研究背景與動機	1
1.2 研究目的	2
1.3 研究方法與流程	2
1.3.1 研究方法	2
1.3.2 研究流程	3
1.4 研究對象簡介	5
1.4.1 新港香藝文化園區成立緣起	5
1.4.2 園區簡介	6
1.4.3 地理相關位置與交通	7
1.5 研究限制	8
第二章 文獻探討	9
2.1 傳統工藝產業之相關文獻探討	9
2.1.1 工藝的定義與範疇	9
2.1.2 台灣傳統工藝產業的回顧	12
2.1.3 傳統製香業的發展	20
2.2 地方文化相關文獻探討	25
2.2.1 地方文化產業之意涵	25
2.2.2 地方文化產業發展之相關政策	31
2.3 文化創意產業相關文獻探討	34
2.3.1 文化創意產業的定義與範疇	34
2.3.2 文化創意產業之推行與主管機關	37
2.3.3 台灣文化創意產業發展概況	40

2.4	地方文化館相關研究文獻.....	41
2.4.1	地方文化館計劃.....	41
2.4.2	地方文化館與地方文化產業的聯結.....	48
第三章	研究設計與執行.....	51
3.1	研究架構.....	51
3.2	研究方法.....	53
3.2.1	個案研究法.....	53
3.2.2	深度訪談法.....	54
3.2.3	次級資料分析.....	55
3.2.4	問卷調查法.....	56
3.3	研究設計.....	57
3.3.1	訪談對象的選取.....	57
3.3.2	訪談大綱的設計.....	57
3.3.3	問卷調查的設計.....	59
3.4	研究執行.....	60
3.4.1	深度訪談執行過程.....	60
3.4.2	問卷調查執行過程.....	61
第四章	資料分析與整理.....	62
4.1	經營者相關訪談資料分析.....	62
4.1.1	傳統經營模式.....	62
4.1.2	產業轉型過程.....	64
4.1.3	文化創意元素來源與運用.....	66
4.1.4	新的經營模式開發.....	68
4.2	公部門相關訪談資料分析.....	71
4.2.1	公部門對地方文化館的管理及監督.....	72
4.2.2	地方文化館設置與經營對地方的影響.....	74
4.2.3	地方文化館經營的未來運作模式.....	75
4.3	地方文化工作者訪談資料分析.....	77
4.3.1	香藝文化園區設置對地方文化保存的意義和價值... ..	78
4.3.2	香藝文化園區設置對地方文化保存的使命和角色... ..	79

4.3.3	香藝文化園區設置對居民地方文化認同的影響	80
4.3.4	香藝文化園區與地方上產業互動和異業結盟機制 ...	81
4.3.5	提昇香藝文化園區活動推廣因素	83
4.3.6	對香藝文化園區的其他建議或意見	84
4.4	問卷結果分析與整理	85
4.4.1	基本資料問卷分析	85
4.4.2	參觀印象層面問卷分析	88
4.4.3	消費及服務層面問卷分析	92
4.4.4	提振地方文化經濟發展層面問卷分析	96
4.4.5	問卷開放問題的回應整理	99
第五章	結論與建議	101
5.1	研究結論	101
5.1.1	香藝文化園區轉型的歷史文化背景	101
5.1.2	香藝文化園區轉型過程中的創意來源與運用	102
5.1.3	香藝文化園區轉型後經營模式的變革	102
5.1.4	香藝文化園區設立對地方文化保存與地方產業互動的 影響	103
5.1.5	政策制定與新港香藝文化園區未來發展之關連性 ..	104
5.2	研究建議	105
5.2.1	園區經營方面	105
5.2.2	文化傳承方面	106
5.2.3	未來發展策略思考方向	106
參考文獻	108
附錄一	「新港香藝文化園區」的經營者訪談大綱	113
附錄二	公部門人員訪談大綱	114
附錄三	地方文化工作者訪談大綱	115
附錄四	新港香藝文化園區問卷調查	116
附錄五	訪談逐字稿整理	118

表目錄

表 2-1 工藝產業分類表	10
表 2-2 台灣工藝重要大事年表	19
表 2-3 台灣學者對「文化產業」定義之關聯表	26
表 2-4 各國／組織對文化創意產業之定義	34
表 2-5 各國文化創意產業之分類	36
表 2-6 台灣文化創意產業之範疇及主管機關	39
表 2-7 地方文化館的推動單位	42
表 2-8 「地方文化館-第一期計畫」內容	44
表 2-9 地方文化館與地方文化產業的聯結表	50
表 3-1 本研究之訪談對象	57
表 4-1 香藝文化園區傳統經營模式	63
表 4-2 文化創意元素商品來源與運用	68
表 4-3 香藝文化園區設置對地方文化的意義和價值	79
表 4-4 香藝文化園區對地方文化認同的影響	81
表 4-5 香藝文化園區與地方上產業互動和異業結盟機制	82
表 4-6 提昇香藝文化園區活動推廣因素	83
表 4-7 對香藝文化園區的其他建議或意見	84
表 4-8 遊客對香藝文化園區的未來發展之期許與建議整理	99

圖目錄

圖 1-1 研究流程圖	4
圖 1-2 新港香藝文化園區平面圖	6
圖 1-3 新港香藝文化園區交通位置圖	7
圖 2-1 日本臨濟宗信仰傳單	23
圖 2-2 鹿港街施錦玉香鋪特別廣告	23
圖 2-3 文化產業整體架構與界分圖	28
圖 2-6 文化創意產業推動小組與主管機關	38
圖 2-7 地方文化館第二期計畫架構圖	47
圖 3-1 研究架構圖	52
圖 4-1 參觀遊客性別百分比比例圖	85
圖 4-2 參觀遊客年齡百分比比例圖	86
圖 4-3 參觀遊客學歷百分比比例圖	86
圖 4-4 參觀遊客職業百分比比例圖	87
圖 4-5 參觀遊客居住地百分比比例圖	88
圖 4-6 參觀香藝文化園區次數百分比比例圖	89
圖 4-7 文化館活動訊息的接收管道百分比比例圖	90
圖 4-8 旅遊性質百分比比例圖	90
圖 4-9 參觀文化園區動機百分比比例圖	91
圖 4-10 最喜歡文化園區哪一部分的百分比比例圖	92
圖 4-11 是否參加文化導覽服務百分比比例圖	93
圖 4-12 本次消費金額百分比比例圖	93
圖 4-13 消費項目百分比比例圖	94
圖 4-14 覺得哪項商品最特別百分比比例圖	95
圖 4-15 喜歡園區哪項服務百分比比例圖	96
圖 4-16 香藝文化園區具備哪些功能百分比比例圖	97
圖 4-17 園區為新港鄉帶來觀光人潮與相對旅遊商機百分比比例圖 ..	97
圖 4-18 一日遊行程，願意造訪地點的百分比比例圖	98

第一章 緒論

1.1 研究背景與動機

臺灣近年來，政府爲了提升鄉鎮的競爭力、因應全球化趨勢、減緩傳統產業沒落，因此以「文化產業化、產業文化化」爲號召大力推動，藉以改善產業經濟，並與地方認同相連結，並積極推動地方傳統產業轉型爲文化創意產業，來促進產業永續發展。經過多年的努力之下，文化與產業的攜手合作的確爲地方經濟帶來收益，爲傳統產業帶來轉型經營的新契機，也提升了臺灣各地人民的在地認同及地方文化的發展，促使「文化產業」與「文化創意產業」成爲許多地方政府或民間單位積極發展的方向。

地方文化館是行政院文化建設委員會於民國 91 年推出的地方文化發展政策，主要目的在於運用地方既有的閒置空間，轉換爲文化空間，「一方面提供居民文化公民權之所需，凝聚居民認同，另一方面則成爲地方文化觀光的資源，帶動社區發展。」根據文建會整理的「地方文化館計畫 91-96 年輔導點名單」，全台共有 258 館在 91-96 年間獲得文建會地方文化館計畫補助。「新港香藝文化園區」即在輔導名單之中。

新港因擁有多處國家歷史古蹟，尤以聞名全國的奉天宮『開台媽祖』而成爲宗教聖地，也造就早期新港從事祭祀用的香品、金銀紙、銅錫製的佛具用品、廟宇建築的交趾陶剪黏工藝等產業的活絡。現代媽祖尊崇者依舊，許多相應的民俗技藝卻在凋零，「新港香藝文化園區」就是在這樣的背景之下而產生，這是全國第一座以「香」爲主題的產業文化館，園區保留了傳統宗教用香的製香技藝，並擴展香藝的文化內涵，將傳統香業蛻變成一座兼具在地性、產業性、文化性、知識性以及教育性的休閒園區。

新港香藝文化園區位於省道旁，發現原本只是堆放香品的閒置倉庫，現在竟成爲遊客絡繹不絕的熱門觀光景點，使研究者對於其轉型經營興起研究探索之意，期望透過本研究能對製香產業或其他傳統產業轉型經營有其參考之價值。

1.2 研究目的

政府為重振經濟生機，提出「文化創意產業發展計畫」，期待藉由結合藝術創作與商業機制，以創造具本土文化特色之產品，藉以增強人民的文化認同與增加產品附加價值，希望有助於文化創意產業帶動傳統產業的永續發展。

本研究從探討傳統工藝、製香產業的發展脈絡，輔以分析文化創意產業的內涵與地方文化館計劃之政府政策，探討新港香藝文化園區如何從傳統產業轉型為文化創意產業之發展歷程，其主要研究目的如下：

- 一、瞭解新港香藝文化園區轉型之歷史文化背景
- 二、瞭解新港香藝文化園區轉型過程中的創意元素來源與運用
- 三、瞭解新港香藝文化園區轉型後經營模式的變革
- 四、瞭解新港香藝文化園區的設立對地方文化保存與地方產業互動的影響
- 五、瞭解政策制定與新港香藝文化園區未來發展之關連性
- 六、瞭解消費群眾對新港香藝文化園區轉型經營的滿意程度與未來期許

1.3 研究方法與流程

1.3.1 研究方法

本研究之研究方法採用質化與量化之方式進行，透過次級資料分析、深度訪談與問卷調查作為本研究的資料收集與分析的依據。

次級資料分析資料收集包括專書、學術期刊、學術論文、相關報導、政府機關出版品相關資料、網站資料等。透過次級資料的收集後，再加以歸納、統整、分析，使研究資料及內容具完整性，以便進行研究時的分析與論述。

深度訪談則採用半結構式訪談，訪談對象為新港香藝文化園區經營者、嘉義縣文化處藝文推廣科官員、新港鄉鄉長、新港文教基金會創會董事長以及現任董事長。透過訪談過程，瞭解新港香藝文化園區轉型過程及經營理念與公部門對地方文化館輔導機制，以及地方文化工作者對園區的文化保存及產業互動的期許等

相關議題。最後做出整理與分析，作為其他傳統產業轉型之參考。

在問卷調查的部分，本研究的問卷發放對象為參觀新港香藝文化園區之民眾與觀光客為對象。問卷型式採用結構式問卷，受訪者只要在既定的答案中選取即可。本問卷屬於初級資料的蒐集，為了提高調查可靠性，以及避免或減少問卷調查結果之機率，所以本研究採用結構式問卷形式。在問卷問題的形式上，本研究採用選擇題型，由於問卷對象為當地民眾與觀光客，以及填答者的程度普遍都不一樣，因此，本研究選擇用選擇題型作為問卷的形式，以便於最後的統計分析。

1.3.2 研究流程

本研究先確定所要研究的研究主題，接著透過大量的閱讀了解過去相關文獻，並與指導教授進行討論；其後進行田野訪談，以確認本研究的研究對象發展狀況。由於本研究之研究對象尚未有學者針對該文化園區研究過，筆者為確定後續研究能夠繼續執行，因此先進行田野訪談以了解文化園區發展狀況。

確定主題並建立本研究的研究架構之後。開始本研究之研究設計、問卷設計、訪談稿設計，完成後開始執行研究、發放問卷、深度訪談。接著透過問卷分析結果與深度訪談分析後，開始撰寫論文，最後提出研究結論與研究建議。詳細流程圖如圖 1-1 所示：

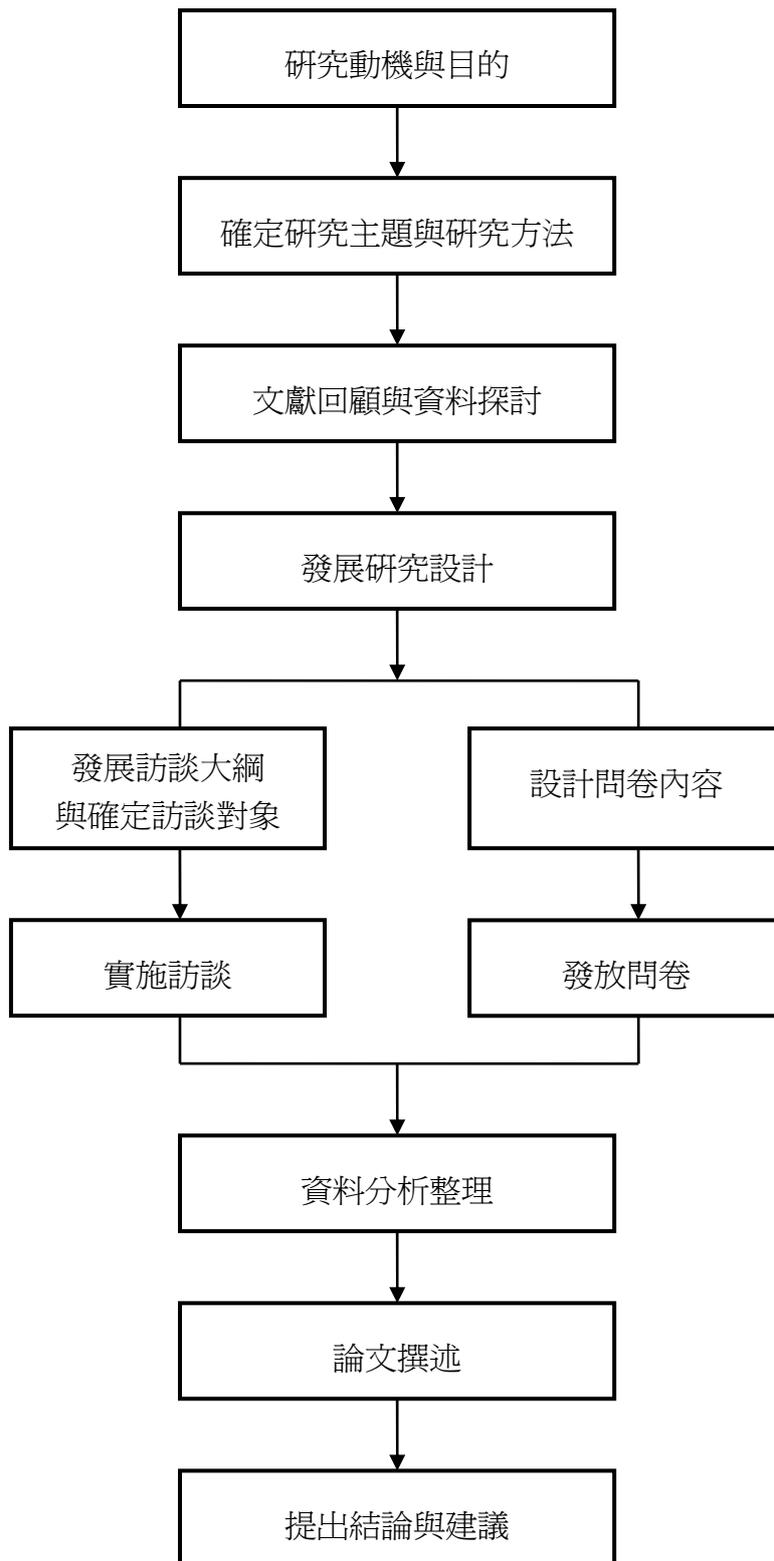


圖 1-1 研究流程圖

1.4 研究對象簡介

1.4.1 新港香藝文化園區成立緣起

務農爲主的新港有著三百多年前先民開墾的遺跡，這不僅包含著歷史、建築，更有人文風俗和宗教信仰。多元的宗教信仰是新港特色之一，其中庇護先民的「船仔媽」，也就是現今香火鼎盛的奉天宮所供奉的開台媽祖，三百多年來始終是新港鄉民心裡最爲尊崇的信仰。民俗與信仰有著密不可分的關係，因信仰而產生的民俗，代代相傳，已深深烙印在鄉民生活中。「船仔媽」不僅是信仰中心，也是新港繁榮樞紐，更帶動了旺盛的宗教文化、活動及產業（也包含傳統製香產業）。如今，媽祖尊崇地位依舊，然而許多相應的民俗技藝卻日漸凋零，歷史典故也相繼被遺忘。香藝文化園區成立後，希望以保存及傳承傳統技藝、香與宗教、香的使用典故，來補滿逝去的文化缺角。

香藝文化園區館長陳文忠先生，於海軍陸戰隊退伍後，由其當兵時的士官長引薦至高雄小港的榮春製香廠李明陽師傅門下爲徒，經由師傅無私教授，學成了這傳統宗教文化中代代傳承與永續不斷的製香技藝。在師傅的贊同與家人的支持下，返回故鄉一新港崙子創立「新興製香廠」，也由此時展開製香序曲。之後，自國中畢業後即在外地工作的弟弟陳文竹、陳文乾先生，也回來共同爲製香事業奮鬥。民國 86 年，爲提升傳統產業競爭力，遂將傳統家庭式製香廠，轉型爲以現代化企業經營之「伍蓮香業開發有限公司」。民國 93 年，因有感於傳統產業及香藝文化的凋零，爲更進一步傳承與發揚製香的技藝與文化，便全家族著手打造全國唯一以「香」爲主題之「新港香藝文化園區」，期能爲沈寂蕭條的傳統產業及香藝文化，注入實踐傳承與發揚的新生力量，也爲社區的文化營造工作注入一小股的力量。

1.4.2 園區簡介

園區分為兩大主題，一為「香藝文化館」，另一為「香料香草休閒園區」。香藝文化館包括「文化香」、「生活香」、「藝品香」、「原味香」、「情境香」以及「製香迴廊」六大展示區：主要介紹香的產業文化與歷史文化，並展示製香的香辛類中草藥、檀香、沉香、精油等製香香料，提供遊客親身體驗的知性之旅，更融合了新港的宗教文化特色。

香料香草休閒園區包含香料香草植物生態區、八卦祈福香圃、製香工坊、體驗館、新港農特產品展售區、庭園餐廳以及民宿。除了讓遊客認識香料植物、瞭解香料植物如何運用到傳統製香上，園區更有製香師傅現場表演傳統製香技藝及芳香體驗等活動。



圖 1-2 新港香藝文化園區平面圖

資料來源：新港香藝文化園區網站

1.4.3 地理相關位置與交通

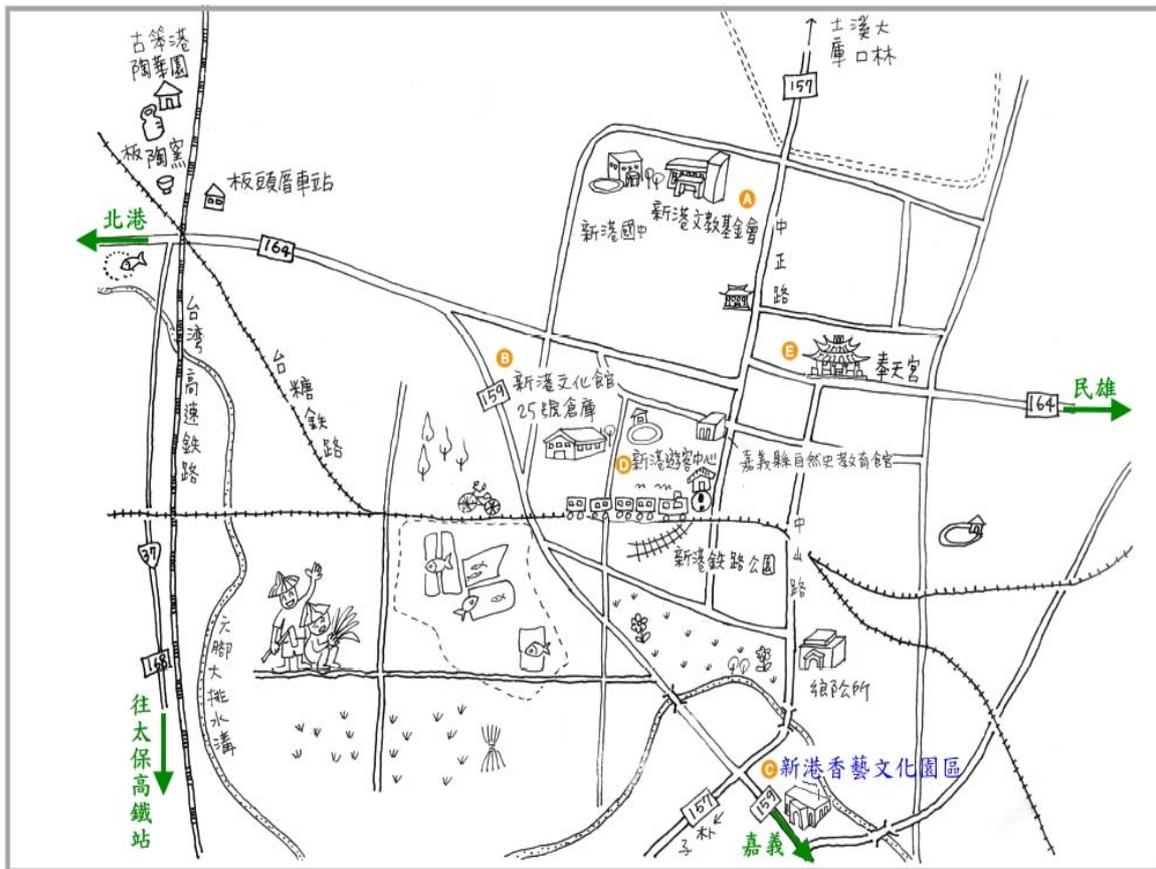


圖 1-3 新港香藝文化園區交通位置圖

資料來源：嘉義縣地方文化館網站，研究者修改繪製

開車：自嘉義交流道下→沿嘉 159 號北港路前行→往北港方向接嘉北路前行，即可到達。

火車：嘉義火車站搭乘往北港的嘉義公車或客運，在新港菜公厝站下車即可抵達。

高鐵：嘉義站下車，搭往新港方向公車，至菜公厝站下車即可抵達。

1.5 研究限制

本研究以新港香藝文化園區作為本研究的研究個案，主要探討其如何從傳統產業轉型為文化創意產業之發展歷程。本研究雖力求謹慎與嚴謹，但在研究方法、文獻蒐集、研究範圍以及資料分析上仍有其限制與不足，分述如下：

一、本研究為個案研究法，是以新港香藝文化園區作為研究個案，臺灣目前有相當多不同種類的地方文化館，所面臨的狀況不盡相同，故無法建立解釋或類推到其他場館。

二、本研究以深度訪談方式進行研究，受訪者本身的經驗、個人認知、配合程度、回答問題之意願，皆會影響到所獲得資料的內容效度；再者因部分受訪者訪談過程中大多使用方言，以致於語意上的解讀也許會因語言使用差別而產生些微的差異，而研究者本身的訪談經驗、技巧，以及臨場反應，也會影響到訪談結果。

三、深度訪談結果分析難免會滲入受訪者個人主觀意識，使得內容不夠客觀。深度訪談雖能讓研究者瞭解事實的真相與意涵，但訪談法本身不免有其侷促之處。

第二章 文獻探討

2.1 傳統工藝產業之相關文獻探討

2.1.1 工藝的定義與範疇

一、工藝的定義：

「工藝」的定義，依《說文解字》解釋：「工，巧也，匠也，善其事也。凡執藝事成器物以利用，皆謂之工。」而「藝」則有「技術」或「技藝」之意，故「工藝」可謂：「製作器物的巧妙技藝」。在中國三代設有六工，是政府重要的行政部門，專司各種工藝的生產，以教養樂利百姓，便利民生。《周禮·冬官》〈考工記〉即有：「知者創物，巧者述之守之，世謂之工，百工之事，皆聖人之作也。」的記載。明崇禎年宋應星所著《天工開物》三卷，是古代工藝科技經典之作。因此，工藝簡單解釋是指「百工技藝之作也」，百工就是攸關生活、生計、生業的各種器物製品和生產製作技術而言；所以故儒連雅堂先生於《台灣通史》〈工藝志〉卷即依循〈考工記〉、《天工開物》之說法，指出：凡「利用厚生」之製作都概稱為工藝。

然而，今人所謂「工藝」的概念界定，大部分源承自西方的藝術或設計史學的發展脈絡，將 Craft（手工藝）、Useful Art（實用藝術）、Practical Art（實際藝術）、Applied Art（應用藝術）、Decorative Art（裝飾藝術）等詞彙皆歸類為「工藝」。此外，因近代工業技術的進展，而有 Industrial Art（工業美術）、Mechanical Art（機械美術）、Technical Art（技術美術）等詞彙的使用。因此，「工藝」一詞實是隨時空的遷移而有不同的內涵，難以有一定論（蔡美麗，2001）。

近代台灣的「工藝」概念，在《台灣省通志》中的〈學藝志藝術篇〉有清楚概述：「凡器物之製造，於過程中施以美化之技巧，而終以藝術為體，工業為用者，均可稱曰：工藝品。…從來，工藝品的製造，多賴雙手，而無機械之助。故同一工藝品，規格各殊，大小互異；僅憑工匠個人藝術修養之高低，而定工藝品之優劣。今也機器發達，手工幾為機械所代替，而有視機械製造之工藝品為工業品者，亦不正確；因為不論使用手工或使用機械，工藝品之性質，根本不變；故不能以

其生產方式不同，而否認其為非工藝品。即其生產型態，屬於副業或專業，亦無不同也。」(李汝和、張炳楠、廖漢臣，1970)

臺灣工藝振興先驅顏水龍對工藝提出以下觀看：「所謂『工藝』之意義，做狹義之解釋者，凡以裝飾為目的而製之器物，其在技術上的表現稱為工藝；然，做為廣義之解釋者，則對各種生活必需之器物，加以多少『美的技巧』者，皆列於工藝之範圍。

經濟部文化創意產業推動小組對工藝產業之範疇界定為：「凡從事工藝創作、製造、設計；工藝材料加工及工具供應；工藝品展售；工藝推廣及工藝品鑑定服務等之行業均屬之。」

二、工藝產業的範疇

回顧台灣工藝的歷史，欲加以分類頗不容易，對於工藝的分類系統，可以從數個觀點來加以分類，而分類的目的是為敘述上的方便和詳盡而已，並不因此改變或增減臺灣工藝的特色或內涵。(江韶瑩，1991) 下表為本研究依據工藝產業之相關單位或研究學者對工藝產業分類所做的整理：

表 2-1 工藝產業分類表

學者或工藝產業 相關單位	分類性質	類別
顏水龍 (1952)	材料	(1)木材工藝(2)竹工藝(3)植物纖維與編織工藝(4)陶器工藝(5)金工與金銀細工(6)染織與刺琇(7)蘆草與紙工藝(8)角骨、珊瑚、貝殼、文石、皮革、大理石等工藝(9)漆工藝(10)石雕刻等十類。
曾永義 (1989)		雕、編、塑、繪、製、裁、其他等七種。

江韶瑩（1991）	民族文化	南島民族工藝與漢人工藝
	生產者	一般民具、生計生產、專業、特殊工藝。
	民俗資料功能	(1)衣食住(2)生產、手工業(3)交通、運輸、通信(4)交易(5)社會生活(6)信仰(7)民俗知識(8)民俗藝能(9)生命禮俗(10)年中行事(11)口頭承傳(12)文書刻契
	材料	木、竹、石、紙、纖維、土、金、牙、骨、角、珊瑚、化學、色料等。
	技術	雕刻、編織、捏塑、彩繪、漆器、琺瑯、印染、刺繡、剪、糊、打造、鑲嵌、灌注、綜合。
	成品	食、衣、住、行、育、樂、祭祀、經濟、科技。
謝宗榮（2002）	以製造者的角度	(1)雕刻(2)塑造(3)埤燒(4)編織(5)繡縫(6)繪畫(7)剪裁(8)鑲嵌(9)鍛鑄(10)染印(11)其他
台灣工藝研究所	工藝產業交流服務網	陶瓷、玻璃、木藝、竹藝、漆藝、紙藝、金石、石雕、編織、藍染、植物染、複合媒材及其他等十三類。
國家文化藝術基金會（2002）	工藝創意產業	皮革製品、玻璃製品、陶瓷製品、編織及刺繡品、石材製品、珠寶製品、木製品、竹製品、玩具及玩偶、金屬製品、家具、其他手工業品，以及其相關衍生性商品。

	傳統工藝產業	塑造、木藝、竹藝、紙藝、版印、 印染、金工、陶瓷窯藝、竹木牙石 雕、琢玉、編紮、織繡、髹漆、彩 繪、鑄造、樂器製作、文房四寶製 作、裱褙、剪黏等。
文建會（2004）	傳統工藝	概分為雕刻、塑造、埤燒、編織、 民俗畫、剪裁、金工及其他等類型。
	材料	木材、藤竹、金屬、陶瓷、纖維、 玉石等。
	性質	生活日用工藝、宗教工藝、裝飾工 藝、玩賞工藝及個人創作等。
洪慶峰（2005）	材質	陶瓷工藝、木材工藝、竹材工藝、 石材工藝、金屬工藝、漆器工藝、 玻璃工藝、染織工藝、紙類工藝、 皮革工藝等。
	使用區別	建築類、家具類、餐飲類、家飾類、 文具類、玩具類...等生活工藝類別。
	技法	雕塑類、編織類、鑄造類、吹製類、 染印類...等，尚有配合工藝製作的 材料加工業與工藝設備業。

資料來源：江韶瑩（1991）、李怡瑱（2009）及本研究整理。

2.1.2 台灣傳統工藝產業的回顧

一、台灣早期工藝發展情況

（一）原住民工藝

工藝與風土文化密不可分，探討臺灣工藝的起源必須先從歷史文化進行著手。臺灣的文化元素，根據住民的民族文化特質，主要類分為南島語族與漢民族

兩大元素。

臺灣早在漢民族移入前的很長一段期間開始，就為南島語系的人口所居住，其居住地區遍及全島，在文化和語言上屬馬來玻利尼西亞系，可分成十個以上的族群，各有其悠久多樣的工藝表現，而如同世界其他原始社會一樣，沒有專業性的工藝家，也沒有純藝術的作品，所有的作品都是具有實用價值的工藝品，各族間因社會制度的進程或工藝技術的不同，在各工藝上有其獨特的特色與差異。

原住民工藝裝飾表現，首在傳遞傳統信仰或族人的傳說及祈願心理，故常見象徵性的圖案表現，如靠海補魚的宜蘭葛瑪蘭族群，常用魚紋木雕圖案；靠山打獵的排灣族群，則多表現鹿、野豬的圖案以祈豐收；並常見代表祖先崇拜的人像紋、蛇紋等（蔡美麗，2001）。

（二）移民社會的漢民族工藝

在 17、18 世紀左右，隨著中國東南沿海移民與貿易的方式將工藝技術傳入臺灣。當時移民的漢民族大致分成閩、粵兩個系統，福佬主要是以泉州、漳州、汀洲出身居多，粵籍則是惠州、潮州、嘉應州為主的客家人。泉州系漢人入臺時間最早，佔居沿海地區，以從事工藝品的交易買賣為中心。漳州系漢人入臺時間較晚，居住於鄉間地區，多從事農業並自行生產日常生活所需的各項器具。在泉州與漳州入臺時間晚的客家人，居住於台地與山區交界，自行生長不少深具特色的工藝。這個時期，來自於中國東南沿海地區的移民者，直接從祖居地攜帶日常生活所需的工藝器具來臺，逐漸地隨著需求增加，移民者除了利用定時返回中國祭祖探親時，帶回工藝品之外，亦有少數聘任家鄉的匠人來臺製作工藝品的情況。當時，往來中臺兩地的交通極為不便，在工藝製作上，除了使用少數故鄉攜帶來的材料之外，匠人們為了取材的便利性，逐漸地嘗試以臺灣當地的工藝材料來進行製作（林承偉，2009）。

臺灣移民社會的發展，從飲食習慣、宗族制度、喪葬祭祀、宗教信仰、語言文字、衣物服飾、建築文化等幾乎完全移植於自閩粵。故清初期臺灣工藝的形貌，除了利用台灣物產如籐、竹、藺草、皮革、骨角等自製發展之生活實用工藝外，亦多有隨移民和貿易而來的閩粵工藝製品。隨著城市聚落的形成與擴張，大眾生

活需求的增加，而漸有以工藝製作為生計的行業出現，並至遲在清末已有專事生產一般生活器用的工藝專業街坊漸形成，如依史載清末安平縣即有打鐵街、打石街、做蔑街(木匠街)、帽仔街、草花街、竹仔街、做針街、打銀街等街莊名稱（陳其祿，1992）。

（三）日據時期工藝產業化發展

日據時代，在「殖產興業」及所謂「皇民化」、「工業化」、「南進基地化」之「台灣三化」的文化與經濟雙面向殖民統治下，台灣傳統文化被打壓，民間生活習慣逐漸日本化，與庶民社會生活信仰唇齒相依的傳統閩粵工藝亦因此沒落。另一方面，因經濟上的殖民地工業振興策略，為充分開發利用台灣豐富天然資源及廉價勞工，日治政府進行全面性的工藝產業調查，推行各項工藝產業振興方案，並設立工藝研習所培訓大量技術人才，同時日本民間實業家亦響應政府政策，因應日本市場需要開辦木器、帽席、髮網、竹編細工、漆器、陶瓷等生產事業，成立各種工藝產業協同組合，引進日本加工技術及產銷制度等，為台灣工藝的現代產業化發展奠定了基礎。而同時期興起的台日貿易，也是台灣工藝產業邁進外銷市場之先鋒（蔡美麗，2004）。

二、台灣光復之後之工藝發展情況

（一）一九五〇、六〇年代的台灣工藝發展

光復初期，台灣處於國際收支巨額逆差，國內勞力充沛，但資本不足的經濟條件，故以手工業為主的工藝產業，因成本輕而容納就業人口數多，即被改稱以「手工業」，輔導外銷以爭取外匯，而成為國家建設的重點發展項目。1953 年台灣省建設廳成立「手工業推廣委員會」、1956 年美援助合作成立「台灣手工業推廣中心」等官方負責機構，即以大量培訓手工業技術人才為基礎，積極利用台灣自然物產開發地方特有工藝產業，並輔導研發因應國際市場的工藝品、辦理手工業產品評選會、參加國外商展、協助開拓海外市場等有計畫的持續推動發展外銷手工業（蔡美麗，2004）。

一九五〇年代後期，台灣外銷工藝產業在「台灣手工業推廣中心」有計畫的

輔導推廣下，建立了基本的產銷體制而逐漸發展起來，外銷手工業產業逐漸成爲當時台灣工藝的主要面貌，而其整體工藝風格也反映了時代環境的發展，主要呈現二大類：一爲利用台灣農林礦特產工藝原料，設計開發適應國際市場需求的工藝品，如籐竹類的桌、椅、屏風、燈台、果盤、麵包籃、寵物籃等；織品刺繡類的餐巾、床單、枕套、几布、沙發墊布、地毯等；金屬陶瓷類的各式餐具、花瓶、咖啡用具等；二爲因伴隨撤守台灣的大陸各省新移民的加入，帶來不同於先前閩粵的工藝風格與技術，及當時台灣爲中華文化復興基地的時代氛圍下，因應觀光事業發展之國外觀光客喜好，「中國印象」即成爲觀光紀念品工藝的主要裝飾風格，如仿古銅或陶瓷製香爐、花瓶、佛像、宮女雕像等、及國劇人物、宮燈、屏風等各式擺飾品，或是濃厚中國風的各類繡品、景泰藍飾品等。此外，當時亦有專門仿製生產原住民型制風格手工藝品外銷的工藝社出現（蔡美麗，2001）。

之後，隨著外銷工藝市場的擴展，產銷體制更趨分工，不但逐漸發展出專門對外國接單的貿易商與接受委託製造的工廠之分工制度，且爲增加產能以應付日漸增長的市場需求，手工業廠商即積極引進或研發各種加工機器以減少手工，在生產製程上更日趨專業分工，並開始有同類工藝產業區域性結集發展的地方工藝產業形成，如關廟竹籐編、通霄與三義的木雕、鶯歌陶瓷、新竹玻璃工藝、花蓮大理石加工、澎湖的珊瑚、台北附近的台灣玉、珊瑚等寶石加工等均在民國五十年代逐漸興起（翁徐得，1996）。

（二）一九七〇年代的台灣工藝發展

1973 年南投縣工藝傳藝所改制台灣省手工業研究所，協助業者加強研究開發增進外銷競爭力，鼓勵產品開發與研究創新。此時，貿易商至全球各角落爭取代工訂單，並將國外客戶設計委託各類專業加工廠大量生產外銷的 OEM（Original Equipment Manufacturing）委託代工模式變成台灣外銷工藝產業的基本架構，創造台灣外銷工藝產業的鼎盛期，外銷市場也由日本、美國而逐漸擴展至全世界。同時期，地域性工藝專業區成形，代表性產業有台北的景泰藍、銅器、流行飾品等、鶯歌白雲陶、新竹玻璃、苗栗裝飾陶瓷、桃園及三義的木雕家具、豐原小木器、關廟的竹籐編、南投竹器、草屯埔里的耶誕飾品、花蓮大理石等。手工業出口品

項、數量、金額均逐年急速成長，而在這外銷鼎盛期，也為台灣締造了「籐葉王國」、「景泰藍王國」、「玩具王國」、「半寶石加工王國」等封號。但反之，隨 OEM 移植而來的各國工藝造型，幾乎籠罩了台灣工藝全貌，傳統工藝越漸蕭瑟（蔡美麗，2004）。

原來以生活器用工藝之設計生產製作為職志的人力，在此時期紛紛「出走」：一部分受中小企業在政府扶植貸款的鼓勵下也放下手工具，轉為小型加工廠或手工業生產零組件的組合工廠，以外銷為主，兼顧小額的內銷，或自組公司從事貿易兼營房地產，還有一部份將技術設備升級走向高科技的工業生產。因此七〇年代以後，除少數地區仍勉強繼續保有地方特色工藝產業外，生活器用的個人工藝製作幾乎已不復存在；甚至具有地方特色工藝集中地區，其家庭手工業和從業人口也漸縮減，尤其許多產業在接受日本資金、技術或管理之後，其產品以開發國家市場為主要導向，地方特色隨之瓦解。許多特有工藝材料也不再生產，甚至減量生產，如：美濃的手工紙傘、內門的竹簍、關廟的藤器與銅器、六甲與林鳳營的磚瓦、學甲的鹽草織蓆、嘉義的木作與竹紙、新港的製香，西螺、埔心的竹器……等等，都不再是專擅如前了。產業工藝由個人手藝直接生產的樣態變成分製另件再組合的加工業，手藝已不如從前重要，而趨於規格化。而手工純熟的匠人只有放棄、轉業或從事獨立創作。而手工生產的日用器物在七〇年代的消費市場僅見極少數如草編蓆墊之類的產品，其餘則由塑膠、化纖等合成材料或不銹鋼等非傳統工藝材料所，或工業生產製造的玻璃、陶瓷、木材製品所據有（江韶瑩，1992）。

（三）一九八〇年代的台灣工藝發展

1988 年開始，隨著政府實施匯率自由化政策，台幣大幅升值，人工成本急劇升高，手工業產品出口成長趨緩。之後，又面臨東南亞新興國家及經濟逐漸開放的中國大陸廉價勞力的競爭下，長期以接受國外委託代工為主，不重視產品設計開發的台灣外銷工藝產業，產業升級困難而缺乏競爭優勢，遂即逐漸開始外移、產業規模急劇萎縮（蔡美麗，2001）。再加上印尼籐料禁止出口與台灣禁止伐木等影響，使過去曾為支持地方經濟發展之重要生產力的外銷工藝產業在 1980 年後期漸趨沒落；與民間生活緊密關聯的傳統工藝，僅有少數與民間宗教信仰相關的佛

像雕刻、錫製香爐、燭台籍佛桌頭裙的刺繡業仍勉強存續著。無力產業外移的工藝者或匠師，但卻具有創作能力者，則轉型為藝術創作工藝家，放棄產業化生產（許峰旗、楊裕富，2009）。

就在台灣外銷工藝產業由盛轉衰的同時，1979 年國家文化建設開始推動，工藝也被納入政府文化設施的對象。藉此文化面向的關照，一些日趨沒落或甚至已停產的工藝產業，被重新以「文化」詮釋、包裝成各式各樣的「工藝文化活動」，如：被當作傳統民俗手工藝，以園遊會攤位形式呈現，成為各類大小文化終常見的熱門節目；或被視為「文化資產」、「工藝美術」，而成為博物館、美術館、文化中心的展示收藏；或作為地方「文化產業」，成為縣市文藝季、文化節的主題，設計製造成結合文物展、創作展、示範表演、研討會、研習營、DIY 活動或工藝之旅等一系列的大型工藝文化活動產品。

因為官方文化預算的持續支持，這些由各級公私立文化單位扮演製造、行銷業者，及由工藝家、工藝品、工藝產業本身（產業歷史、人、事、物、空間）構成的文化活動產品，再加上作為消費者的活動參與大眾，從八〇年代至今，經過二十多年的演化發展，已儼然形成了一全新、生機蓬勃的台灣工藝文化活動產業體系（蔡美麗，2004）。

（四）一九九〇年代的台灣工藝發展

官方文化資源不僅造就工藝文化活動產業，同時也促成「工藝創作」產業體系，從 1984 年「文化資產保存法施行細則」將工藝定位為「民族藝術」開始，至 1992 年「文化藝術獎助條例」又將工藝與音樂、美術、文學等同列為國家藝術政策獎助的對象，及塑造了鼓勵工藝往藝術創作發展的環境背景。1993 年全省美展正式設置工藝部門，認同了工藝藝術定位；同年，手工業研究所除了辦理 15 年的手工業產品評選展，另外再增設「工藝設計競賽」；1992 年文建會開辦「民族工藝」、1998 年更名為「傳統工藝獎」、2001 年在提升成為「國家工藝獎」，高額獎金及國家級的獎項，更實質提升了工藝創作者的地位。在地方上，八〇年代開辦的各縣市美展也於九〇年代相繼增設工藝展項，部分縣市更增設了地方特有工藝獎項，如：台中縣的「編織工藝獎」、新竹玻璃的「金玻獎」、苗栗的「木雕藝

術創作競賽」、台北縣的「金陶獎」及屏東的「原住民木雕創作競賽」等。這些以鼓勵工藝創作為宗旨，在近 20 年間陸續設立並持續的各類工藝獎項，又再為台灣工藝塑造一個不同以往的生態體系，也成為了台灣工藝創作人才的培植搖籃（蔡美麗，2004）。

戰後台灣地方傳統工藝產業以外銷為導向發展，缺乏本土文化的特色，難以建立品牌、形成意象，台灣在喪失廉價勞力的優勢後，代工產業市場被大陸、東南亞市場所取代。1991 年，手工所引進日本千葉大學宮崎峻教授內發性地域振興，希望透過地域振興的工作，喚起地方居民的意識，發掘地方傳統技藝文化的根，讓工藝產業更具地方文化特色。1995 年地域振興概念在一場「文化產業化、產業文化化」的研討會結合 1993 年文建會推出之「社區總體營造」，使其理念逐漸成形（黃淑芬，2004）。

（五）二〇〇〇年之後的台灣工藝發展

2002 年行政院提出「文化創意產業發展計畫」，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之產品，藉以增強人民的文化認同與增加產品附加價值。而工藝產業亦列為文創產十三項產業項目之一，當時文建會也相當重視工藝產業的開發與行銷，推動許多工藝旗艦計畫，藉由政府推動的力量，扶導及補助許多地方設計形塑地方文化創意特色工藝（陳郁秀，2004）。

2004 年文建會主委改由陳其南就任，除繼續文創產業的推動外，並提出「公民美學」及「臺灣生活工藝運動」，希望提升公民的美學素養與表彰工藝精神，使工藝美學更加生活化與融入常民生活。2006 年工藝所由林正儀接任所長，其重視地球整體環境惡化的問題，提倡以綠色環保的「綠工藝」來維護永續的生存環境與實踐簡樸的人生哲學（林正儀，2007）。

2008 年工藝所與臺灣創意設計中心推出「工藝時尚一易 yii」計畫，強調在地美學的營造與呈現，號召國內工藝與設計界的頂尖人才跨域合作，將當代設計注入傳統技藝，開發出具高度設計與工藝品質、兼具功能及收藏價值的系列產品，在國內外均引起相當大的矚目，成功形塑臺灣工藝新的品牌形象（許峰旗、楊裕富，2009）。

表 2-2 台灣工藝重要大事年表

時間	重要大事
1953 年	台灣省建設廳成立「手工業推廣委員會」，以大量培訓手工業技術人才為基礎，積極利用台灣自然物產開發地方特有工藝產業。
1956 年	美援助合作成立「台灣手工業推廣中心」，建立基本的產銷體制而逐漸發展起來，外銷手工業產業逐漸成為當時台灣工藝的主要面貌。
1973 年	南投縣工藝傳藝所改制「台灣省手工業研究所」，協助業者加強研究開發增進外銷競爭力，鼓勵產品開發與研究創新。此時，OEM 委託代工模式變成台灣外銷工藝產業的基本架構，創造台灣外銷工藝產業的鼎盛期。
1979 年	隨著政府實施匯率自由化政策，台幣大幅升值，又面臨東南亞及中國大陸廉價勞力的競爭下，長期以代工為主，不重視產品設計開發的台灣外銷工藝產業，產業因升級困難而逐漸開始外移。就在台灣外銷工藝產業由盛轉衰的同時，1979 年國家文化建設開始推動，工藝也被納入政府文化設施的對象。
1984 年	「文化資產保存法施行細則」將工藝定位為「民族藝術」。
1992 年	「文化藝術獎助條例」又將工藝與音樂、美術、文學等同列為國家藝術政策獎助的對象，及塑造了鼓勵工藝往藝術創作發展的環境背景。
1993 年	全省美展正式設置工藝部門，認同了工藝藝術定位。
2002 年	行政院提出「文化創意產業發展計畫」，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之產品，藉以增強人民的文化認同與增加產品附加價值。
2004 年	陳其南提出「公民美學」及「臺灣生活工藝運動」，希望提升公民的美學素養與表彰工藝精神，使工藝美學更加生活化與融入常民生活。

2006 年	提倡以綠色環保的「綠工藝」來維護永續的生存環境與實踐簡樸的人生哲學。
2008 年	工藝所與臺灣創意設計中心推出「工藝時尚一易 yii」計畫，強調在地美學的營造與呈現，號召國內工藝與設計界的頂尖人才跨域合作，將當代設計注入傳統技藝，開發出具高度設計與工藝品質、兼具功能及收藏價值的系列產品。

資料來源：林正儀(2007)、陳郁秀(2004)、蔡美麗(2001、2004)、許峰旗、楊裕富(2009)，本研究整理。

2.1.3 傳統製香業的發展

一、香的傳說

「香」為華人祭祀場合不可或缺的祭祀器物之一，燒香拜拜表現了傳統民間信仰中敬天法祖的精神，虔誠的人們，持香祭拜時將心中的祈願，藉由裊裊香煙上通神靈，祈請庇佑，更藉著「香」，拉近人與神鬼、祖先之間的距離，抹除人們的恐懼，換來希望與自信之意。因此香在中國人的精神生活上佔有一席之地。

然而，談論香使用的歷史意涵時，卻也無可避免的仍是得從這些傳說與神話中進入；因為我們仍可從這些傳說與神話本質上一窺「香」的內在意涵，關於香的由來，民間普遍的說法有以下兩則：

(一) 香的使用最早是由佛教徒開始。相傳佛祖釋迦牟尼在講道時，由於天氣炎熱，許多前來聽道的信徒感到昏昏欲睡，加上臭汗淋漓，體臭難聞。信徒們對此失禮行為深感不安，於是找來一種有香味的木材，切成條狀放在容器中燃燒，藉著它所散發出的香味驅除睡意、振奮精神，更去除汗臭、體臭，這就是燒香的起源，從此以後，燒香便成為佛門子弟抗拒塵俗誘惑，堅定自己信念的方法了。後來香的形式逐漸演變成將香料粘在竹枝上，插在香爐中焚燒，香的意義也由純作振奮、提神之用，變為祈神的工具（凌志四，1985）。

(二) 民間信仰中，傳說九天玄女是製香業的祖師爺，業者尊稱她為「香媽」。

業者都會在家中供奉神位，並在九月九日祭祀。只要有香火的地方，九天玄女都會到來傾聽人間的苦難。最早的用香，並不是用來禮佛敬神的貢品，而是藥品。相傳「香媽」在未成仙佛之前是個非常孝順的女孩，有次父親生了場重病，根本無法吃藥與灌藥，於是「香媽」精心的將中藥材磨成粉末，再用糯米粉和水將其結合，並輾成條狀曬乾後，再將一支支的條香用火點燃，讓藥氣由父親的呼吸帶入體內，而治癒了父親的病情。後來在「香媽」成仙之後，人們藉由「香」把心願傳遞給香媽或天上的神明，於是數千年來，香就成為中國人們的心靈氧氣。

富有神話色彩的傳說已經全然道盡現今世人所熟知香之最基本用途：「祭祀」功能。而從史料文獻的相關記載中觀察，香似乎也離不開這個主要基本功能領域，只不過細節上，香仍隨著歷史時序各個時期的變動影響，而產生「材料」與「使用行為」上，大小不同之差異變化（諸葛正、林育陞，2007）。

二、台灣製香業的歷史發展

三百多年前，漢民族踏上台灣這塊土地，人來了，各種日常生活行徑也一併移植過來，中國人的精神支柱民間信仰也撒播在這座海上荒島。「香」，這種民間信仰的重要媒介，有如雨後春筍，隨著人口成長的比例興盛起來，因此，如在稍有年代的鄉鎮，很容易找到百年以上的香舖。香舖的確很古老，因它本身就意謂著香火薪傳，一代傳一代，綿延不絕，但在薪傳的過程中，難免會隨著時空的轉移、社會結構的突變而有所變革（涂順從，1997），以下將分為三個時期，將台灣製香業的歷史發展大致說明。

（一）明清時期

「台灣」的發現歷史雖可追溯至隋代的《隋書·琉球傳》，但卻是至明代後才開始真正計畫性的大規模開墾。明末（西元 1662 年）鄭成功渡台擊潰荷蘭人，台灣與中國大陸正式開啓政治與經貿的往來關係，當時便有不少漢人渡海遷台開墾。清康熙二十二年（西元 1683 年）清朝出兵台灣，鄭克塽戰敗投降，台灣收歸清朝版圖，自此開始設立正式的官方政府機構，並有大量移民移入拓荒，台灣與大陸的政經往來、文化風俗的頻繁交流也於焉展開。

明鄭時期以來漢人逐步渡海來台，當時台灣的地理環境筆路藍縷，生存條件極為艱險困難。而移民的精神寄託—宗教信仰，也因此時空背景需求，快速傳入台灣與成長。明鄭時期傳入台灣的宗教神祇，以閩南、廣州沿海的民間宗教信仰為主，自台灣拓荒早期起，這些民間信仰之活躍程度甚至遠遠超過原本在中國固有發展已久的佛道儒教等正統教團。而直接與宗教發展有關的祭祀用品製造與販售行業—「香鋪」，則是在明清之際，隨著台灣開墾拓荒腳步「一府、二鹿、三艋舺」的南、中、北方向逐漸開展，其結果就是今日在台南、鹿港、萬華三個古城鎮中，皆可得見百年老店招牌字號的老香鋪（林育陞，2006）。

《安平縣雜記》中提到「工業」：「國有藝事，百工與居一焉，「周禮」「考工記」備列名目。近世以來，工務繁興，非復從前之舊。台灣貨物多自外來，執藝事者亦來自福、興、漳、泉，而傳授焉。其在「論語」曰：「百工居肆，以成其事」；言工業之有資於人生日用甚鉅也。誌工業（陳國瑛，1995）。」所以，在日據以前，以台南地區為中心的台灣工藝，其技術的傳承多半來自中國大陸的福建、廣州等地。而後本書羅列了一百項當時台南地區所見的工藝種類，如：塑佛匠、做燈籠司阜、餅店司阜、糊紙店司阜、銀紙店司阜等等，其中並包含了香店司阜：「買大陸運來香木，製成香線、唵叭各香束（陳國瑛，1995）。」由此可見，在日治時期之前，台灣地區已有在本地製造香品的師傅（李宜芳，2005）。

（二）日治時期

日人領台後，自1915年（民國四年，日大正四）9月起開始對台灣進行宗教調查（瞿海源，1992）。同時間日人也開始引入日本宗教，並有印行宣傳單教導民眾如何擺放供桌與祭品（圖2-1）的相關告示。

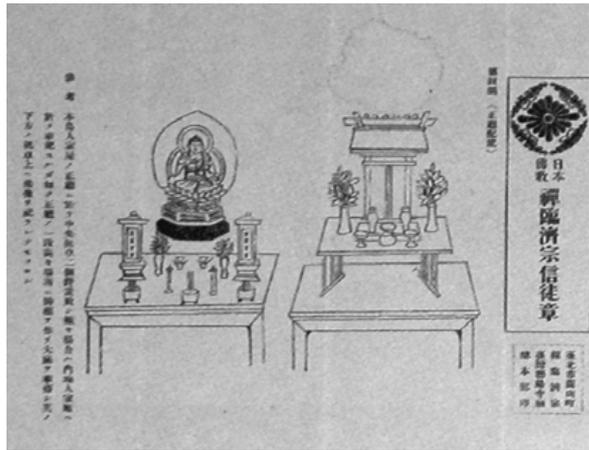


圖 2-1 日本臨濟宗信仰傳單

資料來源：李世偉，2002。

日治時期的台灣宗教信仰，雖有論述認為受到日人打壓與部分民眾改信奉日本宗教，但當時台灣民間宗教的燒香活動並未因此而有顯著衰退或消失的狀況出現，而延續著既有的燒香祭祀與地方廟會活動。同時因為進香與廟會活動的市場需求（祭祀用品）帶動下，連帶讓香產業得以更加擴大發展，甚至在報紙中也開始出現香鋪的廣告刊登（圖 2-2）之相關商業宣傳行為。

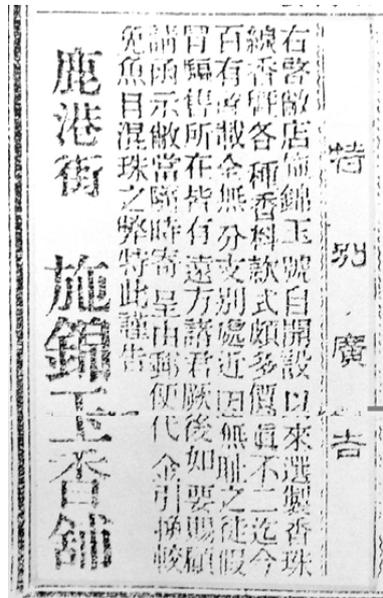


圖 2-2 鹿港街施錦玉香舖特別廣告

資料來源：台灣日日新報，明治 42 年 6 月 6 日

台灣當時的香產業分布概況，大致是以「一府、二鹿、三艋舺」為主要中心地區，並有向外擴散發展之勢：「本島現之製造業者，約有二百戶，台南四五十戶、彰化二十八戶、大稻埕七八戶、艋舺三戶、嘉義十四戶、苗栗九戶、鹿港五六戶，其他各地亦有之(台灣日日新報，明治 43 年)」。當時的製香廠多集中於北部之大稻埕、艋舺，中部之苗栗、彰化、鹿港、嘉義，以及南部的台南等地。雖說台灣各地皆有製香販售場所，但原則上仍是以開發較早的都市城鎮為製香主要重鎮，這也是拜上述城鎮之宗教信仰較早紮根因素所賜（林育陞、諸葛正，2008）。

台灣日日新報：「本島之製造線香，領臺以前極一時之盛，至領臺後斯業漸以侵衰。凡有不足以需用者，悉由對岸輸入。今後當局欲講求獎勵之法，俾得以自給，需用外或可轉輸出於對岸。……每年之製造額，至少者亦三十四五萬圓，又向對岸輸入者，在四十年二萬餘圓，四十一年二萬二千餘圓，四十二年一萬二千餘圓。」由此可知，儘管當時台灣的製香業開始發展，但是還是必須從中國輸入香品（李宜芳，2005）。

（三）光復以後

1945 年台灣光復，國民政府連串推行各項經濟建設與改革措施，當戰後的蕭條情形逐漸好轉後，民間信仰也逐漸活躍起來，並呈現百家爭鳴的局面，「不但在經濟上造成浪費；在政治上各廟宇又形成地方勢力，壟斷鄉曲，操縱選舉，造成地方派系；又神棍藉民主自由之名，迷信之風又復猖獗（瞿海源，1992）」。雖然政府不斷宣導並視民間信仰為迷信，但卻仍制止不住民間信仰的蓬勃發展。尤其在經濟突飛猛進的成長之下，一般民眾似乎已習慣大肆舉辦大拜拜、建醮、以及祈福法會，而這現象也間接開啓台灣地區製香業的極盛時期。相較於大陸政權對宗教信仰的壓制所導致燒香習慣趨於弱化，台灣政府對宗教信仰的開放態度反而促使宗教活動更形活躍，燒香祭拜的習慣也因此得以延續發展。

台灣經濟奇蹟所造就的高經濟成長率、1980 年代的大家樂風潮等也影響台灣人的用香習慣。這時期對製香業者而言，是「相當好賺」的年代，無論是香、燭、金紙，客戶所下的訂單都是極為龐大的數量，香枝也是怎麼做怎麼好賣。80 年代對香的需求量突然暴增，也可看出香的使用行為模式如何改變，最明顯的事例就

是不論祭祀對象為何，隨手點上一把的情形。不過製香業者同時也道出近年來，香的行情其實是隨著經濟景氣而起伏的現實（林育陞、諸葛正、陳麗桂，2008）。

台灣在步入已開發國家之林後，人力工資年年飆漲，而製香業多依賴手工製作，致使成本居高不下，少數業者便外移到人工便宜的中國大陸及東南亞地區設廠生產，或直接從當地進口。但是這兩種途徑進口的成品，囿於人口素質及原料皆不及台灣，所以十分粗糙。不過在國人貪小便宜的心態下，遂產生劣幣驅逐良幣的情形，致使留在台灣的製香業者遭逢經營困境，自然無以為繼（李宜芳，2005）。

2.2 地方文化相關文獻探討

2.2.1 地方文化產業之意涵

一、文化產業定義與範疇

「文化產業」一詞，始於霍克海莫(Max Horkheimer) 與阿多諾(Theodor W. Adorno)(1979)所提出的，在當時法蘭克福學派的學者們認為藝術家的文化、知識分子的文化屬高級文化，相反的民間基礎文化是輕佻的、投大眾所好的。因此他們對大眾文化的低俗化、庸俗化有所批判，而有此概念的提出。後來經歷史文化變革之後，今日的文化產業主要在於說明將傳統之文化轉為消費生產性商品的形式，目的是將藝術文化透過商品化的包裝與行銷，以創造文化的經濟效益。(廖淑容、古宜靈、周志龍，2005) 因此，「文化產業」是依賴創意個別性，也就是產品的個性、地方的傳統性、地方特殊性，甚至是工匠或藝術師的獨特性，強調產品的生活性與精神價值內涵。亦因此使得「文化產業」有別於一般工業、商業性的產業，而形成獨特的商品魅力，吸引特殊族群的愛好者，成為 21 世紀重要的特殊產業。

在台灣，文化產業觀念發展的起點，始於民國 83 年文建會的「社區總體營造」政策中，正式納入文化產業的觀念，民國 84 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。在民國 84 年舉辦的「『文化・產業』研討會暨社區總體營造中日交流展」中，當年主持研討會的文建會副主委陳其南，重新定義並詮釋「文化產業」的內涵，使「文化產業」一詞成為特定的專有名詞，也成為文建會「社區總體營造」政策的內涵（黃鈺婷，2006）。

近年來已有許多相關的研究對於「文化產業」有其相當的見解與定義，本研究將相關內容整理如下，分為較著重文化產業之「商品生產特性」與「在地文化特性」二個學派，如表 2-3 所示，而本研究的立場是屬於後者：

表 2-3 台灣學者對「文化產業」定義之關聯表

關 聯 性	學 者	定 義
較著重文化產業之 「商品生產特性」	李懷亮 (2002)	即是按照工業標準，生產、再生產、儲存以及分配文化產品和服務的一系列生產活動。
	漢寶德 (2002)	即以大眾文化為主要內容的產業，其重點應放在文化上，產業僅表示經營技法的改善而已。
	劉大和 (2002)	即足以成為一種市場與商品運作的領域，能夠展現它在市場上的交換價值，應給以適當的輔導，以求產業的蓬勃發展帶動相關的文化表現。
較著重文化產業之 「在地文化特性」	陳其南 (1995)	文化產業是依賴於創意、個別性，也就是產品的特性、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。
	辛晚教 楊敏芝 (1998)	文化產業為融合多種文化樣式，以適於當代藝術文化的多元視野與多元意涵，涵蓋高級藝術文化消費與大眾消費的一種折衷式文化消費產業。
	葉智魁 (1999)	文化產業是將在舊傳統資本主義之利益導向發展下，被忽略或被犧牲之地方環境、傳統、特色等文化資源，藉創意、想像力與科技之助予以恢

	復、重建或再造，並加以適度包裝成爲文化商品，發展兼具文化價值與經濟效益的「文化產業」。
黃世輝 (2001)	文化產業指運用文化特色的產業，亦即將生活文化、生態文化、生產文化等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和學習產業，要有服務熱誠並以學習爲主
楊敏芝 (2002)	文化產業應依其地域特色做好產業分工發展的目標，強調文化的「獨特性」、「個性化」與「在地性」，其根源於地域，蘊含歷史文化的豐瞻，並非所有的地方皆有產製此種產品，具有地域文化的特質。而在全球化經濟市場行銷策略上，則應實施「區域聯盟」策略，以區域聯盟的方式，強化其市場的競爭力。
黃鈺婷 (2006)	以地方本身爲出發點，以地方的特色、地方的條件、地方的人才、地方的福祉做爲優先考慮來發展，並藉由文化產業發展所產生的地方魅力，透過活動的導入與經濟功能的強化，藉此建立地方認同、確立地方意向、充實地方生活，帶來地方發展的契機。

資料來源：陳錦煌（2003）、林秉慧（2005）及本研究整理。

楊敏芝（2003）將文化產業依地區特質界分爲「都會性文化產業」及「地方性文化產業」兩大類，再依其產業資源特色、消費結構及開發模式界分爲：大眾消費文化產業、設施文化產業以及地方文化活動產業。各產業間有相關性且交互歸屬，其界分與內涵如圖 2-3 所示：

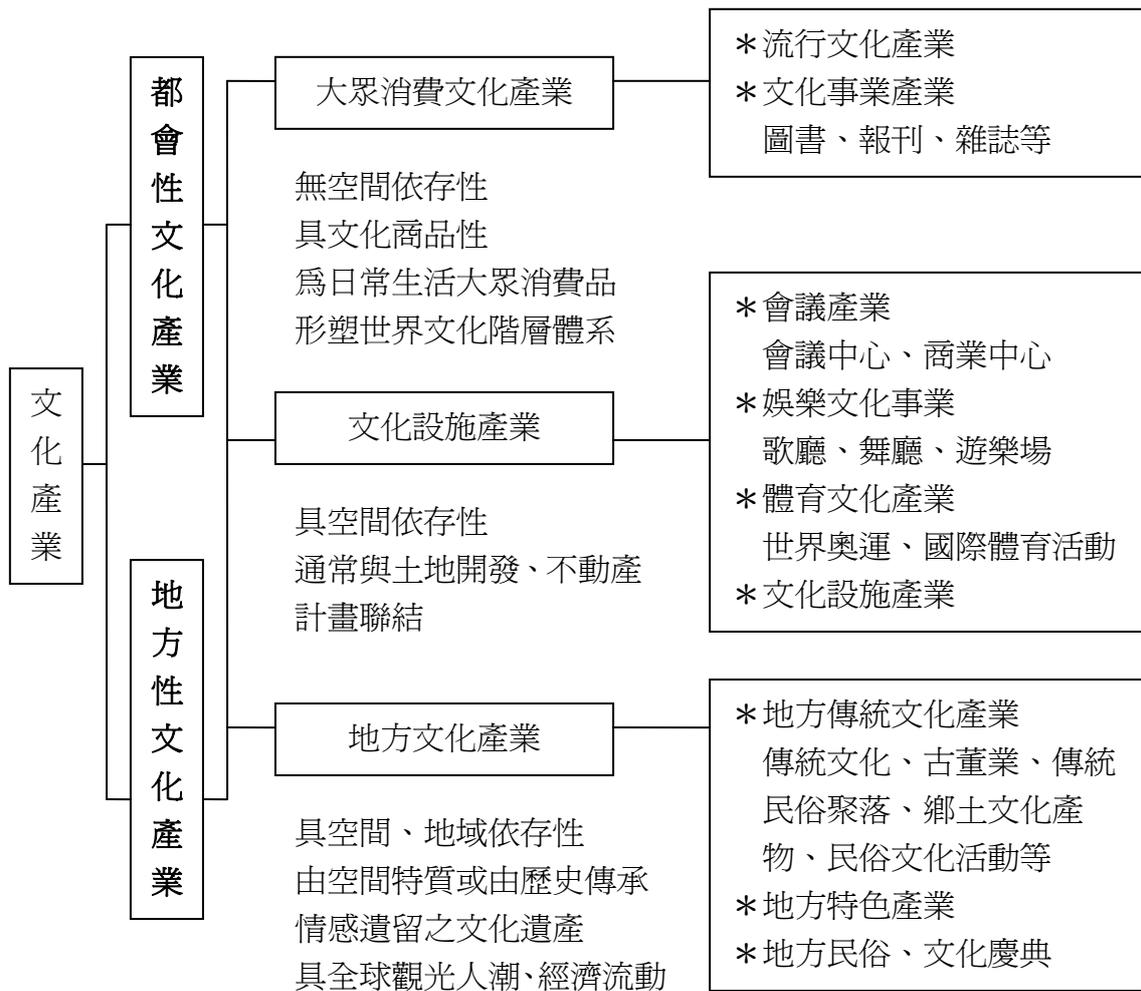


圖 2-3 文化產業整體架構與界分圖

資料來源：楊敏芝（2003）

二、地方文化產業概念與類型

「文化產業」一詞加上了「地方」，與「地方」緊密的連結後，形成以地方文化為基底之產業發展型態；地方文化產業根源於地域，蘊含歷史文化的豐瞻，同時有著地方特有、獨特的在地性產品以及製作技術，具有地域文化的特質，這些文化表徵與地方緊密連結，能引發地方居民之地方認同感、歸屬感與榮耀感。所以，地方文化產業不僅是一項極具開發潛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，亦為人民生活共同記憶、歷史文化傳承的場所，具有延

續地方傳統文化與凝聚社群共識、領域感、認同感等功能（辛晚教，2000）。

文建會提出「地方文化產業振興計畫」時，其施政目標為「結合地方文化特色產業資源，推動產業文化化・文化產業化，開拓社區生機與活力。」「配合行政院創造城鄉新風貌行動方案，辦理地方文化地景先期規劃工作，藉由民眾參與討論，凝聚共識，改善社區文化環境景觀，建立社區文化風貌。」明確揭示其目的在於活化地方，以振興地方文化產業為手段，帶動地方發展。（蔣玉嬋，2004）

「產業文化化」與「文化產業化」乃地方文化產業的運作核心，二者是息息相關、一體二面的。黃世輝（2003）以「產業文化發現與轉變」圖（如圖 2-4）來說明二者的關係，係指在傳統產業沒落之際，重新發現其文化意涵，此為「產業文化化」，而後將其產業文化重新包裝、賦與新價值，即為「文化產業化」。

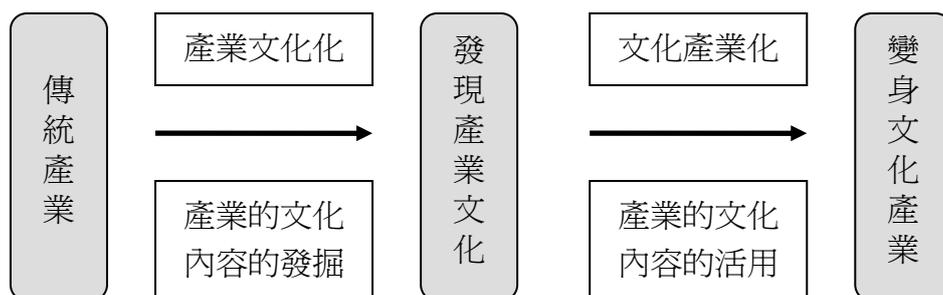


圖 2-4 產業文化發現與轉變

資料來源：黃世輝（2003）

地方文化產業具有歷史記憶及固有文化特質，不同類別的地方文化產業具有不同之地方文化特質、產業空間結構形式、及消費結構，能引發共有的感受、價值與記憶，而文化產業因「地方」的不同，也有著不同向度的文化性；而經由類型的界定與區分，更容易讓人掌握其發展特性及推動意涵。從廣義的地方文化產業來看，可將其區分為「有形資產」及「無形資產」兩大類：「有形資產」係指藝術品、歷史古蹟、歷史建築、雕塑、古文物、地方特產等存在的實體；「無形資產」則指音樂、地方戲曲、工藝技術、文化慶典活動、風俗民情及居民對此文化資產對社會教化貢獻的認同價值及精神文化價值等（楊敏芝，2002）。另外，若依地域

特色及產業特質，則區分為歷史文化資產、鄉土文化特產、民俗文化活動、地方創新文化活動及地方文化設施六大類（辛晚教，2000）：

（一）歷史文化資產：強調具有歷史記憶與意象結構，以及空間定點固定性的特質。如歷史古蹟（廟宇、宗祠、傳統聚落、歷史街道、特徵建築、古紀念物、雕像等）、古文物、器具、考古遺跡等。

（二）鄉土文化特產：強調具地方人文生活和具先民生活遺跡的特質，包括有地方小吃、地方鄉土特產、以及地方工藝藝術產品（例陶瓷、木屐等）等。

（三）民俗文化活動：如地方民俗活動（如廟會、時節慶、生活禮俗等）、地方戲曲、音樂、歌仔戲、傳統技藝、雜技等。

（四）地方自然休閒景觀：以具休閒文化特質為基礎，如傳統文化景觀、自然景觀、地方觀光農園、茶藝文化產業等。

（五）地方創新文化活動：由市民總體營造共同創新性的地方文化活動（如文建會提倡臺灣各鄉鎮一鄉一特產活動）為主。

（六）地方文化設施：如地方的博物館、音樂廳、美術館、文化會館、民俗文物館、文化中心等。

由以上的分類可知，地方文化產業的內容範疇很廣，由純藝術到工藝品到大量消費市場之文化產品、觀光景點、具歷史價值意涵之文化遺產、先民遺跡的古文物、地方民俗活動、文化慶典活動到由市民創新的文化活動及產品等，只要呈現出特殊的地方特質，都是展現地方特徵的主要資產，其不僅具有歷史及文化價值，亦具有地方、國家認同感、空間歸屬感等心靈層面的價值，以下就其地方文化產業分類之性質，整理如圖 2-5。

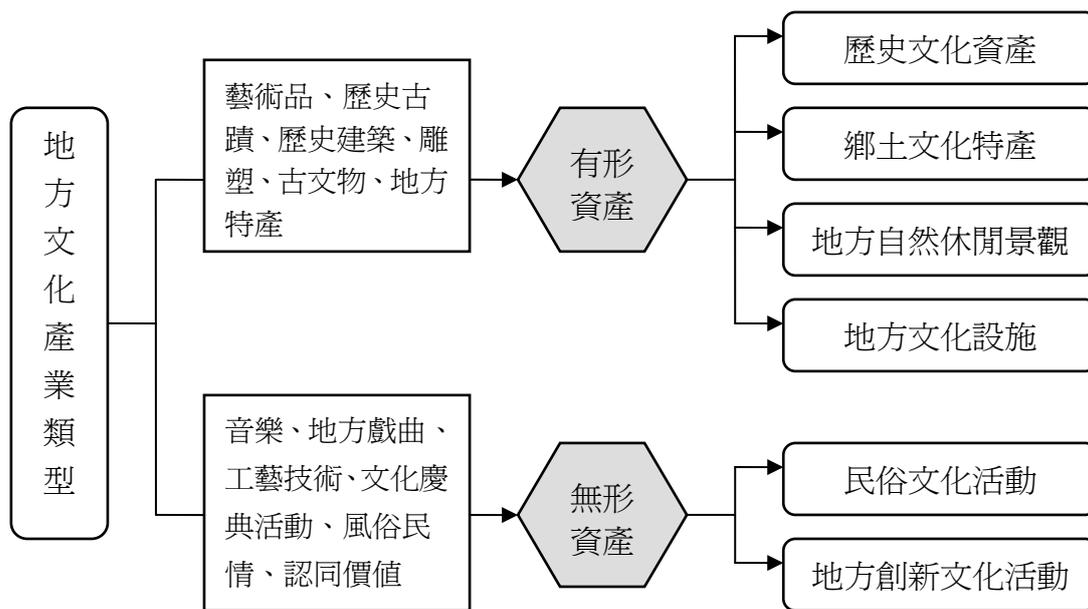


圖 2-5 地方文化產業類型

資料來源：本研究整理

2.2.2 地方文化產業發展之相關政策

一、社區總體營造

根據文建會對社區總體營造的定義為：社區總體營造是以社區共同體的存在和意識做為前提和目標，藉由社區居民積極參與地方公共事務，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，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」及其他相關的文化活動等。如此因社區民眾的自主參與，使生活空間獲得美化，生活品質獲得提昇，文化、產業、經濟再行復興，原有地景、地貌煥然一新，進而促使社區活力的再現。如此全面性、整體性的規劃與參與社區經營創造的過程，稱為社區總體營造（莊孟榮，2001）。

社區總體營造計畫自 1994 年提出以來，依政策內涵轉變與擴大的過程，大致

可分為四個階段，說明如下（陳國寧，2006）：

（一）民國 83-89 年度：社區總體營造計畫（第一階段）

在此階段行政院研訂了四項主要計畫，分別為：

- 1、社區文化活動發展
- 2、充實鄉鎮展演設施
- 3、輔導縣市主題展示館之設立及文物館藏充實
- 4、輔導美化地方傳統文化建築空間

這四項計畫中第一項為軟體建設，提供人才訓練、組織管理等計畫補助，後三項名稱雖為硬體建設，強調暨有建物的再利用，但實際重點在於經營管理的策略，與地方文化館政策有著直接承續的關係，後來也成為「閒置空間再利用計畫」的先導理念之一。這些文化建物的設置與經營利用的計畫，在全國奠下鄉鎮文化設施的基礎。原則上，在這個階段的計畫執行主管機關以文建會為主，雖然會涉及其他部會，但仍不算屬於跨部會的大型計畫。

（二）民國 90 年度：社區總體營造計畫(第二階段)

在此階段行政院研訂之重要計畫有四項：

- 1、社區藝文活動發展計畫
- 2、社區文化再造計畫
- 3、社區環境改造計畫
- 4、文化產業之發展與振興

這個階段的工作，大致上延續前一階段而來，主管單位仍然是文建會，重點除了加強宣傳社區營造的理念外，已經開始擴大社區營造所涵蓋的層面了。而這四項子計畫也都和地方文化館的工作相關連。

（三）民國 91-93 年度：新故鄉社區營造計畫

新故鄉社區營造計畫是列為「挑戰二〇〇八國家發展重點計畫」的十項計畫之中，「新故鄉社區營造計畫」列為第十項，而且分為七個主軸：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、文化資源創新活用、原住民新部落運動、新客家運動、健康社區福祉營造。因為延續著社區總體營造政策而來，

故總負責機關仍為文建會。但是主辦機關已經擴及：內政部、農委會、教育部、經濟部、原委會、客委會、環保署、衛生署等。

「充實地方文化館計畫」包含在文化資源創新利用主軸之下，以利用現有及閒置空間，由當地居民、藝文團體等協力籌設各類文化館。期望以地方文化館為場地，透過各種文化藝術展覽、表演活動、以文研習等，扮演滿足民眾對於知識、休閒、成長、溝通等生活需求的重要功能。在文建會《2004 文化白皮書》中闡明：文化設施向來是以縣市文化中心（文化局）為據點，但縣市文化中心多位於縣市機關所在地，比較偏遠地區很難享用縣市文化中心的展演活動，實有必要再更基層的地方，廣泛設立可以進行文化展示或藝文表演的文化館（郭靖金，2009）。

（四）民國 94-97 年度：台灣健康社區六星計畫

此階段是以新故鄉社區營造計畫為基礎，並且以產業發展、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發展目標的大型綜合計畫。其實是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，所提出的社區整體發展的藍圖與配套需求。

地方文化館原是 91-96 年度的中程計畫，與「新故鄉社區營造計畫」及「台灣健康社區六星計畫」二項計畫的執行期程重疊。與地方文化館在六星計畫裡是歸在第五個面向「環境景觀」中的第二項：社區設施及空間活化。此項的重點在於：「鼓勵社區閒置空間活化再利用，結合地方特色產業及傳統節慶活動，作為地方文化設施。」可見地方文化館在六星計畫裡的定義是比較偏向硬體設施的。所以不論從社區政策的擬定、計畫的方向，或者實際的執行內容來看，地方文化館政策的確是自八十三年「社區總體營造」政策的再延伸（陳國寧，2006）。

2.3 文化創意產業相關文獻探討

2.3.1 文化創意產業的定義與範疇

文化創意產業源自於 1997 年英國工黨新政府，爲了振興經濟所提出的「創意產業」計畫。經過十年的施行，成績斐然。如今全球各國包括芬蘭、澳洲、韓國、日本，乃至於中國等許多國家都把它視爲國家發展的重點產業。

國內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，將文化創意產業定義爲：「源自於創意與文化累積，透過智慧財產的形成與運用，具有創造財富與就業機會，並促進整體生活環境提升的行業。」並將產業範疇分成十三類：視覺藝術、音樂及表演藝術、工藝、設計產業、設計品牌時尚、出版、電視與廣播、電影、廣告、建築設計、文化展演設施、數位休閒娛樂、創意生活（文建會，2004）。

各國根據自身基本國情不同與產業定義，所發展出不同的文化創意產業，因此，定義與分類時也有些差異，茲將各國對文化創意產業定義與範疇，彙整後如下表 2-4 所示：

表 2-4 各國／組織對文化創意產業之定義

國家／組織	定義內容
聯合國教科文組織 (UNESCO)	結合創意生產和商品化等方式，運用本質爲無形的文化內涵，這些內容基本上受著作權保障，形式可以是物質的商品或非物質的服務。這個文化產業也視爲創意產業(Creative Industries)，或是在經濟領域稱之爲朝陽或未來性產業(Sunrise or Future Oriented Industries)，或是在科技領域稱之爲內容產業(Content Industries)。
英國、紐西蘭、澳洲	來自個人的創意、技能或天賦，並能憑藉開發、利用這些智慧財產而獲得財富、創造就業的產業。
美國	美國稱文化創意產業爲「版權產業(Copyright Industries)」，其版權產業的分類爲核心版權產業(Core Industries)、部分版權產業(Partial

	Copyright Industries)、相互依賴的版權產業(Interdependent Industries)、邊緣版權產業(Non-dedicated Support Industries)
加拿大	藝術與文化活動被界定為文化產業者，應包括實質的文化產品、虛擬的文化服務、亦包括著作權。
芬蘭	使用文化產業結合文化與經濟，包括意義內容的生產、傳統與現代的文化藝術、結合成功的商業機制、大眾閱聽者與近代電子生產、文化的創意精神。
香港	一個經濟活動群組，開拓和利用創意、技術及智慧產權以生產並發展具有社會及文化意義的產品與服務，更可望成爲一個創造財富和就業的生產系統。
中國	奠立於大規模複製技術之上，履行最廣泛傳播的功能，經商業動機的刺激和經濟鏈條的仲介，迅速向文化藝術的原創和保存兩個基本環節滲透;將原創變成資源開發，將保存變成展示，並將整個過程奠定在現代智慧產權下。
韓國	文化內容產業包括各類經濟活動，如創作、生產、製造、流通等，而其活動內容源自於任何知識、資訊及文化相關之基礎資源。
法國	著重文化的可複製性，其文化產業包括傳統文化事業中特別具有可大量複製的產業。
台灣	源自於創意或文化積累，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升之行業。

資料來源：文建會（2003）、劉曉蓉（2005）、王俞翎（2008）、洪懋或（2009）
及本研究整理

從表 2-4 發現，各國對於文化產業之定義名稱雖不完全相同，但是基本上以「文化」爲基礎，利用「創意」活化產業的概念卻是一致的，且除了芬蘭、南韓和中國外，其他如：聯合國教科文組織、英國、紐西蘭、澳洲、美國、加拿大、香港和台灣，內容均觸及到「智慧財產權」議題，顯見「智慧財產權」的重要性。

從各國所做的定義，可以歸納出以下三個特點（洪楙或，2009）：

- 一、以創意為產品內容的生產方式；
- 二、利用無形資產或具文化概念等符號意義，來創造產品價值；
- 三、受智慧財產權的保護。

表 2-5 各國文化創意產業之分類

國家／組織	定義內容
聯合國教科文組織	視覺藝術、表演藝術、工藝與設計、印刷出版、電影、廣告、建築、歌舞劇與音樂的製造、多媒體、視聽產品、文化觀光、運動。
英國	藝術及古董市場、表演藝術、工藝、設計、時尚設計、出版、電影及錄影帶、廣播電視、廣告、建築、音樂產業、軟體及電腦服務、互動休閒軟體。
紐西蘭	視覺藝術（精緻藝術、工藝與古董）、設計、時尚設計、出版、電視與電台、電影及錄影帶、廣告、建築、音樂與表演藝術、軟體及電腦服務（包括休閒軟體）。
澳洲	娛樂業及劇場、設計、文學出版雜誌、電影電視、錄影帶及廣播、圖書館、社區文化發展、博物館美術館、動物園及植物園、多媒體。
南韓	影視、廣播、音像、遊戲、動畫、卡通形象、演出、文物、美術、廣告、出版印刷、創意設計、傳統工藝品、傳統服飾、傳統食品、多媒體影像軟體、網路。
新加坡	媒體產業、設計、流行音樂、出版、藝術支援服務。
香港	視覺藝術及工藝、表演藝術、設計、時尚設計、出版、電視、電影、廣告、建築、音樂、軟體及電腦服務、遊戲軟體、漫畫產業。
中國大陸	新聞出版業、廣播電視、電影業、娛樂業、藝術業、群聚文化業、圖書館業、文物業、文化旅遊業、博彩業、競技體育業、廣告業、網路業、文化經紀與代理、文化科技與科研、文化交流、裝飾裝置業。

芬蘭	流行文化產業、文化事業產業、會議產業、娛樂文化產業、體育產業、文化設施產業、地方文化傳統產業、地方特色產業、地方民俗、文化慶典活動、地方休閒文化產業。
台灣	視覺藝術、音樂及表演藝術、工藝、設計產業、設計品牌時尚、出版、電視與廣播、電影、廣告、建築設計、文化展演設施、數位休閒娛樂、創意生活。

資料來源：文建會（2004）、王俞翎（2008）、及本研究整理

此外，從表 2-5 可以看出，同處亞洲地區的南韓和新加坡，他們對於文化創意產業的分類上，南韓顯得較為明確，而新加坡則較為精簡。而台灣除了考量自身產業發展的特性及文化創意產業實質意涵之外，又依照下列五項原則，自定義中規範出十三項文化創意產業（文建會，2004）：

- 一、就業人數多或參與人數多；
- 二、產值大或關聯效益高；
- 三、成長潛力大；
- 四、原創性高或創新性高；
- 五、附加價值高。

總之，各國所採用的名詞及所做定義背後，所蘊涵的意義，均直接牽動到產業特性與類別的不同。這一點我們可以從各國對文化創意產業所做的定義與分類，看出其中的端倪（夏學理，2008a）。

2.3.2 文化創意產業之推行與主管機關

「文化創意產業發展法草案」第五條明定規定：文化創意產業之主管機關，中央為行政院文化建設委員會；直轄市為直轄市政府；縣（市）為縣（市）政府。此外，該草案第六條規定，中央主管機關為草案協助各機關（構），推動文化創意產業，得報請行政院建立跨部會協調機制（文建會，2009b）。

爰此，經濟部於 2002 年 10 月成立「經濟部文化創意產業推動小組」及「經濟部文化創意產業推動小組辦公室」（以下簡稱推動小組辦公室），該推動小組辦公室主要工作是擔任跨部會推動組織之幕僚，同時負責文化創意產業發展計畫之彙整及跨部會整合工作，詳如圖 2-6（文創網站，2009）。換言之，推動小組辦公室是中央單位的資源整合中心，能有效彙整各部會資訊，以利工作順利推行。

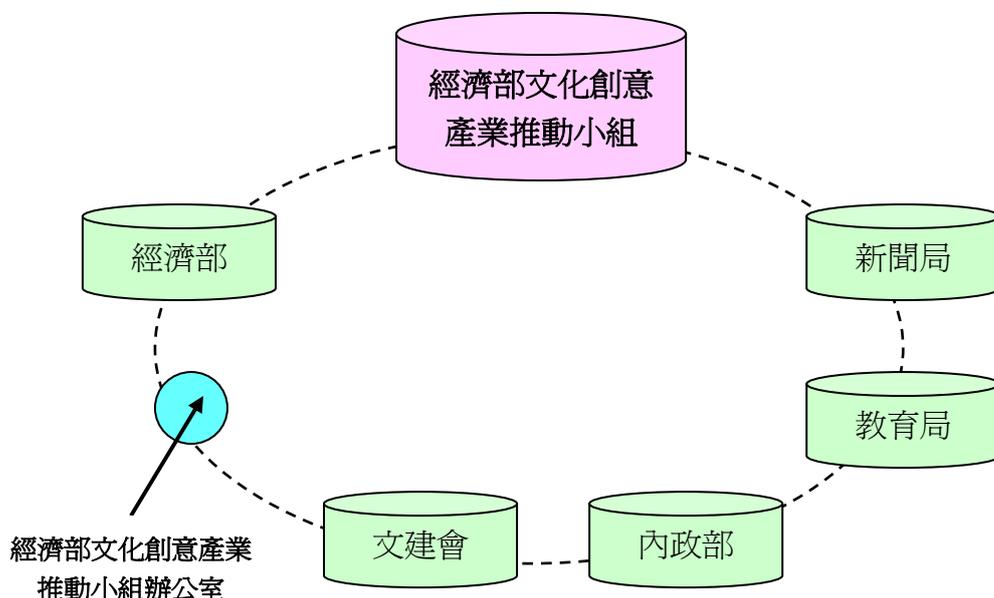


圖 2-6 文化創意產業推動小組與主管機關

資料來源：文化創意產業推動組織（2007）

推動小組辦公室特別成立「文化創意產業專屬網站」，主要刊載中央單位如文建會、新聞局、經濟部及內政部之推動文化創意產業的業訊息與成果。各主管機關所負責之產業名稱及內容，彙整說明如下表：

表 2-6 台灣文化創意產業之範疇及主管機關

主管 機關	產業名稱	產業內容說明
文建會	視覺藝術產業	凡從事繪畫、雕塑及其他藝術品的創作、藝術品的拍賣零售、畫廊、藝術品展覽、藝術經紀代理、藝術品的公證鑑價、藝術品修復等行業均屬之。
	音樂與表演藝術產業	凡從事戲劇相關業務（創作、訓練、表演）、音樂劇及歌劇相關業務（樂曲創作、演奏訓練、表演）、音樂現場表演及作詞作曲、表演服裝設計與製作、表演造型設計、表演舞台燈光設計、表演場地（大型劇院、小型劇院、音樂廳、露天舞台等）、表演設施（劇院、音樂廳、露天廣場等）經營管理、表演藝術經紀代理、表演藝術硬體相關服務（道具製作與管理、舞台搭設、燈光設備、音響工程等）、藝術節經營等之行業均屬之。
	文化展演產業	凡從事美術館、博物館、藝術館（村）、音樂廳、演藝廳經營管理暨服務等之行業均屬之。
	工藝產業	凡從事工藝創作、工藝設計、工藝品展售、工藝品鑑定制度等之行業均屬之。
新聞局	電影產業	從事電影片製作、發行、映演及電影工業等之電影週邊產製服務等之行業均屬之。
	廣播電視產業	凡從事無線電、有線電、衛星廣播、電視經營及節目製作、供應等之行業均屬之。
	出版產業	凡從事新聞、期刊雜誌、書籍、唱片、錄音帶等具有著作權商品發行等之行業均屬之。
	廣告產業	凡從事係指從各種媒體宣傳物之設計、繪製、攝影、模型、製作及裝置等行業均屬之。

經濟部	設計產業	凡從事產品設計企劃、產品外觀設計、機構設計、原型與模型的製作、流行設計、專利商標設計、品牌視覺設計、平面視覺設計、包裝設計、網頁多媒體設計、設計諮詢顧問等之行業均屬之。
	設計品牌時尚產業	凡從事以設計師為品牌之服飾設計、顧問、製造與流通等之行業均屬之。
	數位休閒娛樂	凡從事數位休閒娛樂設備、環境生態休閒服務及社會生活休閒服務等之行業均屬之。
	創意生活產業	凡從事符合下列定義之行業均屬之：1.源自創意或文化積累，以創新的經營方式提供食、衣、住、行、育、樂各領域有用的商品或服務者。2.運用複合式經營，具創意再生能力，並提供學習體驗活動者。
內政部	建築設計產業	凡從事建築設計、室內空間設計、展場設計、商場設計、指標設計、庭園設計、景觀設計、地景設計等之行業均屬之。

2.3.3 台灣文化創意產業發展概況

一、其概念始於地方文化產業

地方文化產業必須紮根於地方土壤，所以發展的絕對關鍵必須以地方條件、當地特色，與住民福祉為優先考慮，並以地方人文精神為後盾，同時注入地方人獨特的心思與創意，所以，文化產業離不開社區總體營造（葉智魁，2002）。台灣的「文化產業」概念，早先由文化建設委員會於 1995 年「文化產業研討會」中，提出了「文化產業化、產業文化化」概念，並隨之成為社區總體營造的核心。在這種社區總體營造下的概念，具有強烈的人文精神與地方色彩，顯示其產品與地方有緊密的關係，名稱也因不同學者的解釋而有所差異。有些人稱它為「地方文化產業」，也有人稱之為「社區產業」，也有人稱之為「地場化文化產業」或「社

區型文化創意產業」。

在社區總體營造下的文化產業本質上具有獨特性與創造性，其內容是可見的商品也可以是環境氣氛的營造，產品本身強調產品的精神內涵與學習，因而具備了非營利的特點。同時，整個產業的發展結果是爲了社區活化以及生活品質的提升（蔣玉嬋，2004）。

台灣在這樣的發展脈絡下，可以明顯感受到社區總體營造政策下之文化產業的幾個立場：對立並排斥文化工業；小規模與少量生產；產品重視地方傳統特質與居民精神取向；產品最終目的是爲提升地方發展。所以無論名稱是「文化產業」、「地方文化產業」、「地場化文化產業」、「社區產業」、「社區型文化創意產業」，所指陳的都具有上述相同的概念（劉曉蓉，2005）。

二、推動文化創意產業概念

文化創意產業之推動，緣起於政府於 2002 年 5 月提出「挑戰 2008：國家發展重點計畫（2002-2007）」，進一步提出「文化創意產業」，積極以產業鏈的概念形態，重新定義文化產業的價值，期能開拓創意領域，結合人文與經濟以發展兼顧文化積累與經濟效益的產業。政府在定義文化創意產業時，除需探討「個人創造力與文化積累」與「智慧財產權的開發與運用」，以外尚須考量是否具有「創造財富與就業機會」的潛力，以促進整體生活環境的提昇（文建會，2009d）。

2.4 地方文化館相關研究文獻

2.4.1 地方文化館計劃

一、地方文化館計劃的緣起

「地方文化館」此名詞被普遍使用，起源於文建會在民國 90 年推動地方文化館計畫補助要點開始，它是自民國 83 年「社區總體營造」政策的再延伸，根據行政院文建會（2002）在「地方文化館計畫」的總說明中，提到關於「地方文化館計畫」的政策，是以歷史建築、閒置空間再利用等概念，藉由軟體的改善，與政

策相結合。透過專業團體與地方上文史團體或表演團體的投入，藉以凝聚地方民眾共識、整合地方資源。

因此，「地方文化館」計畫，除了是延續行政院文建會所推動之社區總體營造，同時也是發展國內「旅遊發展方案」與「地方文化休閒遊憩產業」的重要計畫。在加入世界貿易組織（WTO）後，國內的傳統產業面對全球化的挑戰，若能充分利用文化資產，結合產業文化，充實國內文化旅遊內容，藉由在全國各地輔導成立可以成為地方文化據點與帶有旅遊資源的表演或展示館，進行草根的文化建設，為地方帶來就業機會與創造經濟效益。（行政院文建會，2002）

文建會結合各種單位的資源整合推動地方文化館，如表 2-7 所示，而為輔導地方文化館，成立了北中南東的培力中心，協助地方文化館的規劃工作，包括建築空間整修改善、消防、電力系統改善、館藏相關設備充實、館舍周邊環境美化、館藏內容研究、整理、展示、充實、推廣、藝文活動推展、永續經營管理機制建立等輔導工作。（黃如足、管倖生，2005）

表 2-7 地方文化館的推動單位

	農委會	產業文化特色館計畫
		一鄉一休閒農漁園區計畫
	經濟部	形象商圈計畫、國營事業單位之博物館社
		區與地方特色產業輔導計畫
		文化產業園區（台糖、台鹽）
	內政部	城鄉新風貌計畫、古蹟再利用計畫
	交通部	郵政及鐵路博物館（舊山線再利用計畫）
	教育部	國立博物館及各級學校博物館
	原委會	原住民文化中心、文物館
客委會	客家文化園區計畫	
民間團體	地方文史社團、藝術團隊、文教基金會、博物館、美術館、音樂廳等 NPO 組織	

資料來源：黃如足、管倖生（2005）

二、地方文化館計劃之政策內容

「地方文化館計畫」是行政院「挑戰 2008—國家發展重點計畫」中「新故鄉社區營造計畫」之子計畫，計畫期程為 2002-2007 年。目的在透過各地文化局對於地方上文化生態作整體性的考量與規劃，扶植具有創意、特色的館，藉由地方文化館的設立，結合在地文化產品研發、宣傳導覽、民間資源及義工組織文化藝術資源，提升附加價值，增加就業機會，以達到永續經營。後來為了延續政策推動，2007 年底則公布延續辦理，並將名稱變更為「地方文化館第二期計畫」。由於地方文化館計畫區分二期計畫實行，其政策內容在二階段中，有不同的輔導項目與執行目標，以下將二期之計畫內容予以分別敘述說明。

（一）「地方文化館—第一期計畫」之內容

2002 年 9 月 10 日修正核定後的「地方文化館計畫」，訂定為六年期的中程計畫，亦是相關政府機關與民間團體依法辦理的根據，也是「地方文化館」之輔導、經營及規劃的重要指導。

計畫的宗旨在於結集地方資源與均衡城鄉文化發展，並期待建構深具地方特色的文化與生活美學。計畫的指標有四點：

- 1、發展創意與地方特色
- 2、營造永續經營之能力
- 3、展現多元文化之特色
- 4、成為文化據點與旅遊資源

計畫內容中明白制定相關地方文化館之執行目標、館舍選點原則、館舍展示內容、補助比例及輔導管理機制，間接給予地方文化館館方在經營與管理上的目標。總計畫中，細分為五個分項計畫，包括：輔導地方政府辦理地方文化館計畫、輔導民間文化館計畫、輔導文化產品研發及永續經營、輔導辦理館際交流展示及相關活動、計畫管理及人才培育等，希望藉由法令之制定，完善規劃並輔助「地方文化館計畫」的政策經營與管理。依據 2002 年公佈「地方文化館計畫」內容，予以整理後，以表 2-8 示意。

表 2-8 「地方文化館-第一期計畫」內容

文化館計畫目標	(1) 以地方文化館做為推展鄉土文化及藝文活動的據點，充實地方層級的文化設施。
	(2) 結合各級政府與民間企業團體、縣市及鄉鎮文史、藝文協會、村里及社區、社團等力量，推動地方文化館的經營管理，及推展鄉土文史與藝文活動。
	(3) 結合地方文化特色與文化產業，以文化觀光推展國內觀光旅遊旅遊。
	(4) 鼓勵民眾共同參與策劃及執行，結合民間資源，讓各館能自主經營及永續發展。
	(5) 輔導民間文化館辦理與推動。
館舍選點原則	(1) 輔導各縣市特色館、主題館及鄉鎮展演設施（展示館、表演館、綜合館），並以委託民間經營方式為目標。
	(2) 新增地點以整修利用公有閒置空間及民間社區場地為主。
	(3) 輔導民間（以財團法人及社團法人經營）之文化館。
	(4) 以社區總體營造成果輔導成立社區文化館。
館舍展示內容	(1) 社區總體營造的成果，文史資料老照片，由社區人士來營運管理。
	(2) 民間收藏的文物及藝術品。
	(3) 政府單位（美術館、博物館、文化局特色館）的典藏品。
	(4) 民間美術館、文學家紀念館的展示巡迴展。
	(5) 經由地方傳統藝師及團隊辦理藝術傳承，典藏及記錄老藝師之作品。
計畫內容	(1) 輔導地方政府辦理地方文化館計畫
	(2) 輔導民間文化館計畫
	(3) 輔導文化產品研發及永續經營
	(4) 輔導辦理館際交流展示及相關活動
	(5) 計畫管理及人才培育
輔導機制	(1) 結合大專院校辦理專業人才訓練課程之設計。
	(2) 委託專案輔導團成立人才培育課程研發小組，依各地方文化性質分類、分階段策劃培訓課程。
	(3) 分區結合有績效的縣市文化局（中心）及鄉（鎮、市、區）公所、社區文化館、相關專業機構做為委託訓練及實習場地。
	(4) 輔導鄉（鎮、市、區）文教基金會及藝文協會共同經營地方文化館。

資料來源：行政院文建會（2002）、李冠樺（2009）

在文化館計畫目標上，以充實鄉（鎮、市、區）層級的文化設施、結合各級政府與民間團體推動地方文化館的經營管理、推展鄉土文史與藝文活動結合地方文化特色與觀光旅遊，以文化觀光推展國內旅遊為主。在館舍地點的選擇上，也

以閒置空間再利用為主，對現有及閒置空間做修繕、整理與美化，將現有及閒置建築物整修做為地方文化館，並蒐集整合當地現有歷史、文化、藝術、觀光、生態資源，以充分發揚地方文化特色。鼓勵民間參與，在經營上考量民間經營的可能性，藉此媒合地方團隊直接經營管理。

在館舍展示內容部分則依其館舍主題不同予以界定，社區館以社區總體營造的成果，文史資料老照片或民間收藏的文物及藝術品，為主要展品；政府單位的美術館、博物館、文化局特色館則以其典藏品為主；民間美術館、文學家紀念館則展示其巡迴展展品。若是相關地方傳統傳承，則以典藏及記錄傳統工藝師之作品。

文建會在地方文化館計畫執行上，在各分項計畫中明白說明輔導項目。除了在條文中制定外，為落實計畫執行，並建立輔導機制，藉由徵選專案輔導團及分區輔導機制，設置專案輔導中心、分區輔導團，對各縣市實施點進行因地制宜的輔導、配合人才培育、文宣計畫，輔導各地方文化館執行，以達永續經營。而地方文化館計畫之經費，多為修繕相關的資本門補助，因此，為確定各「地方文化館」之計畫執行單位能妥善運用此項預算，行政院文建會在各分項計畫中皆明訂審查及評估項目，也由每年相關的作業要點項目中予以調整、修正、進行細項政策修正，藉此加強地方文化館的經營與管理，完備原有條文之不足。

2006年之後，地方文化館所補助館舍之軟硬體建設已建立完成，行政院文建會藉由作業要點之項目變更，達到對於各地方文化館之經營輔導，將各地方文化館導向社區化、精緻化之經營。政策規劃至此，已將地方文化館的館舍經營與必要條件，建立了基礎的規範。各文化館的設備充實、經營管理、文化專業、政策溝通，都已達完備，各館舍皆可提供社區民眾在地的文化服務。在政策延續的理念下，行政院文建會在2007年，提出了「地方文化館－第二期」計畫，藉此持續輔導及活化地方文化據點（李冠樺，2009）。

（二）「地方文化館－第二期計畫」之內容

基於政府連貫施政理念下，行政院文建會在「地方文化館－第二期計畫」內容中提到，「地方文化館計畫」是「社區總體營造」的延續，而跨部會的整合，更

達到了單一計畫資源無法達成之成果；自 2002 年—2006 年底，一共補助了 259 個地方文化館，其中閒置空間重新開館掛牌有 86 處。在其委託報告中也顯示出多數館舍在地方上扮演在地藝文教育與提昇欣賞人口之角色，故地方文化館計畫在計畫目標的達成，有其意義與價值，但由於民眾對於地方文化館的種類繁多、館舍品質與條件各不相同，部分社區型館舍的開辦是以活絡社區交流、凝聚社區共識為主，以致民眾質疑地方文化館之設置功能（行政院文化建設委員會，2007）。

因此，在第一階段「地方文化館計畫」執行後，接下來，地方文化館要接續所做的是朝向加強社區居民互動、加強地方文化館的角色定位、養成居民主動參與、加強政府與非政府組織間的溝通協調、使文化活動與文化據點成長、建立中央與地方政府分層分類輔導機制等，使相關資源更能因案制宜。所以，行政院文建會是基於檢討原有的地方文化館計畫下，規劃第二期計畫，試以整合地方文化資源條件，支持地方文化落實（李冠樺，2009）。

地方文化館第二期計畫是以彰顯地方文化特色為主，藉由在地居民的共同參與，透過社區營造推動，串連不同類型地方文化空間策略聯盟，將各區域的館舍文化據點，統合為全面性地方文化版圖，形塑成「文化生活圈」。因此，執行內容是以兩大策略「中長程文化生活圈輔導」及「文化資源增值與整合」，為主，下分「重點館舍升級計畫」、「文化生活圈整合計畫」、「跨縣市整合實驗計畫」、「經營管理人才培育計畫」、「行銷推廣計畫」五項策略子計畫，希望以「文化生活圈」概念提升全民文化參與、創造與分享文化資源（行政院文建會，2007）。依據文建會（2007）說明地方文化館計畫之執行架構與執行內容，以圖 2-6 所示：

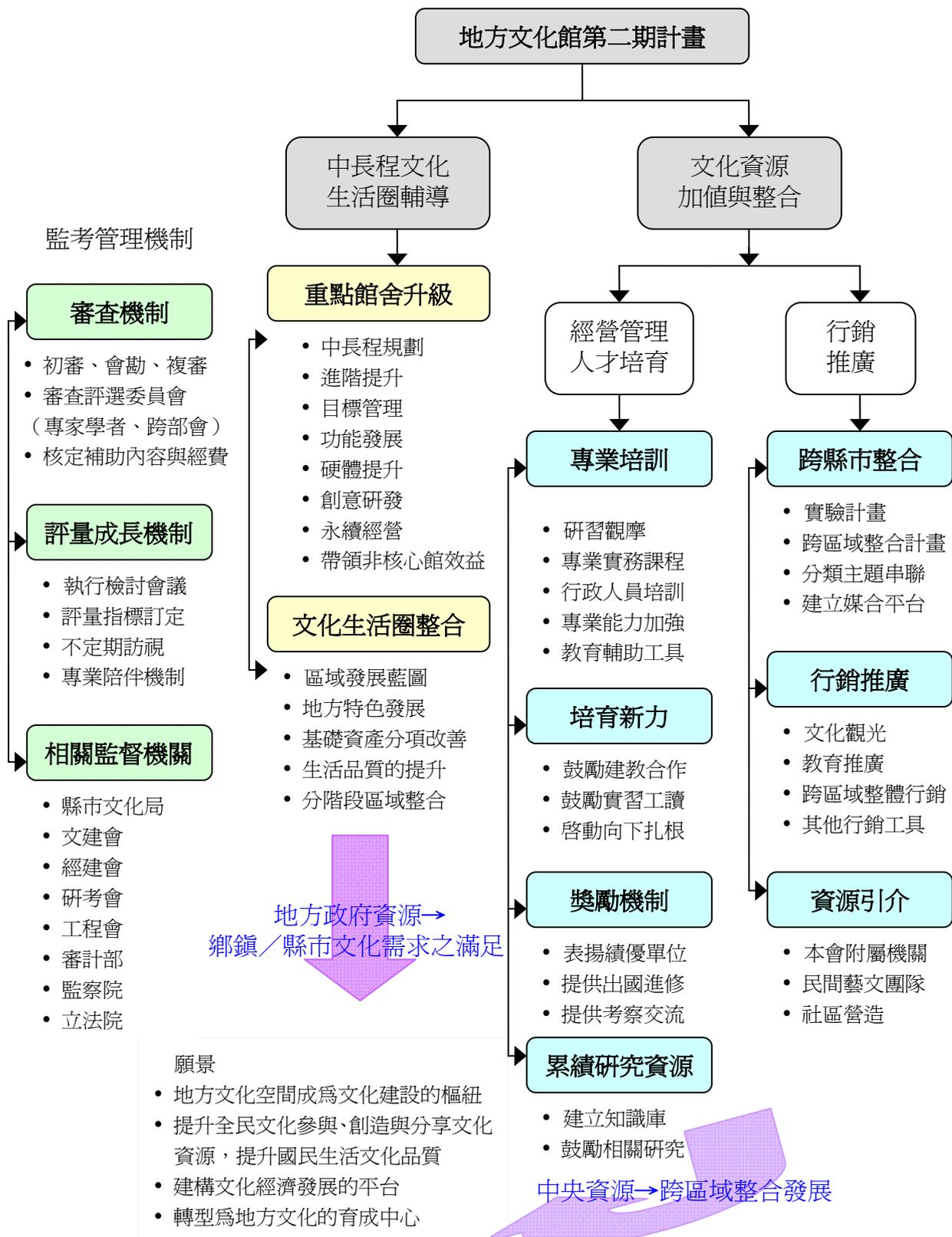


圖 2-7 地方文化館第二期計畫架構圖

資料來源：參考行政院文建會（2007），研究者重新繪製

就政策面來看，加強行政院文建會各附屬機構資源、加強跨部會的資源引介，進行文化觀光行銷，在計畫審查上，亦特別強調各館舍應配合於相關文宣及新聞報導上加強宣導。行政院文建會（2007）認為地方文化館是屬於文化據點，是公共財的一部分，必須透過行銷及整合，才能有助於社區擴大參與、修正地方發展策略，藉由資源共享，使得執行更加完善。

2.4.2 地方文化館與地方文化產業的聯結

從地方文化館的目標，可以發現它與地方文化產業有著密切的聯結：(蔣玉嬋，2006)

一、做為地方文化認同及社區總體營造推動的基地

地方文化產業的推動需經由社區總體營造的手段，館舍是最佳討論、溝通、凝聚共識的場域。而營造的過程，在於地方文化資源的發現，館舍可以是社造成果的展示點。當它陳列展示著地方特色文物，成為地方文化訊息的發送管道，提供居民及外來遊客了解地方的歷史文物及風土人情，居民亦經由自我文化的認知，產生認同與驕傲。在此聯結下，地方文化館必須營造成為居民所愛的地方，培訓志工，一起參與經營管理。

二、發展及傳承地方的文化藝術，厚植文化產業基底

具有展演性質的館舍，可藉由藝文活動的規劃及展現，讓地方的藝術家有發表及表演的空間，培養在地藝文人才，並吸引國內外優秀藝文團隊演出，彼此觀摩，普及並提昇藝文水準。

具有博物館性質的館舍，可將產品的特色結合文化（細緻、手工、生產過程的展示安排、包裝等），變成地方特色，形成內發型產業（文化環境基金會，1999）。也就是將地方上原本就有的產業，如手工藝、陶瓷、玻璃工業、織繡等加以創新研發，透過文化包裝，在文化館中展示陳列，一方面開發衍生性產品，另一方面提供傳習與 DIY 課程，吸引觀光客來此參觀，欣賞地方的文物之美，並可以體驗學習，購買紀念品，帶來地方就業機會，同時也振興了地方產業。

在此聯結下，地方文化館的經營便應加強展覽及活動的規劃能力，並且要加強衍生性產品的創新研發，成為具有特色、可滿足觀光客體驗學習及購買慾望的文化性商品。販售以後，可為館所帶來一定的經濟利益，永續發展。

三、建立地方形象，帶動觀光產業發展

觀光意謂著發現一個地區固有的光，藉著與之接觸，使造訪此地的人及迎接賓客的當地人之間，共同享受生活的喜悅。這些喜悅之光包括人與人間溝通交流所顯現的文化、民謠、戲曲等的欣賞，地方留傳下來的民間故事、生活傳承、地方特色、氣息、氣氛、工藝技術、農事文化等。藉由親身體驗地方的自然、氣候、風土、產業及生活文化，再發現地方固有的價值（翁徐得，1995）。

地方文化館做為地方文化展示的場所，所呈現的地方文化便是要透過地方居民內發性的對於地方文化資源，也就是地方之光華的探索、發掘、理解、詮釋、發揚、創造而形成。在過程中，居民對地域有更深入的了解及認識，進而產生認同與驕傲感。當觀光客到來時，將地方的光華透過文物展現、導覽解說，留給訪客深刻的印象，來了以後還想再來，並且介紹親戚好友前來。

在此聯結下，地方文化館的經營便需要強化對地方文化資源的詮釋與導覽解說能力。將地方的文化資源轉譯成一篇篇精采動人的故事，再加上經驗豐富、口若懸河的解說，將感動觀光客的心靈，地區的光華也將永留於他們的心中。

四、以觀光業帶動周邊產業發展

地方文化產業的精神，並不在於直接販賣文化產品，包含古蹟和露天藝文活動等不收費、不營利的文化場域或行為，都可以只是因為它們的存在，而間接帶動當地的繁榮（文建會，2004a）。如巴黎街上的咖啡廳之所以能夠存在，是因為巴黎的文化吸引了世界各國的觀光客。因此，當地方文化館的展覽或藝文活動吸引了觀光客願意到此一遊，周邊的餐飲、交通、旅館業便都能一起發展，帶來充分就業，同時因為文化的氛圍提昇了地方的形象，也提昇了附近的土地價值，促使地方經濟繁榮。

在此聯結下，地方文化館的經營，便需要與周邊的產業形成異業結盟整體行銷。因此必須回到社區總體營造所強調的總體性、系統性的規劃，以達到總體營

造的效果。以上地方文化館與地方文化產業的聯結整理如表 2-9 所示：

表 2-9 地方文化館與地方文化產業的聯結表

地方文化館對於地方產業的作用	地方文化館的經營策略
做為地方文化認同及社區總體營造推動的基地	1.營造成為居民所愛的地方。 2.培訓志工，一起參與經營管理。
發展及傳承地方的文化藝術，厚植文化產業基底。	3.加強展覽及活動的規劃能力。 4.加強衍生性產品的創新研發。
建立地方形象，帶動觀光產業發展。	5.強化對地方文化資源的詮釋。 6.加強導覽解說能力。
以觀光業帶動周邊產業發展。	7.與周邊的產業形成異業結盟整體行銷 8.總體性、系統性的規劃。

資料來源：蔣玉嬋（2006）

第三章 研究設計與執行

本章第一節為研究架構說明；第二節為研究方法說明，包括個案研究法、深度訪談、問卷調查以及次級資料分析；第三節為研究設計的說明，包括訪談對象的選取、訪談大綱的設計以及問卷調查的設計；第四節為研究執行說明，包括深度訪談的執行過程以及問卷調查的執行過程。

3.1 研究架構

本研究在確定研究主題後，開始設定研究問題與研究目的，在確定研究問題與目的後，便開始閱讀、蒐集相關文獻，包括專書、期刊、學術論文、相關報導、政府機關出版品、網站資料等，以便了解本研究相關理論與過去相關之研究。

本研究以「新港香藝文化園區」為研究個案，研究方法為次級資料分析、深度訪談、問卷調查。藉由園區經營者的訪談瞭解香藝文化園區的轉型過程、經營理念等相關議題，佐以其他立意抽樣人員的深度訪談所獲得的資料與相關文獻與理論、次級資料來相互對照。問卷調查對象為香藝文化園區的遊客。透過次級資料分析、深度訪談以及問卷調查的綜合整理、分析後，最後獲得本研究的研究結果與研究建議。本研究的研究架構操作如下圖 3-1 所示。

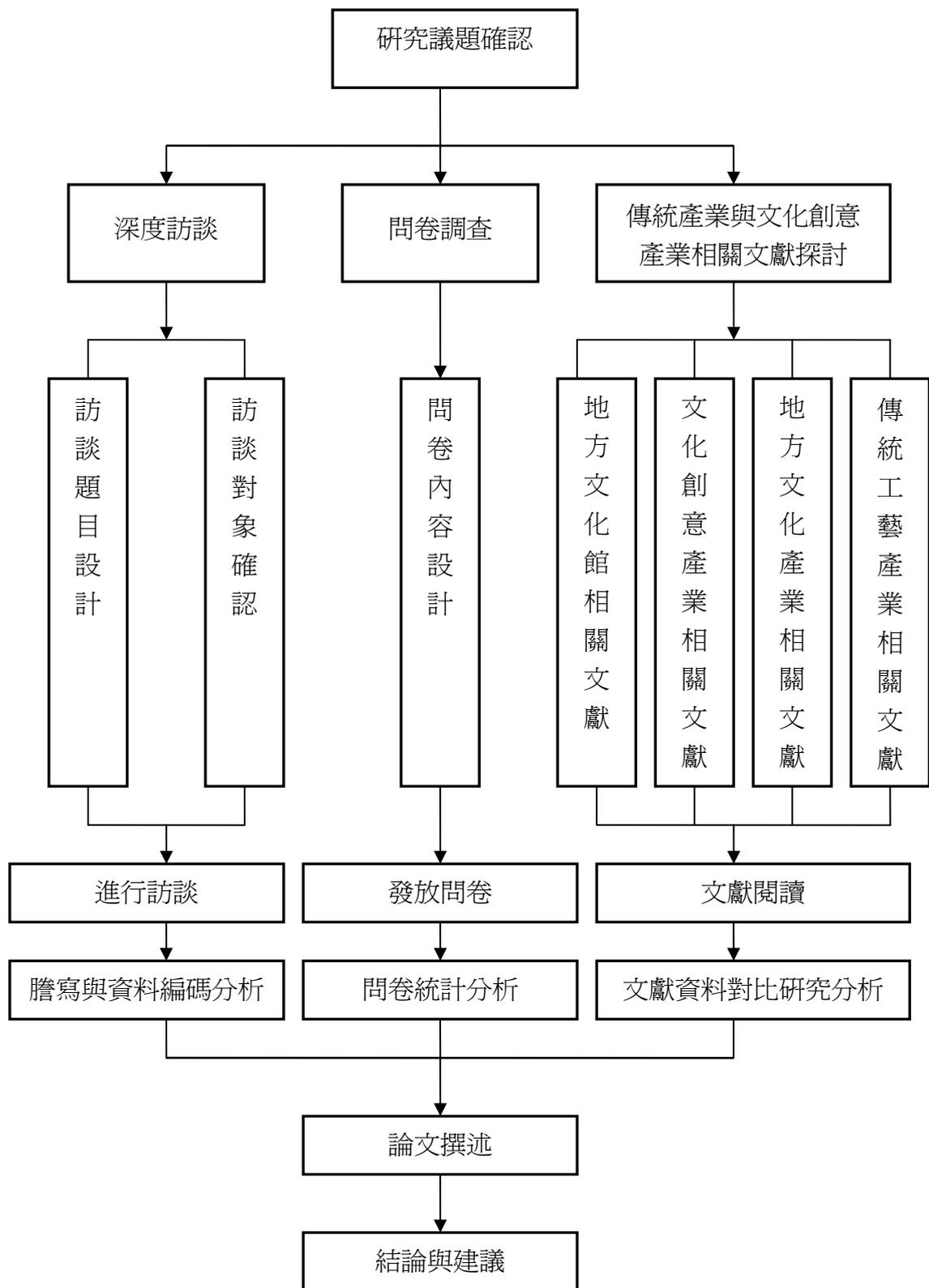


圖 3-1 研究架構圖

3.2 研究方法

本研究主要的研究方法如下：

3.2.1 個案研究法

個案研究法是一種普遍科學研究方法，是充分使用資料來源以系統化地調查個人、團體、組織或某一事件的方法，對研究者在了解或解釋一個現象時有相當大的助益（Wimmer & Dominick，1994）。個案研究的目的就是對當代社會中，一個特定單位的背景及經驗，其發展狀況及環境的互動關係所進行的研究，亦是強調對特定單位的背景、經驗及其和環境互動脈絡的研究（Issac & Michael，1983）。

Merriam 提出個案研究的四個特性（Wimmer & Dominick,1994）：

一、特殊性：個案研究著重於一種特定的情況、事件、節目或現象，使它成為研究現實問題的好方法。

二、描述性：其最終成果是一份關於研究課題的詳細描述報告。

三、啓發：個案研究可幫助人們了解研究的主題是什麼。包括提出新的解釋、新的意義，和新的見識。

四、歸納：多數個案研究依賴歸納的推理過程，原理和普遍性原則由資料的檢視中形成。許多個案研究的目標在於發現新的關聯，而不是證明現存的假設。

個案研究材料的來源分為直接來源與間接來源兩種途徑（鄭貞銘，1999）：

一、直接來源：直接來源是個案編寫者的直接經驗作為基礎，其素材取自於編寫者的個人經歷，不論是成功或失敗的教訓，都是第一手的、直接的，不但對情況瞭如指掌，而且深刻體會。

二、間接來源：包括幾種間接來源：第一種是文獻，包括信件、備忘錄、會議記錄、記事簿、歷史記載、小冊子、標語等形式；第二個資料來源是訪問包括問卷調查以及深度訪談，最後一種則是實物，如一件工具、一套設備，或是一份電腦輸出資料。

本研究所欲研究的是以單一對象為主，想做深入詳細的探討分析，所以此法適合本研究的需求。

3.2.2 深度訪談法

深度訪談法 (intensive interviews) 或稱深入訪問法 (in-depth interviews)，是一對一訪問的方式，Patton (1995) 指出，深度訪談 (in-depth interview) 為質性研究資料蒐集方法之一，指藉由面對面的言語交談，引發人們的意見、感受、經驗與知識之直接引述，以獲得受訪者對於個案或現象的主觀看法。其目的在於透析訪談真正內幕、真實意涵、衝擊影響、未來發展以及解決之道 (萬文隆，2004)。

訪談是一個有目的、有問題導向的談話，以有效的雙向溝通與說明來獲取所需的資料，在質性研究裡訪談是獲取資料最普遍的方法，目前社會研究中廣泛採用的是按照對訪問過的控制程度進行的分類，按照這一分類方式，訪問分為結構式 (又稱標準化訪談)、無結構式訪談和半結構式訪談 (林生傳，2003)。以下分別說明這三種訪談調查的類型：

一、結構性的訪問 (structured interview)：

結構性的訪問是一種標準化的訪談，其訪談的內容與程式事前都已經設計成固定的訪談問題調查表，而受訪者的回答，也是從已經固定編好的答案中選擇。訪者只依照調查表來問問題，少有自由運用空間可以隨意變化，而受訪者僅就預先設定好的若干答案來選答，所以這種訪問是在封閉的情境中來進行的。

二、無結構性的訪問 (unstructured interview)：無結構性的訪問是非標準化的訪問。它是一種開放性的訪問，盡量提供充分的彈性與自由供訪者與受訪者運用，通常不事先預備好訪問調查表，而由訪者在既定的研究目的規範之下，自由選擇訪問的內容、程式和用語，也容許受訪者有開放的空間來自由回答。通常研究者都積極的鼓勵受訪者盡量表達自己的意見，並說出所要講的話。

三、半結構性的訪問 (semi-structured interview)：半結構性的訪問為前二者方法之折衷，較被普遍採用，研究者事先擬出問題大綱，作為發問依據，但訪問時不需依照問題順序來訪問，可以視受訪者的回答，隨時調整、延伸問題。此法兼具結構性與非結構性訪問的特性，研究者可控制問答的方向，已確保訪談品質、縮短訪談耗費的時間，並可為研究者帶來受訪個體之於研究問題深入而詳盡 (施美玲譯，1996)。

本研究採用半結構式訪談。訪談對象為新港香藝文化園區經營者、嘉義縣文化處藝文推廣科官員、新港鄉鄉長、新港文教基金會創會董事長以及現任董事長。透過訪談過程，了解新港香藝文化園區轉型過程及經營理念，公部門對地方文化館輔導機制，以及地方文化工作者對園區的文化保存及產業互動的期許等相關議題。最後做出整理與分析，作為其他傳統產業轉型之參考。

3.2.3 次級資料分析

次級資料分析法是指運用前人所收集的資料作為研究資料的來源，再透過重新組織或詮釋來探討研究問題（Neuman，朱柔若譯，2000）。次級資料包括不同的資料來源，以及由其他研究人員所蒐集的資料或不同形式的檔案。這些資料來源包括政府部門的報告、工商業界的研究、文件紀錄資料庫、企業組織資料以及圖書館中的書籍及期刊。（董旭英、黃儀娟譯，2000）。

在次級資料的整理過程中，研究者可以找出有效的方法解決所關心的研究問題。研究者常常不只依賴單一資料來源，而是組合多個原始資料去尋找答案。次級資料研究不同於原始資料研究的特性在於，搜集原始資料並非分析者的責任。然而，原始資料及次級資料有互補作用，而並非以替代形式出現（董旭英、黃儀娟譯，2000；朱柔若譯，2000）。

使用次級資料分析的最大優點在於對於時間、財力、人力成本的節省。次級資料的應用比建立原始資料所需的成本為低。其次，在蒐集原始資料受到預算及時間的限制時，使用次級資料就比蒐集原始資料來的有利。而且，使用次級資料分析的優點在於可以對現存資訊再應用，提升資料的價值，並且彌補現存研究的不足。

本研究以次級資料分析為研究方法，資料收集包括專書、學術期刊、學術論文、相關報導、政府機關出版品相關資料、網站資料等。透過次級資料的收集後，再加以歸納、統整、分析，使研究資料及內容具完整性，以便進行研究時的分析與論述。

3.2.4 問卷調查法

問卷是一種來統計或調查資料的問題表格，也是用來蒐集資料的工具。它可以調查受訪者對某項事物的認知或是行為態度的問題。問卷調查的方法是運用問卷來蒐集資料，了解受訪者對社會事實的意見並分析其行為狀況。(葉至誠、葉立誠，1999)。

問卷的實施過程可分為七個過程：(一)確定擬探究的問題。(二)蒐集相關文獻。(三)詳細開列擬調查和探究問題細節。(四)確定研究的理論架構或基本概念架構。(五)設計研究過程和研究工具。(六)實施問卷調查。(七)處理分析和解釋資料。在七個過程中需注意的是問卷目的、內容、題目、格式的設計等。其它如何提高問卷的回收率也是應考慮的項目之一。

問卷設計的型式可分為以下兩種，分別是結構式問卷與非結構式問卷：

一、結構式問卷 (Structured Questionnaire)：

結構式問卷是將問卷中的問題以可能的答案予以刻意的安排，受訪者只要針對所詢問的問題回答「是」、「否」；或是在適當的地方勾選即可。一般而言，做初級資料蒐集，大多使用結構式問卷。結構式問卷的使用，可避免或減少影響調查結果的機率，提高調查可靠性。

二、非結構式問卷 (Non-Structured Questionnaire)：

非結構式問卷是指問卷裡的問題，未作刻意安排的，允許訪問員隨機應變，根據訪問當時實際情況來詢問問題，或根據受訪者答覆提出問題，設法讓受訪者提出所需之答案，同時允許被訪者有陳述機會。非結構式問卷多半用在深度訪問或專業性訪問、被訪人員少、及資料不需要量化的場合(王貳瑞，2005)。

本研究的問卷發放對象為參觀新港香藝文化園區之民眾與觀光客為對象。本問卷屬於初級資料的蒐集，受訪者只要在既定的答案中選取即可，為了提高調查可靠性，以及避免或減少問卷調查結果之機率，所以本研究採用結構式問卷形式。在問卷問題的形式上，本研究採用選擇題型，由於問卷對象為當地民眾與觀光客，以及填答者的程度普遍都不一樣，因此，本研究選擇用選擇題型作為問卷的形式，以便於最後的統計分析。

3.3 研究設計

3.3.1 訪談對象的選取

本研究訪談對象為新港香藝文化園區館長、嘉義縣文化處藝文推廣科官員、新港鄉鄉長、新港文教基金會創會董事長，以及新港文教基金會現任董事長。

表 3-1 本研究之訪談對象

單位	受訪者身份	編號	訪談日期、時間、地點
新港香藝文化 園區	館長	A	2010/8/12 上午 10：30-12：00 新港香藝文化園區辦公室
嘉義縣政府	文化處藝文推 廣科官員	B	2010/7/24 下午 3：00-3：50 嘉義縣政府文化處
新港鄉公所	鄉長	C	2010/8/23 上午 10：00-10：50 新港鄉自宅
新港文教基金會	現任董事長	D	2010/10/29 下午 3：00-3：40 新港鄉自宅
新港文教基金會	創會董事長	E	2010/12/22 下午 2：30-3：20 新港文教基金會辦公室

3.3.2 訪談大綱的設計

本研究確定研究方向後，研究者就針對研究目的擬定訪談大綱，並與指導教授討論訪談大綱的適切性及研究對象的可行性，經過多次修正後，最後成稿。

本研究設計了三份訪談大綱。第一份是「新港香藝文化園區」的經營者訪談大綱，訪談方向可分為四個部份，第一部份是傳統的經營模式，第二部份是產業的轉型過程，第三部份是文化創意元素來源與運用，第四部份是新的經營模式開發。依上述架構，本研究所設計的訪談大綱如下：

第一部分：傳統的經營模式

1.傳統製香產業的經營模式為何？

- 2.傳統模式經營客源及商品跟現在有哪些不同處？
- 3.傳統經營年代，新港地區製香產業狀況？
- 4.傳統製香產業無法持續生存的原因？

第二部份：產業轉型過程

- 1.從傳統產業轉型成「新港香藝文化園區」的原因與歷程？
- 2.成立「新港香藝文化園區」過程中，是否獲得地方人士支持？
- 3.成立「新港香藝文化園區」過程中，遭遇到的最大瓶頸為何？如何克服？
- 4.公部門對香藝這樣的文化園區，有何政策措施或經濟方面的支持？

第三部份：文化創意元素來源與運用

- 1.園區整體規劃的的創想為何？
- 2.新開發的產品類項？
- 3.商品開發的創意源頭？

第四部份：新的經營模式開發：

- 1.文化園區目前編制及營運現況？
- 2.文化園區的經營的行銷策略與傳統最大的不同點？
- 3.文化園區是否與地方上其他文化產業進行異業結盟機制？
- 4.製香師傅如何傳承？
- 5.文化園區的未來發展方向？
- 6.您認為影響文化園區營運的因素中，最主要的為何？
- 7.您認為地方文化館的營運應該是要透過何種方式進行最為理想？
(民間經營、公辦民營或是政府經營？)

第二份是公部門的訪談大綱，訪談方向為地方文化館政策層面，本研究所設計的訪談大綱如下：

- 1.目前公部門對地方文化館營運採行的管理和監督的作為分別為何？
- 2.公部門主要希望地方文化館設置對地方產生什麼影響？
- 3.您認為地方文化館的營運應該是要透過何種方式進行最為理想？

(民間經營、公辦民營或是政府經營?)

4.您認為公部門對目前各地文化館經營，最迫切要作的工作為何？

第三份為地方文化工作者訪談大綱，訪談方向分成兩個部份，第一部分是地方文化保存層面，第二部份是對地方產業互動層面。依上述架構，本研究所設計的訪談大綱如下：

第一部份：地方文化保存層面

您認為「新港香藝文化園區」的設置，對於地方文化的保存方面

- 1.意義和價值是什麼？
- 2.使命和角色是什麼？
- 3.園區的設置，對於居民的地方文化認同有何影響？

第二部份：對地方產業互動層面

- 1.您認為香藝文化園區與地方文化產業最大的互動關係為何？
- 2.您認為香藝文化園區如何與地方上其他產業進行異業結盟機制？
- 3.您認為提昇香藝文化園區活動推廣效益的因素是什麼？
- 4.您認為香藝文化園區還有哪些面向可以延伸其地方影響力？
- 5.您對香藝文化園區的其他意見或建議

3.3.3 問卷調查的設計

本研究問卷調查對象為參觀新港香藝文化園區的民眾與觀光客。本研究問卷形式採結構式問卷，因此，填答問卷的民眾或觀光客只要在既定答案中選取即可。因為本問卷屬於初級資料的蒐集，為了提高問卷調查的可靠性，以及為了避免或減少影響調查結果的機率，故本研究採用結構式問卷。

本研究之問卷設計內容分為四個部份。第一部份是基本資料，其細項包括性別、年齡、教育程度、職業、個人月平均收入、居住地。第二部份為參觀印象層面，題項 1 為參觀文化園區次數，題項 2 為知道文化館的原因，題項 3、4 為旅遊性質及參觀動機，題項 5 為檢視觀光客喜歡文化園區的哪些部份，以上題項是為

瞭解觀光客對於文化園區的參觀印象，可做為園區經營及宣傳的參考方向。

問卷的第三部份為消費及服務層面，題項 1 是否參加文化導覽服務，題項 2、3 為消費金額及消費項目，題項 4 為檢視最特別商品，題項 5 為檢視遊客最喜歡的服務，以上題項是為瞭解遊客的消費意向與對園區滿意情形，可做為園區經營的參考方針。

問卷的第四部份為提振地方文化經濟發展層面，題項 1 為瞭解遊客認為園區具備哪些功能，題項 2 遊客認為園區設立對新港鄉帶來觀光人潮與相對旅遊商機的同同意程度，題項 3 是結合一日遊行程，遊客願意造訪的景點，題項 4 則是遊客對園區未來發展的期許與建議。

3.4 研究執行

3.4.1 深度訪談執行過程

以下將從深度訪談的執行步驟與深度訪談編碼方式進行說明：

本研究為半結構式深度訪談，在確定研究問題與目的之後，開始擬定訪談大綱。筆者依照訪談大綱之內容進行訪談，在受訪的過程中通常會機動性的提出問題或是調整問題的方向。

在訪談之前，研究者先以電話聯絡受訪者，說明研究目的以及詢問受訪意願，然後再親自或以郵寄電子郵件或將訪談大綱先行給受訪者過目。在受訪者願意接受訪談並瞭解訪談內容後，再與受訪者約定訪談時間與地點。在訪談開始之前會先詢問受訪者是否願意接受錄音，為了有利於訪談資料的後續整理，本研究訪談過程中全程錄音，最後再以編碼方式進行資料整理與分析。

筆者在完成訪談後，清楚記錄每次訪談的日期、時間、地點，並將訪談內容化為文字資料，訪談錄音內容以逐字稿方式呈現，盡可能呈現當時訪談的完整過程。

編碼方式將訪談逐字稿分為左右兩欄，左欄是原始的訪談內容逐字稿，右欄

是原始訪談逐字稿整理過後的訪談重點。

本研究訪談對象分爲園區經營者、公部門、地方文化工作者。經營者以 A 作爲編碼代號，公部門分別以 B、C 作爲編碼代號，另外，三位地方文化工作者分別依序以 D、E、F 作爲編碼代號。針對訪談內容的各主軸以及細目做資料編碼，以下列出其所代表的編碼內容：

第一部分：傳統的經營模式

1-1：代表 1.傳統製香產業的經營模式爲何？

1-2：代表 2.傳統模式經營客源及商品跟現在有哪些不同處？

1-3：代表 3.傳統經營年代，新港地區製香產業狀況？

1-4：代表 4.傳統製香產業無法持續生存的原因？

第二主軸的第一細目以 2-1，第二細目以 2-2.....，以此類推。例如：在文中若是引用到受訪者 A，談到有關傳統香產業的經營模式時，會以 A1-1 顯示。若是同一編碼項目內有兩段以上的文字使用，會以 A1-1-1、A1-1-2、A1-1-3 來表示，以此類推。

3.4.2 問卷調查執行過程

本研究在確定研究方向與目的之後，開始擬定問卷內容。問卷發放時間爲一個半月，時間從 2010 年 8 月 12 日至 2010 年 9 月 30 日；這期間園區大致是以散客爲主，而遊覽車的團客是較少的。選定此時間做研究時程，是因以散客爲主的受測者，個別性質差別較大，可避免團體訪測因團隊性質雷同，而導致問卷結果過於相似的問題。

問卷數量爲 250 份，總共回收 224 份，有效問卷爲 213 份，無效問卷爲 11 份，回收率爲 85.2%。無效問卷之所以無法成立，從問卷填寫狀況來看，是填答者沒有完成問卷中所有的問題，因問卷有兩面，有的是背面漏填。

在完成問卷擬定後，研究者將 250 份親自送到館內，經香藝文化園區館長同意後，將問卷放置在文化館內，再由館長及文化館內員工幫忙邀請及協助到園區參觀的民眾或觀光客完成填寫問卷之動作，最後回收問卷並進行資料統計與分析。

第四章 資料分析與整理

本研究主要在於探討新港香藝文化園區如何從製香的傳統產業，轉型到文化創意產業的經營過程，藉由深入訪談與問卷調查所得的資料加以分析與討論。本章共分為四節：第一節為經營者相關訪談資料分析，第二節為公部門相關訪談資料分析，第三節為地方文化工作者相關訪談資料分析，第四節為問卷結果分析。

4.1 經營者相關訪談資料分析

新港香藝文化園區創辦人為陳文忠先生，年輕時就到高雄開始學習製香，1988年返鄉回新港開了「新興製香廠」，與弟弟陳文竹、陳文乾一起打拼，所製作的香品，直接供應中盤或金紙店鋪等地方，1997年時，將原本的傳統家庭式製香廠，轉型為「伍蓮香業開發有限公司」。這是香藝館的前身。2004年，館長陳文忠先生思考把省道旁原本作為倉庫的地，打造成一座香藝文化館，用來介紹台灣香的產業與文化，也逐日讓新港香藝文化館，成為香藝界中最著名的品牌，也是少見開放參觀的空間。經歷了前後長達四年多的籌備規劃，一點一滴的累積，經歷試營運慢慢修正，2008年6月30日正式開館。

4.1.1 傳統經營模式

傳統的製香產業大多是在香舖店裡或是在雜貨店裡販賣，文化園區的傳統經營模式為「新興製香廠」，是屬於生產工廠類型，以批發為主，後來成立伍蓮香業開發有限公司，展開較為正式且合法化的營運，員工也開始繳稅，原料也開始採用國外進口。

傳統香業是在香舖店裡或是在雜貨店裡販賣，早期新興製香廠的階段，都是以批發為主，我們是生產工廠，將製作好的產品送給盤商，盤商差不多是在高雄、台北，在週邊像雲嘉南縣市，我們就直接給香舖店，在週邊的盤商也是會直接跟我們拿貨，只是我們給他們的可能就是不一樣的牌子，所以，在傳統香業裡，我

們自己做出的品牌，可能有二十幾種在市面上流通。(A-1-1)

經營模式，之前是新興製香廠，成立伍蓮香業開發有限公司，算是較有正式、有合法化的營運，員工較多，開始繳稅，原料採用開始從國外進口。(A-1-2-2)

「新興製香廠」為生產工廠的傳統經營模式，其主要客源為高雄、台北的中盤商，而週邊如雲嘉南縣市，直接將產品給香鋪店，少數週邊盤商也會直接向製香廠拿貨。製香廠生產的為一般傳統祭祀用香商品，譬如說：香、香環、盤香、大支香及一些束柴方面的產品，供民眾為祭祀時購買使用。

傳統商品屬於傳統祭祀用香，譬如說：香、香環、盤香、大支香及一些束柴方面的東西。(A-1-2-1)

嘉義縣新港鄉因擁有多處國家級歷史古蹟，尤以聞名全國的奉天宮「開台媽祖」而成為宗教聖地，每年吸引逾三百萬名信徒前來奉天宮進香，帶動當地製香產業蓬勃發展。全盛時期，新港地區就有十多家製香工廠。但傳統產業工作環境不佳，往往需耗費大量人力，再加上製香師傅因技術、人才的傳承問題，而導致傳統香業無法在台灣生存最主要原因，是受到中國大陸進口香影響，所以傳統香業就逐漸沒落。

傳統經營年代，新港大概有十多間製香廠，現在天天製香的只剩下我們，現在新港附近有一兩間，大概也沒什麼再做了。(A-1-3)

傳統香業無法在臺灣生存主要是受到大陸進口香影響，這是最大的原因。再來就是製香師傅工作很辛苦，製香師傅一直轉行，又沒有新的人學習，所以，傳統香業就漸漸沒落！(A-1-4)

表 4-1 香藝文化園區傳統經營模式

店鋪名稱	新興製香場
設立時間	1988 年
經營模式	生產工廠、家族經營
客源	主要為高雄、台北的中盤商，週邊雲嘉南縣市直接將產品給香鋪店。
生產商品	一般傳統祭祀用香商品

4.1.2 產業轉型過程

香藝文化園區的經營者—陳文忠先生為提升傳統產業競爭力，將傳統家庭式製香廠，轉型為以現代化企業經營之「伍蓮香業開發有限公司」，而有感於傳統產業及香藝文化的凋零，也為更進一步傳承與發揚製香的技藝與文化，便全家族著手打造全國唯一以「香」為主題之「新港香藝文化園區」。

香藝文化園區位於省道旁，是在進入新港奉天宮的必經之路上，每年三月媽祖生日前夕，全臺灣有三百萬的香客來朝聖，這些信徒都必須拿香拜拜，但卻不清楚香的原料以及製造過程，香藝文化園區的展示要大眾知道香與宗教的歷史典故、背後所代表的意涵，瞭解香的本質並確保使用安全。

臺灣有百分之八十的人有拿香拜拜，不過，裡面卻有百分之八十的人不知香是如何製造的，不知香從哪裡來，香的原料是什麼？所以，我從做香的傳統產業轉型到香藝文化園區，尤其在這新港宗教聖地，每年有三百萬的香客從園區經過，是佔地利關係！香從哪裡來？香是如何製造的，香的原料是什麼？這就是我想讓消費者了解的，這是當初我設立的動機！其中還有一項是說，消費者對咱們的產品—香對身體是好還是不好，有無影響，這也是我一直想要探討的、想要研究的。我一直想怎樣讓香「透明化」；讓消費者可瞭解：什麼香是健康的，到底對身體好或不好！（A-2-1）

對於經營者來說，成立「新港香藝文化園區」過程，最主要的是新港文教基金會陳錦煌醫師的支持，陳醫師認為新港是個宗教聖地，香和新港奉天宮更是息息相關，所以陳醫師引進專業團隊進駐，協助經營者建立香藝文化園區，希望透過園區的設立，能夠帶動新港的繁榮。

在地方上，最支持我的是陳錦煌醫師，他也很希望(香藝文化園區)能夠帶動新港，因為香和奉天宮有相當的關係，因為新港是個宗教聖地，香和廟有關係，所以他希望我走向這方向。（A-2-2-1）

舊年代的父母認為學習技藝比讀書重要，所以製香師傅從小開始投入職場，學習製香的一技之長，在傳統製香產業上，製香師傅受教育機會較少，也皆以口

述傳承方式教授學徒，因此，關於製香文字的記載較少，這就是經營者認為：在「新港香藝文化園區」成立過程中，所遭遇到的最大瓶頸。

自古以來，製香的師傅，書都讀得不多，因為小時候就開始玩香，十多歲讀書的時候，父母就會覺得：可能一技之長比讀書重要，所以受教育機會就比較少，在這傳統產業上，沒辦法受到太好的教育，所以在這方面文字的記載較少。

(A-2-3-1)

成立了香藝文化園區，經營者希望能透過園區傳承與發揚傳統香藝文化意涵，為克服文字記載較少這項困難，他開始慢慢搜集、編纂相關的製香資料：關於製香流程的新港「香功九式」，則是經營者拆解出來的。

因為關於香的產業文字記載較少，所以有太多的資料要從頭做起，要去整理資料，是最辛苦的，都要自己去慢慢搜集，去編纂！例如：新港香功九式，製香的過程，當初要開始做這文化園區時，我才開始去拆解，香從開始到完成這些動作。(A-2-3-2)

香藝文化園區在創立過程中，主要是由嘉義縣政府文化處和行政院文建會輔導。從 2004 年開始的五年內，針對香藝文化館的空間及展示計畫，縣政府文化處和行政院文建會補助約五百多萬。而文化園區透過政府機關的輔導，讓經營者更有信心再做進一步的做擴大園區等相關投資。

在創立的過程，主要是由縣政府文化處和行政院文建會輔導。從我第一年我開始做香的文化館，他們就有來找我，叫我送計畫，多少有些經費補助，從 93 年開始到現在，大概五年左右，補助大約有五百多萬，但鄉公所則沒有。(A-2-4)

不過，不是只有政府補助的經費考量而已，我們是希望有政府機關的輔導，幫我們做背書、當靠山，園區總共的金額，到目前為止，投資金額已達一億四千多萬，官方只補助文化館部分。(A-2-2-2)

4.1.3 文化創意元素來源與運用

關於香藝文化園區整體規劃的創想，也就是經營者想將傳統香業轉型的原因，經營者透過在中正大學進修「創意產業」課程，開始思考傳統產業轉型以及如何讓產業能永續經營問題。

這就是我當初為什麼想做這轉型的原因，像我之前到中正大學上陳國華老師的課程，後來開始思考如何轉型，這最重要的就是要怎樣讓傳統產業有辦法永續經營。(A-3-1)

香藝文化園區裡新開發的產品主要就是文創產品的開發，在傳統祭祀用香品方面，為了民眾健康，經營者與國立嘉義大學簽訂產學合作，以科學方法檢驗分析香品，除了在製香過程中除去有害的原料，生產無污染的健康安心香品之外，也可協助國家標準檢驗局建立有效的香製品檢驗標準。文化園區所生產的健康安心香品，讓消費者更能安心使用。

主要就是文創產品開發，要有他的實用性，要有故事性，譬如虎爺香、香料三牲，這都要有他的故事性，也有他的實用性，有他自己的特色、他的文化，甚至是在傳統香品上，我們強調的是要研發健康安心香品，讓消費者安心使用。(A-3-2-1)

「產業文化化」與「文化產業化」乃地方文化產業的運作核心，二者是息息相關、一體二面的。傳統產業沒落之際，重新發現其文化意涵，此為「產業文化化」，而後將其產業文化重新包裝、賦與新價值，即為「文化產業化」(黃世輝，2003)。

經營者認為文創產品的開發是從本身產業開發，所謂的「產業文化化、文化產業化」，是將產品的實用性、故事性、文化性、特色性，變成產品的附加價值，可讓傳統香品有更高的附加價值。

文創產品要怎樣去開發，一個是從產業裡面去開發東西出來，再加上它的文化，「產業文化化、文化產業化」，將剛剛講過的實用性、故事性、文化性、特色性，將這些東西，變成產品的附加價值，讓傳統香品，有更高的附加價值。(A-3-2-2)

「創意」一般而言是指產生新事物的能力，也可衍生為一人或多人概念和發明的產生，並且這些概念和發明都必須具有獨特性、原創性以及有意義性。

(Hawkins, 1998)

在文化園區的商品開發創意源頭上，經營者認為文化創意產品是要把香的文化變成產品，要跟著時代潮流走，利用產業文化、歷史文化來開發新的產品。這就是文化創意產業。

文化創意產品，是要怎樣把香的文化變成產品，要跟著時代潮流走，像現在在講環保，那要怎樣把香也跟著環保議題來設計。

經營者有鑑於香品不再侷限於宗教祭祀用品，近年來不斷地朝向生活化需求的整合開發產品方向進行，逐步發展特色香品，與香藝生活相關性的週邊產品。

屬於文化創意商品中，有從新港奉天宮裡，獨特的虎爺供奉文化中設計的「虎爺香」，其設計構想是因虎爺在中國的傳說中化身為招財、鎮宅、以及孩童的守護神。以「虎頭香」來命名，希望日常焚香時都能得新港「虎爺」帶來之平安健康、財富圓滿、學業高昇及感情安順的福氣。有從製香原料的香精精油中，開發出的各項的精油類產品以及祈求平安淨身的抹草手工香皂；有從製香的香馨類宗草藥中，製作成的不同需求的創意「虎爺香包」；更有獲得 2007 OTOP 設計大賞的「新港馨香燈」，是利用燈光溫度，將香的原料「香腳」加上精油而散發出香味的創意商品。

創意產品，如薰香或造型香，或虎爺香。新港奉天宮裡較獨特的是虎爺，別處的虎爺都在桌下供奉，那為何新港的虎爺是在桌上供奉？這就是其獨特性、唯一性。所以從這裡來思考，來設計產品，來動腦筋，所謂的「虎爺香」。在虎爺香裡就設計了八種產品，不一樣的八種祈求目的，這就是創意。將虎爺故事加上創意，就變成文化創意。(A-3-3-2)

香精精油是做香的原料，獨立從香精精油開發精油類的產品、手工香皂產品。香馨類宗草藥，是製香材料，可以開發成香包，製作成創意香包，這就是新的產品。檀香、沉香，這就是利用產業文化、歷史文化來開發新的產品，這就是文化創意產業！譬如說…從「香腳」到製作成「馨香燈」，利用香的原料來研發，香腳

上加上精油，燈光的溫度把香味散發出來，這就是叫新港馨香燈。這也是文化創意產業。(A-3-3-3)

表 4-2 文化創意元素商品來源與運用

文化創意商品名稱	創意來源與運用
虎爺香	從獨特的虎爺供奉文化中設計
虎爺香包、平安香餅	從香馨類宗草藥的製香材料中開發
精油產品、手工香皂	從製香材料中開發
新港馨香燈	香腳加上精油，利用燈光溫度散發香味。

4.1.4 新的經營模式開發

香藝文化園區經營者於 2004 年因有感於傳統產業及香藝文化的凋零，也為了更進一步傳承與發揚製香的技藝與文化，便全家族著手打造全國唯一的「新港香藝文化園區」。

香藝文化園區占地一公頃，包含「新港香藝文化館」與「香料香草休閒園區」兩大部分，其中香料香草休閒園區包含香料香草植物生態區、八卦祈福香圃、製香功坊、體驗館、新港農特產品展售區、庭園餐廳以及民宿；香藝文化館包含「文化香」、「生活香」、「藝品香」、「原味香」、「情境香」以及「製香迴廊」六大展示區，介紹香的起源、製香原料、製香過程以及關於香的種種禮俗。目前整個園區編制約有五、六十人，創立者為陳文忠先生，並與二哥陳文竹先生、三哥陳文乾先生共同經營。

目前編制大概有五、六十多人，包括香藝文化館、民宿、餐廳，還有兩個弟弟在幫忙。(A-4-1-1)

文化園區目前營運狀況持續成長，每個月平均約有三萬名遊客，遊客客群平時以遊覽車團客居多，企業觀摩參訪、公司行號旅遊、宗教社團旅遊或學校團體參觀皆有；而暑假的農曆七月，對園區而言算是小月，是以私人旅行或家族旅行的散客為主。

營運現況目前都沒問題，都有盈餘，之前投資回收沒那麼快，有慢慢在回收，

有一直再持續成長，每個月有三萬名的遊客，會有大小月，像七月份老人比較有禁忌不出去玩，現在是最小月，不過七月份散客較多，因為暑假。(A-4-1-2)

經營者自新興製香廠的時代開始，主力以供應經銷中盤商及一般金香舖門市為主，近年來，陸續擴展企業品牌的零售通路，並透過媒體、網路行銷，以產銷直營的方式，直接接觸消費者瞭解其需求，給予消費者最直接的服務，跳脫傳統金香舖的銷售模式。

傳統香業透過盤商、香舖店去賣，就是當老闆的要跑客戶，就是傳統行銷；現在轉型以後，行銷方式就是媒體、網路，較不一樣，現在就是打品牌。(A-4-2)

在地方文化館經營上，當文化館的展覽或藝文活動吸引了觀光客願意到此一遊，周邊的餐飲、交通、旅館業便都能一起發展，帶來充分就業，促使地方經濟繁榮。所以，地方文化館便需要與周邊的產業形成異業結盟整體行銷（蔣玉嬋，2006）。

新港文教基金會在 2003 年向經濟部中小企業處申請「新港社區產業自主輔導計畫」，並協助成立「新港文化休閒產業發展協會」，成員包括製香業、糖果業、交趾陶、手工藝、農產品、民宿、休閒園區、傳統醬油等，涵蓋了各行各業，讓這些產業能夠策略聯盟，並有自主發展的機會。而香藝文化園區是輔導計畫中營建規模最大的產業點，園區經營者本身亦是文化休閒產業發展協會的理事長，不但協助地方產業成立相關發展協會，也申請相關社區總體營造經費，對於推動整個新港鄉的文化休閒產業不遺餘力。

異業結盟像阪陶窯、頂菜園，現在有的創意草地市集，新港文化館也都有。其實，新港的一些文化休閒產業本來就是我推動的，包括板陶窯、頂菜園，所以板陶窯、交趾陶發展協會也是我幫他們成立的，光去年就幫他們申請了好幾千萬給他們做社區總體營造。(A-4-3)

香藝文化園區的產品是以香品銷售為大宗，製香師傅自然是佔了極重要的地位，而傳統香業沒落原因之一是製香師傅技術、人才傳承問題，所以經營者認為在製香師傅的傳承上，需開設相關學習課程及專業技術訓練，希望能有新一代的人才加入。

要開課，看有沒有要學習，像我們有跟人間福報一起辦的活動，開了兩堂課，是關於香的一些概念的課程。(A-4-4-1)

製香是一項傳統產業，製香過程繁複，製香師傅工作辛苦，以致於年輕一代沒人願意學習，所以臺灣製香產業遇到嚴重的「斷層」現象，香藝經營者希望能打出『MIT』臺灣製造的品牌，獲得其他亞洲國家的認定，這樣臺灣的香產業才能永續發展。

香產業是一個傳統產業，做香的師傅很辛苦，現在是一個斷層；我想要辦一個臺灣香「精品獎」的活動，另外加上『MIT』臺灣製造—讓臺灣的香品，我們好的香在臺灣繼續經營，讓其他國家像東南亞、中國大陸、日本他們會認定我們臺灣的香是好香。如果可以把『MIT』的品牌打出來，那臺灣的香產業才可以永續發展。(A-4-4-2)

經營者認為影響香藝文化園區經營的最主要因素是行銷，因園區設立於香客到新港奉天宮的必經之路，處地利之便，加上在官方網站，勞委會、文建會網站也有相關的文化館宣傳，而報章雜誌、新聞媒體等的採訪更顯現其功效。經營者更希望傳統香業能透過文化扎根方式，能更有內涵，能更吸引遊客。

其實最主要是自己的管理行銷，管理行銷如果做好，就沒什麼影響。而產業文化化，文化產業化也是一個方式，譬如用文化扎根以後，讓傳統香業以文化扎根後能更有內涵，更吸引一些遊客到園區來。(A-4-5)

經營者希望香藝文化園區的未來發展，能在「在地性、產業性、文化性、知識性、教育性」的五個方向目標中，變成一個教育園區。

文化園區之前是把產業文化化，再來就是把文化再產業化，讓這個園區就在我們的五個方向目標裡面—「在地性、產業性、文化性、知識性、教育性」，可以變成一個教育園區。(A-4-6)

文建會補助直轄市及縣市政府推動「地方文化館計畫」作業要點裡，將地方文化館的經營背景分為以下三種：第一種是公部門進行營運的公辦公營方式，第二種是民間團體進行營運的民辦民營方式，第三種是以 BOT 方式委託民間團體經營管理的公辦民營方式。經營者則認為地方文化館可簡單的區分為公部門館和產

業館：產業館的經營方式，以展現產業特色為主，透過用心行銷，產生附加價值獲得經濟效益，達到產業的永續經營。

經營者認為以公部門設立的地方文化館而言，縣級以上規模較大者，參觀人數自然較多，但有不少公部門的館，可能因政府決策不當、預估使用率過於樂觀、規畫設計不當或不符合民眾使用需求、設施地處偏僻等因素導致「閒置公共建設」而形成所謂的「蚊子館」，也就失去效益。

在地方文化館中，可分為產業館或者是公部門的館，而我是覺得產業文化館較有活力，其他公部門所設的館，也都比較會變成蚊子館，所以在地方文化館的經營上面還是要有經濟效益，那才可以永續經營。(A-5-1)

有些館是公部門設立的，可能沒什麼效益，在台灣像比較大的縣政府設立的館，會比較有人參觀，但是在鄉鎮的館，一定要非常用心的去行銷，做特色展現，要不然的話，沒有經濟效益，沒有附加價值的話，可能到最後沒有中央補助的話，這個館就沒辦法經營。(A-5-2)

4.2 公部門相關訪談資料分析

地方文化館是行政院文建會於民國 91 年推出的地方文化發展政策，主要目的在於運用地方既有的閒置空間，轉換為文化空間，「一方面提供居民文化公民權之所需，凝聚居民認同，另一方面則成為地方文化觀光的資源，帶動社區發展。」

97 年開始，文建會推出地方文化館第二個六年計畫，名稱為「磐石行動—地方文化館第二期計畫」。整體而言，「磐石行動」以另一個六年時間延續了文建會在地方文化館及社區總體營造兩方面的政策推動，一方面繼續支持台灣各地地方文化館的發展之外，另一方面也有些改變。主要的改變可以從計畫的補助類別看出。第二期計畫提供兩類補助，第一類補助對象為重點館舍，第二類補助對象為文化生活圈。透過第一類補助所謂的「重點館舍」，限定補助各縣市至多五個館，藉此讓各地從既有的地方文化館中進一步區分出「重點館」，有清楚的「擇而補助」的意味；透過第二類補助，推動地方文化館向外開展、串連整合，引發了由單點

到多點（構成線或面）的發展。

本節透過兩位公部門的訪談資料整理與分析，了解在縣政府與鄉鎮公所兩方面對地方文化館設置的看法：

4.2.1 公部門對地方文化館的管理及監督

在地方文化館計劃上明白表示目的：在透過各地文化局對於地方上文化生態作整體性的考量與規劃，扶植具有創意、特色的館；結合各級政府與民間團體推動地方文化館的經營管理、推展鄉土文史與藝文活動結合地方文化特色與觀光旅遊。在館舍地點的選擇上，也以閒置空間再利用為主，對現有及閒置空間做修繕、整理與美化，將現有及閒置建築物整修做為地方文化館，並蒐集整合當地現有歷史、文化、藝術、觀光、生態資源，以充分發揚地方文化特色。

嘉義縣政府以最在地的文化據點，從文建會規劃到縣政府落實與執行地方文化館計劃著手，為各鄉鎮原本隱藏的文化，找到據點。

「最早以前有做嘉義縣各個鄉鎮的閒置空間再利用的調查，所以說一開始的管理方式，就是先把閒置空間找出來，再去看各鄉鎮有沒有什麼特色，想要在地方做保存的，所以有館舍會用展示的方式來呈現，像有些鄉鎮可能很偏遠，但他會用保留當地特色的一些東西，有些會用展示，有些會用生態方式，基本上就是能夠保存地方既有的產業特色或是文化藝術為原則。」(B-1-1-1)

地方政府執行地方文化館計畫時，主要有兩項機制，其一是審查，其次為輔導。審查機制是指縣市政府對於提案館舍，進行初步的評估及審核，通常除了計畫書面審查及各館舍簡報外，也會依狀況至館舍查驗及勘查各項硬體設備，主要是以硬體設施的合格與否為關鍵。

公部門的立場，我們一直強調應該是要輔導民間，它才能夠更獨立更完整，現在很多都是產官學的方式來做，我們能協助他們申請館舍類別，要做文化館，第一個產權要清楚，所有權人也是要清楚，如果是公家的地，公家提供出來做，要經過建築物安全、消防安檢，因為文化館就是要對民眾開放，還有消防人員的管理與維護。既然是個館，就會有管理要點、管理辦法，那些都是需要的。(B-1-1-2)

在嘉義縣的地方文化館裡，館舍先找到本身蘊含的歷史深度、能量厚度，然後邀集周邊民眾、產業、社團、單位、政府一起推動文化館的未來。文化處為輔導地方文化館，成立「諸羅學堂」的組織，每隔一段時間，會不定期舉辦相關性課程邀請這群文化館的負責人參加，也有館際之間的互評互訪活動，做觀摩及學習交流。在文化處的協助下，不斷提升館舍的視野和專業執行能力，朝向永續經營的道路前進。

我們縣政府有輔導平臺的機制，我們有輔導團，就是類似人家講的文化館家族，我們固定每一個月都會聚一次，每個館舍討論它營運的方法，或遭遇到什麼困難該如何解決，大家可以互相幫忙。我們會不斷的給各個館舍：你要如何辦活動、你要如何策劃或執行。如要提案子，也會有個別的輔導。我們這名稱是「諸羅學堂」，我們每次都會有主席，每次每個人都有當主席的機會，我們都會上這些課程，讓他們了解在執行文化館的過程當中，你要怎麼樣去增加你的電力。

(B-1-1-4)

以現階段的地方文化館相關政策來看，其實並未有明確的監督或評鑑機制，但透過各縣市政府的輔導後，對地方文化館是有些期許的；以嘉義縣文化處來說是希望香藝文化園區能保有文化藝術的層面，而不要走向太商業化，失去文化本身的內涵，不過又必須考量園區本身的人事、營運開銷，所以文化處盡量能在推廣與典藏策展方面給予協助輔導。

我們會去監督：你做這文化園區，如何能夠在這香藝的文化藝術裡面不要太商業化，能夠保有不要太商業的層面，我們希望是這樣，但也是要考慮到他們也要做生意，他們員工已經蠻多了，他們自己投資已經一億多了，事實上我們補助沒那麼多，他是希望在這個路程當中，能夠受到公部門的輔導，讓他不要走偏掉。我們能協助他的地方，譬如說有一些典藏策展，或是一些推廣，我們能夠做些指導。我們大部份讓他們自己做，一定要自己做，才能找到原因，如果是我們做，那他們永遠就沒有成長，基本上我們公部門的立場是這樣。(B-1-1-3)

在鄉公所方面，對地方文化館的設置是樂觀其成的態度，但因地方文化館的指導單位是文建會與縣政府文化處，加上文化館設置可能牽涉到的公共空間使用

上的問題，所以鄉公所基本上對地方文化館是無監督與管理的約束力量。

地方文化館的指導單位是文建會，所以我們對他其實是樂觀其成，看他是否需要地方政府配合、及協助的，我們可以幫忙他們，如果是關於營業部分，也是縣政府處理，因為牽涉到公共使用空間，所以我們公所這邊與他們可說是沒有很直接的關係，也沒什麼監督的力量，管理也沒有，沒有公部門的約束力，不過，我們對他們是有期待的。(C-1-1)

4.2.2 地方文化館設置與經營對地方的影響

新港是一個典型的農業鄉鎮，鄉民一半以上以務農為主，近年來政府積極推展精緻農業，有些農民轉型種植網室或溫室花朵與蔬菜，經濟上也稍獲改善，除農產品之外，新港還有多項遠近馳名的產品：世界水準的交趾陶藝創作；曾是日據時代天皇貢品的新港餡；大樹下阿欽伯粉圓冰、鴨肉羹、蒸餃等地方小吃；以上資產若能透過公部門專業輔導力量，並結合鄉內古蹟、休閒園區、工藝美術工作室等較有知名度館舍，必可吸引更多的參觀人潮。

推動地方文化產業，尤其像新港這地方，完全是以農業維生，那現在所有行業裡，最辛苦的就是做實人，所以，以我的看法，在推動文化休閒產業這條路上，地方政府也是有責任的，變成地方專營、吸引來此觀光遊玩的地方，無論文化館也好、或是任何一項文化休閒產業來說，都是一個吸引人之處。(C-2-1-1)

當知名度高的地方文化館展覽或藝文活動吸引了觀光客願意到此一遊，周邊的餐飲、交通、旅館業便都能一起發展，並帶來充分就業，改善過去農業時代的艱苦生活，讓地方產業轉型，同時文化氛圍也提昇地方形象，促使地方經濟繁榮。

希望像他們這樣比較大的文化館或文化休閒產業，有辦法可以打出他們的知名度，可以帶動一些週邊的產業，是一個帶動地方、改善地方像過去農業那樣艱苦的生活情形，換一個經營地方的方式，讓地方轉型，他們是扮演一個很重要的角色。(C-2-1-2)

地方文化館整合當地現有歷史、文化、藝術、觀光、生態資源，以充分發揚地方文化特色，做為地方文化展示的場所。新港鄉每年吸引百萬以上香客的進香

之旅實為地方最大特色之一，以文化創意理念發展與宗教信仰相關的館舍，譬如從寺廟剪黏延伸出來的工藝園區和從拜拜用香轉型的香藝文化園區，正是能充分表現出當地的特色文化。

以新港來講，看到交趾陶或是香，我們會希望說它能夠轉換成什麼樣的東西是有文化創意價值的！（B-2-1）

4.2.3 地方文化館經營的未來運作模式

依地方文化館的經營背景可分為公辦公營、民辦民營和公辦民營三種方式；在新港鄉現階段有營運館舍有：古笨港陶華園、板陶窯、頂菜園鄉土館、新港文化館 25 號倉庫與香藝文化園區等，這幾個館皆屬於民間私人成立的館舍，各具其文化特色，館舍營運狀況大致也都還不錯。

其實新港民間的活絡比公部門還厲害，如果在嘉義的各個鄉鎮都能像新港這樣，站在公部門立場只要輕輕的協助就好。（B-3-1-1）

目前新港大部分有營業的都是民營的，他們很好是他們有能力，再加上他們跟地方上也配合得很好，他們都有意願。（C-3-1-1）

地方文化館陳列展示著地方特色文物，成為地方文化訊息的發送管道，提供居民及外來遊客了解地方的歷史文物及風土人情，居民由自我文化的認知，產生認同與驕傲。但以嘉義縣來說，鄉鎮落差很大，居民素養更顯得重要，對於地方文化館的認同與否，會牽動整個館的營運情形。

有些鄉鎮落差太大，我覺得居民的素養很重要，居民懂得做這件事，只要能很懂得溝通就 OK！（B-3-1-2）

新港鄉產業結構是以農牧業為主，地方上因公有地有限、財政困難，也無法有再利用的空間；公部門認為鄉內的文化館多能配合地方，民間館自己經營也較容易生存，公部門的立場是幫助文化館行銷，打開其知名度，吸引更多的觀光客，以促進地方經濟的發展。

以新港的條件，目前沒有公有地，要來做什麼利用也都不太可能，再來就是地方的財政，以鄉鎮來說，也是都很困難，所以我覺得只要他們有心，他們反而

可以配合地方，那我們可以給他們鼓勵，這對地方也很好。所以，是他們自己做的比較好。我的看法，是經營方面靠他們自己，但是站在公部門的立場，怎樣幫助他們行銷，打開他們的知名度，這應該是我們公部門該做的。(C-3-1-2)

地方文化館第二期計畫提出了文化生活圈的發展概念，在 98 年 9 月修正的「行政院文化建設委員會地方文化館第二期計畫補助作業要點修正規定」中，關於第二類「文化生活圈整合計畫」的補助，強調其目標在於「建立縣市文化生活圈，輔以改善及整合區域內之文化據點及資源，以滿足各文化生活圈中居民便利取得與平等享受文化資源之需求，以提昇整體文化品質及呈現多元地域(社群)特色。」從地方文化館單點的經營到文化生活圈的區域經營，其跨步向前的企圖可說是值得肯定的。

新港鄉的地方文化館：古笨港陶華園、板陶窯、頂菜園鄉土館、新港文化館 25 號倉庫與香藝文化園區，這其中以陶華園、板陶窯和香藝這三個園區較富盛名、遊客也較多，受訪者認為可以由這些遊玩性較強的園區，來規劃、帶動週邊產業，而在這些較有規模、營運狀況良好的園區週邊，也可以再繼續發展較小規模的，形成策略聯盟，讓遊客來到新港，做一趟兩日遊、三日遊的旅行，延長遊客在新港停留時間，促進消費。

以地方的角度來看，應該要做的是要怎樣再去密切聯合，要怎樣從一個點有更好的提供，像板陶窯週六、週日遊客很多，那要怎樣去發展週邊或去配套，地方上如果說可以規劃、去帶動，這是相輔相成的。如果可以遊玩性質較強的為中心，其他欠缺的包含吃、住可帶動起來，形成像是母雞帶小雞的角色。(C-4-1-1)

較有規模的，可以有策略聯盟，順便也可以有母雞帶小雞的效果，在周邊、甚至是經過路線的產品可以發展些較小的規模的，我是覺得他們未來要走的應該是這樣的。(C-4-1-3)

文建會為輔導地方文化館，結合各種單位的資源來整合推動，包括建築空間整修改善、消防、電力系統改善、館藏相關設備充實、館舍周邊環境美化、館藏內容研究、整理、展示、充實、推廣、藝文活動推展、永續經營管理機制建立等輔導工作。要推動地方文化館，各種單位資源是需確實整合，文化館營運掌握在

於各館舍經營者，而在地方上的公部門方面，可協助館舍周邊環境的美化工作，讓遊客留下深刻印象，也願意再來參觀。

在公部門，以我的目標來說，我是注重環境整理，綠化方面要做好，讓人來這不會感覺緊張，算是分工，他們做遊玩部份，我們公的做精神面，我們要做到環境上，讓人家覺得來這走走，會感到舒服。(C-4-1-2)

地方文化館第二期計畫是以彰顯地方文化特色為主，藉由在地居民的共同參與，透過社區營造推動，串連不同類型地方文化空間策略聯盟，將各區域的館舍文化據點，統合為全面性地方文化版圖，形塑成「文化生活圈」。地方文化館政策為社區總體營造的延續，自然需與社區地方文化做好連結與回饋，加強與社區居民互動，養成居民主動參與，使文化活動與文化據點成長。

地方文化館是文建會的政策，它是社區總體營造下的子計畫，其實文化館是館舍經營，但它還是要跟社區地方文化連結。在社區裡要怎樣去回饋社區這是很重要的。(B-4-1-1)

地方文化館第二期計畫時程為 97 年至 105 年，嘉義縣政府文化處現階段是持續開授相關專業課程，亦協助申請資源補助，是以輔導的立場來幫助地方文化館，不過礙於計劃時程即將結束，縣政府文化處希望地方文化館能獨立自主、長久的永續經營。

這計劃到一百零二年就沒有了，所以有時候我會很著急：你們要趕快獨立！不要說這個資源沒了，大家就不做了，就瓦解了。(B-4-1-2)

4.3 地方文化工作者訪談資料分析

本研究透過兩位長期在地的文化工作者對新港香藝文化園區設置對地方文化保存及地方產業互動的看法，予以整理與分析：

4.3.1 香藝文化園區設置對地方文化保存的意義和價值

新港鄉產業結構長期以來係以農牧業為主，而現階段國內經濟情勢多變，傳統農業確實有經營上之困難，故需要轉型以維繫產業經營。產業轉型成功可提高產業本身價值，亦可增加就業人口，促進經濟發展，香藝文化園區為新港鄉產業轉型成功的案例之一。

根據受訪者 D：「依我的看法，它的重要在於它的產業轉型，有些產業是原始產業，它需要轉型，兩個典型的例子：像香藝，本來純粹是供應廟裡拜拜的香，像交趾陶，純粹是廟尪仔，它捏的東西是放在廟裡的，是裝飾品，那我們是希望說，這些產業能夠藉轉型，轉型就是提高它的產業價值，所以這兩個例子是說轉型比較成功的例子。」(D-1-1)

新港香藝文化園區是全臺第一座以「香」為主題的產業文化館，展覽內容從傳統文化出發，並與當地宗教信仰文化結合，朝五個方向目標「在地性、產業性、文化性、知識性、教育性」而努力。

根據受訪者 E：「這是臺灣第一個香藝文化館，很重要的是香藝文化館的發展是跟我們宗教文化息息相關，那我們希望從傳統文化裡，特別這是潮民信仰佔臺灣很大的主流，賦予它在地的意義。我們希望它有知識性、有教育性、有文化性、有在地性。」(E-1-1-1)

香藝文化館的展示從九天玄女的宗教信仰，到故宮清明上河圖的歷史文物，呈現「香」本身富有知識性與教育性的內涵。新港奉天宮的虎爺信仰，更有著屬於自己獨特的在地文化特色，這些元素都是從文化創意產業的角度思考的。

根據受訪者 E：「九天玄女的故事—那是製香的守護神，從這角度切入，從故宮的清明上河圖切入，這裡面我們希望建立它的知識性。知識性本身就是教育性，也就是說不只是從宗教信仰的一個儀式，而是從儀式慢慢擴大到它的知識性、它的教育性。新港奉天宮裡供奉的不只是開臺媽祖，還有一個很重要的，臺灣很多廟沒有的虎爺文化，這些都是我們當時在思考，因為這些元素我們後面都可以把它轉換，轉換成有在地特色，是用一個地方特色產業、文化創意產業的角度來思考的。」(E-1-1-2)

根據受訪者 F：「這個館讓新港有更多的多元內涵，創造產業的價值，也變成新港一個在地的特色，而且是從新港傳統出發的。它的意義不只是創造產業的內容、產業的價值，另外一個意義：我們找到一個讓新港的開臺媽祖信仰文化，呈現多方豐富的內涵。」(E-1-1-3)

新港香藝文化園區從傳統產業轉型，創造出「香」產業的價值，讓新港的開臺媽祖新仰文化呈現更多元的內涵，也變成新港的一個獨特的在地特色文化。

茲將受訪者對「新港香藝文化園區設置對地方文化的意義和價值」看法整理如下：

表 4-3 香藝文化園區設置對地方文化的意義和價值

題 項	看 法
文化保存意義	1.創造、提高「香」產業的價值。 2.讓新港的開臺媽祖信仰文化呈現更多元的內涵。
文化保存價值	1.是全臺第一座以「香」為主題的產業文化館。 2.具有「在地性、產業性、文化性、知識性、教育性」。

4.3.2 香藝文化園區設置對地方文化保存的使命和角色

根據受訪者 D：「南部的香，最重要面臨的問題就是人口老化。因為在香裡，它沒有就業機會，所以中間這一層勞動人口通通往都市集中，我們希望能藉由提升產業、產業的轉型，轉型需要更多的人力，如果成功的話，能充斥就業人口，而且是比較需要青壯年的就業人口。這樣，一方面可以改善新港的經濟，一方面也可以改善人口結構，這對新港來講，非常重要！」(D-1-2)

新港是以務農為主的典型農村社會，傳統產業工作辛苦、謀生不易，青壯年勞動人口外移導致人口老化，而經產業轉型成功後所需的人力，可為地方帶來就業機會，並改善新港經濟狀況與產業結構。

根據受訪者 E：「談到使命和角色，我覺得很重要的是它要領導。因為開臺媽祖這樣的百年老店重新再開張，把香的文化在這裡保存，透過重新的包裝行銷，希望可以創造就業的機會。一方面保存傳統文化，一方面創造出新的文化內涵，

然後來解決嘉義縣產業不發達的困境，用這些方法，希望到新港來拜拜的香客，可以延長停留在新港的時間，最重要的可以增加消費，所以產業的內涵可以更豐富、產業的價值可以提高。所以它的使命和角色是一方面保存傳統，一方面從文化創意產業的角度來創造新的產業就業的可能。」(E-1-2)

新港香藝文化園區從傳統香業出發，成功轉型為文化園區的經營模式，不但保存了傳統文化，提高了產業本身價值，更是創造出新的文化內涵。

4.3.3 香藝文化園區設置對居民地方文化認同的影響

新港香藝文化園區展示香的歷史及製造過程，增加居民對本身地方產業的認知，透過與嘉義大學產學合作，以科學方法檢驗與分析民間拜拜用香，研發健康安心的香品，讓消費者在祭祀上用的更健康、更安心。

根據受訪者 D：「香這個東西是跟我們日常生活是息息相關的，但很多人可能是不瞭解它的歷史，或者是它的製造過程，那其實它對整個鄉民對香的認知是個非常好的地方。我們希望他有使命感，希望它發展出來的香，對拜拜文化有些幫忙，至少它是安全的，對整個環境的污染是零，對人體是沒有壞處的。我知道他們有跟嘉義大學在合作研究安全的香，但還沒走到認證這條路，怎麼樣去找到一個可靠的、有公信力的機關，發展出一個認證制度。在發展產業的過程裡頭，要去兼顧到環境永續發展，還有對環保、對個人健康的一個需求，我覺得這很重要！」(D-1-3)

地方文化產業根源於地方，是一特定領域空間中的地方社群居民共同擁有的生活方式、民間習俗、歷史文化，它具有深層的文化根源，是一種生活方式，也是一種歷史文化記憶（楊敏芝，2002）。

根據受訪者 E：「這個園區是從新港出發，對新港人來說，除了可以在這得到工作機會之外，有著更豐富、更獨特、更在地性的內涵，他的影響是可以發揮統合的價值。我們當時提出一個叫做「新港品牌」，文化創意最重要就是體驗的感受和內涵，透過園區保存了很多寺廟宗教信仰的文化內涵，這是要到新港才能感受到，而且這些獨特價值，是不被複製的。」(E-1-3)

茲將受訪者對「香藝文化園區對地方文化認同的影響」看法整理如下：

表 4-4 香藝文化園區對地方文化認同的影響

項目	看法
增進對香的認知	對整個鄉民對香的認知是個非常好的地方。
發揮統合價值	有著更豐富、更獨特、更在地性的內涵。
建立「新港品牌」	體驗感受與內涵，要到新港才能感受，且是不被複製的。

4.3.4 香藝文化園區與地方上產業互動和異業結盟機制

「新港文化休閒產業協會」成立於民國 93 年 12 月 06 日，在理事長陳文忠先生及協會夥伴的努立下，含括新港地區特產、傳統工藝、鄉土文化、民宿等產業點，希望藉此來帶動發展新港的文化、休閒及產業，創造不同的城鄉新風貌。

「新港魅力商圈」是新港鄉中山路、新民路、登雲路上一些熱心的店家人士爲了發展新港商圈，促進地方繁榮，邀集了地方人士共同組成新港鄉魅力商圈促進會，配合商業司委託的輔導團隊共同推動新港商圈營造事務。

根據受訪者 D：「文化園區本來就是文化休閒產業的一環，任何事業都應該是一個聯盟的關係，一個生活圈的想法，等於是說他今天來新港，不只有參觀香藝文化園區，希望他還可以去新港奉天宮拜拜、參觀新港的景點，看新港餡、看手工香油、看鐵路公園、到頂菜園庄、到交趾陶博物館、到復興鐵橋；任何產業都不應該單打獨鬥，而是成一個聯盟、整體的概念。」(D-2-1-1)

根據受訪者 E：「新港裡面有很多具體的內涵，包括香藝、包括奉天宮的宗教信仰、包括板陶窯，它是交趾跟剪黏的館，還有很多農特產品、小吃，把它整合起來，我們叫「地方特色產業」。這個品牌叫新港的品牌。跟地方最大互動關係有兩個…一個是「文化休閒產業協會」，另外一個叫「魅力商圈」。這兩個團體最重要的就是要來行銷新港這個品牌，這個品牌最重要的就是希望創造它的在地特色、它的獨特性。這是你一定要到新港來才可以買到，這些有它的豐富多元，可以延長這些香客到新港停留的時間。」(E-2-1)

透過「文化休閒產業協會」和「魅力商圈」兩個組織，形成一個聯盟、整體

的關係，亦是一種生活圈的概念，從歷史古蹟、傳統工藝、鄉土文化、地區特產小吃等具在地性、獨特性的文化聯結，創造所謂的「新港品牌」，延長遊客到新港停留的時間，增加遊客對地方產業消費。

推動地方文化產業需凝聚共識，結合團體力量做整體的宣傳與行銷工作，若能有鄉公所這公部門力量予以協助，統整鄉內文化休閒產業，應更能促進新港鄉的產業發展。

根據受訪者 D：「新港是要用團體的力量，一個聯盟、一個組織的力量去推這個文化休閒產業，而不是單打獨鬥。目前為止是沒有整體的行銷，所以將來鄉公所可能會扮演這樣的角色，去統整這些文化休閒產業，然後做一個整體的宣傳跟行銷的工作，這樣的力量比較大，而且對新港的發展也會比較好一點。」(D-2-1-2)

根據受訪者 E：「『文化休閒產業協會』跟『魅力商圈』兩個是我們的異業結盟：這個理念是來豐富新港的內容，讓新港不是只有奉天宮拜拜而已，宗教信仰方面還有虎爺的文化，甚至還有保生大帝的文化，各式各樣的文化都在這裡。宗教信仰之外，又很多地方的特產：香藝、交趾、剪黏、醬油，甚至有火雞文化，還有很多小吃：鴨肉羹、粉圓…這些我們全部都把它整合起來。」(E-2-2)

茲將受訪者對「香藝文化園區與地方上產業互動和異業結盟機制」兩題項看法整理如下：

表 4-5 香藝文化園區與地方上產業互動和異業結盟機制

項目	看法
互動關係	<ol style="list-style-type: none"> 1. 是一個聯盟的關係，一個生活圈的想法。 2. 包括香藝、奉天宮宗教信仰、板陶窯、農特產品、小吃，整合起來叫「地方特色產業」。 3. 新港品牌是希望創造在地特色與獨特性。
異業結盟機制	<ol style="list-style-type: none"> 1. 『文化休閒產業協會』跟『魅力商圈』兩個異業結盟組織。 2. 整合宗教信仰文化、地方文化、特產小吃。

4.3.5 提昇香藝文化園區活動推廣因素

根據受訪者 D：「以目前為止，還是以個別的点、個別行銷為主，我覺得香藝文化園區在這些點裡頭，他的行銷策略應該算是最靈活的，而且是比較多樣性的宣傳方式，網站、旅遊系統不管是政府官方的資料裡頭、私人旅行社的系統，我看他做得好像蠻不錯的。很多產業就是一定要靠行銷，但是內容很重要，要充實內容，本身也要有賣點。」(D-2-3-1)

根據受訪者 E：「整體來講，也許將來我們做整體行銷的時候，能夠增加跟其他文化休閒產業之間的合作，目前來講，各自發展，但是統合沒有，將來新港希望能走向比較統合的路，大家能夠彼此拉拔，目前是單打獨鬥，希望將來可以整體戰鬥。這個要公部門有心出來帶，會比較好一點。」(D-2-3-2)

根據受訪者 E：「就是創造就業機會，一方面創造就業機會，產業的價值，其實更重要是在地的認同，其實現在的文化慢慢走向公民品牌，就是它可以創造公共的利益出來，而不是只有自己的利益而已。公共利益如果能越來越多，這個品牌會越受肯定。所謂的地方特色產業，我把它簡稱社區產業，它有相當多的公益性在裡面，有相當多的在地考量，有相當多不只是賺錢因素而已，還有提昇我們對這土地的認同，也同時做一些照顧在地弱勢團體的功效，所以我們把它叫公民品牌內涵，這個品牌內涵有人的因素、有在地的因素，有土地認同的因素在裡面。」(E-2-3)

茲將受訪者對「提昇香藝文化園區活動推廣因素」看法整理如下：

表 4-6 提昇香藝文化園區活動推廣因素

項目	看法
行銷策略	1.多樣性的宣傳方式，網站、旅遊系統、政府官方資料、私人旅行社系統。 2.做整體行銷的時候，能夠增加跟其他文化休閒產業之間的合作。
在地認同	創造就業機會，產業的價值，在地的認同。
公民品牌	創造公共的利益出來，公共利益如果能越來越多，這個品牌會越受肯定。

4.3.6 對香藝文化園區的其他建議或意見

根據受訪者 D：「以目前來講，不管是在行銷、在整體的園區設置方面，都已經達到一定的水準了。所以，我可能對他一個比較深的期許就是，他對香的安全認證。如果他能做出一套讓人家很信任的制度出來，其實這不只有對他生意有幫忙，這對我們整體宗教信仰、整體燒香拜拜觀念幫忙很大。保護環境絕對是一個趨勢，不管做任何事情、任何行業，如果沒有考慮到環保這個現象，將來會有很多困難存在。對香業來講，這是個很關鍵性的因素，所以將來的安全認證一定要開始進行。」(D-2-4)

根據受訪者 E：「我覺得最重要還是不斷的創新，多重的行銷，更細緻來整合在地的因素，發現更多的內涵。產品可以很多樣，要不斷來做，不斷產品的內容、不斷產品的形式，在不同的領域。文化創意產業是一活水，可以在不同的環境、不同的場所表現出特色，這是重要的，如果沒有這樣就失去它的活力。文化創意產業屬於三級產業，要異業整合，要有附加價值出來，最重要就是要有文化的內涵、社會的認同。」(E-2-4)

茲將受訪者「對香藝文化園區的其他建議或意見」整理如下：

表 4-7 對香藝文化園區的其他建議或意見

項目	看法
對香的安全認證	保護環境是一個趨勢，安全認證一定要開始進行。
產品要創新多樣	產品可以很多樣，要不斷來做，不斷產品的內容、不斷產品的形式，在不同的領域。
多重行銷、整合	多重的行銷，更細緻來整合在地的因素，發現更多的內涵。

4.4 問卷結果分析與整理

4.4.1 基本資料問卷分析

問卷的第一部分為基本資料，為瞭解參觀遊客的性別、年齡、教育程度、職業和居住地的資料，與參觀文化園區的關連性，以下依題項內容，逐項做問卷統計結果分析：

一、參觀遊客性別比例分析

題項 1 為參觀遊客的性別，男生佔 37.1%，女生佔 62.9%，從問卷結果顯示，這樣屬於較有文化知性與地方特色的文化園區，女生的參觀意願顯然是高於男性（圖 4-1）。

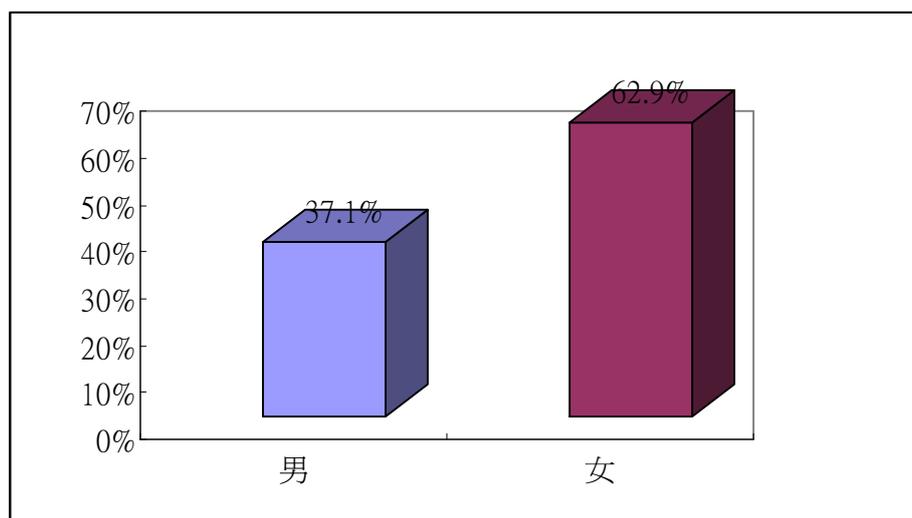


圖 4-1 參觀遊客性別百分比比例圖

二、參觀遊客年齡比例分析

題項 2 為參觀遊客年齡，20~29 歲佔 33.5%，30~39 歲佔 30.6%，這階段的比例總和為 64.1%，而 50~59 歲佔 10.0%，60 歲已上佔 2.9%，這階段總和佔 12.9%，從問卷結果顯示，中層年齡的遊客明顯較多，代表著香藝文化園區這樣較屬傳統的文化，已跳脫傳統，不再只是老一輩才會有興趣的，而是有其創新的文化特色，才可以吸引新一代的年輕人來參觀（圖 4-2）。

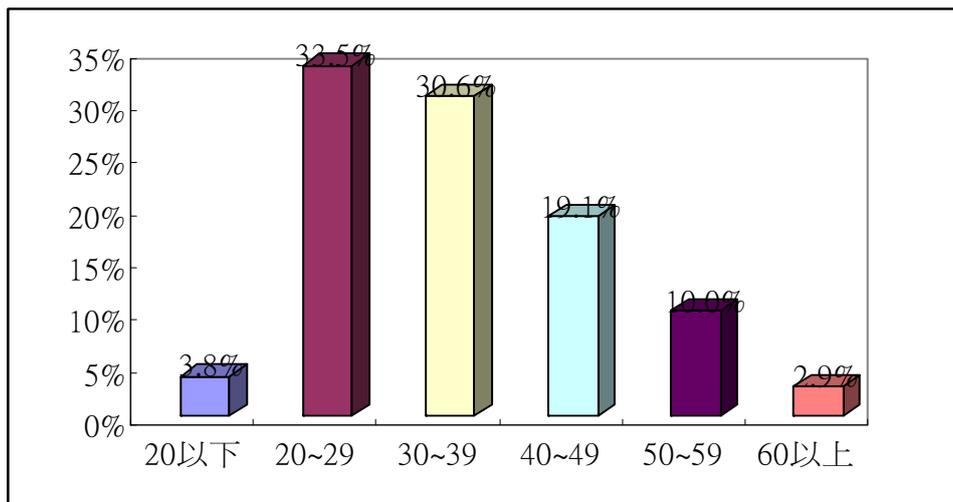


圖 4-2 參觀遊客年齡百分比比例圖

三、參觀遊客教育程度比例分析

題項 3 為參觀遊客教育程度，高中(職)佔 21.3%，專科大學佔 57.5%，研究所以上佔 17.9%，從問卷結果顯示，參觀遊客有一定的教育程度，也代表著遊客的文化水準特質有一定的程度以上（圖 4-3）。

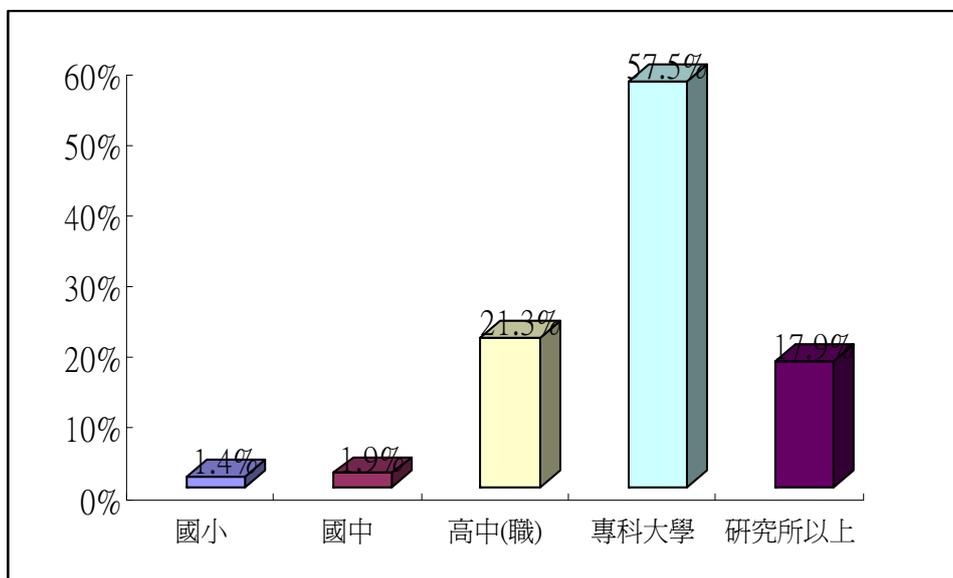


圖 4-3 參觀遊客學歷百分比比例圖

四、參觀遊客職業比例分析

題項 4 為參觀遊客的職業，軍公教佔 26.5%，服務業佔 26.5%，學生佔 18.0%，從問卷結果顯示，屬於文化知性的旅遊性質，從事軍公教與服務業的民眾會參與較多；而從學生比例上，也可看出，大專院校學生這些自主性較高的遊客，也願意到文化園區到訪（圖 4-4）。

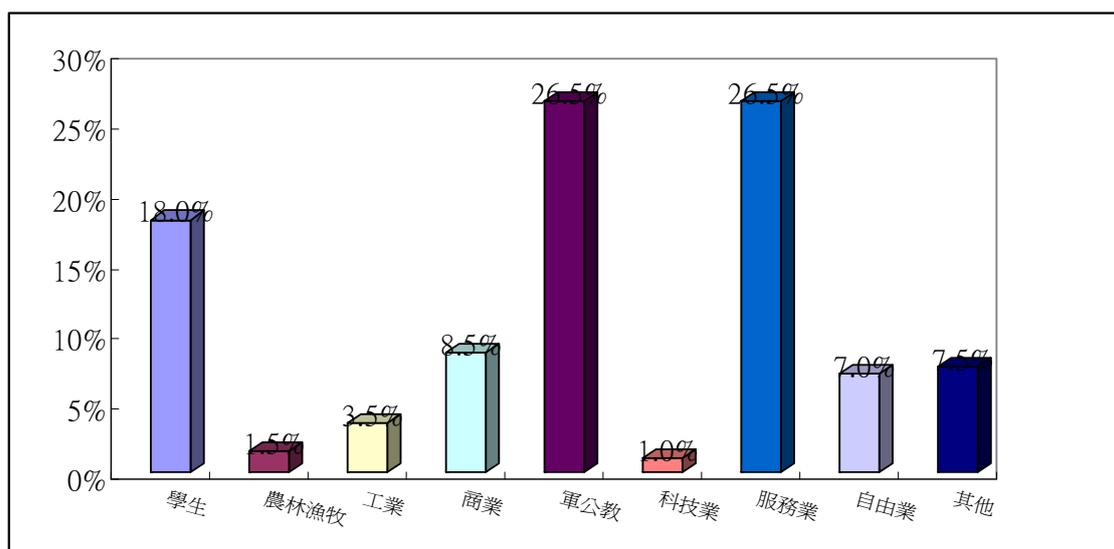


圖 4-4 參觀遊客職業百分比圖

五、參觀遊客居住地比例分析

題項 6 為參觀遊客居住地，北部佔 21.6%，中部佔 21.6%，南部佔 46.5%，新港本地佔 8.9%，從問卷結果顯示，因南部占地利之便，所以參觀遊客比例偏高；而中、北部遊客也有一定的比例，可顯示園區在行銷上算是成功的，不過對於中、北部地區，還可再加強宣傳，可以跟旅行社做異業結合的行銷，這對中、北部遊客人數提昇會有所幫助；另外，新港本地也有部份比例，代表新港當地人對香藝文化圈區，也有相當的認同度（圖 4-5）。

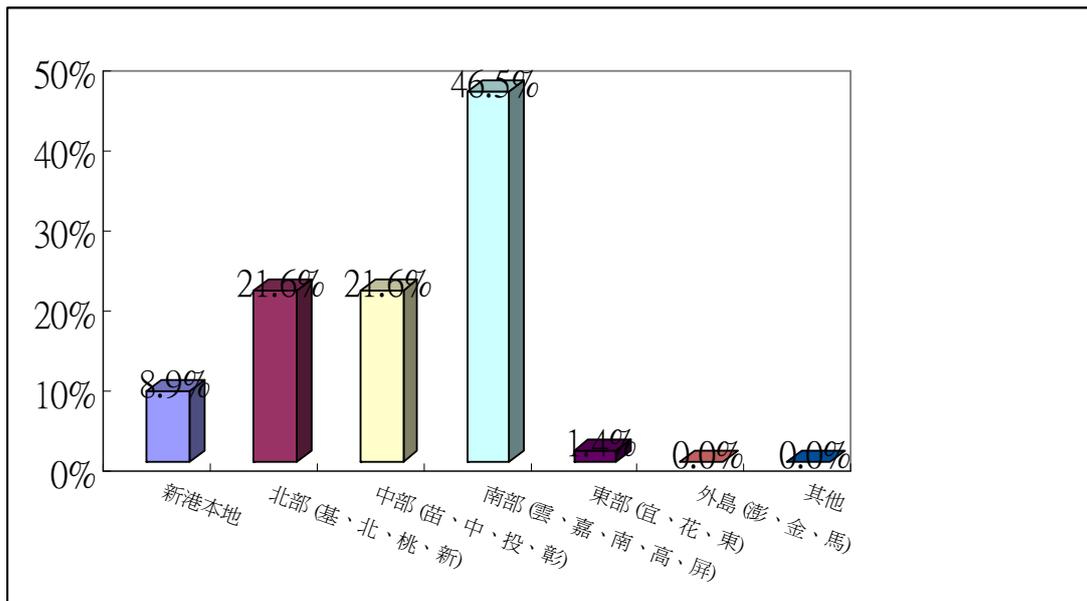


圖 4-5 參觀遊客居住地百分比例圖

4.4.2 參觀印象層面問卷分析

地方文化館陳列展示著地方特色文物，成為地方文化訊息的發送管道，提供居民及外來遊客了解地方的歷史文物及風土人情，居民亦經由自我文化的認知，產生認同與驕傲，所以地方文化館必須營造成為居民所愛的地方。

問卷的第二部份，為瞭解居民及外來遊客對園區的參觀印象：

一、參觀文化園區次數比例分析

題項 1 為參觀香藝文化園區的次數，第一次參觀的佔 62.3%，2~3 次的佔 20.3%，3 次以上的佔 17.5%，從資料顯示，參觀次數第一次居多，或者是因香藝文化園區是 2008 年才成立，所以大多是第一次來參觀的，而這樣的實際行動表現來看，也表示居民與外來遊客是相當積極參與地方文化館（圖 4-6）。

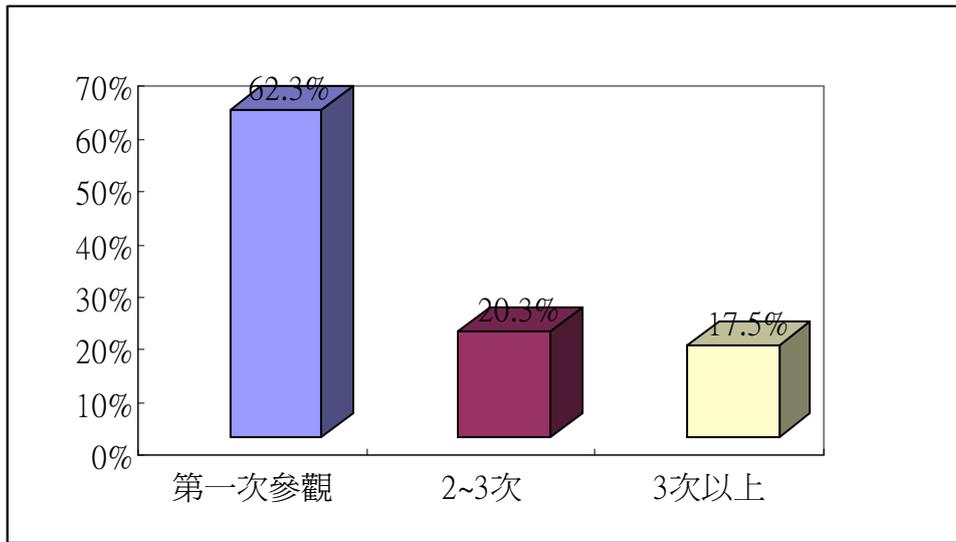


圖 4-6 參觀香藝文化園區次數百分比比例圖

二、文化館活動訊息的接收管道比例分析

題項 2 為文化館活動訊息的接收管道，親朋好友告知佔 44.1%，表示園區留給訪客深刻的印象，並且介紹親戚好友前來參觀。另外，報章雜誌、新聞媒體、網路資訊總和共佔了 38.6%，表示園區本身透過媒體宣傳也有所成效。

其中新聞媒體部分，許多新聞頻道與電視節目都曾經報導過：TVBS 新聞的「一步一腳印發現新台灣」單元；民視綜合台的「旅遊大贏家」、「綜藝大集合」節目；三立臺灣台的「臺灣尚青」、「用心看臺灣」節目；JET TV 台的「瀨上剛 in 台灣」節目以及 TVBS-G 台的「來去住一晚」節目。

在其他文化館宣傳方面，嘉義縣文化處的藝文推廣科為輔導地方文化館，成立「諸羅學堂」的組織，每隔一段時間，會不定期舉辦相關性演講邀請這群文化館的負責人參加，也有館際之間的互評互訪活動，做觀摩及學習交流，另外，還有館與館的聯合展覽活動，例如：2009 年的國家廣播文物館結合香藝文化園區、朴子刺繡文化館、溪口鄉文化生活館和鹿仔草民俗文化學堂舉辦五館聯展活動，以及 2010 年溪口鄉文化生活館、國家廣播文物館、香藝文化園區和鹿仔草民俗文化學堂的魅力四舍聯展，這樣也有其宣傳功效（圖 4-7）。

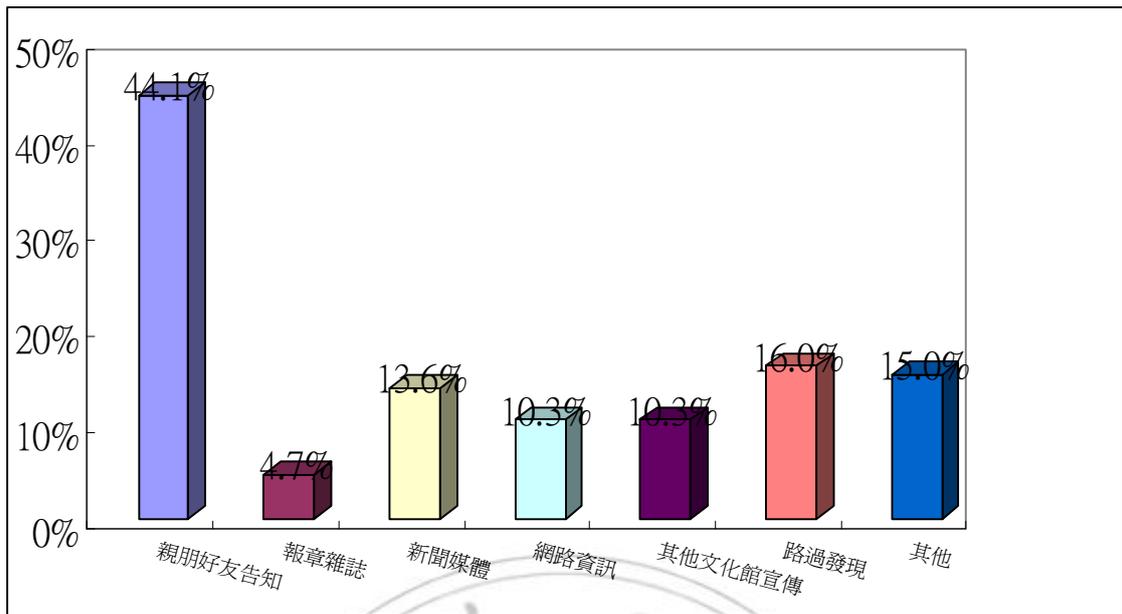


圖 4-7 文化館活動訊息的接收管道百分比比例圖

三、旅遊性質比例分析

題項 3 為本次旅遊性質，個人或朋友私人旅行佔 49.8%，家族旅遊佔 12.7%，本研究問卷調查時間恰為暑假的農曆七月時間，館方告知，這期間的遊覽車的團客較少，散客比較多，故旅遊性質較傾向私人旅行及家族旅行。本研究選定此時間做為研究時程，也因為以散客為主的受測者，個別性質差別較大，也可避免團體訪測因團隊性質雷同，而導致問卷結果過於相似的問題（圖 4-8）。

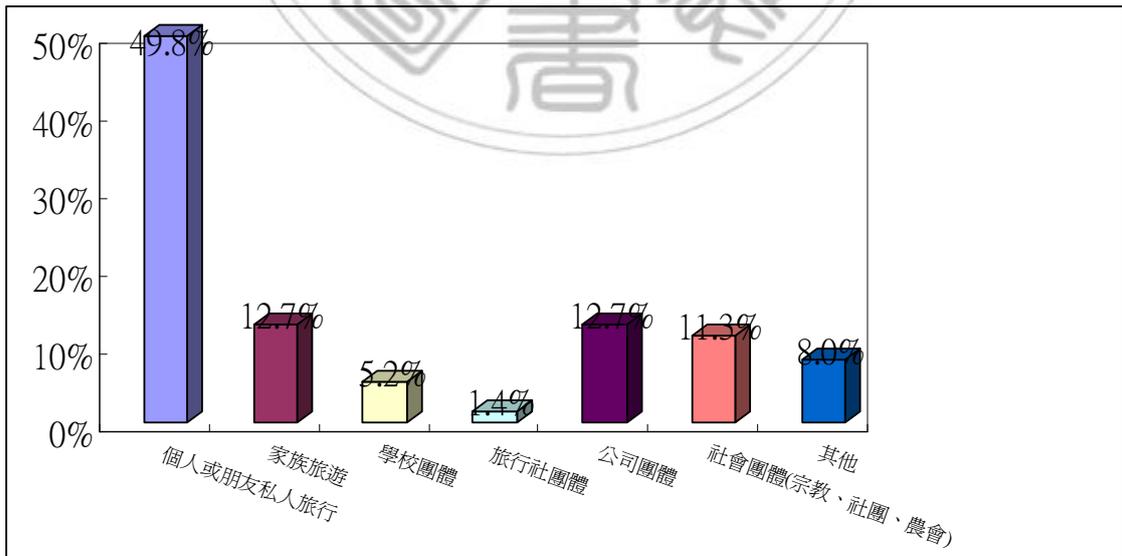


圖 4-8 旅遊性質百分比比例圖

四、參觀香藝文化園區動機比例分析

題項 4 為參觀文化園區動機，此題項為複選題，希望透過受訪者的回應，瞭解多方面的參觀動機，休閒旅遊佔 45.1%，對展示題材有興趣佔 30.5%，感受文化館特有的氣氛佔 41.8%，從問卷結果顯示，遊客到文化館參觀，休閒旅遊動機是相當重要的，也可顯示現代人重視休閒旅遊的程度也是相當高的。而對展示題材有興趣、感受文化館特有的氣氛總和佔 72.3%，表示香藝文化館的展示及地方文化特色，是足以吸引遊客前來參觀的（圖 4-9）。

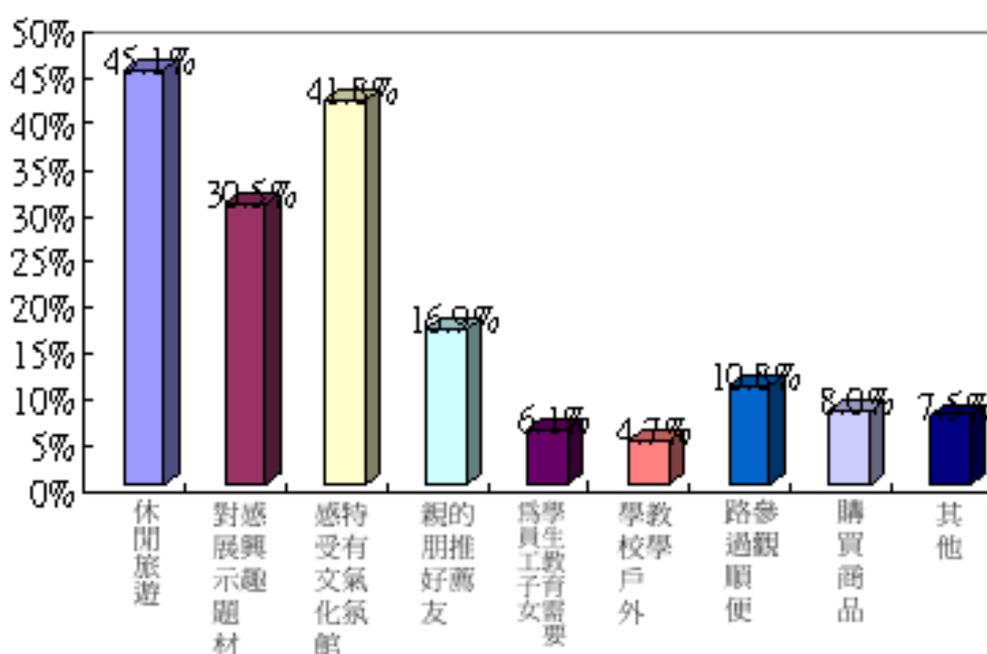


圖 4-9 參觀文化園區動機百分比比例圖

五、最喜歡文化園區哪一部分比例分析

題項 5 為最喜歡文化園區的哪一部分，此題項為複選題，希望多瞭解遊客對於園區各區域的喜好程度，其中文化館佔 67.6%，製香工坊佔 55.9%，從問卷結果顯示，文化館中展現的是「香」在世界不同的國度所蘊含的文化內涵，參觀民眾對於這樣的展覽香藝文化特色的文化館最為喜愛，其次則為了解製香的過程的工坊，滿足觀光客體驗學習的心（圖 4-10）。

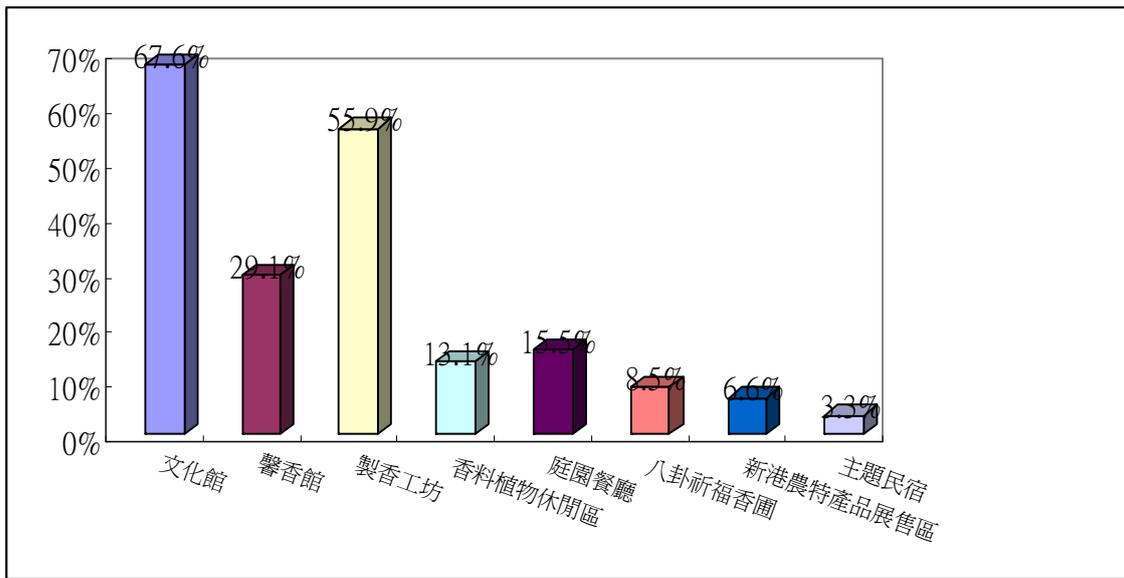


圖 4-10 最喜歡文化園區哪一部分的百分比例圖

4.4.3 消費及服務層面問卷分析

問卷的第三部份，為檢視遊客對香藝文化園區的消費及服務看法：

一、是否參加文化館導覽服務比例分析

題項 1 為是否參加文化館導覽服務，在香藝文化館裡，有免費的導覽服務，導覽服務是由館方人員所擔任，介紹「香」在世界不同的國度、不同宗教裡所蘊含的文化內涵，也介紹製香所需的材料、香的製造過程等；84.1%的遊客有參加，15.9%沒有參加，從問卷結果顯示，大多數遊客希望透過導覽服務，來瞭解香藝這樣獨特的地方文化（圖 4-11）。

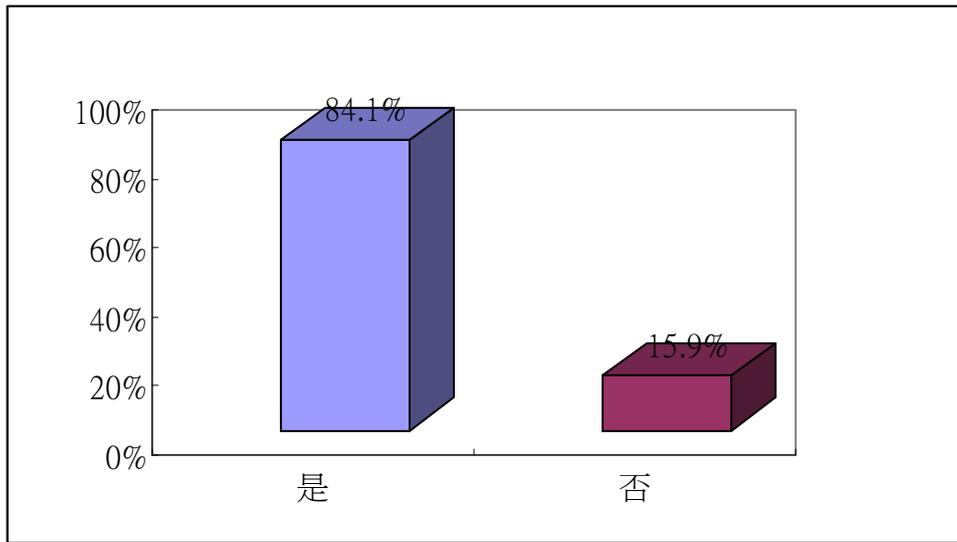


圖 4-11 是否參加文化導覽服務百分比例圖

二、本次消費金額比例分析

題項 2 為受訪者個人本次的消費金額，在香藝文化園區裡，有文化館販賣相關香藝產品，也有手作香 DIY 的活動，也有餐廳的消費，及民宿的服務。在此題項中，無消費的佔 27.5%，有消費的總和佔 72.5%，從問卷結果顯示，香藝文化園區販賣的產品或是體驗服務，可引起遊客消費的慾望，並為館所帶來一定的經濟利益（圖 4-12）。

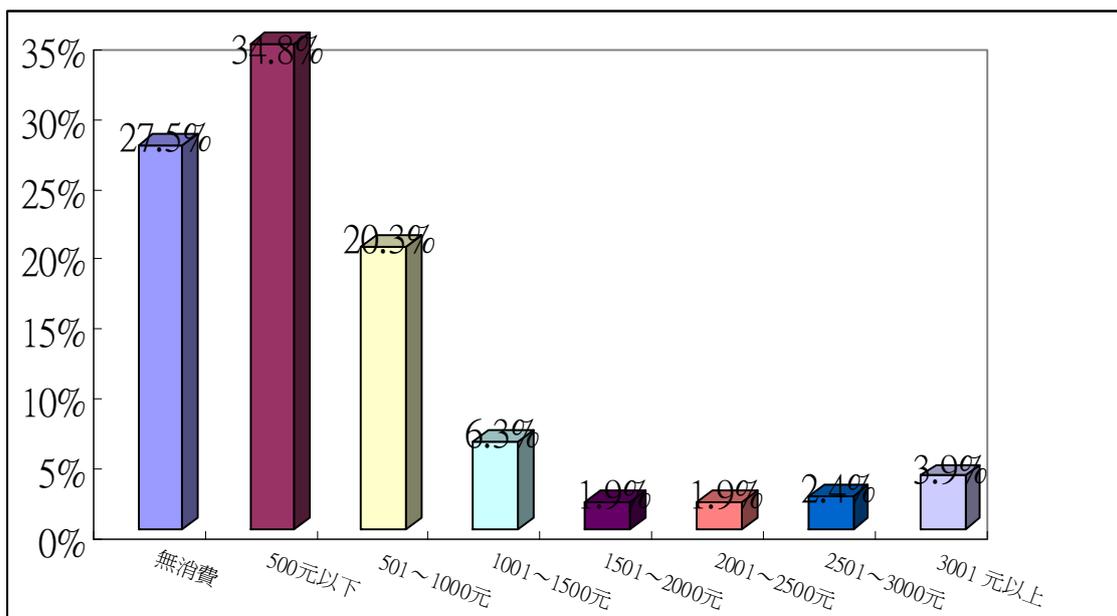


圖 4-12 本次消費金額百分比例圖

三、消費項目比例分析

題項 3 為遊客消費項目，此題項為複選題，因園區裡消費項目類別不一，希望透過複選可更瞭解遊客的消費傾向。香品項目為一般拜拜用香所需要的產品類別；精油香氛商品為居家馨香用品；手工藝品包含一些陶藝品香瓶或是陶藝器皿等；創意商品為園方自行開發設計的商品，如：三牲香料禮盒、虎爺香、虎爺香包及平安香餅等；手作香 DIY 是利用香原料捏塑生活實用品。

在此題項中，香品佔 36.6%，精油香氛商品佔 19.7%，參加手作香 DIY 課程佔 14.6%，購買創意商品佔 7.0%，這些園區本身的產品或體驗活動總和佔 71.6%，從問卷結果顯示，遊客對於那些代表園區衍生性商品，或是體驗 DIY 活動的消費性是相當高的（圖 4-13）。

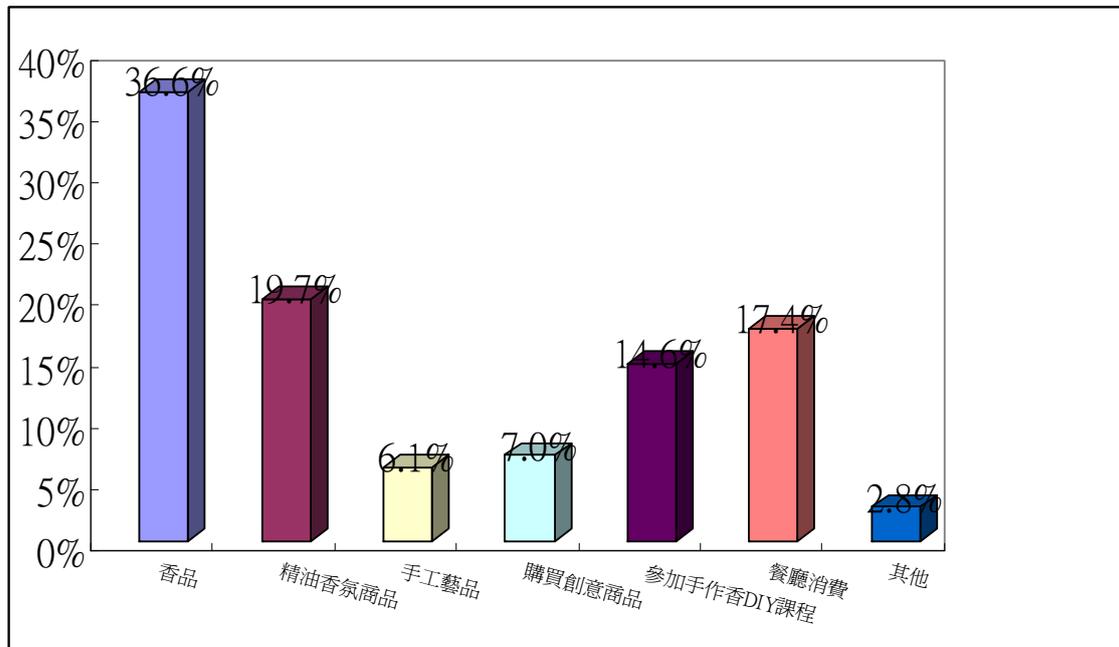


圖 4-13 消費項目百分比例圖

四、覺得哪項商品最特別比例分析

題項 4，覺得哪項商品做特別，此題項為複選題，因園區創意商品多樣化，希望透過複選可更掌握遊客的看法。三牲香料禮盒佔 41.3%，虎爺香佔 24.9%，平安香餅佔 16.9%，虎爺香包佔 8.5%，這些園區的創意商品總和佔 91.6%，從問卷結果顯示，有創意且獨特的商品魅力，確實是吸引遊客目光的（圖 4-14）。

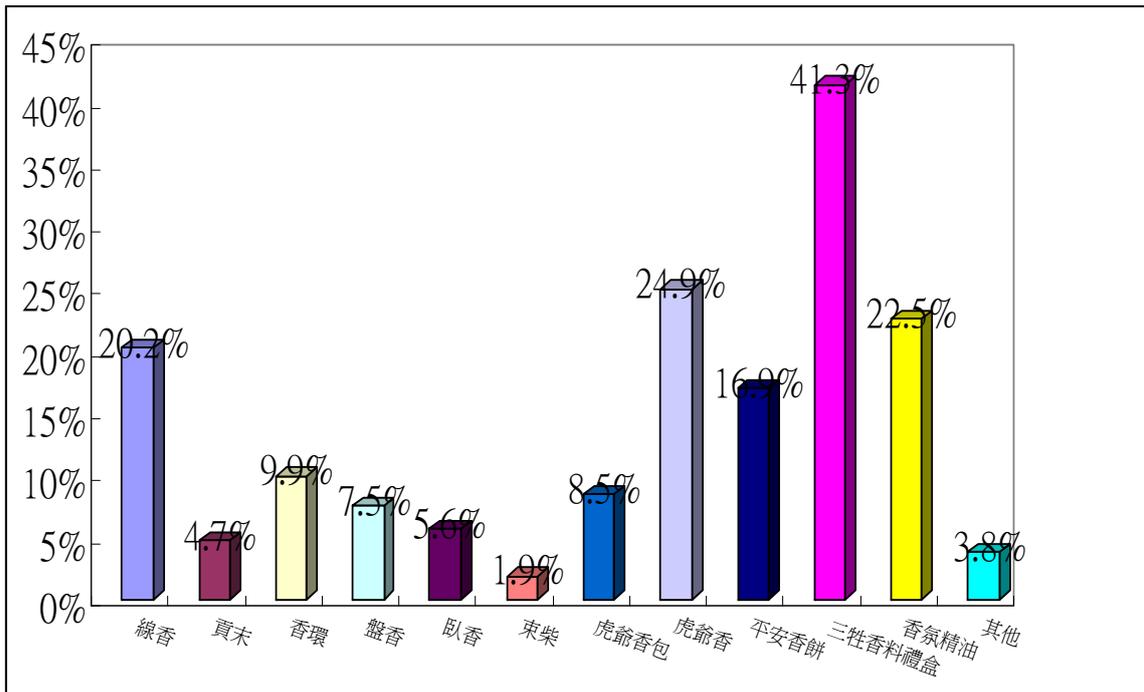


圖 4-14 覺得哪項商品最特別百分比例圖

五、喜歡園區哪項服務比例分析

題項 5 為喜歡園區哪項服務，此題項為複選題，園區服務類別多元，透過複選希望更瞭解遊客對園區服務的喜好：製香表演為製香師傅在製香工坊從一支支香腳開始、沾水、沾粉、曬乾的呈現製香技藝給遊客觀賞，佔了 60.1%；導覽服務是由香藝文化館的館方人員為遊客做免費的「香」文化的介紹，佔了 57.3%；手作香 DIY 課程是讓遊客用製香的香粉塑捏成自己想要的作品，佔了 30.5%；而這三項所佔的百分比例相當的高，顯示了園區足以表現地方文化館的特色服務，是更令遊客喜歡的，吸引遊客目光，進而促進遊客消費（圖 4-15）。

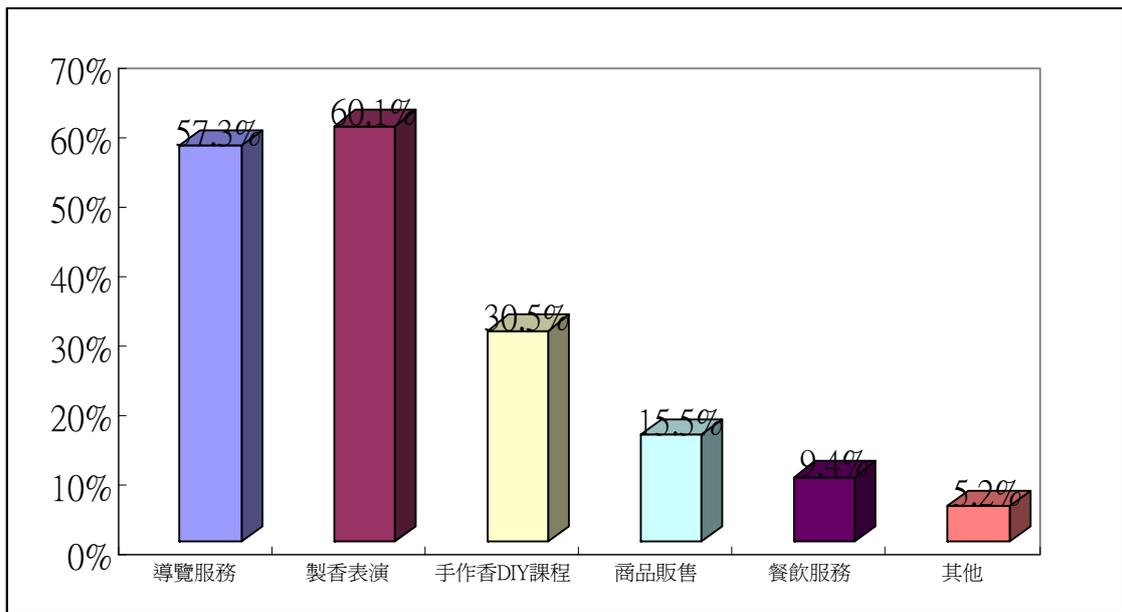


圖 4-15 喜歡園區哪項服務百分比例圖

4.4.4 提振地方文化經濟發展層面問卷分析

當地方文化館的展覽或藝文活動吸引了觀光客願意到此一遊，周邊的餐飲、交通、旅館業便都能一起發展，帶來充分就業，同時因為文化的氛圍提昇了地方的形象，也提昇了附近的土地價值，促使地方經濟繁榮(蔣玉嬋，2006)。

問卷的第四部份為檢視園區提振地方文化經濟發展層面：

一、香藝文化園區具備哪些功能比例分析

題項 1 是遊客認為香藝文化園區具備哪些功能，此題項為複選題，文化保存佔 83.1%，地方特色產業推廣 71.4%，教育推廣佔 63.8%，休閒遊憩佔 58.2%，學術研究佔 29.6%，從問卷結果顯示，遊客認為香藝文化園區為地方文化保存、地方特色產業推廣之基地，也深具有教育推廣及休閒遊憩之功能（圖 4-16）。

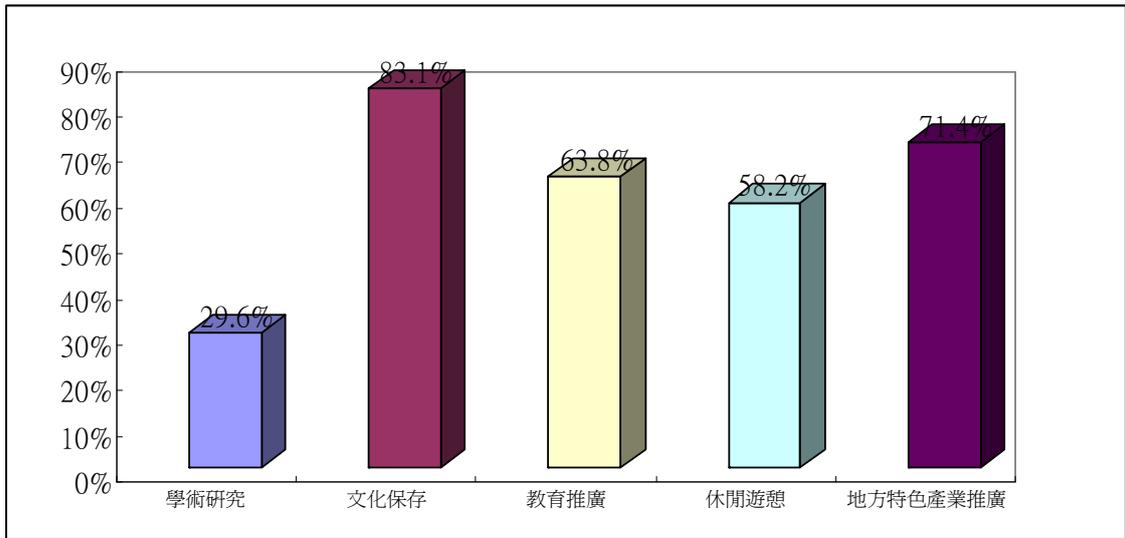


圖 4-16 香藝文化園區具備哪些功能百分比例圖

二、園區設立，為新港鄉帶來觀光人潮與相對旅遊商機比例分析

題項 2 是遊客認為香藝文化園區的設立，為新港鄉帶來觀光人潮與相對旅遊商機中，非常同意佔 43.6%，很同意佔 47.4%，從問卷結果顯示，絕大多數遊客認為香藝文化園區的設立，確實會為新港鄉帶來觀光人潮與相對旅遊商機，這就表示，文化園區設立確實可促進新港鄉的地方經濟發展（圖 4-17）。

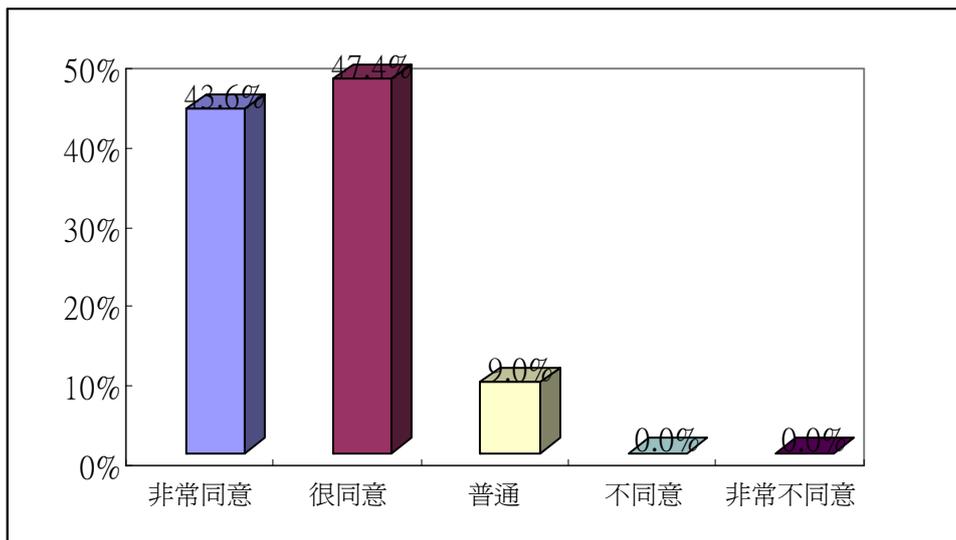


圖 4-17 園區為新港鄉帶來觀光人潮與相對旅遊商機百分比例圖

三、一日遊行程，願意造訪地點的比例分析

題項 3 為複選題，結合園區規劃一日遊行程，遊客願意造訪景點為何：

新港奉天宮是全臺香火鼎盛的媽祖廟，比例最高，佔了 71.4%；板陶窯是結合交趾陶和剪黏的工藝園區，這佔了 48.4%；新港鐵路公園是昔日台糖五分仔車的鐵道改造成的全國第一座以鐵路為名的「鐵路公園」，這佔了 28.6%；頂菜園鄉土館是一座呈現臺灣五〇年代的農村生活時代的文化空間，這佔了 27.7%；古笨港陶華園是一座以交趾陶為主題的文化園區，這佔了 26.3%；新港文化館 25 號倉庫原是新港鄉農會的大型儲物倉庫，後將其重新整建設置文化館，作為展覽各界藝文活動之場地，這佔了 22.1%（圖 4-18）；從問卷結果顯示，遊客願意造訪的景點，多屬具有新港本身文化特色濃厚的景點，這也表示，香藝文化園區可結合週邊產業，進而帶動地方的經濟發展。

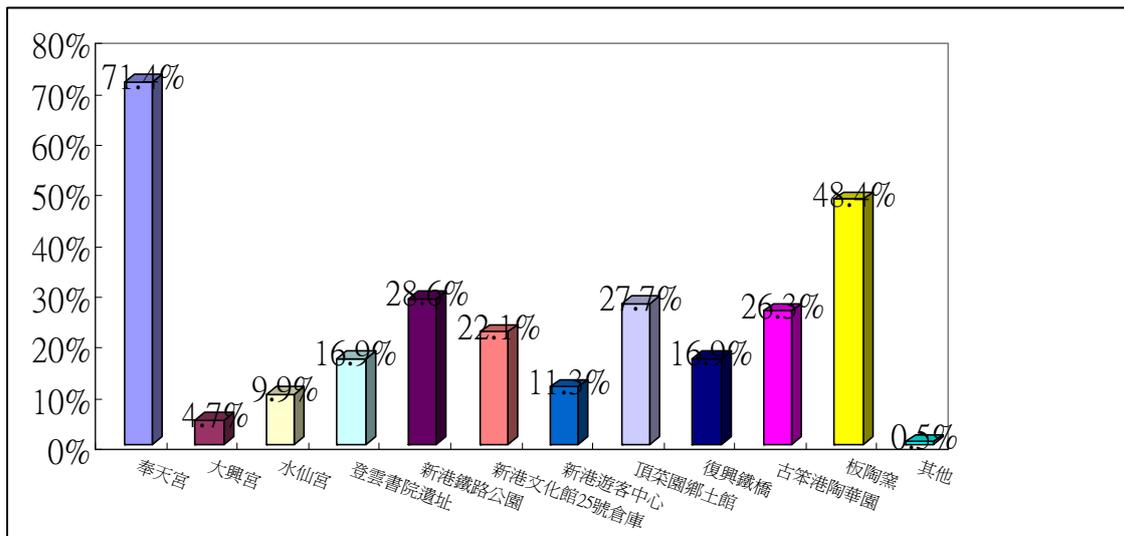


圖 4-18 一日遊行程，願意造訪地點的百分比例圖

4.4.5 問卷開放問題的回應整理

為瞭解香藝文化園區的遊客對園區的未來發展有何期許與建議，在問卷的最後設計一個開放性的問題，針對遊客的問題填答回應，以下酌予重點整理，分成園區經營、文化傳承、推廣與宣傳以及肯定鼓勵等四方面：

表 4-8 遊客對香藝文化園區的未來發展之期許與建議整理

分類項目	期許與建議內容
一、園區經營方面	1.導覽人員態度親切，解說清楚。
	2.導覽人員不須緊跟在後。
	3.廁所指引不夠明確。
	4.館內展物可更新（不定時的），因每次來都一樣。（約一年前來）
	5.多舉辦公益活動。
	6.是否可提前告知導覽員姓名。（預約時）
	7.餐點要結合嘉義特色。
	8.期待能成為地方特色！
	9.希望能永續經營。
二、文化傳承方面	1.希望有更多的文化知識。
	2.增加文化意涵。
	3.期許出版與香藝相關之出版品。
	4.期待貴館繼續新港在地文化保存發揚。
	5.提出社區營造概念，使社區居民融入並認同產業文化，並支持文化深耕。
	6.培植欣賞人口。
	7.結合文化知識的傳承。
三、推廣與宣傳方面	1.外縣市可多做宣傳。（2 人次）
	2.這是個很棒的地方，可以多宣傳，讓更多人知道。
	3.加強推廣與宣傳。

	4.希望可以持續發展及推廣，讓本土產業與文化不斷延續。
四、肯定鼓勵方面	1.社區及傳統產業結合。
	2.創造深化的「禮儀、敬仁」文化。
	3.很好。(2 人次)
	4.非常棒，值得學習
	5.成爲文創產業發展的一股生力軍。
	6.走在前頭才有賺頭。

第五章 結論與建議

5.1 研究結論

本研究主要目的是瞭解新港香藝文化園區轉型之歷史文化背景、轉型過程中的創意元素來源與運用、轉型後經營模式的變革，並探討香藝文化園區的設立對地方文化保存與地方產業互動的影響，與政策制定與新港香藝文化園區未來發展之關連性；最後探討消費群眾對香藝文化園區轉型經營的滿意程度與未來期許。本章將依研究所得的資料分析與討論作成結論，並提出相關的建議。

5.1.1 香藝文化園區轉型的歷史文化背景

關於香藝文化園區轉型的歷史文化背景經研究結果如下：

嘉義縣新港鄉因擁有聞名全國的奉天宮「開台媽祖」而成爲宗教聖地，也活絡以媽祖信仰而生的製香產業，不過傳統製香業多仰賴人工，而工資、原料價格又不斷攀升，導致這項傳統產業逐漸式微，甚至外移到工資便宜、原料取得容易的大陸、東南亞一帶。工廠外移，但回銷香品卻多爲廉價劣質貨，加上製香技術、人才的傳承不易，新港的製香榮景逐漸消失，爲傳承與發揚傳統香藝文化意涵與拓展香藝新視野，經營者便開始打造全國唯一的香藝文化園區。

園區經營者年輕時開始經營家族的製香產業，整個產業歷經以下三個階段：

一、生產工廠模式：1988 年以生產工廠的經營模式成立新興製香廠，以家族產業方式經營，所製作香品是一般傳統祭祀用香商品，供應中盤或金紙店舖。

二、現代化經營模式：1997 年經營者將原本的傳統家庭式製香廠，轉型爲伍蓮香業開發有限公司，展開較爲正式且合法化的營運，員工開始繳稅，原料亦開始採用國外進口。

三、文化園區模式：2004 年園區經營者透過新港文教基金會陳錦煌醫師的支持，與行政院文建會及嘉義縣政府文化處的輔導及補助，將原本作爲倉庫的地，打造成全國第一座的「香藝文化園區」，希望透過園區的設立，能夠帶動新港的繁榮。

香藝文化園區由經營者三兄弟一手催生，是全台灣第一座以「香」爲主題的

產業文化館，自創打造香藝文化園區後，新興製香廠已由傳統宗教用香，延伸到創意生活用香及休閒產業，三兄弟將逐漸沒落的傳統產業注入新意，讓香藝不僅侷限於工藝，而是文化，是創意，是產業，也是休閒觀光。

5.1.2 香藝文化園區轉型過程中的創意來源與運用

關於香藝文化園區轉型過程中的創意來源與運用經研究結果如下：

文化產業是依賴於創意、個別性，也就是產品本身的特性、地方傳統性與特殊性，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。

新港地區百年的宗教文化，帶動了當地的製香產業。當傳統產業加入創意、加入地方的特殊性，繼而轉型成文化園區；當傳統宗教用香擴大到全民生活用香，從本身製香產業開發文創商品，產品的實用性、故事性、文化性、特色性，變成產品的附加價值。所謂的「產業文化化、文化產業化」：傳統產業沒落之際，重新發現其文化意涵，而後將其產業文化重新包裝、賦與新價值。利用香的文化變成創意商品；跟隨著時代潮流，利用產業文化、歷史文化開發新產品，這也就是文化創意產業。

香藝文化園區獨特的創意商品包含虎爺香、虎爺香包、平安香餅與獲得 2007 OTOP 設計大賞的新港馨香燈等等，即是將創意產品的實用性、故事性、文化性、特色性發揮淋漓盡致最好呈現。香藝文化園區透過創意與巧思，讓香以各種形式走進人們的生活中，增添生活情趣，也讓百年老產業有了新生命。就如經營者自己所說：「製香絕非夕陽產業，關鍵在於推廣與創新；香品市場絕對無限，關鍵在於如何開發。」

5.1.3 香藝文化園區轉型後經營模式的變革

關於香藝文化園區轉型後經營模式變革經研究結果如下：

在傳統製香產業年代，製香過程繁複，且多為家庭傳承，隨著產業環境改變，外來市場衝擊，傳統製香業沒落，故傳統產業需轉型、變革，以維持產業的永續

經營。

香藝文化園區成立之後，相較於傳統製香廠，經營模式有以下三方面的變革：

一、經營模式方面：傳統製香過程繁複，製香師傅教育程度不高，文字記載缺乏，技術傳承不易，多為典型的家庭式工廠。經轉型後的香藝文化園區，員工編制多達五、六十人，需開始繳稅，如現代化經營的企業公司。

二、銷售模式方面：傳統香業透過盤商、香舖店銷售一般祭祀香品，經營者需身兼業務，屬於傳統行銷；轉型後，行銷方式有更多管道：透過報章雜誌、新聞媒體、電視節目、網路行銷等等，打出『MIT』臺灣製造的品牌，獲得認定。所販售商品也更多元，從一般祭祀用香品擴展到創意生活用香及休閒產業。

三、產官學合作：香藝文化園區為地方文化產業，其中香藝文化館部分，受行政院文建會與嘉義縣政府文化處輔導而成立，也與嘉義大學產學合作，以科學方法檢驗與分析民間拜拜用香，研發健康安心的香品，這都是傳統製香業所沒有的。

而香藝文化園區未來發展，希望透過「在地性、產業性、文化性、知識性、教育性」的五個方向目標中，變成一個教育園區。

5.1.4 香藝文化園區設立對地方文化保存與地方產業互動的影響

嘉義縣新港鄉是個典型的農業社會，產業結構多以一級為主，而在這設立香藝文化園區，確實對地方上的文化保存與地方產業互動帶來不少的影響，根據受訪者的看法可歸納出以下三方面：

一、對地方文化保存的影響：香藝文化園區整合新港當地的歷史、文化、藝術、觀光等資源，發揚地方文化特色，是為地方文化展示的場所。新港的製香產業榮景因時代變遷已逐漸沒落，而透過香藝文化園區的設立，一方面保存傳統文化，一方面創造出新的文化內涵，使得製香的技藝與文化得以保存與發揚。

二、對地方經濟層面的影響：以新港地區來說，勞動人口多往都市集中，對當地經濟結構是相當不利的。設立文化園區後，增加工作機會，留住青壯年就業人口，一方面改善當地的人口結構，一方面也可改善新港的經濟。對來新港的外

地遊客而言，可延長他們停留時間，增加消費的可能，亦可促進產業之間的活絡。

三、對居民地方文化認同的影響：地方文化是指在一特定的空間中，生活在其中的居民經過長時間共同生活、情感的投入，發展出有別於其他地方的物產、歷史、建築、文學、藝術作品，並且產生了對地方的認同。香藝文化園區是全國第一座以「香」為主題的產業文化館，對於當地居民來說，除了能更瞭解自己家鄉的文化特產外，也更能體驗出香產業的獨特性與在地性的文化意涵，更增進居民對地方文化產業的認同感。

四、對地方產業互動的影響：在新港地區，早在幾年前即有兩個聯盟組織：「新港文化休閒產業協會」和「新港魅力商圈」，結合地區特產、傳統工藝、鄉土文化、民宿等產業，來帶動新港的文化、休閒及產業，而香藝文化園區成立，更是豐富了組織的內容，整合整個地區的宗教信仰、地方文化、特產小吃等等，亦更強化地方上特色文化產業間彼此的互動關係。

5.1.5 政策制定與新港香藝文化園區未來發展之關連性

關於政策制定與新港香藝文化園區未來發展之關連性，經研究結果如下：

地方文化館是行政院文建會於民國 91 年推出的地方文化發展政策，為延續政策執行，97 年推出第二個六年計畫。對於地方文化館，文建會是繼續支持與協助的，根據受訪者的看法可歸納出以下點看法：

一、對文化園區的輔導：在地方文化館設立之初，嘉義縣文化處先找出閒置空間，針對各鄉鎮產業特色、文化藝術與可能呈現方式設置文化館，再協助向文建會申請館舍設置與相關補助。館舍建立之後，對地方文化館亦有輔導平臺機制，成立「諸羅學堂」組織，不定期的開設相關專業成長課程。

二、協助文化園區行銷：由行政院文建會與縣政府文化處輔導文化園區設立之後，整個園區經營需靠經營者有心的持續創新與開發，而行銷策略對於園區經營佔相當重要部分，除了經營者本身努力外，若再加上公部門的資源，配合節慶活動或與周邊較具知名度的館舍聯合行銷，應可帶來更多的效益。

三、文化園區回饋與居民主動參與：地方文化館第二期計畫是以彰顯地方文化特色為主，希望藉由在地居民的共同參與，串連不同類型策略聯盟，將各館舍形塑成「文化生活圈」。香藝文化園區需與社區地方文化做好連結與回饋，加強與社區居民互動，養成居民主動參與，使文化活動與文化據點能持續成長。

5.2 研究建議

本節是根據受訪者的資料分析與消費群眾的問卷調查，對香藝文化園區轉型後的經營模式提出以下三方面的相關建議。

5.2.1 園區經營方面

一、文化館展覽方面：

館舍展示型態依據其展示宗旨、動機與時間等不同考量，可區分為常設展、企畫展(特展)與巡迴展三大類。常設展通常是展示館中重要的藏品與特殊價值的藏品，大體上是長年展示而少進行更換，而香藝文化館中多數展物是經營者多年的珍貴收藏，價值不斐，屬於是常設展的展示型態，且基於文化館空間問題及動線問題，也無法做過多的大型展物擺設。

至於特展，是屬於常設展之外的專題展示，比常設展具備較多的自由與彈性，例如：館藏品的專題展、特別計劃展、借展或與社區、學校合作的展覽。經筆者幾次訪查，館方也確有更換過，但時程或許不甚頻繁，所以遊客才會有展物都相同的想法及建議，若館方應可瞭解實際遊客的需求反應，透過在不同展覽中進行的評估或調查，回饋在往後的特展計畫或常設展的修正中。

二、推廣與宣傳方面：

香藝文化園區營運現況持續成長，園區在報章雜誌、新聞媒體、網路資訊的推廣宣傳上也一定的成效，不過從問卷結果可看出中、北部的參觀遊客顯然較南

部的參觀遊客少了些，若園區可針對中、北部民眾再加強推廣與宣傳，如與旅行社合作，規劃新港鄉一系列相關的著名旅遊景點，可更吸引遊客參加，這對中、北部的遊客人數提升亦會有所幫助。

三、香品的安全認證：國內現在許多香品都是由大陸進口，香的品質不一，有些甚至可能危害環境也危害人體健康。香藝文化園區的香品強調是自產自銷，也跟嘉義大學進行產學合作，生產無污染的健康安心香品，而未來可朝向建立有公信力的香品安全認證來進行，讓消費者能更安心使用，製香產業也更能永續經營。

5.2.2 文化傳承方面

一、保存發揚在地獨特文化：新港奉天宮的進香文化是全國最具規模的宗教盛事，這樣的宗教信仰關係，讓民眾的香品需求是不間斷。香藝文化園區對於這樣的文化結合，要讓社區居民能更融入與認同，香藝這項產業文化，才能繼續傳承保存。

二、編纂與香藝有關出版品：在製香產業裡，許多產業文化知識是靠老師傅口述傳承，香藝文化園區已經努力將香的相關知識在文化館展示呈現，但詳盡的文字記載卻仍沒有，經營者本身也希望能編纂一套關於臺灣香產業的歷史文化故事，這樣才能讓民眾更瞭解香藝文化。

5.2.3 未來發展策略思考方向

一、開發不同類型遊客：從問卷結果分析發現參觀民眾多屬公司、社會團體，或是個人旅行，對於學校團體方面的客源並不多，文化園區可透過與縣市政府合作，在學校推廣或宣傳，作為學校考量校外教學的選擇地點，開發新一代的參觀遊客。

二、結合地方宗教盛事：新港奉天宮每年的進香活動是全國最具規模，進香也確實為整個新港地區帶來相當多的人潮，這些香客在新港停留，自然也帶來不

少消費，文化園區可舉辦相關活動與這樣地方宗教盛事結合，讓更多遊客認識香藝文化園區。

三、創意商品更多元、更生活化：香藝文化園區創意商品有虎爺香、虎爺香包、平安香餅、精油產品、手工香皂等等，而產品銷售還是以香品為大宗，文化園區可再創新，開發更多樣化、更生活化的創意產品吸引遊客目光，增加其購買意願。

四、加強環境教育概念：因應全球暖化、氣候變遷，加上對生物特性與環境的破壞、能源與糧食嚴重短缺，「環境教育法」即將於 100 年 6 月 5 日上路，園區設置可朝向環境教育做調整，如生態循環利用措施，讓遊客在參觀過程中，感受環境的友善態度與資源永續的價值觀。

五、與地方產業共同行銷：嘉義是臺灣交趾陶的文化重鎮，其中新港地區交趾陶產量佔全國百分七十以上，香藝文化園區可結合附近知名的景點，如：板陶窯、陶華園等，透過旅行社規劃一或兩日遊行程，能更吸引遊客前來參觀。

透過本研究的問卷調查結果分析，做以下文化旅遊的建議行程參考：

1.一日遊行程：香藝文化園區（手作香 DIY）→奉天宮→頂菜園鄉土館（古早味農莊、午餐）→板陶窯(剪黏馬賽克 DIY)或古笨港陶華園(捏交趾尪仔)→鐵路公園→鴨肉羹、阿欽伯粉圓冰、蒸餃（小吃）。

2.兩日遊行程：

第一天：香藝文化園區（chick in）→奉天宮→頂菜園鄉土館（古早味農莊、午餐）→板陶窯(剪黏馬賽克 DIY)→鐵路公園→香藝文化園區（晚餐、休息）

第二天：香藝文化園區（手作香 DIY）→新港文化館 25 號倉庫→鴨肉羹、阿欽伯粉圓冰、蒸餃（小吃）→古笨港陶華園(捏交趾尪仔)→新港文化館 25 號倉庫

以上結論與建議事項，僅供新港香藝文化園區作為將來經營管理及推動地方文化之參考。

參考文獻

一、中文參考書目

- 于國華（2004），工藝產業的再思考：除了產質，還要什麼？文化創意產業實務全書，台北：商周出版。
- 王貳瑞（2005），學術論文寫作，二版，台北：東華書局。
- 文化創意產業推動組織（2003），文化創意產業發展計畫，台北：經濟部。
- 文化創意產業推動組織（2007），創意生活產業發展計畫，台北：經濟部工業局。
- 朱柔若譯，Neuman, L.著（2000），社會研究方法：質化與量化取向，台北：揚智文化。
- 行政院文建會（2003a），文化創意產業手冊，台北：行政院文建會。
- 行政院文建會（2004），文化白皮書，台北：行政院文建會。
- 行政院文建會（2003b），2003 台灣文化創意產業發展年報。台北市：文建會。
- 行政院文建會（2003c），文化土壤接力深耕---文建會二十年紀念集。台北市：文建會。
- 行政院文建會（2003d），文化創意產業發展計畫。台北：文建會。李汝和、張炳楠、廖漢臣（1971），台灣省通誌，台北：台灣省文獻委員會。
- 李世偉（2002），台灣宗教閱覽，臺北：博揚文化。
- 林生傳（2003），教育分析法。臺北市：心理。
- 林正儀（2007），工藝新樂園，南投：國立臺灣工藝研究所。
- 施美玲譯（1996），大眾傳播研究方法 (Mass Communication Research)，台北，五南。
- 凌志四（1985），臺灣民俗大觀 第二冊，臺北：大威發行。
- 涂順從（1997），南瀛產業誌，臺南縣：臺南縣立文化中心。
- 夏學理（2008a），文化創意產業概論，台北市：五南。
- 陳其祿（1992），台灣土著藝術及其在太平洋區文化史上的意義，台灣土著文化研究，台北市：聯經。
- 陳國瑛（1995），臺灣采訪冊·安平縣雜記·臺灣兵備手抄，臺北縣中和市：宗青。

- 陳其南（1995），社區總體營造與文化產業發展。「文化・產業」研討會暨社區總體營造中日交流展，南投縣：臺灣省手工所。
- 陳郁秀（2004），臺灣文化新思維—文化政策之回顧與前瞻，臺灣驚豔：跨世紀文化風華，臺北市：行政院文化建設委員會。
- 陳國寧（2006），「地方文化館實施與檢討研究計畫」結案報告，臺北市：行政院文化建設委員會。
- 陳錦煌（2003），社區總體營造與文化產業振興策略，二〇〇二年文建會文化論壇系列實錄—文化創意產業及地方文化館，臺北市：行政院文化建設委員會。
- 黃淑芬（2004），文化創意產業 是願？還是怨？文化創意產業實務全書，台北：商周出版。
- 黃世輝（2003），文化產業與居民參與，文建會網路學院 case 智庫—社區總體營造，臺北市：行政院文化建設委員會。
- 葉至誠、葉立誠（1999），研究方法與論文寫作，台北：商鼎文化出版社。
- 葉益青（2009），嘉義好文化：嘉義縣地方文化館故事，嘉義縣：嘉義縣政府。
- 楊敏芝（2003），文化產業理論思潮與發展趨勢研析，二〇〇二年文建會文化論壇系列實錄—文化創意產業及地方文化館，臺北市：行政院文化建設委員會。
- 董旭英、黃儀娟譯，David W. Stewart & Michael A. Kamins 著（2000），次級資料研究法，臺北市：弘智文化。（原著出版年：1984）
- 廖淑容、古宜靈、周志龍（2005），文化政策與文化產業之發展-西歐城市經驗的省思。載於辛晚教、古宜靈、廖淑容(合編)，文化生活圈與文化產業。臺北市：詹氏。
- 蔡美麗（2004），創意心、文化情—台灣工藝百年脈動，工藝新境—打造手工精品的經營之路，台北：典藏藝術家庭股份有限公司。
- 劉曄原、鄭惠堅（1998），中國古代祭祀，台北市：台灣商務印書館。
- 瞿海源（1992），重修台灣省通志・卷三・住民志・宗教篇，南投：台灣省文獻委員會。

二、期刊、雜誌、報紙、學術研討會

- 江韶瑩（1991），台灣工藝的發展與變遷(上)，臺灣美術，第 14 期，頁 22-43。
- 辛晚教（2000），地方文化產業與國際形式休閒化，文化視窗，第 26 期，頁 14。
- 林承偉（2009），近代「工藝」概念在臺灣，臺灣工藝，第 34 期，頁 48-55。
- 林育陞、諸葛正、陳麗桂（2008），香工藝品的祭祀用途演變之軌跡，明志科技大學技術與教學研討會。
- 林育陞、諸葛正（2008），台灣近代香業之演變特徵—以日治時期為中心，中華民國設計學會第十三屆設計學術研究成果研討會光碟論文集，中華民國設計學會。
- 翁徐得（1996），地方產業與地域振興，臺灣手工業，第 55 期，頁 10-15。
- 許峰旗、楊裕富（2009），國家政策對臺灣工藝設計的影響，臺灣美術，第 33 期，頁 13-19。
- 黃如足、管倖生（2005），台灣地方文化館之歷程研究，設計研究，第 5 期，頁 178-187。
- 葉智魁（2002），發展的迷思與危機—文化產業與契機，哲學雜誌季刊，38，頁 4-25。
- 萬文隆（2004），深度訪談在質性研究中的應用，生活科技教育月刊，37 卷 4 期，17-23 頁。
- 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，第 20 卷第 3 期，頁 81-97。
- 謝宗榮（2002），臺灣傳統工藝體系初探，研究與動態，第 6 期，頁 117-127。

三、學位論文：

- 李宜芳（2005），台南市製香業香品之研究，國立台北大學民俗藝術研究所碩士論文。
- 李怡瑱（2010），傳統產業轉型文化創意產業之歷程研究-以工藝類為例，國立中正大學企業管理所碩士論文。
- 林秉慧（2005），文化產業之策略聯盟類型探討—以台中市犁頭店麻茅文化產業為

- 例，朝陽科技大學建築及都市設計研究所碩士論文。
- 林育陞（2006），香使用文化的意義變遷與特徵，朝陽科技大學設計研究所碩士論文。
- 洪懋彧（2009），金門地區文化創意產業發展之研究，國立臺灣師範大學創造力發展碩士論文。
- 莊孟榮（2001），探討北投溫泉博物館的形塑過程與居民參與機制，國立雲林科技大學工業設計系碩士論文。
- 郭靖金（2008），地方文化館存活因素之研究-以台南縣市為例，國立成功大學建築學系碩士論文。
- 黃鈺婷（2007），地方文化產業發展與地方認同—以臺南縣新化鎮為例，國立臺南大學社會科教學碩士論文。
- 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，台北大學都市計畫研究所博士論文。
- 蔡美麗（2001），文化政策與台灣工藝發展（1979-1999），東海大學美術研究所碩士論文。
- 劉曉蓉（2005），文化產業發展成創意產業之策略研究~以交趾陶為例。國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文。
- 謝明娜（2008），歷史建築再利用為地方文化館之經營策略研究—以桃園縣大溪藝文之家為例，國立臺北教育大學藝文產業設計與經營研究所碩士論文。

四、英文文獻：

- Amabile, T. M., 1988, A model of creativity and innovation in organization, In B.M. Staw, & L. L. Cummings (Eds.), *Research in Organizational Behavior*, 10, 123-167, Aldine Publishing Company.
- Firth, S., 1991, *Knowing one's Place: the Culture of Cultural Industries*, *Cultural Studies From Birmingham*, 1:135-155.

- Fu, Ju-Chang, 2007, Local Cultural Creative Industry and Urban-rural Construction Case Study of Development of the Yingge Industrial Ecological Museum, Taipei County, Taiwan, Paper presented at the Conference on 'When Creative Industries Crossover with Cities', Hong Kong.
- Hawkins, D.I., Best, R.J. and Coney, K.A. (1998), Consumer Behavior: Building Marketing Strategy, 7th Ed., Boston: McGraw-Hill
- Hesmondhalgh, David, 2002, The Cultural Industries, London: Sage.
- Legard, R., Keegan, J. & Ward, K. (2003) In-depth Interview. In Ritchie, J. & Lewis, J. (Eds). Qualitative Research Practice-A Guide for Social Science Students and Researcher. (pp.139-169). Thousand Oaks, Ca: Sage.
- Pratt, A., 1997, Production Values: from Cultural Industries to Government of Culture, Environment and Planning A, 29: pp.1911-1917.

五、網站資料：

- OTOP 台灣地方特色網：<http://www.otop.tw/index.html>
- 文建會-文化創意產業推動服務網：<http://www.cci.org.tw/cci/cci/index.php>
- 文建會-地方文化館 <http://superspace.cca.gov.tw/mp.asp?mp=1>
- 新港香藝文化園區官方網站：<http://www.incense-art.com.tw/>
- 新港香藝文化園區 無名小站：<http://www.wretch.cc/blog/incenseart>
- 新港魅力商圈：<http://www.singang.org.tw/>
- 嘉義縣地方文化館：<http://www2.cyhg.gov.tw/chinese/culture/>

附錄一 「新港香藝文化園區」的經營者訪談大綱

第一部份：傳統的經營模式

- 1.傳統製香產業的經營模式為何？
- 2.傳統模式經營客源及商品跟現在有哪些不同處？
- 3.傳統經營年代，新港地區製香產業狀況？
- 4.傳統製香產業無法持續生存的原因？

第二部份：轉型過程

- 1.從傳統產業轉型成「新港香藝文化園區」的原因與歷程？
- 2.成立「新港香藝文化園區」過程中，是否獲得地方人士支持？
- 3.成立「新港香藝文化園區」過程中，遭遇到的最大瓶頸為何？如何克服？
- 4.公部門對香藝這樣的文化園區，有何政策措施或經濟方面的支持？

第三部份：文化創意元素來源與運用

- 1.園區整體規劃的的創想為何？
- 2.新開發的產品類項？
- 3.商品開發的創意源頭？

第四部份：新的經營模式開發

- 1.文化園區目前編制及營運現況？
- 2.文化園區的經營的行銷策略與傳統最大的不同點？
- 3.文化園區是否與地方上其他文化產業進行異業結盟機制？
- 4.製香師傅如何傳承？
- 5.文化園區的未來發展方向？
- 6.您認為影響文化園區營運的因素中，最主要的為何？
- 7.您認為地方文化館的營運民間經營、公辦民營、政府經營各有何優缺點？

附錄二 公部門人員訪談大綱

第一部份：地方文化館政策層面

- 1.目前公部門對地方文化館營運採行的管理和監督的作為分別為何？
- 2.公部門主要希望地方文化館設置對地方產生什麼影響？
- 3.您認為地方文化館的營運應該是要透過何種方式進行最為理想？
(民間經營、公辦民營或是政府經營？)
- 4.您認為公部門對目前各地文化館經營，最迫切要作的工作為何？

附錄三 地方文化工作者訪談大綱

第一部份：地方文化保存層面

您認為「新港香藝文化園區」的設置，對於地方文化的保存方面

- 1.意義和價值是什麼？
- 2.使命和角色是什麼？
- 3.園區的設置，對於居民的地方文化認同有何影響？

第二部份：對地方產業互動層面

- 1.您認為「新港香藝文化園區」與地方文化產業最大的互動關係為何？
- 2.您認為「新港香藝文化園區」如何與地方上其他產業進行異業結盟機制？
- 3.您認為提昇「新港香藝文化園區」活動推廣效益最大的因素是什麼？
- 4.您認為「新港香藝文化園區」還有哪些面向可以延伸地方影響力？
- 5.其他意見或建議

附錄四 新港香藝文化園區問卷調查

親愛的先生、女士，您好：

感謝您在百忙中協助填寫本問卷，這是一份學術性的問卷，研究目的在於探討參觀者對「新港香藝文化園區」整體經營印象與提振地方文化經濟發展的相關看法。

本問卷採匿名填答，其資料僅作為學術研究之用，敬請安心填答，您寶貴的意見是我們研究上的一大助力，感謝您熱心的參與和協助。

敬祝 身體健康

南華大學出版與文化事業管理研究所

指導教授：黃淑基教授

研究生：李瑛玲謹啟

第一部份：基本資料（請在“□”內打✓）

- 1.性別：男 女
- 2.年齡：20以下 20~29 30~39 40~49 50~59 60以上
- 3.教育程度：國小 國中 高中(職) 專科大學 研究所以上
- 4.職業：學生 農林漁牧 工業 商業 軍公教
科技業 服務業 自由業 其他：_____
- 5.個人月平均收入：一萬五以下 一萬五~三萬元 三萬~四萬五元
四萬五~六萬元 六萬~七萬五元 七萬五以上
- 6.居住地：新港本地 北部（基隆縣市、台北縣市、桃園縣市、新竹縣市）
中部（苗栗縣市、台中縣市、南投縣市、彰化縣市）
南部（雲林縣、嘉義縣市、台南縣市、高雄縣市、屏東縣市）
東部（宜蘭縣市、花蓮縣市、台東縣市）
外島（澎湖、金門、馬祖） 其他地區：_____

第二部份：參觀印象層面

- 1.您參觀過香藝文化園區的次數：第一次參觀 2~3次 3次以上
- 2.您知道文化館的原因是：親朋好友告知 報章雜誌 新聞媒體
網路資訊 其他文化館宣傳 路過發現 其他：_____
- 3.您本次旅遊性質為：個人或朋友私人旅行 家族旅遊 學校團體
旅行社團體 公司團體 社會團體(宗教、社團、農會)
其他：_____
- 4.您來參觀香藝文化園區的動機是：(可複選)
休閒旅遊 對展示題材有興趣 感受文化館特有的氣氛
親朋好友的推薦 為員工、子女、學生的教育需要
學校戶外教學 路過順便參觀 購買商品 其他：_____

5.您最喜歡文化園區的哪一部份：(可複選)

- 文化館 馨香館 製香工坊 香料植物休閒區 庭園餐廳
八卦祈福香圍 新港農特產品展售區 主題民宿

第三部份 消費及服務層面

1.請問您是否有參加文化館導覽服務：是 否

2.請問本次您個人至本館消費金額大約：

- 無消費 500元以下 501~1000元 1001~1500元
1501~2000元 2001~2500元 2501~3000元 3001元以上

3.請問您消費項目為何：(可複選)

- 香品(線香、貢末、香環、盤香、臥香) 精油香氛商品 手工藝品
購買創意商品(三牲香料禮盒、虎爺香、虎爺香包、平安香餅等)
參加手作香DIY課程 餐廳消費 其他(請註明)：_____

4.請問您覺得哪些商品最特別：(可複選)

- 線香 貢末 香環 盤香 臥香 束柴 虎爺香包
虎爺香 平安香餅 三牲香料禮盒 香氛精油 其他：_____

5.您喜歡園區的哪項服務？(可複選)

- 導覽服務 製香表演 手作香DIY課程 商品販售 餐飲服務
其他(請註明)：_____

第四部份 提振地方文化經濟發展層面

1.您認為香藝文化園區具備哪些功能？(可複選)

- 學術研究 文化保存 教育推廣 休閒遊憩 地方特色產業推廣

2.您認為香藝文化園區的設立，為新港鄉帶來觀光人潮與相對旅遊商機？

- 非常同意 很同意 普通 不同意 非常不同意

3.若結合香藝文化園區規劃一日遊之行程，以下景點您願意造訪的是：(可複選)

- 奉天宮 大興宮 水仙宮 登雲書院遺址 新港鐵路公園
新港文化館 25號倉庫 新港遊客中心 頂菜園鄉土館 復興鐵橋
古笨港陶華園 板陶窯 其他：_____

4.您對香藝文化園區的未來發展之有何期許與建議？

問卷到此結束，感謝您撥冗填完！

附錄五 訪談逐字稿整理

訪談編號：A

訪談對象：新港香藝文化園區陳文忠館長

訪談時間：民國 99 年 8 月 12 日 上午 10 點 00 分

訪談地點：新港香藝文化園區

訪問方式：開放式錄音

訪談逐字稿內容	編碼分析
<p>一、傳統的經營模式</p> <p>1.傳統製香產業的經營模式為何？</p> <p>傳統香業早期沒有人用這種創新的經營手法來做，所以我們以前看到的<u>傳統香業都是在香舖店裡或是在雜貨店裡販賣，早期我們在新興製香廠的階段，都是以批發為主，我們是生產工廠，將製作好的產品送給盤商，盤商差不多是在高雄、台北，在週邊像雲嘉南縣市，我們就直接給香舖店，就不透過盤商。當然，在週邊的盤商也是會直接跟我們拿貨，只是我們給他們的可能就是不一樣的牌子，所以，在傳統香業裡，我們自己做出的牌子，可能有二十幾種在市面上流通。</u></p> <p>2.傳統模式經營客源及商品跟現在有哪些不同處？</p> <p><u>傳統商品較屬於傳統祭祀用香，譬如說：香、香環、盤香、大支香及一些束柴方面的東西。</u></p> <p>至於<u>經營模式，之前是新興製香廠，成立伍蓮</u></p>	<p>傳統香業是在香舖店裡或是在雜貨店裡販賣，早期新興製香廠的階段，都是以批發為主，我們是生產工廠，將製作好的產品送給盤商，盤商差不多是在高雄、台北，在週邊像雲嘉南縣市，我們就直接給香舖店，在週邊的盤商也是會直接跟我們拿貨，只是我們給他們的可能就是不一樣的牌子，所以，在傳統香業裡，我們自己做出的牌子，可能有二十幾種在市面上流通。(A-1-1)</p> <p>傳統商品屬於傳統祭祀用香，譬如說：香、香環、盤香、大支香及一些束柴方面的東西。(A-1-2-1)</p> <p>經營模式，之前是新興製</p>

香業開發有限公司，算是較有正式的營運，有合法化的營運；伍蓮算是正式的公司，因為員工較多，還有一項原因就是之前新興製香廠是沒有繳稅，製香產業包括目前大部分都是沒有繳稅，而我們很早就成立公司，開始繳稅，還有就是原料採用開始從國外進口。

3.傳統經營年代，新港地區製香產業狀況？

傳統經營年代，新港大概有十多間製香廠，現在大概天天製香的只剩下我們，現在新港附近有一兩間，大概也都沒什麼再做了。

4.傳統製香產業無法持續生存的原因？

傳統香業無法在臺灣生存主要是受到大陸進口香影響，這是最大的原因。再來就是製香師傅工作很辛苦，製香師傅一直轉行，又沒有新的人學習，所以，傳統香業就漸漸沒落！會沒有人傳承繼續做。

二、轉型過程：

1.從傳統產業轉型成「新港香藝文化園區」的原因與歷程？

臺灣對宗教信仰一拿香拜拜，臺灣有百分之八

香廠，成立伍蓮香業開發有限公司，算是較有正式、有合法化的營運，員工較多，開始繳稅，原料採用開始從國外進口。
(A-1-2-2)

傳統經營年代，新港大概有十多間製香廠，現在天天製香的只剩下我們，現在新港附近有一兩間，大概也沒什麼再做了。
(A-1-3)

傳統香業無法在臺灣生存主要是受到大陸進口香影響，這是最大的原因。再來就是製香師傅工作很辛苦，製香師傅一直轉行，又沒有新的人學習，所以，傳統香業就漸漸沒落！(A-1-4)

臺灣有百分之八十的人有

十的人有拿香拜拜，不過，裡面卻有百分之八十的人不知香是如何製造的，不知香從哪裡來，香的原料是什麼？所以，我從做香的傳統產業轉型到香藝文化園區，尤其在這新港宗教聖地，每年有三百萬的香客從園區經過，是佔地利關係！這三百萬香客從這經過，都是有拿香、有拜拜的，結果，卻不知香從哪裡來？香是如何製造的，香的原料是什麼？這就是我想讓消費者了解的，這是當初我設立的動機！其中還有一項是說，消費者對咱們的產品—香對身體是好還是不好，有無影響，這也是我一直想要探討的、想要研究的。我一直想怎樣讓香「透明化」；讓消費者可瞭解：什麼香是健康的，到底對身體好或不好！

2.成立「新港香藝文化園區」過程中，是否獲得地方人士支持？

在地方上，最支持我的是陳錦煌醫師，他也很希望(香藝文化園區)能夠帶動新港，因為香和奉天宮有相當的關係，因為新港是個宗教聖地，香和廟有關係，所以他希望我走向這方向。其他地方上，我認為是並無靠誰幫忙。在創立的過程，主要是縣

拿香拜拜，不過，裡面卻有百分之八十的人不知香是如何製造的，不知香從哪裡來，香的原料是什麼？所以，我從做香的傳統產業轉型到香藝文化園區，尤其在這新港宗教聖地，每年有三百萬的香客從園區經過，是佔地利關係！香從哪裡來？香是如何製造的，香的原料是什麼？這就是我想讓消費者了解的，這是當初我設立的動機！其中還有一項是說，消費者對咱們的產品—香對身體是好還是不好，有無影響，這也是我一直想要探討的、想要研究的。我一直想怎樣讓香「透明化」；讓消費者可瞭解：什麼香是健康的，到底對身體好或不好！(A-2-1)

在地方上，最支持我的是陳錦煌醫師，他也很希望(香藝文化園區)能夠帶動新港，因為香和奉天宮有相當的關係，因為新港是個宗教聖地，香和廟有關係，所以他希望我走向這

政府文化處和行政院文建會。從我第一年我開始做香的文化館，他們就有來找我，叫我送計畫，多少有些經費補助，從 93 年開始到現在，大概五年左右，補助大約有五百多萬，不過，不是只有政府補助的經費考量而已，我們是希望有政府機關的輔導，幫我們做背書、當靠山，園區總共的金額，到目前為止，投資金額已達一億四千多萬，官方只補助文化館部分，要做一件事，還是要靠自己，自己若做得成功，人家就會來，如果沒有成功的感覺，人家就不會來。

3.成立「新港香藝文化園區」過程中，遭遇到的最大瓶頸為何？如何克服？

自古以來，香這傳統產業，製香的師傅，書都讀得不多，因為小時候就開始玩香，十多歲的時候，讀書的時候，父母就會覺得：可能一技之長比讀書重要，所以小孩子玩香玩到十多歲，受教育機會就比較少，在這傳統產業上，沒辦法受到太好的教育，所以在這方面文字的記載較少。也因為關於香的產業文字記載較少，所以我要做這文化園區就有太多的資料要從頭做起，要去整理資料，是最辛苦的，都要自己去慢慢搜集，去編纂！例如：新港香功九式，製香的過程，以前從沒講過，九個動作，以前也沒有，我當初要開始做這文化園區時，我才開始去拆解，香從開始到完成這些動作。

方向。(A-2-2-1)

不過，不是只有政府補助的經費考量而已，我們是希望有政府機關的輔導，幫我們做背書、當靠山，園區總共的金額，到目前為止，投資金額已達一億四千多萬，官方只補助文化館部分。(A-2-2-2)

自古以來，製香的師傅，書都讀得不多，因為小時候就開始玩香，十多歲讀書的時候，父母就會覺得：可能一技之長比讀書重要，所以受教育機會就比較少，在這傳統產業上，沒辦法受到太好的教育，所以在這方面文字的記載較少。(A-2-3-1)

因為關於香的產業文字記載較少，所以有太多的資料要從頭做起，要去整理資料，是最辛苦的，都要自己去慢慢搜集，去編纂！例如：新港香功九式，製香的過程，當初要開

4.公部門對香藝這樣的文化園區，有何政策措施或經濟方面的支持？

縣政府文化處有幫忙、有輔導，在創立的過程，主要是有縣政府文化處和行政院文建會輔導。從我第一年我開始做香的文化館，他們就有來找我，叫我送計畫，多少有些經費補助，從 93 年開始到現在，大概五年左右，補助大約有五百多萬，但鄉公所則沒有，都沒有關心！不像中國大陸那邊，很早就帶人來邀請我要過去，地方都找好了，就差很多！其實公部門要稅金，要什麼…你也是要去幫忙，一個企業能夠發展，政府才有稅收，沒有就是放他自生自滅。一間公司成立，沒人關心、沒人輔導，公司倒了，稅收也沒了，所以，一個國家要有很多企業來投資、來經營，那成功才有稅收。

三、文化創意元素來源與運用：

1.園區整體規劃的的創想為何？

這就是我當初為什麼想做這轉型的原因，像我之前到中正大學上陳國華老師的課程，後來開始思考如何轉型，這最重要的就是要怎樣讓傳統產業有辦法永續經營，就是這樣！

始做這文化園區時，我才開始去拆解，香從開始到完成這些動作。(A-2-3-2)

在創立的過程，主要是有縣政府文化處和行政院文建會輔導。從我第一年我開始做香的文化館，他們就有來找我，叫我送計畫，多少有些經費補助，從 93 年開始到現在，大概五年左右，補助大約有五百多萬，但鄉公所則沒有。(A-2-4)

這就是我當初為什麼想做這轉型的原因，像我之前到中正大學上陳國華老師的課程，後來開始思考如何轉型，這最重要的就是要怎樣讓傳統產業有辦法永續經營。(A-3-1)

2.新開發的產品類項？

主要就是文創產品開發，要有他的實用性，要有故事性，譬如虎爺香、香料三牲，這都要有他的故事性，也有他的實用性，有他自己的特色、他的文化，甚至是在傳統香品上，我們強調的是要研發健康安心香品，讓消費者安心使用。當然，這些文創產品要怎樣去開發，一個是從產業裡面去開發東西出來，再加上它的文化，「產業文化化、文化產業化」，將剛剛講過的實用性、故事性、文化性、特色性，將這些東西，變成產品的附加價值，讓傳統香品，有更高的附加價值。

3.商品開發的創意源頭？

文化創意產品，是要怎樣把香的文化變成產品，要跟著時代潮流走，像現在在講環保，那要怎樣把香也跟著環保議題來設計，香要怎樣做環保？傳統線香，一台斤可能三、四百條，大陸他們在香裡加上石粉(碳酸鈣)增加香的重量，所以他們一台斤的香，剩下兩、三百條，而我們把香做到比大陸的還要多，一台斤五六百條、七八百條，一支香作

主要就是文創產品開發，要有他的實用性，要有故事性，譬如虎爺香、香料三牲，這都要有他的故事性，也有他的實用性，有他自己的特色、他的文化，甚至是在傳統香品上，我們強調的是要研發健康安心香品，讓消費者安心使用。(A-3-2-1)

文創產品要怎樣去開發，一個是從產業裡面去開發東西出來，再加上它的文化，「產業文化化、文化產業化」，將剛剛講過的實用性、故事性、文化性、特色性，將這些東西，變成產品的附加價值，讓傳統香品，有更高的附加價值。
(A-3-2-2)

文化創意產品，是要怎樣把香的文化變成產品，要跟著時代潮流走，像現在在講環保，那要怎樣把香也跟著環保議題來設計。(A-3-3-1)

創意產品，如薰香或造型香，或虎爺香。新港奉天宮裡

的比別人細、一斤香比別人多，這就是環保！再來，是一些創意產品，如薰香或造型香，或虎爺香。新港媽祖很有名氣，這是眾所皆知，新港奉天宮裡較獨特的是虎爺，別處的虎爺都在桌下供奉，那為何新港的虎爺是在桌上供奉？這就是其獨特性、唯一性。所以從這裡來思考，來設計產品，來動腦筋，所謂的「虎爺香」。每個人祈求目的，祈求平安、小孩子會讀書，這就是智慧，求健康、求婚姻、求事業，所以，在虎爺香裡就設計了八種產品，不一樣的八種祈求目的，這就是創意。將虎爺故事加上創意，就變成文化創意。廣泛來說，香的原料第一是香精精油，第二香馨類宗草藥，第三檀香，第四沉香。從這四樣東西來，香精精油，本來是做香的原料，獨立從香精精油開發產品，所以你會在文化館看到精油類的產品，手工香皂產品，這都是精油做成的。第二香馨類宗草藥，原本是製香材料，可以開發成香包，製作成創意香包，這就是新的產品。或者是說檀香、沉香，這就是利用產業文化、歷史文化來開發新的產品。這就是文化創意產業！又譬如說「香腳」，以前的香，做重要的就是「香腳」，沒有「香腳」，就沒辦法做一支香；從「香腳」到製作成「馨香燈」，這就是利用香的原料來研發的。香腳上加上精油，燈光的溫度把香味散發出來，這就是叫新港馨香燈。這也是文化創意產業。

較獨特的是虎爺，別處的虎爺都在桌下供奉，那為何新港的虎爺是在桌上供奉？這就是其獨特性、唯一性。所以從這裡來思考，來設計產品，來動腦筋，所謂的「虎爺香」。每個人祈求目的，祈求平安、小孩子會讀書，這就是智慧，求健康、求婚姻、求事業，所以，在虎爺香裡就設計了八種產品，不一樣的八種祈求目的，這就是創意。將虎爺故事加上創意，就變成文化創意。(A-3-3-2)

香精精油是做香的原料，獨立從香精精油開發精油類的產品、手工香皂產品。香馨類宗草藥，是製香材料，可以開發成香包，製作成創意香包，這就是新的產品。檀香、沉香，這就是利用產業文化、歷史文化來開發新的產品。這就是文化創意產業！譬如說「香腳」，以前的香，做重要的就是「香腳」，沒有「香腳」，就沒辦法做一支香；從「香腳」到製作成「馨香燈」，這就是利用香的原料來研發的。香腳上加上精

<p>四、新的經營模式開發：</p> <p>1.文化園區目前編制及營運現況？</p> <p><u>目前編制大概有五、六十多人，包括香藝文化館、民宿、餐廳，還有兩個弟弟在幫忙。</u></p> <p><u>營運現況目前都沒問題，都有盈餘，之前投資回收沒那麼快，有慢慢在回收，有一直再持續成長，每個月有三萬名的遊客，平均。都會有大小月，像七月份，老人就沒有了，老人比較有禁忌七月份不出去玩，現在是最小月，不過七月份散客較多，因為暑假。</u></p> <p>2.文化園區的經營的行銷策略與傳統最大的不同點？</p> <p>傳統香業透過盤商、香舖店去賣，就是當老闆的要跑客戶，就是傳統行銷；現在轉型以後，行銷方式就是媒體、網路，較不一樣，現在就是打品牌。</p>	<p>油，燈光的溫度把香味散發出來，這就是叫新港馨香燈。這也是文化創意產業。(A-3-3-3)</p> <p>目前編制大概有五、六十多人，包括香藝文化館、民宿、餐廳，還有兩個弟弟在幫忙。(A-4-1-1)</p> <p>營運現況目前都沒問題，都有盈餘，之前投資回收沒那麼快，有慢慢在回收，有一直再持續成長，每個月有三萬名的遊客，會有大小月，像七月份老人比較有禁忌不出去玩，現在是最小月，不過七月份散客較多，因為暑假。(A-4-1-2)</p> <p>傳統香業透過盤商、香舖店去賣，就是當老闆的要跑客戶，就是傳統行銷；現在轉型以後，行銷方式就是媒體、網路，較不一樣，現在就是打品牌。(A-4-2)</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

3.文化園區是否與地方上其他文化產業進行異業

結盟機制？

異業結盟像阪陶窯、頂菜園，現在有的創意草地市集，新港文化館也都有。

其實，新港的一些文化休閒產業本來就是我推動的，包括板陶窯、頂菜園也是我推動的，所以他們那邊成立了一些板陶窯、交趾陶發展協會也是我幫他們成立的，光去年就幫他們申請了好幾千萬給他們做社區總體營造。

異業結盟像阪陶窯、頂菜園，現在有的創意草地市集，新港文化館也都有。

其實，新港的一些文化休閒產業本來就是我推動的，包括板陶窯、頂菜園也是我推動的，所以他們那邊成立了一些板陶窯、交趾陶發展協會也是我幫他們成立的，光去年就幫他們申請了好幾千萬給他們做社區總體營造。(A-4-3)

4.製香師傅如何傳承？

要開課，看有沒有要學習，像我們有跟人間福報一起辦的活動，開了兩堂課，是關於香的一些概念的課程。香產業的永續經營、傳承，其實這是一個傳統產業，做香的師傅很辛苦，這會有一個斷層，現在就是一個斷層，那要怎麼讓傳統產業可以永續發展？我現在正在想一個臺灣香到底跟中國大陸或其他東南亞國家的香，哪裡有不一樣的地方？要怎麼樣讓我們臺灣的香在東南亞、甚至是全球有它獨特唯一的地方。現在我想辦一個臺灣香「精品獎」的活動，另外加上『MIT』臺灣製造，讓臺灣的香品—我們好的香在臺灣繼續經營，可以把臺灣好香讓其他國家像東南亞、中國大陸、日本他們會認定我們臺灣的香是好香。如果可以把

要開課，看有沒有要學習，像我們有跟人間福報一起辦的活動，開了兩堂課，是關於香的一些概念的課程。

(A-4-4-1)

香產業是一個傳統產業，做香的師傅很辛苦，現在是一個斷層；我想要辦一個臺灣香「精品獎」的活動，另外加上『MIT』臺灣製造—讓臺灣的香品，我們好的香在臺灣繼續經營，讓其他國家像東南亞、中國大陸、日本他們會認定我們

『MIT』的品牌打出來，那臺灣的香產業才可以永續發展。

5.您認為影響文化園區營運的因素中，最主要的為何？

其實最主要是自己的管理行銷，管理行銷如果做好，就沒什麼影響。而產業文化化，文化產業化也是一個方式，譬如用文化扎根以後，讓傳統香業以文化扎根後能更有內涵，更吸引一些遊客到園區來。

6.文化園區的未來發展方向？

文化園區之前是把產業文化化，再來就是把文化再產業化，讓這個園區就在我們的五個方向目標裡面—「在地性、產業性、文化性、知識性、教育性」，可以變成一個教育園區。

7.您認為地方文化館的營運民間經營、公辦民營、政府經營各有何優缺點？

在地方文化館中，可分為產業館或者是公部門的館，而我是覺得產業文化館較有活力，其他公部

臺灣的香是好香。如果可以把『MIT』的品牌打出來，那臺灣的香產業才可以永續發展。

(A-4-4-2)

其實最主要是自己的管理行銷，管理行銷如果做好，就沒什麼影響。而產業文化化，文化產業化也是一個方式，譬如用文化扎根以後，讓傳統香業以文化扎根後能更有內涵，更吸引一些遊客到園區來。

(A-4-5)

文化園區之前是把產業文化化，再來就是把文化再產業化，讓這個園區就在我們的五個方向目標裡面—「在地性、產業性、文化性、知識性、教育性」，可以變成一個教育園區。(A-4-6)

在地方文化館中，可分為產業館或者是公部門的館，而

<p>門所設的館，也都比較會變成蚊子館，所以在地方文化館的經營上面還是要有經濟效益，那才可以永續經營。像有些館是公部門設立的，可能沒什麼效益，在台灣像比較大的縣政府設立的館，會比較有人參觀，但是在鄉鎮的館，一定要非常用心的去行銷，做特色展現，要不然的話，沒有經濟效益，沒有附加價值的話，可能到最後沒有中央補助的話，這個館就沒辦法經營。產業文化館，因為有產業支持就會比較好一點，像奇美博物館，他們沒有政府的補助，但他們就做得很好。</p>	<p>我是覺得產業文化館較有活力，其他公部門所設的館，也都比較會變成蚊子館，所以在地方文化館的經營上面還是要有經濟效益，那才可以永續經營。(A-5-1)</p> <p>有些館是公部門設立的，可能沒什麼效益，在台灣像比較大的縣政府設立的館，會比較有人參觀，但是在鄉鎮的館，一定要非常用心的去行銷，做特色展現，要不然的話，沒有經濟效益，沒有附加價值的話，可能到最後沒有中央補助的話，這個館就沒辦法經營。(A-5-2)</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

訪談編號：B

訪談對象：嘉義縣文化處藝文推廣科人員

訪談時間：民國 99 年 7 月 24 日 下午 3 點 00 分

訪談地點：嘉義縣文化處藝文推廣科辦公室

訪問方式：開放式錄音

訪談逐字稿內容	編碼分析
<p>1. 目前公部門對地方文化館營運採行的管理和監督的作為分別為何？</p> <p>這應該分成兩個層面來說：以前在第一期的時</p>	

候，(做到今年 99 年是第二期計畫)一開始會做的方式是，不管嘉義縣或各縣市，就是以它的閒置空間，有些館舍建築體就是閒置空間，所以一開始目標就很明確：地方文化館是以閒置空間再利用為一要素，不是重新再蓋一個新的館。最早以前有做嘉義縣各個鄉鎮的閒置空間再利用的調查，那個時候是委託成大，這個調查的過程之中，就會有一些文化資產的建築體之類的，然後我們再針對鄉鎮：哪些建築體是可以再利用的情況之下，有些館設空間是屬於鄉鎮公所的，有些是屬於民間館的，譬如說像民雄的廣播電台（它是公家的嗎？），它以前是政府單位，後來因為廣播電台，就改成財團法人，所以在很多年前他們就把跟政府的就切了，假設你原來是在廣播電台，做了十年或十五年，這地方算是公職的薪資算法，包括你的實退方式，再來再用財團法人的方式來聘用。所以說一開始的管理方式，就是先把閒置空間找出來，再去看各鄉鎮有沒有什麼特色，想要在地方做保存的，所以有館舍會用展示的方式來呈現，像有些鄉鎮可能很偏遠，但他會用保留當地特色的一些東西，有些會用展示，有些會用生態方式，基本上就是能夠保存地方既有的產業特色或是文化藝術為原則。剛開始會辦說明會，大概說什麼叫做「地方文化館」，它既像博物館又不像博物館，你說它不是博物館，但它又有展覽的功能，可是它體質又沒有那麼完整，為什麼體質不好，因為一開始是閒置空間再利用，所以我們會要告知，對地方文化館不能用博物館的概念去看

最早以前有做嘉義縣各個鄉鎮的閒置空間再利用的調查，所以說一開始的管理方式，就是先把閒置空間找出來，再去看各鄉鎮有沒有什麼特色，想要在地方做保存的，所以有館舍會用展示的方式來呈現，像有些鄉鎮可能很偏遠，但他會用保留當地特色的一些東西，有些會用展示，有些會用生態方式，基本上就是能夠保存地方既有的產業特色或是文化藝術為原則。

(B-1-1-1)

它，因為它不是博物館。我們會把它訂為說：地方文化館是居民生活中一個生活的展示館，讓大家覺得它是可以親近的、它是可以貼近的，「生活館」也是可以這樣去講。所以大家會講說「蚊子館」，可是我會覺得它本身是人家不要的空間，我們沒有去蓋任何的東西，只是為了不要荒廢這些房子，把它再利用出來，我覺得這其實對地方來講，就是件很了不起的事情。只是大家都會去責難：也些文化館是蚊子館，事實上，我們後來去看，那個蚊子館都不是在講我們的地方文化館，都是在講什麼海運大樓，什麼地方…什麼的蚊子館，很多人會想說，好像地方文化館是最多的館，應該你們也是，可是事實上不是。剛開始會鼓勵鄉鎮，然後或者是民間。因為其實公部門的立場，我們一直強調應該是要輔導民間，它才能夠更獨立更完整，其實他們走的路才是最遠的，如果很多事情都是讓公家來做的話，那民間對一些文化藝術的熱情就不見了，所以說，我們能站在怎樣的立場去輔導它，演變到現在很多都是產官學的方式來做，因為文化館，也算是個產業嘛。有沒有碰到盲點，有些經營者是鄉鎮公所，那也不專業，有些民間是我有熱情，可是我也不一定有專業，所以，一定要加入學術的專業性進來，有時候碰到法律的問題，政策上如何去走，公部門就可以協助它。在他們遇到困難時，幫助他們成長。我們當初的想法是這樣子。我們能協助他們申請館舍類別，要做文化館，第一個產權要清楚，所有權人也是要清楚，如果是公家的地，公家提供

公部門的立場，我們一直強調應該是要輔導民間，它才能夠更獨立更完整，現在很多都是產官學的方式來做，我們能協助他們申請館舍類別，要做文化館，第一個產權要清楚，所有權人也是要清楚，如果是公家的地，公家提供出來做，要經過建築物安全、消防安檢，因為文化館就是要對民眾開放，還有消防人員的管理與維護。既然是個館，就會有管理要點、管理辦法，那些都是需要的。(B-1-1-2)

出來做，要經過建築物安全、消防安檢，因為文化館就是要對民眾開放，還有消防人員的管理與維護。既然是個館，就會有管理要點、管理辦法，那些都是需要的；以民間館來說，以香藝館為例，當初是做香的，它的正門進去以前是放香的倉庫，就是一二樓的倉庫，到現在，就差很多，所以，當初想說要做什麼？他有一些報導，你應該有看過，當初找我時，我提供他一些東西，既然它是香藝的話，就要有一個整治規劃的空間，最早是找陳國寧老師幫忙規劃，他之前是嘉義縣博物館方面的輔導團隊，有關社區團隊，就找中正大學。我覺得民間館是很努力，因為民間館若不好，就沒有生存。香藝有三兄弟，就有分工。有些人會質疑，為什麼我們會去補助民間館，可是站在我們的立場，以我們現在做嘉義縣文化館，我們有一半是公部門，一半是民間的，像有些縣市是都不給民間，都公部門自己做，公部門就是錢拿來自己操作，成績也是自己的；以嘉義縣來講，這些民間館拿到的資源是更少的，譬如說我今天給你 50 塊，但你還要自籌 50 塊，所以它跟公部門補助的比例是不一樣的，我們對民間館的補助更嚴苛，我補助給公部門的鄉鎮公所是我給你 90，你自己只要籌 10 塊就好，所以民間館的自籌壓力更大。但是我們是希望能夠長期站在協助民間館的角色，希望它能夠更長久，這樣對它才更好。我覺得它的好處是說，它可以養很多的在職的人，其實也是提供當地就業機會。我們會去監督：你做這文化園區，如何能夠在這香藝的文化藝術

我們會去監督：你做這文化園區，如何能夠在這香藝的文化藝術裡面不要太商業化，

術裡面不要太商業化，能夠保有不要太商業的層面，我們希望是這樣，但也是要考慮到他們也要做生意，他們員工已經蠻多了，他們自己投資已經一億多了，事實上我們補助沒那麼多，他是希望在這個路程當中，能夠受到公部門的輔導，讓他不要走偏掉。我們能協助他的地方，譬如說有一些典藏策展，或是一些推廣，我們能夠做些指導。我們大部份讓他們自己做，一定要自己做，才能找到原因，如果是我們做，那他們永遠就沒有成長，基本上我們公部門的立場是這樣。

我們有民間和公部門的館舍，目前有兩類：第一類是綜合館舍，它是有特色的，像廣播電台，它是公部門的，所以有公家在推；像溪口文化生活館，當初是要蓋圖書館，整個結構體這邊可做圖書館，那邊就可做生活館，不是因為生活館去蓋的，而是要蓋圖書館，因為溪口本來沒有圖書館，他們爭取要蓋圖書館，其實我們每個館都很努力要走出自己的特色。包括新港的 20 號倉庫、新港的閱讀館，每個月第三個禮拜都有草地市集，希望把每個鄰近的都能串起來。新港鄉長邱進煌最早是新港農會的理事長，做完後去做文教基金會董事長，有這機緣，辦一些展覽。所以他們也是一個我們操作的不錯的民間案例。我覺得做文化的東西，是賺不到錢，純粹是熱情去延續在工作過程當中的滿足感。我們縣政府有輔導平臺的機制，我們有輔導團，就是類似人家講的文化館家族，我們固定每一個月都會聚一次，每個館舍討論它營運的方法，或遭遇到

能夠保有不要太商業的層面，我們希望是這樣，但也是要考慮到他們也要做生意，他們員工已經蠻多了，他們自己投資已經一億多了，事實上我們補助沒那麼多，他是希望在這個路程當中，能夠受到公部門的輔導，讓他不要走偏掉。我們能協助他的地方，譬如說有一些典藏策展，或是一些推廣，我們能夠做些指導。我們大部份讓他們自己做，一定要自己做，才能找到原因，如果是我們做，那他們永遠就沒有成長，基本上我們公部門的立場是這樣。(B-1-1-3)

我們縣政府有輔導平臺的機制，我們有輔導團，就是類似人家講的文化館家族，我們固定每一個月都會聚一次，每

什麼困難該如何解決，大家可以互相幫忙。然後我們在這個月有一個館舍互訪、互評，就是我們把所有的館舍集中起來到你家，你就做一個導覽解說，你把你的館舍都讓我們看，那我們就做個評量：優點是什麼，缺點是什麼，有時候自己看不到自己的優缺點，透過不一樣的角度可以看到。我們會針對館舍去上什麼樣的課程，我們會不斷的給各個館舍：你要如何辦活動、你要如何策劃或執行。如要提案子，也會有個別的輔導。我們這名稱是「諸羅學堂」，我們每次都會有主席，每次每個人都有當主席的機會，我們都會上這些課程，讓他們了解在執行文化館的過程當中，你要怎麼樣去增加你的電力，不然會掏空。我們每個月的聚會大家都很珍惜，能說是互相取暖吧！因為在做的過程中，不管是民間館或公部門都會非常辛苦，這是個耗費很多時間，不一定有很多回報的。可是為什麼還願意做，因為有理想，超脫你原先的工作內容，會有這樣的使命感。像我們到國外去的時候，每個人都看自己要看的東西，像新港就會去看哪裡有跟我們很接近的東西，出去前我們也會做一些功課，做一點規劃再去。我們嘉義縣條件沒那麼多資源，企業贊助…很難啦！大家都會記得宜蘭蘭博，宜蘭好山好水，優勢離台北近、人口多，過夜或當天來回都很方便。可是，換個角度想，嘉義要怎麼走出去，我們會想現在講文化創意，那我們館舍裡，哪些是屬於傳統的，哪些是屬於產業的，像刺繡、香藝就是有產業的東西；有些館舍是展覽的，像表演藝術中

個館舍討論它營運的方法，或遭遇到什麼困難該如何解決，大家可以互相幫忙。我們會不斷的給各個館舍：你要如何辦活動、你要如何策劃或執行。如要提案子，也會有個別的輔導。我們這名稱是「諸羅學堂」，我們每次都會有主席，每次每個人都有當主席的機會，我們都會上這些課程，讓他們了解在執行文化館的過程當中，你要怎麼樣去增加你的電力。(B-1-1-4)

嘉義要怎麼走出去，我們會想現在講文化創意，那我們館舍裡，哪些是屬於傳統的，哪些是屬於產業的，像刺繡、香藝就是有產業的東西；有些

心是表演跟展覽，如何用展覽有自己的特色，那要一點一滴去找，找在地的元素。像我們嘉義縣有農業，怎麼樣用農業的方式，讓外地人來體驗我們在地的農業，到達旅遊，才会有後來的觀光。我們在規劃未來會在電台旁邊的日式招待所的旁邊宿舍區，做成嘉義縣的文創中心，後面的宿舍有十幾棟，那邊的地是國有財產權，那都是民間館沒辦法做的，要公部門來做，有些做的是民間館沒辦法達到的。像當初布袋鹽村，當初的地是國有財產權，透過很多管道可以無償，讓布袋文化生活圈去創想。嘉義縣走的可能就是農村、漁村，我們還有茶村。我們沒辦法去 copy 別人的，因為我們資源沒人家多，我們就是用我們既有的特色去做。公部門立場就是盡力去輔導每個館；沒有館的，像鹽村是整個生態區，我們就是讓他可以去做串連，布袋有個做北管的慶和軒，這樣整個鹽村就可以做表演的跟區域型文化資產去串聯、去結合。像他們都會辦遊學臺灣，做生態的體驗。

像民間館比較辛苦的是我們補助的都是資本修繕、經常辦活動的，但就是不能補助人事費，他們自己還去賺人事費。

香藝的話本身有展覽空間，一般作展覽就是常設展一段時間就要改變，不能都是這樣，今年他們展館會做一些修繕，展示空間會有些不同的東西。他們現在還可以啦！其實他們當初想法很單純，把香做成一個香藝文化館，再擴展到園區。後來一直做一直投資，沒完沒了，整個家族都投資進去，像

館舍是展覽的，像表演藝術中心是表演跟展覽，如何用展覽有自己的特色，那要一點一滴去找，找在地的元素。像我們嘉義縣有農業，怎麼樣用農業的方式，讓外地人來體驗我們在地的農業，到達旅遊，才会有後來的觀光。

這樣算傳統產業，然後轉型。這中間也有經濟部中小企業也有協助，可以賺一些錢。

2. 公部門主要希望地方文化館設置對地方產生什麼影響？

以新港來講，看到交趾陶或是香，我們會希望說它能夠轉換成什麼樣的東西是有文化創意價值的，像之前新港有做佛的公仔，能不能更好、更精緻，因為這個其實已經不少，這就是他們從交趾陶裡去延伸出來的創意公仔；像剪黏，他們在復興鐵橋邊的堤防做了一片很漂亮的苦楝樹牆，這就是文創的延伸，這個設計的整個版本是請雲科的創意生活系來指導。傳統的是做剪黏，加上現代的設計。這個橋是公家的，公部門提供出來：公家的場地透過學校的創意，再加入傳統的剪黏來做這樣的東西，寫計畫跟中央要錢，這個會把嘉義縣的特色讓人家看得出來。去年只有四個縣市接受補助，這就是其中一個。

3. 您認為地方文化館的營運應該是要透過何種方式進行最為理想？(民間經營、公辦民營或是政府經營？)

其實新港民間的活絡比公部門還厲害，如果在嘉義的各個鄉鎮都能像新港這樣，站在公部門立場只要輕輕的協助就好。可是有些鄉鎮落差太大。我覺得居民的素養很重要，居民懂得做這件事，只要

以新港來講，看到交趾陶或是香，我們會希望說它能夠轉換成什麼樣的東西是有文化創意價值的。(B-2-1)

其實新港民間的活絡比公部門還厲害，如果在嘉義的各個鄉鎮都能像新港這樣，站在公部門立場只要輕輕的協助就

能很懂得溝通就 OK！可是有些地方居民素養還不到，所以那個過程就很累。新港從 85 年做到現在，已經二十多年，別的鄉鎮沒這麼久，要給他們時間，我們就是要「陪伴」，跟社區要陪伴，跟館舍也是要陪伴，讓他們在這條路上不孤單。公家不是指導，而是共同學習，我們是協助他們，這樣才是尊重他們。

4. 您認為公部門對目前各地文化館經營，最迫切要作的工作為何？

地方文化館是文建會的政策，它是社區總體營造下的子計畫，其實文化館是館舍經營，但它還是要跟社區地方文化連結。在社區裡要怎樣去回饋社區這是很重要的。他們也是要社區來支持他們，譬如說社區的子弟可以去那邊工作，又譬如去開發腳踏車步道，有時候也要去做串連。我們是盡量啦，因為這計劃到一百零五年就沒有了，那一百零五年之後他們怎麼辦，所以有時候我會很著急：你們要趕快獨立！不要說這個資源沒了，大家就不做了，就瓦解了。現在的問題是全國的問題，文建會這麼多年他也有五百多個館，可是這計劃到一百零五年就沒有了，第一類是重點館舍，目前來講，各縣市目前第一類只能有五個館，二十三個縣市，共一一五個，我在想這些將來可能會劃到博物館那邊的缺去，因為重點館舍跟特色館舍就是在第一類，第二類是屬於生活圈，比較小、比較零星的館，

好。(B-3-1-1)

有些鄉鎮落差太大。我覺得居民的素養很重要，居民懂得做這件事，只要能很懂得溝通就 OK！(B-3-1-2)

地方文化館是文建會的政策，它是社區總體營造下的子計畫，其實文化館是館舍經營，但它還是要跟社區地方文化連結。在社區裡要怎樣去回饋社區這是很重要的。

(B-4-1-1)

這計劃到一百零五年就沒有了，所以有時候我會很著急：你們要趕快獨立！不要說這個資源沒了，大家就不做了，就瓦解了。(B-4-1-2)

現在還有文化創意，還有就是這些館裡有哪些是做產業的，有哪些是做展覽的，有哪些是

<p>將來這些應該屬於社區總體營造那邊的，它跟生活圈的關係會更互動、更密切，生活圈的概念來自於館跟館之間的連結，可帶動整個鄉鎮的活絡。什麼叫生活圈，我們日常生活當中可以碰到的都可以化一個生活圈，那跟社區就有關係。我是這樣看，將來這個二類就會在我們生活圈去強化自己。一類是重點館舍，在台北像鶯歌陶瓷博物館、十三行都是一類館，可是台北縣很大，所以他們的體質是當博物館都沒問題，所以像這些一類的，我的看法是將來會在博物館裡面。因為現在博物館法一直說要通過，我覺得未來會通過，計畫一百零五年應該是。<u>現在還有文化創意，還有就是這些館裡有哪些是做產業的，有哪些是做展覽的，有哪些是做生態的，還是要再做一個區分，目前大概是這樣子。</u></p>	<p>做生態的，還是要再做一個區分。(B-4-1-3)</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------

訪談編號：C

訪談對象：嘉義縣新港鄉鄉長

訪談時間：民國 99 年 8 月 23 日 上午 10 點 00 分

訪談地點：嘉義縣新港鄉自宅

訪問方式：開放式錄音

訪談逐字稿內容	編碼分析
<p>1. 目前公部門對地方文化館營運採行的管理和監督的作為分別為何？</p> <p>其實<u>地方文化館的指導單位是文建會</u>，所以我們對他其實是樂觀其成，看他是否有需要地方政府配合、及協助的，我們可以幫忙他們，像他們申</p>	<p>地方文化館的指導單位是文建會，所以我們對他其實是樂觀其成，看他是否有需要地</p>

請或補助，他們是直接找文建會，如果是關於營業部分，也是縣政府處理，因為牽涉到公共使用空間，所以我們公所這邊與他們可說是沒有很直接的關係，有時候他們申請什麼，我們也都完全不知道，除非他們會主動來找我們，告訴我們他們需要什麼，我們一定會同意，大概這樣的角度，我們是樂觀其成和一些協助的工作，其他沒什麼直接的關係，也沒什麼監督的力量，管理也沒有，沒有公部門的約束力，不過，我們對他們是有期待的。

2. 公部門主要希望地方文化館設置對地方產生什麼影響？

以我們的看法，其實是不要一直用「地方文化館」這個名字，因為我們在做的是「地方文化產業」、「文化休閒產業」，因為文化館，在新港，就我所知，「香藝」是文化館，「25號倉庫」是文化館，是有透過文建會輔導，到底像頂菜園、板陶窯，這個有無經過那個（文建會輔導），我也不是很了解。推動地方文化產業，尤其像新港這地方，完全是以農業維生，那現在所有行業裡，最辛苦的就是做實人，所以，以我的看法，在推動文化休閒產業這條路上，地方政府也是有責任的，變成地方專營、吸引來此觀光遊玩的地方，無論文化館也好、或是任何一項文化休閒產業來說，都是一個吸引人之處。我也希望說，像他們這樣比較大的文化館或文化休閒產業，有辦法可以打出他們的知名度，可

方政府配合、及協助的，我們可以幫忙他們，如果是關於營業部分，也是縣政府處理，因為牽涉到公共使用空間，所以我們公所這邊與他們可說是沒有很直接的關係，也沒什麼監督的力量，管理也沒有，沒有公部門的約束力，不過，我們對他們是有期待的。(C-1-1)

推動地方文化產業，尤其像新港這地方，完全是以農業維生，那現在所有行業裡，最辛苦的就是做實人，所以，以我的看法，在推動文化休閒產業這條路上，地方政府也是有責任的，變成地方專營、吸引來此觀光遊玩的地方，無論文化館也好、或是任何一項文化休閒產業來說，都是一個吸引人之處。(C-2-1-1)

希望像他們這樣比較大的

以帶動一些週邊的產業，人出門在外，吃喝玩樂，每項都要具備，他們有辦法吸引，帶來給地方像吃、住這樣的問題會一起帶動，所以，以地方政府來看，他們應該是一個帶動地方、改善地方像過去農業那樣艱苦的生活情形，換一個經營地方的方式，讓地方轉型，他們是扮演一個很重要的角色。

3. 您認為地方文化館的營運應該是要透過何種方式進行最為理想？(民間經營、公辦民營或是政府經營？)

目前新港大部分有營業的都是民營的，我們在新港這所看到的都是民營的，我們覺得他們很好，因為那是他們有能力，再加上他們跟地方上也配合得很好，他們都有意願。其實新港開始要講「地方文化產業」這名詞，應該在六、七年前，當時我還在基金會時，有向經濟部中小企業處申請「地方產業自主輔導計畫」，是三年的計畫，那時候我們就開始在基金會裡運作：是不是用他們自己本來的產業來轉型，最好的例子就像是板陶窯，他以前完全是個生產工廠，那時是大家一直再推動，現在新港有個「文化休閒產業協會」，陳文忠是理事長，那時候就是在那種情形下去輔導他們，讓他們產生。那時加入的包括有酒莊，有一些做交趾陶的、大型就像板陶窯，小型的也會成立一個工作室，都可以DIY，比較類似這種的來成立，各行各業也有個策

文化館或文化休閒產業，有辦法可以打出他們的知名度，可以帶動一些週邊的產業，是一個帶動地方、改善地方像過去農業那樣艱苦的生活情形，換一個經營地方的方式，讓地方轉型，他們是扮演一個很重要的角色。(C-2-1-2)

目前新港大部分有營業的都是民營的，他們很好是他們有能力，再加上他們跟地方上也配合得很好，他們都有意願。(C-3-1-1)

以新港的條件，目前沒有公有地，要來做什麼利用也都不太可能，再來就是地方的財政，以鄉鎮來說，也是都很困難，所以我覺得只要他們有心，他們反而可以配合地方，那我們可以給他們鼓勵，這對地方也很好。所以，是他們自己做的比較好。我的看法，是經營方面靠他們自己，但是站在公部門的立場，怎樣幫助他

略聯盟，我們也會協助他們成立協會，我們也是希望可以藉由他們帶動地方。(所以，您是認為民營的...比較...有活力。)應該是要民間的啦，以新港的條件，目前沒有公有地，要來做什麼利用也都不太可能，再來就是地方的財政，以鄉鎮來說，也都是很困難，所以我覺得只要他們有心，他們反而可以配合地方，那我們可以給他們鼓勵，這對地方也很好。所以，是他們自己做的比較好。我的看法，是經營方面靠他們自己，但是站在公部門的立場，怎樣幫助他們行銷，打開他們的知名度，這應該是我們公部門該做的。像我上任後，在新港我就成立了旅客服務中心，那間是完全沒有營業性質的，主要是地方上的相關資訊可以在那獲得，我們地方政府的作用就是幫他們打開知名度，讓旅客來到新港可以知道怎樣去哪裡參觀，這是我覺得是我們地方政府應該做的。

4. 您認為公部門對目前各地文化館經營，最迫切要作的工作為何？

對於他們的營業方式，公所是比較不會干涉到這樣的問題，但像新港頂菜園庄，他有他的特色，他有一些舊東西，板陶窯裡面佈置的也可讓人消耗好幾個小時，像香藝進去，吃、住、玩也都有了，這我都覺得做得很好，但是以地方的角度來看，應該要做的是要怎樣再去密切聯合，要怎樣從一個點有更好的提供，像板陶窯週六、週日遊客很多，那

們行銷，打開他們的知名度，這應該是我們公部門該做的。

(C-3-1-2)

以地方的角度來看，應該要做的是要怎樣再去密切聯合，要怎樣從一個點有更好的提供，像板陶窯週六、週日遊客很多，那要怎樣去發展週邊或去配套，地方上如果說可以規劃、去帶動，這是相輔相成

要怎樣去發展週邊或去配套,地方上如果說可以規劃、去帶動,這是相輔相成的。如果可以遊玩性質較強的為中心,其他欠缺的包含吃、住可帶動起來,形成像是母雞帶小雞的角色。其實,每個層級都不相同,像迪斯耐是全世界有名的,大家都知道,但或許有人不知他在哪?像香藝,是全國出名的地方,大家都知道要來,對新港來說,就像搭個便車,你來香藝,就一定會來新港走走,新港這些週邊就要呈現出來。在公部門,以我的目標來說,我是注重環境整理,綠化方面要做好,讓人來這不會感覺緊張,算是分工,他們做遊玩部份,我們公的做精神面,我們要做到環境上,讓人家覺得來這走走,會感到舒服。如果說一個園區很好玩,但走到外面卻是髒兮兮的,那這地方也可說是沒有完全成功的。較有規模的,可以有策略聯盟,順便也可以有母雞帶小雞的效果,在周邊、甚至是經過路線的產品可以發展些較小的規模的,我是覺得他們未來要走的應該是這樣的。你說要進步,我比較注重的是整個新港的,我比較不會去單一看個別的進步。他們自己應該會經營,這也不是我們地方政府該去干涉的。

的。如果可以遊玩性質較強的為中心,其他欠缺的包含吃、住可帶動起來,形成像是母雞帶小雞的角色。(C-4-1-1)

在公部門,以我的目標來說,我是注重環境整理,綠化方面要做好,讓人來這不會感覺緊張,算是分工,他們做遊玩部份,我們公的做精神面,我們要做到環境上,讓人家覺得來這走走,會感到舒服。
(C-4-1-2)

較有規模的,可以有策略聯盟,順便也可以有母雞帶小雞的效果,在周邊、甚至是經過路線的產品可以發展些較小的規模的,我是覺得他們未來要走的應該是這樣的。
(C-4-1-3)

訪談編號：D

訪談對象：嘉義縣新港文教基金會現任董事長

訪談時間：民國 99 年 10 月 29 日 下午 3 點 00 分

訪談地點：嘉義縣新港鄉自宅

訪問方式：開放式錄音

訪談逐字稿內容	編碼分析
<p>一、地方文化保存層面</p> <p>您認為「新港香藝文化園區」的設置，對於地方文化的保存方面</p> <p>1. 意義和價值是什麼？</p> <p><u>依我的看法，它的重要在於它的產業轉型，基金會在 91、92 年就很重視這個問題，所以我們跟經濟部中小企業處有申請一個專案：「文化休閒產業發展協會」，這是由基金會去組織出來的，剛開始這個發展協會有二、三十家產業參加，包括現在的香藝文化園區，那時候還沒成立；還有交趾陶，現已經發展成板陶窯；還有桃花源、手工醬油、新港餡…我們就組成一個產業的發展協會。而香藝的老闆陳文忠就是理事長。這個計畫是基金來申請，來幫他們組織，帶他們去參觀台灣很多的地方，就是轉型，台中的精明一街，產業的轉型。像有些產業是原始產業，它需要轉型，兩個典型的例子：像香藝，本來純粹是供應廟裡拜拜的香，像交趾陶，純粹是廟尪仔，它捏的東西是放在廟裡的，是裝飾品，那我們是希望說，這些產業能夠藉轉型，轉型就是提高它的產業價值，所以這兩個例子是說轉型比較成功的例子。</u>包括現在的香藝的文化館，它做</p>	<p>依我的看法，它的重要在於它的產業轉型，有些產業是原始產業，它需要轉型，兩個典型的例子：像香藝，本來純粹是供應廟裡拜拜的香，像交趾陶，純粹是廟尪仔，它捏的東西是放在廟裡的，是裝飾品，那我們是希望說，這些產業能夠藉轉型，轉型就是提高它的產業價值，所以這兩個例子是說轉型比較成功的例子。</p> <p>(D-1-1)</p>

出一個博物館來，發展很多很多跟香有關的產品，它有文化休閒、觀光、導覽，那交趾陶也是這樣子，除了可以來 DIY，它有展示區，可以了解整個製造過程，所以它是算一個結合教育、旅遊、像文化休閒這種味道。

2. 使命和角色是什麼？

爲什麼我們以前會去想到要發展產業，因爲一個產業對一個香非常重要的就是經濟方面。像我們南部的香，最重要面臨的問題就是人口老化。因爲在香港裡，它沒有就業機會，所以中間這一層勞動人口通通往都市集中，所以比較鄉下地方就剩下七、八十歲的老人家跟七、八歲的小孩子，對整個香的人口結構是非常不利。所以我們希望能藉由提升產業、產業的轉型，轉型需要更多的人力，如果成功的話，能充斥就業人口，而且是比較需要青壯年的就業人口。這樣，一方面可以改善新港的經濟，一方面也可以改善人口結構，這對新港來講，非常重要！所以我們以前就是希望每個產業能夠第一個是擴大規模，另一個是轉型，因爲你用香牽涉到環保問題，這以後可能會慢慢絕跡，可能它將來不一定也會消失了。那交趾陶修廟，這也是黃昏產業，藉由轉型到文化休閒這樣的路，是我們從 91 年就在做的。那這兩個企業也可以是說做得最成功的。因爲他們本身有這樣的理念，而本身的財力也夠，像香藝有個園區、有他的博物館，周邊產品也發展

南部的香，最重要面臨的問題就是人口老化。因爲在香港裡，它沒有就業機會，所以中間這一層勞動人口通通往都市集中，我們希望能藉由提升產業、產業的轉型，轉型需要更多的人力，如果成功的話，能充斥就業人口，而且是比較需要青壯年的就業人口。這樣，一方面可以改善新港的經濟，一方面也可以改善人口結構，這對新港來講，非常重要！

(D-1-2)

很多，所以這對整個新港來講，不管是香的經濟、對整個人口結構都有幫忙。那當然有更多這樣的產業出來，那可能會更好，這兩個(香藝和版陶窯)我們可以看到他們已經踏出來了，而且目前來講，我們可以看到是很成功。

3. 園區的設置，對於居民的地方文化認同有何影響？

文化的認同……，香這個東西是跟我們日常生活是息息相關的，但很多人可能是不瞭解它的歷史，或者是它的製造過程，那其實他對整個鄉民對香的認知是個非常好的地方。不過我是覺得，以我個人的期許，因為現在環保、整個暖化的問題是刻不容緩的，其實香也是其中的一環，因為我們了解很多的香都是從大陸進口，大陸進口的香裡頭都含有很多化學的成分在裡面，這對我們人體的健康是一個危害，對環境也是一個損害，所以我們對這個園區有一個期待、期許，就是希望它除了發揮它傳統香轉型文化休閒以外，它可以發展一個安全的香、平安的香，因為我們拜媽祖就是要祈求我們平安，但是當我們那個香對我們的身體卻是損害的，其實這是很好笑的，就是有點諷刺，對這個環境也是污染，那已經失去我們拜神明的意義。所以這個園區整個發展轉型是蠻成功的，但是我們是希望他有個使命感，就是說希望它發展出來的香，對我們拜拜文化有些幫忙，就是說至少它是安全的，對整

香這個東西是跟我們日常生活是息息相關的，但很多人可能是不瞭解它的歷史，或者是它的製造過程，那其實它對整個鄉民對香的認知是個非常好的地方。我們希望他有使命感，希望它發展出來的香，對拜拜文化有些幫忙，至少它是安全的，對整個環境的污染是零，對人體是沒有壞處的。我知道他們有跟嘉義大學在合作研究安全的香，但還沒走到認證這條路，怎麼樣去找到一個可靠的、有公信力的機關，發展出一個認證制度。在發展產業的過程裡頭，要去兼顧到環境永續發展，還有對環保、對個人健康的一個需求，我覺得

個環境的污染是零，對人體是沒有壞處的。那當然
就不是用嘴巴講，像我們的蔬菜、食物都有個認
證，我知道他們有跟嘉義大學在合作，在研究安全
的香，但還沒走到認證這條路，怎麼樣去找到一個
可靠的、有公信力的機關，發展出一個認證制度，
這個香也是安全的香，這個是我個人認為非常重要的，
在發展產業的過程裡頭，要去兼顧到我們環境
永續發展的一個幫忙，還有對環保、對個人健康的一
個需求，我是覺得這很重要！

這很重要！(D-1-3)

二、對地方產業互動層面

1. 您認為香藝文化園區與地方文化產業最大的互動關係為何？

文化園區本來就是文化休閒產業的一環，其實
他在七、八年前就這個組織了，我想，任何事業都
應該是一個聯盟的關係，我們希望新港的文化產業
是一個生活圈的想法，等於是一個套裝的想法，等
於是說他今天來新港，不是只有來參觀香藝文化園
區就走了，我們是希望他來新港，還可以去新港奉
天宮拜拜求平安、他還可以參觀一下新港的景點，
他可以看新港餛、可以看手工香油、可以看鐵路公
園、可以到頂菜園庄、可以到交趾陶博物館、可以
到復興鐵橋；我們認為任何產業都不應該單打獨
鬥，而是成一個聯盟、整體的概念，就是說大家發
展他一定是發展，如果只有你一個人發展，不容易
長久、持續。很多地方可能人家去一次可能就不去

文化園區本來就是文化休閒產業的一環，任何事業都應該是一個聯盟的關係，一個生活圈的想法，等於是說他今天來新港，不只有參觀香藝文化園區，希望他還可以去新港奉天宮拜拜、參觀新港的景點，看新港餛、看手工香油、看鐵路公園、到頂菜園庄、到交趾陶博物館、到復興鐵橋；任何產業都不應該單打獨鬥，而是成一個聯盟、整體的概念。

(D-2-1-1)

了，但是如果你有這樣的觀念，下一次可能他參觀別的地方，可能又會去你的園區走一走。這應該平常就有緊密的聯繫、這種聯盟關係，這樣的話，會比較長久一點。七、八年前，我們開始有這樣的文化休閒產業發展協會的時候，我們是在想，新港是要用團體的力量，一個聯盟、一個組織的力量去推這個文化休閒產業，而不是單打獨鬥。目前為止，個人的發展都蠻不錯的，但是就是沒有整體的行銷，整體的行銷大概沒有人願意做這個事情，因為每個人事業都很忙，所以可能，將來鄉公所可能會扮演這樣的角色，去統整這些文化休閒產業，然後做一個整體的宣傳跟行銷的工作，像宅配那樣的工作。我是覺得這樣的力量比較大，而且對新港的發展也會比較好一點。

2. 您認為香藝文化園區如何與地方上其他產業進行異業結盟機制？

異業結盟比較困難，因為每個人大概都有本位主義，如果我自己做得很好的話，我為什麼要出來拉你，那如果我做得很差的話，人家又不理你。所以應該鄉公所扮演的角色，非常的好，那我們基金會當然也會去配合，我們可能不是主導，我們一直在推文化休閒產業，如果公所願意出來主導那是最好，因為他行政部門的力量比較大，公部門主導，我們私底下可配合，因為我們機關算是比較有公信力，也比較適合扮演這樣的角色，因為個別的點或

新港是要用團體的力量，一個聯盟、一個組織的力量去推這個文化休閒產業，而不是單打獨鬥。目前為止，個人的發展都蠻不錯的，但是就是沒有整體的行銷，整體的行銷大概沒有人願意做這個事情，因為每個人事業都很忙，所以將來鄉公所可能會扮演這樣的角色，去統整這些文化休閒產業，然後做一個整體的宣傳跟行銷的工作，這樣的力量比較大，而且對新港的發展也會比較好一點。(D-2-1-2)

我們基金會一直在推文化休閒產業，如果公所願意出來主導那是最好，因為他行政部門的力量比較大，公部門主導，我們私底下可配合，新港鄉公所本身有心，也願意做，所以將來應該這個問題不大。(D-2-2)

商家，可能意願上比較缺乏。在新港鄉比較好的話，是因為公所本身比較有心，也願意做，所以將來應該這個問題不大。

3. 您認為提昇香藝文化園區活動推廣效益的因素是什麼？

以目前為止，還是以個別的點、個別行銷為主，我覺得香藝文化園區在這些點裡頭，他的行銷策略應該算是最靈活的，而且是比較多樣性的宣傳方式，網站、旅遊系統不管是政府官方的資料裡頭、私人旅行社的系統，我看他做得好像蠻不錯的。我是沒有很深入的去了解，但我觀察，覺得他蠻靈活的，老闆行銷方面蠻行的，很多產業就是一定要靠行銷，但是內容很重要，要充實內容，本身也要有賣點；廣告宣傳很好，但人家來這裡看沒甚麼值得看的，出去可能給你講一些不好的話，人家就不來了。所以你本身要充實自己的內容。香藝他本身也很進步，幾乎每年都在進步，他有一些想法、idea 都蠻不錯的。他本身行銷的方式也蠻靈活、也多樣性，所以就以香藝來講，他本身可以說已經是一個蠻獨立的企業，他做得是蠻不錯的。整體來講，也許將來我們做整體行銷的時候，能夠增加跟其他文化休閒產業之間的合作，目前來講，各自發展，但是統合沒有，將來新港希望能走向比較統合的路，大家能夠彼此拉拔，也許我生意好，不是只有做我的生意，你來這邊參觀，我給你介紹這

以目前為止，還是以個別的點、個別行銷為主，我覺得香藝文化園區在這些點裡頭，他的行銷策略應該算是最靈活的，而且是比較多樣性的宣傳方式，網站、旅遊系統不管是政府官方的資料裡頭、私人旅行社的系統，我看他做得好像蠻不錯的。很多產業就是一定要靠行銷，但是內容很重要，要充實內容，本身也要有賣點。(D-2-3-1)

整體來講，也許將來我們做整體行銷的時候，能夠增加跟其他文化休閒產業之間的合作，目前來講，各自發展，但是統合沒有，將來新港希望能走向比較統合的路，大家能夠

裡，給你安排行程，有一些配套的行程給你選擇。這樣旅客來新港停留時間就比較長，他可以去玩的地方也比較多，在新港消費也會比較多，將來我們是希望往這樣的發展，剛才也談過，最近公所最近會出來扮演這樣的角色，因為目前是單打獨鬥，希望將來可以整體戰鬥。這個要公部門有心出來帶，會比較好一點。

4. 您對香藝文化園區的其他意見或建議：

剛才我有提過，就是安全香的認證，他可以走認證，有一個 M，就是對他有信心的，這是非常重要的，因為既然他要走這個香，可是以目前來講，不管是在行銷、在整體的園區設置方面，都已經達到一定的水準了。所以，我可能對他一個比較深的期許就是，他對香的安全認證。如果能做出一套讓人家很信任的制度出來，其實這不只有對他生意有幫忙，這對我們整體宗教信仰、整體燒香拜拜觀念幫忙很大。香太普遍了，使用量很大，但是以目前來講，沒有一個安全認證，所以每人天天這樣拜拜拜，但你聞的香，對你有怎樣的影響也不知道，很多香是大陸來的，跟我們現在吃的食物一樣，裡面很多的農藥、肉類也很多抗生素，所以現在政府一直在推食物認證的工作，所以很多標誌——有機認證是比較安全的，當然有些假的，但總是一個起步，那香也是，你可以說我賣的是安全的香，對未來的發展應該是一個趨勢，保護環境絕對是一

彼此拉拔，目前是單打獨鬥，希望將來可以整體戰鬥。這個要公部門有心出來帶，會比較好一點。(D-2-3-2)

以目前來講，不管是在行銷、在整體的園區設置方面，都已經達到一定的水準了。所以，我可能對他一個比較深的期許就是，他對香的安全認證。如果能做出一套讓人家很信任的制度出來，其實這不只有對他生意有幫忙，這對我們整體宗教信仰、整體燒香拜拜觀念幫忙很大。保護環境絕對是一個趨勢，不管做任何事情、任何行業，如果沒有考慮到環保這個現象，將來會有很多困難存在。對香業來講，這是個很關鍵性的因素，所以將來的安全認證一定要開始進行。(D-2-4)

<p><u>個趨勢，不管做任何事情、任何行業，如果沒有考慮到環保這個現象，將來會有很多困難存在。等到大家的知識越來越多、了解越來越多，有可能有人拜拜就不要拿香了，因為拿香不安全，如果你沒有在這時候就想到這樣的潮流跟發展的話，這個對香業來講，是個很關鍵性的因素，所以將來的安全認證一定要開始進行。</u></p>	
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

訪談編號：E

訪談對象：嘉義縣新港文教基金會創會董事長

訪談時間：民國 99 年 12 月 16 日 下午 2 點 30 分

訪談地點：嘉義縣新港文教基金會辦公室

訪問方式：開放式錄音

訪談逐字稿內容	編碼分析
<p>一、地方文化保存層面</p> <p>您認為「新港香藝文化園區」的設置，對於地方文化的保存方面</p> <p>1. 意義和價值是什麼？</p> <p>本來香藝是要設置有機農業，後來我反對他，我建議從他熟悉的，當時我們在規劃香藝文化園區時，我是規劃委員，我們希望：<u>這是臺灣第一個香藝文化館，很重要的是香藝文化館的發展是跟我們宗教文化息息相關，那我們希望從傳統文化裡，特別這是潮民信仰佔臺灣很大的主流，賦予它在地的意義。</u>所以當時有調查新港鄉的文化有哪些特色，有哪些做香的傳統產業的人，我們重新把它包裝，</p>	<p>這是臺灣第一個香藝文化館，很重要的是香藝文化館的發展是跟我們宗教文化息息相關，那我們希望從傳統文化裡，特別這是潮民信仰佔臺灣很大的主流，賦予它在地的意</p>

更深入的是我們從它的歷史，我們希望它有知識性、有教育性、有文化性、有在地性。知識性的部份，傳統潮民文化最缺的是知識性不足，都是傳說而已，我們希望從歷史的角度：譬如說九天玄女的故事—那是製香的守護神，從這角度切入，從故宮的清明上河圖切入，這裡面我們希望建立它的知識性。知識性本身就是教育性，也就是說不只是從宗教信仰的一個儀式，而是從儀式慢慢擴大到它的知識性、它的教育性，還有很重要的在地性。我們知道新港奉天宮媽祖的在臺灣媽祖信仰的地位，我們都說「開臺媽祖」，這個稱呼就可以把他講得很重要。這裡面當然我們要控制它，方法就是怎麼跟新港的交趾陶結合，當時在規劃這個館時已經成立「文化休閒產業協會」，有交趾、剪黏的文化館，就是陳忠正那裡，其實交趾有兩個館，另一個是謝東哲，另外協會裡還包含醬油…一些新港在地的特色產業，就是屬於草民文化一些新港比較特殊的元素放在裡面，把它整合起來。當時我們是從這角度來做思考。另外一個新港的特色，新港奉天宮裡供奉的不只是開臺媽祖，還有一個很重要的，臺灣很多廟沒有的虎爺文化，這些都是我們當時在思考，因為這些元素我們後面都可以把它轉換，轉換成有在地特色，轉換成有價值的，當時是用一個地方特色產業、文化創意產業的角度來思考的。所以「虎爺」就變成「福爺」，福氣的福，這是有它的關連性及趣味性。就香的角度，香本來只是一個拜拜不可缺少的一部分，但是它在健康、在預防保健上，

義。我們重新把它包裝，希望它有知識性、有教育性、有文化性、有在地性。(E-1-1-1)

九天玄女的故事—那是製香的守護神，從這角度切入，從故宮的清明上河圖切入，這裡面我們希望建立它的知識性。知識性本身就是教育性，也就是說不只是從宗教信仰的一個儀式，而是從儀式慢慢擴大到它的知識性、它的教育性。新港奉天宮裡供奉的不只是開臺媽祖，還有一個很重要的，臺灣很多廟沒有的虎爺文化，這些都是我們當時在思考，因為這些元素我們後面都可以把它轉換，轉換成有在地特色，是用一個地方特色產業、文化創意產業的角度來思考的。(E-1-1-2)

也有很多它特殊的意涵，譬如說香道，香在全世界有很多不同的用途，我們這邊等於又擴大來看，我們不希望香只是在祭拜裡面的一部分而已，而是擴大到健康的部份，擴大到它可以用來讓我們比較能夠安靜，所以古代文人的香，那也是我們可以引用到的，包括日本現在都還有這方面的流行。像歐美，包括他們的香水、包括他們宗教儀式裡面，其實不同的宗教，這裡面香又擴大在回教裡面、在基督教裡面，包括日本、世界各國都把它當成一個非常重要的內涵。這裡面我們以香為出發點，逐步的從宗教擴大到其他生活上的用香，包括其他宗教也有這類的跟香有關的文化內涵在裡面。所以它就豐富、有特色，它不只是一個傳統的拜拜，又可以涵蓋各式各樣的用途。我們在規劃這個館，就有它的特色出來。

地方文化現在有些流於太死板，就是說沒有它的創意性、沒有它的特殊性、沒有它的多元性，我們這個館讓新港有更多的多元內涵，除了可以創造產業的價值外，文化創意產業做重要的還是要創造產業的價值，另外一個部份，透過參觀知道多方的使用用途之後，對於這樣的香藝文化館也變成新港一個在地的特色，而且是從新港傳統出發的。它的意義不只是創造產業的內容、產業的價值，另外一個意義：我們找到一個讓新港的開臺媽祖信仰文化，呈現多方豐富的內涵，我想更重要的意思在這裡，而不是說只是來拜拜而已。在生活面突顯出跟別人不一樣的地方。

這個館讓新港有更多的多元內涵，創造產業的價值，也變成新港一個在地的特色，而且是從新港傳統出發的。它的意義不只是創造產業的內容、產業的價值，另外一個意義：我們找到一個讓新港的開臺媽祖信仰文化，呈現多方豐富的內涵。(E-1-1-3)

2. 使命和角色是什麼？

談到使命和角色，我覺得很重要的是它要領導。我們在 2003 開始規劃這個館，當時為什麼會這麼做，很重要的是說：嘉義縣這幾年來發展一直受限制，本來比雲林縣還好，以前在日據時代，嘉義縣嘉義市合起來那時候，是嘉雲南最好的一個中心，當時台南府城以外，另一個中心就是在諸羅這個地方。很不幸的這幾年來，大概從 1990 開始嘉義縣市分開之後，嘉義縣的發展一直停滯，後來雲林縣做了六輕工業區，創造了就業機會，但嘉義縣卻沒有，所以我覺得嘉義縣市全國最落後的地方，這裡面從嘉義縣老年人口比例是全國最高反應出來，這代表嘉義縣年輕人沒有就業機會，所以要離鄉背景出外奮鬥。當時成立這個館衝著就是我們希望傳統的文化從新包裝，希望可以創造新港的特色，它的使命其實當時我們是設定在這裡。因為開臺媽祖這樣的百年老店重新再開張，我們當時就是從這個角度在思考的。我們把香的文化在這裡保存，透過重新的包裝行銷，希望可以創造就業的機會。一方面保存傳統文化，一方面創造出新的文化內涵，然後來解決嘉義縣產業不發達的困境，用這些方法，希望到新港來拜拜的香客，可以延長停留在新港的時間，最重要的可以增加消費，所以產業的內涵可以更豐富、產業的價值可以提高。因應整個嘉義縣的衰敗，因應嘉義縣的就業機會愈來愈少，從這裡出發。所以它的使命和角色是一方面保存傳統，一方面從文化創意產業的角度來創造新的

談到使命和角色，我覺得很重要的是它要領導。因為開臺媽祖這樣的百年老店重新再開張，把香的文化在這裡保存，透過重新的包裝行銷，希望可以創造就業的機會。一方面保存傳統文化，一方面創造出新的文化內涵，然後來解決嘉義縣產業不發達的困境，用這些方法，希望到新港來拜拜的香客，可以延長停留在新港的時間，最重要的可以增加消費，所以產業的內涵可以更豐富、產業的價值可以提高。所以它的使命和角色是一方面保存傳統，一方面從文化創意產業的角度來創造新的產業就業的可能。(E-1-2)

產業就業的可能。

3. 園區的設置，對於居民的地方文化認同有何影響？

我們這個園區是從新港出發，園區除了原先的規劃之外，大概半年有一個新的展示內容，因為陳文忠是做香出身，他還有製香工廠，透過園區的包裝，我覺得是個正面的意涵：對新港人來說，除了可以在這得到工作機會之外，有更豐富、更獨特、更在地性的內涵，更能夠我們家鄉有什麼什麼…特別這是全國第一座的香藝文化館，他的影響不只是說單純，而是可以發揮統合的價值。我們當時提出一個叫做「新港品牌」，文化創意最重要就是體驗的感受和內涵，最重要是要到新港才能感受到，以前我們有很多的文化創意產業，但是多太庸俗，太被複製，譬如說新港餡不是只有在新港買得到，很多地方也可以買到，這個部份就失去了他的獨特性。今天我們有這個館，在新港，而且是在進香的路上，唯有在這裡可以體驗到文化的內涵，這是園區不同的地方，是這個園區所發揮的功勞，是全世界獨一無二的，透過園區保存了很多寺廟宗教信仰的文化內涵，唯有到新港來你才感受得到，而不是被複製的。很多我們的地方特色產品都被複製了，被複製之後看到買到很容易，就失去它的獨特的價值。這個園區…沒有，而且只有到新港看得到，而且他一直再翻新、再充實，一直透過不同的管道讓

這個園區是從新港出發，對新港人來說，除了可以在這得到工作機會之外，有著更豐富、更獨特、更在地性的內涵，他的影響是可以發揮統合的價值。我們當時提出一個叫做「新港品牌」，文化創意最重要就是體驗的感受和內涵，透過園區保存了很多寺廟宗教信仰的文化內涵，這是要到新港才能感受到，而且這些獨特價值，是不被複製的。（E-1-3）

大家知道。最近有跟佛光山合作一個關於香道的展覽，教人家怎麼來品香，可以來提昇、來改變一些香的文化，讓它朝更正面的發展。這個園區除了讓我們認同之外，慢慢營造地方的特色，讓這樣的一個文化不被複製。大陸說要來 copy 我們這個香藝文化，我是不贊同去大陸，因為大陸的一些做法是很容易透過他們強勢的經濟發展，失去它的獨特性。這是我覺得比較可惜的地方。我們不希望這樣的文化，在很多地方容易被複製出來，它是跟新港息息相關，是新港特色的一部分，這是我覺得比較重要的。

二、對地方產業互動層面

1. 您認為香藝文化園區與地方文化產業最大的互動關係為何？

我們當時成立一個「文化休閒產業協會」，我剛提的新港品牌，我們把它定位為「社區產業」，這個產業就是有地方特色，就是我們行銷新港。新港裡面有很多具體的內涵，包括香藝、包括奉天宮的宗教信仰、包括板陶窯，它是交趾跟剪黏的館，還有很多農特產品、小吃，把它整合起來，我們叫「地方特色產業」。這個品牌叫「新港的品牌」。跟地方最大互動關係有兩個…一個是「文化休閒產業協會」，另外一個叫「魅力商圈」。這兩個團體最重要的就是要來行銷新港這個品牌，這個品牌最重要的就是希望創造它的在地特色、它的獨特性。我剛

新港裡面有很多具體的內涵，包括香藝、包括奉天宮的宗教信仰、包括板陶窯，它是交趾跟剪黏的館，還有很多農特產品、小吃，把它整合起來，我們叫「地方特色產業」。這個品牌叫「新港的品牌」。跟地方最大互動關係有兩個…一個是「文化休閒產業協會」，另外一個叫「魅力商圈」。這兩個團體最重要的就是要來行銷新港這個品牌，這個品牌最重要的就

剛講的不希望這個變成很粗俗、在各個高速公路休息站都可以買到的，不是！而是你一定要到新港來才可以買到，這些有它的豐富多元，可以延長這些香客到新港停留的時間，我們最大是放在這裡，這不只是文化產業，我們叫「地方文化特色產業」，當然跟現在文化創意產業其實情形是一樣的。

2. 您認為香藝文化園區如何與地方上其他產業進行異業結盟機制？

我剛剛講的「文化休閒產業協會」跟「魅力商圈」兩個是我們當時組的異業結盟。我們最大的目標不是要行銷新港，這個理念是我們從這裡面來豐富新港的內容，讓大家聽到新港不是只有拜拜而已，只有奉天宮開臺媽祖而已，宗教信仰方面還有一個虎爺的文化，甚至還有保生大帝的文化，各式各樣的文化都在這裡。宗教信仰之外，我們又很多地方的特產：香藝、交趾、剪黏、醬油，甚至我們有一個火雞文化，還有很多小吃：鴨肉羹、粉圓…這些我們全部都把它整合起來。

3. 您認為提昇香藝文化園區活動推廣效益的因素是什麼？

就是創造就業機會，一方面創造就業機會，產業的價值，其實更重要是在地的「認同」，其實現在的文化慢慢走向「公民品牌」，就是它可以創造

是希望創造它的在地特色、它的獨特性。這是你一定要到新港來才可以買到，這些有它的豐富多元，可以延長這些香客到新港停留的時間。(E-2-1)

「文化休閒產業協會」跟「魅力商圈」兩個是我們的異業結盟：這個理念是來豐富新港的內容，讓新港不是只有奉天宮拜拜而已，宗教信仰方面還有虎爺的文化，甚至還有保生大帝的文化，各式各樣的文化都在這裡。宗教信仰之外，又很多地方的特產：香藝、交趾、剪黏、醬油，甚至有火雞文化，還有很多小吃：鴨肉羹、粉圓…這些我們全部都把它整合起來。(E-2-2)

就是創造就業機會，一方面創造就業機會，產業的價值，其實更重要是在地的「認同」，其實現在的文化慢慢走向

公共的利益出來，而不是只有自己的利益而已。公共利益如果能越來越多，這個品牌會越受肯定。任何一個品牌，不應該只是產生它的利益而已，應該有更多的對這地方公共的一些考量，譬如說這個產業的發展，可以讓更多的中低收入戶者、中年失業的有就業機會，可以增加更多光榮的感覺，所以我們談新港品牌，因為生在新港，你會覺得跟他有關係。在外地看到會有認同感，會知道他背後，人的因素在哪裡，背後的在地文化的因素在哪裡，這些都是我們在整合的。更重要的那個故事性，是很特殊的，譬如說虎爺文化的故事、譬如說開臺媽祖的故事，四百年來怎麼保佑這塊土地的，經過各式各樣的天災人禍，所流傳下來的。這個宗教信仰可以讓我們下一代來細訴這塊土地的文化內涵、歷史的傳統，這是我們在思考的部份。唯有這樣從文化、從在地，我們才能夠讓這個產業發展起來，我們當時規劃最大的重點是在這裡，這裡面很重要的一個因素就是新港，很重要因素就是他有各式各樣文化的內涵，而且不是單一種，可以整合來行銷，而且他多面向、豐富，隨著時間的流逝愈來愈多樣，那個影響就很大。所以希望所謂的地方特色產業，我把它簡稱社區產業，它有相當多的公益性在裡面，有相當多的在地考量，有相當多不只是賺錢因素而已，還有提昇我們對這土地的認同，也同時做一些照顧在地弱勢團體的功效，所以我們把它叫公民品牌內涵，這個品牌內涵有人的因素、有在地的因素，有土地認同的因素在裡面。

「公民品牌」，就是它可以創造公共的利益出來，而不是只有自己的利益而已。公共利益如果能越來越多，這個品牌會越受肯定。所謂的地方特色產業，我把它簡稱社區產業，它有相當多的公益性在裡面，有相當多的在地考量，有相當多不只是賺錢因素而已，還有提昇我們對這土地的認同，也同時做一些照顧在地弱勢團體的功效，所以我們把它叫公民品牌內涵，這個品牌內涵有人的因素、有在地的因素，有土地認同的因素在裡面。(E-2-3)

4. 您對香藝文化園區的其他意見或建議：

我覺得最重要還是不斷的創新，多重的行銷，更細緻來整合在地的因素，發現更多的內涵。所以從開臺媽祖慢慢轉到虎爺，這裡面就有很多肯定的表現，現在可能只是一個香的產品，譬如說他們創造它的香燈，產品可以很多樣，要不斷來做，不斷產品的內容、不斷產品的形式，在不同的領域。搞不好以後可以變成一個連續劇，可以變成表演的，甚至可以變成音樂，看我們怎麼努力。所以我們有很多方面可以來延伸。社區產業特色元素我們掌握住，那表現的形式是很多樣，這是我們要思考。文化創意產業是一活水，可以在不同的環境、不同的場所表現出特色，這是重要的，如果沒有這樣就失去它的活力。

文化創意產業屬於三級產業，三級產業的觀念是很重要的，一級是生產，二級是加工，三級就要異業整合，要有附加價值出來，最重要就是要有文化的內涵、社會的認同、還有手感，而不是只是工業的產品，以前都講工業產品、大量的，一條生產線每天做很多出來，現在我們講的產品是你要用力去體會的，是文化創意產業裡很重要的內涵。當時我們規劃是規劃這個，朝向文化創意產業、三級產業，不是產品而已，而是背後有很多文化在裡面，人的故事、在地的認同，很多方面把它整合起來。

我覺得最重要還是不斷的創新，多重的行銷，更細緻來整合在地的因素，發現更多的內涵。產品可以很多樣，要不斷來做，不斷產品的內容、不斷產品的形式，在不同的領域。文化創意產業是一活水，可以在不同的環境、不同的場所表現出特色，這是重要的，如果沒有這樣就失去它的活力。(E-2-4-1)