

## 觀光產業與地方發展的多元關係：以台灣玉為例

張育銓\*

### 摘要

豐田玉在史前的玉石文化與豐田社區的文化認同上，扮演重要的角色。近年來，在觀光產業的整合行銷中，將豐田玉的文化意涵轉型為台灣玉的紀念品包裝，形塑出新的符號價值與經濟效益。因為台灣玉在觀光產業的利益分配結構，對花蓮觀光產業鏈產生獨特的連鎖效應。生產豐田玉的豐田社區，因為玉石產業的再度興起，居民開始在社造團隊推動多年的社區營造的架構外，籌組在地的玉石團體、利用閒置空間籌備玉石文化館、以文化產業化與產業文化的概念規劃礦坑與磨玉體驗活動，讓1970至1980年代豐田玉的盛況慢慢活絡起來。這波從豐田玉到台灣玉的發展歷程，呈現出區域觀光發展對地方特色的再地方化，以及地方形構永續觀光的發展。

關鍵字：豐田玉、花蓮、觀光產業

---

\* 臺灣觀光學院觀光餐旅系副教授

# The Multirelationship of Tourism Industry and Local Development - An Example about Taiwan Jade

Yu Chuan, Chang \*

## Abstract

Fongtian jade plays an important role in the prehistoric jade culture and has been regarded as the cultural identity of Fongtian community. In recent years, integrated Fongtian jade cultural implication transforms into the form with Taiwan jade to be as a special souvenir in tourism industry, shaping the new symbolic value and economic benefits. The interests structure about Taiwan jade causes unique effects on the tourism industry chain in Hualien's tourism market. Because of the reemergence from the jade industry, apart from the community empowerment, residents in Fongtian Community begin to build a new community team to promote Taiwan jade, to the use of idle spaces for the preparatory jade cultural centers, to plan industrial culture through jade experience. This wave of development of Taiwan jade from Fongtian jade presents the re-localization of regional tourism development, as well as the constitutions of the development in sustainable tourism.

Keywords : Fongtian Jade, Hualien, Tourism Industry

---

\* Associate Professor, Department of Tourism and Hospitality, Taiwan Hospitality and Tourism College

## 壹、花蓮產業發展

花蓮的產業並非一開始便以觀光為主要的發展取向，而是先配合國家的整體經濟發展與中央政策的指導，在歷經幾度轉型後，才確認花蓮的區域特性與資源特色。張雅玲(2009)認為，花蓮產業結構的轉變非常緩慢，因為中央的政策方向往往未必符合地方發展所需，使花蓮付出相當的環境代價，此種以大量消耗自然資源換取經濟成長的發展模式，與永續發展概念背道而馳。2010年代奠定觀光立縣的主軸，尤其2010年花蓮縣政府宣示八不政策<sup>1</sup>，等於宣布與過去的產業發展模式進行切割，開始著手發展屬於花蓮的地方產業。

中央與地方將觀光定為花蓮的發展取向，因為觀光是個混合不同期望的象徵，一方面被期待在短期內創造出就業機會，以吸納因產業結構改變所產生的失業人口；觀光也被視為偏遠地區經濟發展的重要策略，把低度開發轉化為獨特的吸引力；透過觀光結合當地歷史與活化文化，成功轉化當地形象；透過當地經濟的復甦，使年輕人回流，讓老化的人口結構得以改善；更期待透過觀光產業，將長期以來由中央政策指導的方式，轉變為地方作主的發展模式，配合中央各部會將資源分配到地方與社區的趨勢，花蓮縣政府、各鄉鎮公所以及各社區都將目標朝向觀光產發展。

在這波由中央、地方與社區推動的觀光發展中，位於花蓮縣壽豐鄉的豐田社區，因為觀光客對台灣玉的消費及其利益分配結構，除了成為花蓮觀光產業鏈的關鍵因素之外，也成為社區經濟復甦與邁向永續發展的重要基礎。

## 貳、豐田玉的興起與沒落

豐田玉自從史前的撿拾加工後，直到昭和十二年(1937)才由日本人進行開採，昭和十九年(1944)因應二次大戰的戰備物資需求，礦場被海軍徵用，以坑道大量開採與豐田玉共生的石棉，因為石棉是軍事武器最好的隔熱體。1965年中國石礦股份有限公司(簡稱中國石礦)恢復開採玉礦。1975年開採量達到最高峰，年產1,461噸，締造世界第一的產量，佔當年全世界產量的90%(花蓮縣文獻委員會, 1974,82,102; 翁林廷彬, 2007,79-81; 蔡萬益 2009; 臺灣省礦務局,1997,39)。

根據臺灣省礦務局(1976:262)的研究報告，豐田玉的顛峰時期，帶動全省寶石加工技術與商機，1973-1974年全台玉石加工廠超過600家，其中豐田地區就約有120家，花蓮市約150家，大台北地區約250家，最大的加工廠員工數超過100人。尤其松山、板橋、三重以及新竹的加工廠，逐漸發展為兼營進口玉石及其他寶石加工。就勞動機會而言，在1970年代初期，

---

<sup>1</sup>山坡地開發、公共財開發、煙囪事業、砂石場、土資場、新礦區、舊礦區延期、電動遊樂業等申請不准。

全台灣從事玉石生產、加工、銷售的相關從業人員約有 15-25 萬。就產值而言，產量的 60% 外銷到美國、日本等國，每年約有新台幣 50 億元(蔡萬益, 2009; 鄭文昕, 2006,24; 魏稽生、譚立平, 1999, 180)。

臺灣省礦務局(1994)調查統計，1980 年全省的藝品店有 791 家，其中台北市有 645 家，花蓮縣 52 家，高雄市 30 家，販售的對象多為日本觀光客。1980 年寶石加工廠全省有 364 家，其中台北縣市有 233 家，高雄市 28 家，產地花蓮縣卻只剩 25 家。顯見當時的加工與販售大多往台北市集中，豐田變成單純的原石產地(翁林廷彬, 2007,84-85)。

在豐田從事玉石文化推廣的蔡萬益提到：豐田並沒有幾家大加工廠，大多是利用農宅後院或客廳改裝的小工廠，配合政府提倡「客廳即工廠」的政策，全家總動員做玉石加工，賺取外快貼補家用。透過大型加工廠進行先切割成型之後，家庭式的小工廠只要準備一套砂輪研磨機，花半天學習就可輕鬆上手，在地人習慣稱琢磨玉石的工作為「磨珠子」，因為要琢磨成墜子、戒面之前，都要先打磨出像珠子一樣的粗胚。當時磨石師傅一天磨工150元，月薪約4,000元，小學老師月薪僅2,000多元。豐田玉的黃金時期，豐田地區被譽為「東部小九份」，原本純樸的村落，變成車水馬龍的繁華小鎮。

1980年，進口商引進加拿大與西伯利亞閃玉，因為以露天開採，原石較大且完整，加上質地較綿密，研磨與切割都較容易，不易崩裂(賴錦文, 2010,339)，許多加工廠紛紛改用品質穩定且成材性佳的進口玉，豐田玉的年產量萎縮至僅剩480公噸，1983年豐田玉正式停採(翁林廷彬, 2007,79-81; 蔡萬益, 2009; 魏稽生、譚立平, 1999,181)。

在豐田玉沒落後，豐田社區僅剩三家加工場，直到這波觀光產業的行銷中，將豐田玉轉型為台灣玉，使豐田玉在花蓮觀光產業以及在社區的經濟角色產生極大轉變。

### 參、從豐田玉到台灣玉

近年來，為了增加商品形象與開拓對外市場，增加紀念品的附加價值，觀光業者推動將豐田玉改稱為台灣玉。以台灣玉為名，對國外觀光客較具吸引力。

交通部觀光局每年公布「來臺旅客消費及動向調查」，每人每日消費額中購物費所佔比例，從 2004 年的 18.34%，2008 年的 27.35%，到 2010 年則高達 34.55%。購物費比例最高的國家，近年來都以大陸居冠，從 2004 年的 27.15%，到 2008 年的 44.53%，到 2010 年則有 56.29% 的高比例。陸客主要的消費項目，從 2008 年開始，「名產或特產類」穩站第一，「珠寶或玉器類」則穩站第二。從 2008-2010 年的名產或特產佔所有購物消費比例分別為 25.14%、29.73%、32.66%，呈現穩定成長。而珠寶或玉器則是 22.40%、25.20%、25.15%，有穩定的 1/4 消費額度存在。

依據觀光局的歷年統計資料，來台大陸觀光客大多是跟團的套裝行程，在台灣停留八天七夜，行程通常是環島一圈。在行程中，花蓮的太魯閣與天祥是重要且受歡迎的景點，由於花蓮的地理位置與蘇花公路的交通因素，使得大部分旅行社的行程，安排選擇在花蓮過夜，造就購物的商機出現。珠寶或玉器包括台灣玉、紅珊瑚、玫瑰石、藍髓石、鑽石、珍珠等，其中銷售量最大的就是台灣玉。

大陸團客平均每人每日購物費中，珠寶或玉器類為 35.81 美元，大約是新台幣 1,074 元，乘以平均停留 8 天，則每個人在珠寶或玉器類的消費為 8,592 元。以目前政府核可每日大陸客的限額 5,840 人來計算，每日花費在珠寶或玉器類的消費則有 627 萬元。這樣的消費力令許多商家轉型開設藝品店。2009 年花蓮市以每個月開設 3 家的速度成長，到了 2010 年，每個月有 10 家新店面出現。以花蓮是最筆直的中山路為例，在 2009 年 9 月有 23 家藝品店，到了 2012 年 2 月則高達 56 家，密度之高超過任何一種購物項目。每個店面都需要大量的玉石成品與原石擺置，更需要幾顆可以號稱鎮店之寶的大顆玉石，面對自 1980 年以後，僅有少量開採來看，玉石來源與數量的問題隨之浮現。而玉石來源與數量的問題延伸出兩個現象：消費爭議、回扣糾紛，這兩個現象在消費過程中同時出現，消費爭議是業者與觀光客；回扣糾紛則是業者與扮演仲介角色的導遊、領隊、司機、旅行社之間等。

## 一、玉石消費糾紛

目前玉石消費爭議主要都與大陸客有關。除了花費較多價格購買外，對於是否為台灣玉的爭議，更是一個難以論證的問題；其中最著名的莫過於 2010 年光隆博物館<sup>2</sup>(簡稱光隆)的貓眼石事件。

2010 年 11 月趙姓大陸客在光隆，看上一對原價 100 萬元的貓眼玉，殺價到 49 萬 5 千元成交。趙先生回大陸後打電話到光隆指稱，他曾在台北比較過同樣商品，台北的業者跟他說明產地與底價。趙姓陸客說，他回大陸後，曾請中國地質大學的專家鑑定過，認為這是軟玉石貓眼，而非金綠寶石貓眼，兩者價差達一百倍。光隆認為是雙方認知問題，因為大陸只有金綠寶石貓眼可以叫貓眼，金綠寶石硬度為 8 到 8.5，主要產在斯里蘭卡、巴西等地。其他的貓眼石都必須在前面加名稱，例如透輝石貓眼，月光石貓眼。經光隆多次說明趙先生仍不滿意，光隆於 2010 年 12 月全額退費，貓眼石也透過旅行社退回，但是，趙先生事後向大陸中央電視台投訴，才讓整起事件曝光。花蓮玉石業擔心這個事件會影響大陸客的消費意願，花蓮檢方也主動前往光隆勘驗，光隆表示那對貓眼石已經再度賣出，難以驗證真偽。

<sup>2</sup>光隆博物館由經營石材起家的光隆企業開設，博物館佔地十公頃，設有劇場、主題館、餐廳、名產中心，是全亞洲規模最大的玉石賣場，每月接待觀光客達 35,000 人次。

## 二、回扣利益糾紛

光隆貓眼石事件，除了是否為台灣玉的爭議外，更重要的是業者間的利益糾紛。在大陸客的行程中，早期安排在台北的藝品店消費，隨著花蓮業者將回扣的成數提高，使旅行社將購物地點改在花蓮，並透過導遊對觀光客解說，在花蓮產地購買才是真貨，產地的價格也比較優惠。在光隆的貓眼石事件中，台北業者為了搶生意，做出向大陸客透露玉石來源與底價的行為，明顯是商業競爭所致。

回扣的利益糾紛，甚至引發暴力事件。如2011年4月26日花蓮市國聯五路一家藝品店，一名陸客團導遊走進店就說：「剛才進來購物的客人是我的團員，你們做生意的什麼規矩都不懂！」意指要收取回扣。老闆向導遊說，因事先沒有告知，無法給他抽成，過程中雙方發生言語衝突，大打出手。隔天藝品店闖進六名蒙面青少年，分別持刀械、棍棒朝玻璃大門及展示櫃一陣狂砸後，隨即逃逸。老闆直指是該名導遊挾怨報復。警方發現這起砸店事件，也牽扯出藝品店之間，爭陸客團上門消費的利益糾紛。又如2011年7月12日，有3輛遊覽車載著72名黑衣人，專程從台北南下到台九線公路旁專營大陸客的藝品店，在店內閒晃「霸店」1小時，直到警方將黑衣人帶回警局偵訊。此外，2012年4月1日，有5名大陸客進入一家藝品店，與業者討價還價後，準備將台灣玉打包時，隨後進去的導遊向5人比手勢示意不要買，引起業者的不滿，指著導遊說：「我知道你住的那家飯店，會去找你。」導遊認為遭到業者言語恐嚇向警方報案，隔天警方迅速依恐嚇罪嫌將業者移送法辦。

這些事件都起因於台灣玉消費的利益分配問題，讓花費較高價格購買的大陸客，在導遊與業者的配合下彷彿歷經一場「剝皮」，會有這樣的購物現象，主要是大陸旅行社給台灣旅行社的團費過低所引起的惡性循環。交通部觀光局規定陸客團費每人每天至少要60美元，因為競爭激烈，許多實際承接價只有美金20-25美元。因為團費低，許多旅行社不給導遊底薪，甚至導遊還得上繳旅行社，才能持續有團可以帶，因此，導遊除了小費之外，不得不從陸客購物回扣中賺回來。

有業者指出，接待大陸團的旅行社和導遊，看到花蓮與台北的藝品店之間的激烈競爭，於是開始對藝品業者提出許多配合條件，才願意將陸客帶過來，除了回扣成數調高之外，也被要求額外的負擔，如遊覽車資與火車票費。

自從2010年10月21日梅姬颱風導致蘇花公路嚴重坍方，導致大陸團19人與遊覽車被沖刷落海失蹤。在事件後，陸客團在花蓮與宜蘭之間的交通，都改為搭火車。因而延伸出遊覽車資與火車票價。首先，遊覽車資是因為當陸客要進入太魯閣遊玩時或者進入藝品店採購時，遊覽車司機必須將車子獨自開過蘇花公路，到達宜蘭的蘇澳新站或羅東等待搭火車的陸

客，因為遊覽車的車速較慢，陸客在藝品店的兩小時停留時間，遊覽車必須提前出發，因此，藝品店到花蓮火車站或新城站的交通由花蓮當地的遊覽車負責載運。旅行社便要求玉石業者協助調度花蓮當地遊覽車，並協助支付約 1,000-2,000 元的車資。其次，火車票價則是陸客團在花蓮的太魯閣站與蘇澳新站或羅東站之間火車票價，以一團 25 個人計算，加上導遊與領隊約 3,600 元，旅行社要求玉石業者支應這筆費用。

對於玉石業者而言，支付這些費用雖然有些不甘心，為了生意卻不得不配合旅行社，但是，隨著花蓮觀光產業的發展，東部幹線的火車票越來越難訂。於是，旅行社也要求玉石業者協助訂購一票難求的火車票，揚言哪一家藝品店可以訂到票，就把陸客帶過去。因此，引發壟斷火車票事件，用火車票來取得陸客團的光顧。

2012 年 4 月 12 日國民黨籍花蓮市民代表會主席，被花蓮地檢署檢察官拘提到案。涉嫌以高利放貸現金給多家藝品店，卻提前要求還款，因收款時間不定，不僅打亂借款人的還款計畫，迫使借款人無法立即還款，隨後即前往暴力討債，甚至順理成章接收藝品店或強制入股。其所經營的大型藝品店，為壟斷大陸觀光客源，涉嫌勾結花蓮火車站票務人員，打一通電話就可以套購大量火車票，鎖定每天花蓮至羅東間，陸客團最常搭乘的特定列次，每次少則五十張，多則數百張，壟斷北上車次的車票，時間長達 4 年之久，導致臺鐵出現一票難求情況。利用特權壟斷車票，再切票給旅行社，更恐嚇同行不能跟他搶大陸團的生意，已經被提報為治平對象。

### 三、原石需求量大增

大陸客把台灣玉當成重要的紀念品消費，帶動對玉原石的需求量，龐大的需求量使得幾個現象同時在豐田社區出現。首先，許多原本被放置在庫房與後院的原石紛紛出籠。其次，在豐田地區許多人家的前院或後院開始出現磨製玉石的活動。許多經營多年的藝品店開始重新裝潢店面，並且安裝更明顯的台灣玉招牌。也有幾家在台九線公路旁主打代客加工的市場，造就一群中年人重操舊業以及年輕人返鄉投入玉石加工的行列。再者，隨著豐田玉行情看漲，山老鼠又開始上山偷採玉石。因為要找真的台灣玉，找山老鼠是最直接的管道。因原石每公斤約有 100-200 元的行情，有些人利用晚上冒險尋求獲利機會。

豐田玉轉型為台灣玉，不僅引發消費熱潮，除了對旅行社、藝品店、交通運輸產生連鎖的影響之外，更因為利益分配結構對花蓮的觀光產業鏈產生衝擊，使得這波玉石的消費影響力不斷產生擴散效應。

## 肆、對花蓮觀光產業鏈的影響

除了政策的引導或經濟景氣外，要影響發區域的觀光產業鏈，必須由獲利最豐以及影響層面最廣的一個環節開始；在大陸客對台灣玉的強勁消費下，花蓮的觀光產業中最賺錢的就是藝品業。底下透過行程與住宿的面向，說明台灣玉對花蓮觀光產業鏈的影響。

近來花蓮飯店之間的激烈競爭，直接與玉石消費相關。以2011年一家飯店為例，在改裝前，飯店對街僅有三家小型的藝品店，儘管馬路中間有花園造景的路樹阻擋，旅行社還是要求飯店要告訴司機如何從側面讓大陸客進入飯店，避免看到藝品店的招牌。旅行社也會在行程上安排晚一點才回飯店，如增加民宿風景或南濱夜市的行程，再交代大陸客隔天要早起到太魯閣，讓他們在又累又飽的情況下，不想再出飯店逛街。但是，在飯店改裝後，周邊除了新開設藝品店外，正對面的藝品店新架設高達兩層樓的巨幅招牌，大到無法讓大陸客避開視線，因此，飯店業者以「地雷」來指稱藝品店。因為飯店改裝後，附近的地雷開始增加，使經營大陸客的旅行社不願意前來訂房，再加上花蓮新開幕許多沒有地雷分布的飯店，使旅行社的住宿選擇增加，可以避開地雷。在失去許多原本有合作關係的旅行社訂房後，平日住房率僅20-30%，假日60%，在業績壓力與住房率保衛戰中，把有固定訂房數量的日本團價格，也提供給訂房數相對較少的大陸團，但還是不敵地雷的威力。由這個例子可以看出，因為台灣玉的利益結構，影響花蓮飯店旅館業面臨激烈的市場競爭。

因為旅行社會將大陸客帶到特定的藝品店，會想盡辦法不讓大陸客有機會自行逛街詢價的機會。有些旅行社與業者談好條件，讓陸客住到郊區的飯店，使得許多位於吉安鄉與壽豐鄉的老舊飯店轉型接待大陸客，因為價格便宜且附近完全沒有藝品店，反而受到旅行社的青睞。同樣的，位於花蓮港邊的飯店也因為遠離市區，可以避免陸客在逛街時，發現玉石行情，因而住宿業績翻紅。但是，當藝品店以快速展店的方式，進駐這些大飯店周邊後，許多旅行社為了阻斷大陸客的逛街機會，並且降低住宿費，逐漸將住宿地點改為更偏遠且完全沒有任何藝品店的吉安鄉與壽豐鄉民宿，讓這一波觀光產業的影響範圍觸及民宿業，也讓原本不同客群的飯店業與民宿業產生不少的競爭關係。

隨著陸客團住宿地點的轉移，也影響到用餐地點的選擇；原本用餐地點集中在花蓮市區附近的餐廳，隨著住宿地點改變，也逐漸轉往郊區或花蓮市以外的餐廳。住宿地點更影響到飯店或民宿旁的小型商機，如以水果、麻糬、香腸、小藝品為主的小型零售攤位，許多人利用下班後，到陸客偏遠的住宿地點旁販售，使一般民眾也可以參與觀光產業，增加從觀光發展中獲利的機會。

此外，為了跟大陸客說明為何不住市區，以及為何不在路過的藝品店集中區域或豐田產地購買，有些導遊會跟大陸客解釋，花蓮的治安不好、搶案頻傳，歧視陸客的人很多，也說



市區的藝品店都是法輪功開的，所以，在進入新城鄉藝品店集中區之前，架設「法輪大法好」的法輪功大型看板，以及在豐田社區入口架設「大紀元時報」<sup>3</sup>的大型看板，都是導遊在遊覽車經過時，會提醒團員注意並解說的看板，讓團員接受導遊的購物地點安排。

玉石的回扣也影響到觀光客的滿意度與旅行社的行程安排，以太魯閣為例，依據觀光局每年公佈的「來臺旅客消費及動向調查」顯示，在「最喜歡遊覽景點」項目上，從 2004 年至 2009 年都是「太魯閣與天祥」排行第一名，到了 2010 年之後，則掉到第三名，落後於九份和日月潭。為什麼太魯閣與天祥的名次會快速下降呢？從歷年比較來看，喜歡太魯閣與天祥的比例 2008 年有 47.36%，2009 年降至 42.32%，2010 年則降至 28.62%。太魯閣與天祥的下降主因，並不是因為其他景點的快速崛起，主因應該是旅行社對玉石回扣的利益誘因下，改變了太魯閣與天祥的行程內容安排所致。

因為遊太魯閣是大陸旅行社指定要求的景點。太魯閣行程一般從峽谷口、遊客中心、長春祠、九曲洞、燕子口、布洛灣、天祥、祥德寺，再從天祥折返，才算是「全套」，至少需要四小時。但是，台灣導遊對太魯閣行程，並沒有詳細解說，更離譜的是，為了能在藝品店有更多的購物時間，在九曲洞因落石封閉後，行程縮水到僅剩一個多小時，只讓陸客在燕子口走一小段路，遊覽車開到慈母橋便折返下山。僅是「半套太魯閣遊」，必定會影響對太魯閣的滿意度，這正可以說明太魯閣在陸客票選最喜歡遊覽景點時，會在迅速下滑的原因。

在台灣玉對花蓮的觀光產業鏈造成重組的動力之餘，也對豐田社區產生許多影響，其中值得注意的是，由玉石業者推動邁向永續發展的多項在地行動。

## 伍、台灣玉發展下的地方發展

豐田玉的礦業生產與加工的空間，以及玉石產業的文化脈絡，目前仍存在於社區大部分人的日常生活中，並且是公認最具豐田代表性的特色。近年來，對於產業空間與玉石文化的活化，逐漸發展出以遺產觀光為主的在地行動。這些在地行動都是在社造團隊所推動的社區營造架構外，另尋中央政府、地方政府的資源運用，將豐田玉往台灣玉的概念推進，以建構出對玉石新的遺產論述。這些具有永續發展思維的在地行動包括：

### 一、繼續開採

豐田玉至今開採約 20,000 公噸，開採最深的坑道約 200 公尺。譚立平(1978)在 1977 年探勘，認為玉礦層至少有 7 層的結構，每層厚度有 1 到 50 公尺。經濟部中央地質調查所的調查

<sup>3</sup>大紀元時報以法輪功及中共貪腐為報導中心，以九評共產黨以及退出中國共產黨為號召。

發現，理新礦區的蛇紋岩岩床有 9 層、理建礦區 7 層、天星礦區 2 層、山益礦區 5 層，深部的礦藏經估算尚有約 611,000 公噸(翁林廷彬, 2007, 83-84; 鄭文昕, 2006, 24)。以量價關係來看，豐田玉雖然在儲量上並沒有匱乏的問題，但是隨著早期地表淺處容易開採之礦石的逐漸採盡，未來的開採應是愈來愈難。雖然機械大規模開採可以降低成本，但是大規模開採意味著大量生產。在產量遽增，而市場無法消化的狀況下，可能造成價位大幅滑落。大規模開採所帶來的省成本效益，可能還抵不過價位滑落的損失。余炳盛(2007)認為，台灣玉石要開採，應該是在考量搭配特色產業文化的前提下，將豐田玉開採發展為具有特色的寶石礦產觀光產業，發展為全球性的玉石文化觀光產業，因為玉石的開採終有耗竭的一天，而若能塑造成一個文化觀光產業，則其價值方可綿延無期。

在目前擁有礦權且營運的礦場中，以豐田的理新礦場與理建礦場以及西林天星礦場與山益礦場較積極發展礦坑體驗。花蓮縣於 2010 年宣布的八不政策，只接受學者建議維護特定與觀光及文化創意產業密切相關的礦場，這樣的政策取向，讓礦場對觀光的態度開始轉為積極。在繼續開採的營運方針中，將礦區觀光納入營運項目，開拓更多經濟效益。

## 二、礦區觀光

礦區觀光是指利用持續礦產開採活動，或曾經進行採礦活動而目前已經停採地區，從事休閒觀光活動。礦區觀光的資源對象，最核心的部分是包括礦業生產活動及由此而衍生的周邊活動所發生的空間範圍內的各種景觀。

目前全世界開採中，最重要的玉礦包括俄羅斯與加拿大。但是，俄羅斯的西伯利亞、育空以及加拿大的不列顛哥倫比亞省朱諾山區，由於地形險峻，和極端氣候條件，一年只有 60 天採礦季節，除了產量受限，發展觀光的條件也受到限制。相較之下，不列顛哥倫比亞省中的利洛伊特(Lillooet)，利洛伊特距離溫哥華約 240 公里，人口約 5,000 人，是不列顛哥倫比亞省的第一個玉礦，是目前全球最大蘊藏量的地點，有玉城之稱，設有玉石公園，以 30 件玉石藝術作品的造街地景，正規畫礦區觀光的發展。但是，以交通便利性以及氣候條件而言，利洛伊特還是無法與豐田的礦場相比。花蓮具有交通便利的條件，從機場到礦場只需一小時，而且一年四季都可以到礦場與入礦坑參觀。目前礦區的坑道、運輸路線、工寮等都仍存在，老礦工的礦物知識與生活經驗也存在，老師傅的切割與磨玉技術也還存在，是極具潛力的遺產觀光項目。

## 三、產業升級

豐田的玉石業者共同遇到的問題是，技術斷層日趨嚴重、產品包裝無法吸引消費者或通

路商的青睞、僅靠散客購買無法拓展商機、規模小缺乏自行研發能力、以代工製造為主。2007年經濟部工業局與中小企業處委託財團法人石材暨資源產業研究發展中心執行花蓮縣台灣玉特色產業輔導計畫，協助豐田地區利用台灣玉資源，輔導玉石加工廠提升與結合礦區體驗為基礎，建立吸引消費者的地方產業聚落，達到活化地方經濟的目標。如豐琢玉工坊與鈺紳貓眼在這波觀光工廠計畫中順利轉型，營業額皆呈現成長，尤其如豐琢玉工坊規畫出溯溪尋玉等配套行程，以預先切割成「台灣造型」的半成品，讓觀光客體驗玉石磨製DIY，成功地創造出結合台灣玉與台灣特產意象的紀念品，增加不少的遊客量與商機。

在產業升級的層面：(一) 加工技術與創意設計：透過加工技術的改良，提高成材率，降低生產成本，在不破壞玉石結構的條件下，將加工優化，提升寶石成品的品質。早期台灣玉製品，多侷限在胸墜、耳環、印材石等產品，較為平凡單調，缺乏創意。目前許多玉石培訓班的授課除了技術性的提升外，在造型設計上，往卑南玉器造型、原住民圖騰、結合金工的寶石設計、精緻玉雕等方向，呈現更具風格與地方特色的藝術性，開拓玉石的藝術與市場價值。尤其大漢技術學院的珠寶技術系與東華大學藝術創意產業學系朝文化創意產業的方向，營造台灣玉的產業升級條件。賴錦文(2010)認為，有設計主題的珠寶飾品，增添玉的現代感與藝術性，提升玉的價值，對花蓮的文化觀光、文創產業的提升，具有極為重要而正面的貢獻。

(二) 廢石再利用：把早期挑選過程因純度或色澤不佳而棄置的原石，以及在加工過程切割掉的廢石，透過擴大對玉石美感的認知，在重新塑造商品的形象歷程中，讓許多被視為低價值或無價值的玉石，找到翻身機會，成為市場上的新貨色。如臘光中參雜閃玉，俗稱亂絲，類似水紋或虎斑現象，以前被視為純度不夠，現在變成搶手貨。再者，以前有花玉現象的原石，儘管沒有裂痕，也乏人問津，現在的審美觀卻認為因為卡到白花紋，青色的部分顯得更加翠綠，市場接受度反而高。此外，蛇紋岩與黑色片岩的接觸面，因為僅有一層薄薄的閃玉，成材率極低，不適合加工。如今業者將原石剖開，讓一條寬約2公分的閃玉脈，與近乎垂直蛇紋岩的片理呈現，並命名為「龍紋玉」，讓廢石變成高級的收藏品。這些產業升級的作法，可以降低對原石開採的需求，也提升玉石的多元價值感，更可以增加業者的獲利空間。

#### 四、地方文化館

王嵩山(2000)從博物館學的角度認為，東台灣寶玉石是極具歷史文化意義的台灣文化資產與資源，尤其玉石兼具自然與文化的雙重意涵，符合博物館科學研究、藝術蒐藏、文化展示、社會教育的目標，很適合在台東或花蓮催生一座「台灣寶玉石文化博物館」。蔡明庭(2010)認為，成立玉石博物館，一方面有助於帶動地方觀光產業與地域再造，二方面更可以形塑台

灣成為全球玉石文創產業的典範。溫紹炳、許玲玉、曾保中、王鑫(2010)評估台灣10個礦業博物館<sup>4</sup>的現況與潛力分析中，將籌備中的台灣玉博物館評為最具有觀光潛力的礦物博物館。籌設的玉石文化館透過工作坊模式，傳承有關玉石雕琢的技藝，並透過良性的競爭，激發出更多迥異於傳統的創意思維。

玉石業者在社區總體營造的思維下，在2003年透過閒置空間再利用的模式，申請文建會「地方文化館」計畫，獲補助30萬元規畫經費及40萬元的文獻調查經費，完成台灣玉文化館前期規畫設計報告及台灣玉石文獻資料調查整理案。2004年在鄉長及地方人士的努力爭取下，獲得經濟部及原民會的補助，改善公有市場外牆造景及環境綠美化工程及館內地板整建與燈光安置工程。在地方政府支持以及居民與業者的共識下，於2004年底成立「花蓮縣台灣玉文化發展協會」，希望結合社區力量，共同經營文化館，並串連社區景點及壽豐鄉旅遊景點，串連成帶狀遊憩環境(蔡萬益, 2008)。可惜，因為公有市場是經濟部補助興建，連頂樓的修漏工程也是經濟部以傳統市場改善計畫補助，產權與地目無法變更為文劃用地的問題，讓台灣玉文化館的籌備，受到延滯。目前玉石協會希望改以社區活動中心為新的規劃空間，讓延宕多年的主題館規劃可以獲得重生的機會，並且加強與花蓮地區的大學校院建立合作關係，透過不同方向共同推動台灣玉文化館。

## 五、創造新的附加價值

創造豐田玉新的價值，讓豐田玉在飾品配戴與礦坑體驗的產業範圍外，積極發展新的可能性。如豐琢玉工坊從2008年起，透過經濟部東部產業技術服務中心的小型企業創新研發計畫以及石資中心的科技研究發展專案，與華霖生化科技股份有限公司投入高機能性玉石纖維開發。利用微波加熱去除石綿技術，確保玉石纖維的安全性，再透過玉石粉體的研磨分散處理，取得奈米均質化的玉石粉體，最後結合抗菌和消臭材料，製成具涼爽、抗菌、消臭及舒適性的細單尼高機能性玉石纖維，開創高機能性纖維產業新紀元，更可解決台灣玉廢棄料回收問題，提升其應用價值。目前市面上的涼感纖維採用有機添加劑或後處理方式，除不耐洗滌的問題外，對環境也具有危害性。相較之下，玉石含有鋅、鎂、銅、硒、鉻、鈷等對人體有益的微量元素，在現代科技中生產成多機能性纖維產品，將是繼竹炭纖維後，最容易被消費者接受的商品<sup>5</sup>。利用豐田玉的涼感特性與文化產業加值，可帶動天然涼感纖維產業的發展，也可扶植玉石產業升級。

透過這些在地行動，在生態與文化的保護與創新的理念下，邁向永續發展。此外，豐田

<sup>4</sup>10個礦業博物館包括：黃金博物園區、鹽礦博物館、台灣煤礦博物館、石油礦博物館、台灣玉博物館、石灰石博物館、石材礦博物館、溫泉博物館、硫磺礦博物館。

<sup>5</sup>資料來源：華霖生化科技股份有限公司網站 <http://www.huamao.com.tw>

社區具有全台灣保持相對較完整的日本移民村，結合社區資源發展社區觀光，將社區文化、生態、歷史建築，規畫成社區深度旅遊路線，並由社區經過訓練的解說人員進行導覽，將日本移民村與豐田玉兩項遺產進行整合，擴大社區居民參與的觀光產業機會。

## 陸、結論

由於玉石的利潤使花蓮的飯店業、民宿業、餐飲業、交通運輸業、名產業、旅行業、導遊解說內容、行程規畫等都受到影響。在玉石的消費與利益分配結構下，出現一系列的連帶影響。

豐田受到這波觀光影響，在地組織與礦業公司，朝往永續發展的方向，不同於 1970-1980 年代以採礦與加工產業為主軸，目前結合生態、文化、觀光的發展型態，將礦區、社區與產業連結在一起，讓更多居民有機會可以參與觀光產業的發展。在注入文化產業觀之後，豐田玉產業不再是爆破與開採的形象，而是關切到生態環境保護與文化傳承和創新，並且在就業機會下，對人口結構產生實質的改善作用。此外，豐田玉進入觀光脈絡成為紀念品市場的台灣玉，並未出現因為名稱改變而導致去地方化。從消費的增加，連帶引發從生產、加工、行銷的連鎖效應，以及透過台灣玉連結社區產業所形成的區域整合，都一再顯示出，台灣玉的意象更加確認豐田做為產地與加工的工藝地位，以及更加確認台灣玉做為豐田社區遺產的類別和永續經營的策略，透過多元的在地行動運作，產生對於豐田玉新的遺產論述，呈現再地方化的歷程。

本文從玉石的利益分配對花蓮觀光產業鏈以及對產地豐田的影響，從區域的角度，看到觀光產業對觀光資源的操作模式；從地方的角度，看到邁向永續發展的在地行動，這些都反映出觀光做為當代經濟新契機的操作手法。儘管短期內花蓮地區不容易出現在地生產且高單價的紀念品，因為目前的藝品店已經將台灣玉、玫瑰石、紅珊瑚、藍髓石進行整合行銷，其中生產量與消費量都以台灣玉居多。但是，觀光是個透過不斷變動來保持經濟活力的產業，當這波以台灣玉為利益核心出現轉移消費對象時，對於區域的產業鏈的連結、區域對地方的影響、地方對區域發展的轉化，都是值得繼續觀察的議題。

## 參考書目

- 王嵩山(2000,3月):**台灣文化多樣性的社會建構**。論文發表於 2000 年海峽兩岸生物多樣性與保育研討會。臺中市:國立自然科學博物館。
- 余炳盛(2007,3月)**從玉與中華文化的關係談台灣玉的風華再現**。論文發表於 2007 資源與環境學術研討會。花蓮縣:大漢技術學院。
- 花蓮縣文獻委員會(1974)**花蓮縣志:卷一,大事記**。花蓮:花蓮縣文獻委員會。
- 張雅玲(2009)**公私協力暨政策網絡理論的應用與分析:以花蓮縣推動無毒農業政策為例**。花蓮縣:國立東華大學公共行政研究所碩士論文(未出版)。
- 翁林廷彬(2007,3月)**台灣玉史**。論文發表於 2007 年資源與環境學術研討會。花蓮縣:大漢技術學院。
- 溫紹炳、許玲玉、曾保中、王鑫(2010,6月)**台灣設置國家級礦山博物館的願景**。論文發表於 2010 資源與環境學術研討會論文集。花蓮縣:大漢技術學院。
- 賴錦文(2010,6月)**閃玉加工特性與飾品設計研究**。論文發表於 2010 資源與環境學術研討會。花蓮縣:大漢技術學院。
- 臺灣省礦務局(1976)**台灣之軟玉、礦床與礦業**。**台灣礦業**,28(3),261-274。
- 臺灣省礦務局(1994)**玉石的鑑定及產銷調查研究**。台北市:臺灣省礦務局。
- 臺灣省礦務局(1997)**世界重要寶石產業資源資訊系統之建立**。1997 年度大理石(石材)礦源礦場及加工調查輔導規畫計畫報告。
- 鄭文昕(2006)**台灣玉之經濟效益**。**地質**,25(4),23-25。
- 蔡明庭(2010)**石東的社會生命:東台灣寶玉石的蒐藏、流轉與消費**。國立台東大學南島文化研究所碩士論文(未出版)。
- 蔡萬益(2009)**台灣玉的過去現在與未來的展望**。網路資源, [http://www.stoneart.url.tw/sub03/sub03\\_show.php?sn=36](http://www.stoneart.url.tw/sub03/sub03_show.php?sn=36), 2009 年 9 月 8 日。
- 譚立平(1978)**台灣花蓮地區之軟玉**。**行政院國家科學委員會專刊**,1,1-28。
- 魏稽生、譚立平(1999)**台灣非金屬經濟礦物**。台北市:經濟部中央地質調查所。
- Ballesteros, E. R., & Macarena H. R.(2007)Identity and Community: Reflections on the Development of Mining Heritage Tourism in Southern Spain. *Tourism Management*, 28,677-687.
- Cole, D.(2004)Exploring the Sustainability of Mining Heritage Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 12(6),480-494.
- Dicks, B.(2003)Heritage, Governance and Marketization: A Case-Study from Wales. *Museum and Society*, 1(1),30-44.