



文化、創意與地方產業結合發展之研究 ——以客家工藝產品為例¹

劉煥雲²

摘 要

本文旨在分析在地全球化時代，客家文化創意產業之發展方向。近年來客家傳統產業逐漸趨於式微，但若能在傳統產業上增添文化創意觀念，或增添客家要素，生產具有客家特色的文創產品，或能活化傳統產業。以工藝品為例，有客家文化要素的地方工藝產品，可以加入更多文化創意特色，不僅有助於在地工藝文化的傳承，亦有助於帶動客家文化創意產業的發展。本文以兩個客家工藝產品為例，說明其創作歷程與文化意涵，並申論當前客家文化創意產業之發展方向，透過客家文化產業化與創意化的推動，才能營造「哈客旋風效應」，提升客家文化產業之產值。

關鍵詞：客家、文化、創意、產業、工藝

¹ 本文為 98 年度行政院客家委員會補助大學校院發展客家學術機構計畫補助成果，計畫編號為 98-03-01-04。作者劉煥雲，聯合大學客家研究學院全球客家研究中心副研究員。主要研究方向為：客家文化研究、中國哲學、儒學、中山學術。住址：郵遞區號 363 臺灣省苗栗市恭敬里聯大一號，email: liuhuany@nuu.edu.tw，電話 037-221806，手機 0911149091。

² 聯合大學全球客家研究中心副研究員



2010

文化創意產業永續與前瞻研討會

文化、創意與在地產業：跨域、互依與整合



A Study On The Combined Development Of Culture 、 Creativity and local Industries — Taking Hakka Craftwork as a example

Abstract

This paper is aimed to analyze the developing directions of the Hakka cultural creative industries in the era of globalization. In recent years, the Hakka traditional industries have been declined and have become extinct. However, if we add some cultural creative ideas or add some Hakka elements to traditional industries, we can revitalize all those traditional industries. Take two Hakka handicrafts for examples. By explaining their creative processes and cultural meanings, this paper analyzes how to develop Hakka cultural creative industries and how to revitalize traditional industries. Also, by giving industrial and creative impetus to Hakka culture, we can create "Hakka fever effect" and increase the value of Hakka cultural industries.

KEYWORDS : HAKKA 、 CULTURE 、 CREATIVITY 、 INDUSTRIES 、 CRAFTWORK



壹、前言

文化的價值與可貴在於多元化的豐富性與特色性，單一文化乃是貧瘠的文化，台灣正因有多種文化，如閩南文化、原住民文化、客家文化、平埔族文化、新住民文化、外省文化等，才構成今日豐富的多元文化。「全球化」(globalization)與「在地化」(localization)是二十一世紀台灣施政的主軸，而全球化與在地化的互動性，使得「全球在地化」(glocalization)和「在地全球化」(loglobalization)的概念產生。以可口可樂為例，為了能暢銷到全球，可口可樂公司採用在地化的行銷策略，可口可樂在各地也被賦予不同的意義。在俄羅斯，它被敘述成可以消除皺紋；在加勒比海地區，可樂和蘭姆酒混合的飲料被稱為「自由古巴」；在許多地方，可樂已被稱為「本土」產品〈D.Howes, 1996: 6〉。可口可樂在台灣也可能和天仁茗茶合作，生產台灣人容易接受之新型飲料。

以台灣為例，外國公司在台灣設廠，雇用本地台灣人為經理，運用台灣在地特有的文化與經營方式，強調人際關係，講究勤儉、敬業、在職進修教育。台灣「在地全球化」的例子也很多，例如慈濟功德會、佛光山功德會、一貫道組織以躬行實踐的方法，透過慈善事業的開展，在海外設立分支機構，仿照西方的做法成立基金會，推動世界各地弘揚教化、講道與慈善事業，已獲得一致的肯定〈馮久玲，2002: 44〉。台灣著名的漫畫家蔡志忠先後出版了近三十本著作，如四書、莊子、老子等，翻譯成十九種文字，行銷三十一國，總銷售量三千萬本。書中生動有趣的漫畫人物與旁白，對於嚮往東方古老文化卻不懂華文的年輕人及外國人而言，這是最佳的文化學習與傳播媒介。把文化產業化並加上創意，成為文化創意產業，不僅活化了自己的傳統，讓傳統以新風貌呈現，同時也促進了全球對台灣文化的認識。

以產業發展而言，在地全球化之下，台灣客家文化產業的發展，必須具備文化、創意與在地特色之結合，方能具有客家文化特色，並經由在地全球化之品牌行銷策略，方能吸引國內外的休閒與觀光旅遊人潮與錢潮，促進客家地區經濟的繁榮。地方特色產業必須符合下列三項條件〈王本壯，1998: 30-38〉：

- 1.具有歷史性、文化性或獨特性。
- 2.過去曾對地方經濟發展有貢獻。
- 3.具消費性與文化性，且可發展為鄉、鎮特色之產業。

從以上三項標準，可以瞭解地方特色產業並非只是單純的農業加工或者是手工藝產品〈陳貴霖，1995: 326-336〉。任何具有地方特色之產品，不管是農產加工業或工藝產品，必須符合人性需求，並具有地方文化之人文意涵，以創意來增加其產品的附加價值，才有生存發展的可能。對地方政府而言，要發展文化創意產業、建立品牌形象與競爭優勢，就必須要有完整的規劃，建立地方文化產品的特色，讓文化創意產業產品具備有「地



2010

文化創意產業永續與前瞻研討會

文化、創意與在地產業：跨域、互依與整合



方化」、「特色化」、「產業化」、「創意化」與「文化化」的特質，才能形成一個獨特的地方文化創意產業，具有競爭優勢並能永續發展。

目前，客委會正積極推動並制定「客家特色文化加值產業發展」之計畫，謀求發展「客家特色文化加值產業」，其目的在於提振客家具有文化產值與地方特色的產業，提升客家地區的經濟水準。可知，發展客家文化創意產業，必須結合地方特色，加上注重品牌行銷，有宏觀與微觀的視野，才能建構客家文化產業發展的正確方向。

貳、客家文化創意產業的提出

聯合國教科文組織（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，而以產品或服務的刑事呈現；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。」〈沈揮勝，2006〉。所謂文化產業其實可以被視為與創意結合的「文化創意產業」。台灣在 2000 年提出「文化創意產業」的構想，當時的口號是「文化產業化，產業文化化」，並開始宣揚此一理念。

「文化」一詞有其不同的定義，文化是人類在時間中發展而成的，具有歷史性（historicity），也是某一族群成員的共同生活與表現方式，具有主體際性（intersubjectivity）。「文化」也是一個生活團體表現其創造力的歷程和結果，創造力是指一個團體和個人在時間之中的實踐，由潛能走向實現狀態的動力。由潛能到實現，是為「歷程」；既已實現則為「結果」。創造力是產生一切文化的動力根源，此一動力能再由已有的結果出發，開發新的潛能，實現新的結果。文化的創造力既有潛能又有實現；既有傳承、又有創新〈沈清松，1984：25-26〉。據此而言，客家文化不但要能延續已有的文化成果，而且要能創造新的文化成果；如果只有延續而無創新，客家文化必致衰微；如果只有創新而無延續，客家文化亦不能辨視出在時間中的同一延續性，失去傳承客家文化的意義。

自從台灣邁向現代化之後，產業面臨著升級與轉型的情境，傳統產業若不升級，就難與國際競爭，久而久之，可能成為夕陽工業，面臨淘汰的命運。思考傳統產業的出路與轉型問題，亦愈來愈迫切了。就台灣地區客家產業而言，客家意識覺醒之際，「振興客家產業」之問題，也就浮出檯面；「客家文化創意產業」隨之被提出。客家文化創意產業的發展，可以帶動客家地區經濟的復甦，並帶動國內的休閒與觀光旅遊人潮，提升台灣人之文化視野，更可將台灣客家文化產業帶向國際社會，將客家文化傳揚到全世界，促使台灣成為全球客家文化創意產業的重鎮，成為台灣邁向全球化的一項利基。自客委會成立後，擬定有關客家產業的「客家特色文化加值產業發展計畫」等計畫，發展「客家特色文化加值產業」，其目的即在於提振客家具有文化產值與地方特色的產業，提升客家地區的經濟水準，使客家地區富庶繁榮。



文化與產業屬於一體之兩面，產業成長的目的是為提昇人民生活品質，文化發展是為厚植地方產業內涵及提升生活品質。當「文化創意產業」與「客家」連結時就成為「客家文化創意產業」。發展客家產業文化創意產業，必須結合地方特色，加上文化創意，注重品牌行銷，有宏觀與微觀的視野，才能建構二十一世界台灣客家文化創意產業發展的正確方向。

隨著臺灣社區總體營造的推動，配合文建會「文化產業化，產業文化化」的發展政策，臺灣各客家社區居民，已逐漸開始思考文化創意產業之相關發展問題。每一客家社區領導精英，都應該秉持「針對自己的條件，營造自己的特色」的社造理念，思考自身社區的哪些產業，可以轉型成為文化創意產業，配合區域經濟作物的特性與產期，規劃客家文化創意產業特色，在邁向文化創意產業的潮流中，找尋出一條適合傳統產業創新發展的道路。換言之，配合台灣客家意識的覺醒，客家文化創意產業政策可望成為台灣客家地區經濟發展的重要策略，並可望成為地方經濟與產業再生的重要象徵。

客家文化創意產業的發展，必須以客家文化產業為主體，包括靜態及動態的發展型態及社區居民生活之客家要素三種。(1)靜態發展（實質文化），包括：文化展演設施、歷史文化資產、自然生態資源等。(2)動態發展活動（非實質文化），包括：產業活動、遊憩活動、慶典活動等。(3)居民生活之客家要素，即居民食、衣、住、行、育、樂等各層面生活特質，都能保存傳統之客家風采。因此，要評估與發展台灣客家地區之文化創業，必須針對各地客家文化、歷史背景、人文生態，瞭解目前客家產業文化活動、現況或策略作分析。再進行歸納分析，進而做各地區產業文獻調查，以評估產業之客家要素、發展及文化產業資訊，探討客家傳統文化產業創新再現的可能方向〈葉維廉，1990：44〉。當然我們不應只是將客家文化產業大量化、標準化、庸俗化、物化、消費導向化、利潤導向化、市場至上化而已，而是要將文化產業商品價值化、意義化，賦予客家文化意涵。

換言之，把文化與產業結合進行，一方面是「文化產業化」，即是把文化當作一種產業來看待，既是產業，當然就要著重包裝、行銷、賣點等，例如藉由研發、創新等過程，來重建或開發獨特性的文化產品，透過適度的包裝與行銷手段，把消費者吸引過來，再經過良性的互動、貼心的解說，而創造新的產業生機。另一方面是「產業文化化」，就是把平常客家的社會、經濟活動，結合文化意識，或配合辦理文化活動，使消費者在購買、使用這些產品時，同時也體驗客家鄉土、懷舊、尋根、新奇的感覺〈葉智魁，2002：15-20〉。也就是說要結合創意與文化產業，成為文化創意產業，在在地全球化的時代，創意是非常重要的，努力生產文化創意產品，才是客家文化生存發展之道。發展文化創意產業，不僅可以為地方帶來豐厚的經濟收益，更讓文化的保存與社會的發展呈現新的風貌。

傳統工藝為文化創意產業的核心項目，因此如何保存傳統工藝，使之能夠發揚光大，乃後繼者無可規避的重責大任。全球化之後，隨著工商社會的發展，資訊科技的日新月異，使得傳統工藝慢慢受到忽視與遺忘的危機，同時也使得文化的有斷層和流失的



2010

文化創意產業永續與前瞻研討會

文化、創意與在地產業：跨域、互依與整合



危機。本文即以客家工藝產品為例，說明工藝產品如何結合客家文化要素，帶動客家文化創意產業之發展。

參、客家工藝之創新與再造

古書對工藝一詞之解說，如《說文解字》：「工，巧也、匠也，善其事也，」；《考工記》裡也有類似的說法：「知者創物，巧者述之、守之，世謂之工」。可以得知工藝是人類智慧的結晶，能相當程度地反應一個國家文化與人民生活的水準，工藝在人類物質及精神文化中扮演著極其重要的角色。傳統工藝之傳承特色，即是「師徒相授」，傳承方法是利用手稿、口訣、經驗或是記載於典籍的傳承延續，傳統工藝匠師，扮演了文化傳承的重要角色，工藝匠師的作品，可說是社會文化、民俗活動的傳承者。然而，面對現今乃須拜師學藝，三年才能學成下山的傳統工藝，已經不符合時代現況了。加上，工業化之後，科學技術進步迅速，大量生產出現，許多傳統工藝遭到淘汰，若要求生存，避免遭到淘汰，其傳承方式一定要轉型，加以創意化發展或加上創作思維，才會有新的出路。

傳統工藝的特性是由農耕社會的生活與藝術方式決定的，中國傳統工藝的智慧，可以歸納為：重己役務、致用利人、審曲面勢各隨其宜、巧法造化、技以載道及文質彬彬等六項特色〈杭間，2006：4-8〉。客家民系乃源自于中原，歷史上，以贛南、閩西與粵東這塊客家人聚居之地，正是全球客家人的搖籃、祖地與發展壯大之區域。在地理條件的封閉性與人文處境的保守特質中，客家人保留許多完整的傳統工藝文化。明清時期，梅州客家地區的礦冶業和棉紡織業等的長足發展，更為客家商幫的崛起創造良好的條件。據史料記載，客家人集中居住的梅州鄰近地區，所發現的鐵礦產地有 20 個，採生鐵的冶爐就有 32 個〈王先慶，2008〉。據光緒嘉應州志記載，「昔程鄉繭四方，是售銀場、鉛場、煤鐵，兼富山之材木，可薪可蕪。」〈溫仲和，1962〉這些地區的工藝產品很多，也促進了許多客家商人的工藝販賣活動。客家商幫、商人之足跡，逐漸遍及國內外，客家工藝品已銷售到各地。像贛南的工藝中，剪紙與紙紮藝術就廣泛流行於民間，雕刻藝術、刺繡藝術與陶瓷工藝等，也都十分發達。贛縣田村老藝人劉盛涵家傳的花燈、人物紙紮藝術十分精湛，1995 年獲得聯合國教科文組織和中國民間文藝家協會授予「民間工藝家」稱號〈張嗣介，2004：284〉。

客家工藝文化隨著客家人到台灣移墾，也傳到台灣。然而，由於工業化之後，台灣客家社會，逐漸改變了民間原有的產經結構與生活秩序，許多民間工藝匠師，如老陶師一般，因陶藝之凋零而逐漸轉型或沒落。台灣自 1950 年代以來，客家農村的人口大量的外移，客家人從山邊、農村，遷徙到都市，與客家故鄉背離，失去了與土地的聯繫，在精神上脫離了客家原鄉的文化臍帶與共同的集體記憶。加上全球化資本主義在台灣的發展，也帶來大量摧殘自然面貌與土地，改變、轉化原來的生產及生活方式〈徐正光，1999：5-7〉。專以客家工藝產業來說，許多傳統工藝產業，如不儘快予以輔導轉型，恐



怕將在科技資訊化下，因無力競爭而消失於無形。所幸，即將來臨的藝術化或文化化的產業振興時代，若能適度輔導轉型與包裝行銷，客家的民間工藝將可加以改造，成為振興客家地區產業的重要動力。

因之，思考傳統工藝之創新與再造，必須全面審視傳統工藝之內容；傳統工藝有其傳承脈絡，若以工藝品之形成、技藝法則及其存在目的性作分類，或因其製作之材質、形式、目的性不同而做分類，可以如下分類〈劉煥雲，2009：9〉：

A.雕藝

- a.建築裝置雕刻
- b.木制宗教用品
- c.神像雕刻
- d.神龕雕刻
- e.石材雕刻
- f.印信雕刻
- g.磚材雕刻
- h.木藝雕刻
- i.竹器雕刻
- j.皮飾雕刻
- k.原住民雕刻
- l.其它天然巧雕

B.編藝

- a.稻草編織
- b.藺草編織
- c.竹編物品
- d.藤器編制
- e.蓑衣編制
- f.茶壽編制
- g.草席編制
- h.織編染藝
- i.草鞋編制
- j.織物
- k.其它編藝

C.剪糊

- a.糊龍
- b.糊神祇
- c.紙燈籠

d.客家獅

e.其它糊藝

D.繪畫

- a.裝飾陶瓷彩繪師
- b.木器彩繪
- c.看板相館繪師
- e.其它繪畫

E.女紅

- a.布偶
- b.刺繡
- c.花布
- d.中國結
- e.拼貼布藝
- f.其它女紅

F.童玩

- a.竹童玩
- b.關刀燈
- c.竹馬制
- d.陶笛
- e.其它童玩

G.塑藝

- a.茶壺
- b.酒甕
- c.原型師
- e.金門甕
- f.民用生活陶
- g.剪黏
- h.交趾陶
- i.其它塑藝

H.器物製作

- a.竹掃帚
- b.製香
- c.水車
- d.釘礮
- e.玻璃
- f.漆器
- g.制紙
- h.竹筏
- i.竹屋
- j.砌石
- k.木桶
- l.打灶頭
- m.瓦匠
- n.打棉被
- o.宮燈
- p.其它

I.金工製作

- a.打鐵（鐵器）
- b.焊錫（錫器）
- c.剪刀
- d.天然寶石金工
- e.其它

J.其它工藝

- a.蠶絲被
- b.其它手工藝製品
- c.特殊意義性工藝



2010

文化創意產業永續與前瞻研討會

文化、創意與在地產業：跨域、互依與整合



從以上客家傳統工藝的分類可知，客家工藝種類繁多，分佈在台灣各客家地區，依地區性質不同，而各具地方特色。我們以竹藤工藝為例，竹子因其線條流暢、高挺獨立，直外虛中且常年青翠，常被形容為植物中之有德君子。在台灣，由於地理環境適合竹的生長，農村田園間常可見到茂密蒼翠的竹林，也因為竹材資源不虞匱乏，先民很早便開始利用竹來製造器物。「竹編」，顧名思義就是以竹片編織而成的器具，竹材挺直、堅韌，彈性佳且耐壓，易劈成長條，是上好的編織材料。台灣早期農業社會，由於工作與生活上的需要，普遍利用竹材來編製農具及簡易生活用品，例如篩子、畚箕、籬筐、雞籠、魚籃、竹簍、竹掃把、竹扇、吊籃、茶簍…等。竹編編法，亦因地域、師承差異，各地略有不同。

早期客家之竹藤傢俱，主要是以家庭式經營生產為主，手工製作簡單傢俱內銷。後來因外銷日本需求增加，藤業逐漸萌芽發展，因藤原料供不應求，轉向印尼進口藤，生產高級的藤椅、藤桌、傢俱及家飾用品等，並引進半機械化生產。但是到了西元 1989 年起甚至禁止藤原料出口，廠商被迫遷廠至印尼或轉至東南亞其它國家，如越南等地，改以機械化生產，客家原鄉傳統手工藤椅生產成本高，價格缺乏競爭力，加上願意習承師傅手工編織工藝的年輕人愈來愈少，導致客家手工編製藤椅產業日益沒落。

客家傳統工藝需要官方政策使之復活，方能使傳統工藝的核心價值重現，使其符合現代社會之需求定位。工藝有其時尚，也有時效性。全球化時代，各國都在發展文化創意產業，文化產業與工藝結合，可以變成工藝文化產業，提供以「創意經濟」為思維的「工藝文化創意產業」。象徵工藝商品在文化消費時代不只是單純的生活工具，而具有傳遞某種文化意涵的文化商品意義。

台灣在 1995 年開始推動「文化產業化、產業文化化」，此一時期官方注重社區總體營造或發展地方特色產業上，強調社區工藝產品的創意與個別性，以及工藝師的獨創性，強調工藝產品的文化內涵。2006 年，文建會對文化創意產業訂定了十三項產業做為其發展的範疇，設想為台灣相關傳統工藝產業找到新方向，並加以「輔導」。因此，針對客家地區傳統工藝文化特色產業，加以周詳規劃設計，協助客家工藝文化產業與休閒產業結合，發展具有客家特色的休閒觀光精緻工藝產業，以創造就業機會、根留故鄉，帶動區域經濟發展與復興。

台灣各縣市之文化局已經展開區域性的「工藝普查」計畫，藉以瞭解各項傳統工藝之傳承現況。客委會亦曾經出版《客家、技藝、老師傅 DVD 實錄》等工藝專輯，以客家民間技藝為主軸，描述藝師們的生平與藝術產品，對於客家工藝師傅現況與工藝文化傳承，建立詳實而又珍貴之紀錄。³

³ 筆者也於 2007 年參與聯合大學接受苗栗縣文化局委辦之「苗栗縣傳統工藝譜查計畫」，擔任共同持人。該計畫主持人為聯合大學客家研究中心俞龍通助理研究員。筆者已故的大哥劉振興（1940-2000），就是長年在印尼雅加達的木材與竹材工廠，擔任廠長工作，生產木材與竹材製品。



今日思考客家工藝之創新與再造，必須配合客家地區的條件與特色。例如以台灣苗栗地區的工藝特色與土地資源的滋養有關，當地的地質資源—陶土，遇上專業者的發掘，才形成苗栗陶瓷產業。苗栗陶瓷開始的年代，開始於西元 1897 年，日本人石山丹吾〈1868-1933〉在苗栗社寮岡開設「苗栗窯業社」，這是苗栗陶業之發展簡史〈古賀貞二，1930：103-111〉。苗栗有地理環境的優異，境內丘陵地形適合早期登窯的建築，苗栗的礦產主要有煤礦、石油、玻璃白砂、陶瓷土、礫石礦和極少數稀有的礦產。苗栗有良質的黏土資源，其主要產地在南庄、公館福基、大坑等地區，土質原料性質優秀，不僅台灣其它地區之窯業無法與之匹敵，就連日本國內各地之良質原料，均無法相比。苗栗陶土含有百分之二點五左右之氧化鐵，高溫窯燒後，成為淡橙黃色，乃至於青灰色。

苗栗是酒甕的故鄉，陶瓷娃娃過去曾大量外銷，造成苗栗經濟的起飛，苗栗的陶瓷在台灣陶瓷發展史上佔有重要的角色，促成苗栗往日陶瓷史的風光的面貌。傳統陶瓷工藝有一個重要特色，即是「師徒相授」，方法是手稿、口訣、經驗或是記載於典籍的傳承延續。苗栗的多山多水，乃是地質構造十分複雜所致，同時也造就了苗栗在天然資源上的優勢，例如公館、苗栗與三灣地區的陶土，使得苗栗之土地具準備了發展陶瓷工藝的基礎條件。苗栗陶瓷文化中，尤以客家的陶瓷工藝傳統最具特色。例如公館的陶業，乃緣於當地的地質資源—陶土，遇上專業者的發掘，才形成公館重要產業。雖然在歷史的過程中，許多陶瓷工藝逐漸因為實用性消失而遭淘汰，然而，即將來臨的藝術化或文化創意產業振興時代，苗栗的民間陶瓷工藝，將可以成為振興苗栗產業的重要動力。苗栗北部早期有竹南蛇窯，中部則有公館陶，南部有華陶窯。

公館鄉是陶藝重鎮，日本人石山丹吾和岩本東作〈1870-1920〉合作，在公館庄大坑、楓仔坑一帶發現質地良好的陶土，於是把工廠遷至公館的大坑繼續經營，奠定了公館陶窯的發展〈鄧淑惠，2005：前言〉。日據時期公館陶最著名的陶師，是來自中國大陸的福州師傅，如林象坤、李依伍、林依梨、林烏妹及林榮飛。其中，陶師林榮飛〈1896-1970〉有齊天大聖的稱號，他原先在公館大坑創立「林榮飛陶器工廠」，後來又轉到福基成立「福建陶瓷工廠」，紀念來自於原鄉福建省〈劉煥雲、楊哲智、林瑞英，2010：5-7〉。林榮飛的陶藝非常精湛，產品十分多元，尤工於雕塑人物像。他的作品在公館地區獨樹一格，頗獲好評。其人物雕像作品有日本人二宮金次郎、乃木希典；中國人有國父 孫中山先生、先總統蔣公，外國發明家愛迪生。神佛雕像作品有觀音菩薩、布袋和尚、土地公像、牛郎像等。此外，林榮飛還做過動物造型陶製品，如獅子、蟬形壁飾等。

林榮飛也精於製作浮雕陶瓷作品，如八仙過海壁飾、香筒、筷筒、財神紋筷筒、薰香爐、姜太公筆筒。這些陶製品上的浮雕人物，均栩栩如生，堪稱一絕，成為公館陶製品中的代表作〈陳新上，2008：98-110〉。另外，公賣局的酒甕也採用公館之陶甕產品。特別是福建陶瓷工廠出產的酒甕，在陶甕肩上都會印有「福建」字樣。許多印有「福建」



2010

文化創意產業永續與前瞻研討會

文化、創意與在地產業：跨域、互依與整合



字樣的酒甕，都是出於林榮飛次子林燈鵬〈1928-2008〉之手。⁴

又如廣東梅州市大埔縣，就是著名的陶瓷之鄉，該地地質是以出產陶磁土聞名，早在商代就有陶瓷生產，是古代中國瓷器的重要產地之一，今日有「南國瓷都」之美稱，其陶瓷作品早已銷售到國內外去大埔客家地區許多陶瓷業，都以生產陶瓷茶具聞名，乃是當地之主要經濟收入來源〈楊雲山，2008：282〉。再如台中大埔客移墾之石岡地區，早年以石頭砌成駁坎著名，提供了天然石雕的材料。像郭可遇就是石岡鄉著名的石雕達人，其石雕作品享譽台灣各地，到處開班授課，傳承石雕技藝；他還是青蛙達人，復育了多種頻於滅絕的青蛙。石雕作品散落田間，襯托著此起彼落的咯咯蛙鳴，成為夏日獨特的田園景點。

工藝文化應以建立獨特創意發展為要，並且能夠尋思出文化自主性，並兼具傳統文化意涵，使工藝創作的思想脈絡以及設計，具有客家在地文化特徵。不同工藝品與創意相互結合，可以創新或改變工藝品形狀、顏色、組合、製作過程，或藉由其它創作動力，發揚工藝創作的功能與用途，使工藝品生活化、工藝化，提升工藝品文化價值，變成「工藝禮品」、「生活工藝品」、「珍藏工藝品」，讓各文化領域工藝品的創新，不只是傳統文化的延續，也是一種創新再造文化的再現。

肆、客家工藝品創新與再造之實例

許多文化創意產業的專門工作者，乃源自於本身的藝術創造特質與工作屬性，他們的創作環境就是其舒適而又自在的工作室等創作空間，他們或許不善於社交場合〈俞龍通，2007：55〉。有些創意是靠團體之集思廣益，也要靠個人創意金頭腦之發揮。我們舉客家工藝文化創意之發展之兩個實例，說明客家文化創意產業之發展前景。

一、翠玉白菜立體紙浮雕

歐式立體紙浮雕起源於17世紀，是一種由平民而貴族，由西方而東方的特殊紙藝，在西方國家是一非常風行的藝術，而在東方仍有賴大力推廣。它的前身是「歐式紙蕾絲」，顧名思義就是紙做的紙蕾絲，原文是「Parchment Craft」，Parchment的意思是羊皮紙工藝。Parchment Craft的起源，一般認為是源自西班牙、法國的修道院，當時修女們必須在削薄加工後的羊皮或豬皮上抄寫經文，繪製圖案並做經文邊緣的裝飾；日經月累，使之成為一種手藝〈劉煥雲·楊哲智，2010：179〉。後來隨著西班牙發動殖民戰爭而流傳開來，在德國、比利時、西班牙、荷蘭等信仰天主教的國家，最初是以具宗教意味的圖片，流傳在上層社會，漸漸的轉變為問候卡片，而普及於一般民間。Parchment Craft歷經數世紀的演變，隨著造紙技術的發達，描圖紙取代了昔日的羊皮紙，因為以紙張加

⁴ 林燈鵬為人誠懇老實，工作認真，從不與人計較，對家中陶藝經營任勞任怨，盡心付出，是福建陶瓷廠不可或缺的人物，也是林榮飛得力的助手。



工成本很高。

歐式立體紙浮雕傳到臺灣後，台灣人使用高雅的細緻的紙蕾絲，因而在台灣以「紙蕾絲」三字為名。現在紙蕾絲的作品已擺脫以往宗教的模式，呈現活潑、浪漫的氣息。在南美洲，凡遇到重要的日子，人們均習慣自製紙蕾絲卡片，送給親朋好友，藉以表達最誠摯的祝福。歐式立體紙浮雕作品之重點，在於經由圖材之分解、造型、黏貼、亮漆、裱褙，讓一幅藝術畫由平面到立體以及情境表現，呈現出來的乃是一幅動人的浮雕藝術畫。所以說它不是平面的畫作，而是立體又多層次的畫作。它得做法是，由同樣平面的畫圖家以剪裁、雕刻、重疊、黏著，使之成為立體圖案，再加以裱框起來。製作過程中，手工精細、細緻，往往要製成一幅好成品，需要用掉二十多張同樣的平面圖案紙。「歐式紙蕾絲」顧名思義就是紙做的紙蕾絲。

以紙浮雕藝術及紙蕾絲技巧配合簡易工具，再以熱情雙手，完成一張張滿滿祝福的卡片。住在苗栗的客家婦女葉昌玉，她學習立體紙浮雕，又學習紙蕾絲，從家庭工作室開始，一直到現在擁有一間可供作品常年陳列展示的教室，也有十幾位師徒相授的學生，其成員包括退休教師、家庭主婦、公教人員、一般民眾等共十餘人。葉昌玉從事立體紙浮雕之創作與教學，已經十二年。她記得，有一回得獎上台分享時，曾說：台上分享十分鐘，台下已是十年功。她秉持「心感動、手感動」之理念，認為創意來自用心思考，必須將客家文化要素創意結合紙浮雕製作。她認為要將客家文化要素結合創意與新思維，就不能拘泥於過往的形式，創意須具備智慧、思考力與巧思，創意的意涵包含人文與傳統哲學觀念。因此，葉昌玉想到將歐式立體紙浮雕與桐花意象相結合。

2006 年客委會舉辦「好客博覽會」時，她心想這場盛會能將紙浮雕教室帶向手藝時尚之機會，可以將有客家特色之桐花布設計為懷舊童玩——桐花沙包，而且還搭配古老的數字文化童謠口訣，並配合玩沙包之肢體動作，非常好玩、逗趣，引發思古懷舊之情。此一神來之作，結果竟然大受歡迎。其特色是：

外 布：桐花布代表客家特色。

內 裝：綠豆，為種子代表傳承。⁵

純手工：由客家婦女與母親親手一針一線縫出舊時童玩的回憶，讓玩過的人回味無窮，更讓沒玩過的人體會當時沒有玩具的時代，童年是怎麼玩樂的。

文化要素：懷舊童玩口訣。

「一放雞」：拋起兩個沙包，放下一粒沙包。

「二放鴨」：拋起一個沙包，放下另一粒沙包，第一個沙包緊靠一起。

「三分開」：拋起沙包，將緊靠的兩個沙包分開。

⁵ 因綠豆不耐久放，晚近已改用塑膠顆粒，便於保存。



2010

文化創意產業永續與前瞻研討會

文化、創意與在地產業：跨域、互依與整合



「四相疊」：拋起沙包，將分開的兩個沙包緊靠。

「五搭胸」：拋起沙包，並用拋沙包的手拍胸膛。

「六拍手」：拋起沙包，雙手互拍。

「七圍牆」：拋起沙包，雙手圍在胸前如一道牆。

「八摸鼻」：拋起沙包，用拋沙包的手摸鼻子。

「九揪耳」：拋起沙包，用拋沙包的手揪另一邊的耳朵。

「十拾起」：拋起沙包，拾起桌面上的兩粒沙包。

2007 年桐花飄飄季節，她為桐花祭所設計的紀念品是紙蕾絲桐花鑰匙圈。設計樣品剛出來，立刻與桐花沙包一起成為桐花祭 DIY 之選擇。她還製作桐花立體紙浮雕，除了創作出許多圖案式樣之紙浮雕作品之外，又花費了三個月的時間，創作出富有客家油桐花式樣的紙浮雕作品。她以新思維，新創意，以所擁有的一技之長與客家文化產業密切結合，讓傳統與時尚相因應，讓客家要素與文化結合，其作品更成為文化創意產業產品，行銷客家文化之美。她甚至到社區大學開班授課，教導一群高智慧，超勤勞的客家與非客家朋友，學習歐式立體紙浮雕與紙蕾的優雅創作技巧，創作出不同風格之產品，引領更優質、更富文化內涵之生活。

凡走過必留下足跡，葉昌玉老師努力多年，創下許多的成績單，這些持續努力所創的成績單，讓她的生活一直是熱鬧而且燦爛。她與工作室其他夥伴，每年的都締造新的成果發表會，也贏得許多獎項。像 2006 年客家特色產業人才培訓班產業企劃第一名，也設計出桐花布名片夾、女士用的桐花布小化妝鏡及牙籤套、桐花布包袱方巾及其他作品等。近年來，她到各地去參展，推廣客家工藝文化創意產品的理念，深受好評。她曾受邀到聯合大學藝文中心展出其紙浮雕作品，也曾經在苗栗縣文化局、西湖鄉吳濁流藝文館參展，亦曾受邀到元智大學、聯合大學等大學院校，做桐花沙包及其它紙浮雕 DIY 教學。由於葉昌玉的桐花創意商品，十分流行，馬上受到仿製，坊間早已出現類似的創意商品。2010 年 12 月，葉昌玉在友人林瑞英⁶的提醒下，開始思考創意商品申請商標或 logo 的方向，以建立品牌形象。客家工藝產品或文化創意產品，必須別出心裁，隨時引領時尚，發揮人文巧思，製作出精美、有價值、具實用性的新文創產品。林瑞英主張，許多工藝愛好者或不同行業的人才，大家可以相互切磋，腦力激盪，集思廣益，淬煉出金頭腦，用之於創作新式樣商品。

由於林瑞英出身於陶瓷工藝世家，具有工藝審美能力，她從小目睹祖父林榮飛及父親林燈鵬，日以繼夜的製作各式各樣技巧高超的陶製品，有些陶製品因工藝精湛又限

⁶ 林瑞英女士是苗栗人，也是康富家具企業有限公司負責人。她因陶藝家傳淵源而有獨到的工藝審美觀念，秉持專業的服務精神，為台灣引進世界各地品質優良的工藝家俱與精品，以美化居家生活，滿足現代人對於品味的追求。其網站為：kanfo@ms43.hinet.net；住址是中壢市新中北路功學社區 12 號大禮堂。



量，價值無限，值得珍藏；有些生活陶製品，不僅兼具工藝之美，實用性高，屬日常用品，且價格低廉，可以量產販售賣錢。林瑞英雖未學習家傳陶業，但因於商場中販售家具及其它精美工藝產品二十年，每天接觸不同的顧客與商界人士，知道各種工藝產品的消費時尚。所以，她建議葉昌玉發揮獨特的審美觀點，秉持人文精神，不斷的用心發揮創意巧思，迎合消費者心理與時尚。在工藝產品之創作上，可以搭配五顏六色的客家花布色彩美學，或是搭配素樸的客家意象圖案，或是以葉老師姓名中的「玉」字為 logo，推陳出新的製作出立體紙浮雕或桐花意象產品，這是別人所不能仿冒的品牌形象。舉例而言，林瑞英就建議葉昌玉老師，可以製作手工精美、以不同色彩的素樸客家桐花布，搭配「玉」字或其它巧思圖案，縫製成手機布套，再襯托紙蕾絲吊飾，不僅可以大量販售，人手一套，而且也不怕他人仿製。

歐式立體紙浮雕作品之重點，需要將圖材分解、造型、黏貼、亮漆、裱褙、剪裁、雕刻、重疊、黏著，使之成為立體圖案，製作過程長久耗時。林瑞英認為這些精巧技藝，雖是葉昌玉的專長，但是作為工藝創作家，葉老師沒那麼多時間從事實際製作，她的專長毋寧還是在於金頭腦中不斷的創意巧思，以及獨特的色彩美學及審美觀，敏銳的直覺，細緻的人文心靈，再結合客家意象，以巧手創作出各式各樣的工藝文創產品。這些意見，葉昌玉都能理解與接受，將進一步加以綜合整理，再從新出發。她自許的是，自己有客家人的硬頸精神，有不斷學習的動力⁷，有諒諒善道、察納雅言的度量，有堅韌的生命力，更有一雙巧手。加上她已在第一銀行退休，老年生活無虞，有長足的時間可以從事創作，為客家工藝盡一己的心力，帶動紙藝之推廣，希冀客家工藝文化創意產品的創新與再造。⁸

事實上，多年來葉昌玉嘔心瀝血的得獎作品有：

花仙子系列，台灣生態鳥系列。

童話故事的再現……彼得兔系列、睡美人、白雲公主與七矮人、快樂小熊等。

中國風系列：丹荔、紅梅、四季蔬果、九如圖等。

特殊圖材系列作品。

優雅之紙蕾絲系列。

DIY 紙蕾絲鑰匙圈。

2007 年苗栗聯園藝文工作室年以台灣國寶級故宮博物院珍藏之翠玉白菜圖案，經過故宮授權，將翠玉白菜圖案，結合中秋月餅，創造出新的手工藝品式樣，以國寶圖像，創造工藝產品新意境，為台灣文化創意產業，增添了成功之新案例。2008 年 6 月，首

⁷ 主要是來自於老公吳萬隆與子女們的支持。吳萬隆老師，是客語薪傳師，免費主持客家廣播電台及教授客語漢文多年，聯園藝文工作室同時就是免費之客語漢文教學教室。葉昌玉老師也是客語薪傳師。

⁸ 葉昌玉響應政府創立文化創意產業研發部門的主張，認為官方培育文創人才是重要的。未來文創品將是行銷台灣精品主力。



2010

文化創意產業永續與前瞻研討會

文化、創意與在地產業：跨域、互依與整合



批來台觀光的大陸遊客，在故宮觀賞時，最受矚目的國寶就是翠玉白菜。而聯園藝文工作室之葉昌玉女士，發揮創意，將台灣國寶級清代之翠白玉菜，創作成「幾可亂真」的紙浮雕作品，將玲瓏剔透、綠意動人的立體紙浮雕翠玉白菜，嵌入中秋節木製禮盒中，讓中秋月餅禮盒多了一份值得觀賞與收藏之藝術品。

「國寶臻藏月餅禮盒」產品，由台灣故宮簽約授權限量生產 2000，產品有故宮授權條碼為準。其中的國寶「清—翠玉白菜」立體紙浮雕，其製作過程歷經創意發揮、原創授權、創新造型、模組生產等一連串嚴謹的流程所完成，讓中國舉世無雙的國寶及珍藏，展現其嶄新面貌，達到藝術領域的高境界。其中文化創意之發揮、靈感之迴蕩、枯腸力竭的創作過程，是聯園工作室主持人葉昌玉啟動一群師資級的手藝共同完成，也是創意的頭腦展現，證明文化藝術與手工藝結合，還可以將之文化產業化，創意產品產產化，帶來經濟生機。

文化創意產品要能永續經營，需要不斷的創新。聯園藝文工作室之產品，是將客家文化意象，透過繪者畫筆的紀錄，留下了珍貴而美好的畫面，再透過立體紙浮雕的製作與推廣，將客家意象與藝術文化，結合手工藝，成為一幀生動有趣的作品，更在製作的同時展現紙藝文化采風，讓「紙」工藝能夠重顯客家人的工藝文化技巧。客家工藝藝術生命有如花籃，需要花妝扮，聯結各式各樣創意，創作新穎，跳脫傳統框囿，不斷推陳出新大眾化生活工藝產品，而且結合客家意象，讓創意變成有經濟價值的生意，帶動客家創意產品的生機。

目前葉昌玉老師正在與苗栗著名的攝影家謝其昀老師合作，打算將謝老師所拍攝黑白的鄉間情景、人物及已經消失的一百種行業的老照片，加以製作成立體紙浮雕作品，作為中華民國建國一百年的工藝品獻禮。這將是結合紙浮雕工藝及攝影家心血拍攝的傳統老行業的大好創意點子，令人生發思古之幽情，感嘆傳統行業之消失，又讚嘆新時代工藝發展的亮麗未來。真是讓人拭目以待！



圖：翠玉白菜立體紙浮雕



二、陳俊光的陶瓷工藝作品

陶瓷工藝是從原始時代土器發展而成，中國傳統土器在西元 5000 年前已經出現在黃河流域地區，土器上又繪以彩紋而成為彩陶。《考工記》提到「搏植之工：陶。」其中陶，指的就是陶瓷工藝。工有陶（即是製陶），各工匠各司其職，以為民器。可知，陶藝之起源甚早，乃是順應人生活之需求而生。無論是黑陶、灰陶，加上天然釉藥，而變成陶器，豐富了陶瓷之色彩與種類〈高橋宣治，1988，12〉。中華古陶瓷不只是先民所創設得生活器皿，也是藉以表現文化藝術的載體，走入古陶瓷世界，可以感受到先民在陶瓷創造之精與美，以及在陶瓷製作時選料、造型、彩繪、燒造的用心，以及蘊藏的文化、藝術的豐富與成就。例如青花瓷是明代瓷器的主流，以線條勾勒祥獸瑞禽的龍紋、鳳紋，或寓意吉祥的宗教紋飾，如纏絡紋、梵文、八寶等〈蘇崇武，2004，122〉。到了清代乾隆時期，更推動新奇的燒造技巧，如玲瓏交泰瓶與轉心瓶的高超燒造技術〈曾長生，2004，112〉。陶瓷藝術經過數千年之發展，隨著漢人移居台灣，也將技術帶來台灣。台灣苗栗這塊土地上，就有非凡的陶瓷歷史紀錄。

大體而言，其它公館窯業產品大都以生活器皿為主，像大水缸、甕、鉢、茶具，以及裝先人遺骨的金斗罈、花盆等。民國六十年代，由於外國裝飾陶瓷的風行，公館地區的陶瓷廠大量興建，這是公館陶瓷業的黃金時代，為台灣賺了不少外匯。當時，公館地區大小陶瓷廠約有八十餘家，有專門生產生活器皿的，也有以裝飾陶瓷為主，其中也有不少的藝師，利用傳統的手拉坯技術，創作多樣式造形美觀的陶藝品，這些成品堆放在路邊，或在陶藝館的櫥窗待價而沽，使公館鄉成了古樸雅致的陶藝世界。不過，1990 年之後，精緻陶瓷外銷市場日漸萎靡，WTO 時代來臨，公館鄉陶窯已經沒落了，許多窯場紛紛歇業或關廠。

不過，仍有不少的陶藝師，繼續利用傳統的手拉坯技術，創作造形美觀的陶藝品。像出身公館陶業的匠師吳開興，以長年的經驗與個人對於陶藝創作的成就，榮獲 1987 年的陶瓷類民族藝術薪傳獎。而陳俊光亦於 1988 年獲得全省陶藝競賽第一名。陳俊光二十歲開始學陶，啟蒙於北投研究陶瓷的徐文斌老師，他也向歐豪年教授學畫，又向林葆家教授學陶與彩釉。因天資聰穎，又富於想像力，在陶藝上奠定良好的基礎。1971 年他將研究多年，頗有心得的藝術花瓶技術帶來苗栗公館鄉，因而帶動苗栗公館鄉藝術花瓶之始。藝術花瓶技術的特點，是將書法、國畫、雕塑、彩釉之技術納入各種造型的手拉坯與模塑成形之中，使傳統的陶瓷成品上憑添了視覺中特殊的美感，新奇奪目，深受廣大愛陶者歡迎典藏，同時轟動藝術界，因而聲名大噪。

陳俊光發揮創意無限，他先後創立藝術陶瓷公司、苗栗縣陶瓷暨窯業文史工作事，又創立古風樓藝廊、甕之鄉陶瓷文化教育館，在場地內設立「駿窯」及精緻書、畫陶藝陳列館，博得各級政府官員、地方首長、文化單位、藝術界同好、鄉親、仕紳之親善，蒞臨參觀欣賞並典藏〈余鶴松，2006：9〉。經濟有不景氣的時候，陶製產品不能單一化。因此，陳俊光利用閒暇時間，繼續將書法、繪畫、水墨、雕塑和陶版畫，運用在陶瓷製



作上，是當時創意產業第一人。他在全台灣十六個縣市文化局、社教館舉辦達 30 場次之展覽，全省十六個縣市文化局巡迴個展，以及國內外書畫聯展達百餘次〈陳俊光，2006：10〉。陳俊光曾被邀請為苗栗縣陶瓷文藝季國際陶瓷研討會負責人，負責規畫罕見之國際陶瓷研討會，他又負責蒐集陶瓷文史、創意設計甕牆、甕塔、陶版字、磁磚大壁畫，又創作苗栗龍年新春長達 102 公尺之竹編巨龍花燈，成為世界之最。

陳俊光最擅長於手拉坯的表面處理，因為有深厚的書畫、雕塑美術基礎，在創作的範疇裡，表現獨有的特長；他的國畫創稿清新灑脫，書法行草兼之自成一格，是一種非常高尚帶有書卷氣習、雅俗共賞的陶藝創作。他不斷的創作，創作領域裡經常有極獨特的創意，如實心雕塑、白玉石釉、金紅柿釉等，都是他創作領域中新的突破。他將苗栗好山好水與純樸民風，發揮在藝術創作中，使作品展現出人文與藝術風尚，蓬勃了苗栗縣陶藝創作風氣。

他在陶瓷創作中，藉由不斷地研究、體悟、與琢磨，用釉色的變化、生活的靈感，使陶瓷不再只是容器，而是「藝術」，並將藝術的美感融會在水墨創作與書法上，不僅透過藝術來表達其生活特質與美學，與及追求藝術文化，更是用經驗愉快、隨性為之的「書畫」，來昇華心靈，美化人生。

茲舉數例說明他的創新與創意製陶法如下：

1、釉〈glaze〉是一種玻璃質塗膜，塗在陶瓷器表面，又稱為釉上彩繪〈On-glaze Decoration〉，即先在陶瓷上施釉後再彩繪，然後高溫 1000 度以上燃燒成釉陶。〈鄭武輝等，窯業詞彙，1975，136〉陳俊光發現公館有獨特的釉藥土，可以利用在陶瓷上。於是他自行在公館鄉山區採集礦石，研製釉藥成功，並將獨特的彩釉與水墨渲染方式應用在製陶上，讓每件作品展現不同的風采與色澤。

2、1996 年苗栗縣政府文化局委託陳俊光辦理陶瓷工藝展，陳俊光設計了大片的甕牆造型，顯示苗栗是甕之鄉的大縣，他將裝酒之甕，鑲嵌在文化局大禮堂前的牆壁上，並在廣場造了一座蛇窯，展示陶燒的過程。這次展出，勾引了許多老陶師的回憶，充分發揮創意。

3、2003 年位於苗栗市的聯合大學改制為一般大學，當時副校長王俊秀請陳俊光設計聯大的陶甕特色。由於聯大過去在工專時代，有陶瓷玻璃科，培養出無數的陶藝人才。如水里蛇窯的主人林國隆先生，就是聯合工專陶瓷玻璃科畢業的。陳俊光再度發揮創意，在聯大圖書館地下室蓮荷電影院隔壁之牆上，包括室內之牆上，以半個酒甕鑲嵌在牆壁上，顯示苗栗之陶瓷特色。另外又在廣場上，設計陶甕之牆，凸顯苗栗是陶甕之故鄉。王俊秀並進一步設計了聯大可以轉動的祈福之甕，增進了陶甕的附加價值與人文美感。

陳俊光之甕之鄉陶瓷文化教育館，是以休閒捏陶繪畫為構想，讓人在休閒中學習陶瓷美術工藝創作，並不是像生活陶之大量製做來賺錢的想法。一般人休閒大約分做三



類：把休閒當作目的、把休閒當作工具、把休閒當作自由時間〈Kaplan,1975: 19-26〉。不論哪一種休閒類別，從事書法、繪畫、雕塑或手拉坯捏陶，都可以歸入 Dumazedier 所說的「藝術休閒」的類別〈Dumazedier，1974：99-104〉。

陳俊光排除過去量產的生活陶製做，而走向休閒個性化與藝術學習結合的 DIY 體驗捏陶教室，因此特別提供黏土、水、手拉坯轉盤開始，由到訪者親自動手體驗，製作個性化作品，再從旁指導。當作品捏製過程中，陳俊光邊講解編修正，讓個性化小陶土能成型，後來再上釉藥，刻上個人喜好文字，放入窯爐中燒製而成陶製品。陳俊光的作品盛為豐富，他的作品深具個人創意，發前人所未發，如〈劉煥雲，2010：136〉：

1. 福祿壽酒葫蘆—此類作品申請專利，把名酒放入葫蘆型酒瓶中，酒瓶外雕以葡萄、水果模樣，造型奇特、討喜。
2. 個人鏤空陶製腳印版—以個人腳印指模燒成陶藝品。
3. 陶製觀音像—流露出五顏六色的色彩，觀音面向莊嚴而肅穆。
4. 雙女跳舞陶俑—造型活潑、生動，線條流暢，表情栩栩如生。
5. 手拉坯文化穀倉—附有客家村文化氣息，勾起思古之幽情，風華無限。
6. 陶版畫—釉下彩水墨渲染，全國唯一。
7. 畫中書—畫中有書法，融情入景。
8. 實心陶雕塑—高難度的陶藝技巧，鮮活耀眼，多采多姿，將藝術發揮的淋漓盡致。
9. 陶版工程壁畫—大型陶版畫，氣勢雄偉。
10. 甕塔造型—展現苗栗是酒甕的故鄉。

在推廣陶藝方面，陳俊光老師可說不落人後，除了苗栗縣政府或其他政府單位會定期邀請甕之鄉舉辦的活動外，甕之鄉窯業仍不斷的從事陶藝的教學，提供民眾一個了解陶藝文化的學習場所，使得苗栗傳統陶瓷技藝得以繼續傳承下去，讓更多人感受苗栗陶藝所蘊藏的客家文化之美。

從以上葉昌玉與陳俊光的創意範例可知，發展客家文化創意產業，必須結合文化與創意，並具有在地特色，才能把握文化創意產業永續發展之契機，以及營造在地品牌。可以說，文化產品和一般商品最大的不同，在於該商品所含蘊的「文化」價值和「創意」和「在地特色」，這三個因素是文化產業不可缺少的因素。今日，發展客家文化創意產業，必須整合具有「互依」關係的各種文化產業、創意產業和在地特色產業，利用文化創意產業的「三生」環境（生活，生產與生意）和「在地特色」環環相扣，創造具有永續性的產業產值。



2010

文化創意產業永續與前瞻研討會

文化、創意與在地產業：跨域、互依與整合



伍、結論

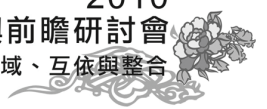
從上述的例子可以得知，工藝藝術家的作品，未必每一件都能帶來商機。但是，有文化、有創意、有地方特色的工藝品，一定能獲得消費者之青睞。客家文化創意產業產品之發展，除了要靠政府的政策之外，必須加上民間的創新創意，才能開創新局，與世界潮流相結合。台灣今日仍有許多客家傳統工藝產業如民藝、木雕、陶瓷、紙傘等產業，深具客家特色，若加上新思維之創意設計與製造，由官方加以輔導，提供文化包裝，使之符合人性需求，具有人文色彩，定可增加附加價值，以在地客家品牌形象，有計劃的行銷國內外，並打入國際市場，一定能提振客家工藝文化產業。

其具體作法如：

1. 針對各地客家工藝產業特色，發展加值產業。結合文化與產業概念，提倡客家工藝文化創意產業的行銷觀念。
2. 輔導成立工藝產品產銷管道，加強工藝產業產銷軟硬體服務。
3. 培養客家工藝文化產業創作人才，鼓勵工藝作品創新，以有系統的培育計畫，培養創作與銷售人才。
4. 以現代科技，提升工藝文化產業品質與競爭力，並獎勵研究發展。
5. 舉辦工藝產品促銷活動，如木雕藝術節、陶瓷文化節等客家工藝文化產業活動、招覽人群，共同促銷。
6. 結合海外客家人，到台灣客家庄認識客家工藝文化產業，促進客家工藝文化創意產業之發展。

歷史是進步的、連續的與發展的，客家文化是傳承的、創意創新與發展的。在全球化的浪潮中，客家文化創意產業的發展，仍有很大的揮灑空間。思考客家文化創意產業之再造，我們發現：台灣經濟過去得以成長，產業能夠振興發展，都有賴於政府能有效掌握經濟環境變遷及配合業者需求，而這些產業在發展過程中，已逐漸發展成為具有「地方特性」或存在「群聚關係」之地方特色產業，對創造地方就業機會、增加居民之國民所得或是協助地方繁榮及促進社會安定都有正面的意義〈戴肇揚，1999：1-18〉。

二十一世紀初，客委會大力推動客家產業發展的政策下，要真正推動台灣的「哈客旋風效應」，一定要透過客家文化產業化與創意化結合的策略，要有完整要全的配套措施，有效結合財力、人力各方面的資源。同時在行銷客家文化創意產業時，也必須注重詮釋客家文化氛圍，使產品的文化氛圍符合消費者心靈深度的需求。台灣各客家縣市，如何發揚地方產業之特色，展現客家文化特色，使地方特色產業發揮創意文化優勢，讓這些地方特色產業促進在地的經濟活動，帶動在地之繁榮發展，可說是今日再造城鄉風貌之重任。



參考書目

一、中文書籍

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。

王柏鴻譯，Peter L. Berger & Samuel P. Huntington 著，2003，《杭廷頓&柏格看全球化大趨勢》，台北：時報版公司。

王先慶，2008，《廣東商學院學報》第5期，廣東：廣東商學院。

杭間、郭秋惠，2006，《中國傳統工藝》，北京：五洲傳播出版社。

徐正光，1999「一個起點」，《重返美濃》，台北：晨星出版社。

曾長生（200），〈唐英其人其事〉，收於《古瓷聚珍二》，苗栗：苗栗文化局。

高橋宣治，1988，《陶瓷美》，藝術圖書公司。

洪泉湖・劉煥雲主編，2010，《多元文化、文化產業與觀光》，台北：揚智出版公司。

馮文玲，2002，《文化是好生意》，台北：臉譜出版社)。

胡恩賢譯，古賀貞二著，1930，《台灣的陶器業》。

沈清松，1984，《解決世界魔咒—科技對文化的衝擊與展望》，臺北：時報出版公司。

溫仲和，1962，《嘉應州志》。

陳新上（199），八十五年全國文藝際山城陶源系列活動從苗栗的陶瓷藝術看台灣陶瓷之源流與展望，收於《日據時期苗栗陶瓷發展狀況的研究》。

陳俊光，2006，《陳俊光一甲子作品集》，苗栗：苗栗文化局。

陳新上，1999，《苗栗傳統陶瓷業》，苗栗：苗栗文化局。

陳新上，2008，《林榮飛傳》，苗栗：苗栗文化局。

陳貴霖，1995，由地方特色文化產業輔導經驗漫談其生存與發展，文化產業研討會。

蘇崇武，2004，〈明宣德青花瓷藝術鑑賞〉收於《古瓷聚珍二》，苗栗：苗栗文化局。

楊雲山編著，2008，《大埔陶瓷》，廣東：人民出版社。



2010

文化創意產業永續與前瞻研討會

文化、創意與在地產業：跨域、互依與整合



- 劉煥雲，2006，《苗栗縣傳統工藝譜查計畫期初報告書》，苗栗：聯合大學。
- 鄧淑惠，2005，《老陶師的故事》，苗栗：苗栗縣文化局。
- 鄧淑慧，2003，《傳統藝術》，宜蘭：國立傳統藝術中心。
- 鄧淑慧，2003，《陶藝雜誌》，夏季號，台北：五行圖書出版公司。
- 鄭武輝等，1975，《窯業詞彙》，台北：徐氏基金會。
- 葉維廉，1990，〈殖民主義、文化工業與消費慾望〉，載《當代》第 52 期。
- 葉智魁，2002，「發展的迷思與危機~文化產業與契機」，《哲學雜誌》第 38 期。
- 潘昌坤主編 2004，《客家搖籃贛州》，江西：江西人民出版社。
- 鍾文典總主編，2007，《客家文化與產業發展研究》，廣西：廣西師範大學出版社。
- 戴肇洋，1999，《台灣地方特色產業發展與問題探討》，台北：經濟部中小企業處。

二、中文期刊論文

- 劉煥雲、楊哲智、林瑞英，2010，〈福州陶藝移植與苗栗客家陶藝之發展——以林榮飛家族為例〉《族群與多元文化學會產業、文化與觀光學術研討會論文》，台北：台灣大學國家發展研究所。

三、英文書籍

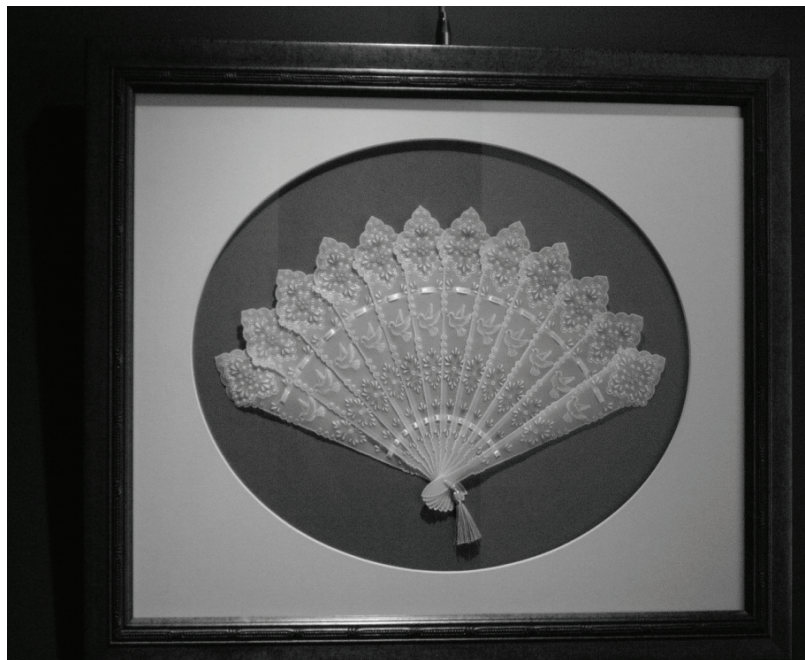
- Joffer . Dumazedier. 1976. , *Sociology of Leisure* (tr. by M. A. McKenzice)。
- Kaplan, M , 1975 , *Leisure:Theory and Policy*. N . Y.: Wiley.
- Howes. D, 1996 , *Cross-cultural Consumption: Global Markets, Local Realities* ” ,(London Routledge) 。

附 錄

一、葉昌玉歐式立體紙浮雕作品：



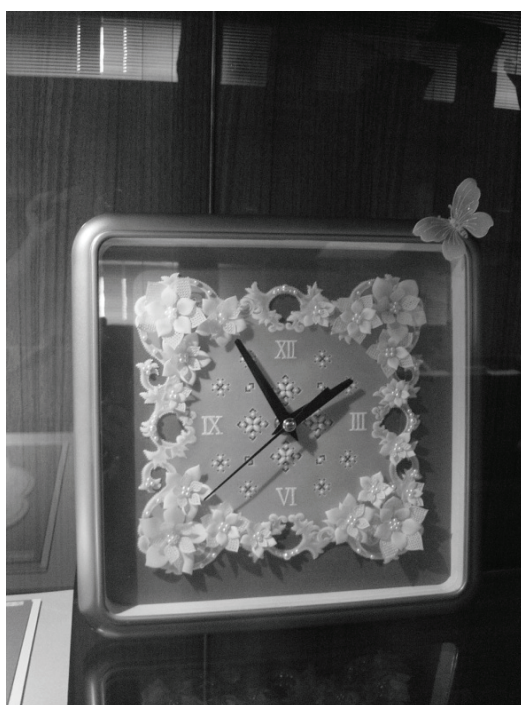
圖：色彩鮮艷的立體紙浮雕



圖：紙蕾絲摺扇圖案



圖：客家桐花布沙包



圖：紙蕾絲掛鐘

二、陳俊光作品



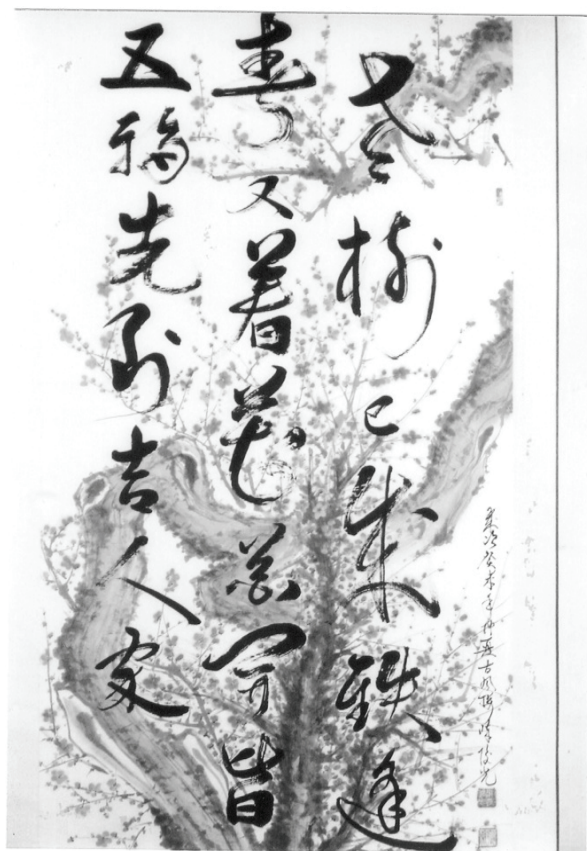
圖：陶板畫與陶製品



圖：聯合大學的陶甕牆



圖：釉下彩國畫陶瓶



圖：書畫融合陶磚



圖：福祿白蘭地酒瓶



2010

文化創意產業永續與前瞻研討會

文化、創意與在地產業：跨域、互依與整合

