



第一章 緒論

第一節 研究動機

美國第三十任總統凱文·庫力吉 (Kelvin Coolidge) 曾經說過：「文明與利益是攜手共進的。」從這句話我們或許可以引申文化與利益也是並肩而行的。文化怎樣可以利用作為有利益回收的投資工具，是近年全球各地都興起研究和討論的熱門課題，更成為先進國家的社會和經濟發展政策（許焯權，2003）。在全球化與科技化兩股力量的推進下，全球新經濟型態已轉變為以創新為主之知識經濟型態，「全球思考、在地行動」更成為 21 世紀之主流思維，政府為貼近此一脈動，積極推動「挑戰二〇〇八國家發展重點計畫」，其中，文化創意產業發展計畫，期待藉由結合藝術創作和商業機制，以創造具本土文化特色之產品，藉以增強人民的文化認同與增加產業的附加價值，這是我國首次將「文化軟體」視為國家重大建設工程（陳郁秀，2003）。

長期以來，苗栗地區予人的感覺總是停留在較保守、封閉，各項建設落後及資源不足之印象，甚至有「文化沙漠」、「三等縣」之說法。以全台灣而言，苗栗的觀光來客數是全台灣最低，近年來地方政府才覺醒要好好急起直追，但受限於交通與資源開發利用等因素，成效進展有限。作者身為苗栗的一份子，面對如此景況，總是無法釋懷。根據文獻資料顯示，「美之山城——苗栗」，蘊藏著許多珍貴的文化瑰寶，無論是自然環境或是人文內涵均有可觀之處；峻麗的名峰險嶽、樸實的田園物產、別具特色的傳統工藝以及客家、閩南、原住民的多元生活風情，均為苗栗地區最耐人尋味的觀光旅遊資產。而在傳統工藝方面，尤以可溯源久遠的陶瓷文化歷史著稱。根據陳新上（1999）指出，「在苗栗的陶瓷發展方面，很早即有史前考古遺址的發掘。其中曾經發現有陶器出土的史前遺址包括二本松遺址、苑裡遺址、後龍底遺址、新港遺址、龜山遺址、大湖法寶寺和竹嵩屋等遺址。其出土的陶器包括彩陶和黑陶都有，從這些文物中說明苗栗在大約四千

以苗栗窯業為例

年前即有陶器的出現」(苗栗市誌, 1998, p130-131)。窯爐是陶業製作的重要



圖 1-1 竹南蛇窯為縣內第一座古窯生態博物館

設備, 從窯爐形式的演變可以看出陶業發展的軌跡。由於苗栗陶業發展有悠久的歷史, 所以使用過許多不同的窯爐, 最難能可貴的是苗栗擁有全臺灣最完備的窯爐種類, 各種在臺灣幾乎絕跡的窯爐, 這裡都還保存著, 而成為苗栗最珍貴的文化資產之一, 在臺灣傳統陶瓷文化逐漸凋零之際, 值得各界加以重視。



圖 1-2 竹南蛇窯門口的陶版解說牌

原本即將式微並走入歷史的傳統古窯生態, 在 2000 年竹南蛇窯的女主人也文史工作者鄧淑惠女士傾心投入下, 針對苗栗古窯完成一件社區總體營造研究案, 該



圖 1-3 華陶窯新建之登窯

研究案經文化局出書後, 獲得當年得金鼎獎, 這個鼓勵讓苗栗古窯出現一線生機。其後由苗栗縣文化局主動將該書內容向內政部提報為設計案, 委由台大城鄉所規劃, 於竹南蛇窯率先執行「苗栗縣古窯生態博物館重整規劃設計案」, 為古窯再造, 樹立典範, 之後將陸續推廣至縣內其他各窯種。



圖 1-4 華陶窯呈現台灣傳統建築之美

位於苗栗縣苑裡鎮的「華陶窯」, 主體風貌融合了台灣特有的建築景觀、原生植物栽培、柴燒陶藝創作、生態復育等多重面向, 誠為台灣中北部海線地區首座且最具人文藝術與自然景觀結合的代表性據點。在文建會推動各縣市的「地方文化館」計畫中, 華陶窯的「台灣人文窯場展演館」備受各方肯定。秉持著「根源本土」的價值觀, 它不單純只是一座燒陶的窯場, 而是試圖透過凝聚於生活場域間的文化, 勾勒出對台灣整體歷史、人文、自然等多元角度的記憶; 希望透過苗栗傳統登窯、原生植物復育與栽

種，以及台灣早期民居景觀風貌的統整，呈現出「台灣之美，始終如一」的理念。



圖 1-5 金良興窯業，剛出窯的紅磚



圖 1-6 金良興窯業積極推廣磚雕藝術

另一處與窯爐產業有關的地方文化館為「灣麗磚瓦文物館」。「灣麗」是苑裡地區的舊稱，長久以來，磚瓦產業總是跟著建築業的興衰而有所起伏。原本磚瓦窯林立的特有景觀，也隨經濟發展、產業結構的改變，而日趨沒落。金良興窯業創立於民國六十三年，窯體長度有 162 公尺，是苑裡地區僅存持續燒窯之窯場，也是苗栗最早之隧道窯廠，因為其原料的來源為火炎山優質之風化頁岩，所以品質佳、風評好，曾經享譽全台。自民國八十五年，配合政府的社區總體營造計畫，結合山腳社區推展紅磚產業文化，將磚雕

技藝推展至社區，並與學校課程結合，充分發揮在地人關心在地事之精神，使居民產生對磚瓦文化傳承與保存產生認同感，目前成立了「灣麗磚瓦文物館」，展出之型態包含了動態的磚瓦製造過程，以及靜態的磚雕藝術、圖書、窯種史料等。此乃傳統產業轉型後，融入文化創意，結合社區總體營造計畫後所現之典型示範。

本研究捨棄『苗栗陶瓷』而直接以『苗栗窯』為主題，乃希望透過文化創意產業品牌形象之塑造，提升民眾對於苗栗窯業之歷史、人文、風情有更深度的了解，除了區別一般民眾對『鶯歌陶瓷』根深蒂固之印象，也重新打造『苗栗窯』之品牌符號，帶動產業文化之復甦，為苗栗文化財的保存盡一份心力。配合政府部門的「古窯生態博物館」與「地方文化館」之整建計畫及縣內林立的窯場和陶藝工作室，作整體的視覺形象規劃設計，讓在地居民產生認同感，凝聚民眾的向心力，為地方留住人才並吸引更多專業人士進駐，進而展現苗栗地方文化風貌與活絡傳統陶瓷產業，更能讓其他鄉鎮，甚至國外的訪客認識苗栗窯的文化風貌及產業特色。

迎著「全球思考、在地行動」這股世界脈動的風潮，隨著政府推行「文化創



意產業」的腳步，作者身為苗栗在地的文化工作者，樂見政府與民間皆積極投入，為創造更具地方人文特色之產業環境竭盡心力。有幸躬逢其盛，希望能藉由推廣家鄉的文化瑰寶——苗栗窯，並且保存苗栗古窯文化和建立起代表地方文化產業符號之品牌。讓品牌與產業實體的互動，復甦逐漸式微的傳統窯產業，進而帶動當地的商機。為苗栗古窯文化的傳承與活化及地方傳統工藝之復興，略盡棉薄之力。只要透過各種專業人士之積極投入，政府部門的全力扶持，再結合當地居民的共同參與，必可探出苗栗這塊塵封已久的瑰寶。經過細心的擦拭與雕琢，相信不久的將來，寶石的光芒，終將輝耀於湛藍的天幕上，贏得眾人驚羨的眼光與掌聲！

第二節 研究背景

在國外，文化產業已經與都市發展緊密的結合在一起。Hilary Anne Frost-Kumpf 在《文化特區：城市更新的藝術策略》（Cultural Districts: The Arts as a Strategy for Revitalizing Our Cities）一書中指出藝術在都市發展所能夠發揮的作用包括：美化與活化城市、提供就業、吸引居民與觀光到城市、提高房地產價值、放大稅基、吸引高教育的工作者、建立創意的與革新的環境等。現今世界主要的大都市如：紐約、洛杉磯、倫敦、巴黎、東京等都積極利用文化產業從事都市建設，並大量輸出其特有的城市文化產品，維持全球城市的地位與競爭優勢（劉維公，2004）。

在國內，「文化創意產業」、「新故鄉社區營造」共同被列為「挑戰 2008 國家發展重點計畫」（2002-2007 年）之重要政策。以開拓創意領土，結合人文與經濟發展文化產業；利用在地資源、引入人才及創意，營造活潑多彩的地方社區為目標。

近年來，「文化創意產業」一詞被廣泛的討論與研究。全國各地紛紛傳來不同



的聲音，有人贊同，有人質疑，各界反應不一。來自學界、業界、社會各階層各種不同的見解與建言一一呈現；從中央到地方政府，無不盡力舉辦各種研討會、說明會，積極宣導推廣此一政策，以協助在地居民探詢具有當地特色之文化產業，並透過政府與民間力量之整合，讓傳統產業能在全球化、知識經濟的時代潮流中勝出。擬建構出一個優質環境平台，以利於台灣傳統文化產業邁向知識型創意產業蛻變發展，提升國人生活文化品味，進而實現「文化立國」、「文化立縣」之理想。

有鑑於此，本研究背景之根基，乃源自於：1、政府推行多年的「社區總體營造」政策，各縣市鄉鎮皆積極開發具有在地特色的「地方文化產業」。2、「文化創意產業」之熱潮，配合著政府與民間之共識，正如火如荼的在全國各地展開。3、苗栗的陶瓷窯爐產業之源流與發展，極具歷史文化、藝術人文、休閒觀光之價值，相當具有開發潛力。4、「品牌」策略與「行銷」規劃，是產業及商品能否成功的被推廣的關鍵。此觀念已逐漸被國人所接受與實踐。

一、「社區總體營造政策」振興「地方文化產業」之發展

1994年10月，文建會提出「社區總體營造政策」，以文化建設之角度切入，主張民眾必須建立社區共同體，關心自己切身的環境，凝聚民眾之向心力，探索在地的文化、空間、產業……等課題，營造富麗、和諧，讓人民可以安心居住，子孫可以永續經營、世代相傳、無虞匱乏的土地。此乃首次打破以往國家政策「由上而下」的推展方式，取而代之的是民間自發性的力量，充分發揮「由下而上、民眾參與、地方自主」的精神；落實「在地人關心在地事」之理念，共同建立民眾對社區的認同與情感。為社區之文化、藝術、生活層面之提升，拓展出一片寬廣且多面向之思考空間。

1995年，即是在社區總體營造政策提出的第二年，文建會與台灣手工業研究



所結合，舉辦「文化、產業」研討會。1995年5月文建會邀請國內及日本學者專家、中央及省府相關機關代表、各縣市長、鄉鎮長、文史工作者及產業界代表六百餘人，就「文化、產業」與社區總體營造進行多場研討及經驗交流。會議結束後，由手工業研究所整理出版了「社區總體營造日本案例一百選」、「社區總體營造理念與實例專輯」、「文化·產業研討會論文集及會議紀錄集」。

欲落實此政策，首先，必須讓社區內的居民有安定的工作和收入。所以其工作不僅在於實質的空間改善，而且還要透過發掘地方特有的資源，並改善經營方式，以獲得充裕的資金，來發展地方產業，提供更多的就業機會，以帶動地方自足性的永續發展（宮崎清 1995）。用文化的觀點來切入產業的討論，陳其南（1995）說：「文化的概念不應侷限在消遣、娛樂、消耗的功能，認為它與實際經濟生活毫不相關，其實將地方產業做適時文化包裝，地方產業活動，亦可以是具有精緻、品味、生產力，促使地方重新發展的活力泉源」（陳其南 1995）。

在這個文化產業會議中，陳其南把「文化產業」與「文化工業」在概念上作了區隔，「文化產業」是依賴創意、個別性，也就是產品的個性、地方的傳統性、地方特殊性，甚至是工匠或藝師的獨創性，強調的產品的生活性與精神價值內涵，這些正是被「文化工業」所摧毀的質素（陳其南 1995）。

1995年是手工業研究所推動「地方產業振興」工作與「社區總體營造」正式結合的一年，先後出版了「公館文化資源手冊」、「鹿港工藝人才資源手冊」等，目前已成爲全國社區總體營造示範教材之一。

1996年辦理台灣省政府「地方文化資源的收集與傳播」國內外進修計劃。

1997年繼續推動既定研究計畫，在竹山、苗栗、鶯歌、宜蘭等地區舉辦「地域產業振興及社區營造」座談會與專題演講，並從事當地「地域活性化」之設計研究。此外也舉辦了「臺灣省鄉鎮長社區總體營造座談會暨實踐營」。

2002年舉辦了「2002地方工藝產業營運行銷國際研討會」，以『設計、營運、行銷』爲主題進行研討。與會的人員涵括了地方工藝產業製造業者、產品設計師、



行銷專家學者、文史工作者、公部門文化產業相關主管；還有來自日本的專家學者共同參與議程。宮崎清教授在演講中提出「手、汗、想、創」四個字供大家思考，揭發社區居民需動腦思考，確立最具地方特色之工藝產業，透過的自己的雙手，揮汗雕琢、想像、創造器物之美感與生命力。藉由「社區總體營造」之理念與精神共創地方文化產業之契機。

另外，「廣告」與「行銷」的議題亦是本研討會之重點；「品牌」的重要性亦再次被強調。威葛瑞廣告公司總經理陳富寶在會議中提出「有時候我們有好的東西其實是不夠的，我們需要一個好的行銷，特別需要一個好的宣傳，或是一個好的廣告，讓大家知道有這個東西……品牌就是我們產品的名字」（陳富寶，2002）。這樣的觀念，提供了地方文化產業的創造者、生產者有更宏觀的視野及打開市場的敲門磚。

媒體曾報導報陳郁秀前往台南鹽田生態村訪視時，首先出現了「沒有『館』的地方文化館計畫……」字眼（民生報，于國華），這表示國人已經開始意識到「地方文化館」所推動的計畫，對於「館」的空間想像，並非僅限於一般的舊有實體空間思維，而是應有更寬廣的思考。

「地方文化館計畫」政策主要源於社區總體營造，配合閒置空間再利用，及歷史建物古蹟的文化資產政策。地方文化館主要是帶動觀光及提升地方文化產業，故地方文化館是許多連續重大政策當中中心的一環。政策是延續性的，最終的目的皆指向「二〇〇八國發計畫」中的「新故鄉社區總體營造計畫」。此政策的概念早從九年前的「社區總體營造計畫」中就延伸出來了，一直到現在納入文化創意產業及新故鄉的重大計畫。它最主要理念即「新故鄉」的理念，也就是「心之所在的故鄉」。而這項建設主要目的是在突顯地方產業特色，如此，可讓參觀的民眾了解當地的特色為何，並獲取所有的資訊。

產業文化化、文化產業化需由地方紮根，從小區域至大區域，由點而面，最後則能串成文化產業鏈。一開始從文化保存和社區營造的角度，進行地方產業振



興的計劃，強化地域振興與社區之意識，讓地方居民主動去發掘傳統技術文化的根，並加以發揚與實踐，使傳統產業更具地方文化特色，並帶動地方產業發展之永續經營。

二、文化創意產業之「陶瓷產業發展」旗鑑計畫

本計畫源自「挑戰 2008 文化創意產業計畫——促進創意設計重點產業發展」，其中一個作業要點——振興「傳統工藝技術」。

• 概要：

在邁入 21 世紀開端，為使台灣工藝文化與傳統產業能在全球化、知識經濟的時代潮流中勝出，擬建構一利於台灣工藝傳統產業往知識型創意產業蛻變發展的優質環境平台，促進台灣地方工藝振興，激發當代工藝創新活力，提升國人生活文化品味。期能藉由工藝文化的創新發展來塑造 21 世紀台灣文化新樣貌。並規劃兼具法源、制度、人才育成確保、支援體系、e 化網路平台、區域整合發展據點等全面向的台灣工藝振興發展計畫。整體計畫包括：推動訂定「工藝振興發展條例」計畫、地方工藝振興發展計畫、傳統工藝活化與創新計畫、21 世紀台灣生活工藝推廣計畫等。

• 效益：

帶傳統工藝技術轉型為文化創意產業，也促使台灣傳統工藝技術得以日新月異保存下來。

- 期程：92-96 年。
- 經費：92 年度 1.327 億元。
- 主管（辦）機關：國立台灣工藝研究所。

（以上資料來源：行政院「二〇〇八國發計畫」，2002）

台灣製陶文化已有上百年的歷史，台灣的大甲、南投、苗栗與鶯歌等地，都



先後經歷陶瓷工藝發展之興衰，在陶瓷發展史上留下深厚的基礎與豐富的文化資產。

2003 年文建會優先推動「陶瓷產業發展」旗艦計畫，將陶瓷產業區分為藝術裝飾、日用、建築、衛生及工業用陶等五大類。經過縝密評估後，將富含競爭潛力、創意性、市場成長性，同時又兼具生活美學與實用價值的藝術裝飾與日用陶，選定為「陶瓷產業發展」旗艦計畫之核心推廣項目。針對此二核心項目，訂定三個推動策略：

- 1、推動陶瓷商品與生活文化結合，以擴大國內內需市場。
- 2、結合創新材質與台灣特色的設計，提高商品的附加價值。
- 3、透過整合行銷與品牌文化的建立，逐步擴展海外市場。

（文建會「陶瓷產業發展」旗艦計畫，2003）

藉由此項計畫之推動，希望在五年內提高藝術裝飾與日用陶之雙倍產值，將「台灣品牌·驚豔陶瓷」推向國際，達到展現台灣主體，引領生活美學新風潮，再創陶瓷產業的新風華。

三、苗栗陶瓷產業現況

（一）、苗栗縣治沿革概說

苗栗原為平埔番頭加斯族巴麗社之所在地，漢人開拓苗栗，最早於明永曆二十四年，劉國軒經營蓬山、後龍地區。康熙年間沿海地區已有不少墾戶，但因受到清廷禁令的限制，這段期間入墾墾戶大多是閩籍移民。雍正年間，因當時移居台灣的粵籍墾戶平定朱一貴之亂有功，因此開放對粵民的海禁。雍正末年到乾隆初年間，閩、粵移民才紛紛入墾清乾隆時期（AD.1736 至 AD.1795），是大陸移民來台的最盛時期，也是苗栗縣客家先民來墾最盛時期。清乾隆十二年（1748）由廣東人開闢，當時稱為貓利，微蕃社巴麗之譯轉音，譯為『平原』。光緒中葉，南庄、獅潭、大湖、卓蘭以西地區均以拓墾。光緒十二年，始改為近音之『苗栗』。

三百多年來，苗栗縣的政治隸屬隨著台灣的開發以及統治者不同，而有不同：



1. 荷西時代：尚未開發，一片荒蕪。
2. 明鄭時期廿三年：台灣分爲一府二縣：赤崁城爲承天府、北路天興縣與南路萬年縣當時苗栗歸北路天興縣統轄，這是苗栗在歷史上最早的隸屬。
3. 清康熙 22 年（西元 1670 年）明鄭覆亡。翌年台灣爲滿清統治，苗栗隸屬諸羅縣管轄，此時大陸閩粵一帶的墾民開始零星渡海入墾苗栗濱海地區。清雍正元年（西元 1723 年），因拓地日廣，台灣增設彰化縣及淡水廳，苗栗屬彰化縣轄治凡九年，雍正 9 年（西元 1731 年），苗栗屬淡水廳轄治，前後共一百四十五年，於光緒元年（西元 1875 年）改隸新竹縣。光緒 13 年（西元 1887 年）台灣改建行省，苗栗奉准設縣，首任知縣林桂芬於光緒 15 年（西元 1889 年）11 月到任，苗栗正式與新竹分治，縣衙設在貓裡街，即今日苗栗市。清領時期二百十二年（共分爲五個時期）：
 - （1）一府三縣時期：苗歸諸羅縣管轄。
 - （2）一府四縣二廳時期：苗栗歸淡水廳管轄。
 - （3）一府四縣二廳與一府四縣三廳時期：苗栗歸淡水廳管轄。
 - （4）二府八縣四廳時期：苗栗歸新竹縣管轄。
 - （5）台灣建省後之時期：苗栗第一次設縣，脫離原新竹縣。
4. 日據時期：日人據台五十年中，苗栗轄區時大時小，行政上有時屬台中，有時屬新竹，行政隸屬先後變更七次，對苗栗的開發影響最大，是造成苗栗落後的重要因素之一。
5. 民國時期：民國 34 年台灣光復，苗栗屬新竹縣轄。民國 39 年，苗栗正式設縣推展地方自治，開始穩定發展。苗栗二度設縣，轄苗栗、頭份、竹南、後龍、通霄、苑裡、卓蘭等七鎮，公館、頭屋、西湖、銅鑼、三義、大湖、獅潭、造橋、三灣、南庄、泰安等 11 鄉。縣治設在苗栗鎮，民國 70 年 12 月 25 日改爲縣轄市。

（二）、苗栗的地理環境

苗栗縣位於台灣省的中北部，北面和東北面與新竹縣爲鄰，南面和東南面隔



著大安溪、雪山山脈與台中縣接壤，西濱台灣海峽。極東為泰安鄉梅園村的大霸尖山；極西為苑裡鎮房裡海岸；極南為卓蘭鎮內灣南面；極北為竹南鎮崎頂北側；全縣中心位置在獅潭鄉豐林村。全縣東西寬約 64 公里，南北長約 50 公里，面積共有 1,820.3149 平方公里。海岸線長度自竹南鎮崎頂北面起，向南延伸至苑裡鎮房裡海岸南面海岸為止，全長約 50 公里，外型頗似一顆鑽石。全縣人口約五十六萬餘人，行政區域計十八鄉鎮市，其中泰安鄉面積為最大，苗栗市為縣治所在，人口最多。

苗栗縣境內地形，素以山多平原少而遠近馳名，所以有「山城」的雅號。地形主要是屬於雪山安賣西側的沖積扇，受河川侵蝕而形成今日之臺地地形，地勢東

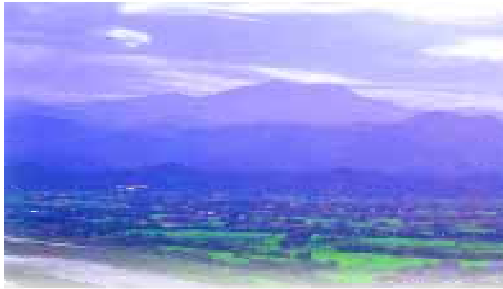


圖 1-7 層疊的山巒，構成苗栗美麗的自然景觀

高西低，東側為雪山山脈，西側為台灣海峽。縣內丘陵佔全縣面積的 82.7%，包括大霸尖山、鹿場大山、八卦力山、馬拉邦山、八角棟山及關刀山等山脈，其中數條河川穿越期間，主要有中港溪、後龍溪、大安溪等，

因而展現了苗栗特有的美麗山川景色。

苗栗縣的地形，大致上可分為平原、丘陵、臺地及山脈等四種，除了臺地之外，其他地形都非常有規則的由西向東依序排列。西海岸線有柔軟的沙灘，越過丘陵，東部有 3 仟公尺及的高峰挺立，蒼翠鬱鬱氣象萬千。同時集合了客、閩、原住民和新住民等多族群的生活型態，山川潔淨、鄉村純樸，人情濃鬱。潔淨的山川，純樸的鄉村，濃鬱的人情，苗栗縣全都具備了。本縣不但及結了客、閩、原住民和新住民等多樣族群的生活型態更孕育了多元性的文化內涵，鄉土技藝和地方特產等豐富人文與自然景觀，是難得一見的珍貴寶藏。

本縣氣候屬雅熱帶季風氣候，雨季集中於三月至十月，年雨量於東部山地地區可達 2500 公釐，西部平原亦有 1200 公釐，年平均溫度在攝氏 20 度以上，與台中縣相鄰的大安溪，為冬季風雨的南界，受中央山脈屏障，使本縣氣候環境較為



安定。

(三)、苗栗原鄉客家人

早期的台灣平原開發中，客家人佔總移民人口的第三位，僅次於漳州與泉州人；其憑著在大陸原鄉墾山的經驗，和刻苦團結的客家精神，在台灣開墾近山的丘陵區，使台灣達到幾近全面性的開發。清乾隆年間，廣東省梅縣、饒平、陸豐、海豐等地的客家人紛紛渡海來台灣，由當時的後龍（今後龍）、公司寮（今龍港）登陸，然後溯後龍溪進入苗栗盆地，當年最早的開發地為苗栗市內的南苗地區。客家文化則散見縣內鄉鎮，大片的客家聚落，形成了此地獨特的區域文化，獨門獨院的客家村院與雞犬相間的鄰里關係，這種客家農村景緻其實是苗栗發展觀光最大的潛力。

以泰雅族為主要居民的泰安鄉與以賽夏族為主的南庄鄉，和獅潭鄉的百壽村，使得苗栗縣在人文風貌上獨樹一幟，每年泰雅族的豐年祭與賽夏族的矮靈祭，都吸引了大量的觀光人潮前往參加。

(四)、苗栗產業概況

苗栗縣為本省典型的農業大縣，農業人口佔全縣的 44%，由於地形複雜，境內多山坡，高低起伏不定，也造就了本縣多樣化之農業，主要作物除了水稻之外，其餘尚有蔬果諸如葡萄、楊桃、柑桔、李、柿、桃、梨、紅棗、文旦、草莓、芋頭、芥菜、苦瓜、竹筍、香菇等；仙草、茶葉、杭菊、紫蘇、草石蠶等特有作物；苗栗的花卉如聖誕紅、一葉蘭及金花石蒜亦為本省之大宗。隨著加入 WTO，因此加速農業轉型，提高農業競爭力，為當局農業施政的主要目標。

樟腦為本縣早期重要之農產，由於苗栗縣地形錯綜複雜，適宜樟樹生長，銅鑼的樟樹村即與樟腦而命名，南庄的蓬萊、三義的勝興、大湖的四份、八份及公館的大坑村均與採煉樟腦有關，苗栗縣的縣數即為樟樹，由此可知樟腦在苗栗的重要性。

茶產茶產以青心烏龍為主。另有渾名「苗栗槿風茶」的「東方美人」、「白毫



烏龍」生產於頭份鎮珊瑚湖、水流東、興隆里一帶。外形膨鬆、上裹白色細毛，也是茶中極品，具多量白毫芽尖者為最上品。

苗栗地區之氣候溫和、土質鬆軟，適合桑樹生長，養蠶亦是苗栗的特產之一。根據記載，苗栗地區的蠶桑早在日據時代即已有生產。現苗栗區農業改良場之前身，即為蠶蜂改良場，為本省蠶絲之重鎮。

苑裡藺草編織起源於清雍正時期，現有名的大甲帽蓆，其應正名為苑裡帽蓆，日治初期，苑裡對外交通不方便，蓆製產品皆由大甲檢查出口，因而被誤稱為大甲帽蓆。草編是以三角藺草之莖，編織成草蓆、草帽、手提袋等，廣受中外人士喜愛。

三義木雕因早期附近樟腦採收，遺留下之樹根，經長久風化之後，所形成之特殊造型，於是逐漸發展出特有之雕刻工藝，著名的雕刻大師朱銘、陳炯輝、黃瑞元、邱海華....等即發跡於三義。鄉內之木雕博物館除了舉辦展覽之外，對木雕的推廣、展示以及提昇木雕之產業，有著不可抹滅之功績。

近年在當局單位的輔導下，配合各鄉鎮之特色，發展產業如造橋、通霄之酪農業；三灣梨；卓蘭之花卉、水果；大湖草莓；獅潭茶葉、草莓；竹南蔬菜；頭屋茶葉；公館之紅棗、紫蘇；南庄之鱒魚、一葉蘭...等，並積極發展成好山、好水、好生活的觀光產業。

被稱為「窯之鄉」的苗栗縣，從日據時代開始發展製陶工業。日本人相中苗栗的天然氣及含鐵質紅土，從大陸東南沿海延攬匠師來台，引進製陶技術，為苗栗陶業奠下基礎。

當時的陶器多為醃製食品用的陶甕、醋甕或醬缸，以苗栗土燒出來的顏色多為暗紅色，形象沉穩笨重。近年許多陶藝工作室開始轉型，有的走教學路線，有的則發展成生活用陶，更有許多傑出的陶藝家在此研究柴燒藝術，色彩也更為繽紛。



(四)、苗栗交通運輸

1、鐵路

縱貫線鐵路自竹南以南分為海、山兩線，海線貫通後龍、通霄、苑裡等濱海鄉鎮，山線則銜接造橋、苗栗市、銅鑼、三義。

2、公路

臺北有臺汽客運直達苗栗市、頭份兩大城鎮；鄰近的新竹縣、市則分別有苗栗、新竹二客運前來；此外，台中縣大甲、後_則有苗栗客運，東勢亦有豐原客運，皆可通抵苗栗。苗栗縣境的公路運輸以苗栗、新竹兩大客運為主，其總站皆設於苗栗市。苗栗客運發往海線及北部鄉鎮，設有頭份、苑裡、南庄等站，其中頭份為最大的轉運站；新竹客運發往縣境中、南部，連接三義、公館、大湖、卓蘭、泰安等地。

(五)、苗栗地方觀光資源

長久以來，「海線」的閩南文化與「山線」的客家文化涇渭分明，兩處不僅方言迥異，連生活習性、飲食風貌也有差異，成為體驗苗栗風土饒富意趣的一環。峻麗的名峰險嶽、樸實的田園物產、默默耕耘的傳統工藝，以及深僻山林的原住民風情，是苗縣最耐人尋味的旅遊資產。雪山山脈稜脈連綿的「聖稜線」是無數登山客夢想攀登的秘境；雪霸公園現正規劃中的雪見遊憩區，未來將成為生態旅遊的勝地；而馬那邦山則是賞楓、觀雲海的名山。中部山區丘陵帶，南庄則以神秘的賽夏族矮靈祭、鱒魚美宴、原住民手工藝馳名；獅頭山聚集著眾多佛、道寺廟，早已是寶島名勝；明德水庫的湖光山色、公館的福菜與陶藝，再加上泰安溫泉、大湖與卓蘭的觀光果園，連結成亮麗的風景線，而三義木雕藝術更是不可錯過的人文巡禮。海濱地帶，崎頂海水浴場、通霄西濱海洋生態園區是夏日弄潮的好去處；此外，香格里拉樂園、西湖渡假村則分據縣境北南，為苗栗之旅更添歡樂氣息。



表 1-1 苗栗產業概況

| 鄉鎮市區 | 概況 | 周邊景點 | 特色物產 |
|------|---|---|------------------------------|
| 苗栗市 | 古稱「貓狸」，其南苗一帶的街市，為當年客家人移民最早的開發地，至今全市仍保有濃厚的傳統客家色彩。全市人口大約有八萬九千餘人，總面積 37 平方公里，隨著臺灣經濟繁榮的腳步，逐漸地轉型成為工商型態的都市。苗栗市有聞名全省的苗栗陶土，西山一帶蘊藏極為豐富，土質細膩具高度耐酸性，是製造陶器、紅磚的最佳原料。 | 貓狸山公園、鐵路博物館、文昌祠、玉清宮、苗栗市市民農、越野休閒自行車路線、貓狸山公園 佐佐木登窯、清窯、燕子陶坊 | 客家美食、水稻、茶、香菇、文旦、有機蔬菜 |
| 頭份鎮 | 位在苗栗縣北部，介於三灣、造橋、竹南和新竹縣的峨眉、寶山之間，境內有中港溪流貫中央，總面積 53 平方公里，人口有 8 萬 4 千餘人。本鎮開發甚早，追溯至清高宗乾隆四年，由福州人林耳順率眾渡海前來。漢人在還沒有入拓之前，是道卡斯平埔族竹塹社與中港社以及賽夏族原住民分佈的地區。由於在開墾之初，農人先占卜決定開墾的順序，結果本地獨佔鰲頭，「頭份」之名遂沿用至今。本鎮工商業之繁榮，經濟發展上，屬農工商並重，可說是苗栗縣內最發達鄉鎮之一。 | 怡明園鄉村茶館 福園陶坊 田昌陶坊 | 東方美人茶 文旦、柑桔、高接梨、蜂產品。 |
| 三義鄉 | 原稱「三叉口」，西湖溪至此形成三叉狀而得名，其名稱由來起因於自然環境之故，古稱三叉河，日據時期改名為「三叉河莊」，光復後改為「三叉鄉」，直到民國 42 年始正式改稱「三義」。全境海拔高度約為 400 公尺左右，境內多為矮陵起伏的丘陵地形，此種地形自是適合樟樹的種植，也造就了三義木雕城的契機。由於地勢跟氣候的關係，每年的 11 月到翌年的 3 月，不論白天或晚上，濛濛白霧，讓人如身處虛無漂渺的「人間仙境」之中，故有「台灣的霧都」之美譽。 | 馬尾松的故鄉—火炎山自然保護區、珍貴的寶刀—關刀山、龍騰斷橋、西湖渡假村、木雕博物館、木雕博物館、當代陶藝館、春田窯 | 三義觀光果園 水稻、文旦、高接梨、李、唐菖蒲、家禽 |



以苗栗窯業為例

| | | | |
|-----|--|---|--------------------------------|
| 公館鄉 | <p>位於苗栗縣的中央偏西，介於八角棟山脈和後龍溪之間。境內地勢以東部較高，從八角棟山脈向後龍溪方向低降，成為苗栗河谷平原，總面積 71 平方公里，人口有 3 萬 4 千餘人。公館地名以前稱為「隘寮下」或「隘寮腳」。日人佔領台灣後設莊役場，是官府辦公所在，「公館」之名因此而來。公館鄉的自然源，以礦產資源最豐富，曾有「油氣之鄉」及「陶藝重鎮」的美名。東半部八角棟山區礦產資源蘊藏豐富，主要的有石油天然氣、煤、玻璃砂(石英砂)、粘土等，其中以石油天然氣最重要，是帶動地方發展的原動力。公館工業發源甚早，出礦坑礦場是台灣石油生產之發祥地。還有以陶瓷裝飾製作、農產加工及絲織為主，大都是中小型工業。公館鄉所產之粘土，混以長石及硅石，為製陶之良好原料，發展成為國內首屈一指的陶瓷工業重鎮。</p> | <p>出礦坑、台灣蠶業文化館、石圍牆、紅棗觀光果園、八角嶼遊憩區、壽王祠、五穀文化村、黃金小鎮、歡樂田園、吳開興陶藝館、陶之鄉、公館陶、松林陶坊、五雲陶舍</p> | <p>水稻、紅棗、柑桔、柿、芥菜、茶、芋頭</p> |
| 西湖鄉 | <p>位居苗栗縣西部的平靜、純樸山鄉，面積 41 平方公里，人口有 9 千餘人。西湖境內丘陵連綿山巒起伏，形成山多田少之地，由於西湖溪隨地勢彎曲沖蝕成一潭湖水，因此先民沿溪取其地名，如「頭湖」、「二湖」、「三湖」、「四湖」等，故西湖原名「四湖」，因後人忌諱「四」字，改以音近的「西」字替代。</p> | <p>雲梯書院—宣王宮、五湖賴氏宗廟群、茅仔埔青錢第、彭城堂宗祠、湖東文旦規劃區、金龍窯、漢寶窯</p> | <p>水稻、西瓜、文旦柚、甘藷、山葡萄、苦瓜、明日葉</p> |
| 南庄鄉 | <p>南庄鄉位居苗栗縣邊境地帶，總面積 165 平方公里，人口僅有 1 萬 3 千餘人，其開發始於清嘉慶 23 年（1818）。本鄉全境山稜綿互，翠嶺重重，雖然位置偏僻，卻處處顯現淳樸、清幽的風貌。百年來，南莊鄉民流傳一句：「美不美，南莊水，親不親，故鄉人」，堪稱為山城苗栗絕佳的淨土之一。其境內賽夏族每隔一年必有的矮靈祭慶典，即吸引了</p> | <p>南庄三角湖、神仙谷、獅頭山風景區、鹿場部落風光、賽夏族傳統祭典</p> | <p>桂竹筍、鱒魚、香菇、一葉蘭</p> |



以苗栗窯業為例

| | | | |
|-----|--|--|------------------------|
| | 大批人潮前往觀禮。 | | |
| 泰安鄉 | 縣境內典型的山地鄉，泰雅族人口約佔三分之二強，因此本鄉可說是泰雅族的家鄉。面積 642 平方公里，佔全縣總面積三分之一強，居十八鄉鎮之首。境內盡是重疊的峻嶺，陡深的溪穀，除一些比較平坦的山谷溪畔，有聚落散居外，大部分地區叢林蒼茫，了無人煙，有如一方尚待雕琢的璞玉。危聳迤邐的山脈中，卻見溫泉汨汨流出，為此地增添幾許暖意。縣府業已劃定部份區域為泰安風景特定區。 | 泰安溫泉 雪霸國家公園 馬拉邦山賞楓區 | 傳統客家美食 薑、桂竹筍、甜柿、泰安李 |
| 獅潭鄉 | 位於苗栗縣東部山區的美麗農鄉。「獅潭」鄉名的由來，原來在獅潭鄉永興村和百壽村交界處，橫互一條山稜，從遠處看去，很像一頭獅子俯臥地上，獅頭正伸入潭中飲水，當地的居民，因此稱潭為「獅潭」。獅潭鄉多傳說，加上山脈起伏，及雲霧繚繞的現象，頗有蓬萊仙境的味道。境內有一座仙山，原名紅毛館山，山中泉水清涼沁脾，據說能治百病，人稱之為「仙水」。神祕的傳說及浪漫的景色為該處吸引了不少慕名而來的遊客。 | 獅潭義民廟 明德水庫、 | |
| 竹南 | 本鎮是苗栗縣面積最小，但人口密度居全縣第三，是縣內工業重鎮。昔日由於中港溪之故，中港港口遂成為往來艋舺與鹿港間最繁華的港口，也是本鎮最古老的港市，使得竹南鎮有「三角鎮」的封號，今日的竹南不靠海為生，有縱貫鐵路經過，山線海線交接點，交通便捷。座落竹南民生路上的中港慈裕宮，其創廟 迄今相傳已有三百二十餘年的歷史，是苗栗縣最古老的媽祖廟，現列為三級古蹟，寺廟裡有金碧輝煌的走廊，鐘樓和古色古香的宮殿造型，以皮古匾、古物、古井等 令人緬懷不已 | 崎頂海水浴場 四方牧場 中港慈裕宮 后厝龍鳳宮 竹南蛇窯 福圓陶坊 | |



| | | | |
|----|---|---|-------------------|
| | 歷史文物。竹南的中港昔日大量的金銀紙產業，有所謂的「金色中港」之稱。 | | |
| 三灣 | 三灣顧名思義有三個灣，加以查證則是起源於中港溪路經此地時連續繞三個大灣而得名，三灣鄉原是泰雅族的居住地，全境山巒起伏，資源相當缺乏，鄉內盛產冬梨，經鄉公所大力設置觀光果園，發展農業觀光，如今已吸引大批採果遊客前來，帶動當地經濟活動。 | 獅頭山風景區 逢興藝品 | |
| 後龍 | 所謂「靠山吃山，靠海吃海」，勤勞儉樸的後龍居民確是農、漁業兼顧，海路通吃，清代才改稱「後」，乃當地勢平埔族卡斯色散居地「阿蘭」的譯音。日據時去其「土」字邊，取同音「後龍」而言用至今。濱海小鎮，是一個相當傳統的產業鎮，由於土地廣闊、排水良好，沿海多沙質土壤，因此非常適合種植西瓜、花生、蕃薯等農作物。每到夏季，除了西瓜，後龍的花生也相當有名，因為是用傳統【土製】方式生產，所以花生外殼有一層薄薄的紅土，不但保持了花生原味，吃起來香酥可口，土豆顆粒飽滿豐碩，最是實在。經過鎮農會輔導，成立了花生加工廠，生產的小包裝花生，路旁就可以買得到。後龍水尾的夕陽和海岸景觀非常迷人，吸引許多民眾前往。 | 外埔漁港、鄭崇和墓、和興農場、大山濱海遊憩區、後龍濱海遊憩區、過港貝化石層、松興窯 | 水稻、蔬菜、西瓜、甘藷、花生、漁產 |



以苗栗窯業為例

| | | | |
|----|---|---|------------------------------|
| 苑裡 | <p>苑裡是平埔族原住民道卡斯族喔灣麗社的所在地，漢人取「灣麗」之音，簡譯為「苑裡」，成了現在的地名。鎮內多是土石砌成的三合院老宅古蹟，「苑裡老街」苑裡鎮的發展非常早，清代時經濟已非常繁榮，地方相當富庶，人民均安居樂業，市鎮重劃後以豁達的天下為公、世界大同為路，更顯出小鎮的民風。由苑裡火車站前的為公路直走，即可和南北向的天下路相交，在天下路上漫步，將發現有多棟古老建築。苑裡過山腳村後，由於山坡地漸陡，因此梯田景緻隨處可見。火炎山遊樂區附近的火炎山特殊地形，更是難得一見。</p> | <p>房裡古城、慈和宮、火炎山、陳炯輝心雕居、中國城遊樂世界、蔡家古厝、順天宮、觀光蓮園、華陶窯、金良興窯業。</p> | <p>山水米、洋菇 蔞草</p> |
| 頭屋 | <p>頭屋以前稱頭屋庄，又叫崁頭屋。崁頭在當地為崖頂之意，崁頭屋，即崖上之房屋，後人皆習以此稱之。</p> <p>「崁頭」客家語崖頂的意思，原地在頭屋國小西側頭屋鄉位於苗栗中北部，居後龍溪下游，山多田少，鄉內有明德水庫特定區，風景秀麗，不僅為重要水源，亦為苗栗縣著名觀光景點。</p> <p>近年來，工商發達，種茶面積日漸縮小，農會除積極改良整合原有農業型態，亦研究推廣青草茶類農作物，訂定有效行銷計畫，引進新式技術栽培，使農業再顯風光。</p> | <p>明德水庫、勞工育樂中心、教師會館、鳴鳳古道、雲洞宮、石觀音寺、象山孔廟、明德窯、象山藝術館、孔鏘窯</p> | <p>茶葉、水稻、柑桔、石油、天然氣、煤、石英砂</p> |
| 造橋 | <p>一向落後的造橋鄉，不但沒有名勝古蹟，連稍具規模的街市都難見到，為了繁榮該地，不少人出錢造橋，造橋鄉之名因而得之。</p> <p>竹南和苗栗兩地間的交通，以前受到南港溪的阻隔，涉水渡河很不容易，為了方便行人來往，此地鄉民捐款建了一座橋樑，並在橋頭建一座福德祠，門聯寫的是「福蔭千村好，神福萬載橋」，</p> | <p>香格里拉樂園、谷八渡假園區、馬陵小海、龍湖宮、靈天禪寺、純青窯、木頭窯、木炭博物館、</p> | <p>烏龍茶、文旦 柚、大白柚、四季筍</p> |



| | | | |
|----|--|---|------------------------------|
| | <p>這座橋命名「登雲橋」，「造橋」地名由此而來。造橋鄉位於苗栗縣西北部，外型類似等腰三角形，地形主是竹南丘陵，屬竹南沖積平原，外形東西綿長，南北較窄。</p> <p>除原有山坡樹林之外，自然資源最具特色的是位於錦水村尖豐公路旁的錦水礦場，原為全省早期發現油礦之地，昔日以盛產天然氣，與出磺坑油田齊名。</p> | | |
| 銅鑼 | <p>現在銅鑼村、福興村及朝陽村的一部份，在地形平坦的打哪叭溪東岸，北望南勢坑分割台地，西繞三叉台地，南屏銅鑼台地，三塊台地山麓線環圍成圓弧形，狀似「銅鑼」，故稱「銅鑼」。銅鑼鄉位於苗栗縣西南方，自拓殖以來，以農林業為地方經濟主體，是一座典型農鄉，農林業發展源遠流長。</p> <p>因交通方便，勞力充沛，地價低廉，而且有計畫的開發工業區，目前有銅鑼工業區及中興工業區，這兩處工業區的開發，引進近兩百家工廠的設立，提供了四千餘人的就業機會，對提升鄉民收益及帶動地方繁榮，功能卓著。</p> | 雙峰山、挑鹽古道、九華山大興善寺、虎頭坎、東華樟腦廠、銅鑼窯 | 坑菊、竹筍、紅土花生、樟腦油、紫蘇、芋頭 |
| 大湖 | <p>大湖鄉原稱「一分街」，清文宗豐年間，吳定來率族人前來開墾，因該地四周環山城一盆地，大湖鄉位於苗栗縣南部，在地形上，大湖鄉全境絕大部分是山地與丘陵，最高山脈為馬那邦山，海拔 1407 公尺，境內四面環山。雨量充足，氣候溫和，日夜溫差大，最適宜農作物生產。</p> <p>大湖鄉是個四面環山的盆地，八卦力山脈、馬拉邦山脈和八角棟山脈、關刀山山脈，構成「大湖盆地」的四周盆舷。如一個湖狀，改稱大湖。</p> | 觀光草莓園、法雲禪寺、馬那邦山古戰場、昭忠祠、聖橫宮、南昌宮、耕陶園、自在蕭窯 | 草莓、高接梨、柑桔、桃、李、桂竹筍、蠶絲、樟腦、香茅油。 |

| | | | |
|----|---|---|-------------------|
| 通霄 | 原名「屯霄」或「吞消」，原是平埔族道卡斯人「屯消社」居住的地區。 漢人開發時，以它的譯音為地名，地方人士認為名稱不雅，剛好此區有一座虎頭山巍峨矗立，而改為「通霄」，象徵地方的發展，前途遠大，直通雲霄。氣候溫和，是避暑遊憩的好地方，適合各類植物生長，桂竹、高冷蔬菜、香菇、鱒魚成為當地特產。 境內香火鼎盛，有慈惠宮、扶天宮、石觀音祠等近六十間廟，可見居民信仰之虔誠。頂里所產的石油，及全省所用80%的天然瓦斯由通霄油井所生產，有石油王國「台灣小伊朗」稱號。 | 通霄西濱海洋生態教育園區、秋茂公園、飛牛牧場、虎頭山公園、圓山農場、醉陶工作室、青山窯 | 草帽、草蓆、木雕、西瓜、柑橘、甘藷 |
|----|---|---|-------------------|

(六)、苗栗窯業之概況

1、苗栗古窯群種—全台之冠



圖 1-8 佐佐木登窯建於1928年是台灣唯一日本人留下的登窯



圖 1-9 竹南蛇窯保存良好入選全國歷史建築百景

苗栗陶瓷在臺灣陶瓷的發展史上佔有重要的地位，而且是目前台灣保有最多傳統古窯的地方，縣內的傳統古窯幾乎涵蓋了台灣所有傳統的窯爐，包括：包子窯、蛇窯、登窯、四方窯、八卦窯；不僅如此，苗栗還擁有最先進的自動隧道窯、滾軸窯以及最多的柴燒創作窯。因此，苗栗可以稱為「窯的故鄉」當之無愧。即使是在號稱「台灣景德鎮」的鶯歌，或是以傳統窯聞名的南投，也都無法像苗栗同時擁有這麼豐富的窯種。這些傳統的古窯，不但代表苗栗的產業，也是苗栗的歷史，

更是苗栗文化的一大特色（鄧淑惠，2001）。

2、苗栗柴燒—全台之領航



圖 1-10 金龍窯強調傳統窯業現場



圖 1-11 金龍窯的登窯提供柴燒創作



圖 1-12 謝正雄的向泉窯之窯體為改良式的四方窯



圖 1-13 陶藝家邱建清老師的柴燒作品

分布於苗栗縣內的柴燒窯爐之數量，以及柴燒風氣之盛，也是冠於全台。只要沿著縣內的交通要道巡禮，隨時可發現窯場之蹤跡。或獨居於靜謐悠閒的山間小徑；或躋身於市街巷弄的角，無論是獨領風騷的陶藝家，人文關懷的文化傳承者，或是享受平實天趣的生活陶推廣者，均是豐富苗栗柴燒藝術之開拓者、領航者。

根據鄧淑惠（2003）之說法，在苗栗，以木材來作為燒陶的燃料已有百年之歷史，「柴燒」和「灰釉」是苗栗陶瓷之一大特色。但真正將柴燒之美視為藝術表現並深入研究之先驅，則推民國七十年由賴驥才所創立之「漢寶窯」。在當時的時空背景、社會情境中，傳統的窯爐不敷產值、品質穩定之要求，紛紛面臨被淘汰之命運，取而代之的是新式的電窯、瓦斯窯、隧道

窯。只有「漢寶窯」反其道而行，利用傳統的「登窯」，柴燒出自然樸拙與質感粗糙的花器、茶具、生活用陶，且為陶藝品之審美標準再開啓另一扇窗。

目前苗栗縣內許多知名的柴燒陶藝家，在早期都曾經受到「漢寶窯」之啓蒙，而後紛紛投身於柴燒陶藝的創作行列，並將此特色加以傳承發揚，吸引許多年輕的陶藝創作者進駐此地，從此帶動陶藝生活化、個性化之風氣；落實「生活即藝術，藝術即生活」之實踐；醞釀出一個在地的、優質的「文化創意產業」氛圍。



第三節 研究目的

緣於作者對於故鄉斯土斯民之熱愛，本研究之目的在於探索苗栗的地方文化特色，在發現與認識的過程中，將其作完整的保存與傳承；期望民眾對自己文化產生認同之後積極投入地方文化創意產業之經營，充分落實就業市場、情感認同的「在地化」；激發「利害與共」的社區意識，進而重新建立人與人、人與環境的關係，以重建溫馨、有感情、有特色的人性化生活環境。

再者，為苗栗特有的古窯文化產業建立品牌形象，輔以視覺形象之規劃設計，在標準化與美感化的視覺形象導入下，藉以提升居民的審美觀，並創造有利的行銷條件，進而凝聚居民對當地文化產業之向心力、產生認同感，終究形成一種對地方文化產業推動之使命感。

綜觀上述，本研究欲達到之目的如下：

一、苗栗窯業文化保存與紮根

苗栗窯業從日治時期 1897 年開始發展至今已有一百餘年歷史，從窯爐的形式樣貌、產出，的演變過程中，可了解每個時期人民生活文化之發展，產業經濟之更迭及技術之改良。本研究期望透過文獻史料的蒐集探討、田野調查及訪談，將資料彙整後，逐步的勾勒出苗栗窯業的豐富樣貌，完整保存苗栗窯業的歷史與地方文化。除此之外，配合當地小學或中學的鄉土教學課程，推廣具地方文化特色之陶藝教學，以及古窯巡禮活動，將文化向下紮根與傳承，而後擴及全國各縣市鄉鎮。

二、視覺形象之設計

誠如管理大師 Peter Drucker 所言，廿一世紀，不論是什麼產業，都須以企業的理念來經營，才能造福社會。而行銷學者 Kotler 亦言，視覺形象之規劃並非單純之設計，其必須呼應行銷推廣策略，才能發揮效用。也因此，本研究希望透過設計美學之能力，製作相關平面視覺產品，並以統一的視覺規劃成為當地的標



誌識別系統，以增加整體的形象統合與記憶，成為再造的新視覺形象。同時並透過行銷與網站進行苗栗窯業文化的介紹與休閒觀光陶坊景點介紹推薦，擴大需求層次，進而刺激國人的重視與反應，增加來客數與買氣，帶動地方經濟的提昇與產業轉型。

三、增加苗栗窯品牌權益 (Brand Equity)

品牌，根據美國行銷學會 (American Marketing Association) 在 1960 年的定義：是一個名稱、名詞、標記、符號、設計或以上各項的綜合，試圖來辨認廠商間的產品或服務，且進而與競爭者產品具有差異化。而所謂的品牌權益是透過品牌可以提昇消費者處理資訊的能力、購買決策的信任感及滿意度來提供該品牌的價值，對公司而言，則可藉由品牌行銷的效率。加強消費者的品牌忠誠度等的提昇，來創造品牌所能帶給公司的價值。

現階段業者對品牌塑造之認知仍停留在各家公司工廠之個別品牌，對於建立**共同品牌**之概念仍嫌不足。也因此，在品牌塑造上之執行較為不利，故本研究亦希望透過行銷手法來強化品牌，進而提升競爭力。

四、強化推廣 (promotion)

以往產業的行銷通路都侷限在教傳統的定點、單獨的展售方式，這種方法已不足以生存於於現金的競爭環境之下。所以必須運用近年快速興起之整合行銷傳播 (IMC)，以強化推廣，巧妙的運用行銷手法以達到加成加倍的業績。

第四節 研究限制

在研究與創作的過程中，作者擺盪於傳統與現代，東方與西方，科技與文化之間，在不同角度的衝激之下，經過無數次的思辨試煉之後，希望藉著科技、美學的神髓，品牌、行銷策略的精粹，綿延古今的時空領域，期待能將苗栗窯的品牌形象推向璀璨的峰頂，帶動苗栗整體地方產業景氣之榮興。



以苗栗窯業為例

但由於人力、資源、時間與有限，目前僅能實踐視覺形象之設計，對於整合行銷之推廣活動只能做理論之探討，日後還需政府單位、民間社團、學者專家共同配合繼續往此方向進行研究。