



國立台灣師範大學藝術學院

美術學系碩士在職專班藝術行政暨管理班碩士論文

台灣原住民族工藝產業行銷策略探討
-以台東縣原社手創生活館為例

Study of Marketing Strategies for Indigenous Craft industry in
Taiwan : A Case Study of Taiwan Sugar' s Aboriginal Life DIY Hall
in Taitung County

研究生：蔡瑞貞撰

Graduate student : Tsai Jul-chen

指導教授：董澤平 博士
王昱心 博士

中 華 民 國 1 0 5 年 7 月

致謝辭

千呼萬喚的論文終於改好了，回望從進入研究所開始，每週最期待的就是去學校上課和同學們討論，去了解用什麼方式研究、怎麼研究，和過去學校的學習方式不同，教授們用啟發、報告的方式，讓我們去自主學習、發現問題並思考問題，這是一段開心的學習過程，感謝師大的老師們，蘇憲法教授、楊永源教授、王壽來教授、曾肅良教授、夏學理教授、林磐聳教授、王福東教授、林磐聳教授、黃光男教授、林安邦教授，以及 97 藝術行政管理在職專班這一屆所有同窗好友。

在研究時期，每每到台東無論多晚、多早，都是亦師亦友的邵定國(山羊)老師及好友排灣族楊維琳接送，甚至到處帶著我去各個部落、市集、工坊探訪，還有感謝加拿部落的江秀珠(布妮)老師、利吉部落的蘿拉姐，也不時伸出援手幫忙，另外，貼心的女兒若文，更是協助騰打逐字稿的好助手，靠著許多人的幫忙，才能完成研究。

當然能夠完成論文，最重要的還是要感謝研究對象的協助，卡塔文化的林秀慧、洪啟榮和原社的高黎香主任提供不少的寶貴資料，還有在台東努力創作的工藝師們，九鳥陶燒的阿亮/夏子、梅花山藝文工作室的美花老師、一粒工作室的高梅禎老師、子郁工坊的李惠美老師等等，在大家的不吝分享下，使研究能夠更加完整。

而在論文大綱提要與口考時，非常榮幸邀請孫大川教授、童春發教授以及黃啟瑞教授百忙之中擔任口試委員，提供學生論文上的建議與指導，使本研究能夠更嚴謹的去調整與完成，從中獲益良多。

最後，當然是要感謝兩位指導教授董澤平教授和王昱心教授，非常幸運的有董教授在學習時的指導，論文研究中的提點、論文撰寫與流程上的調整，而在花東田野調查時，經常遇到昱心教授，不管事偶或是約定，總是不時的關照與溫暖的鼓勵，也提供我田野調查上的諮詢建議，讓研究能朝向更明確的目標執行，有這樣文武教授雙指導，真的是太幸運。

有幸可以藉由研究的角度，去認識這片土地上的文化，雖然，每週五晚上從台北下班趕夜車，週日再從台東趕夜車回台北上班，那些日子回想起來有些辛苦卻甘之如飴，火車上總是喜歡攀談、市集上的觀察參與、部落中的文化驚艷，看著每個影像紀錄、經歷和在研究過程中認識的許許多多朋友、同好，真的是收穫滿滿，我相信論文完成並不是結束，旅程還是要繼續的~

摘要

人類的文明從農業、工業、商業、科技等社會型態不斷前進，逐漸進入了感性的時代，人們追求的不再是工業科技產業下制式的生活套件，而是具有個人主觀的個性美感與文化精神意涵，即使是杯碗瓢盆、提袋服飾甚至是傢俱擺飾，能夠將這些生活中的用品融入文化創意，是工藝產業最具體的表現，在提升產品價值性的同時，文化內涵的置入也隨之發生。

包含著南島與海洋文化的台灣原住民族，在經過中國、日本以及幾個歐洲國家駐足停留的多元文化融合下，展現出獨特鮮明的文化風格，是足以在邁向全球化、地球村的趨勢下，成為台灣文化競爭的重要的焦點；推廣多年的原住民族政策，從最基本的生活福利保障、傳統文化保護，到進一步的社區營造、產業發展，已逐漸結構化與組織化，在現階段發展的基礎下，本研究將探討目前原住民族的工藝產業，在行銷中擴展文化可見度的方式以及經濟效益提升就業的策略，從工藝品質、微型產業到競合結盟的進程，在文化、創意與產業的結合下，達到原住民族傳統性保存與經濟共生的最大效益。

由台東這個原住民族群最多的地區開始，在台東市區糖廠的閒置倉庫裡，長期對原住民發展推動的「台灣基督長老教會原住民社區發展中心」，成立了「手創生活館」這個文化工藝展售空間，成為台東文化工藝產業重要的推廣平台，在工藝產業凝聚、文化傳承與經濟就業發展的推動之外，同時也創造了自有品牌「卡塔文化」、「小鳥不要來」，生產傳統琉璃珠與創新的琉璃飾品，兼具產業規模、產品特色、文化行銷與工藝傳承扶植的角色，是值得探討的重要機構。

不同於一般行銷策略的商業分析與探討，針對台東這個特殊的文化區域，在原住民族特色工藝產業發展下，結合觀光、數位與促進台灣國際印象為行銷策略目標，應該說原社手創生活館賣的並不只是工藝產品，而是透過產品的傳統性、故事與創意性，傳遞原住民生活的智慧與文化精髓，讓傳統文化進入現代，與時並進的繼續流傳下去，所以縱使有許多的產業外移，但移不走的是這片土地上的好山好水與美麗文化。

關鍵字：原社手創生活館、南島民族、原住民族、傳統、工藝產業、行銷策略

ABSTRACT

Human civilization from the agriculture, industry, commerce, science and technology continue to advance the social patterns, gradually into the emotional age, we no longer pursue the same specifications as the industrial technology life products, but a subjective sense of beauty and personality culture and spiritual content, even the life of the cups, bowls, pans of water containers, pots, bags, clothing, jewelry or furniture, decorations, can be integrated into the cultural and creative life of products, the most concrete e-xpression in the craft industry , in enhancing the product value at the same time, also with cultural connotation into place.

Includes the South Island and the marine culture of Taiwan indigenous, after China, Japan and several European countries visit the multi-cultural integration, the show's unique distinctive cultural style, is sufficient to move towards globalization, the trend of the global village , became an important cultural competition in Taiwan focus; promote years of indigenous policy, from the most basic welfare protection, protection of traditional culture, to further community improvement, industrial development, has gradually structured and organized, the current basis for the development in this study to explore the current Taiwan indigenous groups in the craft industry, in marketing in the way of expansion of cultural visibility and economic benefits of upgrading and employment strategy from the craft quality, micro-industry alliance of competition and cooperation process, and integrating with the cultural and creative industries, from which to explore how indigenous traditional preservation and economic symbiosis of maximum benefit.

Taitung has many of the Aboriginal race, located in Taitung City in the sugar factories idle warehouse, long-term assistance to indigenous people "Indigenous community development centres" organization, the establishment of "Indigenous Cultural Craft" The Aboriginal craft for sale institutions, the formation of Taitung in the promotion of culture and an important platform craft industry, mainly in the craft industry cohesion, cultural heritage, economic development, employment promotion, while creating a "culture of qkata", "birds do not come" brand, the production of traditional and innovative the glass jewelry, both industry and marketing functions, institutions are worthy of discussion.

And the general marketing strategy is not the same business analysis and discussion in the Taitung area of special cultural, with indigenous characteristics of the craft of industrial development, will combine tourism, digital, and promote Taiwan's international image marketing strategy as the goal, not just sell craft products,

but through the traditional nature of the product, stories and creative nature, so that indigenous's wisdom and culture has continued, so that traditional culture into modern, keeping with the times to continue to survive, even if many of the industry to leave, but this film good mountain land, good water and beautiful culture is inseparable.

Key Word : Aboriginal Life DIY Hall · Austronesia · Indigenous · Traditional · Craft Industry · Marketing strategy



目次

中文摘要	1
ABSTRACT	2
目錄	4
圖目錄	6
表目錄	7
第一章 緒論	8
第一節 研究背景與動機	8
第二節 研究目的	10
第三節 研究範圍與限制	10
第四節 研究方法與流程	11
第五節 名詞解釋	14
第二章 文獻探討	16
第一節 台灣原住民族文化特色	16
第二節 傳統工藝與產業	18
第三節 文化創意產業與策略	24
第三章 原社手創生活館文化背景與現況	35
第一節 文化背景與組織	35
第二節 產業現況與發展	39
第三節 品牌行銷與建立	44
第四章 產業行銷與策略分析	51
第一節 SWOT 內外部分析	52
第二節 政策與補助	59
第三節 整體行銷策略	63
第四節 討論與分析	67
第五章 結論與建議	74
第一節 研究結論	74
第二節 相關建議	74
第三節 後續研究	77
參考文獻	79

附錄	
附錄一、台灣基督長老教會總會機構圖表	92
附錄二、原社手創生活館產業基本資料	93
附錄三、原社手創生活館大事記	95
附錄四、原社手創生活館產品	100
附錄五、台東市糖廠廠域相關資料	120
附錄六、原社四十周年研討會文產專題二逐字稿	124
附錄七、深度訪談	136
附錄八、與問券調查	190

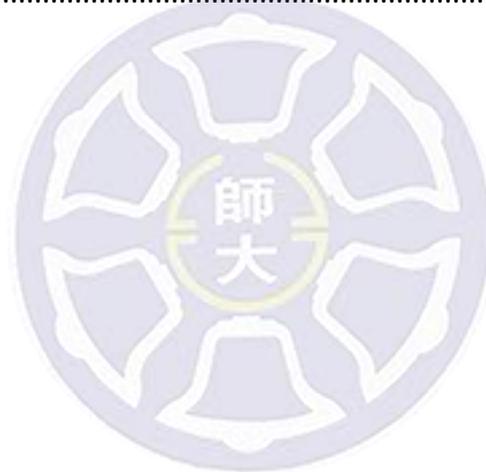


圖目錄

圖 1 南島語族分布區域圖.....	16
圖 2 工藝生態體系圖.....	19
圖 3 文化創意轉換產品設計的屬性.....	27
圖 4 文化創意加值的模式.....	27
圖 5 從 3Cs 到 4Cs 的創意生活產業示意圖.....	28
圖 6 手創生活館的糖廠位置圖.....	38
圖 7 小鳥不要來相關產品.....	46
圖 8 琉璃珠的文飾意涵.....	47
圖 9 原色印象相關產品.....	47
圖 10 生產管理流程圖.....	50
圖 11 文化創作與行銷文化循環.....	51
圖 12 文化產業與傳承文化循環.....	51
圖 13 原社手創生活館經費來源單位.....	59
圖 14 歷年工藝產業家數與營業額.....	60
圖 15 六大旗艦計畫中的工藝產業計畫.....	61
圖 16 原社手創生活館行銷策略形成.....	64
圖 17 觀眾參加與否的決定因素.....	65
圖 18 相關文創組織比較.....	66
圖 19 證照制度整體措施.....	67
圖 20 原社主要決策組織.....	68

表目錄

表 1 「藝術」、「工藝」與「工業」之特性比較表.....	23
表 2 行銷組合策略.....	29
表 3 全球行銷的優缺點.....	33
表 4 原社受創生活館組織架構.....	36
表 5 銷售據點(98 年).....	42
表 6 合作輔導工坊.....	42
表 7 技能及產品設計開發訓練課程.....	43
表 8 社區的接受及回饋度.....	44
表 9 產品定位.....	45
表 10 產品技術流程.....	49
表 11 SWOT 分析之構成要素.....	52
表 12 與工藝相關之各項法令政策與專案.....	62
表 13 數位行銷建議.....	76



第一章 緒論

近年來原住民傳統文化是國際上許多地區積極保護與特色發展的目標，而臺灣政府則是逐漸由過去對弱勢族群關懷、補助與文化保護轉變為協助推廣及產業輔導，開始重視這個快速流失的重要文化資產，在各項政策中以觀光、教育、產業扶植及文化園區群聚等各種型態，期望讓原住民族文化傳承的生命力延續，其中由原住民文化生活中所粹煉流傳的工藝更是極具特色與發展潛力，原住民工藝產業可以提升原住民地區的競爭力，保障在地就業的機會，刺激族群意識與族群認同，延續原住民文化的傳承，更提供我們對原住民族文化的了解機會。

第一節 研究背景與動機

一、研究背景

從加入學校登山社開始，藉由許多登山健行活動，在北大武山遇見原住民的成年禮，在東浦聽見布農族震盪的八部合音，登山時與輕衫簡便正從山上採集、打獵回來的原住民寒暄，這些都是與大自然的子民們”原住民族”的初步接觸的第一印象；2004年因緣際會下參加了平埔族研習營，當時平埔族尚在探索期，密集的課程裡，許多內容還是以原住民族的文化為主，奠定了筆者對原住民族文化的認知基礎，這段期間認識了許多原住民朋友，與深耕文化的夥伴們一起深入文化，拜訪剛正名的噶瑪蘭族、參加阿美族部落祭典，這些經歷啟發著筆者對臺灣原住民族文化的激盪。

其後因為多次造訪移居臺東的友人，開始了解這個臺灣原住民族群最多的後花園，參與了許多的部落祭典、觀光活動，除了體驗文化以外，曾在高中美工科工藝組學習的經歷，讓筆者對於原住民工藝創作特別感興趣，許多的觀光活動、市集場域，都不乏原住民工藝的展售，每每驚豔於這樣工藝創作，都可以感受到工藝創作者對傳統技術上的用心、藝術創意的巧思再加上原住民族厚實的文化累積，轉化成為旅人印象的強烈記號。

為了更深入了解原住民族的工藝創作，從南島文化節、馬嘎巴嗨的觀光活動，到都蘭糖廠、鐵道藝術村、巴古瑪旺市集、加路蘭手創市集及原社手創生活館，認識了許多工藝創作者、文化工作者，不斷的觀察參與，並化為實際的部落旅行方案，加入所屬的戶外社團活動中，親身的規畫推動，可以更了解其中的問題與困難點，也期望能將原住民族的文化推廣給每一個人。

在全球化的衝擊下，外來事物的充斥於生活的周遭，侵蝕著我們對傳統與自我的認知，對於生活在這塊土地上的人，都應該有責任去認識、了解與共同保護這寶貴的臺灣文化，這是我們共同的資產啊！

二、研究動機

福爾摩沙這座美麗之島，歷經多次的文化融合，造就了多元的新文化，臺東這個原住民族群最多的縣市，因地理位置與環境所限，加上交通的種種限制，雖然對許多天然資產、部落與文化有一定的保護力，但在經濟發展、觀光行銷上卻較為困難；早期原住民族生活在自然的空間裡，就地取材的利用植物、木材、石頭等，製作生活工具和祭祀用品，這些採集過程、素材運用皆以手工完成，有些工具製作程序有一定的規範與禁忌，展現的技藝、圖騰代表各家、族系的特色、身與階級，有著傳統文化與族群記憶的延續；依靠大自然生存的原住民族，在社會變遷與政治因素的影響下，將這些傳統部落智慧，轉為含有文化特色的工藝品，這些工藝品的產出與銷售，帶來了經濟的支持，也為傳統智慧找到一絲保留空間。

雖然現代的原住民工藝創作，加入了許多創新元素，也有以個人的抒發、想像為創作方式，但仍然可以看到傳統的風貌透露在工藝的作品中，除了工藝創作之外，找回傳統工藝技法、圖騰，也成為許多原住民工藝創作者努力的方向；傳統工藝的恢復方向主要在，材質上，工藝製作延續原住民族取材天然的環境資源應用，在環保、減碳的意識抬頭下，反映傳統與現代意識的不謀而合，許多工藝創作者在所屬地域採集，藉此找回過去傳統元素採集的過程；技術上，因為原住民族的知識傳承是以口耳相傳的經驗分享，因此原住民工藝創作者，努力回憶家族長輩們的傳統工法，企圖延續傳統工藝的智慧；符號上，原住民族應用於祭祀、服裝與生活用品的傳統編織、飾品甚至是紋面的符號，將傳統記憶的圖騰與色彩，套用在工藝產品中，可以充分展現傳統印象與濃厚的民俗風格。

有如此豐厚的文化做基底，但原住民族卻不擅行銷、策略，對於規畫也較隨性，雖然在教育普及後這方面的人才有提升，卻仍然不夠，因此，發現原社手創生活館這個具有代表的範例，希望藉此機構在原住民工藝產業與文化發展上，探討有所助益的方式，提出建議參考。

近年來政府推動六大新興產業以及文化創意產業中，工藝產業一直都是發展的重點內容，原本就屬於原住民族傳統生活轉換的文化工藝，是天生具備的條件能力，然而在原住民族發展工藝產業時，在製造技術的提升、商品設計、經營能力、行銷通路到專業人才培育，對於樂天知命的原住民來說，顯然是一項不小的

挑戰。

第二節 研究目的

近年來原住民族工藝產業建置發展已漸趨成熟，再加上政府近年大力推動文化創意產業，在工藝技術與環境條件具備下，如何讓工藝產業發展更具規模與延續性，行銷是必然是重要的課題，不同於一般的商業行銷，原住民族的工藝產業行銷必須同時兼顧文化推廣與教育責任，因此本研究在規劃行銷策略時，將依下幾點作為探討目標：

- 一、原社手創生活館在工藝產業行銷策略上的成功因素與阻力。
- 二、原社手創生活館在工藝產業中對於傳統文化的傳承與創新。
- 三、探討原社手創生活館在異業結盟上的競合模式。
- 四、針對工藝產業中的工藝產品、工藝工作者、創作者以及經營者，對影響行銷的問題做分析，並提出改善建議。
- 五、依當前國家文創法規、政策整合探討其應用於工藝產業的相關性、協助與不足。
- 六、在電子商務、國際行銷與提升，參酌未來可行性建議。

第三節 研究範圍與限制

一、研究範圍

以原住民族最多的台東地區為主要研究範圍，由於交通及天然環境因素，現代科技與都市化的發展尚未侵蝕殆盡，在被稱為台灣後花園的這塊淨土上，原住民族傳統文化仍然延續於此，並成了為台東觀光的一大特色，許多的文化慶典及各風景遊憩區，都可見到各式具有特色的工藝品，成為台東原住民部落重要的經濟來源，間接推動部落、社區裡工藝創作與工作坊的產業發展，因此以原住民為主的原社手創生活館展售平台內，原住民工藝創作工坊及原社手創生活館自有的品牌為主要分析對象，並在行銷相關的觀光、電子商務與國際發展議題策略上做探討。

二、研究限制

台東的原住民族工藝創作者及工坊繁多，有些僅是兼職少量製作或是不定期銷售的個人，有些是偏向藝術創作，不具實用及量產的條件，因此研究方向僅針對原社內的原住民族工藝產業為主，其他銷售平台或文化館則不包含。

文獻部份並不以探討族群、文化歷史為主，而是如何行銷原住民族的工藝產業，甚至是文化創意產業，為了不受限傳統行銷手法，以及過舊的數據資料，除了原住民族傳統文化歷史外，行銷策略與經營部份均以2000年以後的文獻為主。

一般商品行銷策略多以實際買賣及銷售營收為評判的利基點，然而就原社手創生活館的文化產業而言，仍屬非營利事業的方向定位，考量點應包含爭取經費補助、在地就業規模與文化傳承效益等做為評估，其次才來衡量營收損益與產值，因此不以商業方式為前提來做為行銷策略的探討主軸，另外，本研究時期以原社2009~2012年間的營運為主要範圍。

第四節 研究方法與流程

一、研究方法

本研究主要的案例是選擇以非營利機構「台灣基督教長老教會原住民社區發展中心」所成立的「原社手創生活館」為對象，由於教會組織深耕原住民部落已久，在推動工藝產業上有一定的凝聚力與信賴度，是傳習工藝技能輔導與推動產業平台的一大助力，而手創生活館位於具有糖廠歷史文化的閒置空間內，在環境地理及觀光上皆具有發展的潛力，並在2011年進駐史前博物館賣店，在行銷通路上邁進一大步，讓原社手創生活館的工藝產業，有不同的展售程度與服務上更大的提升空間，是具有工藝產業行銷策略的觀察與探討價值。

在撰寫本論文之前已有幾年對台東地區的觀察，擬定研究的方向以原住民文化與工藝為主，原本要以伽路蘭手創市集為個案，但因為其活動時間不定、活動期間也長短不一，且市集內的原住民族工藝較不集中，無法針對產業化及行銷策略做研究，除此之外，許多市集的工藝創作者與工坊，都和手創生活館內的展售重疊，在多方評估之下，轉為場地固定、有組織並持續產業經營下，具有傳承文化責任並以原住民族為主的工藝展售平台”原社手創生活館”做為研究目標，希望以藉此機構發展的模式，提供原住民族工藝產業發展上的參考。

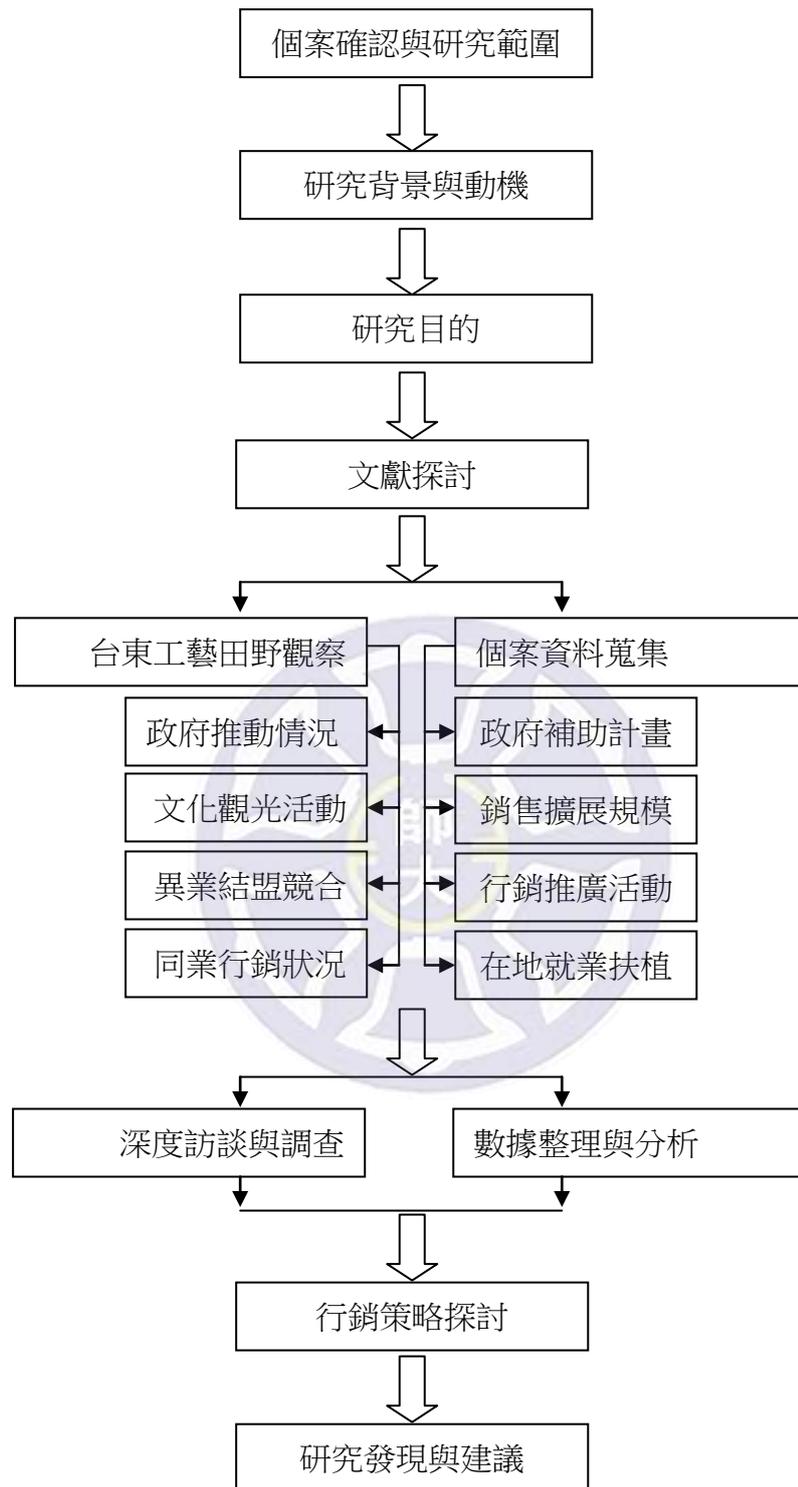
對於有關過程、人群及事件的關係、人群及事件的組織、長時間的連續現象、模式以及人類存在空間的短期性社會文化環境的研究而言，參與觀察的方法論¹都是優異的選擇，因此選擇研究方式是以參與觀察法，將這幾年從台東地區田野調查所觀察到的現象與參與各項台東觀光、市集和祭典活動所觀察到的現象，手創生活館經營現況及數據分析，了解SWOT內外部分析，進一步透過深度訪談，

¹ Danny L. Jorgensen, (1999), 《參與觀察法》，王昭正、朱瑞淵譯，弘智出版。

對手創生活館行銷與策略上的關係深入了解，以原社內主要組織經營者、行銷策畫經理人、執行專案經理人、工藝創作者與工坊為主要對象，了解其行銷流程、經營現況、品牌產品、工坊合作溝通與策略制定方式，再對參與過部落活動或對戶外休閒有興趣的觀光旅行者做基礎量化問卷調查，統計回覆的問卷數字，了解消費者對手創生活館的態度與消費需求，將供需兩方做評估與研究分析，以確認消費者期望，改善生產機能，建立良好的行銷通路，並找出手創生活館在行銷策略、競爭合作與產品創新的成功之因素及需要改善之處，然後輔助相關文獻參考、國家政策規畫的整理，以當前文創產業發展的現況，依手創生活館在公部門的補助下如何營運推動，創造產業經營行銷的自我成長，提出分析後的建議，作為未來參考與展望的方向。



二、研究流程



第五節 名詞解釋

- 一、「台灣基督教長老會原住民社區發展中心」，本研究簡稱「原社」。
- 二、「社團法人台東縣原住民族全人發展關懷協會」，本研究簡稱「全人」
- 三、原社手創生活館(原社手創工作室)，本研究簡稱「手創生活館」
- 四、糖廠：由於台東尚有另一知名糖廠在都蘭，未免混淆本研究提及之糖廠均為台東市糖廠。
- 五、Ku na kun(滾吶滾)：阿美族服飾重要元素-毛球，阿美族語「搖擺」之意，是工藝創作者的應用元素之一。
- 六、工藝的工作者與機構在本研究的名稱定義
 - (一)工藝創作者：舉凡從事工藝製作、生產、設計創作的個人。
 - (二)工藝工坊：由二人以上工藝師或工藝創作者所組成。
 - (三)工藝師：

具備傳統工藝技術的工作者，經由國家機構認證的工藝創作者，例如：行政院原住民委員會所辦理的原住民族工藝師甄選及工藝精品認證，確立原住民工藝師的資格認證，目的在提升臺灣原住民工藝師能量及工藝精品的優質化。
 - (四)工藝大師：

在日本人間國寶正式名稱為「重要無形文化財保持者(各個認定)」依文化財保護法指定那些對日本歷史或藝術價值高的無形文化財，特別是「身懷絕技者」的「重要無形文化財」保持者，他們精湛技藝列為保存、傳承的對象。人間國寶(在台灣稱之為薪傳大師)認定的制度相當嚴格，透過其重立法、重保護、重傳承的長期致力保存文化的全面性作法，不僅將大和民族千餘年來的傳統文化代代相傳，也激發了國民對傳統文化的認同感、自豪感和責任感。²

要成為大師必須具備三個條件：第一是要有風格獨特、技藝精湛的作品，因為大師與工匠的區別是大師要不斷創新，自成一家，工匠是不斷重復，重在程式化的模仿；第二是要有一定的藝齡和創作經驗的積累，大師不只要有藝術天才，還要有對民間藝術的敬業精神和執著追求；第三要有一定的理論水平，把創作經驗上升為理論、以便傳徒授藝，促進整個行業的發展³。例如：由中華民國資深青商總會策辦的「中華文化藝術薪傳獎」。
 - (五)工藝之家：

具備工藝創作成就、工藝創作特色，創作及展陳環境設置，是否具社區文化創意產業發展之潛力，及設置位址之交通便利性、周遭環

² 《週刊人間國寶-重要無形文化財 309 人的世界》，<http://www.hanniew.com/C-ZJD001.htm>，(2010.05.12 查閱)。

³ 張俊顯，(2007[民 96])，〈序〉，《面人制作技法》，北京工藝美術出版社。

境景觀等綜合性指標。例如：「臺灣工藝之家」是國立臺灣工藝研究發展中心（簡稱工藝中心）為全國工藝業界辦理的授證制度⁴。

(六)工藝製作品牌公司：

以工藝作品且固定生產與創作，其生產的工藝品具有百年以上的文化歷史，有穩定生產與創作，具有一定工廠規模、品牌識別、產品開發與設計、行銷管理與推廣，達到經營管理的規模。如琉園、琉璃工房、日本印傳、馬來西亞皇家雪皇莪錫器等。



⁴ 台灣大百科全書/臺灣工藝之家，<http://taiwanpedia.culture.tw/web/content?ID=24318>，（2011.06.22 查閱）。

第二章 文獻探討

第一節 台灣原住民族文化特色

一、南島文化

台灣原住民族屬於南島語系。在人種上屬馬來人。南島語族是世界上分佈最廣的民族；分佈地區西起非洲東南的馬達加斯加島，越過印度洋直抵太平洋的復活節島；北起台灣，南到紐西蘭。台灣是南島語族分佈的最北端。台灣原住民族共有十九個部族，可略區分為原住民族和平埔族。原住民族目前保有自己的語言、風俗習慣和部落結構，不過也正面臨急速現代化的問題。⁵

臺灣位於大陸文化、海洋文化、棉麻之路、漢人與南島民族以及東西方多元文化互相交融之地，其中以明清時期漢人帶來的工藝為根本，漸次增加民初東風西漸的風格、原住民的南島文化色彩及日治時期的產業工藝，逐漸發展出臺灣工藝的傳統。⁶

南島語系十個以上的原住民族群體系，散布在台灣全島，各族所處環境迥異、組織不同，各自展現其族群的工藝特色。⁷



圖 1 南島語族分布區域圖⁸

⁵ 行政院原住民族委員會全球資訊網，〈南島民族〉，

<http://www.apc.gov.tw/portal/docList.html?CID=49744114E4CE41D1F>，(2010.07.15 查閱)。

⁶ 江韶瑩，(2009[民 98])，〈台灣工藝發展脈絡〉，《工藝經紀人才培訓計畫講義》，東海大學創新育成中心，頁 1。

⁷ 財團法財國家文化藝術基金會策劃，(2004)，《文化創意產業實務全書》，臺北市：商周出版社，頁 60。

⁸ 臺東縣政府原住民族全球資訊網，〈南島語族分布區域圖〉，

http://www.taitung.gov.tw/Aborigine/CP/1376/south_island.aspx，(2010.07.15 查閱)。

台灣位居歐亞大陸與太平洋盆地、親潮與黑潮、漢族與南島民族等多元地理環境、文化與族群的匯流交會地帶。台灣原住民屬於南島語族(Austronesian)的一支，包含原住民各族及與漢文化互相涵化的平埔諸族。不到台灣總人口數百分之二的南島語族，居住活動地分佈達一萬六千餘平方公里，佔全台灣面積百分之四十五。在台灣變異性極大的自然環境中，原住民因應不同的生態而發展出不同型態的採集、狩獵、漁撈及農耕的方式；同時，也衍生出不同的聚落型態及建築方式。因此，文化反映著族群跟自然環境的對話關係，在台灣這個生態多樣性的海島，也孕育出台灣原住民文化多樣性的豐富內涵。

全世界的南島民族總人口數將近三億，在地理上的分布極廣，東起南美洲西岸的復活島，西到非洲東岸的馬達加斯加島，南到紐西蘭，而台灣是分布的最北端，目前所知此一南島語族內的語言有一千種左右。目前，台灣島上的原住民人數約有50多萬人，雖然僅佔了世界南島民族人口總數的0.11%，但近年來考古學、語言學、人類學等各方面的研究證據均不斷顯示，台灣在古代南島民族的起源、以及自亞洲大陸東南地區向海洋遷徙和擴散的過程當中，佔有極關鍵性的地理地位。

台灣「原住民」(Indigenous Peoples)一詞的中文隱含集合多個少數民族共識的政治性名詞，在民族學的稱謂為「南島語系民族」(Austronesian family)諸族，以說明文化的系統與類緣關係；以這樣的理解，則更易於討論各族在時空脈絡裡悠久而多樣的傳統藝術特質與變遷。

二、台東地域性與族群

臺灣東部地區居住著阿美族、卑南族與葛瑪蘭族。阿美族擁有十四萬人口，是原住民族中人口最多的一族，依據其居住地區分為南勢、港口、秀姑巒、馬蘭、恆春等亞群。卑南族約有一萬人，區分為知本、南王系統。由於嚴格的傳統會所訓所造就的堅強戰鬥力量，以及擅於處理與統治者的關係，讓該族在東部曾有相當長時期得以節制鄰近的阿美族、排灣族等部落。葛瑪蘭族約有二千人，原居地在宜蘭平原，漢人入墾後便遷徙到花蓮、臺東一帶，曾長期被納入已遭漢族同化的平埔族群，但其語言、神話、祭儀與相關的工藝技能仍然傳承傳統特色，不過，由於鄰近阿美族部落生活圈，所以其習俗難免受到一些影響。

居住在臺灣東方海域島嶼-蘭嶼的雅美族約有三千多人，以芋頭當主食及飛魚文化等，則構成其獨特的海洋島嶼文化。其中，anito 祖靈信仰、飛魚祭、半穴居、拼板船、惡靈觀、髮舞，以及其與南方菲律賓巴丹群島島民的血統、文化關聯，最能凸顯該族群具有的獨特文化傳統。

第二節 傳統工藝與產業

一、工藝定義

(一)歷史記載於文字釋義

- 1.最早出現在戰國時期傳下的《考工記》，解釋是「百工技藝之作」，亦有記載：「知者創物，巧者述之守之，世謂之工，百工之事，皆聖人之作也，鑠金以為刃，凝土以為器…天有時、地有氣、材有美、工有巧，合此四者，然後可以為良。」由此可見工藝不僅指巧妙技藝，也需配合天時氣候、自然風土及材料美感。
- 2.《新唐書·卷一〇〇閻立德傳》：「父毗為隋殿內少監，本以工藝進，故立德與弟立本，皆機巧有思。」
- 3.「工藝」其意為：手藝、技藝、手工技藝，即自古所謂的「百工之藝」、「百工巧意」。
- 4.《說文解字》：「工，巧也，匠也，善其事也。凡執藝事成器物以利用，皆謂之工。」；而「藝」則有「技術」或「技藝」之意，故「工藝」可謂：「製作器物的巧妙技藝」。
- 5.《台灣省通志》〈學藝志藝術篇〉：「凡器物之製造，於過程中施以美化之技巧，而終以藝術為體，工業為用者，均可稱曰：工藝品。」對工藝的概說
- 6.《辭海》中的解釋：「工藝是一種技藝、手藝，將原材料或半成品加工成產品的工作、方法、技術等」。

(二)相關論述

- 1.工藝源起自工具，並且以工具為基礎，加上精巧的製作技術和適當的增飾而逐步演進。
- 2.西方類似「工藝」意義的用詞，則包括 Handicraft(手工藝)、Craft(工藝)、Useful Art(實用藝術)、Practical Art(實踐藝術)、Applied Art(應用藝術)、Decorative Art(裝飾藝術)等詞彙。
- 3.工藝即是因食、衣、住、行、育、樂、信仰、美化裝飾的需要而產生的生活用品，其具有實用的功能、審美的裝飾功能、象徵的符號意義之工藝品種類。
- 4.在工藝品製作過程主要的核心與主要做法以手工為主，在以機械輔助，其主要材料主要是以自然取得材料為主所生產製造的產品稱之為工藝藝品，其主要產品是要具生活功能，不是單純藝術品，稱之為工藝。
- 5.工藝(Craft)是勞動者利用生產工具對各種原材料、半成品進行增值加工或處理，最終使之成為製成品的方法與過程。
- 6.廣義的解釋：各種生活必須之器物，加以多少「美的技巧」者，皆列於

工藝之範疇，近代工業技術的進展，而又有 **Industrial Art**(工業美術)、**Mechanical Art**(機械美術)、**Technical Art**(技術美術)等詞彙的使用。

- 7.狹義的解釋：凡以裝飾為目的而製作的器物，其所做技術上的表現皆稱之，「**industrial art**，應實際生活之需要於各種器物上施以美術之技巧或裝飾者，稱工藝美術，如：細木、髹漆、陶瓷、刺繡、鑄造、飾物等皆是」⁹。
- 8.顏水龍認為優秀的台灣工藝品，必須保有原來的鄉土味，造型改變，技術科學化，都沒有關係。但就是不可以隨便加油添醋，把原來的鄉土味、民俗性都蓋掉¹⁰。

二、傳統工藝

傳統工藝雖帶有民俗的屬性，但並不同於民俗文物，其基準在於工藝品本身的機能、美學、紋樣和裝飾、製作技術、文化意涵和供需交換，以及是否具有傳統造型的風格、特質；工藝品在製作時既以「實用」的功能為目的，通常要求能被複製、量產的產業成品。但無論如何，兩者不論是匠藝技術或成品，都不曾發展或被要求過度專業分化(specialized)或過度精緻化(sophisticated)，健康、明快、簡潔、質樸的風格是民間工藝品的共同特質。

傳統工藝的價值，並不一定凡事加以創新，而是美學或使用功能的更深層意義，作品背後的文化價值與族群認同感。

傳統民藝應觀照本身土地上萌生的文化才能生根，儘可能運用台灣本地的豐富自然材料製作，保持親和的材質與傳統生活的特質；現時流行國際風格可資借鏡，回歸融入再產出形塑本土的工藝文化形貌。¹¹

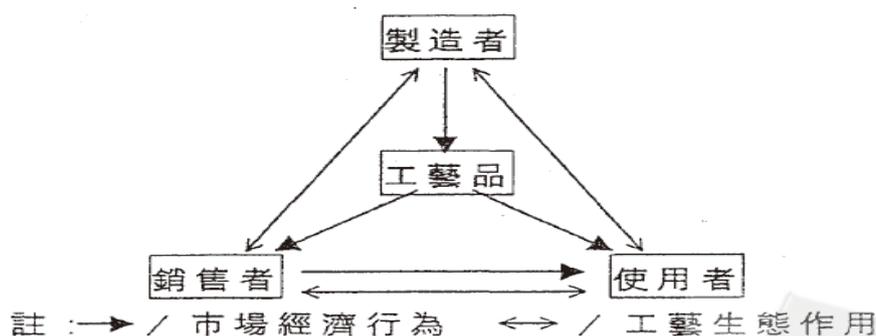


圖 2 工藝生態體系圖¹²

⁹ 中國文化大學出版部，(1993)，《中文大辭典》。

¹⁰ 涂瑛娥，(1993)，《蘭嶼·裝飾：顏水龍》，收於《家庭美術館：前輩美術家叢書》，臺北市：雄獅圖書股份有限公司，頁 78。

¹¹ 傳統數位博物館，解讀傳統工藝，

http://kn.ncfta.gov.tw/NCFTA/ccb/show_node_no.jsp?id=3.1.7&rid=3，(2010.07.18 查閱)。

¹² 謝宗榮，(2002[民 91])，〈臺灣傳統工藝體系初探〉，《研究與動態》，第 6 期，頁 117-127。

工藝的發展大體上依循三個路線發展¹³：

- (一) 以供應朝廷官宦的御用品，特別在織造絲繡、緙絲、琉璃、如意、玉牙雕刻、琺瑯、珍珠、雕漆、金漆、脫胎漆器、景泰藍、金銀細工、陶塑、官窯瓷器等方面有專精的高度技術發展，工精奇巧；但作品往往失之於過於精細繁瑣且豔麗，實用的機能性降低而流為貴族豪商的身分裝飾品。
- (二) 傳統農村的鄉民社會，過著男耕女織的生活，所生產的民間製品，因生活方式並無多大變化，而大多維持地方與傳統生活所需的特色；如各地神像雕刻、營造的大木作、鑿花細木作、家具、彩繪、交趾剪黏、日用陶瓷、竹籐編器、草棕編織、織布、刺繡、繡樣剪紙、藍印花、年畫版印、民間玩具……等等民間工藝，因日常生活中經常使用而不致於發生快速更替，這是民間工藝的大宗。
- (三) 是以上述兩類為基礎的專門、職業製作，又漸受到新原料、新技術及官方作坊的職人退老返鄉指導、地方著名藝人巧匠製作精品而成就為地方工藝名產，在都城附近的鄉鎮特別興盛，以供應大城市的需求成為新興工藝，漸成規模，也直接促使第三產業路線的工藝貿易商品和商賈階級的擴展，不僅供內銷市場也接單外銷，成為貿易工藝品。大體上，我們所稱的傳統工藝率多以第二類的民間工藝為主要範疇。

今日我們對於傳統工藝的關照，大多為「文化」方面的價值認知。正如民藝學者莊伯和¹⁴所說：面對現代，「傳統」反而突顯其存在價值的一面，尤其在提倡文化資產保存與維護的認識下，傳統文化、傳統藝術應該也有發展的空間，工藝的文化傳承也有必要的存在意義。所以「傳統工藝」不僅代表過去的技术，在針對現代生活的反思(尤其是文化價值及美學價值判斷)時，更容易體會傳統工藝存在的必要，這大致是目前文化發展期許的趨勢之一。

一、手工藝

1750 年的工業革命前，生活用品純粹以手工生產，所以稱「手工藝」(Handcraft) 工業革命後，多以機械來輔助製作，並分為「工藝」(Craft)與「工業」(Industrial)

¹³ 台灣大百科全書/工藝總論，<http://taiwanpedia.culture.tw/web/content?ID=622>，(2010.06.28 查閱)

¹⁴ 莊伯和，(1998)，〈傳統藝術概說〉，《台灣傳統工藝》第 17 期，國立傳統藝術中心籌備處，頁 02。

兩種分支。

手工藝，亦即技藝，主要的製程與產出是以手工製作為主，用到簡單的工具，通常跟生活用品有關。跟大量生產的機械製造方式不同，通常通過一定的藝術構思，以工房或是小型工作室的方式加工製作。製作出來的產品通常叫作手工藝品。「手工藝品」一般承載著本民族的文化傳統。當代藝術家在製作「手工藝品」的時候，往往加上現代的藝術元素。讓現代手工藝品更具藝術價值。

二、原住民族工藝

原住民傳統部落工藝品製作目的大多是因應生活所需，原住民傳統技藝與知識均依賴口耳相傳、經驗相承、家族相傳等途徑，原住民各族多擅長就地利用環境資源進行工藝製作，以藤蔓、植物纖維為材，製作藤編、籃編、網袋、器皿等日用品，男性族人也常借助簡易刀具，雕刻製作杵臼等生活工具。¹⁵

臺灣原住民工藝的形式，大致包括編織、製陶、織繡與雕刻等主要類別，因部落環境及社群組織不同，族群各有專擅的工藝傳統與風格：¹⁶

- (一) 泰雅族、太魯閣族及賽德克族以織布聞名，精巧的織布技術結合平織、斜紋織、挑花等技法來表現菱形傳統紋樣；
- (二) 排灣族及魯凱族以雕刻、珠繡、琉璃珠鍊著稱，不論木雕或石雕，以百步蛇紋、人頭紋、三角形紋為主的圖紋裝飾相當繁複，傳統青銅刀柄多有雕飾，鑲嵌敲製手法細緻，鼻笛製作是該族特有的傳統技法；
- (三) 野菜文化知識豐富的阿美族人則擅長各式竹藤草編及刺繡；
- (四) 人數較少的賽夏族也有織布和籐編傳統，肩旗及臀鈴為主要工藝製作；
- (五) 卑南族的十字繡服飾與藤編，富有族群的傳統文化特色；
- (六) 善獵的布農族與鄒族居住於高山地區，皮製工藝較普遍，也常以籐來編製容器；
- (七) 蘭嶼的達悟族以銀盔製作和拼板木船裝飾工藝獨具特色，太陽紋、人形紋及鋸齒紋等形式運用，反映出海洋文化的內涵特質。

日本已故工藝教育家小池新二教授，曾數次來台進行學術研究考察，認為台灣設計的發展具有優良文化背景條件。他指出，將成為台灣現代設計原創性泉源

¹⁵ 萬煜瑤，(2009[民 98.02])，〈原住民工藝：當代藝術的美學表現與可能〉，《臺灣工藝季刊》，第 32 期，南投：國立台灣工藝研究所，頁 6~11。

¹⁶ 台灣大百科全書-原住民工藝，<http://taiwanpedia.culture.tw/web/content?ID=2543>，(2010.06.28 查閱)。

(design source)的文化背景包括下列三點¹⁷：

- (一) 原住民的山地文化。
- (二) 四百年前傳到台灣來的華南文化。
- (三) 展示在故宮博物館四千年歷史悠久的中國文化。

三、工藝、藝術與工業的差別

工藝一詞與藝術的定義差別，在於藝術的意涵可以超脫世俗的約束，從創作中表達精神的體現，而工藝則是與人們的日常生活息息相關¹⁸。

2000 年代初期仍存在著匠師與藝術家、工藝與純藝術等的混淆。

(一) 工藝與藝術

「工藝」與「藝術」的範疇常混淆不清，其中最主要的分別在於：藝術品並不考慮生產時效、成本、市場接受性及實用性，僅追求闡述創作者自身的藝術理念；但工藝卻須與生活結合，同時具有使用功能的實用性與美學價值的觀賞性。¹⁹

早期兩者主要差別在於生產模式與美學價值的不同，工藝品與藝術品的差別，工藝品是具有生活功能的，藝術品是具有欣賞功能的，只是工藝品較一般生活用品多一點藝術功能。

工藝的價值就是在於它的技術流傳百年，他的實用的用法也傳百年，買的瞬間就得到累積的價值，藝術是創作，要需要時間去累積他的價值，是買回來才開始累積。

而工藝又可分為「美術工藝」與「生活工藝」。美術工藝是藝術的一種，主要作為美化裝飾用品；而生活工藝則注重使用功能，並考慮社會群眾的接受度、生產的經濟性與行銷的市場，期與大眾生活結合。上述兩種工藝類別，都具備產業化發展的條件，它具有的優勢在於—比工業產品重視美學價值，又比藝術創作具實用性、更貼近人們的生活。

(二) 工藝與工業

「工藝」是以手工製造為主，而以機械為輔，通常設計與製作者並無區分，重視實用功能與美學表現；「工業」則是以機械生產為唯一

¹⁷ 林榮泰，(2008[民 97])，〈台灣工藝，創意加值：從生活提昇工藝美學的價值〉，《藝術家雜誌》，第 398 期／文化專刊 7 月號，頁 267。

¹⁸ 吳奇龍，(2008[民 97.05])，〈台灣工藝文化園區，心眼手到完全體驗〉，《印刻文學生活雜誌》，第 4 卷第 9 期／文化專刊第 5 期，頁 190。

¹⁹ 洪慶峰，(2005)，〈台灣工藝文化創意產業發展的契機〉，財團法人國家文化藝術基金會，http://www.ncafroc.org.tw/Content/artnews-content.asp?Ser_No=360，(2010.07.20 查閱)。

方式，且設計與製作分工，並以大量製造與降低生產成本為考量，以經濟實用為主要訴求，並不太注重美觀。現今兩者的區分則趨於模糊，因工業品越來越精美，已趨向「工藝化」；而工藝也漸講求量化生產，朝向「產業化」發展。

到了近代，隨著工業文明發展，因為傳統器具用途而製造的「工藝」品，除少數依附在宗教或傳統儀式中還能夠得到保存，大部已經被制式化、機械量產的用品取代，傳統工藝所具有的材質美、技藝美，多半已不復見。同時，部分工藝製作朝向精緻化、藝術化發展，成為一種「造型藝術」而存在，與工藝原有的工具本質，即為生活、生計或生業而存在的目的，已漸行漸遠²⁰。

表 1 「藝術」、「工藝」與「工業」之特性比較表²¹

特性	藝術	工藝		工藝
		美術工藝	生活工藝	
生產目的	抒發理念	美化裝飾	藝術與生活的結合	生活使用
生產方式	手工創作	手工創作、機械輔助	手工創作、機械輔助	機械生產
生產時效	慢	中等	中等	快速
生產成本	高	高	經濟	較低廉
市場性	易曲高合寡	中高	高	高
實用性	無或裝飾用	多作裝飾用	高	高
美學性	較高	高	高	美感較低
量產性	單一創作品	可考慮量產	量產	大量生產

四、工藝產業的條件

台灣工藝在日治時期所發生轉型的關鍵發展，引進日本的行銷制度，積極發展台灣工藝產業的外銷市場，進而奠定台灣工藝產業化的發展基礎。²²

工藝要形成一種產業，必須符合幾項條件²³：

(一)製造的產品主要應用於日常生活中。

²⁰ 于國華，(2004)，〈工藝產業的再思考：除了產值，還要什麼？〉，《文化創意產業實務全書》，臺北市：商周出版，頁 55。

²¹ 洪慶峰，(2005)，〈台灣工藝文化創意產業發展的契機〉，財團法人國家文化藝術基金會，http://www.ncafroc.org.tw/Content/artnews-content.asp?Ser_No=360，(2010.07.20 查閱)。

²² 黃淑芬，(2004)，〈文化創意產業：是願？還是怨？〉，《文化創意產業實務全書》，臺北市：商周出版，頁 60。

²³ 洪慶峰，(2005)，〈台灣工藝文化創意產業發展的契機〉，財團法人國家文化藝術基金會，http://www.ncafroc.org.tw/Content/artnews-content.asp?Ser_No=360，(2010.07.20 查閱)。

- (二)製造的過程主要以手工製造為主、機械為輔。
- (三)必須具有某種獨特性。
- (四)為使產業化，工藝產品需能量化生產。

五、小結

考古學裡認為工藝的重要性在於可以展現時代現況，是人類智慧的傳遞，與藝術相較起來，更能融入於生活中，這是生活提升與人類文化的顯現，臺灣原住民族的工藝展現，是厚實文化的累積，極具台灣代表性競爭的潛能，能將傳統與現代科技、流程融合，不但可以表現當代民族內涵，更可以為原住民族的文化用另一種方式傳承，也因為文化創意產業的推動，為原住民族的工藝產業發揮，帶來更大的發展空間與經濟提升。

第三節 文化創意產業與策略

文化創意產業的興起，帶動台灣文化、藝術的發展，許多產業也希望可以搭上這個熱門的通路，許多人都希望它能成為台灣下一波藍海產業，文化創意產業的類型多樣而複雜，然而如何運用文化特殊性甚至擴及其他產業，結合創意的思考與想像，透過創新技術轉化文化因子，建構創新型態的產業形式及內容。

一、文化創意內涵

- (一)「文化」一詞最佳定義：「文化像是流動的符徵，本身意義的不確定性易於融入不同的歷史脈絡，因而產生了迥然不同的風貌。」²⁴
- (二)聯合國教科文組織的定義：(UNESCO)曾提出對「文化產業」(Cultural Industries)的定義：「結合創作、生產與商業的內容，同時這內容的本質，具有文化資產與文化概念的特性，並獲得智慧財產權的保護，而以產品或服務的型式呈現；從內容上來看，文化產業可以被視為是創意產業，包含書報雜誌、音樂、影片、多媒體、觀光，及其他靠創意生產的產業。」
- (三)英國名為「創意工業(creative industries)」那些源自個人創意、技能和才幹的活動，通過知識產權的生成與利用，而有潛力創造財富和就業機會。
- (四)John Hartley(約翰·哈特利)在 Creative Industries(創意產業)一書中的說明：創意產業的概念，旨在描述和實際融合藝術創意(個人天賦)與文化產

²⁴ 國立花蓮教育大學藝術學，(2008[民 97.01])，《東台灣藝術故事-視覺篇》，臺北市：藝術家出版社，頁 8。

業（具規模）在新媒體技術(ICTs)內，一種新知識經濟互動在公民消費者上。

(五)我國對文化創意產業：源自創意或文化積累，透過智慧財產的形成與運用，具有創造財富與就業機會潛力，並促進整體生活環境提升的行業。除了考量符合文化創意產業的定義與精神外，亦加上了產業發展面上的考量依據，其原則為：一、就業人數多或參與人數多；二、產值大或關聯效益高；三、成長潛力大；四、原創性高或創新性高；五、附加價值高。

(六)國際間對於「文化產業」名稱的定義上，不外乎兩種看法，其一為「創意工業(Creative Industries)」的概念，另一則為「文化產業(cultural industries)」的概念。採用「創意工業」的概念者，主要是在名稱上與採用「文化工業」的概念者區隔；不論是以「創意工業」或「文化產業」為其主要概念，兩者間差異並不大。²⁵

二、地方產業

所謂地方產業是指：地方生活、文化、歷史的結晶，也是地方產業經濟的重要支柱²⁶；另外，鄭凱方(2002)，認為地方特色產業可區分為生產性事業與服務型企業：生產性事業生產具有地方特色的產品，得以吸引外地或全球的觀光客；服務型企業主要是提供優良的服務品質，搭配當地優美的環境，並融合地方特殊文化、民間藝術與歷史背景以吸引觀光客²⁷。

而根據中小企業處的認定標準，所謂的地方特色產業必須符合下列三項條件²⁸：

- (一) 具有歷史性或獨特性
- (二) 對地方經濟及社區發展有貢獻
- (三) 屬消費性且可發展為鄉、鎮、區特色之產業。

三、文化創意產品

聯合國教科文組織（UNESCO）針對文化商品所做的廣泛定義：文化商品是

²⁵ 薛保瑕、孫華翔主持，(2002[民 91.12])，《文化創意產業概況分析調查》，行政院經濟建設委員會委託財團法人國家文化藝術基金會，頁 13。

²⁶ 翁徐得(1993)，〈地域振興〉，《文化產業研討會》，頁 139。

²⁷ 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 期，頁 52-55。

²⁸ 王本壯(1998)，〈提昇傳統地方特色小企業競爭力輔導案以三義木雕為例〉，《經濟部中小企業處委託東海大學專案研究報告》，頁 30-38。

指具有傳達意見、符號與生活方式的消費物品，這些文化產品告知或娛樂、貢獻以建立集體身份，並影響文化活動²⁹。

愈是情感性訴求的文化產品，使用感官行銷中的實體（空間）展示方式愈能傳遞產品價值³⁰。

台灣文化創意業者有能力提出讓消費者感動的生活價值觀，並將其轉化成可獲利的商品。這些生活價值觀具有強烈的在地文化特質，是台灣相當獨特的利基市場³¹。

在中小企業處所輔導的地方特色產業案例中，依其發展屬性，大致上可以區分為：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型。³²

台灣原住民文化在形式表達和象徵意義上有著豐富的呈現，可以成為台灣現代設計原創性泉源，提供本土區域性文化設計時，其視覺元素及概念形成的參考依據，透過傳統文化的解析，將其文化內涵轉換成創意產品³³。

根據語言、人類、社會學者之論述，可將文化視其為人類在文明進化過程中的產物，包括語言、風俗、宗教、藝術、思維方法和生活習慣等。一般而言，可以將文化分成三個範疇³⁴：

- (一) 物質文化-舉凡和食衣住行有關的事物。
- (二) 社群文化-包括人際關係和社會組織等。
- (三) 精神文化-包括藝術和宗教等。

²⁹ 李如菁、何明泉，(2009[民 98.12])，〈博物館文化商品的再思考：從跨界的觀點出發〉，《設計學報》，第 14 卷第 4 期，頁 71。

³⁰ 江義平、李怡璇、江亦瑄，(2008[民 97.03])，〈文化主題商品體驗行銷效果之研究〉，《東吳經紀商學學報》，第六十期，頁 80。

³¹ 劉維公，(2010)，〈創意：台灣新經濟發展的關鍵競爭力〉，文建會/文化創意產業推動服務網，http://www.cci.org.tw/ccicmarket_detail.php?sn=4178，(2010.07.20 查閱)。

³² 楊宗孝，(2002)，〈活化具有地方特色工藝產業〉，《臺灣工藝季刊》，第 13 期，南投：國立台灣工藝研究所，頁 55。

³³ 徐啟賢、林榮泰、邱文科，(2004[民 93.04.17])，〈台灣原住民文化產品設計的探討〉，《國際暨兩案創新設計研討會論文集》，國立台北科技大學，頁 157。

³⁴ 徐啟賢、林榮泰、邱文科，(2004[民 93.04.17])，〈台灣原住民文化產品設計的探討〉，《國際暨兩案創新設計研討會論文集》，國立台北科技大學，頁 158。

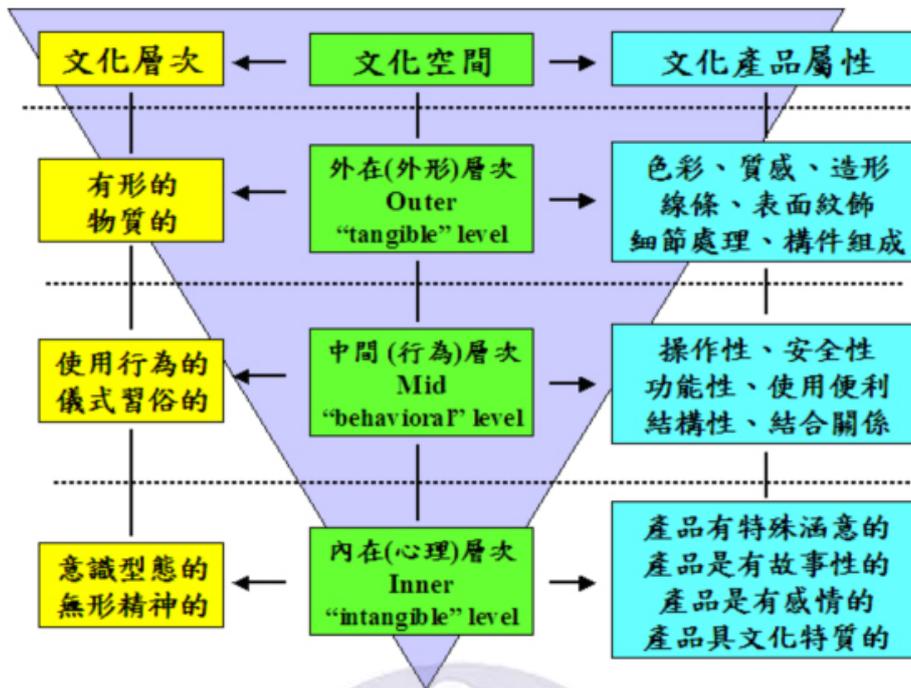


圖 3 文化創意轉換產品設計的屬性，林榮泰(2005)³⁵

文化產品的設計可以分成：擷取文化風格特色、形成設計概念模式，與完成文化產品設計等三個步驟，請參考(圖 3) 的文化創意加值的模式。

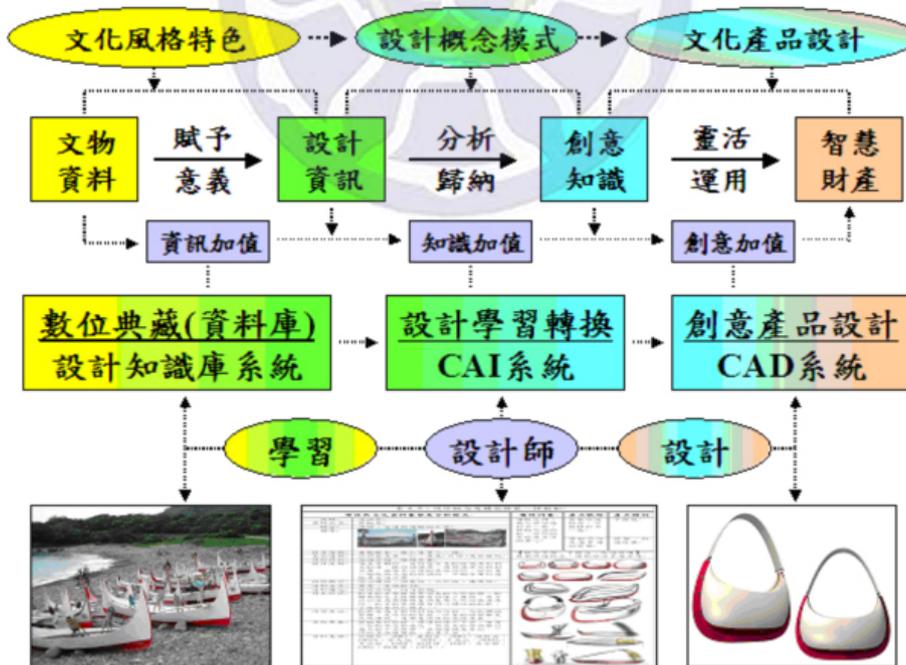


圖 4 文化創意加值的模式，林榮泰(2005)³⁶

³⁵ 林榮泰，(2005[民 94])，〈文化創意，設計加值〉，《藝術欣賞》，七月號，頁 2。

³⁶ 林榮泰，(2005[民 94])，〈文化創意，設計加值〉，《藝術欣賞》，七月號，頁 4。

創意生活產品是從文物中精選出足以代表文化特色的元素，加以轉換創作的日常生活用品。

創意生活產品注重的是「故事性」，工業產品追求的是「合理性」。我們需要一些故事來點綴我們的生活，創意生活產品通常都有一個動人的故事。

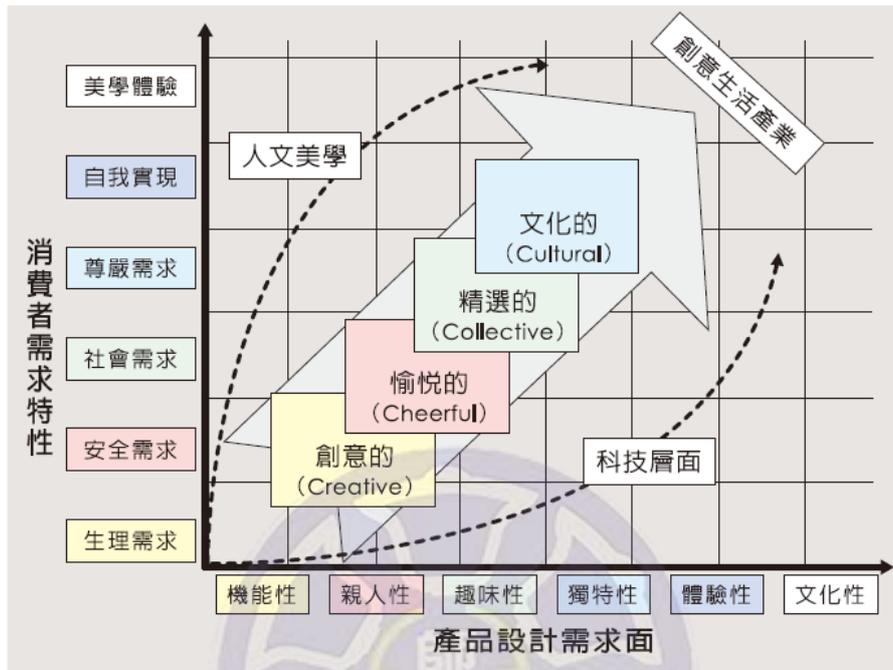


圖 5 從 3Cs 到 4Cs 的創意生活產業示意圖，林榮泰，(2009)³⁷

四、文化與行銷

美國行銷學會為行銷做了正式的定義：行銷是創造、溝通與傳送價值給顧客，並管理顧客關係，以有利於組織和利害關係人的組織功能與流程。³⁸

文化產物商品化的副產品就是文化產業的興起；在學術上，文化經濟學也跟著風行。因為文化產物既然具有相當高的經濟價值，自然需要大量的投資及大量的生產；在貿易方面，要講求行銷，講求經濟規模，注重成本效益的盤算。³⁹

行銷(marketing)與推銷(sales)是產品與服務銷售過程的主要營運活動，其中行銷指的是販賣機制的規劃，而銷售指的是販賣規劃的實踐，前者重思考力，後者重親和力，互為陰陽，缺一不可。⁴⁰

³⁷ 林榮泰，(2009[民 98.05])，〈「工」不可沒，「藝」不可失-當代藝術的美學表現與可能〉，《臺灣工藝季刊》，第 33 期，南投：國立台灣工藝研究所，頁 8。

³⁸ 科特勒·菲利普(Kotler Philip)、洪瑞雲(Ang Swee Hoon)、梁紹明(Leong Siew Meng)、陳振忠(Tan Chin Tiong)，《行銷管理：亞洲觀點》，謝文雀 譯，(2007)，臺北市：臺灣培生教育出版，第四版，頁 5。

³⁹ 郭為藩，(2009)，《全球視野的文化政策》，心理出版社股份有限公司，2 版，頁 5。

⁴⁰ 產業策略評析-行銷策略與行銷組合(上)，財團法人國家實驗研究院科技政策研究與資訊中心

行銷包括三階段，首先為環境分析階段(environmental scanning)，其次為行銷策略規劃階段(marketing strategy)，最後為行銷組合階段(marketing mix)；行銷 4P 即是 Product (產品)、Pricing (價格)、Promotion (促銷)與 Placement (通路)，行銷 7P 即是在上述四項因素下增加另外三項，包括 People (人員)、Process (流程)、Physical evidence (具體感受)。⁴¹

行銷是以「促進機構組織達成所有目標」為目的，不論所指稱者為財務、社會或藝術性的目標，創意是藝術行銷的中心。⁴²

張忠謀先生在交大企業管理研究課堂上指出行銷與推銷的差異⁴³：把 Sales 翻成「行銷執行」，Marketing 則是「行銷策畫」。Marketing 要做那些事呢？第一是去瞭解市場在哪裡？有沒有市場？如果現在沒有市場，但是有潛在市場，就要去開發市場。至於 Sales 他的工作是與 Marketing 成對比的，主要是追求客戶與僱主的雙贏、充滿活動力，我沒遇過一個好的 Sales 不是很有活力的，我看到很多 Sales 都是跳跳蹦蹦的，但是 Marketing 卻很少如此，Marketing 是思考型。

表 2 行銷組合策略⁴⁴

4Ps	4Cs
產品(product)	顧客解決問題方案(customer solution)
價格(price)	顧客成本(customer cost)
通路(place)	便利(convenience)
促銷(promotion)	溝通(communication)

傳統行銷 4C 與新興電子商務行銷 4C⁴⁵：

1.傳統行銷 4C：

顧客需求(Customer)、顧客成本(Cost to the customer)、便利(Convenience)、溝通(Communication)

資訊服務處，http://cdnet.stpi.org.tw/techroom/analysis/pat_A074.htm，2011.03.20 查閱。

⁴¹ 產業策略評析-行銷策略與行銷組合(中)，財團法人國家實驗研究院科技政策研究與資訊中心 資訊服務處，http://cdnet.stpi.org.tw/techroom/analysis/pat_A080.htm，(2011.03.20 查閱)。

⁴² 莉茲·希爾(Liz Hill)、凱莎琳·歐蘇利文(Catherine O'Sullivan)、泰瑞·歐蘇利文(Terry O'Sullivan)，《如何開發藝術市場(Creative Arts Marketing)》，林潔盈 譯，2008，臺北市：五觀藝術管理

⁴³ 張忠謀開講，交大企業管理研究所課程實紀，<http://www.fcic.org.tw/92031902km.htm>，(查閱：2010.07.19)。

⁴⁴ 科特勒·菲利普(Kotler Philip)、洪瑞雲(Ang Swee Hoon)、梁紹明(Leong Siew Meng)、陳振忠(Tan Chin Tiong)，《行銷管理：亞洲觀點》，謝文雀 譯，(2007)，臺北市：臺灣培生教育出版，第四版，頁 16~18。

⁴⁵ 黃俊英，(2003)，第二版，《行銷學的世界》，天下文化，業策略評析-行銷策略與行銷組合(中)，財團法人國家實驗研究院科技政策研究與資訊中心 資訊服務處，http://cdnet.stpi.org.tw/techroom/analysis/pat_A080.htm，(2011.03.20 查閱)。

2. 網路行銷 4C：

顧客經驗(Customer Experience)、顧客關係(Customer Relationship)、溝通(Communication)、社群(Community)

以下五要點已經取代了傳統行銷的 4 P⁴⁶：

1. 在任何地方、任何時間、任何方式的購物取代了傳統市場(Anyplace、anytime、anyway shopping replace place)：
公司必須設計策略，整合虛擬市場、市場界面與傳統市場，已使顧客購物更為便利。
2. 商業網顧客創造收入 (B-web customers drive revenue)：
關係資本被反應在商品的品牌。公司必須將顧客想成是商業網與未來展望的一部份，以及關係建構的候選人，而非只是目前產品的市場。
3. 產生作用的是溝通而非促銷 (Communicaion works，cot promotion)：
單向的媒體例如廣播，只能是行銷組合的一部份。不過最終，是客戶再決定是否或與誰進行單向、雙向或多項溝通。
4. 共同發現價格機制取代固定價格 (Discovery of price replaces fixed price)：
由公司邊控制價格的日子已經過去了。
5. 經驗取代產品 (Experience replaces product)：
顧客付費只是為了享受產品提供的體驗，而非產品本身。因此，產品必須搭配客製化的服務。當汽車只是用來提供運輸、互動是娛樂與做生意的平台時，汽車的「體驗」取代了汽車這項產品。

許多非營利機構都受到中央或地方政府的補助，它們長久以來所關注的議題之一，便是如何能夠經營政治環境的方法。「利害關係」的概念，而這個概念在非營利與藝術行銷中也一直都扮演著重要的角色。

由於非營利機構一般都缺乏物質性的資源，因此傳統以來，許多非營利機構將行銷業務專注在與具有影響力的各個社群公眾建立起良好的關係，並維持機構的良好評價⁴⁷。

⁴⁶ 唐·塔普史考特(Don Tapscott)、大衛·提寇(David Ticoll)、亞力士·羅伊(Alex Lowy)，《數位資本(Digital capital : harnessing the power of business webs)》，陳建良、張順教 譯，(2002)，臺北市：商周出版。

⁴⁷ 莉茲·希爾(Liz Hill)、凱莎琳·歐蘇利文(Catherine O'Sullivan)、泰瑞·歐蘇利文(Terry O'Sullivan)，《如何開發藝術市場(Creative Arts Marketing)》，林潔盈 譯，(2008[民 97.03])，臺北市：五觀藝術管理，頁 13。

五、策略規劃

策略一詞源自希臘文 strategos，原是軍事用語，意指將軍作戰用兵之術；而 Chandler 錢德勒（1962）將策略定義為「企業的基本長期目標與標的的決定，以及為了實現這些目標所採取的一連串行動與資源分配」。

波特最著名的策略主張：競爭策略有專注、低成本及差異化 3 種，企業必須在低成本與差異化策略間取捨，否則可能一事無成。⁴⁸

策略規劃流程的控制階段，不但必須比較目標與結果，同時也必須提出對修正行動的預期。⁴⁹

文化符碼有策略層：探索如何傳達，指該作品在該文脈（文本）中位置的作用、策略組合的規則、策略的元素，即文化策略的最小單位⁵⁰。

行銷是一種行動力，必須有策略的規劃，讓行銷的動力可以準確發揮。

六、電子商務

我們用電子商務的概念來理解數位行銷，而實際上，數位行銷與電子商務的關係密不可分，後者是「在網路上賣東西」，前者則扮演「利用網路幫助業者賣出更多東西」的角色，無論這「東西」指的是有形的商品，或無形的品牌知名度/指名度等。網際網路跟其他媒體最不一樣的就是它最具精髓的特行「漣漪效應」。⁵¹

（一）電子商務的定義

電子商務概念，即是泛指利用電腦網路來銷售或購買資訊、產品、服務等行為；它可被定義成一個可以提供新型態商品--如透過數位化程序的數位化產品--的新市場，當然，實體產品之銷售者也被數位化處理--線上訂購、市場研究、與付款清算等--所影響，因此也屬於此一新興市場之一部份；就廣義而言，電子商務乃指進行商業活動時，對電子方式與技術之使用，其包含企業內、企業對企業、企業對消費者的之間互動⁵²。

⁴⁸ 陳芳旒，(2006)，〈Lesson5：向波特學競爭策略〉，《Manager Today 經理人月刊》，第 22 期，<http://www.managertoday.com.tw/?p=143>，(2011.03.21 查閱)。

⁴⁹ 小約翰·科利(John L. Colley, Jr)、賈桂琳·多勒(Jacqueline L. Doyle)、羅伯·哈迪(Robert D. Hardie)，《企業策略(Corporate Strategy)》，林宜萱、丁惠民 譯，(2002[民 91.05])，臺北市：美商麥格羅·希爾國際出版，頁 56。

⁵⁰ 楊裕富，(1998)，《設計的文化基礎：設計、符號、溝通》，台北市：亞太出版，頁 343。

⁵¹ 邱義智、吳大偉，(2002[民 91.05])，《第一本數位行銷工具書：如何應用數位工具達成行銷目的》，新北市：中國生產力中心，頁 24、29。

⁵² 林翠娟，(1999)，〈電子商務的發展與未來〉，《中央研究院計算中心通訊》，第 15 期 11 卷，頁 100。

電子商務(Electronic Commerce)是指利用電腦技術、網路技術和遠程通信技術,實現整個商務(買賣)過程中的電子化、數字化和網路化⁵³。

1. 電子商務中的 6C

- (1) Customization：顧客滿足度戰略
- (2) Community：社區戰略
- (3) Contents：內容戰略
- (4) Commerce：營銷戰略
- (5) Connection：合作戰略
- (6) Communication：溝通戰略

2. 電子商務的功能

- (1) 廣告宣傳
- (2) 咨詢洽談
- (3) 網上訂購
- (4) 網上支付
- (5) 電子帳戶
- (6) 服務傳遞
- (7) 意見徵詢
- (8) 交易管理

網際網路與相關科技,尤其是電子郵件,向藝術機構提供了一個能夠用來執行宣傳活動的寶貴架構。只要能夠妥善經營,網路將可廣泛地擴大宣傳資訊的傳播範圍,同時在吸引新觀眾的層面上也扮演了極重要的角色。⁵⁴

(二) 電子商務的八大成功關鍵因素⁵⁵：

1. 鎖定正確的目標顧客群。
2. 讓顧客擁有愉快的消費經驗與感受。
3. 改善與顧客有關的作業流程。
4. 整體看待顧客與公司間的關係。
5. 讓顧客自助。
6. 協助顧客完成他們的工作。
7. 提供個人化服務。
8. 建立社群。

⁵³ 電子商務 - MBA 智库百科, <http://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E7%94%B5%E5%AD%90%E5%95%86%E5%8A%A1>, (2011.03.15 查閱)。

⁵⁴ 莉茲·希爾(Liz Hill)、凱莎琳·歐蘇利文(Catherine O'Sullivan)、泰瑞·歐蘇利文(Terry O'Sullivan), 《如何開發藝術市場(Creative Arts Marketing)》, 林潔盈 譯, (2008[民 97.03]), 臺北市: 五觀藝術管理, 頁 325。

⁵⁵ 派翠西亞·席柏(Patricia B. Seybold), 《E 網打盡: 電子商務的 5 大經營法則與 8 大成功關鍵 (Customer.com: How to create a profitable business strategy for the Internet and beyond)》, 謝偉勛 譯, 臺北市: 藍鯨出版, 頁 8。

七、全球行銷

在交通、觀光與資訊的進步下，國家地域的疆界不再那麼明顯，而是從國家轉為區域的文化比較，「競爭」遂成為全球化最核心的特質，在貿易全球化的過程中，文化產物被視為一種可獲取利潤與被銷售的商品。同時文化產物無論是藝術創作或傳統文遺產(如故宮文物)均可被大量複製以減低成本，也像各類商品一樣可輸往各地市場傾銷。⁵⁶ 如何在國際視野中展現台灣文化的特色？由於全球化所涵蓋的內容係多面向（Multi-dimensional）的開展與流動，舉其要者：經濟、文化、環境、資訊以及人力資本等⁵⁷，除了文化工作者自我提升與推廣外，政府的輔助也相當重要。

表 3 全球行銷的優缺點⁵⁸

優點	缺點
生產與配銷的規模經濟性	消費者需求、慾望與使用型態的差異
較低的行銷成本	消費者對行銷組合要素回應的差異
權力與範疇	品牌與產品開發與競爭環境的差異
品牌形象的一致性	法令環境的差異
將好的構想快速、有效利用的能力	行銷機構的差異
行銷實務的一致	管理程序的差異

八、小結

以一般的行銷而言，成功因素的定義主要在營收上，重視績效(accountability)、生產力(productivity)及競爭力(competitiveness)，但在文化產業行銷裡，所經營還包含了文化內涵的傳遞與社會企業的公益性，策略上是要讓擁有傳統文化的族群可以藉由文創經濟的扶植，而更有延續文化的動力；因此，借重商業行為中的種種生產、行銷和策略方式與工具，最後要達到的重要績效反而是文創商品所傳達的意涵，產生的營收要讓傳統文化傳承循環不息，其方式與商業行為雷同，但目的和產生的效益卻不同。

因應時代的變遷，除了基本商業行銷的操作外，由提升文化商品的創意性、電子商務的連結與全球化行銷推廣，讓原住民文化藉由種種行銷策略持續發展，

⁵⁶ 郭為藩，(2009[民 98.09])，第二版，《全球視野的文化政策》，心理出版社股份有限公司，頁 3。

⁵⁷ 蔡志偉，(2007)，〈台灣的南島民族外交〉，《台灣國際研究季刊》，第 3 卷第 3 期秋季號，頁 162。

⁵⁸ 科特勒·菲利普(Kotler Philip)、洪瑞雲(Ang Swee Hoon)、梁紹明(Leong Siew Meng)、陳振忠(Tan Chin Tiong)，《行銷管理：亞洲觀點(Marketing Management： An Asian Perspective)》，謝文雀 譯，(2007[民 96.05])，臺北市：臺灣培生教育出版，第四版，頁 613。

甚至成為台灣特色文化的一環，讓世界都有機會能看見。



第三章 原社手創生活館文化背景與現況

第一節 文化背景與組織

一、教會奠定的基石

原住民的文化最受到影響的不外乎是日本統治與教會薰陶，兩者的不同在於強權殖民與輔導服務性質的兩極，原社從一九七一年的「東部山地服務中心」開始，關切原住民族最基本的生活經濟，參與農村及社區發展，一九九二年更名為「臺灣基督長老教會原住民族社區發展中心」，簡稱「原社」是專為原住民族服務的機構，協助原住民族在土地、雛妓、酗酒等社會問題，其中歷經機構本身的經濟問題與經營困境，直到如今，「原社」成為臺灣基督教長老會下七個社福團體中專事原住民的機構。

從 2000 年開始，在歷經多年的努力，並且因應時勢，由最初的改善經濟到輔助生活弊習問題，轉為扶植原住民的自主、自立，尤其是臺東的人口大多外移或外出工作，留下老人、婦女與小孩，原社致力於部落的社會福利、婦女關懷與兒童教育，由於長期的耕耘，因此獲得部落的信賴與支持，對於凝聚產業人力有很大的助益，也造就了手創生活館這個平台對於原住民工藝產業的發展。

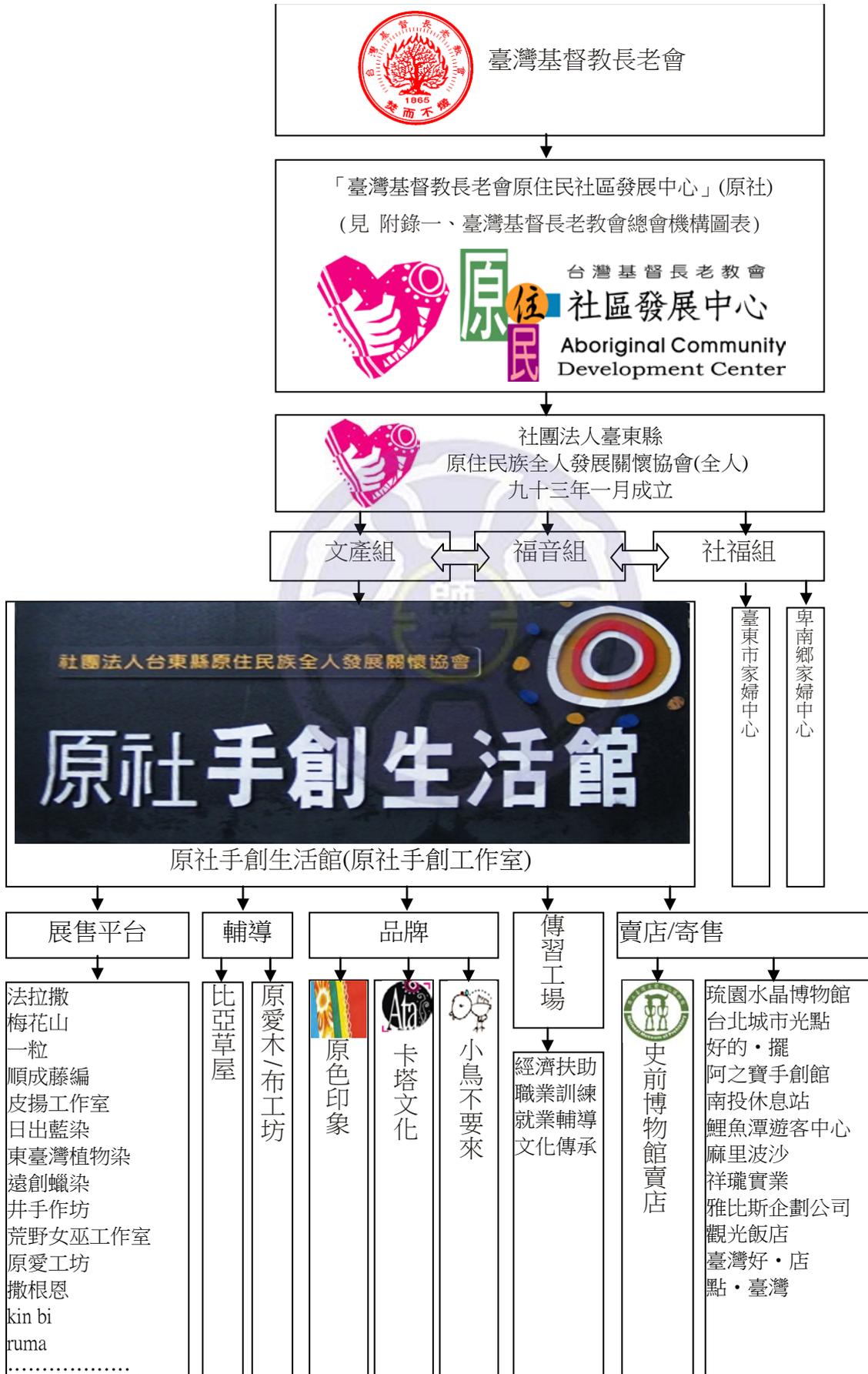
二、發展過程

原社手創生活館並非慈善事業，而是以非營利事業、社會企業的模式自給自足，具有經濟效益與文化傳承的功能，成立「傳習工場」推展「文化產業」，由當地婦女與部落開始，辦理工藝技能課程，學習傳承原住民的文化，這些傳習工場培訓的許多工藝種子，造就未來工坊的合作平台基底，臺東縣一直擁有著發展原住民傳統文化的優越條件，從「只是想在傳統工藝上，留下來自部落的溫度！」的一個構想，到添加文化創意因子到商品設計的生產制度，不僅用「經濟」延續原住民文化精神，更將傳統文化的內涵延伸擴大，在與政府攜手的擴大就業計畫下，開始建立部落自主性經濟並提高原住民傳統藝術、文化、產業、發展競爭力。

在這些過程中，原社以累積的經驗，凝聚地方力量，結合政府政策創造工藝產業發展契機，隨著潮流研發著商品的創新，輔導相關機構，博物館的進駐，在在的展現經營的成果，與政府、地方的肯定，原社下設有福音組、社服組與手創生活館所屬的文產組，在教會精神的帶領下，服務人群、展現人文風采，以及相互回饋的機制，建立一個社會機構的典範。

三、組織結構

表 4 原社受創生活館組織架構



四、與臺東糖廠閒置空間結合

創意產業的生產鏈上最大空間需求者——創意工作者！文化產業若無適當的文化空間給創意工作者去創造、研發、修正其夢想的「作品」，或去協助其開發為「產品」，哪來高尚的產值呢⁵⁹？能夠擁有一個良好的創作空間，是所有藝術家、創作者所夢想的，手創生活館進駐台糖的倉庫，是展開夢想的起點。

(一) 關於臺東糖廠(附錄 5)

近百年歷史的臺東糖廠佔地 9 公頃，創建於 1910 年，是臺灣東部第一座製糖廠且為臺東地區第二大會社，全盛時期共有三間製糖工場，直至 1939 年分別廢除里瓏和新開園工場，至此臺東縣僅存卑南工場(現臺東糖廠)乙座，糖業文化影響及於整個臺東人文社會生活與地貌，既廣且深，對臺東縣之繁榮，居功厥偉。

臺東市區沿舊的鐵路車道與台九線省道之間，土地權屬為臺灣糖業臺東廠，管理機關為臺糖公司臺東廠。近太平溪、鯉魚山與卑南文化公園及國立史前文化博物館相望，原為製糖工業用廠房，週邊交通動線因近臺東豐年機場聯外道路與臺東火車站連接支線，並與臺東縣都市規劃的行政區域縣議會、稅捐機關及即將遷至的臺東縣政府行政大樓比鄰。同位於台九線進入臺東市區前後三十公里路程範圍內，從南端到北端包括知本溫泉區、達魯馬克部落、新園排灣族部落、國立史前文化博物館、娜路灣五星級大飯店、海濱公園、太平溪河岸公園、鯉魚山、卑南文化公園、綠色隧道、黑森林、富岡漁港、小野柳風景管理處等建構成一大型環式風景遊憩區帶，將來臺鐵臺東舊站營運計畫將原有的鐵路路線以自行車道系統連結全區動線，增加遊憩體驗並增添市區文化觀光景點。

(二) 文化再生與觀光

臺灣東部第一座糖廠位於台九線市區段旁，在民國 85 年停工後，一直處於閒置狀況，目前廠區內製糖工場及煙囪、倉庫已被登錄為歷史建築，廠區於 2004 年 6 月，配合發展定位「文化產業創意園區」，冀期逐步結合原住民傳統工藝，並將砂糖倉庫整修為「東糖文物館」開放供民眾參觀，在臺地方爭取下，文建會分四年補助整修六棟砂糖倉庫，再配合「活化資產」政策，整個倉庫區目前已具有地方特色及糖業相關文化產業廠商進駐租用，有原社、杵音及雕刻家阿水等藝術家和團體進駐。

一旁的中山堂(小白宮)建於 1950 年，為巴洛克式建築，外觀雄偉故有「小白宮」暱稱，為糖廠及社區集會場所，已列入歷史建築。

⁵⁹ 財團法財國家文化藝術基金會策劃，(2004)，《文化創意產業實務全書》，臺北市：商周出版，頁 229。

臺東縣政府與臺糖業公司臺東區攜手「臺東糖廠歷史文化空間再生計畫」，讓關廠十三年的臺東糖廠利用部分閒置廠房再出發，結合地方原創工廠與原住民文化資產，讓已閒置多時的老廠區變成一個藝術村。

包括臺糖、文建會共將挹注 4 千多萬元整建，原本的天車吊掛場將化身為大型舞台，廠房也拆掉外牆，要讓民眾透視機房⁶⁰，廠區再生後，可以讓更多藝術文化團體進入，原住民的手工藝品、臺東的農特產品，也都可以進駐此區販售，將文化、農業、觀光結合帶動商機，造就極大的觀光潛力。⁶¹

手創生活館最早是因為專案的合作而進駐的機構，並帶動其他文化團體的進入，目前承租糖廠舊倉庫獨棟 1 層樓的水泥式建築 2 棟，使用的面積分別為 180 坪和 140 坪，戶外空間可作停車場預計約 100 車位，可容納約 30 名觀光客參觀活動，空間規畫主要有琉璃珠示範工作區域、縫紉編織、行政辦公區、教學區、簡報介紹區、展售空間，場內有琉璃珠燒製體驗設備、陶藝生產、產品展示區、縫紉編織設備，手創生活館將這裡運用得淋漓盡致，可說是一個完整多功能的空間，但因為糖廠的租金在專案結束後不再優惠，使的手創生活館的成本大幅增加，造成經濟上的壓力，無法做更多的行銷與推展。



圖 6 手創生活館的糖廠位置圖(手創生活館提供)

⁶⁰ 背包客棧自助旅行論壇，<http://www.backpackers.com.tw/forum/showthread.php?t=208820>，(2011.03.15 查閱)。

⁶¹ 黃明堂(2009.06)，〈4 千萬改造 台東糖廠要變觀光工廠〉，自由電子報-南部新聞，<http://news.ltn.com.tw/news/local/paper/311972>，(2010.07.20 查閱)。

第二節 產業現況與發展

一、產業現況

臺東的原住民族傳統文化豐盛，是手創生活館最大的資源，手創生活館是全人下的一個小組，從剛開始的「傳習工場」培訓工藝技能與文化恢復的推動，到 2004 年勞委會的擴大就業方案，為原社開啟文創產業發展的大門，原社從不斷的辦理活動、申請專案(附錄三、原社手創生活館大事記)，藉以維持機構的運作、增加產業的曝光、基礎人才的培訓，直到 2007 從糖廠租賃了倉庫，建立了手創生活館，許多在地工坊也紛紛加入這個展售平台。

(一)核心價值

以原住民族文化做基底，能同時保留傳統，發展有特色的文化產業，以及不斷創新能力。

(二)核心目的

1. 創造在地就業機會。
2. 建立工藝知識庫。
3. 傳習工藝技術與新知。
4. 原住民文化創新育成場域。
5. 成為工藝創作者的展售平台。
6. 將文創產業的經驗分享給更多的人

(三)使命宗旨

延續多年維繫原住民工藝文化得以保留的機構傳統之外，因應時勢創造就業之餘，開創原住民工藝在現代的實用性與藝術價值。

(四)產業目標

活化臺東原住民文化意象、深耕部落傳統生活領域、銜接生活產業。

1. 傳統文化生產：強化設計研發與創意養成之能力，建立產、官、學合作與支援機制，提昇產能擴增經濟效益。
2. 傳統文化學習：提供部落專業人才傳習與教育的空間，建立傳統文化永續發展機制與管道及傳統產業銷售傳遞系統架構。

3. 傳統文化體驗：加深地區文化認知，型塑地域環境藝術印象，便以擴增創意產業市場接受度。
4. 社會扶助與回饋：提供自主性就業機會，改善弱勢形象與濟助模式。

二、行銷方式

從產業發展以來，透過策略規劃、多元行銷的模式，從生產、通路到消費，完整的組織推動與切實執行，可見市場的經營與佈達已越臻成熟，持續的客戶訂購與回應，更肯定行銷的成功。

(一)產業策略

1. 形塑東臺灣部落手作品牌與品質形象
 - (1)設立東臺灣部落手作風格展售專櫃
 - (2)行動文化體驗工坊專區，擴增參與文化工藝就業人數。
 - (3)鼓勵與協助工作坊對具特色與創意產品進行智慧財產權登記，以防止仿冒或剽竊情況發生，並建立產品地方文化性與創意力。
 - (4)設立網路交易平台，提供上地方具特色千種產品銷售，並透過文字或是影像訴說在地文化特色。
2. 以互助方式聯繫部落技藝平台
 - (1)建立長期產業發展計畫
 - (2)協助各工作坊建立可操作的行銷策略、減少行政人力的成本負擔及專業缺乏。
3. 以 workshop 的形式集體勞作機制擴增市場
 - (1)透過邀請設計師指導，使地方特色產品設計能符合國內、國外消費者愛好，成為市場上獨特又吸引人的手工藝品，並融合地方智慧及經驗，運用當地特有材料，將原住民傳統手工藝的粹煉將創意及設計融入產品中。
 - (2)蒐集全國地方特色業者資訊，予以分級，從「適合外銷」、「適合內銷市場」、「侷限於地方性銷售」進行分類，將工作團隊的產品依照類性進行推廣。
 - (3)不定期參與國際性或是全國性的創意產品設計展，以集體參與行銷場域，可立即修正產品缺失與整體印象建立。
4. 專業技術訓練，穩定生產人力與製作品質
 - (1)協助各地方工作坊選擇一項文化主題產品發展，該產品需考量到基礎原料的可行性、技術程度與地方認同感。

- (2)建立生產流程管理，減少物料耗損，增加生產機能。
5. 創意與設計能力培植拓展異業結合機能。
 - (1)透過舉辦原住民文化工藝設計研習營，匯集在地不同專業領域的工藝工作者擔任機能性的結合。
 - (2)協助部落產業鏈的建立，由傳統原物料種植>採集>整理>創意設計>製作分工>品管>包裝>行銷點建立。
 - (3)藝術生活化，傳統帶著走：設計師們創作能夠帶著走、用得著的生活用品，千年藝術智慧，轉化為生活必需品。
 - (4)量身訂作，顧客參與設計：顧客可參與款式設計與圖紋搭配，歡迎訂購。

(二)傳統文化創意生產

- 1.創意生產組織
- 2.加強傳統文化與傳統工藝製作及植栽的調查與紀錄
- 3.行銷解說才能培力
- 4.財務管理與貨物進銷存人員訓練及檔案建立
- 5.部落創意工坊執行公約
- 6.工坊產品新樣式設計與認證申辦
- 7.產品櫥窗陳列設計

(三)產業行銷通路(見表 5 銷售據點)

1. 產銷資訊互動
2. 創意知識傳習
3. 部落美學能力擴展
4. 產品包裝服務品質提升
5. 協助互助工坊品牌市場知名度
6. 建立部落技藝交流平台
7. 擴充生產人力
8. 市場通路鋪設
9. 建立網路通路平台

(四)創意消費

- 1.產業創意研發需求 (1)關聯產業 (2)工作個體或部落社區

2. 創意產品使用者 (1)文化市場消費者 (2)文化弱勢需求者
3. 穩定在地產業生產品質
4. 擴增工藝產品類型
5. 增加部落人力參與
6. 建立專屬營業點
7. 經營服務形象品牌文化永續發展。

表 5 銷售據點(98 年)

1	台北區	台北 101	13	台東區	國立台灣史前文化博物館
2		十三行博物館	14		好的擺
3		台灣手工業推廣中心	15		部落工坊
4		琉園水晶博物館	16		豬窯
5		台灣好店	17		東遊季
6	中區	國立台灣工藝研究	18	多元行銷點	知本秘境民宿
7		南投休息站	19		福華飯店
8	花蓮	Y之寶	20	網路行銷	舊鐵橋
9		花蓮鯉魚潭遊客中心	21		竹田驛站
10		花蓮松園	22		社頂公園
11		花蓮文化中心	23		趣遊網
12	台東區	鹿鳴溫泉酒店	24		OTOP 地方特色館 樂天市場

三、工藝創作者與工坊的競合模式

許多來到手創生活館觀摩的機構，大多訝異於如何將這些工坊聚集整合，這當然要拜機構長期服務部落、深耕社區，才能讓大家信賴與結合，促成部落在地工藝資源合作，工坊互助平台的空間，除了協助銷售，也負起輔導與傳習的責任，目前合作的工作團隊共計 20 多個工作坊(見表 6)，加入以文化產業為行動力支持部落文化手作者的基礎，以「東臺灣傳習・Life・手創」部落工藝互助平台計畫，集結成為一「傳習工場工作團隊」群組再繼續推動，可望抵達獨立發展的可能性。

表 6 合作輔導工坊

1. 法拉撒工作室	8. 東臺灣植物染	15. 原愛布/木工坊
2. 拉勞蘭部落－小米工坊	9. kin bi 工作室	16. 撒根恩圖騰彩繪
3. 梅花山工作室	10. 順成藤編	17. 鴨母珠工作室

4.一粒工作室	11.荒野女巫工作室	18.阿美婆婆
5.日出藍染工作室	12.皮揚工作室	19.杵音文化藝術團
6.井手作坊	13.好的擺	20.巴奈
7.遠創蠟染	14.ruma	

四、產業效益

在 2004~2007 年，手創生活館已傳系來厚實自身的基本實力，到了 2008~2010 年，開始朝向輔導工坊、提升人員的素質，並開始有了各項成果與績效的表現。

(一)98 年工坊參與平台計畫所辦理訓練課程統計(見表 7)：

1. 訓練時數：116 小時；參與人數：332 人次；參與工坊：161 家/次
2. 人員訓練時數：101.5 小時；訓練經費合計 287,970
3. 心靈成長訓練課程：訓練時數 25.5 小時；訓練經費 63,870 元
4. 技能及產品設計開發訓練課程：訓練時數 76 小時；訓練經費 224,100 元

表 7 技能及產品設計開發訓練課程

日期	訓練計劃名稱	訓練時數	訓練經費
98 年 5 月 2 日	太平洋新美學	4 小時	6,400
98 年 6 月 4 日	網路平台介紹及操作訓練	4 小時	6,400
98 年 6 月 20 日	布農族飾品文化	8 小時	26,050
98 年 6 月 21 日	布農族文史及傳統採集方式	8 小時	26,050
98 年 6 月 29 日	原住民獵人文化工藝技術文史	8 小時	24,050
98 年 6 月 30 日	排灣族獵人衣飾文化	8 小時	24,050
98 年 8 月 3 日	皮革產品的研發應用概況	8 小時	25,300
98 年 8 月 4 日	皮革產品市場商業發展趨勢。	8 小時	25,300
98 年 9 月	展示產品與陳列設計	8 小時	25,300
98 年 10 月	時尚流行銷售哲學	3 小時	8,800
98 年 10 月	產品創意設計發想	3 小時	8,800
98 年 10 月	文化創意行銷-品牌策略	3 小時	8,800
98 年 10 月	品牌經營管理	3 小時	8,800
合計		76 小時	224,100

(二)在地生活價值

手創生活館推動的社區產業，不僅只是為改善部落居民生活而提倡，其背後還蘊涵有文化傳承的目的，由部落的傳統精神出發，延續工藝精緻的要求，協助社區部落產業找出特色，讓在地的產業也可以獨立發揮，並以「東臺灣傳習・Life・手創」部落工藝互助平台計畫，集結成為一「傳習工場工作團隊」，整個計畫，

以輸出入平台自居，挹注人力、資源，由外帶入市場訊息、設計師資、配套計畫、管理模式等，由內而外帶出工藝特色給大眾市場，是一個在穩定中企求東臺灣原住民手工藝穩定發展的模式。

- 1.創造社區產業周邊經濟效益：新台幣 80 萬 1,015 元。
- 2.影響工坊發展效益數：84 家/次。
- 3.直接影響發展週邊獲益人數：116 人次。
- 4.整合性活動：7 場次參與工坊 64 家次/98 人次，金額 38 萬 2,418 元。
- 5.成立原社手創生活館，協助平台進駐工坊 20 家，間接穩定就業市場。
98 年 2 月-98 年 6 月營業額合計：6 萬 9,639 元。
- 6.整合 10 家工作室參與，2009 年度「地方特色產業推薦產業點」潛力型地方特色產業輔導點計畫，為期 3 年 2009-2010 年。
- 7.協力 kin bi 工作室、荒野女巫工作室、撒根恩圖騰彩繪工作室、秋芳工作室、英美工作室，等 5 家工作室立案。
- 8.共同採購材料與布料零件增加 3 名木工就業機會，布工 17 名就業機會。
- 9.協力建和部落技藝學習，發現卑南族古老工藝元素學習計劃。

表 8 社區的接受及回饋度

社區名稱	互惠及回饋方式
金峰鄉新興社區發展協會	<ul style="list-style-type: none"> ●在地就業人員間接培訓與增加就業機會 ●社區產業形象與知名度提升 ●在地特色建立
太麻里鄉北里社區發展協會	<ul style="list-style-type: none"> ●在地就業人員間接培訓與增加就業機會 ●社區產業形象與知名度提升 ●在地特色建立
光明社區	<ul style="list-style-type: none"> ●社區產業形象與知名度提升 ●在地特色建立
建和部落	<ul style="list-style-type: none"> ●社區傳統工藝文化向下扎根，知名度提升 ●在地特色建立

第三節 品牌建立與行銷

一、主題品牌

在「傳習工場」時期，所舉辦的研習活動中，由學員們由學習到的工藝技能，應用在創意思考的轉換，開創出許多文化創意商品，在後來的手創生活館中，續

的延續生產著，並衍生出兩個主要的品牌「小鳥不要來」、「卡塔文化」，前者是以文化意象為主，後者是以傳統復刻為主。

表 9 產品定位 (見附錄四、原社手創生活館產品)

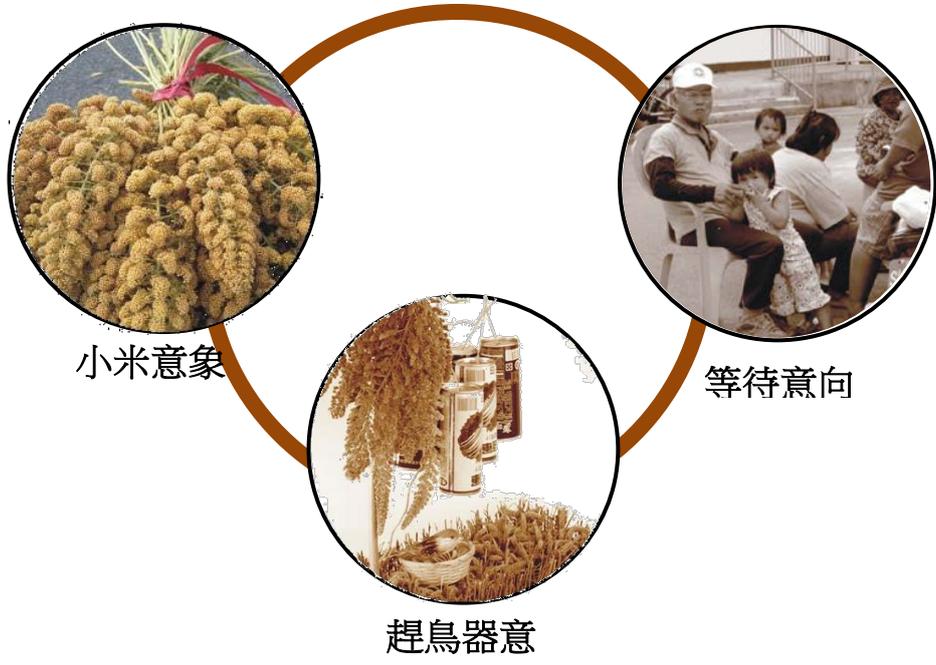
類別	主題	價格	8000~30000	5000~8000	3000~5000	1000~3000	500~1000	150~500
傳統復刻板	祝福系列							
文化主題式	小鳥不要來							
時尚設計型式	花開的時間							
客製品	一般訂做							

(一)小鳥不要來

「小鳥不要來系列」即是反映部落期待小米豐收的心理，將小米、驚鳥器、等待三個意向融入作品中，搭配排灣族的傳統琉璃珠，傳達更豐富與深層的排灣族文化內涵。最重要的關鍵，就是希望小鳥不要來吃小米，若有小鳥來，就要把小鳥趕走；趕小鳥的方式，主要是在竹竿末端，綁上鐵罐或鋁罐，罐內放入小石頭，搖晃竹竿發出聲響，以趕走前來偷吃的小鳥。

「小鳥不要來」系列是手創生活館內很受歡迎的幾個產品之一，受歡迎的原因不外乎背後所蘊含的文化元素及內涵、以說故事的角度切入具有話題性、生活化與多元性的產品定位、有效的活動展示手法、包裝儉樸簡單都是吸引消費者關注的原因。

「小鳥不要來」= 豐收小米 + 驚鳥器 + 等待 = 大家都喜歡的【豐年祭】
 豐年祭 = 歡樂 + 文化 + 美好的旅遊記憶 = 「小鳥不要來」產品





(二) 卡塔文化

以傳統排灣族的飾紋，以復刻仿古的方式，原汁原味的展現傳統風格，考究珠紋的意義，再轉換為各式商品，另外有仿古的樣式，對於收藏者，是相當具有保存價值的。

1. 傳統圖文復刻版：透過重製傳統紋樣與研讀田野史料，體會祖靈留下來的智慧，延續傳統文物之美、品味族群美學觀點並且傳承教導喜好者進入排灣神秘圖文領域。
2. 文化啟發的主題展現：透過部落生活脈動，啟發產品造形應用創意思維，藉由簡單的設計工法，呈現部落的文化特色與想傳達的概念與主體訴求，更將傳統刻板的型制作創意的加值，透過行銷的場域或是產品延伸部落生活的感動故事，也認同手作者對文化延續的努力。
3. 流行、時尚、居家：藉由琉璃的噴燈燒製髮技術，透過設計人力的養成，透過材質所具有的優勢，結合流行服飾、色彩、精質工藝，展現

具有現代感與時尚感的流行性產品，兼具典藏價值。



英文字「Ata」：為延續排灣傳統文化裡 qkata（卡塔），稱「有花紋的珠子」琉璃珠的排灣古名。意為「美麗的果子」排灣人深信這些 qkata 是天神送給排灣人的美麗禮物。



同心圓的太陽紋：

為展現排灣族的傳統同心圓的社會制度，由核心頭目向外擴展頭目、士族、人民 3 個社會階層。同心圓的圖像在陶壺上的形象為「乳釘紋」象徵女性、哺育，亦像似「太陽紋」為誓約、時間、平等、照護……等等的傳統涵義。



炊煙紋：

高貴漂亮之珠(Mulimulidan)是排灣族 qkata（卡塔）中專屬頭目使用最貴重的紋樣，藉著「炊煙」的圖形精神涵義，象徵著對文化的承諾信實與傳承實踐。



圖 8 琉璃珠的文飾意涵

(三)原色印象系列



圖 9 原色印象相關產品

手創生活館也推出與生活產品相關的-「原色印象」系列，運用原住民族的服裝色彩與原素，轉換為其他創意生活商品，有別於其他兩個以琉璃為素材的系列，以原住民服裝上的材質及色彩元素，創造另一種風格的原社印象。

二、產品行銷規劃

手創生活館以原住民特色之琉璃珠，作為主要的產品，結合現代生活設計，以及部落的傳統工藝精神，排灣族的琉璃珠在原住民的裝飾藝術中獨樹一幟，曾經失傳已久的技法經族人多年來不斷考證，也漸漸呈現新的風貌在眾人面前，除了傳統琉璃珠與文化琉璃珠以外，還有流行時尚飾品，提供喜愛時尚精品的消費者更多的選擇。

(一)產品發展潛力

1. 以傳統文化為設計根源，自行研發設計產品款式，開創文化商品市場獨特性與占有率。
2. 結合傳統的手工藝元素與技法，運用現代感的設計語言，創新別具風格的文化手工藝品。
3. 擴充原住民商品於工藝市場多元性，藉由不同主題面向切入活絡部落工藝投入工藝市場需求，達成創造新風格之文化產業重要目的。

(二)產品行銷策略

1. 獨立品牌設計
2. 主動搭配其他活動行銷
3. 新產品開發及宣傳
4. 依據產品區隔行銷

(三)品牌行銷策略

1. 機構共識品牌意象
2. 品牌精神定位
3. 統一風格的曝光
4. 周邊衍生商品
5. 辦理性質相符的活動

三、行銷執行策略

- (一)鋪設文化專櫃：現場製作示範加強對工藝施作的認知與說服購買動機，體驗行銷方式建立品牌形象與部落文化。
- (二)宣傳品印製：介紹品牌、介紹產品、放入系列產品故事，如「小鳥不要來」的部落親子故事和「部落」的傳說、銷售點、網站、客服電話。
- (三)架設網站或部落格：介紹品牌、產品、網路訂購、連結與產品相關的網站,如琉璃珠燒製、銷售點週邊旅遊資訊、原住民文化。(ATABEADS 部落格 <http://www.wretch.cc/blog/atabeads>)
- (四)每年新品發表：與設計師或其他產品 結合，每年舉行新品發表會。舉辦靜態展覽，類似藝廊展示方式。輔以展示活動宣傳。
- (五)舉辦琉璃珠燒製工作坊一日遊：與飯店的旅遊活動結合，舉辦「舉辦琉璃珠燒製工作坊一日遊」，透過觀光客的實際體驗，增進琉璃珠產品銷售。
- (六)異業結合：與飯店的美食、旅遊、節慶等活動相結合。購買飯店旅遊套裝行程，贈送琉璃珠紀念物。針對不同旅遊專案，推出客製化商品，如蜜月族、學生暑期專案。
- (七)發行電子報：針對實體通路客戶和網路購物客戶，定期發行電子報，告知顧客新品資訊、促銷活動、提醒客戶購買生日禮物或情人節禮物。加入旅遊、文化活動的資訊、網站連結。

四、產能與技術研發提昇

手創生活館除了在品牌、價格有所定位外，依照產品線的分類還有「傳統復刻風格類」、「文化主題類」、「流行設計類」等三大主軸，針對不同族群消費者所貼心設計，另外還針對產品的品質、包裝與研發設定流程，使產品價值更加提升。

表 10 產品技術流程

產品研發--- 客戶訂製需求↓ 設計討論/草圖繪製↓ 打樣/材料挑選↓ 成品製作品管↓ 包裝袋處理/產品說明卡/品管	產品品質管理--- 生產製作↓ 計量品管↓ 規格/圖紋品管↓ 成品組合品管↓ 出廠包裝驗收↓	設計包裝流程--- 產品尺寸需求↓ 設計討論/草圖繪製↓ 打樣/材料挑選↓ 包裝組合品管↓ 包裝袋盒處理/標貼
---	---	--

生產工作管理：

1. 以每月產量為訂製生產基數與進用人員考評標準。
2. 每日電子打卡方式紀錄上下班出勤時間。

3. 每日確實紀錄製作數量或重量與工作進度，以便控管製作物的成本單價。
4. 每月結報時間內結算當月使用物料重量，與每人每月製作總數與損耗總數，以便評估製作人員的技術補強需求，並且估算成品數量總數與產量成長比例，並作為留用人員之依據。

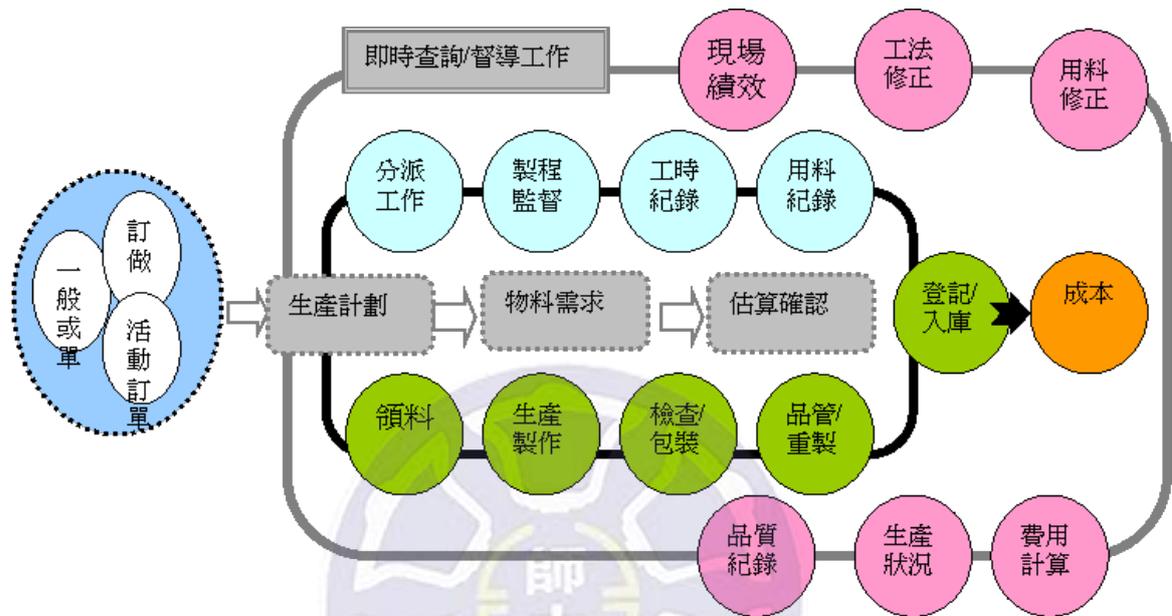


圖 10 生產管理流程圖

第四章 產業行銷策略分析

原社從原住民文化的精神中，創作具文化象徵的商品，也與創作相同具有文化商品的工藝創作者、工坊合作，使經營的文化商品多元豐富，進而能夠行銷原住民文化，形成一個互動互惠的循環。



圖 11 文化創作與行銷文化循環

當原社運用文化創作與行銷文化形成了產業的經濟能量，繼而讓原住民文化的因子在產業中生生不息的延續下去，不但傳承了文化，也讓生計得到支持。

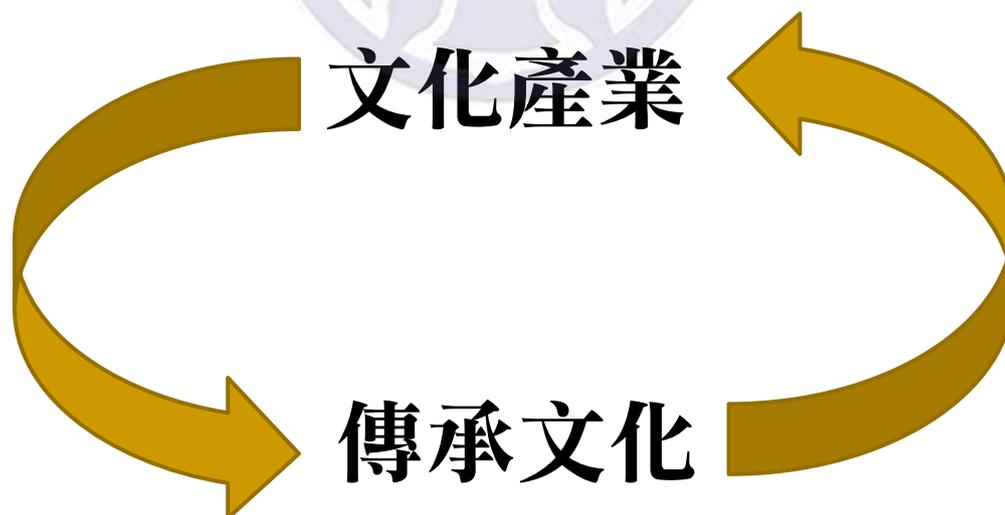
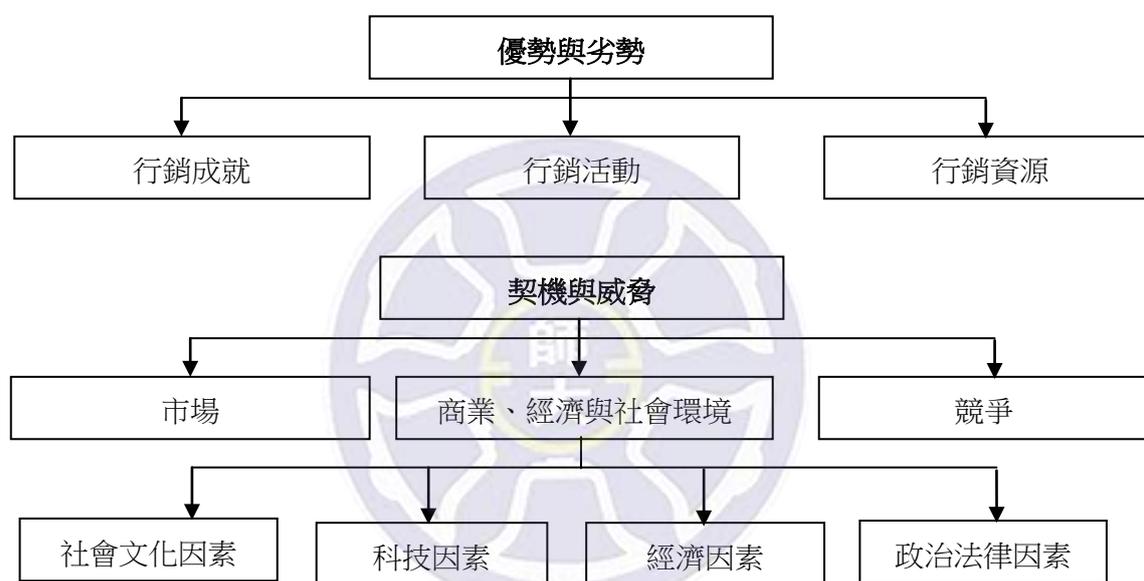


圖 12 文化產業與傳承文化循環

第一節 SWOT 內外部分析

藉由 SWOT 分析現階段手創生活館產業上的狀況，這是產業在制定策略前，對自我有更清楚的認知，以因應未來在發展與規劃上所將面臨的狀況，關於內部環境與外在環境的因素，影響著行銷上的限制性，藉由表 10 的要素，針對機構的行銷成就、行銷活動、行銷資源加以列舉，並就外在環境中市場、競爭、社會環境以及文化、科技、經濟、政治法律上，對於機構的影響做檢視。

表 11 SWOT 分析之構成要素⁶²



一、原社手創生活館產業 SWOT 構面分析

S 優勢	O 機會
<ol style="list-style-type: none"> 1. 在地原住民文化多元而豐沛。 2. 獲得地方工藝創作者的支持，具有整合能。 3. 可自行生產具有經濟產值的產品。 4. 具有行銷規畫能力的經理人。 5. 可執行客製化設計。 6. 擁有多樣技藝上的知識與支援。 7. 不斷開發文化創意的產品。 8. 對在地婦女、弱勢族群提供就業機會。 9. 有產品創新與研發能力。 10. 不斷參加研習進修，提升自我的驅動力。 11. 場地與空間適合生產與展售。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 觀光的推動牽動特色產業的推展。 2. 配合政策輔導，發展屬於台灣的在地工藝。 3. 原住民文化逐漸復甦，吸引關注。 4. 以文化產業吸引年輕人回到本地就業。 5. 為傳統文化、工藝建立知識系統，提升成為認證中心。 6. 以工藝學校為目標，傳承原住民文化。 7. 以博物館賣店的品質，推向國際化。 8. 產業經驗的累積，做為其他機構的參考。 9. 文創法等各項法規逐漸推動與落實。 10. 擁有自己的場地與展售空間。

⁶² 莉茲·希爾(Liz Hill)、凱莎琳·歐蘇利文(Catherine O'Sullivan)、泰瑞·歐蘇利文(Terry O'Sullivan)，《如何開發藝術市場(Creative Arts Marketing)》，林潔盈 譯，(2008[民 97.03])，臺北市：五觀藝術管理，頁 390，圖 8.2。

12. 產品具有說故事的吸引力。 13. 全方位的價格、產品定位，滿足消費者不同需求。 14. 獲得政府機關的認可及補助。	11. 擴充異業結盟的範圍。 12. 文化園區的發展。
W弱勢	T威脅
1. 電子商務建置不足，對行銷推展上有一定的限制。 2. 機構品牌形象混亂，消費者容易混淆。 3. 知名度受限地區與小眾族群。 4. 人力缺乏與培訓不易，造成一人多工無法專職、專業。 5. 公共交通不便利。 6. 國際、數位、商品設計以及行銷企畫的專業人員不足。 7. 無法應付大量生產，技術與產量均不穩定。 8. 工作成員易受家庭變數影響，已無法配合外出式的行銷。 9. 經費與人力的不足，影響行銷的擴充性。 10. 場地租金成本過高。	1. 產品沒有保護措施，容易被抄襲仿製。 2. 與其他琉璃製作者的市場無法區隔。 3. 因地區限制，高單價的商品，無法對主要目標族群的行銷。 4. 外來民族風入侵以及廉價產品競爭，造成消費者誤解。 5. 專案補助告結束，經濟支援無法維持。 6. 消費者對原住民文化的了解不夠，造成購買時價值的認知落差。 7. 東南亞及國際品牌的競爭。 8. 原物料價格波動，成本易受影響。 9. 各族群傳統互相引借，無法區隔。

二、SWOT 內外部分析說明：

(一)S 優勢

1. 在地原住民文化多元而豐沛。
台東地區原住民族群多元，鄰近花蓮、屏東也多有原住民工藝的發展，可以運用的資源豐富。
2. 獲得地方工藝創作者的支持，具有整合能。
再投入多年的地方服務下，從傳習工場培訓、在地就業的輔導，獲得地區、部落的信賴，成為整合平台的利基點。
3. 可自行生產具有經濟產值的產品。
從原料到、生產流程與銷售，完整的產業鏈，掌控成本與品質，創造自產自銷的產業規模。
4. 具有行銷規畫能力的經理人。
經理人具有藝術、設計與原住民背景，在相關企畫、行銷的工作歷練過，對機構推展執行目標可以發揮實質效益，加上決策者對行銷觀念充分授權支援，使策略可以切實執行。
5. 可執行客製化設計。
針對客戶需求量身訂做產品，充分運用原住民族特色元素，滿足消費者對文化商品特殊性用途。
6. 擁有多樣技藝上的知識與支援。
除了生產之外，對於工藝的工法加以記錄，並長期與前輩工藝家溝通

合作，累積許多知識和支援。

7. 不斷開發文化創意的產品。

每年固定推出新產品，並對品質、技術提升，產品項目多樣，從飾品到生活用品，也與工坊和工藝創作者共同開發。

8. 對在地婦女、弱勢族群提供就業機會。

從傳習課程開始，提供訓練工藝的技術與工法，使部落婦女與弱勢族群可以在兼顧家庭與經濟壓力下，找到一條出路，也為機構建立了基礎的生產力與員工向心力。

9. 有產品創新與研發能力。

集結許多不同材質的工藝創作，對於產品開發的融合與素材運用度高，可以獨立開發屬於機構自己的品牌與產品。

10. 不斷參加研習進修，提升自我的驅動力。

經常參與研習活動，提升員工的職能，讓每一個人都可以是設計師、創造者。

11. 場地與空間適合生產與展售。

目前位於台東市糖廠閒置空倉庫內，空間足以容納展售平台、生產空間、傳習工場與行政辦公，大型創作也可以放置，並可容納團體參觀。

12. 產品具有說故事的吸引力。

藉由原住民族傳統圖騰，跨族群、語言、文化、空間，將產品賦予文化生命力，說出每一個歷史背後的傳說。

13. 全方位的價格、產品定位，滿足消費者不同需求。

將產品定位依傳統復刻板、文化主題式、時尚設計型式與客製品，再將每類產品分出價格帶，全面的服務各類需求消費者。

14. 獲得政府機關的認可及補助。

從勞委會多元就業方案到原民會、文建會的專案活動，所規劃與執行的成果斐然，獲得也因為在地產業的推廣成效。

(二)W劣勢

1. 電子商務建置不足，對行銷推展上有一定的限制。

在數位與全球化時代下，消費者購物或出門前大都會搜尋網路資訊，雖然機構一有建置開放式的部落格，但並未達到電子商務互動、行銷與虛擬消費的目的。

2. 機構品牌形象混亂，消費者容易混淆。

在原社手創生活館、卡塔文化、小鳥不要來以及各家工坊的品牌，很容易分散消費者的主要印象，或是我到底買的是什麼？

3. 知名度受限地區與小眾族群。

以臺灣地區來說，機構的主要消費族群受限於區域與小眾，仍有大部份的市場尚未開發(見附錄七、深度訪談與問券調查)。

4. 人力缺乏與培訓不易，造成一人多工無法專職、專業。

因為經費限制，人力無法專職、專工，生產人員必須同時擔任門市人員，經理人兼任產品開發人員與行銷公關，造成術業無法專精，長期下來造成員工流失或是容易出錯。

5. 公共交通不便利。

除了自行開車之外，公共交通工具缺乏，容易減低前注意願，無法帶來更多的消費者、觀光客。

6. 國際、數位、商品設計以及行銷企畫的專業人員不足。

在文化推展上，除了國內需求以外，國際的推展不但可以帶來觀光客，最重要的是可以展現台灣文化印象，在這一塊，需要專業的語言人才、數位技術、網站為護人員以及專才的公關行銷人員，而這些都是目前機構所缺乏的。

7. 無法應付大量生產，技術與產量均不穩定。

手工製作或是半手更製作，製作的時效有一定的限制，在無法增加生產人員下，大量訂單會影響到產量與品質的問題。

8. 工作成員易受家庭變數影響，已無法配合外出式的行銷。

部落婦女因為家庭因素，無法搭配行銷活動與參加外地訓練，造成人力上分配的機動性減弱。

9. 經費與人力的不足，影響行銷的擴充性。

行銷也是需要成本和經費，對於非營利機構的財務分配上，會以穩定機構的基本支出，除非有其他額外補助，很難再花費預算在行銷宣傳上。

10. 場地租金成本過高。

目前糖廠的場地支出佔據機構很大的負擔，且相對行政上的不友善，造成機構的困擾與阻力。

(三)O 外在的機會

1. 觀光的推動牽動特色產業的推展。

旅行是現階段人類追求心靈感性的一種活動，在中所旅行中希望能夠帶走的除了記憶以外，具有文化特色的商品，才具有競爭力。

2. 配合政策輔導，發展屬於台灣的在地工藝。
近年政策開始重視臺灣在地的工藝的發展，也運用像原住民族的文化產業，塑造台灣印象。
3. 原住民文化逐漸復甦，吸引關注。
原運推動至今，不可否認的已逐漸成為台灣的主流印象，在加上教育的推廣，將有助於產業上的發展。
4. 以文化產業吸引年輕人回到本地就業。
機構的產業推動可以創造更多的就業機會，提供原住民族的年輕人回到部落，並為自己的文化努力。
5. 為傳統文化、工藝建立知識系統，提升成為認證中心。
由工藝產業的發展中接構所累積的技術、傳統知識與經驗，都可以建立有系統的知識，不但可以傳承，也可以提升為認證機構。
6. 以工藝學校為目標，傳承原住民文化。
由傳習工廠的教學與課程的規劃經驗，培育許多工坊與工藝創作者，在產業發展之外，更可以成為台東的工藝學校。
7. 以博物館賣店的品質，推向國際化。
進駐史前博物館，寄售琉園博物館，代表產業受到一定的認可，在國際推展上也有一定的幫助。
8. 產業經驗的累積，做為其他機構的參考。
常有其他產業機構到原社手創生活館參訪，借以學習其經驗，可以借交流的機會，輔導、結盟其他產業機構，創造更大的網絡。
9. 文創法等各項法規逐漸推動與落實。
文創法只在推動文創產業，且工藝產業也是發展的範圍之一，在政策領導與扶助之下，對產業的未來發展可以期待。
10. 擁有自己的場地與展售空間。
未來在原社自有地上建立手創生活館，不必再有承租負擔，也可以有更多發揮的空間。
11. 擴充異業結盟的範圍。
除了工藝產業以外，在展演的結合，國際的交流，邁向全方位的原住民文化推展機構。
12. 文化園區的發展。

機構具有吸引聯盟的性質，可發展成園區型態，以原住民為主軸，用產業來發展族群經濟。

(四) T 外在的威脅

1. 產品沒有保護措施，容易被抄襲仿製。

創作者最擔心的就是嘔心瀝血的作品，被人隨意抄襲，雖然可以註冊登記，每一次的登記卻是相對成本的支出，許多工坊與工藝創作者都無法負擔，而且現在產品生命週期短，不斷的創新產品是必然的，另外在原住民族圖騰上的濫用，也尚無保護措施，造成原住民文化創作者生存空間的剝削。

2. 與其他琉璃製作者的市場無法區隔。

鄰近縣市以及在地工藝創作者，都有相似的琉璃產品，尤其是傳統復刻的琉璃珠，市場是無法區隔的。

3. 因地區限制，高單價的商品，無法對主要目標族群的行銷。

對於數量精少的工藝品，產品價格高，此消費者鑑賞品味高，服務與資訊需求要求也多。

4. 外來民族風入侵以及廉價產品競爭，造成消費者誤解。

民俗風的來源廣泛，除了東南亞以外，還有印度、希臘等不同的國家，相對的與原住民族風格產生商品競爭的狀態。

5. 專案補助告結束，經濟支援無法維持。

政府補助是有階段性任務的，但非營利機構若須永續經營，還是需要適當的物質與非物質協助，因此相關的配套措施是相當重要的。

6. 消費者對原住民文化的了解不夠，造成購買時價值的認知落差。

消費者希望物美價廉的商品，但在工藝產業中，文化的基礎與工藝的技術手感才是價值得所在，這一點是工廠生產的規格物件無法相比的。

7. 東南亞及國際品牌的競爭。

亞洲地區的名俗風產品，尤其東南亞如泰國等地價格低廉，也常在祭典、市集活動場域與傳統原住民商品混淆。

8. 原物料價格波動，成本易受影響。

對於物價波動，例如金屬、玻璃原料等，容易在不確定的漲幅間，影響成本。

9. 各族群傳統互相引借，無法區隔。

目前原住民族間，有許多服飾、工藝品，有互相混搭的狀況，造成族群傳統變異、混淆，使傳統價值產生失真狀態。

三、SWOT 內外部評估建議

(一)增加優勢，減少市場威脅

根據 swot 分析的團隊目標市場愈大環境趨勢所影響，發展優勢部分：

1. 在地工作技藝多元化
2. 新場域鄰近觀光景點-部落文化景觀、台糖觀光冰店
3. 史前工藝文物發掘文化加值
4. 島內移民與長住休閒型態日趨成熟

(二)發揮團隊優勢 減少市場威脅

根據 swot 分析的團隊優勢部分：

1. 部落產業工作人員技藝多元化。
2. 新場域鄰近觀光景點。
3. 工作坊互相競合關係。

(三)產業經營與發展優勢

1. 新場所、新契機，自營商機。

新場域位於台九線上銜接國立史前文化博物館、綠色隧道，距台東航空站與火車站僅 10 分鐘路程，鄰近娜路彎五星級飯店區、台東糖業博物館與台糖冰品部，台東市鐵道綠廊的腳踏車步道折返站，具有創造的商機與異業合作機會。

2. 突破原住民文化產品的既定印象與發展格局

94 年第二期多元方案重點以「文化主題式」創作表現做為本中心所研發產品的市場區隔重要標的，也在廣泛的市場標地中找尋到一發展的契機點以創意文化產業創造持續型營收，區隔相同執行琉璃文化產業的市場定位，更擴展文化產業發展的空間。

3. 建立「部落文化由部落親手做」概念，文化傳承與創新的品牌形象。
4. 設立「傳習工場」為部落文化技藝交流平台，擴展就業機能與傳承。
5. 部落自營生產，落實社會福利之回饋機制。

第二節 政策與補助

一、補助來源

從 2004 年開始，勞委會的擴大就業方案，促使手創生活館的成立以及往後發展的動力，讓原社開始應用邊資源，除了不斷提升自我的能力，帶動其他工坊，由策畫活動、傳習訓練課程，與政府單位的政策結合，努力發展各項文化展現，更逐漸在經營的獲益中達到年收入百萬的規模，相對在其他產業眼中，令人欣羨，卻不知因為規模越大，相對成本與負擔的責任也越大，尤其在補助方案中，訂定的預期目標，需要有達成的壓力，加上年度、期中的行政報告，其繁複的程度，還是需要有經驗的經理人協助，另外，專案的補助經常是實報實銷或是指定用途的，要辦理其他的活動、行銷、課程與參展，都必須再尋求其他單位的補助或自行籌款，這對機構來說，無疑的是一項繁重卻不得不做的工作。

經理人對於各種不同期程的政府專案要時時觀察注意，當然，第一份申請企畫一定是最困難的，許多工藝創作者或是微型產業，因為無法同時創作設計又要寫計畫案，因此無法參與或得到許多的政策專案補助，但是當建立了一個有效的正面補助紀錄，將是獲得未來審核的良好認證，而手創生活館的經理人則是具有執行此工作的能力，不但為機構爭取專案的補助，也協助其他合作工坊，運用不同面向的計畫案，充分使用在機構中，因此爭取補助勢必也是成為文化單位，另一種行銷自我的方式。



圖 13 原社手創生活館經費來源單位

二、工藝產業政策觀察

端看文化創意產業這幾年的發展，工藝產業是臺灣文化創意產業自 2002 年以來，營收一直維持正成長的兩項產業之一，從 2002 年到 2008 年的工藝產業營業額成長了 29.90%，對於工藝產業歷年的成長性(見圖 14)，具有開發的潛力，包含牽動的政府單位有文建會、經濟部、地方文化部門…，文創產業旗艦計畫(見圖 15)包含了工藝產業的規劃，但以原社手創生活館來說，在文化創意產業內容及範圍定義中，除了工藝產業外，所牽涉到的創意生活產業、設計品牌時尚產業、產品設計產業、視覺傳達設計產業、視覺藝術產業等，都是與手創生活館發展範圍有所關聯的，政府除了對文化單位經濟補助外，在傳統文化上應協助保存，對於創新的文化產業，則需要通路的推廣。

工藝產業可以結合的政策、計畫相當多元，大眾的接受度也較高，產值是可以期待的產業，因為工藝是先民流傳的智慧，是生活的一部分，在推動區營造與區域產業振興的同時，工藝最終的導向將漸趨轉為生活化與在地經濟發展緊密的結合，成為臺灣的一大產業發展特色。

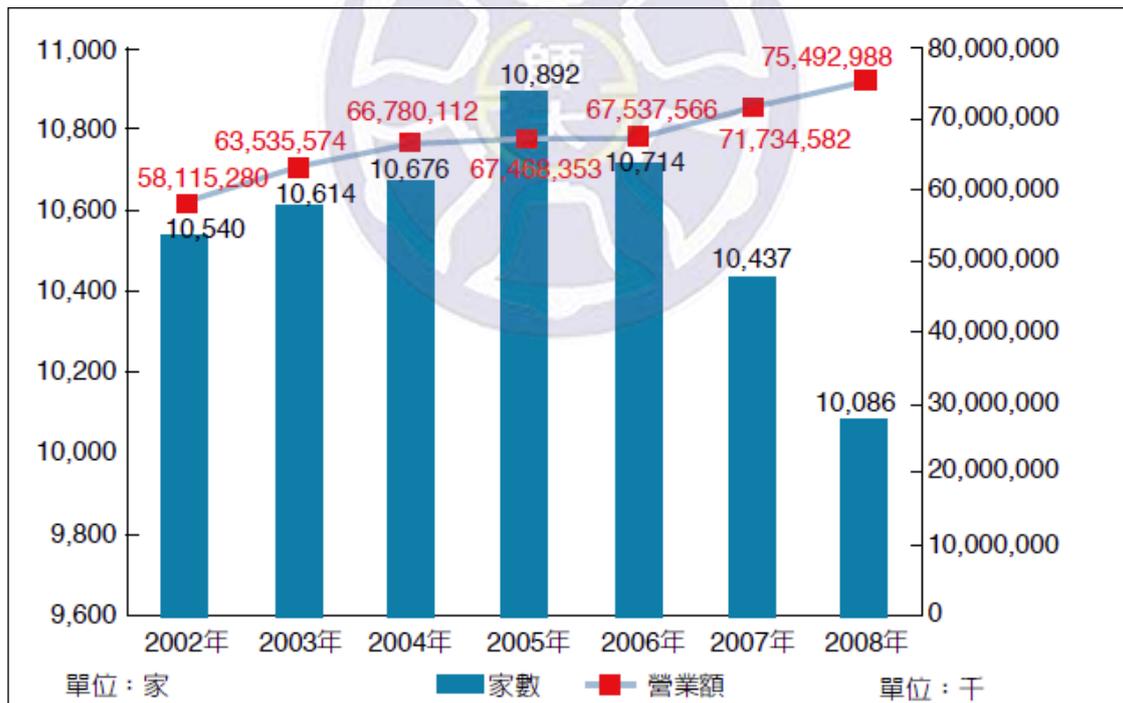


圖 14 歷年工藝產業家數與營業額⁶³

⁶³ 李仁芳等編，(2010[民 99])，《2009 年臺灣文化創意產業發展年報》，臺北市：行政院文化建設委員會，頁 49，圖 2-3-1。

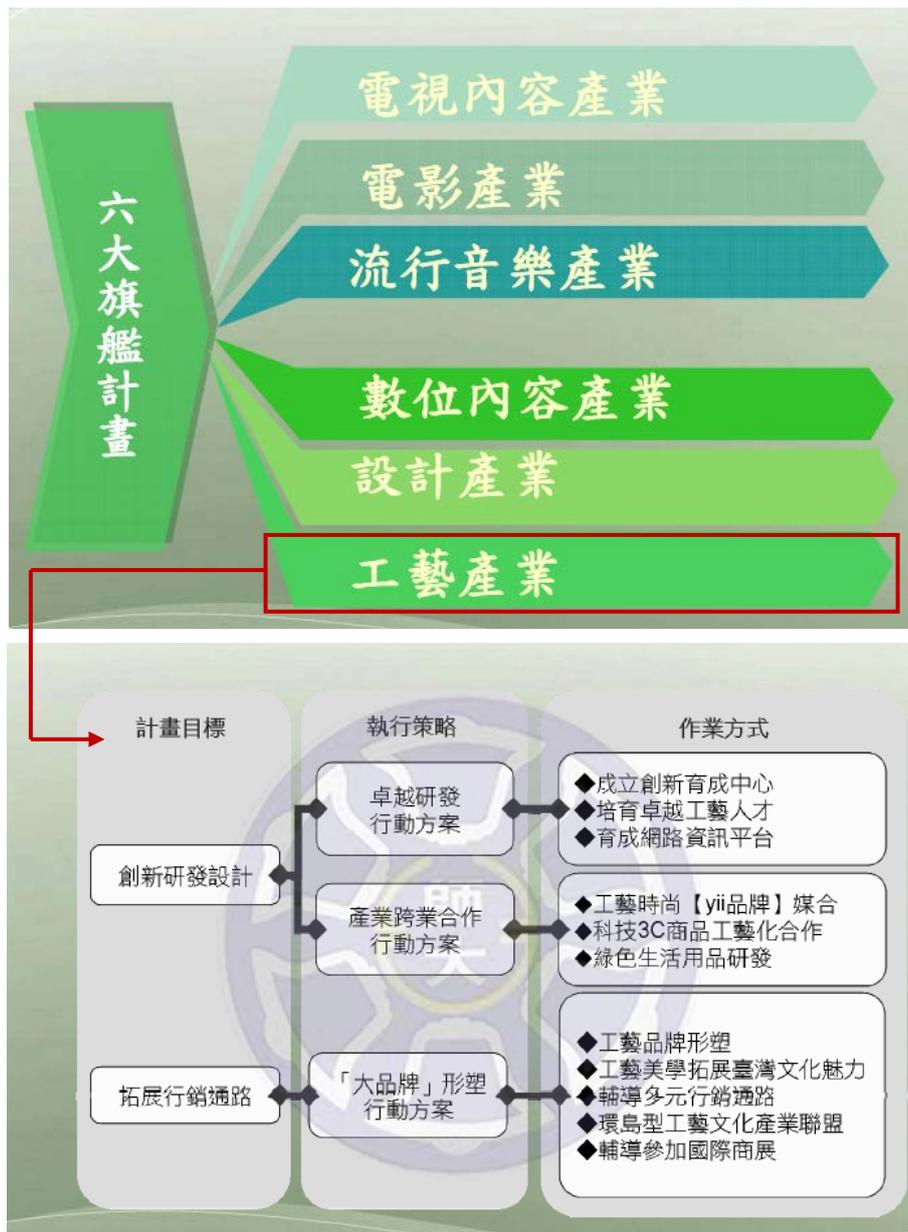


圖 15 六大旗艦計畫中的工藝產業計畫⁶⁴

⁶⁴ 創意台灣－文化創意產業發展方案，(2009.05.14)，行政院全球資訊網，
<http://www.ey.gov.tw/ct.asp?xItem=53821&ctNode=2922&mp=1>，(2010.07.20 查閱)。

三、相關政策法令

近來最熱門的不外乎是「文化創意產業發展法」的建置，並有各項執行細則也逐步公布，其實另外有針對原住民所制定的「原住民傳統智慧創作保護條例」，但是其條例並無罰則，因此僅供參考，還是有許多人任意使用傳統符號，抄襲原住民工藝創作者的作品，另外在「智慧財產權法」的保護政策，每登記一項就是一筆支出，對工藝創作者來說，產品不斷推陳出新，生命週期加速轉換下，以及無法量產的創作，不但無法負擔登記的成本，真的糾紛，也無法應付繁雜的手續與法律程序，所以認證、專利與文化詮釋，成為原住民創作上的一大隱憂，在這裡，手創生活館對於每年開發的新產品，已發表會的方式，消極的去應付這方面的問題。

不過我們還是可以期待，政府不斷改善法規上的漏洞，直到可以維護大家的權益，健全產業發展的保護；雖然政策上還有許多需要改善之處，但是手創生活館還是能運用現階段政府政策與計畫，像「多角化社區工藝扶植計畫」的申請，為在地工坊與機構本身爭取補助的機會，讓產業的發展不至停止。

表 12 與工藝相關之各項法令政策與專案

單位	相關要點與計畫
文化建設委員會	文化創意產業發展法 1.行政院文化建設委員會公有文化創意資產利用辦法 2.行政院文化建設委員會促進民間提供適當空間供文化創意事業使用獎勵或補助辦法 3.行政院文化建設委員會協助獎勵或補助文化創意事業辦法 4.文化創意事業原創產品或服務價差優惠補助辦法 5. 學生觀賞藝文展演補助及藝文體驗券發放辦法 營利事業捐贈文化創意相關支出認列費用或損失實施辦法
文化建設委員會	文化資產保存法
文化建設委員會	文化藝術獎助條例
文化建設委員會	「區域型文化資產環境保存及活化計畫」補助作業要點
文化建設委員會	文化藝術團體急難補助作業要點
文化建設委員會	生活美學主題展計畫補助作業要點
文化建設委員會	直轄市及縣市政府推動新故鄉社區營造第二期計畫補助作業要點
文化建設委員會	社區總體營造獎助須知
文化建設委員會	視覺藝術類補助作業要點
文化建設委員會	補助設立藝文產業創新育成中心作業要點
文化建設委員會	補助藝術村營運扶植計畫作業要點
文化建設委員會	藝文產業補助作業要點
文化建設委員會	績優文化藝術人士急難補助作業要點
國立臺灣工藝研究所	推展工藝文化與工藝傳承計畫補助要點
國立台灣工藝研究所	獎助博碩士班學生從事台灣工藝文化相關研究學位論文作業要點
國立臺灣工藝研究所	臺灣工藝之家及資深工藝師－災害及意外傷害救（補）助申請作業
國立台灣工藝研究所	獎勵大專學生投入工藝技藝領域人才培育作業辦法
國立台灣工藝研究所	工藝品牌形塑補助計畫
國立台灣工藝研究所	工藝創新育成補助計畫

國立台灣工藝研究所	多角化社區工藝扶植計畫
國立台灣工藝研究所	工藝新貌跨領域創作應用第三期計畫
國立台灣工藝研究所	台灣工藝之家與旅館通路結合行銷』補助計畫
國立臺灣傳統藝術總處籌備處	補助作業要點
國立傳統藝術中心	獎助博碩士班學生研撰傳統藝術學位論文作業要點
國立傳統藝術中心	補助作業要點
國家文化藝術基金會	國家文化藝術基金會設置條例
經濟部	協助傳統產業技術開發計畫
經濟部	傳統工業新產品開發輔導辦法(產品開發、產品設計、聯合開發)
經濟部智慧財產局	著作權法
經濟部智慧財產局	智慧財產權法
經濟部中部辦公室	地方群聚產業輔導計畫
經濟部小企業處	辦理地方特色產業暨社區小企業輔導作業要點
經濟部小企業處	經濟部中小企業發展基金對民間團體及個人補(捐)助作業規範
經濟部小企業處	創新研究獎－中小企業發展基金獎助中小企業創新研究作業要點
經濟部商業司	協助服務業研究發展輔導計畫-業者創新研發計畫
經濟部工業局	創意生活發展推動計畫
行政院客家委員會	推展客家學術文化活動補助作業要點
行政院原住民族委員會	原住民族工藝師甄選作業要點
行政院原住民族委員會	原住民族工藝精品認證作業要點
行政院原住民族委員會	原住民族傳統智慧創作保護條例
行政院原住民族委員會	原住民族教育法
行政院原住民族委員會	推展原住民經濟活動補助要點
行政院原住民族委員會	原住民族綜合發展基金信用保證業務處理要點
行政院原住民族委員會	原住民微型經濟活動貸款要點
行政院原住民族委員會	推展原住民族產業活動補助要點
行政院原住民族委員會	培育原住民專門人才獎勵要點

第三節 整體行銷策略

從原社手創生活館的經營結構來說，由決策者制定流程規劃、工藝合作結盟最後由消費者回饋具體感受，成為原社手創生活館行銷策略制定的思考方向。

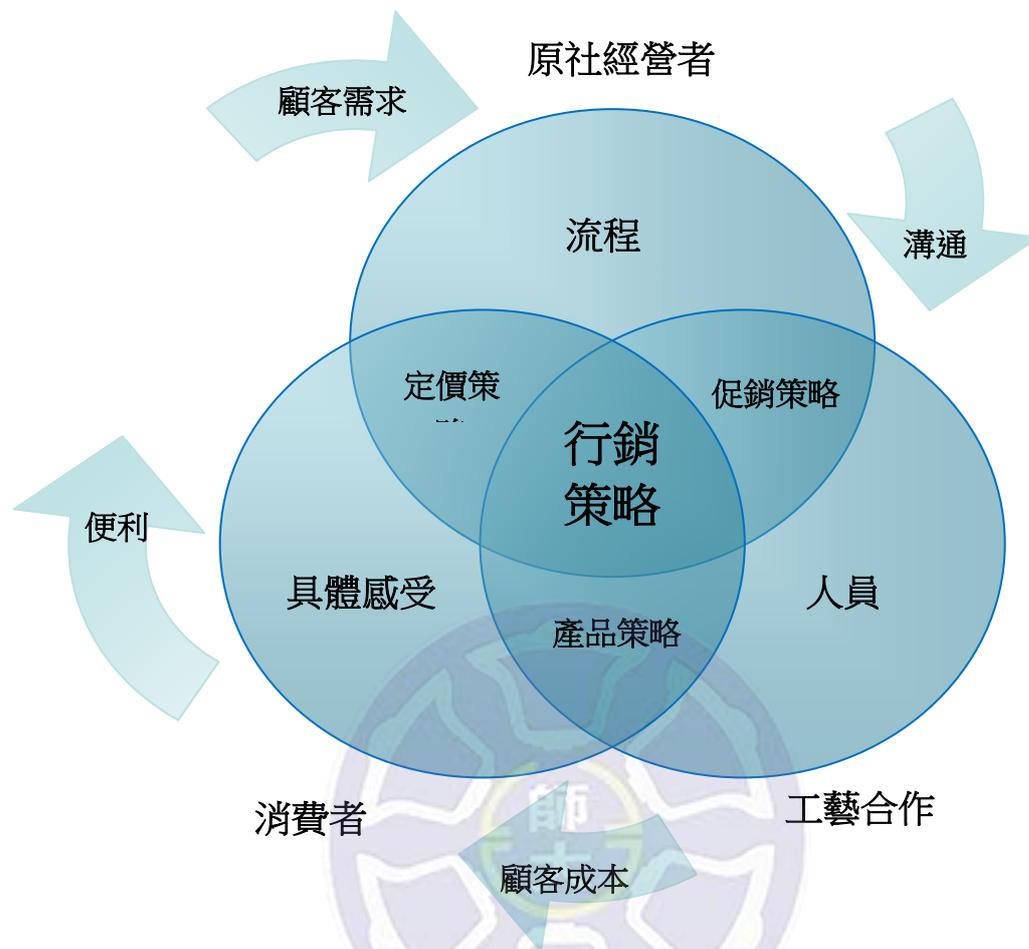


圖 16 原社手創生活館行銷策略形成

一、創造活動的參與力

台東地區的經濟主要是仰賴觀光休閒活動，從跨年的太麻里曙光到夏日的原住民慶典活動，農產型的洛神花、釋迦和鳳梨季，橫跨整年度接連的活動，遊客、旅人也成了主要消費族群，然而觀看手創生活館，並未一股勁的去趕搭活動，而是藉著創造活動來吸引、曝光產業，從(附錄三)裡的歷年工作紀錄可以觀察到，原社所辦理的、參與的活動，並不會過度專注在觀光活動、民俗慶典，甚至是經常跨縣市的外出展售，建立機構知名度與品牌形象，同時也分攤其他工坊無法外出推展的工作，而工坊們倒是經常出現在市集、觀光活動中，到像是機構的種子宣傳，經常會推薦遊客們前往手創生活館，成為產業行銷上的另一種互助。

手創生活館還辦理許多具教育性質的 DIY 教學、文化研習，對於有興趣的人廣納歡迎，傳遞文化本質，也行銷機構的形象，是智慧的、有內容的，例如與史前博物館合作的教育資源企劃活動，如(圖 17)的因素，到博物館內的的民眾可能為家長、教育水平較高、對文化有興趣的人，這些人自然是手創生活館的潛在

客群，透過教育活動也可以讓這些族群更了解原住民文化。

不定時的舉辦主題性的展覽，也是手創生活館結合在工藝之外的藝術家，對空間上創作或是作品展示的一種邀請，更增加館內展示的多樣性，具有小型藝廊的性質，讓每一次來的人都有不同驚喜。

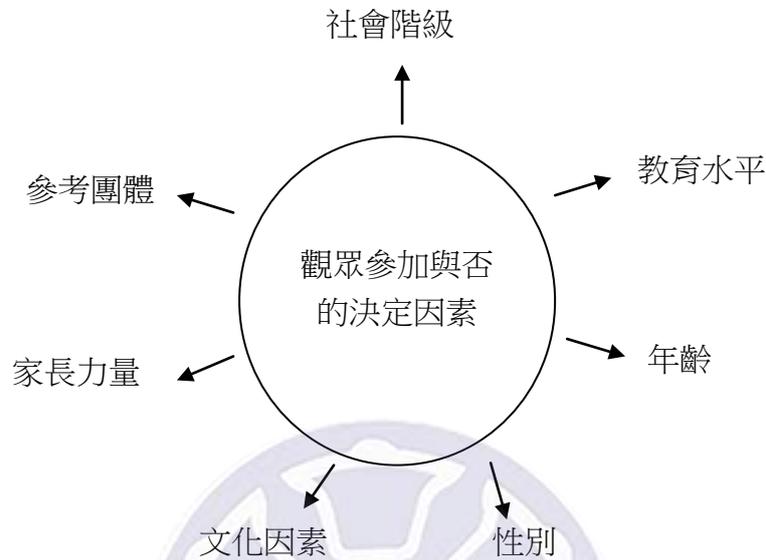


圖 17 觀眾參加與否的決定因素

二、團隊共同行銷力

比較相關文創組織中(圖 18)，屏東的蜻蜓雅築、沙滔舞琉璃等，也都是發展相對成功的組織，但與原社不同的是專注單一族群為主，而原社則與原住民文化各族群工坊、工藝師一起共生合作，建立一個平台共同推展；而原社手創生活館在文創商品發展的區塊與其它組織有重疊也有區隔，品牌上原社手創生活館區分出傳統(例如：卡塔文化復刻仿古系列)與創新(例如：小鳥不要來系列)，產品發展價位區塊也作了相應規劃，因此，無論是團隊合作性、品牌區隔、商品價位區塊，原社手創生活館的整合規劃都相較其它組織更加多元、完整，在這些條件的加持下，是原社能夠持續經營，並與其他同質性文創組織有所不同之處。

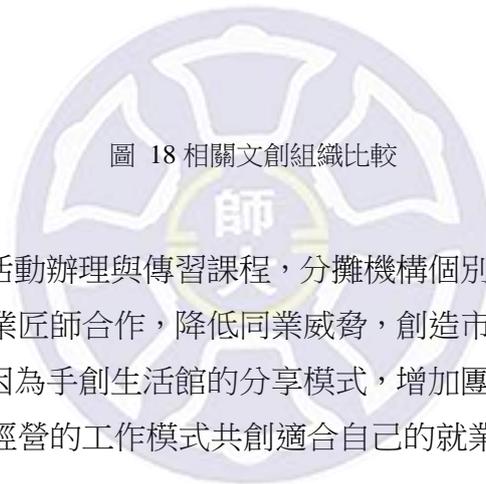


圖 18 相關文創組織比較

透過共同採購、活動辦理與傳習課程，分攤機構個別支出的成本負擔，與相關的產品設計師和專業匠師合作，降低同業威脅，創造市場鋪陳廣度，是一種部落式的互助方式，也因為手創生活館的分享模式，增加團隊的向心力，藉由集體工作的優勢，以團隊經營的工作模式共創適合自己的就業環境。

三、傳統延續與創新

累積許多工藝能量的手創生活館，也開始建立傳統知識系統，希望大家想到工藝方面的事，就會想到原社手創生活館，參考(圖 19)的認證制度，在訓練傳習與提供傳習學員就業的機會的能力都已具備，機構仍希望可以為了保留傳統上，運用運用工藝資源，薦請具有傳統技藝的工藝師、工藝大師，建置各項工藝技術的制度與流程，成為傳統工藝認證上的一個標準。

除了認證制度，累積多年傳習經驗的手創生活館，也希望朝向工藝學校的方向發展，將原住民族文化延續與傳承，以及培養工藝產業上行銷企劃、設計研發與創新思考的人才。

原民會於 2010 年施政計畫的輔導原住民族產業發展中，提出七項計畫：1. 成立「原住民族產業經濟發展推動小組」。2. 推動部落特色觀光產業輔導。3. 推動原住民族三生產業輔導。4. 原住民族文化創意產業發展計畫—推動「文化

產業認證」制度，設立「原住民族工藝薪傳獎」。5.成立「臺灣原住民族創業育成中心」與「臺灣原住民產品拓售機構」。6.傳統智慧創作保護條例計畫。7.成立各項「原住民族產業經營管理暨技術服務團隊」。⁶⁵

原民會辦理的工藝師、產品認證，未來若能採取第三部門的方式，委託具有公信力的認證單位及委員，例如博物館、具有研究原住民文化之學者專家，為真正在原住民文化上傳承的工坊、平台、創作者，做出更具鼓勵的品質保證，甚至由國家來支持與保障，讓這樣的傳統文化能在更具有競爭力。

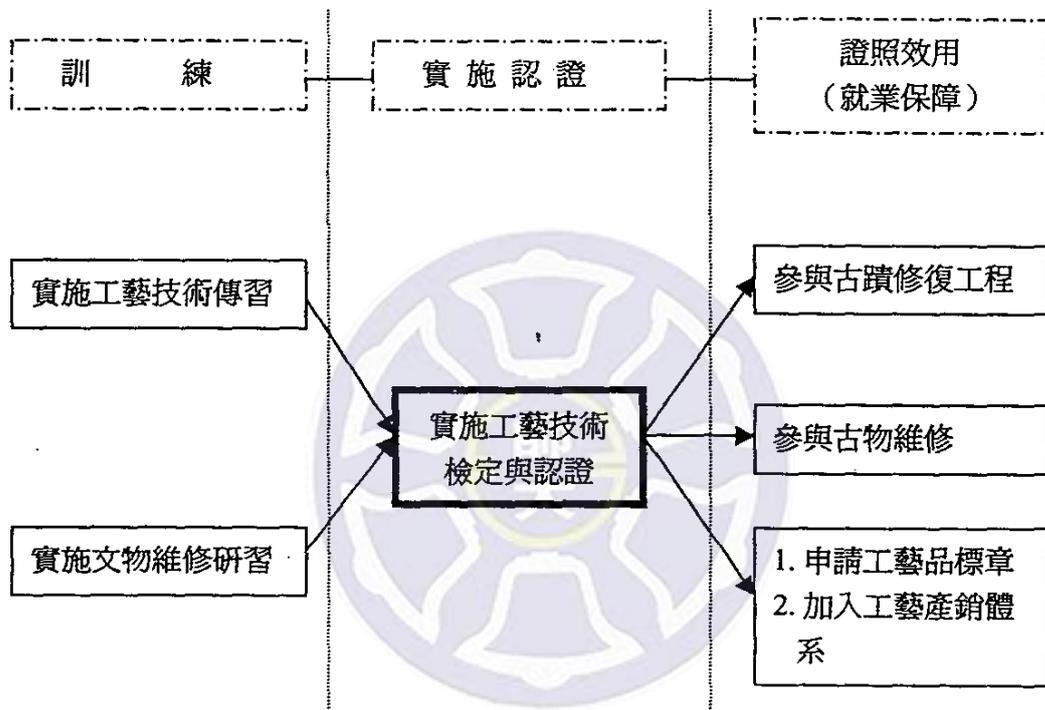


圖 19 證照制度整體措施⁶⁶

第四節 討論與分析

針對原社手創生活館所發展的現況，透過深度訪談及問券調查，將在當地所觀察到的成功關鍵因素以及發展困境、未來展望，結合出對研究對象的觀察討論及進一步的建議，提供未來可以有更好發展參考的作法。

⁶⁵ 李莎莉，(2014[民 103])，〈試論當代臺灣原住民工藝創意產業之發展〉，《臺灣博物季刊》，124，33 卷·第 4 期，頁 07~15。
⁶⁶ 江韶瑩主持，(2000[民 89])，《傳統工藝技術分級暨證照制度研究》，行政院文化建設委員會委託財團法人福祿文教基金會，頁 78，圖三。

一、 研究調查說明

(一)訪談問卷方式：藉由主要經營者、合作結盟者的深度訪談以及「原社四十周年研討會」討論中，去了解原社手創生活館的經營歷程及當前的優劣困境與機會；另外，由經常辦理戶外休閒旅行的社會團體「山茼蒿戶外休閒協會」提供名單中，透過問券調查，去了解消費者對原住民文化了解的程度與期待，以作為消費者行為的參考，並與深度訪談和實地參與觀察的研究中交互參考。

(二)訪談調查對象：

- 1.主要經營者：高黎香、林秀惠、洪啟榮
- 2.合作結盟者：九鳥陶燒、原愛木/布工坊、梅花山藝文工作室、一粒工作室、子郁工坊
- 3.消費者調查：山茼蒿戶外休閒協會名單中，經常旅行或參與過部落活動、去過台東旅行、聽過原社品牌以及對休閒活動、原住民文化有興趣的潛在消費者與觀光客。

二、 深度訪談發現(逐字稿於附錄七)

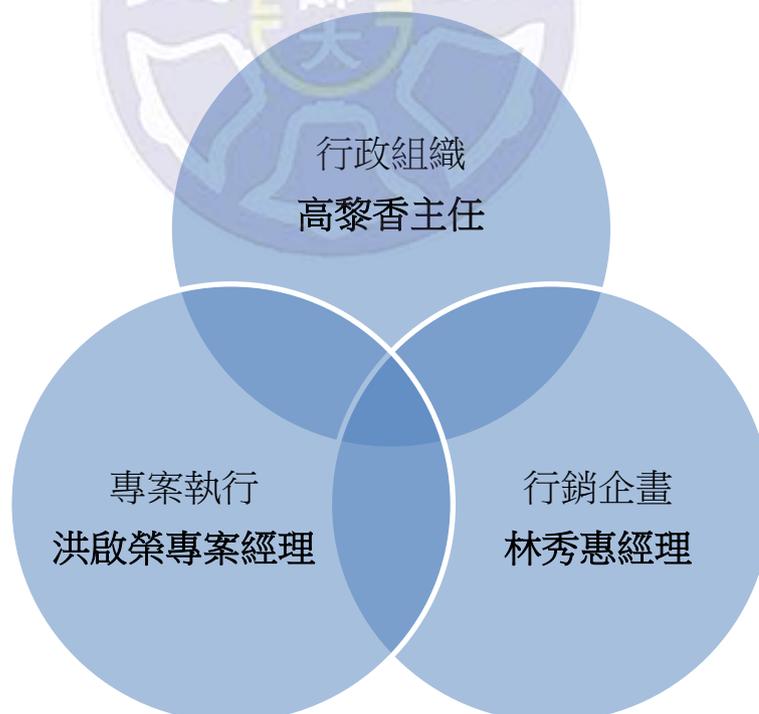


圖 20 原社主要決策組織

(一)工坊決策、專案者與執行訪談規劃：

高黎香主任→發掘其發展背景以及對原住民文化使命，針對教會組織、

社會服務的非營利性質下，在工藝產業的發展上的助力與阻力。

林秀惠經理→了解原住民工藝產業行銷推動的策略思維，異業結盟與工藝個體合作整合模式，找出行銷推廣的成功關鍵。

洪啟榮經理→在自我行銷爭取國家專案補助中，對於工藝產業的協助與瓶頸，執行的現況與阻礙。

產業的興衰與領導決策者有一定程度的關係，由其是文化產業，手創生活館除了生產工藝產品以外，也協助在地的工坊、工藝家銷售，要結合這樣的平台最需要的就是溝通，由誰去溝通？誰去挖掘好的商品？價格如何談？工坊和工藝家信任的必然是經理人，而經理人是機構的推手，是專案與活動的主導者，在原社機構裡，組織決策主管能否和經理人有一致的想法以及讓經理人有發揮的空間，是一個相當重要的因素。

王昱心教授於 2009 年訪談原社高黎香主任時曾問道：「經營原社最大的願景是什麼？」高主任回答：「就是不需要我的那一刻到來。」⁶⁷ 原社的決策主管是以服務的心態推動部落，因此，可以發揮非營利的發展特性，對於經營者是相當重要的心態。

訪談時高黎香說：「長老教會非常的注意原住民的文化，強調文化需要保留而且傳遞下去，是一個很大的支持。手工藝這些東西是很能夠去保存原住民傳統的一些東西，特別是原住民的圖騰。原社手創生活館裡面，會強調的是你自己本身的特色，而不是去 COPY。如果每一個文化創意的東西都有傳統的、創新的，這樣的區隔，就能夠保留傳統又有新的東西。」是的，原社的高黎香主任，是機構組織的決策者，具有行銷的觀念，並授權給經理人有執行的空間，對委員會及教會方面，也善盡溝通的責任，是手創生活館的靠山。

顏水龍認為主持民藝製作和推廣的人應該具有以下條件：⁶⁸

1. 對產品的美醜能夠判別者。
2. 有設計能力者。
3. 製作技術能夠得到多數人協助者。
4. 有擬定企業計劃的能力者。

顏水龍所提出的「新民藝的指導與開發」的四個條件分別四種專業能力—鑑賞力、設計力、技術力與行政統籌執行力；原社的林秀惠經理是美工科畢業，並

⁶⁷ 王昱心，(2009)，〈原鄉文化產品之路_以原社與臺東縣金峰鄉正興村為例〉，《臺灣工藝季刊》，第 33 期，南投：國立台灣工藝研究所，頁 58。

⁶⁸ 盧梅芬，(2007)，《台灣當代原住民藝術發展》，臺北市：藝術家出版社，頁 23。

在都市歷練後回歸部落，前述的民藝製作和推廣人，她都具備了，原社手創生活館可以有此發展，經理人功不可沒。

訪談時林秀惠說：「原社手創館因為空間的情境，不是一個單一明星出現，而是很多人的群體去努力的，那他們看到參與者不是是平凡的。外語能力要先通關，才能國際行銷，網際網路的行銷是需要專業能力的。時尚主題的產品，最終的目的是在支持這個傳統復刻能夠持續的維持下去。行銷上最大的困擾，缺乏具有行銷的能力以及可以出門的人。一個新的概念，其實是這個文化工藝的復興的動作。」對於經理人的素養與時代潮流的結合，在在影響一個文創平台的走向與發展。

而在執行上，則仰賴洪啟榮專案執行，讓規劃能夠切實執行，與員工充分協調工通，應付館內狀況與執行監督，讓計畫一一完成，是執行面的左右手。訪談時洪啟榮說：「行銷以前要先去健全產業鏈，這些問題不解決的話，怎麼做行銷都沒有用。智慧財產權申請一個就是一次費用，是一種負擔。消極的保護措施就是，新產品開發出來之後，開一個公開的展覽，等於讓人家知道這個商品是我們做的。不知道新的材料和新的技法的時候，會被侷限在某一個程度，它是沒有辦法去跳脫開來。我們最終的目標是去做傳統的東西而不是做文創。是民俗共有財的部份，可以透過共有財使用收費，會有一個基金，去做所謂闊面的智慧財產權導入。」專案執行中，洪啟榮道出了許多創作者所遇到的瓶頸，明確的表達維護傳統的作為與心意，這些也不僅是個人可以去達成的，需要政策與所有人一起來維護。

(二)合作工坊訪談規劃：了解工坊發展現況與原社手創生活館合作關係，由不同角度觀看原社手創生活館。

1. 九鳥陶燒(原愛木／布工坊)，廖夏子→文創經理人。
2. 梅花山藝文工作坊，黃美花→阿美族編織老師，以傳承技藝為己任。
3. 一粒工作室，高梅禎→月桃編、毛球創作為主，融入許多現代思維。
4. 子郁工坊，李惠美→與原社彼鄰的工坊，以原住民服飾製作為主。

訪談九鳥陶燒廖夏子說：「給原住民一條魚還不如給他釣竿，把工藝帶到一個產業面。糖廠是一個良好的場域，如果有更大的支持，將是個很好的契機吧！在商業化的潮流中，要堅持自己的根源啦，守住自己的特色，不斷的把新的技術再成長，不然就會被其他人取代。研發真的是一輩子的挑戰，有新的東西才有

新的生命，守住自己的核心價值。」對於也在經營文創，參與多項計畫的夏子，與原社秀會有著重疊的特質，在這樣的競合關係下，大家有著一樣的目標，就是如何不斷創新又能傳承文化，這樣的信念是一直支持著原社手創生活館與九鳥陶燒不斷向前的力量。

黃美花：「學了這個老師的技術之後，一定要加上自己的東西，不然會永遠是帶著老師的影子。學技藝一定要把你的水先倒出去，要歸零。有專人來設立平台，有一個適當的空間，對工坊是很好的協助。糖廠的利用閒置空間，最現實的就是租金的問題。有好的作品，人家自然而然會去發掘到，去影響別人。」傳承是每位創作者頭痛的問題之一，學習技藝後如何走出個人風格，在市場上與其他人區隔，是需要每位傳承者自我挑戰的地方，而平台能提供的只是一個協助展現的地方，最後還是市場競爭機制下，適者生存的最後評斷，所以鞏固好技術，加上創意發揮，好的作品自然能脫穎而出。

高梅禎：「原社一直不斷的提升工坊的素質，行銷方面也是一樣，讓我們的作品更精緻化，精緻化以後就是會有好的東西，在賣的時候也就很好。傳承技藝有了以後，就會有一些新的想法，新的想法加在基礎的工法裡面就會有很多新的東西，希望是說小小的工藝能讓大家學了以後，可以來維持生計。」對於專注技藝的創作者，並不是每個人都有能力去行銷、展示，原社手創生活館則是用一種整合平台的方式，讓大家在競合的情況下，幫助創作者能夠專注創作而不分心。

李惠美：「要更努力更進步阿，才會創造出我們自己的傳統的所有東西出來。未來還要研發再研發，行銷就靠一些平台來幫我們。有的工坊在外面，而且都沒有集結在一起，就會變成自己做自己的，大家都集結在一起，都是原創的東西，至少東西看得比較多樣。」這裡提到原社不僅是提供行銷平台，相對也讓自己的銷售商品多元化，集結各工坊、創作者，建立起相互幫助的模式。

三、問券調查

(一)問卷設計：

利用網路問券採不記名調查，使用山茼蒿戶外休閒協會提供名單，共回收 257 份，以工藝行銷策略為主軸，分成 1)基本資料、2)對原社有基本認識和 3)完全不了解的人三個部分，透過後兩部份的調查數據，去找到消費者對原住民文化、創意商品的期望，整理後納入論文分析中，應對出訪談時原社平台與工坊創作者，兩邊的期望。

(二)問卷分析內容(詳細數據請參考附錄八)：

本次回收的問券共 257 份，女性 146 人，單身 175 人，平均年齡 30~50 歲，大學(專)學歷最多，三萬~六萬元收入的人員最多，可以看出此基本資料的收入、年齡是屬於活躍區段的消費族群。

在第二部份問卷中，有 88 人曾經接觸、聽過或知道原社周邊的品牌、工坊或品牌，另外在第三部份問卷中，有 169 人從未接觸過，我們可以說，有很多人不知道或沒機會接觸、知道這些文化機構的存在，因此在比例上仍有很大的文化行銷推廣空間。

在第二、第三部分的調查中，願意購買的品項以配戴飾品(項鍊、吊飾)最多，其次是石頭/木頭雕刻擺飾品；大部份的人願意用 500 元以下的金額去購買原住民文創商品，但接觸過原社的人則願意用更高的價格購買(500~1000 元)，大部份的人對於商品的藝術性、實用性有一定的期望，這部份可以讓原社參考以應用於文創商品開發上。

在第二部份調查中，會推薦原社手創生活館給親朋好友、支持原社手創生活館成為原住民工藝產業平台，以及第三部份調查中，原住民工藝具有台灣文化代表性、支持原住民傳統工藝產業化，都是佔大多數的，代表許多人是持著正面支持的態度支持原住民文化發展，也願意參與相關活動和推薦其他人，只要再多運用不同的行銷的觸角，讓消費者更了解原社手創生活館的文化本質與意義，相信可以有效提高消費者的接受度。

四、 在地觀察心得

(一)手創生活館的文創產業

藉由政府補助的方案開始，逐步的健全產業，因應文創產業的崛起，承接著一個接一個規畫案、活動，參與無數的市集活動，塗法煉鋼的走遍整座島嶼，創造出頗具效益的營收成果，這一個個的原社事件，串起了文化與產業的共鳴，造就了具有未來性潛能的原社手創生活館。

(二)原社四十年的累積與轉換

居住在這塊土地最久的民族，與長期深耕於這個民族的原社，在隨時代轉變下，仍不減服務態度，從傳習工廠到婦幼服務，厚實了基礎原意，搭上時勢所趨的產業發展，教會凝聚信心的來源與文化工作者的信念相仿，兩個都是歷經長時間的累積，才具有其文化與機構意義。

(三)原社的大環境

台東市原住民族族群最豐的地方，在加上天然環境的造就，這裡的工藝創作者在自然的素材的使用與創意是具有特殊文化風味的，在產業發展中，文化工作場域也是重要的一環，結合同樣有歷史的糖廠文化，讓手創生活館在原住民族文化之外，造就閒置空間的再活化糖廠文化園區漣漪效應。

(四)原社的產品與品牌

原社的產品是從傳習過程中，集合大家的智慧創造出來，有這團體共識的使命感，透過品牌產品行銷，轉入文創產業，發揮產業經濟效能，透過多角化的經營，發展出不同型態的商品，對產品、價格與產品特性，區隔出滿足不同消費者需求的物件，加上各家工坊不同屬性與材質的作品，原社手創生活館可說是原住民工藝商品的總經銷。



第五章 結論與建議

第一節 研究結論

探究原社的各項發展，基本上對手創生活館都是正面的、積極的，並受到其他工坊的認同的，政府機構提供的專案，的確為文化產業帶來實質的協助，但在補助結束之後，產業是否已經能夠獨立或是面臨收攤的現象，加上申請補助的行政企劃繁複，經營者必須耗費心力投入，對於一般的個人或小型工坊不易申請，當然原社所獲得的補助，是一種肯定，也間接的為這些的工坊帶來協助，但外在環境的因素仍影響著他的發展，在創作上，雖然有良好的設計，卻沒有好的政策保護，外來的低價產品與國際精品，都有相對的競爭影響，面臨場地高額的租金的負擔，這個難關要如何因應，所有的建設都需要經濟的支持與人力的投入，即使手創生活館有很好的工藝產業，在現實的商業環境中，要肩負著產業發展、文化傳承的使命生存，對這樣的服務性機構，截然是一大挑戰。

原社手創生活館發展的契機，依前述行銷策略探討，手創生活館在行銷策略上的規劃能力已趨完備，也能體認機構面臨的威脅與競爭，在目前區域性的產業已是指標性機構，對於機構的定位、品牌的形象，應再建立更完整的 CIS，那麼在行銷上的的識別可以更強烈，在地整合的能力是手創生活館最大的能量，對於朝向認證機構、工藝學校的方向，是手創生活館邁向未來發展潛能的永續契機。

第二節 相關建議

原社手創生活館發展至今，已見初步的發展，面臨全球化與資訊科技的進步，產業行銷的層面更加多元，以觀光為主的地理環境，要維持手創生活館的工藝產業持續，並為機構的帶來經濟效益，行銷的手法成為市場競爭的利器，在調查中，光是台灣就還有很多人不知道原社這個組織的存在，更荒論國際間的知名度有多少，原社除了在文化商品與組織結構本質上提升外，下一步必是拓展更高的知名度，運用更多的數位媒體，去訴說原社欲傳達的文化精神、故事，藉以吸引旅遊、休閒的消費者、潛在文化興趣者，讓大家都能看見，才能去探訪與了解，這是目前原社建議應該發展的首要目標。

一、創作類型延伸與精緻產品素質

創作型態日新月異，運用傳統的文化基底，創造更貼近於生活的產品，內容與品質是行銷推廣上最基本的宣傳，然後才是外在環境的競爭，目前手創生活館在產品開發的設計師不足，建議可以用徵件、比賽的方式，發現優秀創作，進行產品開發與利潤分享，另外對於產品的身分證書，可以提高產品價值，尤其對於高單價的商品，建立產品序號，也可以做為仿冒品的識別。

雖然創新產品越來越多，對於傳統商品的持續仍舊必須持續，畢竟文化傳遞才是文化商品最初的本意。

二、政策建議

原住民族群是能代表台灣精神的文化之一，即便在一個好的文創機構運作下，整體大環境仍須政策的協助及保護，在政府推動的各項文創計畫中，原社手創生活館也有陸續參與或接受補助，協助機構達成良好的成效，這是非常好的，但在訪談中仍有許多在文化傳承或是當前需要克服的困境，是需要政府在政策法規、推展補助上協助的課題：

- (一) 原住民文化智慧財權的建立與保護。
- (二) 工藝認證制度。
- (三) 數位與全球化輔導政策。
- (四) 原住民傳統工藝技師、經營人才培養。

三、電子商務

從網際網路發展開始，人類進入了另一個世紀，藉由電子媒介創造了資訊服務、遠端交易的便利，運用網站、部落格、電子報再配合物流、金流，造就商業交易零距離的虛擬世界，成為連接實體商務的重要媒介；許多錯誤觀念都認為網路行銷是成本較低的工具，除建置初期的成本，當建立好網站，要持續進行的就是網站行銷，這還是需要長時間的經營和人力投入維護。

目前原社目前已建立部落格型式的網站與社群，但是在五花八門的坊間網站裡，相對於部落格或社群網站，機構建置的官方網站才能真正影響消費者或採購窗口的信賴度，網站品牌需要與實體銷售搭配，需要經營與維護，在販售商品之外，也可以應用於文化的推廣、教育，可以輸透過網路，來做一種意識形態的行銷。

(一)電子商務行銷建議

1. 不要怕仿冒，因為防不勝防，運用產品記錄及認證，作好智慧財產

- 的保護，而且好的商品與品質是不怕抄的。
2. 使用關鍵字準確描述商品，讓潛在客戶容易找。
 3. 文字說明要清楚、親切，因為消費者的網路印象是從閱讀開始。
 4. 畫面會說話，商品圖錄、機構動態，會影響消費者的採購慾望。
 5. 多方運用免費廣告平台及口碑傳遞。
 6. 了解搜尋網站的原則，讓消費者更容易找到你。
 7. 建立社群行銷圈，培養忠誠客群。

(二)關於網路行銷活動

建立關於商品、機構的測驗問卷、列印優惠券，一方面讓消費者更了解機構，直接前往實體商店消費，這些最主要都是依據互動的主軸來行銷，新世代的消費者不僅僅注重商品，對於網路上的連結關係情誼也是相當在意的，以下提出幾項網路行銷上的參考。

表 13 數位行銷建議

網站品牌經營---	關於 Blog 行銷 ---
1. 機構店名的重複印象，比不斷推銷產品重要。	1. 只提供資訊與建立關係，對商品有興趣才導回機構官網。
2. 口碑化的評價比灌水的分數更有品牌價值。	2. 建立基礎支持群，宣達機構理念，進而找到潛在客戶。
3. 品牌需要從親朋好友做起。	3. 無論正、負面評價都要虛心接受，回應是客服最重要的一環。
4. 策略性搭配節慶活動推出商品。	4. 良好的圖文編輯，增加網路價值吸引觀看人數。
5. 定期或經常更新網站內容。	5. 建立單一窗口的 Blog，減輕維護負擔，也讓網友不至混亂。
6. 創造討論話題。	
7. 將工藝知識數位化、資料庫。	
8. 建立會員機制，將知識分享。	

<p>網路促銷與互動---</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 團購力量大。 2. 紅配綠的商品搭配策略。 3. 一元起標。 4. 運費優惠。 5. 網路優惠券。 6. 遊戲、問卷的互動。 	<ol style="list-style-type: none"> 6. 話題的分類很重要，要讓人很快找到想看的內容 7. 提高自己的網友評價 8. 有條理的經營 9. 先介紹自己，別人才會跟進回應你。 10. 清楚扼要的標題關鍵字。 11. 善用外站資源。
--	--

四、全球區域文化

全球化的推廣在於語文，應用在網站、印刷品上，多語言特性可以拓展延伸到國際，把文化產品或是文化內涵全球流通，當然這需要專業人才的配合，不妨可以以志工型態的招募，以學生實習或是對文化有興趣的專才，以榮譽制度或證書之類的獎勵，執行此工作，當然，除了機構本身的投入外，政策的輔助在跨國間的溝通、推展及實際補助上更顯得重要。

另外，在上述的電子商務，也是球化推廣的重要媒介，長期維護人員亦可以實行志工制度，以永續經營的態度傳承下去。

第三節 後續研究

在各國紛紛成立的文創經濟與傳統保護政策，乃至於非營利社會型的族群自我經營及機構對於傳承典藏資料的建構，文化商品化的經濟規模，發展地區性特色，都在各種不同的行銷手法與策略下不斷的的推廣，需要持續的團隊合作與政策支持，才能永續經營累積成效，對於原社手創生活館來說，具有文化內涵的經營創作團隊、整合工藝師與工坊的多元文創商品，只要能站穩腳步，持續穩定的長久經營，搭配國家政策並參與國際性活動，運用數位、語言突破跨境區域性限制，相信有機會讓更多知道原社手創生活館的文化價值與故事。

一、後續研究方向

產業未來趨勢應在全球化、數位化的電子商務是可以超越地域藩籬的行銷方式，對於需要空間不想被打擾的的工藝創作者，偏遠的產業，都不再有行銷距離的限制，在越來越多個人化風格的需求下，商品模式也會轉向客製化，利用數位系統的建置，讓消費者可以在線上擬定客製化元素，成為未來溝通的一種工具，本研究生的本職就是電子商務的工作者，希望未來有機會，藉著擁有的技術，進

一步推動文化發展或是能朝向此方向的研究者繼續。

二、產業發展

(一)台灣文化印象

- 1.以原住民族文化風格，創作藝術性、實用性的工藝產品。
- 2.數位技術進步與文化創新推展。
- 3.轉換文化語言，進行國際行銷。

(二)提升機構的層次

- 1.以累積的經驗化為工藝學校、傳統評鑑單位、地方文化館的基礎。
- 2.佐以文化訴求為的深度旅遊，以體驗工藝，認識原住民文化特色。
- 3.在地糖廠經營文化園區、工藝部落，形成文化聚落。
- 4.拓展其他賣店的持續經營與成長。



參考文獻

一、中文參考部份

(一) 叢書

1. 涂瑛娥，(1993[民 82])，《蘭嶼·裝飾：顏水龍》，收於《家庭美術館：前輩美術家叢書》，臺北市：雄獅圖書股份有限公司。
2. 洪英聖，(1993[民 82])，《台灣先住民腳印：十族文化傳奇》，收於《生活臺灣》7，臺北市：時報文化。

(二) 專書

3. 中國文化大學出版部，(1993[民 82])，《中文大辭典》。
4. 公共電視台編著，(2009[民 98.04])，《以藝術之名：從現代到當代，探索台灣視覺藝術》，臺北市：博雅書屋。
5. 王嵩山，(2001[民 90])，《當代臺灣原住民的藝術》，臺北市：國立臺灣藝術教育館。
6. 林秀慧等編輯，(2011[民 100.05])，《從這裡到那裡》，臺東市：社團法人台東縣原住民族全人發展關懷協會。
7. 林建成，(2005[民 94.06])，第三版，《台灣原住民藝術田野筆記》，臺北市：藝術家出版社。
8. 林義娥、莊麗華編，(2001[民 90])，《飛躍的子民：臺灣原住民藝術特展》，臺北市：國立藝術教育館。
9. 邱義智、吳大偉，(2002[民 91.05])，《第一本數位行銷工具書：如何應用數位工具達成行銷目的》，新北市：中國生產力中心。
10. 夏學理、蕭炳欽編，(2003[民 92])，《文化創意產業：我們曾經這樣走過》，臺北市：藝術館。
11. 夏學理編，(2004[民 93])，《文化創意產業-向前看·向前看齊》，臺北市：國立台灣藝術教育館。
12. 徐秀菊主編，(2007[民 96.12])，《東臺灣藝術故事：視覺篇》，臺北市：藝術家出版社。
13. 徐雨村，(2006[民 95])，《臺灣南島民族的社會與文化》，臺東市：國立臺灣史前文化博物館。
14. 翁峰山，(2002[民 91])，《台灣鄉土藝術賞析》，新北市：正一出版。
15. 財團法財國家文化藝術基金會策劃，(2004[民 93])，《文化創意產業實

- 務全書》，臺北市：商周出版社。
16. 國立台灣史前文化博物館，《卑南文化公園解說手冊》，臺北市：教育部。
 17. 國立花蓮教育大學藝術學，(2008[民 97.01])，《東台灣藝術故事-視覺篇》，臺北市：藝術家出版社。
 18. 張俊顯，(2007[民 96])，《面人制作技法》，北京工藝美術出版社。
 19. 郭為藩，(2009[民 98.09])，第二版，《全球視野的文化政策》，心理出版社股份有限公司。
 20. 順益台灣原住民博物館，(2000[民 89.10])，第四版，《順益台灣原住民博物館導覽》，臺北市：順益台灣原住民博物館。
 21. 馮永華，(2005[民 94])，《民族風格的創新設計》，臺北市：國立台灣藝術教育館。
 22. 黃海鳴，(2006[民 95])，《藝術在城市街道的日常工作》，臺北市：國立臺灣藝術教育館。
 23. 楊裕富，(1998[民 87])，《設計的文化基礎：設計、符號、溝通》，》，台北市：亞太出版。
 24. 經濟部中小企業處 2004[民 93]，《網路行銷也可以這麼玩》，臺北市：經濟部中小企業處。
 25. 葉錦添，(2008[民 97.07])，《神思陌路：葉錦添的創意美學》，臺北市：天下遠見文化。
 26. 劉維公、蕭新煌，(2001[民 90])，《迎接美感社會的來臨：現代社會生活與美感》，臺北市：國立臺灣藝術教育館。
 27. 劉鎮洲、蕭銘芑、李豫芬、莊世琦編，(2006[民 95])，《高中藝術領域課程輔助教學參考手冊 5：應用藝術》，臺北市：國立臺灣藝術教育館。
 28. 盧梅芬，(2007[民 96.12])，《天還未亮：台灣當代原住民藝術發展》，臺北市：藝術家出版社。
 29. 蕭瓊瑞，(2003[民 92.05])，《圖說台灣美術史：山海傳奇 I 史前原住民篇》，臺北市：藝術家出版社。
 30. 閻瑞彥編，(2008[民 97])，第十版，《行銷學》，僑務委員會中華函授學校出版。
 31. 謝來光、陽美花，(2008[民 97.12])，《悅讀蘭嶼》，台東市：台東縣政府文化局。
 32. 謝東山，(2001[民 90])，《藝術概論》，臺北市：國立臺灣藝術教育館。

33. 簡扶育，(2003[民 92])，《祖靈昂首出列》，臺北市：幼獅文化。

(三) 翻譯書

34. 派翠西亞·席柏(Patricia B. Seybold)，《E 網打盡：電子商務的 5 大經營法則與 8 大成功關鍵(Customer.com：How to create a profitable business strategy for the Internet and beyond)》，謝偉勛 譯，(2000[民 89.03])，臺北市：藍鯨出版。
35. 小約翰·科利(John L. Colley, Jr.)、賈桂林·多勒(Jacqueline L. Doyle)、羅伯·哈迪(Robert D. Hardie)，《企業策略(Corporate Strategy)》，林宜萱、丁惠民 譯，(2002[民 91.05])，臺北市：美商麥格羅·希爾國際出版。
36. 莉茲·希爾(Liz Hill)、凱莎琳·歐蘇利文(Catherine O'Sullivan)、泰瑞·歐蘇利文(Terry O'Sullivan)，《如何開發藝術市場(Creative Arts Marketing)》，林潔盈 譯，(2008[民 97.03])，臺北市：五觀藝術管理。
37. 科特勒·菲利普(Kotler Philip)、洪瑞雲(Ang Swee Hoon)、梁紹明(Leong Siew Meng)、陳振忠(Tan Chin Tiong)，《行銷管理：亞洲觀點(Marketing Management：An Asian Perspective)》，謝文雀 譯，(2007[民 96.05])，第四版，臺北市：臺灣培生教育出版。
38. 金宣我(Sun Ah Kim)，《美學經濟力：歐洲設計師談設計管理與品牌經營》，博碩文化 譯，(2011[民 100.03])，新北市：博碩文化。
39. 唐·塔普史考特(Don Tapscott)、大衛·提寇(David Ticoll)、亞力士·羅伊(Alex Lowy)，《數位資本(Digital capital：harnessing the power of business webs)》，陳建良、張順教 譯，(2002[民 91.03])，臺北市：商周出版。
40. 羅伯·凱文(Robert J. Kevin)，《銷售管理：打造並激勵無往不利的銷售團隊(Sales Management)》，林宜萱 譯，(2002[民 91])，臺北市：美商麥格羅·希爾國際出版公司。
41. 威廉·畢尼斯(William J. Byrnes)，《藝術管理這一行(Management and the arts)》，桂雅文、閻惠群 譯，(2006[95.09])，第二版，臺北市：五觀藝術管理。
42. Danny L. Jorgensen，《參與觀察法》，王昭正、朱瑞淵譯，。(1999[民 88])，新北市：弘智出版。

(四) 期刊論文

43. 王長華，(2009[民 98.12])，〈排灣族琉璃珠文化再現及其產業化〉，《2009 文化創意產業永續與前瞻研討會論文集》，國立屏東教育大學，頁 104~114。
44. 王昱心，(2009[民 98.05])，〈原鄉文化產品之路-以原社與臺東縣金峰鄉正興村為例〉，《臺灣工藝》，第 33 期，南投：國立台灣工藝研究所，頁 54~61。
45. 江義平、李怡璇、江亦瑄，(2008[民 97.03])，〈文化主題商品體驗行銷效果之研究〉，《東吳經紀商學學報》，第六十期東吳大學，頁 80。
46. 江韶瑩，(2009[民 98])，〈台灣工藝發展脈絡〉，《工藝經紀人才培訓計畫講義》，東海大學創新育成中心，頁 1。
47. 江韶瑩主持，(2000[民 89])，〈傳統工藝技術分級暨證照制度研究〉，行政院文化建設委員會委託財團法人福祿文教基金會，頁 78。
48. 吳奇龍，(2008[民 97.05])，〈台灣工藝文化園區，心眼手到完全體驗〉，《印刻文學生活雜誌，文化專刊第 5 期》，第 4 卷第 9 期，頁 190。
49. 李如菁、何明泉，(2009[民 98.12])，〈博物館文化商品的再思考：從跨界的觀點出發〉，《設計學報》，第 14 卷第 4 期，頁 71。
50. 李莎莉，(2014[民 103])，〈試論當代臺灣原住民工藝創意產業之發展〉，《臺灣博物季刊》，124，33 卷·第 4 期，頁 07~15。
51. 林承緯，(2009[民 98.08])，〈近代「工藝」概念在臺灣〉，《臺灣工藝》，第 34 期，頁 48~55。
52. 林榮泰(2008[民 97])，〈台灣工藝，創意加值：從生活提昇工藝美學的價值〉，《文化專刊 7 月號》，第 398 期，藝術家雜誌，頁 267
53. 林榮泰，(2005[民 94])，〈文化創意，設計加值〉，《藝術欣賞》，七月號，頁 1~9。
54. 林榮泰，(2009[民 98.05])，〈「工」不可沒·「藝」不可失-當代藝術的美學表現與可能〉，《臺灣工藝季刊》，第 33 期，南投：國立台灣工藝研究所，頁 6~12。
55. 林榮泰，(2009[民 98.11])，〈文化創意產品設計：從感性科技、人性設計與文化創意談起〉，《人文與社會科學簡訊》，第 11 卷 1 期，頁 32~42。
56. 林翠娟，(1999[民 88])，〈電子商務的發展與未來〉，《中央研究院計算中心通訊》，第 15 期 11 卷，頁 100~101。
57. 林靜玉，(2005[民 94])，〈全球化與地方文化創意產業發展之關係：以台灣原住民族文化為例〉，《第一屆台東大學人文藝術研討會論文集》，

- 台東市：國立台東大學人文學院，國立台東大學，頁 186~201。
58. 孫大川，(1998[民 87])，〈台灣原住民文化的力與美：兼論其現代適應〉，《原住民植物資源及利用研討會專刊》，第 68 期。
 59. 莊伯和，(1998[民 87])，〈傳統藝術概說〉，《台灣傳統工藝》，第 17 期，國立傳統藝術中心籌備處，頁 2。
 60. 許峰旗、楊裕富，(2009[民 98.05])，〈國家政策對臺灣工藝設計的影響〉，《臺灣工藝》，第 33 期，頁 13~19。
 61. 陳定銘，(2003[民 92.06])，〈非營利組織行銷管理之研究〉，《社區發展季刊》，第 102 卷，頁 218~241。
 62. 陳郁秀，(2006[民 95.11])，〈文化創意產業的國際現況與交流平台之建立〉，《美育雙月刊》，第 154 期，臺北市：國立臺灣藝術教育館，頁 4~11。
 63. 陳泰松，(2009[民 98])，〈工藝政策及法規介紹〉，《工藝經紀人才培訓計畫講義》，東海大學創新育成中心。
 64. 陳殿禮、洪珮芬，(2008[民 97.06])，〈排灣族琉璃珠文化意象構成因素之研究〉，《設計學報》，第 13 卷 2 期，頁 89~107。
 65. 傅篤誠，(2003[民 92.12])，〈非營利事業行銷管理〉，《非營利組織管理學刊》，第 2 期，頁 115~120。
 66. 彭俊亨、吳政峰、王俊元，(2009[民 98])，〈我國文化創意產業之創新治理：台灣工藝研究發展中心個案之研究〉，《第七屆地方治理與城鄉發展學術研討會》。
 67. 楊宗孝，(2002[民 91.10])，〈活化具有地方特色工藝產業〉，《臺灣工藝季刊》，第 13 期，南投：國立台灣工藝研究所，頁 55~61。
 68. 楊承峰，(2009[民 98])，〈從生活工藝邁向科技工藝〉，《工藝經紀人才培訓計畫講義》，東海大學創新育成中心。
 69. 楊敏芝，(2003[民 92.07.21])，〈文化創意產業與社群動力〉，《2003 年文建會文化創意產業地方巡迴論壇》。
 70. 經濟部中小企業處，(2005[民 94])，〈第七章：地方特色產業的發展〉，《94 年中小企業白皮書》，經濟部中小企業處，頁 127~148。
 71. 萬文隆，(2004[民 93])，〈深度訪談在質性研究中的應用〉，《生活科技教育月刊》，37 卷 第 4 期。
 72. 萬煜瑤，(2009[民 98.02])，〈原住民工藝：當代藝術的美學表現與可能〉，《臺灣工藝季刊》，第 32 期，南投：國立台灣工藝研究所，頁 6~11。

73. 蔡中涵，(2007[民 96.12])，〈原住民傳統知識保護〉，《台灣原住民研究論叢》，第二期，頁 1~26。
74. 蔡志偉，(2007[民 96])，〈台灣的南島民族外交〉，《台灣國際研究季刊》，第 3 卷第 3 期秋季號，頁 161~86。
75. 鄭凱方，(2002[民 91])，〈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 期，頁 52-55。
76. 謝宗榮，(2002[民 91.06])，〈臺灣傳統工藝體系初探〉，《研究與動態》，第 6 期，頁 117~127。
77. 謝宗榮，(2002[民 91.10])，〈紀念顏水龍先生逝世五週年，台灣傳統工藝的現在與未來：從顏水龍先生的工藝思想談起〉，《臺灣工藝季刊》，第 13 期，南投：國立台灣工藝研究所，頁 18~29。
78. 藍明鑑，(2004[民 93])，〈網路行銷概論〉，《93 休閒農業產業品質提昇訓練》。

(五) 學位論文

79. 趙珩，(2007[民 96])，《台東都蘭山藝術節活動與原住民藝術社群關係之研究》，臺南市：國立成功大學藝術研究所碩士論文。
80. 周邵寰，(2005[民 94])，《文化產業推動機制之研究》，高雄市：私立樹德科技大學應用設計研究所碩士論文。
81. 周欣諭，(2009[民 98])，《手感體驗設計導向之流行趨勢研究—以手作工藝為例》，臺中市：國立臺中技術學院商業設計系碩士班碩士論文。
82. 林佳穎，(2010[民 98])，《台灣原住民文化產業之智慧資源規劃—以編織工藝為例》，臺北市：國立政治大學智慧財產研究所碩士論文。
83. 彭建銘，(2001[民 90])，《顏水龍的工藝振興工作研究：1936-1997》，雲林縣：雲林科技大學工業設計系碩士班碩士論文。
84. 謝瑩潔，(2001[民 90])，《我國藝術補助機制之檢討：以組織、運作及財源籌措為討論》，臺北市：國立台灣大學政治研究所碩士論文。
85. 陳甦蘭，(2002[民 91])，《我國對原住民藝術展演補助政策之探討-以行政院原住民族委員會為例》，臺北市：國立臺北大學公共行政暨政策學系碩士在職專班碩士論文。
86. 林奎佑，(2005[民 94])，《臺灣文化創意產業經營之研究》，臺北市：國立政治大學經營管理碩士學程碩士論文。

87. 陳富雄，(2005[民 94])，《屏東縣三地門鄉琉璃珠文化創意產業發展之研究》，屏東縣：國立屏東科技大農企業管理系碩士論文。
88. 蔡年泰，(2005[民 94])，《臺東地區文化創意產業經營策略之研究：以工藝產業為例》，臺中縣：私立臺中健康暨管理學院經營管理研究所碩士論文。
89. 林碧霞，(2007[民 96])，《品牌形象及產品知識對購買意願之影響-價格折扣干擾效果之探討》，臺北市：私立大同大學事業經營研究所碩士論文。
90. 陳麗雯，(2007[民 96])，《工藝生活化之設計策略研究》，雲林縣：國立雲林科技大學工業設計研究所碩士論文。
91. 謝明燕，(2007[民 96])，《文化創意產業工藝產品之消費者行為研究》，新北市：私立輔仁大學織品服裝研究所碩士論文。
92. 吳銘軒，(2008[民 97])，《文化創意產業關鍵成功因素之探討：以三地門琉璃珠產業為例》，屏東市：國立屏東商業技術學院經營管理研究所碩士論文。
93. 洪珮芬，(2008[民 97])，《台灣排灣族琉璃珠文化意象之研究》，嘉義縣：私立南華大學應用藝術與設計學系碩士論文。
94. 吳岱融，(2009[民 98])，《文化創意產業之產品創新：設計與行銷的互動觀點》，新竹市：國立清華大學科技管理研究所碩士論文。
95. 林蕙怡，(2009[民 98])，《臺北市原住民文化創意商品賣店體驗行銷研究》，臺北市：臺北市：國立臺北教育大學文化產業學系暨藝文產業設計與經營班碩士論文。
96. 施丞泰，(2009[民 98])，《傳統工藝產業轉型文化創意產業的行銷策略探討》，嘉義縣：國立中正大學行銷管理研究所碩士論文。
97. 歐瓊心，(2009[民 98])，《原住民族工藝創作保護之比較研究》，花蓮縣：國立東華大學財經法律研究所碩士論文。
98. 童天良，(2007[民 96])，《原住民文化商品創業動機、創業策略與創業績效之研究》，高雄市：私立義守大學工業工程與管理學系碩士班碩士論文。
99. 林昌翰，(2008[民 97])，《創意生活產業之顧客消費體驗研究》，桃園縣：私立銘傳大學設計管理研究所碩士班碩士論文。
100. 李昆諭，(2006[民 95])，《部落格網站使用行為之研究》，私立中原大學資訊管理學系碩士論文。

101. 林昀儂，(2006[民 95])，《產業鏈圖之建構方法研究》，國立成功大學工業設計學系碩士論文。
102. 林秉樺，(2007[民 96])，《台灣創意生活事業的體驗經營模式之研究》，銘傳大學觀光研究所在職專班碩士論文。
103. 蔡美文，(2006[民 95])，《閒置空間再造：管理者與藝術家關係》，臺北藝術大學藝術行政與管理研究所碩士論文。
104. 蔡美麗，(2010[民 99])，《文化政策與台灣工藝發展》，私立東海大學美術研究所碩士論文。
105. 鄭 洪，(2005[民 94])，《台灣原住民文化應用於產品設計之研究》，長庚大學工業設計研究所碩士論文。
106. 簡嘉瑩，(2010[民 99])，《原住民族傳統智慧創作之探討》，國立東華大學財經法律研究所碩士論文。
107. 羅萬信，(2006[民 95])，《藝匠型企業的創新價值》，國立政治大學經營管理碩士學程 EMBA 論文。

(六) 研討會論文集

108. 王長華，(2009[民 98.12])，〈排灣族琉璃珠文化再現及其產業化〉，《2009 文化創意產業永續與前瞻研討會論文集》，國立屏東教育大學。
109. 江韶瑩總編輯，(2002[民 91.03])，《2000 年亞太傳統藝術論壇研討會論文集》，宜蘭：國立傳統藝術中心。
110. 呂理德、姜淪生、朱雲鵬主持，(2005[民 94])，《「促進東部區域邁向永續發展」研討會論文集》，財團法人時報文教基金會。
111. 林榮泰，(2010[民 99.05.06])，《生活風格的創造與體驗設計講義》，經濟部中小企業處委託屏東縣中小企業服務中心。
112. 徐啟賢、林榮泰、邱文科，(2004[民 93.04.17])，〈台灣原住民文化產品設計的探討〉，《國際暨兩案創新設計研討會論文集》，國立台北科技大學。
113. 翁徐得，(1993)，〈地域振興〉，《文化產業研討會》。
114. 財團法人國家文化藝術基金等，(2003[民 92])，《文化創意產業與區域經濟發展研討會論文集》，行政院研究發展考核委員會。
115. 張博樹，(2010[民 99])，《2010 年全球下之地區發展與政策管理學術研討會論文集》。
116. 陳文治，(2008[民 97])，《建構「創意城市」活化都市生機，帶動經濟

發展》，台中市政府計畫處自行研究報告。

(七) 政策研究報告

117. 文建會·文化創意產業推動服務網，(2010[民 99])，《台灣文化創意產業整體發展概況》，行政院文化建設委員會委託。
118. 王本壯，(1998[民 87])，《提昇傳統地方特色小企業競爭力輔導案以三義木雕為例》，經濟部中小企業處委託東海大學專案研究報告。
119. 江韶瑩主持，(2000[民 89])，《傳統工藝技術分級暨證照制度研究》，行政院文化建設委員會委託財團法人福祿文教基金會。
120. 行政院文化建設委員會，(2009 民 98)，《創意台灣：文化創意產業發展方案》，經濟部、新聞局、教育部、文建會。
121. 行政院經濟建設委員會，(2008[民 98])，《挑戰 2008 國家發展重點計畫：文化創意產業發展計畫》，經濟部、新聞局、教育部、文建會。
122. 李仁芳等編，(2010[民 99])，《2009 年臺灣文化創意產業發展年報》，臺北市：行政院文化建設委員會。
123. 洪德生主持，(2003[民 92.04])，《推動文化創意產業之系統服務規劃研究報告》，挑戰 2008 國家發展重點計劃，臺北市：行政院文化建設委員會委託台灣經濟研究院，。
124. 孫華翔等編，(2010[民 99.06])，《2009 國家文化藝術基金會年報》，臺北市：財團法人國家文化藝術基金會。
125. 孫華翔等編，(2011[民 100.05])，《2010 國家文化藝術基金會年報》，臺北市：財團法人國家文化藝術基金會。
126. 國立台灣研究發展中心，(2008[民 97])，《國立台灣研究發展中心工藝產業調查資料》，國立台灣研究發展中心。
127. 國家藝術基金會，(2002[民 91])，《國藝會之原住民文化藝術補助分析》，。
128. 陳玉益，(2008[民 98])，《台糖公司台東區處「製糖產業文化資產再生利用計畫」經營管理營運效益與可行性探討》，台糖公司台東區處。
129. 楊炤濃、韓國棟主持，(2009[民 98])，《文化創意產業圓桌論壇結案報告》，總統府編印。
130. 廖文志、張順教主持，(2009[民 98.07])，《六大新興產業人才培訓與發展趨勢研發期末報告(文化創意產業)》，行政院勞工委員會職業訓練局泰山職業訓練中心委託國立台灣科技大學。

131. 劉宜君、朱鎮明、王俐容主持，(2009[98.10])，《我國文化藝術補助政策與執行評估》，行政院研究發展考核委員會委託元智大學。
132. 薛保瑕、孫華翔主持，(2002[民 91.12])，《文化創意產業概況分析調查》，行政院經濟建設委員會委託財團法人國家文化藝術基金會。

(八) 新聞報導

133. 朱宗慶，(2009[民 98.12.11])，〈台灣真的能保住文化優勢嗎？〉，《聯合報》。
134. 林采韻，(2009[民 98.11.20])，〈工藝所無「法」出貨 上億訂單快飛了〉，《中國時報》。
135. 楊榮驊，(2006[民 95.01.16])，〈部落格行銷的 4 大效應〉，《工商時報》。
136. 鄭秋霜，(2007[民 96.04.28])，〈霍金斯談創意經濟 10 大新思惟〉，《經濟日報》。
137. 蕭萬長，(2009[民 97.03.21])，〈產業生存需創新 6 項新產業可發展-蕭萬長副總統-中央社〉，《中央通訊社》。

(九) 網路資源

138. 佛里(Bruno Frey)，劉新圓 譯，〈從經濟的觀點看藝術(Art: The Economic Point of View)〉，(2002)，財團法人國家政策研究基金會－智庫，<http://old.npf.org.tw/PUBLICATION/EC/091/EC-R-091-013.htm>，(2011.05.15 查閱)。
139. 洪慶峰，〈台灣工藝文化創意產業發展的契機〉，(2005)，國藝新訊，國家文化藝術基金會，http://www.ncafroc.org.tw/Content/artnews-content.asp?Ser_No=360，(2011.05.15 查閱)。
140. 高水木，〈台灣東部第一座糖廠：台東糖廠〉，(2009.10)，台東區處：台糖通訊，1972 期，<http://www.taisugar.com.tw/Monthly/CPN.aspx?ms=12&s=63&p=54#>，((2010.07.18 查閱)查閱)。
141. 張忠謀，交大企業管理研究所課程實紀，(2005)，<http://www.fcic.org.tw/92031902km.htm>，((2010.07.19 查閱)查閱)。
142. 陳玉益，〈純白美麗 異國風情—台東糖廠小白宮〉，(2015.09)，花東區處：台糖通訊，2043 期，

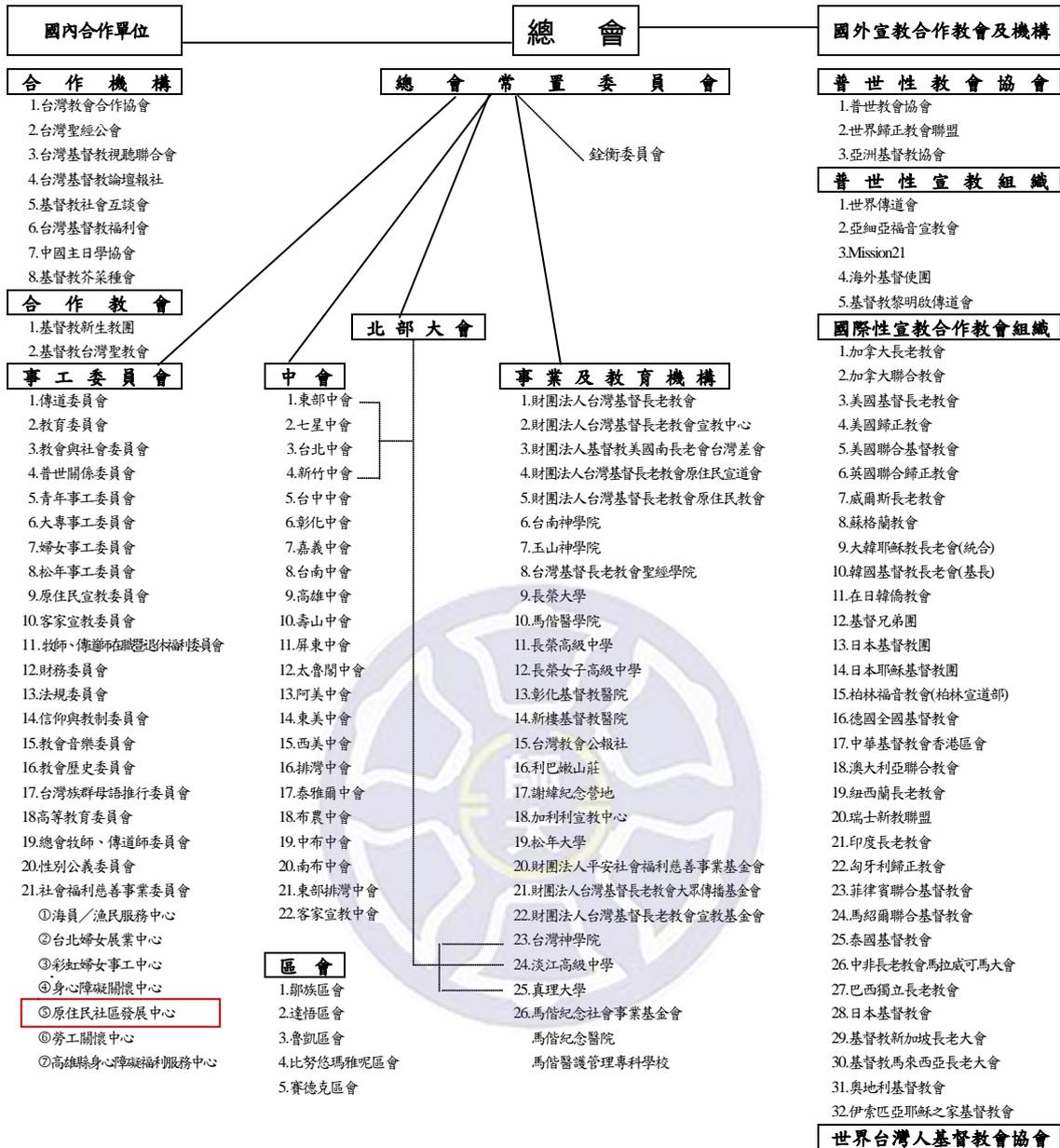
- <http://www.taisugar.com.tw/Monthly/CPN.aspx?ms=1399&s=13385386&p=13385548>，(2016.02.15 查閱)。
143. 陳芳旒，〈Lesson5：向波特學競爭策略〉，(2006)，《Manager Today 經理人月刊》，第 22 期，<http://www.managertoday.com.tw/?p=143>，(2011.03.21 查閱)。
144. 黃明堂，〈4 千萬改造 台東糖廠要變觀光工廠〉，(2009.06)自由電子報-南部新聞，<http://news.ltn.com.tw/news/local/paper/311972>，((2010.07.20 查閱)查閱)。
145. 黃俊英，產業策略評析-行銷策略與行銷組合(中)，(2003)，《行銷學的世界》，第二版，天下文化，財團法人國家實驗研究院科技政策研究與資訊中心資訊服務處，http://cdnet.stpi.org.tw/techroom/analysis/pat_A080.htm，(2011.03.20 查閱)。
146. 楊榮驊，〈部落格行銷的四大效應。〉，(2006)，中時部落格，<http://blog.chinatimes.com/blognews/archive/2006/01/17/34997.html>，(2011.05.15 查閱)。
147. 萬煜瑤，〈原住民工藝，台灣大百科〉，<http://taiwanpedia.culture.tw/web/content?ID=2543>，(2011.05.10 查閱)。
148. 萬煜瑤，〈原住民藝術，台灣大百科〉，<http://taiwanpedia.culture.tw/web/content?ID=2353>，(2011.05.10 查閱)。
149. 劉維公，〈創意：台灣新經濟發展的關鍵競爭力〉，(2010)文建會·文化創意產業推動服務網，http://www.cci.org.tw/cciccimarket_detail.phpsn=4178，((2010.07.20 查閱)查閱)。
150. 《週刊人間國寶-重要無形文化財 309 人的世界》，<http://www.hanniew.com/C-ZJD001.htm>，((2010.05.12 查閱)查閱)。
151. 台灣大百科全書/工藝總論，<http://taiwanpedia.culture.tw/web/content?ID=622>，((2010.06.28 查閱)查閱)。
152. 臺東縣政府原住民族全球資訊網，http://www.taitung.gov.tw/Aborigine/CP/1376/south_island.aspx，((2010.07.15 查閱)查閱)。
153. 傳統數位博物館，解讀傳統工藝，http://kn.ncfta.gov.tw/NCFTA/ccb/show_node_no.jsp?id=3.1.7&rid=3，

- ((2010.07.18 查閱) 查閱)。
154. 創意台灣－文化創意產業發展方案，(2009.05.14 行政院全球資訊網，
<http://www.ey.gov.tw/ct.asp?xItem=53821&ctNode=2922&mp=1>，
(2010.07.20 查閱)
155. ，〈台灣基督長老教會－原住民社區發展中心東台灣傳習工場〉，
2006.04.13 財團法人國家文藝基金會，
http://www.ncafroc.org.tw/Content/artnews-content.asp?Ser_No=570(2010.07.
20 查閱)
156. 電子商務 - MBA 智库百科，
<http://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E7%94%B5%E5%AD%90%E5%95%86%E5%8A%A1>，(2011.03.15 查閱)。
157. 背包客棧自助旅行論壇，
<http://www.backpackers.com.tw/forum/showthread.php?t=208820>，
(2011.03.15 查閱)。
158. 產業策略評析-行銷策略與行銷組合（上），財團法人國家實驗研究院
科技政策研究與資訊中心資訊服務處，
http://cdnet.stpi.org.tw/techroom/analysis/pat_A074.htm，(2011.03.20 查
閱)。
159. 台灣大百科全書/臺灣工藝之家，，
<http://taiwanpedia.culture.tw/web/content?ID=24318>，(2011.06.22 查閱)。
160. 行政院原住民族委員會全球資訊網 南島民族，
<http://www.apc.gov.tw/portal/docList.html?CID=49744114ECE41D1F>，
(2011.06.22 查閱)。
161. 〈臺灣糖業公司臺東廠中山堂〉，文化部文化資產局-文化資產個案導
覽，
[http://www.boch.gov.tw/boch/frontsite/cultureassets/caseBasicInfoAction.do?
method=doViewCaseBasicInfo&caseId=VA09602000767&version=1&assets
ClassifyId=1.2](http://www.boch.gov.tw/boch/frontsite/cultureassets/caseBasicInfoAction.do?method=doViewCaseBasicInfo&caseId=VA09602000767&version=1&assetsClassifyId=1.2)，(2014.03.25 查閱)。
162. 〈臺灣糖業公司臺東糖廠〉，文化部文化資產局-文化資產個案導覽，
[http://www.boch.gov.tw/boch/frontsite/cultureassets/caseBasicInfoAction.do?
method=doViewCaseBasicInfo&caseId=VA09602000980&version=1&assets
ClassifyId=1.2](http://www.boch.gov.tw/boch/frontsite/cultureassets/caseBasicInfoAction.do?method=doViewCaseBasicInfo&caseId=VA09602000980&version=1&assetsClassifyId=1.2)，(2014.03.25 查閱)。

二、 英文參考部份

163. Abigail McGowan , , (2009) , Crafting the nation in colonial India , Palgrave Macmillan .
164. Amitav Acharya and Alastair Iain Johnston(Eds.) , (2007) , Crafting Cooperation : Regional International Institutions in Comparative Perspective , Leiden : Cambridge University Press .
165. Chris Ryan and Michelle Aicken(Eds.) , , (2005) , Indigenous tourism : the commodification and management of culture , Oxford : Elsevier .
166. DENISE CUTHBERT 、 CHERYL EARNSHAW 、 SUSAN LOWISH 、 STEPHEN PRITCHARD AND CERIDWEN SPARK , (2003) , Aboriginal Identity, Culture and Art , , The Year's Work in Critical & Cultural Theory , pp.227~266 .
167. J. P. Singh(Eds.) , , (2010) , International Cultural Policies and Power (Political & International Studies Collection 2010) , Palgrave Macmillan .
168. Michael S. Simons , , (2000) , “Aboriginal heritage art and moral rights” Annals of Tourism Research Vol. 27 No. 2 , Elsevier Science Ltd , , pp.412~431 .
169. Michele Fioroni and Garry Titterton , , (2009) , Brand Storming : Managing Brands in the Era of Complexity , Cromwell Press Ltd .

附錄一、台灣基督長老教會總會機構圖表



附錄二、原社手創生活館產業基本資料⁶⁹

項目	類別	台灣基督長老教會－原住民社區發展中心 東台灣傳習工場-卡塔文化(琉璃珠)	
基本資料	產業特色	傳統工藝美學精神結合現代生活設計 由部落的傳統工藝精神出發，延續部落文化對工藝精緻的要求，秉持「文化、生活、精緻」的概念，發掘傳統文化的創新機會。 將工藝注入新一代的創新思維，將一般人視為傳統工藝的物品，重新賦予生活新意，展現本土文化的體貼思維。 原住民傳統工藝文化為創作精神之母源，延伸至現代生活創意應用。	
	產業設立時間	2000年~至今，開始主題式發展原住民文化產業－傳習工場	
	地點	台東市中興路二段200巷7號	
	負責人	主任高黎香	
	網站	http://www.wretch.cc/blog/atabeads (部落格)	
	通訊資料	電話：089-228101、228102、228107	
	主要創意產品	排灣 卡塔(kata)文化延伸性創意商品	
	產業發展背景	「原住民社區發展中心」台灣基督長老教會的附屬機構，在東台灣地區，自民國60年代時以教會為主體，協助東台灣原住民參與農村及社區發展至今已三十餘年的歷程，積極推動原住民社會福利與文化技藝人才培訓，並在東台灣地區培育出許多文化藝術人才，為了能讓服事部落貧弱者工作更加落實，並且能深耕傳統文化內涵與延伸觸角。 目前，原住民社區發展中心將部落工作區分為2項事務發展，成立文化產業組進行「傳習工場」型態由培訓人才提升為創造就業機會，與落實傳統工藝添加文化創意因子之商品設計的生產制度，為了能確保長期延續原住民文化精神、並肩負維持原住民家庭就業契機之責任，我們有義務協助部落貧弱者的就業機會及生活品質，並且深耕傳統文化內涵，增加文化延伸的廣度與觸角。	
	產業發展過程	1970~1980年代	<ul style="list-style-type: none"> * 成立儲蓄互助社 * 辦理技藝訓練中心 * 辦理學生成長聯誼團契 * 服務蘭嶼居民交通往返 * 辦理縫紉訓練班 * 代申請急難救助 * 協建部落公共設施 * 農漁業輔導 * 成人識字班 * 成立消費合作社 * 醫療服務 * 頒發國中獎助學金 * 成立社區服務中心
		1980~1990年代	<ul style="list-style-type: none"> * 成立卓溪、蘭嶼合作社 * 中區會人才培訓 * 成立初鹿羊場 * 達悟族聖詩編印 * 蘭嶼熱帶魚運銷 * 成立蘭嶼購物中心 * 成立青年學生中心
1990~2000年代		<ul style="list-style-type: none"> * 原住民刊物出版 * 獵人盃籃球賽 * 辦理青少年文化營 * 辦理文化成長班 * 成立蘭嶼居民接待處 * 電腦、傳統手工藝訓練 * 部落法治教育 * 協助成立雅美手工藝協會 * 協助成立豐濱合作社 * 協助成立卓溪合作農場 	
2000~至今		<ul style="list-style-type: none"> * 成立原住民家庭暨婦女服務中心 * 兒童少年保護工作 * 婦女權益宣導與防治 * 發展原住民文化產業－傳習工場/文建會創意產業計畫－造一種風格 台東/原住民商品設計研習營 * 職業訓練與就業－多元就業方案、擴大就業 * 學童物資交流中心 * 發展部落培力工作 * 推動心靈部落計畫 * 推動日光少年計畫 	
產業發展目標	<p>傳統工藝美學精神 現代生活設計</p> <p>由部落的傳統工藝精神出發，延續傳統文化對工藝精緻的要求，秉持「文化、生活、精緻」的概念，發掘傳統文化的創新機會。將工藝注入新一代的創新思維，將一般人視為傳統工藝的物品，重新賦予生活新意，展現本土文化的體貼思維。</p> <p>繼續「部落精神」100年</p> <p>遵循傳統藝師的技術要求、材料處理手法教導，發現古老的工藝製作智慧，建立創意的靈感來源。使用現代人接受的設計語言及符號，透過回溯傳統工藝製作技術與精神，傳達古老的工藝智慧與精緻文化要求。</p>		
產業組織架構	台灣基督長老教會 原住民社區發展中心－傳習工場/卡塔文化－主任－經理－場務－出納－專案		

⁶⁹ 財團法人國家文藝基金會，(2006.04.13)，〈台灣基督長老教會－原住民社區發展中心東台灣傳習工場〉，http://www.ncafroc.org.tw/Content/artnews-content.asp?Ser_No=570，(2010.07.20 查閱)。

項目	類別	台灣基督長老教會－原住民社區發展中心 東台灣傳習工場-卡塔文化(琉璃珠)
		計畫經理人－計畫型從業人員 11 名
	資金來源(含政府補助、投資、自備款項等)	捐募、自籌、中央及地方政府補助、手工藝品銷售
	從業人口數	15 名
	財產設備	琉璃珠燒製設備 16 組、陶藝工坊相關設備機具一式、傳統領帶編織機 21 組、縫紉機具一式、電腦設備
	曾獲獎項	2004 文建會台灣創藝優良商品獎-共 3 項作品 1·林秀慧專員設計，工作人員吳美鳳、陽惠慧作品製作「排灣現代古典」 2·林秀慧專員設計，工作人員蔡瓊美、胡美琴(離職)製作「幻化與寓意」 3·洪啟榮(協力創作者)設計，工作人員林源發製作「榮耀」
	曾獲證照	無
	協力組織單位	財團法人平安社會福利慈善事業基金會、社團法人台東縣原住民族全人發展關懷協會
上游創作研發	創意元素	原住民傳統文化祭儀與工藝技術及製作 文化語言與圖騰符號
	創意產出的方式或機制(個人完成或集體創作)	主題式商品：由經理林秀慧、洪啟榮擔任創意發想－設計圖繪製、原型由生產團隊完成。 文化式商品：由研發生產團隊集體創思－設計－原型製作，宣傳設計、推廣…等。 時尚設計款：由生產團隊自行設計製作完成。
	創意研發困境	參與生產團隊人員素質不一，尚須一段時間培育設計概念等相關專業知識。 工作團隊人員負擔家計沉重，機構自主性財源不穩定。
中游生產製程	產品生產主要材料	水晶琉璃(人工水晶)
	產品製作方式暨流程	設計－草圖－試樣燒製－定樣－製作－品管－編串(或複合材質製作)－品管－包裝－檢查
	產品種類	文化藝品類、時尚飾品類、生活用品類、禮品類
	生產機制(組織)	設計、研發、生產、成品、行銷
	生產時遭遇之問題	原料來源單一較無替代、色彩配置與色感的訓練不易、技術素質不一、材質特性不熟悉
下游銷售	主要銷售客群	教會會友、公家機關、手工藝創作族群、25-40 歲消費族群、
	行銷策略	1.教會募款活動 2.大型活動展示推廣 3.社區大學、家政班 4.公部門禮品 5.主題展示專櫃設立
	產值及獲益(價值衡量標準)	93-94 年琉璃珠收入 120 萬元
	行銷機制(組織)	燒製組 6 人、成品組 3 人、行銷 2 人、專案經理 1 人、出納 1 人、廠務 1 人、設計研發 1 人
	行銷困境	1.交通成本負擔過大，離主力市場較遠人員無法長時間在外地工作。 2.無法做大量生產。 3.新創品無法抑制仿製品製造。
	本業市場發展評估	生活飾品類具有很大市場空間、時尚創意商品也具有市場發展力
綜合檢討	本產業對產業所在地區的影響(自我評量)	1.對在地工坊的發展可能具有示範性質 2.傳統文化中的語言符號重新設計與詮釋傳統精神的應用概念帶動 3.創造就業機會，提升對族群文化的發展認同
	是否創造出衍生產業	專業工藝創作教學、複合媒材的工作組織
	未來發展計畫	1.社區技藝傳承與社區自主性發展 2.積極爭取原住民傳統藝術中心設立，兼具教育、文化、休閒 3.建立原社工藝形象品牌
	現階段發展之最迫切問題	1.積極培育文化創意應用設計人才與解說人才 2.缺乏充裕資金開發商品 3.設計人才欠缺 4.市場對於文化創意的轉化概念尚需 face to face 的傳達概念訊息

附錄三、原社手創生活館大事記

一、歷年工作紀錄

編號	期程	類別	名稱	單位
1	2004/07/01	計畫	東台灣文化產業多元就業計畫－愛串琉璃珠	勞委會
2	2004/07/05	計畫	2004年織春－傳統工藝文化創作展與技藝經營實務經驗講座	台東市公所
3	2004/07/21	推廣	2004年第十屆太平洋藝術節-台灣代表團	帛琉共和國
4	2004/09/07	推廣	太麻里地區農會活動	太麻里農會
5	2004/09/07	計畫	台東縣金峰鄉－來自東台灣的琉璃新風格	台東縣金峰鄉公所
6	2004/09/11	推廣	台南「原生藝動」歸仁鄉-南區服務中心	原民會
7	2004/09/21	訓練	行銷 新竹「新光三越-台東伴手禮」	台東縣觀光協會／新竹新光三越
8	2004/09/30	推廣	太麻里「彩繪針情」活動	太麻里農會
9	2004/10/25	推廣	行銷 我們都是e家人－台東2004e化城鄉觀光資訊聯展活動	台東縣政府／台東市公所
10	2004/11/03	行銷	2004台北世貿國際旅遊展	台東縣政府
11	2005/01/30	獲獎	2004年多元優良執行單位獎	勞委會
12	2005/05/12	推廣	利嘉國小百週年校慶	教育局
13	2005/07/01	計畫	東台灣文化產業多元就業計畫－愛串琉璃珠(2)－核准執行	勞委會
15	2005/07/15	推廣	2005年「造一種風格台東」－新品發表會巡迴展／台東豐年機場	文建會／台東豐年機場
16	2005/07/26	專案	94年多元就業方案-東台灣愛串琉璃-續提第2年	勞委會
17	2005/07/31	推廣	2005年「造一種風格台東」－新品發表會／台北市凱達格蘭文化館／原住民商場開幕體驗活動	文建會／勞委會／台北市原住民族委員會／列古勒顧問公司原住民商場
18	2005/08/15	推廣/行銷	2005年「造一種風格台東」－布農部落10年慶「小鳥不要來」新品發表－史前文化博物館	文建會／勞委會／布農文教基金會／國立史前文化博物館
19	2005/08/31	行銷	2005 造一種風格 台東 創意提案巡迴展-台北2場	文建會
20	2005/09/01	訓練	原住民社區大學-排灣卡塔文化製作創意班	原民會／豐榮國小／南島社區大學
21	2005/10/01	訓練/行銷	南島原住民族世紀婚禮系列活動／屏東原住民族文化園區	原民會
22	2005/10/12	推廣	全國農會人才培訓文化觀摩點／卡塔文化	農委會、台東縣農會、太麻里農會
23	2005/10/15	行銷	花蓮原氣東來-原住民工藝特展售會	原民會／花蓮縣政府
24	2005/10/23	推廣	農委會文化產業重點觀摩活動／太麻里針情相約	農委會／縣農會／太麻里農會
25	2005/11/17	行銷	2005台北世貿國際旅遊展	台東縣政府
27	2005/11/29	行銷	2005花蓮原住民有機農產品銷售會／淡水	台灣基督長老教會／淡水鎮公所
29	2005/12/17	推廣/行銷	2005台灣生活工藝運動-台北華山文化園區開幕活動／社區工藝館	文建會／台灣工藝研究所／星火燎原
30	2005/12/26	推廣	新香蘭部落文化巡禮／琉璃珠編串DIY	新香蘭教會
32	2006/01/01	推廣	921原住民族產品行銷推廣活動／中正紀念堂	原民會／台北市政府
33	2006/01/08	推廣/行銷	2005台北華山文化園區／頂真精神／社區工藝館	文建會／台灣工藝研究所／星火燎原
34	2006/03/01	行銷	台灣文化創意加值概念展	
35	2006/03/10	推廣	台東縣延平鄉原住民族家班教育訓練(3班級)	延平鄉公所
36	2006/04/09	推廣	「解讀創意密碼學」－台灣文化創意加質概念展／台北誠品信義旗艦店	文建會／國家藝術文化基金會
37	2006/04/13	推廣	原味原藝在原鄉-花東地區原住民工藝展	文建會／台灣工藝研究所
38	2006/04/18	行銷	台灣基督長老教會總會年會義賣／台南-長榮女中	台灣基督長老教會
39	2006/04/20	展覽	2006東海岸原住民工藝特展／全國巡迴展·屏東、桃園、台北	台灣工藝研究所
40	2006/04/21	行銷	台北市貿／國際春季禮品展	原民會
41	2006/08/21	推廣	2006『原鄉圓夢』系列活動／原住民族特色商品產業遴選活動／榮獲特優單位	原民會
42	2006/10/14	獲獎	全國輔導原住民族特色商品業者遴選	
43	2006/11/01	行銷	台東寶町藝文區日式宿舍-原味創意工藝展	
44	2006/11/03	競賽	2006年全國原住民琉璃珠設計競賽／花開的時間，榮獲佳作	原民會
45	2006/11/27	發表	部落工藝地圖-花開的時間產品發表	文建會、台東縣政府文化局
46	2006/12/10	計畫	部落工藝地圖-寶町藝文中心-用手去旅行	台東市公所
47	2007/01/01	計畫	部落工藝地圖-寶町藝文中心-用手去旅行	台東市公所
48	2007/03/07	社區活動	美術館創意活動-鐵頭公共藝術／小鳥不要來	台東縣政府文化局

編號	期程	類別	名稱	單位
49	2007/04/12	演講	花蓮文化創意產業專題／小鳥不要來的發想創意	松園別館／祥龍創意行銷公司
50	2007/04/21	推廣	多元就業方案聯合行銷活動-高雄遠百活動廣場	勞委會
51	2007/05/06	活動	台灣工藝創藝大街／總統府前廣場	台灣工藝研究所
52	2007/06/07	演講/ 訓練	蘭嶼-台東在地文化創意產業人才培訓	台東縣政府
53	2007/06/10	活動	台南縣政府 愛+玩創意市集	台南縣政府文化局
54	2007/07/06	活動	黃金博物館-創意市集	黃金博物館
55	2007/07/28	活動	台東在地產業活動-太麻里金針山	太麻里鄉公所
56	2007/08/10	計畫	台東木雕產業工作營 8月10日-11月30日	台東林區管理處
57	2007/08/23	活動	多元就業方案聯合行銷活動-墾丁大街活動廣場	勞委會
58	2007/09/01	活動	黃金博物館-創意市集	黃金博物館
59	2007/09/30	研習	部落工藝地圖-創意設計研習營	台東縣政府文化局
60	2007/10/17	活動	原住民認證產品展-國際禮品展	台灣创意设计中心
61	2007/10/20	計畫	台東木雕產業工作營成果展	林務局
62	2007/11/28	計畫	部落工藝地圖-創意設計研習營成果展	台東縣政府文化局
63	2007/11/29	參訪	紐西蘭原住民文化發展參方觀摩活動	原民會
64	2007/12/08	推廣	寶町藝文中心-部落產業DIY活動	台東市公所
65	2007/03/24~25	推廣/ 行銷	台北美術創意市集	台北市立美術館
66	2007/04/21~24	活動	台北國際春季禮品展-台東文化特色館	台東縣政府
67	2007/05/25~26	活動	台南小北創意市集	台南縣政府文化局
68	2007/05/31~06/02	研習/ 活動	琉園水晶博物館-琉璃體驗活動	琉園水晶博物館
69	2007/06/01~02	活動	台南小北創意市集	台南縣政府文化局
70	2007/06/03~06	研習	琉園水晶博物館-琉璃專業人才培訓	台東文化基金會／琉園水晶博物館
71	2007/06/16~17	活動	八里十三行博物館創意市集	台北縣政府
72	2007/06/16~19	活動	鹿港舊倉庫活絡計畫-創意市集	彰化縣政府文化局
73	2007/07/03~09	參訪	OVOP 馬來西亞國際會議暨訪問考察	經濟部
74	2007/07/14~15	活動	台南新天地-創意市集行銷活動	台南市政府
75	2007/07/27~28	活動	多元就業方案聯合行銷活動-台北紅樓活動廣場	勞委會
76	2007/08/11~12	活動	台南 16 歲成年禮活動-創意市集行銷活動	台南市政府
77	2007/10/06~07	活動	台灣创意设计博覽會-認證產品展-台南	台灣创意设计中心
78	2007/10/26~27	活動	中華開發金控-家庭日園遊會	新興國小／中華開發金控公司
79	2007/11/17~24	活動/ 行銷	2007 原住民博覽會	原住民委員會
80	2007/12/01~31	活動	台東傳習生活手創互祝平台開始運作	原民會
81	2007/12/14~17	活動	台北國際旅遊展-台東地方產業館	台東縣政府旅遊局
82	2008/02/23	參訪	高雄原住民部落大學參訪	高雄市原住民族委員會
83	2008/03/26	課程	台東市光明國小鄉土教學課程-琉璃的生活應用	光明國小
84	2008/04/09	課程	金峰鄉介達國小鄉土教學課程-琉璃的生活應用	介達國小
85	2008/04/12	活動	台中文建會中部辦公室-創意園區活動	文建會中部辦公室
86	2008/04/27	推廣	長老教會原宣產發部-蘭嶼手工藝課程	台灣基督長老教會原宣產發部
87	2008/05/03	行銷	高雄大遠百-多元就業方案行銷活動	勞委會
88	2008/05/17	活動	台東航空站園遊會	台東航空站
89	2008/06/26	紀錄	原住民台拍攝-錢進部落	原住民電視台
90	2008/07/01	推廣	台東林區管理處-知本森林遊樂區體驗活動	林務局
91	2008/07/16	推廣	台灣文化創意產品-紐約授權展	經建會+ARTKey
92	2008/08/01	推廣	國立史前文化博物館-體驗活動	國立史前文化博物館
93	2008/08/01	考核	多元就業方案考核榮獲-優等獎	勞委會
94	2008/08/09	活動	台中文化創意園區活動	文建會
95	2008/08/15	訪視	文建會主委黃碧端指定來訪	文建會
96	2008/08/25	紀錄	民視電視台 拍攝多元優良單位紀錄介紹	勞委會
97	2008/09/14	推廣	多元就業聯合行銷-台北紅樓	勞委會
98	2008/11/15	活動	台中文化創意園區-海角七號晚會	文建會
99	2008/12/26	活動	花蓮酒廠-經濟部台灣文創產品展	經濟部中小企業+雅比斯國際公司
100	2008/02/17~02/18	活動	花蓮創意園區開展活動	文建會
101	2008/06/23~10/30	課程	協助金崙溫泉部落產業發展課程-貼布繡應用	太麻里鄉金崙溫泉部落
102	2008/10/25~11/11	行銷	台中新光三越台灣物產特賣會	統一速達／自辦
110	2009/01/09	採訪	中廣"微笑"節目採訪	中國廣播公司
111	2009/02/09	課程	琉璃珠製作文化學習課程	台東縣文化基金會
112	2009/05/06	參訪	台東生活美學館參訪	國立台東生活美學館

編號	期程	類別	名稱	單位
113	2009/05/25	參訪	泰國-普世青年事工參訪	宣教基金會
114	2009/07/04	參訪	台東教會主日學 40 人	台東教會
115	2009/07/13	採訪	Otop 一鄉一特色採訪	經濟部中小企業+雅比斯
103	2009/01/16~02/28	活動	《2009 新春樂活手創市集》	國立台東生活美學館
116	2009/02/07~02/15	活動	元宵節民藝廣場	台東縣文觀處
117	2009/04/24~25	活動	鹿野-國泰人壽千人躺綠色走廊	國泰人壽
118	2009/05/14~15	田調	古樓部落蔣幸一傳統皮革製作	本會
119	2009/06/24~25	研習	原住民文創座談（陳若琳）	台東縣政府
120	2009/06/29~30	課程	拉勞蘭部落-獵人文化知識	台灣工藝研究所+本會
121	2009/20~21	課程	霧鹿部落-布農族傳統織布	台灣工藝研究所+本會
122	2010	行銷	台東豐年機場航空站-設立主題產品專區共同行銷	
123	2010/08/01~29	課程	史前文化博物館教育資源及專題活動企劃	
124	2010/07/31	行銷	台東文創商圈-鐵花村慢市集 好的擺 手作倉庫	
125	2010/09/28	行銷	河南省丹尼斯百貨台東特產行銷展	
125	2010/11/01-12/31	計畫	2010 年多角化社區工藝扶植計畫－「工藝光點聚落－創意平台計畫」	國立工藝研究所
125	2010/11/01-12/31	計畫	「部落小創意 文化大生意」手作創意研習計劃	臺東縣政府



二、歷年專案計畫補助

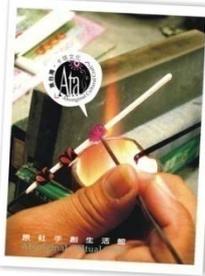
編號	期程	類別	案件名稱	申請資源單位	備註
1	2004/12/17~2005/01/08		台灣生活工藝運動-華山文化園區開園活動	文建會	核定補助經費：40萬1320元整
2	2006/01/01-12/30	計畫	《日光·海風·部落工藝地圖》台東縣原住民族部落文化產業輔導計畫	文建會	核定補助經費：80萬元整
3	2006/05/10-05/30	計畫	台東市公所輔導原住民文化產業推廣計畫－伊娜的巧手藝	台東市公所	核定補助經費：6萬5200元整
4	2006/09/01-11/30	計畫	2006台東原住民【文化經驗·創意展現】促進就業精進研習營計畫	勞委會	核定補助經費：26萬1780元整
5	2006/12/10-12/31	計畫	台東市寶町184番藝文中心－部落工藝地圖【用手去旅行/DIY市集】12月部落產業活動	台東市公所	核定補助經費：9萬9220元整
6	2007/01/01-12/31	計畫	勞委會多元就業開發計畫－經濟型－愛串琉璃第3年結案	勞委會/平安	核定補助經費：415萬
7	2007/01/01-12/31	計畫	部落工藝地圖·用手去旅行-台東縣原住民族社區工藝文化產業輔導計畫	文建會/文化局	核定補助經費：35萬元整（經常門）
8	2007/01/01-12/31	計畫	部落工藝「傳習·生活手創館」互助拓售平台計畫	縣政府原民局	核定補助經費：35萬元整（資本門）
9	2007/01/01-12/31	委案	部落木類創意設計專業進修營 工藝大師面對面【漂流·手作·綠森活】木材產業專業工作營	林區管理處	委託計畫標定經費：94萬元整
10	2007/12/5-2008/01	計畫	台東市寶町184番藝文中心－部落工藝地圖12月部落產業活動	台東市公所	協力工作
11	2008/01/01-12/31	計畫	勞委會多元就業開發計畫－經濟型－「東台灣傳習·Life·手創」部落工藝互助平台計畫（1）	勞委會	核定補助經費：415萬5,870（共15人）
12	2008/08/01-12/31	計畫	「部落風土·生活手創」原住民族工藝創意產業計畫	縣政府/原民處	核定補助經費：20萬元整（資本門）
13	2008/03/01-12/31	計畫	2008年多角化社區工藝扶植計畫【部落手創·行動工坊】工藝產業互助計畫	工藝研究所	核定補助經費：30萬元整
14	2008/06/01-12/31	標案	2008「製糖產業文化資產再利用計畫」《原住民手工藝傳承創意研習營》	台糖公司台東區處	標定經費：89萬元整
15	2008/12/01-12/31	計畫	「台東地方美學－風格創意工藝小品－部落文化紀念品創思工作坊計畫	國立台東生活美學館	核定補助經費：15萬元整
16	2008/12/01-12/31	計畫	台灣國際文化創意產業展「工藝地誌學－人與土地的美學再現」－台東文創美學展覽成果發表會	國立台東生活美學館	核定補助經費：6萬元整
17	2008/12/01-2009/1/4	委託案	台灣國際文化創意產業展「工藝地誌學－人與土地的美學再現」－台東文創美學展	財團法人國家文化藝術基金會	委託經費：10萬元整
18	2009/01/01-12/31	計畫	勞委會多元就業開發計畫－經濟型－「東台灣傳習·Life·手創」部落工藝互助平台計畫（2）	勞委會	核定補助經費：548萬670元整（共20人）
19	2009/04/03-12/20	計畫	2009年多角化社區工藝扶植計畫－部落手創工藝產業平台計畫	國立工藝研究所	核定補助經費：40萬元整（資本門）
20	2009/09/01-10/31	計畫	「2009文建會『社區有咱·臺灣尚讚』系列展」「用手去旅行－台東樂活 icon」	文建會	核定補助經費：19萬元整
21	2009/06/01-11/30	計畫	2009【排灣生活琉璃·創意美學空間】駐館研展計畫	國立台東生活美學館	核定補助經費：5萬元整
22	2009/06/01-11/30	計畫	「用手去旅行－台東樂活 icon」創意產業活動計劃	原民會	計畫核定補助經費：5萬元整
23	2009/12/01-12/31	委託案	「藝文環境發展策略專題研究－藝文環境發展與文化旅遊趨勢專題」計畫	財團法人國家文化藝術基金會	核定補助經費：15萬元整
24	2009/11/01-2009/12/30	計畫	「重建·重見」－出去走走，遠眺回家的方	文建會	委託經費：20萬元整
25	2010/01/01-12/31	計畫	勞委會多元就業開發計畫－經濟型－「東台灣傳習·Life·手創」部落工藝互助平台計畫（3）	勞委會	核定補助經費：421萬380元整（共15人）
26	2010/04/23-12/20	計畫	2010年多角化社區工藝扶植計畫－「工藝光點聚落－創意平台計畫」	國立工藝研究所	核定補助經費：50萬元整（資本門）
27	2010/11/01-12/31	計畫	「部落小創意 文化大生意」手作創意研習計劃	縣政府	核定補助經費：10萬元整

三、獲獎與各單位感謝狀

- 2004 台灣創意產品甄選 獲選為優良商品獎
- 2005 第二屆多元就業開發方案執行優良單位
- 2006 行政院原住民族委員會(原珠傲視商群)獲選創意執行優良單位第一名
- 2006 全國原住民琉璃珠設計競賽佳作 (作品:花開的時候)
- 2003 用永續就業多元就業成果展
- 2005 多元就業成果展
- 2005 年台北華山藝文中心-社區工藝展
- "2005 國立台灣工藝研究所(原味原藝在原鄉~花東地區原住民工藝展)"
- 2006 台灣文化創意增值概念展
- 2006 行政院原住民族委員會(原珠傲視商群) 獲選創意執行優良單位



附錄四、原社手創生活館產品



qkata (卡塔) - 即美麗的果子之意

自古流傳於排灣族民間的珠子，稱作為 qkata (卡塔) 即美麗的果子之意，排灣人都說 qkata 是祖先傳遞下來的，深信這些珠子是天神送給排灣人的美麗禮物。時代的演變下，qqata (卡塔) 它曾被日本人稱為「蜻蜓珠」，漢民族則稱為「琉璃珠」，qqata (卡塔) 是排灣族珠子最真實的名字。它記載著排灣人千年來的文化奮鬥史，和人與山林大地共生的永恆法則，並教育著世世代代族人應有的人格品德、治理部落的待人處世、紀錄可歌可泣的浪漫愛情故事，以及神聖的祖靈祈儀與神明信仰。

卡塔文化系列商品

復刻版 祝福-傳統長鍊

依照傳統文物款式製作，每串上面珠紋皆不同。



祝福珠頸鍊



傳統祝福



祝福長珠



複串



祝福-5 號頸鍊



傳統手環：各式傳統珠



傳統 3 珠手環：3 個各式傳統珠



才藝之珠：小米珠串當邊飾



創意花珠手環：各式花珠圈成手環



排灣 卡塔新 古典風格 排灣風華

設計靈感 自由長戀

擷取傳統文化的精神與韻義，讓化身於現代的排灣族民，再次擁有瑰麗珠的精緻美感與異族風情。珠鍊沿傳統紋飾不同的造義，可依自身的服飾風格巧妙搭配，創造出排灣族傳統風華華感與率文化訴求轉入新時代領域，再創排灣異族古典風華。

自由長戀系列商品



排灣 卡塔流動 傳習工場 新舊對話

與天神溝通的歡慶，傳習部落裡每個人的祈求，不在森林裡奔走的部落勇士，仍具備英勇的獵人智慧、扶持部落殘弱的精神，配戴著天神的祈禱祝福，縱橫在都市叢林裡，與新世代對話。

流動系列商品

流動手鍊(藍)
男性款式，女性也可佩帶，全手工燒製水晶琉璃材質，因此每件圖樣都稍微有所不同。



流動珠項鍊

流動手鍊(綠)
男性款式，女性也可佩帶，全手工燒製水晶琉璃材質，因此每件圖樣都稍微有所不同。



流動-無患項鍊

(藍色、綠色) 男性款式，女性也可佩帶
全手工燒製水晶琉璃材質，因此每件圖樣都稍微
有所不同。



(藍色、綠色) 男性款式，女性也可佩帶
全手工燒製水晶琉璃材質，因此每件圖樣都稍微
有所不同。





小鳥不要來 文化創意商品

對小鳥遷徙的期待與小鳥之間的鬥爭、對自然和生物的互動。
藉由美麗琉璃工藝製作，再將卻殘廢多年的祭典化作新的語言
符號，於現代生活場域的延續。

小鳥不要來系列商品

趕鳥鍊



拉卡烙香包 (橘和綠)



趕鳥鑰匙圈/麂皮
麂皮線、綠蟲琉璃珠



祝福米珠手環



小米項鍊



小米吊飾



小米小物夾

黑色丹寧布、卑南傳統手繡、綠蟲琉璃珠、小米琉璃珠串



小米鑰匙圈

黑色丹寧布、卑南傳統手繡



小米水壺袋 (限量)

黑色丹寧布、卑南傳統手繡、綠蟲琉璃珠、小米琉璃珠串



小米提包 (限量)

黑色丹寧布、綠蟲琉璃珠、小米琉璃珠串



小米背包/麂皮

小米 A4 背包

黑色丹寧布、綠蟲琉璃珠、小米琉璃珠串 (限量) 黑色丹寧布、綠蟲琉璃珠、小米琉璃珠串 (限量)



花開的時間-桐花系列商品

桐花項鍊

紫透晶、紅透晶、黑透晶、綠透晶



桐花手鍊

紫透晶、紅透晶、黑透晶、綠透晶



桐花耳環

紫透晶、紅透晶、黑透晶、綠透晶



花開的時間-花朵系列商品

花朵-耳環



花朵項鍊



花朵 Y 字鍊



小花銀手環：各式創意花珠



以
花開
時間



花開的時間-珊瑚系列商品

珊瑚耳環



珊瑚手鍊款



原色
印象。

原色印象主題商品

原色名片夾
排灣、阿美、卑南—材質棉布
技法：傳統服飾拼布、車縫



09O-02-原色多元袋
排灣、阿美、卑南—材質棉布
技法：傳統服飾拼布、車縫



原色書衣套
排灣、阿美、卑南—材質棉布
技法：傳統服飾拼布、車縫



原色電腦防震套
卑南—材質：布、鋪棉
技法：傳統服飾拼布、車縫



原色印象：守繡系列商品

守繡萬用手冊
棉布、琉璃珠、六孔夾
技法：手工貼布繡、車縫



守繡壺型名片夾
技法：手工貼布繡、車縫



守繡人形名片夾
技法：手工貼布繡、車縫



文化流行時尚套件類商品



扶桑花銀手：3 個各式傳統珠

尊貴紋銀手環：各式創意花珠

動線銀手環：各式紡垂狀珠子



孔雀銀手環：各式創意紡垂珠

紅玉髓寶石



舞動/流蘇圈形耳環：傳統珠紋



車輪形耳環



流蘇形耳環



彩絲戒指



創意琉璃吊飾



勇士吊飾



創意琉璃鑰匙圈

傳統紋手機吊飾

證 件 項 鍊



文化流行時尚生活用品類商品

花開的時間/植物染頭巾、圍巾
 純棉布、琉璃、銅鈴
 破圖表現方式、車繡花紋，使用植物染材質：
 構樹、薯榔、梔子花、蘇木……等等原住民民俗
 植物天然染材。



傳統風格揹帶：可選擇族群色彩製作



排灣意向/桌上擺飾：南田石、漂流木排灣意向
 創意產品



排灣意向/貼繡掛飾：排灣圖騰貼繡



工場產品

日出sumi 藍染織工場



原社手創生活館

梅花心 藝文工作坊



厚社手創生活館

順成 藤編



厚社手創生活館

撒根恩 圖騰彩繪



原社手創生活館

東台灣植物染 師



原社手創生活館

法拉撒 石頭彩繪



厚社手創生活館

I-Li 工作室



厚社手創生活館

ruma



原社手創生活館

荒野女屋



原社手創生活館

Kin bi 工作室



原社手創生活館

附錄五、台東市糖廠廠域相關資料

一、台東市糖廠歷史沿革⁷⁰

- 民國二年時，隸屬於台東製糖株式會社。
- 民國二十三年，創建舊廠長辦公室(創意角)，昔日為社長辦公室及權力管理中心，有日式建築之美。
- 民國三十四年(昭和二十年)初盟軍轟炸台東，廠房及機械設備大部分都被炸毀。
- 民國四十三年間，南迴公路遭颱風侵襲，以致台東對外交通中斷，三十四至三十五年期停止製糖。
- 民國三十五年三月三十一日光復初期隸屬第三區分公司，積極廠房修復與推廣工作，始至民國三十五至三十六年期製糖工作得以順利開工。
- 民國三十二年，台東糖廠歸併於明治製糖株式會社。戰後由台灣糖業公司接收。
- 民國三十六年十二月改隸台糖公司第四區公司。但該分公司又以機械陳舊，用人費用過高，始終未予投資改善。
- 民國三十九年六月分公司撤銷，七月改隸公司為直屬場。
- 民國四十年間公司曾以成本過高，推廣困難，歷年賠累，似無經營價值，擬予停辦。幸當時台東縣政府、縣議會以及地方士紳鑑於台東糖廠為東台灣之最大國營企業，關係地方經濟繁榮至鉅，一再陳請要求繼續經營，以維持地方經濟，並允盡力協助廠方推廣種蔗，公司當局始允繼續試辦。
- 民國四十六年七月以美援在台東糖廠附設的鳳梨工廠正式建廠生產，奠定東部鳳梨事業的基礎。
- 民國五十七年七月遵照政府政策功成身退，開放民營。
- 民國八十四至八十五年期製糖工作完工後，奉公司指示停閉製糖工廠。
- 民國八十五年七月精簡組織。
- 民國九十三年台東廠區由台東縣政府登錄為歷史建築，並奉公司同意，核定發展定位為「文化創意產業園區」。
- 民國九十四年11月依原始風貌整修，並於民國九十七年7月17日啟用(2008)，命名「創意角」懷舊空間，布置為文資活動場地及本地文史團體、社區協會聯誼場所及進駐廠商產品展示中心。
- 民國九十五年獲文化部(前文建會)協助辦理「製糖產業文化資產再生計畫」。
- 民國九十六年以「東糖原創工廠」招攬原住民工藝及藝文表演團體進駐，之後本園區陸續增設工業地景鐵雕裝置藝術，將天車(大型起重機)場改造為露天舞臺，增木鐵雕工房、建築設計工作室、手作創意工房(如原社手創生活館-玻璃空間，南島原藝工坊-漂流木手創品，阿水工坊-木雕、鐵雕裝置藝術，毛奇生活美學工作坊-油畫創作，瑪法琉工作室-原住民藝品原創商品，台東抽象藝術館-抽象油畫展，鐵馬驛站-自行車出租、手工藝品)進駐。
- 民國一百年積極規劃將廠區轉型為台東文化藝術場域，結合當地藝術與人文特色，落實發展文化創意產業園區的目標。

⁷⁰ 文化部文化資產局-文化資產個案導覽，〈臺灣糖業公司臺東糖廠〉，<http://www.boch.gov.tw/boch/frontsite/cultureassets/caseBasicInfoAction.do?method=doViewCaseBasicInfo&caseId=VA09602000980&version=1&assetsClassifyId=1.2>，(2014.03.25 查閱)。
高水木，(2009.10)，〈台灣東部第一座糖廠：台東糖廠〉，台東區處：台糖通訊，1972 期，<http://www.taisugar.com.tw/Monthly/CPN.aspx?ms=12&s=63&p=54#>，(2010.07.18 查閱)。





二、臺灣糖業公司臺東廠中山堂⁷¹

臺糖公司臺東糖廠於戰後初期，員工人數超過 3,000 人。1950 年（民國 39 年）興建中山堂，作為禮堂及聚會之用。1965 年整修，有李崇實題字的大理石匾。

臺東糖廠中山堂為鋼筋混凝土結構，面積約 125 坪，仿希臘神廟樣式，左右對稱，屬「巴洛克」建築風格，氣勢雄偉。門廊前有四根多立克羅馬八角柱及山牆，屋簷及壁面有精緻的裝飾性花紋。全棟漆成白色，典雅莊重。整體造型，酷似美國的白宮，所以有糖廠小白宮的雅號。

廠區內則是以原住民木（鐵）雕、工業地景、文青氛圍餐廳、工業風咖啡廳著稱，還有荷花池、數條（光蠟樹、肉桂樹、欖仁樹等）林蔭步道及參天巨榕所圍繞之大草坪，提供炎夏中之清涼綠意，常有遊客流連其下，享受綠蔭之舒適。

⁷¹ 文化部文化資產局-文化資產個案導覽，〈臺灣糖業公司臺東廠中山堂〉，<http://www.boch.gov.tw/boch/frontsite/cultureassets/caseBasicInfoAction.do?method=doViewCaseBasicInfo&caseId=VA09602000767&version=1&assetsClassifyId=1.2>，(2014.03.25 查閱)
陳玉益，(2015.09)，〈純白美麗 異國風情—台東糖廠小白宮〉，花東區處：台糖通訊，2043 期，<http://www.taisugar.com.tw/Monthly/CPN.aspx?ms=1399&s=13385386&p=13385548>，(2016.02.15 查閱)。



附錄六、原社四十周年研討會文產專題二逐字稿

專題二 部落·文化·產業—泰雅傳統染織藝術振興的實踐之路

研討會時間：2011年5月6日(五)

研討會地點：史前博物館

講 師：尤瑪達陸老師

主 持 人：王景正牧師

回 應 人：少多宜長老、王昱心老師

王景正牧師：今天很高興能夠進行第二個專題的演講，今天我們特別邀請到泰雅族的同胞尤瑪達陸老師來到我們當中，我之前也不認識尤瑪老師，感謝主的恩典，今天有這樣一個機會能夠認識她。尤瑪老師她是在象鼻部落工坊的負責人，她之所以能夠從事泰雅族的染織這樣文產研究的工作，是看到部落的工藝、這樣一個文化慢慢的凋落，所以她自己有很大的負擔。一方面做田野的調查，一方面做這樣的努力，來從新建造有關染織這個工藝的工作。我相信她在這方面有很豐富的經驗跟我們分享，我們現在這個時間就交給她，我們來歡迎她。

尤瑪達陸(Yuma·Taru)：謝謝牧師的介紹，我剛剛有問我們的主任說我要怎麼跟大家打招呼，她就說親愛的主內兄弟姐妹們好，可是我很想說各位山地人大家好！因為住在山上，那個味道就是比較像山豬的味道。這一次我很高興能夠來到原社，那2000年我跟原社的秀惠小姐第一次在飯店裡見面。那時候她就拿著一個很鄭重的、她手縫的筆記本書套給我，『老師這個給妳看』，我就看『阿！沒有縫好捏、有破破捏！』，沒想到十年之後的現在，她已經是一方重要的角頭，可以真正的幫忙很多我們婦女的同胞們。所以剛剛吃完那個很豐盛的午餐呢，我很怕很多人睡著，所以我們可不可以先放一段影片，可以吼，感謝各位！

[播放影片中，共兩段影片] 服裝設計影片&SONY的廣告

尤瑪達陸(Yuma·Taru)：為了讓大家吃飽飯之後不會馬上睡著，所以就放了兩個跟我們部落有關、跟我們織布有關的紀錄片，那後面各位可以看到有一點專業的原住民在走秀的樣子，其實他們每個都是男模捏！真正的！因為他們都說自己是男性板模工。也是真正的、也是真正的。因為他們平常都是在部落之外的高鐵或是之前有高鐵，或是國道省道去打零工，然後有一些零星，現在比較少了、越來越少了這樣的工作機會，他們是真正的板模工。然後那些女生看起來很摩登對不對，看起來很養眼，可是她們通常都是一袋公主，就是每天都要去套袋。因為我們部落是種田事務為主，每天要去套袋、套水蜜桃這樣。她們的工作是到不同的部落去、到不同的地方去幫忙這樣子。嗯，但是我要跟各位一起分享的是，這個二十...二十年的裡頭，二十年的過程裡頭，她們從十七歲到工坊來一起工作，到現在我今天可以站在這裡，而她們所有的工作人員都在台北的展覽場裝置她們的藝術創作、作品。所以從十六歲已經是兩個小孩子的媽媽，開始帶她們到現在十年了，也不過二十六歲。但是二十六歲她們可以跟我一起站在大學殿堂裡頭，當我很稱職的助教。在我

們的藝術場合裡面，她們可以很稱職的表達她們藝術創作的理念。所以待會，我就可能可以跟各位一起分享過去的二十年，跟她們一起共同達到我們祖先的信仰，Atayal的Gaga是怎麼樣一起我們共同渡過我們自己部落的難關。因為九二一的時候，很多是重災區，嗯，怎麼度過這樣的難關，然後替自己像今天我們標題一樣可以插上自己的翅膀，然後飛越你的困難、到你的理想之地，那個過程，我想跟各位一起分享。

尤瑪達陸(Yuma • Taru)：實際上在回部落之前，我是從小被父母親送到山下去念書，所以一直到當了公務員、做了老師，二十九歲的時候離開都市又回到部落。在回到部落的那一年，我的媽媽、我的yaya她一年沒有辦法跟我講話，因為她覺得她從小的目標就是培養我要離開部落，培養我要離開這樣的地方，然後去獨立生活、能好好的活在漢人的社會。可是呢，沒有想到花了那麼多的精神，她突然就又要離開那個是她覺得最好的地方，然後回到部落。所以她一年沒有辦法跟我講話，而且一年在部落裡頭沒有辦法吃喜酒，因為每次吃喜酒的時候都會問『妳的女兒在幹甚麼啊？為什麼一直在部落裡面，她是不是失業了？還是她失戀了？為什麼不回去？』回去哪裡？就是要把我推回去都市裡面。我相信那個時代，我今年已經快要五十了，我相信那個時代的母親幾乎都是這樣的願望，嗯，我有一半的血統是泰雅族，但是我有一半的血統是湖南人，但是因為我父親一個人在台灣，所以我從小我講很流利的泰雅語，那人家就會覺得說奇怪這個lagi(泰雅語的小孩)為什麼會講這麼流利的原住民話？可是呢，我在從小的認同就是我的那群可以吃山肉、然後可以大家共同負擔彼此的關心與擔憂的那群人。嗯，1991年我回到部落的時候，那個時候因為不了解自己文化的內容，所以我們有六個年輕人一同回到部落，那個時候呢，六人就只有我一個女生，所以他們是說『Yuma，那個傳統的染織工藝就交給妳，因為我們男生不太能夠碰這個傳統的染織工藝。』我心裡非常的XXX，我就覺得我可以拍紀錄片，我可以做田野調查，我可以做很好的行政管理人員，我可以做很多長老的一些祭儀的傳承，竟然敢叫我做那個，我一直到大學畢業回來我都不會拿針線的那種活。可是呢，他們就說那怎麼辦？我們男生又不能織布，那就只有妳啦！所以呢，就在那個時代，我二十九歲的那年，就開始進入我自己的傳統生活領域，開始處理我泰雅織布的一些研究的內容。所以在那個時期，我就成立一個泰雅織物研究中心，我還記得我的老師就問我說：『Yuma，那個泰雅織物研究中心吼，是要那個嗎？是要研究中心嗎？』我剛開始的時候不太知道他的意思，他的意思是說妳要那麼大嗎？研究中心嗎？我就說：「對呀！嗯！」但是經過二十年之後，我們真的能夠成為泰雅的織物研究中心。那目前呢，就可以把整個大泰雅、泛泰雅的跟織物有關的系統都能夠連結起來，那1994年因為人員的需求，所以我們成立了一個野桐工坊，它是專門從事技術上面的傳承，1999年我們成立了一個植物園，把整個台灣跟纖維有關的對應植物都移回來這邊園區，2003年，就是921之後，成立了一個自己的展覽館。那我們泰雅織物研究中心，有研究、有傳承、有設計，因為在那個時候，回到部落的時候，就希望自己能成立一個染織工藝學校，可是經過二十年，我知道那個過程裡頭其實不太容易，能馬上就有一個學校產生。所以呢，就開始從生活裡面進入我自己的部落。我們研究中心，其實做了非常專業的一個工作，這也是未來很多我們原住民工作產業的單位可能可以就是做為一個方式。就是我們因為要成為專業的工作者，所以我們必須對自己的傳統做更仔細、被其他人更專業的工作者來執行這件事情。所以我們採集了植物的纖維、處理材料的部分、做織紋的整理，我們目前整理了大概四百多件織紋的分析，我們做了比中研院還要更專業的建檔，然後建構了泰雅數位學習網。因為我

們那個時候要蓋學校的時候，我們知道還沒有能力的時候是不是可以有個虛擬的學校，那我們也建構了一個泰雅圖騰資料基因庫、資料庫，在過去二十年裡面，我們大概很積極的收集了我們很多跟文獻有關的，不管是老照片、不管是文字、不管是做田野調查，我們也從很多的老照片裡頭找到了我們可以依循的方向，這個就是我們做的資料庫(指簡報)，這個資料庫大概有四百多件，目前還在持續的增加當中。那這些織紋從哪裡來呢？從國內外博物館，早期還在加拿大的安大略博物館，因為馬偕博士送過去的一些織品帶回來做研究，那我們去過東京博物館、大阪的民族學博物館、甚至在奧地利的博物館。很多人說：『妳去奧地利做甚麼？』確實在十七世紀以後，很多原住民的服飾因為奇風異俗的關係，所以就被很多的冒險家、探險家、蒐藏家、貴族一一的從我們部落都帶回他們那裡去。所以我們在奧地利博物館、在德國的伯恩博物館、在英國的博物館、在荷蘭的博物館，把我們失落的東西一一的找回來。但是，因為那已經成為他們管理的鎮館之寶了，原件沒有辦法拿回來，但是我就訓練我們部落的這些媽媽的手，給它一件一件的做回來，按照傳統的工序、材料的作法、染色的形式重新把它建構回來。這就是在博物館裡頭的藏品(指簡報)，然後一個一個把它復原。那我們也開始跟同學們一起學習傳統的方式跟西洋的方式的比較跟分析研究，你要怎麼樣去了解西方、去處理他們傳統的東西，那我們原住民怎麼樣去處理我們自己傳統的東西，然後呢，你才能夠在這邊找到差異性，然而在這個差異當中你就會發現你的祖先有多偉大，因為他做了別人不一樣的東西。我常常是在這樣的比較裡面，得到了很多的力氣，也得到很多的勇氣，知道說我的祖先最美，所以我也可以很美。所以呢，我們就一個一個從傳統的服飾裡面解構出來這樣的織品，那也一件件在老人家的財寶裡面找到這些圖案的真實的意涵。我只能說，我現在能夠找到的，只是我們傳統服飾意義的百分之二，百分之九十八已經在時間的淘洗當中一個一個的流失。但是我不願意自己穿鑿附會那樣子的東西，只能祖先或是老人家講過的我才敢放在這個上面跟各位一起分享，如果不是的話，我在這個部分我沒有辦法再提供更多的東西。比如說像這個織紋呢，做在袖口上，它是說那個"銅波"的意思，"銅波"，在過去原住民的部落呢，其實是一個很重要的寶貝的東西，那三角十杖...，我們就用很多不同的知識系統把我們傳統的技藝重新整理出來，然後記錄下來，用一種有別於口傳的紀錄方式來達到跟技藝有關的傳承的形式，這就是同學們在做數位上面的組織整理的時候所運用的方式。所以，即便是剛進來的像十幾歲的孩子，她們也要學習這樣的方法來紀錄祖先們的遺產。那她們就會開始試著把自己的東西重新用她的手做過一遍、整理過一遍寫下這樣子的密碼。那，我們的織物研究中心一個很重要的工作就是把我們的耆老整理出來的東西做成一個虛擬的學校。所以，我們建立了一個網站，妳點進去之後，妳可以在不同的項目裡面得到跟織品相關的一個知識。比如說，像是這個系統分布在哪裡？它的服裝配件有哪些？怎麼穿著？它都是3D的，那你想要看這個圖案的介紹、它是怎麼形成的、它的結構是甚麼，妳也可以在這裡找到答案。那有很多不同的群，你可以把不同的群找出來他的特用，特用的織紋是甚麼。那你也可以在這個土地上，看到不同穿著的泰雅族，喔，對不起，因為現在有獨立的太魯閣族跟獨立的賽德克族，我們常說那個分久必合、合久必分。那這個是我們北勢群的服裝，所以點進去之後，就可以看到女生她要怎麼樣一個一個的把服裝穿在身上，常常有很多舞蹈老師，國中小舞蹈老師常會因為舞蹈的要求，所以把那個傳統服飾做了很大的改變。那這個，就是希望可以回到原來的穿著形式、怎麼穿。另外一個很重要的，我們在這個數位學習網裡頭，有很多工作坊的很多的課程，大概有十幾種課程，你進入之後，它有非常詳細的，不管是文字的介紹或者是3D的介紹或者2D的組織結構的介紹。所以，很多的朋友，都是進

入這個網站開始學習的。那另外我們還有很多老照片的解釋，這些老照片各位可能看的是古老的技藝，但是對我們來講，她就能看夠出來這個、這個人，其實是我們部落頭目的曾祖父，那這個曾祖父他有甚麼樣的事蹟，會從這個照片裡頭一一的展現出來。所以或許對其他的人，這個老照片沒有其他太大的意義，只不過是過去的一個紀錄，但對我們來講它變成很多的訊息，可以從訊息裡頭找到你要的內容。所以像這樣的織布機，在日據時代的初期就已經進入部落了。那我們有很多紀錄片，就是在二十年裡面，我們為自己的部落做了很多的紀錄，妳可以在這裡點到這些記錄的內容。另外呢，我們就替博物館做了很多非常專業的織品資料庫，在替專業的博物館製作的同時，同時我們也在訓練我們自己部落的婦女，怎麼樣去做專業的分析。因為她們未來要成為一個專業者，這就是她們所做的(指簡報)。那我們的傳習中心也是長期以來為了準備建構一個學校而努力的，所以，二十年前開始做這個內容的準備，十年前開始培養這些孩子，十年後我們有那個時候培養的孩子慢慢回到我們中間。那這個可能是跟這個題目比較有關的，就是說我們的設計中心怎麼跟不同的設計師合作？其實設計師很多，但是我常常都希望遇到對原住民善良的設計師，因為原住民的資產很多，只是說自己不知道自己真的是坐在寶山上面的乞丐，完全都不知道自己有很多的財產，可是我們如果沒有辦法遇到一個善良對待原住民的設計師，它很快就會變成他的另外一個資源，可是那原住民呢？怎麼辦呢？所以，我們所有的設計師都是跟我們合作大概十幾年以上，從開始一起部落生活，然後了解我們部落內容，然後慢慢設計的。我們飾品設計的王老師他幫我們開發做出來的成品，Walis(瓦歷斯·拉拜)老師做數位印花，他是比較前衛的普普藝術的老師。還有做金工的林介文老師，她是太魯閣族的，用傳統的元素做了很多不同的前衛設計。那野桐工坊，它主要是做"製作"的，所以它有染織工坊、染布工坊、有織布工坊、有後製工坊。那每個織布的組員她們除了要了解西方的織布形式之外，很重要的就是傳統的技術，她們也要在學習過西方的知識之後回來重新看自己的傳統。那很多人問我說為什麼要先學習西方的概念再來學傳統的，因為我覺得，在我學習的過程裡頭，我覺得我的傳統很難，很難！嗯，那如果她了解一些基本的跟織品有關的一些結構之後，再重新回來看她的傳統，她就比較容易進入、比較不容易花太多的時間，那傳統的東西對她也有新的發現。所以在過去的十年裡面，我們就一件一件的衣服跟博物館合作，一件一件的把它重製出來。目前我們大概重製了521件，那很多人就問說『哪有那麼多的衣服啊？是不是每一件都不一樣？』是，每一件都不一樣。確實我們自己就有這麼多不同的服裝散見在不同的國家、不同的博物館裡面，我想我們大概一輩子是做不完的。那還有一件很重要的事情是，從芋麻的栽植裡面，我們重新找回來，就是我們真正跟土地的傳統知識。過去我常常在跟其他部落的朋友分享的時候，這一段我覺得是很重要，就是我的外婆常常跟我說的一句話：『妳、妳真的有在真正的織布嗎？』那時候我才熱衷於學織布這件事情，我就在想我每天都在妳面前織布，妳就跟我講說妳到底有沒有真正的織布？我完全不懂她的意思。她說『Yuma，妳如果沒有去從種芋麻開始，妳就不是、不是真正的織布。』可是我在想，明明線就那麼簡單、打包袋也很簡單、取得那麼方便，然後妳叫我從那麼、那麼難的，那麼、那麼用力的地方我要重新開始，我織布都來不及了，妳還要我從種芋麻開始！我怎麼可能嘛！所以跟她爭論了很多年，那她還是非常堅持。就像各位要種小米一樣，種小米有好多的儀式，所以我們在部落開幼兒班的時候，種小米就是一件重要的課程，在種小米的過程裡頭，跟孩子一起去進行那個儀式的過程，什麼時候要播種祭，什麼時候要那個除草祭，什麼時候開始做什麼樣的四季的那個變化，從那樣子的開始。所以，我們大概花了兩年的時間吧找芋麻，因為在二十年前那個芋麻，

實際上，可能在那個時候，在更早的二十年、四十年前，我們部落早就不種芋麻，台灣也不種芋麻了。台灣芋麻的大宗產地在台南，可是我常問台南的朋友『妳知道嗎？那個嘉南平原以前是芋麻的大宗產地，在那個台灣農業的要覽裡面，它的那個產量還是世界第二位！』可是，當石化工業起來後，一夕之間，全部的設備、全部的工作人員跟全部的種苗都不見，所以台灣其實還蠻可怕的，就是對傳統的東西，在那個時代是完全不屑一顧的。最近我在大陸也看到這樣的狀態，就是對他們的傳統完全是趕著現代化而忘了傳統東西的寶貴。那我很想要跟他講說，我們台灣就是很多年前的妳們呢！所以，我們剛才你看到的那些穿著很時髦的服裝的model，平常他們就是要在田間工作的。那因為要做傳統產業的再生，所以很多人就說『是不是Yuma妳要開始去走那個生活的產品？』我就說我們原社真的是非常的有力量，一開始就走產品的路線。我沒有那麼大的勇氣，因為我知道台灣對傳統手工織品的接受度不是那麼好，要養那麼多的婦女喔，一年大概要六七百萬的薪資，其實是很難的，所以那時候沒有那麼用力的直接切生活產品。所以我覺得我在這裡講，原社會比我更有經驗。那時候我沒有那麼大的勇氣說我一切就要切生活產品，所以我那時候的決策是我只做最傳統的跟做最現代的，所以我們開始就做纖維藝術的創作。我們那個時候就自己蓋了一個竹屋，作為展示的中心，那我們現在的這個野桐工坊，它最主要的工作還是以傳統為主，把傳統的服制一個一個的建構回來、把傳統穿戴的形式建構回來。那我今天在聽台東的朋友說，有很多東部的排灣族的服飾或是魯凱族的服飾，其實也還沒有這麼完全的找回來。那我就覺得，可能過去我所做的這個經驗可以帶給各位一些可以走的路徑、可以參考的路徑，不必再像我們要走二十年這麼的辛苦。各位現在看到的這些的影像(指簡報)，其實在我母親的那個時代是沒有的，我的母親沒有見過，她現在已經七十幾歲，那真正見過這樣穿戴服飾的是我的外婆，她現在有九十歲了。所以，這些東西都是重新建構回來，剛跟各位講說，後來我的織女她們就開始走纖維藝術創作的方向，但是我們還是用傳統的材料來做藝術創作。最近，同學們也開始學習怎麼樣去策一個展，所以她們就策了一些展覽。嗯，經過了二十年，到了第三個十年，我跟我的織女們的另外一個願景就是我們要蓋學校。那蓋學校的前題，我就開始在幾年前找我們長輩、長老形成一個智庫，然後每三個月，請他們來一起把他們所知道的一些民族的知識文字化、數位化跟教材化。然後，這些知識的內容未來就是成為我們民族教育的民族學校的一個最重要的教材。另外一個就是在我們的工坊裡面，它成為一個文化經濟的一個重要的寶藏，成為一個民族工坊。未來我們學校是工坊跟學校合併在一起，也就是她一邊可以到我們工坊去就業、去學習，一邊也可以到學校去補充現代的知識或傳統的知識。那這在日本有例子的，就是他們有一個國際學校，他們有一個很大的工坊與公司，甚至在台灣也有他們的分公司，這個學校得到的一些開發的新東西就會到工坊去，那工坊在實踐的過程裡頭也可以給學校很多這個方面的實際的工作經驗。那我們想要做的民族教育是從幼兒園開始，待會一樣會報告的幼兒園，我也在那邊得到很多的鼓勵，幼兒園、國中小到學院。那未來在工坊的方向，我們師資會跟學院的師資合併在一起，主要我們的工坊是做國際的交流，那我們希望能夠在台北、花蓮、台東、屏東，因為各位可能閉起眼睛想一下，台北、花蓮、台東、屏東都有原住民的基地，可是想一想中部沒有，我們沒有捏！對啊！所以我們就希望在中部我們能夠集合更多人的力量把這個平台，原來空洞化的平台盈充起來。所以那個育成中心不是只有在大學，是不是可以在自己的部落也有育成中心，所以我們很努力的去爭取我們要成為這個中區的育成中心。

那其實走了二十年比較沒有像以前那樣子的血脈噴張，原因是因為我現在培養出來的這些十幾、

二十幾位的織女們已經開始接班我的工作，所以她們現在新光三越正在策展，她們從5/1開始從高雄、台南做上來，所以我不需要跟著她們了，她們自己可以搞定很多事情。所以，我從一開始並沒有把她們當作織工看待，她們的年齡大部分是我女兒的年齡，所以我把她們當作女兒，所以我常常說我們這個角色呢，一方面要當她們的boss，因為婦女很小就要帶著孩子，所以要穩定的生活，意思就是妳要給我薪水，不管我從學習的那刻還是怎樣，就是我要活下來。所以妳要當她們的老闆，找這樣子的經費，來穩定她們的生活。妳要是她們的老師，因為她們年紀都還很小，年紀很小又帶著孩子，就還要給小媽媽們這樣的教育，那我還是她們的媽媽，因為媽媽要幫忙處理家庭的問題、先生的問題、小孩的問題，所以才要辦個幼兒園。所以把這三個角色結合起來，現在慢慢就可以在把這三個角色釋放出去，讓不同的孩子去擔任這樣子的責任。希望未來，我們能夠就是在我們傳統的gaga裡面，我們能夠共同分擔一些生活上面的困難、分擔喜悅也分擔勞苦' (泰雅語謝謝)。

王景正牧師：謝謝Yuma老師這樣一個工作經驗分享，從沒有到有這樣的過程，她付出了很多的努力，給予我們這樣一個很好的結果，讓我們有一個很清楚的方向可以學習。接下來，我們現在有兩位要做回應，第一位是吞互樂團的團長少多宜，吞互樂團的成立是在1999年，之前他在1997年就開始做田野調查的工作，在音樂方面對原住民阿美族樂器傳統的歌謠有很豐富的研究，他願意犧牲自己的時間做很多的投入，也給予了我們呈現很多的音樂跟樂器，不但他自己可以創造樂器也可以獨奏，我們現在就把時間交給他。

少多宜長老：謝謝王牧師、還有今天的主講人Yuma老師，嗯，不敢當！我要首先感謝上帝，感謝眾弟兄姊妹的代禱，人生經歷了風浪，在神的保守、帶領裡面也安平的渡過，再次感謝原社，我在原社的時間，大概比打努巴克早一點，因為我在1992年到93年這個階段，按照原社的歷史來看，我是第二個進程，就是1990開始到2000年之間，我也從原社而發跡，開始學習部落的事物。所以，尤瑪老師談這個，我要先跟大家報告，因為回應是要就原社的現況做回應，就我對原社的期待與未來對原社所要殷切盼望的事工，其實我是一直跟永續在做對話，所以待會用很短的時間來跟大家分享。其實，尤瑪老師所從事的編織，dumiran(排灣語的編織)就是對不對不曉得，可是阿美族叫midarun(阿美族語的編織)那個言語語言上好像差不多，都是編織。所以這個在某種的社會現況來看，其實阿美族也有非常豐富的編織。我的媽媽曾經傳述編織用蕉絲、用香蕉的樹幹(阿美族語)，就是用香蕉的葉子編織成為我們的衣服。我是想說用五分鐘的時間看一個影片，這個影片就是我為了因應我們Yuma老師今天的分享。我參加太平洋藝術節，這個藝術節是在Samoa(美屬薩摩亞群島，南太平洋中一群島)，Samoa(薩摩亞)藝術節的呈現讓我驚豔南島民族的豐富，這裡面有很多文化藝術的呈現，有待我們原社好好的去考量看看。原社到底未來四十年，還不知道還有沒有四十年？四十年在我們來看是那個身體在前面，阿美族講身體在前面，(阿美族語)，就是年輕、青壯的年紀。所以四十年應該是集學識、知識、穩定力、判斷力最好的階段。所以原社要跨這個，要找到自己的定位跟方向很重要。我跟永旭說，誰掌攬南島的議題，誰掌攬南島文化豐富的所有的事物，你就是在台灣可以立足很有名。可是到今天，從事南島民族文化藝術研習這樣的機制很多，可是沒有一個單位可以是充分了解南島民族，台灣原住民十四族包含噶瑪...，喔不...，包含我們的平埔族，都是南島民族的語族，都是南島民族，所以誰掌有這個先機，就可

以在台灣立足，成為南島研究的重鎮跟中心。什麼叫做南島，各位從這個影帶看一下，我看見他們的豐富！今天呼應一下我們尤瑪老師，她從編織裡面來發跡成為一個單一族群最漂亮的呈現，這裡看到的是什麼，她設置研究中心耶！傳習中心，從研究、蒐集製作推廣，無一不是，這是一個...，我呼應她講的話，是一個基因庫的建置，這個東西現今建置，以後是永遠自己的，不會再被人家剽竊拿走的，所以永遠在確立自己的地位。所以原社是不是可以看見這個，今天開始要建置自己的地位，我們有福音組、文化組、什麼組、什麼什麼產業組，很多，我們面向很多，真的可以。但是你應該優先在南島的議題上，你掌有南島文化藝術的豐富，我告訴各位你就豐富，為什麼？南島民族是非常豐富的，台東有七大族群，如果潛在很多很多多少數的平埔族群，你建置看看，你會勝過尤瑪老師單一族群而已耶，他泛泰雅只是加了一個Taroko(太魯閣族)跟Seediq(賽德克族)而已耶，我們阿美族、泛阿美族的族群很多，Sakizaya(撒奇萊雅族)跟Kebalan(噶瑪蘭族)也是阿美族啊，所以這幾個族群，我們如果把它建置起來，原社因此而豐富。所以我的意思是說，原社四十年看看尤瑪老師可以那麼辛苦的建置這個東西，對秀惠、啟榮來講不是困難，但是難度在哪裡呢？難度在開始很困難，有時候原住民有兩個兩難，第一、開始很困難，第二、開始亂七八糟，後面就很難這樣，就是不知道怎麼樣開始，所以開始很困難，不開始也很困難，那怎麼辦？原來人家是經過細心從新開始、看見使命理想目標之後，一步一步做田野調查而成，沒有一蹴可及的，不付出代價是不可能。所以她這樣艱辛的歷程，我們現在看到她這樣的成果，以及跨到台東來了，妳們竟然讓她跨到台東捏！如果編織是交流、紡織是交流那當然是可以，可是她的作為已經告訴我們她要建置在全省，所以妳把原社放在哪裡？所以這是原社的使命，不管你的單一目標是你追求的方向與他不一樣，其實還可以有更豐富的東西。好，這個你看(指南島太平洋藝術節簡報)，這是我們參加太平洋藝術節，我建議大家花錢也要去，明年在索羅門群島。有去過，但是我們去過帛琉那次是不好的，我們去了Samoa(薩摩亞)之後才發現，原來南島原住民這麼豐富沒有人看見、沒有人看見，但是他的豐富一直是存在的，他的豐富是存在的，是沒有很多人看見，但是他的豐富不因為沒有人看見而不豐富而不存在，他永遠是豐富存在的。你看這些東西，我覺得最驚艷的就是那個墓碑、木牌，不是墓碑，他木牌刻了各國的國名，我們台灣，你看他們在架設台灣，唯一不受中共打壓的地方就在這裡，台灣在國際上可以聽得到台灣的名字在這裡。不好意思喔，這邊大概還有大陸的朋友，台灣，我還是要很勇敢的，台灣不錯。在這裡看見我們自己的國家，它的整個場景的設置，就像我跟永旭講的，原社可以這樣做，非常豐富，一個村就是一個國家，我要介紹這個，像不像排灣族，不要說一定是排灣族、魯凱族也好、布農族也好，很像原住民，他們真是像，沒有脫離我們真的樣子，我說在那個國度裡，最沒有瘦身、美白的問題，很自然的生活，就像原住民，當然就是原住民啦！他們的東西喔，非常的豐富，最原始的服飾，尤瑪老師從編織裡面把所有泰雅族的圖騰一件一件把它建置、建檔，你看我們，這是我們阿美族。我插個題外話，有一個韓國的文者，就是專門研究韓國史料的學者，問我們阿美族的衣服的時候，他說你們的衣服不是這樣，我真是震驚一下，原來真的我們的衣服不是這樣，不是現在的尼龍啊、不是現在的布，應該是最傳統的麻、苧麻之類的，我說是，我們要回到那個年代很難，可是尤瑪這一個經驗告訴我們，我們要回去從前不會很難。所以只有台灣的原住民最不像，他們都很像，你看草插在頭裡面就是服飾了，非常漂亮喔！所有的圖案、色系都是從地方、從在地而取得，最傳統的服飾這個是我們知道紐西蘭的毛利族，他們也是，你看像尤瑪老師那樣的編織、所有的紋案，我們在南島民族裡面都看得到，都是蕉絲文化，這就是我們原住民最傳統、最傳統

最真實的面貌。他們的植物染非常的發達跟豐富，尤瑪老師如果有機會，明年索羅門群島，啟榮你們還要再去，那個經驗不一樣的文化的豐富，這個就是我們去太平洋藝術節裡面看見的原住民美麗豐富的一面，可是他們就像自己所講的，我們以此而豐富，這句話我到現在一直在用，我們從事文化應該把最傳統的一直承載在我們生命裡面，運用在我們現今的生活、現今的環境裡面。有一句話要提醒我們大家，不要去消費傳統這個字，我們只知道要去披掛這個東西，卻只是在某個程度上，我們並沒有把它當成習慣、當成生活來運用，所以如果不是弄來習慣弄來生活來運用，我們只是在消費那個文化、消費那個傳統。所以我們看見他們的豐富，最豐富就是他們天然的植物染，他們的編織也非常豐富，他們的雕刻，沒有用現在的...，你知道我們現在的雕刻是用甚麼雕刻知道嗎？鏈鋸對不對。你在那邊聽不到鏈鋸的聲音，完全是用人工斧頭，真的，他們依循最傳統的方式。最亮麗的編織，你看這樣亮麗的東西，你會發現他們怎樣去取得這個，完全是植物染，我說嚇一跳，怎麼會植物染到藍色綠色都有，可以去參考。原社可以成為南島藝文中心，現在有七大族在這裡，你們要善用一塊地，把原住民所有的東西建置起來，包含尤瑪老師的都放進去，真的，另外，怎麼樣把文化成為文創產品推銷，這是我們要努力的東西，這個目標跟近程的，要花一點心思的。文創品是最夯的，目前我們整個政府是要推的，1993年我們辦一場比賽，那個比賽叫做音樂創作比賽，有一首歌是這樣唱的，當時是陳建年的哥哥所做，他的名字叫陳紹秦，這首歌叫做「回到傳統」，然後陳建年重新編、林志興譜詞、填詞，紀曉君把它唱紅，現在你知道誰唱這首歌嗎？江蕙。用閩南話把它唱出來。原來我們原住民的東西，可以讓外界吸收而成為那個元素，怎麼樣讓我們所有的服飾成為元素，怎麼樣讓我們的音樂成為元素，別人來使用，這是當今我們要思考的，若不，我們會一直是孤吟自賞，我們會自己欣賞自己沒有辦法出銷、沒有辦法供出、輸出我們的文化產品，所以這首歌，在最後我要跟大家來分享。希望原社每一年都必須要有事工的主題，所謂事工的主題，你重新開始建置原住民的文化生命的脈絡。這個笛子是有歷史的，八八水災發生後，我們用台東的漂流木而做的笛子，我們命名給它的名字叫莫拉克笛，所以它一首歌叫做永遠同在，但是今天我不吹這首歌，而是吹陳建年的這首歌叫做回到傳統，回到傳統是多麼美，從傳統出發，運用傳統飽足獻祭，尤瑪老師的主題很鮮明，真的，我們要從傳統出發，但是如果，那個前言我們改一下我會覺得更好，第一就是，從傳統中記取生命，在文化中涵養能量，我想原住民會更豐富。讓我們回到傳統的美麗，來預祝原社，真的，從這個地方裡面開始著力，四十年很快，但是有沒有四十年不知道，最重要的是努力把所有原住民，尤其是南島民族的東西，一件一件建置，就會更好，阿們！ 謝謝大家！

王景正牧師：謝謝少多宜弟兄這樣豐富的回應，希望有跟南島文化的這樣一個建置，如果能夠掌握的話，我們可以交給少多宜來做，(眾人笑)，恩，現在接下來要回應的是東華大學民族藝術學院的助理教授王昱心教授，王昱心教授是藝術創意產業學系的助理教授，還有澳洲國立史溫本大學國家設計學院設計博士，英國瑟瑞藝術學院藝術研究所的藝術碩士，王教授他學術的專長是民族、原住民工藝研究，原住民當代藝術研究，他從事這樣的工作創意、產品的設計已經很多年，他曾經也是在原社這裡教過學生、帶過學生，現在第二個回應，我們就請王教授。

王昱心老師：牧師謝謝！ 我還是站起來說好了，各位平安！下午的時間會比較昏迷一點，我們

盡量放輕鬆，但不要太輕鬆，呵。其實回到台東、回到原社就是那一份很溫馨、很舒適的感覺，的確十幾年前有在原社服務過，我不敢說自己來教什麼，其實在那段時間我只是在教技術，那有更多的東西是原社的所有朋友給我的。我剛剛才突然發覺，依稀，以前的主任也在現場，剛剛都沒有注意到，沒有變太多。另外要跟大家講說，牧師剛才介紹的那個前面很厲害的那一部分，我相信大家都做得到。我是台東的子弟，也是不小心這樣就這樣讀到那裡去。但是我相信真的，假如各位有這個興趣往學術界去走的話一樣是可以的。那當初可能有很多人誤會說，是不是家裡金山銀山可以讓我無憂無慮的讀書，但並不是，我都是靠也不是公費留學，就靠一些獎學金、靠一些工作機會，就可以慢慢的讀完。所以我是非常鼓勵台東的子弟們可往這個方向。那之前在原社服務的經驗，其實影響我非常的大，也是讓我之後走原住民工藝研究這個區塊。那今天來這裡的工作主要是要做尤瑪老師的回應，那事實上我要講的是，是回應不完的，因為在這個區塊，是全台灣所有原住民、所有的有工作室的人都在努力做的一件事情，其實只有一個目標，就是要建構原住民的傳統知識，然後是從這個用手做的這個面向去建構，事實上這個區塊卻是比較少被關注到。因為十四族裡面，我們這樣講好了，官定的十四族，用各種不同的方法在建構自己的知識體系，但是我們現在看到有成績的，反而都是在這些我們說素民藝術裡面，大家在做手工的這個部分是最容易被看到，因為他們已經努力非常久了，累積非常多的經驗。那尤瑪老師在這裡很有系統的告訴我們一件事情，那個傳統知識保留下來的重要性，最後還有一個其實講起來很簡單，但是最困難的叫做分享。其實在 Atayal (泰雅族)的社會裡面我知道分享是很難的，大家有點關起門來做，可是在現代的 Atayal 是已經把門打開了，有吧？呵，那在台東呢，比較特殊是，我們比較少見的到 Atayal，所以剛剛可能那個團長就有點危機感，可能會很努力的分享，那事實上尤瑪老師這個典範也可以值得我們學習，剛剛講到了，說她在這個傳統工藝裡面的用力。其實我在台東長大的，我從小到大就可以看到各式各樣、各族不同的展現。時間到了，卑南族媽媽就開始敲著鈴出來除草祭，那爸爸媽媽有說，路邊的檳榔不要撿，那大家知道為什麼吧？對，會被巴力洗(排灣語 bali-si)。那還有很多很多阿美族的鄰居每天可以唱一些不同的歌曲，老人家從那個去作工、作農回來時候都會在門口喝個小酒、唱歌，其實這就是我們的生活，只是我們生活在其中，不知不覺。等到這些唱歌的老人走了，這些巴力洗的老人家也不見了，或者是說除草的媽媽們不再出來的時候，那我們還剩下什麼？其實這可能是在台東的各位要好好的再思考，因為我們太習慣了！不像可能在苗栗泰安鄉的那個尤瑪小姐，她們的狀況就跟我們完全不同，所以，我這裡要講的是說，可能我們的危機感就要如同團長講得一樣，要提升一下。所以在這裡，尤瑪老師提到的傳統知識在織方面，其實講的很簡單只是織，但是整個處理材料，從種芋麻、還有整個工序到整個構成，甚至於她還透露了一些天機讓我們知道，如何去解碼。這個其實是非常的、這就是文化裡面很重要的一個物件。那在現代的各位，也許大家都比較急著趕快把東西做出來，就會忘記了傳統知識去處理材料的這個部分，馬上進入了技術面，那技術面也好，但是那個技術面已經少了前面這一段，變成後面這一段，好像能變得花樣不多，能告訴別人的那個美感也少了。其實我們剛剛在看影片的時候，第二個影片，那個 SONY 的廣告，唱得那首歌其實就是編織的工序，那這個其實是跟音樂跟生活跟所有東西全部是綁在一起的，絕對不是只有技術而已。它整個從什麼時節要去種芋麻，要怎麼照顧它、什麼時候採，怎麼去處理它，到整個完成一件衣服，裡面還有一些密碼可以解碼的，是非常有趣的。那在台東的我們，我們那麼多族，是不是有去處理到這點，還是我們只是很努力的趕快把技術學起來，趕快把東西做出來趕快賣？在這裡，一樣的也是有些

人會比較擔憂這個地方就是我們是不是消費得太快了？那在消費的同時是不是我們還要回頭再多做一點功課？那其實在這裡我就要替原社講一句話，他們真的做得非常多、非常辛苦！早期可以接觸原社的時候就知道，他努力的不但是一魚好幾吃，就是要讓很多人不但可以有工作，可以學技藝，而且還可以幫忙你處理跟剛才尤瑪老師說得一樣，處理家庭問題，全部都要全方面顧到，是不是就連畢業之後有工作都還要再傷點腦筋，所以在這裡，原社目前像秀惠在台糖這個位置有在做一些產品的販售。其實會走到這個，大家都只看到後面這一段，都忘記前面，只看到後幾年的，其實大家都忘記他前面將近三十年的這個努力，才可以走到今天這個階段。那像尤瑪老師，她也只能說，她現在是努力二十年了，她才可以稍稍的放點手讓她的織女們去做其他的工作，一樣的各位都已經走了一個狀況，就是如何去面對、如何去應用甚至於把這個傳統知識再仔細的建構起來。剛剛尤瑪老師有 show，請大家寫下來，叫做「部落衣箱」，部落就是部落，衣服的衣服、箱子的箱，你們上網查就可以看到，這是一種建構的方法，把這些泰雅編織整個從頭到尾交代得非常清楚，要不要收費呢？當然不用！所以我說，這是一個很棒的分享！那現在很多原住民的傳統知識，到底在哪裡？它不是在中研院的資料庫，它不是在台大那邊，其實就在我們身上，在我們的生活裡面，我們要試著把它建構起來，把它記錄下來，跟我們一樣的聚落的人一起分享。我還是要講一句話，因為很多人都會認為說，這個數位典藏、原住民知識、原住民智慧、傳統智慧等等這麼多名字之下，都是誰在運用？有的人都會訴諸於說學術界在用，但是不然，學術界因為不了解，所以它要這麼努力的去做。其實各位要做的事情，也是自己把它記錄下來。那這個網站，它本身就有這個，就可以不但記錄也可以做分享。也很希望就是之後，不管是在原社或在做的各位，你們有這樣子的想法或有這樣子的理想的話，其實是可以促成的。所以，話說回來就是，文化可以當作是一個經濟的那個經濟，但是我們要好好用它，謝謝各位。

王景正牧師：謝謝王教授的回應，從她的回應當中，我們知道前面的努力可以造成前面美好的一個結果，現在我們就專題老師剛才所分享給各位的，還有兩位回應當中，現在我們可以提出我們的看法與意見或是做分享也可以，現在就開放給各位。

林秀惠經理：好，因為很難得請到尤瑪老師來做這次專題演講，我是任職於目前原社文化產業組的，也是跟這個工作有相關議題。那剛在講題中間，講師們還有回應的老師們也都不斷的針對，因為我不好意思，因為都一直把我的名字講出來，呵。其實，我參與在這個工作單位已經六、七年，嗯，然後我變了，蛾冷師母居然瘦了，這讓我覺得不高興，哈！其實，我進來原社的時候是跨了兩個主任的服務。就是我來到這個工作單位，其實我們發現是說其實我們在服事的對象是我們自己的族群文化，然後這個工作單位我覺得就像，因為我們可能看過很多的原住民單位，你會看到都是個人突起，我後來進到這個工作單位才知道，我們的老闆是大家的老闆，誰？耶穌。所以，那個妳回去問一下你們老闆，我就說好，那我就回去問主任我們老闆是誰？也不是總會，雖然總會有給我們錢哪！但是老闆應該是全部都是他的嘛，後來我們就說那是耶穌。那在這中間，其實當初我跟蛾冷師母面試的時候，我記得我那句承諾是很清楚的，那應該是三十幾年(指原社)，那時候講說這個機構的招牌很亮，累積了很多前人所累積下來的很多的光輝，但是它有灰塵，我們試著把灰塵擦掉，這樣子而已，就是把我們自己能夠展現的力量去做展現這樣。所以我們那時後，尤瑪老師的那本筆記本，的確那是我們縫得最不好的，那是我們第一件作品，為什麼我要給

她那一件？因為也是她在我尋求自己是原住民的過程中間，所有的人告訴我都是否定的答案，我在問排灣族的喪巾誰能織？排灣族那麼漂亮的喪巾怎麼織、要如何織得出來？還好那時候她沒有一口叫我去跟著她，不然我就變織女，哈~那我想追隨他，因為只有她告訴我可以織，只是現在沒有人有那麼有耐心的去做這件事情。因此，我們到現在還沒有找到適合的織女、排灣族的織女送去她的染織中心集訓，去年我們有去過，居然有很多卑南族的還有阿美族的說我可以離開這裡去那裡嗎？我說，妳去那你誰要養妳？哈~就是這些問題啊！直到這幾天，我們一個婦女抱著自己的孩子，說她要工作、她沒有地方住，原社可不可幫我想個辦法，而且她是從原社出去的員工再回來的。那我們覺得說，這段路真的很久、很長很累，雖然我們看起來，原社文產組好像很會賺嘛！各位，人家是織女哪！我們名字不知道怎麼講，我們叫ㄗㄨㄨ女啊~那都是粒粒皆辛苦的！我要趁這個大庭廣眾之下，我要為我們琉璃珠班底鼓勵，因為，那個廠房從以前，我從娥冷師母身上學到梨香師母，到現在我看過那麼多的委員，說實在的，我第一次跟這麼多委員突然有面向原社的感覺，那種力量的連結其實很充滿。那你看到所有的景象、所有的負擔，都來自這些燒琉璃珠的婦女，犧牲自己可以領兩萬多塊的薪水，她們全部領基本工資，大家硬著頭皮幹，這些跟我沒有親戚關係，跟整個原社所有人沒有親戚關係，但是我們都在這裡開始連結成為親戚，那這是跟在這次的回應裡面，在我的職場裡面跟大家做分享。然後其實在這裡很感謝娥冷師母在當時時候用我，讓我找到自己的定位。當然後來看到尤瑪老師講的，還有少多宜團長講的，還有那麼遠喔！哈~當然我們知道今年是個里程碑，希望大家可以多多努力。還有打個小廣告，剛剛尤瑪老師放的那些圖片，樓下一樓紀念品店都有在賣，有那個專書還有月曆，謝謝！

王景正牧師：來，繼續。

尤瑪達陸(Yuma • Taru)：蔡主任有沒有問題啊？點名好了。來，麥克風拿給蔡主任。

蔡主任：各位大家好，王老師、尤瑪老師、少多宜老師久仰大名了！我是史前館展示教育組，不好意思，尤瑪老師點名了，我在這裡其實今天要特別來聽尤瑪老師的演講，因為感謝尤瑪老師這幾年來對博物館的協助與幫忙，我去年才到這個博物館來，之前我待過很多的公務機關，對史前文化、對台東的文化我其實非常非常的喜歡，我希望在這裡能夠有很多很多的學習。那去年、應該說今年我們跟原社也有一個很密切的合作，就是原社排除很多很多的困難到博物館裡面來給我們協助，把我們餐廳跟紀念品店整個支撐起來，這對於博物館來講是share掉我們很多很多的來自於民眾的抱怨，我們當然知道去經營這樣的事業不容易，但是我們很高興整個原社跟博物館本身的主軸文化都有做一個結合，那我們也排除很多很多的困難，一定要幫忙讓這個賣店跟紀念品做起來，我想這是個非常非常緊密合作的關係與連結，那也是今天我一直想坐在這裡的原因，那謝謝各位，謝謝！

王景正牧師：嗯，我們時間就到這裡，那我們現在就可以請講師還有回應的可以做一些回應。

尤瑪達陸(Yuma • Taru)：謝謝我們牧師，還有我們兩位老師的指教。嗯，來到台東，我就覺得我真的可以很用力的擁抱原住民。因為，在我們台中，沒有原住民的活動、沒有原住民的消息。奇

怪了，原住民到底躲到哪裡去了？來到台東，我們的地盤捏！可以吃吃喝喝，全部都是遇到山地人，就是很高興，不管講甚麼東西，預祝我們原社在未來的四十年，還能夠在各位委員跟執事的領導之下，能夠一直走到自己的理想，那就是我很羨慕的，因為我們在遙遠的中部，我們沒有那樣子這麼大的團體，可以給我們做背後的力量，那其實就是很忌妒這裡的原住民怎麼辦，哈哈~是，所以剛才少多宜團長就說好啊，就把尤瑪併進來啊，歡迎歡迎~

王昱心老師：很多話想講，但是在這個時候講不出來，但最後還是要替原社加油，因為有很多事情用心在做，大家都看得到，加油！

少多宜長老：謝謝所有的朋友們參與今天的研討會，我更要感謝漢族朋友的參與，其實如果不是你們做委員，原社其實很早就關了，你們願意一直承接這樣的使命，感謝！第一，原社，台灣有兩個原社，一就是台灣原社，那是政治界，關心台灣比較大的社會團體的，二就是原住民社區發展中心。1993年這個名字是從我這邊開始出來的，原社一直跟我沒有離開這種關係，我的老婆要做委員下去，甚至要做主委，主委對不起，開玩笑的。第二，原社要進步，尤瑪老師、王老師都說要進步，我今天覺得你們還不進步，你們餐盤不好，縱使不是你們的，可是我覺得那個餐盤，比如我的感受是這樣，我要用餐一定要看那個餐盤乾不乾淨、杯子好不好看，我會使用哪種類型，你叫我們吃得那種紙盤很容易摔、很容易倒，為什麼不做得精緻一點，讓我們吃得舒舒服服的，然後跟盤子說故事吃飯，能不能這樣盤子可以說故事？如果可以改變，從這裡面改變，就會有名。我們現在做太多事，能不能把它集中、集中焦點，你們這幾個組織，因為原社是很大的，四十年來它是受很多人們的關心，它是一個很大的單位，可是大到我們其實也看不見大到哪裡也不知道，可是我覺得應該要集中，未來找到一塊地，你們在那邊經營看看，有一個方向，為什麼珊瑚，所有的陸客都一定要去的，珊瑚知道嗎？珊瑚啊！那個集團啊、那個珊瑚集團每個遊覽車一定要到那邊去耶，珊瑚知道嗎？有人這樣講有沒有聽懂？火車站啊，哪裡都有啊。珊瑚大家都去看，原社應該集中一個地點，讓我們去看原社的豐富以外，就是要看原住民的豐富，原住民的豐富就是南島的豐富，南島的豐富就是世界的豐富，世界的豐富就是上帝的豐富，阿們！

王景正牧師：好，我們時間就到這裡，我們謝謝尤瑪老師、王教授還有杳互樂團的團長，謝謝他們，我們拍手！現在時間交給高主任。

高梨香主任：我們真的謝謝這些講師跟回應人，針對少多宜團長的說法，我們真的是有一塊地，我們也希望明天感恩禮拜園遊會之後，我們的主管們可以針對這個土地來做一些討論，我也希望說我們的委員跟關心我們的這些朋友們可以提供我們很多的意見，那對於事工的集中，我們也是有在開始在討論，真的謝謝！

附錄七、深度訪談逐字稿

(一)決策者訪談問題方向制訂：

您好：

研究生 蔡瑞貞目前於國立台灣師範大學美術系藝術行政暨行政管理研究所，在董澤平教授與王昱心教授的指導下，正在進行「台灣原住民族工藝產業行銷策略探討-以原社手創生活館為例」的碩士論文。貴單位在台東對工藝產業的經營發展，令人敬佩。懇請貴單位能夠協助我的研究，撥冗接受訪談，訪談時間在一小時至一小時半。本研究只供學術研究使用，絕不對外公開，懇請根據您實際的感受回答。謝謝您的大力協助！敬祝業務蒸蒸日上！順心如意！

國立台灣師範大學美術系藝術行政暨行政管理研究所

指導教授：董澤平教授

王昱心教授

研究生：蔡瑞貞 敬上

2011年6月30日

1.高黎香主任

- 「原社手創生活館」如何開始？建構的動機與目的？
- 「原社手創生活館」的特色在哪裡？被賦予哪些使命，設定的目標又是什麼？
- 您認為「原社手創生活館」設立在台東糖廠的閒置空間恰當嗎？
- 您認為教會組織對「原社手創生活館」的助力與阻力在哪裡？
- 您對於原住民的文創產業願景有什麼期望？
- 您認為「原社手創生活館」的核心能力與價值在哪裡？
- 您認為「原社手創生活館」在台東的競爭力如何？
- 您認為原住民工藝創作目標應放在什麼地方呢？

2.林秀惠經理

- 您認為「原社手創生活館」與工藝創作者合作上的最大困擾在哪裡？
- 您如何規畫「原社手創生活館」的行銷策略？執行後與預期落差如何？
- 您認為「原社手創生活館」在環境分析有何優劣式、機會與威脅？五力分析情況為何？
- 您認為「原社手創生活館」鎖定之目標對象與市場定位為何？
- 「原社手創生活館」在行銷組合與實際執行面為何？請依據產品、定價、促銷、通路、人員、流程、具體感受說明
- 對於「原社手創生活館」在執行專案的回饋與修正方式為何？請依據預估效益、效益評估、實際效益說明
- 目前「原社手創生活館」的人力配置為何？
- 請問「原社手創生活館」的收入來源有哪些？的人事支出？
- 對於「原社手創生活館」提升為工藝認證中心或是文化館，您的看法是？

3.洪啟榮專案經理

- 補助「原社手創生活館」的政府機構有哪些？如何行銷才能爭取到經費？
- 您認為「原社手創生活館」的展售平台，原住民行銷策略上的實質獲益？
- 您認為要如何使原住民工藝創作，能在原社手創生活館的行銷策略中有更好的經濟發展？
- 您對於「原社手創生活館」新產品的設計研發，您的看法是？
- 「原社手創生活館」所合作的相關單位涵蓋有哪些？
- 執行「原社手創生活館」的行銷策略上所遇到的困難有哪些？執行後與預期落差如何？
- 您認為原住民的文化能藉由「原社手創生活館」的行銷策略模式展現嗎？
- 您對於「原社手創生活館」的智慧財產權保護有何看法？
- 辦理訓練傳習在「原社手創生活館」裡的進行有何看法？
- 您認為在「原社手創生活館」裡的產品銷售與體驗服務是否完善？

(二)手創生活館合作結盟工坊問題方向制訂：

您好：

研究生 蔡瑞貞目前於國立台灣師範大學美術系藝術行政暨行政管理研究所，在董澤平教授與王昱心教授的指導下，正在進行「台灣原住民族工藝產業行銷策略探討-以原社手創生活館為例」的碩士論文。貴單位在台東的工藝創作已有知名度，並與在原社手創生活館展售您卓越的作品，令人敬佩。懇請貴單位能夠協助我的研究，撥冗接受訪談，訪談時間在一小時至一小時半。本研究只供學術研究使用，絕不對外公開，懇請根據您實際的感受回答。謝謝您的大力協助！敬祝業務蒸蒸日上！順心如意！

國立台灣師範大學美術系藝術行政暨行政管理研究所

指導教授：董澤平教授

王昱心教授

研究生：蔡瑞貞 敬上

2011年6月30日

合作的工藝創作者及工坊：

原愛木工坊/布工坊、九鳥陶燒、梅花山工作室、一粒工作室、子郁工坊

- 您從事原住民工藝創作(經營)的目標是什麼？
- 您如何開始與「原社手創生活館」的合作？
- 「原社手創生活館」對您的工藝品行銷以及擴展之品牌、個人名度看法如何？
- 您對於「原社手創生活館」所辦理的行銷活動看法如何？覺得最成功的行銷活動是…？
- 您對於「原社手創生活館」的原住民的工藝產業展售平台看法如何？在工藝創作帶來實質獲益嗎？
- 您認為「原社手創生活館」是否能為工藝創作提供良好的展售場域？有什麼期望？
- 您認為與「原社手創生活館」溝通上的最大困擾在哪裡？
- 您還會持續與「原社手創生活館」合作嗎？為什麼？
- 您認為要如何使原住民工藝創作，能在「原社手創生活館」的行銷策略中有更好的發展？
- 您認為「原社手創生活館」的宣傳是否恰當執行？如何宣傳會更好？

- 您認為良好行銷策略中是否能幫助工坊(工坊名稱)的發展？
- 您認為原住民工藝產業的核心價值在哪裡？又該如何發揮呢？



三、訪談紀錄：



1.原社手創生活館行政組織經營者訪談---

訪談時間：2011年6月30日下午

訪談對象：原社手創生活館行政組織經營者，高黎香

訪談內容：

研究生：首先我們要請教您，原社手創生活館您是怎麼樣開始的，然後為什麼當初會想要建構這個生活館的動機和目的在哪裡？

高黎香：恩...最主要是因為我們在台東這個地方，交通非常的不方便，而且我們的一些工坊他們幾乎都是在部落裡面，因為幾乎都是在自己的家，所以，能夠被看到的很少，因為一般的遊客也不太知道哪裡有這些工坊，所以我們會覺得說很需要有這樣子的一個型態，來協助部落裡面的工坊，去進行這樣子的一個...一個就是說交易吧，就是這樣一個很明顯的地方，遊客可以來可以知道說原來有這麼多不同的工藝家在台東。

研究生：這樣子，那剛開始的時候建構的方式是怎麼樣？那有想到今天會有這樣子的規模嗎？

高黎香：恩...我們是一直期待可以，那最開始的時候就是..因為我們有能力可以寫一些企畫，所以我們剛開始的兩三年就是邀請從台灣各地的一些藝術家、學者、專家到台東來上一些課程，那也幫助台東這邊的工坊的負責人或這些工作者可以有不同的視野不同的這些藝術方面的訓練，因為我們當時有很多部落裡面這些工作者，他們大部分因為看到部落裡面或是家裡有長輩在做這些藝術工作，那他們可能就是 Copy 還有很多的一些專業或是說藝術方面的比較專業方面的一些了解，那我們些望透過這樣的課程可以幫助可以提升他們一些不管是設計方面製作方面的一些能力，那慢慢慢慢.因為我們剛開始我們的經理他們就是從南到北挨家挨戶的工坊去邀請他們，跟他們講說我們有這樣子的課程來邀請你們來參加，是免費的，但是第一年除了我們自己本身琉璃工坊的八個學員以外，就是其他另外八個人參加，那慢慢慢慢，他們就知道我們做些什麼，現在就每一次的課程都會有三、四十位學員來參予我們的設計出來的課程裡面

研究生：恩...那目前來講像建構到現在你認為你遇到最大的困難是什麼？

高黎香：恩...可能也是行銷方面吧，因為我們自己本身也是就是負責的工作蠻多的，那在行銷上面也是很需要一些突破就對了

研究生：好那目前我也只能您認為原設手創生活館您就您不管對過去現在或未來您認為它的特色是在哪裡呢？還有是被賦予哪種使命？那設定的目標短中長程又是什麼呢？

高黎香：恩...短的的部分我們就是希望還可以提升我們這邊藝術工作者的能力，也透過這些不同的課程然後慢慢的提升那讓台東這邊的文化藝術或是這些文化的產品可以是獨特的是別人無法去模仿的因為每個人有自己本身的故事，然後因為可以說每一年都有新的東西產生，所以可以是台東這個地方人家一講到台東就說：欸今年我去還可去還可以看到一些新的東西，就會有一個期待，那中程的一個計畫我們是希望說將這個一個推動的，可是不是台東而是在台灣各地的地方都可以有我們所做的而被影響到，那因為我們可以說這樣子的一個平台我們所有參與的人可以很放心在裡面做自己本身的設計，因為整個課程就是讓他們知道說，你必須要有自己的東西，你才能夠去不斷的...就是說你如果有自己的特色的時候你不怕別人的COPY，因為別人COPY不來，他們沒有辦法說你的故事，那另外一方面就是我們可以每一年的不斷的成長，所以那一些沒有辦法就一直想要抄襲的這些，他們可能在色彩上面在其他細節上面他們是趕不上的，因為我們是不斷的再進步的，那在遠程的...喔這個我們是希望所以我們可以成為一個蒐集或是說像我們知道有很多原住民的一些工藝是非常有特色但是不曾被記錄下來，那我們希望說我們這邊也可以去介入，成為一個屬於原住民手創...工作的一個地方，成為一個..就是人家一想到原住民的一些手工做的一些東西，不管是歷史資料也好或是怎麼樣，他們會想到說：欸你們可以到原社或可以到原社手創生活館這邊就可以有資料或是說可以得到答案這樣。

研究生：那這樣的方式就很像那個台北的工藝所的那個方式？他也有記錄然後也有展售也有教學什麼都有(高黎香：恩對)，所以你發展的會期待朝向他那樣子的發展嗎？

高黎香：對對對，我們希望.可以有更多的年輕人願意來這個地方去學習有一個傳承的地方

研究生：好那再來，那想請問你目前原社手創生活館是放在這個台東市糖廠，那你認為說這個地方適合嗎？那未來您還會這裡或是有更多的結合？

高黎香：恩...這個地方...適合是蠻適合的，是因為他交通方便，不管距離飛機場或是火車站都是蠻近的，而且目前所在的地方又是那路彎附近然後又是步道的必經之路，是蠻適合的一個地方，但是做不好是因為..恩..整個台糖給予我們的環境並不是那麼友善，所以也..可能不會是我們長久去經營的點吧

研究生：那目前這個手創生活館已經有進入史前博物館阿，那在這個部份算是等於對原社來講是一個價值的肯定嘛，那在這個博物館的部分呢，您會有什麼樣的期待或者是未來會把重心放在那裏嗎？

高黎香：恩...對.因為史前博物館這個地方..他可以說整個...恩...怎麼講..就是說環境也好，雖然他比較遠一點，但是..寒暑假來的人也算蠻多的，而且最近我們也不斷的在 Facebook(臉書)裡面去傳遞我們一些訊息，不管是手工藝品類的或是文化方面的一些書籍或是其他的東西，我們都不斷的增強他的曝光率，那我們想在史前館這個地方是蠻好去經營的地方

研究生：那若是台糖這邊阿，他的這個行政的部分，有改善的話也會是對留在這裡的比較大的助力嗎？

高黎香：恩...因為我們可以說是現在我們自己本身也有自己的地，我們也期待說可以再將來這生活館的位置在自己本身的地的裡面去做一個呈現，這樣就不用一直去租別人的地方

研究生：那這個的是教會提共的嗎？還是...？

高黎香：不是...欸就是原住民社區發展中心自己所購買的一塊土地

研究生：那...恩...接下來想要請教您關於教會這個部分，那因為在一開始的時候教會組織對於這個原社這邊也是有很多幫忙嘛，那我想知道就是說您對於教會組織對原社手創生活館他的助力跟阻力您認為如何呢？

高黎香：恩....教會的這個部分...我想他助力會是有的，因為特別是長老教會自己本身非常的注意原住民的文化，那也非常的強調這些是需要保留而且是需要這樣傳遞下去，所以對於教會來說就是非常重要的一件事情，那我們也從不同的這些牧長，也就是教會裡面的執行，人們口中裏面得到，特別是原住民的教會也很希望說我們能夠去把這個角色扮演好，因為現在在一般的部落裡面或是一般的...恩...社區可能比較少有人做比較完整的這樣子的一個整理跟這樣子的一個組織，那我們自己本身..恩...有這麼多的支援，我覺的說我們可以去，那教會希望可以說是一個很大的支持

研究生：恩...那教會這邊在關於原住民文化這邊會有干預嗎？還是說他都讓你們自由發展？

高黎香：按照這幾十年的情形應該是自由發展，他們會尊重我們，不管是中心這邊工作人員或是委員會的一些看法

研究生：那所以聽起來助力大於阻力(高黎香：恩對)

研究生：那您對於原住民文創產業願景阿，就是現在文創法還有政府推文化產業嘛，那您對...因為文創產業不僅僅是原住民可能還有別的，但是您對於就原住民文化在文創產業裡面會有什麼樣的願景嗎？

高黎香：恩....我們是很希望說，因為我們知道原住民的一些...恩...傳統文化幾乎消失了，那很多傳統文化的傳遞..就是這些文化的作品，像手工藝這些東西是很能夠去保存原住民傳統的一些東西，特別是原住民的圖騰從裡面，我們可以知道說當時人們的想法到底是寫什麼，那文創的東西，除了傳統以外你還要是配合讓這是代的人喜歡的，那這兩者之間，而且我們現在又是多族群的一個時代，那一個好的地方會是說，欸？很多的傳統文化是能夠一直不斷的被保留，那被干預的部分會是到時會後會不會模糊掉了，因為就是想要去做一些融合或是一些創新，然後就失去了它的特色，就是排灣族它應該的有東西是什麼，那阿美族到時候會不會變成不知道是哪一族的。

研究生：的確是會有，在創新之下，如果說像你們現在的產品是有分創新跟傳統嘛，(高黎香：對對對)其實這樣就很好了，就有一種兩者兼得的感覺(笑)

高黎香：像我們的部分，我們...可以說是三種拉，一個就是說傳統的文化一個是創新的一個是跟文化有關係的，像說我們的琉璃珠，就有傳統琉璃珠的製作方式，但這傳統琉璃珠製作方式她是跟文化的議題比較沒有關係，像我們的小鳥不要來他就是用琉璃珠去雕的小米文化，那這個在之前，琉璃的運用方面是沒有的，那在我們這邊有這樣子的一個可以說是創新的一個想法，那另外就是我們除了傳統的項鍊是做耳環的製作以外，我們有一個是現代的年輕人能喜歡的，那我會覺得說，就像你說的，如果每一個文化創意的東西都有這樣的區隔，就是能夠保留傳統又有自己新的東西，那會是好的，不然的話就會擔心說會不會到最後變成..不知道是哪一個族群的。

研究生：那這個部份大概了解，你希望保持傳統又可以發展文創產，那我們繼續，那你認文原社手創生活館的核心能力，跟價值在哪裡？是別人沒有辦法取代的？

高黎香：恩...我覺得很重要的就是，我們很重是他的..恩..就是原意，會去尋找為什麼人家會這麼做，他的特色在哪裡而不事一直 COPY，COPY 到最後就不知道在 COPY 什麼，那可能也失去族群的特色，因為按照...恩...我們所了解就是，之前每個部落應該都有各自部落各自家族的特色，例如說排灣族的傳統服飾，每一個家族都應該有自己的圖騰，但是現在我們看不到，我們不管看到的在台東在屏東不管是在哪一個族群甚至於布農族排灣族魯凱...恩..很多圖騰都是一樣的，這應該是不對的，所以在我們的原社手創生活館裡面，會強調的是你自己本身的特色，而不是去 COPY，所以我們會再一些歷史的追究上我們會非常的重視，那另外一個就是，在我們這個地方我們是不會有削價競爭的一個情形，因為我們會希望是在自己的特色裡面去發展，也就不需要改成同樣...就是...就繪圖的，那可能有一些些玻璃彩繪有一些些..其他的石頭彩繪，那我們會說因為我們都是同樣的彩繪的東西，所以我怕我所設計的東西被你 COPY，我們反而會去做異業的結合，或是怎麼樣可以一起來合作完成的，我覺得這是我們很特別的地方。

研究生：所以你們得核心能力就是...保持傳統的...就是把它歸正就對了(高黎香：對對對)，還有這個價值就是你們不斷的會有創新嗎？(高黎香：嗯嗯)

研究生：好，再來，那您認為原社手創生活館在台東的競爭力怎樣呢？就您對這個大環境就對台東這個部分...

高黎香：競爭力喔...

研究生：對，是有別的競爭對手呢？或是有沒有別人做最好？還是您覺得原社做最好呢？(笑)

高黎香：恩...依目前在台東我們是還沒有看到類似的...團體，嘿對，因為我所知道的很像很多都是來取經的，會想要去了解為什麼我們可以這樣子去融合那麼多的工坊在一起而不會有問題。

研究生：那目前是有看到像布農部落好像也是經營的不錯，可是可能他的方式就比較以...就...是有點不同，但是也算是一個發展不錯的地方嗎？

高黎香：恩...對，那布農部落我會覺的，我們不叫不一樣的地方會是..恩...他們很像...我不是很深入的了解拉，就從...這樣子去看的時後，很像是...他們的工作環境就是在自己的...而不是從不同的，我們是不同的工坊，他們帶不同的東西進到我們這裏面來，我們是成為一個共同的品牌，然後...那個...恩...其他的這一些像布農部落他們是自己的東西，就是說他們是很多人，像是說他們織布有不同的工作人員進到布農部落去做，這個織布，然後弄成成品

研究生：恩...了解，那看起來這樣子原社是在台東真的是...數一數二的哈...(高黎香：呵呵呵呵呵)，那最後，那您認為阿，因為現在就像你講的原社有很多工坊進來，那您認為說這些工坊或原住民的工藝創作者，他們應該把目標放在什麼地方？因為畢竟你們是經營者嘛，您一定會有一些想法，認為他們怎樣發展也許大家一起這樣做會更好這樣子

高黎香：可能就是，因為我們知道說，在我們的這樣子的一個陪同協力裡面，很多的這些工坊，他們也是在自己的部落裡面在這些族群裡面也做同樣的工作，也就是說他們..我們可能是針對整個大台東地區這些手工藝的工坊有一些不同課程的訓練，招集他們，而他們自己本身在自己的部落裡面去針對青少年或兒童去做培訓的工作，那那樣子的時候，這個傳成就不會斷掉，不會說哪一天原社不在了這個平台不在了，那我們的這個工作就沒有

辦法繼續，不會，他會是再自己的部落裡面就有人繼續去延伸，那可能他們自己本身部落就變成他們自己本身就變成部落的一個平台了。

研究生：所以是希望以傳承為目標嗎？

高黎香：恩對，我覺得傳承是很重要的一件事情。

研究生：那以上非常感謝您。



社團法人台東縣原住民族全人發展關懷協會

原社手創生活館

2.原社手創生活館行銷企畫經理人訪談---

訪談時間：2011年6月24日

訪談對象：原社手創生活館行銷企畫經理人，林秀惠

訪談內容：

研究生：非常感謝您百忙之中接受訪談，而且好久不見了喔！那麼請教您第一個問題，您認為原設手創生活館與工藝創作者合作上最大的困擾在哪裡呢？

林秀惠：嗯，因為..呢...我覺得它是需要分兩個部份，一個也就是說，像原設我們自己就有帶自己的團隊，那自己團隊的成員到那裡早期都是在部落裡面從事手工藝工作或是..對傳統工藝的工作，那另外一個，就是現在原社裡有跟..已經組成工作室的...呢..工藝工作者合作，所以..就會有兩個層次，那我會先從跟..我們自己內部..在就是自己帶一個工作班底的這個、這個問題上面來看，就是在五年前...呢..六年前啦，大概是六年前的時候，那我們的成員其實都對自己手上的傳統工藝的製作是熟悉的，但是在比較深入一點的文化層面上的詮釋其實是沒有辦法很完整的去述說原由，或是它的製作上的一些跟文化上的關係是什麼，對那現階段我們自己班底在從事做琉璃珠有可能的有成員是非排灣族，或者是非魯凱族，那他們也從透過這樣的工藝操作，他也會回去熟悉或去詢問，追尋有關於那個飾品配件，因為它是飾品的部份，那比較困難就是針對我們自己內部成員早期遇到的困難會是成員們會有很多的想法要做，但是付諸產能的時候都會遇到困境，就是一個產品的規格化，或是它第一件的樣子跟第十件的樣子差異不能太大，一種品質提供的穩定度是要夠的，那這個早期是很困難的，那現階段遇到又不一樣的層次了，現階段遇到的困難就會是整體形象，因為很少會察覺到說，我們已經走到了某一種型態，那有時候我們對外的展現的方式，比如說..擺設阿或什麼的，可能會開始跟人家對我們的觀感，或是對我們的形象的感覺，有的時候會有落差連接不起來，那其實現階段的就是這樣，你可能..就很像..欸..你是福華飯店或是大飯店出來的人怎麼是穿便服，就是現在會有這種情形，然後就會開始自覺到我們是一個有組織已經在人家面前是一個有組織的一個團隊，然後在專業度的展現上，還有就是工作的詮釋，就是解說詮釋呀什麼，他們會...外界可能會有比較不一樣的期待會看到我們，那這個是我們對我們內部自己的狀態，那我們像跟外部的就是跟其他的工坊組織的創作者合作的時候比較大的困難是在..嗯...產能的..產程啦，就是生產公式的一個修正，我們要花非常多的時間溝通和嘗試做，然後要一起做材質的替換的尋找，會花非常多的時間，在彼此的專業度怎麼去做投入和分享，

那其實這困難度會很大，再來就是當產品..就是一個產品的發想出來的時候，大家要製作其實也會遇到工坊它自己本身承接訂單的工期其實是有衝突的，所以變成是說常態性的一個理想的產品要做的時候，它的時間性可能不需要花到這麼長，然後我們原住民在等待，就是原住民的工坊在等待一個產品的產出到常態可以生產，可能要比一般公司的時間還要來的長很多，一個新的產品到公司生產出來到打製作成完整的樣本，可能一般到上市..到市場上去推廣大概半年或一年，就是一年，我們可能要一年半到兩年。

研究生：那你們對其它那個就是屬於寄售的部份工藝創作者，也就是他們有合作開發的這部份，會有溝通上的困難嗎？

林秀惠：呃...如是說按照我們現在空間提供很多工廠來放東西，那我們有個困難就跟他們提醒，就是在產品的完整度跟精製度會跟他們做溝通，那困難的話也是會遇到，就是對於他們比較擅長或是真的市場性接受比較高的，他們提供的時間沒有辦法很快，所謂沒有辦法很快，它沒有辦法三個月提供一個基本數，那我們也知道說這個狀況是因為它個人生產製作的關係，它沒有生產夥伴，主要沒有生產夥伴的確是一個很大的困難，因為產品要推一定要有生產夥伴一起做。

研究生：那這個是不是牽涉到傳承的問題？

林秀惠：我們姑且不要說傳承，我們光是一件就是說它的工序複製，譬如說這工序已經修改完了，那它能夠..呃..進入到微量產的時候，它的工序是需要被複製的，可是在被複製的過程中間又要遇到，就會遇到說..呃..你教我，你做的這份工序，你交給我，可是會我技能不足的落差要補足，就是你可以車的很完美，但是如果像你要車的一樣完美我還需要一點時間的訓練，會變成這樣所以就變成是說，作者本人做出來是 OK 的，就意思是說，某部份的結構是交給助理來做的時候，因為要花非常多的成本和時間的等待，它才可以跟原來的這一個原作者的技術是可以達到完整度，所以他講的成本是他的投資和時間上的投資，其實比一般的公司，一般我們屬於常態生活用品那種的其實是沒有辦法相比，因為我覺得工藝跟工業製品其實就真的還就差在這個一部分，還有就是在..剛剛有講到說寄售商品他們的貨物，那..還有..我們會..就是..因為現階段很多工作是..其實一直在萎縮當中，那..我們還有一個就是有一個我們也愛莫能助，我們知道有一個產品做的很好，就是這個產品會很好賣，可是他沒有能力再多聘請一個人來幫他，就是..也就是說可以..他願意去多聘請一個人的話，就遇到剛剛我前面所講的那種狀態，就是那種品質的複製或是工序製作的複製，讓第二個人也可以按著他做這樣，那..在來就是他..剛剛在講說他沒有那個能力再請一個助手，阿..要不然就是目前的銷售的金額是沒有足夠能力再負擔一個人，那其實也是一個..兩邊的需求是沒有平衡的啦，說實在是那..這也是一個很大..就是需要克服，那我們像..就是工坊它非常有心要從事這方面的話，我們機構原設這邊就是希望那幫它想點方法，呃...比如說跟政府申請方案，讓人力陪補，補足在他那邊，那或者是用其他的協力辦法去把這個產品做出來，但是，是他的..這是他的那種..他知道把這個東西做完。

研究生：所以.. 還佔了一個輔導的一個角色囉？

林秀惠：協助，就是..輔導不敢講，因為知道那個問題..對呀..只是幫忙想怎麼解決這樣。

研究生：好，那我們繼續，那您如何規劃這個原設手創生活館的行銷策略呢？那只是執行後跟預

期的落差如何？

林秀惠：目前現在所在的…生活館的所在地是在台糖的閒置空間裡面啦，就是用他的廠區空間，那我們為什麼要去承租這個空間的..早期的…設定的一些方法，還有最大與行銷方法是有關係的，那主要也是來自於這些在地的工坊的夥伴們，意思覺的是說需要一個共同被看見的地方，然後被友善的對待作品，就是他們的作品其實應該被友善的去作陳述和陳列，或者是不應該跟很多的進口商品擺在一起，產生了消費者對物品的..那個..辨識度的差異，然後當然也變成了我們的行銷的困難點，因為進口的產品對一般不認識原住民的手工藝文化來講，他們會覺得那個是一致性的，對..他們並沒有那樣的識別度，對消費者來講並沒有識別度，那他也沒辦法識別，所以就會對原住民的手工藝創作者來講是比較大的打壓和威脅，那因此我們就..在這樣大家就有共識的情況下，就覺得是說那我們承租一個廠房，本體自己機構也需要一個工作場域，所以在這樣..呃..在這麼多的需求底下，我們就把產房承租下來，那就是設立原設手創生活館，那因此主要也就是在呈現台東在地的部落工藝的一個現階段的一個面像，我們不能說，因為我們沒有放傳統文物，就是比較古老的，或者是因為那博物館裡都有，這樣我們會覺得說不需要去太多的呈現讓人家來台東可以看得有些什麼，對，那這也是其中一個…一個空間，因此那空間內並沒有外顯示的..那個..手工藝的作品，那我們當出希望是說他是可以學習的，那他對工坊來講是去相互尊重的，那在行銷方面或是在獲益方面是經過討論的，就是所謂的經過討論的原因是因為，剛開始我們覺得說我們基本上機構也沒有把握這個會不會有幫大家去獲益，因此一開始是說我們是讓全力的去協助，由機構本身先做，全力協助去介紹，然後去推廣這些在這裡陳列的工坊的作品，那當前兩三個月開始，他們看到有些作品被接受，而且他對消費者的喜好度非常的強，那有些東西就比較弱，但也有時間上，比如說冬天或夏天，其實喜好的東西也會不同，那所以就會開始針對行銷..比較強的，就是銷售力比較強的物品的工作室，遠遠的工作室我們也會跟他溝通就是說，那這樣子在早期我們在陳出空間的時候，大家曾經有這樣子的討論，那現在願不願意在他行銷的銷售的額度裡面做產房回饋的機制，其實也算是大家一起來經營這樣子的空間，只是說他們不需要擔負這麼多的工作，他們只要去注意自己的產品，維持自己的產品，然後可以穩定的產出這樣子，對，那這是我們行銷的起初設定的一個概念，然後在來就是協力，對自己..他想做..可能沒什麼信心..想嘗試的工作人員，他可能一個人或是他..恩..他是一個人的工作室，他..或者是他想出一個創意的的方法，不知道是不適合去做，那可以在這邊做一個小的展示，那看看市場接受的狀況，那在這樣的情況底下，其實這三年我們..正式承租算是三年了，那三年來我們看到既定我們早期設定的一個方向和目標，其實都算達成了，然後讓以這個形態來呈現台東也有這樣的東西，台東有這些原住民的工藝，被看見，而且他呢，呈現是這麼不同，然後不是大家既定的想像的那種早期在觀光區買的那些傳統複製品那樣子的型態，他是一種新的模式，新的呈現，那這三年其實都被看見了，也因為這樣被看見了，所以像縣政府不就把他變成一個政策，所以還要做一個所謂的原住民形象的商圈，他也讓我們覺得我們當初在民間所做的努力，因為一直等待啦，沒有辦法，乾脆自己做，其實這個原設手創生活館也是因為這樣，因為大家的共識”不要等了”，自己做也許可以有什麼樣的呈現，那..你看那個，再來就是很多外國的基金

會，不管是他們也都要來看到那麼不同，值得，我們也推薦，裡面真的很值得介紹的工作室，很用心，他們用心在自己的文化上，自己的物品的產出上他們也用在自己族群的文化上，然後傳承或者是教學，或是分享，對那我們都看得到這些，所以像梅花山，因為她的帶領，現在富豐社區也這樣帶這樣的產業出來，那這個是在這個的我們看見的成果，然後第二個成果，我們看到了這些工坊的品牌開始..每一個都開始有自己的品牌經營的訴求非常清楚，一粒、黃忠、然後梅花山也是這樣的，然後法拉撒也是受到非常多的主流媒體在報導，那原愛，那.還有幾個..像順成阿公，他們也都被看見，植物染阿姨，他們都一直不斷的因為這樣的聚集，然後這樣的陪一起，他們的能量也一直不斷的被擴大，但我覺得那是他們的本體，就很努力，對，只是因為大家都努力集結在一起，所以也就會有比較不同的力量，那也形成了因為這個空間的凝聚大家都在一起，我們在行銷的訴求是團結，就是..咦？大家..外縣市所有的工坊都覺得為什麼台東這麼的團結，可是那是不可能的事情，他們就覺得說，怎麼會那..為什麼他們可以做到，大家都會覺得頭行相近，阿為什麼這邊沒有，對，那其他縣市已經經營了那些老品牌的工坊，都已經二、三十年了，就是他沒有辦法做這樣的呈現，那..那我覺得這三年，讓其他的縣市都來觀摩、來分享，對，那這也是我們早期設定的一個我們希望達到的狀態，那當然我覺得所有的最大的收穫也在於這些工坊，也包含了我們自己都能夠在訂單的量上面，還有就是產能上面都開始逐漸的成長很多。

研究生：所以這個行銷策略你認為是成功的囉？

林秀惠：我們不敢講這是行銷策略。這樣子的一個組合模式是可以被分享的案例，我覺得每一個成員都非常的用心。我們都在想原著民分享的精神，它是一個合作與分享，他所謂的分享是對等的，就是說，他知道你的困難及需求，彼此都知道並願意把這個狀況讓更多的人知道，大概是這個樣子。目前落差最大的是台糖這一塊，我覺得他令我們非常的失望。我們在跟台糖做溝通時和他們說願意身體力行的實現這個想法，讓這個園區在未來可以提供給原住民工作的區塊，因為很多原住民有才華卻沒有空間發揮，他的空間都是家裡。尤其是都市裡的原住民更沒有那個空間，他們需要有空間創作。起初我們抱定的立場是使用者付費，並不是要讓對方接受全額補助。很大個落差狀況是說，起初台糖他們願意像這樣一起做，和在地結合，但是他們沒有做到自己的承諾，他們要妥善的經營這個空間，積極地做拓展，去創造在地的觀光能量也好，休閒產業能量也好，文化能量也好，但我覺得那是他們可以做的，但他們都沒有做，我覺得這和我們的預期是非常大的落差，我們也沒有想到之後的補助金額是加碼的。讓我們感到做大的挫折是，我們在 2007 年就已經進駐了，而且我們非常積極在機構這邊做鋪成，。在 2008 年的暑期就開始要預備做第一期努力的收割，結果去遇上八八風災，所以造成台東所以觀光產業經濟蕭條，在八八風災後的一年，我們和他提議說，能不能在租金上減免，他是一分一毫都不減。起初我們和願意把這樣的計畫分享給他們讓他們與政府提案，讓他們也獲得中央政府非常大的資助，但我覺得沒有收到相對的尊重跟回饋我覺得這樣子而言非常的缺乏機構與機構之間的道理。

研究生：那您認為原色手創生活館，他在環境上有什麼優勢或劣勢嗎？還有什麼機會與威脅嗎？

林秀惠：我們姑且不論台糖的態度，我們單純看到這個點其實非常有發展的空間。我們覺得說本

身建築的宅體是夠的，可以讓手工藝業去使用的，在經營方面，交通上是佔了方常大的優勢，譬如到火車站到機場都很近，甚至是去漁港搭船到蘭嶼都不算遠，這是在我們看到的優勢，劣勢則是在班次很少，先前政府在活動上還有連結的確創造了人潮，可是之後這個點就被取消了，我們不知道他取消的評估是什麼，但我覺得很可惜。在目前尤其是環境上還是有機會就像我剛剛講的離機場很近，但有時候會出現沿班的情況，就會到附近走一走、看一看。我絕筆較大的威脅就是，公車一下有一下沒有，在協助推展台東的觀光文化時很難幫得上忙，因為一下有一下沒有的情況會讓人覺得不穩定，因為現在的消費者不喜歡這種不穩定的狀態，那當然不是我們直接承受的但對我們來經營的時候就覺得這樣很奇怪。但是我會覺得比較擔憂是因為工作謀生的方式不同，因為你不能拒絕大陸進口的東西，不能賣東南亞進口的東西，就會有這種情況。

研究生：請教一下您對於潛在競爭者及現有競爭者還有供應商和購買者以及替代產品這幾項威脅，您有什麼想法？

林秀惠：在我們的產品區塊裡分了三個方向，基礎的是傳統文化，傳統文化是傳承或是跟隨的型態，所以他不可以任意做變更。第二個是文化主題性產品的設計，都是以文化的主題為主。第三個是可能和傳統沒有直接的關聯性，和文化的主題有一些些的交集，很單純的去看琉璃製作的技術可以做什麼樣的設計或跳脫傳統。從這三個項目可以看到我們也要在做所謂的替代，就是說他可能不喜歡傳統的東西，因為市面上很多傳統的琉璃珠，當然我們會跟他做基礎的介紹，。因此像大家講的替代產品他不喜歡看起來很普及化的傳統意味。其實消費者的需求也開始小眾化，特殊、差異性也要有做出來。這樣的市場區塊是有的，只是需要很努力去找，幾個前輩已經有在做的情況底下我們也不抵觸，不做太相似的競爭，但其實也很難避免，因為在傳統上這都是相同的，這是我們的基礎。我們的產品是打算把價錢設定高一點，雖然一開始可能會得不到那個市場，但既然東西都是相同的我們就把它做細緻一點，做慢一點也沒關係。我們只要做好精緻的東西出來，那個價格我們也不會去動它，比如說一個傳統鍊我們做的是五千塊，前輩們做的都比這樣子便宜多了，可能是五分之一的價錢，甚至是比五分之一更少的價錢。這個價錢可能會被同業替代掉，因為消費者可能會選擇便宜一點的不一定選那麼高的，同樣的情況底下我們也在不同的賣場裡面，我們的貨物可能在台北的某個區塊，同時也會跟前輩們的作品一起擺列，我們還是會被選擇。我比較在意的是他們在選擇時的考量，因為我們把心思用在產品上面，但那其實很抽象也不容易被察覺，所以這一段的忍痛期是需要過的。我們也許會有一些威脅性的部分，進口的產品還是最大的威脅。以民俗風來講，他可能選擇印度的琉璃。假設有機會面對面的話，那我們就會讓他知道我們的專注度是在哪個部分成為他選擇的參考依據。我把利潤的空間做大的原因是我遇到漲價我有空間調整。在這三大主軸的產品裡面我們又分了價格，譬如說這個產品價格只值五百塊，他不會去選擇一千多塊的，這裡面有價格的群體不同，那因此我們又在這個價格裡面又去做了點區分。比如說傳統型就是要傳統一點的，那就是他大概的...我們的傳統的產品比較精緻一點的..就是說一千元到五千元的這個 range，可是他只想說，他只想要傳統他只想要一點點的紀念，差不多一點感覺的...那就是差不多兩三百到一千五百的 range，所以他就是說他想要在這一個系列裡面又有不同的價格區隔...

林秀惠：那就是剛剛跟你提到的那個…同業競爭…就是我為什麼要去做…我的行銷策略規劃的部分，那我們不是講到一個我的產品跟同業的狀況的…去做跟同業狀況的一個資料嗎？就是我們剛剛做了一些討論，就是因為我們看到說，像這個工作室他的產品類型裡面有大概這一些…對，他不是只有琉璃珠的產品，他可能還有相關其他的，那他的市場上會是以紀念商品創意商品跟復古風，對他的銷售模式有自營店和國外訂單跟寄售跟專櫃的專售店，那這是他的部落的連接點，當時我在找尋資料，那當然還有一個跟我們一樣，他也是都是前輩，那他也很…雖然是…也是那個…做…也是琉璃珠的形體，像這個部分…可是因為他材質是屬於金土或是陶珠的那個是捏塑的方式，那他除了珠串之外還有畫的部分，然後他走的是屬於比較傳統的風格，那有自營店，他的是在博物館然後是展示館類型，其實這一些我們都有做，那甚至於說做到我們自己同區域的工作室，做同性質的產品，然後也在我們的前輩，他目前他的產品的對象我們也都去做..就是…我自己也去做了一些分析，那就是在這樣子的時候包含價格，所以我們就會看到是說，欸？他大概是仿古的高價位..就是..A 工坊的仿古的高價位 B 工坊是仿古的…可能中低價位，那也有比較普遍的都是在這個區塊，那我們就會看到說驅於仿古或什麼的是不是都會有一些缺塊是空缺的，那就是我為什麼要設定今天三個主題的面向，去做的原因也在這裡，因此在仿古高價位的區塊，其時空間還蠻大的，那但是我們看到一個區塊是創新高價位是空的，幾乎是空，然後創新低價位也不一定有滿，因為他們漸漸的往這邊移動，就是他的版圖就是會一直往這邊擴大，但這一邊的擴大去很少，對就是我們…我們在設定我們自己產品的發展的時後罕見的狀況，因此我們就會開始做品牌的一個設定，那在這設定的時候我們為什麼要用 Ata、qkata 或是用排灣族的稱呼這名字回溯回來，也就是因為我們要知道我們從這一些剛剛前面看的幾個圖表，那我們去抓我們的整個大主軸會是什麼，所以文化是我們唯一的重點。

研究生：所以這個是品牌的部分？

林秀惠：對，那在來就是說剛剛我們提到的就是說，那我們怎麼去鎖定我們市場目標對象..恩...來看一下我幫我們自己的產品...三個就是今天我們講的傳統復刻版，文化主題室跟所謂時尚設計，那其他就是科技，那這是我的分配比例的狀況，那在可能像我們剛剛有講到，我今天中午也有提到，對不對？他這個..廣泛度跟它的價格單裡面也會有，我們察覺說同樣的產品它也有價格單的驅分，有他的替代性或者是什麼，因此我們就會把東西，比如說課製品的時候我們大概都是會設定在這個範圍內，在這一個三千到五千，因為他必須要因他客人的需求而設計的，那就是說時尚類的我們大概就是跨載這個部分，那他可能...他跑的 range 就非常寬，他可以小到一百八的東西，一直到八千五千的都有，那可因為...有沒有看到其實還算在一般在消費性市場他還不算精緻高價位的區塊，就是我剛剛十字圖表上面也看到那一個區塊其實還是空的，這邊還是很少，左邊的上方復古高價位，也是有做，但還是有空缺，但大多都是老廠牌，恩...我媽是他們的大概就是目前他的占最大市場，他占的版圖比較大，那..可是...右邊的上半幾乎是...藝術性文創型的，那也就是你之前一直跟我們提到的，就是說可能很多人對我們的觀感應該可以往另一邊去走，那當然這個部分會有現階段條件的門檻會有，那這個是我們自己做的自己的東西這樣，所以剛講下問題上面比如說我們有市場定位，OK 我已經講了對不對？我們市場定位上面這三個類型就是我...（研究生：幾乎有一點全包的感覺（笑），就是大部分都占有一些開發...），其實還會有比如說生活類的我們就沒有，目前沒有做，生活用品類的，但是我們今年常去嘗試原社印象這個議題就是要去...但是他似乎跟琉璃沒有很直接的關西..目前，我們是開了一個一條新的線，那這個新的線他...他同樣是在講排灣族的文化或是原族民文化的部分，但他用色彩和不是那麼明顯的紋路，就是書套那一組，對對對，等一下我也可以給你我的發想的概念，所以市場定位那這就有了，那這已經講很清楚了...

研究生：所以主要的市場定位是在有復古的跟流行設計的這三類。

林秀惠：我們以這三個方面去做，那他當然就會...比如說傳統復刻類，他是因為擴充原住民商品的工藝市場多元性，我只是擴充他的多樣性，和他可以被選擇或終於聚集到他可以...貝成為一個在選擇的時候的去選擇的參考，那他的參考在某些層面上是跟他們是有競爭的，就是在這一塊裡面，我想走出我們自己的一點點的特殊市場，現在這裡面掛名的都還在做，那個都已經偶爾有...不考慮了，就是花蓮的一個工作室。

研究生：那你的目標對象如何訂定？

林秀惠：恩...目標...目標對象，其實因為我們三個主軸線他都有不同的...目標對象，那因為傳統復刻的部分，當然是針對投資收藏，就是我們想要走的，那但是他是最刁的客人，因為他會看到最細緻的東西，他會看到除了物之外的附加價值，比如說我們對文化的投資到底有多少的力量，那看到我們對傳統的研究和學習有多深，那他不是只有一個很單純的就一條項鍊就可以看得到，甚至於說我們透過他的收藏交換給他的訊息有多少，我覺得那都是收藏家他都會去裁決的。

研究生：所以這方面的東西藝術性會比較高嗎？

林秀惠：文化性，他有一點像新的骨董，因為我覺得...我們覺得想說再去嘗試說，他是對一個新

的傳承者的投資，所以我們把傳統副課類會去做一個這樣子的努力，那其他的就...就比較像是屬於推廣和延續我們要做這件事情的其他的策略，就是算是策略了拉，不管時尚主題的他最終的目的就是在支持這個傳統復刻能夠持續的維持下去，那因此我看...恩...所以目前就是我們在進行的狀況，那當然有很多可能我們自己也會有盲點，就是說我們可能會想這樣做的原因，那...做出去的感覺可能還不夠，那會有一些阻礙和門檻這樣。

研究生：那對於就是說...這個鎖定目標，那對於整個原社而言就是包含裡面的工藝產品跟所有一切的東西，那他的（林秀惠：就是不只是我們的產品...）...對，就是整體的經營上，那你們是除了觀光課以外，會有如何..就是市場上的對象或者是有沒有想在網路上有更多的人？

林秀惠：其實我們為了讓年輕的市場，或是說其他的來熟悉原住民的新的團體，或是一個新的思維，或是我們在講一個新的概念好了，新的一個...有朋友跟我們講說，我在做文化復興，其實是這個文化工藝的復興的動作，那我覺得...好就像是就當初那一個事好了，我們有一年就為了要讓新潮流的成員能夠知道原住民這一塊，因此我們就用小鳥不要來這樣子讓他大家都有一些共同記憶的符碼就是就是趕小鳥的這一個符碼出去，所以我那一年度參加了非常多的手創市集，而且當時我們選擇的時間點是手創市集最夯的，那時候，一直在往上攀身的那個階段，我們就參與了，而且在那個時候他們也馬上接納我們的，因為大家都要徵選的，所以他們也馬上接納我們的一些想法，所以讓我們參加這樣的市集，所以在當時就很普遍的被看見，就是在某一個群體裡面就會看到我們，那這也是在我們行銷手法，就是我們在行銷的時候用了一個這樣子一個的策略，就是因為沒有很多的行銷宣傳費用，因此我就用這種方式去打，那你剛剛講的就是說那整個館...其實整個館像我們為了要推這樣子的一個台東在地的特色，所以我們成立了一個館，就像中午說的，其實這是大家的意願，就是...目前最起碼是基本班底的意願，之後才後來有開始有其他陸陸續續的人一起參與，那..整體面在推展的時候，恩....對大家的產品的推動其實我們還是在早一點我們也有提到就是推整個台東的...恩...工藝文化的面向。

研究生：所以你們的市場定位推動台東的整體的工藝文化...就是原住民工藝產業為主嘛...（林秀惠：恩恩）。

林秀惠：文化工藝啦...因為他們還沒有到產業這一塊，對，那...產業這一塊的確是很辛苦，前面我們已經講過...

研究生：所以你們經營一開始是以市場定位是這樣子...那你們的目標對象基本上只要有興趣以及就是...

林秀惠：目標對象有分，就是說的一個就是對文化他需要他喜歡來探索文化差異的，就會來，而且來的話時間抓得很久，那我們像...我們也在觀察就是說其實現在開始有一些學習者他是來特別學，比較一般外面看不到的技法記一，然後就特別在我們那邊 one by one 的學習，那特殊的技法和...就不是很常接觸到的技法，他們會喜歡來學習或是這些是對他們有幫助的他們可能是參加...對，是個人創作者那他們會想要學這樣的技術，想要知道這樣的材料和技術的使用，所以他們會來學習.那再來就是學校的觀摩，對，學校的觀摩學習這也是我們在那個空間裡面很好傳播的一個方式，所以在成立那個空間要把這個概念傳出去最好的就是社區觀摩.學校的觀摩，就是來這學習然後很多的團體的互動，這

是我們最主要的……我們想要推動最主要的區塊，因為他是算傳播概念最快的方法。

研究生：所以聽起來這樣子的話，目標對象是有…就是對文化希望了解的人跟學習者還有就是教育的部分.學生部分…。

林秀惠：學生老師...對，那...這方面就非常..就是目前在做的時候就很廣泛的被看見，那在…就是為什麼要成立這個平台，還有推這個生活館也是因為這樣。

研究生：就是行銷組合的實際面，那時他所謂的行銷組合裡面這七項，那...其實呢就是大概說明下，其實產品在前面你有提到一些那定價你也提到了，那促銷部分呢…似乎促銷活動可能可以講一下，你是用什麼方式促銷？

林秀惠：以手創這樣子的..就是說，我們手創館的推行行銷促銷的時候，我們會看..當然會以目前..因為促銷會有價格上的犧牲嘛，那都會以我們自己產品做最大的犧牲，那其他的會斟酌其他工作室意願做，那恩...但是我們會做一些...活動，但是像這八八風災之後活動比較少，我們做得比較少，一方面經費的狀況是有不較不容易不允許的，那我們曾經...但是我們會用配搭的市集也是...那..但是我們有一個配搭的方式就是說…我們會跟，比如說早期我們是跟博物館，那有時候會跟林務局，那也有是跟別的活動做配搭，那跟別的活動做配搭，第一個就是，在他們的文宣……因為他們的宣傳力可能比較強，在他們的文宣上都可以把參與的工坊的名字一起做曝光，知名度上都會增加，那再來就是…恩..

研究生：請問團體訂購或者是同行價等等，是不是會有一些促銷的方案？

林秀惠：同行有…恩...其實我們針對旅行社的部份我們是有安排，所謂的...同業價，那但是他不是全面性的都這樣，但我們就會犧牲我們自己的利潤空間比如是但也只有品項，就是DIY 體驗的部分，那主要也是希望說旅行同業他們可以多多利用這樣子比較高額的利潤空間去做去 Promo 這些館內這些活動行程，那其實…….就像我們大部分都配搭政府他們在推動的一些觀光政策，比如說大型的觀光活動馬卡巴嗨、南島文化節阿.或者是真情巴士或者是台灣好行等等這一些，近幾年

研究生：所以都是用活動去搭配促銷，所以都是比較官方嗎？

林秀惠：對，目前是

研究生：那大量訂貨會有折扣嗎？

林秀惠：大量訂貨有，那我們也會針對他用現金買斷的就是當下是出現金而不是做寄售的，我們都會給一個...恩...折扣，那再來就是他是工部門的成員，那我們也會給一個非常優渥的一個價錢，那主要是因為其時我們在在地推動這些工作，不外乎工務人員或是公家機關的協助非常的多，因此我們有給只要是他是工務人員身分購買，他購買自己用或買禮品也好，我們都會給比較優渥的折數。

研究生：繼續通路的部分，您們除了自己在自己館內賣，然後幫其他的工坊賣，然後有其他的銷售通路嗎？比如說網路拉或是其他的點，還有市集之類。

林秀惠：就我們自己的產品的話我們會...在跟我們同屬性的..恩...通路上會比較積極做經營，那就是說其他比較是觀光性質的屬性上面我們就比較不那麼積極去推動，比如說知名風景區的小賣店阿或什麼等，除非是他們會自己來找，然後我們溝通上他覺得他也理解當我們產品的文化性，那我們就會做合作。

研究生：依目前現階段大概有哪些通路。

林秀惠：目前喔？比如說國家的既定景點，那我們會有，那飯店阿..（研究生：有哪些？）像琉園水晶博物館，那因為他剛好是在講琉璃的專業性，那我們覺得他願意進我們的東西我們也覺得很好，那在來就是國家的手工藝推廣中心，但他裡面我們就會面臨到我們就會有非常多的許選擇性，他不一定會選擇原住民的東西因為但是他國外的旅客都會去的地方，那再來就是十三行，因為有的是廠商他也會因為標租場地的關係所以有時候會不一樣，那松園阿…其實大致上看得到的屬性都是這樣…阿之寶，市集不算通路…阿不是說我們跑活動那是…他算是直售行的，就我們自己出去這樣子。

研究生：所以你們銷售方式通路所以就是可以去市集，那祭典活動、觀光活動？

林秀惠：那要看推的屬性，主要是觀光活動和祭典活動我們沒有那麼積極的參與的原因也是因為...課程目標他比較他的關注點不在我們這樣子的產品，他的關注點在他參與的活動，所以他參與的活動跟我們的屬性搭不起來的時候，其實去都是白搭的，像...比如說像逐鹿傳說這樣子，那主要是因為我們有受到就是說我們跟他合作開發就變產品，那在產品的陳述上面跟呈現的上面和述說上面做一些整理，那那個是第一次，算是第一次做這樣子的形式這樣，那博物館的部分是其實算是一個新的嘗試，他也是個通路，那目前自營的通路其實收入都是最高的，而且以糖廠經營這樣第三年，他的成效已經出來了，那接下來就是做博物館，那網路...的部分真的很弱，其實工藝品在網路上面，我們覺得他可以是應該協助建立形象，但是實際是上售的部分我覺得還沒有看到很好的方式，我們有跟很多網路上的通路去合作，我們就是說因為我們對網路行銷並沒有很強的概念，那我們覺得說那若是以他們願意行銷，願意用他們的方法，其實我們都會很大膽的去做（研究生：所以這部分比較被動？）我們算是...對這部分是比較被動的，就是我們的主動性沒有那麼強，但是我覺得假設一個處理網路的業者他願意用他的方法去試，那我們覺得認同，那我們就會全力支持他想要怎麼事的狀態，就是我們會全力配合，那當然我覺得網路跟實體通路要能夠一起，所以因為他不像衣服，衣服可能看一看就還 OK，但藝品或飾品的部分，可能買的人就會考量，就是因為在網路上他的取決的消費金額，他會有更多抽象的替代方案，比如說她買一個三千塊的項鍊或是我們五千塊的傳統項鍊，那他為麼不選一個鑽石，因為它的價值是一樣的，那他選一個原住民的產品要五千塊，那五千塊錢對他來說他的替代可以有太多，可能香奈爾的某一個東西人家還看得懂是香奈爾，可是看原住民的多數人看不懂但是我會覺得那這樣子我們這樣子的實體通路要做更大的努力，因為多數人看不懂，那這就是我們的失常。

研究生：那再來就是人員的部分，就是比如說像你們的因為行銷嘛，人員的素質或服務品質上，是一個很大眾要直接銷售人員，很重要的點，那不知道你們人員的部分你認為？

林秀惠：你如果是現階段問我的話，我們覺得是不及格的，那如果你是去年以前問我的話，我會說是優秀的，因為近來的體制已經不同了，可是我們已經走到另外一個層面，就是說起初生活館在經營的時候它的形體和機制，是可以讓工作人員去做一個這樣的嘗試，但是形象也建立了，形象逐漸建立到已經需要另外一個專業的養成，比如說他進來他可能就不是...他希望有更多人的主動去為他解說，或是消費者提到說他會有其他的要求，或者是說他應該更積極去呈現這個機構或是這個生活館，他要呈現他需要從人員的表達或者是體態或者是在談的內容裡面就能夠滿足他們，所以也就是說這個問題因為三年你就要

做這個，所以那個東西我覺得 OK，今年我們自己在做內部檢討的時候，我們給自己不 OK，是這樣，所以…但是我們看的問題點不同

研究生：所以過去來講是足夠的，但現在來講是不足的？

林秀惠：現階段是不足，而且是非常不足，那我們覺得說這是好事因為知道就是成長

研究生：那對於處理整個行銷的流程之中，你認為是順暢呢，還是會有比較沒有辦法流程上是沒辦法控制？

林秀惠：因為今年我們多拓了一個點，所以在人員和流程上其實有一點還不是很順暢，就是針對生產流程其實還勉強還可以，然後做經營管理跟行銷和品牌建立的流程裡面有需要非常大的學習，因為比如說我們像今年這場我們出去的..我們就是呈現給人家文創的發想，所以我們會要求整個的繡面是一定要水準的狀態，包含人的一個顯現，那我們希望有別於像一般擺攤的形式，所以我們會做一些成列的考量，那但是這樣子的流程目前我們一直在希望能夠建立一個既定式的系統，就像是比如說賣車子那就有車商、經銷商，那我們覺得我們在這一塊我們想可以藉由正確行銷或什麼時候開始去整理一套屬於我們自己的狀態所以同樣的因為以前我們問流程我們會覺得是生產這個的產...一個產品的產程，現在問我們流成我們會告訴你我的…比較行銷端的品牌形象這端的這個流程我們需要很多的努力

研究生：那最後對於那個具體感受中，就是你整體你實際行銷部分，那客戶對你們的具體感受曾經有什麼樣的想法？或曾經接受過客戶什麼樣的感動？

林秀惠：有，但有好的部分有需要改善的部分，那從原社手創館成立開始其實一直給人家很艱難的狀況，那...但是我覺得很好玩的就是說，他們知道是艱難的，但是他們很喜歡看到這樣子的呈現，那原因是因為裏空間的情境，他們看到了不是一個單一明星出現，而是很多的多人的群體去努力的，那他們看到參與者不是是平凡的，比如說這些媽媽們寄售參與這些工作的人不是讓人家覺得有距離的藝術家或者是...就是...有的人會有距離的感覺，那他們覺得可以...比如說我們可以在休息時間然後我們會自己煮飯吃，在教學空間裡面，雖然我們沒有...感覺好像這樣對消費者來講在服務空間裏面大膽的用餐，那有的時候是吃一些比較特別的，那剛好有客人來，我們就會說你要不要來吃吃看？我覺得這樣會有另外一種呈現，但是就是現在我剛有講到，你剛有問到的這些人員和流程，我覺得目前因為發展型態我們已經開始思考到不同的層面，同仁們也自己警覺到我們不一樣了，好像該注意一些什麼，所以在這個部份讓我比較感動的是...所以工作同仁同一致的感覺到我們不一樣，我們已經走到什麼樣的狀態，然後他們欠缺了什麼，他們願意去努力什麼，那對我們有期待的成員也會覺得我們還可以更好，那還可以更好的一個另外解釋就是，他覺得我們的彈力點是夠的，那他覺得我們是可以做到那一個部分，那是覺得是這樣，其他的我覺得消費意願不同，消費者不同層次，所以我們只能對可能不太能夠接受這種狀態的消費者說抱歉，我們不可能人人好，會是這樣的。

研究生：這個部分是根據您...就是我所看到的報表裡面都會有一些所謂的預估效益，效益評估，然後最後的實際效益不分，那這個部分你是怎麼去預估法或怎麼去修正這個，你怎麼去知道你原來會賺這些錢或是會達到嗎？還是落差會很大嗎？

林秀惠：我通常只有在年底和年初的時候去設定，就是年底的時候看大概狀態是什麼，我的依據

的標準每個人都可以留下來工作，這是我的依據，這是最基本的，那其他的我就沒有去考量那麼多

研究生：但實際你預估是這樣，但你實際發生的時候是有沒有如你預估的落差很大？

林秀惠：沒有

研究生：都有達成？

林秀惠：都有達成，我們是盡可能達成，因為還是會有，但是我覺得說落差沒有很大

研究生：那所有的成員都會知道你訂的這些目標，他都會盡全力去達成嗎？

林秀惠：會，這就是我覺得就是我對他們非常感動的地方

研究生：那目前那個原社人力配置，我是想知道，其實就是說你們留任從你的手創生活館到現在的歷年人力配置是會出很多嗎？

林秀惠：今年增援…會需要增援，那往年來講已生物館裡面的話沒有差，一直都維持一樣的人數，就去年離職一個

研究生：所以那也沒有新增？所以你一直維持？

林秀惠：去年離職一個到目前是沒有新增

研究生：所以目前是幾位呢？

林秀惠：含我十三位

研究生：所以人力大概都維持到十到十三位的一個規模？然後產出值是…？

林秀惠：我們希望可以到十五位，我們今年希望增加一到兩個非常專業的分析跟品牌經營的人員。

研究生：那請問目前的收入來源，所有的收入，可能你有補助的有什麼的大概有哪些型態？

林秀惠：恩…目前最大筆的是多元的相對補助三個名額，那再來我今年沒有接任何的政府補助案，就勞委會…2011年就都沒有，都不接。

研究生：那這樣子的話…你們就是支付這些人員的支出嗎？

林秀惠：挑戰，（研究生：挑戰（笑））半年後就知道了。

研究生：所以從今年開始就沒有多元也都沒有什麼（林秀惠：就只有多元）喔多元…

林秀惠：三家一樣，算四個人。

研究生：那收入的部分，因為這樣子的話，等於今年你就多原以外那你只能夠靠銷售來做為你的收入摟？那有舉辦活動嗎？

林秀惠：今年暑假。

研究生：所以會有活動收入？

林秀惠：活動是創造遊客來客數。

研究生：這是預期的嗎，那目前來講就只有多元還有銷售，還有跑活動像這樣子的去外面…

林秀惠：就訂單阿…

研究生：訂單也有。（林秀惠：對阿）

林秀惠：訂單跟銷售一樣…

研究生：現場買跟訂單是可以分開的（林秀惠：喔…OK的）因為等於你有外面的知名度在支持。

研究生：那接下來就是，你對於你的品牌想法是怎麼樣如何經營像你目前手下有這些品牌？你是會有新的品牌還是說，你會就以現在的品牌在做擴充？

林秀惠：我今年在經營一個新的品牌，就是原社印象。他其實是產品拉不能講品牌，就是推出一個新的產品，就有點像一個洗髮精他多出一個新功能（笑），有點像特色類似新的調配方阿之類的…

研究生：可是他不算品牌是不是？他是…？

林秀惠：他算是什麼…他這樣算是什麼？

研究生：原社印象是一個…

林秀惠：一個產品名稱，一個產品系列的東西

研究生：所以是品牌阿（笑），因為小鳥不要來不是一個…

林秀惠：算是推一個產品

研究生：可是系列就算是品牌…

林秀惠：恩…就像是比如說…因為我比較熟悉這一個王俠軍，他推琉園…琉園水晶博物館，可是他琉園水晶博物館每一年都會一個新的產品，推一個主題意象阿什麼的，他就會有不同這樣子的主題的系列產品線，那琉園他也推八方新意是陶瓷的，所以跟那個不一樣，我推原社印象是布的，他跟那個琉璃是不一樣。

研究生：所以他是一個…比如說原社印象，跟這一次全部都是布的，可是他會有不同的產品出現？

林秀惠：這應該也是我在做另外一個事業的預告，應該是這樣講，想做一個新的嘗試。

研究生：那現有的你會如何再去經營跟推動呢？

林秀惠：現有的在他的那個…恩…技法上跟…技巧上的發展會有…（研究生：精緻度？）對，可能會跟其他金工類的合作，或是其他的。

研究生：那你認為你目前為止最成功的行銷活動是什麼？還有你認為你館內你銷售最好的產品是什麼？那你認為原因會在哪裡？

林秀惠：做成功的行銷活動喔…算收益最高的嗎？還是算是做出來最知名的？

研究生：就這樣講好了，如果你認為有收入最高跟人氣組，你認為哪個，你可以分兩個講，收入最高是哪一個？

林秀惠：目前我們出去，好就算是以跑外場或是在推展，這些都統一目前有一個記錄到現在沒有被打破，那也是收入最高也是創下最高之名度，是在華山的那一場活動，那也是小鳥不要來在那時候紅的，那一場活動下來現金收入大約二十多萬。

研究生：那商品呢？就是館內銷售最好的商品是什麼？

林秀惠：恩…原社手創館館內銷售最好的，扣除我們的本體商品之外…

研究生：全部？如果你要分兩邊講也可以，就是外面跟你們自己。

林秀惠：外面的是梅花山

研究生：那你們自己的產品是？

林秀惠：我們自己的是以紀念一般小的傳統商品，以三大主題來講的話是傳統復刻版裡面單顆琉璃珠最多。

研究生：那我了解了。目前在行銷上，你認為最大的困擾是什麼，最缺乏的是什麼？

林秀惠：行銷的能力！（笑）可以出門的人，對…因為我們工作的群體都是婦女，那家庭裏面是重要，然後能夠長期出門的只能靠一些年親單身的，年老單身的也可以阿，但就是要

單身的沒有家庭沒有行動上的牽絆。

研究生：鎖就是外務的能力非常缺乏。(林秀惠：對)那這就是最大的困擾和問題？

林秀惠：現階段來講。

研究生：對於原社的網際網路行銷跟國際行銷，你的看法是什麼呢？

林秀惠：國際行銷喔…外語能力要先通關阿，因為現在在博物館，只要來台東的外國人都會來博物館，都會進來，不管是美國，就變成我們在這一方面也遇到的非常大的狀況，因為我們要解釋的是…幾乎是以館內介紹那個原住民以館內介紹館藏品還要更困難的語言能力。網際網路的行銷是因為專業能力的不足所以我們沒有辦法去…。

研究生：所以這樣聽起來都是能力問題就是了。

林秀惠：可能是…

研究生：所以如果有這些能力的話，你就認為推廣這些就沒有問題，也願意去做。

林秀惠：可是像能力也影響另外一個財利阿(研究生：恩…)，對阿，那我去看阿那若是網路行銷他的獲利率沒有辦法供養一個人的話，我還是會用選擇配合性的，委託配合型的方式。

研究生：但是你不排拒這些行銷模式嗎？對不對？

林秀惠：不排拒。只要是能夠全面性，就是因為我們的概念是不是非我不可，所以我們就會 share 出去。

研究生：最後請教您，原社如果要提升為工藝認證中心或文化館，您的看法是？

林秀惠：認證我會比較OK，文化館在說，我是覺得…可是認證是我今天在車上跟你講的那種模式，跟現在市面上的那種認證是不一樣的，那我們希望是，因為我們做的是傳統文化的工藝，因此我們會希望他做出來的是有傳統工，假設是以傳承文化的這個部分，我們就會希望是依照部落的學習的工具和要求 and 思維來做評量，那這樣子的人員我們就是會請部落的有這樣的專長的老人，甚至於我們之前還會討論說，搞不好連同他製作的母語的，考究到母語的講法或是材料季節的取材，他的植物取材的環境和他可不自己重新種植，這樣子都可能都被考量進去，這樣可能負擔大，但是呢我們覺得是往這方面努力是值得的。

研究生：所以對傳承的部分你認為認證是有幫助的。

林秀惠：對，因為我覺得他會有一些系統被建立，學習的系統和脈絡可以被建立可以被延續這樣。那至於文化館嘛…就不那麼在意，若是說可能要有一個什麼樣的地方我們反而會更努力去做傳統學院傳統工藝學院。

研究生：所以這是未來比較想更上一層的。(林秀惠：對。)

林秀惠：就是我們會去評估…就是這個工坊他對自己的操作…就是手上正在操作文化工藝，這個工藝背後的文化是不是自己也去有追述，然後他是不是能夠也帶動他的部落一起做這樣，其實我覺得這是我們在看這個工作是可不可以一起他的作品可不可以放在館內作推動他的產品，因為我們其實都會花到我們既定的工作時間，還有就是我們同仁要一直為消費者說他的創或是他的文化部分，那若是說他這個工作者他對自己的東西和他自己的母體文化沒有那麼負責任的話其實我們是浪費時間，會是西和他自己的母體文化沒有那麼負責任的話其實我們是浪費時間，會是這樣，那我們找你來我們不是純粹要賺你自己

個人的錢，而是你在這一方面的他自己承擔的責任有多少。



社團法人台東縣原住民族全人發展關懷協會

原社手創生活館

3.原社手創生活館專案執行經理人訪談---

訪談時間：2011年7月3日下午

訪談對象：原社手創生活館專案經理人，洪啟榮

訪談內容：

研究生：關於您目前所接受到的原社手創生活館裡，政府的補助有哪些？最主要的政府機構是哪些是有補助你們的？

洪啟榮：政府機構的部份大概是勞委會這邊的，多元就業開發方案，另外一個就是就業啟航計畫，然後就大概是這樣

研究生：最主要就是多元就業開發方案其他機構的話呢？

洪啟榮：沒有欸…文化產業這部份的話目前還沒有

研究生：今年還有嗎？

洪啟榮：多元就業方案嗎？有的！

研究生：今年有！那這總共是幾年？

洪啟榮：它是三年的，今年的話他算是一個具體的一個計畫

研究生：在資料上市 2004 年就開始了

洪啟榮：那時候它是用平安基金會

研究生：但是也是原社手創生活館嗎？

洪啟榮：2004 年那時候嘛，會不會是就業擴大方案

研究生：那是單獨一年嗎？

洪啟榮：阿…對！

研究生：所以擴大就業是單獨一年？

洪啟榮：那個應該不滿一年啦！

研究生：對！它是一個短期，好像是六個月左右

洪啟榮：因為那時候是縣政府的擴大就業，那不是我們自己的，只是借他們場地而已，

研究生：那…請問一下，你們是怎麼樣去展現你們自己才去爭取到這樣的一個經費？是如何去思考，去寫這個企劃案的？或者是一開始是怎麼會想去爭取這個經費？

洪啟榮：因為一開始是剛剛講的 2004 年的那個擴大就業的部份，那後來發覺其實我們只是它的代管人員，然後發覺說他們其實那時候所做的產品交給政府後其實是沒有擴張的。

研究生：那剛剛你講到經費爭取部份，你可以具體一點的解說，因為還蠻多團體去爭取，那你們

是用怎麼樣的特點去爭取到？

洪啟榮：那個就是剛剛開始講的，關於 2004 年的部份，那個擴大就業的部份，因為我們那時候發覺說，其實它是沒有對外行銷的擴張，所以我們發覺就是說，如果說他就是一直這樣一直在做，其實他還是辦不到我們預期的效果，所以我們那時候就想說，因為有一個多元就業開發方案去進行著，然後有專案在進行著的話，就可以創造一些獲利。

研究生：那除了政府的補助之外，就是這樣算起來的話也有六年了，如果在加今年的話，接下來應該還會有三年的時間嗎？

洪啟榮：沒有，應該是不會再有，因為聚集的時間，好像是最多大概再延一年還是二年吧！

研究生：喔，所以前面六年是同一個專案嗎？

洪啟榮：不同

研究生：那前面第一期三年的專案是？

洪啟榮：第一期的三年我們大部分是做琉璃珠的部份為主

洪啟榮：可是到了後來用全人這邊去爭取的，我們是在做計畫的時候，等於是這個案子裡有琉璃珠的部份，可是我們也有在做太麻里的太麻里的皮亞老師他也是有在做玻璃珠，還有原愛工坊和布工坊的連帶

研究生：那所以後面三年，就是另外輔導別的單位就是了

洪啟榮：對，因為我們希望說，把這個經驗，就是可以傳承出去

研究生：但是這前後兩期的這三年的計畫，都還是政府同一個單位，就是勞委會來擔任嗎？

洪啟榮：那因為我們剛剛講到的前三年的部份，是以我們琉璃珠的部分為主，然後我們會，就是三年過後，像原愛那邊他們說，希望有管理的部份，可以分擔掉他們原本有的，因為老師他們會利用多餘時間去做仁愛木工坊和木工坊的工作，到後來的話他們整個負擔過大，因為那時候他們已經發展到一個階段了，所以那時候我們就跟勞委會申請一個這樣的一個整合型的專案

研究生：這樣整體看來就是等於你們在幫所有的平台或者是一些工坊做爭取的動作

洪啟榮：對！

研究生：那接下來這一年你是說跟前面三年是不一樣嗎？

洪啟榮：其實計畫已經有做一些修正了，因為像仁愛木工坊，像太麻里的皮亞老師，第一年…應該是 2008 年的時候，之後就沒有再繼續了，他們就覺得一些行政的手續上有些繁複，所以沒有再繼續。

研究生：所以像這些計畫你覺得行政程序會很繁雜？

洪啟榮：大部分程序其實都是我們提案的單位在做，那大概就是一些監察的人員在做

研究生：那你們的行銷推廣自己的部份其實還滿著力在這裡

洪啟榮：因為我們在剛剛講的部份，前面三年 2008 年的部分，那其實我們在裝備我們的人員，他除了自己的人員之外，因為我們那時候是有跟文建會爭取研習營

研究生：所以還有爭取其他教學的案子？

洪啟榮：不是教學，就那時候，第一個，勞委會只有補助人員的薪資跟經管費的部份，那他其他人員的訓練這一塊就要單位自己去找資源

研究生：佐以在學習的部份就又有向其他單位申請

洪啟榮：是的！

研究生：那還有其他部分的，比如說活動？還有一些其他的，那都是專案申請的嗎？或者是行銷活動

洪啟榮：行銷活動的部份都是我們自己去跑，因為一開始就會只有活動幾乎都會出去，比較土法煉鋼的方式，增加曝光的機會，本身單位這邊也沒有多餘的經費在做這些所謂的行銷

研究生：好的！那大概了解在補助的部份，接下來再請教你一下，就是說，以現在這個原社來講的話，你認為怎麼樣的行銷方式會讓銷售的部份或是讓其他的工坊會有實質上的獲益，像你們之前多元到現在是除了員工的薪水是政府補助外，還是有自己的營收，那你認為現在營收是夠的或是不足的，或是行銷上有哪些問題？

洪啟榮：基本上，現在的基本倫理來講的話，現在行銷的玻璃他不夠支撐那麼多的人，所以才需要某部分的人力去使用政府的方案

研究生：那這樣的話通常你們都在展售品牌去販賣之外，那你們還有其他的銷售方式嗎？

洪啟榮：一開始我們就有一些銷售點，到現在還有，如果光依靠台東固定的點的話會比較薄弱，以遊客來講來台東的，相對的來說就比較少，所以必須要把觸角再延伸出去到都會區裡面去，除了我們這邊本體之外，像原社手創生活館，還有現在的史前博物館之外，其他的就是寄售的部分。

研究生：那其他通路的部份是有哪些地方賣的比較好或者是哪裡讓你印象深刻的呢？

洪啟榮：外面的通路的話我們會有所選擇，我們就是會希望說他是買過去的就會像是原住民那樣子，所以像台北的部份 OTOP 館和 101 的部分，手工藝推廣中心、手工藝研究所，還有花蓮的阿之寶。

研究生：那這些點銷售起來你覺得哪個點是賣的比較好嗎？

洪啟榮：其實都差不多

研究生：所以沒有因為在台北市所以賣的比較好

洪啟榮：我們的點大部分都在中部以北

研究生：那大概了解，所以實質的獲益大概是這個樣子，那銷售中有哪一項產品是買的最好的？以原社自己本身生產的產品。

洪啟榮：琉璃珠的部份的話大概是傳統珠

研究生：那與其他工坊合作的產品呢？

洪啟榮：皮編的美花老師

研究生：剛剛所說的都是目前所進行中的，那以你自己認為，怎麼樣讓原住民的工藝創作或者是原社手創生活館的行銷策略會有所幫助？或是說如何改善你們創作的商品或行銷的一些做法

洪啟榮：要先去健全產業鏈，因為我們到現在還是在修補那個原物料到製作到行銷的這個循環的問題，如果這些問題不解決的話那我們怎麼做行銷都沒有用，生產的話如果是一個兩個人在做的話基本上它就會有問題，雖然說可能會有一些新的東西出來，所以必須要克服這點，所以現在有關的這個部分和行銷的部份，我覺得它是要兩邊要齊頭並進的，因為如果說單單講行銷的部份，那可能就會有一些狀況。

研究生：所以現在是行銷和生產是沒有辦法平衡？

洪啟榮：對，因為如果只有行銷做的好，可是你東西擠不出來，一樣是等於行銷做不好，因為反而會接到的客訴會更多，也就是說現在這兩個的策略應該是要兩頭並進的，就是說當你生產專案正在茁壯的同時，你可能會有更多的東西進來，更多的人力進來，這樣你的供給量才會多，所以你後端的行銷才會才有作用

研究生：了解，所以這就是目前比較有問題的地方？

洪啟榮：是

研究生：那你對於這原民手創生活館，它新產品設計和研發，它目前的狀況，你的看法還有未來的推廣？

洪啟榮：對，我們大概一年一次推出一個系列的東西，所以它那個部份會除了我們自己研究之外，會跟其他的工坊一起去做這件事情，是從大概 2005 年之後，我們每一年都會固定開發一批新的產品，因為我們現在是說，我們大概今年開發出來的，大概就是明年會主推，主打這個系列的東西。

研究生：那對這個新產品的開發有沒有什麼困難或者是遇到瓶頸嗎？或是消費者的接受度？

洪啟榮：困難的部分應該就是我們這邊的原物料的資訊跟技術資訊，這是最大的困難，因為當你不知道新的材料和新的技法的時候，其實你會被侷限在某一個程度，它是沒有辦法去跳脫開來

研究生：每年這樣推出新產品，那消費者的接受度呢？或者是你認為新產品的銷售如何這樣？

洪啟榮：銷售的部份的話就是說它每一個設計出來的東西，不是為了某個特定的階層，就是可能可以接受的客層是不太一樣的，不會說，我們剛開發出去的東西，會做形象是同一個客層，是會分別出來的，所以說，然後顧客的接受度的部份，原住民的文化會有一個感染力，消費者對原住民的文化理解度沒有那麼高，所以我們在做這些轉換的時候就必須更多的力氣讓消費者更明白我們的想法和理念

研究生：好的！那消費者這個部份，對文化的認知度這部份的都還要再去解說？

洪啟榮：是！沒錯！因為大部分原住民的文化都會遇到這樣的狀況

研究生：目前原社手創生活館執行上會和計畫又所差別嗎？比如說預期中的結果和實踐之後的落差有嗎？

洪啟榮：沒有相差太大，因為多元的基準就是說的到做的到，所以我們會希望說和所期望的結果沒有落差很大，所以我們會盡量去衝，在多原理我們都有達到

研究生：你認為原住民在銷售這些商品或是文化的部份這樣的發展會有所成效嗎？

洪啟榮：其實這些是累積出來的，它必要不斷的去傳講，因為他不像那些潮牌的牌子，社會是很少會去討論這個的，我們會發覺說在這個在地文化方面這樣才會有所幫助，去強調說其實我們跟其他的人是有差別的

研究生：文化傳承這個部份你是認為是累積起來就會有所發展？

洪啟榮：對！因為在做這個文化的發展，就是為了讓大家知道說，我們跟別人有不一樣的地方，其實我們最終的目標去做傳統的東西而不是做文創，讓一般的消費者，也比較能接受的我們的文化。

研究生：再來的這一題，關於這個智慧財產權保護的部份，我相信在開發產品或銷售產品上，尤其是這個原住民文化保護的部份，您對這部份有什麼看法

洪啟榮：因為第一個全部的單位都沒有錢，智慧財產權這個部份，你只要申請一個，就是一次費用，不管是新樣式還是舊樣式，都會是一種負擔，開發出來的也是被人家抄襲，因為我們沒有辦法把每一件產品都去申請，所以我們想用比較消極的保護措施，就是我們會……，因為新產品的開發的部份，我們每一年都會去，就是說開發出來之後，就會開一個公開的展覽，等於就是，讓人家知道這個商品是我們做的

研究生：所以目前是以展覽的部份來保護你們的這些創作就對了

洪啟榮：會用比較消極的方式

研究生：那你知不知道有一些法規的部份嗎？你了解有一些法律是可以保護的嗎？

洪啟榮：大概知道

研究生：那你認為還不足就對了。

洪啟榮：因為你知道，就是說，其實那種，因為人家真的要把你的專利跟品拿去參考的時候，因為我們本身就是說，這些在做一些原住民的商品的這些單位，其實基本上，它沒有那麼多的錢去跟他們消耗這個，也沒有那種時間，所以就算說，我很清楚那個內容的時候，就是很簡單，我就是要這個、我就是要那個，去做這些事情啦，去做這些處理啦

研究生：所以在這個部份的行政手續上，你認為的第一個是費用，第二個是手續問題很繁雜

洪啟榮：因為其實是費用的部份

研究生：了解

研究生：但如果政策能夠改變，你希望說，在對原住民文化的智慧財產權有什麼建議嗎？

洪啟榮：應該是可以去用一個類似像由政府單位，就是像之前的所謂的他們也有在推的認證的政策，它認證的部份如果能夠做到的就是說，它不是一直用產品認證的，它可以多一點像是去做那個所謂像智慧財產權的部分，然後他原本的一些是民俗共有財的部份，它可以透過那個共有財的使用的收費或是怎麼樣，它會有一個基金，它更有一個基金去做所謂闊面的整個的智慧財產權導入的部份

研究生：那這個部分和那個文化詮釋權有點接近喔，因為像國外只有原住民的才可以來詮釋這些東西，包括圖騰，包括樣式，包括圖案這些都是有這種判定的，在國外。

洪啟榮：因為那種東西，像國外他們有很多，它會有一些比較先進的東西，它是單純講這些東西的，就是說如果有一個基金會。

研究生：目前原民委員會是有一個基金的設置。

洪啟榮：那個倒是……

研究生：所以它的功能上其實沒有發揮到你希望的那樣就對了

洪啟榮：對啊

研究生：那大概了解喔，在這個智慧財產權，我想在這個行銷裡面的是一個蠻大的問題

洪啟榮：對啊

研究生：那接下來再請要你下一個部份，就是關於訓練和傳襲的部份，在原社手創生活館的部份，你認為他推廣的如何，進行的如何，跟你有什麼未來的看法？

洪啟榮：因為人員訓練的這個部份的話……

研究生：不好意思，打斷一下，這個傳襲訓練不僅僅是人員喔，因為比如說有一些活動啦、DIY或是教學，就是都包含，都是傳襲的部份

洪啟榮：因為剛剛整個都是這些東西的話，就是說我們其實是為了我們所有的這些活動什麼的，其實我們是想要一個工藝學校的感覺，其實我們在做的這些東西都是為了去做一些工藝研習的訓練，就像現在為什麼要做原社手創生活館一樣，其實說實在訓練人員最後希望它是進入一個專業的工藝學校，因為做這麼多都是為了後面這些事情，後面的這些，我們在做的這些都是為了原住民工藝，

研究生：這真是個遠大的理想

洪啟榮：它是一個理想的問題，只要我們能夠，至於他是不是會在我們手邊形成，還不知道，但是我們會一直以這個為目標一直努力

研究生：不會啦！有目標就一定成功！現在感覺進行的也不錯，好！進行最後一題囉！你認為原社手創生活館裡的產品銷售和體驗服務是否完善？那你希望如何會更好？

洪啟榮：其實是不夠完善的，就整個的這邊的人員來講就像是一個人當好幾個人用，在這個情況下能就會以一些人員的配置上，像一些遊客的應對上面就會比較沒有那麼的在行，再來就是空間的部份其實會在我們的能力裡面會盡量讓人家來就讓人家覺得舒適，因為以我這邊的話幾乎都是在市區裡面的，就因為這樣行銷才會比較保守一點，因為不能去動到人員的一些薪資，因為一定是要有固定的薪水，雖然是少，但是要固定，那個穩定感是很重要的

研究生：主要的問題其實都是在人員不足？

洪啟榮：也算是！到達一定的程度時他的一些他就是需要一些專業人員，它這個不一定是我們現在的人員所具備的能力

研究生：了解！那大概的問題就大概問到這裡，那有沒有要補充的呢？比如對於原社，希望未來的目標。

洪啟榮：像一個的部落，就是希望他是個有政府，有產業，有循環，像這樣的一個真正部落的感覺。

研究生：好！謝謝！

4. 九鳥陶燒、原愛木／布工坊，廖夏子經理訪談



訪談時間：2011 年 6 月 24 號晚上

訪談對象：九鳥陶燒、原愛木／布工坊，廖夏子經理

營業項目：九鳥陶燒—陶杯、陶碗、花瓶、裝置藝術創作、陶藝創作。

原愛木工坊—漂流木自然工法木工、桌椅。

原愛布工坊—漂布類刺繡背包。

工坊簡介：九鳥陶燒—2002 年九鳥陶燒工作室於台東縣卑南鄉，蜿蜒繚繞的山林間，「九鳥」，其實是當地地名新班「鳩」的拆解，取名為，「陶燒」則希望效法日本「志野燒」等著名陶藝文化，在高溫 1200 度的窯燒之後，顏色千變萬化，氣氛樸質自然，人稱「阿亮」的廖光亮老師（Zudweyl Ruvaniyao）是屏東牡丹的排灣族人，為了找尋自己的根與排灣族的傳統文化，希望透過藝術的力量，創造原住民發聲的聲量與管道。

原愛木工坊—新興國小是間容納九十幾個學生的迷你小學，位於台東金峰鄉山坡上，為協助在地失業的原住民爸爸，學習做木工，讓他們得以不用在城市裡打零工，能留在家鄉照顧妻小，最重要的，還給他們一技在身的尊嚴與滿足，協助更多原住民家庭展開了穩定的生活。

原愛布工坊—校長鄭漢文為了讓學生都能有安穩的家，父母能陪伴在身邊，因此有了原愛布工坊，提供社區媽媽們從頭學織布、學打版、學剪裁等技能學習，動手做布包、手機袋、背包…，商品大量使用了原住民十字繡編織法，讓原民文化得以在當中被傳承，被轉化，成為具在地特色的時尚設計，並同時讓大家學習販售，改善家庭經濟。

訪談內容：

研究生：您好，非常感謝您，在工作之餘接受訪談，那因為您有跟原社合作，想了解一下您對於原社的一些看法，以及您對工藝產業的一些行銷的想法這樣子，好那我們首先請教您您從事原住民工藝產業經營的目標是什麼？

廖夏子：目前是原住民工藝的經營，是因為我的另外一半他是原住民，所以嫁雞隨雞，就踏入了這個…好像不能回頭的路，呵呵呵呵，好辛苦，好的，這真是一個很辛苦的經營，尤其在手工藝這個部分，那如果說他的目標是什麼在我們給他改成一個短期，好的，呵呵。那當然看最眼前的目標就是，它對我來講是一個工作，是一個讓我生活、能賺錢的一個工作，當一個經營者。那在過來，當然有比較遠大一點的目標，不過這個目標朝的是因為，阿亮老師是我們的精神領袖，就是我們九鳥陶燒的一個精神的…一個重點，那他有一個很大的想法，當然就是…把原著民的文化做傳承，原住民的文化就是他遠大的目標。

生命的傳承的一個思維模式。

研究生：所以你們的工藝創作主要是陶藝嘛。

廖夏子：對，在九鳥陶燒是。

研究生：那你們的目標就像剛剛講的是一個有一些生命傳承，或者是有一些創作者本身的想法嘛，那另外同時您也經營這個，原愛木工坊跟布工坊的部分，那再這個部分呢，您對於它的目標、經營理念是什麼呢？

廖夏子：會到原愛布工坊木工坊，那是因為鄭漢文校長，他有一個很好的目標，讓我去…想要出自我自己內心想要去幫忙的這個部分，那也是因為有九鳥陶燒的經驗才有可能到原愛布工坊木工坊去做分享，那這是一個很重要的一個啟程，那…在於說原愛布工坊木工坊的目的…如果要講說是我以一個經營者的目標的話，應該…我的目標其實當然是把我的經驗，做文創產業的經驗分享給更多的人，這是我的目標，但是，我想原愛木工坊布工坊他本身就於一個…尤其是鄭校長他是一個…原愛的一個領導者，他自己有他自己的一個目標的部分，那他需要把那個原住民最初的愛分享出去，我覺得這個是他一個很重要的理念，他是想藉由工藝創作來做這個理念、應該是說，做一個產業吧，因為他認為…就像給原住民一條魚還不如給他一個釣竿這個部分，所以他才會有布工坊跟木工坊這樣的一個從學校裡出發，然後到家庭，然後在到社區的一個理念，那其實他最終其實是要做成一個產業，他只是把原住民的工藝帶到一個產業面這樣子。

研究生：那所以九鳥陶燒也是依這個產業的這個目標去前進嗎？

廖夏子：對，其實應該是說九鳥陶燒跟原愛他們最初的那個其實是不相同的，那如果要把他搭起來講…可能就把它們分開講那樣會比較好一點，因為九鳥陶燒他是因為阿亮老師他的創作，他自己本身是一個原住民然後對文化的省思，跟對他自己生命歷程裡面…在他做為一個原住民，那他所想要實踐的，像他覺得他想要把…他認為去學一個，找到陶的文化，他自己本身還要去找到陶的文化，又把她自己做陶的這個技術把她帶回他的部落，把它變成一個產業，讓他的族人也能夠去因為做陶，他也能夠有一技之長然後也能生存下去。

研究生：那剛剛你有提到說九鳥陶燒有短期、中期、長期的目標這個是…可以說明一下嗎？

廖夏子：短期…剛剛有講，短期就是，因為他是一個工作嘛，我們需要賺錢，那中期就是，希望…實踐九鳥陶燒他成為一個產業然後也創一個品牌，然後找一些行銷通路或者是找一些資源能夠合作，那…原社當然是一個…不錯的範例，在過來長期，長期就是，可能就是實踐的一個自己的理想、一個理念，一個…像要把自己的好的經驗分享給更多人，這當然是一個目標啦，就是比較長期的一個目標。

研究生：那所以目前你已經分享給原愛啦，是吧。

廖夏子：其實應該有到原愛，然後當然最重要的就是到土坂部落那這土坂部落是九鳥陶燒去分享的。

研究生：那很棒啊，你已經到達長期目標。

廖夏子：可是那個長期目標太~長了。

研究生：不會啦。好的，那所以呢，你是怎麼開始跟原社有所接觸跟合作的呢

廖夏子：跟原社有所接觸其實很早以前就認識秀惠他們，他們也一直在很努力在他們的產業這個

部分，那後來他們成立了、在糖廠成立了所謂的行銷平台，所以我們才把那個作品…先以寄賣的方式，進到他們的平台去做銷售，那當然這個行銷的方式應該是在九鳥陶燒它也算是一個策略，像是寄賣。寄賣這個部分，那所以當時是想說先以寄賣的這個方式進去原社，然後跟他們做合作這樣子。那…原愛布工坊跟木工坊其實是…在原愛布工坊跟木工坊他…因為其實…在我還沒有進去原愛布工坊木工坊之前都是由原社…就是秀惠他們來去輔導的這個部分，那是今年我才是接手管理原愛的布工坊木工坊這樣子。

研究生：所以持續也是算對原社一個所做的窗口。

廖夏子：對，那當然之前合作的都還不錯，那他們也算是一個輔導單位，那跟他們繼續和合作我覺得也不錯，所以就以這種模式就繼續下去這樣子。

研究生：那同時來講的話，就是除了原社還有其他的這個…類似像原社這樣的合作模式的其他單位嗎？例如寄賣的單位這樣子。

廖夏子：其實寄賣的點，在我們的九鳥的行銷的一個方法、行銷方法，裡面寄賣他是一個必須走的路，那你說寄賣的點像那種寄賣點其實很多，可是沒有像秀惠他們其實這樣像是一個比較屬於原住民工作室的一個行銷平台，我覺得這是他們比較特別的一個地方，那比如像那個好的擺他也是賣首創的東西，可是他們比較不以工作室的型態出現在幫這些原住民的工坊去做推廣行銷，這是他們算…我覺得這應該是說…原社他一直想扮演的一個角色，在原住民的工坊裡面做一個銷平台

，我知道他有努力過。

研究生：所以呢，他目前對您的工藝行銷或是擴展你們的品牌或是個人知名度還來看的話，不知道您覺得在原社做的這一個部分如何？

廖夏子：我覺得，當然啦，以原社來講，他不是只有在輔導我…就是不是輔導…就是應該不是只有在幫我做九鳥陶燒做行銷，也不是只有在原愛的布跟木去做行銷，那他手底下的工坊也許有很多，據我所知，那…以原社來講，他自己本身也需要行銷，那他也很努力在做自己的行銷，當然也在幫我們做行銷，不過我覺得…我覺得他有一個做的不錯的一個行銷的…幫我們這些工坊聯合起來做一個行銷的活動，應該是那個新太平洋美學這個案子，那新太平洋美學的這個案子他一次舉行三年，啊我是第二年才加入的，但是我局的這個東西他就像是一個品牌，一個整合行銷的一個平台跟一個品牌，不管他的效益怎麼樣，但是我覺得他是一個不錯的…一個行銷方式。

研究生：那對於提升擴展你們自己的部分還是有幫助的嗎？

廖夏子：多多少少啦，我覺得這否認全部是不可能的事情啦，也因為有原社，那他又提供這個案子然後也有做一些行銷，有一些推廣的動作，也是有幫助的。

研究生：那…因為剛剛你已經回答過這個行銷活動的部分齣，那…我再繼續請教您…

廖夏子：我覺得行銷活動其實不應該是說他是…賺錢賺得做多的一個活動，我到不是這麼認為來，我覺得那種成功的行銷活動其實可能你也因為借著這個活動可以把一個工坊或者是一個產品或者是一個什麼把他推出去這樣，我覺得這個算是…對我來講我認為在 4P 裡面我覺得這個是很 OK 的。

研究生：那…那你目前對於這個原社首創生活館他這個展售平台你認為…看法如何啊…在他對於你們對於這個工藝品的實質獲利，因為我們剛剛講的是在行銷的部分…那目前是實質獲

利的部分你認為呢？可能佔了你們的這個成份之中…佔了多少，還是你認為…他只是一个小部分這樣？

廖夏子：對我們工坊來講，不管原愛或者是九鳥她其實都只是一部分…這應該怎麼說呢…究是一部分啊…應該在每一個寄賣點喔…嗯…

研究生：這樣講好了，因為你也在很多地方有寄賣嘛，有在原社嘛，那他是否在所以寄賣點為你帶來的實質獲益…是大概佔了…是大部分呢、是比較好的呢、還是普通而已，或是有其他的銷售管道是比他更好的。

廖夏子：應該…中上 OK 吧。但其實我覺得有那種，臺東是不是有那種…大小月之分啦。

研究生：那目前在你們的這個銷售裡面，是其他品牌裡面…有沒有哪一個品牌，或是你自售是…所謂的實質獲利是比較高的？

廖夏子：當然自售是實質獲利會比較大啊。但自售的部分包含自己接訂單，然後自己行銷，自己賣。

研究生：那原愛那邊呢，也是這樣的情況嗎？

廖夏子：沒錯啊。

研究生：那所以目前你們都是…就是屬於比較能夠自產自銷的一個工坊，所以原社只是提供你們另外一個，在多一個展售點這樣子。

廖夏子：其實我覺得原住民的工藝啊…他…最大的…困難點還是在於行銷這個部分，那行銷的方式當然有很多，可是…能夠怎麼樣把它做一個…很完善的行銷，我覺得，我覺得有時候也是需要自己去摸索，當然有時候也需要所謂的專家或者是學者來幫忙的這個部分，但是我覺得原社他還是有自己在充實自己的這個行銷的這個面相，那他也有一些很多的行銷管道。

研究生：所以你認為是一個可以互相學習的夥伴嗎？

廖夏子：對。對於我來講啦，我覺得。

研究生：那、再來齣，因為目前哪，原社是在那個糖廠那邊，對於這個部分，他這個展售場你認為是良好的嗎，未來有什麼期望？或者是你覺得有沒有其他更好的地方是比較建議他。

廖夏子：我覺得…糖廠……剛開始的時候其實…有隻到一些政策性的比如說糖廠其實你要在那裏單打獨鬥齣…真的是很辛苦，如果今天有政府的那個…一些面相跟資源或者是政府他有心要經營這個地方，他可能會規畫這個地方，但是我覺得原社在那哩，會有一種那種…沒有政府很大資源的這個部分…那他們自己很努力也去爭取了很多的資源，但是其實我覺得還是很、很欠缺的…例如說你看那個鐵花村或者是都蘭糖廠，那個政府的益助的那種力量真的是很大，可是在原社比較看不到這種面相。

研究生：那…如果就這個部分你是希望他當然可以得到更多幫助，那可是就這個場域如果他得到很多的幫助來講的話，你認為他是一個很好的展售場域嗎？就是糖廠這個部分。

廖夏子：如果做整體規畫的話當然算不錯啦，也近市區好停車，也算是有一個故事可以講，因為是台東糖廠啊、可以講糖廠的故事啊、鐵道的故事怎麼樣，只不過可能很多方面須要去省思或評估，並不是我們說好就好，所以他的問題時在於…我覺得…資源的…可能政府的提供的資源不夠…不然的話這其實是一個良好的場域，對，如果政府有更大的支持…我想這對他們來講是一個…很好的契機吧。

研究生：您認為您跟原社的溝通上最大的困擾在哪裡？

廖夏子：因為我們基本上啊，其實就是只有在寄賣的部分嘛，當然寄賣…東西好不好賣，他們是第一線，在接觸這個部分，溝通他們當然會回應給我們說：我們的作品…什麼好賣，或者是怎麼樣…溝通上的困擾，到是沒有什麼…

研究生：所以你認為，跟原社合作，算是很愉快了，然後人員部分你都能夠配合，就是在行銷手段或者是這個銷售的部分。

廖夏子：因為我沒有去聽過比如說，原社他對各個工坊的導覽解說，所以這一點可能就是沒有辦法回答你，也許他在介紹布的時候、木的時候，或者是介紹久鳥的時候，他們會以什麼樣…也許、就像，今天我如果再介紹我九鳥陶燒我就會很厲害，可是今天我在介紹原社琉璃珠的時候…可能沒有那麼語詞那麼順這樣，但是我不曉得…可能…他們是不是有這樣子的在訓練一個…他們的導覽員，來幫各個工坊這樣子…做很好的導覽解說。

研究生：所以這個部分你是認為…他們行銷你不太了解，他們的行銷方式是不是跟你想的一樣，然後…你會希望他這個部分能夠更努力你們介紹。

廖夏子：其實我覺得應該是說…其實在那裏我本來就是把他設定我覺得他是一個行銷平台的部分嘛那一個平台其實他…他也是會幫忙我們的部份，那幫忙各個工坊那其實應該可以把你當在…當在推這個工坊…而不是說…我只是在幫這個工坊賣東西，你可以把這個工坊的精神跟他的創作內涵。

研究生：所以你希望說……

廖夏子：把他推出去應該是這樣，這推出去的部分就是…當然其實很多東西都需要靠他們做一個媒介，因為他們是第一線在接觸。

研究生：所以你希望他們有更了解你們產品，跟能夠更精準的解說你們的產品，對吧。那你還會持續跟原社合作嗎？為什麼？

廖夏子：當然會啊，為什麼不。合作又沒有什麼不愉快，然後呢…他們也算是…原住民產業的幕後推手，如果今天…其實…當然他們也要顧及他們自己的肚子也要顧及他自己的產業，可是…因為…他來跟我們解說的時候是所謂的一個行銷平台也這樣為出發點，這就是大愛的想法。就是要這樣子推~廣出去。

研究生：好的，所以你會很願意再跟他們繼續合作。那你認為說你、因為你剛剛有回答說你希望他們更精準的這個…去 PUSH 你們的產品，可以讓你在這個原社裡面行銷策略中有更好的發展。

廖夏子：就是希望，如果…他們政府能夠有幫他們多一點的忙其實…很多的資源是大家分享的…而不是只有就是…我還是覺得…很多面相啦…因為他…能夠營造好那個地方，我們也都跟著能夠有一些…好的…那裏是好的行銷品牌。

研究生：那這個包含了，史前博物館這個地方嘛。

廖夏子：就是他們最近另外開創了一個行銷品牌…那裡本來就是一個很好…對外的一個窗口，因為他是一個國家級的……一個博物館嘛 當然就會接觸到不同的客源，那客源的話…那也算是…也是台東對外的一個窗口。

研究生：所以…他們這個部分行銷你認為做得好嗎？在博物館的部分。

廖夏子：因為其實我應該…我不能去探討說它到底做的好不好，因為我不是很了解這個部分，所

以也不能…就是…單憑我的什麼印象啦，這樣在經營博物館，他們有他的想法，那博物館我是認為博物館本來就是一個很好的一個點，那能不能把他在拓展出去那就要看秀惠的…能耐！！

研究生：好的然後…那你認為原社的這個宣傳啊，他洽不恰當，怎麼宣傳會更好，就是他對你們的宣傳、幫你們的宣傳。

廖夏子：是對我們的宣傳吧，不應該是說原社他…他…

研究生：因為其實就像你剛剛講的，他如果自己宣傳好，那你們東西也會賣好，但是，這個是兩個方面，一個是他們自己宣傳，一個是有幫你們宣傳，這兩個部分你認為他們做的好嗎？

廖夏子：恩…幫我們做宣傳的部分，應該是說…他們還是重點比較放在自己的部分，就是每一個人都是會有自己要做的事情…那在其他的那種宣傳的話…他可能……

研究生：在對你們工坊的宣傳是指……

廖夏子：其實…多多少少都是會有啦…只是說…當然…不可能下那麼重的宣傳，那當然是大家一起宣傳的部分那樣子，你看他在…我覺得他在機場啊，然後在 比如說糖廠的那個牆壁上啊，那種新太平洋美學啊…在推廣，然後到史前館，有…有需要做宣傳的時候大家都有一起。

研究生：那這樣子的宣傳、你認為這樣子宣傳就夠了嗎？還是有更好的宣傳？

廖夏子：當然是不夠。

研究生：所以你覺得有什麼是現階段可以建議他們更好的宣傳？

廖夏子：我覺得…在台東的原住民的文創產業…我想大家看的到很努力的…秀惠他…原社是不例外的，那其實也都會有一些…因為經濟壓力認識，或者是其他的一些因素，要再做多好的…你要馬兒好就要給馬兒吃草，就是這一個道理嘛，要不然的話，怎麼去行銷啊。

研究生：就是有沒有其他的方式，有更好的宣傳…例如其他的行銷方式，網路呢，你認為它們會不會有更好的選擇，或者是、因為其實這個部分是普遍在台東都做不是非常好。

廖夏子：或許不是做的很好，我也是經營工坊的人，雖然我是沒有像秀惠做到一個整合平台的部分，可是我現在九鳥原愛布啊木啊甚至要到都蘭到土坂這裡去，我們一直沒有把網路行銷放的很、最前面的一個銷售…當然就是，我們也嘗試過，效果不好。當然我們也都知道說網路無遠弗屆啊，需要…可以、可以賣得怎麼樣，我想秀惠他們應該也都有去嘗試過這個部分啊，不管是人力的管理，或者是說你東西上網去有沒有人看、有沒有人買，我覺得這是、這是很重要的……當然有專業的，可是我覺得，你應該不是馬上就看的到效果的吧。

研究生：你認如何有良好的行銷策略，是不是可以幫助您的這一些工坊有更好的發展？

廖夏子：這是一的啊好不好，一定的！！我當然是覺得說，有良好的行銷策略本來就是能夠幫助一個…不管是一個…你想要做一個什麼樣的文化創意的產業，那這個是不是就會涉及到很多面相的問題，良好的行銷策略是什麼？

研究生：能夠協助你們發展得更好的策略。

廖夏子：對，這是大家要去思考的，因為我們同樣都在做這個原住民的產業的這個部分、文創產業的這個部分，其實…去我了解，文創產業在台灣雖然大家都在說、都在倡導，可是真的是從文化產業起來的產業…可能成功的案例…也沒有很多吧，然後大家都還是很辛苦

的在那裏爬呀爬呀爬的這樣子，所以你說行銷策略…這個…這個部分，可能…是不是…能夠集思廣益。

研究生：好的，

廖夏子：也可以提供給原社一些、一些想法，也許啦，比較好的經歷……我也會跟秀惠聊一聊吧。

研究生：那最後就是想請教您對於您自己所經營的這些工坊的核心價值在哪裡？那你認為他們應該要怎麼發揮才好？

廖夏子：當然原住民的手工藝、原住民的文創產業…原住民他就是因為他有特色，然後以文化來去做傳承，就是大概所有的手工藝都會以文化為出發點吧，我覺得…他們可能有一些，像在商業化的潮流中，要堅持自己的根源啦，守住自己的特色，然後要不斷的把新的技術再成長，那不然就會被其他人取代，而且要很努力的研發，因為研發真的是一輩子的挑戰，有新的東西才有新的生命，不然在裁紙啊、製造流程啊，在藝術的呈現方面，都要不停的在突破，這樣子才能夠…真的是…守住自己的核心價值。

研究生：那在發揮上呢？

廖夏子：要怎麼樣去發揮，其實剛剛已經有談到了，就是要守住自己的特色啊以文化做根源，然後把他發揚出來，然後不斷增強自己的技術、成長，那當然啦也是要靠所謂的好的行銷策略，這個是很重要的。

研究生：是否還有其他建議呢？

廖夏子：希望在他們的解說員裡面比較能夠把，各個工坊的一個精神把它講出來，可是我覺得還有一點就是，我在、我比較在他們的展場裡面，應該是可以、有書面資料、平面資料去介紹一個各個工坊詳細的部分，在他們的展售的那個……

研究生：這個部分你是希望他們書面、平面的資料來自於你們，還是他們要提供這個服務。

廖夏子：其實我覺得都可以互相啦，就看他們……像我們其實之前九鳥也有提供，但是因為我們就做小小的，因為我們不知道他所設計的展場是怎麼樣，也許他可能可以在另外的牆面去把它做像…在那個……

研究生：資訊提供的部分嗎？

廖夏子：對，因為我們也都會給 DM 啊什麼，那個本來就有，但是其實在、有一些人他比較會去要看到一個輸出大一點的東西，然後去介紹這個、各工坊的這個部分。

研究生：所以這部分你希望他可以在這個部分協助你們這樣子。

廖夏子：對對對，因為有一些其實工坊不是像我們說，當然你要九鳥提供我們有文字的部分是 OK。但我不知道其他工坊他能不能有這樣的能力去敘述他自己的工作室。

研究生：所以這樣他就是比較會屬於一個輔導的部分，如果是沒有的人。

廖夏子：應該是說，原社他如果、他想站在所謂的平台，一個平台的部分，他可以…當然…如果我們的工坊、應該是說，他的程度因為落差、也是有一點落差，那所以…在輔導工坊的部分，他們真的是也很吃力啦。

研究生：那對於他們如果成為認證中心，你覺得這個部分呢？

廖夏子：認證中心喔……所謂的認證，他是怎麼樣子？

研究生：因為目前他是…因為就我之前跟他了解，他未來如果有可能，就是希望在傳統的這個技藝上，能夠請這個專業的…比如說耆老或者是比較有在做這方面的，真的…長者，然後

來去認證我們是不是有傳承到這些的部分，傳統工藝的這個工坊來做認證，那他們希望可以達到一個傳襲的部分。在這個認證的內容裡面你會支持、就是像他們這樣的做法嗎？

廖夏子：這個好像有很大的討論空間欸，因為在認證這個部份我想那個原民會他們也是有下了一些苦工在做這個部分，可是我一年看過一年……沒有什麼好處，其實也不是沒有什麼好處，只是我覺得…那種方式其實是…不是這麼 OK 他們對產認證，也許秀惠他們提到可能是要做文化認證嘛，這個，更深了喔，可能他自己要去想一下而且可能整個規範要思考的很周詳這樣，這當然是不錯啦，不過，看他對這個認證，如何定義就對了，配套措施跟規畫的部分。

研究生：好的，今天非常感謝您。



1. 梅花山藝文工作坊，黃美花老師訪談



訪談時間：2011年7月4號晚上

訪談對象：梅花山藝文工作坊，黃美花老師(hacuwi，阿美族)

營業項目：阿美族傳統編織技法生活創意品

工坊簡介：傳統編織對她來，不是刻意的學習，而是生活的一部份。從母親為女兒準備傳統服飾的嫁衣，因此學會了編織，並跟著祖父母學習藤編。大量皮編的創作，細緻嚴謹的手做過程，看出了她內在對自己的要求，有時去擺攤或參加展覽，東西賣不夠，連戴在身上的東西都會被客人拔掉，足見作品受到喜愛的程度。

訪談內容：

研究生：今天非常高興訪談美花老師。這裡有幾個問題想要請教，您可以敘述一下您怎麼開始個工藝創作？為什麼會投入工藝的創作？那您未來的目標是什麼呢？

黃美花：恩...那再來就是

黃美花：就是會去接觸工藝一開始是因為我過去的生長環境，早期都在做那些編織的工作，就是閒暇之餘都在玩這些，因為在台東沒有很多的就業機會，也就是說我們的祖先就有在做籐編、月桃編、織布，可是是只有那個時候他們都是在做傳統的、基礎的，結了婚之後呢，也就是二十多年前，因為在台東沒有什麼工作機會嘛，那就那個時候...因為沒有辦法出去工作，所以在家裡的時間很多那在家裡也那麼多時間那還好這個方面就是我的興趣，那那個時候就越玩越順手，接下就是說那大概在十年前吧，那個時候就是我現在這邊這個編織，那在十多年前是一開始在玩十字繡、接布，然後做一些我們傳統的一些傳統服飾，就是說我的姪女有三女一男，所以會有搭套的傳統服裝都幫他們做好了，所以說那幾年在家裡照顧老人家然後照顧小孩子那空檔的時間去製作，因為我們的族裡面是會...這個是過去都一直是這樣子的，因為很多事都是時代的變遷，就變成說就很多編織沒有時間做，那這樣在過去像我媽媽這個負責人就會做一套的嫁衣給我們，嫁女兒的，他會自己製做一套男女的傳統服飾，那我也做這樣的動作，直到在十年前吧，就是部落不知道是哪裡來的經費請了外地的老師教用打包帶（PP帶）來去做編籃子的課程，然後我們是這樣子的技藝是我們很熟悉的，只不就是說過去他可以用天然素材嘛，那現在就是有這樣的材質去取代天然的素材，現在越來越多人去做成編織帶了嘛，所以我們給他了一個名字人工造藤，然後那當然那個外地來的他當然是基礎，部落的婦女們基礎也

是有拉，他們都用藤編嘛，因為那是材質的不同他們的那個編織的還是有差，因為他的那個張力是不一樣的，做出來的東西會一樣是一個餐盒，可是打包帶（PP帶）做出來的和用藤做出來的是不一樣的。那我發現那個時候我就覺得很方便阿，那為什麼我們部落就一直沒有做這個以前傳統的工藝是因為取材不易嘛，所以會讓這些記憶慢慢的從我們活上消失嘛。

研究生：請問您的部落是？

黃美花：我出生的地方是大橋部落，那我再做工藝的部落在石川部落。然後透過那一次的學習之後，就結合過去的技藝裡面，然後會慢慢就是有空就來編東西，反正這樣的一個技法，因為透過這樣的材質，取材就很容易，你要很多的變化，這個材質也便宜，很容易就讓我說能夠讓我繼續創作的一個...基本上我不會花太多的時間和錢買這個的材料。

研究生：所以材料是支持你繼續創作的一個來源嗎？

黃美花：其實是原因之一，因為我們說在他一捆也沒有多少錢阿，大概一百多塊嘛，那我面捆的現有五公斤，那一捆的線可以做很多作品嘛，那當然一開始也還在摸索，用不同的素材然後也很多的技法也還在摸索的時候，還好有這樣的材質讓我們去練習嘛，那再來就是他第二價好處就是，它的顏色很多，可以選擇很多的顏色去做不一樣的東西，因為同樣的技法透過你排線不一樣的時候，就會呈現不一樣的圖案、紋路，就是視覺阿，記法是一樣，他就是更吸引我的這樣子的素材有很多顏色可以去做它配，那慢慢在生活裡面這樣子繼續延伸下去，想說家裡也需要編個竹籃、想要編個蓆子、想要編個有造型的籃子，透過這樣的一個材質，我覺得都能夠發揮。然後當這個記髮技藝成熟了之後，我想應該是在七年前八年前，我就想我還可以給他不同的生命，就是創作，就是說換掉過去傳統款式的包包。

研究生：那所以工作室是那時候成立的嗎？

黃美花：對是那個時候

研究生：那個時候已經跟原社合作了嗎？

黃美花：還沒有

研究生：所以在這之前都是您個人自己在...？

黃美花：對對對，就是自己設計，然後因為在那個時候，我根本沒有想說一定要將來以後我要走這一條路，可是可能我的時間許可，我一直都想要去追尋我想要的感覺，就是不一樣的東西的時候，慢慢的，透過工部門的一些所舉辦的活動，也經過朋友的幫忙，我就走出去啦。走出去之後我也接觸到我的作品，一樣是編織品，為什麼我有我個人獨特的風格，這後來是有人給我的提議拉，尤其是在配色上，技法工的部分，以前就自我要求蠻高的。

研究生：了解...我有買過你的東西，很漂亮（笑）

黃美花：那個時候都還沒有一個滿意作品。我在做自我要求，也會不斷的有新的東西出來，是這樣子的一個動力。

研究生：那所以到現在梅花山工作室算是比較成熟囉？

黃美花：在大家眼中是這樣啦，可是我覺得還是有要努力的空間啦。那在這個還是要琢磨吧，大概是在這五年的時間吧，然後就五年前就是接觸到這樣的題材，而這樣子的題材，因為我會了這樣的技藝的時候，沒有什麼全力去...因為它畢竟是塑膠嘛，可是有一次我在台

北市...是政府邀請我們台東...是不是可以能體驗我們台東的工藝,然後台東市公所就找到我們兩家工坊,一個是東台灣植物染鄭老師,然後就去參加這個外縣市的活動,後來我發現人對於這樣的需求越來越高了,他遠遠看到我的東西,他會對我的特色跟整個包包的型而吸引,可是一靠近就,唉呦這個是塑膠的捏,他們就往後退不買了。

研究生:所以要求提高品質

黃美花:所以我想說,是不是還有更好的材質來取代我們目前用的材質,後來就事也是在九十四年九十五年,我忘記了,就是縣政府他們有擴大就業的方案,然後那個是他的工作一天是一千塊,其實他的用意是說,給在地的婦女有第二技能學習的機會,然後請外面的老師來教,可是我覺得還可以做得更好,就有一次有一段時間我沒有繼續工作室,因為孩子要求學、要做生意,那一兩年之後,我就沒有在做做生意,就有一次縣政府的邱小姐打電話給我,剛好他們那個剛好有一位找到一個更好的工作,就把這個名額就缺拉,然後他就打電話來問要不要來上這樣的課,原本他們的意思是叫我過去學做老師,後來我一直時間上面沒辦法空出來,那後來他打電話來,我想說:唉呦剛好大家剛好都在玩皮編,那本身我的基礎我就有了,不過就是說換了一個新的素材來去編嘛,所以我在那個時候我就去參加了,然後就開始接觸皮線了,因為我之前玩很多我們傳統的工藝嘛,所以我發現這個皮線筆原本的打包帶還要好創作,然後做出來的質感也比人造的還要好,直到現在就一直也還是以皮編為主。

研究生:所以看起來您在這個工藝創作上蠻追求的就是技術的進步和材質的嘗試(黃美花:對),那您的目標...你那時候做出來,當然你一直目標在追求創新拉,還有質感。

黃美花:就是然後還會做傳承,因為我還沒有講到大概做教學的這幾年裡面阿,也就是說...很多的東西其實...就是我就是想說做教學,就是也想要說這樣的工藝能夠傳承下去,最早我是在社福館教嘛,然後在台東的只要你說教編的這一塊的都是我,那我就是想說,將來以後能夠那些學員能夠超越我啊,所以我就是想說這個東西...恩...怎麼講,即使你跟這個老師學,學了這個老師的技術之後,就有一個基礎,再加上你本身存在的東西,會做不一樣的東西,就會考驗我了,我是常常鼓勵我的學生,盡量不要跟在我的後面,你應該就是我交給你的,就沒有瑕疵,就全都交給你們了,那剩下的就是一定要加上自己存在的東西,才有可能超越我,你做出來的東西永遠是帶著老師的影子,所以我在每一次的第一堂課我都會做一些心態觀念的課。

研究生:所以還不只是教學,還教態度跟觀念。

黃美花:因為我發現尤其是我們族裡面,很容易自滿,就是任何的一個地方都會有幾個的人都會這樣子,然後這個是我在教學裡面有一點的發現拉,如果是在每個地方,比如說公園那幾個,我覺得從什麼時候開始有這樣的狀況,我那個時候一向第一堂課就會先上心態觀念的課,因為怎麼樣呢,一個學習的環境一個學習的地方,如果有這樣的人,會影響到別人的權益,學習的權益,我不希望我教的學生,因為上面撥下來的經費是不多的,所以我都希望他們說,今天你之所以會來上課,你就是想來學老師的技藝嘛,所以說來學習一定要把你的水倒出去,要歸零拉,你才有第一次上課的意思嗎。

研究生:了解,老師非常用心嘛。(笑)

黃美花:真的是平時在教學都很像都會有這樣的出現拉。

研究生：好，那老師真的是除了自己創新以外還有傳承做的更好，那希望未來也可以繼續維持下去。那你是什麼時候開始跟原社合作呢？

黃美花：也是大概在四五年前吧？

研究生：那是手創生活館開始的時候嗎？（黃美花：對對對對）他是怎麼來跟你合作的啊？

黃美花：開始合作是因為有一次，就是有一次我在部落教學的之後做一個年度原委的成果展吧，寶町的藝文中心，在那邊作成果展，然後就作品展的展是，就是部落所交的作品都在那邊，然後再來就是老師，自己工作是的東西，他們一定會去留意，去發掘當地的工藝阿。

研究生：所以是他這邊主動來和你接洽就對了。

黃美花：對對對對，也蠻感謝他給的機會，一直到現在，因為我們這個年底有一個大展，就是說...恩...新太平洋美學的案子有沒有，有三年嘛，那今年是最後一年，那這個承辦單位也想說再華山那個地方做一個大型的一個展覽吧，一個活動，我們目前十幾家的工坊是有把東西放在原社，還有放在史前館一樓的工坊的工作室，這個就講好說原社怎麼去呈現我們怎麼去呈現我們的成果這樣。

研究生：那你覺得你目前跟原社合作阿，那對你的工藝品行銷還有你的知名度或是你自己的品牌，你覺得他們做得怎麼樣或是你有什麼建議？

黃美花：其實蠻感謝的，究是我剛所以講的心態體驗美學，然後再來就是原社，原社尤其是秀惠對...我覺得有他還是有新的這塊，有時透過他來把我們這幾家工坊的東西帶出去，然後反正就很感謝，然後會在外縣市能夠看到的作品也就是他們，而且作品也可以在101，就是比較能夠有一些展演的地方，他都會帶我們這幾家工坊的一些作品這樣，然後就外縣市他們的面前。

研究生：所以你認為他們這個行銷對你們很有幫助？

黃美花：對對，而且他們的輔導這樣。

研究生：不只是行銷還有輔導就對了（黃美花：對對對）。那你覺得說，因為他辦了很多活動嘛，那你覺得有沒有印象中辦得最好，或者說他幫你賣的最好？

黃美花：在協助我們辦這次的大型活動的老師，他就是問到我的時候，就會說：你每次的活動都是排行榜第一名。然後我就會說：沒有啦沒有啦。因為秀惠他很用心的還有跟原社的每一個同仁，很用心的去了解我的作品，然後在展示的時候，也做最後的一個導覽，所以東西才賣的最好啦。

研究生：所以你覺得他每個活動做的很好嗎？

黃美花：對阿，那原社他本身做琉璃的就不用講了，他每次號稱我是第一名，就固定的人這樣。

研究生：那有沒有印象最深刻的活動？

黃美花：印象最深刻喔...都差不多欸，都很好欸，他帶我們的作品去新光三越，因為我很放心的把我的作品交給他們，哪怕他們去哪裡還是去大陸，他有拉，就是說會做一個通知，然後會經過我的同意，那我就說好啦只要你們認為可以就可以拉，我沒意見，因為合作那麼多年了，我一直很相信他們。

研究生：那您對於這原社，他對於原住民工藝產業銷售或是展售的平台看法如何？那就是為工藝創作的人是否真的帶來實質的收益嗎？

黃美花：有。一直以來，我們都很希望說有這樣的專人來幫我們去社立我們的平台，那在過去我

是認為說我們在期待這樣的平台，有很多人就在講那個是在那個時候我就有一句話，我說：當我們在等待當我們在等待這個平台的時候呢，其實在那個時候我們應該更著重於我們的技能有沒有達到那個標準。那還好有這個原社在積極這一快，讓我們有一個適當的空間，對我們真正有在做的工坊是一個很好的協助，如果沒有他們的話，真的坦白講，那當然這不能忽略工部門拉，可是因為他們用心，很像這幾年的成績還不錯，是說如果是沒有做這樣的工作，我看就有很多工坊都凋零了。

研究生：而且他們也創造很多工坊出來阿。（黃美花：對對對）那你認為原社手創生活館，那他目前不是在糖廠嘛，你覺得那個地方是很好的展售場域嗎？他是一個很好展售的地方嗎？那你希望未來他有更好的發展嗎？或是你覺得他有什麼其他的地方可以去？

黃美花：因為他們是以一個教會的力量吧，那當然說...而且就是在一直追尋一些商品資源嘛，那目前是在糖廠的利用閒置空間，然後最現實的就是租金的問題嘛，依目前來講的話那個地方還 o k 拉，因為也有慢慢的在設置一些相關的...交通的部分還 o k 拉，是說就是能夠帶動那邊的繁榮，就是說有其他的，比方說阿水他們也是設在糖廠裡面。

研究生：所以希望你成為一個聚落嘛。

黃美花：對對對，是說能夠如果是我們台東這裡的工藝園區。透過營造之後應該也不錯啦。

研究生：那就是說退來可以發展成園區或聚落的型態嘛。那在來你現在跟原社合作這幾年，你有沒有遇到比較大的溝通上的困難，還是都溝通很好？

黃美花：都溝通很好。

研究生：都沒有什麼問題？

黃美花：對阿，其實我還蠻感謝他們的，一路都有他們的陪同，有他們一些支援支助跟輔導，所以才會讓我們在地的一些在做工藝的比較順，那過去沒有他們的時候都各做各的。

研究生：那如果一這樣子的情況你還會繼續跟原社合作嗎？那有什麼會跟他的原因在哪裡？

黃美花：大家都能夠達成共識。大家這幾年來都合作的蠻愉快的。

研究生：再來呢，你覺得原社他要怎麼做可以讓原住民工藝創作在行銷策略中有更好的發展，你有沒有什麼建議？

黃美花：他們有一個方向拉，比方說我們在做工藝的一些老師，就著重在自己的創作作品上就可以了。

研究生：你對於他們的行銷策略完全信賴沒有什麼建議是嗎？

黃美花：他們已經放很多東西在上面了。

研究生：那你覺得他們現在的原社的知名度宣傳是不是足夠呢？那你覺得他們要怎麼樣宣傳會更好？

黃美花：這個跟錢也有關係吧？（研究生：經費還不夠？）他們是...當然量力而為阿，有多少他們就自己把它發揮得很好阿。

研究生：因為還有蠻多人不知道原社的吼？

黃美花：恩...對，這個部分是還要努力。

研究生：這個宣傳部分還要在更著力。

黃美花：因為剛剛講沒有什麼的那個話，我們也就很少有這樣的互動，比如活動的話，大家才想說...平常各自努力嘛，那如果是今天有什麼樣的活動，比方說這次有一些的展演，大家

就會說集結大家的力量然後把這個活動辦好，那剩下的就是說，他能力拉，其實當然不是能力的關係是金費的問題。

研究生：所以你認為他有金費的話就會宣傳的更好。

黃美花：對對對

研究生：那您認為一個良好的行銷策略可不可以幫助您或您的工坊有更好的發展呢？所以你贊成有行銷策略這個部分去規劃？

黃美花：會阿，其實一直以來就是很希望有一個專人去幫我們做這樣一個工作。

研究生：那你還有什麼想要說明的嗎？

研究生：那您認為原住民工藝產業的核心價值在哪裡？要怎麼發揮呢？也就是說，您認為你的產品或者是你發展的工藝產業，是有怎麼樣的特色是無法讓人取代的？

黃美花：獨特性吧？

研究生：所以你認為你的獨特性是你的核心價值？（黃美花：恩對）那你覺得你未來要怎樣才能把你的核心價值發揮的更好？

黃美花：繼續做創作阿，然後有好的作品讓人家自然而然去發掘到，去影響別人阿。

研究生：了解，好的那我大概了解了。

黃美花：我跟你講，以前我沒有讀很多書，所以今天比較高檔的術語我不會講，所以我就很直接的跟你講。

研究生：沒關係，只要你想到你講的都可以教我們很多。不會啦，我覺得你的作品很好阿。

黃美花：謝謝你。

研究生：那現在只有您在做創作嗎？還是您有在教下面的人？

黃美花：其實一直以來都有自己的核心團隊，所以一直都有在做培訓，那可能就是說很多因素拉，尤其是這個生計阿什麼的，很現實的一個問題，你今天必須要捨才有今天的你嘛，但是有的人想要這麼做或是因為自己目前的狀況不允許嘛，阻礙了他們嘛，所以...有拉，現在都有慢慢一些學徒拉。

黃美花：那今天非常謝謝你。

6.一粒工作室，高梅禎老師訪談



訪談時間：2011年7月4號 晚上

訪談對象：一粒工作室，高梅禎老師(阿美族)

營業項目：編織系列、毛球系列、織品服飾、DIY 教學課

工坊簡介：民國90年一粒工作室成立，販售原住民手工商品與教學，鮮艷可愛毛球「滾吶滾」，是一粒工作室最具特色的創意商品，不同於一般商場上的敵我意識，一粒工作室希望學生們也能自立門戶，更多新血投入，一起把原住民的技藝傳承下去。

訪談內容：

研究生：請問一下你當初是怎麼去經營或者是從是你的創作？當初你創作的目標是什麼呢？為什麼會開始？

高梅禎：從何講起呢...因為原來我不是從事這方面都沒有接觸工藝，那我還沒有接觸工藝之前，我是在做代書業務

研究生：啊？代書？

高梅禎：對阿(笑)就是現在的地政士阿，根本就毫無相干，然後就是因為景氣越來越不好然後就是業務變少了，相對的你要努力在仲介方面，那就是因為受了景氣的關係阿，就想說景氣不好了我就學第二專長，然後也看到我們部落裡的工藝也越來越少了，像我們中生代，也就是說年輕的時候不學了拉，所以我就想說那我去學第二專長好了，我就去東區職訓學，就去那邊去學傳統的編織和刺繡，我是看過老人家做，但我不會做，刺繡也看過人家繡，但也不會，就想說這個我到底會不會阿，一繡就發現自己還是有那個淺在的能力，小時候也是耳濡目染拉，別人也說不錯啦，那個時候才產生對工藝的興趣，然後之後呢當然學工藝不是很單項，之後我又參加原社辦的很多的課程，那在最早期原社還在鐵花路的時候阿，我們就在那裏上陶藝。

研究生：是哪位老師教的呢？

高梅禎：我們的老師是王昱心老師。

研究生：喔~真的喔！那就是我的教授(笑)。她現在是我的指導教授。

高梅禎：對阿，他是我們的老師欸。

研究生：真的喔？

高梅禎：他算是我們做陶土的啟蒙老師，還有麥承山也是，還有一個東大的雕塑的老師，也是教

授，那我們學陶土就是像他們學的，那陶土我們在那裏上了大概四百多個小時呢，就是從初級中級到高級。在這原社真的是授了很多課程。

研究生：那中間的話，您是還有自己的職業然後去上課，還是就真的全心投入？

高梅禎：當時我還是有做別的工作啦，就給他做，雖然說我沒有全新做代書的業務，但我還是有接 c a s e 比較少，然後也幫家裡做生意就對了。全心投入應該是...我八十八年學，然後陸陸續續一直上課，就是上工藝的課程大概一直到兩千年的時候，那我就大概跟一些工藝他們出去擺攤，縣政府就邀請我，我就東西就去設攤這樣子，然後我們自己做的東西拿出來賣了，那個時候才慢慢慢慢的投入。

研究生：那個時候就有一粒工作室了嗎？

高梅禎：那個時候我還是以個人為主。

研究生：那您的工作室是什麼時候開始的？

高梅禎：漸漸在做應該是...有十年左右吧，兩千年開始拉，但是我登記的時候是三、四年後的時候才登記的，2004 還 2005 去登記。這個中間我都有在做已經有租工作室了，就慢慢慢慢的在做了。

研究生：這樣開始也是很不錯。

高梅禎：對阿！我就想說，其實做工藝也不錯啦，除了真的是可以跟老人家學這些失傳的東西以外，然後慢慢的也產生興趣了，慢慢的才有一些創作，不是一下子就有創作的想法，知道這些基礎的技能以後才慢慢才有成果。

研究生：所以有找到你的天份嘛。

高梅禎：恩...對對對，我覺得就像人家講的，阿原住 ~ 民就是有這樣的天份，因為唱歌阿工藝阿甚麼的。

研究生：那跟原社的合作，就是像他這邊寄賣是什麼時候開始的？或是一開始他怎麼找你洽談的？

高梅禎：一開始還是一樣從工藝課程開始，最早就是課程從傳襲工藝開始，然後我就各自有自己的想法就有主題拉，我的主題最早從神秘的紅繩子到還是沿用我們阿美族原來的毛線的色彩，然後就做了滾哪滾（毛球），這個就是從部落的工藝開始。

研究生：我記得你們那個時候...因為我之前訪談秀惠的時候，之前好像是說有三十幾組的創作是不是？就是好像很多個，比如說他們訓練出來的人就是有上過課的人，然後他們有開發一些產品那時候有很多族的產品嗎？

高梅禎：對對對，蠻多組。

研究生：所以現在原社裏面的這些工坊也都是從那時候開始的嗎？

高梅禎：恩...對，還有很明切的主題拉，對對對，所以要做什麼東西然後這個我趁興味以後就持續延用，很有創作很有故事性的一直慢慢的發展。

研究生：那這樣他們培訓不少工藝工坊出來摟？

高梅禎：對對，其時也培訓了很多，包括除了原社可以訓練，再來就是也跟我們史前博物館做連結。

研究生：恩...我好像有看到這個紀錄。

高梅禎：對對，那史前博物館他也是來調更我們部落這邊，而他們也開了這個課程，我們也參加

了很多研習，就像什麼...

研究生：用手去旅行阿...有一個專案好像是用手去旅行還是什麼... ..

高梅禎：用手去旅行是原社辦的，然後那個史前館他是用心找纖維，就是用纖維的一個作品，像樹皮也是纖維阿，葛藤阿黃藤阿都是。

研究生：那你現在的創作主題是跟這個有關嗎？

高梅禎：其實都有關係，對對對，其實都很有關係啦，一直到現在我都用很自然的素材，我覺得就是月桃葉也算是纖維的東西，植物嘛，都有纖維，所以都有連帶的關係嘛。

研究生：你覺得原社在對你的工藝品的行銷或者是擴展你的個人知名度，你認為他做的怎麼樣？你的看法？

高梅禎：其實做的很好應該算是做得很好了，然後就是他們一直不斷的，也應該說一直不斷的一直提升我們工坊的素質，那至於對行銷方面也是一樣，然後也是開了很多的課程讓我們的作品更精緻化，精緻化以後就是會有好的東西，在賣的時候也就很好。

研究生：所以對他們的觀感是還蠻正面的嘛？

高梅禎：對阿，他們還是一直站在那種輔導的立場

研究生：那你覺得說他們做行銷的活動，有沒有讓你印象最深刻的？而且你覺得最成功的，或是你曾經在他某一場的活動裡你覺得賣的最好？

高梅禎：怎麼說呢...我想一下，因為參加了無數次的活動。賣的最好的東西喔...我覺得東西要看季節賣欸，像我們毛求他在冬天就賣得很好，然後因為現在大概主要的商品就是月桃根毛球比較多，那至於其他的大概就是，我們都用公部門的訂單阿。

研究生：那有沒有因為去原社看到你的東西來跟你訂的？效果很好嗎？很多嗎？還是？

高梅禎：我想大概是公部門的比較多欸。

研究生：那你有跟他們辦過活動媽，就是參加他們的活動嗎？（高梅禎：你說原社嗎？）對工藝方面的，我看他們跑很多市集欸，也有跑到台北去賣。

高梅禎：有拉我有參加他們的活動啊！怎麼會沒有，他們都有到台北。

研究生：沒有啦我不是說只有台北，我看全台灣都跑過了。

高梅禎：對對對，因為他們行銷點是比較多拉，他們有很多的員工可以去做阿，像我們工坊就幾個人在做，所以我們的量很少，量少的話就沒有辦法全省去跑，那公司這樣子透過原社的推薦阿、通過公部門的訂單阿然後再來就是一些零散的客戶就是這樣，網路上看到人家推薦這樣子，我們就做不完了，所以有很多訂單我們都會沒有辦法做就會，甚至很多人都已經到門口了，就問說：一粒老師在嘛？我就會說：對不起我們今天沒有開門。

研究生：（笑）那所以原社或是您個人小型這樣的工作室，訂單是非常滿的？

高梅禎：對其實是做不完，因為沒有太多的人手就變成量會很少，所以現在工作室裡面，嚴格來講是四個人來做，也是很辛苦的。

研究生：那你覺得說像原社這樣做這樣的工藝展售平台阿，你覺得這樣做好嗎？或者是在工藝創作的部分真的會為大家帶來實質的利益嗎？

高梅禎：他們這樣做當然好阿，其實最期待他的工坊受惠其實也都很好，像比方說，我們現在進駐在跟他們一起在台糖，然後就像台糖一些小工坊聚集在那裏也是都會受到他們，也是會受惠於他們啦。

研究生：那再來，你覺得說像原社現在糖廠，你覺得這個地方好嗎？有沒有什麼你覺得那個場地是什像你們這樣的工坊去展覽、銷售，還是你覺得沒有很多人知道這個地方？

高梅禎：恩...我不知道欸，我不知道說這裡面好不好欸。其實基本上季節很多工坊在賣的話，那相對的台糖應該也有很多人已經知道要找一些手創的東西應該都會知道，我們也會推薦大家去糖廠那裏。

研究生：喔真的喔？所以你們也會推薦大家去那裡（高梅禎：會啊！）那你覺得那邊的交通方便嗎？

高梅禎：交通喔，對比較不方便拉，說真的比較不方便，但他的點也很醒目阿。當然我們也是希望說，有很多的工坊就像我們台東縣政府也已經有規劃，那將來有一個是屬於藝術的工廠，是工藝的工廠，然後將來一個賣點，那他們有他們的規劃，那我們也在期待，能夠大家一起在那裏做。

研究生：那未來你也會想進駐到那裏嗎？

高梅禎：看看拉...他們是這樣規畫，看是誰來籌畫，誰來管理就在說吧。

研究生：所以你對他是蠻有期望的？

高梅禎：恩...其實能夠建立在一起我覺得這樣會比較...就是面比較大，看起來就會比較好一點。

研究生：就是團結是力量就對了。（高梅禎：對）

研究生：了解。請問你跟原社這部分信溝通的這部分有什麼困擾？還是都很順暢？

高梅禎：沒有什麼困擾阿，都很順暢阿！大家都配合好我覺得都很好阿！

研究生：所以沒有什麼讓你覺得，像他們的解說或是你希望他們可以做更多一些什麼事情？

高梅禎：沒有欸，期時能溝通好應該都很好配合了。

研究生：所以您還蠻好配合的。

研究生：這樣子的話，你還會繼續支持原社而且還會繼續合作嗎？

高梅禎：會啊！

研究生：為什麼？為什麼會讓你支持他們？高梅禎：大家都很熟悉拉，這樣配合起來也都很...恩...大家都知道你的想法了（笑）

研究生：所以目前台東來講，就只有原社這樣一個合作對象，那有其他的合作對象你也願意去合作嗎？

高梅禎：恩...我不知道欸...

研究生：是要看人就對了（笑）

高梅禎：我們跟原社配合得很好阿，跟其他人...要看怎麼樣的一個情況，看配合的方式，是要怎麼去配合這樣。

研究生：那你覺得說有沒有什麼原社阿...就是當然你覺得原社都做得很好，那你有沒有想過，他也許有更好的方式去行銷，或者是在做一點什麼事情會讓你覺得更好，就是給他們一點建議？

高梅禎：恩...這點我還沒想欸，因為工作太忙了（笑）

研究生：所以你覺得這樣的事情給他們去煩惱就好了？

高梅禎：有時候會是這樣子欸。（笑）

研究生：你放心不是你第一個這樣啦（笑）不然都把這個重責大任推給他們。

高梅禎：因為有時候自己的能力也是有限嘛，自己的工坊也都已經搞得很累了，乾脆有些事情讓人家來做。

研究生：所以你覺得行銷策略由他們去主導這樣會更好就對了？

高梅禎：對拉，其實有人來主導的話，我相信我們自己來做也沒那麼好的能力，乾脆跟他來配合。

研究生：那當然不是說都由你來做，只是說您可以給他一點建議阿，因為有時候他們自己也會陷去在那裏想不出來。(笑)

高梅禎：對拉，那其實要出一點建議拉，就是如果說有自己的想法都是可以直接討論的阿，目前還沒有很好的想法去建議他們，因為他們做得還不錯了。

研究生：了解。那他們現在宣傳的部分，你覺得原社很多人知道嗎？那他們宣傳的夠嗎？好嗎？還缺了什麼？

高梅禎：我不知道欸，還有人不知道原社？其實還蠻多人知道的，因為原來的名字就是原住民社區發展中心，阿所以在他是一個教會的機構，如果說有接觸教會的話，他或許會知道有這樣的發展中心嘛，那如果也都沒有去接觸過一些文化產業的話也有人不知道，所以宣傳他還是要大力的宣傳，有時候我們也會去推薦說：哎呀你們去原社看看嘛，那邊也都有我們的東西，他們就會問：原社在哪裡？原社是什麼？這樣，會這樣問，所以他們還要大力的去介紹他們的。

研究生：因原社手創生活館的名字好像有點複雜。

高梅禎：其實很簡單，如果是我們第一個來講，原社就是原住民社區發展中心。

研究生：那手創生活館呢？

高梅禎：喔，是從社區的媽媽們開始慢慢的建立出來的。他們也該算是機構。

研究生：那小鳥不要和卡塔文化呢？

高梅禎：對喔，他們還有其他東西呢，全人發展協會，其實基本上卡塔文化大概就是琉璃珠的部分，那小鳥不要來算是一個...應該是主題商品的，我沒有去注意到，因為我知道我非常知道的就是，原來最早我們台灣基督長老教會的一個機構，他就等於是說，他從社區發展中心裡面，然後弄了一個手創生活館，然後再來他們的原社裡面他們還有一個婦幼，整個機構就這樣。

研究生：那麼您認為一個良好的行銷策略可以幫助你工坊的發展呢？

高梅禎：當然會阿。那誰會來幫助我們？

研究生：不一定是誰，也許你自己想到一個策略很好，也許是原社幫你想到，那如果是一個好的行銷策略會幫助工坊發展嗎？

高梅禎：單然啊！單然好的行銷策略就絕對的會幫助。

研究生：所以你也認同這麼，因為有的人覺得，不用阿我只要賣東西就好了、我只要做東西就好了。

高梅禎：我覺得賣東西還是要策略比較好。

研究生：那再來，那你覺得原住民工藝產業的核心價值在哪裡？又該如何發揮？那最主要是談到您自己的，比如說你覺得你的工坊他有什麼樣是別人不能取代的？然後你認為你自己是很有特色的所以別人都一直來找你，是不是都沒有人來做阿，你有什麼是別人跟不上的。

高梅禎：我們也是會要求自己阿，我們做的東西就是要跟別人不一樣，那其實現在他們發現到，就是一般的傳統... 比較傳統的技法阿，後來我們有一些透過很多的研習，大家做過很多的輔導然後改進，然後變成是說相對的你所做的工藝就是越來越好，那就是跟別人不一樣，那所以就是覺得，當我跟別人不一樣的時候就是會有很多人來找你，就覺得真的不一樣。

研究生：你認為你的產品是有較改良跟創新的摟？

高梅禎：恩...目前是這樣子。

研究生：那你覺得像這樣改良又創新的產品，未來你要怎麼發揮呢？你希望做到什麼程度？是傳承嗎？還是希望工坊越做越大賺越多錢，就是說你希望未來的發展？

高梅禎：那當然也是希望是說...傳承的部分當然有拉，就是基本上做傳承技藝有了以後，才每個人學了基本的功夫以後，當然就會有一些新的想法，然後新的想法就加在基礎的工法裡面就會有很多新的東西，那我是想說，目前最終的想法就是...我看到很多我們這原住民的朋友真的是沒有...應該說是沒有工作做的人，希望是說小小的工藝能讓他們學了以後，他們也可以來維持他們的生計。

研究生：哇，還包含幫人家就業。

高梅禎：我一直認為說我們的工藝不只是要做好，我想說可以帶動整個部落或是帶動一些就業人口。

研究生：那這理想很不錯喔。

高梅禎：要不然人家都沒有工作我覺得好可憐，所以說我就會讓這些媽媽們阿，就是來做，我算時薪給你。

研究生：還不吝於分享就對了。

高梅禎：對阿，因為他們也都會基本的工阿，那其他我們在基本工，會了以後再創新

研究生：好，那很棒

高梅禎：未來啦，也希望我們的那個月桃包包就像泰國一樣，你去泰國以後，然後你就會買泰國的包包，那我們也希望說月桃包包你來台東就要來買月桃包包。

研究生：其實如果說我們發展的不錯啦，其實在觀光的部分是可以帶動拉。

高梅禎：對阿對阿...就是讓每個人都可以賺一點來養家。

研究生：這裡想是感覺不會很大但是做起來還蠻大的。

高梅禎：聽起來是很辛苦，我也希望工作室可以賺很多錢。

研究生：非常感謝您喔！

7.子郁工坊，李惠美老師訪談



訪談時間：2011年7月4號中午12點15分

訪談對象：子郁工坊，李惠美老師(阿美族)

營業項目：包包、原住民時裝、原住民傳統衣褲

工坊簡介：從事服裝製作已經二十幾年的經驗，隨著結婚與先生回到台東定居，曾到一粒工作室工作，「子郁」工坊是以老師兒子的名字取的，99年2月開始營運，進駐在台東糖廠的空間裡，目前成員二人，擅長使用繽紛鮮艷的顏色，讓衣服顯得華麗又亮眼，工坊主要以傳統服飾為基礎，加以創新，打造出優雅又實穿的原住民時裝，由於作工細、品質好，訂單總是應接不暇。

訪談內容：

研究生：很高興訪談到惠美，想請教您，從事這個原住民工藝創作目標是什麼，有沒有什麼未來的想法？

李惠美：我從前就是一直在做服裝，做了二十幾年，然後回來台東以後就覺得台東好像做傳統服飾還蠻好玩的，所以就來嘗試看看。

研究生：請問您本身所屬的族群是？

李惠美：阿美族

研究生：所以您所做的衣服比較偏向阿美族的嗎？

李惠美：恩..都比較偏向這邊，比較偏向阿美族這裡，像顏色色彩，製作的款式等。

研究生：那麼您對未來或是您的創作目標是什麼？您有想過嗎？

李惠美：拓開市場拉(笑)

研究生：有沒有想做工藝師或者以後想傳承或教學下去，有沒有什麼理想之類的

李惠美：恩...希望傳承啦，因為這個東西現在很少人再從事這種傳統服飾之類的，想要傳承這部分，至於其他服裝也是可以，因為現在服裝其實都有辦法結合在一起，所以沒有什麼很大的問題，只是在於行銷方面吧

研究生：所以您認為行銷是您最大的問題嗎？

李惠美：對。

研究生：那您是怎麼開始跟原社手創生活館去做結合跟合作，是怎麼開始的？

李惠美：因為我看到他原社都一直有在做這個部分，然後就想說給他們常有課程阿就讓跟他們一起來上課

研究生：所以您是從課程中才認原社才跟他們一起合作的嘛

李惠美：對對對對

研究生：所以您也是早期他們傳習所的學員嗎？

李惠美：我是上他的…恩..用手去旅行

研究生：那好像是 2006 年左右吧

李惠美：恩...我不記得了，反正很多課程我也…一直到現在的太平洋美學

研究生：那所以您剛開始的時候只是上課，後來怎麼開始也產品在他那邊賣或者您們是怎麼開始開發產品這樣子

李惠美：恩...上次之後就跟成果的時候就叫我們研發作品，然後東西也在做成品，做成品之後才開始合作的

研究生：那目前您還是有在那邊有作品在那邊銷售嗎？

李惠美：有，很少

研究生：您認為原設手創生活館阿，對於您的工藝品的行銷阿還有擴展您的品牌以及個人知名度看法如何，您覺得他是有幫助的或者是您認為他有什麼需要，在對於您們工坊合作上的需求上有什麼改進的地方？

李惠美：他對我們有幫助阿，而且幫助還蠻大的

研究生：在哪方面？

李惠美：行銷部分，因為我們不是很會行銷的，剛好他們有在展售區，我們東西剛好可以在那裏行銷給他們其他的策略什麼的

研究生：您認為在行銷的部分，像現在他們這樣做就是已經最好還是您認為有什麼可以更好的地方？

李惠美：恩...目前因為我這邊大多都在接訂單，那一個部分不太也同時也不大注意到，我東西放在那邊我就很少去

研究生：所以您是全額授權給他們就對了

李惠美：對對對，都是他們幫我們處理的

研究生：所以這可以分擔您些這方面的部分(李惠美：對)，那在他們行銷之下，您認為比如說賣了這些東西也許他也會知道您像您這些訂單或什麼也會有可能會有一點推展，或者是擴展個人的品牌或知名度嗎

李惠美：有

研究生：有...所以有人會因為在那裏買了東西而去找您下訂單？

李惠美：對對，會有

研究生：所以您認為對您幫助很大？

李惠美：對

研究生：那您覺得原社這麼多年來辦的行銷活動，您覺得他們辦得怎麼樣，那最最成功您最印象深刻的行銷活動是什麼？

李惠美：最印象深刻的行銷活動喔…沒去注意欸…我參與過的是新太平洋美學在 101 的那一次

研究生：喔那您這是最印象深刻的吧？

李惠美：因為以前台東有什麼小活動，只會參加南島活動，所以原社這邊比較沒有參與，因為他們這是我們東西給他他都會幫我們處理，史前館那裡、門市阿什麼都是他們在處理，對

研究生：了解，所以您對他們的信賴度很高？

李惠美：答對了(笑)

研究生：那您對於這個原社手創生活館阿，因為目前來講它集合了就是很多像您這樣的工坊阿，那您認為說他這樣子的作法真的有為您的創作有實質的獲益，就是真正的營收上面

李惠美：還是有，雖然不多但還是有，還不錯阿

研究生：那您認為他們這樣子的展售平台您有什麼看法，還是您覺得應該全部的人都要加入他們，或是您認為其他的工坊會有別的意見或是怎麼樣？

李惠美：我覺得工坊都加入他們比較好，因為他們變成自己，大家都比較那個，因為會變成有的工坊在外面，而且都沒有集結在一起，就會變成自己自己那樣子，所以我說大家都集結在一起的地方因為都是原創的東西，至少東西看得比較多這樣。

研究生：那您認為說這個原設在糖廠裡面，您覺得展社的場地好嗎，有沒有什麼問題或是您覺得他以後可能在別的地方會更好，還者是您覺得糖廠這裡就不錯了然後可以一直下去，還是有其他什麼問題。

李惠美：場地是寬 OK，尤其人走進來…也是有人進來但是很少啦，那當然是說有個地方比較接近市區那是更好阿。

研究生：所以目前您認為是交通上比較不方便就對了

李惠美：對。

研究生：但您認為展場本身是 OK 的？

李惠美：對…展場部分，是因為大家都不太知道這邊。

研究生：大家不太知道糖廠，您覺得是行銷的問題，還是資訊不足或是哪裡出問題了？

李惠美：恩…這我不知道欸，因為我是電腦白痴。

研究生：(笑)欸不要這麼說，應該有一些感覺吧，也許客人會給您一些想法之類的。

李惠美：我不知道欸有的客人對我們這傳統的東西比較就覺得比較便宜阿，沒什麼很特別說什麼之類的，我覺得是這樣啦…他們會：阿~這個東西其實也沒什麼特別，有的人會這樣

研究生：欸是喔？那可能個人觀感！

李惠美：不是吧，客人來的就說：哎呀這什麼東西賣這麼貴？然後我們就會建議說那您 DIY 好了嘗試看看，您才會知道它的價值在哪裡

研究生：所以…這個消費者或觀光客可能還是不理解這邊的像這樣的文化的民族囉！

李惠美：應該是吧！

研究生：再請教您，您認為跟原社合作的溝通上最大的困擾在哪裡？

李惠美：溝通…沒有阿…

研究生：都沒有阿…都很順暢？

李惠美：對阿！

研究生：那跟原社的溝通都是他們有專人嗎？還是由經理人還是固定的人？

李惠美：經理人

研究生：就是都是固定的窗口跟您連繫溝通(李惠美：對)

研究生：您還會持續跟原社手創生活館合作嗎？為什麼？

李惠美：還會繼續，不為什麼，因為我覺得工作接的很好阿

研究生：您覺得合作很好嗎？

李惠美：對阿，因為我們也沒有別的窗口

研究生：是因為沒有別的窗口嗎？

李惠美：有拉，是因為沒有時間去外面跑，所以就同一個持續

研究生：恩..好，那您認為原社手創生活館要怎麼樣一個行銷對您們會有更好的發展？比如說像是要更了解您們產品阿幫您們解說之類的

李惠美：因為我剛好工作室也在原社的隔壁而已，所以就是他們這一個部份我會去看，我覺得他們也都會幫我們介紹我們的作品，也用不到我們的人去現場解說這樣子

研究生：那其他推廣的部分您有什麼建議給他？

李惠美：不知道欸，因為我們一直在做溝通所以沒有注意到這個部分

研究生：是…所以您覺得他們這樣子行銷就夠了？

李惠美：恩...當然希望他更擴充阿，是因為我不是很會，所以還是他們比較在意這個是來去弄這一些

研究生：好我了解了，再來那您覺得原社他的這個目前的宣傳阿，像他現在的點像您說的很多人不知道，那您覺得他的宣傳缺乏了什麼，那怎麼樣的宣傳會比較好？

李惠美：恩…應該是規劃路線

研究生：好的…所以就是認為交通改善嗎？

李惠美：對

研究生：那原社這邊呢？他自己可以做些什麼？您覺得會更好？

李惠美：恩…不夠的是人

研究生：恩...這也是問題阿，他人不夠宣傳也就不夠，所以您覺得他的人力不夠嗎？

李惠美：恩

研究生：您覺有很好的行銷策略阿，對您們而言就是會有更好的發展嗎？

李惠美：當然有阿

研究生：那在來最後，您覺得原住民工藝產業的核心價值在哪裡？又該如何發揮？那核心價值就是說您的特色是沒有別人可以取代的

李惠美：恩…不曉得欸因為我就知道說有訂單就去過，這個部份我很少去那個思考

研究生：那所以您沒有想過您的特色嗎？或者您沒有問過別人為什麼一定要給您訂單麼？是因為只有您在做嗎？還是您有什麼跟別人不一樣的地方？

李惠美：有不一樣的地方拉，我比較會建議我自己做東西就盡量不要有重複，想要改變，不要說像以前這樣子做一件背心大家都背心這種傳統，如果希望傳統也 OK，那我們還會在上面點綴其他東西

研究生：所以您自己也會設計對不對？

李惠美：對，我會有自己的想法。

研究生：所以這就是您的核心價值嗎？

李惠美：喔，應該是喔！因為別人沒有設計，像你講的，大家都一樣嘛！我比較不喜歡這樣，因為大家都會這樣，所以我不是很喜歡這樣子。

研究生：那您以後會再更怎麼樣讓自己更進步嗎？

李惠美：我要更努力更進步阿，才會創造出我們自己的傳統的所有東西出來。

研究生：那您想要怎麼做呢？您未來想要怎麼發展這個部分？

李惠美：未來還要再研發，研發在研發啊，靠一些平台來幫我們這樣。

研究生：好的，了解您的意思，非常感謝您！



附錄八、問券調查

一、問卷設計與說明：

標題：臺灣原住民族工藝產業行銷策略問卷

本問卷採不記名調查，以工藝行銷策略為主軸，整理後將納入論文分析中，除此之外，不做其他用途。

(一) 基本資料：

1. 您的年齡：15 歲以下 16~20 歲 21~30 歲 31~40 歲
41~50 歲 50 歲以上
2. 您的性別：男 女
3. 您的婚姻：單身 已婚
4. 您的職業：工 商 農林漁牧 學生 服務業 自由業
家管 退休人員 軍警公教 其他
5. 月平均收入：一萬七千元以下 一萬七千元~三萬元
三萬元到六萬元 六到十萬元 十萬元以上
6. 居住地：台東縣 其他
7. 教育程度：國小以下 國中 高中 大學(專) 研究所
8. 身份：原住民 客家人 臺灣人 外國人 其他

(二) 問卷題目：親愛的朋友，您好：請依實際狀況提供您寶貴的經驗

第一部份 屬性分類

請問您聽過、買過或到過下列名稱或地方嗎？

- 原社手創生活館 卡塔文化 小鳥不要來 原愛木工坊/布工坊 皮陽工坊
九鳥陶燒 梅花山工作室 一粒工作室 史前博物館賣店 其他原社品牌
都沒有聽過(前往第三部份)

第二部份 到過或聽過原社相關品牌

1. 您由何管道得知「原社手創生活館」以及相關品牌？
電視 報章雜誌 網路 廣播 親友介紹 其他
2. 您如何前往「原社手創生活館」？
自行開車 朋友接送 參加活動前往 搭乘公共交通工具 計程車 交通不便前往困難 其他
3. 未來會(再)到「原社手創生活館」嗎？
會 不會 不一定
4. 您會向親朋好友推薦「原社手創生活館」嗎？

- 會 不會 不一定
5. 您是否有興趣參加「原社手創生活館」舉辦的DIY活動？
願意 不願意 不一定
6. 您是否支持「原社手創生活館」成為原住民工藝產業平台？
是 否 沒意見
7. 哪一類「原社手創生活館」裡的原住民工藝品是您最有可能購買的？
配戴飾品(項鍊、吊飾) 籃子、背包 服飾編織染布
傢俱燈飾月桃蓆子 杯碗瓢盆瓦罐生活用品
石頭/木頭雕刻擺飾品 其他
8. 您是否願意購買「原社手創生活館」裡的工藝品贈送給朋友？
願意 不願意 不一定
9. 您願意用多少預算購買「原社手創生活館」裡的工藝品？
五百元以下 五百~一千元 一千~五千元 五千~一萬元
一萬元以上 其他

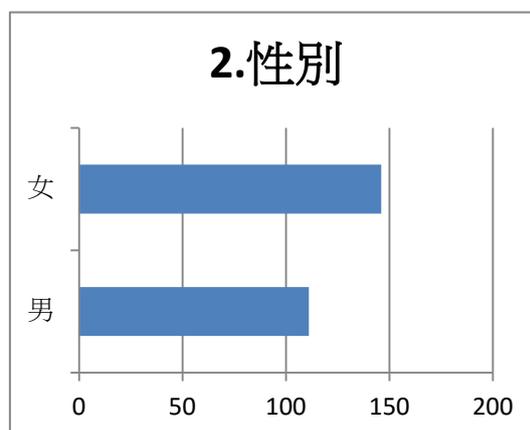
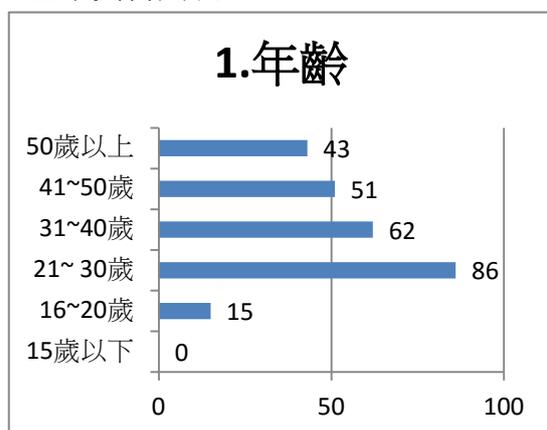
第三部份 沒有到過台東的人也沒聽過原社任何品牌

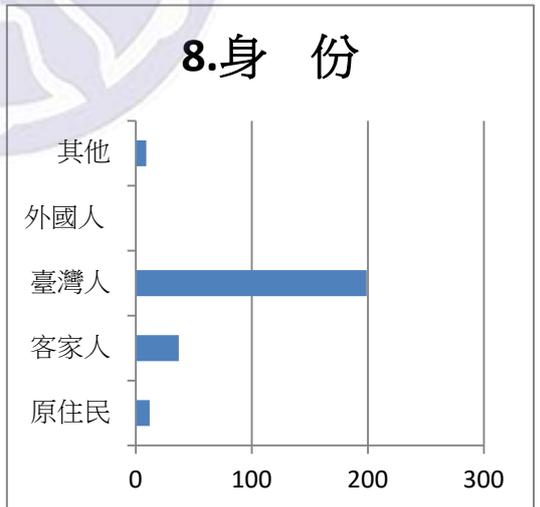
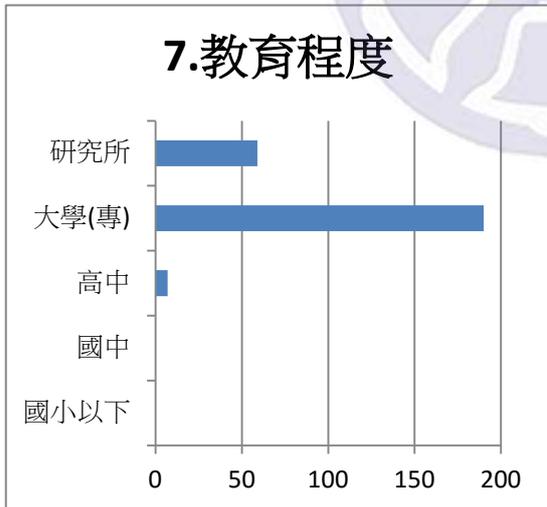
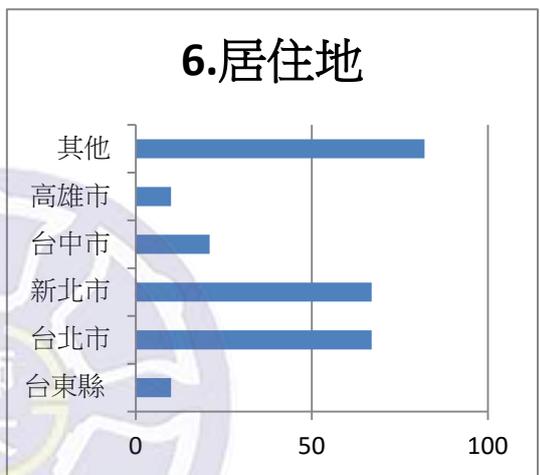
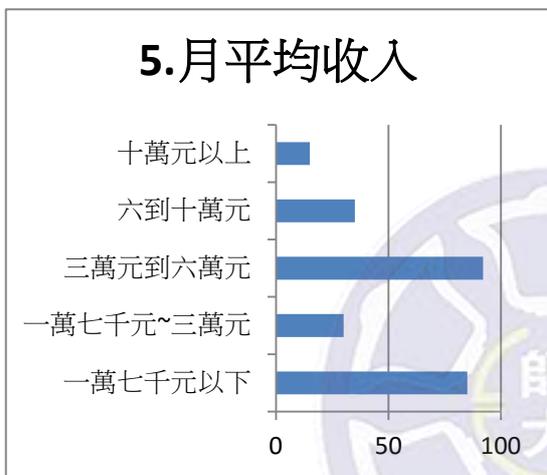
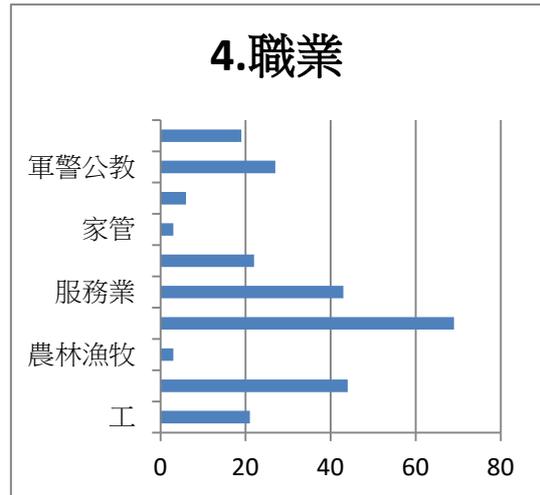
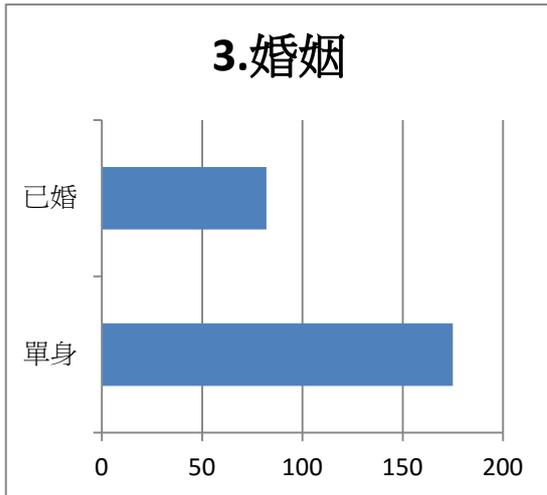
1. 您認為原住民工藝是否具有台灣文化代表性？
是 否 沒意見
2. 您是否支持原住民傳統工藝產業化？
是 否 沒意見
3. 若有機會是否希望參觀原社手創生活館？
是 否 不一定
4. 哪一種原住民工藝是您感興趣的？
配戴飾品(項鍊、吊飾) 籃子、背包 服飾編織染布
傢俱燈飾月桃蓆子 杯碗瓢盆瓦罐生活用品 石頭/木頭雕刻擺飾品
其他
5. 購買原住民工藝品時您考慮的因素是？
生活化 藝術化 個性化 大眾化 實用性
易用性 其他
6. 您是否願意購買原住民工藝品贈送給朋友？
是 否 不一定
7. 您願意用多少預算購買原住民工藝品？
五百元以下 五百~一千元 一千~五千元 五千~一萬元
一萬元以上 其他

(二)問卷回收數值與圖表

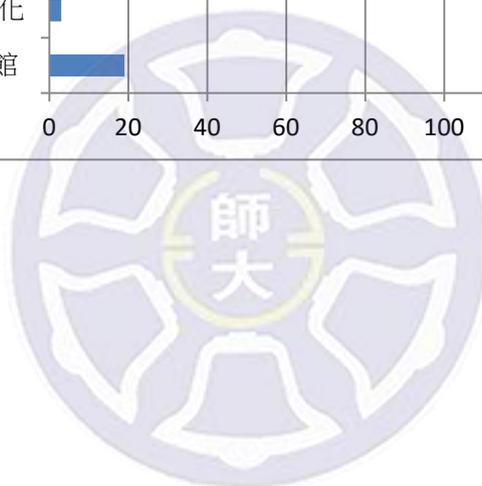
1.基本料統計		本次問卷共回收 257 份	
1.您的年齡		5.月平均收入	
15歲以下	0	一萬七千元以下	85
16~20歲	15	一萬七千元~三萬元	30
21~30歲	86	三萬元到六萬元	92
31~40歲	62	六到十萬元	35
41~50歲	51	十萬元以上	15
50歲以上	43	6.居住地	
2.您的性別		台東縣	10
男	111	台北市	67
女	146	新北市	67
3.您的婚姻		台中市	21
單身	175	高雄市	10
已婚	82	其他	82
4.您的職業		7.教育程度	
工	21	國小以下	0
商	44	國中	0
農林漁牧	3	高中	7
學生	69	大學(專)	190
服務業	43	研究所	59
自由業	22	8.身 份	
家管	3	原住民	12
退休人員	6	客家人	37
軍警公教	27	臺灣人	199
其他	19	外國人	0
		其他	9
2.第二部分統計			
請問您聽過、買過或到過下列品牌名稱或機構嗎？			
原社手創生活館	19	九鳥陶燒	4
卡塔文化	3	梅花山工作室	1
小鳥不要來	5	一粒工作室	0
原愛木工坊/布工坊	6	史前博物館賣店	43
皮陽工坊	2	其他原社品牌	5
都沒有聽過 (前往第三部份)	169		

3.基本資料圖表





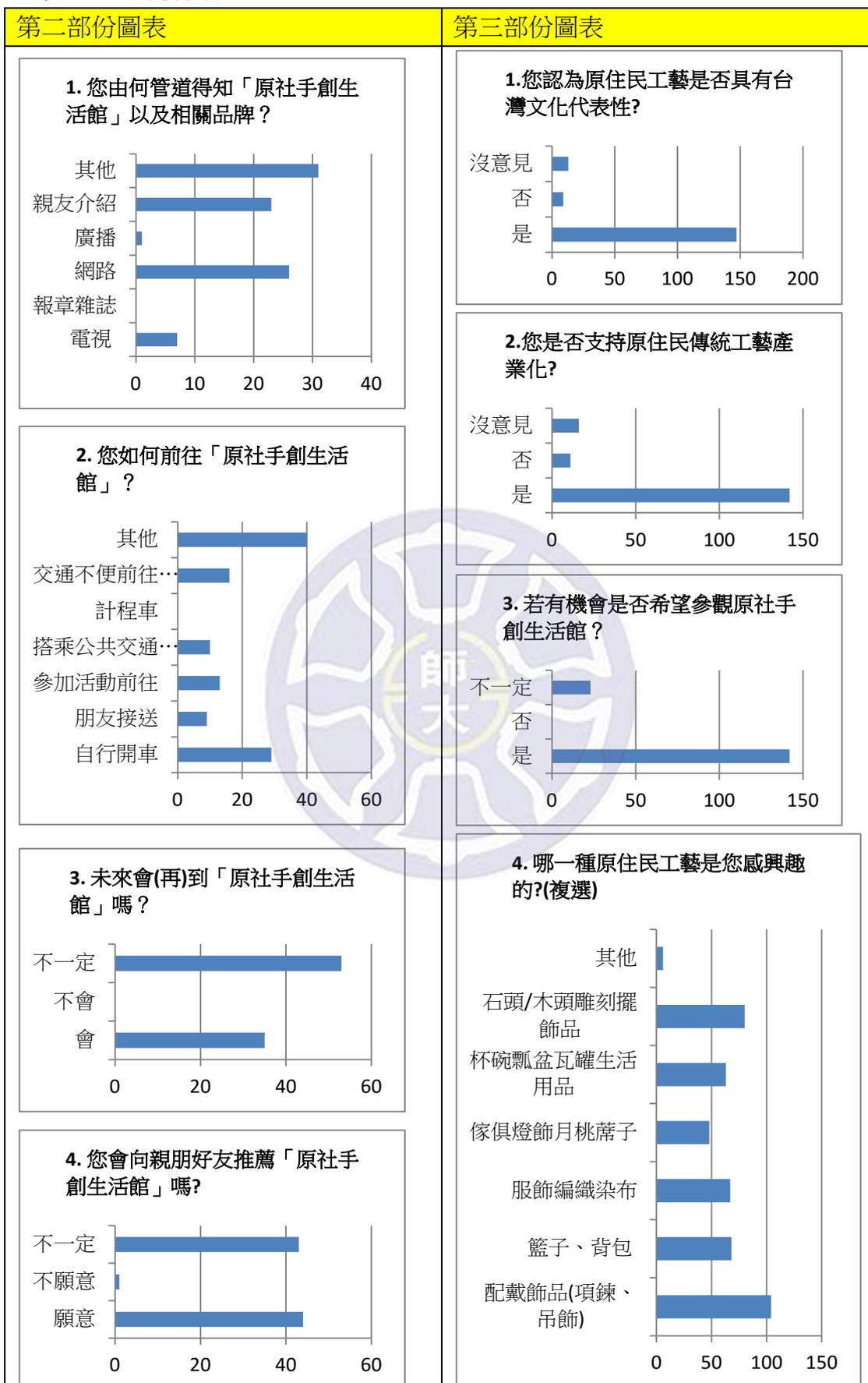
3.第一部分 屬性分類圖表



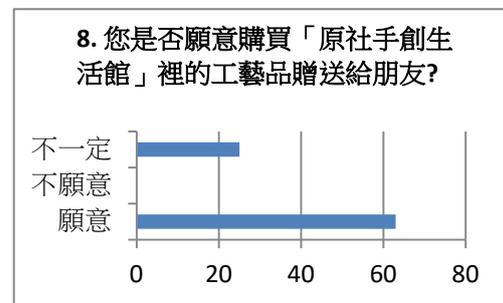
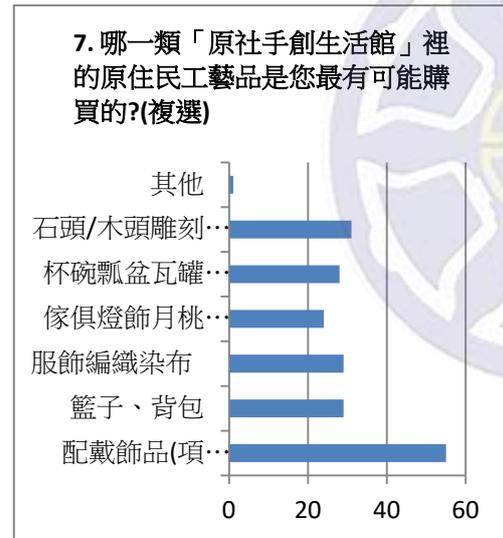
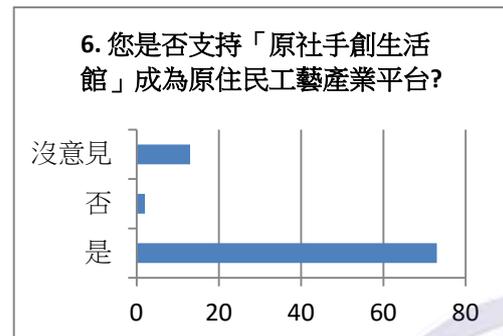
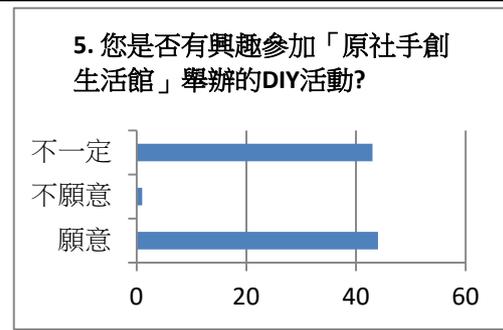
4.第二、三部份數值

第二部分統計		作答人數 88	第三部分統計		作答人數 169
1. 您由何管道得知「原社手創生活館」以及相關品牌？			1.您認為原住民工藝是否具有台灣文化代表性？		
電視		7	是		147
報章雜誌		0	否		9
網路		26	沒意見		13
廣播		1	2.您是否支持原住民傳統工藝產業化？		
親友介紹		23	是		142
其他		31	否		11
2. 您如何前往「原社手創生活館」？			沒意見		
自行開車		29	3. 若有機會是否希望參觀原社手創生活館？		
朋友接送		9	是		142
參加活動前往		13	否		0
搭乘公共交通工具		10	不一定		23
計程車		0	4. 哪一種原住民工藝是您感興趣的？(複選)		
交通不便前往困難		16	配戴飾品(項鍊、吊飾)		104
其他		40	籃子、背包		68
3. 未來會(再)到「原社手創生活館」嗎？			服飾編織染布		67
會		35	傢俱燈飾月桃蓆子		48
不會		0	杯碗瓢盆瓦罐生活用品		63
不一定		53	石頭/木頭雕刻擺飾品		80
4. 您會向親朋好友推薦「原社手創生活館」嗎？			其他		6
會		49	5. 購買原住民工藝品時您考慮的因素是？(複選)		
不會		2	生活化		79
不一定		37	藝術化		107
5. 您是否有興趣參加「原社手創生活館」舉辦的DIY活動？			個性化		62
願意		44	大眾化		9
不願意		1	實用性		93
不一定		43	易用性		29
6. 您是否支持「原社手創生活館」成為原住民工藝產業平台？			其他		3
是		73	6. 您是否願意購買原住民工藝品贈送給朋友？		
否		2	是		0
沒意見		13	否		0
7. 哪一類「原社手創生活館」裡的原住民工藝品是您最有可能購買的？(複選)			不一定		53
配戴飾品(項鍊、吊飾)		55	7. 您願意用多少預算購買原住民工藝品？		
籃子、背包		29	五百元以下		74
服飾編織染布		29	五百~一千元		60
傢俱燈飾月桃蓆子		24	一千~五千元		24
杯碗瓢盆瓦罐生活用品		28	五千~一萬元		3
石頭/木頭雕刻擺飾品		31	一萬元以上		0
其他		1	其他		8
8. 您是否願意購買「原社手創生活館」裡的工藝品贈送給朋友？					
願意		63			
不願意		0			
不一定		25			
9. 您願意用多少預算購買「原社手創生活館」裡的工藝品？					
五百元以下		32			
五百~一千元		35			
一千~五千元		12			
五千~一萬元		2			
一萬元以上		0			
其他		7			

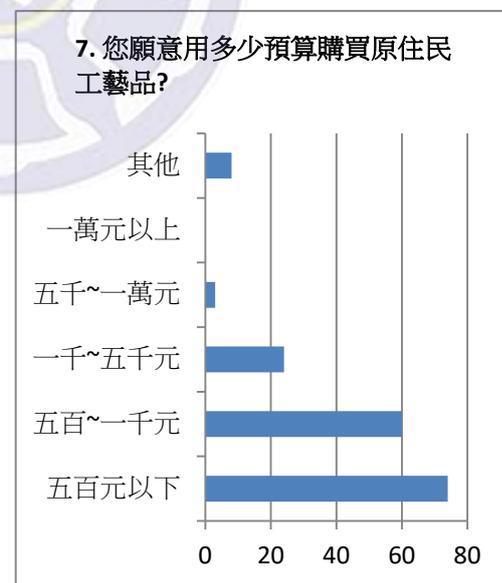
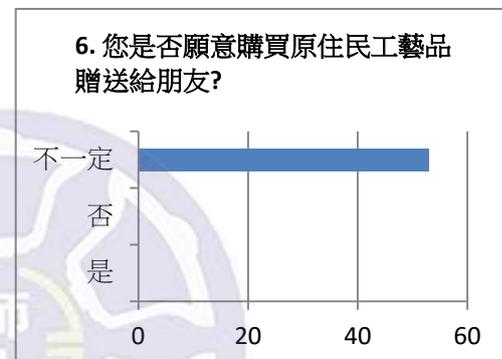
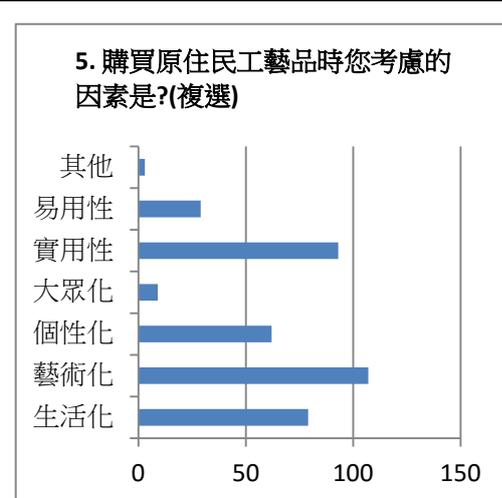
5.第二、三部份圖表



第二部份圖表



第三部份圖表



第二部份圖表

第三部份圖表

9. 您願意用多少預算購買「原社手創生活館」裡的工藝品?

