

投稿類別：人文領域

篇名：

「原」形畢露-原住民工藝的傳統藝術與時尚創意

作者：

陳翊宇。私立海星國中。國一孝班

孫銘謙。私立海星國中。國一孝班

指導老師：

吳靜慧老師

陳蕙蘭老師

壹●前言

一、研究動機與目的

八月，跟著爸媽回家鄉，參加阿美族最大部落之一，馬太鞍部落豐年祭，族人們賣力的舞動著，祭典場外的親友、觀光客，每個人手裡拿著相機、手機照個不停。表哥、表姊雖然在外地讀大學，都特地回來加入年齡階層，向年長者學習。集會場一邊，販賣許多原住民服裝及手工藝品，有傳統的木雕、月桃編織，也有創新的商品，如手機吊飾、耳機、筆記本、琉璃珠、背包等，共同點是外觀都有原住民的圖騰，及辨別度較高的顏色。

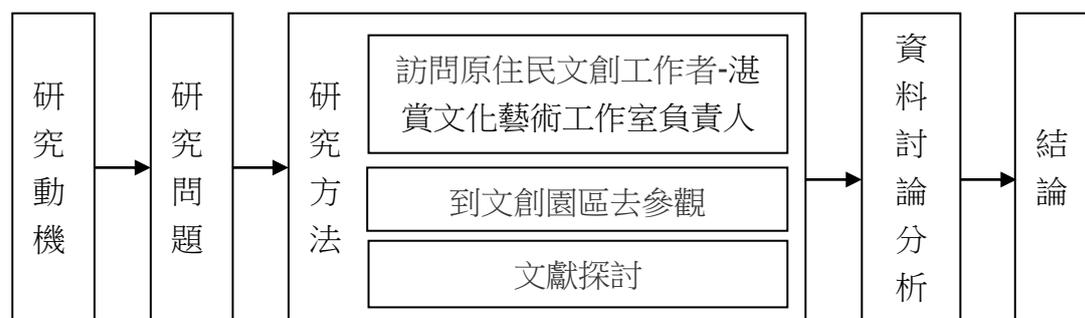
能讓大家注意到原住民的傳統手工藝，是一件很好的文化交流，但外來文化開啟部落大門後，文物傳統就變得脆弱，當傳統的手工藝遇到現代，如何能延續傳統藝術，又能兼具創意時尚，於是在我們討論過後，決定以此做為我們的研究目的。(註一)

二、研究問題

文化創意產業是現在的主流亮點，我們身處的花蓮，在舊酒場區及花蓮舊火車站相繼成立了文化創意園區，我們在裡面發現吳秀梅阿姨開設的-湛賞文化藝術工作室，於是我們就由此開始了我們的研究，探討如何在豐富精采的文化元素中，發揮及延伸原住民手工藝特性與美感，進而達到文化傳達，且能創造商機與生機。

三、研究方法與架構

我們將以訪問原住民文化創意工作者-湛賞文化藝術工作室負責人吳秀梅、到文創園區去參觀原住民工藝的擺設、文獻探討，三個方向進行。



圖一 研究架構圖

貳●正文

一、原住民的傳統工藝藝術

向原住民請教「什麼是藝術？」，「在傳統文化裡『創作』扮演什麼角色？」相信就連耆老也很難說出所以然來，「藝術」、「創作」是現代的「外來」名詞。如果一個「藝術」的框架來詮釋或臆測原住民的文化表現，有時候是受到某種程度限制的，但是如果不用「藝術」的角度去研究欣賞，可能會錯失掉在我們身旁，充滿活力與豐富美麗的震撼。

對原住民來說，傳統藝術就是，長期與大自然相處的生活經驗和表現，它可以是在祭儀中傳達知識哲理，也可以是信手從大自然取得的素材，編織成的美麗服飾，就像賽夏族在矮靈祭裡的歌舞一樣，由敬畏矮靈出發，再透過歌謠中處處呈現出對大自然環境與植物的尊敬和認識，到傳達族人生存團結的重要性，不僅是用歌舞就能解釋涵藝一切，它的「功能」和「作用」好像超過藝術性質。從另一個角度來看，「文化」和「藝術」實際上就是藉著這種方式，存在我們的生活空間中。（註二）

二、文化創意產業

文化創意產業一詞，於 2002 年 5 月依照〈挑戰 2008：國家發展重點計畫〉的子計畫「發展文化創意產業計畫」所確定，即結合了文化及創意的產業。

根據（文化創意產業推動服務網）所公佈的定義，文化創意產業是指「源自創意或文化積累，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的行業」。所以文創產業有三項標準：1.就業人數多或參與人數多。2.產值大或關聯效益大、成長潛力大。3.原創性高或創新性高及附加價值高。（註三）

三、訪問湛賞文化藝術工作室負責人-吳秀梅

根據我們的研究主題，要巧妙的結合原住民傳統工藝藝術與創意，在文創產業也有成就的人，於是我們找到了吳秀梅阿姨。

2007 年行政院原住民委員會委託台灣創意設計中心辦理「臺灣原住民文化產業認證計劃」，經過長時間的甄選，吳秀梅阿姨的湛賞文化藝術工作室通過認證的七家原住民藝術精品商家之一，並於同年 10 月在台北世貿，展出具代表性的原住民創意商品。

(一) 創立背景

吳秀梅 13 歲時，因一本時尚雜誌，開始夢想成為一個設計師，從花蓮海星中學到實踐大學服裝設計科完成學業，七年半工半讀的經歷，有了最紮實的製作經驗，有了面對現實社會考驗的勇氣，透過比賽、媒體、展覽，不斷的推銷自己，並與團體或藝人合作，增加知名度，終就成立了湛賞文化藝術工作室，而吳秀梅的夢還在繼續中，她說：「縫紉機是我手中的筆，我要繼續我的夢。」(註四)

(二) 創新研發

吳秀梅阿姨利用對原住民文化與色彩之美的敏銳感受，成功轉化成時尚元素，運用在她的設計作品中。創意代表的產品「酒衣袋」已申請專利，時尚包布料使用市面上較少的混紡 PV 材質，與市面上的布料相比，較輕盈、明亮，具有獨特性，產品製作強調精緻化，品質穩定且融入故事性。

(三) 創立品牌

經過了二十幾年，吳秀梅創立了自己的品牌，用來區隔一般市場，而且以名稱來設定客層，分為「湛賞」、「Siku Sawmah」，「湛賞」為中文名稱，產品製作多為原住民文化性強烈的作品，若用「Siku Sawmah」，產品多為時尚精品款，較能夠走向國際。

四、傳統藝術 VS 時尚創意

從訪問吳秀梅及蒐集的資料整理出，要能從容自在運用這兩衝突的名詞，有下列三個重點：

(一) 以文化為根本，維護傳統文化

在訪談的過程中，吳秀梅不斷的強調，在創新之前，一定要先了解本身的文化，充實內涵，有自己的想法，才能賦予作品生命力。

(吳秀梅：一開始時先認識傳統，然後再加上創意，那就是我可以開發的一些商品，一定要先從認識傳統開始，用傳統的原素加到時尚的環境裡面，這就是你自己的創意。)

文化產業必須要以「文化」為產業的根本，除了試圖保存傳統及地方魅力

外，還要發掘與傳統不同的創意與想像力。工業生產的文明隨著時代進展汰換快速，幾乎只有文化和地方魅力可以永久保存下來。(註五)

(二) 強調「創意」、「創新」

文化加上創意、想像力加上獨特、個性加上美學的創新作品，就是文化創意產業的賣點，而且不斷研發創新設計，才能在眾多工藝產品中脫穎而出，立於不敗之地。

吳秀梅除了「酒衣袋」及創新材質混紡 PV 材質的包包，還有十款原住民族的時尚款禮服「玩色系列」，此系列充分發掘原住民文化元素之美，以時尚潮流設計手法，完整展現整體造型的時尚風格，這系列作品，獲選為行政院原住民族委員會第一屆原住民族工藝精品。(註六)

五、創立品牌

創立品牌是為了向消費者保證產品的品質與機能，能安心購買，也是文化創意業者的夢想。

(一) 要有強盛的企圖心

在訪問吳秀梅阿姨時，她信心滿滿的表示要用自己的名字「Siku Sawmah」的商標名稱打向國際。台東阿美族龍惠媚的棉麻屋，用亞麻、棉麻線編織帽子、袋子、圍巾……，明年要去法國參展，甚至到上海開分店(註七)。唯有強盛的企圖心，才能一步一步讓自己的產品走向國際。

(二) 為產品加入「故事性」

創立品牌讓產品產生了差異化，讓產品更為精緻化，成本就會增加，意謂消費者得花更多的錢，除了品質設計外還要加上包裝，「故事」的包裝讓產品增加了獨特性，成為市場上的「唯一」。

吳秀梅在 Sakizaya¹(撒奇萊雅族)推動正名時，閱讀了「達固湖灣事件」，讓身為 Sakizaya 後裔的她，決定以此故事做為設計的主軸，設計了 Sakizaya 族服，從帽子、衣服、綁腿等細節，將品牌背後的故事能夠呈現。

¹Sakizaya，台灣清治時期，因故藏身阿美族部落，日治時代日本政府因此無從辨識其族群，將其列為阿美族的一支。1990年起推動正名運動，於2007年1月17日由中華民國政府官方合法承認其為台灣原住民族。(註八)

六、銷售管理

創立品牌最主要的目的當然是創造商機與生機，從我們蒐集的資料中分析整理，想要在市場中站有一席之地，約可分成以下四點：

（一）謹慎選擇通路

我們住的花蓮，在熱門光觀景點、一些假日市集或大型活動的場合，常看見與原住民相關的工藝品設置的攤位，但是販售的物品相似度太高，產品的精緻度上也較粗糙，也常常看看一些不知是什麼的圖騰商品，混雜其中，降低了購買興趣。

創立品牌之後重要的就是銷售通路的選擇，避免與觀光地區產品混淆，因觀光地區的品質參差不齊，同質性高或仿冒品充斥。像吳秀梅的作品在文創園區、飯店、百貨公司、機場才有販售。

（二）附加品牌故事，加強消費者印象

將故事設計於產品中，透過商業整體設計，加強品牌形象，讓產品本身說故事。

同樣在 2007 年「臺灣原住民文化產業認證計劃」，通過認證的「彭春林生活創意工房」，在他的網頁一開始就有蝴蝶翩翩起舞，很清楚告訴大家，他的創作以蝴蝶為主，「蝴蝶紋」是他的創意元素，在魯凱族蝴蝶象徵男孩的敏捷、勤勞與速度，也象徵女孩純潔與智慧，也代表了彭春林的夢想起飛。（註九）

另一位，屏東縣來義鄉原創人文藝術-啄木鳥藝雕坊負責人-塗南峰先生，他說：一刀一筆，不只是構圖，更是一篇充滿故事性的史話。他用自己的名字設計了品牌創意 LOGO，他的名字就充滿了故事。

（三）接受訂製且注意產品的陳列方式

現今客製化的個性產品才能滿足消費者，可以展現個人特色。吳秀梅接受團體或個人的訂製，但並不是完全依消費者的想法，她會適當的引導，即滿足求新求變的消費者，也不會讓自己的風格消失。

產品的陳列，從店舖整體氣氛營造、櫥窗設計、店舖擺設、品牌形象，都是吸引購買力的重要一環，不僅能吸引消費者目光，也能提升產品質感，讓

消費者沉浸在購物的樂趣中。

(四) 加強品牌口碑，比賽、參展累積名聲

透過品牌建立有助於建立優勢，銷定客層，與一般市場區隔，避免與低價商品競爭。而加強口碑的方式就是參加比賽、參加展覽，加入業界有關的協會，與藝人合作，運用媒體宣傳。

蒐集的資料顯示品牌初期的推廣，都是參展與參加比賽快速累積知名度，在訪問吳秀梅的內容中，她也表示參加比賽是為了打響知名度，參加服裝秀也是同樣的道理，別人也會因為比賽得獎對你的產品有信心。

七、目前國家相關的政策

行政院原住民族委員會中程施政計畫(102至105年度)，有關原住民族之經濟及公共建設方面的產業經濟，提到以下三點，並在「原住民族綜合發展基金四年計畫」將於102年至105年投入經費15億9,400萬元，以解決原住民放款融資及保證等問題，以落實部落金融正義，並應通盤檢討現行貸款機制，以增進原住民資金融通之功效。(註十)

(一) 持續輔導原住民族文化創意產業，辦理「原住民族文化創意產業推廣計畫」、「原住民族文化產業認證制度推廣計畫」及「原住民族工藝薪傳獎活動」等三項計畫，辦理工藝師甄選及工藝精品認證及後續輔導。

(二) 建構原住民族創業育成暨產品拓銷機制，辦理「臺灣原住民族創業育成中心計畫」及「臺灣原住民族產品拓銷據點計畫」，於北、中、南、東區各設置1處育成中心，擴大服務範圍及提升服務便利性，提高受輔導對象申請意願，並於南、北2處設置產品拓銷據點，並進行據點之地點甄選、管理者遴選及相關行銷推廣等工作。

(三) 進行推動保護原住民族傳統智慧創作，輔導原住民產業經營管理暨技術服務，舉辦「原住民族產業博覽會」，邀集國內原住民商家進駐展售，吸引國內外民眾進場觀展。

吳秀梅表示目前培訓計畫不易獲得投資所需的資金，希望行政單位能建立人才智庫，對剛起步的工作坊多給予補助，對於較上軌道的工作坊，幫助他們走向國際。

八、原住民文創產業擁有的優勢與面對的困境

在原住民族經濟及產業發展 3 年(99-101 年)計畫中的問題評估有六項， 1.缺乏產業特色。2.資源整合不易。3 文化、觀光資源豐富，但仍需整包裝行銷。4. 文化創意產業待發展。5.產銷通路機制久具完整。6.育成陪伴機制未周延完備。(註十一) 以上六點，也是目前所蒐集到資料所顯示的共同問題，以下是原住民文創業者所擁有的優勢與必須面對的困境。

(一) 擁有的優勢

臺灣原住民族的藝術非常多樣化，且具有極高的獨特性，表現出有別於漢人的藝術經驗。(註十二) 雖然從日據時代開始，社會變遷快速，原住民文化流失，但是原住民的藝術形式依然展現強韌的生命力，現在反而日漸蓬勃，呈現出多采多姿的面目，這充滿了「異國情調」的形式，吸引了大家的目光，這成了原住民族藝術發展的優勢。

當傳統藝術遇上了創意十足的原住民所蹦出的火花，常讓人目不轉睛，源源不絕的「創意」，是原住民可隨心所欲的天賦，加上隨手可得的故鄉故事，讓每一件作品都擁有傳統內涵、樸拙外表，但又具備了時尚設計的形式。

(二) 面對的困境

是優勢也是困境，潘朵拉的盒子被打開後，強勢族群入侵，原本社會體制瓦解，只剩了傳統藝術。近年文化創意產業興起，原住民族群藝術呈現積極及活潑的創力，成立了許多工作坊，讓部落生計有所依靠，許多留在部落的人都有了工作，但是也出現了許多問題。

- 1.缺乏專業的養成，沒設計專業人員，模仿商品製作出來的商品粗糙，沒有特色。
- 2.攤商到處林立，因為貨源都一樣，到坊間走走可以發現，同質性太高，所展示的物品大同小異。
- 3.在坊間常可以看到大陸、東南亞低價物品混雜集中，讓原住民失去就業機會或為了迎合市場而失去原味。

相對闖出名氣的作品所受到的挑戰是不一樣的，吳秀梅所設計的「酒衣袋」就被仿冒，不知道的人買了坊間較低價、品質較沒保障的產品，結果商譽受

到影響是有成立品牌的工作坊，訪談過程中，充滿了無奈，但她堅持品質。

另一個較嚴重的困境是傳承不易，年輕人對於工藝產業敬而遠之，寧願離鄉背井前往大都會，投入科技業或服務業，是傳統原住民工藝所可以產生的利潤不能相比的。

傳統原住民工藝可以產生的利潤跟銷路是推動文創產業的另一項問題，（註十三）同樣是缺乏行銷的專業訓練，最常見的是自己在家做，自己找地方擺攤，產品不能量化，利潤當然有限。一個人不可能形成產業，要有人設計、有人製造、有人銷售，吳秀梅就有專門負責行銷的人員，產銷分工，才能專職無二心的創作。

九、「傳統藝術 VS 時尚創意」的現在式

（一）在政策的刺激下，文創產業有短暫成長，但是資料顯示大部分小工作坊的人會問，要將產品賣給誰？通路呢？市場呢？商機在哪裡？

為了生計，有些人找出了一條出路。（吳秀梅：目前能維持經濟收入的是手工藝品，服裝設計是為了比賽，比賽得獎可以打響知名度，就可以參加服裝秀，就有多人認識我的品牌，我就可以維持生計。）

（二）人才培育不易，傳統技藝不斷流失，年輕人不願意學，手藝好的老者不能再做了，原本是生活上必須的技能的工藝，愈來愈少人會了，想學也找不到人可以學。

（三）文創業者再參加比賽參展後較有名的，有規模愈大的趨勢，當大家在家鄉的豐年祭，看到特別的商品，都會問是誰做的，如果是知名的設計者所做，大家都會繼續深問下去，或者迫不及待擁有一個。

（四）越來越多新的文創設計師受到重視，受邀到國內外參展，在飯店、機場等專櫃都可以看一些原住民文創者的作品，或是有些餐廳的桌椅擺設及氣氛的營造都用原住民文創者的作品，例如：花蓮洄瀾客棧一樓的餐廳。

十、「傳統藝術 VS 時尚創意」的未來式

吳秀梅的未來式在邁向國際，我們相信所有文化創意業者都有一個對未來的夢想版圖。

參●結論

臺灣原住民族的藝術創作，已在各種不同的場合出現，例如：2010年台灣國際藝術節『很久沒有敬我了你』在國家音樂廳表演，獲得很好的回響，但我們的社會對原住民的認識仍然有限，藉由接觸、了解、欣賞多采多姿的原住民族的藝術創作，是認識原住民族有效途徑之一。

創作者要在「傳統藝術 VS 時尚創意」擁有一席之地，要以文化為根本，找尋自己的創作元素，創新研發，創立品牌，為產品加入故事性，引導消費者進入你的創意世界，教導你的觀眾如何了解、欣賞「異文化」。

希望行政政策能：

- (一) 成立各區域輔導的機構，單一窗口運作，不要多頭馬車。
- (二) 建立原住民的人才智庫，吳秀梅表示很多專案交給別人做，自己不了解細節及執行方式，或者交給不了解原住民藝術的人做，溝通上有困難，如果有相關人才在對外溝通上較容易。
- (三) 在許瑄、辜雯華、王進發(2012)在「原住民文化工藝產業發展之研究」，提到「金字塔」的輔導方式。(註四)政府的補助應大部放在金字塔底層為剛起步的小型原住民工坊，他們是最需要協助的一群，金字塔中間有些成績的工坊，持續關心與諮詢，金字塔上層獲獎無數，輔導他們走向國際。

肆●引註資料

註一、游浩乙(2014)。順益台灣·印記原民。台北：林迺翁文教基金會出版。

註二、林建成(2002)。台灣原住民藝術田野筆記。台北：藝術家出版社。

註三、維基百科-文化創意產業。

<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E6%96%87%E5%8C%96%E5%89%B5%E6%84%8F%E7%94%A2%E6%A5%AD>

註四、吳秀梅：13歲的夢，PPT檔。

註五、許瑄、辜雯華、王進發(2012)。原住民文化工藝產業發展之研究。台灣原住民研究論叢，2012年12月，第十二期，頁185~244。

註六、吳秀梅：facebook

<https://www.facebook.com/siku.sawmah>

註七、國際化：棉麻屋手做包包，讓新原民工藝迎向國際-阿美族編織出時尚扉頁 <http://www.businessweekly.com.tw/KWebArticle.aspx?id=48254>

註八、維基百科-撒奇萊雅族。

<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E6%92%92%E5%A5%87%E8%90%8A%E9%9B%85%E6%97%8F>

註九、彭春林生活創意工房

<http://www.kaludasan.com.tw/blog/article.asp?id=7>

註十、行政院原住民族委員會中程施政計畫（102 至 105 年度）

<http://www.apc.gov.tw/portal/docList.html?CID=F6F47C22D1435F95>

註十一、原住民族經濟及產業發展 3 年(99-101 年)計畫

<http://www.apc.gov.tw/portal/docList.html?CID=F6F47C22D1435F95>

註十二、王嵩山（2014）。藝術原境-臺灣原住民族創意人類學。台北：遠足文化。

註十三、陳芬苓（2008）。原住民經濟困境與地方文化產業發展之可能。國家與社會。2008 年 6 月，第四期，頁 1-42。