

行政院客家委員會獎助客家學術研究計畫

## 苗栗客家文化創意化與產業化策略之研究

執行單位：國立聯合大學建築學系  
研究主持人：郭怡秀

中華民國九十三年十二月二十日

## 計畫摘要

在台灣客家族群一直是漢族大家庭中一個色彩鮮明、特立獨行的族群，歷經多次重大遷徙過程後，依然處處「反客為主，以客為家」保留客家特色，特別是在全球化時代的今日，如何在全球化西化的潮流下，維持各地方多元化的特色，實是一件不易之事。如果客家文化資產能夠產業化有實質經濟收益的產業行為時，就成為可帶動經濟，有助於客家文化之保存與發揚。吳昭怡、洪震宇在天下雜誌 288 期中寫道台灣的珍珠奶茶、幾米、誠品書局、雲門舞集…等造成一股哈台旋風，「從華人地區到歐洲，都有人開始哈台」、「外國人有想到台灣的慾望」。綜觀吳昭怡、洪震宇所言，如果客家文化也能造成全球「哈客旋風效應」，則客家族群與文化就能受到注意，使客家族群更能有自信，以身為客家人為榮，使下一代更有動力去了解、保存、發揚客家文化。

而要完成所謂的「哈客旋風效應」，須先了解客家文化的特質，並透過客家文化產業化與創意化的策略性推動，才可望能達成「哈客旋風效應」效果，也才能提升客家文化的產值。

本研究透過文獻收集、耆老訪談、S W O T 分析等方法針對苗栗境內實質與非實質文化內容作優缺點特色分析。

在研究成果則提出客家實質與非實質文化產業化與創意化的策略做說明。

## 研究者簡介

郭怡秀履歷資料表

### (一) 學歷：

成功大學建築研究所博士候選人

淡江大學建築研究所碩士

成功大學建築系學士

### (二) 經歷：

聯合大學建築學系專任講師

聯合工商專校建築工程科講師

穎昌營造工程公司

王基陵、呂文榮聯合建築師事務所

台大土木研究所都市計畫研究室

### (三) 專業資歷

建築師專技高考及格

苗栗市公共建築無障礙設施審查小組成員

苗栗縣 2003 年文化局「公共圖書館空間及營運改善計畫」評審委員

苗栗市公所顧問

苗栗縣建築師懲戒委員會委員

聯合技術學院兩性平等教育委員會委員

### (四) 研究與著作

1. I-shiow Kuo, Chi-ming Lai, 2004, <Potential Assessment on Combination of Turbine Ventilators and Bathroom Ventilation> Building Services Engineering Research & Technology. (EI)。
2. I-shiow Kuo, Chi-ming Lai, Che-ming Chiang, Hsiao-ching Ho, 2004, <Potential Assessment of an Energy-saving Ventilation Design: Combination of Turbine Ventilators and Bathroom Ventilation> Low Energy Architecture at the Eighth World Renewable Energy Congress. Denver, Colorado, America
3. Chi-ming Lai, I-shiow Kuo, C.J. Ho, 2004 <Experiments on the Thermal Characteristics of Thermal-insulation Bricks Incorporating Phase Change Material (PCM) >。
4. 歐陽奇、郭怡秀、梁漢溪, 2003, <輕型建築實驗室設立初期規劃研究>《聯合學報》第二十期, 國立聯合技術學院編印。
5. 郭怡秀、林郁芳, 2003 <苗栗客家文化產業之研究>, 九十二年度行政

院客家委員會獎助客家學術研究計畫

6. 郭怡秀，2002，〈苗栗縣社區活動中心使用現況之研究—從管理者、設計者與法令規範角度〉《聯合學報》第二十期，國立聯合技術學院學報出版委員會編印
7. 郭怡秀，2002，〈台灣與歐美澳三洲生態村生態規劃設計手法之比較〉《聯合學報》第十九期，國立聯合技術學院學報出版委員會編印
8. 郭怡秀，2002，〈在永續發展思潮下對環境學教育課程規劃及教學方式之探討〉《2002 創意教學與研究研討會》，國立聯合技術學院編印
9. I-shiow Kuo，2001，〈The Mechanism of Execution For Promoting Eco-Community In Taiwan〉，World Planning Schools Congress，Shanghai 2001
10. I-shiow Kuo，2001，〈The Study OF Urban Community Ecological Environment in Taiwan〉，The First Planning And Design National Congress
11. 郭怡秀，2000，〈營造永續性都市的都市發展政策之探討〉《第一屆建築與環境技術研討會》
12. 郭怡秀，2000，〈工商綜合區執行問題探討〉《建築學會研討會論文集》，建築學會出版
13. 郭怡秀，1999，〈以生態都市意念形塑景觀道路-----以苗栗縣竹南鎮博愛街為例〉《一九九九年都市計畫學會研討會論文集》，都市計畫學會出版
14. 郭怡秀等，1999，〈苗栗市六層以上集合住宅開放空間使用型態研究〉《聯合學報》第十六期，國立聯合工商專校學報出版委員會編印
15. 郭怡秀，1999，〈苗栗市後龍溪沿岸綠美化規劃〉
16. 郭怡秀，1999，〈竹南鎮整體都市設計綱要計畫暨博愛街綠景造街規劃〉

#### (五) 參與計畫

1. 2002，〈《地球環境危機時代鄉村社區永續發展設計基準與策略研究 II》〉
2. 2001，〈《地球環境危機時代社區生態環境之設計基準與策略研究 (I)》〉
3. 1999，〈《苗栗市越野休閒自行車道規劃》共同主持人
4. 1992，〈《金門傳統聚落保存之研究》〉
5. 1991，〈《金門地區區域計畫》〉
6. 1988，〈《台灣地區都市及區域計畫資料文獻目錄》〉
7. 1988，〈《台大校園規劃委員會工作小組》〉
8. 1988，〈《台灣地區建築資料文獻目錄(中文、英日文共兩冊)》〉

# 目 次

第一章 緒論	01
第一節 研究動機與目的	01
第二節 研究範圍與內容	02
第三節 研究方法及流程	03
第二章 文獻與理論回顧	05
第一節 相關名詞定義	05
第二節 創意思考相關文獻	06
第三章 苗栗客家文化特色分析	10
第一節 苗栗客家實質與非實質文化優缺點及特色分析	10
第二節 客家文化 SWOT 分析	15
第四章 苗栗客家文化傳承潛在危機及策略對策	16
第一節 苗栗客家文化傳承潛在危機	16
第二節 苗栗客家文化傳承提升策略對策	16
第五章 結論與建議	21
第一節 結論	21
第二節 建議	21
參考文獻	23
附 錄	25

## 圖目次

圖 1 苗栗縣鄉鎮幅員範圍圖	0 2
圖 2 研究流程圖	0 4

## 表目次

表 1 客家文化(食、衣、住、文學、產業、社區營造)之優點特色分析表	10
表 2 客家文化(食、衣、住、文學、產業、社區營造)之缺點分析表	14
表 3 客家文化 SWOT 分析表	15
表 4 客家文化(食、衣、住、文學、產業、社區營造)之未來發展與改進 方法分析表	17

# 第一章 緒論

## 第一節 研究動機與目的

1.為維持多元文化的目標，客家文化自有其獨特性，傳承與提升刻不容緩文化的價值與可貴正在於多元化的豐富性，單一文化乃是貧瘠的文化，國內正因有多種文化，如閩南文化、原住民文化、客家文化……等，才構成今日豐富的多元文化，故勢必宜維持各文化的獨特性，因此客家文化的傳承與提升刻不容緩。

### 2.配合台灣自主意識的覺醒，維護客家傳統文化正是良好時機

政府自民國 38 年來這段時間的施政，以國家利益考量的發展基礎與長期以總體經濟成長為主的觀念，雖然獲得耀眼的「台灣經驗」，卻也造成地方精神與文化被經濟成長所取代，全台各地之工業區與高科技園區設立等以經濟發展為導向造成地方經濟的衰頹，資源嚴重集中於少數都市，並且一致、低劣的生活空間使地方特色也漸形消逝，1980 年代以後，政府部門開始針對台灣各地區具有地方特色文化進行推廣、保存、展演的工作，地方也快速興起一股喚起草根意識與延續傳統文化的運動出現，於此，諸如十二項建設的縣市文化設施、各地的文史工作室、地方型愛鄉協進會等，從這些措施來看正反映了台灣草根意識及自主意識正在覺醒，對於不同於一般漢文化的客家文化而言，保存發揚其傳統正時時機。

3.文化政策可望成為各國地方發展的重要策略，並可望成為地方自明性再生的重要象徵

自 1970 年以來，隨著工業化與都市化的高峰期過後，各先進國家在事務逐漸轉移至環境、景觀、藝文以及生活品質，「文化」，成為表現生活品質與精神的重要體現。晚進各國由資本主義全球化的全球經濟生產促成地方傳統的社會結構與價值認同，這類造成地方獨特性消失的危機感促成地方意識覺醒，因而地方文化發展漸受重視。目前西歐與美日各國遂開始將文化政策至於其都市發展策略（Bianchini, 1991），並且產生「文化保存」、「古蹟再生」實質設施改善再利用與「文化消費」、「文化產業」新的消費與經營型態等反應都是文化建設與政策改革之象徵，針對此新一波「文化復興」（cultural renaissance），世界各國都是皆開始將文化政策融入於其發展策略中，且與當地地區居民生活相互結合，寄望對於當地具有特色的地方性文化於予以延續並能促進經濟的復甦，並藉以成為新的都市競爭力以帶動地方的發展。（郭百修，2000：1-1）。目前客委會及文建會也積極推動文化相關措施，例如前者推動客家文化園區，後者推動社區文化再造運動，都可看出鼓勵地方文化發展的象徵。



## 第二節 研究範圍與內容

### 壹、研究範圍

#### 一、苗栗縣客家文化產業研究範圍

以苗栗縣地區，共十八鄉鎮為調查範圍

苗栗市	竹南鎮
後龍鎮	卓蘭鎮
苑裡鎮	通霄鎮
銅鑼鄉	頭份鎮
大湖鄉	公館鄉
南庄鄉	三義鄉
西湖鄉	三灣鄉
獅潭鄉	造橋鄉
頭屋鄉	泰安鄉



圖 1 苗栗縣鄉鎮幅員範圍圖

### 貳、研究內容

針對苗栗境內所擁有的實質文化－客家民宅、古蹟…等及非實質文化－民族藝術如文學、山歌；以及民俗文物如美食、衣飾…等做探討。

#### 1. 苗栗客家實質文化資產

- (1) 客家族群信仰之代表性廟宇：三山國王廟與義民廟
- (2) 苗栗古蹟與歷史建築
- (3) 苗栗客家聚落及傳統客家民宅
- (4) 苗栗客家遺址：古道、城廓遺址
- (5) 苗栗客家現有生態資源：苗栗境內動（植）物、客家禮俗植物、水圳
- (6) 苗栗文化展演設施：社區活動中心、文化展演空間

#### 2. 苗栗客家非實質文化－客家民俗及有關文物活動

- (1) 客家美食與客家服飾
- (2) 客家禮俗：生育、結婚、喪葬禮俗
- (3) 客家歲時節慶、慶典活動與傳統客家信仰廟宇祭典活動
- (4) 客家娛樂－傳統客家娛樂與客家電視台
- (5) 客家文化傳播及對話窗口：客家網站
- (6) 客家文化相關出版
- (7) 客家文化教育

### 第三節 研究方法與流程

#### 壹、研究方法

##### 1. 相關文獻蒐集分析

蒐集文化產業化與創意化行動機制之相關研究，進行歸納分析。

##### 2. 實地訪查

以苗栗地區以客家文化再造主題參與社區總體營造行動之社區為調查樣本，探討以社區振興客家文化的潛力與困難。

##### 3. 深入訪談

對熟悉客家文化的耆老進行訪談，探討客家傳統文化創新再現的可能方向。

##### 4. 客家文化 SWOT 策略分析

以 SWOT 模型檢視苗栗文化產業發展的優點、缺點、潛力與威脅。

## 貳、研究流程

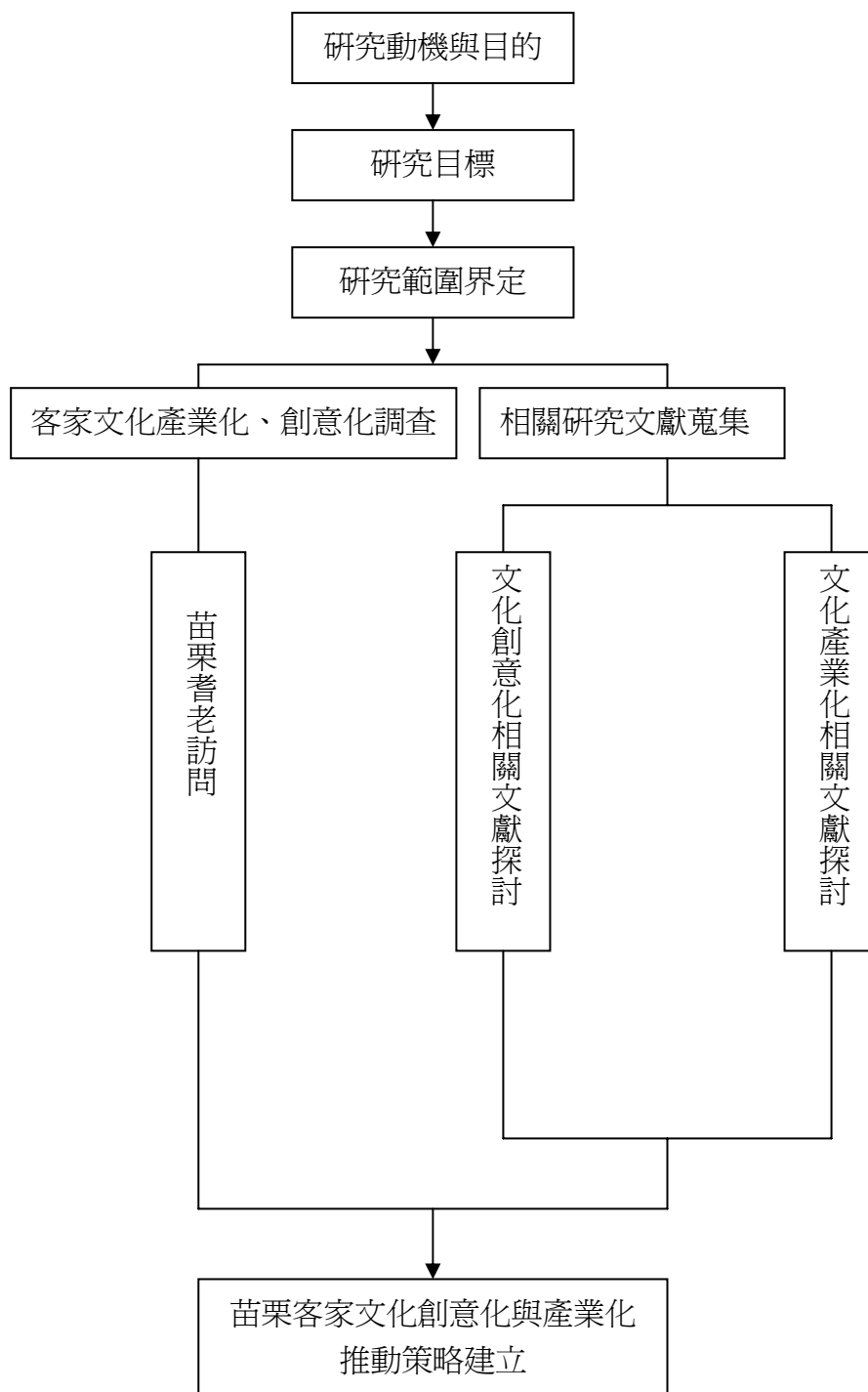


圖 2 研究流程圖

## 第二章 理論與文獻回顧

### 第一節 文化產業等相關名詞定義

(一) 文化的定義 (郭百修, 2000 : 1- 1):

1. Kroeber 及 Kluckhohn 認為文化的綜合定義為一

文化乃包括各種外顯或內隱之行爲模式，藉符號之使用習得或傳授，且構成人類群體之顯著成就。

2. 社會學家 Chris 整理 (郭百修, 2000 : 1- 1)

(1). 文化是一智識，或認知的範疇。

(2). 文化為一種更包容與集體的範疇。

(3). 文化為一敘述與具體的範疇。

(4). 文化為一社會範疇。

簡而言之，文化係指人類一切活動的總和。(辛晚教, 1997 ; 郭百修, 2000 : 1- 1)

(二) 客家文化

地方文化的形成係由於在當地文化的同質性以及與區域文化的異質性所形成的地區獨特性，並且具備與時俱進的良好傳統以及經驗傳承 (郭百修, 2000)。「客家」並非一個民族的概念，「客家人」亦非居住在某一特定地區的氏族，而是宋朝之後用以說明「由外地遷徙作客他鄉的移民」，以「客戶」對照各地原住的「主戶」。由於此等遷徙、勇於開拓的性格，使客家人與各地地方文化相互融合，表現特殊的語言、風俗、習慣及文學藝術……等，既承襲遠古遺風，又肇於新環境的風氣，充分表現出客家民系的氣質，也成就了客家文化獨特的自明性。

(三) 產業化

1. 定義：透過一種組織機制生產商品的過程，並且此一過程與最後交易係以貨幣衡量。(郭百修, 2000 : 1- 4)。

2. 地方文化無法完全以貨幣橫量，但文化的符號商品可以交易型態產生。(郭百修, 2000 ; 1- 5) 故文化也衍伸成各種產業。

(四) 地方文化產業

1. 定義：完全依賴創意、個別性，也就是產品的特性、地方傳統性、地方特殊性，甚至是工匠或藝術家的獨創性，強調的是產品的生活性和精神價值內涵 (陳其南, 1996)。

2. 地方文化產業係以地方傳統風俗、常民生活為主之地方「特殊」與「在

地」兩種特性，而屬於大眾形式的文化工業則不在研究討論之內（郭百修，2000）。

（五）地方文化產業化（郭百修，2000）。

1. 定義：為整合動員地方實質、非實質文化資源以達到促進地方發展與歷史保存，使地方生生不息、產生內生自發動力發展的一個社會過程。

2. 文化產業的形式與動員包含以下二類：

（1）地方實質文化資源

包含歷史文化資產、展演設施、實質生活環境、文教設施單位、文化創作單位，此類文化資源係以設施使用（例如古蹟參觀、活動參與、鄉土教育）、商品消費（例如藝術品消費、地方性產品消費）之交易型態，促進地方經濟發展。

（2）地方實質文化象徵

包含地方風俗習慣、地方歷史背景、地方人文精神、聚落生活意象、地方環境意象，此類文化象徵係以促進地方以及外來人士之象徵感受、生活體驗，並與非實質文化資源的使用與消費，進一步促進認知氛圍的形成，達到地方「自明性」塑造並且創造文化象徵的吸引與體認。

（六）地方文化產業的特色

1. 楊敏芝（楊敏芝，2002：2）認為地方文化產業具有如下二特色：

（1）具地理依存性（Geography Dependency）：

（2）以特定的地域為基礎：

2. 劉維公（劉維公，<http://www.artouch.com>）則認為地方文化產業不僅是時代的趨勢是知識經濟更是文化經濟，在國外文化產業已經與都市發展緊密結合。在英國文化產業更是英國政府推動經濟成長與降低失業率的有效發展策略。

## 第二節 創意思考相關文獻

參考創意思考有關文獻發現創意思考有如下特質：

1. 創意意味著改變思考的模式（林偉賢，<http://www.104learn.com.tw>）

傳統或固定的思考方式難有新意，因而很難有創意，逆向思考可望有新意，也才能有創意。

2. 左、右腦的交互運作下才能使靈思與創意結出智慧的果實（馬志欽，

[http://sci.nctu.edu.tw/index.php?now=comment&page=show.php&article\\_id=13](http://sci.nctu.edu.tw/index.php?now=comment&page=show.php&article_id=13)）

徒有右腦的靈思與創意，只是一種機智思考或腦筋急轉彎（即大膽假設），若不能佐以左腦的邏輯思考與深入分析（即小心求證），仍難竟全功而不足以言創意思考。因此，知識的堆砌不足以成事，腦筋急轉彎式的機智亦不足以竟功。只有在左、右腦的交互運作下才能使靈思與創意結出智慧的果實。

### 3. 創意應包含五項意涵（羅文基，

[http://www.worldone.com.tw/magazine/25/25\\_02.htm](http://www.worldone.com.tw/magazine/25/25_02.htm)）：

(一) 改變或變革 (change)：改變一成不變或制式僵化的習慣，是創造新意的起點。

(二) 另類或不一樣 (different)：另類思考使和一般經驗或習慣有所不同，就是創意。

(三) 鮮活或活跳跳 (live)：新鮮活潑，讓死氣沉沉的景象活跳起來，就是一種創意。

(四) 多元或彈性：創意的另一種精神就是多元、彈性的思考習慣，而不受任何的情境所拘限。

(五) 好還要更好 (better)：不只是改變、另類、鮮活和多元，創意最重要的是追求好還要更好。

獲取創意固然可以向別人借點子，但最好是培養自己的創意思考能力。研究創意思考頗為知名的智能專家史坦伯格 (Sternberg) 認為：開發個人的創造力，可以從下面六個方面著手：

(一) 智慧：訓練自己能用新的或非故步自封的方式去看問題，學習分析及評估一個想法的可行性，並能有效表達自己新的想法。

(二) 知識：創意需具備某些基本的知識，以了解別人在您想做的領域曾做過什麼；創意亦必須能超越原有知識的疆界，成為真正的主人。

(三) 思考：培養自己能隨時依情境應變，不受社會既定規範限制的思考型態。

(四) 人格：創意來自於願意冒風險接受挑戰，且能堅持克服障礙而不輕言放棄理念的人格特質。

(五) 動機：發揮創意思考需要有活力，且能集中精力的強烈企圖和動機。

(六) 環境：創意思考，環境非常重要，有些環境鼓勵創意，但有些環境卻會扼殺創意。

### 4. 創意人的人格特質（羅文基，

[http://www.worldone.com.tw/magazine/25/25\\_02.htm](http://www.worldone.com.tw/magazine/25/25_02.htm)）：

另一位研究創造力頗有成就的學者契克森米哈賴 (Csikszentmihalyi)，在深入分析創造性人格時發現，創意人通常具有某些複合性的人格特質，諸如：(一) 精力充沛又沉靜自如；(二) 聰明伶俐又有些天真；(三) 具備用心專注但又常表現出無所謂甚或遊戲人間的態度；(四) 兼具內向與外向兩種性格；(五) 同時兼備不尋常的謙卑與自豪；(六) 兼具「陽剛」與「陰柔」的跨性別特質；(七) 能幻想但

又不忘回到現實；(八)比較叛逆而且獨立；(九)對自己的工作都很熱情，但又能客觀冷靜；(十)因開放敏銳而常陷悲喜交錯之情境。

#### 5. 培養創意應養成良好的生活習慣（陳建榮，

<http://www.cheers.com.tw/content/041/041134.asp>）

主講者以崔拉·夏普的第 12 本著作《培養創意的習慣》(The Creative Habit) 引述作者培養創意的心得。崔拉·夏普有 35 年的舞蹈生涯，超過 130 支舞作，創意就是她的工作，對於創意自然有著更深一層的體驗與見解。「創意是一份全職的工作，而且需要良好的工作習慣。」

對於夏普而言要有創意就必須有如下特質：

- (1) 創造一個創意思考前的準備儀式：「儀式」指的不是宗教上或是任何正式的活動，而是你固定會做的某些簡單活動。這些儀式可以讓你進入最好的工作狀態，讓你有股衝動想要趕快開始。
- (2) 找出你的創意 DNA：創意 DNA 就是你的創意密碼，好比基因密碼決定了你的外表，你的創意密碼決定了你看待這世界的思考模式。同一件事情，不同的人有不同的觀點，這就是每個人的創意 DNA，而且沒有任何人是相同的。
- (3) 過度憂慮與分心是創意的兩大殺手：提到創意思考，對於許多人來說是一段痛苦掙扎的過程，想來想去，總覺得沒有一個想法是好的，幾個小時過後，還是沒有任何的結果。這時候很有可能是你自己太過憂慮了，一直擔心自己的創意不夠好，所以感覺綁手綁腳的，限制了創意的空間。
- (4) 記憶與經驗是創意的源頭：你的記憶孕育了無數的創意種子。創意並非是無中生有、憑空發生，它可能來自於你以前聽過的一句話、讀過的一段文字、看過的一幅畫面、或是做過的一件事。回到過去、想起過去所發生的事情，這些地方才是創意發生的所在。
- (5) 從小創意開始，衍生成大的創意：「創意從何而來？」每一個人都想知道這個問題，我們總以為創意存在於某個特別的地方，需要特別的方法去取得。這個問題就好比是在問：「你從哪裡找到呼吸的空氣？」其實，創意就在你的四周。生活中隨處都有創意。所有的創意都是從生活中的小地方開始。任何大的創意都是由無數的小創意累積與衍生而成。作曲家不是一開始就想出整首曲子的旋律，而是從一個音符、一個節拍開始，慢慢堆砌出動人的旋律。一個好的廣告創意，也許是從一句話、一個畫面、一個事件而起。
- (6) 創意需要有組織的資料整理過程：創意的發想過程不是漫無目的、天馬行空，必須有良好的資料整理習慣。雜誌的編輯

通常有剪報的習慣，一段故事、一張照片、或是一幅插畫，這已經成了他每天必須做的一件功課。他只是不斷的蒐集，他知道總有一天會需要這些資料。這些剪報就是他的創意資料庫。

- (7) 創意來自於實際的執行，而非完美的計劃：計劃就好比建造房子時所搭建的鷹架，當你在建造建築物的外牆時，鷹架是非常重要的輔助工具。一旦外牆完成，開始進行室內工程時，就必須拆除鷹架。同樣的，計劃可以讓我們在開始工作前，有比較完整的思考與準備，但是當你開始將抽象的想法轉化為實際的行動時，就不可能百分之百依據計劃進行。
- (8) 創意建立在多元的技能基礎之上：創意必須建立在穩固的技能基礎之上，否則也只是空想。你心裡所想的與你能所做的之間，必定存在有某些落差，如果你擁有了必要的技能，才能彌補這些落差，而你心裡所想的才是可實現的。

上述各專家皆提出創意的各種特質，基本上創意是不拘泥過往的形式、想法，創意須具備智慧、思考力的基礎。創意的點子來自於人。



### 第三章 苗栗客家文化特色分析

#### 第一節 苗栗客家實質與非實質文化優缺點及特色分析

壹、客家文化(食、衣、住、文學、產業、社區營造)之優點特色分析

表 1. 客家文化(食、衣、住、文學、產業、社區營造)之優點特色分析表

實質文化	住的方面	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 「土樓」是表現客家精神的凝聚，由中原古代建築，經客家人重新設計，增加防禦外敵範圍，一般以同姓宗親在一起。</li> <li>2. 隨時代演變，「伙房屋」在台灣的傳統客家建築中，以口字型最具特色。</li> <li>3. 客家宗教建築(宗祠、伯公...等)、牌樓、古墓，及客家遺址(古道、城廓...等)獨具特色</li> </ol>
	社區營造方面	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 凝聚居民共同意識和價值觀。</li> <li>2. 古蹟和建築特色的建立。</li> <li>3. 地方民俗活動的開發，及地方文史人物的建立。</li> <li>4. 居住空間和景觀的美化。</li> </ol>
非實質	食的方面	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 「四炆，四炒」是客家主食的代表。 四炆:肥湯炆筍乾，鹹菜炆豬肚，炆爌肉，排骨炆菜頭。 四炒:炒肉，鹹酸甜，豬腸炒薑絲，鴨紅炒韭菜。</li> <li>2. 「醃漬」更是客家人的一項絕活，凡是能曬乾保存，或醃製保存的任何食物，均能發展出一套特殊的技巧。</li> </ol>
	衣的方面	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 在穿著方面，仍保有明朝服飾之遺風，普遍稱之「唐裝」，客家人稱為「衫褲」。</li> <li>2. 「衫褲」的樣式剪裁單純大方，色彩多為藍與素色，所以像制服一般，素樸實在。</li> </ol>
文	文學音樂方面	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 反映客家人的社會生活，描繪客家人所處的生活環境，也表達客家人的思想。</li> <li>2. 客族不停地吸收與融合各地的民間音樂，保存原有的風格，逐漸演變成一種特殊曲種，稱之為「客家八音」。依樂器製作材質的不同，分成八類，分別是金、石、絲、竹、匏、土、革、木。</li> <li>3. 目前流行於客家山歌以三大調（老山歌、山歌子、平板）和小調為主。</li> </ol>

化	產業方面	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 苗栗擁有豐富天然資源有助發展在地產業。</li> <li>2. 特有土質，早期陶藝發展蓬勃。</li> <li>3. 木雕產業國際化、藝術化，聞名全國。</li> <li>4. 草莓、茶葉、樟腦...等經濟產業，品質優良行銷全國。</li> <li>5. 古蹟、遺址、天然景觀景點豐富，吸引觀光熱潮。</li> </ol>
---	------	---

食的方面：

客家菜特點的形成、與客家先民早年的生活環境，和物資缺乏有很大關係。長期在遷徙中漂泊，對於吃不十分講究，客家人比閩南人晚到台灣，初抵台灣時，靠海邊的平原可耕地已不多，只有居住在山間闊地。由於披荆斬棘墾荒勞動，需要大量體力和熱量，要較多的油脂補充體力，所以食物都較油；因為勞動大量流汗，需要補充電解質，加之處境貧窮，使得佐餐的菜餚要加進很多的鹽，以減少副食的用量，故食物大多比較鹹。再加上佐料爆香，以促進食慾，維持體力。因此「鹹」、「肥」、「香」是構成傳統客家口味的三大要素。

過去因為生活區域的不安定感，隨時有被迫遷徙的狀況發生，為了「有食當思無食之苦」，山區臨時採購食物不易，就以「曬乾」與「醃漬」方式，發展出能長期保存食物的技巧。如曬蘿蔔乾、蘿蔔絲、蘿蔔錢、福菜、梅乾菜、筍乾、瓠仔乾、豇豆乾、芋梗乾、蕃薯籤乾等等曝乾後收藏，以備不時之需的農產品。北部客家沾醬特色的桔醬，還有苗栗特有的紫蘇醬，凡是能曬乾保存，或醃製保存的任何食物，均能發展出一套特殊的技巧。此外，稻米經曬乾儲存，碾成白米，除了日常三餐外，還可以釀酒，也可以磨成粉漿，製成米粉或各種粿類。客家人在歲時節慶打各類的粿，具有它的社會意義之外，對處理米食的口感與質感，原本就最富心得，近年對米食的運用，更是如虎添翼，在原有的傳承之外，出現了芋頭米糕、地瓜米糕、鹹米糕、蓮霧粿、南瓜粿.....。這些新素材，更進一步擴增了客家米食的範疇，它新添的風味，足以吸引年輕族群的青睞。

( 資料來源：[http://www.mlc.gov.tw/food/02\\_01a.php](http://www.mlc.gov.tw/food/02_01a.php) )

衣的方面：

從外觀上，客家服飾充分顯示客家人樸實無華及擇善固執的民風特質，縱然受長期移民生活及特殊社會背景的影響，在穿著方面，仍保有明朝服飾之遺風，普遍稱之「唐裝」，客家人稱為「衫褲」，男、女均為上、下裝，上面是衫，下面是褲，「衫褲」的樣式剪裁單純大方，色彩多為藍與素色，所以像制服一般，整齊清潔。( 資料來源：<http://www.mlc.gov.tw/> )

男人穿的衫是長袖，正面開縫，穿到身上後，再用鈕扣扣起，企領。褲子很寬鬆，所以叫做「大褲管」、「大褲襠」或「大褲腳」，褲襠沒有開口，穿時褲頭要疊成三層，疊的跟肚子一樣大小了，再用褲帶繫再腰間。

女人穿的褲子和男人穿的褲子做法一樣，而她們穿的衫叫做「藍衫」，也叫做「長衫」、「大衫衫」或「士林衫」。比起男人穿的稍微長些，不是中間開縫，

而是由領口一直斜向右邊開縫；穿時，釦子一直由領口扣到右斜，再扣到右下擺。

客家婦女的服飾，遠較其他各地為樸素，顏色大部分都採素色，其中又以藍、黑、白等顏色最為流行。傳統的客家禮服，男子一律長衫馬褂，女子則為裙衫。家常衣服，男女皆穿前面所說的衫褲。（黃鼎松，1995，p19-20）

住的方面：

「土樓」是表現客家精神的凝聚，是由中原古代建築，經客家人再重新設計，增加防禦外敵範圍，一般以同姓宗親住在一起。目前福建省永定尚有四百多棟的土樓，很多國際人士皆到大陸研究，大陸方面也列土樓為一級古蹟保護。

隨時代演變，「伙房屋」在台灣的傳統客家建築中，以「口」字型最具特色，民國 23 年大地震，苗栗地區，死傷慘重。當時建築業不發達，因此重建時以「輕」為原則，用竹籬笆編好覆加土與乾草，等乾燥以後，表面再磨石灰，並以輕的瓦片建築。時代建築演進中，土樓依然是代表客家文化的最好寫照。

（資料來源：<http://www.mlc.gov.tw/>）

相較於閩式建築，客家建築顯的儉樸許多，沒有雕樑畫棟，也較少鮮豔色彩和富麗裝飾，這與客家人的生活背景有關。早期客家人生活窮困，建築採就地取材，利用河邊卵石或是木材、竹子……等簡易建材，並利用土和牛糞混合，填平卵石鋪的埕作為晒穀用，或用於牆面防水。

此外，客家宗教建築，在形式上與閩式建築相比較，也顯的格外樸實，尤其以屋頂最為明顯，客家宗教建築屋頂多為燕尾造型外，少有其他雕龍、神像或其他雕飾作為裝飾，和閩式的宗教建築大為不同。

傳統客家建築使用材料：

屋頂-----茅草、竹子、瓦。

柱 -----木材、蛇木(耐久性，但中空易藏老鼠蟲害)、水泥。

基腳-----卵石、土塊。

埕 -----卵石(因風水問題卵石排成八卦狀；或利用土和牛糞混和填平)、水泥。

廊簷-----兩披水屋頂，但前簷較閩式建築來的寬。

文學音樂方面：

漢人客族由中原地區遷徙至廣東梅縣等一帶縣份，由北至南，不停地吸收與融合各地的民間音樂，並保存自己原有的風格，逐漸演變成一種特殊曲種，即稱之為「客家八音」。依照樂器製作使用材質的不同，分成八類，叫做「八音」，分別是(金、石、絲、竹、匏、土、革、木)，包含了吹管樂器、擦絃樂器、彈絃樂器、打擊樂器。

平常可分為五種組合，視請主要求，人數越多，費用越高。四人組通常用在規模較簡單的廟會，因人數少，演奏的樂曲比較簡單。五人組出現在多日廟會(如做醮)及一般的婚喪喜慶，演奏曲目自是比四人組多，音響也較為豐富。六人組這是客家八音演出時最通用的一組，可說是民間表演的標準型，當然所有八音

各類曲目都能演奏了。七人組從這組開始就可以叫大團了，一般在特殊的大場面才得以使用。八人組吹場音樂時可以有四把嗩吶齊奏，聲音宏亮，有浩瀚雄壯之氣，真是傳統的鼓吹引導樂。演奏八音音樂時，它可以把所有的伴奏樂器包容進去，做出齊全豐富的音響效果。

(資料來源：<http://club.ntu.edu.tw/~hakka/haksong/m8/knowpil.htm>)

社區營造方面：

「營造」含有經營、創造的涵義，社區工作應發揮創意，建立自己的社區文化特色。「總體」則是整體、全方位的意思，也就是要能滿足社區生活各方面的基本需求。「社區總體營造」結合了「社區．總體．營造」三個要素，明白表示社區生活是整體不可分割的。居民是社區的主體，社區的問題，就是居民共同的問題，社區問題的解決，需要全體居民共同參與和討論，才能找出最合乎居民需求的解決方案。因此社區總體營造，就是社區居民自動自發的參與，發揮創意，進行全方位的經營和管理，建立屬於自己社區的文化風貌。

社區總體營造的工作---凝聚居民共同意識和價值觀，如地方民俗活動的開發、古蹟和建築特色的建立、地方文史人物主題展示館的建立、居住空間和景觀的美化……等。(資料來源：<http://home.kimo.com.tw/g9033717/9033717/B/a.htm>)

隨著苗栗城鄉風貌逐漸的銳變「獅潭鄉舊汶水橋北岸老街空間再造及親水環境工程、苑裡鎮房裡傳統聚落風貌再造工程、三義鄉勝興鐵道文化村景觀風貌塑造工程、銅鑼鄉自行車橋工程」陸續完工，苗栗縣政府保留傳統的聚落風情，以帶動地方的發展，結合社區總體營造，為地方揭開嶄新的城鄉風貌。結合當地特色的啓用活動、搭配社區、地方社團，以回饋鄉里的方式，期盼帶給當地有更多的新意和城鄉感情以及屬於他的繁榮。另外，其他鄉鎮之社區發展協會，也都陸續進行社區營造相關工作，保存了各個特有的社區特色，以及傳統的聚落空間。

產業方面：

苗栗縣境內的傳統產業不少，從早期的茶葉、香茅、樟腦(苗栗三寶)，到現在的草莓、竹子、木雕、陶業……等等，都是很好的產業，但卻因為缺乏良好經營和推銷，目前有些產業已經有沒落的跡象，如香茅、樟腦等。

目前業者已有積極針對各種產業做市場評估等相關作業，並將傳統的產業創新化，融入不同的元素，增加產業的生存空間和價值性，且提高創作者的素質與技術，培養創作思考能力，並常與外國交流，擴大視野、刺激啓發創意，使傳統產業有重新燃起的機會。

貳、客家文化(食、衣、住、文學、產業、社區營造)之缺點分析

表 2. 客家文化(食、衣、住、文學、產業、社區營造)之缺點分析表

實質文化	住的方面	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 生活窮困，建築簡樸無華麗雕飾。</li> <li>2. 早期材料取得不易，使用建材簡陋。</li> <li>3. 使用建材易損毀，保存不易。</li> </ol>
	社區營造方面	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 有時注重社區外在硬體設備，忽略民眾培訓措施。</li> <li>2. 社區產業缺乏提供多樣性選擇。</li> <li>3. 有時注重平面部份(鋪面)，忽略立面設計導致無建築特色。</li> <li>4. 有時規劃內容限制店家發揮創意。</li> </ol>
非實質文化	食的方面	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 口味偏油、鹹、肉肥，不符合養生觀念。</li> <li>2. 食材粗糙。</li> <li>3. 不講究用餐空間氣氛，整體格調不夠高雅。</li> </ol>
	衣的方面	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 布料粗糙，無質感。</li> <li>2. 色調暗沉，用色單調。</li> <li>3. 型式保守，與流行脫節。</li> </ol>
	文學音樂方面	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 未積極推廣母語教學。</li> <li>2. 缺乏客家文學創作者，更欠缺以客語寫作的創意作品。</li> <li>3. 傳統歌謠單調無合聲。</li> <li>4. 歌謠意境較缺乏人生哲理。</li> <li>5. 傳統客家八音較單調無旋律。</li> </ol>
	產業方面	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 無品牌保證，消費者無信心。</li> <li>2. 產品無質感，包裝簡略未經設計。</li> <li>3. 產業缺乏創新，創作方向受限。</li> <li>4. 產業師徒相傳，保守無技術可言。</li> <li>5. 政府未積極推廣，欠缺培訓課程。</li> </ol>

## 第二節 客家文化 SWOT 分析

以下列表說明促進客家文化未來發展的改進方法

表 3 客家文化 SWOT 分析表

	S(優勢)	W(劣勢)	O(機會點)	T(威脅點)
食的方面	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 擁有特有食材</li> <li>• 具有獨特口味</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 食材未經加工粗糙</li> <li>• 口味不符健康觀念</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 政府進行認證</li> <li>• 與其他產業配合推銷</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 速食與外國飲食充斥</li> <li>• 傳統手工美食無人傳承</li> </ul>
衣的方面	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 款式俐落方便</li> <li>• 色調簡單鮮明</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 材質粗糙</li> <li>• 樣式落伍不流行</li> <li>• 沒有設計感</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 經改良政府率先積極推廣</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 成衣大量生產價格低廉</li> <li>• 流行時尚變換迅速</li> </ul>
住的方面	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 樸實有特色</li> <li>• 長幼階級區分明顯</li> <li>• 特殊意義紀念</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 材質粗劣易毀損</li> <li>• 未加以維護保存</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 政府對歷史建築認定予以保存</li> <li>• 推行認識古蹟建築策略</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 都市土地狹小地價高</li> <li>• 居民不願舊建築認定為古蹟</li> </ul>
文學音樂方面	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 有特有風格</li> <li>• 獨特使用樂器</li> <li>• 特有曲調</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 母語逐漸消失</li> <li>• 缺少創作人才</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 成立電視電台推行母語教學</li> <li>• 納入國小鄉土教學</li> <li>• 培訓創作人才</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 學童缺乏學習母語的機會或環境</li> <li>• 外來文學音樂影響</li> </ul>
產業方面	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 具有多樣傳統產業</li> <li>• 具有地方文化特色</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 未創新研發</li> <li>• 產業規模小</li> <li>• 民眾未積極參與</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 舉辦國際活動增進資訊</li> <li>• 配合城鄉風貌創新產業</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 手工產業無人傳承</li> <li>• 沒有消費市場民眾不願投資</li> </ul>
社區營造	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 具特有意象特徵</li> <li>• 聚落集中</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 並非所有社區全面參與</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 城鄉新風貌之推展</li> <li>• 政府相關策略推動</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 須持續性地深耕與規劃</li> </ul>

## 第四章 苗栗客家文化傳承潛在危機及改善策略

### 第一節 苗栗客家文化傳承潛在危機

客家文化在「全球化」時代的來臨，再加上時代變遷下，語言、歌謠及傳統習俗都逐漸沒落。以下說明其潛在危機及改善對策。

#### 1. 語言面臨傳承斷裂的危機：

年輕一輩客家子弟很多不會說客語，聽則聽的懂一些；有些甚至連說與聽都不會，但卻會閩南語，追根究底是閩南語較多人使用，小孩在外面有說閩南語的環境，回到家中父母若不強制使用客語則小孩接觸的是國語、閩南語，因此，只會前述兩種語言，卻不會說客語是很正常。

與語言有密切關係的歌謠，因年輕一輩對客語的陌生也因而更不會客家山謠、山歌。

#### 2. 客家傳統習俗逐漸簡化、消失：

隨著時代的變遷，許多客家族群獨特的禮俗也逐漸簡化或消失，所謂島傳統客家古禮的禮俗、歲時慶典皆有式微情形。

#### 3. 必須預防文化產業化與觀光結合後，文化過度消費的後遺症：

在陳板的「化邊緣為資源：台灣客家文化產業的策略」一文中提及：「我們也開始在某些客家鄉鎮發現了過度觀光化的現象，有些地方甚至還有清楚的自覺性。在地方被過度消費的情況越來越嚴重，細究其故，應該有幾個原因：其一，在還沒有充分準備之後，就開始促銷地方的消費價值，因此，地方開始了惡性競爭或者外地商人爭先恐後湧入，搶走了在地市場；其二跛腳的地方特色的消費取向，扼殺了在地文化的穩定與持續發展，比如說，插茶的市場化，讓北埔在地文化漸漸喪失了特色，不但讓外地人愈來愈無法相信客家文化的風味價值，也讓北埔人開始從各行各業轉行擺起插茶路邊攤，北埔人如何從如今消化不良（可是也可能突然被另一個新發現的客家世外桃源取代了如今的商機）的觀光人潮中思索永續經營的可能性？」是故北埔的案例是我們該引以為借鏡，畢竟文化產業化最重要的使命並非是賺觀光客錢的經濟策略，而是保存與活化文化的價值。

### 第二節 苗栗客家文化傳承提升策略對策

前節所述現象是客家文化最明顯的式微情況，也並非不可能改善，透過「文化產業」再造方式，以販賣「文化」的符號或記號，可望在上述客家文化元素中抽取精華再造，以另一種「活化」或其他形式保留下來並非不可能，如談到客家庄一定聯想到新竹的北埔，苗栗難道沒有此種特色或資源嗎？不，絕對不是。但

這也並不意謂著苗栗一定要循相同模式去形塑、仿效北埔客家庄。

客家文化傳承及發揚光大，可望透過「產業化」與「創意化」的兩個原則來進行。在台灣，文化產業與觀光產業已經緊密地結合起來（劉維公，<http://www.artouch.com>），苗栗桐花祭可以算是頗佳的構想，透過賞花、觀光家客家先祖辛勞墾殖的歷史傳揚，使人更明白客家族群，就能達成傳揚客家文化。

以下列表說明促進客家文化未來發展的改進方法：

表 4 客家文化(食、衣、住、文學、產業、社區營造)之未來發展與改進方法分析表

實質	住的方面	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 精緻化：保留客家建築意象，配合當地產業，提高材質質感，與提升施工技術。</li> <li>2. 優惠措施：推廣「苗栗厝」政府提供設計藍圖，鼓勵民眾居住，部分補助或優惠。</li> <li>3. 保存與維護：訂定維護和保存法則，確實保存歷史建築。</li> </ol>
	社區營造方面	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 規劃內容完善：除一般硬體與軟體設施，加強當地居民的培訓課程，與對產業的認知。</li> <li>2. 多元性：社區中的產業要提供多樣的產品和服務，並結合其他產業形成多元發展。</li> <li>3. 創意性：給店家居民發揮空間，設計各家特殊意象。</li> <li>4. 整體性：平面與立面雙方向發展，有一致性、整齊性，凸顯建築特色。</li> </ol>
非實質	食的方面	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 精緻化：食材經加工精緻化，調整口味清淡化，符合養生觀念。</li> <li>2. 官方認證：政府機關對苗栗客家美食進行認證，讓消費者有保障，並結合官方網站公佈，民眾方便查詢。(目前已進行完成)</li> <li>3. 提升格調：營造用餐空間氣氛，相對提高用餐品質，講究盛裝器皿與產業結合。</li> <li>4. 多元化：打破傳統觀念，聚集店家提供多重選擇，研發特有品牌吸引客源。</li> <li>5. 持續性：政府配合確實推廣，並注入創意策略輔佐，實質落實在各層面。</li> </ol>
	衣的方面	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 精緻化：提升布料質感，作細緻化搭配。</li> <li>2. 彩色化：保留原有色調從新搭色，使服飾年輕化活潑化。</li> <li>3. 設計感：融入現代感、流行化與特色風格。</li> </ol>





客家風味的套裝，葉主委就出現在大眾媒體上，讓大家驚豔，就形成一個很好的示範。今日的羅文嘉主委也可以邀請如時尚男裝設計師為其設計具客家意象的男性西裝、改良中山裝…等，已標識出客家風範。由名人帶頭示範很能引起大眾注意，鼓勵客家籍名人多效法之。未來舉辦客家時裝設計比賽或與服裝設計系合作專題，進行展覽，能引起一般大眾對客家服飾的認識與了解。像原住民圖騰應用的服飾販賣就是一個例子，只可惜在觀光區販賣的這些服飾應提供更精緻品質商品的選擇性。改良客家服可望走向這方式。

#### (2) 食－健康化的客家菜

客家菜這一門文化在苗栗地區算是進行的不錯。縣政府也於今年推行客家美食餐廳認證，使觀光客到苗栗享用客家菜可以確保一定的服務品質，但客家菜的特色是油多、鹹、香，客家老祖先多勞動，適合這樣的飲食，對於今日大多勞心少勞力的現代人來說，建康化、清新保健的飲食取向是未來的趨勢，在建康化客家菜的研發鼓勵上是可行的，在考量前面客家服模式與餐飲學校人士進行健康或創意客家菜比賽，或由廚師、民間人士參與比賽，可望有成。而且苗栗境內多山，有很多有名的庭院咖啡吸引很多外地人士，如三義綠葉方舟、公館的油桐花坊等等，如果菜單上也有這些客家菜，更增添客家風味。

#### (3) 住－在地化的客家民宅（苗栗厝）：

今日若要興建傳統客家民宅－三合院，是可遇不可求的事，結合苗栗客家傳統民宅精華元素應用在當地農宅、透天厝、連棟街屋…等形式，住宅中也可望傳承客家文化，但效果要佳，則宜擇一區域做整體興建或改建並形成專案推動方式進行，甚至有補助，才能達成較好的效果，成為時代化客家庄。

#### (4) 育及樂－活的客家文物園區

保存一個文化最速成的方式就是建一個博物館，並在其中展示有關客家文化的相關文獻、資料或是物件，黃世輝在「社區參與地方文化資產之價值創新與行銷」一文中指出日本以社區總體營造方式，透過居民參與博物館的建設及經營，形成內發性機制，促成了對地方文化資產保存之價值創新，也藉由博物館人與物與心的連結，成為社區內發的文化認同及外顯自信傳揚風格具體的成效，鼓勵國內參考借鏡。但建博物館還不能算是最好的保存方式，在國外義大利波隆那歷史保存區的成功案例，向世人顯示了另一種動態保存的方式，也就是活的博物館－生態博物館，以義大利波隆納的例子而言，當地保留下了中古世紀的傳統住宅及街道、長廊，更重要的是當地居民仍住在裏面，而且以住這種老房子為榮，大家想看鮮活的義大利中古世紀城鎮的一日，可到義大利波隆納來。

在苗栗籌設中的客家文物園區跟義大利波隆那比，只能算是靜態的

保存形式，如果有現存保存良好而且有人居住，且仍保留客家禮俗的客家聚落，就該以活的客家文物園區方式來保存。因高鐵站劃設，面臨被拆命運的後龍彭朝和公祠大致具備所謂活的客家文物園區的條件，雖然有些屋棟有些許改建或破舊，但客家宗族團結的向心力及公祠建築文化是具有保存價值的。如果彭氏家族可以動員保存，政府也予以行政或經費協助其保存，可望形成，活化的客家聚落。

## 2. 體系與資源的完整結合－結合居民、政府、業者、專業者與財力支援

### (1) 結合社區營造

客家文化有許多是分散在客家社區中，這幾年因為社區意識的抬頭，及政府資源的支持，社區營造在台灣也起了一定的作用，雖難免有些瑕疵，但瑕不掩瑜，有些社區的文化可透過社區行動保存，如大家寫村史－透過多元化的媒體（口述紀錄、文字、錄音、錄影、拍照、繪圖）等方式展現客家庄的常民生活史，可運用在歷史、禮俗、祭典文化…等，形成另種保存。

### (2) 結合祭祀公業的力量

由於客家民族對家族有極強的向心力，許多宗族也都成立公嘗組織，這些客家社區（另一種類型社區）也是可動員、結合的力量，如彭朝和公嘗組織也正動員保存其宗族過去的歷史、文物，這些都是可整合的體系之一。

### (3) 政府與民間業者、專業者的結合

有些推動性的計畫仍須靠政府的補助，如公館的土帶鐵質，是製陶的好材料，但缺乏政府推動的力量，反觀新竹的玻璃產業文化在建造博物館及數次邀請國外專業者，往新竹參展供創作者觀摩後，就此開了眼界。而國內的陶瓷博物館建立才剛起步，路仍遙遠。另一方面的樟腦、香茅產業曾是苗栗客家人的產業大宗，但今時已沒落，至今只有東華樟腦公司，若有促其產生博物館，放置過往樟腦產業始料等，並獎助樟腦精油產品的研發，如香茅精油皂…等，這些都須政府來推動、獎助。

### (4) 科技的運用－網路的運用

隨著 E 世代的來臨，E 化的旅遊、美食地圖是必做的，政府可向各餐飲業收集旅館、民宿、餐廳名、地址、招牌菜，製作網頁地圖掛在縣政府或各鄉公所網頁上，供居民作苗栗一日遊或二日遊的規劃依據，甚至直接列一、二日遊建議表，都可達到良好的宣傳效果。而目前這些還待加強。另外將重要資料數位化也很重要，如山歌、文學作品、歷史史料（含古蹟及歷史建築…等）。

## 第五章 結論與建議

### 第一節 結論

文化若能轉化成產業則能帶動經濟，為苗栗人口外流的地方帶來留住人才的一線生機，從另一方面而言光靠政策性的支持客家文化設施或活動在保存與發揚客家文化是不夠的，如果客家文化資產能夠產業化成為可帶動經濟，有實質經濟收益的產業行為時，就有助於客家文化之保存與發揚。例如來苗栗吃客家美食、參觀客家建築、欣賞客家傳統儀式慶典、欣賞客家傳統山歌或客語流行歌曲、並訂製一件傳統或改良式客家服飾蔚為時尚活動時，這些客家文化也就推廣出去，也得以發揚光大了。

吳昭怡、洪震宇在天下雜誌 288 期中寫道台灣的珍珠奶茶、幾米、誠品書局、雲門舞集…等造成一股哈台旋風，「從華人地區到歐洲，都有人開始哈台」、「外國人有想到台灣的慾望」。綜觀吳昭怡、洪震宇所言，如果客家文化也造成全球「哈客旋風效應」，則客家族群與文化就能受到注意，使客家族群更能有自信，以身為客家人為榮，使下一代更有動力去了解、保存、發揚客家文化。

而要完成所謂的「哈客旋風效應」，須透過客家文化產業化與創意化的策略性推動，文化政策與制度的訂定很重要，完全的配套措施、共同資源的整合，需政府、居民、專業者、學者、業者共同齊心參予配合。

### 第二節 建議

總結來說，欲成功推動苗栗客家文化產業化，創意化，需考量以下大目標：

#### 1. 完整的資源整合與規劃

保存、傳承客家文化除需要政府與民間同心，財力的支援及人才的培養…等要完整做規劃，最重要政府有心推動計畫，民間也能認同參與，有效結合財力、人力各方面的資源。

#### 2. 行銷的加強

客家文化產業化意謂著可消費，行銷包裝就很重要，網路資訊的傳播，CIS 地方識別標誌運用於農業特產品於大湖草莓酒瓶、客家美食餐廳特製碗杯…等，甚至包裝袋、鑰匙圈之類的紀念品…等，做整體形象包裝，再加上宣傳行銷策略，例如透過媒體報導、或網路資訊的建構……等等才能看見成效。

#### 3. 精緻化與完全的客家氛圍形塑

隨著經濟生活的改善，人們注重生活的情趣，再加上現代人工作壓力大，以及週休二日，促使現代人更注重休閒生活，多數人已多負擔得起精緻化的頂級消費，只要產品或氛圍真能打動消費者的心。

郭奕伶在商業周刊的新奢華主義一文中指出「一百多年前，油桐樹只是路邊不被大家重視的樹，它連做家具的等級都達不到，油桐花散落滿地也無人注意。但現在，各地舉辦的油桐花季，卻吸引了大批來看五月雪的觀光客。因為，在導覽人員的說故事氣氛下，遊客被導入歷史文化的情境中，如此氛圍在油桐花下喝

杯咖啡，即使一杯兩百元也覺得值得。美學經濟將成爲新的出路。《體驗經濟時代》(the experience economy)一書作者約瑟夫·派恩就指出，農產品是可加工的，商品是有實體的，服務是無形的，而體驗是難忘的。當消費者購買體驗時，它是在花時間享受企業所提供的一連串身歷其境的體驗。」

所以客家風味須是一連串身歷其境的體驗，客家文化情境需導入，從客家庄內外環境建構、人員穿著、餐具、食物、室內陳設、人員服務品質、外帶產品提袋…等，是一連串客家風情的完美串聯與建構。

## 參考文獻

- 王曉晴 (2003),「創意,來自於良好的習慣」,CHEERS 雜誌 39 期。
- 伍立人 (2003),從傳統中尋找新生命的文化創意產業—以白米木屐為例,國立台灣大學新聞研究所碩士論文。
- 林偉賢, <http://www.l04learn.com.tw>
- 李增祿 (1995),論社區、社會建設與國家發展,社區發展季刊第六十九期。
- 吳昭怡、洪震宇 (2003),「心動產業讓世界哈台」,天下雜誌 288 期。
- 邱彥貴、吳中杰 (2001),台灣客家地圖,台北市:貓頭鷹出版。
- 洪登欽 (2003),傳統文化觀光與文化產業發展之探討-以高雄市愛河流域下游為例,樹德科技大學建築與古蹟維護研究所碩士論文。
- 郭百修 (2000),地方文化產業化機制之研究—以美濃鎮為例,國立台北大學都市計劃研究所碩士論文。
- 馬志欽, [http://sci.nctu.edu.tw/index.php?now=comment&page=show.php&article\\_id=13](http://sci.nctu.edu.tw/index.php?now=comment&page=show.php&article_id=13)
- 黃世輝·張賽青,社區參與地方文化資產之價值創新與行銷——以日本社區博物館為例。 <http://www.ilmuse.gov.tw/play/article/huang.htm>
- 黃鼎松 (1996),苗栗縣古蹟觀覽手冊。
- 楊敏芝 (1998),〈全球化經濟趨勢下台灣文化產業發展策略研究〉,收錄於《1998 年中華民國都市計畫年會及學術研討會論文集》,頁 2-2-1 至 2-1-13。
- 楊熾明 (2002),淺談客家文化中客家山歌之創新時代意義 (2002 年全球客家文化會議)。 <http://www.ihakka.net/1.htm>
- 郭進宗 (1999),臺灣都市現代文化產業發展之研究,國立中興大學都市計劃研究所碩士論文。
- 陳板 (2002),落地生根新故鄉—台灣客家社區活動 (2002 年全球客家文化會議)。 <http://www.ihakka.net/1.htm>
- 陳板 (2002),化邊緣 資源:台灣客 (2002 年全球客家文化會議)。 <http://web.hakka.gov.tw/hakka-public/conference>
- 陳板 (2003),客家特色與在地文化創造以台灣客家運動的經驗為中心的文化創造經驗 (2003 年全球客家文化會議)。 <http://www.ihakka.net/hakka2003>
- 陳建榮, <http://www.cheers.com.tw/content/041/041134.asp>
- 陳麗瑛 (2003),全球化之客家 NGOs 連結 (2003 年全球客家文化會議)。 <http://www.ihakka.net/hakka2003>
- 曾漢珍 (2002),客家社區營造課題與策略之研究 (2002 年全球客家文化會議)。 <http://www.ihakka.net/1.htm>

- 林郁芳等 (2001), 台北市基隆河段文化產業調查研究, 台北市文化局委託研究。
- 漢寶德 (2001), 文化資產保存法及亟待修補, <http://www.npf.org.tw>
- 漢寶德 (2001), 國家文化政策之形成, <http://www.npf.org.tw>
- 漢寶德 (2002), 各國藝術資助政策的探討, <http://www.npf.org.tw>
- 漢寶德 (2002), 城市文化的產業, <http://www.npf.org.tw>
- 漢寶德 (2002), 從行政命令看文化資產保存。
- 漢寶德 (2002), 古建築是產業還是記憶, <http://www.npf.org.tw>
- 劉大和 (2002), 建構文化創意園區之探討,  
<http://home.kimo.com.tw/liutaho/>。
- 劉大和 (2002), 台灣發展文化創意園區之探討,  
<http://home.kimo.com.tw/liutaho/>。
- 劉大和 (2002), 文化產業特質之初步探討,  
<http://home.kimo.com.tw/liutaho/>。
- 劉大和 (2002), 本土文化與文化產業【1】,  
<http://home.kimo.com.tw/liutaho/b51.htm>
- 劉大和 (2002), 推動文化創意產業策略構想,  
<http://home.kimo.com.tw/liutaho/2002081003.htm>
- 羅文基, [http://www.worldone.com.tw/magazine/25/25\\_02.htm](http://www.worldone.com.tw/magazine/25/25_02.htm)
- 網站資料：
- 行政院客家委員會：<http://www.hakka.gov.tw/>
- 客家文化資產及遊憩資訊網：<http://web.hakka.gov.tw/a/content1.asp?add1>
- 苗栗縣政府文化局：<http://www.mlc.gov.tw/>
- 苗栗縣政府建設局：<http://www.miaoli.gov.tw/index2.htm>

## 附 錄

### 耆老訪談整理

訪問者：郭怡秀、  
阮世弘

受訪者：曾桂龍老師

中華民國九十三年十月五日

客家文化漸漸沒落，為保存傳統的客家特有文化，將試圖積極加以保存和發揚，但現今的客家文化產業或客家資源缺少「精緻化」，以至於使產業無法提昇水準，而受到忽略、遭到淘汰而無法存留。保留傳統文化不是一味的維持原來舊有一層不變，相反的，要維持客家精神，保有原來的意象後，而加以創新使其變完善，更細膩更精緻。

以下就客家文化在生活中的各個層面其優缺點，及未來如何改善或加以精緻化做說明？

#### (一) 食的方面

客家美食長久給人的印象為重油、重鹹、肉肥，這與早期客家人的生活背景有關，但卻與現在的健康養生觀念不符。要如何讓著名的客家「四炆四炒」被大家接受，對客家美食有重新的認識和定位。

#### 未來發展方向及策略

- 1.官方認證：用政府政策資源，對苗栗客家美食進行認證，讓消費者感到有保障，並能享受到傳統美味。並結合官方網站公佈，使民眾查詢方便。
- 2.精緻化：將別於以往粗糙食材，經加工使素材精緻化，在口味上也做調整，符合健康養生觀念，清淡化使大眾接受。另外，用餐空間的氣氛營造，將空間格調提升相對提高用餐品質。而乘裝器皿與在地結合(陶器、竹器、木器……等)，將可達到多元結合。
- 3.多元化：傳統客家人觀念保守，怕利益受損店家相距甚遠，未來打破觀念，店家聚集愈多相對選項愈多，就會吸引人潮前來，相互比較下將會刺激店家，而達到改變提升品質效果，另外，研發特有品牌或特色產品吸引客源。
- 4.持續性：上述之政府政策應持續推展，並注入其他創意策略輔佐，實質落實在各個層面，而不是不切實際的舉辦各種美食節，在活動期過後就置之不理。



## (二) 衣的方面

早期客家人生活困苦貧窮物質生活不好，服飾粗糙不講究，能遮掩保暖即可，主要用色有紅、黃、藍、白色，與現代風格品味有一段差距，如果再不對客家服飾做一提升，將遭淘汰難與潮流並駕齊驅。

未來發展方向即是「精緻化」，保留色調，質料更新提高質感，融入現代設計風格，不再是以往素色黯沉的服飾，之後進行推廣。

## (三) 住的方面

相較於閩式建築，客家建築顯的儉樸許多，沒有雕樑畫棟，也較少鮮豔色彩和富麗裝飾，這與客家人的生活背景有關。早期客家人生活窮困，建築採就地取材，利用河邊卵石或是木材、竹子.....等簡易建材，並利用土和牛糞混合，填平卵石鋪的埕作為晒穀用，或用於牆面防水。

### ◎ 材料使用時期(早→晚)：

茅草→竹子→木材→水泥、烏瓦(日治時期)→洗石子→其他

### ◎ 傳統客家建築使用材料：

屋頂-----茅草、竹子、瓦

柱 -----木材、蛇木(耐久性，但中空易藏老鼠蟲害)、水泥

基腳-----卵石、土塊

埕 -----卵石(因風水問題卵石排成八卦狀；或利用土和牛糞混和填平)、水泥

廊簷-----兩披水屋頂，但前簷較閩式建築來的寬

### ◎ 苗栗縣境內保存較完整之客家建築

苗栗-----湯氏宗祠 (風水上的三棋相命與尋龍點穴)

謝氏宗祠 (各殿房廊柱楹聯多達二十對)

公館-----劉氏雙舉人故居

林氏西河堂(上下二家)

福基-----羅氏豫章堂

### 未來發展方向及策略

1. 細緻化：利用當地陶業開模製造仿竹子造型，或是陶瓦等建材，建築外觀取客家建築意象，白牆黑瓦，改變材料，卵石基腳細緻化，建築內部現代化符合潮流。

2. 優惠措施：以宜蘭厝為例，推廣苗栗「客家厝」，由政府設計幾款客家厝藍圖，提供民眾選擇，並作部份補助或優惠，鼓勵民眾居住客家厝。

## (四) 文學方面

客家文化消失最為嚴重的即是語言，相對的在客家文學方面也急速消失中，除了大環境的潮流改變，年輕一輩的青年人也不接觸學習，導致客家文學落寞。

### 未來發展方向及策略

- 1.由政府官方協助推動客家母語教學，鼓勵用客家話創作客家文學(文章、歌曲……等)。
- 2.歌謠方面(山謠、平板、山歌子)，有別以往僅有清唱、無合聲、無人生哲理，一昧的專在男女間打情罵俏，要讓歌謠也精緻化，融入旋律和合聲，並創作富有哲理的優美歌詞。
- 3.音樂方面，傳統客家八音樂器(唢呐、管、笛、椰胡、喇叭琴、京胡、揚琴、三絃、秦琴)，創新合聲與旋律，增加樂器數目與人數，組成一樂團演奏。

#### (五) 產業方面

苗栗縣境內的傳統產業不少，從早期的茶葉、香茅、樟腦(苗栗三寶)，到現在的草莓、竹子、木雕、陶業……等等，都是很好的產業，但卻因為缺乏良好經營和推銷，目前有些產業已經有沒落的跡象，除此以外，也因為缺少政府為後盾，沒有有效的向外推展。未來要讓傳統產業復甦，必定要靠政府的管道通路和財力政策，加上民間的創新創意，才能振興傳統產業，光靠民間或是政府一方的力量是不夠的。

##### 未來發展方向及策略

- 1.品牌註冊：產品有了品牌做為保證，增加消費者對產品的信任，統一品牌，產品品質一致不再雜亂。
- 2.有效的行銷策略：藉政府財力和能力，有效向外推銷，並持續培訓相關的產業生產訓練。
- 3.精緻化：提高產品本身的質感，或研發改良產品外，產品包裝也是重要一環，設計特有 Logo，增加視覺享受和紀念性。
- 4.融入其他元素：讓傳統產業多元化，如：傳統陶業加入玻璃等元素，在經過創新的創作，已不再是早期的裝飾陶，而變成了藝術品；傳統的木雕融入了金屬和石材，原本呆板的木料變的活潑了，也讓創作者有了更大的思考空間不再受到限制。
- 5.與外來潮流結合：早期產業都是師徒相傳，觀念保守沒有創新概念，也無技術可言，未來提高創作者的素質，培養創作思考能力，並常與外國交流，擴大視野、刺激起發創意。

#### (六) 社區營造方面

打造客家庄從社區聚落先做起，但目前的規劃內容只有社區的硬體部分，在軟體部分和居民的認知卻是缺乏的，以泰安鄉豆腐街為例：在社區建築外觀已經做到客家意象精神，但是當地居民欠缺培訓，傳統豆腐產業無法創新而一層不變。另一個例子苗栗市美食街：則是缺少多元選擇性，沒有多元的選擇，時間久了就會厭煩而不再支持，因此要打造一個客家社區，除了規劃內容要包函硬體和軟體之外，對於居民的培訓才是規劃的重點。

另外在社區營造中，常常只顧到鋪面的部份，卻忽略了立面的思考，形成了沒有建築特色，在店招部分受到大小形狀的限制，無法發揮而形成整齊卻單調呆板的街道，所以僅要限制店招的大小，讓它整齊化，但不要限制其形狀，讓店家有所發揮，顯出特有的特色，也活潑整個街道。