



國立中山大學公共事務管理研究所

碩士論文

以地方特色產業作為地域振興之策略研究

研究生：洪文忠 撰

指導教授：郭瑞坤 博士

中華民國九十六年一月

## 謝 誌

隨著本論文的完成，也意味著兩年的研究所生涯將要結束了……

論文的完成，首要感謝指導恩師郭瑞坤老師，回想每次在 Meeting 時，您不厭其煩的點出我撰寫論文過程中許多盲點與缺失，使學生能夠從錯誤中去學習與成長。您對學生的好，學生將會銘記在心，沒有您的指導與鼓勵，我想這一篇論文絕對無法順利的完成，老師謝謝您！同時也感謝口試委員陳啟仁老師與王文雄老師，您們對論文提出的建議都是相當重要的，促使本研究可撰寫得更加完備。

論文不單靠個人力量就可以完成的，特別感謝集集林先生、中寮吳小姐、鶯歌黃先生、黃老師、林先生、翁老師、黃老師、王老師、葉先生及程小姐，感謝您們在訪談中所提供許多建議及看法，讓我能在此撰寫研究分析中獲取更多資訊，才能那麼順利完成訪談研究的分析。再來感謝所有回寄問卷的各地方特色產業業者們，您們一封封所回寄的填答問卷，都讓學生在研究上能更加了解地方業者最真實的意見，因為您們的協助也讓本研究能建構出接近現況的策略出來。

在研究所兩年的求學過程中，承蒙吳濟華老師、汪明生老師、朱斌好老師、林新沛老師、王文誠老師等老師們，認真的教學讓學生學習到不同領域的東西，也要感謝所有在所上開課的老師們，您們讓所上的學術領域變得更加豐富更寬廣。另感謝所上的助理們素萍、國瑛、曉敏、惠萍、麗敏，以及大姊，感謝您們幫忙處理課業及生活瑣事，尤其要好好感謝國瑛，在這兩年中對我的所有協助與幫忙，國瑛謝謝妳喔！

感謝政勳學長、鴻遠學長、國清學長及其他學長姐，對論文所提供的寶貴建議，讓我可以看見更多論文上應改進的缺失，特別是政勳學長在最後關頭的鼓勵及協助，也是讓本研究順利完成的重要關鍵。再來就是要感謝充滿各自特色的 PAM95 們，謝謝和我一起為美食開疆闢土的小游，感謝之意不在話下，多謝你在兩年來日常生活上許多的幫助；謝謝幫忙我超級多忙的盈秋，不論是大事小事，只要幫的上忙的妳都不會推辭，特別是妳一直催趕我論文的進度，沒有妳的幫忙論文應該不會那麼順利完成；謝謝同門的小朱、佩璇，有你們一年多來相互的鼓勵和打氣，令我非常感動萬分；謝謝永遠的好室友小興，謝謝你在住宿的那段生活上對我提供不少的協助；謝謝班上最有型的明聲，尤其在最後離校的前夕，你和我那段在讀書室相依為命的日子，使讀書室不是只剩下我一人孤軍奮戰，讓我感受到畢業後滿滿的人情味；謝謝這兩年中一直充滿著熱情與活力的書媛，妳讓這兩年大家充滿了許多歡笑；謝謝聖源在我撰寫論文上的指點與協助；也感謝張簡在我開始寫論文時，給予我的協助，無論如何還是要感謝你！謝謝其它班上同學：憲立、雅琪、曉蓉、丹薰、秋菊、正國、育昇、坤傑、宏銘、振昌、聲耀、國瑛等，謝謝各位在這兩年來對我的照顧和幫助，在此一併致謝。

接著感謝一直幫我許多事情的榮勳學弟，在最後這段修改論文的時間，還好經常有你的幫忙，幫我印製論文、幫我送論文等等，讓我省下不少時間在其他瑣事上；謝謝經營「鐵櫃」KTV 的老闆仲由學弟，經常熱情邀我去鐵櫃唱歌，來紓解寫論文的壓力；謝謝七月時在我沒地方住時，適時伸出援手的明宗學弟，及其室友志仲學弟和志強學弟；謝謝于娟學妹給予學長的鼓勵；接著要感謝喜歡維尼的阿仔，對我不斷的鼓勵與打氣；謝謝經常催我論文進度的小綿羊，好在最後一段時間有妳的幫忙，讓我能在撰寫論文上更加的完備及順暢，給妳記大功一枚；謝謝常常半夜一、兩點約去大社吃宵夜的小薛，讓我半夜寫論文肚子餓時可以找的到伴；謝謝喜歡唱小和尚和顛倒歌的寧，謝謝妳之前在我寫論文時一直陪著我也鼓勵我；也謝謝大瑜同學、嫩同學、天福同學、秉宸同學、妙玉同學、麗茹同學、柏舜同學、秀芳同學、炳嘉同學及許多同學和朋友的鼓勵，陪我這樣一路走來能夠始終如一，讓我一直持續”振興”下去！

最後當然是要好好感謝我的家人，謝謝我爸媽在生活上給我最大的支柱，及對我期待很高的阿嬤、老哥、和台南的老弟，還有小妞妞、青樺、鏘奇、奕豪還有一些興國幫的人等等，給予我許許多多的鼓勵及最多的溫暖，有您們給我的鼓勵與支持，是我可以順利完學業的主要動力。

常常自己跑去河堤上躺著，吹著徐徐的海風看著滿天的星星，望著一艘艘進出高雄港的船隻，謝謝中山大學給予我這樣一個美好的讀書環境，在我壓力大的時候可以去玩水，當我心情煩悶的時候可以去看海，這兩年西灣生活的點點滴滴，包括勇闖我武嶺宿舍兩次的獼猴或是情侶愛去的蘿蔔坑等回憶，將會是我未來回想起來最充實也是最快樂的回憶，直到永遠永遠……

洪文忠  
2007.02.06  
于中山西灣

## 摘要

行政院推出挑戰 2008 年國家發展計畫中，其中協助發展地方特色產業，提升地方產業的競爭優勢為現階段產業發展的重點要項。為瞭解地方特色產業發展現況與發展策略與地方特色產業作為帶動區域發展之困境，本研究透過深度訪談及學者神戶憲治（1998）所提出的地域振興概念為本研究之問卷架構，並針對經濟部中小企業處自民國 91 年至 94 年間，曾輔導的地方特色產業業者進行問卷調查。最後藉由重要-表現程度分析法，對各因素的重要性與滿意程度進行分析，建構出較可行的發展策略，本研究結果發現如下：

1. 地方特色產業的發展現況：經營業者大多具有 20 年以上的年資，經營型態以具有歷史的小企業居多，以工作室方式呈現居多。其發展策略為：(1)落實認證制度(2)產品走向生活工藝(3)產品融入地方形象(4)培育地方專業人才(5)強化獨特工藝文化(6)成立工藝博物館(7)強化地方生活機能(8)結合地方組織資源發展地方產業(9)培養業者互相尊重工藝的文化(10)推廣民眾的工藝美學。
2. 地方特色產業作為為地域振興之困境：居民對地方事務認同較低、同業缺乏共同發展共識、業者研發能力不足、民眾工藝創作之體驗不足、地方的特色趨於模糊化、民眾缺乏深度的地方生活體驗、地方政府較缺乏發展地方產業的概念。
3. 以地方特色產業作為地域振興之策略，分為短期及中長期推動策略。在短期策略上：(1)加強地方人才培育，提升業者創新能力，使產品具生活化(2)發展地方工藝獨特的文化，彼此間互相尊重工藝文化(3)善用地方民間組織的資源合作發展，找出專屬地方特有的特色(4)加強同業間共同合作發展，並落實工藝美學的推廣。中長期策略方面：(1)實施工藝產品認證制度，落實保存地方的工藝文物(2)地方產業異業間，彼此合作環環相扣，建構地方優質生活環境。

發展地方特色產業需要有地方居民參與支持、地方業者積極投入、及搭配適當的行銷策略，以能達永續發展之路。地方特色產業擁有獨特之資源，亦期待藉由地方特色產業發展，吸引各地民眾進入當地體驗，提升地方產業發展的活力。

關鍵字：地域振興(revitalization)、深度訪談(interview)、地方特色產業(local cultural industries)、重要-表現程度分析法(Importance-Performance Analysis)

# 目 錄

## 第 1 章 緒論

1.1 研究背景與動機.....	1
1.2 研究目的.....	2
1.3 研究範圍對象.....	3
1.4 研究限制.....	3
1.5 研究流程.....	4

## 第 2 章 文獻回顧

2.1 地方產業.....	5
2.1.1 地方產業發展對地方經濟之重要性.....	6
2.1.2 特色產業發展模式.....	7
2.2 地方特色產業發展現況.....	8
2.3 地方特色產業之類型與個案介紹.....	10
2.4 發展地方特色產業之困境.....	14
2.5 地域振興之意涵.....	16
2.6 國外地域振興之概念.....	18
2.6.1 日本之概念.....	18
2.6.2 德國之概念.....	19
2.6.3 小結.....	20

## 第 3 章 研究方法

3.1 深度訪談.....	21
3.1.1 深度訪談之目的.....	21
3.1.2 深度訪談之優點.....	22
3.1.3 訪談訪談對象.....	23
3.1.4 訪談資料之處理.....	23
3.2 重要表現程度分析法.....	25
3.3 研究架構.....	26
3.4 研究實施.....	28

3.4.1	深入訪談.....	28
3.4.2	訪談流程.....	28
3.4.3	訪談對象.....	28
3.4.4	問卷設計方法.....	28
3.4.5	資料分析方法.....	29
3.4.6	問卷發放.....	29
3.4.7	研究流程.....	29

## 第 4 章 實證分析

4.1	訪談目的.....	35
4.1.1	受訪者對地方特色產業發展策略之看法.....	35
4.1.2	受訪者認為地方特色產業作為地域振興之困境.....	44
4.1.3	受訪者對地域振興之認知.....	54
4.1.4	其他訪談發現.....	57
4.2	問卷發放與統計分析.....	62
4.2.1	問卷的目的.....	62
4.2.2	問卷之設計.....	62
4.2.3	問卷回收之統計與分析.....	62
4.2.3.1	回收狀況.....	62
4.2.3.2	廠商基本資料屬性分析.....	63
4.2.3.3	地方特色產業作為地域振興之關鍵因素信度分析..	65
4.2.3.4	地方特色產業作為地域振興之關鍵因素分析..	67
4.2.3.5	地方特色產業作為地域振興之關鍵因素的重要性..	68
4.2.3.6	地方特色產業作為地域振興之關鍵因素滿意程度..	70
4.3	以地方特色產業作為地域振興之策略發展.....	71
4.3.1	分析結果.....	71
4.3.2	小結.....	73

## 第 5 章 結論與建議

5.1	地方特色產業發展現況.....	75
5.2	地方特色產業發展策略.....	75

5.3	以地方特色產業做為地域振興之困境.....	78
5.4	以地方特色產業做為地域振興之策略.....	79
5.5	建議.....	83
5.6	後續研究建議.....	84
	參考文獻.....	85
附錄一	歷年地方特色產業輔導廠商名單.....	A-1
附錄二	訪談大綱.....	A-2
附錄三	以地方特色產業作為地域振興之策略研究【預式問卷】.....	A-3
附錄四	以地方特色產業作為地域振興之策略研究【正式問卷】.....	A-7
附錄五	訪談記錄.....	A-11

## 圖目錄

圖 1.1	研究流程圖.....	3
圖 3.1	重要-表現程度分析座標圖.....	26
圖 3.2	地方特色產業做為地域振興之策略擬定架構.....	27
圖 4.1	重要-表現程度座標分布圖.....	71

## 表目錄

表 2.1 地區特色產業類別.....	11
表 2.2 地方特色產業分類.....	11
表 2.3 地方特色產業個案介紹.....	12
表 3.1 問卷結構表.....	30
表 3.2 問卷設計各構面之信度係數表.....	32
表 3.3 預式與正式問卷對照表.....	33
表 4.1 訪談產官學專家一覽表.....	35
表 4.2 受訪者對地方特色產業發展策略之看法.....	43
表 4.3 受訪者認為地方特色產業做為地域振興之困境.....	53
表 4.4 其他訪談發現.....	61
表 4.5 廠商基本資料次數分配表.....	64
表 4.6 「地方特色產業做為地域振興之影響因素」產業構面之信度分析表.....	65
表 4.7 「地方特色產業做為地域振興之影響因素」文化構面之信度分析表.....	66
表 4.8 「地方特色產業做為地域振興之影響因素」觀光構面之信度分析表.....	67
表 4.9 「地方特色產業做為地域振興之影響因素」統計結果.....	68
表 4.10 「特色產業做為地域振興之影響因素」重要程度排名表.....	69
表 4.11 「特色產業做為地域振興之影響因素」滿意程度排名表.....	70

# 第 1 章 緒論

## 1.1 研究背景與動機

地方產業在發展過程中，其主要功能是地方經濟重要的支柱，具有增加地方就業機會，充裕地方財源，累積原有地方產業的技術與文化，王素鸞（2005）提到地方產業可凝聚地方居民的共識，並做為連繫地方人際關係的橋樑，形成一股地方特有風俗、文化，是地方安定與地方精神的象徵。

但隨國際化腳步越來越開放，地方產業的成本競爭壓力越來越大，面臨遷移對岸或是關廠的命運，因而減少地方就業的機會和發展，間接導致年輕人逐漸外移至大都市謀求工作，讓鄉村地方僅剩老年人及小孩，使得鄉村地方逐漸高齡化，地方發展走向衰敗的後果。比如說日本政府為了活絡已沒落許久的鄉村，持續地透過發展具有特色的地方產業，吸引觀光客進入當地觀光及消費，藉著大量的觀光客的進入，為地方帶來廣大的收益，且提供大量的工作機會，讓當地居民樂於回到自己家鄉工作，觀光客樂於進入當地觀光的情況。

有鑑於此，台灣地方產業有必要面臨轉型的壓力，在這時候政府便開始著手輔導地方產業轉型的工作。因此行政院推出挑戰 2008 年國家發展計畫，其中有一項是「發展創意型地方特色產業」，目的希望協助發展地方特色產業，以創造一鄉鎮一特色產業為目標，強化地方的核心特色，提升地方產業對外的競爭優勢，並喚起社會大眾對地方特色產業的重視，更希望能有效創造當地特色產業之經濟價值，達到地方永續經營發展之目的，提升更大的競爭能力。由此可知，地方特色產業在國家發展計畫中扮演著重要角色。

目前台灣發展地方特色產業的方式，是以各鄉鎮為單位，整合地方相關的資源，依地理景觀、特殊風俗習慣及文化，各自發展成豐富且具獨特性的地方特色產業，而發展地方特色產業是期望改善城鄉差距過大的現象，並促進地方繁榮與發展（林美萱，2001）。換句話說，每鄉鎮皆有獨特的自然環境與人文風俗，利用地方的歷史、文化作結合，發展各自的地方產業，以「文化」及「特色」為出發點，來作為地方產業發展的主軸（黃

富娟，2006），用以提振地方經濟來帶動地方發展之契機，不僅可保存地方既有的文化特色，也可以用來振興地方經濟，增加地方就業機會。藉著發展具特色的地方產業，來帶動附近地區整體的發展，蘇錦夥（2005）提到地方產業扮演著地方整體發展的促進者，將可增加地方居民的就業機會及所得。因此輔導地方產業的策略顯得格外重要，目前輔導方式是以一個產業做為目標，將每個業者視為一個點，由點與點連到線，然後再從線到面，也就是產業上、中、下游的整合。甚至橫向面的發展，就是不同產業進行全面性整合與串聯，發揮較佳的地方發展效果（在地星級報，2005）。

因此，地方產業是地方發展中不可或缺的一部分，簡單來說，輔導之前必須考量所有的影響因素對於地方發展做一完整的評估，而輔導之後也必須配合所有利害相關人的需求做適當的調整。因此，為使整個輔導計畫能達到帶動地區整體發展，瞭解地方特色產業的發展趨勢，及作為地域振興的困境就顯的格外重要。本研究運用地域振興概念，探討目前臺灣各地方特色產業，如何發掘地方特色、帶動附近地方的活力？成功的特色產業如何帶動地區整體發展火車頭的角色？如何促進地方繁榮與發展的目標？發展地方特色產業，讓點和點能夠串聯起來，形成一條線甚至形成一個面，讓地方產業發展上能更具競爭力。因此為了達到「地域振興」之目的，發展適當的地方特色產業發展的策略，使地方產業帶動地方整體發展且能永續經營，將成為本研究策略擬定上的重點。如何以地方特色產業作為地域振興？因此探討影響特色產業帶動地方整體發展的影響因素，針對這些影響因素，建構地方特色產業作為地域振興之發展策略。

## 1.2 研究目的

根據上述研究背景與研究動機，本文有以下幾個研究目的：

- （一）了解地方特色產業的發展現況與發展策略。
- （二）了解地方特色產業發展作為帶動區域發展之困境。
- （三）建構較可行的特色產業帶動區域整體發展策略。

### 1.3 研究對象與範圍

**研究對象：**針對行政院經濟部中小企業處，91年至94年間已曾輔導從事工藝類型之地方特色產業，作為主要研究對象。

**研究範圍：**以中小企業處輔導過的工藝品產業為研究對象。包含：苗栗傳統陶業、南投中寮鄉純植物染布、鹿港傳統手工藝產業、屏東三地門琉璃珠產業、老莊腳椰子產業及花蓮大理石產業為本研究之研究範圍。

### 1.4 研究限制

本研究有下列限制：

1. 由於國內地方特色產業的類型眾多，且各自的發展背景與特性不盡相同，因此僅選定工藝品類別作為本研究之對象，期望在深度訪談過程中及問卷調查上能獲得較單純且精確的分析結果。
2. 受限於時間與人力的限制，本研究僅選擇中小企業處輔導過的地方特色產業作為研究對象，鑑於有些輔導過的特色產業年代久遠，無法獲取所有相關被輔導過的特色產業業者資訊，故將研究對象界定在民國91年至民國94年間輔導過之地方特色產業業者。
3. 針對民國91年至94年間受輔導過後之業者進行問卷調查，因每次之輔導計畫業者個數不盡相同，導致抽樣上會有些微誤差，故不進行各產業類別上相關問題之探討與分析，避免分析出現偏差的結果。

## 1.5 研究流程

本研究流程如下所示：

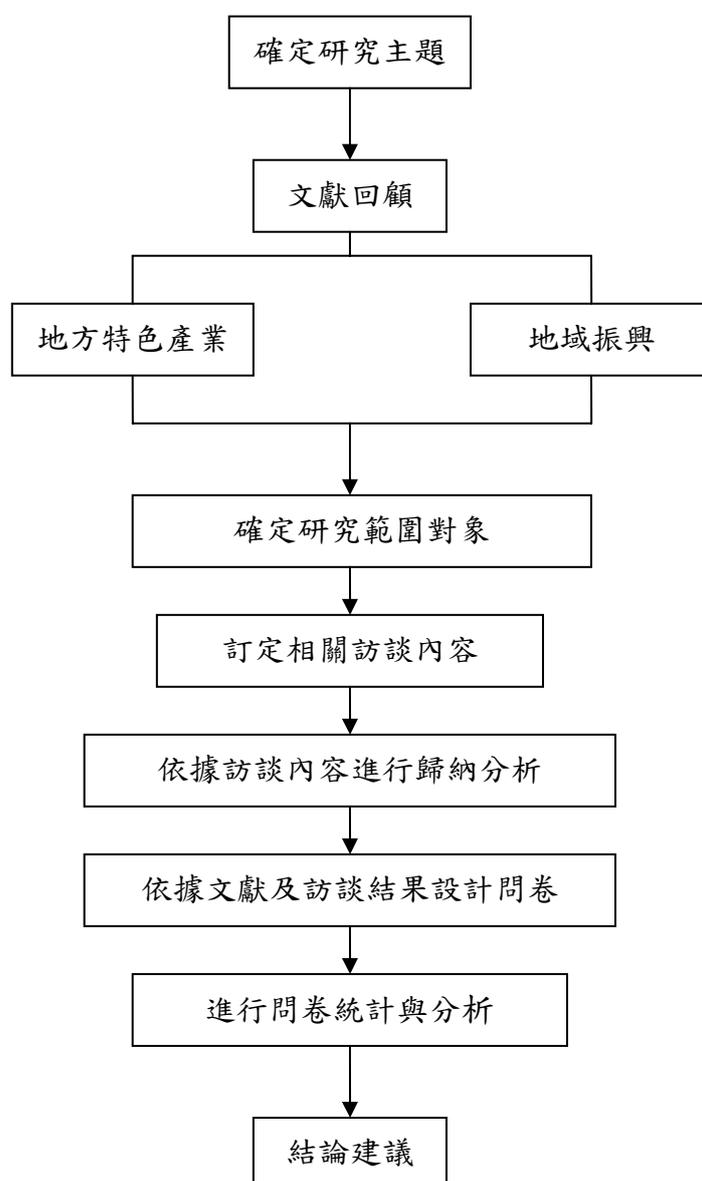


圖 1.1 本研究流程圖

## 第 2 章 文獻探討

本研究探討地方特色產業做為地域振興為主題，探究可能影響地域振興的關鍵因素，故先對地方產業之定義加以介紹，其次探討地方特色產業的意涵、種類，再者，針對地域振興的概念加以介紹，最後透過相關文獻之整理及分析，從中界定本研究重要名詞之操作定義，以作為本研究後續研究之分析。

### 2.1 地方產業

#### 地方產業之定義

一般來說，地方產業常被認為是地方既有的傳統產業，像是農村就以農特產品做為地方產業經濟的發展項目，有些地方則以既有的生活文化或地方景致做為發展基礎，再搭配地方民俗活動（如節慶活動、民俗技藝等）發展出所謂的觀光產業。而對於地方產業的定義相當繁多，以下就相關學者對於地方產業的定義說明如下：

Porter(1985)提到在已確認之地理範圍狀況下，地方產業定義為「產業是一群生產相同或是類似的產品，且產品具高度替代性，並將產品銷售給顧客的業者」。

余朝權（1979）亦指出，產業的定義為「正在從事類似經營活動的一群企業」。另外 William G. Shepherd(1979)認為，產業就是市場，即買方和賣方從事買賣某種產品行為的團體，且產品具有同質性的特性，或可互相替換。

戴肇洋（1999）亦提到地方產業保有地方特性，具傳承歷史文化性或保存工藝產業之特性，大多屬於傳統產業。翁徐得（1995）提到地方產業是地方經濟發展的重要支柱。從地方所孕育來的傳統性工藝品及其產業，可以說是地方的精華，可以做為地方建設發展的核心。

另外依據日本訂定的「地方產業綜合振興對策」，將地方產業界定為：他們群聚在特定範圍內的中小型企業，利用地區內既有的資源或是原物

料，來作為主要發展資源，並以勞力密集的生產方式，產品銷售不僅提供地區內的需求，也提供地方以外消費族群的需求。(轉引自黃星滿，2004)

由以上的文獻綜合分析後，將地方產業定義為在特定範圍內，具有該特定範圍的地方特性之業者，利用該範圍內的勞力或資源，生產著相同或相似的產品，皆可稱之地方產業。

### **2.1.1 地方產業發展對地方經濟之重要性**

地方產業是地方生活、文化與歷史的呈現，且是地方經濟發展的重要支柱(陳泰松，2000)，藉以說明地方產業發展與地方經濟有著密切的關係。洪于佩(2003)亦指出從 O'h Uallachain & Satterthwaite 實證研究中發現，單一地區就業人數與產業發展呈現正向的關係，亦即產業發展的愈好，人力需求就愈高。由上述可知，地方產業的經濟發展可為當地創造經濟利益，但是其最終目的是為了提高地方的生活品質。換言之，地方產業即是地方居民賴以為生的產業，是地方經濟的依靠，也是地方社會的穩定力；在自給自足的鄉村社會，地方產業變成為很重要的經濟發展重心，它不僅從事生產，也提供就業機會，倘若地方產業的員工多為當地居民，那麼地方產業的經營方式將牽動著地方風俗、生活文化，地方產業從一開始就應從地方開始發展起，讓每個地方具有傳統獨特的風俗與生活文化，對於地方特殊文化之發展有相當程度的貢獻。

目前台灣鄉村的經濟發展緩慢、且就業機會不多，因此為有效活化地方經濟的發展，有賴利用地方產業做為地方發展的媒介。Porter(1998)表示政府推動產業政策，對於提升地方經濟競爭力扮演相當重要的角色。而政府相關輔導產業發展的計畫，對於帶動國內產業發展，也就是發展地方性產業，將是解決台灣結構性失業的重要課題(林美萱，2001)。因此，政府應積極推動地方產業，以促進地方產業發展，提高地方經濟的競爭力。

換言之，地方產業發展透過相關的變動，促使就業的機會增加、所得提高的效果，由此可知，地方產業的盛衰與地方經濟的穩定、地方生活文化發展有很大的關係，故地方產業對地區整體發展占著一個重要的角色。

### 2.1.2 地方產業發展模式

目前台灣地方產業的發展模式，大多都以微小型規模方式呈現（黃世輝，2006），且地方產業通常發展了一段不短的時間，它肩負著地方最基層的經濟發展，作為提供地方經濟發展之動力來源。發展各自的地方產業，利用地方歷史、文化等獨特元素加以包裝（蔡渭水，2005），讓地方特色藉由地方產業具體呈現，形成具有獨特性、唯一性的地方特色產業，活化地方以獲得更高的經濟價值。

黃世輝（2003）提到將產品與地方意象相互做結合，提昇產業的高附加價值，舉例來說，日本沖繩縣的地方產業以「泡盛」為名的燒酒為代表，在日本當地受到相當的歡迎。而沖繩縣的地方產業會那麼快速發展，是因行銷手段強調飲食文化對於沖繩縣居民長壽的重要性，透過大眾對沖繩這個長壽縣的地方印象，積極展開合適的食品銷售策略，以當地生產的農產品作為原料，製成食品銷售到外縣市，成功打開地方產業的生存空間。

地方產業在競爭環境中，發展地方特色將是地方產業未來競爭最佳的利器，並找出地方特色保存產品的價值才更具吸引力。換句話說，發展地方特色產業的策略，在某種程度上，應強化地方的特色來突破發展自我困境，發展出不同於其他地方特色的競爭優勢。因此王本壯（2000）提到地方特色產業應找出自我的定位，並與現代生活做結合，讓地方產業能經由不斷的創新開發符合市場需求的產品，以提升自我競爭能力。

此外地方產業要發展的好，王本壯（2000）提到利用異業合作的方式，整合當地相關生活產業，形成一個健全的地方環境發展地方產業。有了一個完備的地方產業發展環境後，便可吸引遊客進入當地觀光的意願。因此黃世輝（2006）提到地方產業可以經由創意的轉化，所呈現的是一種互動式(interactive)的模式，提供遊客一個深度的生態文化體驗（呂芳堯，2000），創造一個無法複製的體驗過程，吸引遊客前來親身體驗特有的地方生活。換句話說，對地方特色產業或具替代性的產品來說，地方體驗活動著重在服務與地方特有的氣氛做連結（黃富娟，2006），營造一個不易被取代的體驗過程給遊客，藉由這樣的方式呈現差異性，讓地方特色不會因環境時

空的轉變，避免因仿製而喪失競爭的優勢。

換言之，地方特色產業要融入地方形象，可利用觀光活動舉辦的方式，營造專屬地方體驗環境與活動，建立體驗型的地方產業發展模式，強化地方本身特色的競爭優勢，使體驗的活動不易被複製及模仿，讓遊客留下難得的回憶，增加遊客舊地重遊前來觀光的意願。因此地方產業傳承地方獨特特色，故陳華昇（2001）指出台灣的地方特色產業，與觀光脫離不了關係，而所謂的地方產業特色產品將是依附在觀光之下，促使地方性的特色產業結合觀光，形成地方觀光產業的一環。

因此，營造出不同地方體驗生活型態，讓遊客選擇適合自己的體驗活動，王本壯（2000）指出就算提供相似的產品或服務，也會因地方產品不同的產品風格，還是可以讓遊客感受到不同地方獨特的特色。透過地方特色產業的發展，建構一個宜居宜訪的生活環境，提供遊客一個難以取代的體驗過程，丸岡隆之（1997）則指出營造不可取代的地方產業，將是未來發展地方特色產業關鍵成功因素。換句話說，地方產業不僅是產業本身，更是地方文化的代表，是地方獨特生活文化的表徵，因此必然要營造出有別於其他地方的特色才有競爭力。

## 2.2 地方特色產業發展現況

民國七十八年起中小企業處即開始推動「地方特色產業輔導工作」，輔導方式以一個區域、一個鄉鎮的範圍進行輔導工作。藉地方產業的輔導措施，整合地方產業上、中、下游相關產業，將不同產業間進行串聯，期望達到繁榮地方及活絡在地經濟的目標（經濟部中小企業處，2005）。

國內各地特色產業不斷興起，地方特色產業朝向多元化發展，楊宗孝（2002）提到像是竹山竹器產業，它不僅是當地竹山鎮的歷史性產業，更是融入居民生活的消費性質之民生產業。中小企業處開始輔導至今，輔導了許多案例如：鶯歌陶瓷、三義木雕、南投陶藝、中寮植物染、竹山竹藝、屏東老莊腳社區椰子產業等等。而目前輔導地方產業的工作，許多部門也相繼進行地方特色產業輔導工作，王素彎（2005）指出輔導工作依各自職

責進行輔導，如：中小企業處以工藝類的地方特色產業進行輔導；文建會著重在文化層面的地方產業進行輔導；客委會著重在客家地方之地方產業進行輔導；農委會則集中於輔導具有地區特色農業、農特產品進行輔導；原委會則協助輔導地方原住民產業進行輔導；商業司則是以活化商圈為輔導目標等等。總而言之，各部門共同的目標都是希望能藉由地方特色產業，來強化地方的生命力，發掘地方產業的特色，加強產品的競爭力。

中小企業處輔導成果截至 2000 年為止，白米社區木屐產業已創造每年 250 萬元的產業及觀光收入，2001 年倍數成長為 736 萬元，2003 年更成長為 1 千 2 百萬（地方特色輔導說明，2005）。此外發展地方特色產業對地方就業人數的成效，如北投溫泉產業的就業人數，自 2002 年至 2004 年，由 450 人增加為 560 人，營業額由 3 億 1,300 萬元增加至 6 億元。台中縣大甲芋頭地方特色產業，營業額自 2002 年的 550 萬元增加至 2004 年的 3,680 萬元；桃園縣觀音鄉蓮花休閒產業營業額從 1,000 萬元增加 2,470 萬元（經濟部，2005）。由此可知，地方產業雇用當地居民的比率提高，使當地的稅收跟著增加，對地方財政收入有一定的貢獻。中小企業處目前推動輔導的地方特色產業，大多能達到小區域的經濟或就業的成長。

政府推廣的一鄉一特產(One Village, One Product, OVOP)時，黃富娟（2006）提到地方特色產業發展成為群聚(Cluster)模式，地方產業的群聚效果，王素鸞等（2002）指出通常是指在同一地區中具備良好的生產優勢，可以利用區位優勢來降低交易的成本，使產業發展訊息快速的傳遞，因群聚效果可以來提昇地方產業對外整體的競爭力。故群聚模式對資源缺乏的地方微小型產業來說，提供一個資源共享的機會，也提供了商品或服務的集中化的經營方式，不僅讓遊客對地方特色有明確的識別外，也可提高遊客進入消費及觀光的意願（黃富娟，2006）。要大幅提升觀光客進入當地消費的意願，可以藉由相關單位的產品認證制度提升產品的價值，進而增加消費者對產品的信賴度，但蘇錦夥（2005）亦提到目前相關產品驗證不足，造成無法提高消費者對產品充分之信賴，這方面是亟需去強化的部份。

發展地方特色產業是地方產業本身的事務外，台灣社區通（2006b）提到也應鼓勵地方政府規劃地方特色產業的發展工作，比方說鼓勵地方政

府擬定地方特色產業中長程推動計畫、配合地方產業輔導執行工作推動或是培育地方特色產業經營之人才等等工作。王素彎（2006）亦指出透過地方政府對地方產業進行產業調查，從中發掘具潛力或代表性的地方產業來發展，分析其特色產品各自的優勢與劣勢，作為未來輔導單位與推廣的依據。根據地方產業所調查出的結果，依照產品的品質加以分級，進行不同層級的輔導規劃。在每一階段輔導過後，持續追蹤及評估執行下一階段輔導工作的時程，以建立標竿型的地方特色產業，做為其它地方產業的模範。

本研究對象為經濟部中小企業處，其近年來其輔導策略著重在工藝品方面的特色產業，目的期望能與文建會的產業輔導做出明顯的區隔，朝專屬中小企業處特色產業之輔導目標邁進。目前中小企業處輔導方式，採取輔導團隊各自提案的方式，召開評審委員會審查當年度的輔導團隊及所提的輔導地點，主要以產業營業額與就業人口做為輔導成果的準則。本研究認為要發展地方特色產業，應當有長期性的輔導規劃，由各部會依其不同功能進行輔導計畫的整合，界定清楚中央與地方政府在產業輔導工作的定位，強化地方民眾與組織的參與程度，讓地方居民自動自發參與地方事務，共同擬定發展藍圖，充分發展地方特色產業達到地域振興的理想目標。

## 2.3 地方特色產業之類型與個案介紹

地方產業是地方居民賴以為生的產業，是地方經濟的依靠，藉由創造該地產業的附加價值，將地方原有的資源加以整合，創造屬於該地方之核心特色。經濟部中小企業處過去曾輔導的地方特色產業案例中，依其屬性約略可分為：傳統產業傳承與振興、傳統產業轉型再出發、創造新興地方特色產業、社區總體營造結合地方特色產業、原住民族工藝產業發展等五大類別。而地方特色產業的分類方式眾多，其內在意涵仍是相近的，中小企業處在執行地方特色產業工作，主要選擇是以具有歷史性或獨特性、對地方經濟有貢獻之小規模企業群或產業、消費性且可展現出鄉、鎮、區的地方特色之產業，做為輔導分類依據（楊宗孝，2002）。列舉說明如表 2.1：

表 2.1 地區特色產業類別

類型	輔導個案
具有歷史性或獨特性之產業	台北縣鶯歌陶瓷、苗栗縣三義木雕、彰化縣鹿港宗教文物雕刻、新竹市玻璃工藝。
對地方經濟有貢獻之小規模企業群或產業	新竹縣尖石鄉雪霸泰雅經濟發展、屏東縣三地門原住民手工藝、花蓮縣豐田社區產業。
屬消費性且可發展為鄉、鎮、區特色之產業	宜蘭縣白米社區木屐、南投縣竹山竹器、台南縣白河蓮花產業。

資料來源：楊宗孝（2002）。

經濟部 2005 年出版之中小企業白皮書中，將地方特色產業依其特色的，大約區分為自然景觀、農特產品、工藝品及節慶活動等分類，陳泰松（2000）指出其中農業與工藝，更是地方產業發展的重點，手工藝品則是地方居民為生活與工作的需要而創造發展、傳承而來的，它代表地方生活文化的特質，也代表文明的演進。分述如下表 2.2：

表 2.2 地方特色產業分類

分類	意涵	例子
自然景觀	台灣的地表因特殊地貌，變的豐富且多變性，它所發展出的地方產業，並成為地方擁有的特色。	泛舟、溯溪、溫泉、冷泉，如北投溫泉產業、烏來溫泉產業等。
農產品及其加工品	台灣早期以農業為主，利用當地氣候與地形的優勢，發展出的特色農產品，及農畜產品加工形成的特色產業。	如大甲芋頭產業、白河蓮花產業、屏東椰子產業、新竹貢丸產業及金門貢糖產業等。
工藝產品	利用當地物料及當地特殊地理條件下，發展出的獨特工藝產業。產品融入地方獨特的文化內涵，使產品具有獨特性，是文化與工藝的結合體。	如鶯歌陶瓷產業、三義木雕產業、白米木屐產業、美濃紙傘產業、埔里紙業及竹山竹器產業等。
節慶活動	利用地方文化和活動作為基礎，將地方文化提昇成產業的開發。藉由文化活動與產品銷售，做為振興地方的經濟活動，保存地方特有的文化資產。	如大甲媽祖進香遶境活動，宗教文化帶動成為振興當地文化藝術、經濟發展的基礎。

資料來源：王素彎等人（2005），經濟部（2005）。

地方特色產業類型相當多樣化，主要是以地方的特色、地方的條件及地方所擁有的資源來發展地方產業。各類型的特色產業因有不同的發展背

景，所以擁有各自不同的發展方式，依不同類型產業分別擬定不同的發展策略，善用其各地方獨特的地方環境，找出地方的特色出來，利用地方特色強化地方產業的競爭力。

綜合以上文獻後，基本上，所謂地方特色產業為集中在同一區位，要結合當地自然資源，利用當地的原材料及勞動力為主，屬於傳統產業或勞力密集產業；或是具有悠久的文化傳統或歷史典故的產業，具有獨特特色的地方產業。

以下就中小企業處在民國 91 年至 94 年間，所輔導地方特色產業之工藝產業，進行個案介紹分述如下表 2.3：

表 2.3 地方特色產業個案介紹

地點	圖示介紹	文字介紹
中寮鄉植物染布		<p>南投中寮鄉在 921 地震之後，為了增加地方婦女的就業機會，因此在輔導專家的協助之下，發展出了利用當地原料作為素材的植物染布產業。而環保植物染布的構想，深受地方媽媽的喜愛，紛紛競相投入學習的行列，除了藉此傳承天然植物染布的傳統手藝之外，也可作為創業基礎，讓中寮鄉植物染布能慢慢逐步發展，因此純植物染布的工藝，將成為中寮振興地方經濟發展的主軸。</p>
屏東三地門琉璃珠		<p>原住民文化讓三地門充滿特殊風情，利用具有特色的工藝產業及傳統風味美食，再再造就了三地門呈現出原住民文化的最佳環境。三地門主要發展重點，是將三地門建構成令人流連忘返的藝術村落。三地門部落自從日據時期便已是國內外馳名的風景區，遊客常常絡繹不絕，因此慢慢促使三地門活絡了起來。三地門主要的工藝文化，包括排灣族珍貴的琉璃珠、黑陶壺、青銅刀、木石雕、古器物等，皆能以呈現出原住民最為原始的工藝文化特色。</p>

鹿港傳統手工藝		<p>鹿港是許多傳統產業聚集發展的地方，當地傳統手工藝產業包含具有技巧純熟的特色，其中包了木雕、錫雕、香包、陶藝、土黏香、製扇等的傳統工藝，使得鹿港呈現出具有濃厚工藝文化的氣息。充滿豐富歷史、文化背景的鹿港，讓遊客在具有工藝、文化特色的環境中，慢慢體驗精緻工藝背後蘊含的工藝創作精神，也能認識台灣傳統工藝發展的獨特性。</p>
屏東老莊腳椰子殼工藝		<p>椰子樹在南部地方種植面積相當廣，往往在喝了椰子水之後，外殼便整顆丟棄，完全毫無利用價值，因此堆積如山的椰子殼，也經常造成嚴重環境污染。而一顆椰子經由老莊腳社區的創意下，將椰殼發展成為各類具商品價值的新產品及文化特色。這幾年經由相關單位的產業輔導，協助其創業及增加地方的就業機會，創建了椰子殼綠色的產業。</p>
花蓮石藝		<p>花蓮擁有台灣百分之九十的石材資源，是台灣石材最大集散地，所以發展石藝是花蓮發展上首要的選擇。多年前落成的「石藝大街」，對花蓮石雕藝術工作者而言，提供了一個絕佳的產品展示舞台，它不僅將花蓮地區石藝工藝家聚集到同一區塊，吸引遊客前來採買石藝產品，讓花蓮石藝文化能夠持續發展下去。</p>
苗栗陶藝		<p>傳統窯業的發展在苗栗有著悠久的歷史，除了境內山多林相豐富，更擁有優良的陶土原礦及盛產天然氣，早期成為帶動地方經濟的重要產業。它造就許多人的希望，也溫飽過無數的家庭，更博得「陶窯故鄉」之美譽。當地居民多以客家人為主，客家文化在發展傳統陶業風格上呈現出不小的影響力。充分表現出客家居民特有的實用且不求奢華的生活型態，再再呈現於獨具特色的窯業文化上。</p>

資料來源：整理自在地網 (2006a)、在地網 (2006b)、在地網 (2006c)、在地網 (2006d)、行政院勞工委員會 (2006)、財團法人國家文化藝術基金會 (2006)。

## 2.4 發展地方特色產業之困境

經濟部中小企業處自民國七十八年開始，從事輔導地方特色產業工作，經由輔導成果中可得知輔導許多成功個案，但在輔導的過程中，也面臨了產業發展上的問題，本研究將地方特色產業之相關問題在下面探討：

### （一）缺乏專業人才的培育

目前傳統地方產業的工藝師逐漸凋零、且在後繼無人的時刻，在發展地方特色產業方面，黃世輝（2004）指出最缺乏就是專業人才不足。由於設計專業人才產生嚴重不足，將造成未重視人才培育的情況，因此翁徐得（2006）便提出建立一套培育機制，去發掘對地方具有理想的在地年輕人並培育之，使地方產業在永續經營上，不致產生斷層結果。

### （二）地方特色趨於模糊化

發展各地的地方特色產業，以當地的特色做為發展重點，但卻發生地方特色漸趨相似的情況出現，導致地方特色產業的特色不易明顯區隔。如南投以發展陶藝產業為主，而苗栗也發展陶藝產業為主的特色產業，兩者若沒有從彼此間類似產品中，發揮各自獨特的創意與特色，區隔出不同的文化特色，將會導致產品的獨特性不夠明顯。因此要地方的特色產生具不可替代性，讓地方的特色得以充分展現出獨特性將是很重要（王素鸞、吳惠林和鄭凱方，2002；王素鸞，2006）。

### （三）欠缺經營管理與缺乏產品創新能力

王素鸞（2006）指出地方產業業者欠缺經營管理的技術，加上翁徐得（2006）亦指出業者普遍缺乏創意、創新的能力，且不重視現代的產品設計理念與設計方法的運用。這些將成為發展地方特色產業上的阻礙，若要振興地方產業的發展，善加利用經營管理並結合地方特色（洪富峰，2003），用來提升地方特色產業的競爭優勢。

#### (四) 地方居民對地方事務參與不足

現今農工商服務業日漸發達之下，人際關係產生了些許的冷漠與疏離感，洪富峰（2003）提到人們便對生活週遭的事務缺乏參與的熱情，因此林振春（2000）亦指出也使得地方居民對於地方缺乏了認同感。所以由此可知，目前地方居民對地方事務普遍參與不足，這對地方產業的發展將成為發展上的阻礙，故地方發展有賴具備熱心和能力的參與者，才能有利於共同發展地方相關事務。

#### (五) 民眾缺乏生活美學的教育

目前台灣社會生活美學品質，還未能達到理想的水準，欠缺良好的生活美學文化（翁徐得，2006），因而導致缺乏高品質的生活產業。這與居民從小的生活文化教育影響深遠，當我們的生活環境不夠理想的時候，相對也就無法吸引更多遊客前來地方觀光。因此藉由傳統工藝節慶的舉辦，讓更多人了解工藝之美，因此丸岡隆之（1997）指出改善民眾使用工藝品的態度，將對地方產業的發展上有正面的幫助。

#### (六) 同業間缺乏發展共識

目前輔導上採取集體輔導的方式，蔡渭水（2005）指出由於輔導的各數眾多意見不易整合，常常會發生共識不一致的現象。因此在發展地方特色產業上，地方產業業者擁有高度發展共識，是產業發展上相當重要的因素。

以上文獻可知，地方特色產業發展上遇到的問題眾多，包含產業本身創新、創意能力不足、設計人才培育未受重視、地方特色產業專屬特色不易凸顯，導致地方特色趨於模糊，缺乏經營管理技術、經營者的管理技術，及社區民眾普遍參與不足，需強化居民的生活文化美學態度，並培養民眾使用工藝品的態度與方法等等。以上皆為發展地方特色產業所面臨到的問題，有賴發展地方特色產業時慢慢克服，才能使地方產業對於地方發展達到最大的效果。

## 2.5 地域振興之意涵

一般重振地方經濟稱為地域振興，從地方產業或由自然資源的振興來著手，是較能與地方發展做結合的方式（曾旭正，1997）。利用地方原有的工藝、農產或自然資源為基礎，重新號召村民投入地方的產業，突顯地方的文化活動，使地方的文化生活更加豐富，創造地方具有吸引外人進入觀光或居住的條件。

所謂地域即歷史，表示任何地域都有自己的歷史與文化，擁有祖先創建的生活文化，它就像人格一般不可侵犯，透過各地域固有的歷史與文化，來形成各自的地域個性（洪文珍，1995）。地方所發展的傳統產業，是地方發展上之縮影，因此地方傳統產業可視為地方發展的重心。它呈現出地方生活文化的特性，代表地方文化的演進，像是一個很寫實的地方歷史故事。確認出每個地方無可替代的歷史、生活文化，指出以地方的居民為發展主體實現地方活化的發展工作，來作為地方發展的重要基礎（黃淑芬、宮崎清，1999b）。

發展地方產業結合地方特色資源，洪富峰（2003）提出應開發專屬地方的核心價值，以強化地方原有獨特性的文化，利用有效的管理方式，形成發展地方產業共同的準則，來作為振興地方的經濟。發展地方特色產業可以結合地方文化，帶動區域的整體發展，讓產業文化化、文化產業化，從小地方慢慢開始做起，從小範圍逐漸擴展到大範圍，由點而線而面，達成地方整體發展的目標。因此地方發展應是由居民自己來做規劃，讓有心參與的居民共同來參與規劃，共同擬出地方的未來。故黃世輝（2005）提到，地域振興比較有整合的意涵，社區營造則較著重地方個別的發展。當小地方發展慢慢有成效時的時候，再來進行所謂的跨區域整合合作，於是進入到地域振興的地區性整合的階段。

地方發展以居住在地方居民為主要對象，讓地方的人共同來思考，用地方居民的雙手促使地方生活變的美好，藉由地方居民不斷的努力，使地方發展得以實現出來。洪文珍（1995）便提到地方發展是應為了自己而努力，但絕不是為了外地人而做的，由此可知，所有地方發展的規劃都應以

地方居民為依歸，其所呈現的成果才能逐漸達成地域振興的目標。而翁徐得（1995）提到地域振興應透過地方意識的覺醒，來喚醒地方居民自發的來參與地方事務，主動關心和關懷地方所有大大小小事情，讓地方居民和地方成為生命的共同體。因此地方居民以身為地方一份子的心態，讓地方產業結合地方文化使其更具特色。然而藉由地方居民共同來發掘地方流傳下來的歷史、生活文化，讓地方歷史、生活文化得以明確的發掘更加發揚光大，因此地方居民共同規劃地方發展藍圖，是讓地方文化與地方產業能更加密切結合。這種由內而外呈現出的地方振興作法，才能真正達成地方整體發展效果（黃淑芬、宮崎清，1999a）。

讓地方產業能具有地方特色的特質，翁徐得（1995）提到可運用社區總體營造的觀念來操作，由地方居民發掘地方文化的重要性，由地方居民重新再發掘、再認識地方文化，讓地方產業重新振興、再發展，使地方居民自主的參與，重新認識自己的地方生活文化，發掘地方上值得具有特色的文化或資源（引自廖嘉展，1992）。換句話說，地域振興著重以在地居民為發展主體，強調民眾主動參與的觀念，利用在地民眾的共同參與方式，使地方特色產業找出自己發展的定位（林瑞木、陳碧琳，2003；王本壯，2000），才能更有發展重心也更具競爭力。除了由地方居民共同思考外，因此地方政府也應與業者共同思考地方未來的發展，整合地方意見共同尋找地方的核心產業，落實地方產業振興。

利用地方文化為地方發展帶來新的活力，發展地方產業吸引外地人前來地方觀光，不僅可以帶動觀光產業，也能間接影響其他產業共同的發展。黃淑芬、宮崎清（1999a）指出吸引遊客的進入當地觀光，可以促進地方就業機會增加，連帶居民的所得也相對增加。換句話說，地方文化與產業結合進而帶動觀光，可以促進地方經濟發展，提升居民的生活水準，讓當地居民樂於居住在這個地方，使這裡成為發展地方產業與居民居住的良好環境。倘若為了發展地方經濟而引進大企業到地方發展，或許可以增加地方的就業機會，增加居民的所得收入，對地方經濟發展上有正面幫助。但丸岡隆之（1997）卻指出單單吸引企業至地方發展，雖然能促進地方的經濟提升，若居民的生活品質未跟著提升，那將無法真正達到以地方產業促進地域振興的目的。由此可知，地域振興若只有地方經濟方面的改善，

而忽視生活實質面的改善，對地方來說將不能視為達到真正的地域振興。

地域振興是藉由地方的歷史、文化，所建構出來獨特的地方特色，以永續經營的觀念來發展，讓地方居民共同參與擬定發展藍圖，藉由地方環境的改善吸引遊客進入，創造出一連串地方體驗的活動，使地方可以活化起來。因此地域振興著重地方人來思考地方事，只要是跟地方相關的一切人、事、物，都希望由地方人自動自發來參與規劃，不論從事地方的規劃或是地方的建設，都希望能將地方人的意見融入，將地方規劃成為宜居宜訪的環境，讓地方的產業能夠賺到錢，地方的居民也能生活的更好。因此本研究藉由學者神戶憲治（1998）所強調地域振興和地方之關連性：產業活性化之地域振興，需要觀光、文化、產業這三要素取得良好的連結，才是地方振興上很重要的關鍵。

## 2.6 國外地域振興之概念

### 2.6.1 日本地域振興之概念

日本為改善日趨惡劣的現象，於是各地推動了故鄉運動、造町運動等活動，由民眾深層的思考地方未來生活與環境的期望，對地方的資源先加以調查分析後，作為地方發展規劃的根基，再來引導地方居民全心投入地方的發展，利用獲得取的地方珍貴資料，以地方居民為主人翁，以地方的發展整體構思作為發展藍圖，建設一個適合當地人居住，也是外地人喜歡前來當地觀光造訪的好地方（翁徐得，1995）。

另黃世輝（2003）提到日本三島町以自我肯定為出發，所構思出的地方活化方式，便是鼓勵各個町內聚落各自想出地方發展的方法，使得每個部落所提出的方法也不盡相同。然而活動執行完全由聚落自行來執行，運用社區營造自發性的精神，以恢復地方文化為發展主軸，鼓勵各聚落將地方文化延續及保存下來。保存地方文化可延續地方團隊互助合作精神，讓地方傳統文化得以傳承下來。要保存地方的文化，學者丸岡隆之（1997）提到可以藉由設立傳統產業的博物館，用來展示陳列地方傳統工藝品的資料，提供相關的地方文化訊息，提升遊客進入當地觀光消費的意願。

黃淑芬、宮崎清（1999b）指出提倡內發性地域發展的學者前田正名，前田認為日本工藝師未堅持本身傳統工藝品的優勢，一味的模仿外國產品生產的方式，使得生產的產品毫無自我特色與創意，大大了降低產品的品質。前田亦提到日本傳統工藝品的造型，原本就具有獨特的風味，工藝師只要運用本身純熟的工藝技術，便可以製造出優良的工藝產品。因此強調應當重新認識自己本身形成的工藝文化，以恢復日本自我工藝的特性，來尋找原本產業的發展，讓日本在發展工藝上能更加順利。而前田所指出的內發性地域發展基本理念，是以地方特色作為發展根基，提升地方居民生活品質，認為這才是工藝產業發展主要目標。另外黃淑芬、宮崎清（1999a）指出日本在發展地方特色產業時，仍持續不斷將工藝品自然而然融入日常生活之中，使得工藝產品能夠以生活工藝的方式來呈現。

## 2.6.2 德國地域振興之概念

德國地域振興方式是利用示範區競賽方式來進行，由地區域內的參賽者共同擬定目前區域內面臨的問題，針對相關問題提出因應的計畫，在計畫中說明地方未來發展的目標及構想。參與者可提出在區域內共同合作的地方組織或團體，明白提出合作協調的聯繫過程，和合作夥伴的專業能力作為參考的資訊。但參賽者經常各自整合示範區的範圍大小，大的範圍可能橫跨兩個甚至多各縣市；而小範圍可能僅僅涵蓋單一個小市鎮。所以德國在推動地方發展上，採用競爭型式的分配方式，將提供的資源集中於少數的示範區，藉由這些示範區的成功，來影響其他地方發展來作為觀摩或學習之用（王俊豪，2003）。為了避免資源分配的不均，應採用分層分級的方式，來做為申請地方發展的競賽方式。

德國的地域振興的作法，是利用大家共同來參與地方的建設，藉由地方的建設來凝聚地方居民對地方的認同感。由地方居民掌握地方發展的決策權，利用共同參與建設，來喚醒地方居民對地方建設的認同，曾梓峰（2002）亦指出，德國盡可能每一個地方建設由地方居民實際參與，讓地方建設成為地方居民共同創作的成果。不只地方建設的營造，後續的地方

建設的經營管理也替地方帶來不少的就業機會，讓民眾對於這塊土地有了情感，更加的密不可分。因為地域振興是一個比社區總體營造有著更寬廣的概念，故王俊豪（2004）提到德國以區域振興為發展主軸，將區域內的環境、產業和經濟來達成永續發展的目標，將地方營造可以讓遊客進入地方，體驗當地生活體驗的良好環境，將地方建設成為當地居民喜歡居住在這裡，而外面遊客也喜歡進來當地觀光的好地方。發展地方特色產業讓產業可以賺到錢，也讓地方居民生活過的更好，達成地域振興的最終目標。

### 2.6.3 小結

綜合日本與德國的地域振興概念，本研究所提地域振興概念為：強調自動自發的地方振興方式，簡單說就是由地方民眾、地方民間組織、地方政府和地方業者共同來參與地方發展振興活動，藉由地方人士的再認識再發掘，找出地方的特色出來，利用當地原有的自然資源，共同擬定符合當地需求的發展藍圖，明確找出地方獨特特色的發展方向，並利用這樣的地方特色資源規劃良好的地方環境。將地方塑造成居民樂於居住、觀光客樂於進入進行地方深度的生活體驗，變成居民生活過的好，而地方產業也因觀光客的進入有更好發展，也有足夠的地方產業人才持續延續地方所累積的珍貴資產的地域振興。

## 第3章 研究方法

以地方特色產業作為地域振興的分析過程中，為客觀且系統化的呈現影響因素，本研究將依據文獻回顧之資料，作為訪談大綱建立之根據，進行深度訪談，徵詢產、官、學、專家等個別意見，訪談徵詢內容包含有：地方特色產業如何作為地域振興的帶動者、是否有帶動上的問題存在、什麼才是所謂的地域振興、如何建構接近地域振興的發展方式、有何及建議的改善之方式（見附錄二）。

再將訪談結果與文獻回顧資料加以整理、歸納，運用重要表現程度法，分析關鍵因素的重要性與滿意程度，針對各關鍵因素落在四大象限中進行策略擬定，作為本研究之研究結果。

### 3.1 深度訪談

#### 3.1.1 深度訪談之目的

深度訪談目的主要是瞭解受訪談者的主觀經驗。藉由訪談者面對面言語的交談，引發對方提出一些資料或表達他對詢問內容的意見與想法。被訪談者必須針對訪談者所提出的問題或主題進行談論(Henderson, 1991)。Bainbridge(1989)認為在深度訪談中，採非結構性的談法較合宜，即訪談中沒有固定的句型指引、表格。採開放式的問句可以依個案不同的情況，調整訪談的技巧，因此訪談的內容必須具相當的彈性，並隨各個受訪者其談話內容而有所不同，探討個案所提及之想法，澄清並追問遺漏的觀點（田聖芳、余玉眉，1992；Phillips, 1971；轉引自范麗娟，1995）。訪談者藉著面對面言語的交換，引導受訪者提出對某項事物的意見與價值想法，針對研究者所提出的問題或主題進行回答（范麗娟，1995）。

任何有關釐清或推演的問題，應被寫下來作為訪談題目，將題目安排於訪談之中且依據訪談需要適時提出（Patton，吳芝儀、李鳳儒譯，1995）。

在質性研究的過程中，朱柔若（2000）提到受研究者個人特質及獨特受訪個案之影響，無法如量化般可以加以複製與驗證，但對於整個研究過

程中環環相扣的網絡，提供足夠的情節脈絡，讓讀者有種身歷其境的感覺。

質化研究適用的情況為：當研究者必須涉及一個陌生的社會系統，需處在一個不具正式權威的研究情境，須深度了解研究對象的主觀理念與實際參與情形；缺乏理論與先前研究，需探討、描述現象及發展理論；或是樣本小；或是研究現象的本質可能不適用於量化研究等情況下，均可採用質化研究（詹秀員，2002）。

### 3.1.2 深度訪談之優點

Bainbridge(1989)指出深度訪談具有以下之優點：

標準的深度訪談是在受訪者家中進行，可從面談的過程中獲得更多、更豐富、更具價值的資料，讓受訪者因處於熟悉的環境中，可以較深入地回答問題。

在深度訪談中常採用開放式問卷，藉此問得更多資訊也可問得徹底。深度訪談法目的主要是瞭解受訪者主觀經驗，藉由面對面語言的交換，引發對方提供一些資料或表達他對某事項的意見或想法(范麗娟，1995)。

使用深度訪談的研究者，通常只專注研究一個主題，較能針對問題能全方位且更深入的瞭解。

其特色在於有目的的談話、雙向交流的過程、平等的互動關係、彈性的原則、積極的傾聽（胡幼慧，2003）。

質化的研究可補足量化研究的缺點，雖然量化研究有許多優點，如提供簡化的歸納分析，來凸顯問題以及增加說服力等，但量化研究的不足在於無法測量受試者的思維過程，或是較為敏感或細膩得心理變化，這些則是質化研究的優點。在質的研究中，研究者就是工具(the researcher is the instrument)，質性研究的好壞，取決於研究者的技巧與能力，及其工作嚴謹的程度（簡春安、鄒平儀，1998）。

### 3.1.3 深度訪談對象

在深度訪談中，范麗娟（1995）便提出樣本是否具有代表性不是必要的考量。Bainbridge(1989)指出深度開放式的訪談儘管訪談對象不多，但由於訪問的廣度與深度，足以提供各式各樣可能的回答，使研究者更能掌握受訪對象對此一觀念的複雜反應。有學者亦指出，深度訪談的功用是在收集所有可能的反應，從中發展出整合性的假設，來作為以後研究的基礎。

Henderson(1991)認為在深度訪談中，訪談者最主要的功能便是解開和分析受訪者內心的觀感。應避免受訪者受到訪談者的價值和期望的影響，訪談者盡量避免給予受訪者任何價值判斷的評語。范麗娟（1995）便指出訪談者是否具豐富的想像力、敏銳的觀察力，和高度的親和力，將是整個研究能否成功的關鍵。

在訪談過程中，記錄本身是一門大學問。根據 Bainbridge(1989)提出的經驗，最好的方式便是獲得受訪者的應允，全程使用錄音筆將問答過程錄音，經整理後撰寫成逐字稿，以作為研究過程中的資料來源。

### 3.1.4 訪談資料之處理

深度訪談所蒐集到的資料皆屬於質化資料，質化資料不似量化資料般容易呈現，其最常使用的分析方法是「內容分析法」。內容分析法是將資料片段化，將其區分成有意義的單元(Tesch, 1990)。

Tesch 認為，質化資料有十大處理原則：

- (1)在質化研究中，分析並非是研究過程的最後階段，而是隨著資料的收集過程而不斷在進展的工作。
- (2)分析的過程是有系統而且易理解的，但是絕非固定的形式。
- (3)在資料收集歷程中摘要筆記將有助於資料的分析。
- (4)將資料片段化，區分成相關且有意義的單元。
- (5)資料分類的體系是根據資料的特性所建立的。

- (6)比較是分析過程中最主要的方法。
- (7)資料分類的方式是暫時性。雖然，是發生在資料收集的開始階段，但可隨時更改。
- (8)在分析過程中，對資料的操作沒有成規可墨守，但也沒有絕對「正確」的方式。
- (9)分析的程序並非科學性或機械性，質性資料的分析主要是智力的技能，沒有絕對的規則可循。但也非無限制地創造，需要高度的方法論及專業的知識。
- (10)質化資料分析的結果應該是某種較高度的整合，儘管在分析過程中不斷分類將其單元化，但最終之目的在於提供整合性的面貌。

以上十個原則雖然未完全涵蓋質化研究的所有特質，但可以提供質化研究分析的總結歸納，倘若能把握此十大原則，同時避免邏輯上及道德上的錯誤，則必定會有好的質化研究成果。

質性研究目的在於發現，所以資料蒐集的過程本身，只是質性研究的一種手段與方法，質性研究的終極活動是分析、詮釋、以及呈現發現結果 (Patton, 吳芝儀、李奉儒譯, 1995)，因此在質的研究方法中，資料分析是從資料蒐集的過程就一直持續進行的，而資料分析也應不斷地從資料裡建立新的概念或將概念再精煉(refine concepts)的過程(Neuman, 1997)，簡單來說，就是將受訪者所提出之看法給予整合歸納，由研究者根據個人對其概念意義發現與創造力，賦予一個適當的概念化名詞或語句，來建立屬於研究者的研究概念。最後再將詮釋後的概念依序呈現，將受訪者實自我陳述的實際部份摘錄要點對照列出，用來佐證研究者進行的實證分析。

### 3.2 重要表現程度分析法

本問卷以地域振興為架構，對地方特色產業的發展加以分析，瞭解目前地方特色產業影響地域振興的重要因素為何、關鍵影響因素重要程度，與關鍵影響因素實際滿意度間的關係。

重要表現程度分析法，約在1970 年末期，廣泛的被運用在辨識商標、產品、服務、觀光、零售業等行業的優勢與劣勢(Chapman, 1993 ; Kozak&Nield, 1998 ; Chu&Choi, 2000)。如詹宗憲(2004)將此概念運用在藝術節慶活動管理診斷之應用上。Hawe, et al. (1982)與Hawes & Rao (1985)也將此分析方法概念運用在退休社區保健的運用上。學者Sethna (1982)亦明確指出IPA 對於辨別服務品質是一個有效的方法。吳忠宏、黃宗成(2001)則認為重要-表現程度分析法，對於觀光休閒產業也極具價值，不僅可以評估使用者對於產品(包含節目活動、服務屬性)，還可評估供給者在這些屬性上的表現程度。其分析方法可分為下列步驟(O'Sullivan, 1991):

- (一)列出休閒活動或服務的各项屬性，並發展成為問卷的問卷形式。
- (二)讓使用者針對這些屬性分別在重要程度與表現程度兩方面評定等級，所謂重要程度是指該屬性對於參與者與活動的影響有多重要;而表現程度是指供給者在該項屬性上表現如何。
- (三)以重要程度為縱軸，以表現程度為橫軸，以各屬性在重要程度與表現程度評定的等級為座標，將各項屬性標示在二維的空間裡。
- (四)以等級中點為分隔點，將空間分成四個象限。

而四個象限之策略意涵如下：I 象限表示，對落在此區的問題，應該「繼續保持(keep up the good work)」；II 象限表示，落在此區的問題，屬「供給過度(possible overkill)」。III 象限表示，落在此區的問題屬「優先順序低(low priority)」。IV 象限表示，落在此區的問題屬「改善的重點(concentrate here)」。(如下圖 3.1)由於使用方便，且可快速提供經營者有用的資訊，因此重要-表現程度分析法已被公認為，量測休閒活動或服務的理想工具。

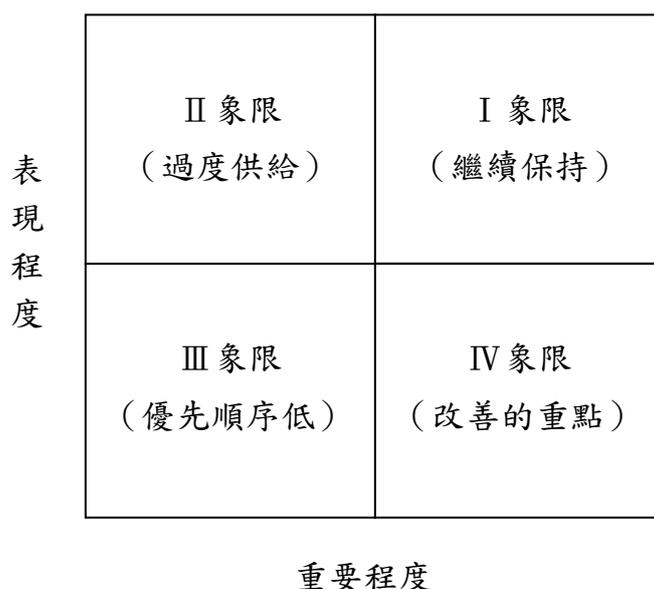


圖 3.1 重要-表現程度分析座標圖

資料來源：黃章展、李素馨、侯錦雄，1999

### 3.3 研究架構

本研究依據文獻回顧，了解地方特色產業之發展現況，從相關文獻得知目前地方特色產業發展上的問題，及在地域振興發展上的困難，針對這些困境擬訂改善的策略，提供政府在輔導地方特色產業時做為規劃時的參考。研究方法上採取「深度訪談」，詢問產、官、學等專家學者，針對目前地方特色產業發展上相關的問題，讓受訪者由不同角度進行問題探討，提出不同經驗與看法。之後，再以訪談獲得之結果，並以文獻回顧為基礎，建構出以地方特色產業作為地域振興之發展，關鍵影響因素的問卷。藉由利用重要程度表現法來分析，了解影響地域振興的關鍵因素，對於地方特色產業重要性，以及實際滿意程度的關係，最後提出「以地方特色產業作為地域振興的策略」作為研究結果。本研究之策略擬定架構，如下圖 3.2。

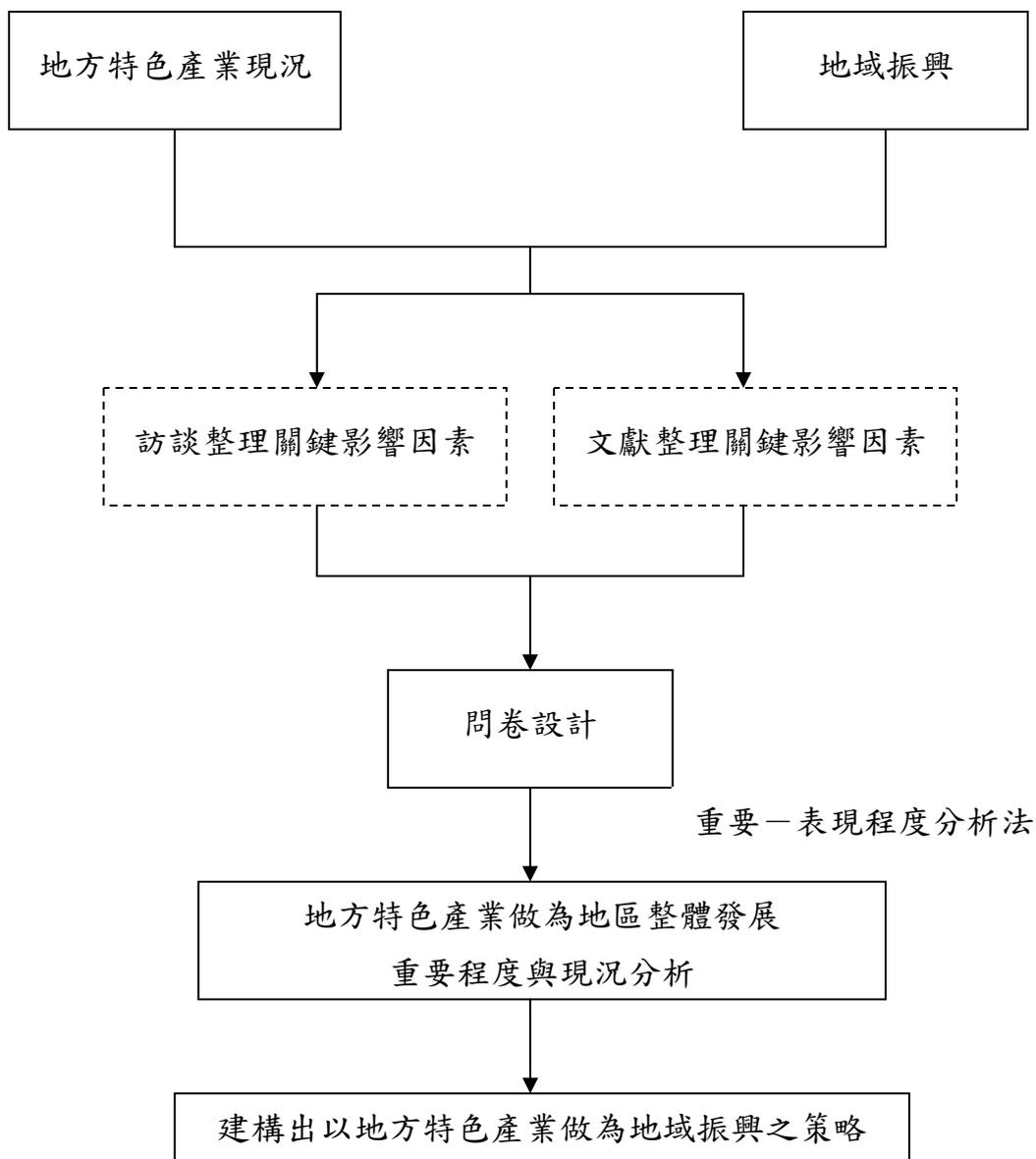


圖 3.2 地方特色產業做為地域振興之策略擬定架構

## 3.4 研究實施

### 3.4.1 深度訪談

為讓研究更加周延、客觀及完整，本研究於問卷發放實行前，針對文獻研究分析的結果，設計「深度訪談大綱」(如附錄二)，綜合地方特色產業作為地域振興之相關議題，詢問產、官、學各方面專家學者，針對政府輔導過的地方特色產業發展現況及發展問題，依其個別不同之經驗與看法，以不同之角度深入瞭解。訪談結果將整理並記錄受訪者回答之內容(見附錄五)，再加以分析、歸納，並與文獻回顧作為問卷設計的基礎。

### 3.4.2 訪談流程

筆者先以電子郵件聯繫受訪者，向受訪者說明本研究之背景與研究目的，確認受訪者願意接受訪談後，再以電話預約訪談時間，並將預先設計之「深度訪談大綱」以電子郵件方式送達，使受訪者事先瞭解受訪內容。

訪談進行期間為九十五年四月二十六日起，至九十五年六月二十八日止。共訪談產、官、學者共十名。本研究以面對面訪談方式進行，並在徵求受訪者同意下進行全程錄音，以利研究者於訪談後進行整理工作，詳細訪談內容之文字記錄，如附錄五。

### 3.4.3 訪談對象

本研究之訪談對象，分為產、官、學及輔導團隊四大群體，以目前在從事特色產業相關產業之業者、曾研究過相關地方產業發展之專家學者，以及政府部門及相關參與輔導的人員為主，選擇具代表性之專家學者作意見諮詢，訪談對象共十名。

### 3.4.4 問卷設計方法

本研究對特色產業業者實施發放問卷，分析影響因素重要程度，及影響因素實際表現程度。問卷內容是歸納國內外相關文獻，及深度訪談得出的關鍵影響因素整理發展而成。問卷分為基本資料、影響因素重要性，及

影響因素實際滿意度三部分。本問卷測量尺度乃依個人特性採類別尺度，影響因素重要度及影響因素實際表現度部分，由非常不重要至非常重要，分別賦予 1 分至 5 分；由非常不滿意至非常滿意，分別賦予 1 分至 5 分。

### 3.4.5 資料分析方法

問卷分析主要是以統計軟體 SPSS V10.0 進行分析，針對業者基本資料、影響因素重要度及影響因素實際表現度等項目，採描述性統計分析方法，並應用重要-表現程度分析法(IPA)，分析地方特色產業作為地域振興影響因素的結果。而本研究採用之研究方法如下：

- 1.敘述統計分析(Descriptive Statistics)：說明回覆問卷的業者之特性及對服務水準的認知作描述。
- 2.信度分析(Reliability Analysis)：衡量服務品質構面的信度係數，瞭解各構面之精確性。
- 3.T 檢定 (T -test)：利用成對樣本 T 檢定來檢定業者對影響因素的期望，與參與計畫後之影響因素的感受，兩者間是否有顯著差異。

### 3.4.6 問卷發放

本研究之研究對象，僅針對中小企業處自民國 91 年至民國 94 年間，曾輔導過的地方特色產業業者作為問卷發放對象，採取郵寄方式及親自發放兩種方式進行，進行一回合之問卷調查，該一回合問卷發放時間，為九十五年六月九日至六月十五日。

### 3.4.7 研究流程

1. 確立研究目標

本研究得知地方特色產業作為地域振興時，面臨發展上之相關問題，建立本研究之目的。

2. 決定發放對象

以經濟部中小企業處，民國 91 至民國 94 年間，已輔導過的特色產業的業者，做為本研究發放問卷之對象。

### 3. 問卷設計

本研究整合「文獻回顧」、「訪談結果之歸納分析」，作為問卷設計之基礎，發展出「以地方特色產業做為地域振興之發展研究」問卷，問卷根據日本學者神戶憲治(1998)所提出影響地域振興三大關鍵因素，作為問卷設計之三大構面：特色產業之產業構面、文化構面、觀光構，找出以地方特色產業做為地域振興之關鍵影響因素，並檢視目前地方特色產業發展上的問題所在，問卷結構詳細說明如表 3.1 所示：

- 一、地方特色產業做為地域振興之產業層面影響因素。
- 二、地方特色產業做為地域振興之文化層面影響因素。
- 三、地方特色產業做為地域振興之觀光層面影響因素。

表 3.1 問卷結構表

主題一：地方特色產業做為地域振興， <b>產業層面</b> 重要與滿意影響因素	
重要程度	滿意程度
1 我認為，現代化產品設計、創新能力是重要的。	1 您本身在產品設計上，具有現代化及創新的能力。
2 我認為，將工藝品融入現代生活，變成生活工藝是重要的。	2 您能將工藝品設計融入現代生活，變成生活工藝。
3 我認為，舉辦產品促銷活動，建立生產銷售據點是重要的。	3 您能藉由舉辦產品促銷活動，建立生產銷售據點，來進行產品推廣。
4 我認為，工藝品加入地方形象，讓它具特色化且區隔化是重要的。	4 您能落實將工藝品加入地方形象，成功營造自家產品特色化及區隔化。
5 我認為，導入經營管理、行銷等專業人才是重要的。	5 貴公司本身已具備經營管理、行銷等專業方面的人才。
6 我認為，地方特色產業與當地民間組織(工會或協會或社造)的配合度是重要的。	6 您在經營發展上，與當地民間組織(工會或協會或社造)的配合度高。
7 我認為，透過傳統工藝品標章制度，保護工藝品的發展價值是重要的。	7 您對於落實傳統工藝品標章制度，來保護工藝品的發展價值的現況感到滿意。

表 3.1 問卷結構表 (續)

主題二：地方特色產業作為地域振興，文化層面重要與滿意影響因素	
重要程度	滿意程度
8 我認為，培育下一代傳統工藝人才，落實工藝文化的傳承是重要的。	8 您目前透過培育傳統工藝人才的方式，來落實工藝文化的傳承。
9 我認為，當地發展出獨有工藝文化是重要的。	9 您對當地已發展出獨有的工藝文化感到滿意。
10 我認為，當地的所有廠商，具有發展共識，共同建立具特色的地方產業是重要的。	10 您對當地特色產業的廠商有發展共識，能共同努力建立具特色的地方產業感到滿意。
11 我認為，讓民眾深度體驗工藝品創作，認識工藝真品的價值，瞭解工藝品的涵養是重要的。	11 您認為現在的民眾能深度體驗工藝品創作，認識工藝真品的價值，瞭解工藝品的涵養。
12 我認為，當地居民對當地特色產業的共識、向心力及認同感是重要的。	12 您認為當地居民對當地特色產業的共識、向心力及認同感，這方面我感到滿意。
13 我認為，當地的工藝家，對彼此獨特的工藝文化需相互尊重是重要的。	13 您認為當地特色產業的工藝家，對彼此獨特的工藝文化，是能相互尊重，這方面我感到滿意。
14 我認為，強化的工藝美學教育的推廣是重要的。	14 您對現階段工藝美學教育的推廣感到滿意。
主題三：地方特色產業做為地域振興，觀光層面重要與滿意影響因素	
重要程度	滿意程度
15 我認為，吸引遊客進入當地觀光，體驗當地特有的生活，了解當地歷史、文化是重要的。	15 我認為目前本地地方特色產業的發展，能吸引遊客進入當地觀光，體驗當地特有的生活，了解當地歷史、文化。
16 我認為，地方特色產業與其它產業，充分配合連結及串聯是重要的。	16 我認為本地地方特色產業，已能與其它相關生活產業，充分配合連結及串聯。
17 我認為，政府對各地地方特色產業，應清楚區隔不同的特色是重要的。	17 目前政府將各地不同地方特色產業的區隔是清楚的。
18 我認為，擁有工藝博物館，展示工藝品及保存當地工藝的歷史文化是重要的。	18 我對本地善用工藝博物館來展示工藝品，及保存當地工藝歷史、文化的現況感到滿意。

表 3.1 問卷結構表 (續)

主題三：地方特色產業做為地域振興，觀光層面重要與滿意影響因素	
重要程度	滿意程度
19 我認為，善用媒體廣宣的力量，推廣地方特色產業，形塑特色產業旅遊形象是重要的。	19 我對本地能善用媒體廣宣的力量，推廣地方特色產業，形塑特色產業旅遊形象的努力，這方面我感到滿意。
20 我認為，鄉鎮公所共同配合發展地方特色產業是重要的。	20 我對本地鄉鎮公所共同配合，發展地方特色產業感到滿意。
21 我認為，利用相關行銷手法(如文宣及導覽手冊等)，來推廣地方特色產業之旅遊形象是重要的。	21 我對目前本地，利用相關行銷手法(如文宣及導覽手冊等)，來推廣地方特色產業之旅遊形象感到滿意。

#### 4.前測分析與統計。

信度分析是指一個指標的可信賴程度，信度意味著由指標所提供的資訊，不會因指標工具或測量設計本身的特性而發生變化(朱柔若，2000)。本研究針對 14 個樣本進行前測填答，依據填答結果進行信度分析，結果如下：

信度分析是在評估整份量表的可靠程度，本研究分別以問卷設計三大構面兩大部分，以 SPSS 進行信度分析，得到結果如表 3.2 所示：

表 3.2 問卷設計各構面之信度係數表

構面	題數	Alpha 值
產業層面重要性	7	0.7381
文化層面重要性	7	0.7497
觀光層面重要性	7	0.7801
產業層面滿意程度	7	0.8752
文化層面滿意程度	7	0.7023
觀光層面滿意程度	7	0.8633
<b>總量表</b>	<b>共 42 題</b>	<b>0.8843</b>

由上表可看出各構面的 Alpha 值皆在 0.7 以上，符合信度之標準。

為了讓受測者容易了解問卷問題，讓問卷更淺顯易懂，因此將小部分問卷作些微語詞修正，修正題目如下表所示：

表 3.3 預試與正式問卷對照表

題項	前測題目	正式問卷
5 修改文句	我認為，導入經營管理、行銷等專業人才才是重要的。	您認為由具有經營管理、推廣商品經驗的專業人才，來銷售商品。
11 修改文句	我認為，讓民眾深度體驗工藝品創作，認識工藝真品的價值，瞭解工藝品的涵養是重要的。	您認為讓民眾親自體驗工藝品的創作活動。
16 修改文句	我認為，地方特色產業與其它產業，充分配合連結及串聯是重要的。	您認為地方特色產業與生活產業(旅館業、小吃業)，充分的合作。
17 修改文句	我認為，政府對各地地方特色產業，應清楚區隔不同的特色是重要的。	您認為當地需要發展出與其他地方不同的地方特色。
11 修改文句	您認為現在的民眾能深度體驗工藝品創作，認識工藝真品的價值，瞭解工藝品的涵養。	您對於民眾參與工藝品創作的體驗活動之參與度，感到滿意。
16 修改文句	我認為本地地方特色產業，已能與其它相關生活產業，充分配合連結及串聯。	您對於當地特色產業，可以和當地相關生活產業(如旅館業、小吃業)充分的合作。
17 修改文句	目前政府將各地不同地方特色產業的區隔是清楚的。	您對當地已經發展出，和其他地方不同的地方特色出來。



## 第 4 章 實證分析

### 4.1 訪談目的

藉由訪談來獲得受訪者不同的觀點、不同角度探討地方特色產業目前發展的現況，及地方特色產業作為地域振興時，所遭遇到的困境，分別進行深入的探討與分析。本節將個別訪談結果加以分析整理，歸納出下列之見解（受訪者之編碼，見表 4.1）：

表 4.1 訪談產官學專家一覽表

領域	代號	受訪者	服務單位	受訪日期
產	A1	林先生	南投**陶瓷業者	2006.05.02
	A2	吳小姐	南投**植物染業者	2006.05.04
	A3	黃先生	台北縣**陶瓷業者	2006.05.08
輔導團隊	B1	黃教授	**輔導團隊	2006.05.02
	B2	林先生	**管理顧問公司	2006.04.28
學	C1	翁教授	**大學**副教授	2006.04.26
	C2	黃教授	**大學**助理教授	2006.04.27
	C3	王教授	**科技大學**助理教授	2006.04.27
官	D1	葉先生	**協調中心	2006.05.11
	D2	*小姐	中小企業處**	2006.06.28

#### 4.1.1 受訪者對地方特色產業發展策略之看法

地方產業結合地方文化，發展具歷史性或獨特性的地方特色產業，提供地方經濟發展上的動力。以下分別就針對目前地方特色產業發展的現況，讓受訪者由不同角度闡述各自不同看法，筆者依據議題進行探討與分析。筆者依其陳述，歸納他們對地方特色產業發展策略之看法如下：

##### 產業發展規模微小

地方產業肩負著帶動地方發展的動力，地方特色產業在中小企業處的定義裡屬於中小型企業，如地方產業本身有一定的經濟規模，若有足夠的經營者的話，將是一個很好的發展機會，對地方發展來說是一個重要的角

色。就如 C3 所言：

「它有一定的經濟規模，他養的起一定規模...如果這樣的規模的話，他有可能會變的地方發展一個很重要的...那個產業跟地方的關係關聯性有多大，然後它本身的經濟規模夠不夠？...如果他的經濟規模夠大，那他本身又是一個地方有足夠的經營者，那當然是一個很好的契機...」(C3)

地方產業對於地方的經濟發展上，是一個很重要的角色。地方產業是在一定的範圍區域內，呈現出資本不大的模式，約略五至十人的小型分工，經營上屬於規模微小的型態。換句話說，地方特色產業本身，在發展規模上，雖然無法與外面規模大的企業相抗衡，但是它維持著地方最基層的就業與經濟發展。如 A2、C1、D1、D2 所言：

「因為手工藝類呀！...他不然就是小小的，然後小小的大約五到十個以內，可能大約到七、八個大分工，一個人還做不來...它達不到某一個經濟規模，沒辦法自負盈虧...」(A2)

「因為地方特色產業的區域範圍，基本上都在鄉鎮的小區域範圍之內...它是一個產值並不是很大...一個在地產、在地銷的一個產業，維持的是地方的很基層的就業跟經濟。」(D1)

「那一個地區的手工藝，其實它就是幾個人而已阿！它也不是什麼產業，我們說他是產業，它只是幾個人而已阿！而且那幾個人都是家庭式的，大部分都是家庭式的，不要把產業想像成很大、很大的產業，一般工廠都很小而已...」(C1)

「...可是因為資本小，想要包贏是不太可能的...」(D2)

## 產業面

地方產業與地方發展息息相關，因此產業必須與地方的歷史、文化、地理做連結，才可稱為地方產業。反之，無法與地方互相結合之產業，與地方脫離者，便不可稱為地方產業。由此可知，發展地方產業是為了活化地方、延續地方歷史、文化，而非單單為了發展地方的經濟。如 C3 所言：

「...沒有地方就沒有地方產業，那只有產業在哪裡，都可以生產跟地方是沒有關係的...產業的發展與地方的經濟、文化、自然環境是有絕對性的關係的...產業發展不是為了經濟，是為了活化地方，產業發展是為了讓地方

的工藝、文化、人脈不要斷掉...」(C3)

### (一) 傳統工藝朝生活工藝發展

在生活型態快速變遷之下，工藝品目前對民眾來說，已脫離民生必需品，而轉化成為具有收藏價值的文藝品。有受訪者認為工藝品應朝生活工藝發展，發揮創意將工藝品融入生活，讓它變成日常生活中可以用到的東西，讓工藝品不再僅僅只具備收藏品的功能，使一般民眾皆可以使用、接受它，變成民眾日常用品上的日常用品。如 A3、C1、C3、D1、D2 所言：

「只會放在哪邊那是觀賞，像消費者日常生活中可以用到的，如果像 high level 的工藝家做出來的東西是觀賞，那多少人會買你的東西那是少數，這是我們生活上可以用到的...」(D2)

「...但是如果生活上都用的到的產品，如果讓他發展出來，你對你的生活產業幫助很大，珠寶飾品、家庭用的金屬，用品很多呀！」(C1)

「...生活工藝是可以到生活裡面去的東西，它的單價可能不是很高...應該是只要有心的人都可以接受的...應該是傾向生活工藝的東西，而不是在推藝術品...它必需要融入人們的生活當中...」(D1)。

「...還有生活用的會比較有特色，就不是制式化的東西...」(A3)

「傳統的東西可能變工藝品，而不是變日常用品變工藝品就會有危機...面對新的生活你用傳統一樣的技術，你用傳統一樣的材質有沒有辦法開發出，新生活可以去運用出來的?...我們也是有很多傳統產業現在也是做的很好呀！慢慢去試著做出來。」(C3)

### (二) 產品融入地方形象

模仿是許多產業面臨到的問題，為了讓產品具特色而不易被模仿，有受訪者提到將工藝品加入地方形象，用來確保產品的價值，使得產品不易被仿製。也有受訪者提到利用地方的獨特性、唯一性，將地方的歷史故事與產品作融合，使競爭者無法模仿產品獨特的特色。換言之，產品加入專屬的地方形象，建立一個地方共同的識別系統，對地方產業的發展而言，是有正面的助益。如 A3、B1、C1、C2、D1、D2 所言：

「輔導的這個東西是不是真的會賺錢，要看特色被發揮到什麼程度...台灣

因為過去不太把地方的題材抓出來，所以在今天把這地方的題材抓出來的時候，其實是會受到歡迎的...」(B1)

「他最重要的是地方形象能夠出來...有一個形象就是地方特色，就不會被模仿...只是你的形象、你的標誌，這才能保證你的價值。」(C1)

「傳統產業就是一定要發展到一個特色...要發掘人才、要發掘地方文化、要發掘地方的景物，還有一些已經廢棄的景物都要重新再看，可不可以把它的意象再把它做出來...」(A3)

「同樣設計也是這樣子呀！我們現在在生活當中，有什麼是屬於台灣式的？現代的生活那我們是不是可以從舊有的技術就有的文化、圖騰跟元素去抽離出來設計。」(C2)

「一定要把在地的特色包裝進去...可能自己去塑造出一個新的，他的地方的特色...從歷史文化、典故上去結合的故事產品...那這個意象是清楚的...所以共同的一個識別的商標，當然是有助於地方整體產業的發展。」(D1)

### (三) 實施工藝產品認證制度

對產品來說，產品認證制度具有加值的作用，不僅對消費者來說是一種保障作用，避免民眾購買工藝品時買到假貨。另外對業者來說，卻有著一種正面鼓勵與肯定的效果。但是要在單一輔導案中來實施工藝認證制度，有其一定的難度存在，因此得先藉由長期建立起的信用認證制度，來確保工藝產品的產品價值。如 A2、B1、B2、D1 所言：

「當然有政府的認證的背書，是有其加值性...其實要去做認證這個部分，其實在技術上可能會有比較多的困難。」(D1)

「會有一些效果阿！...我覺得認證是有些作用的，但是認證會不會被信賴，就要靠長久建立起來的信用...所以一個有信用的認證，當然就會產生附加價值，就是一種品牌價值，那沒有信用的認證那根本就不管用。」(B1)

「...然後開始去認證，然後當其他產業要來做的時候，把他區隔開來...應該是必須公立、公正的一個東西...對一般消費者的一個保障，然後對你們也是一個肯定...」(A2)

「認證的部分...這種東西在個別的單一計劃裡面去呈現比較不容易...個別

單一產品的部分，把你這地區性的特色，借由標章或是一些包裝上面去呈現不同於人家...他要找出共通性容不容易做？」(B2)

#### (四) 業者與地方組織互相配合發展

地方產業業者採用單打獨鬥方式經營非常不容易，受訪者認為可結合地方的民間組織（如：協會或工會），共同和地方組織推動地方產業的發展，一同處理地方產業面臨的難題。地方民間組織在協助過程中，應以業者的角度，協助業者克服經營上的困難，讓地方產業得以永續經營下去。因此由地方民間組織作為地方發展的統籌者，領導地方業者們在發展上有較高的向心力和發展共識，這對地方產業的永續經營來說，將有正面幫助的。如 A3、B1、C1、D1 所言：

「這是一個相互的結合，而不是單一廠商的獲利...共同去推動他們區域內的產業的發展...整個推動應該是由區域自己的自主性的組織來推動...必需要有一個堅強的在地組織...那有這個組織繼續來推，相信才有可能達到永續的目標...相信組織還是最了解地方的...」(D1)

「只能由人民團體法人協會，去爭取更多的福利進來，來幫助不懂的人來跟上，跟的上協會的腳步...」(A3)

「團隊裡面在社區營造的工作方式上面，可能還會有一些問題...那解決的方法之一是說...跟社造團隊結合一起去做也是一種方式啦。」(B1)

「透過社區營造是要來形塑地方的特色、地方的產業，社區營造在產業方面...但是很多基本的工作，比較需要長期培力的工作沒辦法做。」(C1)

### 文化面

#### (一) 養成工藝家互相尊重工藝技術的文化

受訪者認為在工藝創作環境上，建構一個優質的文化創作環境，來培養工藝家打從心底互相尊重彼此的工藝文化。一個無法尊重彼此的工藝文化，將會導致有人認為自己做的產品最好、最優良，而別人做的產品最劣等的心態，都會造成不良的惡性競爭，在這樣惡性競爭下，反而不利地方整體長遠的發展，因此維護地方特色產業的名聲，形成市場上良好的競合關係，對地方整體長遠發展來說有正向的效益。如 A2、B1、C1、C2 所言：

「某種程度是對自己有信心，才能去尊重別人對自己...那其實就文化來講，沒有所謂好與不好，是否能做到尊重這一個部份！...我覺得你的文化是不錯，但是我也很好...所有在同一個環境工作的工藝家，都彼此尊重的時候，那個手工藝整個才能帶動起來！」(C2)

「...藝術村就是每一個人，就是有自己的個性藝術家，自己的個性工藝家，自己的個性，不要模仿抄襲別人，那才叫藝術家，抄襲別人的就不是藝術家了嘛！就不能當是藝術家了嘛！」(C1)

「那我們也不是，不認同他們做...重點是麻煩你們按照...你要做對阿！...操作錯那種方式，是錯誤的方式，然後直接間接打壞...那種名聲阿。」(A2)

「能夠解決這個問題的是，要去形成一種尊重別人智慧產權的文化，他要去形成一種輿論...如果有其他的人模仿他的話，那這個人會被大家唾棄...打從心裡去尊重別人的智慧財產權這樣的文化...」(B1)

## (二) 突顯工藝家獨特工藝文化

受訪者提到工藝家各自發展獨特工藝文化，運用工藝家各自的工藝文化與產品做包裝，突顯本身產品之特色，讓藉由文化包裝下的工藝品具有自我的獨特性。但有受訪者提及培養獨特的工藝文化，是需要日積月累慢慢形成的，找出屬於自己的工藝文化，加入新的創意分子，產生出新的文化，讓產品能更具特色與美感，逐步提升產品的獨特性。如 A1、A2 所言：

「...文化才是成本競爭的根本，文化包涵了很多嘛！...就是說把好的把它突顯出來，給它強化一下，把壞的去除。」(A1)

「...文化面不是不去顧及到，其實文化是被形成的，然後這群媽媽本身就有的他們自己的文化的存在...就變成我們還在加強我們自己文化層面...會加入新的思考和分物進去，所以它延伸出新的文化了！」(A2)

## (三) 推廣民眾的工藝美學

改善民眾對工藝美學的教育，讓民眾重新認識工藝品的價值，使民眾慢慢養成對工藝品的基本認知，提升民眾使用工藝品的機會。就目前來說，市場上充斥著許多模仿唯妙唯肖的產品，不管對於任何產業來說，仿冒品都是對產業本身極大的威脅。換言之，有需求就有供給，應當回頭從基本的教育面去著手，從小教導尊重創作者的智慧財產權的觀念，讓民眾

形成拒買仿冒品的認知，讓民眾喜愛地方所累積下來的特色或地方文物。如 A1、A2、A3、C1、C2 所言：

「去學校怎麼去做那種，學校那個紮根的活動，去把學校的那個小朋友，我們去教他們...目前他們知道它能不能把那個影響帶進家裡...要民眾願意來接受這樣的思想...這個問題就只有政府來能夠來解決了！」(A2)

「所以有必要是讓大家知道好的東西是什麼？真的東西在哪裡？他先教育大家，那大家就不會買到贗品，它一定有贗品便宜部份嘛！」(C2)

「鄉土教育是政府決定的，但是我們就先把底層的基礎先在運作...只是政府知道鄉土教育已經要發展了...還有很多人來參觀就是鄉土教育...」(A3)

「只是說還要，政府方面再教育他們，再更強的去教育他們，愛這在地好不容易累積起來的文化...」(A1)

「台灣發展工藝最大問題就是生活工藝的品質，大家都不用工藝品就是不會欣賞，不講究這些，這就是大家在講的，生活美學教育失敗啦！」(C1)

## 觀光面

### (一) 地方不同產業間，有效的串聯

受訪者認為地方產業要帶動整體發展，必須結合地方生活機能，把不同產業間（食、衣、住、行）相關的產業相互串聯，建構出較優質的生活環境。總歸來說，帶動整體的地方發展，不只單靠地方特色產業就可以成功的，還需要配合週邊的異業相互支援，讓整個區域有生命共同體的發展共識，創造良好的生活機能，營造具有特色的地方產業，因此在彼此充分結合下，對地區整體將可帶來正面發展效益。如 A2、B2、C1、D1 所言：

「其實地方的產業發展基本上...他必需是一個串連式的...帶動整個產業的供應鏈的發展，因為有食衣住行相關，而不是只有這個產品在做發展...必需要發展相關的餐飲營業」(D1)

「...這邊餐飲業起來，我帶動餐飲業，這邊的話人潮是不是因此而進來？...這種單純的這一件東西比較難去帶動觀光人潮...可是就是他有結合別的東西才會變這樣。」(B2)

「這個其實要達到一個真正 longstay 的話，地方發展就有機會，但是要達到 longstay 也要你整個地方要去建造起來，各方面要有這個共識去做才更夠輕鬆。」(C1)

「...他就變成一個要有一個產業要能發展，必須要有兩、三個以上，環環相扣！他才能帶動地方的繁榮啊！那個東西不是我一個小產業我努力就可以了，可是要其他產業互相的配合才能夠達到！」(A2)

## (二) 成立保存地方歷史、文化的博物館

認為成立一個工藝博物館，藉由保存地方的工藝歷史文化及文物，收藏或延續地方珍貴的當地文物。可以學習日本保護地方工藝文化的作法，日本成立工藝博物館保存地方工藝文化與文物，讓遊客進入當地參觀工藝博物館時，輕易的認識當地的歷史、文化，並認識當地保存的工藝文物，讓地方歷史與文化能一直傳承下去。如 A2 所言：

「是博物館收藏嗎？還是誰來收藏那件作品？台灣還沒建立起這樣的制度！...那日本人家政府有個地方特色一個文史館，把一些工藝家把他供在那邊，讓他們有基本的收入，他們在示範文化一個一個傳承下去，可是台灣沒有這樣的制度呀！」(A2)

受訪者提出地方特色產業發展之策略，筆者依上述資料分析結果，整理成表並就其資料分析狀況，加以探討之，相關整理見表 4.2：

### 受訪者提出地方特色產業發展之策略綜合討論

#### ◎就整體而言

受訪者對於地方特色產業的看法，筆者歸納分析涵蓋十類，可謂多元多樣之地方特色產業發展策略。以整體受訪者而言，大多著重在、「傳統工藝朝生活工藝發展」、「產品融入地方形象」及「推廣民眾的工藝美學」等三項，應當持續的來推動。而認為「實施工藝產品認證制度」、「業者與地方組織互相配合發展」、「地方不同產業間，有效的串聯」、「成立保存地方歷史、文化的博物館」、「養成工藝家互相尊重工藝技術的文化」及「突顯工藝家獨特的工藝文化」等六項則相對較少。

◎就不同組別而言

A 組對於「推廣民眾的工藝美學」最重視，顯示業者希望加強推廣民眾的工藝美學，讓民眾慢慢喜歡工藝的藝術之美。A 組在「突顯工藝家獨特的工藝文化」上，表示業者對於展現文化的獨特性，及文化藝術的推廣較為重視。B 組較為重視「實施工藝認證制度」，則顯示 B 組認為工藝認證制度有其實施的重要性。C 組則重視「推廣民眾的工藝美學」、「養成工藝家互相尊重工藝技術的文化」，認為發展問題應該從文化本質去著手，讓整個工藝產業發展能更加以落實深耕。另外 C 組與 D 組皆傾向、「傳統工藝應朝生活工藝發展」及「產品融入地方形象」，顯示 D 組在執行策略想法上較能與 C 組提出的概念部分相符。由上可知，C 組相較於其他組別，較為重視文化層面的提升與改善。

表 4.2 受訪者對地方特色產業發展策略之看法

受訪者編號	A1	A2	A3	B1	B2	C1	C2	C3	D1	D2	整體發展趨勢
地方產業發展的方向											
實施工藝認證制度		*		*	*				*		4
業者與地方組織互相配合發展			*	*		*			*		4
傳統工藝朝生活工藝發展			*			*		*	*	*	5
產品融入地方形象			*	*		*	*		*	*	6
突顯工藝家獨特的工藝文化	*	*									2
推廣民眾的工藝美學	*	*	*			*	*				5
地方不同產業間，有效的串聯		*			*	*			*		4
成立保存地方歷史、文化的博物館		*									1
養成工藝家彼此尊重工藝技術的文化		*		*		*	*				4

## 4.1.2 受訪者認為地方特色產業作為地域振興之困境

翁徐得(1995)提及地域振興的著力點，應藉由地方居民對地方意識的覺醒，以地方居民自發參與地方的發展，發掘專屬地方的歷史與文化，並共同規劃地方的整體建設。讓地方的產業能賺到錢、地方居民樂於居住、讓遊客願意進入地方來體驗生活的好地方。

當筆者詢問這些受訪者：「就您個人觀點，您對地方特色產業有何建議？」時，有些受訪者不加思索、直接了當說出他的看法；有些則思考片刻後加以闡述分析。筆者依其陳述，歸納受訪者對地方特色產業作為地域振興之困境的看法如下：

### 產業面

#### (一) 強化業者之研發、設計能力

就目前各類型產業發展而言，擁有設計與創新能力是最重要的核心競爭力。以台灣地方特色產業來說，加入創意或創新使產品具差異化，藉以突顯本身的特色，是未來能否永續經營的重要關鍵。就如 A3、C1、C3、D1 所言：

「基本上它沒有理由可以不永續發展，重點是你有沒有創新...」(C3)

「現在很多的產業都要加入創意...包括廣告現在都很多創意阿！」(A3)

「創新跟設計其實是在地方特色產業裡面有其必要的...一定要不斷的去創新，要繼續去差異化，講求你的特色...」(D1)

「當然有其價值！絕對有他的價值！就只是你怎麼去做而已！」(C1)

針對目前產業創新能力的看法，大部份受訪者認為目前這方面能力比較薄弱，除了業者設計能力不足，在創作產品上面臨到眾多的困難；而創新的東西不夠多，也會造成產品模仿抄襲的狀況產生，這將是現今許多地方產業面臨到的問題。如 A2、B1、B2、C1 所言：

「這設計部分，這部份因為他們不是傳統這種設計底出來的，所以他們就真的做的很困難。」(A2)

「現在在台灣的方式，你抄我的我抄你的，創新的地方不夠多」(B2)

「台灣都不重視研究發展設計，沒有培養人才，這方面新產品出現比較弱，比較沒有現代化東西出來...現在台灣現代的工藝比較弱一點，現代工藝設計的觀念比較薄弱。」(C1)

「這些非營利組織做為產業會遭遇到的困難...是研發類的問題...產品的研發的部分，我覺得很多社區的產業，其實是還沒有適當的研發出來...」(B1)

目前在各產業中均強調設計創新，顯示產品具特色及創意是一個重要的關鍵。受訪者認為工藝產業在設計創新觀念上，仍然有加強的空間，應當擁有良好的設計創新能力，以保持一定程度的競爭優勢。也有受訪者認為一方面可由產學合作，使地方產業能結合大專院校相關科系的學生，讓學生從實務中做中學，學到更多實務的經驗，讓強化學生設計研發實務經驗。有的受訪者也提到業者藉由提案計畫來增加經費，運用經費聘請老師利用實際教學方式，強化本身的設計能力，提升更好的研發設計的能力，以維持一定的競爭優勢。如 A2、C1、C2、D2 所言：

「覺得政府真的要，好好利用大專院校，不要讓大專院校空在那裡。台灣現在大專院校很多了，一個小島上設計的科系已經很多了！你把這些學校培養好就好了！讓他們教育出好學生就好了！」(C1)

「當然是希望學校能夠介入，可是學校介入是不是像是一個社區學習，如果在學習過程當中，當我覺得堅持是對的時候，我該如何繼續去堅持，這也是很重要的！」(C2)

「我找老師幫忙我上課進修，我會這樣子來做，所以我會自己來提計畫然後來做，這方面的技術延展...也不是沒想過跟大專院校的學生來做合作...之前有跟一些學校合作...學生他們想法...天馬行空...結果社會大眾沒有辦法接受這樣的商品...」(A2)

「...我們可能會培育大專生。」(D2)

## 文化面

### (一) 當地居民對地方之認同感不足

受訪者認為地方居民要有高度的地方認同，自發性找出屬於自己的地方特色，共同來推動地方的發展。反之，若地方居民的認同感不足，也將對地方產業發展造成不小的影響。如 A3、C1、C3、D1、D2 所言：

「相對地方的人要自己出來，地方的人也要有這樣的想法，才能夠去堅持... 當地人也是很重要，要認同自己的東西...要地方人實質去體會才對。」(C1)

「...那這個社區都沒有關心，那這樣不行...越多人關心這個社區、這個地方，就會越來越好...」(A3)

「地方經濟有改善了，相信他的社區人文的凝聚力應該是會更高...讓地方產生信心，以後他們才有能力繼續去推動他們地方的產業...地方特色產業的成功與否...社區的業者跟居民你自己本身有要共識...」(D1)

「因為地方的事物是要循序漸進的，那通常都由地方的人義務性去發起，或者是某些有心人去主導...那可是這是我比較不認同的，由外力所主導的地方振興，我比較認同的是有地方所主導的地方振興...」(C3)

「自己鄉民能夠發掘自己的特色...讓當地人去把他們以前的特色真的去把他講出來...」(D2)

目前地方居民的認同對於地方發展來說，受訪者認為在地人較不關切所屬的地方事務，可能導致產業自己做自己的生意、居民自己過自己的生活，無法形成產業能賺到錢，且居民生活也過得好，達到地域振興最終的目標。這是需要長期間去培育居民，強化地方居民對地方事務的認同感，使地方居民擁有一同發展共識的觀念，讓地方居民的認同感對地方發展上產生正面的幫助。如所 A1、A2、A3、C2、D2 言：

「我們在意的就是那個少數人真正感動的人，其實這些客人他感動，以後變成我們的好朋友，給我們很大的動力...還有最重要就是你在地人，自己相不相信自己的文化，認同自己的文化。現在最可悲的就是，當地人不相信、不認同...」(A1)

「認同感不高！...可是說因為地區性居民大家都封閉嘛！大家都做各自的

嘛！...你會發現往往外地人比在地人熱絡...要在地居民要共同來參與，他其實是有一定的難點。」(A2)

「除了自掃門前雪之外，你還要去關心別人，還要去幫忙別人...因為越多人關心這個地方就會越來越好，那很多人就會來參觀、就會帶動觀光休閒，經濟就會來。...我為人人，人人為我，現在台灣幾乎很難...」(A3)

「...我們一直對我們文化面不珍惜，沒有那種認同感，那跟整體性有關係！所以我一直覺得是沒信心的，是真的沒有信心！...在虛實之間去找到自己的認同...」(C2)

「...開 25 場說明會，很多人還搞不清楚，開完會我看他還是不清楚，要不斷教育阿！不斷不斷的做，讓他們有感覺...」(D2)

## (二) 民眾缺乏創作工藝的體驗

讓民眾知道整個製作過程，使其知道工藝產品材料的來源，在體驗創作的過程中，充分感受創作的價值才是重要的，但目前這方面是較為薄弱的。如 A2、C2 所言：

「要讓消費者很清楚知道好的工藝品，是什麼從材料的取得，一直到加工的過程...把整個工序告訴你，然後這個產品是長這個樣子。」(A2)

「我為什麼要花那麼貴的錢，去買那個植物染布...因為他看不到媽媽辛苦採集的過程、整個熬煮過程，然後到整個過程，他完全看不到！」(C2)

## (三) 同產業間缺乏發展共識

生意如戰場，若地方產業同為一心，共同建立獨特的地方特色，可以吸引觀光客進入當地消費觀光。有受訪者認為業者為了搶奪客源，任意進行價格流血割喉戰，會造成更嚴重之惡性競爭。有受訪者認為地方業者應當具有高度發展共識，畢竟地方的經濟發展需要靠地方所有業者共同的努力，非單一、二家廠商就能帶動的起來，應結合地方業者們高度的發展共識，共同配合發展地方的產業。如 A1、A2、B1、D1、D2 所言：

「...這一群區域內的業者到底有沒有共識...主要強調的還是區域內的業者，必需要有同心協力的概念...地方業者應該都有一些使命感的東西...社區的業者跟居民你自己本身有要共識...要有企圖心來發展這個產業。」(D1)

「走到後來大家都走一樣的東西，根本都會面臨那種惡性競爭。」(A1)

「因為惡性競爭之下，削價競爭最後大家會一起死...」(A2)

「對於社區產業發展的一個共識，那這是台灣的社區產業所面臨的問題...是因爲台灣人不太有合作的觀念和誠意吧！賺錢很難一起賺，台灣那種共利這樣的想法很薄...搞不好以後還會削價競爭...」(B1)

「會有一個帶頭者，那個帶頭者是不問你會獲得什麼，目前那個「憨人」，如果有這樣子的一個人，願意帶同業或異業的業者一起...」(D2)

#### (四) 培育地方工藝專業人才

地方產業要落地深耕，要去重視培育在地的人才，唯有培養地方工藝文化的傳承人才，才可以保護地方的文化，不僅對地方專屬的歷史、文化的永續傳承，及對產業永續經營都是有正面幫助的。如 C2、C3、D1 所言：

「培養在地專業人才，其實是很重要的...那培養他們的在地的菁英人才，其實是最紮實而且是最有效益的，因爲在地的產業，在地人來經營，在地人經營的好...」(D1)

「如果能在地深耕，就要培育些在地人才...」(C2)

「保存地方產業，在保存技術的同時，它其實也是保護他的文化，因爲它是文化的呈現...去培育地方年輕人，爲了增加它的產能，那追根究柢就爲了保存這技藝文化嘛！」(C3)

讓產業維持下去的方法，培育工藝文化的傳承人才是必要的，特別是具執行能力的人才，但專業的人才目前是較為欠缺的部份。然而培育工藝人才是需慢慢去努力，短時間內不易看到具體成效，唯有地方產業業者與政府共同配合努力，長期的培育在地的專業人才，才能讓地方產業有能力永續經營下去，讓地方產業能夠真正在地往下扎根。如 A2、A3、B1、B2、C1、C2、C3、D1、D2 所言

「有些不是教育就可以培養出來的。...我們該怎樣做國際貿易，這區塊裡面是不動，一定會需要那種專有人才來處理這樣的事情，包括語言、包括相關的東西呀！」(A2)

「所以現在我們要栽培更多的人有執行能力！執行能力就是要有把成果做出來的能力喔！...你要有能力把他執行，這個才是人才...你一定要先把人才培養好，這些人才就是有受益者...」(A3)

「沒有培育人才...造人...的工作...應該有一個長期的規劃...這是比較欠缺的...那些辦活動那些其實片斷性，幾乎不能延續培育在地人才才能在地深耕...」(C1)

「社區營造當然就是造人，所以就是要培養在地的人才。...培養一個人人才搞不好三年、五年，一個人才才培養出來...也沒有辦法，快也沒有用。」(B1)

「他是不是有相關的人可以做那個東西...所以我們能夠培育人的部分就要教方式...可是之後就要二加三是多少？就要是她們自己反應...人才培育是都會做的，只是說為什麼會有斷掉，是因為業者沒有繼續去延續...」(B2)

「培養在地專業人才其實是很重要的...那培養他們的在地的菁英人才，其實是最紮實而且是最有效益的，因為在地的產業在地人來經營，在地人經營的好...所以培養在地的專業經營人才...地方才能永續去經營。」(D1)

「那另外一個就是我完全就是技術性人才的培養，或是流通人才的培養新人才的培養，那舊有人才的持續成長，藉由觀念的轉換和融合才是最重要的...可是我們如果能在地深耕，就要培養些在地的人才...」(C2)

「所以特色產業也有這方面的問題，他沒辦法去培育人才，讓當地人去自己在去維持下去，所以政府要不斷不斷的在輔導，那地方才能繼續在發展下去！...所以培育人才的存在，是要讓那個產業去發展下去...」(C3)

「會培育大專生還有輔導服務人員，還有在地一些就是有意願加入地方特色產業地方的人、輔導團隊、莘莘學子，希望他以後能夠投入。」(D2)

## 觀光面

### (一) 強化地方生活的深度體驗

台灣有許多產業強調休閒體驗，有受訪者認為利用工藝品體驗便是一個很好的發展契機，讓民眾體驗當地的歷史特色與文化，是可以去思考的一個方向。也有受訪者提到台灣提供的工藝體驗較為片段，無法讓民眾有

深度的體驗，就算體驗也是沒什麼深刻感覺。若能讓地方能找出自己獨特的歷史、文化，利用工藝產品結合地方的故事，藉由親自創作的過程中，了解地方獨特的在地故事、了解地方生活型態，讓遊客在當地有一個深度體驗的生活。如 A3、B1、B2、C2、D1、D2 所言：

「外來的觀光業跟產業面來說的話，我來這觀光的人，我來這裡拜訪的人來這裡購買的人、認同這個地方的人、認同這個價值的人，我來這裡拜訪，我會覺得很快樂，你獲得旅遊觀光是屬於深度文化，地方深度發展...」(C2)

「因為觀光也會帶動產業...越多人關心這個社區這個地方就會越來越好，那很多人就會來參觀、就會帶動觀光休閒...」(A3)

「地方特色產業體驗是一種方式而已，體驗是一種做法...」(B2)

「...到你這個小社區裡面去，就享受你們這社區裡面不同的文化...其實他就是在體會另外一種的生活，學習另一種的生態，然後也學習另外一種的生命價值觀...台灣有時候提供的體驗有時候深度不是很夠的，台灣所提供的美感往往是片段的...」(B1)

「...最後現在推的都是結合觀光的東西了，變成工藝品的行銷...不僅工藝品的行銷，還要帶動區域型的行銷」(D1)

「我們台灣不是也是嗎？只是體驗沒什麼感覺阿！...我在講說三、五年後一年後你就忘記在哪裡做的，根本就是滿街都是嘛！」(D2)

## (二) 地方特色趨於模糊化

發展地方特色產業以當地特色為重心，不應並非一窩蜂的心態，看到哪個產業發展的好就想往那個產業發展，必須和地方獨有的特色文化做連結，創造出擁有地方特色的地方產業。有受訪者提到可以讓地方居民共同尋找地方的特色是什麼，讓地方發展與其他地方不同的特色，運用這個特色作為地方產業發展的重心，發展專屬地方的特色文化，來區隔不同的地方特色。如 A1、A2、A3、B2、C2、C3、D1、D2 所言：

「怎麼去差異你的產品化、跟你的經營模式，這就很重要了...要繼續去差異化，講求你的特色...那到底人家會覺得說白河的蓮花，跟觀音蓮花有什麼不一樣...你要去突顯你的特色...只有當地才能買得到的特色的...」(D1)

「...那個東西是需要撞擊的！才能夠區隔特色嘛！要不然特色，你在怎麼設計，再怎麼特色也都是國外的呀！」(C2)

「...中寮的龍眼跟南部的龍眼，有什麼不同要區隔？...然後當其他產業要來做的時候，把他區隔開來，就會這樣子去弄，可是台灣不是，是一窩蜂就一群人做一樣的東西。」(A2)

「每一個鄉鎮都有一個它的特色...你要看到你想到自己的特色是什麼？一定要差異化...走出自己的獨特性...」(D2)

「...不希望走到東京，走到巴黎都長的跟台北市一樣，我們希望東京有東京的特殊的，主要是日本有日本特殊的，走到法國有法國特殊的，...希望在不同的世界的角落裡面，發現不同的文化，發現不同的生活經驗...」(B1)

「譬如說白河蓮花節...還是會跟地方去結合！不然以白河蓮花節為例的話...那白河蓮花節的意義在哪裡？特色在哪裡？你的區隔在哪裡？...地方文化就變成是絕對性的關聯存在...」(C3)

「走到後來大家都走一樣的東西，根本個人都會面臨那種惡性競爭！...我們提早就已經做決擇走南海，我們以前是不講南海，我們是講文化路線嘛！...是說你這個跟人家有什麼不同？你這個到底有多少的歷史背景、特色...」(A1)

「...傳統產業就是一定要發展到一個特色...」(A3)

「自己在做的時候，對自己特色的包裝，特色文化的內涵，或是說一些行銷包裝上面，都沒有比較廣泛性的告訴人家，我的特色在哪裡...你抄我的我抄你的，創新的地方不夠多。就是說她沒有去做創意，就是說我這邊一樣做陶，鶯歌陶、苗栗陶、南投陶、有什麼不一樣嗎？」(B2)

### (三) 鄉鎮公所較缺乏發展地方產業的概念

受訪者認為鄉鎮公所對地方產業發展有著重要的地位，鄉鎮公所應是最瞭解產業的發展環境，但目前鄉鎮公所大多沒有那種概念，來協助地方產業發展，這是很多地方共同面臨的問題。因此讓鄉鎮長了解發展地方產業的重要性，強化鄉鎮公所對地方產業的重視，這對地方業者或是地方的發展，都有正面的幫助。如 A2、C1、D1、D2 所言：

「地方的政府必需要來支持地方發展這個產業...發展他們地方特色產業是很重要的...那地方政府重視的程度很高的話...對地方業者或是輔導團隊當然都是很加分的效果...地方政府如果不支持發展這個產業...可能會造成他們發展產生瓶頸」(D1)

「那你問鄉長對我們協助些什麼？並沒有！」(A2)

「政府鄉鎮公所也沒有那種概念，其實鄉鎮公所關係很大！...其實就是地方政府鄉鎮公所，你要叫他改進很難啦！...讓這些鄉鎮長去認識這個重要，如果沒辦法其實很難啦！」(C1)

「因為鄉鎮公所整個還是困難...有啦！現在我們制度，我們越來越改善這方面了！」(D2)

受訪者提出地方特色產業作為地域振興之討論，筆者依上述資料分析結果，整理成表並就其資料分析狀況，加以探討之，相關整理見表 4.3：

### 受訪者地方特色產業作為地域振興之綜合討論

#### ◎就整體而言

受訪者對於地方特色產業做為地域振興之困境的看法，依筆者歸納分析得知。就整體受訪者而言，大多著重在「培育地方工藝專業人才」其次則是「強化業者之研發、設計能力」、「地方特色趨於模糊化」，十位受訪者中有九位，這類議題在對地方特色產業發展時，應當優先培育地方專業人才，及強化業者的產品設計創新能力，並區隔出地方不同特色出來。其次則是認為「強化地方生活的深度體驗」、「當地居民對地方之認同感不足」及「同產業間缺乏發展共識」等三項，在十位受訪者中有五位以上提出相同看法，顯示地方居民對於地方的認同，多數受訪者認為關鍵的因素所在，因此在地方特色產業發展的同時，地方居民占了一個很重要的角色，所以應當加以去重視。整體來說，以上因素是受訪者普遍認為，目前地方特色產業發展上，可能主要的關鍵因素所在。另外「鄉鎮公所較缺乏發展地方產業的概念」，在十位受訪者中有四位，顯示該項有一定的重要性，應當在發展地方產業時，應加以改善的。

◎就不同組別而言

B、C、D 組三組受訪者集中在「培育地方工藝專業人才」上，而 A 組也是傾向在該項上，顯示培育地方專業人才將是重要的問題所在，表示所有受訪者對提升人才培育方面有較一致的看法。B、C、D 組對「強化業者之研發、設計能力」有共同的想法，顯示業者的設計研發能力，將成為影響地方產業發展的重要關鍵因素。B、D 組對於地方特色產業發展問題傾向「地方特色趨於模糊化」，顯示目前地方特色產業的同質性過高，造成無法有效區隔不同特色的結果出現。A 組對於「當地居民對地方之認同感不足」，顯示地方業者認為地方居民對地方產業的發展上，仍有一定的影響程度。而 A、D 組認為「同產業間缺乏發展共識」，表示產業與官方有著相似看法，認為目前同業擁有高度發展共識，將是影響地方特色產業發展的關鍵因素。B、D 組兩者認為「強化地方生活的深度體驗」，顯示官方認為民眾較少進入當地體驗地方生活，是阻礙地方特色產業發展的因素。

表 4.3 受訪者認為地方特色產業作為地域振興之困境

受訪者編號	A1	A2	A3	B1	B2	C1	C2	C3	D1	D2	發展困境趨勢
地方產業發展之困境											
當地居民對地方之認同感不足	*	*	*				*			*	5
培育地方工藝專業人才		*	*	*	*	*	*	*	*	*	9
同產業間缺乏發展共識	*	*		*					*	*	5
強化地方生活的深度體驗			*	*	*		*		*	*	6
地方特色趨於模糊化	*	*	*		*		*	*	*	*	8
民眾缺乏創作工藝的體驗		*					*				2
強化業者之研發、設計能力		*	*	*	*	*	*	*	*	*	9
鄉鎮公所較缺乏發展地方產業的概念		*				*			*	*	4

### 4.1.3 受訪者對地域振興之認知

地域振興透過居民對地方意識的覺醒，以地方居民自動自發參與地方發展的規劃，將地方與本身視為生命的共同體，結合群體力量共同發掘地方歷史和文化。藉由地方所擁有之自然生態環境，規劃一個完善的整體建設，建構一個宜居宜訪的優良環境，讓地方能夠長遠的發展下去。換句話說，地域振興不僅地方的生活環境要好，且地方產業的發展也要好，因此利用地方的特色與產業作結合，使產業在穩定發展之下，讓當地居民喜歡地方居住的環境，讓外地遊客也喜歡地方的觀光環境，使得地方以及附近的地區能共同繁榮起來，如此才能逐漸達到地域振興的目標。如 A3、B1、B2、C1、C2、C3 所言：

「要地域振興是生活也要好、產業也要發展，產業也要能夠創新，這才能夠地域振興。生活要好，就是你的文化內涵要好、生活品質要高...人家就會來這裡...」(C1)

「...塑造一個社區共同體，這共同體的意識，才是我們最主要要去慢慢型塑的一個東西，社區營造做了...要居民參與、要由下而上、要去培育、要去造人、要去終身學習這些...」(B1)

「...我作了現在這件事情，我的環境更好，我的經濟面更好，我的文化面，每一個面更好，我子子孫孫願意留下來居住...我來這觀光的人，我來這裡拜訪的人，來這裡購買的人、認同這個地方的人、認同這個價值的人，我來這裡拜訪，我會覺得很快樂...」(C2)

「我比較認同的是，由地方所主導的地方振興...」(C3)

「地域振興他的概念就是應該是，我這企業的帶動鄰近區域的發展，他是講共同發展...」(B2)

「...這個地方一定要適合在地人的好處所，外地人的新故鄉，一定要成爲在地人的好所在，外地人的新故鄉...外國人不需要政府介紹，她們就會來到這個社區參觀...」(A3)

總結訪談時受訪者提出對地方特色產業不同的看法，瞭解目前台灣地方特色產業仍存在著許多值得改善的空間。然而，針對是否可藉由發展地方特色產業以達成地域振興的目標，本研究綜觀訪談所述，得知受訪者對

於透過發展地方特色產業以達成地域振興的目標，多抱持著正面的看法，詳述如下：

### 1. 絕對會帶動地域振興

認為藉由地方特色產業絕對可以作為帶動地方發展的原動力，只要能夠吸引遊客的進入，促進地方生活機能的發展，並活絡地方經濟增加提昇就業機會，就能帶動地方整體的發展。如 A2、B1、B2、C3 所言：

「然後遊覽車會進來...相對他們一進來，他們就勢必在這地方做停留，停留就會帶動週遭的所有商店的繁華...就開始有產業開始慢慢去發展...然後就會開始會去串聯...所以你覺得有沒有辦法，是有辦法的帶動的！」(A2)

「我覺得沒有困難耶！...這個工藝產業其實充滿著很大的機會，可以成爲一個地方振興的一個媒介、一個材料，這個部分我覺得是沒有問題的。」(B1)

「我今天一個人的公司...我開始變兩個人了，那另外一個人大概是當地的人...因爲我帶動這個人...我讓這邊不會有剩餘人力在這邊閒晃，他不會在這邊造成治安問題，我這已經在地域振興了，已經在帶動了...」(B2)

「當然我是認爲絕對是可以的，如果他的經濟規模夠大...那當然是一個很好的契機...那當然多多少少都有帶動地區發展，只是那個比例的問題...真的是這個地方的特色產業的話，他把那當然對地方有正面的幫助...」(C3)

### 2. 可能會帶動地域振興

認為地方特色產業有可能作為地域振興的動力，就看地方產業如何去塑造出具特色的地方特色產業，以及有關單位或當地業者如何去執行，並且化解一些面臨的困境，才可能作為帶動地域振興的動力。如 C1、C2、D1 所言：

「能不能帶動多少的經濟的繁榮，要看地方怎麼去塑造地方產業...這個可能是地方特色產業，到底對地域振興有沒有幫助，其實應該是有的...只是幫助到底比重到什麼程度。」(D1)

「它只能貢獻一下，要帶動也是不容易啦！應該有機會！看你怎麼去做，要克服一些因素...」(C1)

「只要他是地方產業都有可能...我覺得這是要共同去成長的這樣的，手工藝品才能把整個地方振興，正所謂經濟面文化面才能兩立，因此可以有機會帶動起來。...對！看你怎麼做！...How to do？有這個能力來做！絕對有！就是說怎麼做的問題！」(C2)

以上的分析可知，受訪者對於地方特色產業是否能作為地域振興的看法，有認為抱持著絕對可以產生帶動地方發展的看法，也有認為產業發展的操作手法，將會是決定是否能夠產生地域振興的效果。因此綜合來說，地方特色產業著重執行面的操作手法，那麼用地方特色產業作為地域振興的啟動者，將是沒有問題而且是可以被期待的。

受訪者地域振興之討論，筆者依上述資料分析結果，整理成表並就其資料分析狀況，加以探討之：

### 受訪者地域振興之認知綜合討論

#### ◎就整體而言

本研究受訪者對地域振興的看法，認為以地方特色產業作為地域振興時，本研究十位受訪者中有四位認為地方特色產業「絕對會帶動地域振興」！十位受訪者中有三位認為地方特色產業「可能會帶動地域振興」！就整體而言，顯示大多受訪者對以地方特色產業作為地域振興，抱持樂觀且正面的看法，由分析可知地方特色產業是可作為地域振興發展之動力。

#### ◎就不同組別而言

B組認為以地方特色產業絕對會帶動地域振興，顯示輔導團隊對於以地方特色產業作為地域振興抱持著相當正面的看法。C組則認為若要以地方特色產業作為地域振興的動力時，則強調執行方式決定帶動的成效，也就是看執行者怎麼操作及執行，決定是否帶動地域振興的關鍵所在。

#### 4.1.4 其他訪談發現

受訪者認為各個鄉鎮應找出代表自己的產品，目前中小企業處輔導的重點，著重以工藝為主的輔導工作。如 D2 所言：

「...是希望能夠輔導的工藝為主...所以我們第一波的活動在工藝品類，每個鄉鎮看可不可以繁衍自己的工藝產品...」(D2)

##### (一) 輔導團隊遴選廠商應有一套準則

輔導業者的選擇決定帶動區域發展的重要關鍵，非客觀的遴選模式，將導致需輔導或值得保護的業者被忽略，因此遴選準則成為影響地方整體發展的影響因素。有受訪者認為輔導團隊選擇輔導業者時，應選擇值得輔導且需要被輔導的業者，使整個輔導計劃能達到最高效益。如 A1、B1、C2、D2 所言：

「...要真的去抓真正應該要去輔導的...私人產業願意去走文化的你更要獎助他，我說哪一天我變古蹟你才要來保護啊...現在都經濟掛帥，馬上會抓老鼠的就是好貓嘛！」(A1)

「遴選的 pattern，他可以決定它是不是可以帶動地方經濟復甦的。」(C2)

「...哪一些地方可以來申請這種地方特色產業呢？...不是申請制而是規劃制，就會有他們既定覺得這幾個地方好...也許選到的地方都是比較優秀有潛力的地方...那這些規劃團隊沒有看見的地方呢？...」(B1)

「以後我們在標案的時候，我們是不是可以不要以團隊來提案，我們自己去選那個地方的特色，然後團隊來提案，就是我們把點找到...有些是我們指定，有些讓團隊自主提案的地方...」(D2)

##### (二) 以業者需求為主之輔導計畫

認為執行輔導計畫應該對地方有充分了解，若對地方不甚了解，也將使輔導工作大打折扣。事前須和受輔導業者充分溝通，應以業者需求為主的輔導內容，不要由單獨一方決定輔導方向，而是要讓每個輔導工作，都以業者最大需求為主要考量。如 A1、A2、A3、C1、C2、D1 所言：

「我們自己最知道我們要什麼...你應該站在我的角度...你經費少沒有關係，但是要做我們真的想做的，而不是做你們想做的...所以我最重要的那個就是，要看他的需求，但是你也不能給這個人鼻子拎著走...」(A1)

「...我開始會跟他講，我們想要什麼，我會跟他提出我們需求是什麼！我們今年想做什麼！...如果是的話我希望照這個來...那我覺得這是互相溝通出來的，當然他們要聆聽地方經營者的想法...那我覺得在執行面的部份的時候，就必須要跟在地業者溝通...」(A2)

「...資源整合跟政治的動向也要整合...但是現在速度怎麼更快、還是說現在大家都輔導的概念就是都有，包括產業也輔導、也給你補助，但是你要自己來申請才有。但是很多社區的居民，第一個他不會寫企劃案...」(A3)

「沒辦法擬定對地方不是很了解，所以無法擬定符合當地的需要。」(C1)

「我覺得輔導過程中就像社造一樣...過程還是需要媒合...能夠行政能夠放棄些立場，居民能放棄些立場，專家能放棄些立場，找到一個共同的最大公約束往前走...」(C2)

「今天在輔導前一定跟在地業者，跟居民做一些充分的溝通跟了解，然後由他們的需求來協助他們做比較合理的發展...基本上要尊重在地業者的需求跟看法...這個是比較重要的。」(D1)

### (三) 輔導計畫缺乏事後評鑑機制

目前在輔導後沒有一套事後評鑑機制，只單憑輔導成果報告書來結案，是無法清楚了解整個輔導是否有達輔導之預期效果。因此輔導團隊或政府單位若有良好的事後評估機制，可讓成功的經驗累積及延續下去，以作為未來輔導時的參考依據。如 C1 所言：

「要有參與過才知道，其實現在都沒有事後的評鑑，都是錢給了以後做完了就結案了。憑著承辦顧問公司的書面報告書就結案了，他都沒有去做評估、沒有去作評鑑，到底做的績效如何？」(C1)

### (四) 輔導地方特色產業業務專人專職

認為地方產業的事務需要長期經營，因此成功的輔導經驗累積，對輔導特色產業的專家來說，也就變得格外重要。有受訪者認為由專人專職，

輔導地方特色產業的業務，讓成功的輔導經驗加以累積，這對地方發展來說，將有相當正面的助益。如 C1、C3 所言：

「專人專職，如果你是公務員，你是專責在做這個工作，你就有使命感阿！你長期做不好，人家就要罵你，做的有成績就會有成就感，那就有使命感。」(C1)

「專人專職！至少讓你中小企業處知道，地方產業的特性是什麼？...至少執行的人自己要至少有一個專屬的單位，專責去認識地方產業重點在哪裡？」(C3)

### (五) 輔導地方特色產業之長期計畫

認為要帶動地方產業發展是需要長期的培育，不要限定輔導工作的年限，做一系統的輔導工作，建立長期性的培育輔導計畫，落實每個計畫預定的成效，將是地方產業能否成功的關鍵。如 A2、B1、C1 言：

「因此一次整合做一次完整的輔導...希望能夠去訂定長期的輔導計畫，不要每年一次每年換一個團隊，要去因應每一個地區狀況需要，需求去做擬定幾個長期培育計畫，這是培育計畫不是輔導計畫」(A2)

「經濟部中小企業處也可以去發展一個，比較屬於三年的計畫而不是每次一年...所以多年期的計劃才會更更有用更適合。」(B1)

「...因為政府計畫都是一年的一年度計劃，然後年度計劃包括到鄉下去地方，來工作時間就只剩下五個月、六個月、七個月，做完明年就不曉得又沒有，所以這都是斷斷續續的...希望能夠去訂定長期的輔導計畫...要去因應每一個地區狀況需要，需求去做擬定幾個長期培育計畫...」(C1)

### (六) 結合社區總體營造執行輔導計畫

有受訪者認為由於沒有完備的社造基礎，許多長期培力的工作無法真正落實，導致輔導工作大打折扣。因此輔導團體有賴與社造作結合，擁有完備的社造基礎，將可使輔導工作在時間結束後，仍可藉由健全的社造基礎，得以永續經營的發展下去。如 A3、B1、C1 所言：

「所以這個要帶動地方發展，要從社區營造著手」(A3)

「...沒有辦法把社區營造的部分加進去的話，那那個輔導的效果其實是大大折扣的...太快行銷而社造基礎沒有打好這樣的問題...應該說這些問題都要從社區營造打好基礎，因為社區營造的確會解決...還是繼續做社區營造啦！繼續要有社區營造的工作在裡面進行」(B1)

「目前為止透過社區營造是要來型塑地方的特色、地方的產業，社區營造在產業方面，其實只有大部分透過活動想要來推動產業，但是很多基本的工作比較需要長期培力的工作沒辦法做。」(C1)

受訪者提出其他議題之討論，筆者依上述資料分析結果，整理成表並就其資料分析狀況，加以探討之，相關整理見表 4.4：

### 其他訪談發現之綜合討論

#### ◎就整體而言

本研究其他訪談發現方面，依筆者之歸納分析涵蓋以下六點。就整體受訪者而言，大多著重在「訂定以業者需求為主之輔導計畫」，顯示輔導地方特色產業發展計畫，仍應以業者需求為依歸，作為產業計畫時優先考量的部份。其次則是「輔導團隊遴選廠商應有一套準則」、「長期之輔導地方特色產業計畫」及「結合社區營造執行輔導計畫」等三項，皆可作為輔導計畫之參考。

#### ◎就不同組別而言

以 A 組而言，「訂定以業者需求為主之輔導計畫」是其關切的重點所在，可見得 A 組相當重視輔導計畫是否有符合業者需求，因此相關單位在執行輔導計畫時應當格外的重視。另 A、B、C 組皆有「輔導團隊遴選廠商應有一套準則」、「長期之輔導地方特色產業計畫」及「結合社區營造執行輔導計畫」等三項，以上可作為輔導地方產業計畫時的參考。另外 C 組也傾向認為「輔導地方特色產業業務專人專職」的因素，顯示地方特色產業應由專人專職專案負責，確保地方特色產業的發展時的穩定性，以上因素在執行地方特色產業時應加以重視。

表 4.4 其他訪談發現

受訪者編號	A1	A2	A3	B1	B2	C1	C2	C3	D1	D2	整體意見趨勢
其他訪談發現之建議											
輔導團隊遴選廠商應有一套準則	*			*			*				3
輔導計畫缺乏事後評鑑機制						*					1
輔導地方特色產業業務專人專職						*		*			2
長期之輔導地方特色產業計畫		*		*		*					3
訂定以業者需求為主之輔導計畫	*	*	*			*	*		*		6
結合社區營造執行輔導計畫			*	*		*					3

## 4.2 問卷發放與統計分析

### 4.2.1 問卷目的

問卷目的歸納出訪談的影響因素，用來驗證訪談的結果，特色產業業者對於影響因素的態度與行為反應，了解目前相關因素對業者的重要性與滿意程度，利用IPA分析法分析後，並建構出短程改善策略，及中長程改善策略。

### 4.2.2 問卷之設計

本研究根據文獻、訪談結果，發展出以地方特色產業作為地域振興之影響因素，形成封閉式與部分開放式之問卷。

問卷內容主要分為兩大部分：重要程度、滿意程度。三大構面：特色產業產業構面、文化構面、觀光構面。藉由問卷以了解，哪些關鍵影響因素應該是持續保持、過度供給、優先改善、優先度低的政策。而問卷使用「李克特五點量表」，第一部分設定『非常重要』、『重要』、『普通』、『不重要』、『非常不重要』五項選項，提供受訪者勾選；第二部部分設定為『非常滿意』、『滿意』、『普通』、『不滿意』、『非常不滿意』五項選項，提供受訪者勾選。為了使受訪者能充分表達其意見，在第三部分設有開放式問卷及新增建議，提供填寫者補充表達更多的意見。該問卷之詳細內容請參見附錄。

### 4.2.3 問卷回收之統計與分析

#### 4.2.3.1 回收狀況

本研究針對政府輔導過的地方特色產業業者，進行郵寄問卷調查，抽樣時間為民國 95 年 6 月 9 日至 6 月 15 日。問卷發放 83 份，問卷回收 40 份，扣除 9 份無效問卷，有效問卷共有 31 份，本研究有效樣本回收率為 37.35%。

### 4.2.3.2 廠商基本資料屬性分析

在 31 份有效問卷中，以敘述統計分析廠商基本背景屬性之分布情形，如下表 4.5，茲說明如下：

#### 一、年齡

在有效樣本中，填答者以「40-49 歲」為最多，所佔比例為 35.5%。及「50-59 歲」所佔比例為 35.5%。由此可知目前從事特色產業業者多為中年人口。

#### 二、年資

在有效樣本中，從事工藝品創作的年資以「21-30 年」為最多，所佔比例 36.7%。其次「1-10 年」，所佔比例 26.7%。所以可知目前地方特色產業業者，從事相關地方產業 20 年年資以上的業者占半數以上。

#### 三、公司成立時間

在有效樣本中，以「民國 61-80 年」成立的公司為最多，所佔比例 41.7%。而「民國 81-94 年」成立的公司次之，所佔比例 33.3%，由此可知業者成立多以歷史悠久居多。

#### 四、行業類別

在有效樣本中，陶藝業者所佔比例 12.9%；木雕業者所佔比例 9.7%；石器業者所佔比例 22.6%；而其他類別約佔比例 54.8%。

#### 五、經營型態

在有效樣本中，目前的地方特色產業業者，以工作坊型態居多，所佔比例為 70.0%。因此可知目前特色產業以個人獨自經營方式(如工作室)形式呈現居多。

#### 六、輔導次數

在有效樣本中，目前接受輔導的次數多為一次，所佔比例為 78.9%。

#### 七、是否願意再接受輔導

在有效樣本中，有 96.7%的業者表示，願意再次參與政府特

色產業輔導計畫，由此可知政府執行的輔導計畫，對業者來說是需要的。

表4.5 廠商基本資料次數分配表

基本資料	類別	人數	百分比 (%)
年齡	20-29歲	2	6.5
	30-39歲	3	9.7
	40-49歲	11	35.5
	50-59歲	11	35.5
	60-69歲	3	9.7
	70-79歲	0	0
	80歲以上	1	3.2
年資	1-10年	8	26.7
	11-20年	4	13.3
	21-30年	11	36.7
	31-40年	3	10.0
	41-50年	3	10.0
	51-60年	0	0
	61-70年	1	3.3
公司成立時間	民國 1-20年	4	16.7
	民國21-40年	1	4.2
	民國41-60年	1	4.2
	民國61-80年	10	41.7
	民國81-95年	8	33.3
行業類別	陶藝	4	12.9
	木雕	3	9.7
	石器	7	22.6
	其他	17	54.8
經營型態	小企業	6	20.0
	工作坊	21	70.0
	其他	3	10.0
輔導次數	1次	15	78.9
	2次	2	10.5
	3次	2	10.5
是否願意再次接受輔導	願意	29	96.7
	不願意	1	3.3

### 4.2.3.3 地方特色產業作為地域振興之關鍵因素信度分析

由下表4.6可知，在「與其它各題總分相關」方面，除了「現代化產品設計、強化創新能力」與其他各題總分相關只有0.2808略嫌低，但由數據可知大多業者都填答「非常重要」，再由文獻得知擁有設計、創新能力是重要的，因此將列入加以討論，其他均高於0.3，相關均有一定的強度，重要程度7題問項，總信度（ $\alpha$ 值）= 0.7195。

在「與其它各題總分相關」方面，除了「工藝品加入地方形象，具特色化及區隔化」與其他各題總分相關只有0.2904略嫌低，由圖形可知數據符合常態分配，因此還是列入討論，其他均高於0.3，相關均有一定的強度，而滿意程度7題問項，總信度（ $\alpha$ 值）= 0.8127，因此重要性與滿意程度的總信度皆可證明，7題問項皆達一般信賴標準（大於0.7），信度分析如下表4.6所示。

表 4.6 「地方特色產業做為地域振興之影響因素」產業構面之信度分析表

問卷題項	重要性		滿意度	
	與其它各題	Cronbach's	與其它各題	Cronbach's
	總分相關	係數	總分相關	係數
1 現代化產品設計、強化創新能力。	0.2808	0.7189	0.5961	0.7797
2 工藝品能融入現代生活，變成生活工藝。	0.6132	0.6486	0.5414	0.7906
3 舉辦產品促銷活動，來進行產品推廣。	0.4427	0.6844	0.4600	0.8032
4 工藝品加入地方形象，具特色化及區隔化。	0.4925	0.6823	0.2904	0.8270
5 導入經營管理、行銷等專業人才。	0.4263	0.6882	0.8240	0.7358
6 當地廠商與當地民間組織充分配合。	0.5614	0.6565	0.5867	0.7817
7 透過工藝品標章制度，保護工藝品發展價值。	0.3336	0.7301	0.5730	0.7856

註：重要程度 7 題問項，總信度( $\alpha$  值)= 0.7195；滿意程度 7 題問項，總信度( $\alpha$  值)= 0.8127  
此表所列係數為「刪除該問項後之整體量表值」

由下表 4.7 可知，在項目分析與信度分析檢測結果中，該構面重要性與滿意程度之各問項，與量表總分之相關係數值皆大於 0.3，且進一步進行信度分析重要程度 7 題問項，總信度 ( $\alpha$  值) = 0.8225，滿意程度 7 題問項，總信度 ( $\alpha$  值) = 0.8330，證明該構面重要性與滿意程度的信度頗高，信度分析如下表 4.7 所示。

表 4.7 「地方特色產業做為地域振興之影響因素」文化構面之信度分析表

問卷題項	重要性		滿意度	
	與其它各題	Cronbach's	與其它各題	Cronbach's
	總分相關	係數	總分相關	係數
8 地方特色產業藉由，培育傳統工藝技能人才，來落實歷史文化的傳承與保存。	0.4173	0.8218	0.5927	0.8088
9 特色產業應該發展出當地獨有的工藝文化。	0.5048	0.8090	0.4010	0.8387
10 在地的特色產業業者，需有發展共識，共同建立具特色的地方產業。	0.4778	0.8140	0.6672	0.7967
11 讓民眾深度體驗工藝品創作。	0.6026	0.7946	0.7553	0.7924
12 當地居民對地方特色產業，需有高度共識、向心力及認同感。	0.6976	0.7758	0.6972	0.7922
13 特色產業工藝家，對彼此獨特的工藝文化相互尊重。	0.6975	0.7773	0.3766	0.8390
14 政府須強化學校的工藝美學的推廣。	0.5944	0.7943	0.6568	0.7980

註：重要程度 7 題問項，總信度 ( $\alpha$  值) = 0.8225；滿意程度 7 題問項，總信度 ( $\alpha$  值) = 0.8330  
此表所列出係數為「刪除該問項後之整體量表值」

由下表 4.8 可知，在項目分析與信度分析檢測結果中，該構面重要性與滿意程度之各問項，與量表總分之相關係數值皆大於 0.3，且進一步進行信度分析重要程度 7 題問項，總信度 ( $\alpha$  值) = 0.8459，滿意程度 7 題問項，總信度 ( $\alpha$  值) = 0.9110，證明該構面重要性與滿意程度的信度頗高，信度分析如下表 4.8 所示。

表 4.8 「地方特色產業做為地域振興之影響因素」觀光構面之信度分析表

問卷題項	重要性		滿意度	
	與其它各題	Cronbach's	與其它各題	Cronbach's
	總分相關	係數	總分相關	係數
15 吸引遊客進入當地觀光，體驗當地特有的歷史、文化與生活。	0.6867	0.8193	0.8210	0.8873
16 地方特色產業與生活產業(如旅館業、小吃業)，充分的合作。	0.6338	0.8199	0.7722	0.8931
17 當地需要發展出與其他地方不同的地方特色。	0.5361	0.8405	0.7743	0.8945
18 設立當地特色的工藝品博物館，展示工藝品及保存當地工藝的歷史、文化。	0.3852	0.8557	0.6806	0.9033
19 善用媒體廣宣的力量，推廣地方特色產業，形塑本地特色產業旅遊形象。	0.7452	0.8048	0.6652	0.9045
20 鄉鎮公所主動配合發展地方特色產業。	0.6085	0.8255	0.7897	0.8910
21 利用文宣導覽手冊，推廣地方特色產業旅遊形象。	0.7341	0.8027	0.6313	0.9085

註：重要程度 7 題問項，總信度 ( $\alpha$  值) = 0.8459；滿意程度 7 題問項，總信度 ( $\alpha$  值) = 0.9110  
此表所列出係數為「刪除該問項後之整體量表值」

#### 4.2.3.4 地方特色產業作為地域振興之關鍵因素分析

在「透過工藝品標章制度，保護工藝品發展價值」的滿意度之標準差高於1，顯示業者對於實施工藝品認證的看法較為分歧，由填答的結果得知，部分填答者認為很重要，部分認為不重要，因此導致標準差較高的現象，故實施工藝認證制度，在分析結果上出現兩方面不同的看法。「在地的特色產業業者，需有發展共識，共同建立具特色的地方產業」的滿意度之標準差高於1，顯示業者對同業間是否有發展共識，也呈現不同兩極的看法，可能與抽樣的方式有些許關係，因而導致此現象產生。「吸引遊客進入當地觀光，體驗當地特有的歷史、文化與生活」的滿意度之標準差也高於1，顯示業者對吸引民眾前來體驗當地生活文化，有著較大的不同看法，分析顯示業者對吸引遊客進入，體驗當地生活文化的問項，也出現了兩方面不同的看法。

表4.9 「地方特色產業做為地域振興之影響因素」統計結果

題號	問卷題項	重要性		滿意度	
		平均數	標準差	平均數	標準差
1	現代化產品設計、強化創新能力。	4.58	0.56	3.35	0.88
2	工藝品能融入現代生活，變成生活工藝。	4.48	0.57	3.55	0.72
3	舉辦促銷活動，建立產銷據點。	4.40	0.72	3.13	0.85
4	工藝品加入地方形象，具特色化及區隔化。	4.71	0.46	3.65	0.75
5	導入經營管理、行銷等專業人才。	4.47	0.68	2.84	0.90
6	當地廠商與當地民間組織充分配合。	4.35	0.66	3.10	0.83
7	用工藝品標章制度，保護工藝品發展價值。	4.29	0.90	2.83	1.02
8	地方特色產業藉由，培育傳統工藝技能人才，來落實歷史文化的傳承與保存。	4.53	0.57	2.87	0.90
9	特色產業應發展出當地獨有的工藝文化。	4.67	0.48	3.42	0.85
10	在地的特色產業業者，需有發展共識，共同建立具特色的地方產業。	4.45	0.68	2.94	1.03
11	讓民眾深度體驗工藝品創作，認識工藝真品的價值。	4.27	0.74	2.77	0.67
12	當地居民對於地方特色產業，需有共識、向心力及認同感。	4.33	0.61	2.65	0.84
13	特色產業的工藝家，對彼此獨特的工藝文化相互尊重。	4.48	0.57	3.03	0.75
14	政府強化學校的工藝美學的推廣。	4.45	0.57	2.61	0.84
15	吸引遊客進入當地觀光，體驗當地特有的歷史、文化與生活。	4.58	0.50	2.84	1.00
16	地方特色產業與生活產業(如旅館業、小吃業)，充分的合作。	4.43	0.73	2.74	0.93
17	當地需要發展與其他地方不同的地方特色。	4.35	0.84	3.19	0.79
18	設立當地特色的工藝品博物館。	4.40	0.67	2.77	0.96
19	善用媒體廣宣的力量，推廣地方特色產業，形塑本地特色產業旅遊形象。	4.48	0.63	3.00	0.82
20	鄉鎮公所主動配合發展地方特色產業。	4.50	0.57	2.77	0.96
21	利用文宣、導覽手冊，推廣地方特色產業。	4.42	0.76	3.10	0.94
總平均數		4.46		3.01	

#### 4.2.3.5 地方特色產業作為地域振興之關鍵因素的重要性

針對影響因素重要性的分析結果(如下表 4.10)，顯示各題項之平均值順位最高的前三項分別為：「工藝品加入地方形象，具特色化及區隔化」(4.71)、「特色產業發展出當地獨有的工藝文化」(4.67)及「吸引遊客進入當地觀光，體驗當地特有的歷史、文化與生活」(4.58)，由分析可知業者普遍認為地方或是產品，應各自發展出獨特的特色，吸引遊客進入當地消費觀光，對業者來說很重要的，此結果與訪談時所強調的看法相符合。

平均數較低的「讓民眾親自體驗工藝品的創作活動」(4.27)、「透過傳

統優良工藝品認證制度，以及保護工藝品的發展價值」(4.29)以及「當地居民對當地特色產業的認同感」(4.33)，吸引遊客進入體驗工藝創作，以及地方居民對地方產業的認同感，呈現在問卷中重要性排名較差的結果，較不重視地方居民認同感問題，與吸引遊客親自體驗工藝創作問題，兩者對地方產業發展的影響，無法呈現地方人共同發展的結果，這與地域振興的意涵，吸引遊客來體驗地方工藝創作的樂趣，與地方居民的有高度共識的觀念呈現出極大的落差，顯示部分業者對地域振興的概念較不重視，故需要再強化業者對地方整體共同發展的觀念。

表 4.10 「特色產業做為地域振興之影響因素」重要程度排名

題號	問卷題項	重要程度	
		平均數	排名
4	您認為工藝品設計融入地方特色。	4.71	1
9	您認為地方上發展出獨有工藝文化。	4.67	2
15	您認為吸引遊客進入當地觀光，體驗當地特有的生活，了解當地歷史、文化。	4.58	3
1	您認為產品要有創意及現代化設計。	4.58	3
8	您認為培育下一代傳統工藝人才，以及落實工藝技藝的傳承。	4.53	5
20	您認為當地鄉鎮公所共同協助，發展地方特色產業。	4.50	6
2	您認為將工藝品融入現代生活，變成生活工藝。	4.48	7
13	您認為當地的工藝家，對彼此獨特的工藝技術需相互尊重。	4.48	7
19	您認為善用媒體宣傳的力量，推廣地方特色產業，塑造出特色產業旅遊形象。	4.48	7
5	您認為由具有經營管理、推廣商品經驗的專業人才，來銷售商品。	4.47	10
10	您認為當地的廠商，須具有發展共識，共同建立具特色的地方產業。	4.45	11
14	您認為加強工藝美學教育的推廣。	4.45	11
16	您認為地方特色產業與生活產業(如旅館業、小吃業)，充分的合作。	4.43	13
21	您認為利用相關宣傳方式(如文宣及導覽手冊等)，來推廣地方特色產業之旅遊形象。	4.42	14
3	您認為舉辦工藝品促銷活動，來進行產品推廣。	4.40	15
18	您認為擁有地方工藝博物館，展示工藝品及保存當地工藝的歷史、文化。	4.40	15
6	您認為地方特色產業與當地民間組織(工會、協會或社造)相互配合。	4.35	17
17	您認為當地需要發展出與其他地方不同的地方特色。	4.35	17
12	您認為當地居民對當地特色產業的認同感。	4.33	19
7	您認為透過傳統優良工藝品認證制度，以及保護工藝品的發展價值。	4.29	20
11	您認為讓民眾親自體驗工藝品的創作活動。	4.27	21

#### 4.2.3.6 對地方特色產業影響地域振興之關鍵因素的滿意程度

針對影響因素滿意程度的分析結果(如下表 4.11)，顯示各題項之滿意度平均數最高分別為：「產品可以融入地方特色，成功營造自家產品特色化」(3.65)、「將工藝品設計融入現代生活，變成生活工藝。」(3.55)以及「您對本身已發展出獨有的工藝文化」(3.42)，顯示出業者對產品特色化與產品生活化，以及本身擁有的獨特工藝文化方面呈現出較為滿意的結果。

而平均值順位最低的前三項分別為：「強化學校的工藝美學的推廣」(2.61)、「當地居民對於地方產業，需有高度認同感」(2.65)以及「對於當地特色產業，與當地相關生活產業充分的合作。」(2.74)，由分析可知，業者普遍對於當地居民對特色產業的認同度，及社會大眾的工藝美學教育的狀況，以及目前地方上不同產業相互合作有著較多的期待。

表 4.11 「特色產業做為地域振興之影響因素」滿意程度排名

題號	問卷題項	滿意程度	
		平均數	排名
4	您的產品可以融入地方特色，成功營造自家產品特色化。	3.65	1
2	您能將工藝品設計融入現代生活，變成生活工藝。	3.55	2
9	您對本身已發展出獨有的工藝文化。	3.42	3
1	您對於本身在產品上，具有創意及現代化設計。	3.35	4
17	您對當地已經發展出，和其他地方不同的地方特色出來。	3.19	5
3	您的工藝品藉由舉辦產品促銷活動，來進行產品推廣。	3.13	6
6	您在經營發展上，與當地民間組織(工會或協會或社造)配合度很好。	3.10	7
21	您對於利用相關宣傳手法(如文宣及導覽手冊等)，來推廣地方特色產業之旅遊形象。	3.10	7
13	您對當地特色產業的工藝家，尊重彼此獨特的工藝技術，感到滿意。	3.03	9
10	您對當地特色產業的廠商，有發展共識，能共同努力建立具特色的地方產業。	2.94	10
19	您對於善用媒體宣傳的力量，推廣地方特色產業，塑造出特色產業旅遊形象的努力。	2.94	10
8	您對於運用培育傳統工藝人才的方式，來落實工藝技藝的傳承。	2.87	12
5	您對於公司已具備經營管理、行銷等專業方面的人才。	2.84	13
15	您對目前當地特色產業的發展，可以吸引遊客進入當地觀光，體驗當地特有的生活，了解當地歷史、文化。	2.84	13
7	您對於目前落實傳統優良工藝品認證制度，來保護我的工藝品創作價值。	2.83	15

表 4.11 「特色產業做為地域振興之影響因素」滿意程度排名(續)

題號	問卷題項	滿意程度	
		平均數	排名
11	您對於民眾參與工藝品創作的體驗活動之參與度，感到滿意。	2.77	16
18	您對於運用當地工藝博物館，來展示工藝品，來保存當地工藝歷史、文化的方式。	2.77	16
20	您對於當地鄉鎮公所共同協助，發展地方特色產業。	2.77	16
16	您對於當地特色產業，可以和當地相關生活產業(如旅館業、小吃業)充分的合作。	2.74	19
12	您認為當地居民對地方產業的認同度是感到滿意的。	2.65	20
14	您對現階段工藝美學教育的推廣。	2.61	21

### 4.3 以地方特色產業做為地域振興之策略發展

#### 4.3.1 分析結果

由上節得出的問卷分析結果，得出重要程度與滿意程度的平均數，經過IPA分析後製成座標圖（見圖4.1）。

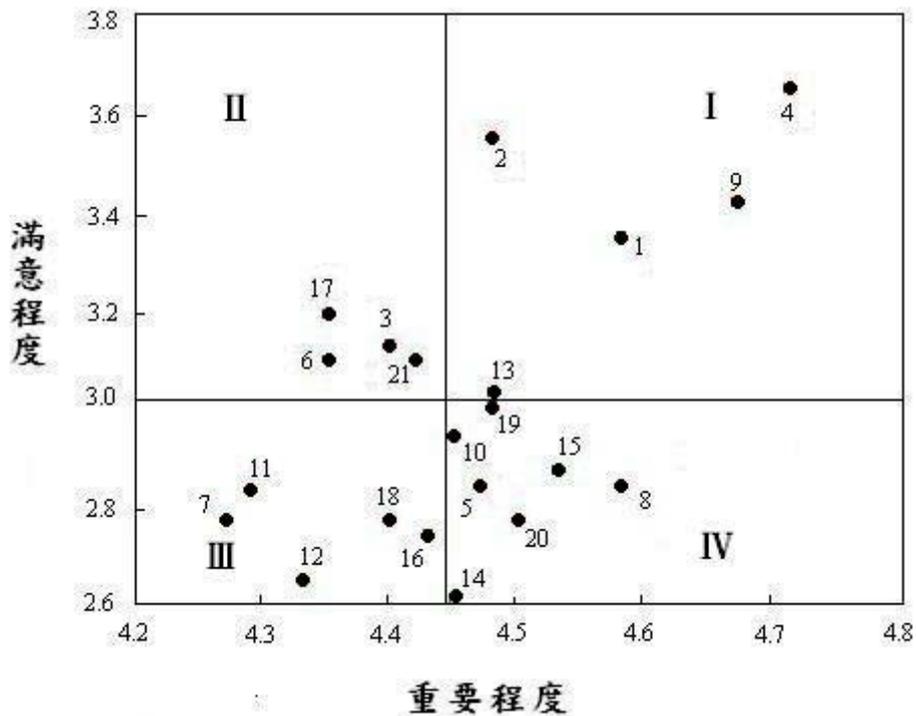


圖4.1 重要-表現程度座標分佈圖

藉由重要-表現程度分析，來探討地方特色產業目前對地方整體發展的需求，並提出地方特色產業改善之策略，本研究所提出的三個構面，共 21 個問項，經 IPA 分析後：

落在 I 象限(持續維持)之變項有：

- (1) 現代化產品設計、強化創新能力。
  - (2) 工藝品融入現代生活，變成生活工藝。
  - (4) 工藝品加入地方形象，具特色化且區隔化。
  - (9) 特色產業發展出當地獨有的工藝文化。
  - (13) 特色產業的工藝家，彼此獨特的工藝文化相互尊重。
- 顯示五項需持續維持。

落在 II 象限(供給過剩)之變項有：

- (3) 舉辦促銷活動，工藝產品推廣。
  - (6) 當地廠商與當地民間組織充分配合。
  - (17) 當地發展出與其他地方不同的特色出來。
  - (21) 利用宣傳文宣及導覽手冊，推廣地方特色產業旅遊形象。
- 顯示該四項過度重視。

落在 III 象限(次要改善)之變項有：

- (7) 透過工藝品認證制度，保護工藝品發展價值。
  - (11) 讓民眾親自體驗工藝品創作活動。
  - (12) 當地居民對於地方特色產業的認同感。
  - (16) 地方特色產業與生活產業(如旅館業、小吃業)充分合作。
  - (18) 設立當地工藝品博物館，展示工藝、保留歷史文化。
- 等五項，這五項都是需要採漸進方式改善，提高業者滿意度。

落在 IV 象限(加強改善焦點)之變項有：

- (5) 導入經營管理、行銷等專業人才。
  - (8) 培育傳統工藝技能人才，落實歷史文化的傳承。
  - (10) 在地的特色產業業者，需有發展共識，共同建立具特色的地方產業。
  - (14) 強化學校的工藝美學的推廣。
  - (15) 吸引遊客進入當地觀光，體驗當地特有的歷史、文化與生活。
  - (19) 善用媒體廣宣的力量，推廣地方特色產業，形塑本地特色產業旅遊形象。
  - (20) 鄉鎮公所共同協助，發展地方特色產業。
- 等七項宜作強化改善。

### 4.3.2 小結

1. 問項落在 I 象限時，顯示高重要高滿意的結果，表示業者對題項的現況有較滿意的狀態。

問卷分析結果代表業者（已受政府輔導過）可能安於現狀，而呈現高滿意之主觀認知，但訪談分析及文獻回顧皆認為整體地方產業：設計創新能力較弱、工藝品應走向生活工藝、地方產業加入地方形象、地方產業發展出不同地方特色、同業間應相互尊重所呈現出的分析結果，與業者呈現出的主觀認知有很大的不同。總而言之，政府的輔導團隊對地方特色產業而言，對這幾個題項有補強的作用，故對於其他業者（未受輔導過）而言，這幾個題項是值得再持續強化的地方。

2. 問項落在 II 象限時，顯示低重要高滿意的結果，表示業者對題項的現況有較滿意狀態。

從文獻回顧及訪談分析呈現出的整體現況有所差異，顯示政府在輔導業者舉辦促銷活動工藝產品推廣、利用宣傳文宣及導覽手冊，推廣地方旅遊形象、當地廠商與當地民間組織充分配合、當地發展出與其他地方不同的特色等等方面，已普遍獲得業者的高滿意，但分析結果卻產生業者認為重要性較低的現象。由此得知，未來政府在輔導地方產業業者時，可以減少這些部分的比重，將減少部份移轉至其它方面發展。

3. 問項落在 III 象限時，顯示低重要低滿意的結果，表示業者對題項的現況有較多的期待。

透過讓民眾親自體驗工藝品創作活動、當地居民對於地方特色產業的認同感高、工藝品認證制度、地方特色產業與生活產業充分合作、設立當地工藝品博物館等等，並非立竿見影或是立即可改善的問題，上述問題可作為未來政府單位輔導地方特色產業時長期改善之目標。另外從文獻回顧及訪談分析中得知，讓民眾親自體驗工藝品創作活動、當地居民對於地方特色產業的認同感高，是地域振興中重要的概念，但分析結果卻顯示不重要不滿意結果，顯示政府未來若要以地方產業作為地域振興的面向，此兩個題項將是特別加強改善的關鍵所在。

4. 問項落在IV象限時，顯示高重要低滿意的結果，表示業者對現況有更多的需求。

從分析中可以得知，應立即加強改善「高重視程度但低滿意度」的改善策略，其中導入經營管理、行銷等專業人才、培育傳統工藝技能人才、特色產業業者有發展共識、強化學校的工藝美學的推廣、吸引遊客體驗當地特有的歷史、文化與生活、善用媒體推廣地方特色產業及鄉鎮公所共同協助發展地方產業，上述七項都是業者認為重要性很高，但滿意度偏低的項目，因此未來有關單位在輔導時應立即重視這些問題，作為推廣地方產業或是輔導時重要的參考依據，將其列為立即加強的重點。

業者對地方發展的整體策略之重視程度，分析發現最受業者重視的產業構面，前三名依序為產品融入地方特色、具有創意與能力與產品融入生活中；文化構面的前三名依序為發展出特有工藝文化、培育工藝人才與對彼此工藝技術相互尊重；觀光構面的前三名依序為吸引遊客體驗地方生活、公所共同協助發展與利用媒體力量宣傳旅遊形象，因此未來政府單位應針對這些項目持續加強改善，更符合業者的期望。

此外整體業者對產業構面最不滿意的前三名依序為「落實工藝品認證制度」、「具備經營管理人才」與「與地方組織充分配合」，文化構面的前三名依序為「落實工藝美學推廣」、「地方居民對產業認同」與「民眾參與工藝品創作」，觀光構面的前三名依序為「地方產業與生活產業充分合作」、「鄉鎮公所共同配合協助」與「利用工藝博物館展示文物保存文化」。針對這些較不滿意的項目應加強改善。

從上述分析資料顯示，未來之經營策略應就重視-表現分析之結果，對應繼續改善提升的部分應持續改善，對應加強改善的部分應儘速改進。

## 第 5 章 結論與建議

本研究研究結果與發現，回應本研究之研究目的，本研究做成以下幾點研究結論。

### 5.1 地方特色產業發展現況

#### (一) 以小企業居多

根據分析結果得知，地方特色產業以「規模小」企業居多，不少是以工作坊方式呈現。與黃世輝（2006）提到地方特色產業規模，多以微小型企業為主的論點，與本研究結論相符。

#### (二) 多數具有歷史性

根據分析結果得知，地方特色產業大多是具有歷史性的產業，在研究中得知成立 20 多年以上的業者佔大多數。蔡渭水（2005）也提到地方產業通常發展了一段不短的時間，表示地方特色產業多是具有歷史性的產業，與本研究相符。

### 5.2 地方特色產業發展策略

#### (一) 落實認證制度

經過分析結果得知，落實認證制度對於地方特色產業有其可行性。從訪談分析得出建構產品認證制度有加值的效果，再從問卷結果分析得知，業者對目前普遍工藝認證制度的滿意度不高(2.84)。由此可知，政府相關單位對於工藝認證制度之輔導項目仍有加強空間，應做為未來在執行輔導計畫時的參考依據，本結論與蘇錦夥（2005）所提出的地方特色產業相關產品認證不足，應當再去強化認證的說法相符。

#### (二) 產品走向生活工藝

經過分析結果得知，地方業者對產品融入現代生活，形成生活工

藝的態度，加上問卷結果分析得知，業者對產品融入現代生活的滿意度(3.55)。顯示目前業者普遍滿意產品走向生活工藝的成效，因此未來輔導時應將產品持續朝生活工藝發展。分析結果與訪談結果提出的地方產業需要朝生活工藝發展的看法相符。

### (三) 產品融入地方形象

經過分析結果得知，地方業者對產品融入地方形象，營造產品特色化的態度，從問卷結果分析得知，業者對產品融入地方形象的滿意度(3.65)，在整體滿意度問卷中排名第一，顯示目前地方業者對於產品融入地方形象的發展方式，普遍感到高度的滿意，因此未來在輔導時可以持續將產品融入不同的地方形象來發展。分析結果與黃世輝(2003)所提出將產品與地方意象相互做結合的結論相符。

### (四) 培育地方專業人才

經過分析結果得知，地方產業對於培育地方專業人才方面的態度，訪談分析說明目前培育地方專業人才的不足，加上問卷結果分析得知，業者對於培育地方專業人才的滿意度(2.87)普遍較為不滿意。顯示目前地方業者在此方面認為有加強改善的空間，因此未來輔導時多培育地方專業人才，讓地方產業得以有足夠人才延續下去。此結論與翁徐得(2006)提出的加強人才培育的結論相符。

### (五) 強化獨特工藝文化

經過分析結果得知，地方產業對於強化獨特工藝文化方面的態度，訪談分析說明業者要去強化自己獨特的工藝文化，加上問卷結果分析得知，業者對自己擁有獨特工藝文化的滿意度(3.42)，普遍較為滿意的情況，顯示目前業者對於擁有獨特工藝文化感到滿意，因此未來輔導時持續去差異化、特色化，創造出業者各自的獨特工藝文化。此結論與王本壯(2000)所提出的須強化產品的風格與特色的說法相符。

### (六) 成立工藝博物館

經過分析結果得知，建立工藝博物館作為地域振興的效果，經訪談分析得知工藝博物館對地方發展，可以保存地方累積下來的文化與

資產，加上問卷分析結果得知，業者對工藝博物館的滿意度不高(2.77)。本研究與丸岡隆之(1997)提到可以藉由博物館的設立，展示陳列地方傳統工藝品的資料，提供相關的地方文化訊息，提升遊客進入當地觀光消費的意願的說法相符。

#### (七) 強化地方生活機能

生活機能改善可以強化地方產業作為地域振興的效果，經訪談分析得知生活機能改善將對地方發展有著重要影響，再從問卷分析結果得知，業者對生活機能的合作與改善的滿意度不高(2.74)。由此可知目前地方仍欠缺良好的生活機能，這將顯示目前地方產業的生活機能較為不足，應當持續改善地方產業生活機能。本結論與王本壯(2000)提出的地方產業強化生活機能，改善地方產業環境的結論相符合。

#### (八) 結合地方組織的資源發展地方產業

問卷分析結果得知，業者對與地方民間組織配合的滿意度(3.10)，普遍滿意度較高。由此可知目前地方產業與地方組織配合的滿意度不錯，未來在輔導時應持續維持下去。本結論與訪談分析得知地方組織對地方產業發展相當重要的結論相符。

#### (九) 培養業者互相尊重工藝技術的文化

問卷分析結果得知，業者對互相尊重的工藝文化的滿意度(3.03)，業者的滿意度普遍較高。由此可知目前業者對於彼此間的互相尊重的工藝文化，普遍認為相當滿意，這顯示未來在輔導時應當持續推廣下去。本結論與訪談分析之培養互相尊重工藝技術的文化，對地方整體發展相當重要之結論相符合。

#### (十) 推廣民眾的工藝美學

經訪談分析得知推廣民眾的工藝美學對地方發展有著重要影響，加上問卷分析結果得知，業者對推廣民眾的工藝美學的滿意度不高(2.61)。由此可知目前業者普遍不滿意目前民眾的工藝美學，這也將導致工藝產品不易被接受的因素。本結論與丸岡隆之(1997)提出改善民眾使用工藝品的態度，將對地方發展，有正面幫助的結論符合。

### 5.3 以地方特色產業做為地域振興之困境

#### (一) 居民對地方事務認同較低

問卷分析結果，顯示出地方居民對地方產業認同度之滿意度不高(2.65)，由此可知地方居民對地方事務認同度明顯較弱，這將導致無法地域振興的關鍵因素所在，此問題應作為之後地方產業作為地域振興時的改善重點項目。本結論與訪談分析得知當地居民認同度不足的結論，和洪富峰(2003)提出的人們對地方生活週遭的事務缺乏參與的說法相符。

#### (二) 同業缺乏共同發展共識

問卷分析結果顯示出業者對同業有共同發展共識、相互合作的滿意度不高(2.97)，由此可知地方產業同業間微弱的發展共識，也將導致無法地域振興的重要因素所在。本結論與經訪談得知同業對於共同發展的共識較不足的結論，和蔡渭水(2005)提出的地方產業發生共識不一致，將影響地方整體發展的結論相符。

#### (三) 業者研發能力不足

問卷結果分析得知，業者對目前所擁有的創新設計能力的滿意度(3.35)，業者普遍對設計創新能力有較高的滿意，顯示相關單位在改善業者的創新設計能力，普遍獲得業者高度的認同，因此未來在輔導計畫時創新和設計能力，還是持續不斷加強的部份。本結論與訪談分析得知的業者研發設計能力仍再強化的結論相符。

#### (四) 民眾工藝創作之體驗不足

問卷結果分析得知，業者對於民眾親自創作的滿意程度(2.77)仍較為偏低的。由此可知業者對於民眾親自體驗工藝創作還是有所期待，但是要立刻改善民眾體驗工藝品創作的習慣，並非短時間就能有所成效的，因此未來在輔導時應持續推動該方面的不足。此結論與訪談所得知目前民眾親自體驗工藝品創作方面不足，且該方面有改善空間的結論相符。

#### (五) 地方的特色趨於模糊化

問卷結果分析得知，業者對已發展出與其他地方不同特色的滿意度(3.19)，顯示目前業者對於目前已發展出與其他地方不同的特色感到滿意，因此未來相關單位再執行輔導時可持續去推動，讓各地方可以找出各自不同的地方特色。此結論與訪談分析得知目前整體地方產業的特色趨於模糊，導致地方特色產業特色不易區隔的說法相符。

#### (六) 民眾缺乏深度的地方生活體驗

問卷分析結果得知，業者對目前提供的地方生活深度體驗的滿意度不高(2.84)，由此可知目前仍缺乏深度的地方生活體驗，這也將是導致無法地域振興的因素點所在。此結論與訪談分析得知目前地方生活深度體驗較為缺乏的結論相符。

#### (七) 地方政府較缺乏發展地方產業的概念

問卷分析結果得知，業者對鄉鎮公所共同協助發展的滿意度不高(2.77)。由此可知目前鄉公所較無共同協助發展共識，這也將是無法地域振興的因素點所在。此結論與訪談分析得知鄉鎮公所較為缺乏協助地方產業發展的概念的結論相符合。

### 5.4 以地方特色產業作為地域振興之策略

本研究目的在探討目前地方特色產業所遭遇的問題，依據各問題呈現於 IPA 之各象限進行策略擬定，將落入 I 象限「繼續保持」、II 象限「供給過度」及 IV 象限「改善的重點」視為短期改善策略；而 III 象限「優先順序低」則視為中長期改善策略，策略分別擬定如下：

#### (一) 地方特色產業作為地域振興之短期策略

##### (1) 加強地方人才培育，提升業者創新能力，使產品具生活化。

地方特色產業業者也可與大專院校來合作，結合大專院校學生的設計能力，強化工藝產品維持現代化設計及創意、強化創新能力，彌

補設計創新較薄弱的一環，共同培育傳統工藝技能人才，落實工藝文化技術的傳承與歷史的保存。另也要讓工藝產品融入現代生活，使工藝品不再只是收藏品的功能，慢慢變成生活中常用的生活用品。並結合專業輔導團隊的專業，強化行銷層面的能力，導入經營管理、行銷等專業人才，讓地方業者有能力永續經營地方特色產業。

## (2) 發展地方工藝獨特的文化，彼此間互相尊重工藝文化。

工藝品融入地方形象，讓產品做出自己特色和區隔出來，使工藝產品與外面同質性較高的產品做競爭。換句話說，工藝家可以藉著發展出獨有的工藝文化，利用該文化的特色作為包裝做出明顯的區隔。而在發展各自得工藝文化的同時，必須對彼此獨特的工藝文化互相尊重，形成一種尊重別人智慧產權的文化，形成一種公共輿論，就是說若某一個人創新了一個東西，然後如果有人模仿他，那麼模仿者將會被大家撻伐，要去形成一種尊重他人智慧財產權的，打從心裡去尊重別人的智慧財產權。

## (3) 善用地方民間組織的資源合作發展，找出專屬地方特有的特色。

地方特色產業業者與當地的民間組織應當充分合作，畢竟最了解當地產業環境的是地方業者及地方民間組織，由地方民間組織協助參與輔導團隊輔導計畫，既使輔導時結束了，也能夠由當地民間組織繼續承接工作，如此一來對地方產業永續經營將有正面的幫助。由此可知，發展地方特色產業的事務，應由地方政府與地方民間團體同心協助配合發展，畢竟中央政府是站在輔助的角度給予輔導協助，最了解地方的歷史、文化特色，應該是地方政府或地方民間團體，故輔導團隊進入地方進行輔導時，應與地方政府及地方民間組織做充分的溝通協調，擬定共同發展地方產業的計畫，由地方政府作為與地方業者溝通的窗口，明確了解業者實際的需求後，擬定真正符合業者需求的輔導計畫，使整個輔導計畫的成效發揮到最大。另外地方特色產業經常出現被模仿的危機，因此在推動地方特色產業的同時，應當更明確地型塑各地不同的特色出來，讓同質性較高的產業在不同的地方也應有著不一樣的特色訴求，避免各地的特色趨於相似性過高的情況。

其實可透過舉辦促銷活動，進行地方工藝產品的推廣，吸引人潮進入地方消費或觀光，此時可以結合地方政府，推出地方產業觀光的套裝行程，利用宣傳文宣及導覽手冊，一同推廣地方特色產業的旅遊形象。而在日常生活方面，可利用電視媒體提供相關地方特色產業的資訊，在這方面可參考日本料理東西軍電視節目方式，由電視節目來介紹台灣各地方獨特的地方特色產業，讓民眾能輕易且快速地來獲得各地不同地方特色產業的文化特色，從中認識地方特色產業的情況，間接增強民眾拜訪地方特色產業的意願，增加遊客進入當地觀光，體驗當地特有的歷史、文化與生活。

#### (4) 加強同業間共同合作發展，並落實工藝美學的推廣。

將具有地方特色的工藝課程，設計至學校教育課程中，從小開始推廣工藝美學的教育，讓地方工藝慢慢融入民眾的生活。藉由學校老師教學的過程中，引導孩子對傳統工藝美學的認識，再慢慢藉由孩子對傳統工藝的喜愛，慢慢將影響傳達給父母親，循序漸進才能慢慢影響地方的民眾，提升一般民眾對傳統工藝喜愛的程度。

由地方所有的業者共同發展地方特色產業，故舉辦輔導前的公聽會是必要的，可利用社區總體營造中的「工作坊」手法，讓所有業者共同提出地方發展方針，因此業者間不僅需要高度發展共識，也需要當地居民對地方產業高度的向心力，共同擬定地方發展藍圖。最後擬出最符合地方居民的期望，且真正找出適合地方業者的需求，才有機會帶動整體地區發展。

## (二) 地方特色產業作為地域振興之中長期策略

### (1) 實施工藝產品認證制度，落實保存地方的工藝文物。

目前台灣較缺乏工藝產品認證制度，提供產品認證制度是可減少氾濫的仿冒品，故藉由公正且具公信力的認證單位，給予產品認證的協助，確保產品的價值所在，保護特色產業的發展價值，相對的也是給予地方特色產業業者莫大的鼓勵作用。

另外設立當地的工藝品博物館，展示屬於地方的工藝品及保存地

方工藝歷史、文化，讓遊客進入當地可以參觀工藝博物館，了解地方累積下來的歷史與文化，讓整個地方的珍貴文物具體呈現出來。此外也要提升在地居民對地方的文化高度的認同感，倘若民眾參與度提高，那對地方的向心力自然就強，對整個區域發展有著正面的助益。

## (2) 地方產業異業間，彼此合作環環相扣，建構地方優質的生活環境。

地域振興非單一廠商就可擔負起帶動區域整體發展的動力，要帶動地區發展需要地方業者共同配合。另外也需要配合地方生活機能的改善，如週邊的生活產業(如旅館和小吃業)相輔相成，地方特色產業與生活產業環環相扣，營造區域整體性的繁榮發展。假設地方生活機能也能改善可連帶地方逐漸繁榮起來，提升民眾前來地方深度體驗工藝品創作的意願，讓民眾認識工藝真品的價值、瞭解工藝真品的涵養，提升民眾生活工藝的品質。

以整體研究而言，政府輔導地方特色產業的角色是在「輔導」與「協助」，若要以地方特色產業作為帶動地區整體發展的火車頭，並非單靠政府輔導三年的計畫案就可以達成的，一切要回到源頭，需要靠產業本身及當地居民共同努力，他們是否擁有強烈的地方發展共識，由地方業者和地方居民自主性的找出地方特色，共同建構地方發展遠景，結合創造出一個屬於當地的特色產業，才是最主要的目標。再者，由專家學者訪談中得知，運用社區總體營造持續不斷的推動，強化業者對地方產業發展的共識，也強化居民對地方產業的認同感，共同營造優質的生活環境，不僅讓地方產業能夠賺到錢，居民生活也過的好，因此以社區總體營造做為地方發展初步的手段，是目前可以預期達到地域振興的目標。故專業輔導團隊應該扮演「協助」、「輔導」的工作，提供地方發展所欠缺的元素。另外從深度訪談的過程中得知，不少受訪者皆提到，若以地方特色產業作為地域振興的一個動力，那就要看執行者怎麼做！由此得知地方特色產業要作為地域振興的動力，執行者的操作手法非常關鍵，由研究結果得知，執行者良好的操作手法，確實可以讓地方特色產業帶動地域振興。

然而，發展地方特色產業的過程中，首要以「地方特色」為發展

核心，將地方獨有特色融入地方產業來發展，並將工藝品設計融入生活，並適度改善地方生活機能，藉由完善的地方環境吸引遊客進入，提供給遊客較高品質、且深度的工藝體驗活動，讓遊客享受一種兼具生活與工藝創作體驗之旅，使工藝品不再是收藏品，而是一種享受生活用品。如此一來，地方特色產業可因地方居民樂於關心，觀光客的樂於觀光，成為永續發展之地方產業。

## 5.5 建議

以國內發展狀況而言，不論是哪個類型的地方特色產業，都應尋找出以地方產業作為地域振興之評估準則。當政府輔導計畫一個又一個推動時，實際的輔導過後的評估機制卻不容易有效建立，加上鄉鎮公所若無經費共同配合發展與協助，以及地方業者缺乏高度發展共識，且地方居民缺乏對地方產業的認同感等，這些都是以地方特色產業作為地域振興的阻力所在。現在，不論哪個地方的特色產業都在爭相競爭、模仿。看見別人賣得好的產品，就爭相拿來賣；看見別人產業有賺頭，也跟著學；模糊了原本地方產業的特色，讓地方各自獨有之「特色」模糊不清。

面對全球化競爭之下，持續地方特色產業是可以期待的發展機會，不僅可以保存地方特有的歷史、文化，也能有機會活化其他相關產業的發展，進而帶動起地區整體的發展。換句話說，政府在輔導地方特色產業時，建立一套完善的輔導機制，隨不同層級給予不同之輔導與協助，來提供地方特色產業業者。另外在地方特色產業業者方面，也必須有高度的發展共識，在保存歷史文化、永續經營下的前提下，維持地方獨特之「特色」。提供遊客一個具地方特色，且值得回味的地方旅遊環境。

在深度訪談地方產業業者，及親自發放問卷給業者的過程中，讓筆者了解到大多數地方特色產業業者，對於地方特色產業發展仍有高度的期待，他們期望能藉由地方特色產業真正帶動起地方發展的活力，也更期望政府能加快輔導地方特色產業的計畫。另外也有不少填答問卷的業者，對於地方特色產業的發展方面，提出許多寶貴的看法

與建議，由此可知地方產業業者仍對於地方產業的發展仍抱持很高期望。因此要發展地方特色產業，不是只靠單一家業者的努力就可以發展起來，仍需由地方民間組織來結合地方業者的共識，加上輔導單位從旁的協助，共同來落實地方特色產業帶動地方整體發展的目標。

希望藉由本研究之探討，所建構地方特色產業帶動地區整體發展的策略，能提供政府與地方特色產業業者之努力方向，及做為台灣未來地方特色產業永續發展之參考。

## **5.6 後續研究建議**

本研究經由文獻回顧、研究過程及研究限制，提出之後續研究建議如下：

### **一、進行個案探討，建構各地不同之地域振興策略**

本研究以議題探討之方式，針對地方特色產業做為地域振興進行策略規劃。然而各地方產業之環境皆不相同，在建構策略上亦會有所差異。因此，建議後續相關之研究者可以採用個案研究，發展建立出因地制宜之地方產業振興策略。

### **二、地方居民對地方產業做為地域振興之觀點**

基於研究限制，本研究僅從產、官、學的角度來看地方產業的發展，缺少了地域振興中最重要「居民」。後續研究者可以嘗試從在地居民的角度，重新探討地方產業做為地域振興發展的相關議題。

## 參考文獻

### 中文部份

- 丸岡隆之 (1997)。從中日交流計畫鶯歌地方產業振興研習--看日本傳統工藝產業振興與經驗。《陶藝經緯》，14，122-129。
- 孔憲法、林峰田、黃萬翔 (2003)。《台灣城鄉發展》。台北：空大。
- 王本壯 (2000)。從社區總體營造推動地方特色產業振興的策略—以三義木雕產業為例。《聯合學報》，17，125-134。
- 王俊豪 (2004)。從社區營造到地域振興-德國鄉村發展的觀點。邁向下一個社造十年研討會，台北文化大學推廣部。
- 王緝慈 (1998)。關於高新技術產業開發區對區域發展影響的分析構架。《中國工業經濟》，3，54-57。
- 王素鸞 (2005)。地方特色產業的輔導資源應有效整合。《台灣財經評論》。2006年3月8日取自 <http://twbusiness.nat.gov.tw/paper/y05/10/37-241.htm>
- 王素鸞、吳惠林、鄭凱方 (2002)。九十一年中小企業白皮書計畫相關議題中小企業之經營動向 (編號：9109-3-0580A)。台北市：經濟部。
- 台北市商業管理處 (2004)。《臺北市萬華、大同地區特色產業調查研究》。計畫執行期間 2001.04.18~2001.12。台灣經濟研究院。
- 台灣社區通 (2006a)。2006年4月30日取自  
[http://sixstar.cca.gov.tw/06\\_plan/community\\_detail.php?sID=65](http://sixstar.cca.gov.tw/06_plan/community_detail.php?sID=65)
- 台灣社區通 (2006b)。2006年4月30日取自  
[http://sixstar.cca.gov.tw/06\\_plan/newcountry\\_detail.php?sID=15](http://sixstar.cca.gov.tw/06_plan/newcountry_detail.php?sID=15)
- 台灣社區通 (2006c)。2006年8月2日取自  
[http://sixstar.cca.gov.tw/06\\_plan/newcountry\\_detail.php?sID=10](http://sixstar.cca.gov.tw/06_plan/newcountry_detail.php?sID=10)
- 加藤純一郎，陳泰松，宮崎清，黃世輝，黃麗淑，翁徐得 (1995)。鹿港的城鎮發展與傳統手工藝振興。《台灣手工業季刊》，13，25-36。
- 地方特色輔導說明 (2005)。2005年10月25日取自  
<http://esmeap3.moeasmea.Gov.tw/sm/esr/History/050930/article04.htm>
- 在地星級報 (2005)。2005年12月8日取自 <http://www.localnet.org.tw/epaper/01.jsp>
- 在地網 (2006a)。《在地好風光》。2006年8月1日取自  
[http://www.localnet.org.tw/good\\_sights/15.jsp](http://www.localnet.org.tw/good_sights/15.jsp)

- 在地網 (2006b)。在地好風光。2006年8月1日取自  
[http://www.localnet.org.tw/good\\_sights/18.jsp](http://www.localnet.org.tw/good_sights/18.jsp)
- 在地網 (2006c)。在地好風光。2006年8月1日取自  
[http://www.localnet.org.tw/good\\_sights/21.jsp](http://www.localnet.org.tw/good_sights/21.jsp)
- 在地網 (2006d)。在地好風光。2006年8月1日取自  
[http://www.localnet.org.tw/good\\_sights/27.jsp](http://www.localnet.org.tw/good_sights/27.jsp)
- 行政院勞工委員會 (2006)。2005多元就業開發方案。2006年8月1日取自  
<http://www.rivers.com.tw/jtw-demo/n072.asp>
- 朱柔若譯 (2000)。社會研究方法--質化與量化取向。台北：揚智。
- 吳芝儀、李奉儒譯 (1995)。質的評鑑與研究。台北：桂冠圖書。
- 黃星滿 (2004)。日本產業發展措施之研究。經濟研究，5，263-288。
- 呂芳堯 (2000)。國外文化產業振興案例。地方文化產業振興經驗交流暨人才培訓研討會，臺北。
- 余朝權 (2001)。競爭性行銷。台北：長程出版社。
- 吳忠宏、黃宗成 (2001)。玉山國家公園管理處服務品質之研究--以遊客滿意度為例。國家公園學報，11(2)，117-135。
- 辛晚教 (1982)。都市及區域計畫。台北：中國地政研究所。
- 李朝賢 (1993)。區域發展規劃。台北：華泰文化事業股份有限公司。
- 林美雪 (2001)。日本振興地方產業政策—以高知縣為例。工業簡訊，31(12)，71-72。
- 林美萱 (2001)。發展地方性產業。國家政策論壇，1(4)，149-150。
- 林振春 (2000)。地方文化產業經營問之因應。地方文化產業振興經驗交流暨人才培訓研討會，臺北。
- 林瑞木、陳碧琳 (2003)。社區型文化創意產業案例報告「白米木屐村」。92年度文化創意產業與區域經濟發展研討會，臺北。
- 范麗娟 (1995)。深度訪談簡介，戶外遊憩研究，7(2)，25-35。
- 洪文珍、翁徐得譯 (1995)。傳統性工藝產品產業與地域振興。台灣手工業，54，4-10。
- 洪于佩 (2003)。我國各縣市地方競爭力評比之研究。政治大學地政研究所未出

- 版碩士論文，台北。
- 洪富峰（2003）。**都會社區營造與區域產業振興**。92年度文化創意產業與區域經濟發展研討會，台北。
- 神戶憲治（1998）。**活用地方資源與技術的設計**。地方產業振興研習會—苗栗地方特色產品開發，苗栗。
- 胡幼慧主編（2003）。**質性研究理論、方法及本土女性研究實例**。臺北：巨流圖書有限公司。
- 施鴻志（2000）。**地區經營管理**。新竹：建都文化事業。
- 翁徐得（1995）。地方產業與地域振興。**台灣手工業**，55，10-15。
- 翁徐得（2006）。**社區產業與就業**。2006年6月25日取自  
<http://cesroc.org.tw/8/04-05.htm>
- 財團法人國家文化藝術基金會（2006）。**創意ABC**。2006年8月1日取自  
[http://www.ncafroc.org.tw/news/index\\_news.asp?ser\\_no=166](http://www.ncafroc.org.tw/news/index_news.asp?ser_no=166)
- 陳正昌、程炳林、陳新豐、劉子鍵（2003）。**多變量分析方法：統計軟體應用**。台北：五南書局。
- 陳泰松（2000）。**地方工藝產業振興與社區總體營造**。地方文化產業振興經驗交流暨人才培訓研討會，臺北。
- 陳耀茂（1999）。**多變量解析方法與應用**。台北：五南書局。
- 陳華昇（2001）。**中部產業及區域發展問題與前景**。國政研究報告計劃。2007年1月9號取自 <http://www.npf.org.tw/PUBLICATION/IA/090/IA-R-090-022.htm>
- 黃世輝（2003）。**地域設計與區域活化—日本的地域振興政策**。92年度文化創意產業與區域經濟發展研討會，台北。
- 黃世輝（2004）。**觀光木作產業的發展策略探討—以台灣工藝產業與日本木作產業為例**。「林業文化產業與空間發展」國際學術研討會，台北。
- 黃世輝（2005）。**「社區營造」與整合型「地域振興」**。2005年10月25日取自  
<http://www.cesroc.org.tw/eNEWS/index41.htm#08>
- 黃世輝（2006）。**文化扎根與產業振興**。2006年6月25日取自  
<http://cesroc.org.tw/8/04-05.htm>
- 曾旭正（1997）。**讓社區動起來-總體營造行動資源手冊**。台北：專業者都市改革組織。

- 曾梓峰 (2002)。工業文化遺產再利用與地方活化—德國魯爾區再發展的經驗。2002 文化論壇—世界遺址講座，台北。
- 游常山 (1999)。永續經濟。天下雜誌，223，15-25。
- 黃章展、李素馨、侯錦雄 (1999)。應用重要-表現程度分析法探討青少年觀光遊憩活動需求特性，1999 年休閒、遊憩、觀光研究成果研討會論文集—遊憩需求與效益研究，99-114。
- 黃富娟 (2006)。地方特色產業的再發展—市場行銷的思考。中華民國太平洋企業論壇檢簡訊，5，12-13。
- 黃淑芬、宮崎清 (1999a)。從「傳統地方工藝品產業」試論「產業文化化、文化產業化」，社區美學學術研討會論文集，309-342。
- 黃淑芬、宮崎清 (1999b)。傳統產業的再生。2006 年 8 月 5 日取自 <http://www.cesroc.org.tw/newland/hl03-17.htm>
- 詹秀員 (2002)。社區權力結構與社區發展功能。台北：洪葉。
- 楊宗孝 (2002)。活化具有地方特色工藝產業。台灣工藝季刊，16，55-61。
- 詹宗憲 (2004)。產品組合、落差理論與重要-表現程度分析法在藝術節慶活動管理診斷之應用—以嘉義市國際管樂節為例。嘉義大學管理研究所碩士論文未出版，嘉義。
- 楊瑪利 (2003)。放眼台灣。天下雜誌，280，56-78。
- 經濟部 (2002)。2002 年中小企業白皮書。台北市：經濟部。
- 經濟部 (2005)。2005 年中小企業白皮書。台北市：經濟部。
- 經濟部中小企業處 (2002)。91 年中小企業經營動向。台北市：經濟部。
- 經濟部中小企業處 (2005)。2005 地方特色產業暨社區小企業輔導成果專輯。台北市：經濟部。
- 蔡宏進 (1993)。鄉村發展的理論與實際。台北：東大。
- 蔡渭水 (2005)。如何推動產業創新育成，強化台灣經濟活力。2005 全國中小企業發展會議，台北國際會議中心。
- 劉新圓 (2005)。日本社區總體營造的發軔與運作。國政研究報告計畫。2005 年 12 月 8 日取自 <http://www.npf.org.tw/PUBLICATION/EC/094/EC-R-094-009.htm>
- 廖嘉展 (1992)。手工藝產業重生之路。天下雜誌，132，23-34。

- 賴杉桂 (2002)。永續發展的地方行政經營與 21 世紀中小企業生存發展之道。挑戰 2008 國家發展重點計畫「發展地方特色產業與社區企業」研討會，高雄。
- 蕭偉良 (2003)。地區發展計畫對特色產業商店街發展成效之評價-以三義水美木雕街為例。中華大學建築與都市計畫研究所碩士論文，未出版，新竹。
- 鄭凱方 (2002)。地方特色產業的發展如何帶動經濟繁榮。經濟前瞻雙月刊，83，52-55。
- 戴肇洋 (1999)。區域性小企業發展及政府相關支援策略之研究。計畫執行期間:1998.11.1~1999.4.20。台灣綜合研究院。
- 簡春安、鄒平儀 (1998)。社會工作研究法。台北：巨流。
- 蘇錦夥 (2005)。發展社區及地方特色產業，創造在地就業機會。2005 全國中小企業發展會議，台北國際會議中心。

#### 英文部分

- Bainbridge, W. S. (1989). *Survey Research: A Computer-Assistant Introduction*. Belmont, CA: Wadsworth.
- Bainbridge, W. S. (1989). *Survey Research: A Qualitative Approach to Recreation, Parks, and Leisure Research*. Stage College, PA: Venture.
- Chapman, R. G. (1993). Brand performance comparatives. *Journal of products & Brand Management*, 2(1), 42-50.
- Chu, R. K. S., & Choi, T. (2000). An importance-performance analysis of hotel selection factors in the Hong Kong hotel industry: A comparison of business and leisure travelers. *Tourism Management*, 21, 363-377.
- Dernoi, L. A. (1991). About rural & farm tourism. *Tourism Recreation Research*, 1(1), 3-6.
- Hawes, J. M., Kiser, G. E., & Rao, C. P. (1982). Analyzing the market for planned 96 retirement communities in the Southwest. *Baylor Business Studie*, 13, 39-46.
- Hawes, J. M., & Rao, C. P. (1985). Using importance-performance analysis to develop health care marketing strategies, *Journal of Health Care Sethna*, B. N. (1982). Extensions and testing of importance-performance analysis, *Business*

- Economics, 28-31.
- Henderson, K. A. (1991). *Dimensions of Choice: A Qualitative Approach to Recreation, Park, and Leisure Research*. State College, PA: Venture.
- Kozak, M., & Nield, K. (1998). Importance-performance analysis and cultural perspectives in Romanian Black Sea resorts. *Anatolia International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 9(2), 99-116.
- Numan, W. L. (1997). *Social research methods: Quatitative and quantitative approaches*. 3rd ed. MA: Allyn and Bacon.
- Oppermann, M. (1996). Rural tourism in Southern Germany. *Annals of Tourism Research*, 23(1), 86-102.
- O'Sullivan, R. L. (1991). *Marketing for parks, recreation, and leisure*. State College, PA: Vemture, 271.
- Patton, M. (1990). *Qualitative Evaluation and Research Methods*. Newbury Park. CA : Sage.
- Porter, M. E. (1998). *The Competitive Advantage of Nations (with a new foreword)*. New York: The Free Press.
- Porter, M.E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.
- Robinson, R. (1981). Industrialization, New Ports and Spatial Development Strategies in Less-developed Countries: the Case of Thailand. In B. S. Hoyleand D. A. Pinder, (Eds.), *Cityport Industrialization & Regional Development: Spatial Analysis and Planning Strategies*. Oxford: Pergamon Press.
- Tesch, R. (1990). *Qualitative Research: Analysis Types and Software Tolls*. New York, NY: Falmer.
- William, G. S. (1979). *The economics of industrial organization* , Englewood Cliffs. N.J.: Prentice-Hall.

# 附錄一

## 歷年地方特色產業輔導計畫一覽表

地區別	鄉鎮別	輔導計畫名稱
台北縣	鶯歌鎮	台北縣鶯歌陶瓷產業(86)
	鶯歌鎮	台灣創意陶都：台北縣鶯歌鎮陶瓷特色產業輔導計畫(95-97)
新竹縣	新埔鎮	新竹縣新埔鎮地方特色產業(92-94)
宜蘭縣	蘇澳鎮	宜蘭縣蘇澳白米社區小企業(87-89)
苗栗縣	苗栗縣	苗栗縣裝飾陶瓷業(78)
	三義鄉	苗栗縣三義木雕藝品業(83、87)
	苗栗縣	苗栗縣傳統陶業轉型(88-91)
	通霄鎮	苗栗通霄牧野陶趣特色產業輔導計畫(95-97)
	公館鄉	人文客窯，陶薰隘寮，幸福陶醉 IN 公館(95-97)
彰化縣	鹿港鎮	彰化縣鹿港宗教文物雕刻業(83)
	鹿港鎮	彰化縣鹿港傳統特色產業(91-93)
南投縣	竹山鎮	南投縣竹山竹器加工業(78)
	埔里鎮	南投縣埔里宣紙業(79)
	埔里鎮	南投縣埔里地區特殊紙業(86)
	南投市	南投市傳統陶業(88-90)
	竹山鎮	南投縣竹山竹藝產業(88-90)
	中寮鄉	南投縣中寮鄉純植物染布產業(90-93)
台南縣	關廟鄉	台南縣關廟竹器加工業(78)
屏東縣	三地門鄉	屏東縣三地門經濟開發(88-91)
	內埔鄉	屏東縣老莊腳社區椰子產業(90-93)
	三地門鄉	屏東縣三地門工藝特色產業輔導計畫(95-97)
花蓮縣	花蓮縣	花蓮縣大理石藝品業(86)
	花蓮縣	花蓮縣石材工藝(91-94)
	壽豐鄉	花蓮縣台灣玉特色產業輔導計畫(95-97)
澎湖縣	澎湖縣	澎湖縣文石加工業(82)

## 附錄二

訪談大綱	
日期	95年 X月 X日 上午 X時
出席研究生	國立中山大學公共事務管理研究所研究生 洪文忠
指導教授	國立中山大學公共事務管理研究所副教授 郭瑞坤 教授
研究主題	以鄉村特色產業作為地域振興之策略研究
研究動機與 預期成果	<p>行政院經濟部中小企業處從78年執行輔導地方產業，最主要的目的就是要改善城鄉失衡現象，促進地方繁榮與發展。政府輔導的特色產業能否做到帶動地區的整體發展火車頭的角色？還是現今只維持在點與點各自發展型態呢？是否已經縮小城鄉差距？改善城鄉失衡現象？促進地方繁榮與發展的目標？創造當地產業的經濟價值？促進特色產業更富文化內涵？本研究將以地域振興的概念，來探討政府輔導過的特色產業的成效是否產生困境？另外從特色產業發展面向，得出影響特色產業發展的關鍵因素，針對這些影響因素提出一些建議改善的策略。研究預期達到目的為：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 瞭解各縣市鄉村特色產業發展現況與困境。</li> <li>2. 改善鄉村工藝品特色產業困境的策略方法。</li> <li>3. 發展鄉村工藝品特色產業的預期目標。</li> </ol>
訪談大綱	<p>您好，學生文忠，非常感謝您能抽空接受訪談，為讓您好更了解此次訪談的內容，在此提出下列幾點大綱，讓您好先過目與參考，再次感謝您的支持與協助！</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 您認為在輔導團隊輔導特色產業應著重哪些執行面來落實政策。(產業的經濟面或為文化面等等...)</li> <li>2. 您認為輔導時應重視的部份是？及對其輔導執行方式之建議。(輔導產業本身成功與否...)</li> <li>3. 您認為輔導前後計畫是否有達預期成效？與輔導前後是否有落差？</li> <li>4. 您認為特色產業在輔導後最大的成就與收穫為何？</li> <li>5. 您認為輔導政策需再做何種調整才能更貼近產業實際需求？</li> <li>6. 您對於輔導團隊輔導的工藝品產業之滿意度？最滿意、最不满意之部分為...</li> <li>7. 請問您認為在輔導過程中，輔導單位最重視的是什麼輔導項目與內容？(產業產值增加、能見度增加、整體地區發展...)</li> <li>8. 請問您認為輔導單位輔導時是否有考量到輔導產業帶動地區的發展之目標？是否有帶動上的問題所在？(是否有明顯帶動當地居民生活更繁榮之類似情況出現...)</li> <li>9. 請問您認為輔導後對地區當地人民生活影響將有哪些正反面之影響？(就業率增加、居民收入增加、觀光產業繁榮...)如有不足認為該如何調整？</li> </ol>

## 附錄三一 預試問卷

### 以地方特色產業作為地域振興之問卷調查

您好：

感謝您於百忙中撥空填寫「以地方特色產業作為地域振興之策略研究」之研究調查。本研究為了瞭解特色產業是否能帶動整體地區發展，故您表達之寶貴意見，經由分析、歸納整理，將轉換為統計數據之資料，彙編於本研究中，作為本研究最後之研究結果。本問卷採無記名方式，相關資料經統計分析後，僅供有關單位作日後改善之參考與學術研究之用。再次感謝 您的熱心協助！

祝事事順心

國立中山大學研究所  
 指導教授：郭瑞坤 博士  
 研究生：洪文忠 敬上  
 聯絡電話：0926-XXXXXX

#### 《第一部份》發展地方特色產業作為地域振興之關鍵因素探討

地方特色產業作為帶動地區整體發展的帶動者，您認為以下因素的重要性為....

問項內容		非常同意	我非常同意	我非常普通	非常不同意	非常不同意
<u>產業面</u>						
1	我認為，具有現代化產品設計、創新能力是重要的。	<input type="checkbox"/>				
2	我認為，將工藝品融入現代生活，變成生活工藝是重要的。	<input type="checkbox"/>				
3	我認為，舉辦產品促銷活動，建立生產銷售點是重要的。	<input type="checkbox"/>				
4	我認為，工藝品加入地方形象，讓它具特色化且區隔化是重要的。	<input type="checkbox"/>				
5	我認為，導入經營管理、行銷等專業人才是重要的。	<input type="checkbox"/>				
6	我認為，地方特色產業與當地民間組織(工會或協會或社造)的配合度是重要的。	<input type="checkbox"/>				
7	我認為，透過傳統工藝品認證制度，保護工藝品的發展價值是重要的。	<input type="checkbox"/>				
<u>文化面</u>						
8	我認為，培育下一代傳統工藝人才，落實工藝文化的傳承是重要的。	<input type="checkbox"/>				

問項內容		非 常 同 意	我 非 常 同 意	我 非 常 普 通	非 常 不 同 意	非 常 不 同 意
9	我認為，當地發展出獨有的工藝文化是重要的。	<input type="checkbox"/>				
10	我認為，當地的所有廠商，具有發展共識，共同建立具特色的地方產業是重要的。	<input type="checkbox"/>				
11	我認為，讓民眾深度體驗工藝品創作，認識工藝真品的價值，瞭解工藝品的涵養是重要的。	<input type="checkbox"/>				
12	我認為，當地居民對當地特色產業的共識、向心力及認同感是重要的。	<input type="checkbox"/>				
13	我認為，當地的工藝家，對彼此獨特的工藝文化需相互尊重是重要的。	<input type="checkbox"/>				
14	我認為，強化的工藝美學教育的推廣是重要的。	<input type="checkbox"/>				
觀光面						
15	我認為，吸引遊客進入當地觀光，體驗當地特有的生活，了解當地歷史、文化是重要的。	<input type="checkbox"/>				
16	我認為，地方特色產業與其它產業，充分配合連結及串聯是重要的。	<input type="checkbox"/>				
17	我認為，當地特色產業發展出，和其他地方不同的特色出來是重要的。	<input type="checkbox"/>				
18	我認為，擁有工藝博物館，展示工藝品及保存當地工藝的歷史文化是重要的。	<input type="checkbox"/>				
19	我認為，善用媒體廣宣的力量，推廣地方特色產業，形塑特色產業旅遊形象是重要的。	<input type="checkbox"/>				
20	我認為，鄉鎮公所共同配合發展地方特色產業是重要的。	<input type="checkbox"/>				
21	我認為，利用相關行銷手法(如文宣及導覽手冊等)，來推廣地方特色產業之旅遊形象是重要的。	<input type="checkbox"/>				

請翻下頁

《第二部份》發展地方特色產業作為地域振興之現況探討

就您個人對地方特色產業發展現況而言，您對以下這些關鍵因素滿意度為....						
問項內容		非常同意	我非常同意	我非常普通	非常不同意	非常不同意
	<b>產業面</b>					
1	我對於本身在產品設計上，具有現代化及創新的能力，感到滿意。	<input type="checkbox"/>				
2	我能將工藝品設計融入現代生活，變成生活工藝，感到滿意。	<input type="checkbox"/>				
3	我的工藝品藉由舉辦產品促銷活動，建立生產銷售據點，來進行產品推廣，我感到滿意。	<input type="checkbox"/>				
4	我對於我的產品加入地方形象，成功營造自家產品特色化及區隔化，感到滿意。	<input type="checkbox"/>				
5	我的公司已具備經營管理、行銷等專業方面的人才，感到滿意。	<input type="checkbox"/>				
6	我在經營發展上，我與當地民間組織(工會或協會或社造)的配合度很好，感到滿意。	<input type="checkbox"/>				
7	我對於目前落實傳統工藝品認證制度，來保護我的工藝品創作價值，感到滿意。	<input type="checkbox"/>				
	<b>文化面</b>					
8	我已經運用培育傳統工藝人才的方式，來落實工藝文化的傳承，感到滿意。	<input type="checkbox"/>				
9	我對本身已發展出獨有的工藝文化，感到滿意。	<input type="checkbox"/>				
10	我對當地特色產業的廠商，有發展共識，能共同努力建立具特色的地方產業，感到滿意。	<input type="checkbox"/>				
11	我對於現在的民眾很喜歡體驗工藝品創作，認識工藝真品的價值，瞭解工藝品的涵養，感到滿意。	<input type="checkbox"/>				
12	當地居民對我這間具有地方特色的公司，認同感很高，我感到滿意。	<input type="checkbox"/>				
13	當地特色產業的工藝家，對彼此獨特的工藝文化，是非常互相尊重，我感到滿意。	<input type="checkbox"/>				
14	我對現階段工藝美學教育的推廣，感到滿意。	<input type="checkbox"/>				

問項內容		非 常 滿 意	我 非 常 滿 意	我 非 常 普 通	非 常 不 滿 意	非 常 不 滿 意
觀光面						
15	我對目前當地特色產業的發展，可以吸引很多遊客進入當地觀光，體驗當地特有的生活，了解當地歷史、文化，感到滿意。	<input type="checkbox"/>				
16	我對於當地特色產業，可以和當地相關生活產業(如旅館業、小吃業)，充分配合連結及串聯，感到滿意。	<input type="checkbox"/>				
17	我對當地特色產業已經發展出，和其他地方不同的特色出來，感到滿意。	<input type="checkbox"/>				
18	我對於當地運用工藝博物館來展示工藝品，來保存當地工藝歷史、文化的方式，感到滿意。	<input type="checkbox"/>				
19	我對於善用媒體廣宣的力量，推廣地方特色產業，形塑特色產業旅遊形象的努力，感到滿意。	<input type="checkbox"/>				
20	我對於當地鄉鎮公所共同協助，發展地方特色產業，感到滿意。	<input type="checkbox"/>				
21	我對於利用相關行銷手法(如文宣及導覽手冊等)，來推廣地方特色產業之旅遊形象，感到滿意。	<input type="checkbox"/>				

### 《第三部份》新增建議

針對地方特色產業，對於地方整體發展上，有何寶貴看法敬請給予建議：

---

### 《第四部份》受訪者基本資料

1. 年齡
2. 您從事產業類別 陶藝 木雕 竹器 石材 其他
3. 您從事工藝品年資 \_\_\_\_\_ 年
4. 貴公司成立時間 \_\_\_\_\_ 年
5. 所在地 苗栗 鹿港 南投 竹山 三地門 老莊腳 花蓮 其他
6. 貴廠商經營類型 非營利組織 合作社 小企業型 工作坊
7. 參與經濟部中小企業處之特色產業輔導次數 \_\_\_\_\_ 次
8. 有機會是否願意再參與特色產業輔導計畫 願意 不願意

所有問題在此結束，非常謝謝您配合及協助我們的問卷調查。

## 附錄四－正式問卷

### 以地方特色產業作為地域振興之問卷調查

您好：

感謝您於百忙中撥空填寫「以地方特色產業作為地域振興之策略研究」之研究調查。本研究為了瞭解特色產業如何能帶動整體地區發展，故您表達之寶貴意見，經由分析、歸納整理，將轉換為統計數據之資料，彙編於本研究中，作為本研究最後之研究結果。本問卷採匿名方式填寫，相關分析結果，僅供相關單位作日後改善之參考與學術研究之用。請您利用Email或傳真，請在6月15日以前寄回，再次感謝您的熱心協助！

祝事事順心

國立中山大學公共事務管理研究所

指導教授：郭瑞坤 博士

研究生：洪文忠 敬上

聯絡電話：0926-XXXXXX

傳真：07-525XXXX

#### 《第一部份》發展地方特色產業作為地域振興之關鍵因素探討

地方特色產業作為帶動地區整體發展的火車頭，您認為以下因素的重要性為....

問項內容		非常 不重 要	我 非 不 重 要	我 非 常 普 通	非 常 不 重 要	我 非 常 重 要
	產業面					
1	您認為產品要有創意及現代化設計。	<input type="checkbox"/>				
2	您認為將工藝品融入現代生活，變成生活工藝。	<input type="checkbox"/>				
3	您認為舉辦工藝品促銷活動，來進行產品推廣。	<input type="checkbox"/>				
4	您認為工藝品設計融入地方特色。	<input type="checkbox"/>				
5	您認為由具有經營管理、推廣商品經驗的專業人才，來銷售商品。	<input type="checkbox"/>				
6	您認為地方特色產業與當地民間組織(工會或協會或社造)相互配合。	<input type="checkbox"/>				
7	您認為透過傳統優良工藝品認證制度，以及保護工藝品的發展價值。	<input type="checkbox"/>				

問項內容		非 常 不 重 要	我 非 不 重 要	我 非 常 普 通	非 常 不 重 要	我 非 常 重 要
文化面						
8	您認為培育下一代傳統工藝人才，以及落實工藝技藝的傳承。	<input type="checkbox"/>				
9	您認為地方上發展出獨有工藝文化。	<input type="checkbox"/>				
10	您認為當地的廠商，必須具有發展共識，共同建立具特色的地方產業。	<input type="checkbox"/>				
11	您認為讓民眾親自體驗工藝品的創作活動。	<input type="checkbox"/>				
12	您認為當地居民對當地特色產業的認同感。	<input type="checkbox"/>				
13	您認為當地的工藝家，對彼此獨特的工藝技術需相互尊重。	<input type="checkbox"/>				
14	您認為加強工藝美學教育的推廣。	<input type="checkbox"/>				
觀光面						
15	您認為吸引遊客進入當地觀光，體驗當地特有的生活，了解當地歷史、文化。	<input type="checkbox"/>				
16	您認為地方特色產業與生活產業(如旅館業、小吃業)，充分的合作。	<input type="checkbox"/>				
17	您認為當地需要發展出與其他地方不同的地方特色。	<input type="checkbox"/>				
18	您認為擁有地方工藝博物館，展示工藝品及保存當地工藝的歷史、文化。	<input type="checkbox"/>				
19	您認為善用媒體宣傳的力量，推廣地方特色產業，塑造出特色產業旅遊形象。	<input type="checkbox"/>				
20	您認為當地鄉鎮公所共同協助，發展地方特色產業。	<input type="checkbox"/>				
21	您認為利用相關宣傳方式(如文宣及導覽手冊等)，來推廣地方特色產業之旅遊形象。	<input type="checkbox"/>				

請翻下頁

《第二部份》發展地方特色產業作為地域振興之現況探討

就您個人對地方特色產業發展現況而言，您對以下這些關鍵因素滿意度為....						
問項內容		非常 不滿意	我非 不滿意	我非 常普通	非常 不滿意	我非 常滿意
產業面						
1	您對於本身在產品上，具有創意及現代化設計。	<input type="checkbox"/>				
2	您能將工藝品設計融入現代生活，變成生活工藝。	<input type="checkbox"/>				
3	您的工藝品藉由舉辦產品促銷活動，來進行產品推廣。	<input type="checkbox"/>				
4	您的產品可以融入地方特色，成功營造自家產品特色化。	<input type="checkbox"/>				
5	您對於公司已具備經營管理、行銷等專業方面的人才。	<input type="checkbox"/>				
6	您在經營發展上，與當地民間組織(工會或協會或社造)的配合度很好。	<input type="checkbox"/>				
7	您對於目前落實傳統優良工藝品認證制度，來保護我的工藝品創作價值。	<input type="checkbox"/>				
文化面						
8	您對於運用培育傳統工藝人才的方式，來落實工藝技藝的傳承。	<input type="checkbox"/>				
9	您對本身已發展出獨有的工藝文化。	<input type="checkbox"/>				
10	您對當地特色產業的廠商，有發展共識，能共同努力建立具特色的地方產業。	<input type="checkbox"/>				
11	您對於民眾參與工藝品創作的體驗活動之參與度，感到滿意。	<input type="checkbox"/>				
12	您認為當地居民對地方產業的認同度是感到滿意的。	<input type="checkbox"/>				
13	您對當地特色產業的工藝家，尊重彼此獨特的工藝技術，是感到滿意的。	<input type="checkbox"/>				
14	您對現階段工藝美學教育的推廣。	<input type="checkbox"/>				
觀光面						
15	您對目前當地特色產業的發展，可以吸引遊客進入當地觀光，體驗當地特有的生活，了解當地歷史、文化。	<input type="checkbox"/>				
16	您對於當地特色產業，可以和當地相關生活產業(如旅館業、小吃業)充分的合作。	<input type="checkbox"/>				
17	您對當地已經發展出，和其他地方不同的地方特色出來。	<input type="checkbox"/>				
18	您對於運用當地工藝博物館，來展示工藝品，來保存當地工藝歷史、文化的方式。	<input type="checkbox"/>				

問項內容		非 常 不 滿 意	我 非 不 滿 意	我 非 常 普 通	非 常 滿 意	我 非 常 滿 意
19	您對於善用媒體宣傳的力量，推廣地方特色產業，塑造出特色產業旅遊形象的努力。	<input type="checkbox"/>				
20	您對於當地鄉鎮公所共同協助，發展地方特色產業。	<input type="checkbox"/>				
21	您對於利用相關宣傳手法(如文宣及導覽手冊等)，來推廣地方特色產業之旅遊形象。	<input type="checkbox"/>				

### 《第三部份》其他建議

針對地方特色產業，對於地方整體發展上，有何寶貴看法敬請給予建議：

---

### 《第四部份》受訪者基本資料

9. 年齡                      歲
10. 您從事產業類別        陶藝    木雕    竹器    石材    其他
11. 您從事工藝品年資                      年
12. 貴公司成立時間                      民國        年
13. 所在地        苗栗鹿港南投竹山三地門老莊腳花蓮    其他
14. 貴廠商經營類型    非營利組織    合作社    小企業型    工作坊    其他
15. 參與經濟部中小企業處之特色產業輔導次數                      次
16. 有機會是否願意再參與特色產業輔導計畫        願意        不願意

所有問題在此結束，非常謝謝您配合及協助本研究的問卷調查。

## 附錄五一訪談紀錄

受訪者：林先生(A1)

時間：2006年5月2號下午2點30分

地點：南投縣XX鎮—林先生工作室

答：現在也沒有很明顯的所謂鄉村都市嘛！地方導致說一個區塊、一個範圍裡面，一個地區域嘛！大家都想走國際舞台，走到後來大家都走一樣的東西，根本個人都會面臨那種惡性競爭！

問：老師你認為你們這個產業，這個特色產業要怎麼做？才能更接近帶動整個地區的發展？有什麼改進之道？

答：事實上我走的，跟現在時下的七、八成以上的人是不一樣的。你可能最近也都知道，我們台灣在講說，藍海策略厚，其實紅海、藍海策略它基本上就是說，那看到的就是一窩蜂的市場，那個就是紅海策略嘛！因為你都做大概看到的，結果這些東西，最後是最競爭的一個區塊，那我們其實我們十幾、二十年前，就面臨目前大概面臨的問題，我們提早就已經做決擇走藍海，我們以前是不講藍海，我們是講文化路線嘛！所以文化路線，就是一種藍海策略嘛！文化是要用時間來堆砌的，它不是說你用一個創意，用一個金錢來堆砌，一有錢很快就可以做一些應急的設施，不過這只是一個應急的包裝，可是你沒有好好的用時間來累積，你的經驗你的文化內涵，包括所謂的風格特色，都是沒辦法建立起來的，用短時間去設計去弄個創意啦！現在大家在強調創意啦！創意不是不好，可是創意你如果沒有內涵的創意，那是不持久，而且有時候甚至讓人覺得可笑。譬如說用音樂來講，流行的音樂很容易讓人家朗朗上口，可是它很不持久，你有沒有發現像你們現在這年紀，開始有很多開始去欣賞那些，看起來是老掉牙的東西。它也不純粹是復古，但老掉牙的東西你不見得你每樣都會欣賞，而是說那經典的東西，本來有一段時間大家覺得，老掉牙沒什麼意思，不管是東方西方都一樣，你要回過頭想一想，那都經過時間的考驗，那些東西就是好的東西，它可能會暫時讓你忽略，但是不會讓你遺忘或者讓你淘汰掉，現在的很多譬如說，現在很多在講創意，不管什麼產業都在講創意，創意它只能夠，一種潤滑或者一種吸引，可是你把客人把目光吸引過來，你要有東西要有真正有內涵的東西，現在講創意生活產業，我不曉得這決策是怎麼來的，但是現在講文化創意產業，很多人來跟我談這個問題的時候，我就跟他講，文化創意跟創意文化看起來乍聽之下，好像是一樣的東西，但其實不一樣，因為它絕然不同。文化創意是你要有文化當基礎，再來談創意嘛！創意文化，大家都在搞創意的文化，那就是劣質的文化，你或許啦！有啦！有時候有一些突發思想，會變成很好、很持久的東西，那大部份的創意通常都不持久，怎麼會有人這樣想，經不起時間考驗他就淘汰掉，那你如果有好的文化，好的產業文化以後，再來搞創意，可能多一個包裝、多一個色彩，那才有用呀！可是現在大部份的人都是在搞創意文化，不是在搞文化創意。

問：那老師覺得說，從文化來著手會走的比較長遠？

答：其實文化是人類活動的軌跡而已，不管是過去的或者現在的，或者未來要發生的，那種人類活動的軌跡，那是人文的東西，自然跟文化是看起來是二回事，但是我們就針對講文化，文化現在我們強調的是優質的文化而已，其實文化有優劣呀！有優質的文化有劣質的文化，可是現階段大家都知道很多都是在搞劣質文化，但我講的是，以我不客氣的講就是說，創意文化就是一種劣質文化，嘩眾取寵的一種文化，它只是吸引人家來看它，然後它又拿不出好的東西給人家，那你吸引到人了，可能有很多人都是所謂的利益掛帥，你可能因為很多人看你，你就有名了，有些人就把名跟利又連在一起，這樣你這麼直接去想著人，這個文化就是劣質，因為你沒有長遠的想法，人拉過來了以後，看到了你的東西是很差的東西，他會對你有什麼樣的反應，一定是不好的反應，那不好的反應以後呢？他也會跟你傳口碑，那口碑有好有壞，壞的口碑那就是壞事傳千里，好事不出門，所以大部份的人都沒有思考這些問題，都想到我只要想办法去搞噱頭，讓人家看到我們，我就可以賺到錢了，大部份的人講產業都是很直接是爲了賺錢，我也不諱言我們也需要賺

錢，但是我們早就把賺錢放到第二位，你只要把東西把你的產業弄好，把你的品牌打好，產品信用顧好，以後要賺錢怕沒有嗎？現在人不是，我要能夠賺錢管它有沒有拿到好的產品給人，最好就是連東西都不用給人家，就可以賺到錢了，現在是什麼，現在叫詐騙產業很流行，為什麼會這樣唯利是圖嘛！功利主義嘛！道德已經放在一邊了，其實我們不要去講道德，而去講說一種商業的話，用你的信用，你的品牌如果照顧好的話，長久起來長久以後你會發現說，你看起來最辛苦的，以後會變成最輕鬆的，連這些詐騙產業，我連詐騙我都跟它歸類為一個產業，因為其實他是在賣一個 idea，只要不被逮到，他是一種劣質的生意，現在有一些在賣東西也是在騙呀！他看起來是在做生意，但其實上他也是再騙呀！你看光一個刮刮樂，到後來他都騙不到錢，為什麼人會變聰明的呀！對象會變聰明的呀！那我把自已變笨一點，我做笨的工作，我把東西去做好，你現在不懂沒有關係，以後至少你會長大，以後把自己的品牌照顧的很好，因為大家相信你以後呀！有時候人家講說，連命給你他都甘願，因為他信任你，長久來比較到底是哪一家優、哪一家劣，你現在騙人家，你覺得你很聰明，但是以後你騙不到了，攪盡腦汁你也騙不到，可是我如果把它做好一個產業，我把自己的品牌打好，把形象打好，把信用打好以後，長久以後，根本不用很按部就班，就把東西做出來，就有人會跟你交易，會買你的東西，算一算這樣，如果用長時間來做比較的話，反而這樣文化產業是最低成本，但短期間當然是高成本，如果可能一年人家不去，十年人家不去，二十年、五十年人家才會去，等你做好了以後，可能你看過日本歐美那些，十幾代的一些老字號，它不只是人家喜歡買它的東西，它的東西可能人家的幾十倍、幾百倍的價錢，人家還是甘願去買那個品牌，那個就是它已經累積到足夠的信用了，人家很寧願很甘願去買這種產品，價錢已經不是最重要的了，我們現在台灣一直在講文化產業，請問有幾個人願意這樣做，我們這樣做我已經轉型二十幾年，就是爲了要走這樣的路，大部份的人都笑我傻，說這樣不會賺錢，就算沒有笑我傻的人，他也會跟你，怎麼講安慰幾句，但是我們不在乎這些啦！我們在意的就是那個少數人真正感動的人，其實這些客人他感動，以後變成我們的好朋友，給我們很大的動力，其實我如果說，沒有這些人來支持我們，跟你講都沒有人來看你，我們也撐不下去，可是這些人漸漸的愈來愈多，我就發現我們走的路還是對的，以你們現在這一輩的年輕人，可能因爲資訊發達以後，你看世界各國有什麼東西你們馬上知道，可能很快就會拿來跟台灣比，比如說一個科技的東西，台灣走的品牌不響亮，這個台灣的品質比別人差，你馬上就知道別人的地方有什麼類似的東西，什麼 MP3 一堆新的東西出來，這種就是現在講的紅海，那是殺戮戰場，只要你這些東西品質差，人家價錢對應不起來的時候，你就垮了。不管你在台灣、你在日本、在美國都一樣，這種是鴻海，它就是比實用、比功能、比效應而已，那文化他不只這些，大部份的人就是說，這種好的東西，你只要出一個好的東西，那你可能就是你一輩子吃穿不愁了，可是試問有幾個人是可以這樣的？這是很少的，文化的東西你只要走一步，就會有一步的腳印，就怕你不走而已，你看過很多那個小巷弄裏面，可能他作一個什麼吃的啦！或者工藝啦！那他如果好好的堅持，他就是有人可以跟他產生共鳴，如果像這種紅海的東西，你要是輸人家馬上無法跟人家競爭，那今天你說，譬如說這幾年大家都看的很清楚，譬如說你的科技的東西，今天台灣佔有率多大，人家如果看到這個市場以後，馬上有比你更強大的一個集團，來侵入這個市場，你就要跟他對面去抗爭了，你不可能說我只是品牌而已，一般都是大本吃小本的。你看台灣現在，你只要開發一個東西沒多久，人家馬上就給市場搶走了，因爲你沒有能力去跟人家做對抗。那我們在台灣現在大部份的產業，都是面臨同樣的問題，他都是因爲他沒辦法走紅海，因爲你的成本就比別人高嘛！你如果沒有把自己的品牌打好，那以前都是用代工的方式，現在人家比你更強的代工，我公司便宜，我廠房便宜，地皮便宜，現在台灣現在大部份的產業都沒辦法繼續下去，因爲面臨到大家都是走紅海的，很快你沒競爭力你就消失。

問：那老師你認爲這方面如果由政府來輔導，希望他給你們什麼的幫忙，來改善這個問題？

答：有很多是由上而下，也有很多是由下而上，其實文化很多是由下，大部份都是由下而上，因爲我們自己甘願去做，以後人家發現這個區塊，可是現在也坦白講啦！政府它喊口號比較多啦！它現在它也輔導一陣子

以後，他發現說特別輔導，你業績也沒成長，這種哪有可能馬上喊馬上出來，業績出來，只有少數這個政府單位裡面，比較有見識的一些長官，他會特別比較長久去支持，像我們這樣的那個，我們這樣的一個公司啦！一般人政府他要照顧所有人，他希望很快就拿出他那個政績出來，如果我輔導你一年，怎麼賺錢輔導三年，你怎麼三年輔導五年，你怎麼賺錢，他就放走了，這個扶不起的阿斗。但事實上文化事業不是三五年可以起來的，所以我們願意再繼續走才是最重要的，那我也不客氣的講，有很多政府的政策是因為我們長久走下來，他才發現這個真的是根本的。你說那些一般的，像現在大家都在討論阿！高科技的好像剩下台灣的最後一個根據地，可是沒幾年就發現說，高科技在台灣你也留不住它，因為他們是游牧民族，只要哪裡有水草，他就往哪裡跑，哪裡可以賺錢，它哪裡跑，商人無祖國，現在他沒賺錢他就跑。可是文化事業，我離開這個計劃，就不是要從頭來起，那當然我們也有時候也不能光用文化來做，標榜我們是最好的，其實我們長久是一個思考，本土文化你所有的文化它包括，你的產地、風俗習慣、你的歷史背景，這些都是習習相關的，文化不是用叫的，那我們其實一直在這麼多年來，只要台灣有材料的，我們儘量不會去走進口的路線。那很多人美國進口的，陶土很好阿！日本進口的又要什麼原料很好，我們如果台灣有生產的，我不管他的品質怎麼樣，除非他是不講信用，他如果還講信用我都儘量，這個材料你都不用台灣的，你要講本土很難。再來，我一定用台灣人嘛！像進口外勞，進口大陸的那個勞工很多人就找，我一個也不用，因為你沒辦法體會我們在地文化啦！人一定用本地人啦！那當然我們用的題材，我們思考的也要本地嘛！所以我這個，台灣土、台灣人、台灣心嘛！哦！這樣的到最後的一個情況就是說，我跟大陸區隔跟美國跟日本區隔，我就是台灣的，你日本那麼進步，你日本做台灣文化，做不贏我，你大陸那麼便宜你做台灣文化，你做不來，最後唯獨本土才是競爭的最後一個根據地阿！你其他都可以往外移的，本土文化沒有辦法往外移！

問：那老師有什麼建議對現在輔導團隊的一些輔導方式，比較具體建議，即需要立刻改進，改善的空間？

答：其實這不是三兩句話啦！事實上我們講真的，二十年來，這大學經常都來跟我們合作，政府有很多輔導案，但是現在我們有很多輔導案，我們都不太想去碰觸啦！做一些規劃企劃，做一些官樣文章，那有什麼用？我們不管你政府有多大的幫忙，要站在我們的角度去幫忙我們，而不是站在政府的角度。我也不客氣的講，像走這種陶藝文化，哪一個做官的比我久，思考的多，我們自己最知道我們要什麼，可是你用政策，要公平啦！公正原則，弄到後來我們乾脆不要，因為你公平、公正原則，到後來只要有人爭取，你就非得給他們，像我們陶藝在二十幾年前，台灣根本沒有人講陶藝，一般陶瓷產業轉成文化的也不多，因為我們很努力把這區塊弄好，讓人家覺得陶藝有利可圖，就一堆的人投進來，投進來以後他也不去看它的歷史背景，看它的經營的經歷，他只會說你來爭取，我也要給你，這雨露均霑，幾乎政府的案子大約都是雨露均霑，他怕人家講話，你怎麼可以針對輔導哪一個案子，大約都不行，當然我們也累積久了，我們爭取各種輔導案會比別人好，容易一點，因為我們都有做出來的很多成績，口碑風評也都有，還有歷年來政府的一些獎阿！什麼累積起來，大家看的之後，輔導獎輔導之後沒有問題，可是他們會怕，我如果是選擇性的輔導，其他人會講話，所以我要講的就是說，我們不管怎麼樣，你應該站在我的角度，而不是說現在有很多政府的案子，都擔心那個採購法的問題啦！擔心那個圖利的問題啦！弄到後來做一做沒什麼效果，那我們其實我們現在有一些案子厚，我們的建議也慢慢都有效果，你經費少沒有關係，但是要做我們真的想做的，而不是做你們想做的，我們這邊消毒阿！爲了穿你這雙鞋，我不行，我本來就是要這樣走，你如果能幫忙我接受，你不能幫忙我就放棄，所以我最重要的那個就是，要看他的需求，但是你也不能給這個人鼻子拎著走，那他真的是…。其實我們現在的輔導案，我也講不客氣一點，他可能沒辦法輔導我什麼，他只能做一些補助，讓我做一些我沒有錢可以做的事情，這樣才有用，那但是也有很多他才想要走的。譬如說這幾年，農業不行，政府叫他們走創意休閒產業，可是要好好教他，只是以爲說我搞一個創意進去，走加觀光二個字就有錢賺，沒那麼容易，你要教他要怎麼走，其實一教了以後，大部份的人都不願意走，爲什麼做這種

行業那麼辛苦？經營那麼多年就可能賺錢阿！他就不要，現在大部份的人都只是講說，政府一直講說觀光好，我只要用觀光二個字，去爭取就有補助，結果沒有想到後來，白花薪水，再來其實是跳入火坑，這個沒有真正去從業的人都不會相信的，觀光因為這一類的，最後大家都是希望走觀光嘛！觀光談何容易阿！你有什麼條件去走觀光？

問：你認為說輔導後，有真的帶動地區的發展嗎？

答：這我真的很難回答，你要看什麼樣的，那一個小小的輔導案你就能夠帶動地方發展，那根本就是神話，你看政府花了一億弄個花博，它帶動地方了嗎？可能帶動那幾天吧！把它扭曲在既成的價值觀，你看到處都在辦什麼節慶活動，辦一辦都沒有用，是全民買單，沒有用的，我是這樣子想的，你推觀光是政府的美意，但是你要讓我很多次講說，我在講你準備好了沒？準備好了不只是說你，把你的硬體建設弄好，你長時間把你的園區弄的漂漂亮亮的，這就叫準備？你準備好了長期抗戰沒有，長期經營沒有？除非你有大的資本去吸引更多人，你看我們現在台灣幾個大型遊樂區，我想你們也研究過，能吸引多少外國的觀光客，幾乎很少嘛！你九族你會吸引國外的觀光客嗎？都是國內的，你六福村能吸引到幾個國外觀光客，人家隨便抓幾個點都比我們六福村不知道好多少了，比我們的九族好多少，能吸引國外的觀光客嗎？大概都是吸引國內的，我倒是說不是說國內的不好啦！而是我們現在政府一直在講觀光倍增，希望國外的觀光客倍增，你既然沒有能力去做那種吸引國際的、那種大型的，你就用文化來吸引，文化是不需要大型，文化你要深層就好，文化只要有特色就好，那可能大家也看到啦！排灣族什麼、什麼布農族、泰雅族，那政府也想就是用這個，他們的那個族群的特色來吸引，可是現在設計出來都有點不倫不類，沒有好好的考據，布農的搞不好套到排灣的，排灣他們根本是急就章，跳跳山地舞，八部合音倒是還好，可是你沒有很深層的東西，你看人家去紐西蘭，那個什麼毛利，人家有很長遠的文化，人家把它都歸納出來，我們台灣現在已經十幾族，最好他能獨立一族，拿到政府怎麼去弄的那種，怎麼講就是塗粉抹脂的弄個花，沒有內涵這樣不好，你搞豐年祭，人家那個阿美族的豐年祭，那個早是行之多年，那個如果有真的那個殼，但是現在有很多是新設計出來的，那個好像沒有什麼特色阿！你要搞文化特色，不是這樣很短期間設計一個活動，採排一下跳舞，人家就會相信你，而是說你這個跟人家有什麼不同？你這個到底有多少的歷史背景、特色，還有最重要就是你在地人自己相不相信呀！對呀！（問：認同自己的文化）對阿！像我們現在最可卑的就是，當地人不相信不認同，我現在很努力的就是說，譬如說我們的產品，或者我們的活動，如果在地人有人願意來參加，我們最高興了，不是台北人或者外國人來跟我買東西我很高興，我很高興的是在地人看到我們在做什麼，他知道我們在做什麼，在地人一定要相信，久了他們會相信，其實現在慢慢愈來愈多在地人，相信我們真的是在做文化，只是說還要，政府方面再教育他們，再更強的去教育他們，愛這在地好不容易累積起來的文化，如果說連政府都不在意，當然那老百姓不可能去在意，這在教育上面也是滿重要的，不要老是又把這種做成表面的東西。

問：所以老師認為說直接從文化去著手，或是現在立即要改進的？

答：我的想法就是說，文化才是成本競爭的根本，文化包涵了很多嘛！台灣人的活動軌跡，我們就是說要把那劣質的去蕪存菁的，就是說把好的把它突顯出來，給它強化一下，把壞的去除，我講的不要去推創意文化，而是要推文化創意，是只要歸納出哪些是，長遠的可以累積下來的，那種短期間做做樣子的，嘩眾取寵的，那個應該要愈來愈少，甚至於說不要像現在的政府在帶動那種嘛！

問：要由自己當地居民發起自己的需求嗎？

答：這不一定，因為當地居民，你老百姓他本身就像小孩嘛！自己都不懂嘛！但是裡面有一些懂的我們已經，我也不客氣的講說，我們已經不是一般的居民，一般的老百姓，你要把這些比較專業，現在真的有理想的人突顯出來，讓在地人去認同你、跟著你走，我們想要他們來走這條路。如果政府，人家給的地方，文化資產都保護的很好，歐美歐美比較強的文化的企業政府都支持，到老百姓一定會跟你鼓掌叫好的，日本文

化資產保護的多好，我們不是，我們地震的時候，好可笑，就是說明明我們很想幫忙，但是你們是私人產業，地震的時候，那麼多私人我們沒有被幫上多大的忙，小的補助有，你的損失那麼大，小的補助是有，其他都沒有！你光一個古蹟，震的一蹋糊塗，那再修起來也就跟假古蹟的，那個像霧峰林家花園，地震前花了二億，二億五千萬沒有驗收就弄掉，現在又花了六億多，前前後後花了將近十億，結果修出來是假古蹟，他也願意去做，你叫他撥個不要說一億啦！撥個一千萬來幫助添興窯再站起來，他不肯。因為你們私人產業，我們台灣就是救死的不救活的，他就怕人家講話，其實只要說你評估起來，這個就是值得保護的，人家都甘願，我們是在為社會做事，我們不是。我們如果要這樣只是為自己，我不賺錢我就走人了，我還這麼辛苦幹嘛！我們台灣沒有這種觀念，我們台灣什麼都...

問：是在輔導的選舉對象也是需要改進的嗎？

答：不是只是改進，怎麼講，要真的去抓到真正應該要去輔導的，其實我們這幾年公家的採購法啦！那個貪污治罪條例啦！弄到後來大家都我寧可不作嘛！我反正做出來，到時候我惹一堆麻煩，有理想的人都退縮了嘛！防弊造成更多弊端，這國外這樣文化資產保護，他是列為第一重點的，他才不會管說這是私人的，他只要你這歷史背景夠了，他就是輔導，你私人產業你更要獎助他，而不是說你私人，私人產業願意去走文化的，你更要獎助他，他不是。我說哪一天我變古蹟，你才要來保護啊！對不對！可以沿續下去的文化資產才真的要保護，所以我們現在都不是，現在都經濟掛帥，馬上會抓老鼠的就是好貓嘛！管他什麼貓雖然他，也很多人跟我們鼓掌叫好，大部份都是學者在鼓掌叫好，可是政府的政策，真的啦！沒辦法跟我們做很大的幫忙，光一個政府的採購政策，我們就死了，你都是公開招標，你要公開招標，然後低價得標，我們哪一樣可以跟人家競爭，以前的採購法比較擬實，這個採購單位覺得這家真的有信用，真的是有特色，這就可以去買，然後不會有人去講，去講這樣是獨立這樣公開招標，大家都拿什麼東西出來招標，出來投標，拿劣質的東西。台灣現在比較公開招標禮品類的，10個9個都是大陸貨，為什麼？因為你要低價，我只能拿，我拿大陸的低價，那現在都大陸貨跟大陸貨在，我們文化產業的產品，我們不會去跟人家投標的，因為我們絕對不可能競標的到的，因為我們成本比別人高嘛！然後好像有一些台灣廠商，他照樣去投標，他也標到了，結果他標的貨是，對嘛！大陸代工的東西，所以這個政府採購法，如果沒有做好的一個修正，對這個這些值得保護的一些文化產業，做些特例的那個政策厚，那這些文化產業，不要說有理想的文化產業，一般的產業都會死啦！前不是什麼毛巾業者出來那個嗎？以前我現在政府要買個禮品，假設他是要毛巾，標出來一定是大陸貨嘛！台灣根本進不了嘛！所以不只是文化產業，他只要本土產業，採購法，不重新修正，都沒用，政府每一年採購的案子太多了，那個就差很多，那也相對的，你現在縱容大陸貨進來，私人也一樣，反正我哪要去買那麼好的東西，我買便宜的就好，他觀念也都一樣阿！所以現在台灣的產業節節敗退也是這樣，他不會去看到好品牌，他只看到便宜，然後好品牌看到的是什麼，是歐美那種，哇！什麼LV那種，打的很有知名度，台灣好東西也賣不出去，便宜的東西又不能跟人家競爭。

問：那是不是跟台灣現在的消費型態有關？

答：是有關！但是這是政府要負起最大的責任，因為這是政府帶出來的，他沒辦法生存，他就沒辦法競爭，你弄到後來，最好歐美日本都賺，最糟的大陸都賺我們的錢，我們只有這種少數...

受訪者：吳小姐(A2)

時間：2006年5月4號上午10點

地點：南投縣XX鎮—吳小姐工作室

問：請問一個特色產業是否能帶動地區發展依您看法

答：我現在比較大的問題就是說，那個特色產業呀！是地區已經有了？還是後面進來炒作的？這是所有地方特色產業的問題吧！它應該是先有了，政府再進來，而不是有了一筆經費，政府有一個輔導措施，才炒了那個地方的特色產業，你懂我講話的意思嘛！對！

問：那你認為中寮是前者還後者？

答：不知道捏？我進來的時候，據我所知植物染會在中寮扎根，是最早我們這個單位的前一個單位，台北下來的人那就在協助災區重建，然後重建過程中他發現，整個社會問題是這邊沒有就業機會！就整個中寮鄉是沒有就業機會的，然後他是沒有一個工廠的，然後因為這邊有些災民來這邊講心聲嘛！他們就看他們的請求點是什麼，結果最後他們歸納出來、他們去分析，整個中寮鄉整個人口結構，發現最大的勞工群是婦女，因為這邊人口外移很嚴重，然後沒有什麼大型產業在中寮，所以他就想到說以前家庭代工那種方式，然後朝手工藝去找，為什麼找手工藝類？因為女生在早期是做家庭代工，然後他們就找到一個這個東西，然後再這裡一個負責的一個人當中，她剛好是中國時報的記者，然後他就想起他曾採訪過那個工紡，就是類似像這樣的東西，他就想想整個中寮鄉，剛好又沒有什麼工廠，然後植物又多，是不是可以朝這方面。所以他才去找國立工藝研究所負責工紡的老師去跟他談，有沒有可行性，在中寮弄一個這樣的產業，然後跟他們做技術合作，是因為這個原因。而不是一開始國立工藝研究所為什麼會篩選中寮！然後做一個這樣的產業發展，這個東西不是他們的作為，這個不是國立工藝研究所他們的工作範疇，你懂我意思嘛！那一定是地方提出需求，去問哪一個部會是負責這個，然後他們才進來協助！OK！整個頭是這樣倒過來的，而不是說他們一下子，也就是說沒人跟妳講這段歷史！那這樣進來之後OK！那國立工藝研究所開始，他們來上課，他們就以上課跟當一起與他們進來的協會，一起來拿公部門的資源，來輔導這群媽媽。然後那時候那個巧手的媽媽是在這邊上班的，那時候環境也不是這個樣子，就在這邊接受資訊，然後那時候沒有所謂的巧手呀！沒有所謂的阿姆！可能就叫做中寮染房，類似像這樣子的名稱，直到後來工藝界老師有工藝界老師的想法，他覺得要朝工藝化可是，對不起！當初來這邊設那個點的他們，很明白的一個想法就是說，為什麼有染房？其實為了照顧地震後這些人，他們房子倒了，他們老公以前大部分的工作，都是做人家代工去作勞工，一天兩天做工的錢，那他就認為說當初會來做這個，讓婦女們能夠賺錢，那時候很好玩，中間這間是婦女來上班，然後一間工紡是媽媽把小朋友丟在第一間小型的托兒所，小型的違法的不是合理的托兒所，然後媽媽在旁邊作家庭代工，就開始在學習一邊上課、一邊還看的到小孩子，就這樣子一開始是這樣子，然後老師來上課，那後來就變成說工藝界的老師，跟這邊的媽媽、這邊的負責人出現了理念不同，那他們認為說，應該讓媽媽他們產業化，就是讓他們能夠去生存，而不是說朝工藝去發展，因為工藝是需要養成，需要多久的時間？然後說工藝所那邊就覺得說，有點類似像日本的工藝師的培養方法啦！從文化開始著手，應該是看那時候需求是什麼？應該把需求面架構出來，然後再去評估說到底從文化面或產業面來講，就變成透過從經濟面來講，然後開始起爭執，起爭執又吵架，然後吵架就OK！就巧手媽媽就出去成立巧手工紡，然後國立工藝研究所就拿他們資源來協助他們，然後繼續往下做。然後這邊的媽媽們，那個協會又找了其他人來，他們做的方法很簡單，就從外面接訂單進來，接訂單進來然後媽媽在學的過程當中，去磨練他們的技藝，然後他們就找其他老師過來教，可是他們是從有訂單開始來，後來去磨他們的過程，所以他們作法是不一樣的，哦！就這樣子！那當然這樣做有他的缺點，因為會變成說出去商品不是對的，可能不是成熟的、不是OK的，可能當初大家也因為說也是為了幫助災區，所以他們買了一件災區婦女做的產品，然後有那種救濟的情懷，去做這樣的動作。好！那姑且都不論，那我真正開始接手，是因為

那個台北協會他們告一段落了，可能政府資源沒了，她輔導也告一段落了，就鼓勵我們開始嘗試獨立經營，那時候我是從那時候才開始接手，才開始進入這個團隊，到這團隊進來的時候我們面臨到很多問題，就是說那事後新聞媒體記者不斷進來，然後植物染開始很有名，很有名之後呢！大家就認為他應該是有什麼的，可是我們到我們要接手去做的時候才發現一個問題，就像巧手媽媽講的行銷該何去何從？一開始都是輔導團隊來在那邊弄，這個部份你可能要問巧手的前輔導單位是誰？因為他們已經接經濟部的案子在哪邊做，然後我們開始著手，我們開始跟這個工紡在做的時候，那時候我們就有同事上網去搜尋，就發現經濟部中小企業處，有在輔導中寮的植物染。所以那時候我們就打電話去問問說，我們是不是符合你們的需求，那時候真的是楊宗孝、楊大哥他接的，然後他就：對呀！對呀！這案子是他們弄的呀！就找到那時候標到這案子的管理顧問公司一起來看，看我們是不是符合他們的條件，然後就進來。然後那時候計畫已經寫好了，那時候本來就以巧手為主，所有案子標案都已經要執行的計畫內容都已經想好了嘛！那所以變成說我們後來，他們就挪一部份經費來協助我們，就是我們提出我們的需求，我們當初做的那麼急迫，其實媽媽在交貨的時候他們做的心虛虛的，因為他們覺得他們沒有學好，那整個過程他們不知道是錯的，當初爲了趕訂單要把訂單交出去，好！經過這件事情，他們基礎教育是作不夠的，所以我們那時候跟經濟部中小企業處說，我們需要該受教育訓練，OK！他就找了國立工藝研究所的老師進來教，可是在教的過程當中，我們就很多問題產生，那問題產生就是說，因為他們長期一直輔導巧手，那現在是另一個工紡，然後批評事情不要做，就產生很多意見就對了啦！然後我們第一次接受到經濟部的輔導，是他們給我們五十小時還六十小時，我忘記了就是教育訓練，初期的教育訓練，就這樣！就找國立工藝研究所的老師進來上課，剛開始協助是教育訓練課程，這部份的協助我們。好！再來第二部份的協助就是，我們那時候後來我們已經卡到他們去年度的計畫了嘛！那我們的管理顧問公司就來跟我們談談，我們今年需要什麼想要做什麼？一開始我們比較不懂，希望他們幫我們規劃什麼！我們去做什麼！比如說他們之前跟我們說，他今天要做什麼活動，那我們就配合他做什麼活動，然後開始怎樣。到了後面我開始會跟他講，我們想要什麼，我會跟他提出我們需求是什麼！我們今年想做什麼！是不是符合經濟部輔導的範疇之內，如果是的話我希望照這個來，就這樣整個互動是這樣過來的！

問：您認爲規劃案是要先聽取您們的需求，再去規劃還是先規劃在看需求？

答：其實我覺得跟產業的經營者有很大的關係，今天如果你碰到的經營者，碰到的是巧手的媽媽，他們根本不知道自己的需求在哪裡的時候，或是他們沒有這樣的人才可以去培訓的時候，管理顧問公司不可能長期來幫他做培訓的動作，政府不可能養個行政人員在那個工紡，也不可能養個行銷人員在那個工紡，那如果這全部都市所有特色產業的問題的時候，那公部門是不是該有經濟部該有個行銷的方案，就整個發包出去，然後讓專門的行銷公司，統一來負責地方特色產業的行銷面，我覺得政府部分是不是該有這樣的措施？如果他們認爲，這是統一存活在各個地方特色產業的問題的時後，是不是這樣子！如果這邊的經營者可以看到他要的是什麼，然後管理顧問公司因爲他培養很多案子，因爲經濟部也做很多案子，他看到很多案子產業的興盛，透過這些它可以告訴那個地方產業，妳可能會遇到什麼問題，這是他們的經驗嘛！因爲他們不可能把錢砸在一個不是正當的作法嘛！對不對！那我覺得這是互相溝通出來的，當然他們要聆聽地方經營者的想法，然後我們當然因爲他們是輔導顧問嘛！他可以帶我們去進行其他成功的產業嘛！他們是怎麼去經營的嘛！然後我覺得那不是創造或是提出，而是一種溝通的過程吧！

問：就您認爲從經濟面或文化面會較容易帶動地區發展

答：我不曉得別的產業怎麼講，對我們而言，對我們植物染、對我們這個工紡而言，我覺得一開始入面，是因爲他們是一開始進來，就是因爲經濟面的需求才進來的，那我覺得我們會做一些東西，比如說我們還是去在職訓練，文化面不是不去顧及到，其實文化是被形成的，然後這群媽媽本身就有他們自己的文化的存在，可是你植物染怎麼去講，反正他自古傳下來的手工藝的東西。那你文化要講到多深，到名師名家是一個 Level

的東西，可是剛開始初步的初階入門的東西是 OK 的，所以我們先求有，我們先求有，我們就是先有這個產業，然後我們開始從最簡單的巧去做，可能我們之前染色流程不完整，但是我們經過老師的教育之後，我們知道怎樣做出完整的，剛開始是先求產品的穩定度，我們是先求有，有了之後呢！我們開始再去求好！就把產品去修正把它變成是 OK 的，所以一開始我們染大作品、一片平面上的東西，是平面沒有設計感的東西，顧客買回去也是可以符合他的需求，然後再來我們在求它的內涵，所以我們開始從一塊布整合成一個商品。比如說他是一個包包或是一個什麼，開始有設計的東西加進來了，然後到後面我們開始一個品牌的經營，然後我們開始找老師進來，然後開始去嘗試各種植物染染材的可能性，各種混材加起來會是什麼？然後媽媽開始去求用植物染去做一幅畫，開始再求文化面的東西了，就跟你說我們會延展出自己文化一個想法，然後開始慢慢去往下深耕！然後那不是我們的主軸，我們會把要賣的東西維持日常生活開銷，產業運作的基本開銷水、電、瓦斯、房租和員工薪水該支付的東西，我們會先 cover 出去。所以我們會生產一些現在大家用的到的東西，比方說家飾品，比方說一些小玩具呀！小玩偶之類的東西，讓大家買了就可以帶走的小禮贈品，開始有收入開始由基礎面開始能夠運作，可是過程中我們會不斷加深我們的技藝，比如說從植物的多面向，開始嘗試找中寮在地有的植物，開始組織染法蒐集很多個，然後開始去買布嘗試不同的布料，然後開始做染色，開始找老師進來，然後開始嘗試各種染法的可行性，技法的提升，就變成我們還在加強我們自己文化層面的東西了，我覺得這是漸進的，就這樣。

問：妳認為文化面是要顧及到嘛？

答：當然是一定要阿！而且那個文化的想法，是分成很多種。一種是真的是其實說真的啦！你只能把他復古，整個大環境都變了啦！你不可能抓到以前古代染法染缸那種東西了！技術也不可考，其實我也找了很多書籍，也找不到這樣的東西，包括到日本去尋思，也找不到這樣的東西，因為以前他們是在河流邊漂洗，可是現在台灣的河流邊可以漂洗嘛？所以你要復甦這樣的產業，其實有一種東西你必須去變更了，然後那個文化我們一直在找，我們就把他認成是傳統文化啦！我們會加入新的思考跟分物近去，所以他延展出新的文化了！因為你現今環境變了嘛！你連一些古代的操作，他們早先用什麼去做？我們現在用不鏽鋼嘛！現在把他控制在一定的穩定度上，我們用一些現代科技的東西，去取代之前無法去穩定化的東西嘛！所以我們朝手工藝，有沒有可能讓它變成說由製式化的，因為你開始要變產能的時候，是不是要把他換化成一些，可以規格化的東西，你才會有產業化的過程，手工藝類怎麼把他產業化，我們開始朝這方面去努力了！

問：手工藝不能機械化吧！

答：對！在手工藝採的過程中，他還是人工去採集，採集之後你剝就需要用到機器來剝，不一定要手工去剝他吧！然後它植物染手工，強調什麼她的技法，他手工綁染的區塊，那個地方是沒辦法用機械去取代的，所以它之所以才說是稱手工藝的一種。可是在煮的過程當中，我們是不是可以用瓦斯、用溫度計，去控制她一定的溫度，一定的東西創造出品質穩定化，這是 OK 的！所以你要每一種產業有不同的作法，然後他會涵蓋一些新的技術面，讓它能產業的東西。比如說我們是小鍋染，那可能我們想到一個機器，可以讓它大量染，可是他沒辦法取代就是我們手工的部份、綁染那個區塊，然後去採集植物的區塊，那可能有一些地方是沒辦法去取代的，但他有某部份重複性高的地方，或是可以用簡易機器來取代的地方，那個東西是可以被拿來做取代的，其他的你產能被量化之後，你才能夠達到妳經濟面的需求，那你如果沒有經濟面的需求，那我就回到原始的問題了。你收到一個作品就像原住民的藍染而言，你織一塊布，可能要耗費一年或是一個月的時間，那她一件作品可以賣多少？然後賣完之後，你一整年就熬這麼一整年，去賣那件作品來維持一整年開銷嗎？那你作品的認知被社會認知在哪裡？是博物館收藏嗎？還是誰來收藏那件作品？台灣還沒建立起這樣的制度！朝名工、名師、名匠嘛！那日本人家政府有個地方特色一個文史館，把一些工藝家把他供在那邊，讓他們有基本的收入，他們在示範文化一個一個傳承下去，可是台灣沒有這樣的制度呀！對呀！那個不是這個樣子的呀！別國有別國作法，我們有我們作法呀！那我們在台灣現行體制之下，我們

能夠做的是我們產業自行的發展！

問！您認為產業角度產業帶動地方發展是不是有困難？

答：有呀！因為手工藝類呀！我發現一件事情他不然就是小小的，然後小小的大約五到十個以內，可能大約到七、八個大分工，你一個人還做不來，妳沒有經濟規模！我發現手工藝類很好玩，植物染很好玩，它達不到某一個經濟規模，他沒辦法自負盈虧，所以它需要一個產能在那裡，你懂講話意思嘛！我覺得做那麼久，它需要這樣子，可是這樣子變成我們這工紡，需要五、六個人以上，它才能夠分工，才能一起來做這樣的一件事情，就這樣子。然後它能不能產業化，可以他如果有持續的行銷面，然後社會大眾有一定的認知，然後這邊的幾個核心人物，他能夠把一個重複性高的東西，可以交給地方家庭代工、委外生產，當他持續有一定的大型訂單近來的時候，他這邊的媽媽可以以母雞帶小雞的方式，比如說我們那個圓圈圈有些是可以被制式化了！我們可以交新的人進來，一樣用手工去綁染那個方式，只要把訣竅跟他講好，然後她一樣這樣大量去量產，然後染色的部份，因為牽扯到整個那個成品品質問題，可能由這些技術純良的人，然後旁邊人去協助他，協助他們瓢洗、協助他們其他動作，可是控制那個溫度、那整個過程，必須由這些經驗豐富的一些從業者執行那個部分，然後我們把一些可以拆出去的，然後這邊就可以創造一些在地的就業機會。他們可以進來這邊協助我們這個大訂單的完成，所以你說對整個鄉村的熱絡能不能創造？我覺得他可以創造一定的需求！比如說地震過後，大家都知道中寮植物染很有名，然後遊覽車會進來，會進來看植物染，會作植物染操作，相對他們一進來，他們就勢必在這地方做停留，停留就會帶動週遭的所有商店的繁華，你說包含在進來，進來他們就問我一個問題，請問我玩了植物染之後，我還能到那個地方去走走，然後設定在中寮鄉裡面，然後植物染已經很有名，進來之後那我中午要吃什麼？我們這沒有賣吃的，我們這邊只有手工藝DIY體驗，那他想吃飯啦！吃飯就會有在地一些特殊的，一些比如說家鄉菜就開始出來了，小餐飲、和興有機文化村，就開始有產業開始慢慢去發展，就這樣子！然後就會開始會去串聯，開始採果，比如說這邊就很多那個農民就會講到說：觀光客進來了，是不是開放觀光採果，給他們去採果？所以你覺得有沒有辦法，是有辦法的帶動的！

問：妳認為目前有發生帶動上的問題嗎？

答：我現在指的是說，當植物染名稱大了起來了後，遊客進來了然後這邊居民會去想，我要作什麼來賺這些錢，可是現在卡到一個問題就是說，這些東西不是你說現在想賺就可以賺的到的。因為遊客會很挑剔，他們剛開始可能是因為地震，然後順便來參觀一些地震的地方，然後他們會覺得說，我為什麼會選擇來中寮？我不到其他觀光地方，比方說埔里，埔里有很多串聯的產業一起大串聯起來，可以一站逛過一站，然後站跟站之間的水平，必須是相符合的。比如今天進來一開始，早先剛開始的時候，其實工紡有兩家，然後有一些小產業在這邊。比方說石雕，石雕也是屬於手工藝類的，可是到後面會遇到很多問題。比方說石頭，你要去看石頭，可是你會覺得石頭沒什麼好看的，看久之後然後他們又沒有達到一個工石的一個境界，然後東西又沒辦法賣，然後相對工紡就相對沒落，甚至就沒辦法營運了就結束了！然後遊客進來，本來還有植物染還有一個石頭可以看，然後去吃個家鄉味，然後和興一樣存在是吃的嘛！那你就會遇到很多問題，其他家工紡因為水平沒辦法維持，然後或者遊客進來他們就純粹參觀，因為沒辦法達到他們採買的過程，然後他們當然沒辦法運轉了呀！因為人力呀！然後惡性循環之下它倒了呀！倒了之後呢！然後大家會覺得說，進來就只有植物染呀！那需要進來這一趟嗎？他們訴求點有沒有大到讓人家願意進來呢？哦！他就變成一個要有一個產業要能發展，必須要有兩三個以上，環環相扣！他才能帶動地方的繁榮啊！那個東西不是我一個小產業我努力就可以了，可是要其他產業互相的配合才能夠達到，就是這樣子！

問：妳認為一個地區單一產業很難帶動地區發展嗎？

答：除非它有經濟規模，除了它就像人家所謂說的，三義木雕村它已經延展成一條街了，大家去就專門採買那個木工，對！可是我們這邊沒有延展，因為他只有兩家，它也沒辦法像我們說規模到一個村，就像泰國在

做 OTOP 一樣一村一特產，然後它整個經濟全部是木工村，木匠師把所有的集結在這邊，然後政府就是有一個大型區塊在這裡，然後每一家都在做木工的東西，然後每一家做的可能都不一樣，他們會自己去作區隔，因為要生存自己會做取捨。因為惡性競爭之下，削價競爭最後大家會一起死，所以他們自己會去區隔。

問：以你觀察政府比較著重經濟面還是文化面？

答：我沒辦法回答你這樣的問題呀！因為講坦白話啦！我們一開始不是納在經濟部的輔導啦！所以是文化還是經濟我不清楚呀！那後來都是我們跟管理顧問公司，去協商一個想法一起來做的，不管文化或經濟我們都去把涵蓋在裡面了。你很難去切割政府協助面是文化還是經濟呀！也沒辦法這樣去切割呀！事情不是二分化，這種東西沒辦法二分化。

問：那你認為在地居民對純植物染認同感的看法？

答：不高！他們都知道有植物染，可是說因為地區性居民大家都封閉嘛！大家都做各自的嘛！那他們進來這邊他們有遊客來問，你們植物染很有名，他知道在哪他會跟他講在那邊，那可是你問在地的居民，知不知道什麼叫植物染？他們不見得知道呀！我們也不是沒有心在這地方作炒作呀！我們之前早期我們會一年辦植物染節，我們就會廣發邀請函，請在地居民一起來，我們發出免費的材料包，大家一起來做，然後大家一起來認識植物染，你會發現往往外地人比在地人熟絡，這樣子。

問：在地對文化認知高是否對地區是否有發展？

答：一定會有幫助啦！可是問題就是說他們為什麼要關心？講坦白一點他又不是家人在這邊上班，這是目前現今大前提環境，大家都會遇到的問題吧！不管我們去學校怎麼去做那種，學校那個紮根的活動，去把學校的那個小朋友，我們去教他們怎麼認識植物染，目前他們不知道它能不能把那個影響帶進家裡，因為畢竟他不是那一種。比方說中寮鄉整個村都在做的植物染，大家一直從小就看父母親在做的東西，他沒辦法說跟它的生活是息息相關的，然後他今天進來只是把它當作，另外一家在做這樣子工紡，在做這樣子產業的一家店而已，他們不是把他當作他是一個土生土長的一個東西，你懂嗎？這跟主存居民沒有關係唷！全部每一個都是在地的居民唷！這跟這個沒有關係唷！這是人跟人相處之間很奇妙的一個東西，那個跟他們的認同感完全不一樣的。就像你拿原住民好了，他們可能一出生一出來，他們接觸的傳統服飾，可能真的就他們傳統，可是植物染這個東西並不是這樣子的東西，所以這個跟那個認知感就不一樣了！他們可能會像我們客家蘭山一出生，然後就知道說這個東西，是我們文化古存保留下來的東西，植物染不等於那個，他不是相等的東西。琉璃珠是原住民一個這樣代代相傳的東西，文化！可是植物染並不是呀！植物染是一個很廣泛的東西呀！是早期我們的一個在化學染沒發生之前的一個染料，然後他沒有所謂的因為化學染一出來之後，因為大量嘛！快速去取代原本舊的東西，是這樣子的！那你懂我講話的意思嘛！所以那個東西，要在地居民要共同來參與，他其實是有一定的難點！可是你在中寮你弄一個是龍眼，比如說她整個中寮鄉，他就有百分之五六十以上的農民，在種植龍眼這個東西你講這個話題，他們就可能參與度就會很高，可是你講植物染，他可能兩個產業加起來的從業人口，可能不到二十人，那你要他們怎麼來參與他？

問：就如同你講的龍眼來說，文化是不是可以被培養的？

答：可是現在就有一個問題唷！整個台灣做龍眼有幾個產業？中寮的龍眼有比其他的龍眼有名嗎？現在考慮到一個環境競爭的問題、行銷面的問題，因為台灣過度去炒作每一個地方的地方特色產業，可是台灣的环境比如說中寮的龍眼，你們南部也有龍眼呀！那中寮的龍眼跟南部的龍眼，有什麼不同要區隔？像我們遇到的問題，植物染他是有名了，開始各地開始學植物染，因為他入的門檻很低，一群人開始作植物染，大家進來做植物染，結果他進來之後他才發現說，這 DIY 學習很快，就買回去做阿！她有沒有發現一件事情，一下子就退色，他不曉得我們這邊，下水是盡量做到讓他不要退色，基本上是監導出一定，我們開始在打品牌、開始在那種經營，可是問題是一一些人、一些門外漢，看不到這個區塊。他就只想著說，我開一個農場然後我們家我曾經學過，比方說這個植物，它可以拿來做染色，剛好我農場有這個植物，那遊客來我當

然想說，你要不要作個植物染 DIY 呀！他就就地生財嘛！然後把錢賺進口袋之後，可是他卻沒有想到說，她沒有多做一個東西，那個冷鍛植物染 DIY 體驗，就像你們現在去大坑，大坑不是有個天然花園，在作植物染的一個工紡，那很好玩，他就是做一個很漂亮的架子，就像火鍋一樣，像我們吃個人小火鍋一樣，然後把染布丟下去，然後拿筷子攪一攪，然後客人就會覺得說：哇！這個東西叫植物染，可是我們這邊的植物染是大鍋子，然後媽媽是用一個很大的棍子在那邊攪拌，然後他們就體驗不出那塊染布的辛苦度！他們覺得說一個小鍋坐在哪裡，攪一攪就出來一塊了！我為什麼要花那麼貴的錢，去買那個植物染布？他覺得很簡單啦！因為他看不到媽媽辛苦採集的過程、整個熬煮過程，然後到整個過程，他完全看不到，他看到就一個放在火鍋裡面、坐在冷氣房裡面，然後攪拌的那個動作，然後出來回來就一條植物染布，然後下水洗了之後，哦！對不起顏色掉了，這就是植物染，可是沒有人可以來幫我們來協助這個區塊呀！因為中小企業處輔導比如說，兩年案子三年案子結束他們就回去了！可是這些後續的發展呢？那是我們產業要自己去面對的，當然我們不能一直仰賴政府嘛！可是有的是不是我們在地產業，去做就可以做得到的，比如說這些大家一窩蜂來複製。比如說台灣現在很流行的桐花季好了，這邊桐花季、那邊也桐花季，到處在作桐花季呀！對呀！

問：所以一個地方有文化特色很重要的？

答：對！的確是這個樣子的！然後但是也必須有其他的居民，但是我覺得她很容易被 copy 呀！被模仿呀！只要大家知道那種東西，大家誰懂的新聞媒體操作，誰作懂得行銷那個區塊，可能就那個區塊拿走了，你覺得是這樣文化比較重要嗎？我覺得文化真的很重要呀！今天那些懂得操作的人，那些文化從業者他可能默默無聞的在那邊工作呀！默默無聞的在那邊堅守他的崗位呀，做這件事情呀！可是他必須面臨到生活的問題呀！他如果沒辦法生存，他技藝就沒辦法傳成呀！那現在大家看的都是，新聞媒體記者操作那一套呀！然後他的生意很好呀！可是真正按照堅持文化傳統，這些又該何去何從呢？這個問題很深呢！你找一個很好玩的問題，因為他根本沒辦法解決！

問：我們知道文化可以創造比較不一樣的特色出來呀！

答：剛開始做都是傻傻的做，也沒想的那麼多呀！可是重點是台灣買嗎？

問：跟一般消費民眾的生活型態有關嗎？

答：對呀！你怎麼去生存文化能夠堅持，是因為要民眾願意來接受這樣的思想，可是要是一般社會民眾，沒辦法接受這樣的思想，那他們怎麼生存？這個問題就只有政府來能夠來解決了！比如我們去日本，比如說工藝界、或是什麼地方的特色產業，他們政府會在每一個他們認定的，你只要達到一個標準，會在你的工坊前面牌一個標誌，這是國家認證有形文化財，或是無形文化財第幾號，OK！那每個第幾部有每個款項，來維護這個工紡，可是你們要自力更生，他們就會他們不至於會餓死，但是也不至於會很有錢。如果要很有錢，要自己很努力去發展他，不然他們不至於說會因這份工作，就是開始生活潦倒，他們可以這樣子來，然後遊客會進來政府會在標誌上做很清楚，這每個村莊他們最有名的是什麼？然後開始去認證，然後當其他產業要來做的時候，把他區隔開來，就會這樣子去弄，可是台灣不是，是一窩蜂就一群人做一樣的東西。

問：不論產業或產品都需要認證嗎？

答：不是！現在是大家當民眾不懂的時候，可是政府又講一句話呀！政府哪一個單位可以讓民眾相信他、信服他，就認為他講的是真的？

問：所以認證制度就會有盲點？

答：對呀！比如說今天幾個大師，我跟你們這幾個大師比較好，那幾個老師出來，我跟她感情交情比較好，哦！對不起了！我可能就拿到那張認證制度了！他應該有一個標準值，或是有個什麼可以去提供，那是 OK 的！他應該是必須公立、中正的一個東西，可是現在他政府現在找不到這些東西了吧！

問：國外的專利制度置入產品中對地產地銷的看法？

答：這是一個方式呀！你那個東西要很強呀！可是一個大的問題，如果遊客到不了這些人要不要生存？要呀！他們最後還是要放上網路呀！網路是無遠佛界的呀！什麼叫做一定要當地才買的到！那問一句坦白話啦！裕珍齋好了，鹿港有名的小吃，為什麼我在台中各個小巷都看的到？這個不相等吧！我覺得應該是看東西吧！遊客量能大到說，因為那個牽扯到遊客要到當地才買的到，那牽扯到交通動線的問題，牽扯到大家生活習慣問題，我上班、我幹麻，我可能爲了你這個東西，大老遠從台北跑到中寮，買一件你這樣認證的植物染，他對我的需求度有多高？他是民生必需品嗎？你卡到哪個問題唷！所以我不認爲這樣是可以的呀！因爲根據社會環境的變動，我已經不再認爲說，可是你們可以炒作一個東西，因爲他創造了一個類似營造了一條村的方式，比方說這個村他們今年炒作出一個節慶出來了！在哪個禮拜、在那個節慶當中，你們除了買那個東西，過來產地這樣互動，這是現在很流行的炒節慶的方式。

問：就類似東港黑鮪魚季嗎？

答：對！就類似這樣子的方式！你現在再去問問東港黑鮪魚，操作到今年到第三年了，如果沒有新聞記者、或是政治力的操作，他是還像之前那麼熱絡？其實我們是問號的！因爲當初你講到黑鮪魚，就聽到一個很好笑，就前天就有一個朋友，他家就在東港，他家是在作黑鮪魚的，她就跟我講一句話，小時候他們看黑鮪魚，他覺得那沒什麼呀！因爲就爸爸補回來，就有黑鮪魚就可以吃了！他們覺得那個很稀鬆平常呀！結果新聞媒體記者去炒作，然後阿扁去賣了那個東西，然後他被大家標榜著黑金很高的時候，然後他就開始覺得，好像有那麼一點點珍貴唷！可是他們小時候覺得那個，跟一般魚肉沒什麼差別！他並不是特別珍貴的，啊！因爲被炒作之後，大家覺得他很貴，可是她跟我講小時候都不吃，也沒有什麼，然後大家就很純樸，做他們應該做的事情，漁業應該做的事情。然後因爲被炒作之後，大家開始有一些勾心鬥角，開始去炒作，開始去弄一些東西，開始去裝潢開始什麼，就不是以前單純鄉下在做的一件事情。

問：所以你認爲媒體炒作也是地區發展的因子嗎？

答：不是嗎？不然大家怎麼會知道！對呀！大家怎麼會知道！

問：相對說媒體來報導中寮那大家就會來中寮嗎？

答：這真的有差！這真的有差一點點！

問：那你認爲這是常態性的嗎？

答：我覺得這不是常態性的！因爲它必須像媒體來報就一定是好的嗎？如果今天媒體來報那個產業沒準備好，客人進來了剛開始會有帶動的作用沒有錯！可是如果這個產業沒有準備好，客人進來是說：這樣而已，就走了，所以那個媒體報導是給已經準備好的產業，而不是一個它可能還不是很成熟的，媒體過度曝光也不見得是好事呀！對呀！

問：那你認爲輔導前後對地區的影響是什麼？有帶來收入增加觀光客增加的效果嗎？

答：地區唷！那你不應該問我！你應該問在地居民！我們給他什麼？而不是問我！如果你單純就我們而言，這個問題不是我們能夠回答的！能對中寮帶來什麼？不敢說我們帶來什麼！可是這一群中寮的家庭，這個家庭靠這個產業維生的，他們家庭到目前爲止都被照顧的很好！就這樣子！那你突然講到整個層面！那可能中寮鄉鄉公所鄉長，他會覺得說哦！我們中寮鄉有個很有名的產業叫植物染唷！就這樣子！那你問中寮鄉鄉長對我們協助些什麼？並沒有！只是出去你們講中寮鄉有什麼的時候！龍眼呀！柳丁呀！那個全台灣都有的東西，然後誰跟植物染先畫上一個等號，大家在炒作中寮是植物染的故鄉，然後你會發現植物染故事背後歷史的意義價值，結果是只有兩家工紡，然後那兩家工紡，其中還有一家營運還有點問題了。

問：針對輔導培育專業人才問題的看法？

答：問句坦白話啦！其實巧手媽媽他們待那麼久了，他們培育教育課程那麼久了，我還是覺得一件事情啦！有些不是教育就可以培養出來的。比如說你今天你要媽媽學會去賣商品，學會要講銷售的東西，其實這些媽媽都有再進步，然後也都在學習。可是他們真的第一次被客人問很艱深的問題的時候，比如說：你們這一

個東西、一個包包怎麼賣那麼貴啊？這媽媽就說我們都是工錢呀！我們剝材都很累呀！你會開始發現媽媽會跟社會大眾解釋有的沒的，可是社會大眾會覺得說，我覺得我在外面隨便一個布包，大陸然後東南亞那個低價染色品，進來幾百塊就一個了，我為什麼要花好幾千塊，來買你這個植物染包，為什麼？然後你看媽媽他們怎麼解釋！然後他們受挫感就會很重，其實我覺得說需要專業分工啦！然後我們這個染房的組成份子，我們都是在地人。那在巧手的部份，可不可以找到像我這樣年輕的在地人，願意去協助他們做行銷面的推廣，我只能講這樣。他們能不能找到這樣子的人？又有一個問題，我願意一起來推廣兩家植物染兩家的商品，巧手願不願意讓我來推廣？這又是個問題唷！不是沒想過資源共享唷！就拿比方說，當政府當我們接了一個大量訂單，那訂單高幾千 pics 下來了，那打算一半給巧手一半給阿姆，那很好玩唷！發生一件事情，阿姆認為評估起來，會有生產成本嘛！我們這邊媽媽比較勤勞一點，可能他做出來一小時可以做一百件，可是巧手媽媽一小時可能做七十件，好同樣材料，政府給了一個一千 pics 的東西下來，阿姆評估我們一件只要五十塊好了，巧手評估出來他們一件要八十塊，請問那三十塊的價差誰要去吸收？這東西很有趣唷！這東西真的非常有趣唷！因為之前真的有人想做過這樣的事情，然後最後不了了之。

問：手工藝這個產業面對非手工藝事有困難的？在價格方面

答：對！就是這個樣子！可是你養到有一個手工藝有的行情的時候，那個路途又是太遙遠了，又不是他們被創造的，他們不是本來就說，那些像原住民都有一些勤勞，對不對！就與生俱來他會的那項技藝，他又不是那種人，你懂嗎？這個東西是很難把它架構在上面的！挫折感會不會很重？

問：因為手工藝本來自己發展難處，他本身純手工、不可大量生產，無法比外面的產品來的便宜？

答：還有他不是必需品！你像我們奶油酥餅這個東西，有沒有！它是吃的東西！

問：可是我昨天去竹山大賣場看到，為什麼不賣當地的東西，反而賣大陸的東西？

答：還有跟整個大環境，其實他們來跟工藝家產業談合作的時候，比如說我賣你的東西，一件多五十塊，台灣沒有感覺說因為我多付出五十塊，來幫助台灣在地的產業，我寧可削價競爭十塊、二十塊，去買大陸的東西，就這樣子！可是相對很多國外的人，外國人卻寧可相信台灣在地的產業，也不願去買大陸那種，不少東西從何而來的東西，是很好玩的，而且我發現走國際市場比國內市場好玩，好走！最常去幫忙一個地方產業，最常遇到的問題就是，在地人在沒有發生問題的時候，他就會覺得說，你很好，但發生問題利益有糾葛，就會說你是外地來的，那種東西很容易就被否決，對！然後甚至於說很多，我們很多在我們平地人然後去部落去協助發展，然後去他們奉獻其實奉獻很多心力，到最後面大家心裡都會有個盲點，那個盲點就是說，我們現在做的東西，真的是在地居民要的東西嗎？

問：就是還是前面講的溝通問題？

答：其實不是溝通問題，這是現實環境有很多的問題，就我來這邊做了很久，我也是在地人，就是有時候我會為自己想過，我這樣做的決定是對的嗎？是真的是這樣子嗎？我這樣討論是 OK 的嗎？所以大家都會有個疑惑點阿！然後大家都不曉得說，這樣到底對這個產業、對這個這邊的服務業人員，到底好還是不好？大家都會有這個盲點阿！對呀！而這個不去做，他就沒有路可以走阿！就是沒有生機可以走阿！

問：或是你有什麼建議！

答：我也沒辦法給你建議！因為講坦白話啦！我會覺得啦！這種很多事情都是已經趕鴨子上陣，都是已經既定的策略了，然後一開始，他們要實施一件事情之前，是不是有找產業？是不是有找學者？或是有找經濟學家？或是有找什麼一起來共同討論這個東西，是不是要實行？然後還有可能是某個學者、或是某個人提出的想法，然後大家就來做了，然後做了之後，大家再來修正說對不對？適不適合？用不用？你不覺得這樣已經本末倒置了嗎？然後創造一堆，政府資源一但剝離，地方產業就倒掉了！這樣不應該是這個樣子的！

問：所以應該先了解產業的需求什麼？在來訂定策那個計畫

答：有時候是真的他們可以，像有一些學者或經濟學家，我們不是抹滅他們的人，他們是真的能夠看到未來的

盲的會在哪裡？所以他們會在大前提的環境之下，比如說他會認為是說，未來的經濟面會走到哪一點，所以台灣目前產業會朝哪一方面努力，然後這是重點發展產業，他們可以制定這樣的方向是沒有錯誤的阿！是他這樣制訂方向之後，然後他只要去執行之後，那我覺得在執行面的部份的時候，就必須要跟在地業者溝通，我沒有說他們制定那種重點發展是錯誤的喔！因為那是社會一種是世界潮流趨勢，那是 OK 的！可是我覺得也要，不是說你們看比國外東西好，就 COPY 在台灣上身上，因為台灣有台灣的民族性，然後台灣有台灣的那種不同的東西，不是一套你們在理論上所學的東西，然後他來台灣她就是一定 OK 的！

問：所以你認為說像日本是，他們是想說一鄉一品、一村一品，那你覺得台灣仿造會有問題嗎？

答：我會覺得民族性，就會有很大的不同點！我覺得這個是每一個東西、每一個民族性就很大的不同點，台灣真的就可以遵守一鄉一特色嗎？然後這個特色是怎麼發展出來的？請問你們是用什麼的標準去評定那個特色？如果，對不起！妳們一個村莊，他根本就沒特色可言，那怎麼辦？你們還是要讓你們展出你們的特色來嗎？你懂我的意思嗎？就像全台灣就像我剛跟你講，全台灣就只有龍眼，我們就只有個舉辦龍眼大賽，然後選出哪個地區的龍眼，阿！對不起！就他們家的龍眼最多，然後他們家的就是最棒，那鄉龍眼是最甜，測試出來他們家是最 ok 的！所以他們第一名，那其他人怎麼辦？你叫他們不要種龍眼嗎？然後他們能夠維持他們的生存嗎？你能夠達到硬性達到這樣的經濟規模嗎？以後龍眼就是這個鄉，全部由他們種，然後那個鄉永遠全部都是種荔枝，但是那就不叫做經濟了嘛！經濟是自由經濟的嘛！你這樣、你這樣就不算！哈哈！就很好笑了阿！你懂我講話的意思嗎？對呀！就有很多盲點在呀！可是你不創造經濟規模給他，他又沒辦法生存阿！這是一個不是我能夠解決的問題，也是不是我這種小小年紀能解決的問題！這我也沒辦法提出證明該怎麼去解決。因為我覺得這就是人性吧！不是嗎？這沒辦法解決呀！

問：那你認為說產業這方面，他短期有什麼改進的方法？來促進這個地區的發展嗎？比方說短期你多多辦活動！

答：我覺得有個東西啦！比如說我現在遇到，有個很大的問題就是說，當我們有時候我們自己，努力準備到好的一個境界的時候。然後比如說我們接觸到，比如說國外的買家，然後願意來做購買，我們這樣的傳統手工藝的時候，那我們會遇到一個問題，比如說 我們該怎樣做國際貿易，這區塊裡面是不動，一定會需要那種專有人才來處理這樣的事情，包括語言、包括相關的東西呀！然後甚至於說，我們很害怕說，因為我們真的被當作手工藝品銷售，還是當成紡織品在銷售喔！然後這東西就對我們這種產業很大的問題，當成紡織品，他就很嚴格那種可是當成工藝品的話，又是另外一個一個規模，然後這種東西，大部份都是銷到外面去，這真的是一個地方特色產業，因為他們就是看中台灣地方是因該前進到其他國家去銷售，可是問題是我們怎麼跨過那個門檻，然後那個時候我有考慮過，打電話去問很多單位，找不到可以一個可以重整的單位，你找不到門路可以去問，因為他們不了解是什麼，她們其實把你制定植物染，還是紡織品的東西？那紡織品能不能認證一個規章，什麼植物染認證規章，那我們要出口的時候，是不是我們政府有的東西，能夠接受我們申請，然後簡單的規章管，可以幫我們認證說，這個是中寮在地所產出的植物染，他用的染料是中寮該地的染料，然後讓我們可以順利的出口。因為沒有人、沒有個公正的單位，來蓋這個章，幫我們列出證明書，沒有！

問：所以你們外銷這個也發生很大困難？

答：不只我們吧！除非說琉璃珠可以外銷，因為琉璃珠很簡單，他就是工藝品，它就是玻璃。一定的溫度、一定的產品，然後你只要玻璃是跟哪個大型廠家購買，請問我們植物是跟誰購買？你植物你沒有辦法拿到產地證明書阿！我們可是野生野外也長那種植物，就採集回來了阿！那要提供一個無農藥證明，你怎麼去提供無農藥證明，這是一個很大的問題。他手工藝類又分很多種，有一些東西是你已經變成就像琉璃珠，你已經變成哪一家玻璃製品、玻璃大型工廠，他們本身有經過什麼認證工廠，產出來的玻璃標準化玻璃阿！回去做加工然後生產製造，植物染呢？我布匹可以做做這樣子測試，我買布匹過來在這處理之前，怎樣的布匹，可是染料呢？我們這樣子的一個證明書呢？所以我會覺得說各個台灣產業這麼多，試著應該有自己

他的認證法，然後不能因為大家都知道，所以他比較有個規章，可是有一些手工藝沒辦法被認證的區塊，那個區塊現在應該是由誰認證，誰負責的？然後該怎麼走？就是說我們很有心改善，改善經濟就是我們產品設計面，改善我們所有的東西了，然後有真的買家願意來前進了，然後那溝通橋樑又在哪裡？因為很有可能的一張單，就把一個產業因為一個一個驗不了關，就可以把一個產業踢走，因為違約金就把工紡弄得不存在，對呀！還是說你們認定的地方就是只能夠小型經濟規模在這邊運轉，那也 ok！那請問你們能夠就是說，只能是小型運作規模的話，那你們會讓他們永續生存嗎？那他們的生存的那個立足點在哪裡？經濟面又在哪裡？對呀！如果沒有的話，那大家為什麼要來做這個產業呢？所以這就是他，就是他該消失，就表示這個產業，不該是這個產業了...。

問：針對永續發展是那哪方面出了問題？

答：其實有時候不是這個問題，只是有時候你也不能全怪政府耶！都有耶！我們就拿和興來講好了啦！和興為什麼這個樣子，其實和興後來也自己做植物染阿！他就是從巧手一直慢慢做變成植物染阿！然後 DIY 價格比我們這邊便宜啊！因為遊客會去那邊吃飯嘛！然後順便去做植物染嘛！然後來我們有人打電話來問說，你們這邊做完植物染，我們可以去哪邊吃飯！那因為我們沒有供餐嘛！我們說那可以到合興去吃啊！等他們打電話到和興他們就說我們有做植物染呀！那請問遊客那還要跑來我們家，然後在到和興嗎！還是直接到和興就好，吃飯又要做植物染、還可以享折扣，那我們也不是不認同他們做植物染，可以阿！重點是麻煩你們要做對阿！你不要用哪種就是我跟你說，操作錯那種方式是錯誤的方式，然後直接、間接打壞我們中寮鄉植物染那種名聲阿！買回去如果大家都會褪色耶！然後做後色彩不牢固耶！那是不是每個共同的所有業者，都會有這樣子的一個良知，就像我們去外面買東西，我們都會怕會買到假的，然後真的就像這種東西呀！這種東西很多呀！那我們政府不可能為了真真假假一件事情，去做任何東西，都是業者自己去做啊！你要去認證那個標章喔！那個什麼標章喔！那都是營業者自己做這樣的事情，那就是我們台灣，比如說經濟部中小企業處，OK！每一年然後去體檢這個產業，他們等於說他們是九五年輔導的，九五年還 OK！我們符合他們所有認證 OK！他們就給我們九五年的標章，九六年就九六年他們過完，就給九六年的一個標章，然後累積到五年之後，這個產業可能五十年以後，他就真的是一個百年工坊，MAYBE 就是這樣子，因為這個東西就是這樣子。再下來的然後這裡有一些有心想發展的人，然後政府也可以利用制度和標準 那因為他可不可以呀！可是你一定要知道這些東西唷！那知道這些東西，如果能夠讓你能夠保證，但是你說雖然說我們會給你一個什麼，然後這是對一般消費者的一個保障，然後對你們也是一個肯定，你們就會有維持一定的收益，就像我們家的電器呀！要買正誌標誌、什麼標準級、什麼的東西，你就不會偷工減料，你就不會被怎麼樣，是不是帶來類似像這樣的東西？很多東西都可以這樣，難道特色工藝不行嗎？其實我們也想讓大家相信我們啊！

問：所以你也是希望說跟植物染能夠在中寮永續發展下去？

答：那是一定的呀！阿不然我們幹麻待在這裡？如果沒有這種想法，就不需要待在這裡，如果我只是在這裡混吃等死，在這邊做這些東西，這樣做一做就好啦！

問：那妳你會不會想說帶動地區發展嗎？

答：不敢想這麼多！因為會牽扯到很多政治力呀！當然能夠帶動政治發展，當然更好啦！可是問題是像我們之前，比如說遊覽車來之後，有些居民說，那我們可不可以把水果拿來這邊賣，比如說我們可不可以把你們的龍眼乾拿來這賣，你覺得這樣適合嗎？對呀！因為不是我們不想去帶動，這東西不是我們在做的，我們不可能把這邊，因為一個植物染的工坊，把它變成一個大賣場一樣，因為遊覽車來了，好像休息站一樣，這台是什麼、那台是什麼！然後一台一台的過去，因為有人就是提出這樣的需求，我們拒絕！他們就說你們以為你們這樣子做，就是靠你們就可以了，都不需要幫忙，就這樣子！然後居民就會開始懷疑，那個不是這個樣子，那個其實不是我們做的耶！

問：那其實我剛過來你們這邊是個商圈嘛！怎麼不給他規劃是賣什麼類似那種老街那樣？

答：不是我們做的..那是中寮鄉鄉公應該要做的事情吧！對呀！

問：這樣會不會比較好一點？

答：我不知道！因為我不清楚！因為那個如果他真的想做，要去問那邊的人是不是願意？你懂嗎？那個有很多政府願意撥經費，居民願意配合來配合、來營建，然後來做這樣子，然後在過程當中，如果有利潤收入了，那很好那可能居民願意長期投資，那如果沒有利潤收益的話，很可能還會有很多事情就是變成說，不是在地人在這邊投資，是外地人在這邊投資，也有這樣的事情，不是嗎？

問：那請問產業再創新研發能力，都怎麼去突破？

答：這是我們很辛苦的一件事情，如果就單只就染材方面，我媽媽他們去摘集染材，然後自己去嘗試，然後染出東西來，這個東西是 OK 的！他們自己會去 HANDLE，可是對把她染出布來，把它整合成一件商品，這設計部分，這部份他們因為，他們不是傳統這種設計底出來的，所以他們就真的做的很困難。然後基本上我以前的作法，我會找老師來，而且我會提計畫案跟文建會阿！相關部門提預算，提經費、提計畫書，請他們是不是可以核准我過，然後讓我找老師幫忙我上課進修，我會這樣子來做，所以我會自己來提計畫然後來做，這方面的技術延展，那當然也不是沒想過跟大專院校的學生來做合作，由學生來做植物染料這部份，然後媽媽來做生產。可是這樣會問到，我們之前有跟一些學校合作，結果學校學生後來畢業之後，或是學生他們想法可能天馬行空，跑到成本概算計算方式，結果社會大眾沒有辦法接受這樣的商品，你弄出來的是不對的商品，或是達成一個目的之後，那學生畢業之後就在我們做這個，或就是直接被老師挖角，然後到大陸去做發展，然後這個東西就沒辦法留在這個區塊，對呀！

受訪者：黃先生(A3)

時間：2006年5月8號下午4點30分

地點：台北縣XX鎮—黃先生工作室

答：就是說開發叫做社區城鄉特色的感覺把他做出來，讓這個地方能夠原來本來是只有產業，事實上像鶯歌原有的就是產業，他也沒有人去研究文化、需不需要加入教育、需不需要加入美食、需不需要加入所謂的休閒，加入所謂的觀光。事實上以前都不用，以前我們本來就跟現在大陸，現在都是爲了人工便宜、爲了免稅、爲了地便宜，所以就把它當作最大的加工廠，最大的工廠的地方，那現在在臺灣已經到了變成人力也貴、土地也貴、環保問題也很注重，也很嚴重，所以變成大家都想說，那就帶動觀光是無煙囪的一種產業，那就變成現在政府硬體，在鶯歌都已經花了這麼多錢了，事後就是要輔導，叫做已經完工了，完工以後你這些店家、這些商圈本來是一個地方特色產業以陶瓷，但是要去怎麼振興要去帶動，因爲觀光也會帶動產業，因爲觀光客也會買很多地方產業的東西，之後相對的工廠就會因應而生。還是說本來不想在臺灣繼續紮根生產，這些的工廠就勉強先留下來，勉強以後當然就越做越好，當然就越做越大，否則現在大家能跑的跑、不能做的不要做。所以我們老街事實上，原來老街也是陶瓷工廠，都是這些煙囪林立的工廠，但是現在幾乎看不到煙囪，看不到窯場在哪裡？現在都變成店家，事實上也有他的特色在，也有他以前發展到現在的。怎麼講應該是這樣比較好，這樣比較輕鬆、比較愉快、還是說比較無奈，這個也很難抓的準，當然是臺灣現在希望轉型嘛！包括各各產業都需要轉型，農業也需要轉型阿！那我們鶯歌也是需要轉型，所以產業都移開這個老街到外圍，那外圍當然能提供鶯歌老街這個商圈，變成一個買賣的集散地，那也很好阿！很多從大陸進口的東西在鶯歌老街賣，所以就變成鶯歌你不生產沒關係，外面進口的東西便宜又好的也很多阿！但是這樣就會失去我們原有的本土的一種特色，因爲走了民族走了這麼久了，所做出來的東西卻只能抓住那種個人的感受，比較個性化的作品會比較多，還有生活用的會比較有特色，就不是制式化的東西，所以現在有在輔導阿，包括企管公司、經濟部商業司委託的，還有政府補助給所謂的企管公司企劃案，怎樣把店家變成輔導？包括能對店家店面裝潢的改善、還有待客之道的改善、還有作品展示的改善、還有裝潢格局也有啦！還有怎樣落實到說，你可以有買賣的能力，就是說可以賣的那個行銷的能力、在過來要架設網站，還有要去參訪每個地方成功的點，雖然說我們鶯歌也算是滿成功的，有的地方的人會來看我們，那我們也要去看別人的，類似參訪也會做。像事實上政府都有在做阿！但是現在像我現在最近要爭取的，臺灣微軟公司的一個公益活動叫做給女店長E化，就是鳳凰計劃裡面的，給女店長可以免費學電腦，從不會到可以用數位相機，數位相機會拍了之後，會放到電腦裡面到架設，你自己店家的網站，從不會到把你店家的網站做出來，那當然時間不多24小時阿！24小時而已，那這樣女店長就可以有學習的機會，這都是事後的輔導一定很重要，所以我們在社區營造裡面也提到，現在如果沒有做社造，這一邊就會越來越沒落，那相對的產業就會越來越少，那所賣的東西就會變成越來越東南亞的集散地，那如果我們沒有商圈的這個環境的改造，會變的越來越像菜市場，其他後面就會有這樣的情況。假日來就會把那個大雨傘藍色的、紅色的、什麼色的，本來是人行步道，現在都把東西擺出來賣東西，他們就是說我店面也有開阿！可是店面我期待不了生意很好，所以我就想辦法本來不做吃的，現在把做吃的擺在人行步道上，因爲假日我們有交通管制，那擺出來了以後，那當然會太熱阿！早上就要做生意做到黃昏阿！那怎麼辦？就把雨傘拿出來，那拿出來了以後，就開始就變的是菜市場，那這個就是沒有管制，現在這裡也有一個協會，那協會幾乎管不住，那我們這邊的協會管的比較好，所以那個特色性會比較漂亮，以前也請公關，爲了不讓車子進來也請保全來幫我們管，但是警察也會管，但是警察不可能每天站崗阿！那大部分就是顧客只要是開車進來，不看到警察就好了，那這樣好像就可以繼續活動，那我們現在這裡也有交通管制，因爲這個叫做公共利益要提升的時候，一定要會先考慮到個人利益，可不可以同時也提升！所以就像說你不讓車子開進來，你停車場一定要夠大，不夠大車子也還是會上來，而且載東西要是太重了怎麼辦？你要讓他怎麼載？

所以是不是有推車？但是推車又怕推倒摔壞，那有的人買的是手可以拿的，但是太重，他是不是會想要開進來放，就給他進來但是停車場是不是太遠？所以這也是兩難，所以為什麼那個大溪老街在賣那個神桌，那個幾乎你不讓他車子開進來那人家怎麼抬？那停車場又太遠停到那個，什麼大溪橋在過去，哇！那個太遠了啦！嚇死人了！所以他們幾乎很難管制車輛，那一個休閒觀光的地方，你要走起路來都要注意到交通安全這個太累了，所以這個就牽扯到鄉土特色的產業能夠發展，包括怎麼去振興這個策略相當多，交通也是一個問題、美化也是一個問題、人才培育也是一個問題、這塊有沒有長期的執行能力也有問題、還要爭取利用協會、利用人民團體去爭取更多的輔導計劃，這個也有問題、還有參訪計劃這幾乎都在做社造。

問：所以這個要結合社造比較快容易？

答：因為社造太多人、文、地、產、景，現在又有一個謝院長所講的那個健康計劃，對阿！六輕計畫裡面，所以這個你看都要阿！事實上就是社區營造，日本已經三十幾年了，我們台灣才跟它學今年第十一年，那就陳其南那時候做副主委，以前還沒有做到主委的時候，就開始已經他在做社區營造，透過台灣地方去了解，所以從谷川町，日本的谷川町那邊延伸，那現在也有包括你說東西德已經圍牆拆掉，那你就做社造阿！沒有東德要怎麼樣跟西德比，那西德要把經濟帶到東德，那東德要開發的像柏林，以前的首都是柏林，東德是柏林，那你柏林要開發要等國外的阿！還是說本國西德比較有名氣的企業家，要來這裡投資，蓋大樓做總部慢慢把他拉近，否則大家都知道西德現在，都是把他們的資產拿去投資東德那些，他們也是很唉唉叫阿！本來西德就已經很進步了！現在大家都很有錢，但是你把稅金都抽一抽，不建設在西德是要建設在東德，這一邊的西德就要，一樣阿！錢都是挪來挪去，那西德的進步就會慢下來，那可能會把東德帶進來，若你不是靠同一國家處理，那就是讓外國人進來阿！包括大陸他們自己裡面要進步都很難，所以只能靠台灣、靠美國靠外國的、歐美的進來投資他們才會成長，那這樣子還有什麼？

問：所以老師你認為說產業還是有可能帶動地區發展嚕？就如你剛剛認為所言？

答：我們現在就是，我們要的產業並不是要為了帶動地方發展，有時候真的不是為了要放棄產業，還是要保留產業阿！而且要把產業發展起來阿！像鶯歌如果這產業是沒落的，你覺得說沒落了不要了，我們把鶯歌全部改成美食小鎮這個也很難，就像台北市他開發的是牛肉麵，還是有一陣子牛肉麵在過來，好像有一個是什麼？不曉得是小籠包，還是什麼我忘記了，是牛肉麵那時候是最好，聽說台北市政府花了兩百五十萬去做這個計劃案，那請賣牛肉麵的人來參加比賽啦！來參加美食的一種嚐試的、試吃的那種情形有比賽，所以帶動當時台北市牛肉麵店的生意都很好阿！牛肉麵事實上也不一定是台北市的產業啦！它不叫產業，它叫做每一個人生活起居，所必須要吃的一部分而已阿！那他把他炒起來把他炒熟，用行銷的觀念、用媒體的觀念、用政府投資一點點錢的觀念，就可以帶動附加價值就提升啦！那提升也就是政府努力在做的，其實社造在日本也是這樣被做出來的，本來是一個鄉村的傳統產業，他是一個種田的可能有一些小吃，但是他們就覺得是老人化阿！事實上做社造就是為了預防老人化，老人化的問題一直會發生，但是怎麼讓老人還有第二春？包括有就業的機會，不是要把他們累死啦！就是說讓他們覺得他們有工作、有一點點依靠，至少他們活的會有尊嚴，那也會做的很愉快，那也會把他們離鄉背井的子弟，請他們回來幫助他原有的住家，發展他們的生活的成長，包括他們產業成長、包括賺錢的機會也會成長，這個都是在幫助政府，可以怎麼樣減少對老人的付出？事實上你看現在日本電視媒體在報導他們少子，就是不結婚的人很多，因為他們日本最長壽，那長壽的問題就是老人太多，太多當然不是說六十幾歲就算老人，以我們定義六十五歲就算免門票、免什麼坐車子半票、還是免車費這個樣子，但是六十五歲他還想要跳交際舞阿！他不是去打太極，也不是去跳什麼一般的土風舞，他就是要去跳交際舞，為什麼？他看起來還很青春阿！很年輕阿！所以你要他的工作上的依歸，有的是第二春再就業，那有的再把他的經驗傳承到老的時候，還可以傳承到給年輕人，所以他還想要發揮，那這個問題就可以幫助這個老人，得到他的生命的泉源，那他就覺得越活越快樂，而且又可以把這個在外面工作，不是很順利的、賺錢賺不多的小孩子再找回來，找回來可以照顧

他，小孩子可以照顧父母親，也可以跟他們相處在一起，那老人活的越老，至少不會是鰥寡孤獨廢疾者，盛古皆有所養，現在大家政府都有下旨了，本來皆有所養，都是政府要養，但是現在政府因為這個政策，應該是落實在哪裡知道嗎？共產主義，國父思想那個概念，也是想說希望能夠世界大同，那最好的實施是在共產主義，為什麼？共產主義大家均貧，都是政府要養，那有什麼漲價歸功阿、什麼賺到錢歸政府，現在共產主義是窮的要死，所以他都做不到，他都讓大家變成均貧，我能照顧就只能照顧你的三餐，你老了之後會自然會怎麼樣，那共產主義就沒有辦法解決，所以他就現在學阿！大陸就學資本主義來實施，現在的共產制度，那北韓就是堅持還是不喜歡資本主義進來，所以北韓會窮的很嚴重，那大陸聰明了，從鄧小平那時候就已經知道，資本主義裡面的經濟跟政治把他切割，搞經濟就把經濟搞好，那政治那他還需要掌控，還需要獨裁、還需要共產阿！也不希望有別的政黨進來，所以他們懂的用資本主義來照顧他的子民，這個很好阿！像我們現在能夠老人有福利，就是靠資本主義阿！絕對不是靠共產主義，只是共產主義那一套實施了將近幾十年，確實有問題阿！那有問題當然要改變，蘇聯也算改變了解體了，那大陸也一半改變一半保留共產主義，但是北韓還是堅持共產主義，還是弄在那邊僵在那裡，人民苦哈哈的。

問：那老師你認為陶藝品他自己本身有什麼發展的問題所在、困境？就是說手工的人力太繁瑣或是什麼之類的？

答：事實上，陶瓷產業本來就是以前，我們唸聯合工專陶瓷科 68 年唸的時候，父母親就講一句很單純的厘語，這個就是社會還沒有多餘的閒錢，可以來去做陶瓷買賣消費的時候，包括藝術品、包括生活用品、像日本他們一套餐具，整個陶瓷做的光是一頓就要四十幾件，越窮的國家，就是像客家人他們跟以前閩南人都一樣啦！一個大碗公、白飯也在裡面、上面就青菜什麼，包括最後喝湯都用那個大碗公，這就表示什麼？他很窮阿！他沒有辦法買到喝湯要一個碗，還有裝醬油要一個碟子，還有放筷子要有一個筷架，那喝茶還要一個杯子，那吃白米飯要一個碗，沒有那麼多阿！就是一個大碗公，所以以前客家人現在都還有一些，故意把以前那個刻苦耐勞的概念把它喚醒。但是現在我們賣陶瓷，事實上陶瓷還有一個特色就是它會破，所以很多人就認為說破了以後還要買、還要再花錢，這就是它的優點啦！就是因為它會破，所以你就要好好收藏，所以你才變成收藏品，包括故宮這些東西如果你都不會破，那它也不需要保護的這麼嚴重，那就是因為他有會破的特色，所以他有時候可能會變成不可再造的因素，不可再做阿！除非你是作量產的一次就一兩千個都一樣，那當然這個破的還有第二個、第三個、第一千個都一樣，但是藝術品有時候沒有辦法，破了以後你重新做很難就做的一樣，所以這個問題就變成，哇！就跟人跟人相處一樣，不要說把人的感情弄壞掉，以後再想辦法彌補，這有時候就很難彌補阿！所以有時候就會覺得，阿！你一個人很堅強但是內心咧？內心就很脆弱，所以這個就人跟人相處，就要隨時要呵護，所以陶瓷有他的特色，那你覺得會有困難的問題是在，就是現在台灣的經濟命脈很累阿！雖然是我們民間的儲蓄率，你們年輕人比較少啦！我們還有四、五十歲這一代，包括四、五十歲以上，這些年齡的儲蓄率是世界第一名，但是現在是因為景氣也不是說，因為台灣景氣不好，因為大家都把錢投資到大陸，那現在虧錢的人，他也不回來講說不好意思，不回來講說他虧錢，所以大家還是要以台灣為主，好好繼續經營，不是！他就在那邊等待想要在去大陸的人，有時候難免會去騙他，反正一個騙一個，台灣人騙台灣人，反正你要過來我台灣關係多嘛！你要辦什麼證件當然都是我來處理，當然他就烙跑，所以我們這邊叫做流浪漢，那還是說他們叫盲流，盲目的在那邊流來流去。那我們那邊有一些做生意做不好，就留在那邊叫台流，台灣的台、流動的流。那這個就是在講，所以台灣為什麼現在很多，叫你去領一份掛號信就是要騙你錢，要退稅也是要騙你錢、要領身分證他都想辦法，要你的資料要去幫你領，但是到後來就是要騙你的資料去掛人頭戶，這個就是台灣有很多的信用卡，這就是因為台灣還有資金，包括現在就是執政黨，還是有需要努力的空間很大，做的不是很好，但是就是因為我們稅金多到，他可以操縱稅金的。那一種怎麼講呢？那種權力太大，所以為什麼在野黨要把執政黨拉下來換他做，台灣就是這麼辛苦阿！你做你甘有什麼好處？剛剛在電腦網站在裡面講，那個裡面有講到那個交通部，在罵那個郭瑤琪，結果他今年就有一千多億的這個預算，去做一百多筆的這個公共建

設啦！一千多億耶！不是一千多塊或是一千多萬，是一千多億耶！那我們要買軍事設備才幾千億而已，交通部就有一千多億耶！那其他還有內政部、還有勞委會還有文建會，那全部加起來那是我們的生活是繳的稅，你出門做的汽車也要繳稅，你加油也有石油的利潤，那我們開店也有營業稅阿！賣東西也有什麼稅都是阿！所以事實上一個國家，都是有這個多稅金才有辦法操作，所以有很多都想要執政，那我們這個產業希望的就是景氣好、希望我們股票就是在七千多點了啦！那但是大家看起來還是捨不得消費，為什麼？很多物價都在提升，所以現在變成是帶動觀光，你可能知道吧？去年我們國民消費第一名的種類就是什麼？總類喔！產品總類！觀光是一個抽象的東西，國民消費第一名的是石油，所以誰最聰明？王永慶！他就是會做石油，中國石油是屬於國家的，所以賺的盈餘都要歸公，那這個就是觀光帶動石油消費，那變成也不是陶瓷消費很高，也不是珠寶都不是，就是石油！所以應該是最賺錢的，如果是王永慶的企業，他應該是最需要回饋社會、最需要投資台灣、但是他聰明阿！他也知道到大陸投資、到美國投資，他一個企業家，他的眼光當然是很寬阿！他不會說是侷限在一個地方，他會到處投資，在台灣給他賺錢、他應該投資台灣是要最多，但是難免啦！因為台灣要是沒有什麼利潤可言，他一定要再往外，但是我們現在怎麼辦？我們是一個最保守、最本地想要落地生根的，一些老百姓幾乎就是等待，等待就找不到阿！現在大家就一半的人如果是講一點點政治，一半的人在等待藍軍 2008 能夠選上，台灣就會更好，事實上不能夠這樣等待，因為不管誰選上，台灣都要很好，但是也不能說你選上，我就拉你下來，下一次你選上換成另外一次把你拉下來，那沒完沒了，那這樣不是你我講完就算了，我們只有一張選票，能影響多大？現在很尷尬，如果你的派系不同，就跟人家影響說你要選我的派系，人家覺得找你打架都有喔！所以現在是政治導向跟整個沒有理性思考，未來台灣發展的情形很嚴重，先罵人再說，反正現在是說，有沒有證據沒關係先污賴你，到後來你被污賴的人，自己去找證據來反駁我的污賴，這樣不行阿！以前是你有犯錯你有現行犯，我就馬上抓到你，你有犯錯那就馬上就可以告你。但是現在不是，現在是講一個影子之後，到後來檢察官自己去查，這樣不行耶！這樣就變成沒有責任，現在變成台灣人很多人都沒有實際，就是腳踏實地的概念，都是在空中飄的理想很多，但是都不切實際，包括連要告的人都不切實際都沒有實際性，到後來你自己去查阿！反正我講你這樣你就這樣，現在慢慢很嚴重，不管是第一家庭的問題，這個牽扯到政治是，我們不是講政治我們是講民心，像台灣的民心已經，有時候是齷齪啦！你真的有錯你不承認也齷齪，那他沒有做你講他，也是齷齪，所以現在就是怎麼辦？這個我們講也不是講說我們要罵誰，只是說應該回歸基本面啦！就是以前那種憨厚，憨厚不要害人、不要造口業、不要污賴人，也不要把國家弄成這個樣子齷，所以以前不是那個李登輝總統，不是在講心靈改革嗎？但是心靈改革很寬啦！但是現在誰都不信誰嘛！一半的人不信一半的人，所以你講的在怎麼好一半的人，覺得存疑以後就不動，一半的人就在那邊走走到一半，另外一半不是要把你拉下來、不是要扯你後腿但是他也不執行，那這樣整個政府就是執行起來就是一半百分之五十，那百分之五十裡面還有一些人做不成功的，這個人百人之三十的成功，那七十算失敗，因為五十不動阿！那邊五十在動的人只有三十成功，二十失敗，那這樣算成功還是失敗？應該要讓那百分之五十的人也做做看，可能他也做百分之三十成功，那就百分之六十的成功，那就這樣可行喔！因為百分之六十做成功，所以現在就是這樣子，有的人故意不動、有的人要動也很難，那這樣整個國家就讓他一直沉淪阿！所以我們要做亞洲四小龍，已經幾乎沒有可能，那變成以後真的是回歸大陸就是最好嗎？大家也不願意阿！為什麼？因為稅金好用阿！誰執政誰也不願意統一阿！誰統一？香港統一以後，政府稅金賺的錢都屬於大陸，現在他是標榜他是中國的一個區域，但是他們生活一定是不會想像中，說像我們台灣可以大鳴大放，可以變成自我生活都很快樂，一定沒有辦法像我們這樣子，所以這個是講到比較有產業跟政府的帶動，那你剛剛講的產業的困難就是一定要國家好，一定要國家富裕，一定要是國家同一心阿！同一心現在幾乎很難啦！所以現在要懂得修為的人，就是未來的領袖，不要製造兩個派系的對立，這樣子以後才有辦法去越修越圓，越圓大家才會越屬於同心圓，同心圓才會同時轉，你好幾個心他轉不起來，所以這個很難，資源整合跟政

治的動向也要整合，雖然互相政黨不一樣，會產生不同的意見是難免的，但是也不是在那邊拉拉扯扯，那個永遠沒完沒了，所以我們擔心的是這一點，我們的產業就是在擔心，政府沒有辦法帶動經濟，就是政府有好幾個派系，不一定同一黨有派系，不同黨也有派系，所以這樣就把整個國家都拉下來，所以現在一定是在野黨在怪執政黨他經營不好，所以這個也確實，但是執政黨又怪在野黨，你都不讓我做，我什麼預算都被你刪，那什麼事情要公共建設要做，你都覺得我不應該，像高鐵政府事實上以我們了解是不應該投資，但是投資了以後對未來的產業比較有幫助，但是這樣又變成假公濟私，又變成圖利商人，但是我們現在又有一個監督機制，用立法院來監督政府，你對公共建設投資的時候一定要立法院先通過，但是現在卡在要通車或不同車的時候，可能一筆錢還要再投注，在野黨不希望因為立法院監督執行的很徹底，但是這樣到底要不要給高鐵通行？通行評估過一定有幫助，對地方產業一定有幫助，但是他現在先控制這個資金，以後通不通行、什麼時候通行？跟在野黨是沒有關係，所以變成這樣拉扯沒有辦法說合理、還有所謂理性的去討論這個事情，剛開始當然是執政黨有做錯，因為 BOT 本來就應該是生意人自己想辦法，但是蓋到後來一半了，已經沒有辦法，變成是最貴的，就是說如果你不讓高鐵執行完畢，他就是最貴的一條廢棄的鐵路，最貴的而且連政府都沒有錢，去把他拆掉那怎麼辦？所以事實上也有他的，所以我們現在沒有論定誰，確實 BOT 的案子本來就不應該政府要出錢，但是已經發生政府已經出錢了，已經很難拉的住，那你要不要繼續執行？變成以後最大股東是政府，這就要理性啦！這以我們一般老百姓不是在研究這個，我們很難去論斷誰，我們老百姓都希望自己論斷，那因為會講到這個是因為你看，如果高鐵是一個很重大的政府的成長，以後政府要成長的計劃案，我們要讓全民同意讓他執行，但是監督機制要做到最高，當然裡面不可以有貪污什麼的，但是還是會有，那這樣先讓他執行下來以後賺的錢，就可以彌補政府花下去的幾千億阿！還是民間投資的幾百億，他也至少有回收的機會，那這樣就變成兩造雙方都有好處阿！那在野黨監督的也很有成就阿！那或許在野黨就會得到一些讚揚也很好阿！但是現在就是因為牽制的問題太嚴重，所以幾乎都不能動，所以我們在期待高鐵趕快通行，但是現在大家期待什麼？現在來不及期待高鐵，都在期待三通，所以我們現在依賴中國太嚴重，以後會更嚴重只要他一緊縮，就跟小孩子一直依賴父母親一樣，父母親的經濟一緊縮，小孩子就沒飯吃，那他又沒有創業能力、也沒有就業能力、也沒有工作能力那怎麼辦？那就死在路上，所以我們現在也很擔心這個，所以我們要培養更多人才，去往世界各個角落去發展。所以現在的問題，產業的成功與否，事實上是跟整個國家的成長，政策是一定會影響成長，那有沒有成長上來，一定會影響到我們的經濟，我們的經濟一定會影響到產業，那產業相對的，也不是現在把上班四天休息三天，這樣也不行阿！這樣其他人這三天沒有飯吃，第一個我們又不能只光想玩阿！都不要生產那怎麼辦？那我們的外勞很多阿！多到現在連王永慶以前都說，六輕成立了以後，可以帶動地方多少就業機會，哪有現在都是外勞，外勞都管的死死的，現在連開店讓外勞消費的機會都很少阿！所以你看如果你說回饋地方，把賺的錢回饋給地方，那地方也會產生現在大陸情形一樣，幾乎這個農村有一千個人住在這裡，這個地方政府要開發這個農村，變成一個工業區，所以現在鼓勵說如果工業區開發了第一家工廠，你一定要用當地的人用百分之多少，用五個人十個人，那這裡這個地區已經蓋了一千家的工廠，你就要用這個地方一萬人，但是這個地方就要一千人，那就超過幾乎那一千人就不用工作，他只要領補貼就好，因為你還有九百個人沒有用當地的人來上班，你就要補貼九百個人的補助金給當地的政府，因為我們這邊只有一千個當地的居民阿！但是你已經需要當地居民一萬個，因為每一家都需要十個，一千家需要一萬個，但是我們只有一千個，所以另外九千個你要補助，補助款進來，但是這一千個人都不用上班，現在這樣也會產生怠惰，怠惰就是大家反正就一直開發都沒有工廠，這樣不行！你的住家你的家都是工廠，每個地方都是工廠，住在這個地方沒有意義，你覺得住在那個地方，好像都是工作都是工作，人真的活著為了出門都是工廠嗎？都是黑煙、都是煙囪、還是都是工人嗎？他一定要有休閒的地方、一定要有農田、一定要有山、一定要有水，所以不可能每一個地方全部都是工廠，因為人不能就這樣子跟工廠為鄰一輩子啊！以後慢慢的生活一定會

受適當的調適，有高級住宅區、有一般工業區、有普通的住宅區、有農家就是農村、有一些是山坡、那山坡住的人更少，你要更休閒，不是把整個全變成一個生產的一個工廠的環境，絕對不是，所以我們現在擔心的是這一點。

問：那您認為說地方特色，是不是應該結合當地的文化特色？這個是不是很重要？

答：事實上，我們以前就像加工出口區，你會覺得他有文化嗎？對阿！你們在高雄是最了解的，因為這裡的加工出口區跟科學園區一樣，爲了讓特定的產業能進來、能夠節稅，因爲那個地方叫做特定的地方，所以可能說是多久不用稅金，那地也很便宜，那進入到加工出口區跟科學園區的人，若是高科技的人就給你融資，就給你優惠的稅款，那可以幫你做統一管理，那可以幫你做統一行銷，所以當時不是爲了文化，沒有一個特定的地方有，以前有什麼那個以前叫做藝術村，就是南投那一個被土石流九二一地震之後，又土石流、又塌掉了、走位了，所以現在藝術村也放棄了，那華山特區本來是一個煙場，那變成一個算是文化特區，或是他只是一個展覽場所，他並沒有讓產業或是文化進去，他只是辦展覽。包括台東的鐵路倉庫，它就有駐店了，就有讓藝術家進去，那就慢慢產生藝術文化累積了，那以前的鐵路倉庫也不是要做文化，他是要放物品用的。所以這個包括你講的那個，產業上來的剛剛講的，先做產業那你覺得需要帶動觀光，那又加入社造，就一定要發掘文化，那我現在就在問阿！問到底鶯歌最早來幫忙、鶯歌有文化的紀錄的，到底是哪一年代、哪一些人？因爲以前有一些大學教授來鶯歌的工廠，來鶯歌開工廠、來鶯歌上班、來鶯歌畫畫，他都是爲了要製作陶瓷阿！他並沒有把他的文獻紀錄，當然文獻紀錄有一些什麼誌啦！鄉土誌啦！什麼地方的鄉土誌、那個叫做地方上必須要去紀錄的，這個也算是文化沒有錯，但是文化一定要紀錄的很豐富，而且有古代文化、而且有近代文化一定要開始連。就像現在那個國民黨一樣，現在他女兒也在紀錄國民黨的近代史，但是把李登輝全部割捨阿！這個很要不得你知道嗎？現在是李登輝不管他到底支不支持陳水扁當選，但是你是一個連主席的女兒，你去做一個國民黨的近代史，就把李登輝全部切割，那他當黨主席當了那麼久了，這一邊都是空白嗎？那這麼講的話，這樣子很危險耶！這樣子講是她太有私心，你應該李登輝也有做過總統，有做過黨主席，他當時經濟做的最好的就是他阿！也不是連戰！但是他就把李登輝全部切割，當然跳過來就是連戰！這個就是私心太重，不管李登輝對國民黨是功、過，但是功過是對黨來講，對國家不一定不好阿！他是要把國民黨變成台灣國民黨，那這樣子在地的觀念沒有，你現在去跟大陸去握手，好阿！那大陸要不要給你設中國國民黨在大陸？不願意阿！在台灣就給你設中國國民黨，那台灣只是鼓勵你說，因爲他們黨主席想說可以規劃變成在地的，你這樣子才會在地發展，爲在地的人著想，就跟以前老蔣一樣，就都反攻大陸不建設，蔣經國就建設台灣阿！那你看都同樣父子阿！但是他兒子我們就比較認同阿！所以這個觀念就是說，他的產業是一個文化，是慢慢去發掘出來的，所以你講的意思是因爲爲了發展產業啦！所以有的人就開始懂的做文化紀錄，未來文化傳承、再過來文化的行銷、再過來文化的發展，現在就變成鶯歌你在怎麼講都有文化了，不然你從網站去查都有文化、你找我們這些導覽員去查都有文化，我們這些創作者來講，陶藝也有文化，那我們也會告訴你，現在鶯歌還有哪些作家？還在推廣陶瓷的藝術，但是藝術裡面就含有文化了，那我就要紀錄那些人做多久，這個在陶博館裡面的網站，都有登錄這些數位計劃，陶瓷的數位計劃方案裡面就有很多，包括：以前的故事的傳承，還有我們在紀錄這些老厘語，還有介紹鶯歌老街以前的產業，是怎麼發展到現在變成一個商店，這個都是一個文化紀錄阿！是一個產業紀錄，但是我們把他紀錄下來，成爲一個有文字的就算文化，就像現在錢，錢好像是經濟阿！錢有文化嗎？有阿！你就從最早以前出貨幣的是什麼圖案、是什麼價值多少？還有他貨幣的大小，還有年份到現在的，所以現在以前不是清朝什麼、雍正時代都要造錢幣阿，所以現在一樣阿！李登輝執政的時候他也做一套他的錢幣阿！代表他執政當總統的時候，他也有新的貨幣出來，陳水扁也是阿！現在也有新貨幣阿！現在是講說有防偽線、防偽線真的是對老百姓是有幫助，事實上是在建立他當總統的時候，他有實行新貨幣阿！事實上這個也是一個，貨幣是一個經濟、是一個金融，但是它也是一個文化傳承，一樣阿！就每一代的金錢就跟

郵票一樣，郵票本來是要貼信的，但是他有文化，他畫的東西裡面就有文化特色，他有年份特色，年份也是一個文化傳承，那他為什麼要去選擇像現在也有照相，郵票旁邊還要一個大頭貼，那個也是一個行銷手法，但是行銷手法裡面就含有文化特色，因為可以把你的人頭放上去阿！可以寄給朋友阿！那這樣就包括郵票是隔壁那張阿！那一張真的是郵票，旁邊那張大頭貼是當作是一種行銷，確實也產生效果，他們就會紀錄，他們當時在發展郵票的時候，發展到後來有大頭貼，大頭貼以後確實也帶動他們對郵票的一種收藏價值，尤其高了，這樣就開始紀錄這些文字，這樣就產生文化的內容資料，他的史實歷史的史實，時代存在史實就存在，那文化就已經紮根了！因為你現在都年輕，我也希望你能夠多問一些比較不同的長者，跟你講的可能跟我的領域不同，我是到處去學東西啦！因為各個領域不一定國內的，國外的也會來演講，反正我們聽翻譯的就好，那這樣就可以得到很多資訊，因為這樣資訊進來不好意思，我才有辦法跟你講那麼多，雖然我講的好像都有一點加入政治，但是他們都懂的作文化行銷，所以在文化這一塊大餅，就像法國一樣阿！他們現在另一面，門口的另一面都要保留原來的特色，後面你可以蓋大樓，但是這樣子就是文化行銷，到後來他們就走觀光業，但是法國比較有特色就是，他的科技產業很進步，我們跟他買一部幻象兩千的飛機，我們就要賣多少鞋子、賣多少 DVD 的那個空白片阿？我們現在 DVD 現在一塊才幾塊錢，他賣你一台飛機，就可以你要做多少 DVD 給他阿？DVD 可以有利潤阿！但是飛機的利潤更可怕，所以他們用高科技來維持他們所謂的經濟的命脈，但是觀光！所以你看他們怎麼那麼閒，好像法國人都不需要怎麼上班，他們在上班那些人賺的錢，比在那邊遊蕩的那些人會高很多拉！那我們現在是飛機，什麼的軍用機構都還是要跟外國買阿！表示我們現在能賺的錢不是賺這種高科技，雖然說台積電那個是能賺錢，但是他們那是代工阿！現在還是代工阿！一樣阿！台灣要買東西還是要買那些零組件，還是要跟台灣代工，我們還是沒有辦法開發到說，變成台灣微軟那種公司，所以說我們現在有筆記型電腦是台灣做的，還有液晶的顯示器那個都有，已經慢慢進步但是還不算有辦法造飛機，經國號是我們自己造的，但是我們很難賣給外國阿！那個還算是小兒科的，那我們的潛艦有辦法自己造嗎？沒辦法！一樣是要跟外國買阿！所以這個觀念我們經濟命脈還是在高科技啦！但是我們現在還在努力，所以這一條路，包括我們產業要紮根，第一個像我們手機能夠製造手機，以前是金屬的裡面的零組件，是金屬的那些電子零件，他會產生干擾所以我們的手機大哥大要很大一隻，現在變成很小一隻，裡面包括有陶瓷的材料零組件，所以手機就改成小小一支，那這就是科技的運用。但是這個關係到什麼？陶瓷產業其實陶瓷的進步史，就是人類的文明史為什麼？有了陶瓷，你就會覺得說陶瓷是泥土做的阿！用泥土去造東西就是陶藝品，叫做陶器。但是現在陶瓷原料裡面的單一原料提煉出來，變成一個可以做成現在的，不管是媽媽照射的那種超音波、還是太陽能矽版、還是那個導彈、彈頭外面那一層陶瓷的材料，還是現在八吋晶圓，矽晶的晶圓去提煉，變成可以做成八吋晶圓，還有那個人工的骨頭、氧化鋁成份的骨頭，這個都是屬於陶瓷材料的應用，你如果因為沒有陶瓷產業，像高壓艾斯這個是泥土做的瓦片，這個是氧化鋁做的高壓艾斯可以去提煉的，現在變成磁浮列車，可以是那個正電跟正電產生的排斥性，它會開始懸浮在表面，那這個磁浮列車超導體，包括以後我們的卡片刷卡的，現在是鐵氧磁體，所以以後變成超導體的時候，你就不會消磁，像我們那個郵局的存款簿，你刷久了到後來他會幫你換一條黑色的，那個就是消磁了，所以那個就還沒有到超導體，以後超導體的時候，就不會有消磁這個問題，那就變成科技就一直進步。所以這個產業，每一個產業都要紮根，所以香港它是一個免稅的進出口的地方，它的產業幾乎都是輕工業，所以重工業就很難生存，沒有鋼鐵什麼都沒有，所以他們很難造船，也很難做飛機，因為你要有產業、傳統產業要紮根到後來發展科技產業，那科技產業就跟以前日本一樣阿！在跟美國打戰的時候，連我們家的鍋碗瓢盆都拿去熔阿！熔一熔可以拿來當成武器，那武器可以造飛機可以造炸彈阿！所以一些你看都是很傳統的這一些鐵器，所以我們的鋼鐵業也要發展的很好，才有辦法發展高科技的，那個飛機上面的鋁片這些才有辦法發展，裡面還有零組件可以用，所以傳統產業就是一定要發展到一個特色，他才有辦法走到高科技，不能都空空的。反正我們都沒有產業，我就

要做高科技。所以那時候日本在空襲美國珍珠港的時候，空襲的美國亂七八糟，但是美國覺得我原有的產業都在阿！我只要把他整合下來就可以做原子彈、做那個飛機就可以從新再造阿！重新很快就可以把運輸機把他在造好了，我就可以在帶原子彈去轟炸你阿！因為我的產業沒有壞掉阿！你只是去炸我的珍珠港，那些堅強的武器、還有彈藥、還有船艦而已阿！但是我的產業隨時可以後面的補給線隨時可以生產出來阿！那這樣我就可以把你日本打到你受不了，所以這個產業絕對不是空，你一空像我們大陸的簡寫，我們工廠的廠，裡面都還有東西，但是他工廠的廠簡寫就只有這樣，裡面是空的，空的算倉庫阿？不算工廠，工廠裡面一定要有東西，他們敢這樣簡寫，也沒有考慮到我們的象形、指示、對應、形聲、假借，那個也是文化阿！文字也是傳成文化很重要的特色，但是他幾乎現在不管，所以包括以前的文革整個破四舊，傳統文化整個去除，政治的一種破壞是最要不得，但是他們現在還是把毛澤東歸類在天安門上面，所以我不曉得呢！現在政治人物會破壞文化，政治人物也會把文化跟產業破壞的殆盡，所以我們是台灣甚至是算滿幸運就是說，大陸在搞文革、搞紅衛兵、所以那一些企業家、還有一些大學教授、一些傳統保守的一些破四舊的那些人，就被趕因為要被殺阿！而且他的小孩子要鬥爭爸爸媽媽，所以他們就要烙跑，跑到台灣、跑到香港、跑到東南亞，所以我們台灣早期才有那麼多的教授、校長很好，所以我們教育的成長、教育的品質很堅強，但是現在太學太多，多到我們也都可以明講，那一些老一輩的教授不一定說大陸過來就很厲害，那時候日本的教授也很厲害，但是因為是已經算是日本投降了，所以有的教授已經回到日本了，那我們這邊就只能吸收這邊大陸過來的，那他們也都是算很厲害，所以就是這樣教，也有一些不厲害的就當老師，當我們導師阿！那講話我們就是都聽不清楚，因為鄉音很重阿！那他就是在大陸可能就是一個高中畢業，那就這樣子反正現在當時，也不好意思可能要思想改造，所以他們就用那一套來教台灣人，那台灣早期也有娶到日本的那個教育的，那時候就已經很厲害了，能念到高中的都比在大陸念高中的都還要厲害，因為日本畢竟是一個經濟強國，為什麼一個國家會侵略一個國家？就是因為他覺得他比較優越，雖然是有軍國主義的概念，但是他覺得我比較厲害阿！你們這個東亞病夫看起來，那個中國是很爛的地方，大家都是這樣病焉焉的，而且大家的生活都是隨地大小便、髒亂不堪，這個地方我來管比較好，所以我就侵占他，跟以前成吉思汗阿！蒙古阿！到處去佔有人家歐洲的地方，那個概念是一樣，那西班牙、葡萄牙為了做生意來到台灣也順便佔有那個概念是一樣的，因為他們覺得他們比較強盛，他們比較有文化，他們比較有產業，他們的產業比較成功，所以他們就要侵略別的國家，那現在比較不會了！但是一樣還是會感受，為什麼？我們大部分都用日本貨，你這個是日本貨，這叫做經濟侵略，他們現在不是用武力侵略，用經濟的因素來影響你的產業，你的產業就發展不起來，因為電器喔！我們不要買大同的，我們要買 SONY 的，大同就做不起來，為什麼？大同要做起來，你又沒有比 SONY 的好，SONY 又沒有很貴，那我就買 SONY，貴一點點沒關係，我就買 SONY，那我們的產業就不會發展，那相對的我們就沒有辦法紀錄以前，以前我們的產業有大同電器、東元電器這些馬達，就紀錄不下來，那我們就沒有文化傳承，那我們產業就不能發展，那工人就不需要工人，那工人就沒有辦法上班，就沒有辦法賺到錢，就沒有辦法帶動經濟成長，那沒有辦法帶動經濟成長，那當然消費就苦不堪言，所以我們文化就不會去紀錄這一些，事後有的人會去紀錄阿！以前日子多苦阿！都會紀錄但是那個時候，就會空白很長一段時間，就是全部都是空白，為什麼？空白就是大家都是苦日子，都沒有生活文化，也都沒有經濟能力，所以那個時候幾乎大家都躺在地上，等吃、等喝那這還有文化可以寫嗎？幾乎都是寫的殘破不堪的，寫國民黨的近代史的時候，就覺得李登輝那個階段就是殘破不堪，他就不寫就把他跳過，這樣不行阿！他那時候經濟也是最好、那時候他政治管理的也很好，就是有一點跟黑金有一點掛勾，但是那時候國民黨最團結，也是聽李登輝一個人，現在不一定阿！現在馬英九當黨主席，可能立法院這一邊不一定全聽他的，分成兩派，所以反而李登輝那時候是最穩定，而且那時候台灣的股票最多，銀行也最多，但是當然也有衰弱的情形嘛！那就是沒有管控好，卻是牽扯到政治地位，把大方向拿來講，比較知道那個嚴重性，上面都做的不正，下面你要做就很難，那很難的時候下面又

要堅持做的這麼辛苦，也不是說都怪上面，上面真的要早點做好，因為這個牽扯到好幾個不同藍軍、綠軍的問題，這個影響到下面的人的日子苦不堪言耶！所以我們只是希望他們不要在鬥，否則會變成怎樣？會牽扯到政治是因為，政治本來就是管理眾人之事，你在問的產業、問的文化、問的未來以後大家有沒有飯吃，都是政治在做統籌阿！所以你說大家講話不要講政治，講經濟，我說上面都不會找好了，等於下面的經濟都講不到阿！因為講也沒有用阿！上面就亂搞一通，你上面講的都不會賺到錢，反正你自己賺錢就好了，有時候人的思維慢慢就會想的到，就是整個社會就是需要大家關心，而不是說你自掃門前雪，社區營造就不是自掃門前雪，除了自掃門前雪之外，你還要去關心別人，還要去幫忙別人。就像現在我鼓勵開一家店，我是鼓勵你去培養社造，我又沒有領到薪水，我又沒有得到好處，我看到台灣微軟要去申請免費的學電腦，我就想辦法去把他申請下來，我就寫企劃案寫給他，我們有執行能力好，那就確定已經下來了，那就開始造福別人阿！因為我不可能女店長，我們的店也沒有那麼多人做這個阿！一定要對外去招阿！那大家都來學阿！學了以後試著把他招滿以後，全部都免費阿！那這樣他們就感受的到，原來黃老師在做這個，做這個都會幫我們的忙，以後他們也會發願阿！去幫助更多的人，那不一定是去參加慈濟阿！該怎麼講慈濟是一個大目標，沒有錯阿！但是你要先把你本地的小目標先做好，那這個有點一點看起來像是自掃門前雪，但是至少你有在服務人群阿！看到老人家經過馬路你也在扶他一把，那也在幫助人群阿！所以慢慢的，有的人會覺得要去當志工，我說那個是有頭銜的、也有累積志工的研習時數，但是社區都沒有、也沒有頭銜也沒有累積研習時數，那相對到各個博物館都要門票、不能不買門票阿！那社區沒有人要做嘛！第一個，你的父母親也住在那個社區，你也住在那個社區、你的小孩子以後也住在這個社區，那這個社區都沒有關心，那這樣不行，但是這個就牽扯到經濟，因為越多人關心這個社區這個地方就會越來越好，那很多人就會來參觀、就會帶動觀光休閒，經濟就會來。

問：所以還是由社造出發？

答：現在幾乎是不管你從巴塞隆納辦這個奧運，一樣阿！他找世界各地的人來參加，那也是社區營造阿！營造到一個氣氛阿！但是創造變成健康計劃阿！大家都運動，以後老了才不會政府養，所以我們現在路上的路標，叫做鶯歌山深山步道，很多路標都設一個這個，現在鶯歌人都知道有一個鶯歌山，在鶯歌盜那個地方，為什麼你的路標都要一個鐵皮下面寫鶯歌山深山步道？就往什麼箭頭？到處都設咧？設這個幹麻？我們都知道鶯歌山阿！設這個？提醒你要去運動啦！為什麼？你老了以後才不需要政府幫忙，不要政府養你們到政府都沒有錢，包括健保不是跟勞保加一加，勞保把最高金額投上去了，所以還沒有享受到退休的人，你就要先繳更多的保費啦！所以他也算啦！增加的勞保費增加兩百多億，但是增加出來的退休金的領款才增加五十幾億，所以他只要成長一個階段，他勞保收入就可以增加一百五十幾億，他也是算在有收入才願意這樣，全民健保負債的全民健保，就要增加多少呢？所以這個就是在增加政府的收入，但是政府的收入以後要照顧老人家很累阿！可能你老的越老看病的看的越嚴重，那這一些錢要從哪裡來？就趕快先預收這些全民健保花的，大家多繳的全民健保的錢先收到政府國庫，那以後你以後一定會愈來愈老，健康沒問題就是說不會死，但是可能會生病，那這些透支就是從前面這一邊來補。所以這個是政府有計算過，他們有精算師會去算過，所以這個一定要這樣的做法。

問：那老師您認為說，政府在輔導特色產業您有沒有什麼看法？

答：事實上政府在做應該是都沒有錯啦！但是現在速度怎麼更快、還是說現在大家都輔導的概念就是都有，包括產業也輔導、也給你補助，但是你要自己來申請才有。但是很多社區的居民，第一個他不會寫企劃案，第二個他只能由人民團體法人協會，去爭取更多的福利進來，來幫助不懂的人來跟上，跟的上協會的腳步，所以有的協會他人才不夠，他也沒有辦法去爭取，幫忙產業成長、發展的政府的政策，包括台灣微軟我當時爭取到，如果我把他放棄，那這個地方就沒有免費學電腦，但是我爭取下來以後，透過一個協會去跟那個協會，也是我的協會，我有兩三個協會，有參加兩三個協會，那透過那個協會去，你今天是開會的時候，

那一天一定是我沒有去嘛！那一天有事沒有去，委另一個理事去跟監事去跟理監事講，他們說以前有阿！以前有來過，但是我們就是傳真給每一個人，但是沒有人要參加！所以我們就把他放棄，你看！連私人企業都願意輔導而且免費的，我們就這樣子傳真，也都沒有錯喔！做法也都沒有錯！很少人報名他就把他放棄掉，這個叫做什麼？執行力不強！包括你沒有積極想要運作，這一個免費學電腦的機會，那我就把他回收回來，說那就我來做，因為剛開始也是台灣微軟公司派人來我這裏的，所以我還送禮耶！送禮給他們說請你們幫忙我們爭取下來，那我來努力把牠做到成功的意思，那我就透過另外一個協會，找他們來一起開會，開會以後再請他們回去報告，看看可不可以把企劃案寫好申請下來，沒有能力那交回來我自己弄，我自己弄就在電腦前面，把東西打打資料就全部給他們，說我們有執行能力，包括有辦過嘉年華、有辦過老街的文化週、有辦過社區營造的能力，都是我在辦的，社造都是我在辦的，我就把我做過社造的能力，把他放在這個社區變成老街、這個協會，這個社區的協會去運作，好！用換另外一個協會名稱來做，做了以後我就把他申請下來，那我就反過來，跟我第一次給他們，給另外一個觀光協會，跟他講說，你看！我機會下放給你，叫你去申請把他申請下來，結果你們沒有能力執行，包括企劃案也沒有辦法給，也沒有很積極去運作，那我就將回收回來，我自己運作，你就是童工了，那我就說，你看！你們也都是念書，有的也念比我高，我才專科，你們還有大學，你們就是第一個就是只顧自己啊！所以我剛講說，社造就是因為要牽扯到還要再顧到社區，還要顧到這一個你生活的地方，你就多一點點心去關心別人，付多一點點心去想辦法去努力圓滿達到一個理想，而且一個計劃這樣你才有辦法去造福更多人，現在除了這個還有呀！還有別的還在，還在執行，而且什麼擴大就業方案，跟你們在申請那個就業的人一樣是透過協會，我還是把企劃案交給協會，一樣沒有動靜，沒有動靜當然理事長有關係啦！理事長幾乎現在就是老了嘛！現在都沒有在動，那沒有在動就變成產生一個問題，就執行不下來，他也希望說你們做就好啦！反正我掛理事長，開玩笑，你掛理事長就沒有人做，看誰要做理事長他要自己想辦法，去找他的幫手來運作呀！不是說人家做好功勞就交給你理事長去享受，這個是有點現實問題啦！名是你在掛，結果下面的人做到會慘，哪有人願意啦！因為現在大部份就是，就是變成當然是難免啦！有點功利主義的概念，像現在台灣也有這樣，因為我們講一句話很重要，凡走過必留痕跡，凡做過必定有影響，所以現在我們要栽培更多的人有執行能力！執行能力就是要有把成果做出來的能力喔！不是說講理想喔！講一大堆的夢想在頭上，都沒有執行能力，那像那種人不缺，為什麼？搖旗吶喊的人太多了，反正跟著拿香跟拜的人也太多了，你要有能力把他執行，這個才是人才，所以我們未來是在栽培，包括社區營造裡面還有一個栽培人才，就是要把人才都栽培好，但是人才栽培好，就要開始要丟一些工作給你，給你去執行呀！那這個是你的功勞，我們不會跟你搶功勞，但是要你去執行以後，這才是地方的人才呀！所以就是跟社造真的有關係啦！還有爲了要舉辦奧運會，他就要讓整個社區很漂亮呀！不要說外國人來你們這邊參加奧運，你們怎麼連廁所都沒有門，像大陸 2008 要舉辦奧運，他敢讓廁所沒有門嗎？他敢用那個古代那個廁所，後面一大堆都還是糞坑的嗎？對呀！包括我們前幾年去都還有呀！所以有一個截肢協會的會員，進去到那個加油站旁邊的廁所，進去後本來是，因為她有懷孕兩三個月，本來進去上廁所，結果上廁所她是要小號，結果小號不是從屁股出來，是從嘴巴出來，進去就吐阿！因為他有稍微懷孕，吐到後來水就吐完了，就不用去上廁所，所以水放在膀胱是沒有錯啦！但是他先吐出來，從胃裡面先把吃的東西吐出來，所以他也不用上了，就不敢去阿！所以不管是憋著也好，膀胱又回流到胃、胃又回流到嘴巴，因為膀胱就是在膀胱是要排泄的，所以吐完就省掉了，所以你看這當然就不敢阿！這也是社區營造，我想要辦一個奧運，必須要把社區弄得很漂亮，讓來的人都覺得好像如回去自己的家裡一樣，那什麼地方都很方便、什麼地方都變成是新的一個感覺，以後又變成方便人的生活，是很方便性的，所以這個也是社區營造，人、文、地、產、景都出來，你要你覺得今天沒有賽事阿！沒有競賽你要去玩，就會告訴你景色在哪裡，還有你要去參觀她們人的工作的在哪裡、文化在哪裡、都會告訴你阿！去上海阿！去看老胡同阿！去看新的建築物阿！還是傳統歐洲的建築物都有阿！所以人文地產

景都在裡面，這也是在做社造。

問：那老師你現在有對她們輔導團隊，在輔導特色產業有什麼建議？

答：你知道從我的網站裡面可以查社區營造，那網站就這個嘛！鶯歌的這個是陶瓷教育館，有一個鶯歌 YING 的是這一個，這裡面有一個社造的領域裡面，就是要帶動很多人才培育包括待客之道、包括語言學習很多啦！多到真的還要發掘地方的人、文、地、產、景要去寫紀錄，所以我現在是寫了很多文章，包括陶藝雜誌，陶藝雜誌本來是要介紹陶藝的，但是因為我在做社區營造，有牽扯到整個產業的發展，所以他叫我寫兩篇文章，一篇是去年 2005 年的陶不了創意構思的社造的企劃內容，還有今年寫老街的文化的一些特色，還有包括把厘語也放上去，所以你看陶藝原本就寫一個陶藝工作者，在做什麼東西就好了，但是為什麼要寫到這個，因為這個就牽扯在裡面阿！為什麼？你以後大的產業都沒有了，你在寫都只有寫小的工作者，但是一定有產業阿！產業要能發展工作者才有辦法發揮，不能說我們現在鍋碗瓢盆都不要買，都買藝術品來擺飾，那鍋碗瓢盆誰做？藝術工作者可以做阿！藝術工作者一個杯子三百塊，沒有人買的起阿！有沒有工廠做的一個二十塊就好了，因為我要買很多、客人來很多，如果客人把我弄破掉了，我會很捨不得，那我錢也沒有賺很多，我只要買二十塊的杯子，有阿！工廠做的那就叫做產業，所以產業還是要帶起來，所以這個就是你講的這個，這個第一個就是人才不夠！還有我們舉辦活動的能力還不夠，因為做的都是通俗的，包括做的都是一些農舍產品來這裡擺買賣，而這個到別的地方辦的展覽，你所擺出來的攤販都是一樣阿！但是我們老街這樣的一個商圈，跟別人不會有一樣，為什麼？他已經成爲一個很重要的地標，而且這個地標幾乎別人要 COPY 下來，要有人經營阿！不能說我這個店家都蓋的一樣，把他放在大陸的哪一省，店家要有人經營阿！每一家店陶瓷你可以批發進來，那裡的人對陶瓷都不認識，還是賣的人、那個人是老闆沒有錯，但是他可能對產業不了解，你只有介紹店家，這樣把鶯歌這個老街把他搬到台北市，台北市又不是做陶瓷的地方的時候，你要整個連貫下來是連不起來的，你會覺得說有藝廊有賣陶瓷的阿！也有陶瓷店都有阿！也有陶坊阿！有陶藝工作室在台北市的阿！他就是不能連接到像老街這個樣子，所以這樣特色繼續保留的時候，現在就像剛剛講的，後面就開始把大雨傘都拿出來了，整個都變成菜市場了，所以越來越沒有特色的時候，就幾乎都是同樣就是跟外面都一樣，那這樣子這個期許、這樣的建議，就要靠社區。所以我有時候在想說，我是不是要找一批人來舉牌子，請把人行道還給行人，請把人行道還給行人，都一直在繞，繞到她們知道我都沒有講明是誰！但是你們看了以後就知道了，知道我在講什麼事情，但是我們第一個在做社造有時候，應該大膽的去做，但是有時候也擔心，我是台南人我不是本地人，我戶口還在台南，但是我來這裡是真的很用心在做，民國七十年就來，到後來要從是教育工作，這一邊的人都不需要，我們這邊福利很特別、我們要做什麼教育？我可以教你們，鶯歌人最基礎的陶藝創作，還是讓外地人到鶯歌這地方來做陶藝創作？我說都不用，所以我在二十年前，七十四年就跑去桃園，做了十五六年再回來，回來的時候這邊已經，而且還沒有回來這邊之前，我就已經在鶯歌圖書館教過鶯歌的人，教了半年，是政府補助三十萬，那我就教基礎的，那就包括怎麼去拉胚？怎麼去做手？怎麼去做陶版？怎麼去做彩繪？那鶯歌人都會阿！拉胚的一定比我更厲害，彩繪也有一定比我更厲害的，燒窯有比我更厲害的，但是我是說我是整套的去教基礎陶藝，全部都教，只是以後你們怎麼應用？那現在包括九年一貫教育的小朋友，也都是這樣教阿！幼稚園都是我們最早出來開的阿！最早出來開幼稚園的小朋友要學陶藝阿！所以這個全省我們是第一家，所以我們就懂的什麼去找什麼方向，包括這個是領域上對與錯的基礎教育，九年一貫教育是有相當大的幫助，因為鄉土教育是政府決定的，但是我們就先把底層的基礎先在運作了，所以運作以後就算是政府還好跟的上來，有的民間比較活躍，民間比較早知道方向在哪裡，那政府就會跟著，不是說政府一定跟著我啦，只是政府知道鄉土教育已經要發展了，那我們已經做了好久，做了十幾年了，現在鶯歌平常日子還有很多人來參觀就是鄉土教育，不是一般遊客，遊客是假日比較多，鄉土教育能來的台北縣市都是小朋友，那小朋友就帶來消費阿！帶來學陶藝就加入教育，那小朋友需要我們導覽阿！導覽陶博館、導

覽窯場、導覽古蹟阿！還有社區阿！這個就加入文化，本來他要來玩陶是教育，但是我們又把她們帶入到陶瓷場、又是帶入到產業、產業的觀光，還有文化、還有帶到鶯歌的古蹟，是屬於社區的文化古蹟又加入文化，去介紹陶博館裡面的展覽物品，也是陶瓷的文化特色的介紹，所以我們從社造裡面，就開始介紹這個社區裡面的人、文、地、產、景，就都已經包含了，所以建議就是要做的很多啦！所以你從社造裡面就可以知道，要發掘人才、要發掘地方文化、要發掘地方的景物、還有已經廢棄的一些景物都要重新再看，可不可以把他的意象再把他做出來，這些都是社造的領域。

問：所以您覺得說從社造出發，這個特色產業才能帶動地區發展？

答：對阿！還有現在加入不是創意嗎？所以我們現在從社區營造導入泥漿粥，那泥漿粥就是，但是現在可以阿！大家都知道廣東粥、什麼海產粥，就是要顛覆這種傳統，當然不是用泥漿去煮，跟產業裡面的泥漿是沒有關係，但是這個就叫創意！所以現在很多的產業都要加入創意，包括現在不管是林志玲，要去演吳宇晨的電腦，那也是創意阿！她本來是名模，但是你沒有把她抓進來，她就有行銷點阿！她有一個古色古香適合東方人的氣質在，而且聲音又很符合導演的要求，這個就創意把她拉進來，不管是孫燕姿她要騎 YAMAHA 的機車，還有王力宏他也是把行銷賣點把它抓進來，但是不是叫他在那邊跳舞唱歌，叫他騎摩托車，那很多創意，包括廣告現在都很多創意阿！包括現在吳念真的「吳小妹妹，你ㄟ麵要爛掉了，你奶奶要妳趕快回去吃麵，你沒有快一點，等一下麵爛掉了」，咦，我們有手打麵阿！為什麼要那個？那是那個時候的廣告，因為我還去聽那個廣告，就是廣告要這樣就對了，就是一個廣告的 YAMAHA 的機車，哦！那個耐操、好動、又拼第一，那個也是那個導演她們作的，那個導演在台北的松仁路國際金融大廈那個地方，就是經濟部商業司委託那個好像是有一個廣告公司，她就請那個導演來幫我們上課上兩個小時，當時我還這邊坐火車去台北去那邊聽他的課阿！那她就專門介紹那個機車的，還有在地上聽，聽有什麼物，好像有一部什麼很快速的車子要來，結果是機車，機車這樣開過去，不是有什麼蘇聯一直開，開 YAMAHA 已經開到墨西哥，他以為是要到莫斯科，是不是要到莫斯科，不是結果已經到美國了，機車哪有那麼厲害！但是那個廣告噱頭就是創意，那騎它的車代表一種有國際觀，還是說很會開可以讓你飆車，但是她又不敢說那部車是要拿來飆車的，因為只要那部車是拿來飆車的，父母親是絕對不會買，她覺得他買一台讓你飆車到時候被警察抓去，還有後面有一個火箭頭，火箭頭在追一部機車，就在巷弄就在那個店家裡面跑來跑去，那個代表他敏銳，而且不會去撞到那個餐廳的桌子，代表那個車子真正馬力阿！這樣子小巧而且轉來轉去都不會去撞到什麼，而且火箭在你後面一直追，結果那個廣告讓我們看那個毛片，她就有一個人拿著那個火箭在後面跑，結果用電腦把整個人掃掉而已阿！然後才知道說用繩子在拉的，結果沒有！拍廣告是用人拿的，這個就是一個創意，你講的社造裡面又加了一個創意，所以現在有創意生活事業，要做了很多創意生活，包括現在政府要開發的各產業裡面，要開發這塊土地給人家做生意，就是為了你要做一些創意的功能，包括民宿也是。以前就有民宿日語叫做民宿，但是現在台灣人也聰明了，事實上把它變成民宿應該是你家裡面有多餘的房間拿出來，現在不是！現在是旅館式的民宿，反而更貴阿！它稱呼民宿結果是旅館的方式，但是旅館是有一個規範，要幾十間的房間才算旅館，現在是縮小版的旅館，而且很漂亮的歐式，它有時候主人也不住在這裡，另外一個是給你腳踏車，可以到處去參觀她們的社區，那現在就變成是旅館式的民宿，主人也不住在那裡阿！本來是主人還要陪著你一起吃飯阿！跟你一起聊天阿！那我們多餘的空間是用很便宜的讓你住，把你當成一家人，來讓你來了解我們這個文化，跟寄宿家庭是一樣的，就是國外的人來到台灣寄宿在我們家庭，讓他在這裡唸書唸半年，交換學生那個觀念是一樣的。

問：那老師你認為說地方特色產業要帶動地區發展你有什麼建議？

答：地區整體的發展，事實上我們說的就剛剛講的那個，你從社造這個領域呢！能做的到的東西真的太多，包括政府也把社區營造很多的補助款，像我連續請了三年的補助款，都是在做培育人才，做導覽地圖、觀光行銷、所以這個要帶動地方發展，要從社區營造著手，社區營造是社區總體營造這六個字，但是可以做的

東西多到你可能是你會怕到，不是一個人能做，是一個團隊，也不是一個團隊能做是全部的社區都要動，包括淨灘活動也是社區營造的一環，但是她們覺得淨灘就是爲了要申請補助，把他淨一下而以阿！沒有每天淨灘，但是社區營造是每天都要做，不是爲了一個活動辦活動，是爲了一個永續經營，這個地方是要讓這個地方的人都永遠住在，當然不是叫你的小孩子都不要出國、也不要移民，不是說叫你不要去住在台北市也不是，是讓這個地方適合人生活，能夠永續經營的一個地方一代接一代。但是你可能生三個小孩子，你只要留一個人在這裡住就可以阿！另外兩個小孩他想要去別的地方，他會在另外別的地方在落地生根再發展，那這個地方絕對不可能說，我生下來的孩子，住在這裡的人小孩子全部都不住在這裡，剩下老人一定會凋零，凋零就沒有了，那外面的人也可以住進來。所以還有一句話很重要就是說，這個地方一定要適合在地人的好處所，外地人的新故鄉，一定要成爲在地人的好所在，外地人的新故鄉，所以現在變成我是外地人，但是這地方變成是我的新故鄉，但是我又很想回鄉，鮭魚返鄉還是侯鳥一出來還是要回家，所以現在又開始在規劃我們台南縣無米樂的故鄉，要規劃我們的家鄉，現在台南縣新聞局幫我 PO 上去一個資訊就是說，我要做一日遊，無米樂後壁鄉金寮村的一日遊之旅，裡面包含地方的餐、包含地方產業、包含地方的社區、包含就是地方產業跟社區是有人表演，那我要做導覽、那我要再做 DIY，就是一般九年一貫教育的感覺是一樣，但是就是要這樣行銷，人家才會認識你這個家鄉，這個社區認識以後，往後如果他喜歡住這個地方，變成後來把戶口遷來這裡阿！那你會想說，那我怎麼戶口不遷來這裡？因爲我是只有一個人，所以我戶口還放在台南，那因爲家裡面只有父親、還有我伯父、伯母，伯父、伯母她們還住在同一個同一排房屋，所以還希望回去照顧老人家，沒有我們那邊老人問題很嚴重，那我又政府培養出來的社造員，那社區規劃資源也培養好了，現在甄選準社區規劃師的能力，因爲我不是建築系的，所以很難申請，那如果會通過的話，我又要去幫忙鄉下去申請補助款，因爲你說我回去都花我的錢，來爲社區做事這樣有時候壓力也很大，我沒有那個能力阿！而且如果你要社區都能全部參與，如果都是政府的錢，你把他花光，至少這些錢都是花在社區裡面，而且社區裡面的人都會享受到，你沒有壓力的時候，你只是出人，不管是當志工的、義務的、你是出人就可以爲社區爭取這麼多的福利，來幫忙社區的人，第一個除了會感謝你以外，也會覺得說還好有申請補助，所以你沒有負擔，我們這些老人家會支持你，但是也好像沒有欠你什麼，那這樣也就很單純說，錢都是我出的，你是不是要做村長還是要做什麼？所以你這麼認真這樣，我只是，這是政府的錢就是爲了要帶動社區更好的發展，他有很多的補助款，所以申請！那我們就要會去寫計劃案，那因爲要會寫企劃案，我們就要去學怎麼寫企劃案，那爲了要去寫這企劃案，我們就要去學某一個企劃案是要往什麼方向去寫，那就要去學那一個方向的文化、內容就要去做紀錄，就像我要申請的是培育人才的那個社區營造的補助款，那我就要去了解我們的人才在哪裡，我們有什麼樣的人才，那以後寫這個補助人才的計劃案的補助款，就要去紀錄這些人才的資料把他拿來放，那我就要去做訪談阿！那我才有辦法去寫阿！包括：這個能申請到補助，你就要把我所跟你講的這些，全部紀錄下來以後去寫說有阿！外面的人是怎麼說，我去訪談的紀錄是什麼！我就要把它放在企劃案裡面，這樣子政府看到說，你訪談這個資料好像滿有建設性的，可行！那他補助款就會給你，你才有辦法去執行，你最後的問的這一些，以後你要幫助這個社區振興，我講的就是社造，政府覺得對阿！我政府應該做社造，那你也符合社造這個領域幫助振興地方產業，那他就補助款給你，給你做看看，就要有這樣的執行能力阿！可能剛開始沒有多少幾萬塊，像我剛開始申請都是幾萬塊，都還沒有到十萬，今年不曉得聽說有到六十萬是三個地方，三個台北縣的這個區域申請，所以一個地方可能一、二十萬，所以這樣又增加了一點點，就是說在栽培我從小錢到大錢，我還沒有申請到幾百萬的，都還沒有！就變成從小錢到大錢慢慢的變成是，一個能申請補助的一個人，但是你又是一個有執行能力的人才，到後來才是在地的人才，一定要讓每個地方、每個角落都要有在地人才，你是負責文化的人才、你是負責振興產業人才、像我現在是在社區營造，我從六輕計劃去找那個社區人才，我就是產業發展的人才的資料庫裡面，整個台灣省沒有多少人，那台北縣就是我！還有幾個都

是陶瓷產業的，就只有我！我是唸陶瓷科而已阿！我只是做陶瓷做二十幾年而已，但是有人做比我更久，有的人比我更是在地的人，在地人而且他也做工廠做很久，但是她們就不涉獵這一點，政府就沒有把他們編列成爲社區做生意，她們也是賺很多錢阿！所以她們應該是產業能夠做到生意、能夠發展的人才。但是不好意思我們就是，就像你現在裡面有一個文化、有一個特色，我們是比較懂的第一個我們不是，我們看起來是生意人，但是我們又好像不大會做生意的生意人，所以我們就另外走到文化產業這一條，當作我們在做事業的腳踏板，那腳踏板上來我們就開始變成是一個人才庫，那她們是一個生意人的人才庫，我們是一個文化資產的人才庫，所以就看你走哪一方面阿！文化資產的人才庫賺不到錢，賺不到錢就賺到名，賺到名嘛！但是王永慶他又不是搞文化，他也很有名阿！他是生意人也是一個叫做台灣的經營之神，他也不是一個台灣文化之神阿！他也不是一個台灣文化資產之神，都不是阿！他也不是一個，他事實上是一個是產業嘛？是塑膠產業，是塑膠產業之神，所以他每一個人都有歸類嘛！那總統台灣的總統，誰做的最好？大家早期都會推崇蔣經國，就不是蔣中正阿！是蔣經國最親和了，而且他真的在建設台灣，那蔣中正是最適合打戰，但是他又是打敗仗的人，所以毛澤東才算是！以中國來講，毛澤東才算是打勝戰的人，那推崇應該是最先的就是孫中山，他是十次革命第十一次才成功，所以他算是革命成功的鬥士，就不是毛澤東。毛澤東是最後成爲人民共和國的一個成功者，那蔣中正中華民國也不是蔣中正成立的阿！是孫中山成立，蔣中正算是暨有名，又好像不是很重要的名，失敗者又是一個獨裁者，那革命的人又是孫中山，變成總統比較親和力，比較真的在建設中華民國，建設台灣的又好像蔣經國，但是十年抗戰以後，又好像是蔣中正。這不是我們贏你知道，是美國丟原子彈我們才贏的，又不是我們這邊抗贏的，你知道嗎？我們是抵抗，事實上我們抵抗只是把打仗的時間拉長，這個也是一個戰略，但是我們幾乎土地都被日本佔去了，所以我們並沒有說把日本擋在我們的國土外面，來抵銷打戰的時間，讓我們的失敗一直沒有失敗，我們算是失敗的捏！日本一直佔有中國，我們只是把時間拉長，但是拉長我們一直都是失敗的，我們不是成功把日本擋在太平洋外面阿！也不是這樣子阿！我們是每一塊土地都被日本佔有，戰到後來剩下台灣，台灣以後，美國因爲他打美國，這一記錯誤是打美國的關係，所以才丟原子彈無條件投降，我們台灣才光復，大陸才光復的，所以事實上也不是蔣中正打的，蔣中正只是一個節節敗退的，我們講說他是一個失敗者啦！但是他只是沒有投降而已，但是幾乎領土都是日本人的，所以這個你看，看你想要做哪一種定位啦！但是也不是說什麼都要爭第一啦！你只要有被定位就好，一個人活到一個年齡，就跟大家所講的人爲財死、鳥爲食亡，但是人至少人死要留皮，那皮你就留一個你的定位，那這個定位不是臭名，但是你說什麼都要好名也很難啦！因爲每一個人做事都是有人認爲你做的不好，也有人認爲你做的好的，所以你就自己去找你自己的定位，那要幫助社區是要大家自己來，但是大家一起來，不是說你講的大家都認同，不會！你一定要先把人才培養好，這些人才就是有受益者，就是說有像那個台灣微軟那個免費學電腦的，事實上就是讓那個人受益阿！以後你在去找他的時候，他會說你讓我可以免費學電腦，那你有什麼需要我幫忙的，我來幫忙你一下，那更多人幫忙，你先釋放！這難免現在是社區是產生共識，但是真的有時候開玩笑說，以前國父思想的概念是說，我爲人人，人人爲我，現在台灣幾乎很難，你沒有人人沒有先爲我，我要爲人人我要先考慮看看！這個就是免不了都會這樣子，都要先釋放利多，包括選舉你要買票的意思一樣阿！先釋放利多才有辦法買到票，現在釋放利多也不一定就買的到票，每一個人都有自己的思維啦！但是人都是這樣子阿！就像你借我一石我還你一斗，那種觀念還是有啦！所以有時候你要人才這個培育除了你要開課，你說我要培養更多人才，你們都要來上課，那個課又不是我想要上，我想要上的是怎樣賺錢的課，你又不開那個賺錢的課，開那個社區營造、什麼路面要弄好阿！什麼這個攤販不可以擺阿！才會漂亮阿！這個跟我又關係，我每天都做不到生意，一天只做到一兩百塊，我都沒有錢賺，你有沒有辦法教那個股票分析，還是門面、店面怎麼經營賺大錢，但是我都沒有開這個課，你要叫他來他也不來，所以你要釋放利多，你學電腦以後，你有網站裡面可以行銷阿！這個都不要錢？要不要？要了以後就說好，來了以後就會開始認同你

的做法，就是說都不要錢的，況且錢是你出的，事實上也不是我出的，只是我幫他爭取下來讓你們可以學免費的，那你就有這個權利去免費去學，那這個樣子何樂不為？好！然後就來學，以後可不可以來幫忙一下，社區有時候要辦一個活動，你們剛好可以表演吹陶笛，可不可以派一兩個人來幫我們吹陶笛？好阿！我的小孩會那剛好那天沒有事，那你那次讓我們學免費電腦，那我就派一兩個人去，那這樣活動你才辦的起來，那就叫社區參與。會難免從社造裡面，開始要一個人才，就要做一個人才的能力，慢慢做到開始有更多人受益，那就或許從裡面就栽培另一個人才，另一個人才出來之後，你就在多培養另一個、兩個這樣子，大家共識更強了以後，才會做的下沒有做不起來，所以這個產業叫做很難，很難說帶動這麼多人。整個政府也是這樣，因為社區總體營造是六個字阿！但是你真的去認識了以後，才知道原來裡面涵蓋的東西之多，你可以學習的東西太多了，你可以發揮的地方太多了，你可以爭取的到大家認同的事務太多了，你可以讓這個社區更發展的表現的機會太多了，你真的可以讓這個地方能夠永續經營的行業、還有人、還有景物、同時就可以蓬勃發展，大家會覺得說我都有再做阿！但是生意好像也是不好阿！所以我剛剛有講的前提，政府一定要把他經營好阿！政府是一個很大的消費群，政府讓民間賺到很多的錢，像日本雖然經濟不好，但是她們的所謂的社區營造做了三十幾年，她們是泡沫經濟也有關係，但是她們的經濟能力還是很強阿！她們出國旅行阿！最多的還是她們阿！不是台灣阿！台灣還是屬於東方那種節儉型的阿！她們還是算是最敢消費，現在大家都期待大陸阿！大陸有十四億人口，有辦法十億人口出來旅遊嘛！日本就是有能力，百分之七、八十，八、九十都在旅行的，今天你旅行、明天他旅行她們就是有，台灣事實上也是有存款率第一，但是就是怕存款率第一，但還是勤儉第一就是開源節流，開源就是開發錢的來源，那節省開銷擺第一，要花錢還是擺第二，所以這個台灣人帶動整個國家總體經濟，台灣才更敢消費，所以那時候台灣股票一萬兩千多點的時候，幾乎不把錢當錢看阿！你買房子就當投資阿！一間不夠就買兩間就買三間，電器不夠大就買新的，藝術品就買貴的，現在都不敢了，現在大家都不敢，不敢就是因為整個國家的經濟幾乎產業外移、幾乎還在惡鬥、現在還在公共建設很難做為什麼？錢不夠多，所以要做公共建設很難，BOT 大家也都不大敢投資，所以現在幾乎就是停滯，經濟的停滯還有衰退，所以很難，還有很難，還有一段路要走，這段路就做社造！但是國家就一定要先發展起來，連國家都要做社造阿！他為了要讓國家有飯吃，勞委會也要做社造，衛生署也要教你們怎麼看健保，從一般小診所轉了以後再到大診所，比較節省，但是你一下子就要選擇大診所，就要花比較多的錢，那你要注重健康；所以客委會他舉辦桐花季，讓客家人住在客家的地方，半山腰的客家人都有可以帶動活動、賺錢的機會，還有桐花季衍生出來的包包、衣服、帽子、這些產物，還有可能還有桐花餐、美食客家美食、這些都是在做社造；還有內政部在向那個外籍新娘，讓她們融入到我們社區，融入到我們台灣的文化，這就是在做社造！還有外交部像上次的國合會把中南美洲的人帶來我們的店、帶來老街，我要負責做介紹鶯歌的導覽，這就再做社造！把社區的概念介紹給外國人，讓她們喜歡這裡、讓她們來這裡，而且這個社區變漂亮了，外國人不需要政府介紹，她們就會來到這個社區參觀，這就再做社造，內政、外交、客委會、體委會讓你健康，讓你要懂得運動，讓你去登山，這個體委會也再做社造，做全民打球這個在做社造！所以幾乎是衛生署、那個營建署也再做社造！這個建築物不夠好、不夠漂亮、這條水溝需要上面蓋一個遮雨棚，讓大家可以休息的地方，這樣一個涼亭都是營建署要做，還有建築物不要再蓋那種透天的，這種叫做換厝，以前那種透天最省的火柴盒那種概念不要再蓋了，蓋有屋頂的這個營建署就要去計劃，也在做社造！所以幾乎中央都在做社造，中央政府都在做社造，總統府開放給藝術工作者去展覽，在總統府門口去辦那個一個地方特色的產品展在門口，這也是在做社造阿！所以從總統府到行政院到各部會都在做社造，到鄉下到鄉村都在做，所以這個就是政府要做社造阿！帶動地方更多的發展，跟經濟的來源，政府也要去拼外交，把經濟帶進來、把產業帶進來開發投資，這個都在做阿！你要把說我們現在社區很漂亮，所以如果像台東在爭取那個什麼美術博物館？那個古根漢，對阿！你說台東是一個鄉下，你爭取沒有人要來，在鄉下你又沒有消費能力，但台東是一個漂亮的

地方，而且社區也很漂亮的，而且大家都有消費能力，我古根漢在這裡設，好！OK！這一樣阿！這就再做社造阿！拼外交、拼經濟進來，拼美術館、拼什麼進來，都是要先社區先漂亮，所以從下往上，社造是從下往上做，但是上面的你要帶頭也要做喔！帶頭做不是說錢都全部掌控，怎麼做都要聽中央的話，不是！就是民間需求什麼，請政府幫助補助，那由民間的人來參與，還是叫做政府完全統包工程，現在不行！要由民間去代工購料，民間自己去找工人，自己去買材料，由民間自己去點工購料，那這樣子比較才辦法去民間有參與力，這樣民間社區人才會喜歡這個社區，像我們鶯歌就比較特殊了，他牆壁都是鎮長他去買瓷磚找他的包商來蓋、來貼，貼完以後再黏石頭也是他弄的。那我們鶯歌就叫做陶瓷產業，為什麼我們陶瓷都沒有機會去自己黏陶壁阿！他黏石頭鶯歌又不是出產，又不是在做陶瓷的工業，那大理石在花蓮可以用大理石去做壁飾阿！那這樣子就代表由上往下，所以幾乎鶯歌的人不認同，但是最後還是選他鎮長連任，那是因為他有辦法申請那麼多錢來做，那一般鶯歌人覺得還他一個人情，而且喜事、喪事他都到，他每年還送一盒餅乾，所以鶯歌人算是很鄉下淳樸的一種感恩的心，但是他沒有聯想到說，感恩的心跟你的社區未來發展，跟你選的鎮長有沒有很直接的關係，他只要說反正他用的、請的，都沒有從我口袋拿錢阿！但是現在有啦！加油也漲價啦！全民健保也漲價啦！什麼買衛生紙也漲價啦！都是一樣阿！回流到自己的口袋開始削瘦了，但是搞選舉有時候他可以切割，你買衛生紙漲價那是政府的事情，那是中央政府跟我地方沒有關係，地方我申請來就是給他貼牆壁、種花，那是另外一筆錢，可以切割的很開，但是連在一起的，那老百姓才會慢慢的覺醒，為什麼？你沒有把這些人才教育變成跟公眾事務，跟你的荷包是有關係的，你還沒有把他教育成爲這樣子的關係，所以還很難。當地人都是做陶藝起來的，做陶瓷阿！這裡不只是做陶藝捏！瓷磚場、衛浴設備，還有一般的鍋碗瓢盆，還有高壓艾斯這個電子陶瓷，所以不管住在這裡的親戚朋友，還是父母親還是小孩，大部分曾經大達百分之七、八十，都是跟陶瓷相關的產業的發展有關係，其他行業才可以發展，就像你睡覺一定要蓋棉被阿！你睡覺一定要買床阿！我現在錢賺的多阿！我就要買比較好的床、睡的好幾年還好好的就把他丟掉阿！這樣子就是因爲陶瓷產業發展阿！帶動觀光也是陶藝的發展阿！那這樣子那些週遭的燦坤，在這裡設才會有生意阿！今天可以去那邊買 MP3，明天可以去買像我爲了要做陶瓷教育的教學，去買六萬塊的電漿電視 42 吋的，我做陶瓷跟電視有什麼關係？我就是讓人家來這裡買陶瓷的人，可以看到比較大的螢幕，看一些紀錄片，那我不能都是 29 吋的普通電視，我就買比較大的，那也是因爲我的陶瓷發展，我才願意這樣投資阿！我在家就不用阿！我在家還是保留那個 22 吋還是 29 吋這樣就夠了，那這樣子就是因爲陶瓷產業有發展起來我才捨得買，就爲了下一波競爭我要先買這個，先把硬體建設把他弄漂亮一點、弄好一點點，那還有投影機的布幕，投影機還沒有買，就只有先買布幕，需要上課還要投影機的投字，投影機跟陶瓷有什麼關係？我上課要用的當然有關係阿！如果放電影我就不用買啦！所以如果放普通電影我就不用買啦！但是爲了放跟陶瓷相關的教育領域的延伸。或許你跟別人吸收到的又不同，跟我不一樣的領域，可能他講的比我更前進跟先進，但是我也不外乎是一個人跟三種人學習，你一輩子要分三個時間，跟三種人學習，第一個見賢思齊，跟你厲害的人學習，這樣你才可以學的到東西，我要去研習、去研討，外國人也來阿！各館長各社區領域的頭頭，都來跟我們講阿！就專業的領域不是說，他是理事長不一定很厲害，但是要有專業，第二個要跟同儕，同儕叫做互相砥礪、互相成長，第三個要教學相長，就像你今天是爲了這些問題來問我，那我就跟你講或許對你來講只是很普通的，就是講社區營造阿！但是這樣就可以延伸很多東西出來，你就可以聽的懂，而且你就可以吸收，那這樣就算，不好意思你跟我請教，那我就這樣子跟你聊，也不是說教你，就是這樣子聊，這樣就至少有教學相長的效益出來，一輩子的時間要跟這三種人學習，不要說我只跟上面的人學習，下面的人我都不管，我們也在做教育阿！我們把會做陶藝的人教給不一定小孩子，大人也可以，他只是對這領域不了解我就教他阿！讓他對社區營造不了解我就跟他聊天，那我的我就請比較專業的人來這裡上課，你就來聽課，那這樣你就可以學的到，那我電腦我有去跟人家學，那這樣就要三種人都要，但是絕對不可以說跟上面的人學習，你都不

分享不行喔！就像有一個笑話是一個主耶穌教，主耶穌日的學校那些神父都不可以到處亂跑，只能在教堂裡面，那教友也在教堂裡面，結果那一天到了，結果有一個神父他很無聊，他覺得那一天好像手很癢想去打高爾夫球，他就偷偷跑出去，結果剛好被一個教友看到，那他正在打高爾夫球，他就跟耶穌禱告說，你可不可以請耶穌跟他處罰那個神父，怎麼跑去打高爾夫球，那耶穌說，好！我處罰他，那是禱告的時候的感受，那很奇怪喔！處罰他了，為什麼那一個教友一直在偷看那一個神父，雖然說他不可以出門，但是他也偷溜出去偷看，他怎麼都一杆都進洞，連續打十八杆那每一杆都進洞，那十八杆也打十八洞，就每杆都進洞，打十八杆都是一杆進洞，那那個教友就跟耶穌抱怨說，你怎麼都沒有處罰他？那為什麼讓他每杆都進洞？打了十八次都十八竿就都一竿就進洞？那個耶穌就跟教友講說，我已經處罰他了，你這樣算處罰嗎？你應該是處罰他都打不到，我讓他打到阿！但是你知道麼？他如果打完了以後，回到那個主耶穌日的那個教堂裡面，他敢跟別人講嗎？他敢講嗎？不敢，因為他只要一講出來人家就知道，你沒有在教堂裡面，你偷跑出去打球，所以這叫做暗爽，暗爽又不能跟別人分享你知道麼，光是在那邊，否則就講要自己錄影下來阿！以後就錄影存證，就說那一天，我就是有辦法一竿進洞打十八竿，就是全部都是一竿進洞阿！那你沒有存證下來，你去跟人家講人家也不相信，那天大家教友都在裡面阿！你哪有辦法出去偷打球，絕對沒有辦法，你一定是在裡面，你嘎我騙，那叫做分享，你沒有辦法跟人家分享也不行，現在一定要懂得叫做經驗傳承，不是以前那種老師傅自己留都不傳承，也不行，所以這個是分享也是未來一個很重要的項目，所以這個就是分享不是我，我能分享的就是侷限嘛！那你可以在找到別人在另外的分享就，就找到另外的人就可以繼續分享別人的，大概就這樣子。

受訪者：黃教授(B1)

時間：2006年5月2號上午10點

地點：XX科技大學－黃教授辦公室

問：我主要研究是從中小企業處所輔導的特色產業，來做為研究的對象，那我又把特色產業又縮小產物研究手工藝品，其實我覺得說特色產業他在輔導的時候，他是不是完全由政府主導，還是由地方自己發起說政府我現在欠缺什麼你（政府）來輔導我，如果是由下面，依我認為，如果由下面來發起的話，它比較容易能夠永續發展，能夠做出符合當地需求的一個輔導，如果是從上面就是說很被動，政府說什麼你就輔導什麼，比較不容易永續發展，這樣對整個地區發展會比較會有一點阻礙，那老師不知道你有什麼看法？

答：其實是地方主動性的問題，這個地方會不會開始來做這個事情，但是這個主動性我覺得其實是不完全的主動性，他的主動性常常會存在於說，各個情況不同，有些地方是他覺得自己，有一個很值得發展的產業，所以他想要去做，那有一些是他是等待被人家啓發的，所以各有不同的例子哦！比如說就中小企業接觸的例子來講，我們做過的竹山的竹工藝產業的東西，那個東西其實竹山有很多不同的團體，那我們曾經跟青竹文化園區合作，那他那邊是擁有一些主動性，因為對他來講也是一種獲利的方式啦！那他的獲利方式，陳靖賦先生嘛！.那陳靖賦總經理其實是竹山高中畢業的，他在竹山高中的時候有學竹，所以他也在試著把這個竹這個材料拿來做運用，所以他有做過竹子相關的，這種竹子做的傢俱在台北，然後但是事業不是很成功，那個不是很好，一陣子賣的好一陣子賣的不好，所以事業不是很成功，後來他就收掉又回來竹山，開了生活工坊，竹的生活工坊，那竹的生活工坊全部都是賣竹器的東西，那這個部分呢，我其實是不太知道他的獲利情形啦！因為不好意思去問人家，但看他還經營的下去，但是他一直都覺得有困境，所以他想要再走別的路，所以當那個台灣開始講文化產業的時候，陳靖賦先生也覺得去做一個竹的文化園區，可能是未來另外一種竹產業，變成是竹的產業觀光的做法，所以他就搶的比其他的人都快，先去把他們自己的地把他做成一個青竹文化園區。那甚至比政府單位鎮公所要做的，竹藝文化園區還早去完成那個東西，所以他顯然是具有一些的商業頭腦和行動力，所以使得他比較快去實踐一個竹產業觀光的做法，這個做法其實在竹山他算是比較有遠見、跑的比較快、比較冒險、比較敢大膽的去做，所以我們會知道他其實是有有一些主動性在的，那個主動性可能會來自於，他對竹這個東西的喜愛，也來自於他對竹這個東西的看好，好！好！所以這個有主動性，當他有這個主動性的時候，他反而會反過頭來跟中小企業處說，可不可以有輔導企劃案在他這邊進行？所以當時我們去做經濟部中小企業處的計劃案，就是因為他後來碰到了中小企業處的楊宗孝先生，所以他跟楊宗孝先生談，那楊宗孝先生也覺得他們做的很好，所以就做！就把他納進去成爲一個企劃案，後來就再委託我們雲科大這邊來做，就是這樣的機緣，這個例子來看，我是看到他的主動性在的，那這個主動性我就覺得，那當然會包含了那個喜愛和利益兩個部分，可是竹山還有其他的團體捏！竹山不是只有竹藝文化和青竹文化園區這樣而已，竹山還有南投竹藝學會、然後還有沙永包文教基金會等等，其實他們都在竹山他們也都知道竹這個題材，甚至他們也做過一點點的努力，像竹藝學會曾經在往鹿谷的路上面，去用去做一個竹館曆，在竹館曆裡面試圖銷售販賣一些，所以竹藝學會也做一些事情但是不是很成功，換句話講就是竹藝學會對商業頭腦比較不好，對商業經營方面比較不行，所以他整個的經營下來的成果，就沒有竹藝文化園區的好，所以竹藝學會也是有一些動力想要做，只是後來的結果不如預期。所以你剛問到那個主動性的問題，我其實是覺得是，就竹山的例子來看，竹山的有一些團體是具有主動性的，然後政府配合之下來進行這樣的東西，但是還有一些其他的例子，我們可以看的出來是他的主動性，反而不見得那麼強，他是慢慢被帶出來的，像你說的中寮的那些植物染那些，那不是她們一開始就要做植物染了，他們只是在地震之後尋找出路，那正好台灣工業研究所進去幫忙，所以她們才開始做植物染那樣的東西，學了一年植物染開始慢慢的銷售，這時候中小企業處才進去幫忙，所以他們的主動性一開始是沒有那麼強，反而有一點中小企業處看到了之後，很想幫他們推銷這樣，所以中小企業處比較主動也有這樣

的情形。所以我就說那個主動性是不完全的，不完全是由社區這一方面所提出來的主動性，但是那卻是可以被培養的，人的主動性、人的心是在變化當中的，那以前他沒有那個心，但是現在他有這個心，那有可能的，所以人的心是在變化當中，所以他有可能透過一些計劃，使的他意願變的更強，這都有可能，那要看他的輔導計劃怎麼的做法。

問：那您是否稍微簡單介紹一下那個地域振興做一個觀念上定義，或是怎樣才算是一個地域振興？

答：好！現在地域振興這個名詞，跟社區營造這個名詞其實是差不多意思，就是說在日本是用地域振興這個名詞，還有用造町、造村、造島等等的名詞，那台灣呢！就比較用那個社區營造這個名詞，那兩個可能在語氣上、語意上也有一些稍有不同，但是當時 1994 年的時候，我們在台灣剛開始談也是在談地域振興，只是有人認為說為什麼要振興地域？為什麼不是振興天堂呢？那這名詞會有一些困擾，所以後來陳政權老師他們提出來社區總體營造，我們看其實意思是一樣的，其實那都是社區活化、地方活化這樣的意思在裡面，所以後來我們就比較少用地域振興，最近又被提出來了，就是因為提出地域振興，當時我們暫時不用的一個名詞，最近又被提出來。宮崎老師提出來的一個觀念，那台灣為什麼又開始講地域振興？大概有一種感覺是社區被認為是一種比較小範圍的，因為台灣的社區營造都以村里社區發展協會為單位，所以就被認為社區算是比較小範圍裡面的一種東西，但是其實日本的社區營造，因為他沒有社區這兩個字，所以他就有造村、造町、造街、造島還有地域振興、地域活化這樣的說法。那日本的又恰好日本的村和町，其實都是具有行政法人資格的，台灣的村是不具有行政法人的，台灣是鄉公所才有行政法人的這個資格，那日本是村就有行政法人資格，那日本的村呢！他其實是在那個人口數上大概，村有些村少到只有一千多人，多到一萬多人的當然也有啦，所以他某一個程度有一些就人口數來講，有一些像我們的村而已，但是他總公務員人數上呢！就像我們的鄉公所，我們鄉公所大概都有 3、40 個公務人員，那他們的這個村公所也有 3、40 個人，所以像這個樣子。好！那兩個就社區營造跟地域振興有一點點的不同，是因為台灣本來一開始宮崎老師講社區的時候，是說社區是一個概念，以社區共同體為主的概念，他可以是一個小村落、也可以是一個鄉鎮、也可以是一個縣、也可以是一個國家這麼大，因為目標是在塑造一個社區共同體，這共同體的意識，才是我們最主要要去慢慢型塑的一個東西，所以當時宮崎老師講的社區營造，並沒有說就是一個小村落，或是一個小社區這樣，只是行政單位—中華民國的行政單位，在推這個事情的時候，他不得不以這個小的社區發展協會來做，那後來也有一些人覺得說，可不可以有跨社區的作法，所以才有陳景煌醫師提出來，他當政務委員的時候提出來創意新點子，那創意新點子其實是希望能跨越好幾個社區，而不是只有單獨一個社區這樣，那漸漸的這個社區做了之後，我們發現就是說社區營造做了，然後有一些公共事務會牽涉到都市計劃、牽涉到區域規劃、農村規劃的整體性的問題，而不是只有這個小村落的問題，所以他會有跨村、跨社區的情形出現，所以這時候就要談的就不是這個社區的問題而已，而是一個整個區域發展的問題，談這整個區域發展的問題那就要跨區域了，所以就變成是有些人就開始講這東西，就不要講是社區營造，而是應該講地域振興，是整個區域的振興，區域他會跨社區，這區域可能跨了好幾個社區。比如說：這一條河流周邊的，這些村落我們可不可以聯合起來，一起來做河川保護運動，河川保護只有你做，下面的村落做，上面的村落在污染也沒有用，所以才必須做這種地域振興的工作，我覺得這個脈絡好像是這個樣子啦，但是他的基本原理其實是一樣的，就跟社區營造的基本原理是一樣的，我們講說要居民參與、要由下而上、要去培育、要去造人、要去終身學習這些，其實基本原理都是一樣的，只是原來處理的是比較小的社區，現在是希望連絡好幾個社區，這樣做的作法，就台灣來講我覺得就只是範圍大小的問題。

問：那您認為說，產業要怎麼做為地域振興的一個看法。

答：產業要做為地域振興，那個我們當時談社區營造的時候，我現在把社區營造跟地域振興講在一起啦！那個差別只是範圍大小。那所以當時談社區營造認為社區營造，至少有五、六個切入點，老師曾經有整理過十幾個切入點，但是簡單講的話，就是包括文化傳承、環境改造、然後產業再造、然後健康啦，那其實這些

東西在後來，行政院整理起來就是社區六星計畫的六個切入點，所以這六個切入點裡面有講景觀、有講生態、有講治安、有講教育這些東西，那還有一個就是講產業嘛！所以就地方振興來講，產業其實只是地方振興裡面的一個議題而已，而不是全部的議題，也就是振興這個地方，產業當然是重要的一點，但是產業不是唯一的一點，這地方的文化怎麼傳承、這地方的文化怎麼做、環境怎麼做好，然後健康怎麼照顧好，治安怎麼做好，這些全部都是社區的議題，全部都是地方振興要做的議題。假設有一個地方，他因為把老年人做照顧的很好，然後每一個老年人都很快樂，那也許他沒有什麼太大的產業，但是老人都覺得很快樂，那也是一種地方振興阿！也是一個地域振興！那剛剛講的這些議題因為連結在一起，老人可以照顧的很好，恐怕是由很多老人照顧的產業，在那裡面處理的很好的關係，很多志工在那裡，也有很多照顧性的產業在那裡，所以那些議題其實都會連結在一起，那老人可以照顧的很好，恐怕也是在這個地方，我們在提倡一種要珍惜我們的老人，這樣的文化被建立起來了，老人可以被照顧的很好，恐怕也是因為這個地方在很多無障礙的環境上面處理的很好，老人出去推都不會摔倒，全部因為都沒有斷差，這樣的環境都處理的很好，所以雖然是社區六星計畫好像都分開來了，其實這方面還是可以串連起來的可以串結在一起的，所以產業也不單獨是產業的一個問題，產業也是一種文化的問題。

問：那依您來看中小企業處在輔導特色產業的現況的看法，它會對地方會有什麼影響？政府在輔導特色產業他對地方有什麼樣子的影響？

答：這個其實可能有一部分牽涉到你的論文裡面，我猜你大概會舉例一些例子去做案例的探討嘛！那中小企業處的案例其實很多啦！我沒有詳細去統計，我覺得值得進一步去做一個回顧性的反省，給中小企業處的計劃作回顧性的一個反省。現在大概對中小企業處的計劃案，如果我們先講正面的部分，政府資金的投入使得他有一些宣傳的機會，那中小企業處的一些計畫案呢？他們也會有一些設計師來幫他們作包裝、作產品的開發，就這方面來講我覺得中小企業處是有貢獻的，中小企業處把設計類的專家、行銷類的專家結合進來，來協助這些社區產業的發展，我覺得這些方面中小企業處是有貢獻的。因為以前台灣的這種設計類的專家，跟行銷類的專家，是不太進入這個社區產業的這個部分的，所以等於說這十幾年來，中小企業處開發了一個新的領域，就是地方特色產業這樣的新領域，你說這樣的地方特色產業的新領域，其實也是受到社區營造的影響，因為社區營造要我們回過頭來看看自己的地方有什麼內容，所以中小企業處這樣做我覺得也是一個時代的趨勢。從 1990 年代開始重視這樣的東西，所以我覺得中小企業處不是沒有貢獻的喔！在這方面我是覺得他是有貢獻的。那中小企業處這些計畫案檢討起來也會一些問題，第一個問題是：我覺得他的開放性不夠，也就是到底是哪一些地方，可以來申請這種地方特色產業呢？那他們採取的方式其實不是申請制，而是規劃制，不是申請制而是規劃制，就會有他們既定覺得這幾個地方好，這個好處可能是說，也許選到的地方都是比較優秀有潛力的地方；那壞處就是，那這些規劃團隊沒有看見的地方呢？那他們就沒有機會了。所以我覺得中小企業處計劃案的問題，大概第一個就是他的開放性我覺得是不夠，但是他們可能有一點擔心開放之後，會有一堆雜七雜八的東西進來啦！會不會有立法委員關說啦等等的，但是他還是存在一個問題，他是不是能夠針對這個台灣的各個地方上，是不是都很熟悉啦！這是一個問題-開放性不夠，那這個開放性不夠，第一個表現在無法給予社區他的自主性-自主的申請，那第二個開放性不夠，是他的輔導團隊永遠都是都是那些單位而已，十幾年來都是這些單位，有固定的 *partner* 這樣，幾乎都是固定的 *partner*，只有內部的繁衍，如果有新的單位那一定是某一個顧問公司，自己的有一部分的人自己跳出來，組成另一個公司然後繼續，這就是他的開放性不夠，這就是第一點問題；第二點問題是一個我們講縣市文化產業的時候，現在我們逐漸了解，如果社區沒有良好的這種回饋的機制，社區沒有良好的社區營造的基礎的話，那他去發展社區產業發展的結果，也會帶來很多的問題，因為他的利益分配的方式不清楚，回饋社區的方式不清楚，所以到底做了這些努力之後，利益是回到誰的身上，這個部分都有問題，這個部分不是在怪中小企業處，而是台灣的社區產業就是面臨這樣的問題，那在輔導的時候，如果我們沒有辦法

把社區營造的部分加進去的話，那那個輔導的效果其實是大大折扣的，那沒有建立社區裡面的，對於社區產業發展的一個共識，那這是台灣的社區產業所面臨的問題，就是假設那個社區營造的基礎，沒有做好就發展產業的話，在不賺錢的時候，社區沒有問題，在賺錢的時候社區就開始紛爭了，那這是第二個問題，太快行銷而社造基礎沒有打好這樣的問題。

問：會不會他針對完全都只針對經濟面的效益來做一個評估，而沒有注意到文化面有需要被關注的？

答：所以他比較不去做社區營造的工作，如果我們作社區營造的工作的話就會去注意，去探討社區裡面這個產業在社區裡面，扮演什麼樣的文化性的角色，但是他的企劃有時候會比較不去注意這個東西，他們的人這些顧問公司的人的專長，其實比較在行銷方面，然後他們有剛才講到的好處，他們會把設計的人帶進來，幫他們作一點設計，那你說他們完全不會做社造這倒也不完全啦！他們會跟社區裡面的人做一個討論，做很多的討論，那社區營造的工作技巧，可能有一些部分他們沒有那麼的贊同吧！對他們來講效率可能是他們追求的一部分而已，對他們來講他們是一個公司嘛！所以公司要有他的工作效率，所以不能夠比較沒有辦法，像這些社區營造的協助者，他們可以花比較多的時間在那邊仔細的互動，所以這也可能是先天上的問題。所以比較好的解決辦法，也許是要有一些社造的團隊在裡面工作，另外有一些行銷的團隊，那行銷的團隊跟社造的團隊可以常常去互相溝通，也許是一個比較好的解決方式。

問：那以您的觀察那個產業的角度來看，用特色產業做為帶動這個地區發展是不是會有阻力？

答：應該說他會遭遇到哪些困難啦！困難其實是很多的捏！你說這樣的地方特色產業要來做地方振興的工作是不是？經濟發展的工作會有哪些困難？首先要講這些地方特色產業，其實是有很多不同的類型，就算是工藝產業，其實是有大有小，中寮的植物染就是兩群媽媽在做，那有沒有比較大的這種工藝產業，應該是把他區分為，哪些是屬於非營利組織型的，那有些是屬於合作社型的，有些是屬於企業型的，那從企業型、合作社型一直到非營利組織型，其實正好在那個光譜的左右兩端，那種非營利組織的方式的他們的目標，非營利組織的是可以營利的只是不能分紅，所以非營利組織的目標是，他有一些社會責任想要去完成，一些社會服務的工作，所以他去做這個非營利組織，比如說我們看過台南的佑明是在幫助視障者，發展他們的按摩的一個服務產業的，所以他是一個非營利組織阿！他們按摩賺的錢是用來照顧更多視障者，另外有合作社的形式，比如說：是剛剛講的青竹生產合作社、青竹文化園區就是以青竹生產合作社的形式在做的，那合作社就要回到合作社原來的原理原則，講求的是一種平等、互助，不是一種大企業裡面有上下關係，老闆剝削員工那樣的方式，而是在這裡面的人大家都是平等的，互相幫助的才形成一個合作社，有利益共享然後也會對社會作出服務的，這樣的合作社的形式，所以青竹生產合作社應該要服務的，其實是包括很多參與他們合作社的竹農，種竹的這些竹農，服務的好不好，再說了！那企業的形式的地方產業其實也是有的阿，比如說苗栗的壓箱寶，那個作木鴨的，那其實是一個公司，一個公司面臨危機，所以要重新以文化產業的方式來發展自己，所以他其實是一個企業，這些東西都被叫做是地方特色產業，所以他的地方特色產業看起來是，第一個他是在地的，第二的他是有特色的，具有獨特的感覺，因為台灣做木鴨的，也沒有幾個地方有在做，大概只有苗栗這個地方做，所以他具有獨特性，然後有在地的，然後他就覺得可以輔導他，讓他發揮的更好，所以好像對那個經濟部來講，這些都是可以接受的，不管你是光譜右邊的企業，還是光譜左邊的非營利組織，還是中間的合作社都可以接受，所以參與這些計劃的好像這三種都有。用工藝產業用這樣的工藝產業來進行是不是？會遇到哪些困難？那我們先區分這樣的不同的喔！那假設是企業的發展，這樣的工藝產業那他會有什麼困難？那企業可能就會牽涉到他要養多少員工？他要賺多少錢？這樣的問題，這就回到經濟的發展機制供需原理，這樣的東西裡面了喔！所以經濟部所輔導的這個東西是不是真的會賺錢，要看特色被發揮到什麼程度，比如說苗栗的金良興作磚，那你說他向經濟部協助的，這些做的一些磚雕啦！什麼賣的好不好，其實我的估計他沒有賣的那麼好，比如說他在磚雕這一部分，磚雕啦！然後專長的導覽這一部分，所賺的錢其實可能沒有那麼多，他真正主要獲利的是他原來工廠裡面，是生產

線的方式在生產磚的部分，因為台灣做磚的越來越少，使得他的生意越來越好，因為生意都集中到他那裡去了，而且他引進新的技術，可以自動化的去生產這些磚，連切磚啦！燒磚啦！全部都是隧道式的這樣，所以他那個部分獲利會比較穩定，而另外的這個部分只是變成是他在尋找，這個部分的可能性是怎麼樣，那他一直都是努力不懈，每一年他都有在提相關的計劃案，不管是經濟部的還是文建會的，他都有在提相關的企劃案繼續在這樣的嘗試，所以我看金良興作磚，在專家這一部分還在努力當中。但是我們也會看見有一些地方，他就是用文化產業，比如說他是企業，但是他用文化產業的方式做的很成功，比如說華陶窯阿、水里蛇窯，他們都以一個高品質的環境高品質的服務，具有特色的產品來提供出來，然後獲得了很多消費者、參觀者的喜愛，絡繹不絕的參觀人潮使他們可以繼續維持，所以像是水里蛇窯跟華陶窯，其實還是企業但是他卻是成功的，就在文化產業這個部分，比起金良興要成功，金良興還在努力啦！因為他在整個環境沒有那麼美，那大家會希望看到的其實是一種高品質的美感，跟深入的體驗這樣子的東西，而那個金良興都有提供一點但是還不夠，而華陶窯跟水里蛇窯就比較豐富，那因為華陶窯跟水里蛇窯比較豐富，所以他的參觀者就會絡繹不絕，這個部分可以看的見，這是有成功還有不夠的地方。我不會說他失敗，我覺得金良興其實很努力，好！這是企業的部分，那在看合作社的部分，合作社的部分其實成敗，還是比較像剛剛的金良興和華陶窯跟水里蛇窯，他有這樣的比較，那也就是說你有沒有形成一個良好的園區，去提供這個東西，我們其實稱爲是創意生活產業啦！你有沒有去成爲一種優秀的創意生活產業，其實是你成敗的重要關鍵，創意生活產業要點，就是剛剛所講的高品質的美感和深度的體驗，還有用創意整合、產業的核心知識，要被開發出來這些，那合作社其實也是一樣，合作社只是因爲他可以分紅，但是他必須在營利裡面，要有一定百分比挪出來當公基金，所以這是合作社跟企業稍有不同的地方，合作社原來的理想跟企業有很大的不同，搞到現在變成越來越接近，合作社的部分其實也是會有一些，有沒有比較成功的案例，合作社在台灣不容易成功，是因爲台灣人不太有合作的觀念和誠意吧！賺錢很難一起賺，台灣那種共利的想法很薄，因爲台灣是個移民的社會，大家都在這裡面競爭，當它變成是做中小企業各自奮鬥的時候，大家都很努力，當他說我今天賺的錢是要跟別人分的時候，到底要不要這麼努力就有問題的，其實台灣是不容易做合作社的啦！基本上是不容易做的，所以說成功的合作社有哪一些？我其實也不太容易找到，那剛剛講到的青竹生產合作社，也還在慘淡經營當中，我不知道他到有沒有賺錢？我最近沒有問他，那非營利組織的部分，大概是不以賺錢爲唯一目的，所以大家是因爲覺得做這個事情是正義的，是值得做的有價值的，就算是虧本的我們也繼續做，那台灣有很多這樣可愛的人，台灣雖然有很多人很難合作共利，但是很多人卻是可以完全不計較私利，去做奉獻的工作，這是台灣人可愛的地方，這麼多人是願意爲非營利組織貢獻的，很了不起！這是台灣人很了不起的地方，那個慈濟啦！那樣的單位啦！台灣的佛教有很多的單位是這樣的，那還有更多的這種社會福利照顧相關的事業：陽光基金會、依甸園啦！那個照顧植物人的這個單位啦！展望基金會這些太多這樣的，這也顯現出台灣社會另一方面的活力，那他們也需要做產業喔！他們做的產業一方面是，例如：陽光基金會做喜憨兒去做麵包做餐廳，那是給喜憨兒找到一種生命實踐的機會，所以賺不賺錢是一回事啦！讓這些孩子們有更高的這種人生成就，其實是更重要的意義，那剛剛講的佑明在照顧視障者賺不賺錢是一回事，那是能夠讓這些視障者，能夠感受到自己生命的意義那更值得。但是如果他不賺錢的話，或是他沒有辦法募到足夠款的話，那會萎縮掉耶！那會持續不下去，所以他還是必須要能夠募到款，能夠有一些營利的收入，讓他這個組織不會消滅掉，所以這個部分也使得他們必須要努力，那中小企業處在這方面其實有一些協助啦！那更大的協助其實是勞委會的多元就業方案，其實有更多元的顯著，中小企業處是重在輔導的部分，所以他們在輔導這些非營利組織的產業的時候，所以這些非營利組織做爲產業會遭遇到的困難，我們分析起來其實是兩大類，第一大類是研發類的問題，就是說非營利組織請那些喜憨兒做的那些東西，比如說是做的陶瓷，可是這個東西明明就不夠好看、不夠好用，那我會買是因爲基於愛心買，可是我的愛心可以用多久，假設每次都要我可以發揮愛心，可是這個東西我

就覺得不夠好，那我到生活工場可以買到更好的產品，那我為什麼要買你的東西？或者是說你的東西可不可以像生活工廠那麼好，然後你的東西又是那個殘障者做的東西那我絕對買的，因為我買這個東西就有兩個意義阿！第一個可以發揮我的愛心，第二個我買回來很好用阿！所以可不可以這樣？所以這些非營利組織做的產品，就會有那個產品研發跟包裝的問題，那這是第一大類的問題，所以這個東西消費者不要說，人家要不要發揮愛心，而是人家看了就會想要，那可不可以做到這個地步，那第二個部分是行銷的問題，我做了一大堆東西，都放在倉庫不知道要賣給誰，所以這兩個東西，其實是宏碁的老闆施振榮，所說的微笑曲線的兩端，台灣的企業也是習慣於生產，而不習慣於研發和行銷，所以我們學設計的人講台灣以前做 OEM，就是人家設計圖都給你，你負責生產出來人家拿去賣，其實最賺錢的是研發和行銷的部分-品牌行銷的部分。所以後來台灣慢慢的從 OEM 走到 ODM 自己來設計，然後還要在走到 OBM 建立自己的品牌這樣的東西，台灣正在朝慢慢的這樣的方向走，可是這兩個東西為什麼以前台灣不做，這兩個東西都需要知識、技術跟資金才有辦法做，研發你要投入研發的成本阿！你要做品牌行銷你要投入廣告阿！那你叫我們這些非營利組織，這些地方特色產業他有沒有錢去投入研發，有沒有錢去投入行銷這都有問題阿？那大概中小企業處也是因為這個樣子，所以他也支持你一些錢，幫助你把研發的人找來、把行銷的人找來幫助你，去解決這兩方面的問題，那但是我應該說還有第三個問題，是中小企業處比較沒有看見，其實剛剛已經有談過了，就是我們除了看見研發的問題，看見產品行銷的問題之外，還有一個就是文化根基的問題，那這個文化根基你有沒有把他打好，就是你的社區營造你有沒有做好，不然的話你做了很好的研發、做了很好的行銷，但是你做的事情對我們這個社會，沒有多少的用處阿！對我們這個地方社會沒有多少的用處，就好像台塑六輕研發能力也很強阿！做新的這種塑膠原料，然後行銷能力也很強阿！因為他是大廠，大家要看他的大家都要倚賴他，他的行銷也很強阿！但是他留了很多的污染在台灣，害我們雲林縣這個地方，對地方社會有什麼好處？所以他的文化根基他是不做的，他是不認同雲林這塊土地的，其實他也是繳稅啦！繳稅到雲林他一年繳稅上百億，然後這個中央收走了！大部分大概三億到四億是再發給雲林這個地方，也不能算他沒繳稅啦！好！那所以那些工藝產業要做為地方振興的一個向度的話，那麼他會遭遇到的問題就會有文化上扎根、文化根基、社區營造的第一類問題，有研發的第二類問題，跟行銷的第三類問題在這上面，他們都會遭遇到這些困難，需要進一步的去處理。

問：那您現在用輔導團隊的角度來看，用特色產業來帶動地區發展是不是會有困難？

答：我覺得沒有困難耶！台灣因為過去不太把地方的題材抓出來，所以在今天把這地方的題材抓出來的時候，其實是會受到歡迎的，就是說我們從整個世界的趨勢來看，在全球化的同時，地方化反而有他的機會，我們並不希望走到東京，走到巴黎都長的跟台北市一樣，我們希望東京有東京的特殊的，主要是日本有日本特殊的，走到法蘭西有法蘭西特殊的，其實有更多的人他們希望在不同的世界的角落裡面，發現不同的文化，發現不同的生活經驗，所以他們很享受地方文化的東西，那台灣現在也要走觀光啦！那那麼多個大陸遊客要到台灣來，他們當然會看故宮、阿里山還有看日月潭，但是這一批人很快就會滿足掉了，那這批人看過了日月潭、看過了阿里山、看過故宮之後，那他還要不要來下一次？所以當他發現就說，嚴長壽先生曾經提過這樣的論點：第一階段叫做停不下來的旅遊，停不下來的旅遊，就是出去的時候想要看很多很多的地方，因為從來都沒看過，所以想要看很多很多的地方，所以停不下來，這邊看阿看，蒐集資料後趕快到另一個地方蒐集資料，趕快再到另外一個地方。我二十年前到日本留學的時候，我們也是這種心情，看到什麼樣子產品的型錄，就趕快通通收下來，結果就收了一大堆產品的型錄，因為那些產品在台灣都沒有，所以都一直在趕路，所以就停不下來，什麼東西都要搜，這就是第一階段的時候。但是到第二階段的時候你就會想，這樣停不下來的理由的結果，這樣旅遊完了之後就覺得更累，好像都沒有休息到的感覺，那這樣又有什麼意義呢？如果我們的旅遊是，為了讓我們重新產生工作的動力的話，那個旅遊下來就只覺的好累喔！那這樣有什麼意義，所以當這一群人開始，大陸的這群人到台灣來覺得很累之後，第二群人要來台灣

的，他就不是這樣的人了，他可能是定點旅遊，到你這個小社區裡面去，就享受你們這社區裡面不同的文化，早上起來聽到鳥叫、晚上聽到青蛙叫啦！我會去認識這個社區的種種事物、種種景觀、種種文化內容，這可能第二階段的旅遊。第二階段的旅遊，其實就越來越接近一種叫做生態旅遊的東西，這種生態旅遊的東西，是以不破壞當地的生態環境，同時又能夠回過頭來，對當地的社區有所貢獻這樣的旅遊，這樣的生態旅遊詳細的定義可以去網路上查，那我以前的文章裡面有提過，那這種旅遊就會越來越興盛，那越來越興盛的時候，那我們這些小地方不就是會越來越有機會嘛！如果我這小地方裡面，到底有什麼樣特殊的工藝，這些工藝可以讓遊客來了之後認識說，原來你們這邊是這樣在生活的阿！你們在吃早餐的時候、吃完早餐之後，所用的水果是擺在這樣的籃子裡面的，然這樣的籃子是由隔壁的歐吉桑，這樣編織起來的，那就是這樣完全不同的，原來都市生活的生活型態的方式，如果這麼講的時候，那這個工藝產業其實就充滿著很大的機會，可以成爲一個地方振興的一個媒介、一個材料，這個部分我覺得是沒有問題的。同時是說，那我們要怎麼樣做才能夠做到好，那在中華民國的文化創意產業上，裡面其中有一項叫做創意生活產業，那這個創意生活產業，其實是提供了一個我們可以更努力的方向，是因為他們說的是，你能不能提供高品質的美感，能不能提供深度的體驗，現在是還沒有寫的那麼仔細，回過頭來現在要問這個社區產業，所以社區工藝都可以朝這個方向去努力，我們講的這個工藝產業其實不是只有說做一些手工藝，然後你帶回去這樣而已，他其實是農委會所講的生產、生活、生態、生意這四生的一個產業，也是創意生活產業裡面所講的，怎樣去把高品質的美感跟深度的體驗，高品質的美感跟深度的體驗，我覺得比較是首創性的說法啦！那四生產業的說法更好喔！其實消費者、觀眾、生活者，他們到這個工藝產業的這個地方來，其實他就是在體會另外一種的生活，學習另一種的生態，然後也學習另外一種的生命價值觀，那這個講其實整個台灣的社區產業，要去提升他的人文精神，你才可以有去跟別人分享的東西出來，如果你沒有去提升自己的人文精神，狗屎到處都是的時候，狗屎到處都是而且還不要去掃，那你還有什麼可以跟人家去分享的高品質的美感，有什麼去跟人家分享生命價值觀？也許有啦！崇尚自然，所以我認爲這是有前途的。

問：所以您認爲說輔導團隊應該把社造給結合進去嗎？

答：對！我覺得經濟部正好切出的問題是，可能就在於他的團隊裡面，在社區營造的工作方式上面，可能還會有一些問題，其實他們最近也都在學得很多的社區營造相關的知識啦！那可能在社區營造的這個手法上面，我覺得可以更加的精進的話就會更好，那解決的方法之一是說，我是說另一個方式是說，跟社造團隊結合一起去做，也是一種方式啦！

問：那您認爲說，從輔導團隊的角度什麼是立即需要改進的？

答：是怎樣改進？輔導團隊的改進？立即需要改進的其實剛才就已經講了，就是在社區營造工作技巧、工作概念上面如果更好的話，那可以把文化根基跟社造根基的部分處理好，那在發展這些產業的時候，就比較不會因爲利益而反過來傷害了地方。換句話講，加強輔導團隊在永續經營上面的概念，這是第一個我覺得是可以改進的，那第二個可以改進的，最主要的就是在這方面啦！那第二個值得改進的，可能是經濟部中小企業處，經濟部中小企業處也可以去發展一個，比較屬於三年的計畫而不是每次一年，其實我記得以前他也是三年，我們那個青竹生產合作社那部份，也是有輔導了三年，所以多年期的計畫才會更更有用更適合。

問：那您認爲說輔導團隊的專業性跟在地性？

答：專業輔導團隊基本上沒有在地性啦！因爲他是外來的輔導團隊嘛！所以中小企業處也不要求在地性，大部分的輔導團隊都是在台中台北嘛！所以不要求在地性，要求在地性是說，輔導團隊要不要有駐點人員，駐點人員可以在那邊長期的工作，這個部分的要求我是覺得應該是好的，使得輔導團隊跟當地有較多的互動，那他們其實很多也都有採用這個方式，反過來說駐點人員對社區營造的認知怎麼樣？社區營造的能力方面也許還可以在檢討一下，那在地性是沒有特別要求的，專業性那就要看這個專業是什麼了？我說輔導團隊的專長，就是在產品研發包裝跟行銷方面，那就是在社造方面還可以在加強一點。他們在行銷方面好像是

滿厲害的啦！也就是說他們對相關的管道比較清楚，那在仔細檢討的話，也許從某一個角度講，是有什麼樣的在地居民，就會有什麼樣的輔導團隊，那輔導團隊也會去聽在地居民的意見，所以有什麼樣的在地居民就會有什麼樣的輔導團隊，如果這些在地的居民要求我們的看板要做大一點，那輔導團隊也只好把看板做大一點，在地居民如果希望看板有每隔五公尺就要有一塊。

問：那您說的在地居民是說在地的產業還是…？

答：那可能是參與被輔導的地區那個產業的人，有可能又是在地的產業也又是在地的居民，比如說關子嶺商圈看到那麼多的看板，每隔多少公尺就有一塊看板，到底需不需要？那我們就看關子嶺的看板就好，關子嶺的山就不用去看了！這搞不好是商家的要求，商家說你幫我多做宣傳阿！所以我也覺得這個部分是，有什麼樣的商家就有什麼樣的輔導團隊，也很有可能，有時候他們兩個有可能是相互影響的啦！所以那個部分是要去討論說，我們這個地區是要有什麼樣的景觀才是恰當的，光是這個可能商家就是有不同的看法，輔導團隊可能有不同的看法，所以在這裡面難免要去折衷啦！但是要看輔導團隊自己對景觀的看法是什麼？有沒有比較好的景觀的概念？假設輔導團隊對景觀有比較好的概念，他可能會比較想要努力去說服這些居民，也許我們不用這麼大的看板，不用這麼多的廣告，所以牽涉到的是一個輔導過程當中，美學是怎麼被討論的，因為參與美學討論的可能包括，當地的商家居民，甚至是政治人物然後再加上輔導團隊，所以他們在裡面總該討論出一個最後的結果、最後的方式，台灣的人還停留在喜歡看版大一點的，看板大一點廣告效果比較好，比較會有客人來，這種看板大一點的這種做法，基本上都是比較短利益的啦！一個好的商店其實是要靠口碑，去過的人都覺得這裡很好，會主動幫你宣傳，看板很大但是去過的人都說不好，他也會主動幫你宣傳，所以看板大小其實跟你真正生意好不好，就長久來看其實沒有影響的，他會影響短期的啦！如果我打算只做一年的話，今天賺這一筆我就要走掉的話，那當然看板大一點，因為來過的人第二次就不會來了嘛！所以這是一個短視近利的做法，跟一個長期計議的做法，如果是一個長期計議的做法，要努力的不是看板，要努力的而是人家的口碑，可是這個東西輔導團隊要去跟在地的人談，其實也都充滿著困難，所以才說有些問題，搞不好是在地的居民、在地的商家的這些問題。

問：那您剛說結合社區營造，也能改善說培養在地的人才這個問題？

答：社區營造當然就是造人嘛，所以就是要培養在地的人才。

問：所以可以同樣解決這個問題？

答：可以解決，但是他可能會被認為緩不濟急，他培養一個人才搞不好三年、五年，一個人才才培養出來，那其他很多人都等不及了，就亂跑了這樣，社區營造就是這樣緩慢啦！那也沒有辦法，快也沒有用。

問：那您認為說從產業的角度來看，那短期他有什麼需要改進的方面？他產業本身或創新不夠什麼的…？

答：所以這跟剛剛的問題差不多啦！第一個就是產品的研發的部分，我覺得很多社區的產業，其實是還沒有適當的研發出來，可是研發也需要一些，研發也是一種專業，像我們這系叫做工業設計系，工業設計系其實是在做研發的東西啦！所以怎麼樣較快的方式，是跟工業設計系這種專業的人才，合作去做研發，但是跟工業設計系合作也有一種危險，那個危險是工業設計系是很容易掉進去，資本主義大量生產的邏輯裡面，跟手工藝講究的是人際的溫潤啦！等東西是有差距的，然後這種工藝產業的生產者，往往是在地的人，比如說中寮的植物染這些媽媽們自己來生產，但是工業設計的邏輯，是把整個產品設計的圖都做好，然後交給工廠去大量生產的，所以工業設計的人要參與這樣的工作，其實是必須先改變自己的頭腦，先暫時放棄掉這種大量生產、大量複製的，這種工業生產的邏輯，所以他必須先去學習工藝生產的邏輯，不然的話，他設計出來的東西，當地的人無法生產而交給工廠去生產，工廠生產那到底是誰賺錢阿？賺的錢是要給誰？就有那方面的問題了。

問：以剛剛的問題都可以從社造的方法來解決？為出發點來解決？

答：應該說這些問題都要從社區營造打好基礎，因為社區營造的確會解決，但是那個解決，可能是好幾年後才

會解決，很多產業可能等不及這事情，那等的及的人才會享受到那個社區產業的成果，所以蛇窯和華陶窯其實他們也都是有一些社區互動的工作，但是他的主要部分是，他仔細的去整理自己的產業的歷史文化是什麼？然後很仔細的去表現在自己的園區裡面，那個是要費時間去弄出來的，不是現在蓋房子一下子就蓋出來的，所以他要花時間，所以社區營造的手法，要成為社區營造的產業的基礎，這個部分就是要經年累月的不斷去做。假設我們要馬上解決這個社區產業的問題，其實往往是無法馬上解決的，也就是說他可能解決了一部分，然後又會出現一部分，比如說我們在魚池鄉的涉水地區，協助他們把一個沒落的紅茶產業給重新做出來，在產業的協助上面在某個程度上是成功的，所以魚池鄉以紅茶為他們自己最重要的產業之一，可是這麼快去解決這個產業，包括包裝設計我們都幫他們做了，然後他們就去賣了，可是這社區裡面就會存在很多問題。像涉水那個地方就會變成說，紅茶的生產是變成相互競爭的，搞不好以後還會削價競爭，落入削價競爭悲慘的命運也有可能，因為他不具有裡面社區的一種連結的機制，他們沒有建立連結的機制，所以分級分等都沒有建立這個制度，所以可能是”一張嘴胡列列”，我覺得我的茶有多好，一斤要2000塊什麼的，會講的就賣的貴一點，但是消費者有一天他會發現，他有沒有被騙？等到消費者發現他被騙的時候，你原來建立起來的形象就會毀於一旦，整個產業就會沒落掉了，他們以前又不是沒有經歷過這一段，以前在日據時期的時候，曾經經歷過這一段，可是他就是社區裡面的聯絡機制沒有建立好，所以這也是我們失敗的地方。所以社區營造還是在這裡面，不過社區營造是一個長久的問題，就是說他會起起伏伏，等到他發現問題想要解決問題的時候，我們還可以再進去幫忙。

問：那整體來說有沒有一個比較短程的改進之道，說怎樣一個比較中長期的，不是說可以立即見效，那有沒有一種比較短期的做法，能夠更接近導入社區營造的目標？

答：短期的做法那是，第一個還是繼續做社區營造啦，繼續要有社區營造的工作在裡面進行，第二個如果，就這 case by case 每個地方問題不同，如果剛講的涉水的紅茶的話，其實涉水應該是開始去組那個紅茶的合作社，在這合作社裡面去討論我們怎樣去分級、怎樣去做品質管制，以便去維持我們自己的名聲，不要是某一個人賺了一大票，然後明年名聲壞掉後，每個人都不用賺，這都不是長遠的做法，所以我覺得比較急的是，一個產業的協調機制，趕快去建立一個產業的協調機制，大家去建立公約、大家去建立制度、品質管制的制度這些，因為消費者是聰明的，他可以騙個一兩次，而已以後就不會被騙了。

問：那您認為說在現在台灣工藝品模仿其實還滿嚴重的，那有沒有一種機制說可以減少這個危機？

答：政府其實是有專利法的，但是專利法管不了太多，所以能夠解決這個問題的其實不是專利法，能夠解決這個問題的是，要去形成一種尊重別人智慧產權的文化，他要去形成一種輿論，就是說某一個人他創新了一個東西，然後如果有其他的人模仿他的話，那這個人會被大家唾棄，他要去形成那樣一種尊重他人智慧財產權的，打從心裡去尊重別人的智慧財產權這樣的文化，但是這樣的文化形成需要時間，那的確是有一些手法去加速這種東西的形成，那就是公共輿論。所以怎樣在竹山地區形成一個公共輿論，使得有誰去模仿的時候會在公共輿論上被檢討，學人家的不好，自己自殺算了這樣！所以他需要去形成慢慢這樣的公共領域，公共的論壇，這公共論壇他現在其實是更容易在網路形成其實更省錢，幾年前我們曾經也試著去做公共論壇，這個還不夠有力，所以後來公共論壇只做了一部分，後來就沒有在持續下去，也很可惜，那這種東西，其實有一部分是民間的社團要自己去做，也是政府部門要去做，我覺得那個都應該鼓勵啦！應該鼓勵這種公共論壇的出現，所以中小企業處輔導計劃的裡面，我也都覺得應該在每一個輔導企劃裡面，去促成一個公共論壇在當地的形成，才會使得當地的人越來越往好品質的方向走。

問：那老師您覺得說用那種認證方式有那效果嗎？

答：會有一些效果阿！這已經有些地方有採取了，比如說苗栗南庄的民宿就有採取一些認證等級阿！一些導米的解說員也有認證，我覺得認證是有些作用的，但是認證會不會被信賴，就要靠長久建立起來的信用，如果桃米的解說員第一期的九個人都表現的很不錯，大家都會覺得說這個認證是滿不錯的，雖然他是民間機

構認證的有機米的認證，像池西有機米還有 MOA 那都是民間組織，但是 MOA 的認證因為他一直以來都是很嚴格把關，所以他的信用就會被建立起來，所以一個有信用的認證，當然就會產生附加價值就是一種品牌價值，那沒有信用的認證那根本就不管用。

問：所以您認為說政府在輔導特色產業的時候，未來他的發展應該是朝什麼方向走？

答：朝什麼方向走？我覺得整個計劃是值得繼續做！首先第一點能夠把各個地方產業，協助他們把他們做的更好，這就是值得做的，第二個我覺得這些地方產業，都可以參考創意生活產業的定義，然後跟生態旅遊的定義去發展，那這些工藝產業其實都是地方性產業，不管是壓箱寶、染布啦！這些工藝產業、陶瓷啦！這些東西，其實都是可以朝著創意生活產業這個理想去做，提升高品質的美感、提供深度的體驗，再加上做在地人的理想生態旅遊的理想，使得這樣發展的產業既不會破壞當地的環境，又對當地社區有所貢獻，我覺得都應該朝這個方向去發展，台灣有時候提供的體驗有時候深度不是很夠的，台灣所提供的美感往往是片段的，然後台灣對於這樣的產業對社區有沒有回饋往往是不注意的，所以應該朝這幾個方向去發展。

問：所以總歸來說還是用社造來做效果會比較好一點？

答：我認為應該要結合社造。

受訪者：林先生(B2)

時間：2006年4月28號晚上8點30分

地點：高雄市六合夜市影料店

答：那拉回來這邊講地方特色產業，我們在執行的時候著重經濟面。可是接著就看各個單位著重的面向，因為我是不知道別的單位是怎麼執行，因為我沒有待過別的地方，比如說，我在執行三地門地方特色產業，我裡面執行的地方是，我配合你原來你工作是，或是你自己原住民文化去做工藝產業，我針對你那地方去做加值的包裝，讓你的經濟效益更有效，我讓你原本一個創作賣一百五十塊，我透過一些複式化的手法或是行銷的推動，我讓你這一下子你同樣又可以賣，可是後來從一百五十塊，變成是兩百五十塊，那是這是我們所謂，著重經濟面的作法，他裡面有些東西其實做行銷推廣或包裝 所以這些東西其實接下從各個單位你怎麼去執行？文化面並不一定會被抵銷掉，不會！不是一定會被抵銷掉的，那這個方面牽涉到執行單位他們的，就是說提案規劃能力的著重面是怎樣的走？那所以我覺得這個地方見仁見智，那你說一些專家跟你講的那種，原則上那是封閉那是封閉，可是我們自己這個部門在執行的時候，以經濟面為考量，可是我們都會注意到你的一些文化面那些特色，因為那叫特色，你那些特色如果是值得要去保留的，我們都會把你保留著。

問：所以這出發點是經濟面還是文化面比較…？

答：經濟部的部分，原則上，還是會著重在經濟面的評審，因為文化面也是，文化面就強化了，如果說業者那邊賺不了錢，那個是會變不見的，那是會變不見的，所以我剛才講說在經濟部這邊的話，是以經濟當作是我們主要的要去提升的事情，可是你的文化我並不抵觸，所以文化是在你的身上所以我們不影響，可是有的單位是不是這樣子。

問：就針對這些的問題說為什麼不能帶動地區永續發展？

答：你說做地方特色產業輔導的時候，是不是可以真正做到地域振興？

問：對，地域振興其實就是說你文化面要帶動起來，經濟面也要帶動起來，兩方面其實都要有見效，而不是說只有經濟面比較強一點而已，因為如果你文化面起來的話，讓在地人能夠認同自己的東西。

答：阿你覺得產業是著重，產業這兩個字著重經濟面多還是文化面多？

問：經濟阿！

答：對阿！在經濟部，他這特色地方特色產業，對阿！我今天講的並不是地方特色文化，而不是講文化所以當然經濟部，經濟部的立場當然絕對是著重在經濟面，那文建會本來著重文化方面的提升，那你在經濟部的單位執行文化面的提升，那你文建會消失就好了，所以各部會有各部會的主軸，那這個東西我是覺得各自尊重。

問：所以可能一家廠商接受文建會的輔導，那它就是文化面的提升嗎？

答：就政府部門這方式來講，政府部門的方式就是，我這個業者，我現在需要去提升的這個部分是經濟面的，我就爭取經濟部的資源來用，那我這邊已經有賺錢了，我想要去著重文化的一些深度的開發，我就著重文化，我就爭取文建會的資源，資源不是只有錢，有的時候是人，文建會那邊的人員來協助我，所以其實這東西就要看你現在業者是什麼立場，我現在如果缺乏經濟面，我當然爭取經濟部，那我缺乏文化面，我當然爭取文建會，那我講的這些東西是規矩，可是現實的執行面是不是這樣子，我沒有說喔，我沒有說是，我是說你就政府部門那個東西，你在執行經濟部的地方特色產業，你執行的時候交代要看經濟面。

問：可是如何一開始就說她們輔導的時候要讓她們永續發展？

答：永續發展沒有說一定是文化面的提升，永續發展在經濟部，這地方應該葉奇峰也不會跟你講這個地方，因為我所謂說經濟部他的永續發展事實是，由我身邊的一個工作室，我要讓你以後是屬於永續性的企業經營，我不是說只有你這個人做完工作室就斷掉了。企業的永續經營是，就講專業管理人，專業經理人制度，

我這個人死了，我下面有個專業經理人可以繼續承接，所以這個企業可以永續發展，在企業管理的部分是這樣講。你說文化面的地方是講，我的文化不是一定我的兒子或是誰跟我講，而是有誰想要承接下去的，我現在講的是說，我現在說是布袋戲的，這是傳統的文化，誰接我都不介意，我只要這項文化可以傳下去就好，這跟企管不同概念，這是不同概念。所以我只是用文化當傳承，文化當主軸去做傳承，經濟部的話是，你這企業的經營是永續的，你這家公司的繼續，而不是說我這東西，我這個企業經營到這邊，我可以遺傳到給另外一個誰，誰可以來做換名字的，或是換整個這不叫做企管，那企業的經營企業的永續經營比較符合，中小企業處的永續經營，是這個企業管理的管理，不是文化傳承的管理。

問：所以較無法以那種做法，就是比較不容易帶動地域振興？就是說不只產業賺錢，那附近的居民也要賺錢？

答：地域振興他的概念就是應該是，我這企業的帶動鄰近區域的發展，他是講共同發展，所以跟我剛剛講的那個不牴觸。企業經營的部分，所以一開始陳列是一個人的公司，當他是變兩個人的公司，大了之後五個人的公司，七個人就變成企業股份有限公司，七個人以上，那股份有限公司，我一年營業額五百萬、一千萬，慢慢變的更大，我可能變連鎖的，那你從開始一個人到連鎖的時候，他有時候需要二十年三十年，可是連鎖以後，比如說我這老闆死了，以後誰這東西就叫做企業的永續經營。可是我從來就一直沒有這樣文化的一個，我沒有講文化，然後他跟地域振興會有關是，我今天一個人的公司，我到一家企業變大的時候，我開始變兩個人了，那另外一個人大概是當地的人，我就開始在帶動地域振興了，因為你這邊當地的人多了一個就業人口，那比如我再增加變成四個人的時候，我這家公司的成立從一開始的工作室變成四個人的公司，我已經讓當地就業人口變成三個，增加三個，當我增加二十個人的時候，增加十九個人，地域振興人口的提升，就業率的提升、收入就會增加，因為我帶動這個人，我先講人最簡單，我讓這邊不會有剩餘人力在這邊閒晃，他不會在這邊造成治安問題，我這已經在地域振興了，已經在帶動了。那如果說當我這家公司，如果說真的越來越大，在當地變成是極大，西雅圖最大公司是哪家？微軟！微軟從一開始以前是比爾蓋茲一個人帶動了當地的公司，帶動所有的就業人口，幾乎當地的人只要服務這家公司就可以了，那他是不是一家公司帶動地域振興？他是！

問：所以你們衡量地域振興是以就業人口還有收入？

答：一般而言是用就業人口還有當地產值。

問：可是其實地域振興，講的可能是講說就是，如果能夠由這產業帶動觀光人潮近來，那使那些小吃店…。

答：我其實剛剛跟你講的第一個就是人口的部分，其實帶動的方面，其實我這家公司慢慢賺，大甲先麥你知道嗎？他慢慢去帶起來後，第一個是我讓這邊當地的芋頭產業，因為我這家廠商先讓材料，你們都可以全部供應我就好了，你們不用到處找地方賣，所有的相關的芋頭產業就會因為我這家公司，你們都有經濟效應起來了，地域振興這地方先做到基礎的，那接著我慢慢帶動的時候，我這邊如果說，這東西有牽涉到剛剛講的活動面的部分，我就先講這家公司，他慢慢帶動起來的話，我這邊像先麥芋頭酥，他先麥芋頭酥先麥以前那樣東西，先麥芋頭酥這家有名的廠商之後，第一個芋頭產業，第二個喊起來，可是他後來又開了第二家餐飲業，他開了一家，所以一樣是一家公司裡面去做的，可是這個就業人口全部都急速增加，第二就是我這邊餐飲業起來，我帶動餐飲業，這邊的話人潮是不是因此而進來？要看其他的條件，因為地方特色產業，你講的大甲是芋頭，可是你當初帶動觀光人潮的，芋頭比較難去帶動觀光人潮，這種單純的這一件東西比較難去帶動觀光人潮，因為你大甲芋頭酥起來了，除非說有！遊客增多就會去當地消費阿！你用觀光人潮方式變成，大甲芋頭酥這個地方變成當地的景點了，那他變成說大甲又是工業區，那邊他有一個是那個叫什麼阿聰師，那邊那個部分開始會變成那地方的觀光景點之一。因為很多遊覽車都會來這邊去體驗去玩，那這樣子就會帶動觀光人潮，可是來到大甲之後，你在這邊停留兩個小時，你若是來一天，你開始會去旁邊，可能你不在阿聰師那邊吃飯，你就會跑去旁邊的小吃攤或餐廳吃飯，這種方式就變成是他本身的經營帶動人潮進來，可是去別的地方用別的地方的東西，一樣大甲去別的地方吃飯，你說的那個模式

是這樣子的模式，可是就是他有結合別的東西才會變這樣。可是就是說單純講地域振興，不是只有觀光人潮帶進來的模式，因為現在觀光人潮進來，我先講一個產業就好，那一個產業你東西往外賣，一樣帶動經濟、地域振興，我如果大甲芋頭是我全部都做外銷，我這裡就是工廠而已，可是我這邊賣的越多，我往外賣人潮不一定會進來，可是我這一區會因為我這一家賣的東西越賣越多，你們所有的人因為幾乎沒有人喜歡到外地去工作，我在當地留著就好，所以會所有的人變成會幫大甲先芋頭酥這邊工廠上班就好，那芋頭產業農民也照顧到了，其他製造業、二級加工的也全部照顧到了，所以這些我一樣也扶持到了，我東西賣的越多，我人不一定進來，可是我說當地地域有沒有振興，所有人的月產值、年產值都全部增加了，那這樣就是地域振興，可是不是一定只有人進來才叫地域振興，不是只有這樣子。因為現在一般講那種地域振興，地域振興的模式應該是說你這邊要去討論說，地域振興的衡量點有哪幾個？因為你的題目是鄉村特色產業，要先用文獻探討，第二個是你的地域振興，地域振興是有指標的，地域振興並不是新名詞，地域振興的指標，衡量的指標也有他人潮是一個而已，可是不是說唯一的一個，他是很多的其中一個，那我剛剛講產品外銷、這一樣跟地域振興有產值、人潮，再來是就業人口，我現在最基礎想要的是什麼？那你應該還要別的，因為這地方是在地域振興的，因為還有第二個方式是我服務輸出也是，服務輸出也是帶動地域振興的方式，我這邊人學會了到別的地方去開另外一家店，那就會把這裡的產業又擴散出去，我原本只帶動大甲仙、大甲地區，我可能擴散到台中去，變成我一家廠商跑到其他帶動，我帶動的區域不是大甲市是台中地區，那如果說我甚至是台灣的標竿產業，所有國際有人要買東西，先不要講人潮，買東西他台灣我就一定要買大甲仙的芋頭產品。那我服務的就是說，爲了要去服務她們賣的越賣越多，變成是台灣的芋頭酥，變成不是只有大甲的芋頭酥，這是最極致的時候，那這種時候，整個台灣會因為台灣芋頭酥的產生。所以我今天人也不一定進來，我只想我先講最基本的，人不一定進來、我東西都有阿！那這樣會帶動台灣的芋頭產業，我台灣到達極致的時候，我只要做芋頭酥就可以了，台灣所有的人都做芋頭酥，你說這怎麼可能？很可能可是就是說，企業有沒有可能做那麼大，所以這東西就是你地域振興的衡量指標，應該你要有討論，要不然我剛講的衡量方式，你跟我的對話應該要提出來，至少就要有兩種非常明顯的，一個是人進來一種是東西賣出去，我們輔導方面這兩種是很極端的輔導方式，我今天爲了把人拉進來，我可能是辦活動、辦相關的什麼推廣行銷讓人進來，這叫地產地銷，我東西賣出去我不一定把人拉進來，可是我一樣帶動當地所有人，因為我就業人口增加、產值增加，而我東西賣出去、人沒有進來，那地域一樣振興了，這是兩種依我們自己輔導這是兩種很極端的做法，因為我是很著重產品的包裝去外面賣，所以打入市場國際化什麼的，跟人拉進來的輔導手法很不一樣。

問：其實重點是主要說工藝品這個特色產業，在帶動地區發展上面有什麼問題？但是現在是有遇到什麼問題？會不會說因為輔導團隊走了之後，他就沒有辦法永續發展，或是有沒有做到在地培育當地的專有人才？

答：我剛說那些都是你後來可以做結論，那幾個構面你應該有，我剛才問的，其實我們著重在後面的執行方式。就是說你是說工藝產業的話其實，就這種問題一直再做而已，哪有什麼問題？應該是說地方特色產業工藝產品現在在執行上面，遇到哪一些問題？那我的答案會是說，他跟在地的特色呈現出來的方式，現在台灣的方式，你抄我的我抄你的，創新的地方不夠多。就是說她沒有去做創意，就是說我這邊一樣做陶，鶯歌陶、苗栗陶、南投陶、有什麼不一樣嗎？自己在做的時候，對自己特色的包裝，特色文化的內涵，或是說一些行銷包裝上面，都沒有比較廣泛性的告訴人家我的特色在哪裡，自己業者沒有比較注重這一件，那我們輔導業者做的部分能做的程度，我要教到讓你懂的去做創意的東西，只能教一些模式，可是業者以後是不是能夠持續下去，有時候第一個他是不是有繼續 follow 那個流程繼續走，他是不是有相關的經費去做也是一個，第三個他是不是有相關的人可以做那個東西，因為我們這種單位進去的時候，我們會去教一些那種手法，業者有些業者他會做，可是他接下來要怎麼做？不會因為有牽涉到見識，你有沒有看過相關東西去比較，那種業者比較不會，因為沒有那種方向。所以我們會教完之後，他們有些業者會跟著那些方式繼

續去 follow，那就已經真正把他落實下去，可是有的不會做到，那第二個是有的業者與其有時候我們這種單位進去，其實他更需要錢，那錢的部分配合政府經費下去，在那段期間是可以做起來的，那接著就要看有沒有效，績效有沒有繼續的提升，繼續的提升他就他那個部分就可以起的來，那如果沒有起的來，那他還是要等經費的情況下，他就沒有錢可以做事，第三個是我們在輔導的時候，他的那個銀子因為有時候我們在輔導的時候，會帶著經費一起下去，可是那個人也許還是那幾個主要的人而已，那我教會他了，他有時候不一定會教別人，那只要我願意教別人，那有沒有人繼續做下去，就會牽涉到會不會斷層了。

問：那培育鄉鎮人才這是你的輔導重點麼嗎？

答：因為就像你知道的，地方特色產業我只能做三年，我不是做三十年，所以我們只能來做一個階段，告訴你們，你們應該怎麼，我們從觀念去建立、從方式去教你們，或是我們帶你們去實際的 Run，可是我也只能教你那個模式，三年能夠教你說，你這個企業或這個產業發展的邏輯，他有一個方法，可是三年之後如果經費什麼沒有下去，你那些人你要適時的就說，你要在地那些業者他必須要自主性的去做，繼續配合環境那些方法。因為今年過完、三年過完風和日麗，我走了那年之後，可能九二一地震那你要去面對你當時後的問題，那我教你那些方法都是經營的方式，可是那接著你要把那方式用在說，你自己企業經營或產業經營上面，可是當你面對不同問題，你要自己去面對就不是可以教了。

問：所以培育人才就不是你們的大重點？

答：造人，會！照你這個區域的產業發展，會！你講地方特色產業，相關的一些包括什麼產銷人發財都會抵觸，可是就是業者本身的興趣跟延續性的問題，他是不是會繼續延續？是他本身的產業的一個條件，他是不是要繼續延續下去做。他有沒有 science 繼續往下做是要看業者的，因為我們只能是做地方特色產業，所以我們在做執行的時候，我們會考慮這地區的業者，然後我們會跟你講，就你這邊我們會去診斷，你們會發展出規劃的一個未來，我告訴你該怎麼做，可是我們離開之後，你在繼續往下做的時候，你就要變成你自己去面對你的這個環境去做應變，那有的業者可以應變的好，他就可以繼續做的很好，那就是業者本身，我能教，我今天老師教一加一等於二，一加二等於三，那接著二加一呢？那這就要業者自己去反應，這東西我沒辦法，那有的業者真的不會去反應這個東西，所以我們能夠培育人的部分就要教方式，我會教加法是什麼？減法是什麼？可是之後就要二加三是多少？就要是她們自己反應，我用這種方式去舉例啦！

問：人才可延續性嗎？或是技能？

答：人才培育是都會做的，只是說為什麼會有斷掉，是因為業者沒有繼續去延續，我們說的那個方式，去自創自己臨時去面對環境處理事情。

問：其實三地門應該輔導至少兩次吧！那其實會輔導兩次，是會有他的問題所在，那您可以提出說您對三地門的看法嗎？

答：前面那次是在做基礎的一些條件的建議，因為當時後在當地的工作室，是自己一個人的工作室，然後他們做的很沒有自信，然後沒有共同的一些行銷的概念，因為當時後她們其實就只會做、不會賣，當時後有跟她們講說你們的東西也不能賣，你們的東西其實是不錯的，然後我說賣也配合組織待產一起做，其實這樣三年就結束了，然後我們今年在做是因為，她們當時後其實她們發展已經很有效益，配合工作室其實都已經走到合計，有點知道說她們會賣了，她們怎麼賣？賣到國際性她們說跑擔當的方式在跑，就是說我現在會做了，我也會賣了，只讓他更多，賣的更好，你在賣的時候那個產銷體系要去建立起來，一個階段會遇到一個階段的問題。一個企業發展到什麼，企業生命延長、企業生命週期，在啓萌期跟後來的發展期到後來的高原產區，各自會遇到不同的問題。那三地門他卻是這種情況，他過去那種啓萌期已經過了，他已經有工作室發展起來，可是現在是他走不出國際，所以我們今年提案是走國際化，那這東西就要協助，那你要做工藝，義大利也在做工藝，你怎麼樣去做？這邊你還在走傳統生產，你怎樣降低成本，那這種東西面對說大陸、東南亞的低成本的競爭的時候，你就比不過人家，可是慢慢中有業者其實已經轉品牌在走了，

他不會走，我們就來協助他，所以我們的站立點是在帶動走向國際、走向品牌化，走法是這樣子，所以就說不是主導的部分，不是說輔導一個介面就結束，這地區的地方特色產業到這邊以後不輔導，不是！因為他發展到一個階段，那下一個階段面對不同問題的時候，政府就有可能會多一些協助，讓他的效益就會更好，那當把他這個困難帶動出去之後，為什麼不會繼續往下？因為別的地區已經知道三地門有這個模式可以走，別的地區就可以學，那經費就沒有做別的地區，那效益才會持續的發展出來，邏輯是這個樣子。

問：所以您剛說的還是以經濟面為導向去輔導產業嗎？

答：原則上是這樣子。產值、就業人口數這兩個是標竿上。

問：區域發展嗎？因為我有看到那個有出一個的成果專輯，大部分是以這兩個指標還有收入還有產值。

答：因為我講的今年這個計劃，其實當時後就被要求，有兩個東西是每一年都要達到的，每一年都維持並創造在地就業人口六十人以上，表示說就業人口會被注重，第二個是每年產值要達到三百萬八百萬，好像年產值要三百萬，所以變成產值和就業人口是我的計劃中被要求的，所以我們必須要達到。

問：這兩個都是經濟面導向？

答：對，兩個都是經濟面導向，所以我說你剛才說的那句話，我不能說他錯！他是對的！就中小企業處地方發展特色產業主要是朝經濟面為主是對的。

問：那您剛有講到創新的問題，像日本有那種會用標章制度來避免模仿！

答：認證的部分，原則上這種東西在個別的單一計劃裡面去呈現比較不容易，比如說今年三地門部份，我去協助她們去做自己的產品標章，那目的是要跟人家講說市場上有一個區隔出來，說我們這些產品是出自於屏東縣三地門，至少讓人家去做的時候，當他不是三地門的產品，可是他也是在賣，至少我們在法律上站的住腳，會提出相關告訴，只做到這個只是他還不叫做認證。那你剛提到的部分是屬於認證的問題，避免市場上模仿，那這東西其實最好的認證的話，當然是國際級的認證，那這地方其實工藝品不容易做，就算是國外的產品，在大陸還是看的到模仿品，就說仿冒品那種只能說，我們現在執行特色地方產業，個別單一產品的部分，把你這地區性的特色，借由標章或是一些包裝上面去呈現不同於人家，那當有別人模仿你的時候，你可以在法律上就站的住腳了。

問：這是不是可以藉由中央的單位，來推這個東西，還是說由他來認可的產業。

答：有！中小企業處這邊，這個地方可能牽涉到我知不知道的問題，可是就說我舉別的例子，因為我剛其實地方特色產業裡面有一個是農特產品，這是目前我知道的，就是說在農委會那邊吉園埔的計劃，那部份就是針對你所有產品是屬於有機的，我就吉園埔標章給你這業者可以授權去使用，他是屬於國家級的認證制度，那中小企業處這邊的話，好像沒有！這牽涉到我自己知不知道，我目前的知道是他沒有這個地方特色產業的一個標章認證制度。

問：那如果中小企業處推這個東西，會不會對地區會有對特色產業些許助益？

答：這有點像農委會的吉園埔一樣，他有特別的意思他是有機農業，那中小企業處去培育目前有的問題是，他要找出共通性容不容易做，怎麼樣叫做工藝品的認證？這認證他的品質好，還是要認證他漂亮？沒有共通，三地門的共通產品，一樣你也可以做，可是三地門那邊是沒有文化的意涵，那東西你沒有辦法去做認證。

問：其實我所舉例的日本來說，他們是用中央來發展這認證，那怎麼認證這東西好不好？他是由專家和學者來做為一個審判的一個標準。

答：其實這都是有主觀的成分在，這東西我們國內也可以做，可是就是說目前那個東西做出來是不是有客觀，日本的做法他也不是像真正的客觀，所以這地方目前我現在說屏東縣三地門，原委會今年要做工藝品的認證，他有一個原鄉精品的一個認證制度，他要從就是其實他今年要做。由我們去標這個案子，我們不太想去標，原因是因為說，他那個原鄉精品怎麼知道你這東西叫做是精品？我們方式也會跟日本類似，我們籌組委員會，我們去改名後提出了三千件的原鄉精品，我們一個一個的來評他是不是精品，可是是不是主觀？

我一聽就覺得這是主觀的方法，因為委員會那是主觀的面向，就算我通過了之後有人會質疑，可是政府如果去制定這東西，其實是可以推！那只是說一定會有被質疑的效益，目前國內商業有在推 GSP，優良服務商店，或者是國家金牌獎，那些東西其實她們推的方式，一樣都會有被質疑的，國家金牌獎那個東西，世界級的有一個國際世界級的金牌獎，我們的模式是選用她們的模式去做，其實國際的都有！事實上是一樣的情況下，爭議性是比較強，而地方特色產業這個部分，目前國內還沒有做，就是說日本那邊是有在做，可是他是以國際制度在推這個。

問：所以您認為說他們在輔導的時候只看經濟面的表現？會比較著重何者？

答：原則是這樣。因為我剛說大前提就是他是經濟部，所以他一定要考量經濟面向，反到來文建會，你就不是一定要考量經濟面向，所以經濟部著重經濟面，是的！經濟部不是他並沒有要把文化都排除，這個必須要聲明，因為比如說一開始我們在提案的時候，他也會看我們怎麼提，如果說非常明顯就是說我把文化全部都解掉了，比如說這個提案就是說，我要幫山地門她們的原住民的生產產品，我全面的幫她們今年的三年計劃全部幫她們作量產，你說這東西對工作室好不好？好阿！可是量產目的其實就是降低成本、容易銷售，可是這東西會直接面對大陸他做的比你快、比你多，然後人口成本比你低，到時候我們這邊量產之後，我們同樣產品可以降低成本，我的售價可以低，人家比你更低，那我這樣是不是著重經濟面？可是一定會在市場上會成功麼？不會！因為我直接面對的是比我更低的，我做這種方式是劣勢的，可是我今天可以提案的方式是，我要把這裡的文化，我去幫他做相關的童話故事在包裝上面，他的原則上手工藝的部分，我協助他適度量產，但是他核心研發的部分我不去做量產，像是其他相關關鍵的部分，我會協助他做量產，所以這東西他減少他人工的一些成本，可是讓他著重在開發原住民文化上，意涵的東西在中間。

問：所以說你還是會保留他們的當地文化？

答：對，我比較自發一點，我的做法是保留原住民文化，可是我做某些部分我協助她們去做量產。我還是舉例琉璃珠的生產裡面，他要結合貴金屬的地方，琉璃珠的地方我希望你要自己做，可是你貴金屬的那個結合的部分，我是指鍊子的地方我不建議你做，因為這種鍊子外面工廠做更快，你這樣自己做鍊子、做項鍊那個鍊子，你又不會做！你多做這個沒有用，可是我要你的琉璃珠，你的文化上面你要去開發更具有特色的，我要你開發這一項，而量產的部分、鍊子的部分我幫你做量產，那我的這個計劃裡面就是包含原住民文化，可是我煩總經濟效應的一種，所以那種不適合做量產，那他賣出去的東西，因為外面有既有的東西他成本降低，他琉璃珠特色在，所以他可以賣高價，所以這種東西出去的話，他會做限量生產，所以他賣出去第二個可以做高價，那第二個他手工藝特色保留住，文化意涵也在，所以我回來跟你講一個東西就是，經濟部的計劃地方特色產業的部分，經濟面一定要顧，可是就是文化我不排除。我並不排除文化面的事情，可是經濟面一定要顧，所以這是我必須要說的，我只想要強調一句話，經濟部要的經濟效益，可是文化面不抵觸。

問：那會著重在創新還有設計方面，會用什麼方式去輔導？

答：會！因為這地方的話像這幾年國內的設計一直在做推動，所以設計的部分的話，是設計會牽涉到精緻品，所以設計是一定會用到。這地方要看個別的方式，就是說同樣的，創意也沒有辦法教，可是就是說你要講我們的執行面還是政策面？執行面的部分就是在創意的那個地方，我用我的見識，我看過的來去跟你業者一起做交流討論，然後我們這邊會邀請到專家來一起做同講，因為她們看到國外的一些案例，所以任何一桌交流活動回來在你這邊，因為你是自己是執行這個地方非常久的人，所以你會在人家的案例裡面去找到你要的元素去做創意。那至於設計的部分，你只要將創意的部分 follow 下去，外界包裝、內部的說明，那你說甚至需要去創造故事，甚至要用相關文化去做裡面的一些圖案色彩，那個部分都是可以找專家來做，那如果說業者本身有設計能力，那我們這地方可以出建議，跟你配合一起來做，那這地方設計的部分的話，就會有外部的做法你自己可以做，可能我們執行了之後，就配合你給予你更多的激發而已，那這兩種做法

最多。那我們對業者來說也是外部工業，如果我們這業者如果他真的需要我們做，因為我們同樣具有設計能力，那只是說我自己不具設計能力，我的部門裡面有會設計的人，那你需要就變成那我們就來執行這個 case。

問：就是說你們內部有人會就內部來，如果沒有的話就找外面學者，那包含外面大專院校生設計的那種人才？

答：我們執行單位的立場是就找外面的設計單位一起。因為我這邊不太知道，像我去年配合三地門委員會，我就找雲科大創意設計中心的老師一起設計，所以設計的部分，我們自己有設計的人那我們就自己來做，那我們這邊設計的人才出不來找老師也可以。

問：那您認為說手工藝特色產業要怎麼，有什麼改進的空間？才能做為地域振興的一圈？

答：在我們輔導的上面的話，如果說我們這種執行單位，然後去想說他手工藝的部分還有什麼改空間可以增加的，因為廠商那邊會跟你講說，你協助我，給我更多資源、更多錢、更多的人來做這件事，廠商一定是那樣講。那如果說我先講執行單位，政府的立場我不敢完全講，講執行單位的話，就說協助廠商去做那個輔導的時候，原則上我們被受限於經費還有政策面，所以一開始像我們今年一年只有兩百萬，兩百萬能做什麼？我要會跟其他別家業者做，平均一家廠商做不到三十萬，全部把錢分給他們都分不到三十萬，裡面還牽涉到有人要去執行，也要人事費所以其實他們就是說，有些東西的費用其實，我們已經盡量都挑到一百了，可是對業者來說這東西其實談到有時候，像經濟部有請人應該說我們這種人去協助面向更多，因為我們受限於經費太少，政策面是因為有的時候，協助變成政府的有一些執行面下，有需要被考量說他們是否具有效益的，如果單純指經營方面的話，其實很多非常多的業者需要經營輔導的，我協助你去鋪通路、我幫你鋪通路之後，以後你怎麼去永續的經營這通路，那是教都教不來的來，那這是屬於經營輔導的，你說政府的相關的，完全的時候做，有！針對一個業者或產業來做，有！永久的這不可能，那這東西的話其實，我也無解，對！這東西的話只能說業者自己，不要等著政府來輔導，應該說你業者對你自己的事業要更盡心，這一點只能是這樣講，因為地方特色產業你要協助力道非常多阿！就像企管的產銷人發財所有的工具都需要，因為她們在國內其實，在國內中小企業就佔了百分之九十以上，所以為什麼她們之所以不能更大？因素很多不是只有政府輔導而已，而他自己本身經營管理方面有能力的，那這東西我們不能證明說，她們這種單位，來全部都只是協助，我們不是這種說法，只能說政策面，就是盡量去協助你們要去做創新，或是去做一些發展的時候，不用政策相關的能量和資源去協助你去往那個方向走，可是在執行的時候只能往那個面向走，政府還在練走，你本身要做什麼你自己必須知道你是什麼？一般去考量到說，我們執行對的，我們接受輔導過的單位，你一般越不容易變大，搞不好就是那樣子的規模而已就大不了，原因叫做他太依賴政府，所以政府的部分其實是只是一個協助立場，他永遠不是主導立場，所以這邊主軸還是在業者自己身上，所以你的這個問題應該要讓業者推動。

問：那在輔導的時候其實地域振興是怎麼區域性的一個人，那在輔導的時候，會不會只針對產業而已？還是會符合當地民眾的需求去做各種規劃？

答：對民眾的部分我們不會做，因為我們是這個，你的問題是在地方特色產業，怎麼去符合地方當地的人的需求，這個沒辦法。

問：這不是你們的工作項目？

答：而且也不會是政府的事，因為我不是民意代表，我們是在協助產業發展，在經濟部這邊就是，我這邊的一個政策邏輯是，我協助產業變大，我讓當地的人有更多的工作人口，因為這是產業變大而可以有的就業機會的邏輯是這樣子，可是說我們要去符合當地所有民眾的想法，基本上這個不做的，因為每個人的想法都不同不一樣，每個人都想當老闆，我們哪有辦法協助所有的人都當老闆？那所有的人都當老闆，那誰當員工阿？這個不執行的，所以這個部分可能民眾的部分，就是說當地所有的人不是我們所預期要去協助的，而是我們針對這地區的產業去做協助，因為地方特色產業不是這樣的方式，符合民眾的需求。

問：就是說她們希望你們帶動觀光人潮進來，或者是原物料都使用她們的嗎？

答：如果這樣子講帶動觀光人潮進來真的帶動？

問：你們要有一個規劃的進度要多棒的宣傳之類的，或是可能原物料盡量利用一些當地的生產者、物料供應者。

答：我們現在要協助一個產業要發展的時候，原則上他這邊用的，基本上他原料，我們因為目前地方特色產業，我協助針對這個產業的業者，那他如果說這要怎麼講，好！講大甲芋頭酥，我去協助他變大，他就會很自然的跟這裡的去買更多，所以本來就已經符合到你說的，那至於說觀光人潮的進來方式就很多，因為還是剛才說的嘛！我今天把他協助把東西賣出去，一樣帶動了，那至於這邊你剛講說把人潮拉進來，這是觀光的做法，不是產品外銷。

問：輔導主軸還是在產業方面？

答：對！那產業的發展上，比如說我今天是協助劍湖山的發展，我協助這個產業要看他的屬性，協助他的公司的話，他的東西可以在地賣也能外賣，他著重在產品往外賣為主，所以他不著重觀光人潮帶進來，而且他著重，他的一些原料都是當地的，這也是地方特色產業的協助，所以原則上他有在地性的業者為前提，可是如果說像觀光人潮進來，劍湖山、海生館我協助那種人就會進來，因為他會變成當地的景點，那所以協助這兩個其實重點上我覺得更具有效益。

問：所以他有可能會發生說廠商賺大錢那當地居民苦哈哈，就會發生這種？

答：因為我們不分特色產業，當時就這產業，如果他很明顯他的東西就用外面的，我們在挑廠商的時候其實就可以會排除，有點不是說排除啦！至少我們是去引導他要去用當地的，或者是說其實地方特色產業我們盡量找在地化的業者，這是大家的前提，其實在挑廠商的時候就會有，如果他生產出來的不用當地的，我們在輔導的過程裡面，就真的遇到這種的，我們也會去反應。因為地方特色產業原本就要求被輔導廠商是用在地性強的，所以一開始本位主義就被要求了。

問：輔導完會著重在廠商的產值，廠商的收入還有什麼就業人口，那一般外面的那種當地居民，她們生活你們也不會去顧及到？

答：我知道你說的當地生活，我現在講觀光業跟加工製造業出口，一個做產品的出口，一個是做人潮帶進來，如果我今天協助那種觀光產業的發展，那因為你是做手工藝阿！所以我不能一直講到觀光業吧！那我還是先講手工業，因為手工藝著重是對外賣，一定不是注重把人拉進來，你要搞清楚人潮拉進來那是觀光業的做法，觀光業的作法就是我這地方本來就是景點，像日月潭他需要做什麼？跟人進不進來，那我是不是常辦活動？所以他的做法我是用活動性的，像日月潭那個才能說我對業者，他是光復產業。他人潮可以拉進來，拉進來的時候，因為我協助這個產業完他變大，人潮就想來這邊看他，所以旁邊的本來就是有相關的產業的，我這在這邊協助他的時候，旁邊的民眾就會跟他而受益而有就業機會，能有一些原料提供的機會。可是如果說我這邊協助的，是他不是相關製造，他是活動的部分人潮拉進來，都會有業者是不相關的，可是人會因為想來這邊看我，而帶動其他的這個原則上也會有受益，可是你講到說，只有他好別人如果不好，好像也會有這種情況發生，也會有的！就像塑膠廠太大了，大到旁邊的都當地的人很直接的，那是有，可是不能說他沒有受益喔，比如我剛舉例的劍湖山，劍湖山變的很大，古坑咖啡是地方特色產業，可是他為什麼會大家都知道，而且變成台灣咖啡，不是古坑去推的喔！是劍湖山推的，所以劍湖山就協助把這產業提高到，可是在當地很多人有去反映說，古坑咖啡起來最大的受益者是劍湖山，可是你覺得咧？誰對？不是劍湖山去推，你古坑咖啡價格還是低價，那因為劍湖山幫你主推了，所以那當然他受益最多，可是因為所有的人來劍湖山這邊，買劍湖山的咖啡走了，可是這個工作當地的業者是有可能變成他是提供者了，她們是覺得我賺的不夠多，而不是沒有賺，所以其實那是認知的問題，那當然劍湖山是賺很多，可是那你旁邊的業者呢？他一樣賺了只是他覺得，你劍湖山因為我古坑咖啡，你從一年營業額一百億衝到兩百億你賺一百億，可是我這邊只是從過去的二十萬賺成三十萬，他覺得十萬塊跟一百億差太多了，她們會

覺得是這樣。可是邏輯性是有問題的，因為以前你根本就不好賣，我劍湖山推了你們才賣，那這種東西誰對誰錯？我覺得這種東西變成認知，我就覺得這東西不用太討論，因為劍湖山被批評過，古坑咖啡大家都在批評說，劍湖山根本就不是生產者，可是為什麼他賺最多？可是因為他推的好，你要怪誰？這不公平，我覺得這不公平。所以我是說這要看事情，我現在講的這個東西是，我是覺得這部分中庸的來寫，就是說其實都是有效益的，那造成說這地方特色產業只要說他真的擴大了，而且我們地方特色產業的部分，就是在地化的產業，所以我們去協助他基本上對當地的民眾都是好事，至於說有認知上的問題，那是因為人的問題，就不是我們來執行或是中小企業處或是那個產業的問題，不是！那是人的問題，所以我是覺得你這地方要寫，原則上我是建議，還是都有效益。工藝品單純只講工藝品，他不太注重人潮拉進來，就像農產品也注重外銷阿！

問：重點還是說，能藉由這特色產業來帶動整個區的發展，不一定說觀光人潮，觀光人潮只是其中一部分，但是整體發展性，整體均衡發展，不是說只單單產業發展而已。

答：可是問題是說帶動發展的時候，一般產業在發展的時候，有兩種模式是同時在進行，就說我今天協助業者他擴大的時候，不管是他的那個傳統產業還是說怎麼樣，就是說其實人潮進來跟產品輸出是同時進行的事情，當然我可以分開。至於說我人潮進來或東西輸出，其實對當地都是有幫助的，我這邊就算是我的手工藝，著重在東西往外賣，那有的人說因為我想買你在地的東西，因為手工藝那部份，另外一面體驗的部分，其實是觀光的做法，他不完全是手工藝產品為主，他其實變成是用那是活動，那這部分單純是用手工藝的一些活動面的一些東西，就像人來在地產地銷，我在這裡產你來這裡買，買完就絕對是真的，不會是買到仿冒品，所以工藝產品，如果說帶動人潮出來，是這個部分效益是比較明顯的。

問：可是您剛說你們那種如果外銷的話，也是可以帶動地區發展，那可不可以就是說，利用那種產地銷。這樣會不會地域振興的可能性會更高？會更明顯？

答：不會！我所謂的不明顯是，看你的市場多大，你如果說是大家都會買你這裡的話，搞不好連搞外賣的機會都沒有，這種時候如果你對業者而言，產量就是這麼多，你產地銷都來不及了，那你當然在地就可以，可是就是說，企業越來越大你會想要往外賣，因為賺錢才是企業的基本目標，營利才是基本目標阿！所以他不會一直都是這樣子，所以當他產地銷就已經符合的話，他就慢慢企業就會越來越大，那越來越大對在地的振興還是會。我越來越大我用的人越來越多，我的產值越來越高，當然越多人進來買到的東西我還是沒機會，他還是會持續的擴大，這種方式是地域振興的一種方式，可是當我的東西往外賣的時候，我賣的很多，我企業還是越來越大，我還是用那麼多的人，還是越用越多，所以我才說他有兩個模式，產地銷或是地產外銷，都會她們兩個效益都同時具備，只是說是看他的市場在哪邊，如果說他的市場在地產地銷就 ok，我想他也不會需要外賣。

問：您外銷的意思是外銷到國外？

答：對！如果產地外銷，也是一樣算，可是不算外銷，那甚至只要是國際級都算，所以工藝產品就像，如果你工藝產品只在地生產。

問：有些產業規模不是都沒有很大嗎？

答：因為他們那部份就是，我這樣講，那是因為他們那個地區就已經有聚集效應，可是不知道你有沒有注意到，鶯歌叫什麼？鶯歌叫陶瓷老街他是商店街，所以他不是！就說他也是地方特色產業，可是他是以街區輔導的方式，可是說他那些業者，很多業者還是在台北開店，他已經離開鶯歌了，只是他在鶯歌還是要找一席之地，那街區裡面給他阿！三義木雕他在三義，苗栗現在也有木雕阿！他不是有些業者拉去苗栗嗎？所以一樣不是只有那兩個地區，那些點都是明顯的聚集而已，那我再講南投陶，南投陶的部分你知道水里蛇窯很有名，他也是地方特色產業，可是他的東西都在拉去日月潭那邊的業者去賣，或是他的南投陶在台中的百貨公司那邊就有再賣，所以就是說那個只是一個方法之一，地域振興不是只有那麼一個方法，不是只有

把人拉進來，所有的業者都會是這樣的。因為在那邊我就好像我現在在做生意，我不可能只等人家來買，你可能在台北開店，那我就賣去台北，讓那邊可以買，可是這是兩種效益都會同時呈現，我的業者在屏東山地門的，只要他有一點規模的，裡面工作室人只要說我店裡面有一兩個人可以顧，通常就有業者在高雄大統百貨，就有屏東三地門的廠商，在那邊現在就再賣，那我有業者人家在十三行博物館，那甚至我有業者的東西在高雄小港機場也在賣，那他的工作室就說企業經營產業經營，絕對不會只有一種方式，那地域振興我剛剛討論說，你要去看他的面向有好幾個。對！所以做生意不會只在那個地方，有時候你先看你的地域振興，有著重哪幾個？因為你的地域振興產值的增加，就業人口的增加，或是還有另外其他的，那甚至還有相關其他產業關聯，具有關聯性產業成長都可以，那就是說有沒有產值的增加，當地那業者產值增加了以後，那當地的地域振興就會增加，因為才能增加就業人數一定會跟著增加，所以這部分是相關聯的。

問：但是那產品一定要當地生產才可以。

答：對！原則上地方特色產業，要不然那個就不叫做地方特色產業，對！地方特色產業原則上，不一定在地生產，地方特色產業體驗是一種方式而已，體驗是一種做法，他是經營方式的出現，他不是地方特色產業，所以地方特色產業還是主要是當地的產品，地方特色產業是當地的業者他做這產品的原料，他是在地的特色。比如說，別的地方取代不掉，像拉拉山水蜜桃跟湖山那邊的水蜜桃，就是不一樣阿！

問：其實現在要發揮當地的獨特特色是比較重要的，才不會被取代。

答：對！他叫在地特色，其實都會跟在地的，不管是在地的資源是有關的，人的資源有沒有？跟人文地產景都有關，人是文化、地是地理特色或地域特色、產是產業特色、景是景觀，我今天也許賣的琉璃珠，他有一些是跟在地的一些景觀是有關的，像三義為什麼以木雕為主，好像也有當時後我知道是，苗栗地區那邊，以前好像是產木，因為三義是苗栗嘛！苗栗是屬山城，所以他為什麼以木雕為主？當時後他的山地坡，樹木多，他最著重木雕阿！然後變成越來越多人做，所以變成地方特色產業，邏輯這樣來，鶯歌陶為什麼陶會變成鶯歌的地方特色產業？因為鶯歌的陶土是非常特別的，南投也是！那像三地門那邊琉璃珠，為什麼他叫做地方特色產業？那是因為原住民的文化，可是琉璃珠材質的東西，是國外進口的。他是在地的材料，地方特色產業我剛說，他的地方特色不是只有材料這個地方，他的人文地產景都要，人就是人的特點，文是文化，那山地門那邊的話，他的工藝產品有特色性。比如說琉璃珠，三地門那邊琉璃珠的故鄉，琉璃珠是當地原住民文化的貴族才能用的寶物，所以他是文化的地方特色，而不是材料的方特色，地方特色的材料，不是！所以就是他的地方特色的意思，不是只有材料。

受訪者：翁教授(C1)

時間：2006年4月26號上午10點

地點：XX大學—翁教授辦公室

問：手工藝特色產業之優點、缺點、優勢、劣勢？

答：看跟什麼去比！當然其實是相對的，台灣以前是做外銷，若以跟以前做外銷去比的話，現在市場變小了。若做內銷，現在文化意識提高，生活水準也已經較高，這個比較會受到重視。現在另一各政府方面，現在都在提倡型朔地方特色，發展自己的文化所以這是機會，因為這才可以代表地方的特色的東西。劣勢的話大陸的東西進來，當然也會衝擊台灣的，但台灣都不重視研究發展設計沒有培養人才，這方面新產品出現比較弱，比較沒有現代化東西出來。

問：政府在輔導特產時會著重哪方面經建濟面或是文化面？

答：從以前開始都是比較重視經濟面，現在是有一個文化創意產業，但是真正執行的人的認知還是不夠的。沒辦法擬定對地方不是很了解，所以無法擬定符合當地的需要。

問：您認為該從哪一方面做才能較接近帶動地區的發展？

答：其實這是一體兩面，目前為止透過社區營造是要來型朔地方的特色、地方的產業，社區營造在產業方面，其實只有大部分透過活動想要來推動產業，但是很多基本的工作比較需要長期培力的工作沒辦法做。

問：會不會政府抽走之後就無法永續發展下去？

答：因為政府計畫都是一年的一年度計畫，然後年度計畫包括到鄉下去地方，來工作時間就只剩下五個月、六個月、七個月，做完明年就不曉得又沒有，所以這都是斷斷續續的，每一個都是做一個片段性的工作，沒有說一個長期計畫，來培養在地人才，因為人才不是半年一年，就這樣子在社區裡上上課就會了。其實另外一個就是用現在這種方式，沒辦法讓年輕人長期到鄉下去工作，去做這種產業的工作，這種狀況是蠻差的，也不好啦！如果年紀大的，她的創新能力已經比較弱，他對外面的世界也比較不了解，如果沒有年輕的受過訓練的年輕人，回到鄉下去長期的去那邊經營的話，這個產業我們看到這麼久好像沒有一個說是，透過社區營造出來的很少！

問：政府方面還有改善的空間？

答：有阿！應該用一個比較長期的計畫去做一種造人、造藝的工作，技術的工作這各藝術都應該有一個長期的規劃，這兩方面是較欠缺的！

問：手工藝特色產業輔導團隊，幫他們建構一個銷售管道就算完成，你的看法是？

答：有建構一個銷售管道嗎？帶他們去買一次而已嗎！就算成功了嗎？我認為沒有達到效果，自己也要有那種心才能去做，不然都是一次性的幫他們賣一次東西，這樣是沒什麼效果，這是相對地方的人要自己出來，地方的人也要有這樣的想法才能夠去堅持。不然一次熱鬧過去就沒有了，以前輔導不是到台北去辦個展售會、開個晚會，賣一賣農產品、賣一賣工藝品，這樣就結束了就結案了，這樣是白花錢沒有實質效用！

問：您認為輔導特色產業有沒有讓在地居民過的更好吸引更多觀光人潮進來？

答：也不能說完全沒有效果不明顯，條件也很多啦！環境影響也很多啦！

問：台灣有這能力發展藉由手工藝品來地域振興嗎？

答：參照都是學一半，不然學不到一半，對不對！像三島町他能整各町都投入來做這個，每一家都投入每一家都來做，有生活工藝館或者是竹字町，他有一個竹字屋屋，他地方人就可以在那邊做，台灣沒有阿！很多計畫可以這樣做阿！地方的人沒有那種概念，政府鄉鎮公所也沒有那種概念，其實鄉鎮公所關係很大！他如果有那種概念的話，鄉鎮公所關係很大！那幾各町都是町公所去做的阿！他們町公所如果有個概念，去向中央申請來的經費，它可以專注於他的方向，以他的方向去做長期的推動。但是鄉鎮公所沒有這個概念，都是上面有補助就做沒補助就不做，大家都在爭取補助而已！補助爭取來是作什麼也沒人管阿！大概就是

這樣而已，當然中央政府是有錢、有權啦！它其實應該可以做一些整體規劃。

問：像德國是利用競爭式競爭地域振興方式，您的看法？

答：看它是哪一級政府阿！哪一級政府用競爭型的？台灣現在也是要用競爭型的阿！現在文建會的計畫都是競爭型的，各鄉鎮各縣市寫計畫來，我找評審來評審，這也是競爭型阿！不是每個人都有。

問：台灣利用特色產業來發展地區發展也是有可能的嗎？

答：這個都應該有可能！他都有他的侷限性，不能完全期望這個，但是他有他的功能。這個地方特色產業有他的功能，而且地方特色產業範圍也是很廣，不是只有工藝，小吃、用的什麼都可以它是很廣。但是這是多方面的，她最重要的是地方形象能夠出來，回過頭來就是要地方營造，像埔里最近鬧了很大的新聞，說要 longstay, longstay 那個計畫，這個其實要達到一個真正 longstay 的話，地方發展就有機會，但是要達到 longstay 也要你整個地方要去建造起來，各方面要有這個共識去做才更夠輕鬆。譬如狗大便讓埔里的人都要能注意自己的狗，不要有流浪狗、不要亂丟狗這個都是阿！埔里鎮都要有這個共識才做的起來阿！你要地域振興是生活也要好、產業也要發展，產業也要能夠創新這才能夠地域振興！生活要好就是你的文化內涵要好、生活品質要高，所以地域振興應該是可以看起來兩方面都要有，不是大家賺錢都是地域振興了！如果生活好、產業也賺錢人家就會來這裡，整個區域就發展起來了。

問：輔導前後預期是否有落差？

答：要有參與過才知道，其實現在都沒有事後的評鑑，都是錢給了以後做完了就結案了。憑著承辦顧問公司的書面報告書就結案了，他都沒有去做評估、沒有去作評鑑，到底做的績效如何？他們都是委託不同團隊，那幾各團隊說經驗也是有很多經驗，但是他輪流這樣跑來跑去，因為他們也是要招標的，所以他們的成員也是在流動，所以這個經驗也不能累積阿！這是政府的問題阿！政府為什麼要採取這種辦法？全部都是用公開招標，然後徵求企劃案，然後評比然後再選定一年一次，今年選不上明年在選上，然後又斷層了，地方的經營是要長期經營。

問：若改由政府自己來做會比較好嗎？

答：政府又不可能自己做！現在政府所有工作都要外包，都要變成法人、都要外包，這也是問題所在！政府又不擬定整體發展只負責出錢，技術性輔導政府這樣做也不見得省錢啦！做事情總要人阿！人就是要編制阿！編制就要錢、經費、人力，政府說人太多，所以要裁員。要把它外包、法人化，但是外包、法人化後就是產生這樣問題，經驗不能累積阿！他沒有延續性，很多工作沒有延續性，都會變成這樣。還有也沒有專業性，專業性就會不夠了，甚至到後來連使命感都不夠了！做這件事的人都沒什麼使命感阿！他只要應付就好了阿！工作做出來就好了阿！能夠交差就好了阿！如果你是公務員，你是專責在做這個工作，你就有使命感阿！你長期做不好人家就要罵你，做的有成績就會有成就感，那就有使命感。

問：專案計畫要給專門人才去做嗎？

答：當然是這樣！應該給專業人才去做才對！現在都是顧問公司，但是他們要生存阿！也不能說他們不好阿！他們天生的就不會去做符合當地長遠發展的需求，那是天生的！因為它只做一年兩年阿！他也不是長久跟你在這邊培養感情。對不對！天性是這樣阿！輔導完就走了，他們頂多做兩年三年，其實也是很短阿！

問：您對三地門的看法？

答：三地門因為地方上的人也有這樣的覺悟，三地門其實做很久了，他有琉璃珠阿！還有一個文化園區在哪邊好久沒去了！三地門現在比較出名的是他的青銅刀、琉璃珠，還有爾客工作室，不曉得你有沒有去看，因為那是我們直接觸出來，而且他自己也有腦筋，我們應該肯定他自己有腦筋，所以他經營還不錯的樣子，算是一個年輕人，做陶壺還有做很多原住民小工藝品。

問：三地門很多部門輔導過您的看法是？

答：大家都是一窩蜂啦！那時已經很有名了！各政府各單位就進去了都在搶那個功勞。

問：政府是否應該整合輔導避免資源浪費？

答：也有可能阿！其實那時候大家都對他們期望過大！有些想行銷全世界，做了原住民工藝品可以行銷全台灣、全世界其實那是不可能的！但是大家都一直以這個目標來期望他們，期望然後花大錢去輔導！其實是不可能的事情，因此一次整合做一次完整的輔導，而且也要看他們能夠做什麼？先用專家眼光去看他們能做什麼，長期的培養還有看政府的政策是做什麼？不是很內行的人去看整個產業，不是很透徹的人做就會做不對的事情。大家都想做自己業務有一些業績嘛！但是根本不可能的事情，大家都在做嘛！原住民部落這麼多的那個產業工藝，或是特色產業輔導，其實可能嗎？錢花那麼多，每年都花一點點一點點，你每年都給原住民社區，去辦什麼特色風味餐、講習班有必要嗎？它們都說我要發展觀光，有客人進來的時候我要煮特色餐給他們吃，每年都跟他們講，給他們訓練，沒有必要啦！花冤枉錢啦！講不好聽原住民就是靠這些在生活，辦訓練班也有買菜錢阿！煮一煮大家一起吃阿！大家就不要買菜阿！很幸福阿！那些都是政府的錢阿！他們現在都是一個家族就組一個協會，用這個協會去跟政府申請，幾個家族或是一個家族三十幾個人就可以組協會了！五個協會組起來就去爭取這五個經費，我要辦手工藝班美食班、什麼班辦出來都是這些人請的老師，是他們自己比較年紀大的，會不會教教了，有沒有效果都不管！

問：政府輔導特色產業滿意的部份？

答：我在研究所階段嗎？我是非常滿意啦！因為現在所謂文化創意產業，文化產業都是十年前我去做出來！我們研究所去做出來的。然後社區營造有這社區營造，今天工藝產業才會那麼被重視，這個是無形的看不出來的，但是這是觀念就是因為有這些觀念提倡，才今天大家都來重視。還有到處都在學工藝，但是學多到底是不是變成一種很大的產業。樂趣當然是有一部份，但是一部份可以當產業，可以一部份靠這個維生那也是應該的。

問：推廣手工藝產業也是有其價值性？

答：當然有其價值！絕對有他的價值！就只是你怎麼去做而已！現在台灣現代的工藝比較弱一點，現代工藝設計的觀念比較薄弱，政府其實應該有一些投資去帶動，才有可能起來啦！不然會很慢，甚至會沒有。以前我們很重視傳統工藝，現在已經受到重視了，當然它的輔導需要有一些改變，但是現代工藝其實也是很重要，我就是當初覺得南部的工藝資源很薄弱，所以文化創意產業提出來我還在工藝研究所時候，有規劃要去南部成立一個工藝設計中心，但是上面人不重視他們，不了解阿！也就不了了之！我也就走了！所以南部也就沒有，南投現在也是轉型了，現在也改變很多，因為有個研究發展中心，會比較好，對地區發展幫助很大。以高雄現在沒有一個單位，南部沒有一個輔導幫忙的單位，那些辦活動那些其實片段性，幾乎不能延續培養在地人才才能在地深耕，外地人頂多沾個邊就走了。改進的地方民間也要有一些改進啦！其實就是地方政府鄉鎮公所，你要叫他改進很難啦！但是認知問題觀念問題，不然你就強力要讓他們訓練，讓他們洗腦，鄉鎮長是選出來的，不然要設計一些機會，讓這些鄉鎮長去認識這個重要，如果沒辦法其實很難啦！草屯！我們草屯是推動地方產業，是比較稻草工藝文化是比較好的，但是鎮長一下台他在任的時候，很多鎮民代表都在反對他阿！今天或是昨天報紙，他的稻草文化館鎮民代表要把它趕走阿！本來那個文化館是非常好的，他甚至也是在賣東西，現在只是少數幾個人在工作、可以賺錢，但是它可以慢慢去擴大稻草文化，已經變成草屯的形象，就是透過這幾年要出來。有一個形象就是地方特色，就不會被模仿。

問：手工藝特色產業易被模仿嗎？是否有認證制度推行。

答：模仿很快阿！那是標章制度，也是有再講標章制度。工藝所那時候也有定辦法推了。一年以後兩年之後就沒再推了，換了一個所長換了、一個主委他就觀念改變就停了，換了一個主管就停了，要模仿很快。沒有什麼特殊的機構，也沒有什麼特殊的技術，要模仿很快！古董都可以仿了，現在這種生產的東西要模仿，還不快？也可以用塑膠變成石頭，仿成石頭技術很高明，所以其實工藝品本來就很容易仿，只是你的形象、你的標誌，這才能保證你的價值，還要你跟地方結合才能保證你的價值。

問：台灣目前手工藝品設計能力足夠嗎有改善空間嗎？

答：台灣就是太弱了！台灣也是有進步啦！各種比賽很多啦！像客家委員會最近他在徵選他們客家設計精品，他就徵選很多人就會投入阿！現在很多的大專院校的學生也是會投入這是各好現象。讓新一代的人可以去投入這個，那國家文藝基金會也在努力推動這個，這都是文化產業的觀念出來的，認為這個重要，所以才有這麼多機會。像客委會她要辦設計比賽，他選了幾個承辦的管理公司，選了幾個設計師他們其實以前都沒有涉入這種工藝品的設計，他們設計公司可能都在平面設計廣告設計，很少涉入工藝品的設計，因為工藝品的設計跟那個是不一樣的，他們就問我說這樣可以嗎？我就說你只好用他們啦！雖然他們以前沒有經驗。台灣就是這樣而已，讓他們有機會，今年投入進來明年投入進來，後來就可以慢慢有經驗了，我是抱持這種想法跟他們講，讓他們多幾次經驗，他們就可以有經驗。以前為什麼他們沒有投入，因為沒有機會嘛！沒有生存的機會，沒有錢。現在有錢了，現在有這比賽，就有錢就讓她去投入還有機會，如果大家能夠可以慢慢的，也是應該也是樂觀的，大家都慢慢的在重視。

問：手工藝特色產業未能帶動地區發展的原因？

答：不僅政府方面，當地人也是很重要，要認知自己的東西！政府握有行政資源，還有所有經費來源，政府包括中央政府與地方政府，還有一個整體結構性的問題嘛！政府的結構性問題，因為台灣的中央政府是很有錢，但是不了解地方，但是地方政府是沒有錢也不太了解地方，他們也沒有所謂地方建設的觀念，他們只是在搞政治，地方政府的鄉鎮長都選出來了嘛！縣市長也是選出來了嘛！以前是純粹在搞政治，現在是還有一兩個縣長還會想說地方建設，其他都沒有地方建設的概念，你看他選縣長有沒有提出來我這個縣的遠景是什麼，那裏要做什麼？哪裡有什麼資源可以發展什麼？也沒有幾個縣市長這樣提，像南投縣都沒有提，沒什麼遠景阿！南投很多特色產業，但他不曉得那是資源他不會認定，沒有幕僚、沒有有腦筋的幕僚去替他呀！就要有腦筋好的幕僚阿！政府有沒有地方建設的概念建設地方，兩個主軸一個文化主軸、一個產業主軸，有沒有去想？大家都想辦一些活動、打打知名度，他們沒有建設地方的觀念，縣市長沒有！那鄉鎮長就更那個了！首長也沒錢，也是要靠補助，補助要看人臉色阿！但也不能這樣阿！

問：如何讓在地居民認同自己東西？

答：現在很多地方都是認同，像草屯如果全部認同是不可能啦！也是會慢慢擴大，也就是常常在辦這些文化節的活動，每年定期辦這些文化節的活動，他們其實自己辦也花不了多少錢啦！都是社區團體自己辦的，不會花很多錢，如果有很多錢就拿去委託別人來辦，那時候外面的人來辦就會花很多錢，那時辦就會走樣，但是像草屯都是地方自己的人，長期在辦每年都在討論，都在改進辦出來東西才是地方的，這是差異很大！很多鄉鎮公所就偷懶，委託那個、委託那個來辦，要地方人實質去體會才對。

問：台灣是否可做到在地居民體驗自己文化的機會？

答：其實也都是看人啦！如果真的像草屯這樣，每年都辦大家都在認同阿！草鞋墩現在大家都朗朗上口，以前沒人講草鞋墩，因為它有活動大家都會來參與，至少來參觀，參觀就會受影響小孩子會來體驗、會來做稻草工藝，還有多種工藝大家都在學，剛開始這些退休老師啦！或是公務員！他們學啦！他們比較有時間來學，他會慢慢影響他所有週遭的人，所以一定會是要這樣去做出來的，台灣發展工藝最大問題就是生活工藝的品質，大家都不用工藝品就是不會欣賞、不講究這些，這就是大家在講的生活美學教育失敗啦！沒有銷路，有錢就買木材很粗的家具就很有派頭，其實不需要用那麼粗阿！粗不是就是美，現在很多人家裡也不用碗筷，到自助餐去買幾樣菜回來，大家攤開來然後用免洗碗，大家吃一吃吃完包起來就丟到垃圾桶了，也有這樣家庭。那些如果這樣做那餐碗盤就沒有生意沒有前途了，還有廚房的道具也不要了、鍋子都不要了、筷子也不要了，那還可以做什麼工藝品，對不對？社會風氣會變成這樣子阿！大家的價值觀都被扭曲掉了！重視補習、重視升學，不重視每一個人天賦，其實是不一樣的有些人是有這些設計和藝術的天份，也把他擠去補習考英文、數學，那他的天賦就沒有了。

問：那是不是可以藉由大專院校的配合來輔助特色產業的可能性？

答：我覺得政府真的要，好好利用這些大專院校，不要讓大專院校空在那裡。所謂利用就是要有計畫，特別的專任計畫經費，把這些老師學生都拉進去做這件事情，你給他計畫他就進去了！長期的計畫進去以後人才自然就出來了！他可以辦活動影響社會都可以呀！應該是這樣子。

問：因此跟學校合作是一個改進手工藝特色產業的方式之一嗎？

答：其實不要只講手工藝，整個設計產業都會影響到！手工藝如果把它擴大解釋的話，也可以等於一個生活產業，生活產業都要設計，生活空間也要設計室內設計阿！環境景觀設計，這些都是相關的，都是一個設計產業，你如果能把大專院校，現在學校也很多了，如果能夠把這些經費透過計畫的方式，把這些大專院校設計科系這些都拉進去做這個事情，會比那些專業輔導團隊好很多，把大專院校拉進去長期跟他們在一起，因為這個是最省錢的，他們顧問公司每一個都要領薪水阿，這薪水從哪裡來？從你的計畫來阿！今天為什麼顧問公司那麼多，是因為這麼多年來他們有市場。如果讓他們沒有市場，他們就會慢慢萎縮，萎縮掉就算了阿！就是這個樣子阿！這樣其實也很省錢，老師也不會去領那邊的薪水阿！學生也學到實務的東西，他要求的頂多是工讀費而已，不像他們每個人都要薪水吧！對不對！學生可以學到很多社會的東西，很實用的東西，應該是把學校拉進去，當然研究型的學校可以去做研究，不是每個學校都定位在研究型的學校，而應該定位成實用型的學校。

問：針對中小企業處輔導方式的建議？

答：希望能夠去訂定長期的輔導計畫，不要每年一次每年換一個團隊，要去因應每一個地區狀況需要，需求去做擬定幾個長期培育計畫，這是培育計畫不是輔導計畫，你去培養幾個地方，讓他有一種產業專門發展出來。譬如說你去一個地方去，培養他們專門對金屬工藝，長期的去訓練，在那邊訓練金屬工藝人才，讓他將來有設計製作開發的能力，然後他就可以去影響週遭的金屬產業，它就可以影響地方生存，這些都要找年輕的大專院校、剛畢業的學生、有美術訓練或是有天份的人去長期的培養，就是給他生活費基本的生活費，給他訓練嘛！然後畢業之後，給他開個簡單的工坊，就在當地作生產，剛開始幾年就要幫他們做推廣阿！做行銷阿！等到一段時間，他自立了就好，那這個地方就形成了，你如果一個地方培養十個年輕人，因為這個金屬工藝是有前途的，在現在生活中他是有前途的，他在生活上運用多木工，我們也有很多人才，我們現在是覺得木工已經落伍了，但是木工在生活上，其實很實用的生活產品家具，其實木材還是最親和的，陶瓷也是一個傳統很好的產業，看你怎麼去做而已！如果分佈幾個地方，讓他去培養出一區的人才出來，自然而然就會出來了，這需要長期也許要十年，我們要訓練一個工藝成熟的人，需要十幾年，真的成熟的工藝家需要十幾年，不是一年或幾個月後就是大師了不可能。

問：針對部門間是否有整合的機制？

答：他們是應該整合阿！尤其是期望鄉鎮公所，是有點期望過大，但是如果你要給他錢就要要求他，不然就不要給他做，或是真的要找專業的、有使命感的，這些老師去做、去主導這件事情，找一個可信任的指導教授也好，讓他去盡情的去發揮，我是覺得這樣是可以的。政府就是信任這個老師，老師只是一個團隊，信任這個團隊，讓他去地方去發揮，他一定可以想出好的辦法，做好的東西出來看。

問：是否可藉由包含很多專業人才的團隊作輔導的基礎？

答：我想也是不太可能，人的精力是有限的，全省輔導那個很難，除非你定政策時，有一個顧問團、一個執行團，訂政策定方向的時候，各區域找幾個人專業的，大家一起來定，這樣定了之後執行的時候，又有去考核又有去督導。

問：需要配合當地民眾來訂定嗎？

答：當地民眾需要的時候，可以應該找個別諮詢，應該是可以啦！定的時候就是要慎重。

問：輔導團隊是否過度專注於與產業的聯繫忽略當地居民？

答：問題是現在產業也就是居民阿！你如果中小企業去輔導原住民，那一個地區的手工藝，其實它就是幾個人而已阿！他也不是什麼產業，我們說他是產業，它只是幾個人而已阿！而且那幾個人都是家庭式的，大部分都是家庭式的，不要把產業想像成很大很大的產業，一般工廠都很小而已，中寮會發言的沒幾個，阿姆的店就是兩個人在發言，代表全部，都是幾個家庭婦女在做而已。以前有人在推動軟陶，這是不可能發展的東西，政府還是投入很多經費，去輔導壓花這個東西，也不是可能發展一個很大的產業，他有空間，其實不可能政府要投入心力去輔導的，讓民間自己去發芽就好了，但是如果生活上都用的到的產品，如果讓他發展出來，你對你的生活產業幫助很大，珠寶飾品、家庭用的金屬，用品很多呀！鐘錶設計眼鏡的設計，都是精工阿！各種東西都是，各種東西都是精工在設計阿，可是我們精工最弱，最近還好這十年來還好，但是他們就不會有這種感覺。

問：您對於果專輯上收入與就業人數增加看法？

答：我想持保留態度，你想輔導六個月，就可能這樣子嗎？輔導半年就可以達到這個目的嗎？只是做書面的，一個做手工藝的，作六個月就可能增加就業人數嗎？你如果看原來在做的一年，再增加兩三萬的營業額，也許有可能，如果要說就業人口增加，我都不相信因為他一個計畫就做半年，那有可能達成那些成果、那個數據是不可信的，想也知道一個手工藝，三地門做琉璃珠的，這麼多年政府那麼多機會投入進去，它可能是輔導半年，他就可以增加多幾個人就業嗎？他那一天接到一個訂單，這時候他就可能是有阿！這訂單也不是她這樣輔導就出來的，她要靠平常的、長期的做琉璃珠，他自己說，可能因為日本人來，剛好看到他們在做這些東西，回去才給他們訂單的，那也不是輔導出來的。

問：如何評斷輔導成效？

答：這個很難啦！因為這個有文化因素在裡面，如果講成就、成果、成效啦！以文化方面也沒有辦法去評估，就文化面來評估，就社會面評估，最後才做產值的評估，產值評估，也許你就可以說，真的有增加就業，幾個人來做這一件事情，本來家庭裡面有三個人在做這件事情，現在三個人作不完了，請一個人來做，不可能或是外包給鄰居做，有沒有我想都很難，他增加的收入也許有可能，他個別增加的收入，要讓他說我要增加它，讓他輔導的成果輝煌，讓他原來的工作做不完讓他去請人，那是要很大很大的訂單，才有可能，平常這種東西也許晚上加加班就有了，如果真的要麼好加加班就混過去了，不像以前做外銷訂單來幾萬件不請人就是不行。現在哪有可能，現在都是內銷哪！有可能零零碎碎在賣，有沒有可能？那些效果都是書面，他們也不得不這樣寫。有的官員也不是很懂，像我們去輔導地震之後，我們去輔導南投這麼多個地區，還有人再說他們說一年都賺多少多少呀！那是從其他面向來看阿！它增加社會的穩定度阿！這些人都有工作阿！像文建會的副主委還問這個賺了多少錢，還虧他是文建會副主委，還在問這個賺了多少錢，不想想他文化內涵是什麼？社會內涵如果你是文化特色產業不應該只用錢去衡量，要從文化面，甚至社會就業安定面都要阿！文化創意產業一個大項，就是增加就業機會的產業不是嗎？手工藝產業就是增加很多手工，所以要增加就業機會阿！

問：輔導特色產業是否有帶動觀光人潮？

答：作的好，可能作不好就沒有這績效，不能一概而論整體來講是有，但是你個案的話，應該找個個案去看看，大家覺得好的個案和大家覺得不好的個案，去看看去比較看看，有沒有增加人潮去訪問地方的人。以前雲科大一個研究生，他就說竹山辦了那麼多文化活動，對地方的幫助是什麼，其實那時候他的問卷，就很難了，問卷要問誰呀！就很難問，當地居民是加油站業者、餐廳業者，還是種田不管這些事情的，也是要去評估阿！對地方的影響，就很難去要好好去選擇，你的問卷對象跟觀光客消費有關的，就可能比較有機會。

問：從歸來說政府能改善地方也能改善是否能帶動地區發展？

答：應該阿！不能只說政府方面，民間是比較被動，政府要找對人作對事，訂定好的辦法。我是不滿意啦！還可以改進啦！有心想要做但是還是可以改進，還是很多地方可以改進！

問：手工藝特色產業是有能力來帶動地方發展嗎？

答：它只能貢獻一下，要帶動也是不容易啦！應該有機會看你怎麼去做要克服一些因素，鶯歌就是靠陶瓷，就是有機會，就看你陶瓷怎麼做阿！以前可以現在也是可以呀！看你怎麼做？三義不是靠木雕去帶動嗎！三義可能就是一個藝術村，如果你好好去做，你可以變成一個台灣的藝術村，他是這樣慢慢去形成的，現在也有陶瓷進去一個藝術村是多樣化的，不是只有一種，他如果是一個藝術村，如果你有創意你就可以來這樣逛，要是台灣多幾個藝術村也無妨，藝術村就是每一個人，就是有自己的個性藝術家，自己的個性工藝家，自己的個性不要模仿抄襲別人，那才叫藝術家，抄襲別人的就不是藝術家了嘛！就不能當是藝術家了嘛！藝術村，也不是定義成全部都是創作型，叫做藝術我們也看了很多了，上個月去加拿大溫哥華這，他們藝術村的東西，裡面在賣的這有什麼特色嘛！沒有阿！它就讓人家喜歡她，這是擺飾也可以夾名片，這是一個擺飾大象可以開罐頭阿！酒瓶阿！這就是他們的藝術村阿！有人就是做這種東西阿！可以做各種各樣的東西阿！只要他不模仿就好了，他們就要靠這種去生活，想出新的東西出來。

問：創意的改善空間為何？

答：我想很難啦！你要有那個環境啦！創意是無形的，社會風氣就是形成這樣子，其實日本是一個典型的例子，她把傳統工藝保存的很好，然後地方上作了很多事情，再作保存的工作，設計界也培養很多人才，很多設計大學培養很多人才，他們出去自然就是去做創意設計的教育，就是作創意藝術的教育，也是在做創意。他們出去之後，就自然而然不會想要去模仿，每一個人都很有個性，我為什麼要去模仿別人，他自然而然就去做這些工作，台灣現在大專院校很多了，一個小島上設計的科系已經很多了！你把這些學校培養好就好了！讓他們教育出好學生就好了！讓他們將來出去有就業機會就好了，政府就是培養他們將來就業機會的環境阿！他們剛畢業的時候扶他們一把嘛！這樣就好了！不然創意怎麼去培養呢？你在去辦什麼研討會，那都是沒有用的，看不出成果。

受訪者：黃教授(C2)

時間：2006 年 4 月 27 號下午 12 點 40 分

地點：XX 大學－黃教授辦公室

問：請問特色產業是否有能力帶動地區發展？

答：基本上可能要從特色產業，這一個定義來定義，譬如說特色產業，那經濟部再遴選特色產業的時候，譬如說今天遴選對的特色產業，它能夠帶動地區發展的可能性就比較高，那遴選出來的這個部份，並不是特色產業或是說可以發展的特色產業，那他的成功性就會比較低，我們就這兩個部分，來看就 pattern 的選擇。那另外一個部份就是說，特色這個部份該怎麼定義！其實我的感覺就像 1977 年，日本成立的傳產法是一樣的，所謂獨特性歷史性。還有我覺得特色產業的獨特性，是可以被創造的，歷史性某種程度，他是所謂要的特色是，要就像日本 1977 年傳產法一樣，他只是供應面臨衰微的部份，她體質衰微的部份，就是往前走。那另一各就是屬於現在文創業這個部份，這是屬於這個部分，是站在文化這個裡頭，講求創新這個部份，這又是另外一個特色產業，那個部份你如果這一個社區，譬如說他原本以前是種香蕉，地利已經不適合在種香蕉，那他現在歷史不深的，種香蕉方法不一樣，發展出來的另外一個特色產業，跟這一個香蕉這一段歷史有關新的產業，也是屬於創新這一個部份。我就是覺得說基本上跟特色產業的定義，與遴選的 pattern，他可以決定它是不是可以帶動地方經濟復甦的，一個步驟接下來就是執行團隊，跟裡面的深耕團隊的人，是不是夠能蹲的下去蹲更久，從這兩個介面來看。

問：輔導團隊是否由藉由輔導特色產業來帶動地區發展的目標？

答：我覺得身為一個輔導團隊，我相信沒有任何一個輔導團隊，願意把這一個東西給輔導不成功的。每一個團隊都希望把它輔導成功，那問題就在媒合的過程，這時候經濟部中小企業處，如果今天我這一個產業是需要技術的提升，她是不是給我一個技術的團隊，我今天是需要行銷流通的團隊，是不是給我這樣子的一個團隊。其實比如像我今年接了之後，短中長期我今年是做技術提升，你給我一個行銷團隊有沒有辦法？那你給我一個設計團隊，我也不要做包裝，我技術已經成熟，或是什麼樣的部份，或我要做一個綜合的部份，我覺得是在媒合的過程當中，是不是適才適用？如果今天你是一個管理人才，突然把你丟到一個技術的部份，你沒有辦法發揮嘛！那當然這一個輔導團隊，就沒辦法去做這樣子的工作，那另外這一個輔導團隊，他的在地性也有關係，他的專業性跟在地性那這個部份，所謂在地性才能長久嘛！即使不是在地性，她是不是能夠透過更多的互動過程，譬如說諮詢的部份有問題，然後當做一個平台，來幫你做媒合的部份。

問：輔導團隊是否有培人的功能？

答：輔導團隊應該是說，在輔導團隊裡頭，被遴選出來的輔導團隊，如果我今天必須做這個輔導團隊的時候，我一定會想辦法去對自己有幫助，他不是我的專業，是不是有辦法去找相同專家來協助我，去把這個作出來，那他本身必須結合他本身的專業能力，然後與在地媒合的能力要很強。我覺得在地媒合的能力，跟放下姿態學習的部份會很重要，我一直覺得輔導團隊一扶就倒，人家像社區以前我們在工藝所的時候，常常人家就說，因為我比較基層，比較容易聽到基層的聲音，什麼輔導中心現扶現倒，就會有這種想法？那為什麼那業界有這種想法呢？那其實就是說政策補助的部份，還有輔導團隊本身，是不是應該有一些是真正的，是執行面的人出來，然後是相關很純粹在輔導它本身，是不是該吸納一些比較第一線的人，第一線的專業人。譬如說我宜蘭的吸納台中的，可能就我台中去輔助下面的南投的，南投的去到台中，那同樣平平大家是做這個行業，你可以幫她作輔導也不錯喔！一個人作這樣東西，也可以那個經驗的交換也會很強。就是輔導團隊裡，不一定完全都要是學者或是學生，我覺得輔導團隊裡，有必要吸納是地方的專家進來，那地方的專家在吸納的過程，在地的時候有排他性就是會變成角力的部份，如果可以的話用外力來聘攬國外、國內都可以，國內的部份其實可以鼓勵，那個人像說去哪裡從無到有，到外面當講師他回去可以做的更起勁，這是經濟部自己可以這樣子。同樣的一個譬如說，今天是同樣是手工藝在地不錯，它可以互

相學習互相謀合，這是我覺得在一個夥伴策略上，必須要去做才能解決輔導團隊。那個輔導團隊的老師，他光要上課就有多少時間，時間也是有侷限。

問：輔導團隊是否有符合當地需求？

答：妳去問當地！他們會說需求爲了要得到資源，他絕對要有執行團隊跟輔導團隊。那輔導團隊那部份，怎樣真正去深耕？怎樣真正讓他們下去？那輔導團隊規劃期會影響這個部份，所有輔導它會規定多少百分比，必須請怎樣的人這個部份，就能讓輔導團隊，適才適用專業性，跟在地性就能夠發揮。

問：輔導團隊遴選的機制的看法？

答：我覺得有兩個管道，就是說中央有一套名冊，他適合你不要說，我馬上告訴你，這地方我要這一個人，大概給兩三個給地方挑，他還可以說我找這個人來幫助你，妳覺得好不好？一個我本身很不喜歡的人，來幫助我那不太可能，對不對！那可能原本覺得感覺很對，大概要兩三個，同樣也要專家選阿！專家說我願意去那幾個社區，這部份是兩方面需要煤合的，專家說我願意去幾個社區，地方也要去選我要那幾個專家，心目中想要的！那不是我名單開出來的，你可不可以推薦名單，這部份其實是很重要的，那這樣子煤合過程，就可以影響他跟在地執行團隊配合的過程。一個你可以他提出來之後，他再提出執行計畫的時候，就可以提出有一個規劃團隊，跟輔導團隊那個部份，其實是很重要的！推薦希望由誰來跟我輔導，你可以讓他寫出兩三個，你可以排順序一二三，不可以有類似名單讓他挑，這些名單是專家有意願去的。我們老師曾講過，那時日本國科會他們也是被派去的，當派過去的時候前幾個月有磨合期，他其實可以跟上面說：我不要去！然後就說你在去幾個月，看看搞不好可以在持續。這部份不止只有在地團隊，其實輔導團隊也願不願意接，在台灣這個比較不容易實施，後來會有問題輔導到一半劃地爲王、踩線的問題，台灣不容易實施這部份，就是會說我不是很合適我就退下來，他不會覺得名聲受損，可是台灣學者這邊，就浮現受損的事情，這是必然也會就是說太忙的時候，你會發覺它整個研究室的團隊，是不是有夠多的人？是不是由三個老師，組成一個輔導團隊？每個人各補不足的互相各有各的專長？即使輔導一個社區，可能我們四個人輔導四個社區，可是我們四個社區都可以跑，我看的面向我不行跑，你幫我跑一下，用一個 **teamwork** 去跑，同樣一個東西，不要一個老師只跑一個地方，這也是一種作法！我覺得這種作法還不錯！比如說一個團隊，我們三個人你掛三地門、你掛竹山、我掛三義、我們三個私交就不錯，就能夠配合，然後我相信那個社區，那個感覺可以相投的，會物以類聚嘛！社區沒有對與錯，就只是感覺對不對！我們選這些社，區大家會跟我們感覺會差不多，三個人一個團隊，那這樣也是一個方式，那個東西可以解決一些問題，三個專長不一的話，互相看社區的眼光也會不一樣，它可能對自己主導的輔導團隊的正主持人往往不敢說話，旁邊他就敢說話那很有趣的現象。

問：輔導團隊是以經濟面或文化面爲導向？

答：大部分輔導團隊的人，我相信啦！我不知道其他老師是怎樣，我們都希望能深耕的東西，可是每一個老師下去都會說，因爲要結案報告一年就到了，或是做幾年就到了！那經濟面必須量化的東西出來，不可避免的悲哀！可是在不可避免的悲哀當中，一定有一個衡量的尺度衡量的標準，就剛剛我跟你說過的衡量的標準。舉一個例子來講，林懷民的成功跟劉鳳玄跟蔡瑞月，可是我覺得劉鳳玄跟蔡瑞月，絕對不會比林懷民差到哪裡去，因爲他們在哪个時代裡頭，他們受到的補助是有限的，對時代的認同是有限的，他們再幾乎沒有補助的，那一個那麼不好的情況下，劉鳳玄第一、蔡瑞月第二、再來林懷民，沒有這幾個人奠基，就沒有現在林懷民。林懷民拿了這麼多資源，他應該把台灣這個現代舞弄到現代舞台，可是沒有前面兩個，沒有把他們三個橫量，去看誰貢獻高的話，我的感覺必須要有這樣的衡量指標，你同樣在衡量這個量化跟質化，他造成多大的影響力，你要看他得到多少資源，他當時環境是什麼？在人家不認同的情況，只有得到一點點錢他能撐這麼多，跟得到那麼多錢能撐這麼多，你想誰厲害？影響面跟地方政治，就是用這個介面來看問題。

問：產業對地域振興的看法？

答：我覺得地域振興，振興起來就像天堂！沒振興起來像地獄！今天的振興就是說在日本叫地域活性化，他們也是有一個叫中小企業處的一個法，地域振興的活化法，之前我在工藝所十幾年前有翻過它，裡面有透過很多很多介面，甚至傳統祭典很多，都是他們可能活化的地方，只要這個東西可以在地方生支，其實你活化地方產業，我應該是想說日本現在再做，觀光厲國年的時候，在講一個字宜居宜坊，宜居宜坊的國度，那如果地方來講，就是說我這個地方是我必須要長久居住的，我上一代給我在這裡讓我繼續住在這裡，那我作了現在這件事情，我的環境更好我的經濟面更好，我的文化面每一個面更好，我子子孫孫願意留下來居住，外來的觀光業跟產業面來說的話，我來這觀光的人我來這裡拜訪的人來這裡購買的人、認同這個地方的人、認同這個價值的人，我來這裡拜訪我會覺得很快樂，你獲得旅遊觀光是屬於深度文化，地方深度發展這樣的一個理由的發生，那這個部份就可以因為這件事情，而帶動地方貢獻和效益這個部分，才能講這個地域活性化跟地方振興！因此經濟面與文化面就像車的兩輪，一定要是兩面相較於教育與文化，你不能只看教育不看文化，你有文化那我自然就會跟進，為什麼日本人那麼會賺錢？你有沒有發覺，爲了去到日本我們錢不算錢，還要排隊你賺我的錢，我要買那個東西，對不對！可是到台灣的時候，你會覺得說我們賺錢是賺那種很勞力的錢，拜託人家來買，賺錢可以是說賺的比較有主題性的錢，認同我這個價值來講。我以歐洲的例子來講好了！歐洲其實我認爲做文化觀光非常成功的地方，包括日本包括其他地方就是說，我們會爲了一個一個羅浮宮，爲了一個鐵塔去哪個，專門做飛機火車過去哪裡，然後住飯店然後去觀光。你看我們是認同他，我們是去消費，可是今天如果我們到泰國去觀光，你不覺得泰國人賺我們的錢很辛苦嗎？可是法國人賺我們的錢賺很輕鬆而且很驕傲，日本人賺我們的錢也很輕鬆也很驕傲，台灣如果以地域振興的話，我們要賺國外的錢我們要用什麼態度來賺？如果我們不用這個態度來賺，台灣很有可能以後變成泰國！我們是在講所謂的觀光客倍增，我們要賺觀光客的錢需要人妖嗎？需要用那種東西嗎？我們是因爲我們認同我們的文化，然後你也喜歡我的文化，所以你過來我這邊觀光，所以你來這裡消費。我覺得我們應該走這樣的一個宜居宜訪，一個產業振興的一個地域振興，有一種富有台灣的驕傲，可能跟台灣的宿命有關係！我們一直對我們文化面不珍惜，沒有那種認同感，那跟整體性有關係！所以我一直覺得是沒信心的，是真的沒有信心！最近大家一直在這樣講在喊的過程中，有一種是虛的有一種是實的，在虛實之間去找到自己的認同，當然有改善空間阿！

問：如何讓在地人民認同感增加？

答：舉一個例子，你現在在彰化，對不對！彰化在我進來大葉之前，其實我們知道彰化這裡，其實以前是紅磚嘛！大葉我待這麼久，他的紅磚瓦我覺得還不錯！它有抓到地方特色的那個地方，那其實我覺得文化可以是被創造，也可以被毀滅的，那文化可以被生成的，她其實也可以被復合的。那在我們講文化人類學裡頭，有什麼化學及涵化的部份，文化就是與生俱來的嘛！就是說我從我的家裡頭，世襲下來的東西，涵化的部份就是  $A+B=C$ ，一種混合文化多元文化的一種混合體，那我覺得文化的部份，必須涵化與乳化，必須同時兼顧。所謂涵化與乳化就是必來的根裡頭。我舉個例子，茶道他把別人的東西學一學，那以前是唐朝的理學，那樣的凍茶方式發展到日本變抹茶，凍茶變成日本茶道是這個樣子。可有人知道它是唐宋理學，王陽明時代的理學！陽明學然後花道也是一樣，事實上日本的和服也是一樣，也是從唐朝過去的阿！是從漢化過來的阿！他們把一個國家的東西消化完之後，加上自己本身的東西，它長出屬於他自己的樣子文化，其實每天都在變，我們現在有可能穿旗袍上街，不可能嘛！他其實表現在我們的食衣住行，他是一個不斷移動的狀態當中，那在移動的狀態當中怎麼找到他的不變性？所以文化是乳化漢化並重。

問：輔導團隊都由經濟面發展嘛？

答：經濟面發展無可厚非！下社區常常講，先顧肚皮，在顧佛祖。一個人其實生理需求嘛！你生理需求不夠怎麼做文化需求，我是覺得說以前台灣在七零年代的時候，富雍風華大家就學文人墨客，我要去收集古董買

東西，感覺我是有文化的等級，所以一些暴發戶會去買那些東西，去收集古董畫阿！那現在其實好了，大家說要過一些文化的生活，我要去逛逛美術館阿！逛逛地方文化館，哪個部份其實是，我是覺得會是在這個地方文化的部份，經濟的部份湯餅除而自理除。某種程度的用一種感覺，就是說你什麼時候才會滿足，台灣其實是在窮怕了！你看打招呼就可以知道了，日本打招呼喔，就說今天天氣很好，然後寫書信的時候一定是寫，滿山滿山的櫻花開櫻花燦爛十分，您可好？就跟你講天氣。中國人跟台灣人就寫吃飽了嘛！對不對！以前會寫吃飽了嘛！現在比較好了，可是你到鄉下的時候，吃飽了嘛！那個其實在關心妳的生活好不好！你有沒有吃飽或是基本的溫暖有沒有！才有可能去想像那些比較文化的東西。基本上台灣已經脫離了這個東西，窮怕的東西的人都貪婪，他什麼都想都想得到，而不知道停下來，所以有所謂清貧生活，到某一種程度到簡略的那個時候，欲求就不會那麼多，就稍微停下來。那就是所謂的價值觀，就 GNP 大家所得稅提高，可是我們的自我滿足度還是沒辦法提高，那沒辦法提高就會有文化暴發戶的心態。文化暴發戶的心態就會有一種鄙視別人，突然覺得別人很有錢，那我暴發戶的心態就是說，我是社區裡一個地方的驕傲，那是相互尊重、相互學習，我覺得你的文化是不錯但是我也很好。某種程度是對自己有信心，才能去尊重別人對自己，沒有信心的人他會去打壓別人，他只有覺得自己文化是最好別人都不好，那其實就文化來講，沒有所謂好與不好，是否能做到尊重這一個部份！台灣基本上其實已經脫離貧窮這個階段，怎麼做到文化互相尊重、互相融合，多一份給對方尊重，是需要的彼此尊重、彼此協調，當碰到共害的時候大家很容易結合在一起，當要是碰到共利的時候資源分配的時候，你會發覺各種角頭都會出現，然後互相內耗比外鬥還要厲害，這是任何特色產業任何一種情況都會發生。

問：針對輔導團隊建構產銷平台，與就業人數與收入增加的看法？

答：哪一個團隊跟他講說，幫他建立一個很好的銷售管道，那這個銷售管道是既有的銷售管道？還是幫他創新的銷售管道？還是既有的管道當中碰到困難他幫他打破，是不是有這樣子？如果是既有的銷售管道，那他今天跟我們說，因為有輔導團隊的介入，他幫他解決銷售管道中碰到的瓶頸，還是說他原本就既有的銷售管道，那他不需輔導他，那本來就不是輔導成績裡頭，那原本就沒有這樣銷售管道，那因這個輔導團隊，因特色產業進來，有另外一個銷售管道出來這就是他的部份。同樣就業機會也是一樣，原本有一些中高年齡，我原本這個企業原本就要吸納一百人，你看有我這中小企業輔導進來的時候，他提升到一百二十個人，這二十個人的確不是因為廠房擴增，的確因特色產業進來所以增加的效果，那他會說原本這裡頭是沒有證據，成立一個新的公司過來之後，新的創業的人因為透過產業輔導而出來的，因為她而增加！如果把我因子抽離之後，他可能增加一點五，因為有我增加二，這零點五就是我們的，有些東西沒辦法很具體講出來，可是他可以因為你，可以增加一點點納後來的相乘效應就會很強！剛開始效應可能是一點點後來是相加，後來是相乘效應，應該由這種方式來看團隊，跟其他團隊再同一個社區輔導的時候，應該看這一個部份。

問：政府的產業分很多部門輔導？

答：政府的產業分很多部門輔導，我覺得任何一個國家、任何一個部門，他們每一個部門都有所謂的成績，他們一定會分開的可是在橫向串聯，本來部會之間橫向串聯，她存在一種宿命就是會有競爭。那在過程中統合過程中，如何讓部會部門知道說，如果我們常常看到一個明星社區，農委會的案子進來、文建會的案子進來，經濟部的案子進來，然後你去報告的時候提一個案子，經濟部說你有那些成效他就把中寮拿出來，然後農委會也說我中寮拿出來，文建會也說中寮拿出來，對不對！是不是就變成說，部會首長你要去考核底下的人，不能讓底下的人去串聯，你就會告訴我，植物染的部份技術的部份，是屬於誰的文化行銷的？是不是屬於經濟部的？那經濟部就去做你自己能夠做的部份，他就不會搶到我文建會的部份，那文建會與教育部的部份，教育部從鄉土教學阿！你提出來結案報告，所以你經濟部跟我講鄉土教學，其實那只是各連帶你要看你自己主軸，能夠做的工作，我覺得不在各部會，而在主管人那一個考核那個部份，和研考那個部份，妳那個地方，怎麼可能叫一個競爭的人來說，成績不是達到那種東西？你就做你各個部會的，你

造橋的去做造橋都市計劃的部份，你蓋一個房子是不是很有文化？那是你營建署要做的，對不對！這部份你怎麼跟文建會怎麼搭配，妳應該怎麼去分其實各個部會，任何一個國家都存在的問題！不只有台灣，我覺得是在考核的部份，主管是不是有那個能力看到這個問題，因人而異我覺得制度當然要設。

問：那造人問題呢？

答：我覺得如果中小企業處，以前 CPC 的人比較多，生產中心的人比較多，那 CPC 有他的局限，所以後來文建會後來這一票的人，培養出來的人就建議 CPC 不同看法的那個部份，你說人才培育而是一種人才間彼此的撞擊。而既有人才譬如說，我本來只有管理觀念的人，我是不是因為我同樣在幫助這個社區，有文建會進來的人，有農委會進來的人，我以後在輔導人才的過程當中，我既有的人才當中，我是不是我在做管理考核的時候，我是不是具有文化的指標，具有生態的指標既有人才的成長，那另外一個就是我完全就是技術性人才的培養，或是流通人才的培養新人才的培養，那舊有人才的持續成長，藉由觀念的轉換和融合才是最重要的，才不會發生各自為政彼此相侵的問題。我覺得要從基礎的人才，就可以回答你前面的問題，基礎的人才要彼此相互尊重，我們常常可以看到一個社區的時候，這個團隊跟這個團隊互相撞在那個地方，地區的人也很頭痛，其實他怎麼去看我們專家，其實是一個問題！我們專家需要反省的問題。他們也知道大家在爭成績阿！那怎麼讓社區知道這些人都是為我，他們的民意都是大家共通有的部份。

問：是否將民眾拉近去參與規劃？

答：我覺得當地民眾規劃，大家都在講參與式設計，其實某一種程度我要分兩種，我們做社區分二十跟八十效應，常常前位的人是很寂寞的，她要做的是培育人才的部份，他其實要觀念宣導，有沒有發覺其實跑在最前面的，如果讓這些人來參與多數往往都是暴力的。那可是前面的人怎麼走到前面的東西讓後面跟上來，可能百分之二十的人，在等百分之八十的人百分之二十去影響百分之八十裏的百分之十的人，這百分之十自然會各個擊破，那百分之八十就會過來，那這百分之十就是裡面的 Leader，你要找到地方下的領袖所謂踩線、踩線、踩到地雷，對不對！你就踩到百分之十，可以把你炸死的那個地方。剛開始會撞到那些東西，怎麼去居民參與？居民參與就會考慮到這百分之十，是不是永遠的百分之十，他是不是既得利益？他不讓某些人進來，這就是專家學者自己要衡量的部份。既有不同立場的角頭共同贊成的，就是規劃團隊和執行團隊可以先做的地方，他們一定是共利不是共害，才可以結合很深。可以讓它們拋棄成見可以去的那個東西，那個東西才是社區居民的規劃的前提進來，不然你會發現你永遠沒辦法規劃。你橋造那邊都會有不同意見，所謂居民參與你找既有的 pattern 的選擇，你就找那些贊成我的人來弄，那當然我有居民參與阿！我居民參與都贊同，但是他們都不知道訊息阿！那 pattern 的選擇就是一個錯誤，所以居民參與某種程度，為什麼需要政府！需要政策！需要規劃團隊！那他可能是那百分之二十，你這百分之二十是不是可以把百分之八十帶出來，就是我們講的地域振興，特色產業這一個部份，那這百分之二十有可能下來阿！學者當不好人家下次也不一定請你來阿！我覺得百分之二十跟百分之八十會相互影響的。

問：輔導過程中有什麼建議？

答：我覺得輔導過程中就像社造一樣，其實就很多介面大家都知道，動機都是好的，動機在好的過程還是需要媒合，媒合就是剛剛在講的媒合過程，他是不是能夠行政能夠放棄些立場，居民能放棄些立場，專家能放棄些立場，找到一個共同的最大公約束往前走，才是一個最好的部份。

問：手工藝特色產業有沒有能力作為帶動地區發展的帶動者？

答：只要他是地方產業都有可能，而且都應該是只是定義的問題，其實你講手工藝就有些質疑了。以前叫手工業，手工業是手工做的加上工業的部份，某一個機械的部份，叫做手工業作品。現在工藝所的工藝研究所他把手拿掉囉！它叫做工藝這個工可能是人工，可能是機械工喔！那手工藝的東西是民俗的嘛！還是藝術家的工藝？所以工藝品產業可以分兩種，一種是在文化體系的工藝品，一種是在經建體系的工藝品。文化體系的工藝品的話，可能就是有一些自己藝術的創作，他可能跟生活之間的發想是脫離的，你發現之前工

藝品做到某種程度，跟實用完全脫離的，可是那是每一個工藝家的夢。舉一個例子朱銘，朱銘以前是在三義剖大佛的，他在剖大佛的過程當中，她其實發現道那個 SHIFT 的力道很強，那個東西是他生命所在，三義剖大佛當中有多少人注意？一個頂多在幾個雕刻師那個東西，其實是每一個所謂在做工藝品，或在從事這個部份大家都希望成為藝再成為師。那有一些人其實你在講手工藝品這個部份，他是不是能夠帶動這個地方的特色產業當然能夠，他是要師、藝、匠三個相扶相成，有些人其實他的天職就是養家活口，一生無大志就是認真的去做，我一輩子都在拉陶胚，我拉的陶胚就是這樣子，我讓很多人看起來很舒服，那有些人生命中有些不安分的因子，他有一些創作他能從工藝品變成創意的工藝品也比較新鮮的，那有一些人帶動的更強的是藝術的部份。其實我覺得是師、藝、匠三個要相扶相成，那整個部份就可以看到整個地方的特色文化。我覺得朱銘很可惜的是，他沒有回到三義再把它曾經走過的路，只要大家想到朱銘就想到三義，那其實三義的這個文化，是不是更深更強？因為我畢竟從那裡來，我知道那些匠師的一切一切，那是不是有一個朱銘匠師在三義，那他其實可以把整個三義的木雕帶的更強。那三義這些藝術家大家去參加比賽，這些生命中有些不安的分子，想要挑戰自己的人，他們做的這些事情，那有些人我安身立命，我就是一輩子養家活口，我就是做的很好的工藝品，我讓人家喝起來沒有一個沒有瑕疵的東西，跟生活民眾生活在一起我想我是樂於做這種東西，我覺得這是要共同去成長的這樣的，手工藝品才能把整個地方振興，正所謂經濟面文化面才能兩立，因此可以有機會帶動起來。台灣少一份這種連帶感，當藝術家成名之後，你該知道他從哪裡來，回饋這個地方，或許在培育人才這個部份，在回饋這個地方的時候，文化能量會更強，大家都會記得你這樣一號人物。

問：依您看台灣手工藝特色產業是否有帶動地區發展呢？

答：它其實在台灣的家工藝家有分兩種，拿到以前所謂民俗工藝獎，跟沒有得到教育部的民俗工藝獎，是有那樣子的人，可是這些人有些人已經走入學校教育體系，他跟老師發生一個問題，就是他只會罵老師你會出一張嘴，只會說不會做，那老師又會說，你只會做不會說不會寫出自己的理論，他又回到原本自己的體系之後，你只會做一些有的沒有的，其實某種程度是一種落差。那我會覺得是說應該回到剛剛尊重那個的問題，當我安身立命做杯子的人，我很敬重你把我杯子變成另外一種創新的東西，我也很敬重你把杯子跟地方文化拿出來，你變成一個大師我覺得是彼此尊重，所有在同一個環境工作的工藝家，都彼此尊重的時候，師藝匠彼此互相尊重的時候，那個手工藝整個才能帶動起來！要不然我們看台灣的工藝品都比日本還要貴，小小一個東西，你在日本買其實會比較便宜喔！可是我們精緻度有沒有日本高？就是我們在訂價的過程當中，有沒有注意到倫理，像日本這個部份會注意到倫理，他知道我的位階，我從匠跑到師的過程，我知道師分好幾級他不會漫天要價。在藝術街也是一樣那這個部份都知道自己分寸，那個位階在哪裡？緊守自己的倫理。其實我覺得是應該跟台灣整個文化有關係，整個掠奪性的文化，我想我不會失望，我想我們彼此已經學會尊重。諾貝爾有一個善意理論，高分子裡頭面對那個困境的時候，都會找到一個樂觀分子越亂的時候要繼續加熱，他且能達到一個更高的層次，可是這個加熱一定要文化的火去加熱，那彼此才能夠尊重。

問：手工藝品創新和設計能力？

答：創新我分兩種來講，就陶胚的例子來講，一個畫家他要什麼技術都會的時候，他才能夠進行寫意，你要先能夠做基礎的部份，今天我就是匠藝師，這個地方去學來的，我今天會手拉坯，那我手拉坯技術成熟之後，我突然間一個寫意，突然一個彎曲表現一個藝術的境界。大家都知道手拉坯，擬定那個中心點大小手、土的濕厚度、含水量一不一樣，光這就要學多久！土沒有抓好、那個力道沒抓好就會歪掉。現在很多學院派的學生，陶藝科的學生抓重心抓不會，哇！歪掉！這個是創新是設計，在匠裡頭來看，你根本基礎功還沒打好，你說這個匠會尊重這個師嗎？我會尊重你這一個寫意的嘛！你基礎功不會，你就做到這個部份。你藝這個部份，你匠師這個部份就要大氣，個人的涵養才能達到那個部份。其實創意跟創新我覺得是說剛開始的時候，如果我們把設計科學生帶進去，他其實很尊重專業的這個部份，他告訴他說其實這個杯子這樣

做好不好？他會告訴你這樣做是不行的，我以前早就不會，可能把設計科的天馬行空，這些創意再加上這些基礎的時候，讓他們知道原來拉一個胚要拉到好要多久，這隨便彎一下那不是藝術創作，那是基本功打不好才弄下去的。那原本你基本功都會的，那突然間那種才是有寫意的部份，所以大書法家隨便一撇，為什麼他隨便一撇都很漂亮？我們隨便一撇都差很多。文化的深度還有術的深度，基本功的深度，他這樣一撇的時候他就夠大氣！所以這些匠、這些藝就會尊重這些師，那所以這些創新的部分，我覺得台灣還是回到這個倫理，我覺得還是要回到相互尊重這一個部份，要怎麼成為一方之師，一方之師某種程度，我覺得台語說呼風喚雨，為什麼有人出來一喬就沒事，他除了那些術之外，他那些人文背後的力量是很夠的，就回到倫理這個部份，那我就覺得台灣在藝這個部份很糟，有一些情況是很不舒服的。這種不舒服狀況還是有在改變當中，可是為什麼會有不舒服的情況出現？其實在於檢查把關這個地方，為什麼要讓這些人出現，為什麼讓這些不公平的競爭制度，為什麼讓媒體的炒作整個大環境還是在政策面，還是在媒體面去做到這個部份。當我們不當的去報導這樣的事情，他們會覺得那是應該學習的。所以我一直覺得說，我並不是很贊同說所謂文化創意產業，那所謂創意我們就可以說是創意產業，可以是創新、可以是創意，可以是創新然後回到文化產業，這個部份那個辭只是個意念，雖然有創新但是你這個創新，是奠基於什麼樣的創新？

問：手工藝特色產業模仿的危機？

答：你有沒有感覺！不怕貨比貨只怕不識貨，那如果真的好的東西，是從匠到藝到師，我怕不怕別人模仿我的字？不怕！精神模仿不起來！對不隊！那如果我是媒體炒作出來的，我的 ideal 馬上就被拷貝了，有一些需要著作權。那如果我今天是一個大師，我這樣畫出來的，你只用電腦這樣拷貝出來，那我一定會用著作權去保護，該保護大師的部份是需要著作權。那某種仿冒的部份是絕對會仿冒，人不可能不仿冒，有時候你仿冒你怎麼走出來最精巧的仿冒。我就不相信寫論文不會東抄抄西抄抄，他在抄的過程中想出東西出來，你想出你自己的東西出來就不叫抄，那叫創新！所以只有一線之隔，那拷貝跟創新之間，台灣有智慧財產權這個法令，這個部份如果我夠有自信，我根本不怕你來比較嘛！那比了才知道真貨在哪裡！我不怕仿！同樣的價錢，外表看起來一模一樣，對不對！用久才知道，用久！來比比看！你要先看過真的，才知道假的長成什麼樣子？所以有必要中小企業處，是讓大家知道好的東西是什麼？真的東西在哪裡？他先教育大家，那大家就不會買到鷹品，它一定有鷹品便宜的部份嘛！今天我是一個小學生我是一個中學生，我只能買這幾百塊的設計，可是當我知道有一個這麼好的東西，等我哪一天能力夠的時候，我想不想買這個？這是我的憧憬！我能力夠的時候會去買這個，可是我知道我買的是什麼，你要讓消費者知道買的是什麼！消費者很清楚知道我賣的是次級的！我大概是這些藍染當中的三級品不是一級品，我當然是買藍染當中的五級品，我知道！我讓消費者很清楚知道他買到的是什麼？那最高品的時是什麼？在日本也是一樣，有東南亞進來大陸進來台灣進去的也是有市場阿！可是他們做高最好的東西還是很好賣。要讓消費者很清楚知道好的工藝品，是什麼從材料的取得，一直到加工的過程，長出來是這個東西，我原材料是從樹葉裡頭弄過來的，我一個絲是這樣一個個撕過來的，然後經過三四線，然後接縫一條絲這麼長，接縫還讓你看不到，然後弄出來這個文夾怎麼出來的，我把整個工序告訴你，你沒辦法用影片去告訴你，然後這個產品是長這個樣子，好！這個東西一千塊！好！這個東西一百塊！你有沒有覺得，這一千塊比一百塊便宜！你看到整個過程嘛！可是我今天只有這個錢，我只能買這個一百塊，當我能力夠時候，我就會想買一千塊。所以他其實是次級品跟真品，它有共同存在的市場，跟個人消費能力與文化素養有很大的關係。那政府要做的特色產品，是有義務告訴人家這個部份，而不是在說那個團隊的部份，而其實要從術一直到文化，那個道那個部份，就從匠藝師這樣一路過來，讓大家知道那樣的成長過程。

問：是否就如日本真品相對比台灣便宜，是否造成大家買鷹品的問題？

答：不！台灣的真品如果純手工做的，台灣的定價可能是一百塊，日本可能是五十塊，台灣把自己價錢定很高。

問：台灣是不是價錢高導致鷹品？

答：沒有！他覺得這是藝術品作品，真的東西，所謂鷹品真正的手工品、機械製品還是在哪裡啊！還是有人買阿！紙杯還是有人在用呀！陶杯還是有人在用啊！好的杯子還是有人在用啊！我就一直再講說，今天同樣一個杯子，如果這兩個同樣是手拉坯同樣花的工，同樣一個大師這個算是小師，大師才訂一百塊，這個訂到兩百塊，台灣！你有沒有發覺兩百塊買的東西，居然沒有在日本買的一百塊買的質感好，這是質的感覺質地的質感好，並不是促使他的鷹品出現。而是說台灣在藝這個部份，就是說某些人她做到一些手工部份的時候，他花的材料可能是真的是自然素材，他在做的過程中有一些藝術創作或一些創新，所以在訂價的時候他就是定的很高。他其實某種程度他應該壓下來，他不該把創新創造的錢加那麼多，這樣才能促使大家去買這個產品。如果說這個再日本我買的到一百塊，我要在台灣買兩百塊，我會去買台灣還是日本的？日本！對呀！一樣的東西阿！那如果這個一百塊這個八十塊，我可能會買台灣，因為鼓勵地方產業，而且我自己的東西你要有消費才有生產，所以這個部份要看雙向的部份，鷹品跟這個所謂真物真的東西。所謂真的東西，你要養成看到真的東西的那個涵養，那這就要從小學從文化那個部份，你根本要讓他知道什麼東西是好的，你要他看久好的東西。什麼是好茶？你要喝到好的茶，才知道什麼是不好的茶，一樣的道理。

問：台灣特色產業在設計或是創新，是否有無改善空間？

答：故宮的東西是不是最新的？現在故宮在推的那個東西，以前我在工藝所就有那種感覺，最好的天球體，以前的那個天球體，最好的杯子抓的感覺，一個產品能夠經過五十年，就是你能可仿冒沒有著作權經也過五十年，一個唐三彩的東西、一個故宮的杯子或是他的造型，從石器時代到現在從宋代一直到現在，他機能性是不是很純熟，他是不是設計符合現在的人力工學、人體工學，事實上某一種程度的設計，回歸到最基層的文化裡頭，我們的創新、我們的設計，是不是符合我們的生活需求？是不是符合我們在地文化長出來的東西？那屬於台灣這塊土地裡頭既有的設計是什麼？有沒有辦法找到那個元素？我們說設計很重要的，我們看到巴洛克設計大概是什麼樣的東西？古典設計是什麼？台灣設計？what？what is Taiwan 設計？什麼台灣設計叫創新？那就是台灣特有的元素，那現在有些人用原住民的圖騰，抓一點點東西看出來像台灣風，我們現在在外面穿衣服，也很糟糕阿！彈扣！台灣的！什麼東西？所以你要抓出從歷史去找到，創造的元素在往前走走到未來！那個東西是需要撞擊的！才能夠區隔特色嘛！要不然你在再怎麼設計，再怎麼特色也都是國外的呀！日本的東西，現在已經變成日本這個茶道這個東西，如果叫臺灣找茶道就只能找老人茶，那老人茶還有什麼可能性的東西可以出來的。老人茶我們樹下聊天，台灣特有的文化，道具茶道這個部份，就是說你要區隔，譬如我們剛剛講這個特色，我們就可以把茶道結合老人茶，發展出我們自己的東西，產業是結合在一起的，那是跟文化結合在一起的，那個東西看到老人茶就有很多小杯子這個東西，一邊想樹蔭底下一堆老人家在下棋喝茶，跟台灣文化有關係嘛！可是跟日本文化沒關係嘛！對不隊！同樣設計也是這樣子呀！我們現在生活當中，有什麼是屬於台灣式的？現代的生活那我們是不是可以從舊有的技術就有的文化、圖騰跟元素去抽離出來設計，要不然我們的設計永遠比不上西方，你去學別人怎麼可以？除非你去把西方的那個東西變成自己的，在我們在講全球化在地化嘛！一樣的道理，那個東西有什麼特色！我剛剛才問你學什麼的？你如果要把這篇論文寫的很好，就把你管理的特色去寫出來，那這些出來是我們看不到的地方，我就很佩服的東西。站在自己傳統上不斷累積能量去創新，那創新過程中是不斷累積能量的。

問：特色產業是能作為帶動地區發展的帶動者有這個能力嘛？是否有問題出現？

答：對！看你怎麼做！看你怎麼做！強調唷！看你怎麼做！How to do？有這個能力來做！絕對有！就是說怎麼做的問題！問題每天都有阿！人其實都是在解決問題中往前進的，那只是我們說問題不大？還是問題很大？還是我努力老半天沒有具體成果？很多台灣的那個，投資很多錢進去的時候，你會發現努力老半天沒有具體成果。那為什麼努力老半天沒有具體成果？他本來應該可以事半功倍的，可是成為事倍功半，要的是這個東西。那怎麼去做，我覺得其實剛剛講的，橫向串聯那個部分，在上位的跟底下那個底層那個地方，剛剛講說人才培育，既有人才的成長培育，跟上面的那個部份，還有整個氣氛是可以影響的。

問：所以台灣特色產業有改善的空間嘛？

答：當然有！只是說我一直覺得是說，因人、因事、因地，不要淺碟子文化，水瓢過去瓢過去。

問：政府方面是否有改善空間呢？

答：政府是不是人選出來的？政治是不是管理眾人之事？那決定這些人的事情，政策會因人而定，中小企業處從民國七十八年，到現在的九十五年，異組多少？你像中小企業處的處長，你去翻看看他經過多少組織，可是中小企業處的這個特色產業他經過多少遍？翻過多少轉？誰讓他翻轉的地方的人，讓他翻轉的人民，規劃團隊、執行團隊絕對可以去影響這個部份，而不是政府該怎麼做！我一直覺得是這個樣子，都在觀望都在學習，不要輕忽自己的力量，我一直覺得說當你決定怎麼做時，政府會去配合你，可是你要有一些具體的，讓他覺得這是一個方向、這是一個政績、任何一個執政者、任何一個承辦人員，都是希望他的補助是有成績的看到遠景的，那這個部分其實在他給他補助。譬如說你今天給我十塊錢，那我給你做二十塊錢、一百塊錢的效益，下次會不會補助我？會！對不對！你覺得嚐到甜頭了，那你這個人是不是，以後類似這樣的案子越補越多！我們可以從中小企業處的特色部份去看這裡，那基本上我會覺得說，我們看從七十八年到九十五年他的變化速度，從他補助的 pattern 來看，我覺得不管他異多少組，他學習角度很快，我覺得不是政府要配合我們什麼！而是人民會不會去要求政府？讓政府必須配合我們！那今天中小企業處，我好像還沒看到有所謂的新聞報紙說，他們不會配合我們的那個部份，對不對！那就看你怎麼去做，其實這個部份，有很多因子去弄那小螞蟻很難去撼動大機構，可是它可以鯨食蠶吞你可以讓他知道那個甜點很好，你要讓螞蟻過來很簡單嘛！有個糖一直放這裡吃了一次，你會覺得很好吃越來越多，全部都會挖過來！我覺得人民我覺得社區讓我走過來這樣力量，我是感受到這個部份，就像水一樣可以載舟可以覆舟，很可怕的一份力量。

問：那些需要改善的？

答：就是增鄉補助！剛剛吃飯的時候有跟妳講，去找到一個他應該去找到一條 created 自己的一條路，中小企業處應該去找到中小企業處自己的特色來，大家想到這個案子，就是中小企業處表現出來的。現在生態大家想到農委會，社區想到文建會弄出來，中小企業處有哪一些具體性，因為我中小企業處才做出來的案子，沒有我中小企業處這條街生不出來，這個地域振興不出來，中小企業處自己要從評審的架構、評審人員的遴選，制度怎麼去遴選他的特色產業？怎麼去從無到有去 create 一個社區這是很重要的！

問：德國是採規劃競爭方式您的看法是？

答：對！他還有一個就是旗艦計畫，他有旗艦計畫啊！有實驗性計畫，台灣可以用旗艦計畫呀！旗艦計畫就是示範區嘛！對不對！示範區的一個計畫，那示範區的部份的時候，你今天中小企業怎麼告訴我，風行草偃我今天丟出這個東西，我甚至以前補助十個，我今天只補助五個，我每個是重點，我最多三年我就不要這樣子做，讓大家知道這是我中小企業處輔導出來的，那你中小企業處就可以佔到一息之地，在做工藝產業振興，要不然你打不過文建會，你打不過農委會，真的打不過阿！他們行之有年，那什麼是中小企業處去做的？作包裝行銷嗎？對！那怎麼把它包裝行銷！要想到中小企業處，他自己本身能做會做既有的資源，能夠結合多少資源下去輔導幾個特色產業，那這樣地方高興中小企業處也高興，這是我個人看法。其實政府份與廠商有點落差，其實我已經回到一個部份，整個政府部分那個部份，其實在哪裡？在把關者！在研考！今天我中小企業處，我給你多少資源去補助社區對不對！它其實問題出現在哪裡，因為整個資源立法院的錢，整個資源分配嘛！一千萬還是五千萬，你要是輔導社區不好，我下次把你從五千萬變三千萬，你再輔導不好，就從三千萬變兩千萬看你輔不輔的出來，只有你中小企業喔！不能跟文建會太多重複喔！那你這個地方是不是就出來了！問題在這裡所以還是回到那個人民那個機制裡頭，可以讓那個力量出來，就讓這些資源分配者，我今天要下放這些社區我會戰戰兢兢，是不是只有我中小企業處能夠做出來，他就會想這是農委會做的，農委會做的比我們還要好，我是不是要規定他，要做到我中小企業處的特色出來，他

自己就會去考核那個核銷阿！對不對哦！中小企業處是行銷物流怎麼樣！他就走那一邊，是這個部份整個連結那個部份，資源分配怎麼大餅去分？這部分在上位的 check 要去做到的。

問：您針對遴選輔導團隊有什麼建議？

答：規劃團隊給個名單，地方勾選啦！當有一個部份，我覺得這個團隊真的可以輔導你的，我執意要這一個，可是我知道這個可以帶出你來的，你必須要說服地方最起碼不排斥，你自己在菁英那個部份 20 帶 80，你必須要做到那部分，當地民眾決定外你本身也要專業，專業性跟在地性同時去考量，你一直都喜歡的不見得最好的，可是我要告訴你為什麼要選這個團隊，一定有我的理由，那這個團隊有一個 top 的效用，那就跟妳講說那如果不行，那以後再用你這個，對不對！我保證我這個規劃團隊，可以進去讓你得到什麼，它必須要很大聲的告訴她做這樣的部份。還有規劃團隊的相互連結，相互串連彼此之間的相互串連，我剛剛已經有回答到這個部份了，去做彼此這樣的相互串連，還有規劃團隊的考量也是很重要的。

問：您認為規劃團隊結合大專院校的看法？

答：我個人覺得是說，我是大專院校培養出來的，如果今天不是工藝所跟宮崎研究室，有這樣的一個合作研究計畫，我不是從工藝所出來，所謂行政跟學校這樣子的配合，我不是被培養出來的人才，那我們老師常常會接一個比較平的案子，就是說就是台灣的業界，就會說學本無歸，可是還會去做！為什麼它讓這些學設計的同學、學這樣的人，它能實踐的場域嘛！所以這個部份是心態的問題，當然是希望學校能夠介入，可是學校介入是不是像是一個社區學習，如果在學習過程當中，當我覺得堅持是對的時候，我該如何繼續去堅持，這也是很重要的！那這些會產生些問題，怎麼繼續去堅持下去這是很重要的！什麼時候該去尊重專業？什麼時候專業者該去尊重在地者？這是很重要的一個雙向問題。

問：直接從大專院校拉人才進入的看法？

答：有一種程度，現在其實當地的專有人才，現在所謂的當地的學校也可以，有兩種情況，一種是吸納當地的人才進來學校唸書，也是一個方法，那另一個方法就是下社區嘛！那當地的情況會牽涉到地利比較近，可是往往會發生一種情況就是角力的問題，地方派系角力的問題比較容易植入。我個人覺得你自己做社區，你自己家鄉很少人會去碰，很少人敢去碰自己的家鄉，因為自己都知道那個菱菱角角在哪裡！那個東西很多問題在裡頭的，那個東西其實不一定是他最好，是比較近可能是會差很遠，遠有遠的作法，所以我剛剛才會講到那個串聯那個部份，這是有感而發的。那如果找個很有名的，還是說我們當然是希望聯合國什麼樣的技術團隊來指導我，最好三年來一次兩年來一次那是有他的方法，可是我們如果能在地深耕，就要培養些在地的人才，可是在地人才不能有排他性，外地人才不能有心思地方，這常常有這種情況，在地人才到某種程度有排他性。

受訪者：王教授(C3)

時間：2006年4月27號晚上8點40分

地點：台南縣永康市三皇三家

問：您認為特色產業是否能作為地域振興重要的帶動者？

答：帶動者！我習慣稱地方產業！因為地方產業跟地方特色產業都一樣，他是社區營造跟著是地方振興的一環而已，那這一環會有多大的重要性，因為牽涉到產業的特性，譬如說這個產業，它是足以變成一個支撐的經濟行為，或者是他只是一個附屬性的，譬如說一個裝飾性的東西，像百米社區的木屐，那個就不是一個不足以成爲一個經濟體經濟體，像什麼家具例如說民生用品類這些東西，它會被消費、會被消耗，所以他有一定的經濟規模，他養的起一定規模，那有一些東西如果這樣的規模的話，他有可能會變的地方發展一個很重要的，比如說竹山的竹產業有可能。那像百米社區的木屐，他基本上是會比較像是木屐，不是一個比較是像裝飾產業，裝飾的產品他的實用性並不是那麼高，在現在以前當然是實用性很高，在發展方向或是使用上面來講，他都是一個比較裝飾性的東西，這樣的產業的發展的規模，至少在國內市場來看，會有限有的經濟規模，他就很難成爲一個地方再造，或是地方產業振興的一個重要的點。不是說他不重要，是比例的問題，所以牽涉到那個產業本身的特色跟特性，那不是我認爲它可不可以，是那個產業可不可以！那個產業跟地方的關係關聯性有多大，然後它本身的經濟規模夠不夠？這樣牽涉到他本身，那在可以的情況下，當然我是認爲絕對是可以的，如果他的經濟規模夠大，那他本身又是一個地方有足夠的經營者，那當然是一個很好的契機，但是某些產業它顯然的就沒有辦法擔當這麼大的任務，他可能在產業振興裡面有另外的角色，例如說輔佐的角色或是它是一個特色的形成，那可能會可以去供養某些人，例如說退休族群或是少部分的手工藝的職人、匠、師，可是他沒有辦法去供應全部，這不是台灣，日本也是這樣子！

問：政府希能藉由地方特產來帶動地方發展您的看法是？

答：那當然多多少少都有帶動地區發展，只是那個比例的問題，如果這個東西真的是，這個地方的特色產業的話，他把那當然對地方有正面的幫助，因為它可以帶動觀光嘛！可以增加地方的認同感嘛！對全居民來講他是增加居民的認同感，對外面來講增加這個地方的 image，所以他對產業發展來講，當然是正面的，只是不管他規模是大是小，那基本上他對地方的發展來講，都是正面的理論來講啦！只是用正面發展來講啦！那有一些負面的操作的手法，當然不在我們討論的範圍之內。

問：地方產業該從經濟面或文化面去地域振興呢？

答：地方產業現在來看的話，基本上我們看的到的話，所謂地方產業通常都不是指大量生產，因為大量生產就是工業化生產，那跟地方是沒有關係的。今天我工廠開在台中、開在高雄、開在台南、開在台北，基本上是沒有差異的。今天永達去哪裡設廠？奇美去哪裡設廠？跟地方是沒有關聯的，我只是用這個地、用這個資源，那所以地方產業跟他不一樣的，是他跟地方會有聯繫、會有聯繫性，那聯繫性表示他跟地方的歷史跟文化、跟地理是有脈絡存在的，譬如說地方特色產業都是用當地某些特材當成他的材料，或者是他的加工的部份，所以地方產業的發展在他本身的形成，是地方文化跟地理去形成，所以地方產業的發展很難去脫離這個，脫離之後他就變成量化，量化跟地方就沒有關係了，那所以他走向量化以後，他跟地方的發展就沒有關係了，所以地方產業跟地域振興，就是我們叫什麼地域振興。地域振興其實它是有相互性的關係，就是地域振興要發展發展到一定程度之後，一定會牽涉到經濟的問題。譬如說他發展到某一程度的時候，先不要說外流人口要回流地方，人口總要生活下去吧！收入要增加至少得以維持他的生活，那收入增加最好的最理想的方式，當然就是透過真正地方產業的發源，這可以連續帶動效益，一個經濟的效益另外一個經濟效益的背後是，如果他是手工藝的話那牽涉到手工藝的傳承，因為有經濟才會有傳承，不然這一代都吃不飽了，那個東西就會斷掉，而變成手工藝的傳承之外，他會是一種歷史文化，譬如說地方的工藝會牽涉到地方的特性，我們剛剛提到的材料的特性、文化的特性、地方的人事物，然後他的氣候、他的地形，

可能都會有關係，所以保存地方產業在同時保存技術的同時，他其實也是保護他文化，因為它是文化的呈現。地方產業其實是一個地方文化部分的呈現，他呈現在藝文方面譬如說表演有時候會表現在產業，有時候會呈現在其他部分，那所以一個基本的發源這兩個其實是相關的，就是從地方振興起步到某一個程度，你一定會牽涉到要發展地方特色產業，那從產業著手也有人這樣子的喲！譬如說白河蓮花節，就類似從產業著手，那從產業著手到最後你還是會跟地方去結合！不然以白河蓮花節為例的話，如果另外一個地方也開始全村去種蓮花的時候，那白河蓮花節的意義在哪裡？特色在哪裡？你的區隔在哪裡？這個時候你要跟他去做競爭，或是突顯的時候，地方文化就變成是絕對性的關聯存在，所以不管從地域振興的角度去看，或者是從產業的角度進去看，兩個到最後都一定會碰到，所以是相輔相成的。

問：那是不是兩個要並進才是地域振興嗎？

答：就像我們剛剛講的，很難同時去並進，因為每個地方都有每個地方的特色需求，有些地方是從地方整體產業去做，有些是從產業，有些是從地方，有些從文化呀！那特色產業裡面還有一個，比如說以前美濃從哪裡開始從水庫呀！就是政治抗爭或是政治議題的操作，是地方營造是某個時期很重要的特色，如湖本村的八色鳥，他當初是對抗陸砂開採，那陸砂開採的時候，它才開始進行地方的資源調查，那所以他是相輔相成的，不是說這樣子就會比較好，不一定說從產業切入會比較好，或是說從地方振興、或者是從社區營造去切入會比較好，因為每個地方會有社區不同的特色存在，那很說一開始我就萬事具備，又從文化、又從產業、又從什麼開始。因為地方的事物是要循序漸進的，那通常都由地方的人義務性去發起，或者是某些有心人去主導，那所以一開始他的能量沒有那麼強，沒有那麼強的情況之下，很難一下子去突顯那麼多，除非是現在政府想要扶植某個樣板社區，當然現在看起來不太可能，我是說除非他派了一個團隊去，那個團隊有各個領域的人才，一下子要把他拱起來除非是這個樣子！那可是這是我比較不認同的，由外力所主導的地方振興，我比較認同的是有地方所主導的地方振興，那地方振興的特色就是它通常是循序漸近慢慢來的，他可能從文化著手從地方著手，也有可能從產業著手，那不管是從哪裡去著手，到最後如果真正去執行，他一定會有相碰的一天的！那只是那一天到來的時候就兩個要去考慮，到最後都是兩個要去考慮！

問：那台灣在文化認同方面會比較弱一些？比方說宮崎老師曾說經濟可以量化，文化不能量化…。

答：這在某一個層面上，有很多層面去考慮，看你站在哪一個角度，如果你站在計畫出資者，例如說中小企業處資金來自於哪裡(中央)？中央資金來自哪裡(人民)？人民的納稅錢嘛！所以他其實是需要一個機制，去把她核銷掉，這是無可厚非的，因為爲了要防弊防止弊端嘛！防止弊端的時候，它就得去告訴中央政府或者告訴人民，說我今天用了你這一筆錢，我達了什麼樣的效益，那他是中小企業處，所以他當然用中小企業的思考邏輯去運作，其實他們這些人都搞不清楚，以他們來講他們是操作小企業，對他們來講這個案子有效跟沒有效要怎麼去評斷，就是我創造多少商機，我現在另外一個當評審的案子也是這樣，他們沒有一個標準，他們企畫希望到最後是可以看的到的，我輔導你之前你的產值是多少？我輔導你之後你的產值又是多少？那可是用產值來看，是不是又真的不好？事實上也沒有萬惡，因為我們剛剛提過爲什麼要發展地方產業，是因為地方經濟需要形成一個規模，他才有辦法去養活地方某個族群，那所以注重經濟這個面，他其實不是完全不好，他只是一個指標，指標說今天你這個東西有多少人接受，或者有多少人知道，或是有多少人願意消費，這是其中一個指標，所以你從另外一個角度來看，你看文建會的案子他就不會去 care 你的營業額多了多少！因爲那不是文建會 care 的東西嘛！那你看商業司也很注重這個，工業局也很注重這個，爲什麼呢？因爲他們都屬於經濟部，中小企業處也屬於經濟部嘛！那所以經濟部的單位出錢來，他要求看到這樣的效果，在某個方面是無可厚非的，那我也不是很同意，你是經濟部就一定要看到經濟效果，可是在某個方面有你們可以把當成一項指標，那這個指標我們是可以正面去操作的，我們可以透過文化的操作去提昇它的產值，並不一定說爲了要產值，你就一定要犧牲掉文化，這沒有絕對性的，我們還是可以好好操作文化嘛！會不會操作文化去提昇它的產值，所以還是透過好的程序，達到一樣的目的嘛！對呀！

例如說現在很多地方，農委會也有案子，農委會的案子就不會去 care 創造多少產值！環保局也有案子呀！環保署也有案子呀！環保署的案子就不會 care 你有多少商機，他比較 care 的是你跟環境的關係呀！那農業的東西它比較 care 你跟產業之間的關係，文建會或是地方的文化局，他比較 care 就是文化，那所以在某個程度來講，沒有辦法說很武斷，很一面倒就是說你發展文化、發展經濟發展，文化就不應該注重，這一些帳面上的東西，因為對執行單位來講，他是需要對背後老百姓交代，老百姓他可能不懂呀！你到底有沒有把我錢拿去亂用？不然你把我這些錢，每年投入幾十萬在哪邊，為什麼？為什麼我繳的稅要用在那邊？你總要給我一個交代，對經濟部來講它直接思考就是，好！那我投了這些錢創造多少商機，所以這只是一個評估標準，而已因為中小企業處是屬於經濟部，是很可以想像的，因為它本身就是經濟體系嘛！例如說台灣創意中心他重視就是設計、創意，這筆錢花下去有沒有產生設計出來？又沒有產生新的作品出來？那經濟部的東西它用這個當指標，在某個程度上是很自然的事情，就他們思考邏輯來講！

問：您認為說從那個面向著手比較接近地域振興？

答：如果從經濟去著手，非常容易會走偏，為什麼？因為會牽涉到規模規模，就會開始計算成本、計算時效、計算人工，可是這些東西到最後的時候，會變成你在計算大量生產的東西，那從文化跟從經濟去著手，地方的振興地方的文化跟歷史一定是主體，振興只是到最後的附屬的產生的效果，那當然剛開始我們可以期待，到最後我可能會形成這樣的效果，可是最好是不要一剛開始就想要賺錢，那會很快就會變成以賺錢為導向，為了賺錢那個時後通常文化就會被犧牲掉。例如說我今天這個地方的產品做的很好，這個地方的玻璃杯做的很好，我一年可以賣一千個、一萬個好了，一萬個我可以賺多少？因為全部都是人工的，都是地方人去做的，所以賣一萬個我只可以賺到一百萬，就是一個我可以賺一百塊，太多了一點，十萬塊好了，因為這東西很小，如果我用文化來考慮的話十萬塊是賺的，那十萬塊是賺的同時，又賺到什麼？這個製作玻璃杯的技術能夠流傳下去，以前製作玻璃杯的這些人，可以繼續去做他們的生活可以維持下去，他們可以把這個技術傳下去，那重點是技術有沒有保存、地方的文化跟歷史有沒有保存？有！那十萬塊就是多的！我又保存歷史、我又一年可以多賺十萬塊，這是用文化來說，如果你一開始就從經濟，譬如說我們這個東西，可以賣一萬個，一萬個一年才賺十萬塊，如果我今天把這個東西包去給中國大陸做，給中國做、中國做完之後再回銷，那成本大約只有一半，那我可能一年可以賺三十萬，那所以如果以經濟為導向的話，這就是一個很大的吸引力，一年賺十萬跟三十萬那個比較好？對三十萬！如果以經濟的角度來看，三倍那文化怎麼辦呢？可是賺錢重要！那文化，那好嘛！我們就補助一個人去讓她去做藝品玩一玩，去做工藝品展示，反正三十萬從裡面拿十萬塊給他們，那你每年還是二十萬還是比以前多十萬，這是以經濟角度導向去進去！那一開始從經濟角度去看的話，就容易產生這樣的情況，那從文化角度看就不一樣！那到最後的時候文化、經濟並進的時候，慢慢他出名了，每一年可以賣兩萬個，可以賺二十萬那這時候，開始講究經濟的效益，就說接下來他可能需求三萬個，可是我們地方人做不來怎麼辦呢？那我們開始去尋找一下，去培養地方年輕人，為了增加它的產能，那追根究底就為了保存這技藝文化嘛！而不是為了三萬個，最方便就是丟給對岸給中國，那中國作了最便宜、人工又便宜，然後你又不用設工廠又不用生產，那一樣要賣三萬個丟去給他作，跟今天我們做到這樣程度，大受歡迎賣三萬個，所以我們去成立學校去教年輕人來做，是不一樣的思考邏輯。那一樣到最後你還是說經濟層，如果這個地方需要每年賣三萬個，才能夠支撐起一個基礎產業的話，那慢慢從一萬個、兩萬個、三萬個，跟從一萬個跳到三萬個，然後找便宜的地方代工，一樣都是三萬個可是他對地方發展的影響，是完全不一樣的。如果你是從經濟的角度去看，講難聽一點，這個地方只是我賣這個杯子的商店而已。比方說這個地方叫玻璃村，那我只是用玻璃村這個名字來賣玻璃，可是我的玻璃都是在國外做的，這些都是東南亞、中國做的，那到最後玻璃村只能賣玻璃，沒有人會作玻璃，為什麼？因為會作玻璃的都餓死了。

問：所以輔導完就會失傳了嗎？

答：對！所以角度就看你從哪一個角度，就是一開始從經濟去切入，不是說他一定會變不好，可是很危險！

問：會比較不容易發生永續發展嗎？

答：沒有絕對性，但是他比較容易發生這樣危險，比較容易走偏。到最後經濟發展為主的時候，就會走向大量生產化，大量生產就會變機械，就會變代工跟地方就會完全失連，有可能這樣的可能性是很高的！例如說在原住民部落，賣的原住民的小飾品，大概百分之八十到九十都不是原住民做的，那這些小飾品賣的好又怎樣，賺到什麼？工廠第二個中間批發商這些人可能不是原住民，那這樣的經濟發展即使發展到一個規模，對地方振興也沒什麼幫助沒有！地方的人永遠只能被請去賣別人做的東西，那可是如果從地方著手，到最後就是所有在這邊，賣的東西你去訂一個公約，都是要我們社區自己做的或是社區的工廠去幫人家加班，這樣他經濟利益會回饋到地方來會變成一個循環，所以從文化著手跟從經濟的角度著手，裡面可能發展的東西可能就不一樣但這不是絕對的，我只跟你強調，這不是絕對的從經濟著手，你方向盤抓的穩的話，還是有可能走到文化層面去，可是干擾因素會很多！妳的想法是什麼？

問：輔導團隊有時輔導完就離開，常常成效就只有短暫的，無法永續經營下去。

答：對呀！社區營造也有這樣的問題呀！社區營造之後，有社區營造種子計劃嘛！就是訓練在地的人然後落實。

問：所以特色產業也有這方面的問題，他沒辦法去培育人才，讓當地人去自己在去維持下去，所以政府要不斷不斷的在輔導，那地方才能繼續在發展下去！

答：可是產業不是地方振興的一部分不是嘛！社區營造的一部份呀！那當初社區營造種子計劃，培訓出來的那些種子在產業振興裡面擔任什麼樣的角色？你大概可以去看看！因為社區營造到最後，都會牽涉到產業面、經濟面，那些培訓出來的種子、或是地方社造人員，在最後的產業振興的那個計畫，應該已經結束了嘛！地方振興的角色上面，扮演什麼樣的角色？也可以去看看的點！就是為什麼因為妳說的，以前社區營造很典型的案子，輔導團隊一走地方就沒有人可以去承接了，所以他才會用一個種子計劃嘛！找地方的人。

問：這兩個給我感覺是，社區營造比較自發性，特色產業比較被動，有輔導才有成效。

答：就你剛剛問的那個問題，這樣的情況就比較像是從經濟面去著手，因為就會出現這樣的問題，今天我有錢就做沒有錢就不做，重點我有沒有錢賺？

問：所以您的觀察中小企業處，也是從經濟的角度去切入嘛？比較居多嘛？

答：看起來是這樣子，照我們剛剛講的這不能怪他，這沒辦法去怪他，因為他不是學社區營造，不是學產業振興，對他而言現在這個社會有這個議題存在，注重地方的聲音。中小企業當然輔導中小企業的辦法去輔導，可是他不知道地方振興，地方產業振興跟中小企業工廠，是不一樣的等次是不一樣的！

問：您認為他們這方面有沒有改進的空間呢？

答：改進的空間喔！專人專職！至少讓你中小企業處知道，地方產業的特性是什麼？他跟中小企業有什麼不一樣？這樣你才有辦法去從源頭開始，就制定不一樣的標準或不一樣的遊戲規則，不然你把地方跟把鄉鎮市視成一個工廠也不是說不行，就會產生那樣的情況，就錢論錢這樣的情況，可是地方產業它是重點不是產業，地方產業重點是地方、不是產業，沒有地方就沒有地方產業，那只有產業在哪裡，都可以生產跟地方是沒有關係的。

問：所以他們在輔導的時候還是要關切到地方的需求嗎？

答：那個產業跟地方整體發展，那個產業佔的角色是什麼！

問：而不是單單只針對產業而已？

答：不是他應該有一個評估標準，沒有錯！他要對納稅人付錢，評估的標準除了商業金錢、經濟之外，應該還有另外一個點，那當然那個點是很難去評估的，因為它是文化面的東西，它是質性的東西不是量化的，她總是要給他一個空間，讓他能夠去做。完全不給他空間那就是沒辦法去做，那妳給他一個空間，大家可以來討論，這樣的標準客不客觀，至少執行的人自己要至少有一個專屬的單位，專責去認識地方產業重點在

哪裡？他跟一般的工廠差別在哪裡？那這樣的型態，在中小企業處到底可以出的力在哪裡？

問：以您的觀察特色產業是否能永續發展在培人和創新方面？

答：基本上它沒有理由可以不永續發展，重點是你有沒有創新。譬如說以前的用竹山的例子來講，以前竹子是從屋子做到筷子，每個生活之中百分之九十以上都是跟竹子有關係，從用的竹、躺的竹、坐的竹椅、拿的竹筷、吃的竹筍，那可是現在竹山裡面坐的竹椅和竹屋有很多嗎？沒有！那可是竹產業這各地方產業，有可能消失嗎？現在看起來至少不會！現在流行的竹炭，還有把竹當成什麼樣的東西，看怎麼樣去操作？怎樣保留原始的精神，那個地方因為地方產業，通常跟地方有剛剛提到的物產的關係、人脈的關係、地理的關係、氣候的關係，所以他跟地方是很緊密去結合的。那只要竹山在它適合竹子生長的环境就一直成長，所以竹子永遠會一直是他一個非常特色的物產，在這樣的先決條件之下，你是不得不去發展，因為這可能跟你的東西比較沒有關係，竹子不砍可能會長的不好，不是像樹不砍就越長越大，樹其實也要竹子也是。產業的發展與地方的經濟文化、自然環境是有絕對性的關係的，那所以你不發展地方經濟產業，就會面臨類似這樣的情況。譬如說竹山如果竹子砍掉去種檳榔，那馬上就會發生土石流，所以地方產業在某種程度，是應該要發展下去的。那他幾乎沒什麼條件說，什麼東西是以後絕對用不到的，有可能看你怎麼去轉化。如果你一直作竹家具的話，那大概就死了。竹子可以按其它需求的不一樣去開發，那其實說現在是竹炭，他還是竹產業呀！那是地方產業，所以看你怎麼去調整，是有可能很有機會的，因為就竹山而言，了解竹子除了竹山之外，還有誰比他更了解？沒有嘛！有啦！新竹竹子也很多，可是技術最好的是在竹山這不是台灣喔！全世界竹家具技術最好的，是在台灣喔！台灣的哪裡？竹山！那這樣的技術以前人作竹家具，如果你只鎖定在竹家具，大概就可能死了一半了，那把這個東西往後去適時去運用，它會有無限的可能性。

問：那在培育人才方面呢？

答：那是相對的，這各產業如果沒有發展，你根本沒有經費去培育人才，或者是你沒有動機去培育人才。你今天是一個很好的師傅有很好的技術，你連自己都養不活了！你要去哪裡找徒弟？或者是竹山高中本來是全國唯一，設有竹工科的美工科裡面有竹工組，那你會發現可能學生慢慢對這個沒有興趣，為什麼？你學的很好，但是你畢業之後，沒有竹工的工作可以做，所以培育人才的存在，是要讓那個產業去發展下去，而不是今天發展不下去，你就開一個研究所，每年挑十個這十個就由國家來養。某個程度方面，例如說傳統產業傳統工藝，日本也是這樣子嘛！他是鼓勵你，可是他也沒有完全去補助呀！你的那個產業整個去起來不用政府去鼓勵，你自己都會去找你一個月可以賺的過的很好、又可以有自己的生活，買房子、買車子的時候，自然就會有人想投入這個產業，就沒有所謂傳承的問題。那重點是把那個傳統產業發展下去，可是產業發展不是為了經濟，是為了活化地方，產業發展是為了讓地方的工藝、文化、人脈不要斷掉，而不是要發展很多錢，變成跨國性的企業，那個思考的本質是不一樣的。

問：日本產品是不是比較有創意、比較有獨特性，是台灣是否可能這樣呢？

答：日本產品沒有比較有創意，沒有比較有獨特性！所以他的傳統產業也是很慘，那是慢慢的就不見了，那不能說所有她都不見，而是相對而言台灣有多少人口兩千四百萬嘛！日本有多少人口一億兩千萬嘛！我們簡單來算好了，五倍就好，如果全台灣裡面有一百個人在做的話，那日本就有五百個人在做，那相對他的市場規模是台灣的五倍，那所以在這樣的情況之下，變成是他的傳統產業沒落的曲線，可以拉的比較長一點，那可是沒有創新，也是沒有辦法！那為什麼傳統產業一直收，雖然他們有傳產法，你有沒有唸過傳統產業振興法？傳產法之後還是一直收呀！可是沒有傳產法可能會更慘，我們現在不是討論傳產法，好跟不好，我們在討論為什麼有傳產法？傳統產業還是一直收？因為大多數傳統產業的執行者，還是做傳統的東西，傳統的東西可能變工藝品，而不是變日常用品變工藝品就會有危機，創新的東西是台灣也有很多人在創新呀！日本沒有所有東西都是比較創新的！比較有創意不要用這樣子的思考邏輯去看，台灣一定是不好的，日本一定是好的，美國一定是進步的，歐洲一定是有文化的，沒有這回事！日本一樣會有殺人犯罪者，日

本也是有做的很不好的工藝產業，一樣的只是相對而言，他們可以投入的人力比較多，顯現出來的成效可以比較多。台灣也是很多人在做嘛！手工藝所不是一直在做嘛！那接下來只是牽涉到怎麼配合，開發單位跟執行單位跟製作單位跟地方能不能配合起來？手工所開發出來的東西，有沒有落實到地方去生產、行銷，有沒有作起來？企管不就是這樣嗎？企業管理就是整個的過程，今天總務部做總務部的，會計部做會計部的，業務部做業務部的，研發部做研發部的，這個東西有可能不倒嗎？傳統產業振興也是這樣子，研發、製作、生產、行銷、品牌，是要統合在一起的，可是對地方人士而言，它缺乏這樣的經驗跟資源，因為地方的人士，像竹山來講他地方的人怎麼會懂這麼多？所以這是當開始，為什麼會設輔導團隊的本意，希望有這些經驗的來輔導，可是當然也是有正面的，只是不可諱言的也有負面的。今天你請來一個專家他如果對地方產業的認知不一樣的話，他如果覺得我就是把你炒到三倍的營利，這樣子我就成功了，用這樣的方式他可能是一個企管專家的方式來做的話，沒錯！它可能把你的營業額炒高了三倍，可是他對地方文化的繼承跟發展沒有關係，甚至有所妨礙這樣的東西，看表面是很成功事實上他是失敗的，這樣的東西跟台灣跟日本是沒有關係的。台灣也有人在做呀！日本也有做失敗的呀！而不是有沒有能力去做，而是要不要去！怎麼去做？依思考方式問題，你要怎麼去面對新的生活，現在的生活已經跟以前不一樣了，面對新的生活你用傳統一樣的技術，你用傳統一樣的材質有沒有辦法開發出，新生活可以去運用出來的？這是態度的問題，而不是人種的問題。沒有日本絕對做得到，台灣絕對做不到，我們也是有很多傳統產業現在也是做的很好呀！慢慢去試著做出來。

問：您對地方特色產業居民的認同感的看法為？

答：這應該不是我認為，應該更具體一點譬如說哪一個地方，因為可能有一個地方很強，有一個地方完全不強，那所以這個東西會牽涉到，他的整個地方發展的關係。

問：當地要是認同感不強是否該怎麼改進？

答：先找出當地為什麼認同感不強？因為這是那個地方的特有產業的話，為什麼地方人士對他認同感不強？這是一件很奇怪的事情，發展地方產業基本上不會有壞處嘛！除非那個地方是搞毒品嘛！這是負面的，可是這樣的例子很少嘛！這樣的例子中小企業處也不可能去輔導嘛！那一般來講地方產業都是做東西嘛！台灣很多地方都是手工藝嘛！或者是食品發展地方的食品，對地方來講基本上它是不會造成負面的效果，那所以為什麼有可能發生地方居民認同感不強？問題是在這裡！這個問題解決，後面的問題就解決了！可是要怎麼解決地方人民對於地方特產沒有認同感？問題不在後面，問題是在為什麼地方人民對地方特產會沒有認同感？那為什麼沒有認同感，現在先不要探討地方居民跟地方特產這兩個東西，我們用人類來看就好，為什麼你對一件東西會沒有興趣？主動性是一回事，你覺得她跟你沒有關係嘛！地方人士覺得你發展那個，跟我一點關係都沒有，那我自然就沒什麼認同感，我也不會去關心嘛！為什麼會這樣子，那就是操作跟執行上面的問題，你讓地方居民覺得那個是跟我沒有關係的，她就會認同感就會很低，可是你在操作的時候，例如說宣揚這個地方的文化，例如說這地方他爺爺奶奶輩，都有做過這樣的產業呀！我辦了這樣的產業，我不是強調他的利基，這跟地方的關係，那你很快就會發現每一個人都跟他有關係，因為我爺爺曾在那工廠中當過廠長，我爺爺曾再哪做過一輩子做到退休，那她就不是一個產業，它是你們家族的一部分；或是我們家以前就是那一家東西的衛星工廠，台灣不是在六零年代弄過家庭及工廠嘛！我阿嬤就是在家庭做的，就是那一家的產品某個零件這就有關聯，有關聯的東西你就很難對他產生排斥，除非你恨你阿嬤，就算你恨你阿嬤，你還是跟他之間有聯繫感，對他沒有認同感，表示跟我有什麼關係呀！今天他賣的好，關我什麼事？賣不好又關我什麼事？那為什麼會讓如果真正一個地方產業，它應該讓大家都息息相關的，為什麼一個息息相關的東西，會讓很多人去覺得說它是跟我是完全不搭嘎的東西，這是操作跟執行方面的問題。當然我們是指後期，要是前期就大家都沒有興趣，因為已經失落太久了，可是你要慢慢透過很多手法比如說調查，譬如說去舉辦展覽有很多人去舉辦照片展，作這樣的事情慢慢把大家的吸引力去拉回來，

如果你做了那這吸引力還是沒有回來，那顯然是某個環節出問題了，大部分都不是做了吸引力沒有回來，大部分都是沒做。我覺得這是一個很好的展覽，我就自己去做、卯起來做，那我跟社區之間的關係我並沒有努力的去拓展，講難聽一點我努力去做，對地方產業振興是件好事。可是換各角度想，那你努力去做，賺的錢是誰的？是做的那個人的，賠的錢又是誰的？痛也是他、爽也是他，那你在痛你在爽，關你的鄰居什麼事？你賠了錢被抓去關，他還是過著幸福快樂的生活，所以你沒有把地方的連結性建立起來的時候，那就變成是一個商業！今天你在這裡作，跟我賺大錢移去中國做，那對地方來講是沒有差異的，可是今天如果是整個地方的人一起來做的話，那你今天這個產業快倒了，地方的人就會緊張，可能會牽涉到我們三分之一的爺爺奶奶退休之後，每人都去幫她做那個東西，而不是為了賺錢是爲了消遣，因爲他這輩子學了那麼多，我退休之後就一面賺外快一面消遣，這是地方參與性的問題，那現在有所謂鄉土教育嘛！我的小孩子在國小現在，因爲教育部規定每禮拜要兩個小時鄉土教育嘛！學母語、學地方特產，比如說竹山去做椅子，因爲茶葉是竹山的經濟農產，那這個產業沒有了，那鄉土教育要交什麼？教育單位就要去緊張了！家長也會去緊張了！緊張就是表示他對這個東西是有關心的，可能平常裝做沒有關心的樣子，而事實上它是在注意，那如果你連這個東西要倒了，都沒有人說那倒了又能怎麼辦！那就表示還沒把社區總體的關係，去建立起來社區的人、事、時、地、物，產業也是這樣子的人、事、時、地、物，那你沒有把社區人、事、時、地、物的環節結合起來，還沒結合之前她就是一個商業，結合完以後她就叫做地方產業。重點是他執行時候的型態，不是說我在竹山做竹子我就是在做地方產業，不一定我在竹山做的地方產業，就是把竹子砍完丟去中國那邊生產，有呀！有這樣子的喔！中國有沒有竹子？有！中國是世界竹鄉因爲地理位置的關係，那可是呢！台灣的竹子在最多的時候！日本的竹劍百分之九十！都是台灣做的！都是竹山做的百分之九十喔！那之後人工貴了嘛！就有一些人跑去中國設廠設廠的時候，當然用中國的桂竹當竹子，我們有桂竹他們也有桂竹，但不行中國的桂竹不夠好，一打就裂！那所以呢！到最後怎麼辦？桂竹從台灣出口在當地去組裝，那如果你做的是這個呢！那能不能說你在做地方產業！就我的認知而言不太能夠算，因爲你只有砍掉地方的竹子，那當然竹子是需要砍的！竹林業賣竹子是地方產業的一環，可是它是很細節的是很前端的，有所謂一次產業、二次產業、三次產業，它是一次產業但是獲利最高是二次產業跟三次產業，一次產業通常是利率最低的，所以你在操作的時候，如果你一個商人是賣把這裡的竹子拿去那裡加工，就我個人認知而言，你不是在做地方產業，你是在做個人商業。那例如你做這樣的工作的時候，地方的人對他沒有興趣是應該的，因爲講難聽一點就是你這樣的人搶了我們的工作機會呀！以前你開一個工廠大家來做，現在爲了賺多一點的錢，把工廠關了把我們竹產運去對面，去那裡請他們的工人，所以你雖然用地方的材料，但是你不是在經營地方的產業，所以很多問題是很本質的問題，而不是他後來顯現出來的問題，他的本質是不是對的？有沒有剛開始去抓對？如果剛開始抓對了，就是做不好那這樣是需要輔導的！那可能是某一個環節轉不過去！他需要專家進來幫助他撐過這一關！但是你還沒有在走對那一條路之前！專家就近來很多時候會弄巧成拙。因爲做竹子就是做竹子，操作心態的問題，你怎麼去看待這個產業，對他而言，你是要賺錢，當然賠錢生意沒人做，這無可厚非！可是重點是兩個平衡要去怎麼取得，如果你以賺錢爲重，地方文化再說啦！反正講難聽一點，我也不是竹山當地人，很多人因爲這樣的因素，竹山竹編文化不見了！關我什麼事，反正我家裡面又不用竹編品，反正我家裡也不種竹子呀！我只是來這個地方賺錢的，那是操作的習慣，可是你想的是我當然要賺錢，做賠錢生意是不道德的，松下森之助曾說，商人的義務就是要賺錢，爲什麼你要養員工嘛！你要繳稅給政府嘛！所以商人賺錢是天經地義的，是正確的！不應該苛責商人去賺錢，重點是賺錢的同時，你達到了什麼？如果你這個工廠還可以維持，還可以請當地人，還可以讓當地竹工技術傳承下去，我們一直用竹子作例子的話，那顯然就不應該爲了多賺一點點的錢，把這個地方都抹煞掉，然後移去完全沒有文化根基的地方，東南亞、東南亞也有竹子，中國也有竹子，這樣的操作方式就不能稱爲地方產業，它只是在各地方的地方一個商業人而已。所以你要去認知地方產業是什麼！

受訪者：葉先生(D1)

時間：2006年5月11號上午9點30分

地點：XX 協調中心－葉先生辦公室

問：鹿港好像分兩種，一種宗教雕刻，還有一個是傳統的工藝。

答：對！所以怎麼去定義那個東西，你一定要想到說，我個人主觀的是說，我把它分為有藝術品的東西、有工藝，所謂工藝我們可能講說屬於生活工藝，所以生活工藝是可以到生活裡面去的東西，它的單價可能不是很高。琉璃工坊那個是一個藝術品，琉璃工坊做的那個琉璃都是藝術品，它也是工藝品啊！可是我們把它定位比較高，我個人區分把他定位藝術品，當然這理論學術上可以請教授再去推，到底是怎麼樣定義？工藝品基本上，我把它定位是說可以融入生活裡面的東西，就是比較傳統的、單價不會太高的，叫做工藝品嘛！那植物染這個東西，本來就是屬於工藝品，它是融入生活的一個生活用品，做的那些東西幾乎都是生活用品嘛！裝飾也是生活用品，可是它的單價不會太高，應該是只要有心的人都可以接受的。那藝術品是在做收藏、在做品味的，所以台灣在推的地方特色產業，應該是傾向生活工藝的東西，而不是在推藝術品，藝術品本來有藝術品的市場，我的看法基本上在工藝品，我會覺得比較像這樣。像交趾陶也在慢慢開發中，它有很高單價、有可能要做成廟宇的裝飾的，那就是藝術品。今天如果只在做那樣的東西，市場消費人口很少，要大力推展的話，要保留文化除了保留藝術品，然後怎麼把歷史的交趾陶的藝術變成生活工藝，它可以融入一個小相框，這個相框可能賣三、五百塊而已，可是它是用交趾陶做的，基本上地方特色產業應該是這樣。如果說你在純推藝術品的話，不用帶動區域經濟，因為根本連製作者都沒有很大的商機，其實鹿港很多工藝家都這樣，他如果還在堅持做他的藝術品的話，其實他可能賣一件可能是五十萬，可是他一年可能只賣了一件；那今天如果他做的是生活工藝，他把它降到一件是八百塊的東西，那他可能一個月就賣一百件了。這個是我們講說藝術家跟所謂我們的工藝、地方產業要推的是有點不大一樣的，就是說一個地方產業要推的是，一個生活的東西，在地的資源用在地的人力，結合在地的特色把它塑造成在地的一個產品，然後支持在地的就業，人就不用外出了嘛！因為我只要在地，我把產品生產出來就有人去購買、消費，這才會帶動在地的經濟。如果說我還是在賣藝術品的話，其實有可能是國外來訂的，東西還好、量也不見得那麼大，那你說沒有透過專業的人去幫你買，可能也賣不出去，根本沒有什麼地方經濟可言，所以地方特色產業應該是比較傾向於很基層的一個經濟的東西，包括產品也是一樣。

問：那輔導時候是比較著重他們的銷售方式，還是提昇他們東西的價值感呢？

答：這個部分在早期，因為中小企業處在推地方特色產業，早期就在推農產加工的東西，因為早期台灣的發展就是農產品加工為主，所以早期輔導農產品加工，很重的是技術面的東西，可能是生產技術啊！生產技術的改良、茶葉啊等等的，就是在做農產品的加工的輔導而已。後來才推到工藝品的輔導，因為慢慢有一些工藝品出來了，最後現在推的都是結合觀光的東西了，變成工藝品的行銷，不僅工藝品的行銷，還要帶動區域型的行銷。比如說中寮植物染，植物染有推它很明確的工藝品了，可是除了把東西放到外面賣以外，也希望有人能進去中寮做消費，因為這樣才可以帶動地區的經濟嘛！如果說純把工藝品賣出來的話，其實對地方的經濟是沒有加成的效果，因為只有把廠商的東西賣出去而已，在這個研究裡面可能就沒有帶動到地區的經濟，可是今天如果中寮植物染因為這樣子吸引了遊客到中寮去，他可以去DIY植物染怎麼做、他可以去做一些生態的體驗，然後和興有機文化村結合起來，今天一個消費者去，他不僅是買產品、DIY，他有交通、有食宿，這樣才有在帶動地區的經濟，不是把產品賣出來而已，產品賣出來其實沒有辦法帶動地區的經濟，他今天做的好他可以搬到台北來做啊！

問：那不是有人說他賣的好，工廠一家一家開，是不是？

答：這就牽扯到特色的問題，今天只要有商機都有競爭者會進入，怎麼去差異你的產品化、跟你的經營模式，這就很重要了！今天植物染還好只有兩家，可是植物染從九二一推出來中寮植物染，把它打成中寮植物染

的故鄉之後，其實你只要全省各地去看，慢慢的只要跟染布東西有關的都出來了。早年比較有名的是三峽的藍染，三峽的藍染已經很有名了；那新埔的部分，新埔現在轉換成它叫做柿染用柿子去弄，所以這就是在做差異化，你說藍染是冷的染，然後植物染是熱染，那柿染應該是比較偏向是植物染的部分，所以為什麼新埔要差異化它叫柿染，就是因為用在地產的柿子的特色去做柿染。如果新埔再去推一個植物染，那就沒有意義了，可是事實上台灣很多地方，還是在學中寮的植物染，我記得好像彰化也有在推藍染之類的，基隆也有再推藍染之類的東西，所以其實要去差異化那個東西，那至於說在中寮植物染運氣比較好，現在只有兩家，不過兩家經營也已經很辛苦了，因為他們也在差異他們的特色跟他們的經營方向。

問：那沒有明確定義說什麼東西才是特色產業？

答：喔！特色產業的定義其實他當初的定義是滿簡單的，是說針對歷史性、文化性、有他的獨特性的，因為這個產業曾經因為興盛而後沒落，然後我們怎麼去把它振興起來。那地方特色現在大概有個口號就是，地方特色產業化、地方產業特色化，大概這個邏輯就很清楚了，地方產業要把它特色化才有加值性嘛！因為你如果單一產業，你很可能就沒落了，可是你地方產業要把它特色化，地方的特色要把它產業化，因為地方要有產業，所以要有產業你先前要有特色，那你先前有特色你沒有產業，你就可以用特色去發展產業，這個是一個循環，所以才會叫做地方特色產業，很多地方其實新興的地方，它也沒有什麼特色啊！那今天很多地方，比如說，基本上很多地方它會用歷史的文化去包裝它的特色，比如說三地門是一個原住民地區，它大概是用它的原住民文化、原住民的工藝品去做包裝，那當然同樣山地門有很多在做琉璃珠的，那他們做法也會不一樣，有人會從原始的工藝品的做法，再去調整融入現代的設計，這就是把一個產品再擴展，它如果只在做傳統的東西，他可能每個人都做的是一樣的，所以有人就會去改良，把新的、原本琉璃珠可能以前可能只是戴在手上啊！掛在項鍊啊！他們可以開發出很多適用的，包括裝飾品、名牌啦！把產品的使用範圍擴大，讓大家更容易去接觸各產品，而不是只有手鍊、項鍊等等，他可以開發成手機吊飾、咖啡的攪拌棒都可以。這是另外一個部分，產品開發的部分。

問：那您認為說，特色產業是不是能帶動整個地區的發展，就等於地域振興有沒有可能性？

答：地方特色產業我說過是，它一個很基層的經濟的活動，能不能帶動多少的經濟的繁榮，要看地方怎麼去塑造地方產業，今天地方的產業如果被塑造出來了，我相信可以帶動一部分的就業跟經濟的活絡，只不過說它的範圍到底是多大，今天如果以一個地方特色產業來講，我們講說新港的交趾陶、或是中寮的植物染、或是魚池的紅茶，那魚池本來就在產紅茶，那透過地方把它塑造成地方特色，可能未來在國內大家都知道說，喔原來魚池在產紅茶，魚池紅茶的品質還不錯等等的，看你做到什麼程度！因為地方特色產業的區域範圍，基本上都在鄉鎮的小區域範圍之內，那以中寮植物染它的範圍更低，它只在中寮鄉裡面的一個村而已，所以基本上以一個村當初沒有任何產業的，今天創了兩家的植物染的工作坊，它一年銷出來植物染的工作產品，跟遊客進去體驗他們植物染的東西，我想相信對地方的經濟是絕對有幫助的，最重要的是讓那一群的媽媽不再失業，可以照顧到家庭還可以工作，所以地方特色產業到底對地域振興有沒有什麼幫助，要看他的劃區的範圍。今天如果再擴大為縣的話，這個縣如果很重視地方特色產業的話，我相信地方特色產業的產值，在他這個部分應該也會佔一定的比率的貢獻，因為如果以現在來看，南投也很積極在推地方特色產業，宜蘭也是在推地方特色產業。比如說宜蘭的白米社區、珍珠社區，他們的社區的產值其實都可以照顧到他們社區的相關的活動，所以對基層的經濟絕對有幫助，至於比重多少當然不能跟一般的我們的製造業去比擬，他是一個很基層的、服務的小企業，所以他不能跟我們 24 小時不停生產的科技產品，或是電子產品來比擬它的產值，這個可能是地方特色產業，到底對地域振興有沒有幫助，其實應該是有的，只是說相對之下，今天台中市在推地方特色產業，我相信他的地方特色產值可能只是中科的千分之一甚至萬分之一而已，這個是怎麼去帶動地域振興的部分，我們講說要去怎麼定義它的範圍，其實一定有他的幫助，只是幫助到底比重到什麼程度。

問：那請問說如果從輔導的角度來看，用地方特色產業作為地域振興是不是會有困難呢？

答：其實這就剛剛提到說，他是一個產質並不是很大，是一個在地產在地銷的一個產業，維持的是地方的很基層的就業跟經濟，所以以政府要來輔導這部分缺口的話，就是說產值經濟的缺口的話，事實上是值得的，因為我們一直強調它是一個很基層的經濟，基層的經濟穩定的話、失業人口減少的話，其實本身在整個區域經濟就會比較容易繁榮，因為在地人不用外出找工作啊，他能發展他在地方的特色，然後自己在他自己的地方經營他的事業，其實對整個地方的經濟就業事實上一定有很大的幫助，所以輔導的部分其實應該是有必要的。

問：輔導的時候比較著重哪些面向的提昇？

答：輔導面向的提昇，基本上它是一個比較區域型的經濟，主要強調的還是區域內的業者必需要有同心協力的概念，它是一個集體式的一個輔導工作，它要創出的不是單一店的業績，而是一個區域的連盟的產值，因為今天遊客進來不是只有在你中寮 DIY，當然他需要有餐飲，他可以到有機文化村去做餐飲，可以去體驗一下有機文化村的生態，這是一個相互的結合，而不是單一廠商的獲利。所以很重要的是說，這一群區域內的業者到底有沒有共識，然後共同去推動他們區域內的產業的發展，所以必需要有他們一個很堅強的組織來協助，因為部分的輔導其實不是長期在地區，必需是一個協力的角色而已，整個推動應該是由區域自己的自主性的組織來推動，那你們自主性的組織能推動的話，其實顧問、輔導只是從旁做一個方向或是一個策略的指導而已，在地當然業者是會最清楚他們想發展什麼！他們需要的是什麼？他們能擺出來給遊客的是什麼樣的產品？所以組織是很重要的，當然顧問後面可以從旁協助做一些產品的開發、產品的包裝的改良、行銷通路的建立等等的，那個是比較後續的軟體的部分。

問：一般現在很多人都說，輔導比較著重說要永續發展，請問這方面您的看法？

答：其實永續發展剛才也有提到，為什麼要永續，大家都希望說這個產業塑造出來不會再沒落，那不會再沒落前，你一定要不斷的去創新，要繼續去差異化，講求你的特色，永續發展是每個企業所期待的，所以輔導當然以此為目標，那永續發展的前提下，我們剛才提到說必需有一個堅強的在地組織，因為你是一個區域型的協同合作，那有這個組織繼續來推，相信才有可能達到永續的目標，不過組織能永續的去推動，組織很健全去發展，相信組織還是最了解地方的，因為它的組成還是在地的業者自己所組成的，那組織能永續發展的話，原因一定是業者能永續發展。永續發展還是在地業者的本身，他想做的是什麼樣，因為既然把它包裝成是這麼好一個文化，或是特色地方產業，當然希望它綿延不斷的延續下去，所以只要業者願意去、努力去推動的話，永續發展才有可能。今天業者如果只想說植物染我把它做一做，做完賺到錢我就不做了，那當然那就不是永續發展的做法了，他只是在做生意而已，那今天地方特色產業的產品，基本上應該對地方業者應該都有一些使命感的東西，因為它是跟地方結合的，它一定有歷史的淵源跟故事，所以希望說在地的人，應該會持續的去發展它這個產業，那只要在地人願意努力、用心去經營的話，其實永續經營應該也不是問題。

問：那您認為說這個特色產業結合當地特有的文化是很重要的？

答：喔！這個當然是很重要的，因為你要塑造自己的特色嘛！今天白河的蓮花，他賣的是蓮花，觀音賣的也是蓮花，那到底人家會覺得說白河的蓮花跟觀音蓮花有什麼不一樣呢？還是說我們只是把客層區分為，台中以北到觀音、台中以南到白河，那這樣其實就沒有塑造到各式的特色，所以今天如果每個人可以把它的特色再強化，今天觀音的蓮花他可以特色再強化說，他有很多不同的除了蓮花以外的，還有很多不同的有童玩、有稻草編織等等的，他去調整他跟白河蓮花的經營模式不同的話，他很可能吸引台南人去看觀音的蓮花，這樣視野是比較大的。一定要把在地的特色包裝進去，因為你如果跟人家一樣的話，同樣的中寮再去開一個蓮花的話，我相信沒有人願意跑到中寮去看蓮花，所以一定要跟在地的資源或是你的文化特色。當然如果你是一個比較新興的區域，現在有很多新的社區，它基本上沒有什麼歷史文化情況下，他可能自己

去塑造出一個新的他的地方的特色，這個也是可行，不過從歷史文化、典故上去結合的故事產品，應該是最容易述說地方的特色，那今年因為我們要去、我們這個月就要辦一團，到日本去做地方產業的觀摩的東西，其實我們也發覺很多日本的音樂盒，它也是發展它的特色出來之後，因為音樂盒的發展，產生一個音樂盒的博物館，音樂盒的博物館會造成一個人家願意去使用那個場地，因為除了博物館它還結合了周邊種植一些花卉景觀，造成日本人願意去那邊辦婚禮，沒想到說當初是開一個音樂盒博物館然後變成這種東西，所以我們這一次還要去日本的象棋的發源地，那這個東西都是地方去塑造他們自己的特色，當然一定要結合地方的文化，跟它的故事性來做為述說，因為地方產品的述說，其實有故事才有它的生命的價值。

問：創新跟設計的能力是一個企業永續發展的重要的，您有什麼看法？因為有人說不是兩三年就可以學會了，那有什麼比較長遠的建議？

答：因為要創新嘛！前提是因為在市場上必需要跟人家差異化，才會想到創新，那創新很難嗎？應該是很難，可是為了你要去突顯你的特色，你要去做不斷的改良你的產品跟符合市場的需求，因為任何一個產品是看你的消費對象是誰，因為今天推出來的產品你是要銷售出去的，你不是一個藝術品或是等等的，所以創新是必需的，那創新的時間會很長，也許會很長！可是某些部分只要產品產生創意的話，基本上它可能不是一個創新，它只是一個改良式的東西，它只是把產品付予更多它的使用價值而已，今天我們講說琉璃珠，早年的原住民生活時代，他只是把它綁在手上、綁在頭上或是掛在胸前的一個裝飾品而已，今天我們配合生活型態，我們改成手機吊飾、改成裝飾的相框、改成我們用的咖啡的攪拌棒，其實這都屬於創新，因為它融入了生活的必需，它只是把產品擴大而已，所以對你來講也許只是它功用的使用去考量，所以去想說創新很困難！可是你把這個產品跨到別的市場去，增加它的使用的價值，其實琉璃珠剛開始推出來除了做手鍊以外，最重要的是他們開發出來做一個識別證的套子，所以大家發現原來識別證的套子可以變的這麼漂亮，慢慢的因為手機的發展之後，改成手機吊飾等等，我想任何一個產品的開發，其實都有一個辛苦的過程，創新是不歸路，設計只是讓它產品在創新的過程，可以融入它對消費者使用的需求，創新跟設計其實是在地方特色產業裡面有其必要的，某些傳統的東西需要保留它的原味，可是它不能不做一些改變跟創新，基本上植物染的部分也是一樣的，如果是純粹在做植物染布它只是布而已，它為什麼要開發出很多可以用的，包括零錢包、筆記書等等的，這都是因為生活上的可以去嘗試的用途。

問：那您認為說，在輔導剛開始成立的特色產業的時候，您認為培養在地專業人才重要嗎？

答：培養在地專業人才其實是很重要的，因為我們提到輔導團隊它是一個外來的組織，甚至即使他在地登頂的話，其實終究他不是長久在那邊協助他們的，那培養他們的在地的菁英人才，其實是最紮實而且是最有效的，因為在地的產業在地人來經營，在地人經營的好，其實團隊的協助其實就是一個從旁協助就可以，所以以地方特色產業的發展，很重視的就是在地的就業，所以培養在地的專業經營人才，其實在每一個專案裡面都是很重要的一個項目，因為經營的技術必需要轉移到地方去，地方才能永續去經營。

問：那您認為說輔導產業在訂定這些輔導政策的時候，應該是由下而上，還是由上而下，就是由下面產業來一起規劃，還是由輔導團隊自己規劃然後再去跟他協調？

答：基本上，從八十三年推行社區總體營造以來，基本上國內滿強調由下而上的規劃方式，因為社區總體營造推動幾年來，其實社區也慢慢的有這個由下而上的概念，那今天未來輔導團隊要協助他們，基本上是採一個協調的組合方式，今天在輔導前一定跟在地的業者，跟居民做一些充分的溝通跟了解，然後由他們的需求來協助他們做比較合理的發展，當然顧問的角色應該是在一個方向，跟一個策略上的指導，當然很多部分在地業者比較沒有辦法確定的。比如說改善的時效、時程跟先後順序，這個可能是可以由顧問跟在地的業者，來進行多次的協調跟溝通，共同來推動整個的輔導計劃，我想這樣的也不會純粹是由下而上，或是由上而下的一個輔導模式。基本上要尊重在地業者的需求跟看法，當然輔導團隊以專業的角色，來提出怎麼來完成他們共同的目標，這個是比較重要的。

問：那輔導團隊他們在鄰選輔導廠商的時候，是不是都是由自己去尋找，還是有特定的名單說哪些是可開發的一些產業，會不會造成有一些問題所在？

答：其實現在地方政府很積極在發展地方產業，大致上也把地方產業歸納為很多積極開發，地方特色產業的一個縣市跟發展目標，已經做了很多的規劃跟研究，那輔導團隊基本上除了透過他的專長跟他的角度，他會去尋找他們可以協助推展的一個地方的產業，這個必需講到剛才前提說，輔導團隊在進入地區輔導前，一定會做很多跟地方的訪問跟溝通協調以後，他們才有能力去規劃屬於地方的發展的一個產業，所以基本上輔導團隊是要透過很長的時間，去跟地方做比較長期的接觸，才有辦法做深度屬於他們的一個推動的方案。

問：那會不會有一些比較有潛力的廠商不願意配合而變成遺珠之憾？有沒有這個可能？假如說是埔里的造紙廠？他很有名，但是他不想給政府輔導，會不會造成這種問題？

答：這個是滿特別的訊息，我們去年也知道這個訊息，其實地方的產業發展基本上，我們傾向不是單打獨鬥明星式的發展，他必需是一個串連式的，當然以那個造紙廠他事實上是很有名，遊客也是相當多的，當然他也帶動了部分的地方的發展。整體如果地方還要再擴大的話，那基本上不是一個他有周邊的必需要發展相關的餐飲營業，甚至怎麼去跟埔里酒廠結合，甚至除了那個點之外，還有沒有跟其他地方來結合，那至於說有潛力的廠商，其實就看他的認知度是怎麼樣，如果轉而今天由地方，他已經是一個意見的領袖者，主動來推動地方的產業，那相信對埔里的產業應該是更有利，因為他是一個意見領袖者，而且他也規模夠大，那他如果願意出來帶頭協助其他產業發展的話，相信地方的經濟是正面的效果，那如果是有些業者是因為怕政府的行政手續太複雜了，所以他們暫時不願接受政府相關的活動，我們應該不想受輔導啦！不接受相關的活動，在目前我們是看到的，這個可能是因為政府的一些行政手續，可能會稍微複雜一點，所以並不是不願意配合政府來推動這個東西，因為他們本身業者就在發展這個地方產業，只是如果政府的行政手續上太複雜，那當然他們在現在沒有迫切需求下，那當然就婉拒掉政府這部分的活動。因為我有聽說啦！

問：那您請問一下在輔導的時候，都是由輔導團隊先提出計劃才來申請，那像其他單位，有些就是由廠商下面先提計劃然後再給他們上面評，那這有什麼利弊？

答：這個只是行政程序的差異而已，基本上目的用意都在給地方產業的輔導，那中小企業處基本上是由團隊的提案，然後透過鄰選之後，然後再接受輔導。這個前提下兩個方式，都是輔導團隊要跟地方做很長期的溝通跟協條，否則他根本提不出案。至於商業司的模式他是由地方提案選點，再由政府單位來公告，依點的部分來公告，然後再鄰選團隊的提案，基本上這只是程序上的問題而已，其實前提下地方能提案的背後還是輔導團隊在做協助，其實結論應該是一樣的，只是行政程序上的兩階段而已。

問：所以沒有說有哪個好？哪個壞嗎？

答：基本上應該是沒有好壞，只是一個時間會比較長而已。

問：那像國外有一種就是，我這個廠商提出計劃之後，那政府核可之後，那再提出一份輔導團隊名單給廠商去遴選說這幾個是我建議的，這個構想你認為呢？

答：這種方式也不是不可行，只不過時間上會拖的比較長，我們說過專業團隊跟地方上，是必需要經過長時間的溝通跟了解以後，才能確認他們的發展特色，那基本上在時間效益上的差異點而已，基本上沒有不可行的，只是說效益上是比較低一點的，因為公告以後這個地方還要去尋找十個團隊，他可能十個團隊都不放棄，所以對團隊來講也是一個損失，他可能被十個地方約談之後，他沒有一個地方可以被邀請去協助他們，當然那是因為十個都沒有選上你的話，可能是你的本事有問題，可是因為剛才提到說團隊要對地方有很深入的了解，不是說透過幾次的會議，或是協調就能提出比較好的願景，所以這種推法事實上以行政執行上是比較會有落差的部分，我個人的看法啦！時效上比較繁鎖。那對業者真的有幫助嗎，其實很難去評估。

問：因為他們挑他們自己能夠配合的團隊不是會比較會契合嗎？

答：對！可是前置時間可能要做很久，因為你公告十個給他，他可能十個他都想去了解看看啊！你來幫我了解

看看我能做什麼，然後這個時效上，以經濟效益上事實上是比較差一點的啦！因為你是公告一個名單，對這個業者嘛！那業者基本上如果地方業者他是一個集體性的、區域性的輔導，那是誰來代表區域的業者，縣政府嗎？還是誰？其實這個就會牽扯到相當大的問題！因為今天如果說單一企業的話，我要輔導我當然可以挑十家顧問來挑啊！因為我很明確我主體性很明確，那區域產業你有沒有一個組織，那誰來代表這個組織？地方政府嗎？那就是地方政府在挑團隊嗎？那也不是區域的居民啊！區域居民根本沒有審核權，他怎麼來挑團隊，其實執行上反而有點困擾啦！今天因為鶯歌陶瓷這個組織，如果剛好他有一個組織，那他說他要去挑某個團隊那或許還可以；今天如果他沒有組織那誰去代表他來挑這個單位，其實在作業上其實好像比較不符合推動的效益的部分。

問：那現在您覺得手工藝這個特色產業，他會有什麼發展上面的問題嗎？

答：手工藝其實台灣有很多的手工藝是相當不錯的，工藝品我覺得基本上它要走入生活，所以生活工藝我想應該是未來要發展的一個地方，那既然是採生活工藝，它就是可以是融入生活，基本上它不一定是在內，其實它可以往國際化去推動，所以未來國際化把產品推向國際化，是一個生活工藝可以很積極推動的，當然推到國際化的生活工藝品，基本上一定有他的特色跟品質跟訴求，今天台灣的琉璃珠，其實基本上已經推到國際了，他已經外銷到日本了，其實就是靠著他說他有他的特色跟訴求，因為他有他的原住民的傳統文化特色，又結合現代人的生活的需求，那他的產品就可以國際化，工藝品未來還是要國際化，外銷為主。

問：那你們輔導團隊在輔導完之後比較著重哪方面的提升？就是說經濟面還是整個地區的文化認同感之類的？

答：基本上文化認同感，早年在推社區總體營造，其實地區的居民對社區文化認同感，基本上都已經強化了，所以未來在推地方特色產業，其實人文的部分應該不是太大的問題，那輔導團隊重要的要輔導他們的，應該是屬於經濟面的東西，比如說產品的改良傳統產品有他的特色，可是他不合現代的生活的需求，他就必需透過包裝跟改良，改良適合之後從此之外可能還要做一些包裝設計，那產品有了產品最重要是要有行銷通路，怎麼去建構實體、虛擬的通路，這個也是未來團隊一直在著力的部分來協助，主要還是以他們經濟面的輔導為主，至於說今天地方經濟有改善了，相信他的社區人文的凝聚力應該是會更高，以白米社區來講，從沒有產業到他們產值已經很大的情況下，其實對社區的居民來講發展一個木屐產業，其實已經看到滿豐碩的成果了。

問：那是否有沒有一套，怎麼評斷說這個輔導團隊的輔導成果的一個機制？

答：輔導成果的機制其實成果展現通常不會有短期間，短期間的呈現基本上應該是，在地區的共識凝具上跟他們的應該是信心，讓地方產生信心，以後他們才有能力繼續去推動他們地方的產業，所以績效評估很多衍伸出來，必需可能要過一陣子，才能產生它的效益，短期可能部分的業者，因為產品的包裝的改良或是通路的建構，產生一些營業額的提昇或是品質的提昇，這個是比較可明顯看到改善的部分，其實長遠來看他們到底能不能自己持續的去永續經營、去改善他們的產品，甚至改善他們的經營模式，然後持續的在地方發展他們的特色產業。

問：那您認為說這個評斷機制重不重要？

答：評斷機制在任何的考核上，評斷機制當然是滿重要的，那當然可能要去考慮到他的量化的指標，跟質化的指標怎麼去看，那至於說一般來講看到的地方比較看的到的，就是說營業額的改善、增加了就業人數啊！這個是比較明顯量化的部分，質化的部分我們有提過說其實業者對地方產業自己的認同，跟積極去經營的話，我想這個是協助他們最後可以看的到說，在地的人願意努力的去經營他的事業，而且可以很順利的一步一步往前走，我想這個是比較輔導推動後的一個比較產生質化的一個長遠的效果。

問：那如果在地有那個 xx 的協會，那你覺得輔導團隊要跟他們密切配合嗎？不管 xx 協會或是地區政府？你覺得這個重要嗎？

答：地方特色產業的成功與否其實有三個方面，第一個方面就是說我們一直強調，社區的業者跟居民你自己本

身有要共識，你們要有企圖心來發展這個產業，這是先前第一個，第二個就是說政府，地方的政府必需要來支持地方發展這個產業，地方政府如果不支持發展這個產業，很多法令、規章等等的，我相信對業者來講他可能所處的地方可能是非法的等等的，可能會造成他們發展產生瓶頸，所以地方政府怎麼去積極支持協助，他們地方發展他們地方特色產業是很重要的！那第三個部分當然就是講到輔導團隊的部分，輔導團隊其實他在協助這個地方發展產業，一定要跟地方政府跟社區的組織，或是這個區域內的組織做很好的協調跟溝通，因為有非常的熱誠、你了解地方的需求，才能達到他們想發展的目標，那以輔導團隊的專業才能達到你預期帶動他們一些改善的一個永續的一個發展，所以其實是三方面都很重要。

問：那你認為說到目前為止，這三方面中小企業處做的有哪些需要再加強的部分嗎？

答：其實中小企業處只是一個行政單位，輔導團隊基本上在這三方面，應該都進行都還算不錯，就還是要看第一個地方政府他重視的程度是怎麼樣，那地方政府重視的程度很高的話，他有專屬的成員在協助推動這個部分來講，對地方業者或是輔導團隊當然都是很加分的效果，因為地方的長官如果支持他地方產業的發展的話，我想在很多的政策啦！或是預算啦！都會積極去爭取跟配合嘛！所以在輔導團隊這部分來講，基本上應該他們都會很積極主動，去整合各個方面的資源。

問：那您認為說，地域振興是要把觀光客帶起來、把整個地區活化起來才算一個地域振興嗎？

答：其實地方特色產業行銷，一般來講我們區分為兩種，一種是把產品賣出來，一種是把人帶進去，把產品賣出來的乘數效益是比較低的，因為它只是把產品賣出來，比如說中寮植物染放在台北的新光三越百貨，它只是把產品放在那邊賣，今天受益的只有植物染的業者，那今天把人帶進去，其實剛才提到說它的乘數效益就不只了，因為會帶動整個產業的供應鏈的發展，因為有食衣住行相關而不是只有植物染這個產品在做發展，所以在地產的產品在地銷，這個是很多提到說地方產業他的規模，地產經濟他就是這種方式他不是一個把產品賣出來了，是希望說我到了這個縣，我才發覺到這個是這個縣的特產，今天台中太陽餅雖然還是在台中很有名，可是其實台中的太陽台北應該也買的到，所以這個力量雖然塑造成台中的太陽餅，那其實現在時間、空間都很小，怎麼樣去塑造說只有當地才能買得到的特色的？那這樣吸引人去你不到我這邊來你可能就買不到我這邊的東西，那當然這個銷售的量跟你的策略是怎樣子，我想有不同的效益。

問：不是有那種類似一個商標，就說我這個商標只有這個地方才有，那您覺得政府推這個有那個效益在嗎？最近不是電視不是講說大嬸婆？

答：商標！其實現在很多區域的地方產業他們塑造自己的我們講說形象也就是商標，大嬸婆其實也是滿離譜的，今天他是以大嬸婆來塑造他的形像，其實當初用都沒什麼問題，因為大嬸婆漫畫者是在地出生的人，他把這個意象塑造出來的，那商標把它的圖像去做文化的訴求包裝，所以產生了未來大家對他的地方的認同，其實對大概六年級的學生，根本不知道什麼是大嬸婆，因為那個大概是五年級的漫畫，所以只不過說他創造出一個話題，讓地方有一個文化的包裝，那今天他只不過是因為跟作者產生使用權利上的紛爭而已，那地方的東西我想還是能結合，因為這個剛剛好大嬸婆是一個各人的著作，所以有這種紛爭。如果說共同去創出一個形象，或是一個區域的概念的話，我相信那個東西是屬於區域的、組織的東西，比較不會像大嬸婆那樣，因為它是個人的創作的問題，事實上如果未來區域去把它塑造一個形象，比如說中寮植物染的故鄉，那這個是意象是很清楚的，大家覺得說植物染就在中寮，不是在三峽、也不是在彰化、也不是在高雄，所以共同的一個識別的商標，當然是有助於地方整體產業的發展。

問：其實像剛剛您說的，假如中寮要發展那種地產地銷，我有問他說這個可行性，他說不可能，因為當地就是吃啊、住啊都有問題，那你怎麼把遊客帶進去，遊客雖然想進來，但是你進來之後你不知道要住哪裡、不知道要去哪裡吃，那你覺得這個有什麼改進的方法？

答：基本上講到說他們怎麼留住遊客？今天遊客有很多願意留下來的，自然會有商機、自然會有人去投資，住的啦！吃的啦！玩的，最重要的是說我們要留住的、地區要留住客人的立基點在哪裡？你今天植物染，好

我就去那邊 DIY，DIY 沒有了！我也不會進去我就出來了，今天你要留著說今天去金瓜石，我能安排晚上一些活動、然後早上有什麼活動，讓參與的消費者能願意留在那邊，那才有這種食衣住行的問題，今天你的產品就沒辦法留住客人的話，他大不了去植物染 DIY，然後去和興村用個午餐，然後就走了，我下一站可能要到竹山等等的，就是說用什麼方法留住你的客人，你能讓客人在這個點能停留更多，至於說現在植物染可能中寮可能沒有飯店、沒有民宿，因為目前時機還不成熟。所以以中寮植物染產品，它可能沒辦法地產地銷，它還是要靠把產品賣出來的模式，至於說留在中寮是因為要塑造它的意象，中寮是植物染的故鄉，所以今天還是會有遊客進去，做他的 DIY 跟他的和興村等等，甚至中寮等等的一些有名的觀光景點，我想在植物染這個部分，因為它目前的競爭業者只有兩家，他們還是採雙向的部分，賣出來跟進去消費的部分同時在進行，可是基本上還是在業者上面而已，基本上帶動的效果目前還不會很大啦！

問：那您覺得由政府來推動特色產品認證制度有這個效果嗎？

答：特色產品的認證，只要談到認證基本上，無非是做一些他的品質或是等等的一些背書，那未來今天如果我們要推上國際性的產品，當然有政府的認證的背書當然是有其加值性，就像我們一般在推的台灣精品的概念是一樣的，你塑造成它是台灣的精品，所以你必需政府就是用部分的預算，去協助這個台灣精品到國外的行銷，那過程是可行的，那只是說怎麼樣去訂定它是台灣特色產品，這個就有滿大空間可以去思考的。因為定義出來以後才有辦法去做認證，至於說認證之後的背書問題，我們到底是做認證？還是只在做一個獎項的一個推展？如果是一個獎項的推展的話，對政府來講可能沒有很強力的必需背書的問題，可是如果說我們是做個認證的話，那它基本上就有 GMP 啊！什麼的食品優良認證的問題，所以那部分的行政過程可能會比較繁複一點。

問：因為常常在外面您可以看到說，您看到一些竹藝品他也可以說是竹山，如果有一種認證說中小企業處貼一個標籤說這是我們輔導的東西，那會不會比較對地方會比較有幫助？

答：其實目前你去看很多地方特色產品上面，已經有掛這種東西了，不過基本上比如說，這個是農委會輔導、這個是客委會的輔導、這個是中小企業處輔導的，其實地方特色產品多少已經有用這種模式，在做產品的宣傳，目的地也是借重說我這個是政府有輔導、有保證的，應該也不算保證啦，應該是有輔導過的，所以不過這個是兩極化，因為必竟政府只是一個行政單位而已，他協助他也沒有必需去幫廠商做這樣的背書，所以認證不可行，其實還是要看說業者接受的程度，其實以近年來台灣的工藝品，幾乎很多部分已經被大陸的工藝品所佔據了，其實要去做認證這個部分，其實在技術上可能會有比較多的困難。

問：這樣就會有常常會有很多的仿冒品！

答：其實很多地方你去看到很多東西不是台灣生產的，幾乎都是大陸生產的，大陸生產的不是大陸人做的，是台商拿到大陸去做的，所以因為工藝品的東西如果牽扯到一些手工的東西，更是會產生這種狀況。

問：因為工藝品可以外銷，像農產品就很難外銷，要檢驗。

答：所以很多工藝品，包括很多原住民的產品其實都不是在台灣生產的。

問：還是拿回來台灣賣！

答：是沒有錯的。

問：所以這種問題也是需要去改！

答：這個業者都會跟你反應，因為業者你去到哪個地方，尤其比如說木雕品，現在木雕品幾乎都是大陸的來，可能是成品、可能是半成品，所以其實你說鹿港要發展木雕工藝，其實是也滿辛苦的，因為其實他很多產品，三義的木雕，其實很多都是大陸來的產品。

問：那其實政府是否應該要趕快推一個廣泛的機制，就是說他能確保說這是台灣做的地產地銷的東西。

答：那這就怎麼去塑造，有商機的地方就人去經營，所以今天我台灣的同樣出來的產品可能要一萬塊，我大陸出來的可能是一千塊，所以其實同樣的一個木雕品，一萬塊的可能就沒有什麼競爭力，至於說怎麼去塑造

說他正本清源的，坦白講可能我個人覺得說，短期不是很容易、短期有難處。以早年的我們講說以工藝師的話，基本上有個出廠保證說工藝證明，這件藝術品是我做的，所以我親筆簽了一個證書代表說這個作品是我的，這個是對藝術品的部分應該可以採用，今天一個生活工藝品，有可能不這樣做！因為也不大可能是由每個工藝師去做認證簽名的動作，所以基本上事實上還是有兩塊的問題啦！到底我們是採高單價或是低單價的產品在競爭。

問：所以開放大陸東西進口也是一個問題囉？

答：在地業者都很傷腦筋這個問題，在地業者其實都滿傷，今天尤其是談到生活，既然是生活工藝，他們的東西都不是不能仿的。

問：其實像中寮那種植物染他們也是很辛苦啊。他們要面對大陸那種很漂亮又單價又低的那種植物染。

答：對啊！沒錯啊！因為談到說植物染布絕對是手工，在手工的前面下成本都比人家高。

問：成本都比一般合成的還要貴。

答：所以是有這個問題！只要談到手工的問題，絕對會有！今天如果說電子業那種東西，基本上比如說有電子業這個東西，其實差異並不是在人工上面，差異是在材料上面，因為自動化的東西，其實人工已經不是重要的成本，差異是在那個材料費用的問題，跟手工藝事實上是不大一樣的，工藝品有很多人工的問題，材料問題在國內發展，也是有一點點問題啦！早年我們產業發展，因為我們不產藤嘛！那東南亞那邊沒有進口，我們產業就消失了，所以原料有一些它的特殊性，就是發展地方特色產業的時候你要去注意，為什麼要強調說地方的資源地方用，因為你如果是外來資源地方用的話，你今天去把東南亞的產業進口進來，那他不讓你出口，你這個產業就完蛋了，地方產業的東西其實他很希望說，你是地方的資源，今天同樣的你在地方的。我們講說做民宿好了，你希望用的是風味餐，風味餐當然是你地方產的，而不是說高雄買來的、台中買來的，丟到南投去做風味餐，基本土地產就是這樣子，只要你地產地用，就是用地方的資源去產生地方的產品，這樣才能帶動地方的經濟嘛！今天我南投做風味餐，然後我買的是台北的食品或是高雄的食品，那其實對地方也沒貢獻，他只是在做消費者的銷售而已，那如果說用地方的資源來做地方產業發展，其實是有他基本的根據。

問：那如果您剛剛講的說，如果大陸進口一直進來，那其實輔導團隊一直在輔導的時候，那種問題還是會在啊！那您覺得還有什麼改進的方法？

答：恩！當然我們一直強調說，讓業者自己去開發出合適他們的銷售的產品，在不同的產品去塑造你自己的特色，去產生它的附加價值。今天你要把它區隔成大陸的價格是低價的，那你怎麼樣同樣一個產品，你可能要賣一百塊，他可能只賣五十塊而已，那讓消費者怎麼去接受你這個一百塊，可能是目前經營者要去考量的東西，而不是一味的做價格的競爭。那今天給客人付出這一百塊，你讓他得到的價值是什麼，這個應該是比較重要的，那消費者如果他要去接受五十塊的產品，那可能有他的價值觀，那今天如果我們業者能創出說，今天我給你一百有他的價值，我相信消費者還是會回到有價值的地方。

問：那您覺得說工藝品遇到的問題，那會不會跟現在的人們生活型態的改變有關，就說我吃飯不用一般的陶碗我都用一些紙碗啊！筷子不用竹筷都用那個環保筷啊？

答：這部分我比較有不同看法，因為其實看你怎麼去創造他的附加價值，竹山開發出來的竹筷是很精緻的，那早年我們是用環保筷，因為現在有環保意識概念，免洗筷啦！然後環保概念興起以後，除了產生直接的不銹鋼的產品之外，當然竹山的竹筷，它開發出來的價值也讓消費者可以接受，它開發出來的竹筷是很夠精緻的，也可以當做重覆使用的一個用餐工具，那其實又慢慢的消費者就會接受，採用比較生活工藝式的竹筷，而捨棄掉以前的免洗筷，這個趨勢慢慢的消費者觀念有在建立，這個是我們可以看得到的。

問：那最後請您對那個工藝品是不是能帶動地區發展做最後的建議，如何做才更能帶動整個地區發展。

答：工藝品其實還是講求到一定有賦予它的在地的特色，因為今天的工藝品，如果三義的木雕跟鹿港的木雕是

一樣的，其實他們就沒有辦法區隔；白河蓮花跟觀音的蓮花你沒有辦法去區隔的話，其實兩邊都會有困難。同樣工藝品他除了賦予剛才我們講說他有文化的特色以外，他必需要重新賦予它一個對生活價值的需求，因為它將來可能不是一個藝術品，它必需要融入人們的生活當中，所以讓消費者去擁有它的時候，會感覺說它有一些懷念跟價值，那也許是因為比如說白米木屐，他去白米他獲得了很快樂的經驗，然後他把去彩繪木屐、去玩童心木屐、去做鑰匙圈的小木屐，他把他的懷念跟歡愉的經驗留在那個木屐裡面，今天回來之後他還是會記得這個工藝品是來自白米社區的，我想把人文故事融入消費者，讓他產生後續的附加價值，下回這一群消費者，可能他結婚生子以後，他還會帶他的小孩到白米社區去回味，他當初所獲得的那個工藝品，我想這個就是很地方產業要永續推動的一個經營，因為你的消費者將來還是你的消費者的人口，那工藝品其實絕對會在地方做...只要你能塑造出它的特色跟堅持你的經營模式的發展，因為是可以讓地方的經濟有所助益。

受訪者：X 小姐(D2)

時間：2006 年 6 月 28 號上午 9 點 15 分

地點：經濟部中小企業處－X 小姐辦公室

問：貴單位在輔導特色產業時是以什麼角度，來看待地方特色產業？

答：我們現在不是有 319 鄉鎮嗎？我們是希望是說，你有沒有看那個地圖，那個地圖是日本的。我們是希望說每一個鄉鎮，他們的一個鄉鎮是比較大，就是我們的 3 倍左右，所以我們希望我們台灣的 319 鄉鎮，每一個鄉鎮都有一個它的特色，比方說一個鄉鎮有好幾個特色不一定。那我們現在就開始說，我們最近有在辦那個一鄉鎮一特產去縣市去做說明，希望說自己鄉民能夠發掘自己的特色，因為我們以前作法就是有上而下的做，我們現在委辦計劃是這樣做，就是說我們一個年度看有多少預算，然後就看可以發包多少個案子，那一個案子一年度大概都是一百五十萬到兩百萬之間，弄好案子之後我們有專業團隊在做，我們是委辦方式，然後專業團隊都是自己去找點，或者不一定有發現真的有歷史性、文化性、獨特性、唯一性的東西，就是我們地方特色產業的定義：歷史性、文化性、獨特性、唯一性，因為每次他們來提案的東西，可能就是我們耳熟能詳的這一些產業，所以我們藉由這一次網路票選的活動，讓當地人去把他們以前的特色真的去把他講出來，不管是我們中小企業處，是希望能夠輔導的工藝為主，為什麼是以工藝品類為主，因為農業有農委會在做的，文建會有在做工藝品的，不過他是在做比較 high level 和低層次的，中間這一段是沒有的。很棒的藝術家他有在幫他支持辦展覽，可是另外一種社區營造可能是還沒有意識，可能慢慢在培養那種中間這段沒有，我們是想著力這一塊工藝品類，所以我們第一波的活動在工藝品類，每個鄉鎮看可不可以繁衍自己的工藝產品，一個鄉鎮以一樣為主。那另外第二種食品加工，因為我們覺得農一級產品，因為是農委會來做會比較恰當，雖然我們會希望一起來，這次活動我們也會邀請他們一起來參加，還是著力在加工對我們來講比較能去協助的，所以我們會做這兩個：一個叫做是工藝品，另外一個就是食品加工類。另外一個就是地方特色產業達人，你懂得越多的你可以上網站，你可以回答問題，了解我們台灣的特色，這是我們想要彌補。以後我們在標案的時候，我們是不是可以不要以團隊來提案，我們自己去選那個地方的特色，然後團隊來提案，就是我們把點找到。例如說：我們嘉義新港，除了交趾陶以外，是還有別的嗎？就這樣子就是說，因為交趾陶很多單位都輔導過了，文建會、中小企業處各單位都輔導過了，除了交趾陶還有那個天后宮那邊是很多吃的啦！我們還是以工藝品類為主，就是說除了我們知道以外，還有沒有別的！我們希望未來是這樣子，當然我會希望說有些是我們指定，有些讓團隊自主提案的地方，尤其像偏遠地區、離島地方，我們希望有些固定案子來協助，因為他們地方能得到案子也比較少，資訊也難以獲得，所以我希望說能夠有一些類似保障的用意！

問：目前做法來說是否會產生輔導廠商的選擇上的問題？

答：因為我們標單都會講說，你要輔導那個產業，例如紅茶這個產業，輔導這各產業的時候，我們會跟他說你要輔導 8 到 10 家的企業，你在提案的時候就要把這 10 家講出來，因為我們是中小企業嘛！我們必須要輔導企業嘛！那一定要合法嘛！

問：您們對於工藝品是否有保護的措施呢？

答：其實我們在遴選的時候，是沒有辦法這樣子來說的，因為有很多制度上面的問題，我們沒有去指定說一定要工藝類，可是我們會跟輔導團隊說，我們會比較聚焦在，以前的作法根本不適合，就時代變遷就是說，以前就是說休閒產業也算，那我們覺得看山、看水的，應該是交通部去做不是我們去做，所以我們接案子三年，第一年是在學習所以不知道怎麼做，因為一個案子一標就是三年，所以今年才開始重標的，所以那我們告訴業者一定要是什麼產業，比說說你要是紅茶就一定要聚焦在紅茶不是陶瓷，那不太能夠說我只工藝品類為主，只是這次案子很多都是工藝品類，因為我們有一直在宣導，因為農委會有很多預算，它可以去做他的農特產品，我們就著重在這一塊，而且農業方面的東西我們沒法著力，要有農改場、茶改場，所

以現在有在慢慢調整當中。

問：像工藝所不是也有在執行嘛？

答：可是他們都大多在辦活動阿！還有辦研習阿！

問：像中寮植物染是他們輔導起來的。

答：你覺得她做的好嗎？你有沒有去看過？我覺得這兩家都不及格！這兩家也是我們也輔導過的，一家是媽媽多啦！都是媽媽就只會做、不會行銷、不會說，所以要靠團隊去幫他們行銷，那她東西其實東西手工都很細的，我們幫她拿到台新的網站上去賣，一條八百塊的絲巾，跟阿姆是五百塊的，因為阿姆是有點半機器在做他可以量產的，你現在輔導團隊走掉了，你看看他們在做什麼？我覺得很困難這兩個店喔！因為阿姆是有年輕的人在弄，可是因為資本小，想要包贏是不太可能的，因為如果有外國人要跟他，她希望就貿易的規則，他就覺得說對他來講是有風險的，因為植物染的東西是顏色不太能夠確定，它就要在合約著名很清楚，可是我們覺得說你買植物染，你就要有這種認知嘛！跟一般染的根本就不一樣，他請我們團隊幫她找一些規定規則，現在目前的作法要跟外國談生意還是有一段的距離，可是他有努力往這個方向走。可是巧手就是靠團隊在幫它行銷，要不然我們帶客人去買，我們現在作法就是，我們每個縣市都有服務中心，我們希望說服務中心在輔導過程，輔導團隊在輔導過程當中能夠有陪伴的機制，因為服務中心並不是會輔導的人，他把我們政策傳達出去，我們希望他在輔導團隊輔導過程中，他們也能夠去參與了解地方問題、了解地方需求，等三年輔導完之後它可以繼續陪伴嘛！因為他在地嘛！最近嘛！因為服務中心也了解政府的資訊有什麼，所以它需要融資阿！E 化阿！都可以阿！今年開始我們會考慮這樣來。

問：你們有考慮到與民間組織來結合例如協會？

答：那都要錢的，因為我們服務中心每年都有補助，那這個東西讓他們去做會比較 OK！我們不會再有另外一個負擔，所以有人說中央很有錢，其實我們很窮的。

問：在遴選輔導團隊有改善空間嘛？

答：基本上在做這個輔導的團隊，用手指頭、腳趾頭都可以數完的，我覺得這些輔導團隊也應該加油，就是說我們未來會中程計畫，就是培訓這些團隊的人往上夠進步，有時候我們覺得說，他們如果能充實更好的時候，對地方會更好，所以我們也會培育他們，除了給他們出國看。他們本身就會出國，希望我們帶她去就是能夠跟政府，或是比較平常人看不到的東西，那我們帶她去了解官方政府政策的推動過程，跟民間如何結合，我們今年十月吧！日本大卑縣會辦一鄉鎮一個特色展覽跟論壇，我們就也會帶團隊去，也會去那邊擺攤位，也會有參加他們的論壇去發表，那這個是讓業者跟團隊能夠更深入了解其他國家的作法。

問：一鄉鎮一個特色是參照日本、還是泰國？

答：日本的吧！日本比較早在做吧！泰國也是在參照日本的吧！one tombo one product，tombo 那也是城鎮的意思嘛！那我們是 town 不一樣，我們用 otop 他覺得不行，他說我們出國要用 ovop，因為泰國的泰文縮寫就是 ovop，可是他把他翻成英文的時候就是 ovop，那他覺得說我們應該把他翻成 ovop 不可以用 otop，我那時候就用 otop，我管他！她不能管到我，我幹麻用那個！如果出國就是 ovop，因為我們覺得 otop 那個字眼很好，就是 All top 的感覺的好，什麼東西有 Top 的感覺，那我們今年八月底的時候，有辦那個 APEC 的活動地方特色產業網路博覽會，有 APEC 的會員國都會在網路展出五百項工藝品，那我們台灣也選出五百項，這是在網路上大家可以看到他的產品之後，幫這些工藝家去行銷，我們上面也可以做交易嘛！如果有需要電話自己撥，目前階段是這樣子！

問：您們輔導的成果會有什麼樣子呈現？

答：就業人數、營業額這是最基本的，然後我每次在講這個成果的時候絕對不是講這個，因為只要政府去輔導的三個要素，如果達到一定賺錢而且大概一年多就會賺錢。因為我們再輔導一個區塊，那一個區塊他會有一個帶頭者，那個帶頭者是不問你會獲得什麼，目前那個「憨人」，如果有這樣子的一個人，願意帶同業或

異業的業者一起，有輔導團隊的幫忙，再加上政府的資源進來絕對會有效果。因為政府協助你做，專家一定是希望你一定要好那加減要聽，你可能沒法聽到十分，你要聽到七分、八分，然後再幫你做行銷，對你來講一定會有進步，當客源來的時候你就要不斷的去改善，我們會帶你去看看別人是怎樣的過程？怎麼進步？可是你不是教你去模仿人家，你要看到他你想到自己的特色是什麼？一定要差異化，這個剛剛講的一個「憨人」，委託到對的團隊之後，大部分時候去投入，一定會起來。我最愛講的是說，他回饋社區了什麼？回饋地方了什麼？我每次講賺錢是應該的，可是我不是看你賺不賺錢，在看地方的凝聚力，我們輔導很多案例，我們都覺得說讓我們很感動的，就是說原來地方的人原來互相不認識，因為是同業互相競爭嘛！到後來變很好的朋友，雖然那是同樣東西，可是他之間的感情變很好，我常常在講三峽大豹溪的例子，那裡以前是看山、看水的，那種賣風景的，我不知道你有沒有去過？以前年輕人談戀愛一定會去的地方，現在大概都不會去了，因為更多好玩的地方，那裡是賣土雞的，樂樂谷阿！滿月圓！是森林遊樂區，那地方都是鐵皮屋賣土雞城，可是他們之間反正你賣土雞跟我賣土雞彼此間根本不認識、不往來，接了案子以後就變成大家變的很有默契，辦了這個產業輔導之後還封那個溪，因為那個溪夏天常常有人去戲水淹死，大豹溪每年都會出現有人溺斃，他們就封溪護魚不准人家很多告示，很多志工在巡守然後封溪護魚嘛！魚都被釣走或水不乾淨嘛！裡面有很多人在那邊烤肉，後來慢慢兩年以後，我每年都會去看他們嘛！他們看到我就很高興，他不是跟我講他賺的多少錢，他們就告訴我說你快來看我們家的魚養多大了，那種感覺是很不一樣的，就覺得孩子養多大了！他們辛苦變好大了！我就跟他在那個橋那邊，一直在那邊看那個魚，就覺得三年兩年多這樣子成果就是這一些。然後他們之間那個地方有一個會長，他就說他推動地方組織要和諧，我每個月要推動一句好話，見面先要講一句好話，才能講你今天要講的正事，如果沒講我們都可以不要理他，比如說你今天好帥喔！講完才可以講別的，講你好帥完之後，不管你等會下一句要講什麼，可能都會聽起來蠻順耳的，像這樣子呀！

問：工藝品被大陸品所衝擊，您的看法？

答：我們爲了這件事情，我們有一個標案就是，希望做出一個代表地方特色的工藝產品，有一樣產品我覺得是很有創意，可是委員就說要符合人家期待以外，還要有驚奇的感覺，除了期待呢！還要有驚奇！你看到那個東西就很 surprise，它可以弄成這樣很有創意，還超乎想像中的東西。我們現在有一樣東西，你拭目以待就是廟裡面擲杯的，那個我們把它做改良，因為台灣人很愛拜拜嘛！可是泰國人拜跟我們方法不一樣，那個東西我們會做一些有創意，因為我們廟宇很多，他那個東西有很多種的用途，等待開發好可以去看看，我們要開發一些產品，然後要培育一些已經有一點程度的工藝家，這些有程度的人在更上一層，希望能從對的活動跟企劃中再找出代表台灣的，不管是 logo 或是很多產品不一定可以量產的是能在地化的行銷，還是能夠推到國外去，我們希望能夠找到代表台灣意象的，地方特色產業推到國際上去我們一直在找。可是地方特色產業，剛剛有講過，就是鄉鎮市爲主那個區塊，然後他的特色是有歷史性、有文化性、有獨特性、有唯一性這四個都有的話，那是最棒的那是很有特色。如果只有一種有歷史性也非常重要，那我們如果找到有這種元素的產品，再加上一些創意或是跟別的東西結合在一起，我覺得應該也可以跟 IT 產業，有些地方特色產品他的外型、外觀上面，可能我們可以用在地的原料，因為我們地方特色產就是要用在地的原料作出來的，可是他的功能上面可能有 IT 的功能，我覺得那會可以有比較多消費者可以去接受他，而不是只有限小部分消費者。譬如說包括你們這種年輕人都會愛，如果可以量產我希望可以有這樣的東西出現，然後來台灣能夠有這樣的東西買回去，不管男的女的來到台灣。像我們的 101 阿！也是很有創意，可是太大了！他是用杯子，一個杯子、一個杯子疊在一起，不知道用什麼方法，下面有一個燈可是我覺得那個有創意啦！不是那麼理想，因為有些東西帶到國外的東西輕薄短小，因為你一買要買好多個，如果你都是那種重的玻璃杯人家不會帶，只會放在哪邊那是觀賞，像消費者日常生活中可以用到的，如果像 high level 的工藝家做出來的東西是觀賞，那多少人會買你的東西那是少數，這是我們生活上可以用到的，像日本人都走

這樣的路，可是我真的佩服日本東西的品質，我們台灣人要趕上日本人，那種感覺是日本人做出來的產品，他覺得不符合他自己的期待不是他覺得可以看的可以用的，不和他自己標準的，所以他幾乎是沒有不良品。台灣人只要過去就過去了，對不對？那是民族文化的問題，所以我在十年前去日本問他們說，去看他們資訊產業問他們說，你不良品怎麼處理？他問我說什麼是不良品？可是你現在到日本去，他們每一個產品都是，感覺是他自己生的孩子一樣，把最好的呈現出來，所以你會覺得說我們精神要跟他學習，要跟她靠近還有蠻大的距離。

問：日本是走體驗型的工藝品您的看法呢？

答：我們台灣不是也是嗎？只是體驗沒什麼感覺阿！譬如說你要做壓花 DIY，可是對你這個場域沒什麼關係！你也這樣做！而且那個模都是工模，我在講說三、五年後一年後你就忘記在哪裡做的，根本就是滿街都是嘛！人家就是不一樣阿！人家就是我看到日本的體驗工場就是走當地的特色。溫泉就泡溫泉，那是你那個當地應該有的，那你如果有的話你就是藍海策略，你就沒有走出自己那一塊呀！沒有走出自己的獨特性，那你沒有發覺你那個地方有什麼特色？你覺得溫泉會賺錢，蓋民宿會賺錢就蓋民宿，你錢都跟商務旅館一樣，服務你有比人家好嗎？乾淨有比人家乾淨嗎？人家為什麼要來？這是現在的趨勢，可是你要回頭看看客人有多少？像台中縣新社，他那邊的民宿業者是有素質的，可是收費跟商業旅館一樣 800、1000，800 塊一個人，那你看我們商務旅館，像怡克或康橋那種商務旅館，像我覺得服務跟乾淨度就沒比較好。

問：您們會跟鄉鎮公所配合嘛？

答：會！我們開說明會都找鄉鎮公所配合，那 25 場說明會 otop，現在都會！包括服務中心，因為鄉鎮公所整個還是困難，我們以前辦案子的時候，很多鄉鎮公所就標案的時候，要寫推薦函他們都會來鄉長都會來阿！有啦！現在我們制度，我們越來越改善這方面了！

問：培育人才方面？

答：跟日本一模一樣！那是文建會再做的阿！他們很多工場阿！那個草屯那個地方阿！工藝研究所阿！我們可能會培育大專生還有輔導服務人員，還有在地一些就是有意願加入地方特色產業地方的人、輔導團隊、莘莘學子，希望他以後能夠投入。

問：你們努力的方向是希望民眾一起參與嘛？

答：對！對！對！

問：但是容易嗎？

答：當然不容易阿！所以我們開 25 場說明會，很多人還搞不清楚，開完我看他還是不清楚，要不斷教育阿！不斷不斷的做讓他們有感覺，我們跟他講他還是沒有意會到，那個我們所說的地方特色產業是什麼，譬如說他產釋迦的，他就說哦！我們釋迦比什麼什麼好，我們家是最多的，可是釋迦也是他後來才種的，看那個價格好，看那個咖啡啦！古坑的咖啡、娥眉有咖啡，到處都有咖啡，到底哪一個咖啡好？