

國立中央大學

客家研究碩士在職專班

碩士論文

客家桐花祭政策網絡關係之研究：

以苗栗縣為例

研究生：吳信慧

指導教授：陳定銘 博士

中華民國九十八年六月



本論文獲行政院客家委員會  
98 年度客家研究優良博碩士論文獎助



## 行政院客家委員會獎助客家研究優良博碩士論文精要

一、論文名稱：客家桐花祭政策網絡關係之研究：以苗栗縣為例

二、作者：吳信慧

三、獎助年度：98 年度

四、獎助金額：7 萬元

五、研究過程(含研究方法、研究對象、研究工具等)

本研究以質性研究方式進行探索性研究，依研究性質與實務上之重要性與代表性需求，作次級資料與初級資料蒐集，進行研究對象選定，再依據理論基礎及現況分析建立訪談大綱，以深度訪談方式進行訪談，繕打逐字稿，再進行分析。

客家桐花祭政策網絡成員關係方面，採用 UCINET 6 軟體進行分析並建構網絡關係示意，透過網絡關係成員參與及彼此間重要資源與權利交換依賴情形，計算網絡密度(network density)及網絡中心性(network centrality)二種指標。

研究範圍與進行時程方面，因客委會客家桐花祭活動辦理重點方向、評審條件及補助經費項目等均逐年進行修正，而為訪談資料取得時效之即時性與適時性之參考價值，因此以 2008 年至 2009 年為主要研究期間。

研究對象選定方面，為切合苗栗縣客家桐花祭政策網絡特性，先依據參與對象作群組分組，再以雪球抽樣方式，找出切合本研究目的並具代表性與重要性之訪談對象。選擇時先以客委會原訂桐花祭參與合作模式，分成中央政府、地方政府、活動社團及相關產業業者四個

群組，再加入專家學者意見訪談，期有客觀與專業意見，能對現況問題與理論差異作分析，因此共計分成五個群組。

受訪談對象計有代表地方政府之苗栗縣政府主辦單位 1 人，地方次級政府鄉鎮公所 2 人，共計 3 人為 A 組，客家桐花祭執行活動社團包括三義勝興、三義雙湖、南庄、通霄、頭屋共計 5 人為 B 組，相關產業業者如遊樂區、民宿業、陶藝及客家美食等業者 4 人為 C 組，文化創意產業專家學者 1 人為 D 組，中央政府客委會官員 1 人為 E 組，客家桐花祭活動中分別代表「中央政府」、「地方政府」、「活動執行者」、「產業業者」及「專家學者」之意見。

## 六、主要研究發現

### (一) 在政策目標之行銷目的達成方面

#### 1. 桐花祭活動成績獲得肯定

雖然客委會及苗栗地方政府因為桐花祭屬於開放型區域活動，無法取得正確官方人數統計數據，但經由訪談結果發現：帶動觀光之政策目標有令人滿意成果、相關產業消費成長與振興產業的目標受到業者肯定，提升社團凝聚力方面受到活動社團的肯定，桐花祭讓客家文化再度受到重視，但油桐花受到客家文化認同尚有努力空間，另外三義地區觀光人潮湧入超過負荷，影響旅遊品質與客委會提供優質旅遊的目標，考驗當地政府溝通與整合效能。

#### 2. 油桐花期`影響當地產業經濟發展

花期長短影響遊客人數之多寡，桐花祭結束後會有明顯遊客流量減退，也影響產業經濟發展的持續力，且另外在訪談時部分業者指出，桐花商品消費金額近年來出現較早年降低情形。

### (二) 在政策網絡關係方面

#### 1. 網絡關係人與其資源重要性，影響桐花祭發展與持續

- (1) 公所參與數增加，社團參與數減少，有利區域推廣，但是否會對當地社團參與產生排擠，有待後續研究觀察。
- (2) 傳統客庄與文化型社團參與降低，影響桐花祭未來活動多元化與活化社區深耕文化目標達成。
- (3) 當地如擁有特殊環境及人文資源，對桐花祭旅遊人數及回流率有顯著影響。

## 2. 政策網絡關係建構與管理

- (1) 明確的政策網絡參與角色定位，有助於提升彼此信任及長期政策推動之順利與完整性。
- (2) 保持經常性溝通與接觸，才能建立良好與穩定合作模式。
- (3) 建構桐花村硬體設施不能符合社團對地方文化特色保持的期待，考驗對政府效能的信任。
- (4) 資源提供公平合理性影響創新需求及地方特色發展
- (5) 獲得硬體建設經費是活動社團共同期待，也有助於桐花意象延續與活化客庄的政策目標。

## 七、結論及建議事項

- (一) 觀光人潮過多地區，地方政府可以發展區域性整合，提升公所及業者協力合作，規劃遠距停車場形成輸運網絡，結合各鄉多元文化特色，提升旅遊品質。

如能發展跨域鄉鎮整合與各鄉鎮公所共同合作，除了可以疏解交通問題，更可加深遊客到苗栗的有趣性及變化性，行銷地方文化特色，有效提升桐花祭旅遊品質，維持苗栗地區優勢地位。例如銅鑼、三義或通霄邊界規劃遠距停車場，同時整合三義、通霄及銅鑼地區形成桐花祭連結旅遊路線，結合通霄休閒農業及銅鑼傳統純樸客庄形象氛

園，增加遊客旅遊多元性與趣味性，藉以延長停留時間，讓桐花祭從塞車一日遊，加上客庄與農村生活體驗之為二日遊，進而提升苗栗地區住宿業、伴手禮、餐廳等經濟產值。

(二) 加強當地人文與地理環境資源的特色推廣，並強化基礎建設，有助於延長桐花祭效益，提升觀光人數創造經濟產值。

桐花祭花期很短，文化傳承與產業經濟規模產值需要持續性的消費來創造經濟產值，如何獨獲消費者不斷重複性消費與青睞，是產業發展重要關鍵因素。例如頭屋山水社區活動主場當日桐花林遊客千人以上，但因非緊臨商圈，經濟產值無法持續，而三義、南庄地區在桐花祭過後仍能維持遊客人數，良好功能性商圈可以提供遊客消費，具有地方特色觀光環境資源隨時可滿足遊客多元化需求，讓遊客可以在非桐花祭期間也可以隨時回到客庄旅遊與消費。

可以發現擁有地方特色地理環境資源與完善基礎設施建設，有助於增加遊客再遊意願，所以桐花祭活動內容與創新方面，可以考量加強當地人文與地理環境資源特色推廣介紹與連結，使遊客能對當地特殊人文與環境景觀留下深刻印象，增加遊客非桐花祭期間回流意願及消費機會。

強化客庄當地軟體與硬體基礎設施建設，例如道路便利規劃、旅遊資訊導覽與提供，公共廁所設置，休憩設施提供等，尤其在商圈不發達或無商圈緊鄰的傳統客庄，對地方行銷更有其重要性存在。

(三) 推展傳統客庄文化與深化客家文化認同。

客委會在桐花祭活動項目對推動客家文化方面著墨甚多，例如推動客家爵士及搖滾音樂、桐花文學創作等，然而當地客庄民眾目前仍認定桐花祭只是客委會行銷客庄文化的工具，且依訪談分析發現傳統客庄社區社團參與率有逐年降低趨勢，因為傳統客庄活動計畫不夠精美與創新，正逐漸從桐花祭活動中消失，文化須要大家認同，如能透

過流行風創造流行或加上動人的文學故事提升大家對桐花的情緒因素，投注更多情感資本，進入大家生活，將能達到深化的目標。

強化為桐花意象固本，對客庄傳統文化社區社團加強輔導與補助，建議於辦理桐花祭活動時可考量所要呈現出桐花祭意象先作分組，如產業協會、社區協會、文化、休閒農業等類型，有計畫扶植不同組別活動成員，對於傳統社區協會、地方文化傳承等類型社團有計畫性加強補助與扶植讓客家文化在客庄社區繼續生根與茁壯。

#### (四) 重要性資源提供合理公平性方面

資訊提供的即時性與良好的網絡溝通，可以讓政策網絡更有效率，地方政府如能增加多方接觸機會，可藉以彌補人力與補助經費資源不足，並考量編列預算補助款，以維持桐花祭優勢與為苗栗創造觀光與產業發展契機。

客委會硬體建構經費是多數活動成員的共同期待的補助資源，如可考量依桐花祭辦理績效卓著另外提供輔導申請計畫，加強軟硬體資源的建置，對於地方環境資源保存與提升有一定的助益。

#### (五) 持續穩定的夥伴關係，是重要的網絡資源。

客委會方面，目前地方參與桐花祭活動的社團數量，有逐漸減少趨勢，如能獲得地方政府支持與擁護，願意鼓勵縣內社團大力支持參與桐花祭活動，將有助於桐花祭活動能量的持續力，也有助於縣政府角色地位網絡角色重要性提升與維持長期夥伴關係。

縣政府方面，依研究發現目前苗栗地區桐花祭網絡關係圖組成情形呈輻射型發散狀態，如果客委會減少對苗栗地區補助，整個苗栗地區將會呈現縮減情形，不具備獨立形成網絡能力，縣政府如希望維持桐花祭領導地位，可考量多加強橫向與水平連結，如與鄉鎮公所、社團與業者共同努力並強化資源的提供，這是縣政府維持領先地位的重要課題。



# 國立中央大學圖書館

## 碩博士論文電子檔授權書

(98 年 4 月最新修正版)

本授權書所授權之論文全文電子檔(不包含紙本、詳備註 1 說明)，為本人於國立中央大學，撰寫之碩/博士學位論文。(以下請擇一勾選)

- (  )**同意** (立即開放)
- (  )**同意** (一年後開放)，原因是：\_\_\_\_\_
- (  )**同意** (二年後開放)，原因是：\_\_\_\_\_
- (  )**同意** (三年後開放)，原因是：\_\_\_\_\_
- (  )**不同意**，原因是：原因是：\_\_\_\_\_

以非專屬、無償授權國立中央大學圖書館與國家圖書館，基於推動「資源共享、互惠合作」之理念，於回饋社會與學術研究之目的，得不限地域、時間與次數，以紙本、微縮、光碟及其它各種方法將上列論文收錄、重製、公開陳列、與發行，或再授權他人以各種方法重製與利用，並得將數位化之上列論文與論文電子檔以上載網路方式，提供讀者基於個人非營利性質之線上檢索、閱覽、下載或列印。

研究生簽名：吳信慧 學號：967305016

論 文 名 稱：客家桐花祭政策網絡關係之研究：以苗栗縣為例

指導教授姓名：陳定銘

系所：客家研究碩士在職專班 博士班 碩士班

日期：民國98年7月11日

備註：

除附錄四談紀錄稿部分,與當事人約定一年後開放外,其餘部分同意立即開放

1. 本授權書之授權範圍僅限電子檔，紙本論文部分依著作權法第 15 條第 3 款之規定，採推定原則即預設同意圖書館得公開上架閱覽，如您有申請專利或投稿等考量，不同意紙本上架陳列，須另行加填聲明書，詳細說明與紙本聲明書請至 <http://thesis.lib.ncu.edu.tw/> 下載。
2. 本授權書請填寫並**親筆**簽名後，裝訂於各紙本論文封面後之次頁（全文電子檔內之授權書簽名，可用電腦打字代替）。
3. 請加印一份單張之授權書，填寫並親筆簽名後，於辦理離校時交圖書館（以統一代轉寄給國家圖書館）。
4. 讀者基於個人非營利性質之線上檢索、閱覽、下載或列印上列論文，應依著作權法相關規定辦理。

國立中央大學碩士班研究生  
論文指導教授推薦書

客家研究碩士在職專班學系/研究所吳信慧研  
究生所提之論文

客家桐花祭政策網絡關係之研究：以苗栗縣為例

係由本人指導撰述，同意提付審查。

指導教授 陳定銘 (簽章)

98年6月5日



國立中央大學碩士班研究生  
論文口試委員審定書

客家研究碩士在職專班學系/研究所吳信慧研究生  
所提之論文

客家桐花祭政策網絡關係之研究：以苗栗縣為例

經本委員會審議，認定符合碩士資格標準。

學位考試委員會召集人

陳欣春

委

員

陳欣春

陳定銘

周翰文

中華民國 98 年 06 月 23 日

# 客家桐花祭政策網絡關係之研究：以苗栗縣為例

## 摘要

客委會希望透過客家桐花祭的旅遊活動，實現「深耕文化、振興產業、帶動觀光、活化客庄」的行銷目的，深化各地的藝文活動內容，提升對桐花與客家文化的認識，達到發展與創造客家文化產業卓越的經濟產值政策目標。從 2002 年開始至今年已舉辦 8 年，屬中長期性計畫，活動成果明顯呈現。而客家桐花祭最重要資源之桐花林及人力、文化、產業等資源，均須仰賴各縣市客家庄提供，客委會以經費補助方式，希望藉由中央籌劃、企業加盟、地方執行、社區營造之政策網絡合作模式，由客委會、地方政府、活動社團及相關產業業者，透過彼此資源與良好網絡關係來完成客家桐花祭之政策目標。本研究以政策網絡相關理論為基礎，探討客家桐花祭活動資源最大提供者之苗栗縣地區，客家桐花祭活動參與現況，確認網絡關係人及重要性資源依賴情形，成員間互動、信任與夥伴關係建立與執行情形。

研究發現，在政策目標之行銷目的達成方面：(1)客家桐花祭活動的成績受到肯定；(2)油桐花影響當地產業經濟發展；(3)當地特殊環境及人文資源的客庄，對客家桐花祭旅遊人數及回流率有顯著影響。至於在政策網絡成員夥伴互動模式：(1)明確的政策網絡參與角色定位，有助於提升彼此信任及長期政策推動的順利與完整性；(2)保持經常性的溝通與接觸，才能建立良好與穩定的合作模式；(3)資源提供公平合理性與創新需求。而在研究建議方面：(1)部分觀光人潮過多地區，可參酌大型活動辦理經驗規劃較遠距停車場，並作區域性資源整合提升遊客旅遊多元性及停留時間；(2)加強當地人文與地理環境資源的特色推廣與基礎設施建設，有助於延長客家桐花祭效益，達成發展客家文化產業經濟的長期綜效；(3)透過客家桐花祭活動認識客庄與深化客家文化認同。

**關鍵字：客家文化、文化產業、客家桐花祭、政策網絡、社會網絡**



## **The research of The Hakka Tung Blossom Festival policy network relation: The Case Study of Miaoli County**

### **Abstract**

The Council for Hakka Affairs attempts to materialize the marketing goals of cultivating Hakka culture, enhancing industry development, promoting tourism industries, and vitalizing Hakka townships in terms of implementation projects of Hakka Tung Blossom Festivals. Hakka cultural industries are accordingly elevated together with a public attention of Hakka culture via sightseeing programs of Tung Blossom in a wide varieties of aspects. The Hakka Tung Blossom Festivals have achieved a remarkable outcome since it embarked in 2002. As a mid-term program, all necessary resources of the Festival, e.g. human resources, cultural resources, and supporting industries, were mainly sponsored by Hakka townships in different counties, with limited budget support from the Council for Hakka Affairs. A sound policy network formed by authorities of central government, business alliances, local governments, community empowering agencies, and relevant societies achieved the policy goal of the festival through resources integration and formation of superior social network. As far as the Hakka Tung Blossom Festival is concerned, this study aims at investigating the social network relation, resource integration, interaction of different social parties, formation of partnerships, involvement of different social entities, and results achieved of the Hakka Tung Blossom Festivals held in Miaoli County based on policy network related theories.

Studied results revealed that a. the outcomes of the Hakka Tung Blossom Festival are quite satisfactory, b. the Hakka Tung Blossom Festival affects regional economic development in a great deal, and c. the Hakka Tung Blossom Festival brings a significant large amount of tourists to Hakka

townships with unique local environment and humanity resources in the aspect of policy implementation and marketing effect under concern. As for interaction model of policy network, this study found that a. clear role-playing of policy network involvement helps enhance mutual trust in implementing long-term policies, b. constant communication and interaction help form stable and good collaboration model, and c. resources sharing is necessary to be equal and reasonable and innovation elements play a key role in relevant activities concerned. Besides mentioned findings, this study suggests that a. a number of crowded sites of the Hakka Tung Blossom Festival are suggested to offer larger space of parking lots in distant areas, so as to integrate regional resources, to diversify tourist attractions, and to keep tourists stay at designate traveling sites, b. infrastructure enhancement together with promotion of local humanity characteristics and geographic resources help extend economic effect of the Hakka Tung Blossom Festival and bring about prosperous development of Hakka cultural industries, and c. the Hakka Tung Blossom Festival helps the public know about Hakka townships and acknowledge Hakka culture.

**Key Words: Hakka Culture, Cultural Industries, Hakka Tung Blossom Festival, Policy Network, Social Network.**

## 謝 辭

進入中央客家研究所研讀是一個很奇妙的因緣，商學院畢業，不是客家人，但嫁入客庄當客家媳婦，在苗栗縣客庄工作。原本只是因為熱愛旅遊，希望可以為政府公共閒置建築及觀光活動發現生命力，在投注了公共資源後，當初繁榮地方的願景可以持續發光發熱，像羅馬競技場、雪梨歌劇院，像日本櫻花季、巴西嘉年華會，經歷千年百年粹煉，終能成為地方精神與特色代表，達到資源有效配置與地方永續發展，而其永續生命力來自於當地文化，所以選擇中央客家學院研讀，希望能在工作上貢獻己力。

在學習與完成論文的過程中，首先要感謝陳定銘教授對論文與學業上不吝指導與耐心指引，江明修院長為在職專班學生所提供良好讀書與師資環境，口試委員周錦宏教授與陳欽春教授給予細心的指正，還有羅肇錦教授、孫煒教授等師長給予很多的啟發。在客家研究領域中得到啟蒙，使得一邊工作一邊讀書的學生們能順利完成學業，帶著更好的邏輯與文化訓練回到工作崗位上繼續努力。

另外，要感謝在百忙中撥冗接受論文訪談的客委會、縣政府、公所、各社團及業者等協助人，讓這篇論文可以在您的幫助下得以順利完成，雖然尚有很多努力空間，但我會繼續努力。

更要感謝每天陪著讀書寫論文的夫婿運喜與家人所給予無限支持與包容，一路相伴扶持的同班同學瑞珍、志彥、維雄等同學，鼓勵我進入中央就讀的同事毓宏及學姐瑞蘭，給予高度支持與包容讓我能順利完成學業與工作的縣政府主計處黃碧玉處長、徐月蘭鄉長及陳華國秘書等人，還有給予很多溫暖關心及幫忙同事與朋友們，由於您們的支持與鼓勵，讓我能順利完成自己的期待，謹在此致上誠摯感謝與祝福。

信慧 謹誌于

中華民國 98 年 6 月

# 目 錄

<b>第一章 緒論</b> .....	<b>1</b>
第一節 研究背景與動機 .....	1
第二節 研究問題與目的 .....	3
第三節 政策網絡及客家桐花祭相關文獻回顧 .....	5
<b>第二章 文獻探討</b> .....	<b>9</b>
第一節 政策網絡與網絡關係管理 .....	9
第二節 客家文化與文化產業 .....	20
第三節 客委會客家桐花祭現況析探 .....	26
第四節 苗栗縣客家桐花祭析探 .....	34
<b>第三章 研究設計</b> .....	<b>45</b>
第一節 研究方法 .....	45
第二節 研究範圍、對象與限制 .....	49
第三節 研究架構與流程 .....	55
<b>第四章 研究分析與討論</b> .....	<b>59</b>
第一節 苗栗縣桐花祭政策網絡成員與資源分析 .....	59
第二節 苗栗縣客家桐花祭網絡關係的建構 .....	79
第三節 苗栗縣客家桐花祭網絡關係互動模式 .....	87
第四節 苗栗縣客家桐花祭夥伴關係 .....	109
<b>第五章 研究結論與建議</b> .....	<b>139</b>
第一節 研究發現 .....	139
第二節 研究建議 .....	152
第三節 後續研究方向 .....	160
<b>參考文獻</b> .....	<b>161</b>
<b>附錄一 2009 客家桐花祭活動計畫書</b> .....	<b>171</b>
<b>附錄二 苗栗縣客家桐花祭政策網絡相關分析</b> .....	<b>175</b>
<b>附錄三 研究訪談問題</b> .....	<b>179</b>
<b>附錄四 訪談紀錄稿</b> .....	<b>181</b>

# 表目次

表 1-1	「政策網絡」博碩士論文檢索系統相關論文一覽表 .....	5
表 1-2	「客家桐花祭」博碩士論文及期刊檢索系統相關論文一覽表 .....	6
表 2-1	R.A.W. Rhodes 政策網絡分類 .....	10
表 2-2	客委會 2006 年至 2009 年客家桐花祭活動計畫書 .....	29
表 2-3	客委會 2009 客家桐花祭苗栗創意藝文活動 .....	35
表 2-4	鄉鎮公所 2008 年參與苗栗客家桐花祭活動列表 .....	36
表 2-5	鄉鎮公所 2009 年參與苗栗客家桐花祭活動列表 .....	36
表 2-6	參與活動社團 2008 年苗栗客家桐花祭活動列表 .....	37
表 2-7	參與活動社團 2009 年苗栗客家桐花祭活動列表 .....	38
表 3-1	深度訪談對象資料表 .....	51
表 3-2	深度訪談大綱.....	52
表 4-1	苗栗縣鄉鎮市公所 2008-2009 年參與客家桐花祭活動表.....	64
表 4-2	苗栗縣社團 2008-2009 年參與客家桐花祭活動表.....	67
表 4-3	苗栗縣受訪談社團人力與資源比較表 .....	80
表 4-4	苗栗縣受訪談產業人力與資源比較表 .....	81
表 4-5	2009 年苗栗縣政策網絡分析表 .....	85
表 4-6	2009 年栗縣客家桐花祭政策網絡描述性統計分析 .....	86
表 5-1	苗栗縣 2008-2009 年參與桐花祭活動成員表 .....	143
表 5-2	參與活動成員型態比較表 .....	144

## 圖目次

圖 2-1	政策網絡示意圖.....	12
圖 2-2	網絡分析架構.....	14
圖 2-3	台灣文化創意產業範疇與週邊產業示意圖 .....	23
圖 2-4	地方文化產業與地域活化互動模型架構圖 .....	24
圖 2-5	苗栗縣客家桐花祭活動鄉鎮地圖 .....	34
圖 2-6	勝興地區 2009 年客家桐花祭活動開幕主場活動 .....	39
圖 2-8	山水社區 2009 年客家桐花祭開幕主場活動及桐花林 .....	40
圖 2-9	通霄富麗協會 2009 年客家桐花祭開幕主場活動 .....	41
圖 2-10	三義雙湖社區 2009 年客家桐花祭初期照片 .....	42
圖 2-11	桐花創意商品照片 .....	43
圖 2-12	客委會 2009 年客家桐花祭三義西湖渡假村開幕主場活動 .....	44
圖 3-1	政策網絡示意圖.....	48
圖 3-2	研究架構.....	55
圖 3-3	研究流程圖.....	57
圖 4-1	2009 年苗栗客家桐花祭政策網絡示意圖 .....	82



# 第一章 緒論

## 第一節 研究背景與動機

行政院客家委員會（以下簡稱客委會）從 2002 年於苗栗縣公館鄉北河百年伯公石龕桐花林蔭下開始辦理客家桐花祭，至 2009 年已有 8 年的時間，從在北部台三線地區臺北、桃園、新竹、苗栗等辦理客家桐花祭活動，逐年加入台中、彰化、雲林及南投，今年更增加宜蘭、基隆等共有 10 縣市，規模之大已涵蓋了整個台灣中北部及東部地區，目的是希望藉由客家桐花祭提供給大家優質旅遊，讓每個人都能體會客家文化與桐花之美，結合客家文化、旅遊、生態、產業之賞桐活動，創造客家文化產業卓越的經濟產值，如今客家桐花祭活動已成為每年 4 月與 5 月間重要旅遊活動，成功的讓大家感受到客家庄五月雪之美，隨著時間增長，逐年因為賞花人潮眾多，遊客絡繹不絕，帶動客家地區經濟成長，有些地區確實因客家桐花祭活動，讓遊客認識了當地的美，不只在活動期間旅遊，平日還會帶很多朋友到客庄來作客，也推展了地方文化特色與活絡相關產業活動。

這是一個由中央政府補助，地方執行的活動，客委會希望透過客家桐花祭的旅遊活動，藉由中央籌劃、企業加盟、地方執行、社區營造之合作模式，實現「深耕文化、振興產業、帶動觀光、活化客庄」的行銷目的，深化各地的藝文活動內容，提升對桐花與客家文化的認識，達到發展與創造客家文化產業卓越的經濟產值政策目標。

Klijn(1997)等學者指出政策網絡指介入公共政策制定過程之相互依賴參與者的關係型態，網絡中的參與者是相互依賴，無法獨自完成目標，必須藉助其他參與者的資源才能解決公共問題，而客委會透過活動經費補

助方式，由地方政府與當地活動社團及相關產業業者來執行客家桐花祭活動，地方政府及活動社團提供當地人力及客家桐花祭最重要的桐花林資源，向中央爭取補助資源辦理客家桐花祭相關活動，而客委會在人力不足情形，必須仰賴各地客庄環境及人力資源，透過彼此資源與權力交換來完成客家桐花祭之政策目標，客委會、地方政府、活動社團及相關產業業者，形成一個客家桐花祭政策網絡關係，因此本研究擬以政策網絡相關理論來作為探討客家桐花祭活動之理論依據基礎，探討如何在花期很短一至一個半月時間內完成活動整合與管理，建構良好政策網絡關係功能，使網絡成員間資源交換效益發揮到最大，達到，在客委會、地方政府、活動社團與業者共同合作下完成客家桐花祭政策目標？

苗栗縣可以稱為客委會客家桐花祭活動發源地，從 2002 年客家桐花祭元年公館北河村伯公廟桐花樹下祭典開始，至今 8 年來不曾間斷，每年縣內超過三分之二的鄉鎮參與客家桐花祭活動，是客家桐花祭活動資源最大提供者，網絡中非常重要的成員之一，活動成果受到客委會及參加民眾肯定，近來更爭取到客委會等中央政府部門補助建構三義勝興國際桐花村及銅鑼桐花樂活公園等硬體建置經費，在整個客家桐花祭活動中深具代表性與重要性，因此本研究特選定苗栗地區為主要研究範圍，研究政策網絡內容客委會、苗栗地方政府、活動社團及產業業者如何透過良好網絡關係共同完成政策目標。

而本活動至今年已達 8 年，已屬中長期性計畫，活動成果與問題均可明顯呈現，以往研究者方向以遊客消費行為及行銷政策滿意度為主，近期才有針對政策執行進行探討，因此如能於此時以政策網絡觀點投入相關研究，將可透過研究發現作成具體建議，期以對政府部門日後對客家桐花祭政策及客家政策長期性未來發展有所助益，因此引發本文研究動機。

## 第二節 研究問題與目的

客委會補助各地社團及地方政府活動經費辦理客家桐花祭，範圍遍及中北部及東部等 10 個縣市，桐花樹屬各縣市客庄當地環境資源，惟有與各地社團及地方政府合作，相互依賴分享網絡成員間特有資源，才能完成客家桐花祭活動，達成「深耕文化、振興產業、帶動觀光、活化客庄」的行銷目的。

但是客委會客家桐花祭補助機制中，每年均需重新參加評選，與來自全省超過數百個社團一起競爭補助款，參與機制與網絡成員選擇條件為何？公開與公平性？活動辦理中相互配合關係人的扮演角色與可提供重要性資源有那些？眾多活動單位與社團如何共同合作？在桐花期如此短促的情形下，是否真能達到客家桐花祭活動所訂的預期成果與活動目標？每一個參與活動的社團、客庄等網絡關係人，透過客家桐花祭活動觀光人潮的帶動，是否均可以達到提升客家文化及創造客家文化產業卓越經濟產值的政策目標？一再形成客家桐花祭在現行合作模式下是否可以發揮良好政策網絡關係功能非常值得探討之問題。

Rhodes(1997)等學者認為網絡為政府是市場結構的另一種新治理型態，因為成員間彼此自主性高，在賽局競爭關係下，需透過組織間相互依賴，網絡成員之間持續互動溝通與合作，建立良好管理機制，才能適當發揮網絡功能，達成共同目標，否則反而會形成集體盲思，進而成為黑色網絡。

眾多來自不同組織的參與成員，在客家桐花祭活動中客委會與苗栗縣政府、鄉鎮市公所、活動社團及相關產業業者，是否可以透過在彼此良好互動合作下建構信任夥伴關係，在每年很短的客家桐花祭期間，共同完成

政策目標，達成「深耕文化、振興產業、帶動觀光、活化客庄」行銷目的，創造中央與地方共同成長發展雙贏之政策成果。

因此本研究希望以質性研究方法作探索性研究，透過深度訪談方式，以政策網絡為理論基礎，探討現行客家桐花祭政策網絡關係建構與執行情形，網絡成員如何參與？有何重要資源？如何資源及權利互賴？網絡關係成立後，如何管理與互動？是否可以建構信任的夥伴關係，形成良好網絡關係？是否共同達成客家桐花祭政策目標？發現問題作成相關建議，期以對政府部門日後對客家桐花祭及客庄長期性政策未來發展有所助益。

本文研究目的如下：

- 一、探討苗栗客家桐花祭關係人參與機制，並確認網絡成員及重要性資源依賴情形。
- 二、探討客家桐花祭政策網絡互動、信任與夥伴關係建立與執行情形。
- 三、發現客家桐花祭政策網絡問題並作成建議，以利客家桐花祭與客庄長期性政策發展。

### 第三節 政策網絡及客家桐花祭相關文獻回顧

本研究由「政策網絡」探討「客家桐花祭」之參與關係是否能達成客委會所訂政策目標，搜尋國內相關博碩士論文及期刊文獻資料，瞭解目前學術界對此類議題探討之情況。茲將所蒐集之文獻歸類、整理、分析如下：

2009年5月搜尋國家圖書館之全國博碩士論文等資訊網之學位論文及相關期刊資料，以「政策網絡」及「客家桐花祭」等為關鍵字進行文獻搜尋結果，發現目前國內關於政策網絡相關文獻共有80篇，關於客家桐花祭相關文獻共有6篇，篩選與本研究相關之學術言文，為求清楚明瞭各研究者撰寫之論文特色，故本研究將作者、題目、研究內容、研究對象、研究途徑等分別整理如下表。

表 1-1 「政策網絡」博碩士論文檢索系統相關論文一覽表

作者	題目	研究內容	研究途徑	研究對象
葉蓓華 (2000)	美濃水庫興建之政策網絡分析	分析不同參與者之間的互動關係及其對政策結果的影響，而作成公共政策政策網絡概念，分析美濃水庫興建政策網絡概念取代傳統論述。	文獻分析法、深度訪談法、個案分析法	政府官員、社區、專家學者
張輝山 (2002)	九年一貫課程政策網絡分析	以政策網絡為途徑分析國家與利益團體等政策社群在九年一貫課程三種不同層次政策問題探討九年一貫課程政策互賴網絡機制，進而建立台灣公民社會的基礎。	文獻分析法、深度訪談法、內容分析法、觀察法	立法委員、教師及家長、教育司、官員、改革小組
潘淑雯 (2003)	我國外籍勞工政策制定過程—政策網絡的分析	結合政策環境與政策網絡的觀點分析外籍勞工政策的制定過程，研究發現總體經濟環境改變與政府統治型態之轉變，的確能促成外籍勞工政策網絡發展與變遷。	文獻分析法、深度訪談法	政府部門、專家學者、勞工團體
謝宜臻 (2003)	高屏溪治理運動的政策網絡分析	利用政策網絡理論辯證模式深入分析探討涉入政策形成政府部門環保團體與利益團體之間複雜關係，探討高屏溪河川治理運動政策環境、政策網絡、行動者和政策結果之間的辯證交互影響。	文獻分析法、深度訪談法	政府部門、環保團體與利益團體

表 1-1 (續)

許敏娟 (2003)	臺北市里政改革政策制定過程之研究—政策網絡的觀點	描繪北市里政改革的政策網絡型態與決策模式忽視溝通協調，對政策推動造成某種程度的阻礙。對於未來臺北市政府的決策等提出具體的建議。	文獻分析法、深度訪談法	行政官僚、裏長
張淵菘 (2004)	國民小學教科書自由化之政策網絡研究	以「教科書自由化程度」及「部編本存在之必要性」兩大議題作為探討焦點，分析教育部對於整體政策的研擬及規劃，網絡參與者在政策的形成與發展階段之互動狀態，訴諸民意，卻失去了教育專業考量。	文獻探討、內容分析法及焦點訪談法	政府機關、利益團體、相關參與者
何玉蓮 (2006)	桃園縣公益彩券盈餘政策執行之研究—政策網絡途徑之分析	公益彩券盈餘政策執行之過程，對「社會福利、公益、慈善」目標是否落實，本文以網絡途徑方式探討桃園縣個案，提出政策建議如下：增加成員多元性、增加成員互動性誘因、明確化政策規則、落實地方自治與執行、檢討彩券發行目的等，作為日後公益彩券盈餘政策執行之參考。	深度訪談法	縣政府、專家學者、公益社團
潘榮傑 (2006)	誰的鄧雨賢紀念館？誰的文化造鄉？新竹芎林客庄社區總體營造之治理網絡分析	以政策網絡分析研究「芎林鄉文化造鄉暨鄧雨賢紀念文化設施委託規劃案」計畫，探討客委會積極推動「文化造鎮，客庄再生」及發展文化觀光政策研擬過程出現了什麼問題？	深度訪談法	公所、文化局

(資料來源：本研究整理)

表 1-2 「客家桐花祭」博碩士論文及期刊檢索系統相關論文一覽表

作者	題目	研究內容	研究途徑	研究對象
朱婉寧 (2004)	台灣文化觀光中的認同建構—以客家桐花祭為例	分析客家桐花祭關於文化觀光認同國族之間的脈絡關係及其在國家政策的整套論述，建構在發展觀光產業的訴求，將族群、文化認同串連，進入到新國家認同的文化建構當中。	深度訪談法、觀察法	觀光客、政府等參與者

表 1-2 (續)

朱雅群 (2005)	客家桐花祭之政策行銷暨滿意度分析	以客家桐花祭為例驗證政策行銷對知覺價值、顧客價值及顧客滿意度直接的影響顧客後續行為意圖。	問卷調查法	遊客
黃順意 (2005)	客家文化產業行銷之研究—以客家桐花祭為例	以文化產業政策行銷為概念，客家桐花祭如何集結客家族群對油桐花懷想與記憶，呈現客家文化，探討其所執行的文化產業之行銷具體作為，分析如何研擬行銷策略。	深度訪談法、問卷調查法	客委會官員、遊客、社區
蔡孟尚 (2006)	客家桐花祭政策執行之研究—以新竹縣為例	由政策執行理論觀點探討參與執行客家桐花祭政策新竹縣政府、客委會與不同執行者間互動過程及互動成果，不同角色機關或團體對客家桐花祭政策目標認同是否一致及肯定客家桐花祭的政策成效	文獻分析法、焦點訪談法	政府部門、利益團體、文史工作者
林綉芬 (2006)	客家桐花祭之效益評估—以苗栗縣為例	探討客家桐花祭經濟效益，利用旅遊成本法對客家桐花祭做遊憩效益評估，以遊客的遊憩動機、遊憩期望與遊憩滿意度的關係	問卷調查法	遊客
邱秀宇 陳定銘 (2006)	中央與地方政府互動關係之研究—以客家桐花祭活動與經費補助為主	以客家桐花祭活動經費補助為例，探討行政院客家委員會舉辦客家桐花祭宗旨在深耕文化、振興產業、帶動觀光、活化客庄，對地方政府補助標準？互動？如何建立兼具公平性、符合地方特色的活動與經費配置原則？	文獻分析法、深度訪談法	行政院客委會、縣政府文化局

(資料來源：本研究整理)

彙整上述資料整理發現，由題目、研究內容來歸納「政策網絡」方面，以研究社會福利政策、政府管制、府際關係等政策網絡議題，例如教育制度、健保制度、大型公共工程、核能、跨部門治理及協力關係為最多；「客家桐花祭」方面，以研究客家桐花祭遊客消費行為、行銷政策取向及探尋政策行銷滿意度等議題為主，一直到近期才有針對政策執行及效益評估面向來探討。

於研究途徑方式，在「政策網絡」方面，以文獻分析法、深度訪談法為最常使用；「客家桐花祭」方面，研究遊客消費行為及政策行銷取向之主題者，以問卷調查法為主要調查方式，或以深度訪談一併進行，而在探

討政策執行及效益評估面向，則以深度訪談法為主要方法。

而本研究以文獻分析法建構政策網絡等相關理論與名詞定義，再透過深度訪談法作質性研究，訪談政策網絡中利益關係人與專家學者，分析客家桐花祭參與互動模式、夥伴關係、資源重要性之網絡關係，是否可以有效回饋客家桐花祭共同政策目標，與上開研究較不相同，希望研究結果與建議，可以作為日後客委會及其他部門在辦理客家事務與眾多公共政策時，應同時對當地公私部門合作、重要性資源交換及合作夥伴關係建構作考量，透過良好政策網絡關係，發展出全民共同期待長期有益的政策方向。

## 第二章 文獻探討

### 第一節 政策網絡與網絡關係管理

政策網絡概念為強調政府部門及利益團體間對於政策執行的互動與成效研究，於五〇及六〇年代即有相關理論研究，而以美國及英國學者的觀點發源較早及最具典範，以下引用國內外學者Rhodes、Heclo、Marsh、丘昌泰、劉宜君、朱鎮明、史美強等所發表對政策網絡相關理論資料，整理歸納如下：

#### 壹、政策網絡的概念與分類

美國學者之政策網絡起源於次級政府(sub-government)的概念，亦可視為是多元主義模式與鐵三角理論到三位一體論的延伸概念，強調利益團體、官僚組織與政府等行動者的互動的人際關係，而非機關間的結構關係。Freeman(1955)，是第一位提出政策次級體系(policy subsystem)概念的學者，認為公共政策執行必須注意利益團體、國會議員與政府官員之間的互動關係。Riply 和 Franklin(1980)，則運用次級體系理論提出地下政府(sub-government)理論，典型的地下政府包括：參眾議院委員、國會幕僚、政府官員、特定政策領域中個人或團體代表，這些行動者彼此互賴，相互奧援與支持，政府機關甚至受到利益團體及國會議員控制。Lowi(1969)，以鐵三角理論(Theory of iron triangle)指出公共政策為中央政府機關、國會議員會與利益團體所把持，成為緊密相連的鐵三角。特點為（一）公共政策過程中，經濟性特權團體勢力足以串連國會掌控政府機關；（二）鐵三角本身是一個相互勾結的封閉體系具有排他性；（三）政府機關不可能保持中立。

Benson(1982)以府際關係概念界定政策網絡，認為行政與利益團體的相

互依賴性，以確保彼此間資源交換與共同的政策偏好，進而排除異議團體。

英國為內閣制國家，國會議員在決策過程中力量不如美國，政策網絡參與者通常僅包括政府官員與政策利害關係者，所以在理論中較不關切人際互動關係，而著重於部門層次互動關係，Rhodes以政策網絡概念分析中央與地方政府之間的府際關係(intergovernmental relations)，簡稱IGR模型，認為兩者之間互動關係並不是多元競爭性，地方政府被整合成少數重要的機關代言人，與中央政府進談判與互動，強調不同政府層級互賴性可視為複雜的政策賽局形式(Marsh & Rhodes, 1992)，將政策網絡定義為各個組織包括國家機關相關行政部門，基於權威、資金、正當性、資訊、人員、技術、設備等資源相互依賴基礎，結合成一種聯盟或利益共同體(Rhodes & Marsh, 1996: 214)，特徵包括：(1)國家機關治理的範圍更為廣泛，以及公、私與民間自願部門三者之間相互依賴；(2)由於網絡成員之間資源交換的協議與達成共同目標的共識，促使內部成員持續互動與合作；(3)網絡成員之間的互動基礎，建立在相互信任與遵守協議的遊戲規則上；(4)政策網絡是一種自我規範的組織，相當程度地獨立於國家機關之外。

**表 2-1 R.A.W. Rhodes 政策網絡分類**

網絡型態	網絡特性
政策社群（地域社群）	(1)關係穩定 (2)嚴格限制參與者的數目 (3)參與者之間水準地相互依賴 (4)有限程度的垂直連結
專業網絡	(1)關係穩定 (2)嚴格限制參與者的數目 (3)參與者之間水準地相互依賴 (4)有限程度的垂直連結 (5)提供專業人員利益

表 2-1 (續)

府際網絡	(1)限制參與者的數目 (2)有限程度的水準相互依賴 (3)擴張程度的垂直連結
生產者網絡	(1)參與者的數目不固定 (2)有限程度的水準相互依賴 (3)提供生產者利益
議題網絡	(1)不穩定的關係 (2)參與者眾多 (3)有限程度的水準相互依賴

資料來源：劉宜君（2008：8）

Smith(1993)認為政策網絡是一種團體與政府關係分類的方法，當團體與政府交換資訊並認可團體在政策領域中的利益時，就產生政策網絡，提出四項有關美國與英國比較政策網絡的前提：（一）依賴團體執行政策的國家比較容易產生政策社群。（二）利益團體擁有可以交換的重要資源時，比較可能產生政策社群。（三）議題網絡產生於政府對團體依賴性不高、高度政治爭議，或新議題利益尚未組織的政策領域。（四）英國比美國更容易產生政策社群。

劉宜君（2006）指出 Marsh 和 Rhodes（1992）將政策網絡區分為政策社群與議題網絡的二者概念，以助於瞭解參與者在政策形成過程中不同的動機與利害關係。他們界定政策社群的參與者是因為權威或專業知識而結合，議題網絡的參與者是因為追求某些物質利益，並進一步提出區別政策社群與議題網絡的標準，包括（一）會員性質，參與者的數目與利益的型態，（二）整合情形，包括互動頻率、關係穩定性與共識建立，（三）資源，網絡及再各參與組織內的資源分配情形，（四）權力分配情形。

丘昌泰、李允傑（2003）認為政策網絡是指互賴行動者之間或多或少穩定的社會關係型態，以形成政策問題或政策計畫；政策網絡出現係在研

究發現政府所制定的政策時發現存在著無法控制之行動者，彼此交互行動、相互依賴，構成綿密網絡。具有下列特性 (Klijn, 1997: 30-33)：(一) 依賴性為網絡存在的先決條件：須依賴其他組織提供奧援或支援，形成交互依賴互動關係；(二) 網絡中必然存在多元的行動者與目標：包含許多的行動者，本身各擁有其目標，隨時與對手進行策略性互動；(三) 包括或多或少持久性的關係型態：有些關係相當穩定且高度整合，與政府機關形成平等密切的互賴關係，也有關係薄弱的，但具有某種程度的持久性。

朱鎮明 (2005: 117) 指出，政策網絡包括五個要素，兩個以上、互不相隸屬的機構或行為者、相互依存與互賴、穩定結構與人事、在網絡內從事一些管理行為，採取主動態度為方案與政策爭取支持與資源，在政策網絡示意圖中，網絡組織以 A 組織為中心建構，並以粗實線與參與者 B、E 進行互動連繫，B、E 組織各自擁有資源及網絡，具有抗衡 A 組織力量，如果 A 組織能整合與管理其他參與者，將使政治影響面向外擴大。

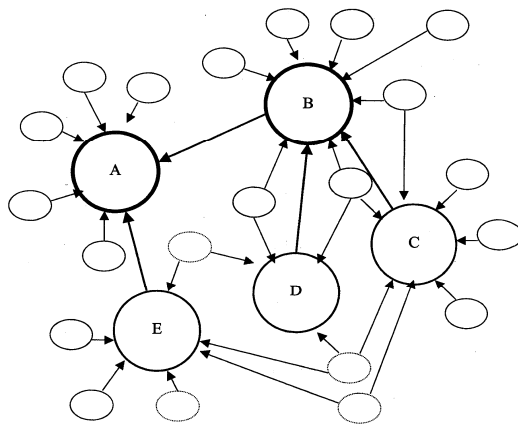


圖 2-1 政策網絡示意圖

資料來源：朱鎮明，(2005: 118)

政策網絡是一種分析政策參與過程中團體與政府關係的方法，它是一群互賴行動者之間建立某種穩定程度的社會關係型態，以促成政策問題或方案的形成或發展。當團體與政府交換資訊，而且此項資訊的交換使得團

體在某種政策領域中獲致利益時，即產生政策網絡。資訊的交換可以從最低程度的某個團體列名於諮商名單，到深入的某個團體擁有制度化的與政府溝通的管道，並參與政策發展的細節，不斷的交換高層次的詳細資料皆屬之（林玉華，2002a：67）。

政策網絡指介入公共政策制定過程之相互依賴參與者的關係型態，相互依賴是網絡途徑的關鍵詞，網絡中的參與者是相互依存的，因為他們不能獨自完成目標，必須藉助其他參與者的資源才能解決公共問題，公共問題的處理有賴於政府機構、準政府機構以及私人組織的互動。相互依賴以參與者的資源分配、參與者追求的目標、以及他們對資源依賴的知覺為基礎；資訊、目標、以及資源在互動過程中交換，這些互動經常重複，於是產生制度化的過程；發展並形式化分享的知覺、參與的形態、以及互動的規則（Kickert、Klijn 和 Koppenjan, 1997）。

由上述理論與觀點可以發現，政策網絡是「由一群具有自主性，彼此間權力、資源等共同利益互賴的多元行動組織，所形成持續協力、互動的網絡關係，以確保共同的政策偏好可以被滿足」；包括次級政府中透過政府機構與利益團體各個組織間，基於權威、資金、正當性、資訊、人員、技術、設備等資源依賴基礎，結合成一種聯盟或利益共同體，強調各行政機構因為擁有不同的政策責任與權力基礎，在與民間社會不同利害相關團體協商互動與管理行為，於展現不同行動與政策偏好，確保共同的政策偏好可以被滿足。

## **貳、網絡管理與夥伴關係**

### **一、網絡管理**

史美強（2005，42-44）認為網絡是指兩個或兩個以上的人、團體、事件、組織等個體，相互依賴的關係建立下，構成短暫且穩定的關係結構；

關係內涵意指連結的實質型態，例如交易、溝通、權威、血緣關係等，關係形式則指行動者間連結性質，能夠獨立存在於不同關係內涵之間。網絡關係結構中行動者(actors)或是組成要素可視為一個節點(node)或位置(position)，網絡是由諸多節點所共同組成的關係結構，彼此相互牽動且依賴，在各網絡中節點間的連結並不是呈現出對稱狀態；從資源依賴的觀點來看，擁有較多資源的節點勢必位於整個網絡的核心位置，資源少者則位於網絡邊陲位置，甚至排出網絡架構外，但即使為核心節點也是有賴於其他節點的協助。決定組織間依賴程度則取決於：（一）資源的重要性：指資源對組織生存的重要程度；（二）資源的支配或使用能力：即支配與使用的控制力；（三）資源控制的集中程度。

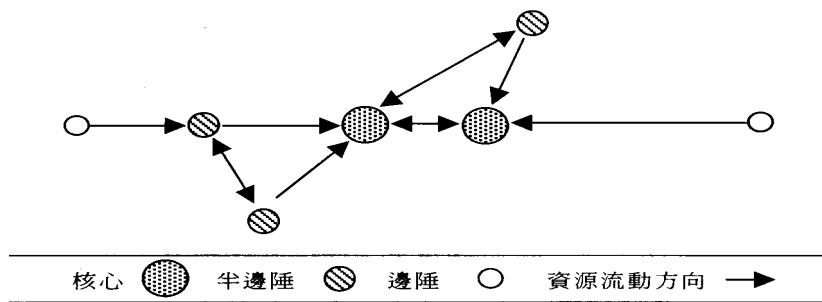


圖 2-2 網絡分析架構

資料來源：史美強，2005：43

孫本初(2006)認為治理不能只侷限於政府的活動，引用 Rhodes(1997)的實證研究角度，將治理界定為「自我管理的、組織網絡」，認為網絡為政府、市場結構的另一種新的治理型態，具有四個特點：（一）組織間相互依賴，（二）網絡成員互動持續，（三）賽局的互動關係，（四）相當程度的自主性。

網絡管理目的在於促進行動者之間的合作，避免與防止阻礙合作的情

形發生；可以從網絡的過程與結果作為網絡管理的評估標準，前者是指博弈管理(game management)觀點，目標在於影響行動者之間的互動關係，如選擇性的誘因、互動程式安排、引進新理念或角色、建立規則與程式、改變資源的分配；後者則是網絡建構觀點，目標著重於共識理念的建立，亦即以契約、網絡文化、共同語言調整參與者的認知。

在評估網絡管理績效時，無法以單純的效率、效能、回應性、合適性或是公平作為評估標準；可從互動結果、互動過程與網絡管理能力三個面向評估，例如績效標準包括互動的品質、透明程度、相互學習、合法性與參與者對於投入網絡的承諾；網絡管理者能力的評估則包括對於網絡互動進度、成本的掌握，非政府組織提供資訊可信度的判斷、對於參與者遵守互動規則的掌控等。(劉宜君，2006：16:20)

綜上，因為網絡組織成員眾多，來自不同層級及類型成員，無法以傳統官僚式層級管理方式，需要有新的互動方式管理所有成員，讓中央政府與地方政府及不同社團組織間可以水平與垂直整合連結，而夥伴關係是很好的網絡關係，良好的網絡管理是有共同意識的、持續進行溝通協商，共同研定有效管理方案，建立良好夥伴關係，做到資訊分享分配有限資源，如果網絡無法有效治理，將會因成員眾多，而各自擁有不同資源，因交換與協商的過程中無法有效達成共識，產生重大利益衝突、協議成本、集體盲思等情形，形成黑色網絡，進而無法發揮網絡效能。

## 二、夥伴關係

因為社會需求的多元與複雜，政府部門因為資源與人力不足，相繼有政府失靈與政策委外等批評與建議，一再顯示出政府部門無法以一己之力滿足社會多元公共政策需求，需要透過其他組織之夥伴關係才能達成目標。

Klijn(2002:198)指出夥伴關係是管理網絡社會複雜組織關係與合作互動的最佳方式，透過彼此溝通管理與協力合作的過程，達成彼此對預期結果的需求。

Bruner(1991)認為組織協力過程包括三個層次意義：由上而下治理的基礎結構，團隊發展技術(technical assistance)，行動規劃與服務提供(action planning)，而良好的協力關係則包括二個影響因素：（一）整體治理基礎結構，核心團體參與承諾投入且發展共同使命，建立良好論述與對話機制，設置統合協調或幕僚機構以設計及執行與監測全面性服務體制。（二）團隊發展管理策略方面，為行動規劃與服務提供界定目標、目的以及預期成果，確定成本均分，進行團隊建立技巧訓練；提供資源鼓勵參與；設計宣傳，建立執行目標與方法以達到預期成果，並進行協同訓練建立彼此熟悉感等。

指出英國布萊爾政府上臺後繼續擁抱柴契爾與梅傑時代的行政改革，認為要傳遞好的公共服務，但拒絕繼續採用民營化的工具，他也為了迴避 Rhodes 研究前期政府所採用的政策網絡名稱，提出公、私夥伴的協力治理取代之。布萊爾政府的兩個典型政策的發展，一為私部門財務創始計畫(private finance initiative)，為最佳價值的強迫競爭照護政府（林玉華，2002b：13）。

Scharpf(1997)認為網絡夥伴關係成功的要件應該是互相信任、目標清楚、責任明確、分工確實。聯繫各個組織、公共部門與私人部門的策略則有賴於協調，網絡的協調對政策執行不僅有正面的優點，而且能同時創造共同的價值、解決分配的問題。使網絡成員繼續不斷的互動與價值的分享，可以產生足夠的互信，化解衝突解決問題。

朱鎮明（2005：121-129）指出成功網絡管理是有意識持續維繫，成

員應研據管理方案，建構夥伴關係，分享資訊協調資源，甚至將部分權威授權給網絡結，來完成共享議程提升政策成效，公私部門共同參與，以財政誘因與道德勸服，作為網絡關係下合作方法取代過去立法與管制措施。在治理與協力夥伴關係衡量方面，

(一) 德國對於地方政府績效評估，以「史拜爾品質競爭金像獎」最具代表性，評鑑標準公私協力夥伴關係項目：(1) 目標與效果的評量，(2) 計劃管理評量，(3) 透過公私部門夥伴間契約與合作機制，(4) 監督公共資源投入或公共福利資源的可能性與實際情形，(5) 確保政策訊息傳遞到的對象，(6) 構想與概念的推廣及創新程度等。

(二) 歐洲公共行政研究中心設計「共同品質評鑑系統」，地方政府自我評鑑對「夥伴關係與資源」項目，以利益關係人及夥伴關係為核心，定期監測關係發展，具體指標 (1) 確認重要利益關係人 (2) 透過民意調查等系統性方法，蒐集關係人需求與期盼資訊，(3) 鼓勵公民參與設定優先性，(4) 政府資料透明化及資訊分享，(5) 建立內部溝通管道，(6) 建立追蹤成效的管理實體。

### **參、政策網絡構面因素**

由以政策網絡、網絡關係管理、夥伴關係等方面各學者觀點，可以發現網絡中各個參與者或網絡節點的聯繫頻率，對政策績效有正面影響；良好網絡管理是有共同意識且持續進行，成員間共同研定有效管理方案，建立良好夥伴關係，做到資訊分享及事件協調進行，有效分配並共用彼此有限資源，才能提升政策成效，達到政策網絡關係治理的成效。

對政策網絡定義與四大重要因素，整理歸納相關學者等理論，定義如下：

#### **一、政策網絡：**

政策網絡是由一群具有自主性多元行動組織，透過彼此資源互賴與權力交換互動合作所建立關係，為完成共同利益而組成。

## 二、政策網絡四個重要構面因素：

### （一）確認網絡利益關係人及資源

包括次級政府中透過政府機構與利益團體各個組織間，基於權威、資金、正當性、資訊、人員、技術、設備等資源依賴基礎，結合成一種聯盟或利益共同體，擁有不同政策責任與權力基礎，各自展現不同行動與政策偏好，並完成共同政策偏好可以被滿足。

桐花祭活動中央及地方政府部門、民間團體、業者所構成的政策網絡政策係因資源互相依賴結合而成的利益共同體，各自擁有重要資源，可以提供給其他成員，是構成網絡的首要要素，所以首先須確認主要網絡參與者及擁有重要資源為何，如何透過交換達成共同利益目標，發揮其在網絡關係角色地位之重要性及影響。

### （二）互動模式建構

建構良好互動模式方面，包括彼此平日溝通頻率並尊重與配合對方需求、資源提供合理與公平性、加強輔導及定期追蹤成果、輔導創新等要素。

政府部門提供補助及專業輔導、社區協力提供人力資源、當地商家或產業提供環境資或產業資源等是否充足或達到公平合理性要求，配合彼此需求，共同研發新創意，使活動能持續並保持客家桐花祭對遊客之引吸力與消費力。

### （三）信任關係建構

建構信任關係方面，是否可以達到資訊公開透明度、共同決策參與及是否制定良好合作機制進而建構良好信任關係等情形作為分析要素。

目前客家桐花祭補助客委會補助計畫、公佈時間是否達資訊透明公開的需求。客委會與參與活動者，是否可彼此有良好的合作機制對彼此意見可以傳達、予以採納認同，彼此可以互信依賴等。

#### (四) 夥伴關係建構

苗栗縣客家桐花祭夥伴關係方面，係由客家桐花祭關係人對合作由雙方承諾滿意度、穩定合作意願、活動結果與預期達成度、預期成果與各多元組織個別願景達成度等情形作為分析要素。

對彼此的承諾與約定是否可以遵守，未來是否願意為桐花祭活動繼續合作，合作成果是否可以滿足客委會的政策目標與地方社團及相關產業業者的發展願景的達成要求。

包括活動結果對預期參與人數成長、消費提升、產業業績成長等、對社區建構地方願景與客家桐花祭共同目標實現「深耕文化、振興產業、帶動觀光、活化客庄」的行銷目的，創造客家文化產業經濟產值結果成效滿意程度等。

## 第二節 客家文化與文化產業

### 壹、文化與客家文化

陳學明（1996）認為文化所涵蓋的範圍相當廣泛且複雜，文化可以說是人類為求生活各層面品質上的提升與重視，所獨特發展出來的；亦可視為人經過時間所累積而成的價值與思想體系，並產生一種社會制約的模式與習俗融入人類的生活之中形成一種密不可分的存在關係。雷蒙·威雷斯(Raymond Williams)：文化包括整體生活方式，無論是物質、知識、精神層面。包括生產組織、家庭結構、表現或是主導社會關係機構、社會成員藉以溝通的特殊方式」，馬林諾夫斯基(Bronislaw Malinowski)稱文化為「社會的遺產」。

Jenks(1998)以四個面向說明文化的概念的起源：（一）文化是一種智識或認知的範疇：文化是人類普遍的心態，包含對個人成就或解放的目標或渴望。（二）文化是一種更包容與集體的範疇：文化代表社會中知識或與道德的發展狀態。（三）文化是一個敘述與具體的範疇：文化是社會中藝術和智識作品的集合體、蘊含獨特性、排他性、菁英主義、專門知識與訓練或社會化過程等意義。（四）文化是一個社會範疇：文化是一個民族整體的生活方式。

行政院客家委員會委託研究報告「97 年度全國客家人口基礎資料調查研究」（2008：127），在客家家戶民眾認知的客家文化意涵調查發現，從客家家戶民眾認知的「客家文化」意含來看，28.6%客家民眾認為客家文化就是客家人「勤儉、刻苦耐勞」的特性，勤儉持家、吃苦耐勞、不浪費的「客家人的特性」視為客家文化的一種表現。25.3%客家民眾認為客語就是客家文化最好的代表。22.2%客家民眾認為諸如客家小炒、客家板條、客家擂茶、客家麻糬、草粿發粿等，這些特有的客家美食就是客家文化的代表。

11.6%認為客家人特有的節慶、喪葬喜慶等禮俗，6.9%認為客家山歌民謠等都是客家民眾所認定的「客家文化」。

徐正光（2002：209）指出客家文化包含哪些文化特質，民間或是學院多年來各有看法與見解，許多研究重新建構著我同中有異，因地因時有著不同的風貌與展現內涵蘊藏。

張維安（2007：145-146）認為客家桐花祭屬於社會記憶與發明的傳統觀點，客家桐花祭就是典型新創的客家文化活動，客家族群的產業經濟特色與客家文化特質及族群居住自然區位有密切關係，客家意象建構若能透過社區總體營造結合客家資源，利用符號包裝故事描述及透過媒體詮釋來賦客家文化意義，社區與文化或產業社群力量凝聚，是真正客家文化生命力展現。

客委會係由地理環境資源來闡述桐花與客家生活背景文化的關係，油桐樹於日據時代從長江流域一帶引進，具提煉桐油的高經濟價值，而桐油是製作油漆的原料，木材可以製作傢俱、木屐、牙籤、火柴棒等，桃竹苗及中部山區栽種最多，油桐樹因為廣泛分佈在北台灣客家人聚居的台三線沿線地帶，因此成為客家地區的特色物種。幾乎完全吻合了客家人的生活空間，「開山打林」的歷史記憶成為成為客家人生命的基底（客委會，2003）。

苗栗縣政府認為油桐樹是一種以前客家先民為生活打拼，所形成一種美麗的錯誤，曾是台灣客家人重要經濟作物之一，當時政府免費提供油桐幼苗供農民栽種，加上日本傢俱市場剛好需要大量的梧桐木，但梧桐很容易感染簇葉病，使得農民認為可以用油桐來取代梧桐來出售（苗栗縣政府，2006）。

而丘昌泰、周錦宏（2007）指出客家桐花祭、客家文化藝術節等節慶活動，讓客家族群不在是居於邊緣的弱勢族群，脫離傳統「隱諱」與「情

悲」，以實際行動運用自身客家族群資源創造出一種嶄新的社會經濟資源。

由以上探討發現客家文化是客家族群生活方式、主導社會關係機構、人文特性、語言、風俗等表現，客家文化隨著不同時代，所展現出生活上創造力的潛能與傳承及創新結果，在不同時代有不同的風貌，更是族群認同及凝聚力的展現。

客家桐花祭能否代表客家文化精神並成為客庄文化產業經濟的契機，或只是一種美麗的錯誤，在客委會以地理環境資源的觀點下、學者在族群資源或客家社會文化記憶與創新發明的觀點、或文史工作者與當地生活客家人間各有不同的認知與看法，但因客家桐花祭活動，藉由客庄活動之文化特色意涵創造新的客家意象，並加以宣傳，使得大量人潮湧入客家庄，透過桐花之美，參與當地富有客家文化特色的相關活動，重新接觸客家文化，無形中讓客家文化特色變得更加生動活潑與有趣，值得再次體驗與欣賞，代表著客庄文化勤儉樸實的濃濃客家味外，也發現了美麗山林客庄生活，對客家文化有了新的認知，在客家文化地位提升之功能受到肯定。

## 貳、地方文化產業

聯合國教科文組織關於文化產業(cultural industries)的說明為結合創作、生產與商業的內容，這內容在本質上是具有無形資產與文化概念的特性，並獲得智慧財產權的保護，而以產品或服務的形式來呈現。從內容來看，文化產業也可以被視為創意產業；或在經濟領域中，稱之為未來性產業；或在科技領域中，稱之為內容產業(content industries)。

行政院經濟建設委員會「文化創意產業概況分析調查」研究計畫報告中提出台灣產業定義文化創意產業(cultural creative industry)，係指那些來自於創意與文化積累，透過智慧財產權的生成與運用，有潛力創造財富與就業機會，並促進整體生活環境提昇的活動。核心價值在於文化創意的生

成，發展關鍵在於具有國際競爭力的創造性與文化特殊性，屬於後現代產業模式與精神，如地場化、去中心化與永續性等，而非現代主義或工業革命所標榜大量複製與擴張的產業模式，其強調創意生成於各產業領域與生活的應用，將創意與文化藝術真正融入大眾的生活，普遍運用於各個產業可推動產業附加價值的提昇與產業升級（薛保瑕等人，2002：17）。

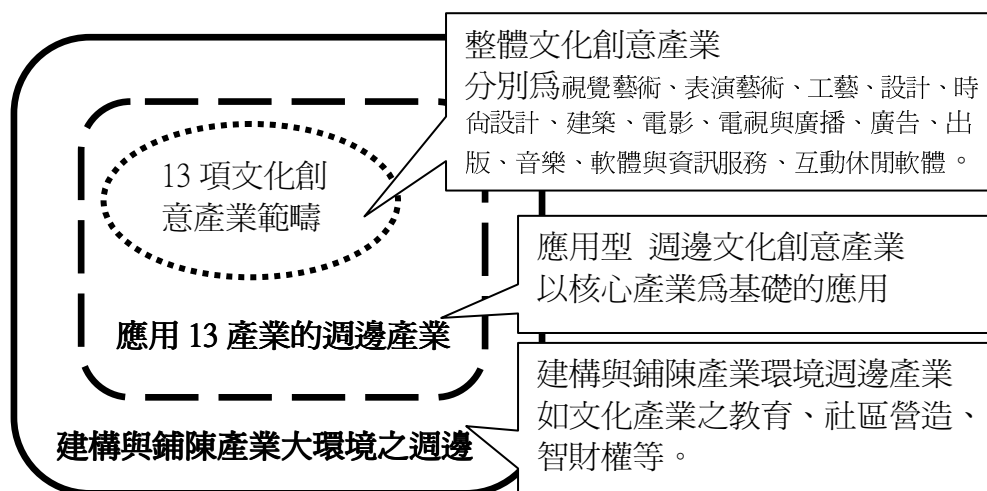


圖 2-3 台灣文化创意產業範疇與週邊產業示意圖

資料來源：行政院經濟建設委員會文化创意產業概況分析調查研究計畫報告，2002：62。

陳板（2002）認為產業的文化化是從文化與歷史的角度重新觀察新舊產業的操作過程，發現新舊產業的文化與歷史意義，新產業再造的經濟思維，乃在於從產業的在地特質與其長期發展出來的歷史意義中挖掘出經濟的價值。

黃世輝（2001）則認為廣義的文化產業只要是在地的歷史文化的發揮與活化所成的產業都可以計算在內。狹義的文化產業，可以說是以社區居民為共同承擔、開創、經營與利益回饋的主體，以社區原有的文史、技術、自然等資源為基礎，經過資源的發現、確認、活用等方法而發展出來的，提供社區生活、生產、生態、生命等社區文化的分享、體驗與學習的產業。文化需形象化於商品之中，文化商品內含文化附加價值、文化特性、文化

的精神構成商品內容的豐富性。文化產業具有高知識性、技術專業化，附加價值達極大值的特點，也與美學有其密切相關。

楊敏芝（2002：30-36）指出文化對於地方產業關係為一種生活、經濟、生命力，藉由地方獨特文化特質拓展其經濟領域，成為地方文化經濟及文化記憶的重要資源，以特定地域為基礎，經由政治、經濟、文化體制與衝突而形成不同的歷史脈絡，根植於地方，經由特定文化、經濟及政治制度之社會過程，以及人們對其感覺品質，消費型態與行為模式變遷而產生，具有「文化性」、「地方性」、「經濟性」三個主要特質要素，「文化性」指其發展價值及效益性是否有豐富的歷史文化及特殊文化內涵。「地方性」係不同的社群對地方文化產業的認知性、參與模式、認同感及權力責任分配等。「經濟性」不同文化產業具有不同特質的生產與消費結構，經由產業結盟或消費者的消費傾向，將形構不同性質的關聯產業鏈，而形塑不同的地方經濟效益。

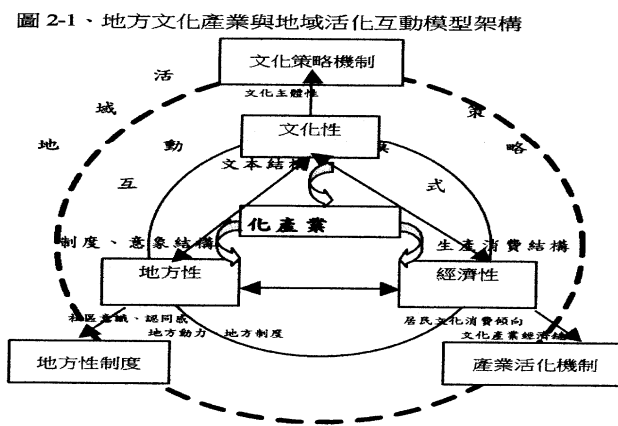


圖 2-4 地方文化產業與地域活化互動模型架構圖

資料來源：楊敏芝（2002：29）。

達成地方行銷因素須具備四個關鍵因素：（一）地方形象，指地方所擁有誘人的形象、正面形象、弱勢、矛盾、負面形象。（二）具吸引力景

點如自然風光、歷史及名人、購物商場、文化景觀光、娛樂休閒場所、運動場、節日慶典、建築紀念和雕塑、博物館等。(三)基礎建設，如建築物、道路及運輸系統、供水系統、電力供應、環境品質、員警消防保護、教育、住宿及餐廳、會議設施、遊客服務、街道、電信網路。(四)人，如著名人物、熱誠的地方領袖、具有創業能力的人、遷至該地的人等，皆可影響當地所散發出來無引吸引力，另外當地居民親切助人友善熱情等均是地方吸引觀光客的因素 (Kolter, 1993)。

陳板 (2002: 2-12) 則從「化邊緣為資產」的概念來論述客家桐花祭與客家文化產業的關係，認為族群是一種文化現象，客委會成立之後才察覺族群文化有機會成為知識經濟的切入點，從產業在地特質與其長期發展出來的歷史意義中挖掘出經濟的價值。客家桐花祭是新美學與新品味的建構，把昔日的經濟作物油桐樹化為美學的欣賞物件，讓原是經濟作物的油桐樹，在經濟價值喪失後，客家桐花祭興起成為客家面對沒落產業的新動力。

由以上相關理論歸納發現，地方文化產業為產業與地方文化及地方族群的結合與認同，表現地域文化特色創造力與想像力，強調創意生成於各產業領域與生活的應用，將創意與文化藝術真正融入大眾的生活，普遍運用於各個產業可推動產業附加價值的提昇與產業升級。

而客家桐花祭以行銷客家文化活絡客庄產業經濟為目的，而桐花相關產品眾多，尤其在苗栗地區陶藝商品及客家美食等產業商品利用桐花意象來作包裝或行銷者更不勝枚舉，相關文化產業與創意商品的輔導與行銷通路提升，更為近年來客委會推展客家桐花祭同時之重要政策方向，希望透過桐花與客庄意象創造產業附加價值，達到深耕文化、振興產業達到客家桐花祭創造客家文化產業卓越的經濟產值之政策目標。

### 第三節 客委會客家桐花祭現況析探

行政院客家委員會 2002 年首次舉辦客家桐花祭，於苗栗縣公館鄉北河一處桐花林蔭下之百年伯公石龕辦理祭典，每年制定活動計畫，編列預算經費補助各地社團及地方政府辦理該項活動，客委會是該項活動主辦單位，審核參與活動者資格，近年來參與活動人數越來越多，成為每年四五月間重要旅遊活動，也帶動了地方文化與產業的結合與發展。

客委會每年除了補助各地社團及地方政府辦理客家桐花祭活動經費外，也投入相當多活動宣傳經費，2009 年相關宣傳活動經費更高達 1,000 萬餘元，在推展客家桐花祭成為國際觀光活動上更是不遺餘力，非常積極宣傳及推動客家桐花祭計畫與相關活動，投入活動總經費約 5,000 萬元，共有 10 縣市共襄盛舉，預計吸引 1,000 萬觀光人次，及創造 80 至 100 億產值。

#### 壹、客家桐花祭政策目標與歷年辦理情形

主要政策目標係為『希望透過客家桐花祭的旅遊活動，藉由中央籌劃、企業加盟、地方執行、社區營造之合作模式，實現「深耕文化、振興產業、帶動觀光、活化客庄」的行銷目的，深化各地的藝文活動內容，提升對桐花與客家文化的認識，達到發展與創造客家文化產業卓越的經濟產值』。

每年藉由不同活動主題展現不同活動意象，客家桐花祭主題如下：

- 2002 年：（客家桐花祭開始）
- 2003 年：客家文化、美麗山林
- 2004 年：喜迎桐花、戀戀客家
- 2005 年：春白五月、人文客家
- 2006 年：春桐千姿、雪舞客庄

2007 年：桐花飛舞、螢光點點

2008 年：春桐樂揚、創藝客庄

2009 年：白雪紛飛·桐鬧客庄

由客委會每年也會配合客家桐花祭活動主題及產業發展現況，辦理不同的活動內容，例如由最早的藝文活動來凝聚桐花意象，帶動觀光人潮，每年也為客家桐花祭的政策目標作各項推廣及行銷輔導策略，由客委會網站公佈相關資料，客家桐花祭活動歷年來主要辦理情形如下：

2003 年，邀請 30 個團體，舉辦 500 場以上藝文活動，超過千人參與策劃推動，讓大家在桐花樹下聽音樂、捏陶土、看布偶劇、遊古道、品茶、體驗客家美食，開始推出「桐花護照」，整合客家文化、桐花意念、活動地點導覽及套裝行程等各項資訊，使客家桐花祭隱然成為北台灣客家人的代表，也成為北台灣客庄的嘉年華。

2004 年至 2005 年，在盛大藝文活動的基礎下，開始加入文化創意商品的開發，如桐花杯、桐花陶笛、桐花餅等，希望透過桐花的意念，加上文化藝術及故事的包裝行銷，大幅提升客家傳統產業的品質及產值，以創造客家地區的商機，同時正式活絡地方的觀光產業，不論民宿、餐廳，甚而各式商店，均因客家桐花祭而生意興隆，而桃竹苗各地之優良民宿也因此漸漸興起，開創文化創意生活產業的另一章。

2006 年開始，以桐花山林、客家原鄉、傳統文化為核心價值，在臺北縣等 7 個縣市綻放 700 場以上的藝文活動，引進國際級頂尖的設計師，運用國際美學語彙，輔導客庄文化創意產業、桐花商品改良，並重新進行整體設計包，輔導 61 家業者，開發 221 種創新美麗的桐花意念商品，同時運用異業結盟及整體行銷的手法加強推廣，透過桐花意念讓客家文化與各式傳統產業緊密結合，也藉由行銷平臺的整合，擴大客家桐花祭的參與層面。

2007 年，為提昇客家文化與旅遊品質，規劃多達 50 條的賞桐步道，並請各縣市政府配合規劃接駁車及作好交通疏導。開發多達 373 件的桐花商品外，為加強桐花意象與在地客庄文化產業的結合，並與 34 家知名客家美食餐廳合作，於客家桐花祭活動期間推出客家美食等各式好康活動，達到「深耕文化、振興產業、帶動觀光、活化客庄」之目的，當年的 8 月 16 日，昇恆昌在桃園國際機場開設客家商品免稅店，讓客家桐花祭之創意商品正式邁向國際。

2008年在過去的基礎上，推出「客家世紀映射展」，讓文化及節慶緊密結合，結合民間企業，讓大家可以透過3G手機看到即時的桐花開花訊息，協調電視台，在「東森電視」氣象時段，每週五及週六早上及晚上民視新聞「桐花情報」氣象預報時間報導桐花的開花狀況，更歡迎大家上行政院客家委員會的網站，建立屬於自己桐花部落格，讓客家代表台灣行銷國際。

2009年客家桐花祭，以「節能減碳，自然山林」為活動主軸，規畫一系列賞桐活動，辦理規模將從8縣市擴大到10縣市，投入預算增加1000萬元，將推出系列創意活動與文化創意商品，預期將可吸引遊客突破1000萬人，希望創造80億元到100億元產值。

由上述客委會辦理客家桐花祭8年來的活動歷程，可以發現，客委會提供客家桐花祭花祭有關經費，補助有桐花的客家地區各社團開始辦理客家桐花祭活動，在2002年至2003年初期，希望藉由辦理客家桐花祭藝文活動開始奠定活動基礎，帶動參加文化活動人潮出發；2004年至2005年間「形成桐花意象」後，逐步開始結合相關產業民宿、餐廳與各式商店，均因客家桐花祭而生意興隆，開創客家文化創意生活產業發展；2006年開始加入創意行銷理念，並改良商品及輔導創意產業，希望由旅遊觀光活動轉化為創意產業，帶動客家地方經濟商機；2007年開始加強輔導相關產業，並加入整合行銷的理念，希望能將文化旅遊活動產業化；2008年更開始多媒體的行銷活動，希望更多人來參加，並延續與厚植客家桐花祭成為文化產業活動生命力，希望能成為國際性活動，近一步提升文化活動及經濟活動產值，2009年更擴大辦理規模，範圍往南擴大至雲林縣及東部花蓮與宜蘭縣，相關藝文活動等表演100場以上，並在北京及日本成田機場刊登客家桐花祭廣告，並增加辦理經費1,000萬元以上加強宣傳及推展成國際觀光的方向。

## 貳、客家桐花祭活動參與計畫申請與審核

於年度開始前公佈活動計畫書及申請書表格式，提供擬參加客家桐花祭活動之北、中部各地區社團、縣市政府及鄉鎮公所申請，逐年提出補助

申請計畫，由縣政府先作初步審核分組後，送客委會進行複審，再據以補助，計畫書的內容從活動宗旨、執行單位、申請期間、活動期間、補助項目與金額、審查機制與原則、計畫書內容及核銷表格等均列有詳細規範，將 2006 年至 2009 年期間客委會所訂之計畫書內容整理比較如下：

**表 2-2 客委會 2006 年至 2009 年客家桐花祭活動計畫書**

年度	2009 年	2008 年	2007 年	2006 年
<b>宗旨</b>	透過「中央籌劃、企業加盟、地方執行、社區營造」之合作模式，聯合產業與桐花，結合更多創意與資源，以凸顯地方特色、深化各地藝文活動內容，實現「深耕文化、振興產業、帶動觀光、活化客庄」的行銷目的。	透過「中央籌劃、企業加盟、地方執行、社區營造」之合作模式，結合更多創意與資源凸顯地方特色、深化各地藝文活動內容。桐花樹下慢跑、健行活動及六項深度之旅，包含親子休閒之旅、美食生活、山林漫遊、農村體驗、古蹟文化、名人故居等，以滿足大眾遊賞桐花、品味客家文化多元需求，實現「深耕文化、振興產業、帶動觀光、活化客庄」行銷目的	亟思如何擴大客家/桐花豐富的文化產業觀光資源予大眾共用，並藉由桐花盛開之景觀美學與節慶、文化、藝術的提升，循序形塑新文化、新故鄉的理想，以落實社區總體營造，實現活力客家、行銷客庄的目的。	為提倡優質客家，強調文化紮根，落實社區營造，藉由桐花盛開，運用在地特色並賦予文化節慶創新提升的積極意義，最終實現活力客家、行銷客家的目標。
<b>執行單位</b>	基隆市、宜蘭縣、花蓮縣、臺北縣（市）、桃園縣、新竹縣、苗栗縣、台中縣、彰化縣、南投縣等縣政府、鄉鎮市公所及在地立案之民間社團等	臺北縣、桃園縣、新竹縣、苗栗縣、台中縣、彰化縣、南投縣等縣政府、鄉鎮市公所及在地立案之民間社團等。	臺北縣、桃園縣、新竹縣、苗栗縣、台中縣、彰化縣、南投縣等縣政府、鄉鎮市公所及在地立案之民間社團等。	臺北縣、桃園縣、新竹縣、苗栗縣、台中縣、南投縣等縣政府、鄉鎮市公所及民間社團等

表 2-2 (續)

<b>藝文活動 辦理時間</b>	4月1日(星期三)至5月17日(星期日)依各地區花期通報及實際天候狀況,再將活動舉辦日期及相關花開訊息公佈於本會桐花主題館網站上。	暫定 97 年 4 月 1 日至 5 月 18 日,依歷年花開狀況,預估台中、彰化、南投地區於 4 月初至 4 月底,苗栗地區於 4 月 19 日至 5 月 10 日,桃園、新竹地區於 4 月 20 日至 5 月 10 日	96 年 4 月 14 日至 5 月 27 日 (暫定)	95 年 4 月 15 日至 5 月 14 日 (暫定)
<b>補助項目</b>	以能結合在地文化、工藝達人、特色產業、觀光資源、開發知性旅遊等項目為優先考慮	以能結合在地文化、特色產業、觀光資源、開發知性旅遊等項目為優先考慮	桐花主題藝文活動 其他賞桐相關之周邊活動	客家文化活動 小型步道整修維護 規劃桐花導覽 活動交通接駁車 其他有助提升桐花/客家映象活動
<b>審查考量 原則</b>	活動辦理範圍應於社團設立在地縣市、鄉鎮市桐花樹下或車程或步行 20 分鐘內路程或具規劃完善交通接駁之桐花景點樹下辦理藝文活動。以精緻度、創意、執行力等為優先補助	以精緻度、創意、執行力等為優先補助		
<b>補助額度</b>	最高補助經費以 30 萬元為原則 屬社區內部消費性質或無法帶動未來發展與外來遊客參與之藝文表演活動,則不予補助	最高補助經費以 30 萬元為原則 屬社區內部消費性質之藝文表演活動,則不予補助。	最高補助金額以 50 萬元為原則	(未註明)
<b>申請時間</b>	請於 97 年 12 月 1 日前,向以下各縣市政府提出申請	請於 96 年 12 月 14 日前,向以下各縣市政府提出申請	請於 96 年 1 月 31 日前,向以下各縣市政府提出申請	申請案件於 94 年 12 月 30 日前提出申請

表 2-2 (續)

<b>審查機制</b>	以初審和複審方式進行，先由各縣市政府組成初審小組審查，依優先順序彙整，於 97 年 12 月 26 日前提報本會複審；本會處理期間為 15 天，必要時得延長	以初審和複審方式進行，先由各縣市政府組成初審小組審查，依優先順序彙整，於 97 年 1 月 11 日前提報本會複審；本會處理期間為 15 天，必要時得延長	以初審和複審方式進行，先由各縣市政府組成初審小組審查，依優先順序彙整，於 96 年 2 月 9 日前提報本會複審；本會處理期間為 15 天，必要時得延長	(由客委會審理)
<b>其他規定</b>	經通知而未派員參加本會 97 年 10 月 5 日、10 月 15 日「2009 客家桐花祭藝文活動研習」之社團，不予受理申請案	經通知而未派員參加本會 96 年 11 月 4 日、11 月 18 日「2008 客家桐花祭藝文活動研習」之社團，不予受理申請案		活動向民眾收費或活動對象限縮特定人員或隔縣市、隔鄉鎮異地辦理或主場地現場 1 公里方圓內無桐花者不予補助
計畫書應載明下列要項 - 增加項目	(同 2008 年)	<p>活動方式：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 應詳細說明活動項目與內容流程執行、展演者(團隊)簡介、活動重點與特色等。</li> <li>2. 規劃 1 日-2 日賞桐路線, 應提供交通、行程規劃與詳細地圖。</li> <li>3. DIY 活動社團，送件申請時提供項目、圖片、說明及收費供參。</li> <li>4. 須提供活動地點及周邊賞桐景點經緯度座標、當地活動、設施及建議行程(車行/步行路線)、桐花分佈區等資訊，供本會上傳網站</li> </ol> <p>申請表增列：  交通行程. 步行時間. 適宜對象. 餐飲. 歷史/故事. 周邊人文.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 活動執行流程表</li> <li>2. 活動重點與特色宣傳及實施方法</li> <li>3. 相關人員或單位配合協助事項</li> <li>4. 活動所需物品與道具用品清單</li> <li>5. 預期困難與策略</li> </ol> <p>申請表增列：  (1) 當地藝文人士  (2) 自然資源  (3) 地方產業  (4) 景觀資源</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 活動內容與進行之方法，需具體說明執行次數、內容、服務對象人數</li> <li>2. 活動特色與預期成效</li> <li>3. 人力編制</li> <li>4. 經費預算表</li> </ol>

表 2-2 (續)

		古蹟.觀光休閒.傳統老店.動植物.昆蟲...【如附圖】.公共設施.自然環境.遊憩容.納量.當地農特產品.等路.民宿旅遊建議.古道行程圖.周邊景點地圖		
--	--	--	--	--

資料來源：行政院客委會客家桐花祭活動計畫書，（2006-2009）

由以上表列資料比較整理發現，客委會就整體而言，逐年修正活動參與資格與審核內容項目，尤其在服務遊客資訊提供及旅遊資源結合的緊密性方面，同時也注意到客家文化地理與人文環境資源對觀光資源所產生的重要性。例如，由「計畫書應載明下列要項-增加項目」欄位內，由原來2006年只要填列流程及活動特色，2007年增加當地藝文人士、自然資源、地方產業、景觀資源等項目，2008年開始至2009年又修正增加，交通行程、步行時間、適宜對象、餐飲.歷史/故事、周邊人文、古蹟、觀光休閒、傳統老店、動植物、昆蟲、公共設施、自然環境、遊憩容、納量、當地農特產品、等路、民宿旅遊建議、古道行程圖、周邊景點地圖等。

活動宗旨方面，由早期2006年至2007年的文化紮根，落實社區營造，運用在地特色並賦予文化節慶創新提升的積極意義，最終實現活力客家、行銷客家的目標，透過「中央籌劃、企業加盟、地方執行、社區營造」之合作模式，聯合產業與桐花，結合更多創意與資源，以凸顯地方特色、深化各地藝文活動內容，實現「深耕文化、振興產業、帶動觀光、活化客庄」的行銷目的，到2008年之後透過「中央籌劃、企業加盟、地方執行、社區營造」之合作模式，聯合產業與桐花，結合更多創意與資源，以凸顯地方特色、深化各地藝文活動內容，實現「深耕文化、振興產業、帶動觀光、活化客庄」的行銷目的，並加強了振興產業經濟的政策目標。

執行單位方面，由原本 2006 年臺北縣、桃園縣、新竹縣、苗栗縣、台中縣、南投縣等縣政府、鄉鎮市公所及民間社團等 6 個縣，至 2009 年基隆市、宜蘭縣、花蓮縣、臺北縣（市）、桃園縣、新竹縣、苗栗縣、台中縣、彰化縣、南投縣、雲林縣等 12 個縣市政府、鄉鎮市公所及在地立案之民間社團，由原先北自臺北縣到南到苗栗縣以台三線為主北台灣油桐花生長的地區，至北起基隆縣南至雲林縣等，範圍擴大到中部海線地區，並增加了東部宜蘭及花蓮兩縣市，客家桐花祭活動範圍涵蓋半個台灣。

藝文活動時間，原本訂定為四月中旬至五月底止約一個半月時間，因油桐開花期程不定，易受到天候及氣溫與雨量因素影響，桐花樹又高，要感受桐花之美，必須桐花盛開微風陣陣吹來桐花似雪飄落時才能感受桐花之美，因此常發生客家桐花祭熱鬧開鑼，遊客卻找不到桐花的情形，敗興而歸，影響遊客再次遊旅消費意願與停留時間，客委會為了改善這情形桐花館網站上有各地油桐花開資訊，提供民眾上網查詢，2008 年結合民間企業透過 3G 手機電視台播報桐花情報。

補助項目由桐花藝文及賞桐花活動，至今以能結合在地文化、工藝達人、特色產業、觀光資源、開發知性旅遊等項目為優先考慮，審查原則也以精緻度、創意、執行力等為優先補助考量。補助金額方面，由早期依申請活動考量，到 2007 年每年每一計畫 50 萬，到 2008 年起改為 30 萬之上限補助額度，有減少的現象。申請時間與審核機制，由原客委會公佈後直接受理申請並審核，開始改為 2007 年向縣市政府提出申請，並由縣市政府辦理初審後送客委會複審，開始限定經通知而未派員參加年度開始所辦理之「客家桐花祭藝文活動研習」之社團，不予受理申請案。

## 第四節 苗栗縣客家桐花祭析探

苗栗縣從 2002 年客家桐花祭元年在公館北河村伯公廟桐花樹下祭典開始辦理活動，至今 8 年來不曾間斷，每年超過三分之二鄉鎮加入客家桐花祭活動，不論在幅員上及人力動員上，均遠勝於其他縣市。

縣內有 18 個鄉鎮市，2009 年有三義鄉、通霄鎮、造橋鄉、南庄鄉、大湖鄉、卓蘭鎮、頭屋鄉、公館鄉、三灣鄉、頭份鎮、苗栗市等 11 個鄉鎮市，及銅鑼鄉雖未直接接受補助，但鄉內有目前正在興建的桐花公園，並舉辦音樂會及健行活動，合計共有 12 個鄉鎮轄內舉辦客家桐花祭活動；在活動方面每年超過 20 個社團參加審核申請，今年共有 12 個社團、5 個鄉鎮市公所，包括苗栗縣政府共計有 18 個單位接受客委會補助辦理客家桐花祭活動，補助經費共計達 620 萬以上。

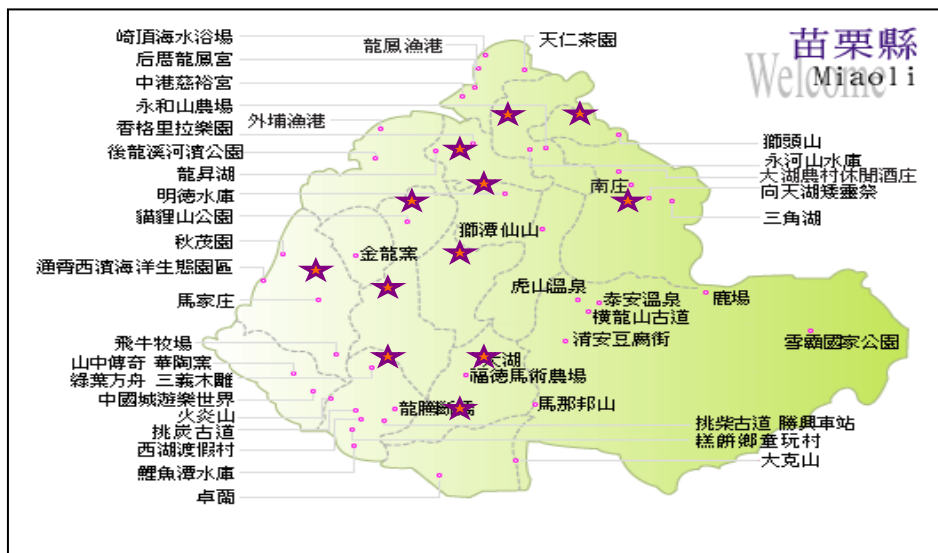


圖 2-5 苗栗縣客家桐花祭活動鄉鎮地圖

資料來源：本研究整理，資料引自苗栗縣政府網站（2009）

客委會 2009 年舉辦 8 場創意藝文活動即有 4 場在苗栗縣舉辦，可見苗栗縣在客家桐花祭中佔有重要地位。

表 2-3 客委會 2009 客家桐花祭苗栗創意藝文活動

辦理單位	活動時間	活動地點	活動內容
行政院客家委員會	98.4.18 (星期六)	苗栗縣三義鄉西湖渡假村	「舞動青春 鬧熱客庄」桐花舞蹈創意秀
音樂盒室內樂集	98.4.19 (星期日)	苗栗通霄鎮上田咖啡館	管絃樂音樂會
全國藝能總工會客家事務委員會	98.4.25 (星期六)	苗栗縣三義鄉勝興車站鐵道旁	三義鐵道現代流行演唱會
苗栗縣青少年國樂團	98.5.9 (星期六)	苗栗縣銅鑼鄉雙峰山桐花林區	「桐吟花雪·藝遊客庄」青少年國樂音樂會

資料來源：行政院客委會網站（2009）

## 壹、地方政府辦理客家桐花祭現況

### 一、苗栗縣政府

縣政府客家桐花祭活動辦理單位為國際文化觀光局（以下簡稱縣政府），每年參與客家桐花祭活動，接受客委會補助，並負責苗栗地區各地社團申請客家桐花祭活動補助經費初審業務，審核分組完成後，再送客委會申請補助。

縣政府 2008 年接受客委會補助辦理客家桐花祭活動 200 萬元，配合編列 230 萬元作為客家桐花祭相關活動的宣傳及活動經費，舉辦桐花婚禮活動由原本 66 隊，規模逐年增加擴大，2009 年更高達 150 隊新人參加。2009 年受補助客家桐花祭活動 250 萬元，但對地方社團客家桐花祭活動縣府未編列相關經費，社團與公所活動經費均由客委會直接補助。社團活動補助計畫只有在初審階段送縣政府，客委會進行複審後，相關補助核撥等事宜則均由客委會逕行辦理。而在建構桐花村等基礎硬體設施工程等，則由縣政府有關單位負責執行規劃與建置。

## 二、鄉鎮市公所

2008 年有苗栗市、南庄鄉、卓蘭鎮、三義鄉公所共 4 個公所接受客委會補助辦理客家桐花祭活動，其中有 3 個鄉鎮接受活動補助款，三義鄉公所則為客家桐花祭接駁巴士的補助經費，性質與其他公所不同，補助金額合計達 95 萬元，活動名稱及補助經費情形如下表：

表 2-4 鄉鎮公所 2008 年參與苗栗客家桐花祭活動列表

No.	公 所	活 動	獲補助經費
1	南庄鄉公所	2008 桐舞春暉南庄遊	30 萬
2	苗栗市公所	苗栗市 2008 親子休閒賞桐之旅	15 萬
3	卓蘭鎮公所	桐舞五月天飛雪夢幼連-卓蘭客家桐花祭	20 萬
4	三義鄉公所	2008 客家桐花祭活動接駁專車及導覽圖印製	30 萬

資料來源：本研究整理，部分資料引自苗栗縣政府客家桐花祭導覽護照（2008）

2009 年則有 5 個公所接受客委會補助辦理客家桐花祭活動，分別為三義鄉、南庄鄉、卓蘭鎮、三灣鄉、苗栗市等，其中有 4 個鄉鎮接受活動補助款，而三義鄉公所則為客家桐花祭接駁巴士的補助經費，補助金額合計達 125 萬元，活動名稱及補助經費情形如下表：

表 2-5 鄉鎮公所 2009 年參與苗栗客家桐花祭活動列表

No.	公 所	活 動	獲補助經費
1	南庄鄉公所	2009 春桐賞雪南庄情	30 萬
2	苗栗市公所	2009 苗栗市客家桐花祭桐言童語貓狸行	15 萬
3	卓蘭鎮公所	五月桐花舞漫天-卓蘭客家桐花祭	20 萬
4	三義鄉公所	2009 客家桐花祭活動接駁專車及導覽圖印製	30 萬
5	三灣鄉公所	三灣桐花玩偶祭	30 萬

資料來源：本研究整理，部分資料引自苗栗縣政府客家桐花祭導覽護照（2009）

其他公所方面，通霄鎮公所未直接參與活動，但為鄉內富麗農村發展協會向台灣電力公司及中油公司爭取經費，其餘鄉內有客家桐花祭活動公所並無特定為客家桐花祭編列相關經費，如有小額補助，則係以對鄉內社

區或社團之活動經費項目予以補助，或僅負責地點引領介紹，或配合社團辦理相關活動。

## 貳、社團執行客家桐花祭活動個案析探

2008年苗栗縣地區接受客委會補助客家桐花祭活動經費計有16個社團及1個育達商業技術學院，分別來自三義鄉4個、三灣鄉1個、頭份鎮3個、南庄鄉2個、造橋鄉3個、大湖鄉1個、頭屋鄉2個、獅潭鄉1個，參與活動社團名稱、所轄位置及活動主題，詳列如下表：

表 2-6 參與活動社團 2008 年苗栗客家桐花祭活動列表

No.	社 團	活 動	所轄公所
1	南江休閒農業管理委員會	客家音樂饗宴及賞桐步道導覽	南庄鄉
2	南庄鄉觀光產業協會	當我們『桐』在一起-客家米食、油桐DIY及音樂會	南庄鄉
3	頭份鎮流東社區發展協會	桐花心-客家文化的薪傳	頭份鎮
4	中港溪清流文化協會	2008 頭份鐵馬行腳-賞桐探伙房	頭份鎮
5	頭份鎮廣興社區發展協會	2008 客家桐花祭-遊藝鹿廚坑桐華桐花畫	頭份鎮
6	三灣文化產業觀光協會	2008 年苗栗縣三灣神桌山客家桐花祭	三灣鄉
7	苗栗縣炭藝協會	童心桐遊-鐵馬單車任教遨遊	造橋鄉
8	造橋鄉大西社區發展協會	2008 客家桐花祭-桐言桐語話大西	造橋鄉
9	客家曲藝推展協會	第二屆桐花盃傳統客家歌謠比賽	頭屋鄉
10	山水社區總體營造	2008 客家桐花祭-祈福添丁客家情	頭屋鄉
11	育達商業技術學院	2008 育達客家桐花祭	造橋鄉
12	獅潭鄉農會	桐花林下的驚嘆號-賞桐採筍逍遙遊	獅潭鄉
13	大湖歌舞發展協會	2008 大窩健行藝文活動	大湖鄉
14	三義木雕協會	木雕桐花俚語裝置藝術展覽及木雕DIY桐花燈現場教學	三義鄉
15	雙湖社區發展協會	義桐玩樂.古道尋芳蹤-2008 三義雙湖客家桐花祭	三義鄉
16	三義神雕村文化藝術協會	巧手神雕桐花鄉-客家桐花祭	三義鄉
17	舊山線文化產業協會	舊山線飛雪遊桐四月天	三義鄉

資料來源：本研究整理，部分資料引自苗栗縣政府客家桐花祭導覽護照（2008）

2009 年苗栗縣地區提出參與客家桐花祭活動申請補助社團計有 16 個，通過審核接受客委會補助有 12 個，社團分別來自三義鄉 2 個、通霄鎮 1 個、造橋鄉 2 個、南庄鄉 2 個、大湖鄉 1 個、公館鄉 1 個、頭屋鄉 1 個、頭份鎮 2 個鄉鎮，參與社團名稱、所轄位置及活動主題，詳列如下表：

**表 2-7 參與活動社團 2009 年苗栗客家桐花祭活動列表**

No.	社 團	活 動	所轄公所
1	三義木雕協會	五月桐花木雕響	三義鄉
2	舊山線文化產業協會	舊山線飛雪遊桐四月天	三義鄉
3	大窩文史生態協會	傳古清境大窩仔	大湖鄉
4	陶瓷文化協會	2009 客家桐花祭	公館鄉
5	南江休閒農業推動管理委員會	2009 客家桐花祭	南庄鄉
6	南庄鄉觀光產業協會	苗栗山城南庄花園樂活春日淇藍賞桐趣	南庄鄉
7	富麗農村發展協會	桐鄉客語野宴趣	通霄鎮
8	苗栗縣炭藝協會	花現造橋·雪中送炭	造橋鄉
9	造橋鄉大西社區發展協會	2009 客家桐花祭「桐在客家」	造橋鄉
10	中港溪清流文化協會	2009 客家桐花祭-夥房賞桐打鬥敘	頭份鎮
11	頭份鎮廣興社區發展協會	鹿廚坑·知性傳承藝術心	頭份鎮
12	山水社區總體營造	桐花樹下的愛戀	頭屋鄉

資料來源：本研究整理，部分資料引自苗栗縣政府客家桐花祭導覽護照（2009）

苗栗地區客家桐花祭活動相關活動社團各年度辦理情形，及其本身相關地理環境與人文資源，分述如下：

### 一、舊山線文化產業協會

負責主辦三義勝興地區客家桐花祭活動辦理執行者為舊山線文化產業協會，理事長負責活動企劃與執行，是整個活動主要負責人，除了籌募經費爭取補助外，還親自設計客家桐花祭活動內容、協調整合當地居民與當地產業業者等配合活動內及環境維持，今年是第四年辦理客家桐花祭，

但勝興地區開始辦理客家桐花祭活動則是由 2003 年開始，早期是由當地觀光發展協會負責，舊山線協會係在四年前成立，成立當年開始辦理該活動，前二年客委會每年補助 50 萬元活動經費，2008 年、2009 年補助經費 30 萬元，均為客委會當年補助經費之最高額度，但活動一樣熱鬧生動，客委會對勝興地區除了補助客家桐花祭活動外，並規劃將當地打造成國際桐花村，先後由內政部營建署及客委會補助興建硬體設施，分別為 950 萬元及 900 萬元，2009 年並獲得客委會補助綠美化工程經費，由縣政府文化局負責執行規劃與建置工作。

產業協會在客家桐花祭活動中，運用客家庄文化特色與小時候客家印象中的土地公祈福祭祀活動，設計八仙燈，桐花燈籠、桐花紙傘等特色商品，結合當地商家及地方耆老的智慧與人力資源，把客家桐花祭與客家文化緊密結合，讓客家桐花祭展現出豐富的客家文化特色，也創造出勝興地區客家桐花祭的活動獨有的市場區隔性，每年客家桐花祭期間可以為三義勝興地區帶來二十餘萬人次觀光人潮。



圖 2-6 勝興地區 2009 年客家桐花祭活動開幕主場活動

資料來源：本研究現場拍攝

## 二、苗栗縣山水社區總體營造推展協會

位於頭屋鄉鳴鳳村及象山村，鄰近明德水庫，亦是該協會取名山水社區的由來，2005 年成立，2006 年開始辦客家桐花祭活動，本地區人口外流情形嚴重，年輕大多出外工作，村內人口數三百多人，鄉間山上多數家戶只有老人家鎮守家園，經營山林，協會成員均為當地居民，務農為主，經營生意者不多，鳴鳳山雲洞宮香火鼎盛，為苗栗地區知名鳴鳳古道入口，假日村民會在此地販售客家傳統米食或客家醃菜等，附近沒有商圈，平日鮮有商業行為，頭屋鄉本身即是個多山務農為主的鄉鎮，所以山水社區是個典型的傳統型社區。



圖 2-8 山水社區 2009 年客家桐花祭開幕主場活動及桐花林

資料來源：本研究現場拍攝

## 三、通霄鎮富麗農村發展協會

富麗農村位於苗栗縣通霄鎮福興社區，2007 年獲選為「全國十大經典農漁園區」選拔之怡然樂活獎，近年來當地公所於本地區大力推展休閒農業與觀光旅遊，社區居民為閩南人、客家人，地區內有 30 幾處農場、咖啡館及自然生態園。例如飛牛牧場、金田農場、建民農場、上田咖啡、彙古陶邑等，由當地休閒園區共同成立的「苗栗縣通霄富麗農村發展協會」，組成會員主要為當地農場或產業及部分當地農民所組成。2008 年第一次由客委會

在上田咖啡舉辦客家桐花祭音樂會開始加入客家桐花祭行列，2009 年正式申請客家桐花祭補助計畫，第一年開始辦理客家桐花祭活動。



圖 2-9 通霄富麗協會 2009 年客家桐花祭開幕主場活動

資料來源：本研究現場拍攝

#### 四、南庄觀光產業發展協會

位於南庄鄉內，由該協會由客家桐花祭開始即辦理相關活動，組成成員以南庄鄉內產業業者為主，希望結合在地文化與資源開發南庄獨特商品融合在地客家文化、賽夏風情、泰雅手工藝及南庄文化，開發南庄獨特商品，並建立既有特色商品在地策略聯盟機制與整體商品通路整合等，南庄鄉內觀光景點林立，有桂花巷老街、向天湖、鱒魚餐廳、休閒咖啡農場，完整且發達商圈，是苗栗地區著名的旅遊景點。

#### 三、三義雙湖社區發展協會

雙湖村與勝興同位於三義鄉，雙湖村因過去村內的竿草湖庄、內草湖庄相鄰而得名，雙湖社區發展協會由 2004 年即開始辦理客家桐花祭活動，是三義地區著名的桐花林區，有「挑炭古道」連繫著通霄鎮，日治時代三義山區燒製木炭的行業興盛，挑送至三義火車站裝運輸出，平日民眾登山健行，但辦理客家桐花祭主要區域位於挑炭古道，臨近無商圈及風景區，但油桐花滿佈客家桐花祭期間遊客絡繹不絕，但於 2009 年並未加入客家桐花祭活動行列，僅由三義鄉公所辦理的接駁巴士提供連結。



圖 2-10 三義雙湖社區 2009 年客家桐花祭初期照片

資料來源：本研究現場拍攝

桐花林屬於地理環境資源，中央在人力與環境資源不足之情況下，必須仰賴地方社團的桐花林資源及當地客庄文化的人文資源，以及當地社團的凝聚力創造出客家文化的在地特色，藉以吸引遊客的目光及造就旅遊與消費環境條件。

當地社區社團長年在地方經營與居住，有人親土親、貢獻回饋鄉理的熱情，擁有豐沛人力資源與文化資源，可以持續提供人力與就近管理環境資源，但其本身可能無法負擔大型活動經費及基礎公共建設專業性需求，但基於愛鄉情結與繁榮地方之願景，願意配合政府辦相關活動來活絡地方成長與產業發展，所以只要有機會及加以適當的輔導，當地社團均會配合辦理。

### 參、苗栗縣客家桐花祭產業

產業業者運用桐花 Logo 與意象開發與行銷商品，再加上客委會近年來輔導設計與整合行銷，經營與客家桐花祭有關商品之業者更是不勝枚舉，創意商品種類約可分為客家美食、伴手禮、住宿業者、遊樂區與休閒農場、餐飲業者、手工藝品製作、桐花音樂、客家花布及桐花圖案包裝的創意飾品、器皿等等，項目及數量均有日益增多趨勢，又再加入與客家桐花祭活動連結的旅遊業等等。

苗栗地區比較具有代表性的桐花商品產業業者，於客家美食方面，如三義「山中傳奇餐廳」推出桐花餐、桐花便當，設立「山中桐花館」；三義「勝興客棧」原本即具有勝名的客家米食，以桐花圖案再作包裝設計，融入桐花之美為產品營造提升質感；「集元裕」、「世奇餅店」研發製作具桐花餅等。

陶藝製作方面，苗栗地區是台灣早期生活陶藝產品主要製造地區，近年民眾生活使用方式改變，陶藝產業日漸沒落，但因客家桐花祭讓陶藝產業與桐花桐花意象豐富了陶藝品的故事性與行銷力，讓原本已逐漸式微的陶藝商品，再次找到生命力，例如造橋「力馬工坊」、造橋「木頭窯」、苑裡「華陶窯」、「春田窯」、「金龍窯」等製作桐花杯、桐花器皿相當具有特色，受到遊客青睞；通霄「彙古陶邑」以桐花為設計理念的桐花茶器「五月雪茶具組」，更成為客委會網站上陶藝方面桐花伴手禮商品之翹楚，銷售業績突破萬套以上，被經濟部等單位選為接待外賓的伴手禮，相當具有文化產業特色。



圖 2-11 桐花創意商品照片

資料來源：本研究現場拍攝及苗栗縣力馬工坊網站（2009）

桐花休閒產業方面，通霄「上田咖啡」，因為園區內有一片美麗的桐花林，經常選為當地客家桐花祭音樂會活動場地，每到客家桐花祭期間

顧客流量成較過年期間成長，依據業主自行統計中午用餐期間超過五、六百人。

同樣位於三義與通霄交界處的「炭鄉八八民宿」，民宿地點則選在遠離市集，但卻位於三義鄉美麗桐花林區的雙湖村內挑炭古道附近，雖然於 2009 年初才開幕，但三義客家桐花祭的魅力，使其連平日都幾乎客滿，民宿主人更自行以白色與黑糖搭配成桐花型狀廣受住客歡迎的鬆糕。

三義「西湖渡假村」經營項目主要為渡假飯店及遊樂區，本身園區植有大量的桐花樹，所以每年客家桐花祭期間經常獲客委會作為客家桐花祭苗栗開始主場活動宣傳地點，以桐花之美廣為自己宣傳，並配合客家桐花祭主題與意象，推出桐花主題住宿與套裝行程，為業績成長加分，每年經常於客家桐花祭期間約可創造十二萬的入園人次，經常為三義地區帶來相當多的觀光人潮。今年更作為 2009 年全省客家桐花祭活動開鑼主場，當日活動人數超過萬人以上。



圖 2-12 客委會 2009 年客家桐花祭三義西湖渡假村開幕主場活動

資料來源：本研究現場拍攝

## 第三章 研究設計

本章將依第二章文獻探討分析歸納建構苗栗客家桐花祭政策網策名詞定義與構面要素，形成研究架構，探討如何以質性研究方式進行探索性研究，進行資料蒐集、選定研究對象與範圍，再據以建立訪談大綱，進行深度訪談，如何以 UCINET 6 軟體建構網絡關係示意圖，期以發現研究問題，獲得理論支持並發展研究建議。

### 第一節 研究方法

本研究將以質性研究方式進行探索性研究，依研究性質與實務上之重要性與代表性需求，作次級資料與初級資料蒐集，進行研究對象選定，再依據理論基礎及現況分析建立訪談大綱，以深度訪談方式進行訪談，繕打逐字稿。

#### 壹、資料蒐集方法

##### 一、次級資料方面，以文獻分析法進行資料蒐集

文獻分析法(documentary analysis/document Analysis)，從政府文獻或以前的調查中蒐集資訊進行分析。文獻資料可以是政府部門報告、工商業界研究、檔記錄資料庫、企業資料、書籍、論文、期刊、報章新聞等，分析步驟為閱覽與整理、描述、分類、詮釋。

本研究首先蒐集國內外學者發表有關政策網絡等相關書籍與期刊、學術研究報告等，研讀理論與發展方向，建構本文研究理論、架構，並作名詞定義與概念界定；再以圖書館及網站資料搜尋政策網絡、客家桐花祭活動有關之期刊、學術論文、政府統計等資料，如現行客委會及政府部門如縣政府、公所及觀光局透過網站及新聞稿等所發佈客家桐花祭相關規定、

計畫與統計數據及文獻資料等為主，進行客家桐花祭實務現況建構、補助規定分析及參與運作模式相關資訊瞭解及分析，並作為訪談對象論述所得資料任行交叉分析比較之依據。再歸納實務運用方向與問題分析，與本研究之問題及目的作比較分析，以確認本研究方向之正確性與重要性。

## 二、初級資料方面，以深度訪談調查法進行資料蒐集

初級資料蒐集方面，本研究以半結構之訪談大綱作為問題問項之建構，再以深對訪談調查方式進行資料取得，再據以繕打逐字稿，蒐集初級資料。

所謂深度訪談法，係於自然情境下研究者與被研究者透過雙向溝通的互動過程，收集有關口語與非口語的訊息，以便深入式全面理解研究，許多質性研究者將深度訪談法視為一種對話歷程，雙向交流互動過程中研究者與被研究者建立一種平等的夥伴關係，透過積極傾聽與融入，並與被研究者經驗世界產生互動關係（潘淑滿，2006：157）。

深度訪談方式係由訪談者與受訪者作較長時間及較具深度性的問答與討論，受訪者依據個人感受、生活經驗、認知進行陳述，優點是受訪者有較大自由，針對訪談者的問題陳述，可以完整表達受訪者的真實感受，深入問題核心取得完整資料，而缺點為在訪談時訪談者需能把握研究主題的切適性，清楚表達訪談問題，並給予適度引導，並在不受其他情境因素的影響與干擾下，才能真正獲得真實有用的資料。

本研究擬採用深度訪談法以半結構式訪談類型作為研究方法，進行面對面或電話採訪方式訪談，訪談之前先依文獻分析所整理與歸納所得之理論基礎及名詞定義，建構本文研究架構，根據客家桐花祭政策相關資料與實施現況，設計訪談大綱，作為訪談指引，訪談時依據實際情況，對訪談問題與訪談所得資料作必要之調整修正。

### 三、資料完整與正確性

深度訪談進時不論是面對面或電話訪談方式，均在獲得受訪者同意下以錄音筆進行完整的錄音，錄音完成後繕打成逐字稿，轉換成初級資料。

為使受訪者能真實表達對問題感受，避免受到其他情境因素之干擾，以每個受訪者一個小時至二個小時為長度，以避免因時間過長產生注意力不能集中情形，並選在比較不受干擾環境及時間下，以單獨面對面或電話式訪問方式進行訪問，較不會因有其他訪客或事務而分心；訪談時只作問題的提示，讓受訪者可以完整表達出真實感受，以強化資料之真實性與完整性。

資料正確性方面，本研究訪談問題大綱建構，除了以理論基礎為依據，並先行以田野調查方式作部分對象之訪談，再向專家學者請教討論後進行相關修正，受訪者可以清楚瞭解問題之目的進而完整表達訪問之目的，達到資料正確性之要求，並據以檢測訪談問項是否與研究目的及研究架構契合，與實務現況是否切合，據以得以正確資料繼而分析評估問題。

### 貳、政策網絡關係建構分析

客家桐花祭政策網絡成員關係方面，採用 UCINET 6 軟體進行分析並建構網絡關係示意，透過網絡關係成員參與及彼此間重要資源與權利交換依賴情形，計算網絡密度(network density)及網絡中心性(network centrality)二種指標，計算公式如下：

一、網絡密度：網絡密度值越大，代表成員間彼此互動程度越高

本研究採用 Tichy et al.(1979)的網絡密度指標，即網絡成員實際關係數和所有可能關係數的比例，計算公式如下：

$$\text{Density } k = \sum_{i=1} \sum_{j=1} Z_{ijk} / \max (Z_{ijk}) / N_k (N_k - 1), j \neq i$$

群體 k, i 與 j 分別代表 k 群體中的兩個成員, Z 代表兩人的互動聯帶，

$N_k$  代表  $k$  群體的成員數。

## 二、群體中心性：網絡的中心性可分成個人中心性及團體中心性

群體中心性值介於 0-1 之間，數值越大代表群體人際聯帶集中在少數人的情況越大，也代表群體越集權

Freeman(1979)對於團體中心性的定義，認為團體中心性類似團體中每個成員間彼此的共變異數。共變異數低代表團體中的成員互動集中在少數人的情況比較低。計算公式如下：

$$C_A = \frac{\sum_{i=1} [C_A(n^*) - C_A(n_j)]}{\max \sum_{i=1} [C_A(n^*) - C_A(n_j)]}$$

$C_A(n^*)$ 指的是網絡裡發生在所有行動者中中心性最高的值； $\sum_{i=1} [C_A(n^*) - C_A(n_j)]$ 指的是每個成員中心值對於最大中心值的差異程度，群體中心性值( $C_A$ )只會介於 0-1 之間，數值越大，代表群體人際聯帶集中在少數人的情況越大，也代表群體越集權。

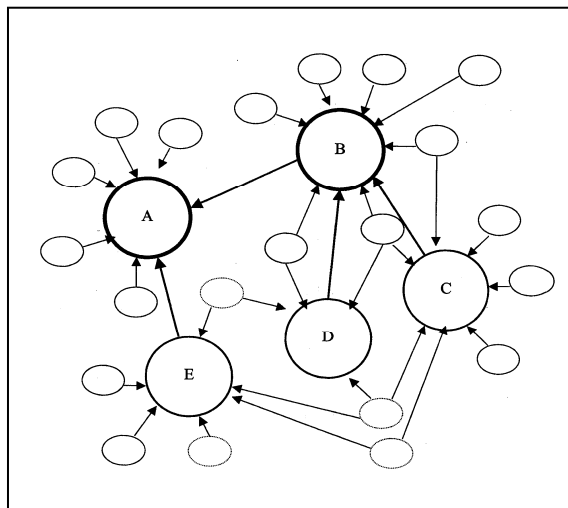


圖 3-1 政策網絡示意圖

資料來源：朱鎮明，(2005：118)

## 第二節 研究範圍、對象與限制

### 壹、研究範圍

研究範圍與進行時程方面，因客委會客家桐花祭活動辦理重點方向、評審條件及補助經費項目等均逐年進行修正，而為訪談資料的取得時效的及時性，使資料取得具適時性之參考價值，因此以 2008 年至 2009 年為主要研究範圍和期間。

### 貳、研究對象

研究對象之選定，為切合客家桐花祭政策網絡特性，先行依據客家桐花祭參與對象作群組分層，再以雪球抽樣方式，找出符合對本研究目的並具代表性與重要性的要之訪談對象。所謂雪球抽樣方式，係研究人員先以機率或非機率方式選出較易辨識的個體成組群，再用群組尋找類似特徵的其他個體，形成新的群組，然後新的群組再往前辨識其他個體，有如雪球般往前動而持續收集研究對象。

本研究對象之選定先以客家桐花祭參與合作模式，分成中央政府、地方政府、活動社團及相關產業業者四個群組，為求有客觀與專業意見，再加入專家學者意見訪談，據以作現況與理論差異分析，因此共計分成五個群組，並群組作為分組代號編碼。

個別訪談對象由苗栗縣政府作為地方政府群組訪談對象選定之開始，其為客家桐花祭重要參與者，且為地方政府機關對客家桐花祭運作及對當地社團與業者參與情形非常清楚，經由其依據組群屬性分析與推薦苗栗縣內辦理客家桐花祭之最具代表性成員，再由該成員之訪談發現具有重要之其他群組或其他個體成員。個別研究對象分別選定最具代表性者，例

如產業經濟成果、社區發展等最受肯定者，再選取彼此資源重要性相同但位於不同區域之社團等作優先考量，以資為比較分析等。

## 一、選定研究對象

本次訪談選定對象，以客家桐花祭現行合作模式之網絡成員組成特性，分成中央政府、地方政府、活動社團及相關產業業者四個群組，再加入專家學者，共計有五個群組，以群組為代號編碼分別為 A、B、C、D、E。

組別 B 活動社團訪談對象方面，先經由縣政府主辦客家桐花祭業務承辦單位依本研究所需研究屬性討論推薦辦理客家桐花祭活動成績卓，每年辦理客家桐花祭期間可締造二十萬以上人潮，受到客委會肯定並得到建構國際桐花村硬體經費二期及綠美化經費之三義勝興地區之舊山線產業發展協會，及於臨近苗栗市中心位置之頭屋鄉擁有很漂亮的夢幻桐花道及滿山的桐花林之頭屋鄉山水社區總體營造推展協會，辦理客家桐花祭期間吸引相當多外來遊客，且全村動員參加客家桐花祭的工作行列，活動成果倍受肯定，作為本次研究對象雪球抽樣之起點。再選取與三義勝興地理環資源相近，且承辦活動多年的南庄鄉觀光產業發展協會，南庄鄉與三義鄉同屬苗栗縣境內擁有風景區與商業區且具知名度之觀光旅遊景點，再選取與三義鄉毗鄰之通霄富麗農村發展協會及同樣位於三義鄉境內辦理客家桐花祭活動多年之雙湖社區發展協會共五位，作為 B 組之訪談對象。

B 組訪談對象選定後，依 B 組成員所轄地方政府再選取 A 組受訪對象，依序為苗栗縣政府、三義鄉公所及通霄鎮公所，共 3 位；C 組相關產業業者則依據苗栗地區客家桐花祭具代表性之陶藝業、客家美食餐廳、遊樂區、民宿業者為對象，並經由 B 組及 A 組受訪者推薦具當地代表性或業績受到肯定，並經營與桐花意象相關商品者。D 組專家學者則以長期參

與客家桐花祭活動之專家學者為選取受訪對象，E組為客委會承辦客家桐花祭活動之主辦處為選定受訪對象。

受訪談對象計有代表地方政府主辦單位為苗栗縣政府 1 人，地方次級政府鄉鎮公所 2 人，共計 3 人為 A 組，客家桐花祭執行活動社團包括三義勝興舊山產業發展協會、三義雙湖村社區發展協會、南庄觀光產業發展協會、通霄富麗農村發展協會、頭屋山水社區總體營造推展協會，共計 5 人為 B 組，相關產業業者 4 人為 C 組，中央大學文化創意產業專家學者 1 人為 D 組，中央政府客委會官員 1 人為 E 組，在客家桐花祭活動中分別代表「中央政府」、「地方政府」、「活動執行者」、「產業業者」及「專家學者」之意見，在客家桐花祭政策網絡中相關利益關係人對溝通合作、互信互賴之互動情形，如何讓活動順利完成與發展地方經濟，並達成客委會藉由旅遊活動，進而成功推展地方文化特色與活絡相關產業活動政策目標，進行訪談與分析。

**表 3-1 深度訪談對象資料表**

組別	編碼	受訪者	受訪者屬性	訪談日期	訪談地點及時間
A	A1	苗栗縣政府國際文化觀光局	地方政府 (主辦科長)	2008 年 9 月 17 日	文化觀光局 12:10 至 14:00
				2009 年 3 月 24 日	苗栗旅客服務中心 14:20 至 16:10
	A2	通霄鎮公所	地方次級政府 (主辦課長)	2009 年 4 月 6 日	上田咖啡 10:30 至 11:40
	A3	三義鄉公所	地方次級政府 (主辦人員)	2009 年 5 月 13 日	三義鄉公所 14:00 至 16:00
B	B1	舊山線產業發展協會	活動社團 (理事長)	2008 年 9 月 11 日	細妹按靚餐廳 14:10 至 16:15
				2009 年 5 月 19 日	勝興車站 14:30 至 16:00
	B2	山水社區總體營造推展協會	活動社團 (總幹事)	2009 年 3 月 25 日	頭屋鄉公所 10:40 至 12:30

表 3-1 (續)

	B3	南庄觀光產業發展協會	活動社團 (理事長)	2009年4月9日	山芙蓉咖啡 14:10至15:35
	B4	通霄富麗農村發展協會	活動社團 (理事長)	2009年4月6日	上田咖啡 10:40至11:40
	B5	三義雙湖社區發展協會	活動社團 (前理事長)	2009年5月4日	炭鄉八八 14:10至15:10
C	C1	山中傳奇餐廳	產業業者 (客家美食)	2008年9月11日	山中傳奇餐廳 16:20至17:30
				2009年5月19日	山中傳奇餐廳 16:05至17:00
	C2	彙古陶邑	產業業者 (陶藝產業)	2009年4月6日	上田咖啡.彙古陶邑 11:30至12:20
	C3	炭鄉八八	產業業者 (民宿業者)	2009年5月4日	炭鄉八八 15:00至15:40
	C4	西湖渡假村	產業業者 (飯店遊樂區)	2009年6月1日	西湖渡假村 14:00至15:40
D	D	文化創意產業專家學者	專家學者 (中央大學)	2009年4月13日	中央大學 15:00至16:30
E	E	行政院客委會	中央政府 (文教處)	2009年5月18日	電話訪談 18:25至19:10

(資料來源：本研究整理)

## 二、建構訪談大綱

依據選定研究對象及政策網絡理論基礎研所歸納出之四大構面要素及，配合選定之研究對象訪談對象之群組屬性，設計成作為深度訪談之訪談主要的訪談大綱如下，而再依研究對象在客家桐花祭政策網絡中所代表的特定屬性加以修訂：

表 3-2 深度訪談大綱

1.確認政網絡關係人及重要資源	
人力與資源運用	人力編制情形？
活動內容與參與情形	參與客家桐花祭的目的？請問今年第幾年辦客家桐花祭活動？
	自行辦理客家桐花祭活動？是否有其他配合或協助單？

表 3-2 (續)

	近年來獲得客委會補助客家桐花祭活動補助金額與案件，是否需要自籌配合款？有硬體或其他建設經費？ 本身所具有的優勢或特色為何？
<b>2.建構良好互動模式</b>	
溝通頻率	每次活動與縣政府或公所是否會經常自動邀集開會，會派員來協調，或是要自己反應意見？總共開了幾次會？ 是否會親自縣府或客委會協商？
尊重對方需求及配合方式	覺得是否彼此尊重對方需求，雙方提供最好的意見與誠意及配合方式？
資源提供合理性與公平性	政府部門提供補助外是否還會提供其他專業輔導或幫助 例如宣傳、記者會，或線路規劃管理？ 今年客家桐花祭補助多少經費？還是接受委辦？ 是客委會或縣政府或公所全額補助，還是不夠要自己籌錢，或請企業或民眾捐助？ 補助額度是否滿意並符合需求？ 會不會覺得其他地方補助比較多？
創新與輔導	每次活動雙方共同研發新創意，使活動能持續有趣，提高民眾再次參與意願
定期追蹤成果	活動完成後，除了製作成果報告外，政府部門是否有共同研討成果，並提供輔導或獎勵
<b>3.建構信任關係</b>	
資訊公開透明度	如何得知客家桐花祭補助提案之時間與資格條件？ 公所及縣政府會不會通知？及提供協助？
共同決策參與程度	對於客家桐花祭活動規劃辦理內容與方式及時間地點，是由補助機關決定，或先由雙方討論或決定或自行決定 每次反應的意見是否會被採納？或下次再採納？
制定良好合作機制	客家桐花祭活動有與客委會或縣政府訂定明確計畫？雙方有固定合作方式？
<b>4.建構夥伴協力關係</b>	
雙方承諾滿意度與穩定合作關係	對於活動承諾補助金額或提供其他協助是否均能實現？ 是否下次再合作辦客家桐花祭？

**表 3-2 (續)**

活動結果與預期達成	今年何時舉辦？每日參加人數？ 辦理活動的內容與項目有那些？ 每日參與人數？人，是否與預期相同 活動結果自己覺得否滿意？
<b>5.政策目標達成</b>	
預期成果與社區發展 建構地方願景達成	活動對協會發展願景是否有幫助？ 對民眾客家文化認知是否有助益？ 對當地產業與經濟發展是否有幫助？ 是否有具體效果？
<b>6.其他建議</b>	
對客家桐花祭整體建議？對客委會？縣政府？社團？業者？	

資料來源：本研究整理

### 參、研究限制

研究限制方面，苗栗縣屬於客委會辦理客家桐花祭之重要地區，辦理活動社團與單位相當多，為顧及資料取得品質及對研究之具重要與代表性，以利作較深入的探討，僅選擇在苗栗縣境內辦理客家桐花祭活動具代表性或指標性之活動社團及相關產業，客家桐花祭活動相關的產業業者眾多，無法逐一條列比較，因此在產業業者訪談對象僅選定在苗栗地區較具代表性之文化創意產業類型如陶藝、客家菜餐飲業者、民宿業者、遊樂園區業者各個一個，選定受訪對象本身商品與客家桐花祭活動創意商品或因客家桐花祭而設立之有較高度相關之業者，但在客家桐花祭政策網絡成員之建構則僅以與 2009 年苗栗客家桐花祭活動，接受客委會或當地政府補助或資源依賴之成員為範圍，以維持真正在網絡中進行資源依賴與交換及互動的組成要件，讓客家桐花祭網絡更能顯現出網絡成員間互動與夥伴網絡之重要性關係，並據以建構客家桐花祭網絡示意圖。

## 第三節 研究架構與流程

### 壹、研究架構

本文主要為研究客家桐花祭之政策網絡及其互動模式，理論應用則以政策網絡的四個構面切入，分別為確認政網絡關係人及資源、建構管理機制、政府與民間協力關係滿意度、結果成效滿意度，以研究客委會、縣市政府、社團、產業業者如何透過政策網絡，選擇及提供彼此資源，互相信賴透過夥伴合作關係，達到客委會深化各地的藝文活動，並搭配桐花商品開發輔導，結合客家文化、旅遊、生態、產業之賞桐活動，創造客家文化產業卓越的經濟產值並發揚客家文化等彼此間的共同目標，藉由上述四個構面為方向進行深度訪談，以瞭解並驗證參與客家桐花祭政策網絡成效與問題。本研究架構如下：

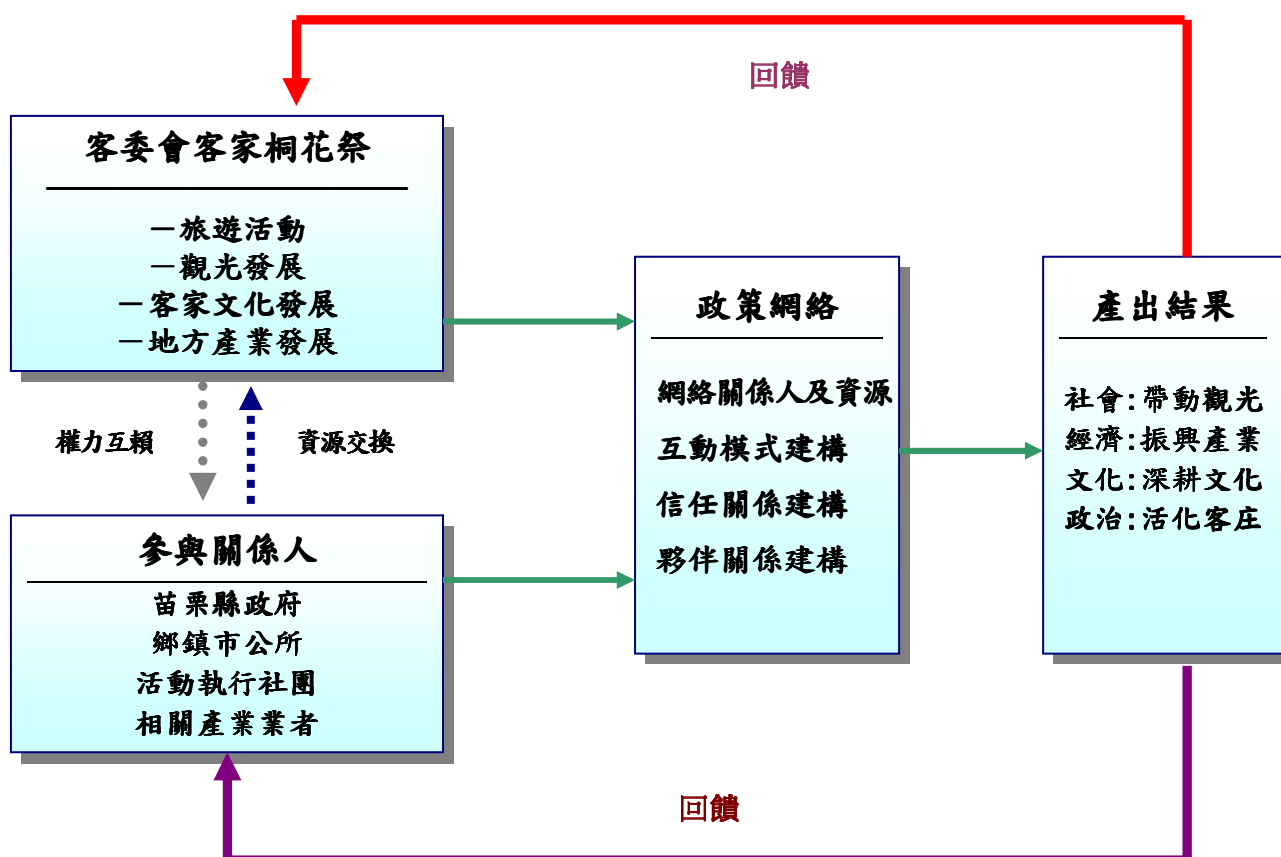


圖 3-2 研究架構

資料來源：本研究

## 貳、研究流程

本研究流程係在研究目的與研究架構之下，依據政策網絡關係重要要構面素等相關理論基礎，探討客家桐花祭政策網絡現況，透過質性研究方法之深度訪談調查作為分析資料取得方式，擬所操作之研究流程如下圖。

第一章為緒論，陳述研究客家桐花祭政策網絡之動機與目的；第二章理論與文獻探討，依據相關學者論述及文獻蒐集資料，確認政策網絡定義與重要構面要素，並對客委會、苗栗地方政府、活動社團及產業業者目前客家桐花祭參與情形與實施現況作探討；第三章研究設計與方法，以進行質性研究方式作為研究方法，蒐集初級及次級資料，確認與選定研究對象及範圍，建構研究架構與深度訪談大綱；第四章進行深度訪談，依深度訪談資料繕打逐字稿作成訪談紀錄，分析與討論網絡成員及重要性資源交換、互動信任夥伴建立情形；第五章研究發現與研究建議，發現客家桐花祭政策網絡關係相關問題並作建議，完成本研究之目的。

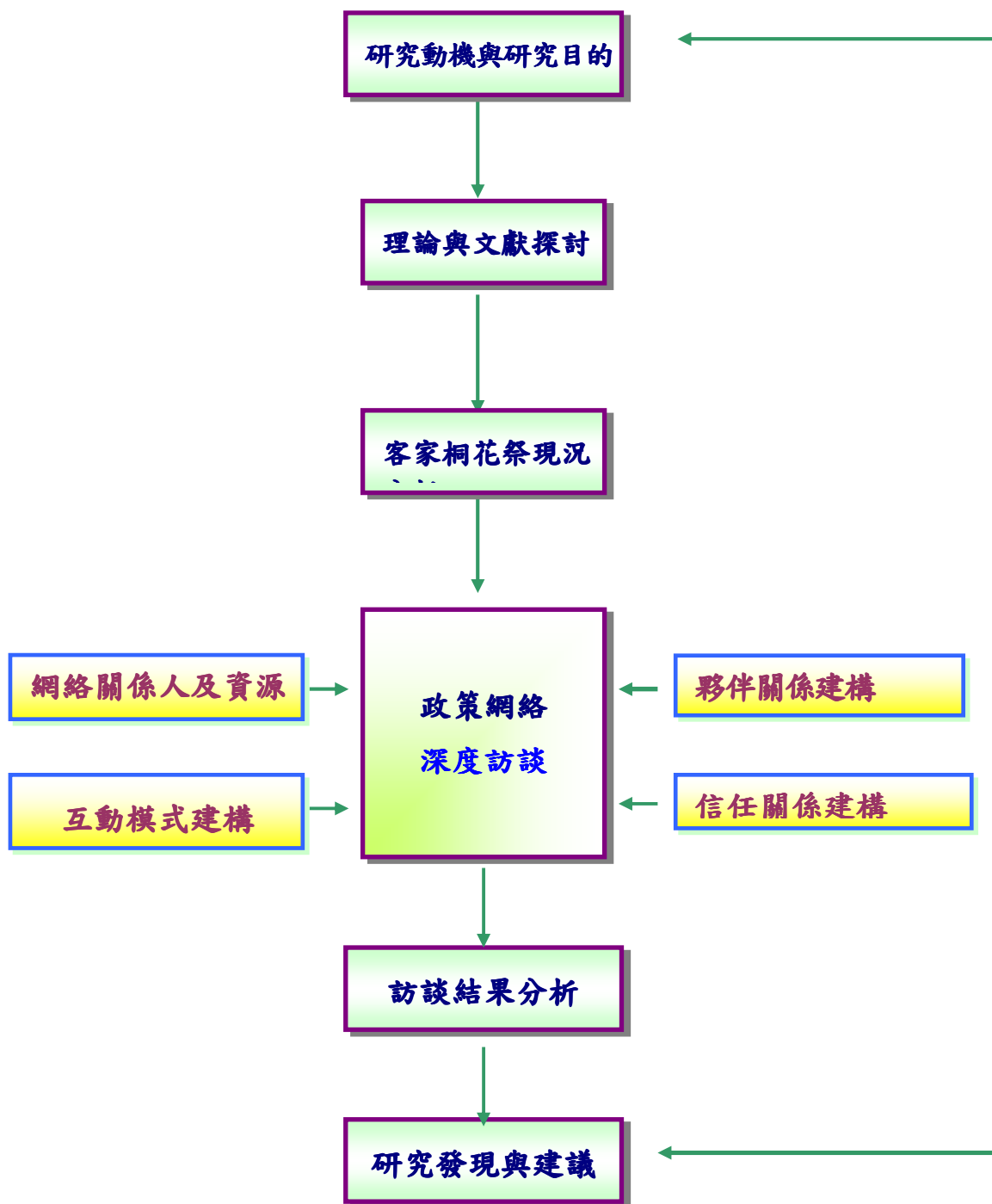


圖 3-3 研究流程圖

資料來源：本研究



## 第四章 研究分析與討論

本章將由苗栗縣客家桐花祭政策網絡成員與資源分析、苗栗縣客家桐花祭網絡關係的建構、苗栗縣客家桐花祭成員互動模式、苗栗縣客家桐花祭夥伴關係建構等重要構面要素，據以分析苗栗縣客家桐花祭政策網絡與政策目標之執行與達成情形。

本研究訪談對象包括客委會 1 人，地方政府與地方次級政府 3 人，分別為苗栗縣政府觀光文化局、三義鄉公所、通霄鎮公所，活動社團 5 人，相關產業業者 4 人，客家桐花祭研究專家學者 1 人，共計有 14 位受訪者，訪談期間由 2008 年 9 月至 2009 年 6 月客家桐花祭主要活動結束後，其中有 13 位以面對面方式進行訪談，1 位因時間與交通因素以電話訪問方式進行訪談，進行訪談時間為 1.5 小時至 2 小時之間，全部在取得受訪者同意之下進行錄音，繕打逐字稿，依據訪談及客家桐花祭現況資料進行比較與歸納分析。

### 第一節 苗栗縣桐花祭政策網絡成員與資源分析

政策網絡係因資源互相依賴而結合成利益共同體，擁有重要資源，可以提供給其他成員，是構成網絡的首要要素，擁有重要性資源越多，相對於網絡成員之重要性越高，所以首先要確認主要網絡參與者及擁有重要資源為何，如何透過交換達成共同利益目標，發揮其在網絡關係角色地位之重要性及影響。

#### 壹、網絡關係人與資源(1)：客委會

##### 一、擁有補助經費重要資源及政策制訂權

2009 年客委會客家桐花祭補助總經費，活動總經費為五千萬元。

總經費包括補助費及業務費大概有三千多萬，宣傳經費大概一千五百萬左右，我們還有一些產業部分，我們是文教處，我們客委會還有一些是產業面的由企劃處主辦，還有所有客家方面都是由客委會主辦，會搭配一些產業活動（E，3：1，2009/05/18）

客委會每年於年度開始前先訂定當年度客家桐花祭的活動宗旨與期程，並公佈補助計畫及審核條件。例如今年 2009 年「節能減碳，自然山林」為活動主軸等綠色環保為訴求，訂定主題為「白雪紛飛·桐鬧客庄」，並作為當作年度審核補助原則的依據為達成活動宗旨與年度主題，如果社團活動提案不符合年度活動主題，則無法獲得補助。

要看他送的案子及看他的地方，我們有一個社區的社團跟我們抱怨，非常的反彈的，也打過好幾次電話他說他的點子非常好，非常有創意，他是在室內舉行但是他沿途看得到桐花，我們今年是要走向大自然，他的是在室內作桐花畫的扇子，與我們要的違背，最後沒有補助給他（E，12：1，2009/05/18）

補助金額方面，2007 年最高補助金額以 50 萬元為原則，2008 年開始最高補助經費以 30 萬元為原則，並明訂屬社區內部消費性質或無法帶動未來發展與外來遊客參與之藝文表演活動，則不予補助。

## 二、擁有決定網絡成員最終決定審核權

審核機制，採取由以初審和複審方式進行，先由各縣市政府組成初審小組審查，依優先順序彙整完成再送客委會作最後複審，決定客家桐花祭活動補助對象與金額；活動計畫初審並明訂如果「經通知而未派員參加本會「客家桐花祭藝文活動研習」之社團」，不予受理申請案，不接受當年度補助提案，擁有擁有政策制訂權力、補助資源分配及加入成員的最終決定權。

## 三、客委會編制人力少，客家桐花祭最重要桐花林資源屬於地方

本身編制人力很少，目前有一位主辦人員，到後段有三到四位協助。

我們主辦客家桐花祭是只有一位專員，科長只是作監導與協助，因為策畫到執行完畢期間會高達半年，最忙的時候有三個加入，是整個科在做，主辦是一位，後段有三到四位協助，我們客委會的人實在太少太少，所以才會那麼忙（E，1：1，2009/05/18）

客家桐花祭最重要的桐花林長在各縣市所轄鄉鎮內的山坡地上，地理環境資源及行政管轄權需仰賴各地方政府與活動社團。

我們在今年辦的時候是在去年的十月十一月舉辦講習會，我們為什麼要他們來參加，因為我們的客家桐花祭是要必須在戶外舉行，要在有桐花的地方，一定要有桐花的地方舉行因為是客家桐花祭（E，11：2，2009/05/18）

辦理客家桐花祭最重要的資源油桐樹，目前主要分佈在台三線附近靠近山坡地，例如苗栗、臺北縣、桃園及新竹等地，所以客委會辦客家桐花祭活動時須仰賴各地方政府轄內之桐花資源。

## 貳、網絡關係人與資源(2)：苗栗縣政府

地方政府方面，一級地方政府為苗栗縣政府，各地鄉鎮公所為二級地方政府，苗栗地區擁有大量的桐花資源，參與活動社團為數眾多，是客家桐花祭網絡中一個重要的縣市。

### 一、客家桐花祭活動地方資源最大提供者，活動範圍及關係人數佔全省之冠

客委會 2009 年補助活動範圍為宜蘭縣、基隆市、臺北縣、桃園縣、新竹縣、苗栗縣、台中縣、彰化縣、雲林縣及南投縣等 10 個縣市、45 個社團、25 個鄉鎮。

今年補助社團大概 45 個，25 個鄉鎮，10 個縣市（E，6：1，2009/05/18）。

苗栗縣境內共有 18 個鄉鎮市，2009 年客家桐花祭活動共有 12 個社團、5 個鄉鎮市公所參與，包括苗栗縣政府共計有 18 個單位接受客委會補助辦理客家桐花祭活動。苗栗縣內辦理客家桐花祭活動範圍，高達全縣

三分之二以上，參與活動鄉鎮有 5 個，佔全省參與鄉鎮比率 25%，社團有 12 個，佔全省參與活動社團比率 27%，在 10 個活動縣市中，有四分之一的活動能量來自於苗栗縣，不論在幅員上及人力動員上，均遠勝於其他縣市。

## 二、苗栗優勢在於地理環境資源，有全省分佈最多的桐花林

在苗栗只要有山坡的地方幾乎都看得到桐花的蹤影，讓客委會的客家桐花祭都以苗栗為開幕主場及廣告的取景點。受訪者 A1、E 表示：

自然環境是苗栗的最大的優勢，您會發現每次到中央單位開會的時候，各縣市很不平的是，好像客家桐花祭是專為苗栗舉辦，各社團的參與程度來講，苗栗的參與程度是最高的，因為苗栗是山城的，所以大部分有山丘的部分就有桐花樹，一到客家桐花祭就有桐花（A1，6：1，2009/03/24）

苗栗是客家桐花祭中的一個重點縣市，因為桐花在苗栗的範疇裡長的最多，這是他的優勢，桐花本來長的地方剛好有的景點，比如龍騰斷橋、勝興車站，尤其有一家店公館鄉的油桐花坊非常非常漂亮，我們的 CF 最後一個景就是在那裡拍的，很多點都是桐花盛開，他本來就有優勢，我覺得苗栗在近幾年來最有觀光資源就有一定的人口及吸引力，再加上桐花的吸引力去的人也很多（E，19：1，2009/03/25）

## 三、縣政府接受客委會補助辦理客家桐花祭活動，本身也編列相關預算，辦理客家桐花祭婚禮及負責縣內桐花護照與行銷宣導活動作

2008 年、2009 年苗栗縣政府在客家桐花祭活動中分別接受客委會補助 200 萬元及 250 萬元，自行編列相關業務活動經費大概總共 350 萬左右。

97 年度的配合款原本是 230 萬，單純是在桐花婚禮方面，每場活動含超過部分由業務費支用，大概總共 350 萬左右，社區都是由客委會補助，客委會補助縣府 200 萬，主要在相關的宣傳活動方面（A1，8：1，2008/09/17）

是，客苗委會補助桃竹苗一帶就補助 200 萬，中彰投補助 100 萬，今年在桃竹苗有提升為每個縣市 250 萬，泛指客家桐花祭所有活動（A1，5：1，2009/03/24）

#### 四、擁有客家桐花祭補助案件初步審核權，具有地方管轄權並作為與客委會溝通及地方活動整合橋樑

縣政府於客家桐花祭活動中協助客委會協調連繫業務，負責承上轉下的工作。受訪者 A1 表示：

苗栗有 30 幾個社區，案子送來的時候由我們來進行第一輪初審，分成 ABC 三個等級把這些結果傳給客委會，客委會最後再去決定給那幾個社團補助給多少。(A1, 7, 2008/09/17)

我們工作 duty 就分二個，一個承辦人就單純負責承上轉下，幫忙下面單位他的補助公文彙整給客會，協助客委會協調連繫業務，另外一個就是主要負責辦我們自己客家桐花祭活動 (A1, 3:1, 2008/09/17)

客委會賦予各縣市客家桐花祭補助案件初步審核分級權利，並提供初審意見加以分級再送客委會作複審，受訪者 A1 表示：

初審單位坦白講在預算的核撥過程中沒有佔很大的影響性，但是行政院客委會還蠻重視地方的審查意見，所以當我們在送複審時，我們就會把初審意見給他，當他們在作複審時，我們也會跟他們作初審意見的分享 (A1, 32:2, 2009/03/24)

#### 五、在人力配置少只有二人，未特定編列縣內活動單位補助款

主辦客家桐花祭業務的有二個人，負責承轉彙辦公文與客委會協調與連繫，及縣府客家桐花祭活動業務。

我們工作 duty 就分二個，一個承辦人就單純負責承上轉下，幫忙下面單位他的補助公文彙整給客會，協助客委會協調連繫業務，另外一個就是主要負責辦我們自己客家桐花祭活動 (A1, 3:1, 2008/09/17)

活動經費均仰賴客委會補助，並未對客家桐花祭活動執行單位特定編列補助經費，如果有公所或社團來申請，則僅能酌予給予小額之補助。

沒有特別針對客家桐花祭，只有針對整年度的社團補助，像今年南庄鄉公所有這樣活動我們就補助給他，但是我們的補助款都很少緩不濟急。(A1, 8:1, 2009/03/24)

### 參、網絡關係人與資源(3)：鄉鎮公所

一、5 個鄉鎮公所直接承辦客家桐花祭活動，以自行主辦為主，比較少邀請地方社團及產業者合辦或共同參與

2008 年直接參與客家桐花祭的公所有南庄鄉、苗栗市、卓蘭鎮、三義鄉等 4 個公所，2009 年加入了三灣鄉公所，共有 5 個公所，活動的內容如下表：

表 4-1 苗栗縣鄉鎮市公所 2008-2009 年參與客家桐花祭活動表

No.	公 所	2008 年活動	2009 年活動
1	南庄鄉公所	2008 桐舞春暉南庄遊	2009 春桐賞雪南庄情
2	苗栗市公所	2008 親子休閒賞桐之旅	2009 客家桐花祭桐言童語貓狸行
3	卓蘭鎮公所	桐舞五月天飛雪夢幼連-卓蘭客家桐花祭	五月桐花舞漫天-卓蘭客家桐花祭
4	三義鄉公所	2008 客家桐花祭活動接駁專車及導覽圖印製	2009 客家桐花祭活動接駁專車及導覽圖印製
5	三灣鄉公所		三灣桐花玩偶祭

資料來源：本研究整理，部分資料引自苗栗縣政府客家桐花祭導覽護照（2008-2009）

以電話訪談方式訪談上開公所有關人員，公所活動辦理方式以自辦為主，三灣鄉公所及南庄公所採取委外方式辦理，比較少邀請地方社團及產業者合辦或共同參與，限於提供表演舞蹈或販售農產品方式；而在南庄鄉公所除了自辦活動，尚提供鄉內為鄉內東河及南河等景點接駁車及聘請解說員，卓蘭鄉公所雖是自辦但會與鄉內有桐花林的業者連結，以增加卓蘭客家桐花祭，三灣鄉公所則聘請專業業者設計客家桐花祭整個活動內容。

#### 二、活動經費以接受客委會補助款為主

活動經費以接受客委會補助款為主，如有不足則以公所本身業務經費支應或向外例如台電或台灣中油公司爭取補助，例如三灣公所今年接受客委

會補助 30 萬元、南庄鄉公所接受補助金額約為 30 萬元，苗栗市公所近年來接受補助的金額約在 10 萬元至 15 萬元之間，不足款部分會再申請中油或台電等機關捐助，以增加活動的多元與豐富性。

### 三、鄉內活動社團以接受客委會補助款為主，並未特定編列預算補助

鄉鎮未特定編列補助經費，活動社團經費以客委會補助為主，如有補助則屬社區社團小額經費補助型態，通霄鎮公所雖未編列預算，則為鄉內第一次辦客家桐花祭活動爭取外來補助，受訪者 A3、B3 表示：

沒有，那些錢全都客委會一手主導的，沒有。公所就只有觀光巴士。（A3，20：1，2009/05/13）

剛開始的時候其實是沒有的，至少我在時是沒有，靠的是協會自己辦，我一兩年會跟在地的社團一起辦（B3，4：1，2009/04/09）

通霄鎮公所鄉內第一次辦客家桐花祭活動，沒有編客家桐花祭預算，但我們有去中油及台電及農糧署爭取外來補助。受訪者 A2 表示：

我們沒有編客家桐花祭預算，但我們有去中油及台電爭取，還有農糧署，去年公所補助 8 萬（A2，2：1，2009/04/06）

部分公所例如頭屋鄉公所 2008 年以社團活動補助型式補助款補助當地客家桐花祭社團 20,000 元，2009 年社團並未向公所提出申請補助，但公所配合活動接洽其他單位支援活動。

### 四、三義公所接受補助活動主要內容為三義鄉整個客家桐花祭活動接駁專車及導覽圖印製，則與其他公所不同

三義鄉公所受補助的經費完全用在鄉內各客家桐花祭主要景點的觀光巴士接駁服務，印製鄉內導覽地圖，串連桐花觀光線路，提供遊客旅遊服務及資訊。

因為我們三義的山區包含舊山線鐵道的勝興車站跟龍騰斷橋，他的道路的路寬比較小，一定要有巴士行走，所以爲了配合客家桐花祭活動，從以前開始 92 年之後，歷屆辦的客家桐花祭活動，公所還是以主導觀光巴士行駛，一直到現在。所以那個時候，我們真正在辦應該在 93 年之後，所以一直開始就有觀光巴士的東西（A3，2：1，2009/05/13）

按人，就是說我們跟新竹客運租中型巴士五輛、大型的巴士兩輛，所以呢走兩條不同的路線，紅色的路線走舊山線鐵道那一條路線，藍色的路線走大坑延伸到通霄的福至興臨休閒農業區，所以我們有兩條路線中巴跟大巴行駛，總共租賃七輛車（A3，5：2，2009/05/13）

## 五、公所人力資源編制不多

三義鄉公所、通霄鎮公所客家桐花祭編制承辦人 1 人再加上課長 1 人，其他公所情形類似，業務歸屬於農業課或觀光事業課承辦。受訪者 A2、A3 表示：

那我們公所也算是一個單位，所以目前最主要承辦的是我跟課長（A3，1：1，2009/05/13）

我們農業課一個廖先生，目前記者會由客委會直接作（A2，2：1，2009/04/06）

## 六、公所方面本身優勢各有不同，大部分擁有桐花林資源，部分地區擁有豐富觀光資源及交通便利等

三義鄉公所除了油桐花林之外，還有很多觀光景點，雕刻重鎮、勝興車站、火焰山生態，有二個休閒農業區且交通便利，遊客可以從早玩到晚。受訪者 A3 表示：

最大的優勢，我們的觀光景點很多，我們整條的路線串聯很方便，先撇開塞車的情況來講，三義得天獨厚的是以雕刻起家，第一個知名度以打開了，是三義鄉重要的雕刻重鎮，然後我們有一條水美街、神雕村木雕博物館，還有火焰山生態教育館，這個東西嚴格講起來在一個鄉鎮擁有這麼多在地資源的不多，三義有這個好處。再來三義本身的交通方便，我們有火車、高速公路、省道、客運公司、都可以進來（A3，21：1，2009/05/13）

更重要的事它具有台灣很多的第一，比如說是勝興車站是最高點，龍騰斷橋是唯一磚造的鐵橋，已經被台灣譽爲鐵道極品，整條的路線有舊山線的隧道，最高的橋樑，然後還有鯉魚潭水庫的穿插等等，所以觀光資源都把他串成一個觀光帶，這加起來不是每個鄉鎮都有，但是我們三義鄉都有了，更重要的是現在推展休閒農業，三義鄉在苗栗十八鄉

鎮裡面唯一一個鄉有兩個休閒農業區，一個叫雙潭，一個是舊山線，那我們這邊季節性的話可以來採果（A3，21：2，2009/05/13）

幾乎是三義鄉從早到晚都是客人，真的是塞到不行，勝興車站晚上九點了還是滿滿的人，根本人潮不斷，從早玩到晚（A3，21：3，2009/05/13）

通霄鎮公所認為通霄最大的優勢是有一片二三百公頃桐花林，二條古道可以通到三通嶺，有很多幅地廣大農場，交通便捷不會擁擠。受訪者 A2 表示：

我們這邊有一個桐花步道一直通到雙湖村的三通嶺上，遊客進來的時間會比較長，苗 48 線，從雙湖村三通嶺上到這邊，滿山遍野都是油桐花。我們這裡保安林區大約有二三百公頃的原始森林，整個林區有幾乎都是桐花，通霄有二條古道一條是通到梯直取及挑炭古道，挑炭古道就是直接通到三通嶺（A2，12：1，2009/04/06）

另一個面向，通霄農場幅地廣，交通便捷，遊客來不會擁擠，停車方便，桐花夠漂亮，的有陶藝 DIY，有很多的農場有很各種特色來吸引遊客（A2，14：1，2009/04/06）

#### 肆、網絡關係人與資源(4)：社團

苗栗地區參與客委會客家桐花祭的活動社團其活動內容及其所在地鄉鎮整理，詳如下表，2008 年共有 17 個，2009 年共有 12 個，參與客家桐花祭活動，參與數量較往年減少 5 個，經訪談及分析參與現況整理歸納如下：

表 4-2 苗栗縣社團 2008-2009 年參與客家桐花祭活動表

NO.	社團名稱	所在地	2009 年活動	2008 年活動
1	舊山線文化產業協會	三義鄉	舊山線飛雪遊桐四月天	舊山線飛雪遊桐四月天
2	三義木雕協會	三義鄉	五月桐花木雕響	木雕桐花俚語裝置藝術展覽及木雕 DIY 桐花燈現場教學
3	雙湖社區發展協會	三義鄉		義桐玩樂古道尋芳 2008 三義雙湖客家桐花祭
4	三義神雕邨文化藝術發展協會	三義鄉		巧手神雕桐花鄉-客家桐花祭隆重開幕式
5	大窩文史生態協會	大湖鄉	傳古清境大窩仔	
6	大湖歌舞發展協會	大湖鄉		2008 大窩健行藝文活動

表 4-2 (續)

7	南江休閒農業推動管理委員會	南庄鄉	2009 客家桐花祭	客家音樂饗宴及賞桐步道導覽
8	南庄鄉觀光產業協會	南庄鄉	苗栗山城南庄花園樂活春日淇藍賞桐趣	當我們桐在一起-客家米食、油桐 DIY 及音樂會
9	富麗農村發展協會	通霄鎮	桐鄉客語野宴趣	
10	苗栗縣炭藝協會	造橋鄉	花現造橋·雪中送炭	童心桐遊-鐵馬單車任遨遊
11	育達商業技術學院	造橋鄉		2008 育達客家桐花祭
12	造橋鄉大西社區發展協會	造橋鄉	2009 客家桐花祭「桐在客家」	2008 客家桐花祭-桐言桐語話大西
13	中港溪清流文化協會	頭份鎮	2009 客家桐花祭-夥房賞桐打鬥敘	2008 頭份鐵馬行腳-賞桐探伙房
14	頭份鎮廣興社區發展協會	頭份鎮	鹿廚坑·知性傳承藝術心	2008 客家桐花祭-遊藝鹿廚坑桐華桐花畫
15	頭份鎮流東社區發展協會	頭份鎮		桐花心-客家文化的薪傳
16	陶瓷文化協會	公館鄉	2009 客家桐花祭	
17	山水社區總體營造	頭屋鄉	桐花樹下的愛戀	2008 客家桐花祭-祈福添丁客家情
18	客家曲藝推展協會	頭屋鄉		第二屆桐花盃傳統客家歌謠比賽
19	獅潭鄉農會	獅潭鄉		桐花林下的驚嘆號-賞桐採筍逍遙遊
20	三灣文化產業觀光發展協會	三灣鄉		2008 年苗栗縣三灣鄉神桌山客家桐花祭
活動社團年度個數合計			12 個	17 個

資料來源：本研究整理，部分資料引自苗栗縣政府客家桐花祭導覽護照（2008-2009）

## 一、社團人力資源為產業業者或當地居民各有不同

舊山線產業協會及南庄觀光發展協會以當地產業業者為主，B1、B3 受訪者表示：

目前會員三十幾個，平常行政業務大概就是理監事就四個人人在作，其幾乎都是我跟總幹事在分攤，其他會員都有自己的事業在做，都很忙（B1，6：1，2008/09/11）

業者佔百分之九十以上（B1，39：1，2008/09/11）

一定要設籍在南庄從事休閒相關產業的店家。有餐廳、有咖啡廳、有名宿、或者是說有農場等。提供遊客諮詢服務，那觀光產業編組人數有 14 位，有理事長、常務監事、常務理事，一共有 14 位。（B3，1：1，2009/04/09）

頭屋山水社區營造協會、雙湖社區協會以當地居民為主，會員人數大約各一百多人。B2 及 B5 受訪者表示：

他要一些兩三年剛好就是我幫前一個正式成立大會的時候，那時會員大概一百二十幾位，我要跟你報告是什麼在我的社區裡面一律都站出來，像這種社區本身人口數就不多，每三個就有一個人是我們協會的人（B2，2：1，2009/03/25）

社區發展協會雖然是會員制，他所面對的比如說雙湖社區面對的是雙湖村的居民（B5，9：1）。

反正你說多少人，我們社區協會的會員也只是一百多人（B5，9：2，2009/05/04）。

富麗農村發展協會由當地業者及居民組成，還有整個休閒產業。B4 受訪者表示：

目前有 59 個人，業者居民都有還有整個休閒產業，業者有 20 多人，成立宗旨推廣這個地區的休閒產業（B4，34：1，2009/04/06）

## 二、活動社團優勢資源各有不同

勝興地區最大的優勢，鐵道古蹟，結合當地土地公的祭祀形成客庄特有的特色桐花慶典及人文特色。B1、A1、A3 受訪者表示：

那我這裡會比較受到客委會的照顧跟關愛，可能跟這裡本身的條件，社區本身是一個客家庄，再來就是他有一百多年的鐵道古蹟在這邊，其實這裡以油桐樹的數量是不算多（B1，34：1，2009/05/19）

客家人的神祇中你可以看到，客家人最崇拜的是天神，但常民信仰就是土地公，所以才會拿土地的祭祀來作活動，來放大美感的部分，遊行的時候會找人穿藍布衫，穿肚兜，再加一些客家桐花祭的元素，才可以在僅有文化圖騰裡面，找出一些元素來發揮（B1，21：1，2008/09/11）

等到廢駛的時候更多人來，所以一夕之間爆紅了起來，讓大家知道原來有一個勝

興車站，剛好又是因為是在地客家聚落，搭配一些客家米食客家產品，一些客家的料理加加進去，所以大家都覺得山區裡面有一個車站很特別（A3，25：1，2009/05/13）

勝興地區是一個很有特色的地區，這些現在店家很有向心力，及舊山線社區主政的人都是一些年輕有為，且對地方很有感情的年輕人，我是認為他們在人文面有這個特色。（A1，10，2008/09/17）

**山水社區最大優勢在於社區村民凝聚力及有原始桐花林，具有很純樸客庄意象。B2 受訪者表示：**

當然是為了讓村民社區透過活動更有凝聚力，我辦活動社區都請比較有傳統的表演，我這一個地方投資我的遊客會絡繹不絕，這個地區鳴鳳，我一年都在辦活動都有活動，則無厚非，我的希望是說公部門對農村的改造，讓人家覺得說除了看景之外，他願意來我社區體驗農村的的生活，那這個就沒有時令季節性，他只要想到說我們去那裡看看，山裡面吃不到的東西，我都常告訴我的老人家，你們都是寶啊（B2，11：1，2009/03/25）

優點的地方就是我那裡原始林（B2，11：2，2009/03/25）

**富麗農村可連結三義雙湖有全台灣最漂亮大面積桐花林，步道連結性最強。受訪者 B4 及 A2：**

剛才我還在跟三義雙湖村村長討論這件事情，全台灣桐花林林象最漂亮，步道最多最完善連結性最強的可能就在我們裡（B4，12：1，2009/04/06）。

我們這邊有一個桐花步道一直通到雙湖村的三通嶺上，遊客進來的時間會比較長，苗 48 線，從雙湖村三通嶺上到這邊，滿山遍野都是油桐花。我們這裡保安林區大約有二三公頃的原始森林，整個林區有幾乎都是桐花，通霄有二條古道一條是通到梯直取及挑炭古道，挑炭古道就是直接通到三通嶺（A2，12：1，2009/04/06）

**雙湖地區優勢在於有三義地區最大面積桐花林，可以賞花健行，有接駁車而且不塞車。B5 受訪者表示：**

賞花健行為主；以前可以聽到唱山歌（B5，19：1，2009/05/04）

知名度有、接駁專車也有、第三個所有的區塊塞車都進不去，只有這個地方是順暢的，這個區塊是不塞車的（B5，7：1，2009/05/04）

縣政府方面對活動社團優勢的看法，南庄觀光產業協會把遊客帶進來之後產生觀光產值，山水社區可在籌辦活動同時達到社區凝聚力的營造，而勝興優勢在於舊山線的地景地貌及幾個主要在重要幹部很有用心。A1 受訪者表示：

如果以南庄觀光產業協會可能是把人帶進來之後是產生觀光產值，山水社區可能是達到籌辦活動同時達到社區凝聚的營造，二者間最大的差距在於社區意凝聚力，就是組織共識，南庄觀光產業協會比較沒辦法達成（A1，35：1，2009/03/24）

三義勝興的優勢就是他的舊山線的地景地貌，他的社區有動，但動的範圍不像山水社區那大範圍，幾個主要在重要幹部有在動（A1，33：1，2009/03/24）

### 三、活動社團權力與資源依賴方面

舊山線協會依賴客委會補助客家桐花祭活動及國際桐花村硬體設施建設經費，而縣政府及公所並未給予補助。B1 受訪者表示：

客委會補助今年三十萬，前年五十萬，全三義就我們獲得最多錢，其他社區二十萬，辦二個禮拜，我是從 2002 開始，但我們這個協會剛成立三年，所以今年是辦第三年（B1，7：1，2008/09/11）

縣政府沒有補助一毛錢，鄉公所也沒有補助一毛錢，三年來我們就是自生自滅，講好聽是自行自給（B1，20：1，2009/05/19）

名稱叫國際客家桐花村新貌工程，勝興車站，勝興車站國際客家桐花村新貌工程，第一期九百五十萬確定已經結束結案了那現在第二期剛發包然後包商本來跟我們講這幾天要進場但是可能因為有一些變更的部分現在在處理所以還沒進場施作.第二期大概也是九百到九百五這樣子，都是硬體建設（B1，1：1，2008/09/11）

今年再多一個第三期，就是綠化的工程；一開始他就答應五百萬，後來辦活動當天主委有講說我們這裡好像蠻有可以打造可以發揮的地方，如果不夠的話可以跟他額外看要多少錢，我估計大概五百到八百之間，大概是這樣子（B1，3：1，

2009/05/19)

活動經費 2007 年 50 萬元，2008 年至 2009 年均為 30 萬元，建構桐花村硬體建設補助方面，獲營建署及客委會補助第一期與第二期分別各為九百五十萬元，第三期綠化工程五百萬元，硬體設施仍需依賴縣政府專業技術建置。

山水社區協會 2006 年開始辦客家桐花祭，客委會補助 2006 年 35 萬元，2007 年至 2009 年均為 30 萬元，辦理活動為傳統客庄嫁娶及添丁等習俗、農村運動會，每年均有不同。B2 受訪者表示：

94 年成立，95 年就開始辦客家桐花祭，95 年 35 萬，老人家結婚為主題，到了 96 年再結合前年結婚的主題做迎親嫁娶，客委會給我們 30 萬，97 年 30 萬延續前一年作添丁添壽，做新丁粿及福袋，到了中午就賣完了，98 年 30 萬，今年準備要辦客家民俗運動會（B2，3：1，2009/03/25）

南庄觀光協會早期獲得客委會補助約撥 30 萬元，現在越來越少。B3 受訪者表示：

有。早期的話、一個社團看你提案，我們通常提 50 萬，50 萬大約撥 30 萬，所以這幾年來都這樣，現在越來越少（B3，3：1，2009/04/09）

通霄富麗農會獲得客委會補助客家桐花祭金額 10 萬元，其他所需經費則仰賴鎮公所籌措。受訪者 A2、B4 表示：

客委會給 10 萬，今年農糧署給 10 萬，中油 3 萬，台電預估 10 萬，農糧署補助農特產品展示，以協會名義來辦公所協助（A2，2：2，2009/04/06）

當然我的經費來源都是由鎮公所來努力籌措（B4，29：1，2009/04/06）

社團參與客家桐花祭活動數量，2008 年 24 單位，2009 年 17 個社團與公所得補助，較往年減少。A1、B2、受訪者表示：

今年總共有 24 個，包括有地方協會社團及機關，包括南庄鄉公所，三灣公所，

獅潭農會、卓蘭鎮公所及其他社團協會，大概活動排起來加起來超過 60 個活動。

(A1, 9:1, 2008/09/17)

對去年有 30 個申請，23 或 21 個有申請到補助，今年有 21 個社團及法人團體申請，大概 17 個社團得到補助 (A1, 6:1, 2009/03/24)

對啊一樣發這麼多公文出去為什麼只有三分之一的單位來提案，是客委會來發這麼多公文出去提案單位少了三分之二 (B2, 14:1, 2009/03/25)。

三義鄉鄉內，2009 年含公所只有 3 個單位得到客委會補助。2008 年似乎還有 6、7 個，以前曾高達 14 個單位。受訪者 A3 表示：

那另外一個就是舊山線文化產業協會，還有三義木雕協會，總共三個單位辦理就這樣子。今年只剩下三個單位辦 (A3, 1:2, 2009/05/13)。

六七個有吧！最多還到十四個吧！好像在 95 年還是 94 年的時候，後來就越來越少 (A3, 10:1, 2009/05/13)

由以上分析發現，執行活動社團是客家桐花祭活動「實際執行者」，負責活動的執行，擁有豐沛人力、文化、桐花林等地理環境資源及貢獻回饋鄉理的熱情，可以持續提供作為客家桐花祭活動之重要性資源，但本身可能無法負擔活動經費，及基礎公共建設的專業性，所以需依賴客委會補助輔導，而縣政府及公所較少提供，但縣政府提供硬體建設技術資源。

活動參與社團 2009 年有 12 個參與客家桐花祭除了通霄富麗農村發展協會是第一年接受補助主辦外，其餘受訪問社團均達四年以上。人力資源方面，社區發展協會以當地居民為主，由當地產業業者組成之產業協會居多。

各社團優勢方面，大部分都位於桐花林區附近，有完整的桐花資源及步道，可以供遊客賞桐漫遊，山水社區居民對客家桐花祭有很強參與感，當地質樸的山居環境創造出特有客庄氛圍，為當地客庄人文特色加分；三義舊山線及南庄觀光產業發展協會本身則位於當地商圈內，硬體建設較為

完整，遊客可以直接用膳及購買伴手禮，具有良好的地方行銷必要條件，勝興結合舊山線鐵道文化及當地土地公創造出祭祀慶典型的特有文化意象，每年吸引大量的遊客；通霄富麗農村協會則位於農業區內，有毗鄰的眾多農場及咖啡餐飲，適合慢遊型的旅遊群。

地方活動社團參與客家桐花祭活動數量，2009年與2008年比較，較往年減少。

## 伍、網絡關係人與資源(5)：文化產業業者

### 一、相關文化產業優勢與資源

苗栗地區與客家桐花祭有關的具有代表性產業大概有二十多家業者，包含木雕、木碳產業、陶瓷，以陶瓷產業為大宗。受訪談者 A1 表示：

蠻多的，其實蠻感佩行政院客委會，曾經針對去年的客家桐花祭，他有製作兩本桐花伴手禮專題，那這兩本專題帶給我們消費者或旅行業者甚至連行政部門都能更瞭解整個台灣有這麼多的地方的傳統產業從事桐花商品的製作，尤其光是苗栗大概有二十多家業者，中間就包含了像是木雕、像是木碳產業，像是陶瓷，以陶瓷產業為大宗，像是一些傳統地方文化工藝產業，像竹南的手工藝研究中心一樣。他就是利用客家的花布衍生很多週邊的產品（A1，20：1，2009/03/24）

三義地區與客家桐花祭有關的產業者眾多，並相繼推出與桐花意象有關的商品設計，三義山中傳奇客家餐廳，配合客家桐花祭活動推出桐花便當，商店還設立了桐花館，受訪者 C1 表示：

我自己推桐花餐，桐花便當，但是我們桐花用貼，因為桐花有毒，我們一年四季都有賣，因為桐花意象開發出來，銷路客家桐花祭時很好。（C1，3：2，2008/09/11）

所以還自己成立桐花館，張副座就說，要開啊！你要趕快來，我們這裡有很多商品你要幫忙行銷。（C1，2：2，2008/09/11）

其實要講特色，第一個沒有去破壞水保，沒有破壞它的地貌，第二個是鐵道文學，

景觀方面，假如說在後面多種一點桐花，可以做桐花步道（C1，34：1，2009/05/19）

我們的餐飲是一般餐飲，走低價位的（C1，34：2，2009/05/19）

西湖渡假村常年獲客委會選為苗栗客家桐花祭開幕主場活動場地，並配合客家桐花祭客家桐花祭主題渡假套裝行程，並結合民視戲劇性節目作置入式行銷，受訪者 C4 表示：

客委會跟我們合作舉辦主場活動是 2003、04、05、還有今年，總共四年；那一天一萬多人、大概一萬一，但是那一天我們有配合某一段時間開放免收門票，十二點到三點，往年是整天（C4，6：1，2009/06/01）

會，比如說住宿的套裝行程，然後今年有推桐花套房住宿專案，這都是緊托在主題內一個套裝行程的內容，也有一泊二食的（C4，9：1，2009/06/01）

渡假村內擁有六十公頃的桐花林，十幾年前就已經開始在推客家桐花祭，過去礙於人力、資源、經費的關係，過去沒辦法很大規模去辦理客家桐花祭活動，受訪者 C4 表示：

事實上我們西湖渡假村在十幾年前就已經開始在推客家桐花祭，我們自己已經有辦客家桐花祭相關的活動，因為我們園區內六十公頃大部分有超過三分之二面積有種油桐樹，過去這邊客家桐花祭景觀區就非常吸引人，只是過去礙於人力、資源、經費的關係，過去沒辦法很大規模去辦理客家桐花祭活動（C4，12：1，2009/06/01）

彙古陶邑以桐花商品為主力商品佔八成至九成，賣的最好是桐花茶具組，但認為在藝品類桐花布賣得更好，最大優色是個人特色與價位，受訪者 C2、A2 表示：

主力商品是桐花商品，有茶具、水果餐具、桐花牆，以後主力希望文化觀光產業發展結合（C2，1：1，2009/04/06）

賣的最好的商品是現在民視在廣告的桐花茶具組，在藝品類，跟其他吃的是小巫見大巫，桐花布比我們賣得好，真的很成功，桐花商品大概佔了八成至九成（C2，

3：1，2009/04/06）。

賣桐花商品很多，但有人很喜歡我的特色，應該是造型及價位元，優點是我們有大量生產的經驗，我太太在藝術創作上不錯，產生我們可以把成本降低，我們更有資格走入國際及休閒產業（C2，5：1，2009/04/06）

他的創意，燒陶的品質有一定的品質具有特色別人沒辦法模仿，一定要走品質與創意，所以客委會也知道所以也一直在推創意，創意文化產業嘛（A2，26：1，2009/04/06）

## 二、資源依賴情形

部分業者以自己的力量行銷與經營例如西湖渡假村及炭鄉八八民宿，亦有業者接受客委會行銷通路及包裝設計等輔導，例如彙古陶邑等，受訪者 C1、C2、C3、C4 表示：

建議你去拜訪那個廖老師，還有綠葉方舟的胡景生，他們都有賣桐花的商品，那個福田瓦舍廖老師也有，向陽也有，他們都有桐花商品，勝興客棧也有，都是配合客委會的。（C1，24：1，2008/09/11）

我這裡完全沒有，真正補助的是立面，我這邊不想由政府補助，由下而上作給政府看（C1，2：1，2008/09/11）

有，95 年開始就接受客委會輔導，只有接受行銷包裝，我們拿出一個產品去評比通過後，他幫助你作形象包裝，找通路去行銷，提供場地找點，像臺北工藝館（C2，2：1，2009/04/06）。

怎麼可能給我補助，我剛剛不是說過。（C3，6：1，2009/05/04）

因為西湖渡假村視一個營利事業單位，以客委會的態度從以前到現在他們做任何客家桐花祭活動的補助，他都只針對縣市政府或地方鄉鎮公所或地方發展協會或者文史團體，對於像我們這樣的營利事業單位他是從來沒有補助過的。（C4，15：1，2009/06/01）

但部分業者希望政府部門可以提供當地業者整合行銷，發展套裝行程，將遊客留在苗栗，受訪者 C1 表示：

目前勝興舊山線這一帶，一日遊兩日遊最多，但是要配合民宿，我們這邊只有四家民宿，要配合他才能達到這個效益，這個效益就是說來這邊有優惠給他，講說民宿他一日遊要多少錢？兩日遊要多少錢，包括民宿用餐，套裝旅遊這樣會比較好，這個應該要由政府來幫我們輔導（C1，20：1，2009/05/19），

**三、地方產業業者，大部分並未直接參與主辦客家桐花祭活動，對當地回饋與連結方面以直接加入之社團為主，其餘則不多客家桐花祭時業者都很忙，要出來參與比較不可能。受訪者 A3、B1、B4 表示：**

他們會把環境弄好來，然後給遊客多一點禮貌性的服務，就已經不錯了，因為不太可能跟民間業者要求太多的回饋（A3，21：3，2009/05/13）

這些農場都是農場都是會員，客家桐花祭的時候都很忙，要出來支援等於不可能，客家桐花祭時所有農場生意都很好（B4，35：1，2009/04/06）

業者本身的經營已經很辛苦，儘量不要讓業者出到錢，我們本身多元方案還有一點收入來源儘量由協會來墊付（B4，29：2，2009/04/06）

因為他們加入的方式就是捐錢，活動當天就我們理監事出席，其他店家都忙著賺錢，沒有人有空過來（B1，9：1，2009/03/24）

**三義勝興地區因為部分成員為店家組成，於客家桐花祭期間有些店家會願意出錢回饋給社區長期幫忙。受訪者 B1 表示：**

這個回饋不是很普遍，少數幾個裡面比較輕鬆，這個回饋不是很普遍，少數幾個裡面比較輕鬆，他願意回饋給社區，有幾個店家他們會長期幫忙（B1，7：1，2009/03/24）

非常大，這次他們總共就捐了十一萬，九個店家捐了十一萬，十一萬全部都用在綠美化還有架設燈籠（B1，8：1，2009/03/24）

**四、西湖渡假村業者不是直接拿錢回饋地方，而是以邀請相關業者一起作平面媒體行銷廣告，並享觀光人潮與資源。**

受訪者 C4 表示：

他們也能夠享受到西湖渡假村的資源，雖然我不是直接拿錢去回饋地方或去補助誰，不可能，因為我們自己也沒有接受任何補助，我們都是自己要努力，可是呢透過這樣的一個資源結合，為什麼他們願意跟我們這樣做，因為他對我們的企業是認同的，他認為西湖渡假村跟媒體的結合才有辦法把人帶到三義來（C4，22：1，2009/06/01）

總之，苗栗經營與客家桐花祭相關的業者及文化創意產者相當多，包含木雕、木碳、陶藝，客家美食及伴手禮，與民宿或遊樂區業者等，與客家桐花祭活動作連結與其意象連結推出特色商品各有其特色與專業，例如以桐花餐、桐花便當及桐花茶具、桐花套裝住宿、桐花意象包裝等。惟小型業者資源比較不足，無法獨自作行銷活動，須仰賴客委會的行銷與廣告方式，但也希望縣政府能針對地方特色，作苗栗地方的整合行銷與特有文化資源行銷。

業者大部分並未直接參與或主辦客家桐花祭活動，對當地社區或社團回饋不多；三義勝興地區因為部分成員為店家組成，於客家桐花祭期間有些店家會願意出錢作綠化或街景改造等，但須依賴客家桐花祭當地社團或政府部門辦理相關活動所帶來的人潮，才能推展商品增加消費。

## 第二節 苗栗縣客家桐花祭網絡關係的建構

### 壹、苗栗桐花網絡關係人組成與資源

依訪談及現況分析結果發現，苗栗地區客家桐花祭網絡成員組成、扮演角色功能及擁有資源重要性如下：

#### 一、客委會為「政策制訂者、資源擁有及分配者」

本身為中央政府單位，擁有有約 5,000 萬元活動經費資源、政策制訂權、補助資源分配及加入成員的最終決定權。

人力方面只有一位主要承辦人，須要仰賴其他關係人提供活動人力，及客家桐花祭最重要桐花林環境資源等。

#### 二、苗栗縣政府為「活動執行者」及「溝通整合者」

為苗栗地方政府，接受客委會補助辦理客家桐花祭活動，是整個客家桐花祭活動參與資源最大提供者，做為客委會與當地活動執行者間溝通橋樑，客委會賦予客家桐花祭地方申請初步審核，具地區公權力行使權可為鄉內活動事務作整合，提供工程專業人才作硬體等設施建置，

縣政府人力主辦人二人，人力及經費財源不足，縣內客家桐花祭活動參與及縣政府本身均需仰賴客委會補助，及縣內活動參與公所及社團提供人力與桐花林資源。

#### 三、鄉鎮公所為「活動執行者」及「部分活動溝通整合者」

為地方次級政府，有 5 個公所直接參與客家桐花祭活動屬於「活動執行者」，較少邀請地方社團及產業者合辦或共同參與。三義鄉公所除了「活動執行者」外，尚兼具「部分活動整合」的角色，優勢條件在於擁有桐花林等地理環境資源及各活動社團等管轄權。

公所配置承辦人力大部分為 1 人再加上課長 1 人，對客家桐花祭活動並未特定編列補助，活動經費大部分依賴客委會補助；其餘未主辦活動公所除部分公所會為當地活動社團，向有關單位爭取經費外，並未特別編列補助經費，參與程度不高。

#### 四、執行活動社團為「活動執行者」

負責活動的執行，擁有豐沛人力資源與文化資源，每個社團均有不同的特色，但本身可能無法負擔大型經費，及基礎公共建設的專業性，所以需依賴客委會及縣政府的補助與輔導資源。

受訪活動執行社團擁有人力與環境資源比較整理如下表：

**表 4-3 苗栗縣受訪社團人力與資源比較表**

社團名團	舊山線文化產業協會	山水社區總體營造協會	通霄鎮富麗農村發展協會	南庄觀光產業協會	三義雙湖社區發展協會	
所在地區	三義鄉勝興	頭屋鄉鳴鳳	通霄鎮福興	南庄鄉	三義鄉雙湖	
成立時間	2006 年	2005 年	2003 年	2001 年		
會員人數	30 多人	120 人	59 人	14 人	100 多人	
會員組成	當地業者、部分居民	當地居民	當地業者、農民	當地業者	當地居民	
參與時間	4 年	5 年	1 年	8 年	7 年	
2009 補助	30 萬	30 萬	15 萬	20 萬	(未參加)	
資源優勢	鄰近景點	勝興車站 龍騰斷橋	明德水庫鳴鳳古道	飛牛牧場.海生館.馬家莊	向天湖 桂花巷	三通嶺 挑炭古道
	農業園區	舊山線休閒農業區	無	福至興臨園區	南江休閒農業園區	無
	其他補助	桐花村 1,850 萬元,綠美化工程 500 萬元	無	無	無	無
	所在景點	勝興車站	夢幻桐花道	福至興臨園區	南庄商圈	挑炭古道
	商圈	本身現有	無	無	南庄商圈	無
	優勢	勝興鐵道	桐花林、社區凝聚力	桐花林	觀光景點	桐花林

(資料來源：本研究整理)

## 五、地方產業業者—為「相關產業商品提供者」

包含陶藝、木雕、客家美食、伴手禮與民宿或遊樂區業者等，以專業與桐花意象連結，推出特色產業商品，滿足遊客消費行為，為地方創造經濟產值。

西湖渡假村業者常年獲得客委會選定為客家桐花祭開幕主場場地，彙古陶邑等業者接受客委會接受客委會提供創意商品設計及行銷輔導，但並未接受客家桐花祭活動經費補助，其他大部分產業業者並未直接參與主辦客家桐花祭活動，仰賴當地社團辦活動所帶來的觀光人潮，進行商業行為，創造營業績效。

受訪談產業者人力與擁有資源，經整理後詳如下表：

**表 4-4 苗栗縣受訪談產業人力與資源比較表**

業者	山中傳奇餐廳	彙古陶邑	炭鄉八八民宿	西湖渡假村
所在地區	三義鄉勝興	通霄鎮	三義鄉	三義鄉
營業項目	客家餐廳	陶藝	民宿及餐廳	飯店.遊樂區.渡假
基本編制	5-8人	3人	5人	130人
客家桐花祭商品	桐花便當 桐花館	桐花茶具 桐花風鈴等	桐花鬆糕	桐花套房 踏雪尋桐套裝行程
銷售成績	假日 800-1000 多人/天	桐花茶具 10000套以上	房間7間 假日全滿	假日8000-12000人/天 套房700多間/月
客委會輔導	無	包裝.行銷通路	無	客家桐花祭開幕主場
優勢	勝興車站對面 桐花樹	桐花創意商品	雙湖桐花林 區	桐花林.民視娘家等節 目置入行銷.停車場
鄰近客家桐花祭活動	勝興客家桐花 祭	富麗農村客家 桐花祭	雙湖(今年未 參加)	客委會開幕主場.縣政 府桐花婚禮.勝興及三 義市區
鄰近景點	勝興車站. 騰龍斷橋		挑炭古道	三義木雕.勝興車站.騰 龍斷橋.九華山
鄰近商圈	勝興車站	無	無	無
加入桐花活動社團	舊山線產業發 展協會	富麗農村發展 協會	雙湖社區發 展協會	無

資料來源：本研究整理

## 貳、苗栗客家桐花祭政策網絡示意圖

依據苗栗地區客家桐花祭相關成員參與情形、擁有重要性資源交換依賴情形，整理客家桐花祭網絡矩陣表（詳如附錄二），利用 UCINET 6 程式軟體，計算計算網絡密度(network density)及網絡中心性(network centrality)二種指標及數值，並利用相關數值繪製 2009 年客家桐花祭網絡示意圖如下：

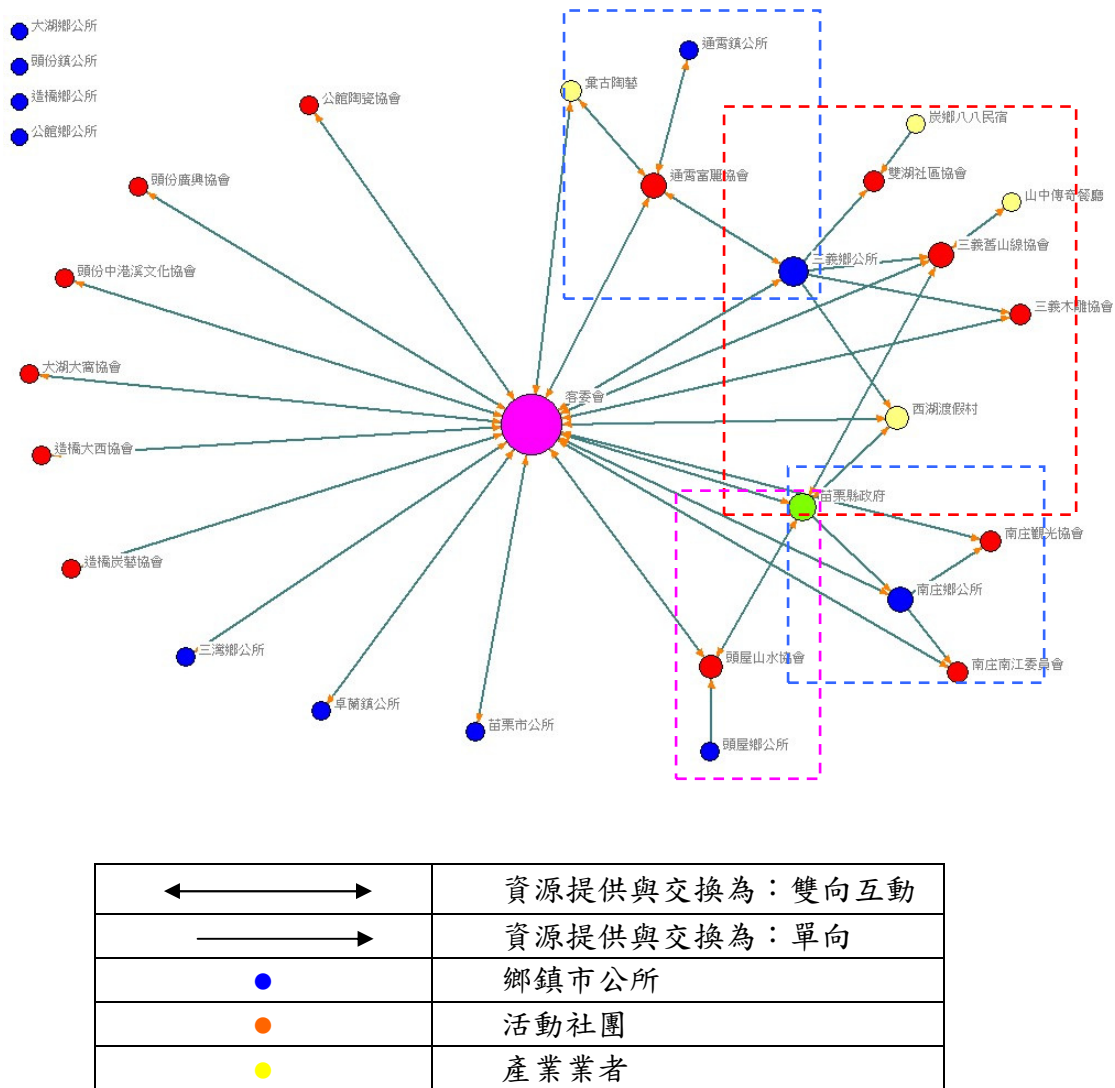


圖 4-1 2009 年苗栗客家桐花祭政策網絡示意圖

資料來源：本研究整理繪製

依據史美強（2005）等學者觀點，網絡係由諸多行動者所構成的節點

所共同組成的關係結構，彼此相互牽動且依賴，節點間連結並非呈現出對稱狀態，從資源依賴的觀點，擁有較多資源的節點勢必位於整個網絡的核心位置，資源少者則位於網絡邊陲位置，甚至在網絡架構外。決定組織間依賴程度則取決於資源的重要性、資源的支配或使用能力、資源控制的集中程度。

而節點之間的連線則呈現出個節點之的互動關係，包括重要性資源與權利交換情形，雙向箭頭連線表示二者為互相提供交換資源或權力，單向箭頭連線表示僅單方接受資源提供，該成員並未具體主動提供本身所有重要性資源作交換，例如三義雙湖社區發展協會今年並未參加客家桐花祭活動，而三義鄉公所仍提供客家桐花祭觀光巴士連結並列入觀光導覽，頭屋鄉公所、通霄鎮公所未加入客委會客家桐花祭活動，但提供當地加入活動協會爭取經費及相關人力資源提供等重要性資源，成為單向箭頭之連結線；而與其他節點未進行交換資源或權力者，則被排除在網絡邊陲之外，例如大湖、公館等鄉鎮公所及未加入活動辦理行列進行資源交換或輔導。（詳如附錄二、苗栗縣客家桐花祭政策網絡成員重要資源交換分析表等）

### 一、客委會位於核心關鍵

由上圖可以發現客委會位於整個網絡的核心位置，從資源依賴觀點，擁有較多資源的節點勢必位於整個網絡的核心位置，客委會因為擁有一年五千萬的補助資源，所有活動者幾乎均仰賴該項活動補助經費，才能進行客家桐花祭活動。網絡中心性程度 20，標準化中心性程度 68.96%為網絡中最高者。

### 二、縣政府及公所並所能提供給其他活動者的資源有限，節點不大，甚至小於三義鄉公所

資源少者則位於網絡邊陲位置，甚至在網絡架構外，苗栗縣政府雖然

擁有苗栗地區管轄權，但因本身可以提供給當地鄉鎮公所及活動社團與業者的資源並不多，未編列補助經費，僅給予部分社團小額補助，網絡中心程度 5，標準化中心性程度 17.24%，相對重要性尚不及三義鄉公所，三義鄉公所網絡中心程度 6，標準化中心性程度 20.69%，除了服務三義地區的活動社團外，尚須提供資源給予通霄富麗農村協會。

部分公所被排出網絡架構外，例如大湖、頭份、造橋、公館等四個公所，雖然鄉內有社團辦理客家桐花祭活動，但因公所本身並未提供重要性資源給予鄉內社團，所被排出網絡架構外。

三、節點間連結呈現出非對稱的幅射狀態，若客委會減少補助，

#### 苗栗地區目前未具備獨立形成網絡之重要資源與能力

以客委會佔標準化中心性程度 68.96%，占有率 0.27，共同網絡中心性 **65.02%**，節點間連結呈現出非對稱的幅射狀態，相較於苗栗縣政府佔標準化中心性程度 17.24%，占有率僅佔 0.08，依目前網絡組成情形，如果客委會減少對苗栗地區補助，則整個苗栗地區之客家桐花祭可能會呈現縮減，而不具備獨立形成網絡之重要資源與能力。

四、節點間連結呈幅射狀態，地區連結各自為一區塊，當地地區

#### 橫向連結程度低，影響地區整合能力

所有網絡成員除了雙湖社區協會外，執行活動者直接與客委會作雙向連結，接受補助，資源回饋予客委會，而縣政府在網絡中標準化中心性程度 17.24%，占有率僅 0.069，遠低於共同網絡中心性程度 **65.02%**，加入活動的鄉鎮公所與地方社團各自成為區域性區塊，而與當地苗栗縣政府的連結性較低，在地區資源橫向整合上，恐會呈現出連結性不足之情形，影響當地活動成員資源整合。

表 4-5 2009 年苗栗縣政策網絡分析表

NO.	名 稱	Degree 中心性程度	NrmDegree (標準化中心程度)	Share 占有率
1	客委會	20	68.966	0.278
3	三義鄉公所	6	20.69	0.083
2	苗栗縣政府	5	17.241	0.069
6	南庄鄉公所	4	13.793	0.056
14	三義舊山線協會	4	13.793	0.056
16	通霄富麗協會	4	13.793	0.056
17	頭屋山水協會	3	10.345	0.042
27	西湖渡假村	3	10.345	0.042
15	三義木雕協會	2	6.897	0.028
18	南庄觀光協會	2	6.897	0.028
19	南庄南江委員會	2	6.897	0.028
26	雙湖社區協會	2	6.897	0.028
30	彙古陶藝	2	6.897	0.028
4	通霄鎮公所	1	3.448	0.014
5	頭屋鄉公所	1	3.448	0.014
8	苗栗市公所	1	3.448	0.014
10	三灣鄉公所	1	3.448	0.014
11	卓蘭鎮公所	1	3.448	0.014
20	造橋炭藝協會	1	3.448	0.014
21	造橋大西協會	1	3.448	0.014
22	頭份中港溪文化協會	1	3.448	0.014
23	頭份廣興協會	1	3.448	0.014
24	大湖大窩協會	1	3.448	0.014
25	公館陶瓷協會	1	3.448	0.014
28	山中傳奇餐廳	1	3.448	0.014
29	炭鄉八八民宿	1	3.448	0.014
7	大湖鄉公所	0	0	0
9	頭份鎮公所	0	0	0
12	造橋鄉公所	0	0	0
13	公館鄉公所	0	0	0
Network Centralization = 65.02% (共同網絡中心性)				

資料來源：本研究

**表 4-6 2009 年栗縣客家桐花祭政策網絡描述性統計分析**

項次	名稱	Degree 中心性程度	NrmDegree (標準化中心程度)	Share 占有率
1	Mean (平均數)	2.400	8.276	0.033
2	Std Dev(標準差)	3.593	12.388	0.050
3	Sum (總和)	72.000	248.276	1.000
4	Variance(變異數)	12.907	153.468	0.002
5	Minimum(最小值)	0.000	0.000	0.000
6	Maximum(最大值)	20.000	68.966	0.278

資料來源：本研究

### 第三節 苗栗縣客家桐花祭網絡關係互動模式

各個網絡關係成員因為各擁有不同資源，單獨行動無法使個別政策目標達成最大效益，中央及地方政府部門、民間團體、業者所構成的政策網絡如何透過互動、信任、夥伴關係建構，得到關係人間彼此資源與權利優勢，因此要形成良好網絡，最後在達成彼此共同目標並發展自我願景，是網絡關係中很重要的課題。

#### 壹、建構良好互動模式

建構良好互動模式方面，包括彼此平日溝通頻率並尊重與配合對方需求、資源提供的合理性與公平性、加強輔導及定期追蹤成果、輔導創新等要素。

##### 一、溝通與輔導方面

(一) 以客委會與活動執行單位或業者直接溝通輔導為主，縣政府與公所則較少進行溝通與輔導。

客委會活動前會直接到當地與社團進行溝通，部分參與者感覺互動變少，受訪者 A2、A3、B2、B4、C1 受訪者表示：

溝通方面他們都蠻直接，他們主委副主委都會下來。(A2, 21:2, 2009/04/06)

幾乎我們直接對客委會(A3, 31:2, 2009/05/13)。

都有啦！你可以很明顯的感受得到。就是跟我們這邊的互動那一些東西，很明顯的有差異(A3, 43:1, 2009/05/13)

會，他會，主委副主委到幾乎是我們那邊必到(B2, 6:1, 2009/03/25)

客家桐花祭會自己來跟我們溝通，主委與副主委都來，主委說今年客家桐花祭行銷推廣主軸是在輔導產業擴大就業率(B4, 38:1, 2009/04/06)

所以有客委會來指導我們都很樂意接受，(C1, 12:1, 2008/09/11)

縣政府與公所則較少進行溝通與輔導，活動當天也較少到場。受訪者 B1、B2、B3、B5、C1 受訪者表示：

縣政府的幾乎都不來，他們自己有活動。（B2，9：1，2009/03/25）

沒有阿！輔導什麼！不會；我的感覺是不會（B5，10：2）

剛開始的時候其實是沒有的，至少我在時是沒有，靠的是協會自己辦，我一兩年會跟在地的社團一起辦。（B3，4：1，2009/04/09）

沒有，我們跟公所幾乎沒有交集（B1，11：1，2009/05/19）

公所完全沒有加入（B3，14：1，2009/04/09）

公所很少來輔導，都是客委會來輔導我們，縣政府也很少，現在沒有，以前舊縣政府韓局長會一起來，都是跟客委會一起來，再找公所一起來。（C1，12：2，2008/09/11）

縣政府對於社團站在輔導立場，客家桐花祭開幕與各社團同時展開，因為人力不足無法到場，但是為縣內作事前活動時間整合及事後開會等相關工作，A1 受訪者表示：

各社區我們站只是在輔導立場，客委會比較具有強勢的立場，他會選擇社區與他們配合（A1，6：3，2008/09/17）

我們也有主導來印製一本旅遊文宣，旅遊護照，裡面把所有的活動時間，文宣介紹，社團作介紹，印在一起，為了印製這本護照，曾經請這些社團一起來開會，然後大家講好活動期程作一些調配，比如說三灣區，頭份，南庄在北苗區的你的時間盡量錯開來，我們在北中南都有活動錯開，遊客每週來都會有活動，對社團補助最主要還是在客委會，在客家桐花祭結束後，好像在 5 月 20 或 20 幾日找了所有社團到西湖渡假村開會。（A1，9：1，2009/03/24）

如果我們時間允許我們絕對都會配合。去年在幾個重要主場跟大場的活動我們都有去參與。三義勝興剛好那天舉辦走一二號隧道然後一直到龍騰斷橋那一段，因為剛好那一天我們在辦台七十二線也是配合客家桐花祭的活動。台七十二線我們在這裡有自行車的活動，所以那一天的中午我們時間無法配合參加。山水社區去

年我們有同仁去。南庄觀光協會來講好像沒去。通霄去年其實他們沒有辦活動，他們是客委會辦了一個上田咖啡音樂節，那一場活動我們好像是否卡到客家桐花婚禮，所以沒派人過去。（A1，13：1，2009/03/24）

公所部分認為是社區人員已經足夠，且尚要辦觀光巴士、導覽圖印製、還有交通管制，分身乏術，受訪者 A3 表示：

不會，他們的人員本來就已經夠了，而且最主要我們發現他們有的都是一些，他們辦的社區活動就是擅用地利之便（A3，8：3，2009/05/13）

觀光巴士、導覽圖印製、還有交通管制，然後地區的維護，因為我們有多元就業人員，所以請多元就業人員負責我們全鄉的大部分景點，所以請多元就業慢慢維護（A3，20：2，2009/05/13）

通霄鎮公所幫忙通霄富麗農村協會作當地事務整合及爭取經費，受訪者 B4 表示：

今年我第二年在辦的時候我發現有很多問題需要公部門來幫忙作一些整合，我們還好有公所鎮長課長很熱心來幫我作一些解決，不然會很辛苦（B4，40：1，2009/04/06）

（一）覺得縣政府資訊取得比他們還慢，並希望客委會補助金額可以早一點確定，以利後續作業。

平日公文傳遞由客委會直接通知有關單位，有時候社團會覺得縣政府資訊取得比他們還慢。受訪者 A1、A3、B1 表示：

通常客委會的案子，縣政府比我們還慢知道，我們跟客委會關係很直接。（B1，12：1，2008/09/11）

客委會直接給我們公文，然後選定一個地方在北中南吧，招開一個類似像說明會的場地（A3，38：1，2009/05/13）

客委會會經由我們轉知他們，由我們來發文，客委會還會經由一個社區培力協會來通知，等於客委會在苗栗的窗口會有二個（A1，7：1，2008/09/17）

通霄公所則希望客委會以後補助金額可以早一點確定，以利後續作業，部分業者希望當面溝通很重要，受訪者 A2、C1 表示：

我面臨很大的問題是，要從其他去籌備時經費時我們不知道有沒有，我們去年辦客家桐花祭時可以說辦得很成功，但是還不夠，今年我們還要更擴展通霄知名度擴展，所以邀請農委會來辦一個成果展，邀請縣議員來辦腳踏車活動，但會面一個問題是他經費來源很少有些單位的錢又不能快速確認，我們在辦活動的時候有些該不該花，能不能花，我既然們能準備什麼，只能從我的經驗去判斷什麼可以作（A2，28：1，2009/04/06）

我覺得辦一個活動要密集的和對方地方社區的理監事坐下來好好的討論研討一下，客家桐花祭到底要辦些什麼？方向在哪裡？這樣做起來才會達到您目前地方上所想的，想要變成哪一種的？（C1，9：1，2009/05/19）

（二）輔導方面客委會定期召開研習列為明年可否參加申請依據，但其他關係人及學者認為，內容要符合客委會創新及大家可以進步需求。

客委會活動開始前辦分區說明會，並要求各活動單位參與客家桐花祭活動完成研習活動，列為明年可否參加申請活動的依據，如果社團活動未參加客委會所舉辦的研習會，則無法獲得提案補助。受訪者 E 表示：

我們每一個要參加我們補助的要先參加我們的講習，你如果沒有加講習的話，我們沒有把你放到客家桐花祭補助裡面（E，11：1，2009/05/18）。

我們今年社團的研習十月就開始了（E，16：1，2009/05/18）。

部分受訪者認為辦完活動後做檢討，作為下一次年度舉辦活動的依據覺得很好，受訪者 B3 表示：

當然有幫助。因為辦完活動後做檢討缺失到底在哪裡，作為下一次年度舉辦活動的依據，我覺得是很好。因為就必須要一直修正，比方說幾年前我們辦的接駁車，那接駁車沒有人坐，那這個效益不大，所以第二年辦的時候我們就把接駁車去掉，因為大家都自己開車（B3，19：1，2009/04/09）

部分受訪者認為輔導沒有太大效益，因為並不是我想要的，受訪者 A3、B5 表示：

雖然名義上是輔導我們，你要給我們的東西並不是我想要的（A3，40：1，2009/05/13）

那種輔導說實在的沒有什麼太大的效益，跟一般來講沒有什麼太大的效益（A3，39：1，2009/05/13）

05 年有，要辦理的人要去上課。對我來講是沒有什麼意義，因為我都辦過了，他們只是研究主題而已，每年的主題不一樣，每年我申辦客家桐花祭主題都不一樣（B5，26：1，2009/05/04），

有些社團並非百分之百主動性會參與公眾事務，會覺得客家桐花祭為地方發展外，也是為行政部門分憂解勞，規定多，補助逐年遞減，會影響組織意願。受訪者 A1 認為：

但我們會發現很客家桐花祭的社團並非百分之百主動性會參與公眾事務，除了他是對地方很熱誠的人，他可能會投入百分之二百心力來作這件事情，然後從客委會一開始要受訓，教導大家如何寫企劃案，他的涉入性就會很強，但是我們也會發現另外一種，他對這些東西非常正向，但有些事情期待越高，受傷越大，受到衝擊就會有負面影響，有些少部分，會覺得客家桐花祭為地方發展外，也是為行政部門分憂解勞，你還規定這麼多，補助款項逐年遞減，會影響這個組織再來從事的意願（A1，12：1，2009/03/24）

研習可以學習新東西，重要是評量參加社團研習的所提的計畫有沒有進步，這才是重點，學者 D 認為：

至少他可以學習新的東西，重要的是你要去看去參加社團研習的所提的計畫有沒有進步，這才是重點，要去做衡量；對，課上完了這些計畫跟去年有沒有比較進步，還是都一樣，若一樣課程就要去檢討了，課程要怎麼去安排了，我覺得課程裡面是不是要增加一些業者跟社區對話的空間，我發現都很難對話，真的，當然補助的一個條件我覺得我贊成，為什麼一年也不過是一次大家聚在一起對客家桐

花祭檢討的機會，爲什麼不要（D，17：1，2009/04/06）

綜上發現客家桐花祭輔導與溝通互動方面，縣政府與公所較少所主動參與，主要由客委會與活動單位直接進行溝通與輔導。客委會透過事後研究習活動，加強及檢討客家桐花祭活動優缺點，社團認為規定較多進而影響參加意願，而學者認認為參加後所提的計畫有沒有進步才是重點。

縣政府也會邀請縣內單位加座談會，縣府與公所會整合縣內資訊與期程，但卻無法直接感受到縣府用心。有時候社團會覺得縣政府資訊取得比他們還慢，使得縣政府溝通整合能力受到質疑。

## 二、資源提供合理與公平性方面

政府部門提供補助及專業輔導、社區協力提供人力資源、當地商家或產業提供環境資或產業資源等是否充足或達到公平合理性要求。

（一）資源提供公平性方面，制度具公平性，但立足點平等的最高限額補助方式，會影響參與意願。

客委會辦客家桐花祭並未特別限定範圍，只要有桐花生長就可申請，具有公平性。受訪者 E 表示：

我們是只要你有桐花生長的地方都可以來申請（E，7：1，2009/05/18）

事實上我們在進行專案輔導補助時，補助時特別好或特別優秀的，我們會超過這個數字，這個不是絕對的，這個是原則，你有一個題目說客家桐花祭補助款逐年減少，其實是沒有這個問題的（E，10：1，2009/05/18）

客委會希望達到立足點平等，所以補助桃竹苗都差不多，希望客委會可制定競爭型的補助規則，可以達到公平性與激勵效果。受訪者 A1 表示：

但是在中央在作補助款的同時，很希望保有一定的客觀又不得罪人的補助方式，你會發現活動的精彩度用心度，社團參與度而言苗栗都是百分之百投入，那行政院客委會又希望達到立足點的平等，所以補助在桃竹苗來講都是差不多的，這可

能是我們倒希望不如行政院客委會制定這麼理性客觀的遊戲規則，倒不如去制定一個競爭型的補助規則（A1，29：2，2009/03/24）

會覺得客委會當然會不斷想要擴張他所能扶植或想要幫助的版圖，但相對他也忽略一些很重要而且是關鍵性的早先縣市的努力（A1，29：3，2009/03/24）

學者認為齊一式的平等沒有競爭力，以執行能力成效核定活動補助經費多少，資源分配就比較公平，受訪者 D 表示：

現在齊一式的平等那代表有沒有競爭力的問題，你的活動有沒有組織特色，一個有競爭力社團要提那要看社團有沒有能力，你的執行能力成效好不好來決定來核定你活動的補助經費要多少，這是一個要考量的因素，那資源分配就比較公平（D，4：1，2009/04/13）

今天如果有一個比較具有競爭力的社團，他提的計畫非常好為什麼不能補助他 50 萬，怎麼不能成為代表性的活動之一，縣政府提的活動非常有創意，為什麼不能成為代表性的活動之一（D，4：2，2009/04/13）

（二）補助經費提供的合理性方面，多數活動執行者認為會有活動經費不足之現象，會影響活動效益彰顯。

苗栗地區活動社團或鄉鎮公所最高補助金額為 30 萬元，對活動社團而言一個盛大的活動經費是不足夠而且常會貼到錢，受訪者 B1 表示：

三十萬，但是我們實際上花大概一倍以上，大概花六十萬（B1，1：1，2009/05/19）

以經費來講以我們這個景點來看，三十萬的經費是絕對不夠啦！不過我們縱使只拿到三十萬，我們還是，被常務監事罵說三十萬當作三百萬用，想盡辦法辦得很盛大（B1，24：1，2009/05/19）

產業文化與當地特性方面可以多著墨，經費太少的效益可能無法彰顯出來。受訪者 A2 表示：

給地區性的金額太少，因為要作一個業務的推廣，像我們公所這邊還要去中油台電農糧爭取，這邊的經費可能太少（A2，21：1，2009/04/06）

15 萬可能只夠接駁車，他們這邊還有我們公所可以去中油台電爭取經費，產業文化方面可以多著墨，經費太少的效益可能無法彰顯出來，不要說一味要求經費，如果有當地特色的話，是不是可不可以視實際的強弱或展現的特色來核撥經費，向這樣當地的特性都無法表現出來（A2，21：3，2009/04/06）

**路線延長至通霄大坑，經費不足公所要自行貼錢，額外增加工作沒有增加經費，會造成服務效能的減少。受訪者 A3 表示：**

客委會當初隻給我三十萬，額外的錢呢？你現在叫我走到通霄去，如果說你客委會就告訴我說你就把車子延長到通霄去，有沒有想過，我延長行駛的話我整個時間的排點，本來安排十趟車次就因為走到通霄只剩下六趟或七趟，去年就出現這種問題，那這一次還好我跟那協會有講好，你要我走可以一台巴士不夠，一定要兩台巴士走那一條。那我的經費還是只有三十萬，他不會給我增加經費（A3，11：1，2009/05/13）

這次剛好跟通霄搭配，他們要求我們搭配，去年開始跟他協調，是他們來找我們要配合辦理，但是因為去年他們也沒有出資一起合辦，只是說希望現有的經費讓我們的巴士延伸到通霄的第一個點，可是他們提供解說員的服務，那麼今年在次跟我們提供說希望還是能夠走到通霄去，這一次點又增加到兩個拉長，而且客委會也要求希望跟通霄再合辦（A3，5：3，2009/05/13）

大概只有三十萬。他以單位來算，包含政府單位跟民間團體，最多的上限只有三十萬。（A3，4：1，2009/05/13）

要貼錢，但是因為總數制的话，今天下午才能報出來，但是我看那個數字並不樂觀，就是第一個禮拜第二個禮拜平均我們要補貼八萬塊左右，只有上個禮拜不用貼錢，這樣算一算的話可能我們還要貼補二十四萬左右（A3，5：1）。

**學者認為政府是補助單位，要考慮到計畫競爭力問題，活動效益慢慢的就會提高，而不是以限定最高額度為原則。受訪者 D 表示：**

補助的制度來說當然以限定一個額度，之前沒有限制，資源分配當然考慮到地區公平性的問題，我覺得要考慮到做節慶活動，政府是補助單位，考慮到計畫競爭力的問題，活動效益慢慢的就會提高（D，4：3，2009/04/06）

(三) 宣傳與行銷以客委會提供全台性為主，但希望縣政府可以加強地方行銷文化特色行銷與整合輔導，彰顯苗栗客家桐花祭獨特性。

宣傳與行銷資源提供者以客委會為主，在西湖渡假村舉辦開幕主場活動，與異業結盟辦幸福巴士 GO、客家桐花祭的旅遊地圖，並成立桐花館網站與部落格，行銷客家桐花祭及提供桐花資訊。受訪者 A2、B1、B4、E 表示：

客委會負責輔導行銷 (B4, 4:1, 2009/04/06)

客家桐花祭主要的不同在於，整個客家桐花祭的整個文宣主導是客委會在推，效果很好，因為他是全國性，而公所推則是地方性的，效果很好我們很重視客委的文宣。(A2, 17:2, 2009/04/06)

都是我們自己作，我們跟記者關係很好，縣政府沒有幫我們，客委會他那邊會有幾千萬的廣告預算，但沒有特定點，打全省的 (B1, 9:1, 2008/09/11)

我們的網站鋪面有一些桐花的照片，我們今年的活動期間提早了，我們暖場時間拉長了，我們今年社團的研習十月就開始了，我們今年對社會大眾在十一二月一月就開始做了一個經典一百照片的甄選，及 slogan 甄選活動引起蠻大的回響 (E, 16:1, 2009/05/18)

像我們今年的活動三大主場，以前沒做過的，像今年開幕第一場我們是跳舞，配合現在電視很流行的舞林大道前五名的全找來了，我們在西湖渡假村作表演，利用客家的音樂把客家的意念帶到舞蹈裡面，引起非常大，那天非常的熱鬧，那天大概有一二萬人參與，非常的熱鬧 (E, 16:2, 2009/05/18)

尤其我們的異業結盟辦得還不錯，今年有一個就幸福巴士 GO，只要一百元，網路出來就滿檔，我們跟經濟部合作，開了一百五十五個團，爲了我們的客家桐花祭，但只有禮拜一至五，爲了不與民爭利，今年在易遊網及國光巴士都有合作 (E, 16:3, 2009/05/18)

我們今年則反而沒有作，今年結盟旅遊高鐵台鐵，他們的點都讓我們放客家桐花祭的 EM，有一份客家桐花祭的旅遊地圖一大張摺成像手冊一樣 (E, 16:4, 2009/05/18)

縣政府方面 2009 年未辦開幕記者會，認為行銷通路反而更重要，印製護照及導覽，站在縣市政府這層級整結合旅行業者資源，規劃整合在北台灣跟南台灣來到苗栗賞桐觀光巴士，受訪者 A1 表示：

縣內有一場記場會，在我們中庭，各社區沒有開記者會，只有我們辦的開幕記者會（A1，6：2，2008/09/17）

今年的記者會因為坦白講在行政單位沒有規劃記者會、因為我們覺得說其實客家桐花祭要不要開記者會，他的重點關鍵性還沒有那麼重要（A1，16：1，2009/03/24）

所以我們覺得行銷通路反而更重要，包括我們已經著手在印製賞桐護照，包括我們在行政資訊網站上面已經開始把今年可能的各個社團包括行政部門間所辦的活動我們都在做的彙整（A1，17：1，2009/03/24）

站在行政部門縣市政府這層級我們做的規劃是在客家桐花祭的同時盡量結合旅行業者資源，所以我們會在北台灣跟南台灣都各開從目的地來到苗栗賞桐的觀光巴士，這樣的行程規劃（A1，15：1，2009/03/24）

縣政府印製桐花護照或引進的平面媒體業者作為與當地客家桐花祭區域性連結部分行銷推廣，部分社團則覺得有幫助，亦有認為不明顯者。受訪者 B2、B3、B1 表示：

外地人，他記得這些活動裡面，他可以知道這個桐花護照是不是沒有參加的。（B2，5：1，2009/03/2）

遊客的回流很多，光是客家桐花祭那個季節都會增加就很多，我的三合院就會預約很多，在客家桐花祭期間，苗栗縣政府是很好，這些平面媒體來，會把客家桐花祭發布到平面媒體上（B2，10：1，2009/03/2）

多少會有一點幫助啊！其實沒有很明顯（B3，15：1，2009/04/09）

縣政府沒有幫我們，客委會他那邊會有幾千萬的廣告預算，但沒有特定點，打全省的，縣政府沒有作記者會，都是客委會在作，客委會補助我們，但縣政府沒有，我們也沒有拿過其他案子，宣傳也沒有，只有桐花護照，但沒有什麼作用，因為沒看到有幾個遊客亮出來。（B1，9：2，2008/09/11）

公所因經費有限，部分公所會列為整體農業或觀光行銷子項，發布在公所網站上，少數公所會以客家桐花祭為主題作特別媒體推廣或宣傳。受訪者 A2 及 A3 表示：

公所每個發行季刊通霄人每個季都在介紹休閒農業，客家桐花祭都刊出來，公所的網站，大台灣旅遊網、電視媒體、雜誌等都大力在推（A2，17：1，2009/04/06）

我們的宣傳是配合在公所的網站，他們資料給我們一起 po 出去就這樣而已。整個行程包含整個活動內容，全部都由客委會統一製作成一份導覽護照，發送給全國民眾，那都統一由客委會做。地區的單位元協會都不需要做這個動作（A3，9：1，2009/05/13）

未加入客家桐花祭活動的雙湖協會則依賴三義鄉公所觀光巴士接駁及觀光地圖，與累積多年知名度，所以今年人潮並未減少。受訪者 B5、A3 表示：

客人都是看客委會網站，還有就是火車站都有擺一些 DM，當然鄉公所也有做接駁動作，那時的接駁動作，鄉公所辦理的範圍（B5，14：1，2009/05/04）

沒有，人更多、那是因為這次不辦，變成是挑炭古道道路指標全數由公所負責做，等於是說我帶著廣告公司的沿路去探勘，他們以前沒有做好的東西，這次把它給做上去了，所以說當遊客下來的時候，他們只要拿到觀光地圖照著地圖走就不會迷路了，繞一圈全程繞完四公里，所以他們評價都不錯，他們是現在這個社團沒有在做，但是我發現人潮卻比以往更多（A3，13：1，2009/05/13）

再來去年來過的遊客已經知道了，就是前幾年來過的遊客，他們知道了這些的情況，變成是回流的客源，增加再新增加來的客源，所以我發現這個點已經慢慢打開知名度，把一些客源留下來，又再增加一些新的客源（A3，13：2，2009/05/13）

社團對客委會的行銷認為具有效益，但屬全省性，而在地性地方政府的著力不多，縣政府應加強地方行銷特色及業者整合之輔導，尤其具有特色之景點例如馬家庄應加強行銷資源。受訪者 B3、C1、A2 表示：

應該是說對整個活動會有效益，對個別較沒有效益，對整個客家桐花祭活動有效

益（B3，16：1，2009/04/09）

政府應該要來輔導我們在地的農業，在地的行銷都很薄弱，像我們這邊這家，因為貼近鐵道，這邊很多人看到都會上來，所以我們就不用行銷，幾乎都沒有行銷，但是我們都還有在做，有時候民宿網站的行銷，沒有全力在推這個訊息（C1，20：2，2009/05/19）。

我們公所真的他們也沒有這個能力跟資源，應該是要縣政府跟客委會，它資源多要錢也比較快，鄉公所要錢難上加難（C1，22：2，2009/05/19）

苗栗是一個客家縣，縣政府應該大力推銷客家文化、客家美食客家文化的特色，縣政府大量的資源要出來，配合客委會去作，不要只說執行客委會經費（A2，33：1）

客委會已經很重視馬家庄了，為什麼不在客家桐花祭就開始結合，過年馬總統要來都講出來，由客委會來主導了，為什麼不在客家桐花祭就作整個大連結，包括導覽車，有在講，但是只有給我那麼少點錢，我不可能作那麼遠增加一二倍的錢出，縣政府要大力來作，當然我也希望客委會早點讓我們來作準備（A2，33：1，2009/04/06）

（四）客委會是補助經費分配者，但是公所及社團仍希望縣政府也能列為常年性預算編列項目給予補助。受訪者 A2、B4 表示：

縣政府方面我們希望他們有支援出來，客家桐花祭今年第二年還不是很瞭解其他的公所是不是跟縣政府爭取支援出來，我們通霄方面希望有支援出來，包括經費上的支援或協辦導覽車或解說員等各方面，包括軟體現金補助等。（A2，23：1，2009/04/06）

我們希望明年客家桐花祭開始可以的變成苗栗經常性的祭典活動有相對的編列預算，我們這些業者在辦這些活動的時候很早就知道經費的多少，那我們去執行可以知道我們有什麼的資源可以透過什麼管道來整合。（B4，29：1，2009/04/06）

因此資源提供公平性方面，經費補助與審查均列有明確詳細之規定，並定有評選制度具公平公開性，但齊頭式最高額補助方式，應考量地方區域大小及特色等競爭性問題，提供合理性方面，經費資源多數受訪者認為金額太少，產業文化與當地特性方面的效益可能無法彰顯出來，增加工作

未增加經費，造成服務效能的減少。

行銷與宣傳資源提供方面，客委會為主要提供者，認為具有效益，但屬全省性，縣政府應該針對苗栗地方特色作行銷宣導與輔導才能彰顯苗栗客家桐花祭獨特性。

各地公所年度總預算不多，所以公所及社團仍希望縣政府也能列為常年性預算編列項目給予支援，以利活動進行與整合。

### 三、創新方面

配合彼此需求，共同研發新創意，使活動能持續並保持客家桐花祭對遊客之引吸力與消費力。

(一) 客家桐花祭活動已經八年時間，部分活動參與者擔心為缺少新鮮感，所以創新有其必要性。

認為客委會要求創新有其必要性，部分受訪者擔心客家桐花祭會變成第二個童玩節，已經沒有什麼很特別新鮮感。受訪者 A2、A3 表示：

但因為客家桐花祭已經七八年了作久了，有往下坡了，要如何再創作高潮很重要  
(A2, 37:1, 2009/04/06)

我覺得我會擔心的一件事，客家桐花祭有可能會變成第二個童玩節，已經沒有什麼很特別新鮮感了 (A3, 16:1, 2009/05/13)

因為怎麼講客委會一直要求我們創新的新點子，以我目前來看除了一些商品有一些新點子之外其他東西沒有什麼新點子，已經炒得差不多了，講實際一點客家的東西第一個、除了客家的住宅，傳統的農業使用的一些機具，就是我們客庄的機具，再來我們傳統的飲食習慣文化，這個東西是可以改良的，等於說把客家米食改良製作、包裝，就像我們三義鄉很有名的九鼎軒大家都知道的，那個就是一個很好的形象包裝，然後一些新的創意商品，有一些新的 idea 出來，我是覺得實際上有他的必要性 (A3, 46:1, 2009/05/13)

客委會為了保持活動創新與吸引力，持續帶動旅遊人潮，在活動內容

上及客源層開發上，朝著年輕化與親子共用方面，加強行銷，加入了客家爵士音樂及舞蹈的改編，受訪者 E 表示：

像我們今年的活動三大主場，以前沒做過的，像今年開幕第一場我們是跳舞，配合現在電視很流行的舞林大道前五名的全找來了，我們在西湖渡假村作表演，利用客家的音樂把客家的意念帶到舞蹈裡面，引起非常大，那天非常的熱鬧，那天大概有一二萬人參與，非常的熱鬧，第二場大活動我們辦的是親子活動，我們以前也沒有辦過，大人小孩一起來，有刺繡、免費的汽球、有棒棒糖，甚至我們送的文宣品都有配合活動送親子墊，大家坐在草皮上一起看表演，第三場的活動是把客家的歌曲改編成爵士的演奏（E，16：2，2009/05/18）

補助計畫書內審查考量原則清楚列示優先補助條件以精緻度、創意、執行力等為優先補助。受訪者 E 表示：

所以沒有一定絕對考量，要看他的案件，很多東西他有創新，創新優先，讓人家溫馨，在桐花樹下，我們不要用很華麗的舞臺包裝起來（E，12：2，2009/05/18）

活動社團為追求創新，精心研究活動屬性，每年辦活動時均會加入新的活動主題，呈現不同各自獨特風貌，山水社區以客庄才有古式客庄婚禮及與農業結合；勝興舊山線協會則以客庄常民信仰土地公與客家桐花祭典結合，桐花伯公成為每年客家桐花祭主角，藉以吸引遊客能延長停留時間提升消費金額。受訪者 B1、B2、B3 表示：

96 年是迎親嫁娶，95 年辦這些老新人希望拍些全家福，嫁娶迎親之後就要起家嘛，我就用傳統的，我們想說比賽沒有主題，我們想說用客家古時挑擔，一邊挑小孩（B2，7：1，2009/03/25）

主場大部分在南富這地方，不是在南庄街上，每一年都不一樣，有一年我們試辦在八卦力的跳舞場，有一年我們辦的很成功，那是在八卦力的跳舞場，因為跳舞場本身設施就具備了，我辦了舞蹈以外，還辦了桐花饗宴的活動，請人來辦辦得很豐盛，那次來了很多，將近五千人（B3，6：1，2009/04/09）

我只是把客家的常民信仰祭典，一年做一次的拜拜的活動，設計成觀光活動，我

看到客委會客家桐花祭用祭典的祭，日本很多活動也用祭典，可是在整個中都沒有看到祭典，所以引發了我的靈感，我辦第一年之前，特把跑去日本京都看人家的祭典，回來時候，就把地方的耆老及懂祭典的人找來研究（B1，7：3，2008/09/11）

西湖度假村業者認為創意是最困難的也是最重要的，與客委會合辦開幕式外並加強電視媒體作置入性行銷，為該園區一個月的客家桐花祭創造出十五萬的入園人次。受訪者 C4 表示：

創意吧！創意是最困難的也是最重要的（C4，32：1，2009/06/01）

我們是 2003 年跟客委會合辦開幕式，那我們在 04 年跟民視有做電視台媒體置入性行銷，在那一年一個月時間創造了十五萬人的入園人次，這是歷年最高到目前為止還沒被突破過，從那一年開始到今年 2009 年，每一年就是跟民視做置入性的行銷宣傳，所以他也很穩定的維持每一年十二萬人次的入園人潮（C4，12：2，2009/06/01）

（二）創新也需要配合資源投入的提升，政府部門不能補助就要有業績，要更有耐心與資金去栽培，學者則建議以競爭力作為社團補助標準，更能鼓勵創新性。

社團方面則認為活動提案創新提升，與資源給予相對性有關，為了讓活動更有創新，連結鄰近具有客家八音社區合作提計畫，但補助金額仍沒有跨區增加度。受訪者 B2 表示：

我就依這些情況我的分析是可能端看公部門給他多少資源嘛，沒有資源要叫他提昇提昇（B2，18：2，2009/03/25）

像我跟中明社區聯合提案，往年我大概提四五十萬，我做到含自籌款一百三十幾萬，通常我們提案他會協助，搞了一堆更精緻把一個合成空間做一個桐花佈置做三十萬，我三十萬辦兩場活動還是一樣，本來要做桐花迷宮，非假日一些遠道而來的人，產生一些互動的模式，這不是說當天才有的這些都要經費的，可是在提案當中提出去之後最後只能辦民俗運動會及一些表演節目，我提一百三十幾萬才

拿多少錢三十萬（B2，16：2，2009/03/25）

政府部門不能今天補助就要有業績，扶植產業創新要生根也要投注更多心血及人物力更有耐心與資金去栽培，才會更壯大穩健。受訪者 A2 表示：

客委會的客家桐花祭是一個創意文化產業，在國際上已經知名度了，變成有點像台灣的國花，這是蠻成功的，但是政府單位就是會往往有一個很急的心態，我自己本身也是政府單位，好像要推一個產業短期就好像多久就要有一個成效或業績出來，其實這種心態是不對的，就像台灣的電子產業政府投注了一二十年的錢及人力物力才有台灣的電子產業出來，其實這種心態是不對的，同樣的扶植木雕、陶藝產業創新產業要生根也要投注更多心血及人物力更有耐心與資金去栽培，不要今天補助多少就要有多少的業績出來。（A2，39：1，2009/04/06）

專家學者認為以競爭力來作為社團補助標準，更能鼓勵創新性，受訪者 D 表示：

今天如果有一個比較具有競爭力的社團，他提的計畫非常好為什麼不能補助他 50 萬，怎麼不能成為代表性的活動之一，縣政府提的活動非常有創意，為什麼不能成為代表性的活動之一（D，4：2，2009/04/06）

綜上，客委會在創新方面，活動內容朝著年輕化趨勢，結合現代爵士與音樂再加入桐花意象，活動參與者各自展現出獨特活動能量，吸引客源及提升遊客消費力，為地方創造客家桐花祭觀光與經濟產值。

活動參與者認為創新也需要相對資源投入，以最高總額補助方式會讓創新性受到限制，政府部門不能今天補助多少就要有多少業績出來，扶植產業創新要投注更多耐心與資金去栽培，才會更壯大穩健，業者則建議以競爭力來作為社團補助標準，更能鼓勵創新性。

## 貳、建構信任關係方面

建構信任關係方面，是否可以達到資訊公開透明度、共同決策參與及是否制定良好合作機制進而建構良好信任關係等情形作為分析要素。

### 一、資訊公開透明度

目前客家桐花祭補助客委會均明訂補助計畫，將執行單位、審查與考核原則、補助額度及申請時間及審核機制條列清楚，計畫公佈時間會在年度開始約半年前，除了直接通知當地社團、地方政府，並直接公開於客委會桐花網網站內，資訊透明公開的需求。

審核機制方面，先由各縣市政府組成初審小組審查，依優先順序彙整，提報客委會複審方式，評審時縣府及客委會均會要請專家學者來進行評審的工作，社團要到場簡報並回答問題。受訪者 A1 表示：

初審的話有委託專家學者來擔任初審，專家學者人數都會超過三分之一以上，不管是專家學者或行政單位的代表也好也都對這些社團的組織能力均有一定瞭解，畢竟都看過三年以上，我們才會給初審的意見，那給初審意見的原則是以今年社團所提出方案的可執行構想佔七成，組織能力佔三成(A1, 32:1, 2009/03/24)

### 二、共同決策參與與良好合作機制

客委會與參與活動者，是否可彼此有良好的合作機制對彼此意見可以傳達、予以採納認同。

(一) 活動成員可以自行決定活動內容，自主性高，但對地方政府活動整合會產生區域效能無法完整呈現。

目前社團活動內容都是由社團自行設計，再提出計畫經客委會審核後給予補助，自主性高，社區可以依照地方屬性，充分運用人力與資源，展現地方地色。受訪者 B1、B2、B4 表示：

像我們辦客家桐花祭活動都很有特色，活動內容都是我們自己設計，比如說就典

型的，像客家人小時候都有經歷過客家年度節慶，年初祈福，年終完福，這種活動都是小小的，但還蠻精緻的，客家人信仰把他放大，你看到後面的客家人特有燈籠八仙燈，只有客家庄才有，只有在老的客家聚落（B1，7：2，2008/09/11）

我的主秀是在下午，吃過飯那我們的主要目的在哪裡，他們來的時候第一個我的產業期間可以長嗎？銷售期間可以變長（B2，7：2，2009/03/25）

農特產品這邊都是發動社區來作，只有幾位三五位比較沒有生意牽絆的人出來真正支援，今年客家桐花祭 4 月 19 日賞桐音樂會，自行車之旅及農委會成果展（B4，35：2，2009/04/06）

**客委會與活動社團直接訂定活動內容，易產生縣內活動客家桐花祭資源能量成效無法完成呈現。受訪者 A1 表示：**

客家桐花祭活動由社區提案立意良好，社區可以自己作成組織的決定，然後可以知道自己規劃活動前中，但是會遇到的問題是有太多的社區來申請，同一個地區有太多同質的活動，客家桐花祭花期是一個很天然的力量形，有時候會去抓四月初開，但花可能會四月中開，有可能又因一場花期又減短，但可能所有分配成一個月的活動，全部濃縮成二個禮拜活動，會發現那二個禮拜所有苗栗地區都在辦客家桐花祭，遊客來沒有辦法享受到所有客家桐花祭活動，所以客家桐花祭活動最好的活動是不是以鄉鎮為單位，各社團自己去整合好（A1，15：1，2008/09/17）

**（二）各單位建議事項不一定會被採納，但縣政府認為會受到尊重，而地方政府與公所則需要加強意見連繫。**

**縣政府單位認為客委會都能夠接受所提出的建議。受訪者 A1 表示：**

縣政府在中間的過程扮演緩衝的角色。有時候對中央單位或多或少有些微的怨言，但是可能站在平常跟他們的認識瞭解，或者情誼上，他們都能夠接受我們的建議。（A1，24：2，2009/03/24）

**活動社團則認為建議對於不一定會被採納，部分公所認為公所審核跟客委會的要求有落差，受訪者 B3、A3 表示：**

不一定。（B3，18：1，2009/04/09）

以前是客委會給鄉鎮公所轉過去，後來我們發現一個情況就是，變的是我這邊要去審核社團辦的一些東西，我們的審核跟客委會的要求有落差，到後來我們建議就是乾脆就直接對你客委會就好，他到底要做什麼？你們希望他做什麼？乾脆你們直接對他，不要經過公所（A3，32：1，2009/05/13）

嚴格講起來懶得溝通！其實有些東西我覺得他們很多東西直接會要求希望怎麼做，而不是真正在聽我們地方的聲音，但是我們也習慣了，所以大概也不會，硬體的東西是還好啦！反正硬體的東西是在做建設嘛，你們幫我的建設改得不錯，多做一些東西一般的民眾都還能接受，凡是有關活動類的東西，有的東西他不太能接受（A3，53：1，2009/05/13）

縣政府認為地方社團也需要公所做連繫，而公所希望縣府可以多作整合協調。受訪者 A1、A3、B4 表示：

地方政府跟這些社團中間又有一個地方政府三義鄉公所，那很少說很單純跟地方社團連係，所以通常也需要三義鄉公所做連繫，但我看三義鄉公所的整合能力，又會把 duty 球丟回來（A1，1：1，2008/09/17）

縣政府的角色有必要協調地方跟中央單位很多包含我們要提供給他的資訊，還有一些文字上的修正，這個他都沒有做好。像我們這次弄的桐花護照，裡面的文字內容要修正我們鄉鎮公所真的沒參加（A3，57：3，2009/05/13）

其實有一些是跨鄉鎮的活動，三義跟通霄這部分就需要由縣政府來協調，他的資源有行政劃分，當然二個部門有公所幫我們協調。（B4，30：1，2009/04/06）

（三）縣政府網絡角色定位與公所及社團期待有落差，影響合作機制與信任關係建構。

縣政府認為本身扮演角色是站在輔導角色，協助社團活動能辦得順利；客委會認為縣市政府尚包括「主辦機關、督導機關」角色定位。受訪者 A1、E 表示：

客委會希望以是由社團的動員能力，規劃能力，由社團來執行，鄉鎮公所與地方政府是站在輔導角色，協助社團活動能辦得順利。（A1，5：1，2008/09/17）

地方政府扮演角色暨是督導，督導鄉鎮公所辦，也自己辦，也是主辦，所以角色是兼具的，他的角色跟客委會一樣，暨是主辦、是督導、承辦單位，所以是仲介輔導或是間接管理很難去界定，他的桐花婚禮在辦的時候，他當然是主辦單位，三義鄉公所在辦或社團在辦的時候他則是督導的上級單位，所以要看他作什麼事情去判定，與客委會定位一樣是指導單位，也是主辦單位（E，9：1，2009/05/18）

**地方活動參與者認為縣政府角色定位不明確，自己辦桐花婚禮活動是主辦或地方整合，角色定位不明確，影響信賴度，受訪者 A3、B2 及 B3 表示：**

政府爲了增加這個業務要幫你推，第一個又沒有行政管理費他要怎麼推？他只不過是客委會給他一個桐花婚禮，這個提案要自己主辦，主辦還是在客委會（B2，16：1，2009/03/25）

縣政府要辦什麼角色，他願不願意？（B2，17：2，2009/03/25）

我覺得縣政府可以做統合的行銷，比如說苗栗縣有哪幾個鄉鎮要辦客家桐花祭，把訊息給客委會，現在我們當然給客委會，現在有一點到底要怎麼分，縣政府也辦桐花，鄉鎮也在辦桐花，到底要怎麼整合我就知道了，縣政府要站在什麼樣的角色，因爲以前直接對客委會，現在縣政府又在辦這個，譬如現在辦這個自己去整合自己去（B3，23：1，2009/04/09）

多了一個縣政府說實在以我們公所的立場來講，縣政府給我們的感覺實際上只是一個整合單位而已，只是把我們的公文轉給客委會而已，沒有什麼太大的功能，頂多就是客委會下來的時候，縣政府主導一下，提供場地讓我們有地方開會就這樣而已，實際上沒有給我們很大的協助（A3，31：1，2009/05/13）

**縣政府認為都在扶植輔導立場，籌辦這麼多年大家有一定默契，這也是情感網絡的建構，不會對溝通管道角色有影響。受訪者 A1 表示：**

其實不會啦，在縣政府角度都在扶植輔導的立場，所以我們激勵很感謝行政院客委會他肯很費心的出來舉辦客家桐花祭的籌組。我覺得中央跟地方分工上其實沒有重複。籌辦這麼多年以來，其實大家都有一定的默契，這也是情感網絡的建構（A1，24：1，2009/03/24）

學者建議縣政府站在地方活動資源整合者的角色，資源作有效整併、跟客委會做一個比較好的溝通管道、輔導社區社團。受訪者 E 表示：

建議縣政府站在一個地方活動資源整合者的角色，應該要讓資源做有效的整併，這樣子才會達到比較大的效益，然後要跟客委會做一個比較好的溝通管道，比如社團社區經費的核銷，還有縣政府納入財源制度法令規範上的問題，那縣政府不能做一個好的中介者的角色，來去輔導社區社團的人，解決這些他不是專業可以處理問題的協助，一個是整合、一個是協助輔導（D，15：2，2009/04/13）

## （二）公所角色定位則比較明確

公所跟社團是在同等地位，一起申辦案子，直接對客委會，社團可以自己發揮能量，受訪者 A2、A3 表示：

公所跟社團是在同等的地位，一起申辦案子直接對客委會（A3，32：2，2009/05/13）。

我們公所可以去爭取，但是我覺得社團的能量夠，可以自己去發揮，他有透過公所機制，我們把機會給社團去弄，由社團民間自動自發，可以更有活力更有向心力更熱鬧。（A2，18：1，2009/04/06）

部分社團認為由縣政府來主導會比較恰當，縣政府應該佔在苗栗地區主導地位，以免客家桐花祭效益被分散，受訪者 B4、C2 表示。

我認為有縣政府來主導會比較恰當作法，說實在公所的經費一定有限，他們雖然很用心去爭取，問題有時候經費來源不確定性，而且通知我們的時間很短（B4，30：3，2009/04/06）

假如縣政府沒有這一點作出來的話，效益會被其他的縣市分散，國外遊客或台灣遊客要去那裡，才是真正客家桐花祭的主軸，既然客家桐花祭這麼成功，縣政府應該變成要主導，不是被其他縣市分散掉（C2，7：2，2009/04/06）

（四）學者認為客委會給縣政府多一點經費資源，讓縣政府可以展現客家桐花祭地方特色整合功能。

學者認為客委會可以給縣政府多一點經費資源，讓縣政府可以整合鄉公所與社團計畫整體計畫，展現客家桐花祭地方特色，現在縣政府、鄉公所沒有連結是客委會一開始就跳過縣政府也是形成主因。受訪者 D 表示：

爲什麼不 A 社區辦一個 B 社區辦一個，A 社區一個表演移到 B 社區表演可以做一個連結，因爲鄉公所要去做一個整合，縣政府要做一個整合，那如果縣政府可以整合鄉公所的計畫整到社團的計畫，屬於一個整體性的計畫，爲什麼不給他多一點，那就想說是競爭型的，越有競爭那寫的意願就高了，活動就越做越大、大家就覺得做這件事才有動力（D，7：1，2009/04/13）

縣政府辦縣政府的社團辦社團的鄉公所辦鄉公所的，通通沒有連結在一起，說實在話、通通沒有連結在一起，不能怪人要怪就怪客委會，一開始就跳過縣政府（D，7：2，2009/04/13）

以這種模式長期下來有一個優點，是縣政府不用去承擔資源分配上的公平性，作業上的增加、行政上的增加、那直接給社團客委會會認爲說給社團的空間比較大，但是長期下來地方上的整合會不會有問題，資源整合上會有問題，其實很多社區希望縣政府出面來整合，但是中央給縣政府多少的權利（D，8：1，2009/04/13）

以上發現共同決策與合作機制方面，目前社團活動自主性高，逕送客委會審核通過即可，縣政府方面認爲未經過整合，易產生縣內活動資源能量成效無法完成呈現。所提出建議客委會不一定會被採納，部分公所認爲公所審核跟客委會的要求有落差；縣政府認爲地方社團也需要公所做連繫，而公所希望縣府可以多作整合協調。

縣政府網絡角色定位與公所及社團期待有落差，影響合作機制與信任關係建構，學者建議縣政府站在地方活動資源整合者、跟客委會做一個比較好的溝通管道、輔導社區社團，而現在縣政府、鄉公所通通沒有連結，是客委會一開始就跳過縣政府的主因，客委會應給縣政府多一點經費資源，讓縣政府可以展現客家桐花祭地方特色整合功能。

## 第四節 苗栗縣客家桐花祭夥伴關係

苗栗縣客家桐花祭夥伴關係方面，係由客家桐花祭關係人對合作由雙方承諾滿意度、穩定合作意願、活動結果與預期達成度、預期成果與各多元組織個別願景達成度等情形作為分析要素。

### 壹、雙方承諾滿意度及穩定合作意願方面

合作意願方面，均表示因為對當地社區及產業發展有助益，且已屬配合很多年的關係，均願意辦理客家桐花祭。

#### 一、雙方承諾滿意活動參與者反應不一

部分參與者覺得客委會輔導與照顧都很好，活動經費或硬體建設都是客委會幫忙，也會配合客委會行銷承諾，但部分社團認為只要講到錢就沒效，也比較少請當地公所協助，B1、B5、C1、A3 受訪者表示：

客委會對我們的輔導絕對沒話說，因為我們這裡的硬體建設，過去這三年活動硬體建設都是客委會在補助，反而是客委會對我們照顧特別多，我們碰到有問題，有人要投訴，我們通常向客委會去投訴。（B1，21：1，2009/05/19）

向我們去年辦活動副座一個月來了六七趟，一下帶委員來看，一下帶學者來看，看我們是實現桐花推廣的一個點，別的社區，都會覺得客委會照顧勝興特別好，我們這邊前後大概有三、四千萬的經費，絕對是全苗栗第一名（B1，12：2，2008/09/11）

就像我們店內員工穿的桐花布，塑造成商品，圍兜、還有小提包、鑰匙圈等，這是由客委會委外設計，有註冊的，我們有幫忙推，我們有部分買布自己創造我們想要的東西，有部分向弱勢團體比方 921 地震如東勢社區媽媽作的桐花商品，客委會推舉，有機會向他們買，幫忙行銷（C1，3：1，2008/09/11）

沒有反應；什麼問題都自己解決，反映要講到錢就無效。又沒什麼事可以幫忙的，行政系統的人很簡單，上班歸上班，依法行事，也沒很清楚（B5，25：1，2009/05/04）

找公所來幫忙，目前來講是還沒有。但是他們會請我們幫忙就是一些環境的東

西，比如說像勝興車站到龍騰斷橋那個舊山線，那個雜草很多，他們辦活動時比如說要辦個健行，他們可能沒有那麼多的人力跟財力去那邊，所以會請公所協派多元人力去協助（A3，34：1，2008/09/11）

大部分參與者願意繼續合作辦客家桐花祭活動，B1、B2、B4 受訪者表示：

當然很願意啊！（B1，47：1，2009/05/19）

客委會已經超過他們自己應該做的，連鐵路局的宿舍都幫他修，這樣的客委會要去哪裡找、這根本就跟他沒關係（B1，48：1，2009/05/19）

客家桐花祭是政府十二大節慶，在不在裡面我倒覺得應該繼續，畢竟用了公部門的資源經費行銷（B2，13：1，2009/03/25）

當然是很樂意，可是這有牽連到一些其他問題，我是希望縣政府來一個整合（B4，40：1，2009/04/06）

二、三義雙湖社區協會今年退出客家桐花祭夥伴行列，認為客委會辦活動訂條件較嚴，且核銷程式較為繁瑣影響參加意願

三義雙湖社區發展協會參與客家桐花祭多年，今年未加入活動，因理事長跟會計那些都是無給職，審核的時候不太好核銷，越做越灰心不想申請，受訪者 A3、B5 表示：

就是一般來講要申請的單位要包含社團、協會等等，他們的理事長跟會計那些都是無給職，算是利用自己下班的時間跟空閒的時間去做這項的服務，但是他們要核銷的時候，客委會那一關不太好過，就是有蠻多的一些據說他們審核的時候不太好核銷，到後來他們就越做越灰心，越來越不想申請了（A3，10：2，2009/05/13）

客委會做什麼一個節日，後來社區只有二十萬三十萬，我不清楚，後來他們就不要辦，今年不辦不申請，因為很難核銷，第二個吃力不討好（B5，5：1，2009/05/04）

三、活動參與合作夥伴減少，以最高總額的補助方式，影響參與意願，形成未來客家桐花祭的活動能量持續的隱憂

苗栗地區客家桐花祭活動參與者 2008 年 24 個，2009 年只剩 17 個，參與者感覺逐年變少，A1、A3、B2 受訪者表示：

今年總共有 24 個，包括有地方協會社團及機關，包括南庄鄉公所，三灣公所，獅潭農會、卓蘭鎮公所及其他社團協會，大概活動排起來加起來超過 60 個活動，我們審完之後，我們曾想過一定要把適時這些活動作區隔，不能把同一天太多活動。（A1，9：1，2008/09/17）

對去年有 30 個申請，23 或 21 個有申請到補助，今年有 21 個社團及法人團體申請，大概 17 個社團得到補助。（A1，6：1，2009/03/24）

客委會就要擇期在每個縣市舉辦簡報說明，那時候就要通知所有申請單位在哪一天縣政府召開一個簡報，每個單位輪流去簡報十分鐘二十分鐘，那這一次就發現很明顯的就是以前苗栗縣好多喔四五十個單位吧！這次好像全苗栗縣我算一下只剩下十七個，我若沒記錯的話全縣喔！只剩十七個（A3，38：2，2009/05/13）

對啊一樣發這麼多公文出去為什麼只有三分之一的單位來提案，是客委會來發這麼多公文出去提案單位少了三分之二（B2，14：1，2009/03/25）

縣政府及活動社團的訪談時發現，有些長年參與活動的社團，因最高總額的補助方式，影響活動社團參與意願，似有趨有疲態現象出現。A1、A3、B2、E 受訪者表示：

大概原因客家桐花祭舉辦已經由來已久了，客委會沒有錯，只是嘗試去找出比較公平性的遊戲規則，但是在這個我們要建立客觀公平性的遊戲規則之下，地方社團是不是能接受這的遊戲規則，地方社團可能會考量到法制法規會不會還有一些主觀性的人為人脈因素來影響受補助款的多寡，在主觀與客觀的規則之下，地方社團意願會越來越薄弱。（A1，11：1，2009/03/24）

會啊！其實我們本來就不想做（A3，54：1，2009/05/13）

為什麼會有這樣的感覺，要提案的單位也越來越少，很奇怪，根本主辦單位經費不高三十萬等等，當然希望繼續，流於為辦而辦，消失於無形，你繼續要做的例子倒不覺得會這樣？但是以今年我看到提案方式，苗栗的提案單位在哪裡？問題在反問你嘛（B2，13：2，2009/03/25）。

客家桐花祭沒有相關的活動配套在裡面產生的話，步道歸步道活動歸活動，他就脫節了，跟在地地區的連結又脫開了，你要去輔導這些人寫新的創意計畫書，你又不給人家錢，又不給夠的錢那他到底要做還是不要做（D，5：1，2009/03/25）

#### 四、產業業者與社團及當地政府的較少共同合作，應主動加入社團活動，回饋地方幫助地方的社區發展

產業業者較少加入當地活動社團，與地方政府部門連結也不強，受訪者 A2、A3 表示：

他們會把環境弄好來，然後給遊客多一點禮貌性的服務，就已經不錯了，因為不太可能跟民間業者要求太多的回饋（A3，59：1）

他們都結合的很好，如果要建議的話，地方美食地區性客家美食要推廣，社區的農民居民可以一起來，可以多一點（A2，27：1）

地方社團努力舉辦客家桐花祭活動帶動地方觀光人潮，而業者部分不應該只是單純被動或享受的主場優勢，應主動加入社團活動，回饋地方幫助地方的社區發展。受訪者 A1、E 表示：

旅宿業者跟餐飲業者部分，不應該只是單純被動或享受的主場優勢，因為我們會發現過去到現在，有很多業者反正客家桐花祭到了一定會有很多客人來，所以就很被動或享受的主場優勢，我覺得他應該更主動的，而且站在地方的一份子，我們應該為地方多加一點用心的程度，適當的解說或賞桐的行程或賞桐的解說，或跟桐花有關週邊的 DIY 活動，都是這些旅宿餐飲業應該一起來加入（A1，26：1，2009/03/24）

但是相對的問題觀光帶來環境生態的壓力，其實也是有。對作產業的社團希望更多的人來可以賺更多的錢，沒有錯，但是要想一想為什麼台灣沒有辦法健康一點，你賺更多的錢、產業賺更多的錢、因為客家桐花祭賺更多的錢，那有沒有回饋給地方，你還是靠政府給你的錢，去辦這個活動；有沒有賺更多的錢回饋給地方，幫助地方的社區發展，以後客家桐花祭補助條件可能有這樣子的，尤其是產業型的社團，我補助你 30 萬，你做這個活動，帶來很大的效益，那效益裡面有

沒有回饋的機制去幫社區做些什麼事情，這個現在沒有（D，13：1，2009/04/13）

雙方承諾滿意度及穩定合作意願方面，活動參與者接受客委會補助，透過長期依賴客委會經費資源，大部分有願意繼續合作意願。三義雙湖社區協會在參與客家桐花祭活動多年之後，因為核銷程式較為繁瑣，今年未加入客家桐花祭活動，活動社團參加成員有逐年減少，因為最高總額的補助方式覺得無法達成其創新或跨域合作的要求，影響長期參與意願，形成未來持續合作夥伴關係之隱憂；產業業者與社團及當地政府的較少共同合作，應主動加入社團活動，回饋地方幫助地方的社區發展。

## 貳、預期活動結果滿意面向

雙方合作的成果是否可以滿足客委會的政策目標與地方社團及相關產業業者的發展願景的達成要求。

包括活動結果對預期參與人數成長、消費提升、產業業績成長等、對社區建構地方願景與客家桐花祭共同目標實現「深耕文化、振興產業、帶動觀光、活化客庄」的行銷目的，並搭配桐花商品開發輔導，結合客家文化、旅遊、生態、產業之賞桐活動，創造客家文化產業卓越的經濟產值結果成效滿意程度等。

### 一、地區活動參與遊客人數增加與帶動觀光政策目標之活動成果

#### (一)活動參與遊客人數超過活動社團及公所之預期

三義遊客估計平常三千人，假日八千到一萬，勝興地區更多，今年比去年還多。受訪者 A3、B1 表示：

這個好難估計，因為如果像以五月一日那三天來講，一天至少有兩萬人進來，平常的時間大概三千上下有，假日大概可能八千到一萬，一，尤其五月一日到三日時候超過上萬人，每一天喔（A3，6：1，2009/05/13）

我是估大概一個假日兩萬出頭，一個半月下來大概接近二十萬，一般前後算

四十天，可是已經把這裡擠爆了，跟我們預期還多，當然對這裡的推廣有很大的幫助。（B1，10：1，2008/09/11）

遊客很多，比往年又成長了我們的估計應該最少也有一兩成以上，比去年，其實客家桐花祭人潮已經太多了（B1，10：1，2009/05/19）

今年是假日人一樣多，但是平日的人潮多了，比以往大概多了一倍，如果說像以往的非假日大概兩三千人，今年非假日有五六千人到七八千人，相當是平常不是節慶假日的禮拜六，也大概五六千人、七八千人，所以也是塞車塞的很厲害（B1，10：3，2009/05/19）

第一個要等餐飲的東西好累，等了很久，餐飲業像勝興那些就要大排長龍，還是要等很久，再來交通我們三義鄉可以用的路全都用上了，還是造成大塞車，所以遊客普遍抱怨聲很多，但是我們沒辦法管制遊客，因為我們只能透過廣播請遊客不要進入本鄉了，因為擠不進來，可是還是塞爆（A3，16：2，2009/05/13）

今年未加入客家桐花祭活動的雙湖地區，遊客人數據評估超過往年，受訪者 B5 表示：

第一年辦 2004 年大概有六、七千人，沒有，就是那一年的客家桐花祭，在我自己的估算六七千人，第二年大概不辦那年大概兩萬，2006 年大概超過三萬二，我是每天大概估算統計，後來今年就不統計了，像昨天前天老實講，但是跟他們進來評估來講是，超過往年。（B5，6：1，2009/05/04）

通霄地區遊客估計飛牛牧場比平常增加很多，一個月增加個三萬人，今年當天整個通霄大概會超過五千人，受訪者 A2、B4 表示：

飛牛比平常增加很多，一個月增加個三萬人都有，含飛牛的話，今年當天整個通霄大概會超過 5000 人而協會講的是整個車輪坑來講的話。協會這邊沒有預估含飛牛（A2，7：1，2009/04/06）

假日比較多，平日有比一般的平日比較多，主要集中在假日，客家桐花祭人潮比過年還多，比平常多一二倍有（B4，7：1，2009/04/06）

頭屋山水社區遊客統計概估活動當天光是夢幻桐花道，經過桐花林，說經過他們家門口的幾乎超過一千人了，受訪者 B2 表示：

活動當天光是夢幻桐花道，經過桐花林，說經過他們家門口的幾乎超過一千人了，最大問題假日遊客比較零散，但我都可以接到 80 桌（B2，9：1，2009/03/25）

## (二)苗栗縣政府活動預期成果與縣政府本身目標

預計 2009 年桐花婚禮 199 對，活動當日參加數為 150 對，較去年 99 對增加了 51 對，成長了二分之一的參加人數，較預估數減少 49 對，受訪者 A1 表示：

今年有二個活動，我們會辦一場客委會想要跟桐花林油桐花樹結合與地方文化產業結合推陳出新，所以今年的四月二十五日，因為預訂的五月十日辦一場 2009 客家桐花婚禮，預訂參加人數 199 對，將近 398 位新人在這之前先暖身，所以我們會先辦一場 2009 年客家桐花音樂會，邀請大家來賞桐花，以客家音樂為主，桐花與客家連結（A1，3：1，2009/03/24）

(三)客委會與地方政府部門對人數統計方面，因屬開放型區域活動無法正確統計，但均有成長。

客委會預計全省可以創造一千萬觀光人次及八十億產值。受訪者 E 表示：

沒有很精確的數字，但預計可以創造一千萬觀光人次，及八十億產值，也是剛剛才完，而且要如何估計很難，比如說你有人到苗栗來玩，你要如何確認他是不是爲了去賞桐花而去的？還只是路過？沒有辦法去算，所有我們沒有很精準的數字（E，8：1，2009/05/18）

苗栗地區依有販售門票西湖渡假村及三義木雕館人數統計比過年多很多，大概到一點五倍，三義公所因整個鄉幾乎都在辦客家桐花祭活動，且緊鄰高速公路交流道無法作正確估計。受訪者 A1、A3 表示：

以往我們都是跟一些社區或店家要一些統計數字，例如跟他要到一些資訊，那我們沒有辦法到有明確的數據，但像西湖渡假村，他會跟我們說他的入園人數到達何種規模，比較起來像西湖渡假村三義木雕館，這樣的數據在客家桐花祭四五月期間，他的入園人數都比過年多很多，大概到一點五倍之多（A1，3：1，2009/03/24）

沒辦法，因為我跟你講遊客統計太那個，因為三義剛好有交流道，交流道旁邊第一個就有麥當勞、西湖渡假村、車亭休息區，那每天經過的遊覽車，一定至少百台以上，他們一來的時候本身就會在三義鄉消費，那可是有很多只是經過類似像休息區而已，他們就離開了。所以那些人到底算不算進來三義鄉，所以這種東西很難去估計（A3，36：1，2009/05/13）

**(四)三義地區遊客太多，超過當地交通負荷量，易影響遊客回客意願，而通霄地區因為地利之便，希望縣政府能作區域整合，可以疏解人潮及發展通霄**

整個三義地區觀光人潮過度飽和，遊客人潮過多，塞車問題，屢次都會引起顧客報怨，地方擔心會影響旅遊品質及日後評價及再遊意願，受訪者 A1、C1、B1 及 A3 表示：

會後據瞭解那天的瞭解，那天擠爆了人，是整個舊山線擠爆了人，就是一些外來客接駁上出現了瑕疵，最主要是因為要來收集一組四個的桐花公仔，一下子勝興就過度飽和。（A1，11：1，2008/09/17）

但他們現在最大的瓶頸還是在交通方面，屢次都會引起顧客報怨，所以常接到顧客報怨（A1，11：3，2008/09/17）

多到我們想辦法看看，有時候會今年我們沒有打電話去警廣，去年就有打電話，特別跟他講說你們不要再來了（B1，10：2，2009/05/19）

超過預期忙不過來，怎麼辦呢？大家願意等，有的願意等、有的會罵得要死，有的會罵得要死！因為我們不讓他做他又會罵，一位難求阿！那你就等，桐花季的時候平日也這麼多人，平日也這麼多人（C1，17：1，2008/09/11）

真的三義鄉爆滿，從早上十一點到晚上七點鐘都是大塞車的情況，整個三義

鄉可以使用的道路幾乎都用上了，而且交流道也堵五公里，所以根本就沒辦法容納這麼多的遊客，但是還是很多的遊客一直都搭乘觀光巴士雖然塞在路上（A3，5：4，2009/05/13）

三義鄉公所儘管所有道路都用上，遊客還是塞在路上，苗栗縣政府雖然瞭解當地情形，但因地形與地目短期間無法有效解決。受訪者A1及A3表示：

因為三義最嚴重的是交通停車的問題，我們現在之所以還那麼多人潮是因為有很多景點可以搭配，還不至於讓這個活動有衰退的跡象，這種持續性一直下去的話我覺得不是一種好事，所以我還是期望舊山線復駛，舊山線一但復駛我們三義鄉一定更熱鬧（A3，63：1，2009/05/13）

解決不了，我們三義的路就是這樣子，而且警察也全部出動，然後更麻煩的一件事情，私人的情況是西湖度假村廣告打得太兇了，如果看民視的話跑馬燈幾乎一直在跑，然後連民視的綜藝節目或者是肥皂劇都還把他穿插在劇情裡面，一直打西湖渡假村，所以重點就是西湖渡假村周邊全部都打結了，打結的情況是沒辦法有車子可以進出（A3，18：1，2009/05/13）

最主要是因為那邊都是地目都是農牧用地，在使用分區上，不能作停車場，只能去試著由機關去幫他作停車場去辦地目變更，作為特定目的事業用地，或是去把勝興在高速公路下來以東的地區都規劃成風景特定區，再去循著都市計畫作地目變更，地目可以重新檢討，裡面就可以分為旅館區.住宿區，公設區，可能勝興與龍騰地區的未來可能會更好，但這些未獲得地方上的支持（A1，11：2，2008/09/17）

通霄地區因為地利之便，希望縣政府能作區域整合，可以疏解三義過多人潮及整合地理環境上相連結的通霄與大湖發展成大三通。受訪者B4表示：

我們才辦一年，遊客的反應說，明年不要去勝興人擠人，明年我們要來通霄了，我們今年是第二年辦客家桐花祭，去年第一次辦，遊客跟我們說他們從來不知道通霄桐花這麼漂亮，他去三義擠了二個小時，只看到二朵桐花，這裡桐花真的非常漂亮農場又漂亮（B4，14：1，2009/04/06）

遊客習慣坐火車到三義，再搭接駁車，一次 50 元，可以無限次搭載，他可能在三義玩半天再搭載到通霄玩半天，我們剛好在中間，三義飽和的話，我們就建議他從通霄先進來，我們已經跟三義合作二年來了，我們自己去找三義合作，當初是客委會提出計畫時，客委會建議我們跟三義連結，所以他們今年會派二部接駁車把客人接過來，這樣的連結有助於人潮，幫助很大（B4，13：1，2009/04/06）

當然我們協會本身與三義鄉公所談的時候會比較有一個界限，假如由縣政府來處理的話，把他規劃成三義通霄或者是整個苗栗縣整個未來的發展，就像課長所講的大三通也都還未落實，所謂大三通就是大湖三義通霄整個東西橫貫旅遊動線（B4，30：2，2009/04/06）

客家桐花祭期間苗栗觀光人潮幾乎遠超當地預期成果，對政府部門與地方社團帶動觀光之政策目標有滿意成果。

三義地區人潮過度飽和引起顧客報怨，擔心影響旅遊品質及再遊意願，地方政府雖然很想幫忙，但因地形與地目關係無法於短期間有效解決；而通霄地區則希望縣政府可以整合三義、通霄及大湖地區形成客家桐花祭之連結路線，疏解三義過多人潮及發展通霄觀光。

## 二、消費成長與振興產業達成創造客家文化產業經濟產值之政策目標

### (一)遊客與消費人數與業績超過產業業者預期，有令人滿意的成績

客家桐花祭期間營業成績大部分的業者雖不願透露營業額為多少，但均承認客家桐花祭期間業績大增，有時甚至人滿為患一位難求。受訪客家餐廳業者 C1、陶藝業者 C2、民宿業者 C3 表示：

平常最少也有 80 人，非假日也是，最好有一千多人，服務人員最多有二十幾個，客家桐花祭時超過二十五個，平常目前九個分二班制，十點到五點，營業額還好，不是屬於高價單位，八十萬以上，客家桐花祭都雙倍以上，所

以客家桐花祭影響很大 (C1, 5:1, 2008/09/11)

特別好都忙不過來，都客滿！吃的都客滿，預約就可以啦，預約晚上也可以，大都預約中午，我一次可以容納十幾桌，客家桐花祭開始我有做餐飲的服務 (C3, 2:1, 2009/05/04)。

客家桐花祭對我們產業絕對有幫助，很有幫助 (C2, 4:1, 2009/04/06)

三義雙湖地區的民宿業者房間及餐飲預約都客滿，西湖渡假村入園人數假日可達一萬二千人，通霄上田咖啡達五至六百人，比平常假日多一位以上，受訪者 C3、C4 及 B4 表示：

以上田來講大概會多一倍，人潮假日大概會到達 5 至 6 百人在客家桐花祭，平日的假日大概有 2 至 3 百人，多一倍，所以我們們期待客家桐花祭的來臨 (B4, 11:1, 2009/04/06)

當然算好幾倍的 (C3, 3:1, 2009/05/04)

像我們今年在活動期間的踏雪尋桐套裝行程，去年做 611 個房間，今年成長到七百多個房間，今年比去年增加了一百二十幾個房間出來 (C4, 10:1)

過去五年來每一年都維持在十二萬人次，就是一個月的時間，整個客家桐花祭活動期間 (C4, 2:2, 2009/06/01)

公所與縣政府認為產業產值方面雖無法作統計，但依他們與業者的接洽及瞭解客家桐花祭是一定會增加好幾成，比農曆年過年還好，受訪者 A1、A3 表示：

產值的話一般來講我們私底下會去問一些業者那些東西，客家桐花祭是一定會增加好幾成，增加好幾成，是按照不同的業別；對，不管你是做哪個行業，就算是連木雕業他們也是會增加 (A3, 37:1, 2009/05/13)

絕對有幫助，有很多人他喜歡有客家元素的產品但是不得其門而入 (A1, 21:1, 2009/03/24)

住房率的提昇是很高的，那我們以去年的數據，去年西湖渡假村給我們的數

據，當然這家業者也很爭氣，配合客家桐花祭另外舉辦自己主題性的旅遊產品、所以他給我們回報資料，反倒比農曆年節入園的人次還要多（A1，23：1，2009/03/24）

(二)部分社團及相關產業業者認為遊客消費金額方面，出現較早年減少的現象，原因可能是因為新鮮感、經濟不景氣或花期提早結束

部分社團、陶藝品業者及客家餐廳發現觀光人潮比往年多，消費金額較往年下降，經濟景氣影響外，可能辦太多年不新鮮。受訪者 A3、B3、C1、C2、C4 表示：

舉辦客家桐花祭的那個月，以現在來講早期辦客家桐花祭的確有帶來很大的效益，可是現在我覺得在遞減當中，因為這個活動辦的時間太久了，很多年了也，會有這樣狀況，凡事都一樣。（B3，13：1，2009/04/09）

像我的桐花商品也在走下坡，除了整個經濟景氣影響外，我覺得還有其他因素在，是不是已經被其他縣市分散掉取代的因素（C2，7：1，2009/04/06）

沒有以前好，以前上來這邊的一千多人，今年大概七百到八百，平日少一成（C1，4：1，2009/05/19）

景氣的問題，生意真的差很多喔！這樣還不算很好，買氣不好，現在人上來會考慮。（C1，1：1，2009/05/19）

但是下一個消費情況就是因為去年碰到金融風暴到現在，所以營收有下滑的趨勢，大部分的遊客來的時候只看不消費很多，所以實際上嚴格講起來經濟上的效益不見得可以馬上看得到提昇，但是人潮還是很多（A3，27：1，2009/05/13）

今年落差比較大一點，坦白講：近兩年比較差一點，比往年比起來（C4，2：1）

今年就掉下來了，差很多，八萬多而已。但是你會覺得人潮還是很多，因為最後一週差太多了；為什麼？因為今年的花比較早謝（C4，2：3），

像我們一個六日狀況好，可能一天就可以進來八九千人甚至上萬人，那你想

想看六日沒有花下來，一差距可能就差一萬五千人的購票入園（C4，2：4）

客家桐花祭期間的假日最好的時候，天氣狀況好、車流也都很穩定的進來沒有因為塞車而流失客人的情況之下，最好一天可以進來一萬兩千人左右，但是如果碰到下雨或者交通狀況不理想等等，有可能一掉就掉到五千人，六千人都有可能（C4，5：1，2009/06/01）

**(三)客家桐花祭過後，有明顯客流量減退情形，但會有因客家桐花祭而認識客庄，而再次回到客庄旅遊或消費**

受訪者 A3、B3、B5 表示：

相對會，兩三成有，因為每一年固定就是在客家桐花祭的時候，客流量真的是我們一年當中最難負荷的（A3，29：1，2009/05/13）

像客家桐花祭平日客人很多，但是非桐花日週休日很多，都是休閒健行的（B5，16：1，2009/05/04）

不能說客家桐花祭過了之後就沒有迴響，比如來了一千人當中至少他來過山芙蓉他知道這個點，也許下次還會在來。這也會產生一種效應（B3，11：1，2009/04/09）

**(四)附近有觀光環境生態資源之特色地區，非客家桐花祭過後有不錯的回客率**

非客家桐花祭期間回到客庄旅遊係因為客家桐花祭發現當地環境生態、美味客家菜，產生再次旅遊意願。據當地社團及產業受訪者 B1、C1 表示：

會，會一直來，因為這裡不用門票，附近吃一點東西，花費不多，台中重複來的人很多，客家桐花祭對我們的幫助最大了，對我們的知名度推廣最大，來的人最多（B1，16：1，2008/09/11）

回客很高，平日與假日差一大節，比如說假日作 800 人，差不多平日作 120 到 150 人，平常賣簡餐，咖啡，便當、合菜，本來沒有合菜的，是客人要求的，客人說要家人一起用餐的感覺，所以要求我們一定要作合菜（C1，14：

1, 2008/09/11)

對三義勝興地區而言客家桐花祭是帶動人潮工具，沒有客家桐花祭的十個月期間，當地鐵道文化及好山好水是讓遊客再度旅遊的原因，受訪者 C1、B1 表示：

客家桐花祭是帶動人潮，其實是地方上要妥協，不要髒亂，然後把我們地方上的鐵道文化，有隧道區，鐵道文化進一百年了，要讓人覺得來這邊玩很快樂，很悠閒，鐵道永久讓人家走不要再去破壞，如果鐵道不能走，火車一走，鐵路局就不讓你走了，也是跟客家庄有關，但主要是因為覺得這裡有好山好水的原因，感覺好，空氣好。（C1，15，2008/09/11）

我們這個地方沒有油桐花文化也可以走的很好，根本沒有辦法稱撐起一個產業，至少目前還沒看過，只能說是活絡帶動而已帶動周邊產業，單獨成爲一個油桐花產業應該沒，過了客家桐花祭就停掉了，勝興客人平日是爲了鐵道文化而來，而不是爲了油桐花文化而來，你看獅潭.三灣.南庄都有辦客家桐花祭，過了人都沒有，南庄平日還有人去是因為他的山水，現在來的是爲了鐵道文化而來，不是因爲油桐花，三義雙湖村客家桐花祭活動的時候人山人海過了就沒有人了，客家桐花祭沒有辦法稱撐起一個產業。（B1，17，2008/09/11）

三義公所認爲三義擁擁的人潮，來自可以結合、包含觀光、特產、交通方便等在地資源，加上桐花、一個宗教文化。受訪者 A3 表示：

你想想看在台灣有哪個鄉鎮可以像三義鄉這樣，第一個交通方便，然後所有的資源都可以結合、包含觀光、特產、在地的資源又加上桐花，現在又多了一個宗教文化，宗教文化就是佛頂山在三義很有名，九華山銅鑼也搬來這裡，天帝教也搬來這裡了，所以你看這麼多種宗教在三義的話，併在一起想要不紅真的也很難，所以客流量就會一直增加（A3，21：4，2009/05/13）

西湖渡假村業者及縣政府認爲非客家桐花祭期間，要依賴桐花創意商品帶領消費者桐花意象，滿足消費行爲。受訪者 A1、C4 表示：

當然是沒有辦法這樣子，因爲一年有十二個月不可能只靠這一個月就吃一整

年，這是不可能的，當然我們也希望盡量能夠把油桐花的效應盡量放大，怎麼樣來放大呢？所以我們花錢蓋了桐花套房，客委會輔導了這麼多商家去做客家創意商品，就是希望把客家的桐花意象帶到你的生活當中，讓一年 365 天不是只有四月中到五月中接觸到桐花（C4，36：1，2009/06/01）

伴手禮產品，文化體驗品是人家去買受的很重要因素，這也是讓有心要去籌辦客家桐花祭的社團另一方面的思考，這像文化的產品，不管是有形或無形他的包裝也是很重要，包括無形是體驗的流程，有形的是這個社區是不是要去找出一個可以販售的產品，這個很重要（A1，31：1，2009/03/24）

#### **(五)非緊臨商圈之客庄傳統社區如頭屋山水、三義雙湖社區，客家桐花祭過後人潮銳減，經濟產值無法持續**

山水社區因為並無商圈與市集，僅鳴鳳山雲洞宮假日販售客家米食等，客家桐花祭活動時生意不錯，活動辦完或賞花行程結束遊客離開，客家桐花祭經濟產值不高。受訪者 B2 表示：

在這個區域裡面主辦單位，居民假如早上我把活動辦完，他可能從台中、台南、臺北來下午到沒有活動看起來冷冷清清，我的不像北埔其他地方，沒有活動，有地方買東西，我那邊沒有店家這樣，所以我們活動就把弄到下午，早上來的人多少爲了下午活動，他會慢點離開。（B2，9：1，2009/03/25）

桐花會掉，這些辦活動很難期望，說活動辦完，在地的產業就起來了不可能嘛，現在有很多活動丟在很成熟的商業區域去辦，不像我們並沒有因爲客家桐花祭而一炮而紅，因夢幻桐花道前年有遊客所以要期望一個活動爲當地一整年的營收，那個是社區總幹事要透過各種辦法跟各公部門，或者公部門有沒有關心這個區域共同做的。（B2，11：1，2009/03/25）

雙湖社區因該地並無商圈及市集，僅有一座檜木與香茅精油廠及米食青菜販售，無法滿足遊客消費行為，整個區域消費不到一百萬元，年青人也不願回來。受訪者 A3、B5 表示：

沒有商圈，因爲第一個本身的聚落沒有辦法形成的很完整，目前在那邊的話

只有兩家民宿在那邊經營（A3，15：1，2009/05/13）

你剛說的產業，這個地方人這麼多沒什麼消費，有限，據我的統計，今年之前整個區塊消費不到一百萬，就是客家桐花祭期間不到一百萬；不到、產值非常小、因為沒地方消費，有錢也沒地方花，這個所謂原因就是內建不夠，內建就室內造（B5，20：2，2009/05/04）。

多少，前面有精油場兩座，提煉芬布油香茅油，還有一些家庭主婦拿一些青菜出來賣，客家的農產品醃製品，還有客家米食。我覺得這個地方的居民都是老一輩的人，都是年長的年輕的就回來看看而已（B5，20：1，2009/05/04）

學者認為產值方面，對產業絕對有直接的效益，會不會第二年有回客的問題，這種是不能去掌握的，受訪者 D 表示：

有，會，去了以後就失望了，會不會第二年有回客的問題，這種是不能去掌握的，對產業絕對有直接的效益是沒問題，對產業的發展對地方發展，尤其是產業社團對客家桐花祭的期待是非常高的（D，11：1，2009/05/18）

#### (六)油桐花花期短相關創意商品是否能持續發展產業經濟，是重要課題

油桐花花期僅有一至一個半月期間，其他時間需讓消費可以繼續認同桐花文化，並提升創意商品之附加價值才是持續的方式。受訪者 C2、B1 表示：

要看以那每角度去分析，以客委會用客家桐花祭推廣客家文化的方法看起來是很成功，因為有季節性問題，沒有辦法讓有油桐花的村莊一整年都很好過，但某個程度上，讓客家文化被注意，因為桐花這個圖騰對推廣客家文化被注意很有幫助。（B1，18：1，2008/09/11）

等於客家桐花祭一個月很多遊客進來，比如說那個月的效益出來，其他十個月的效益不見了，你要怎樣講延伸，這個效益對當地助益是永續，比如說客家桐花祭進來 10 萬人，10 萬人對當地的文化產業產生認同，對當地農特產品產生認同，當這個永續的認同會產生一些知名度擴展會對往後產業的回饋是互相的（C2，6：2，2009/04/06）

尤其對苗栗方面，對地方的發展是有幫助，但對於持續性永續性，要看業者自己努力的發展，要有相對的成長（C2，4：2，2009/04/06）。

我們以大甲鎮瀾宮來講他玉珍香的酥餅、芋頭酥當他產業農特品附加價值提升是相對於整個產業的提升，客家桐花祭在通霄在苗栗他的效益有出來，但對整個農特產品相關聯產品並沒有跟著起來（C2，6：1，2009/04/06）

**強調縣政府必須在客家桐花祭與客家文化創意產業要有一個地區主軸，附加產業價值才能呈現，才能爭取到變成全國主軸。受訪者 C2 表示：**

客委會的宣導方式很注重產業推展，可是現在宣傳是全台集中性的，可是在文化創意產業這個區塊，必須要有一個地區的主軸，地區的文化發展在那裡，他沒有一個中心思想沒有出來，沒有辦法達到他的效意，但是要有地區的主軸，他的發展條件在那裡？主軸是什麼，他的旁邊的附加產業是什麼，現在是全省集中性，當遊客進來到這裡的時候，我來欣賞他的客家桐花祭，我來要你的周邊商品的時候，你的發展重心是什麼他的主軸是什麼？沒有依據，你的休閒產業，到底要欣賞什麼？所以我在這裡要強調縣政府的是，現在客委會把客家桐花祭弄得到處都是不稀奇了，將來對整個文化產業發展沒有好處，你的休閒產業如何爭取到全國變成一個主軸（C2，7：1，2009/04/06）

**地方文化產業業者永續發展願景，學者建議由縣政府依地區特色規劃不一樣的活動，且客委會如能適度放下部分資源讓地方政府整合可達發展之效。受訪者 D 表示：**

我覺得沒辦法以苗栗單一以一個東西當主軸，而是依照地方特性不一樣。他去規劃他不一樣的活動，我覺得這個可能要社團的人社區的人產業的人去討論，比如說勝興車站全部都規劃跟產業有關係的活動，但是我在銅鑼這個地方我就不見得一定要產業、一定要表演，那我就做一個很好的賞桐步道，很好的解說（D，10：1，2009/04/13）

每一個地區有每一個地區的特性，應該由地方政府去整合他的特性，看客委會願不願意放下資源讓地方政府去整合，還是客委會是一個資源分配補助一

個角色去看待這樣的問題，他本來位階可以做得很高，補助你一個縣政府多少錢，對不對，他可以站得更高，他不定要自己作，政府跟政府之間的資源就不能整合（D，10：2，2009/04/13）

政府部門與學者建議業者做一些比較生活化貼近藝術之產品，不是換包裝設計就叫創意商品，不斷研發才不會取代，並能延續文化產業的生命力。受訪者 A1、D 表示：

去做一些比較生活化比較可貼近性的藝術產品產生，我們希望說他們能夠保有這樣當時創造這些文化產品的初衷，不斷的做一些新的研發，因為現在坊間其實很多產品是可以互相的仿製仿造（A1，26：2，2009/03/24）

客家的創意商品裡面桐花裡面輔導的創意商品裡面，其實應該要、不是換換包裝設計就叫創意商品，應該要去思考哪一些商品可以永續性經營的，在商品上不是換設計就好了（D，15：1，2009/04/13）

#### (七)縣政府與業者應共同努力，維持苗栗在客家桐花祭正統與領導地位

擔心因為客委會辦客家桐花祭範圍擴大，會危及苗栗縣在客家桐花祭的優勢。受訪者 C2 表示：

假如縣政府沒有這一點作出來的話，效益會被其他的縣市分散，國外遊客或台灣遊客要去那裡，才是真正客家桐花祭的主軸，既然客家桐花祭這麼成功，縣政府應該變成要主導，不是被其他縣市分散掉（C2，7：2，2009/04/06）

願意釋放場地跟資源跟客委會做結合，即使沒有門票，就是希望西湖渡假村可以維持客家桐花祭正統的地位，受訪者 C4 表示：

每一年的客家桐花祭透過大眾媒體的行銷宣傳把人引到這邊來，甚至我們願意釋放場地跟資源，每一年去跟客委會做這樣的結合，即使沒有收到門票，我們做的是什麼我們爲了就是正統，我就是要去塑造形象，每一年客家桐花祭就在西湖渡假村開幕，感覺上就會讓人覺得客家桐花祭就在苗栗啊（C4，23：2，2009/06/01）

但部分受訪者認為桃竹苗就已經被定位成客家人，一般人客家桐花

祭就會想到苗栗。受訪者 A3 表示：

我說住苗栗客家人，所以他們心想桃竹苗就已經被定位成客家人，尤其是苗栗，所以當他們只要知道行政院客家委員會辦了這個東西，第一個就想到苗栗，其他的地方都是附屬的，那也只是要增加他們宣傳的賣點而已（A3，56：1，2009/05/13）

客家桐花祭在客委會辦很已經很有知名度出來，推廣方面會比較輕鬆，縣政府應該努力維持苗栗在客家桐花祭正統與領導地位，而且業者也要一起努力。受訪者 B4、C4 認為：

非常有幫助，因為客家桐花祭在客委會辦很已經很有知名度出來，我們在推廣方面會比較輕鬆，通霄地區其實是很有條件（B4，9：1，2009/04/06）

其實我覺得這個東西需要大家一起來努力，你要靠縣政府其實是不夠的，因為公部門的資源是有限的（C4，23：1，2009/06/01）

綜上發現，客家桐花祭期間對苗栗相關產業經濟提升，有令業者滿意的成績，但部分桐花商品出現觀光人數增加，消費金額較早年減少的現象，可能是因為新鮮感不足或經濟不景氣或花期提早結束所致。

客家桐花祭過後，客流量明顯減退，但有因客家桐花祭再次回到客庄旅遊或消費客源，附近有觀光環境生態資源特色地區，會有不錯回客率，非緊臨商圈以提供賞花行程為主之傳統客庄，客家桐花祭過後人潮銳減，經濟產值無法持續，無法鼓勵年青人回到客庄經營，客家桐花祭傳承地方發展與經濟持續力受到考驗。

油桐花花期短相關創意商品是否能持續發展產業經濟是重要課題，政府部門與學者建議做研發生活化，藝術產品，才不會取代，並能延續文化產業的生命力。中央與地方政府部門如何與相關產業者共同努力，讓客家桐花祭文化意象為產業發展找到持續生命力，學者的建議縣政府可依地區特色規劃不一樣的活動，而客委會如能適度放下部分資源讓地方政府整

合，可以達發展之效，為當地產業與觀光開發出藍海利基。

### 三、社團文化發展預期與客家桐花祭深耕客家文化政策目標達成 成果

#### (一)客家桐花祭活動重新提升客家文化受重視的程度

受訪者 A1、B1、B3 表示：

我個人認為至少客家桐花祭活動對客家的文化意識有抬頭的效果，經濟復甦不在油桐樹上，早期是在二級產業上面，現在把他升級在三級產業，把他從農牧產業，工業產業，轉變為觀光產業，所為的經濟在於此，我覺得客家桐花祭現在是全省節慶活動，還蠻可以被列為標竿的，因為包括社區的參與度與積極動員，與木雕節比較，客家桐花祭比較好（A1，12：3，2008/09/17）

要看以那角度去分析，以客委會用客家桐花祭推廣客家文化的方法看起來是很成功，因為有季節性問題，沒有辦法讓有油桐花的村莊一整年都很好過，但某個程度上，讓客家文化被注意，因為桐花這個圖騰對推廣客家文化被注意很有幫助。（B1，18，2008/09/11）

那個效益是來自於媒體不斷的放送這個訊息，然後讓遊客知道客家庄有桐花，像這個記憶等於是 image，賞桐花就在客家庄，像這樣的 image 我覺得強化了整個客家庄，對於桐花，以前桐花未必是客家人的，可是一直打一直打好像客家跟桐花就連結在一起。我覺得這一點講久就是你的（B3，20：1，2009/04/09）

#### (二)部分受訪者不認為客家桐花祭可以代表客家文化，只是被創造出來的 行銷利器

受訪者 A1、B1、C1 表示：

不行，我小時候看油桐撿油桐花撿到大，也沒有什麼感覺，我還是比較早發現油桐花價值值人，我 1999 年就開始作六月雪步道比客委會還早，南部沒有油桐花，南部人會罵你，你問南部的美濃人油桐花可以代表你們，他們一定也會認為不行，北部客家人也不行，以客觀的來分析，油桐花是一種休閒產業推廣的下的產業，硬要跟客家文化連結會有一點勉強，至少在文本上沒

有這個東西，比如說文學音樂（B1，19：1，2008/09/11）

桐花不能取代木雕，木雕是文化，應該要結合，桐花不是客家文化，是外來種是從日本引進來的，是被塑造出來的客家文化，因為他美，不是客家人喜歡，每個人都喜歡，為什麼不要呢？客家精神硬頸筋，所以我覺得他的美要讓全世界都知道，以前人家都不會注重，因為真的很漂亮，很像雪，真的有行銷國際的本錢。（C1，13：1，2008/09/11）

但從客委會辦理客家桐花祭活動資訊，客家桐花祭並不是客家族群的花，只是早期客家人居住的地方種比較多油桐樹，所以認為早期客家經濟文化產業是跟桐花有密切的連結，油桐樹可以作木屐、火柴棒外銷，客委會就布望透過這種自然景觀，四五月桐花就會開，利用自然景觀創造節慶的經濟規模，我個人認為至少客家桐花祭活動對客家的文化意識有抬頭的效果。（A1，12：1，2008/09/17）

**客家意象的客家名稱透過客家桐花祭包裝，對大家對客家文化認識的提升很有幫助，但不能用桐花代替客家文化，受訪者 D 表示：**

客家的意象客家的名稱透過客家桐花祭的包裝我覺得很好，為什麼？他去塑造一個新的大家對客家一個文花接觸的一個管道，只是說對客家文化提昇認知時去注意的時候，應該要做其他的附帶，你不能用桐花代替客家（D，12：1，2009/04/13）

桐花去提昇客家對大家的認識的機會，客家桐花祭跟客家有關，那客家是什麼，那裡面的活動有沒有更多的管道介紹客家是什麼，這個社團裡面有些什麼做客家的活動，那個才是重點（D，12：2，2009/04/13）

**(三)創意商品的發展多於客家文化的傳承，客家文化精神沒有展現出來，很少人用客語交談，感覺就會很市儈，到後來客家文化變成是一種新的商品包裝**

**受訪者 A3、B1 表示：**

會有一點影響啦！我現在的感覺就是客委會真正再推的好像都是一些，其他一些真正客家文化的東西我發現真正沒有留下來，就像一些我們客家的藍布

杉那些東西，我覺得是一種商品化短暫性的沒有辦法真正說很落實到客家說，你能夠可以幹麻（A3，46：1，2009/05/13）

客委會還是希望能夠增加一些創意商品來包裝之後帶動客家桐花祭的一種形象，要求地方團體辦這個活動，也增加了很多創意商品，接下去就是一個商業的東西帶進來，不能夠說不好，能帶動我們這邊的經濟，我覺得那種感覺見仁見智。對做生意的人來講，會覺得很好，其他的來講，依我來講不是很好，我不會很喜歡，不太喜歡看商業化的東西，雖然我是辦觀光的工作，這是我的工作。大家的感覺就會很市儈，以經濟為考量以利益為優先，到後來客家的文化便成是一種新的商品包裝（A3，57：4，2009/05/13）

有幫助，但擔心人太多，對平日整合活動而言，客家委員也跟我提過，你們那裡商家服務態度不太好，可能是因為生意太好，好到都會怕，還有一點是客家精神沒有拿出來，只有少數耆老用客家話交談（B1，20：1，2008/09/11）

**(四)油桐花目前只流行風潮，文化要深入到生活，要加上音樂、文學、藝術文化元素甚而愛情，這都要靠時間去積累。**

**受訪者 B1 表示：**

油桐花風潮應就僅於此，不會走到你的生活裡面，不過文化的東西是需要時間積累的，次文化形成大概要三十年，主體文化中國要數千年，埃及要六千年，台灣才四百年，油桐花文化才六七年，目前來看尚無深度可言，只有季節時候，要深入到生活中，要加上音樂.文學.藝術文化元素，都要去積累，再來就是觀光活動，觀光活動時間過了就不見了，日本人的櫻花文化是在他們的血液裡面，他們的音樂、藝術、生活甚而愛情，深入到他的文化中（B1，21：1，2008/09/17）

受訪者認同客家桐花祭提升客家文化重新受到重視之成果，但不認同油桐花文化是客家人生活與精神文化表徵，認為是一種帶人潮利器，而創意商品發展多於客家文化傳承，真正客家文化精神未完全展現，變成是一種新的商品包裝，如何將油桐花文化意象深入到客家文化生活獲得認同，要加上音樂.文學.藝術文化甚而愛情等生活元素，這都要靠時間去積累。

## 四、當地社團發展願景預期與客家桐花祭活化客庄之政策目標達成成果

### (一)客家桐花祭活動提升社團凝聚力

三義舊山線產業協會在客家桐花祭時每一戶捐一千塊做平安燈，頭屋山水社區老人家都來作筍幹米食來擺攤，在庭院作綠化，讓社區的民眾有一種凝聚感，每人都有投入都很開心。受訪者 B1 及 B2 表示：

幫助非常大，以社區的凝聚力來講，辦一個油客家桐花祭，像平安燈社區的民眾每一戶人捐一千塊做平安燈，他也是讓社區的民眾有一種凝聚的感覺，因為講到要建設土地公、打造土地公，老百姓不管開店不開店的都會很關心（B1，27：1，2009/05/19）

那來到我們社區的時候除了看桐花，那些合成空間要有故事嘛，比如筍乾伯母假設他一次兩次三次，這個東西又有信用去到那邊又可以駐足，那擺攤星期六星期天才有，所以像一鄰一號，一鄰七號，接下來礦場都是由我們做的，居住環境庭園改善以後，我們社區責無旁貸，未來我們又沒有一個標準化的東西讓他體驗到農村既鄉土，很實例又能真正體驗到，那就是每一個家戶做的（B2，11：2，2009/03/25）

### (二)希望爭取硬體建設經費延續桐花意象，並達成社區建設鄉里願景

地方活動社團努力辦客家桐花祭呈現出優秀成果，希望客委會可以給予硬體補助，延續桐花意象以增加非客家桐花祭期間回客率，例如建構桐花迷宮或桐花步道。受訪者 B2、B3 表示：

我現在不是有一個夢幻桐花步道，那這個步道他有一定的場景哪，可以創造不同的主題嘛，不是有老宅，他就是桐花村，因為桐花本來也是新的東西，假設這個桐花村我去到時候除了看桐花之外，還有週邊能跟桐花搭得上關係，……不是客家桐花祭的時候你沒有桐花的時候你告訴人家這裡是桐花村，那建築物可不可以做得有點像桐花，或是有桐花……，一大片的桐花不破壞自然景觀的情況下但是有了可以容納同一時間容納一千兩百多人一個

廣場，找不找得到嘛？就是我講的你就做成一個固定的桐花迷宮，這時候不是客家桐花祭他可以來玩桐花迷宮，那我現在我用布來佈置，桐花迷宮在客家桐花祭結束時我要拆掉，不然會爛掉。（B2，20：1，2009/03/25）

現在要走的就是要升化，往往活動就是表面辦一辦，辦完活動就沒有留下任何東西，我覺得現在辦活動，要想到辦完活動之後，能夠為客家庄桐花延續一些什麼，也就是說升化這個東西包括文化，這個東西包括產業的東西，包括活動本身都要升化，這個底韻要累積得厚實一點，比方說很簡單的，桐花步道每一年各單位都有申請桐花步道，桐花步道並不是每一年都要去辦的，它可以一次把桐花步道整理出來，以後可以長長久久就是桐花步道，就不是單單應付這一次的活動（B3，21：1，2009/04/09）

**硬體建設基礎設施的加強，遊客才能休息與漫步桐花林，無論桐花步道與公廁等硬體建設對桐花意象營造都是非常重要的。受訪者B1、E表示：**

你在推所謂的油桐花文化，他一定包含兩種意象，一種是有形的，一種是無形的，有形的就要靠社區營造，一些硬體建設基礎設施的加強，那遊客進來之後，才能有讓他可以休息的地方，小到這種步道、廁所、或者一些店家的地面改造、街道風貌的改造，這個都跟你推油桐花文化息息相關，如果遊客今天進來了，你光兩個禮拜油客家桐花祭，可是遊客想要的一些基礎建設都沒有，就很難去推動，如果步道沒有建立起來，遊客他就沒辦法走到油桐樹林裡面，或者是說店家看起來還是很簡陋，你都讓遊客進來他也感受不到油桐花的文化到底在哪裡？所以我們就是在推油桐花的意象的部份，像詩歌、文學、音樂，其他的要靠硬體建設來加強，來補足這個部份，所以硬體建設很重要（B1，34：1，2009/05/19）

我覺得苗栗在近幾年來最有觀光資源就有一定的人口及吸引力，再加上桐花的吸引力去的人也很多，我覺得他還有成長空間的是，有些地方的廁所可以再改進，其實也不是只有苗栗吧，台灣很多地方都這樣（E，19：1，2009/05/18）

**客委會主辦客家桐花祭活動補助單位目前預算均屬於經常性的業務活動經費，尚未編列資本門所以無法由客家桐花祭活動中補助硬體**

建設，如果有此方面的需求要以不同方式向有關單位申請補助。受訪者 E、A1 表示：

我們所有的經費，都是經常門，目前還沒有開放到硬體，明年也不可能，因為我們沒有編資本門的的經費，沒有這個門是不可能補助（E，13：1，2009/05/18）

那他們要走另外的，不能混在一起，不同的單位，不同的業務，不同的考量，而且補助要點也不一樣（E，15：1，2009/05/18）

我們單位也都會建議說其實在活動中除了軟體的活動之外，也應該留下一些硬體的設施，才會讓人覺得這個有些回憶或紀念性產物出來，但是我們要知道這跟政府採購法有關，財物工程與勞務，我們不可能去補助他硬體施設，行政院客委會就把他定位在軟體的活動性質，除非在這個活動過程中有那些東西文物具有即刻建設的價值，然後去請客委會補助鄉鎮公所或縣市政府或客委會本身來作工程，我想中央機關不能來補助社團硬體的施設（A1，9：1，2009/03/24）

學者認為所有人都要硬體建築，到底是不是你真的需要的，有硬體設備你的桐花可以永續嗎，這是社團要思考的，受訪者 D 表示：

問題是所有人都要硬體建築，這個社區自己有沒有想過這個問題，不能因為客家桐花祭人來了你就要硬體建築，你要硬體建築到底是不是你真的需要的硬體建築，還是你後面又做了很多水泥的建築而已，我爲了要做桐花步道，我另外鋪了很多水泥的建築，那這是硬體設備嗎？對於你的桐花可以永續嗎（D，6：1，2009/04/06）

**(三)硬體建設的成果，對地方基礎建設有幫助，但對地方現有歷史文化再造與保存令社團擔憂**

當地的歷史文化背景，為一個地方生存的文本，作得過程會破壞到原有歷史，規劃的時候也沒有文史工作者加入。受訪者 B1 表示：

本地有一百年的歷史，在作的時候你要考慮到他的歷史，來作的人不知道，

作得過程會破壞到原有歷史，規劃的時候也沒有文史工作者加入（B1，3：3，2008/09/11）

第二期工程我們會特別避開那個比較敏感的地方，街道這個部份就保留到以後（B1，4：1，2009/05/19）

提供很多資料跟建議，但很多都是他們想作，我們不想作，建議實在沒什麼用，評審的機制似乎不太有幫助。受訪者 B1 表示：

工程是由縣政府發包，金主是客委會，案子是由我們及縣政府一起提的（B1，1：2，2008/09/11）

他們有評審的機制，但覺得對案子沒有都大的幫助，我們事前都會陪著設計公司去丈量，告訴他我們想要什麼，但很多都是他們想作，我們不想作，比如說立面他們想作，我們不要，反對的原因是因為以台灣目前作立面成功的案子大概不到百分之二，材料設計全面什麼都不對，像汶水老街，普遍反應也是不好，全部都長得一樣，像三義木雕老街也是，花了好幾千萬，作出來的招牌也都長得一樣，像烏魚子（B1，3：1，2008/09/11）

因為發包時間的壓力與採購法限制為由，無法修改，希望縣政府於規劃前可以多聽聽他們的聲音。受訪者 B1、C1 表示：

公共工程最大的問題就在這裡，建議實在沒什麼用，反對都沒用了，這個是結構性的問題，可能要從招標作起，從社區總體營造觀念改變作起（B1，3：2，2008/09/11）

我是覺得有的縣政府也要聽聽我們的聲音阿因為這個東西有的不是我們要的，你也要樹立你的想法你要把你的規格應要請一個規劃公司來規劃以後再去發包（C1，21：1，2008/09/11）

因為還是一樣老問題，規劃的人他本身沒有辦法對這個地方做深入的瞭解，雖然我們有提供很多關於這裡的資料跟期望，但是規劃的人做事情將本求利，我拿到多少錢就畫圖給你，也沒太大問題、時間也很趕，他們也有結案的壓力（B1，4：2，2009/05/19）

(四)傳統社區與文化型社團的參與意願低一個趨勢是逐年遞減，客家桐花祭越來越向產業傾斜，傳統社區社團參與率有逐年降低之趨勢

受訪者 D、A3 表示：

社團的參與意願低，其實客委會的桐花產業或者桐花越來越向產業傾斜，以前一年好像第一年七十幾個還是八十幾個，後來變六十幾個逐年遞減，補助的社團，全部整個客家桐花祭參與的社團，那一天看到報告有 45 個。今年 45 個，去年好像三十幾個還是四十幾個，就這樣子。但是有一個趨勢是逐年遞減，你看另外一個創意的商品業者的參與逐年的量，商品越來越多(D, 1:1, 2009/04/06)

更重要的是客委會都認為說怎麼好像每個申請單位除了唱唱山歌、跳跳一下那個舞以外就那個，所以你現在申請這個案子幾乎在客委會那邊都不會過，所以你會想到一些東西，他們實際上為什麼不辦，因為他們計劃書送上去客委會就被打回來了，客委會就希望你不要辦(A3, 47:1, 2009/05/13)

嚴格講起來這是一個文化，客家山歌只有客家才有的，有必要傳承。就只有老一輩的人會唱會跳，我們這一代的人不會唱也不會跳，你有看到我們這一代的年輕人在唱山歌嗎？好像也沒有，所以等到老一輩的人都凋零的時候，這些都不會有了。真的都不會有了；再來語言也慢慢消失了，因為我們這一代也沒有會講這個語言了，下一代更不會講，所以很多東西他很想推動，可能大環境的影響他也推動不起來(A3, 53:2, 2009/05/13)

社團審核越來越嚴格，核准的社團大多是觀光產業，客家桐花祭社區營造與活化客庄的力量減弱。受訪者 D 表示：

最早的客家桐花祭是從社造開始的，社區參與社團參與，到後來現在不是了，社團的條件越來越高，社團裡面越來越嚴格，但是你會發現現在核准的社團大概就是觀光產業，那就是說越來越向產業傾斜，客家桐花祭的東西已經完全朝向比較趨近於產業化，在地的深耕或在地的觀念，他只是一個什麼(D, 1:2, 2009/04/06)

因為他們要做出成果他不像這些組織這麼專業，觀光產業聯誼會他們找的人

東西當然比較專業，做生意人那麼專業。那你要定位客家桐花祭定位要在哪裡？如果定位以產業發展，我覺得 ok。那如果你的定位要像社區？什麼中央籌劃、企業加盟、地方執行、社區營造之合作模式，那你的定位就是這樣子，那你的政府扮演的角色是在哪裡？你要不要扶植這些社團還是不要(D, 2:1, 2009/04/06)

客委會希望讓社區達到社區意象然後營造，又這方面補助款逐年遞減，如何讓這樣具有地方文化活動能夠永續發展或延伸。受訪者 A1 表示：

客委會很明確的在講，希望藉由文化觀光節慶活動，能讓社區達到社區意象然後營造，讓它們有張客家文化桐花意象的元素去融合社區，讓它們有一個自主性，然後，但是我們會發現其實很多活動在籌辦時，金錢預算是很重要的因素，客委會其實很關切這一塊，又覺得說不應該是很單方面的去拿錢扶植了某些社團，但是這些社團沒有任何的長進，所以他會進一套的評估標準，這評估標準影響到客委會歷年對社團補助款的多寡，如果以這樣來看的話，我們會發現客委會補助的款項會逐年的遞減，如何讓這樣具有地方文化意義的節慶活動能夠永續發展或延伸，我覺得這個地區社團組織學習能力或自我提昇是很重要的(A1, 25:1, 2009/03/24)

客委會則認為桐花不是一般學術文化活動，可能有唱山歌打板打齊粿，但我們客家桐花祭要與桐花有關。受訪者 E 表示：

所以一定要有桐花，不是一般學術文化的，可能有這個唱山歌打板打齊粿，我們客家桐花祭要與桐花有關的，一定要看得見桐花的地方，所以我們嚴格規定要先參加研習會才能來提案(E, 11:3, 2009/05/18)

因此活化客庄與達成社團建構社區發展方面，客家桐花祭活動有助於社區社團凝聚力提升，但社團爭取硬體建設經費，延續非客家桐花祭期間遊客率方面，補助單位表示目前預算屬於經常性業務費，無法由桐花祭活動補助硬體建設，如有需求要以不同方式向有關單位申請補助。

硬體建設方面，受訪者覺得作得過程會破壞到原有歷史，規劃的時候也沒有文史工作者加入，在反應的過程中常以經費不足及時間壓力為由予以結案。

客庄傳統社區社團參與率逐年降低，競爭能力不如產業協會，客家桐花祭越來越向產業傾斜，政府要加強扶植，才能達成地方執行、社區營造的合作模式及活化客庄的目標。



## 第五章 研究結論與建議

經由第四章研究分析與討論，探討桐花祭網絡不同屬性關係人及擁有資源重要性，而在互賴與交換過程中進行溝通互動、信任、夥伴網絡關係建構情形，對完成共同政策目標之影響與重要性，所得研究發現如下：

### 第一節 研究發現

#### 壹、政策目標行銷目的之達成

##### 一、桐花祭活動成績受到肯定

客委會 2009 年度桐花祭活動補助經費 3,500 萬，宣傳活動經費約 1,500 萬元，活動總經費約 5,000 萬元，預計達成參加人數 1,000 萬人次，800 億的產出經濟產值。

雖然客委會及苗栗地方政府因為桐花祭屬於開放型區域活動，無法得到正確官方人數統計數據，但經由訪談結果發現：

(一) 帶動觀光之政策目標有令人滿意成果，超過當地活動者預期。

為期一至一個半月的桐花祭活動期間內超過當地地方政府及社團與業者的預期目標，部分地區甚至超過當地觀光人潮的負荷量，例如苗栗三義勝興地區在苗 49 線道路上，高達 20 萬人次以上，三義地區整個市區至高速公路，完全塞車無法通行，其他地區活動開幕主場當日旅遊人數超過千人以上，通霄地區雖然剛加入桐花祭人數也出現超過三萬人次以上，桐花祭期間苗栗觀光人潮幾乎遠超當地預期成果，對政府部門與地方社團帶動觀光之政策目標有滿意成果。

(二) 相關產業消費成長與振興產業的目標受到業者肯定。

桐花祭期間對苗栗相關產業經濟提升，有令業者滿意成績，部分

客家餐廳業者在桐花祭期間營業額達非桐花祭期間雙倍以上，假日用餐人數最好時達一千多人以上，渡假村業者過去五年維持在十二萬人次以上，單日入園人數可達一萬二千人，民宿業者幾乎連平日都達客滿狀態，桐花祭營業額超越其他節慶及過年期間，相關產業業者認為桐花祭對業績有令人滿意提升成果。

(三) 提升社團凝聚力方面受到活動社團的肯定。

桐花祭活動透過地方執行、社區營造合作方式，有助於社區社團凝聚力提升，例如山水社區協會活動期間村內老人家全程參與，三義勝興舊山線協會活動期間整個街上業者與居民會一起佈置街景，並願意捐錢給社團辦活動。

(四) 桐花祭讓客家文化再度受到重視，但油桐花受到客家文化認同尚有必要努力空間。

桐花祭讓客家文化再度受到重視，均受到關係人的肯定，很多人因為桐花祭而進入客家庄，進而認識客庄及感受到客家文化。但地區民眾及社團卻不完全認同油桐花文化是客家人的生活與精神文化表徵，只把其當成是一種帶動人潮的利器，是否會形成客家文化表現時的矛盾，進而表現在活動與文化傳承推廣上，是一個相當值得玩味的問題。

(五) 三義地區觀光人潮湧入超過負荷，影響旅遊品質與客委會提供優質旅遊的目標，考驗當地政府溝通與整合效能。

三義地區因遊客人潮過多過度飽和，塞車問題屢次都會引起顧客報怨，民眾用餐，公所及社團擔心會影響旅遊品質及再遊意願，地方政府雖然很想幫忙，但因地形與地目關係無法於短期間有效解決。

舊山線鐵道復駛是否能疏緩勝興地區擁擠觀光人潮，三義地區要如

何疏緩交通提升旅遊品質，政府部門除了考量地型因素外，與民眾旅遊型態也有很大關係，也考驗當地政府溝通與整合效能。

## 二、油桐花影響當地產業經濟發展

### (一) 桐花祭結束後會有明顯遊客流量減退，影響產業經濟

桐花祭結束後會有明顯遊客流量減退的情形，不論是客家餐廳或渡假村業者，業績與桐花祭期間有明顯下降情形，在非桐花祭期間，其他餐廳業者會有差異兩三成以上業績。

### (二) 油桐花花期長短影響遊客數量及產業經濟，桐花商品消費金額部分業者出現較早年降低情形

西湖渡假村業者入園人數較以往減少只有八萬人，往年約十二萬人，業者認為主要原因為今年花期比較早結束一星期，入園人數因此減少，週六日入園人數會減少約一萬五千人左右。

部分桐花商品業者發現該地區觀光旅遊人數增加，但桐花商品消費金額方面出現較早年減少現象，例如客家餐廳桐花祭消費人數較前兩年約減少一至二成，陶藝業者桐花商品消費走下坡，業者認為可能是因為桐花祭已經八年了新鮮感不足及受經濟不景氣所致，是否要加強創新或加深文化創意或僅為經濟因素，是一個值得注意及繼續研究問題。

## 三、文化產業需要更多客家文化與生活化元素作為創新動力，提升附加價值發揮持續力。

薛保瑕等人（2002）強調創意生成於各產業領域與生活的應用，若將此產業特質重心「文化與創意」的部分，普遍運用於各個產業中，將可推動產業附加價值的提昇與產業升級，將創意與文化藝術真正融入大眾的生活。

業者認為因為桐花祭花期短所能創造的產值有限，是因為產業附加價值未完全發揮出來，桐花祭過後桐花意象能否持續為產品附加價值加分是很重要的因素，在桐花祭範圍逐漸擴大之時，希望苗栗縣政府能持續維持現有領先地位找到自己的主軸，形成區隔與獨特性，為文化產業業者找到永續之源。

而政府部門與學者建議文化產業業者，在創意文化商品方面，除了考量商業化、市場化及藝術化外，應以加強生活化及地方文化意象，才能將客家文化與桐花意象延續在生活中，進而提升附加價值達到重複消費的目標，才不會輕易被取代，才能延續文化產業的生命力，這是客家桐花文化創意商品一個未來發展很重要的理念。

## **貳、網絡關係人與資源重要性，影響桐花祭成果與持續**

### **一、公所參與數增加，社團參與數減少，有利區域推廣，但是否會對當地社團參與產生排擠，有待後續研究觀察。**

三灣鄉公所取代當地社團加入辦理桐花祭活動行列，苗栗地區鄉鎮市公所參與者較 2008 年增加 1 個，活動社團參與者較 2008 年減少 5 個，高達 29.41%。三義鄉減少 2 個社團，減少最多，獅潭鄉與三灣鄉各減少 1 個，形成該地區 2009 年無地方社團參與桐花祭。

地方公所參與優點在於桐花祭再度受到地方基層政府的重視，辦活動時可以考慮到地方發展均衡性，對地方鄉鎮整合推廣桐花祭有幫助，缺點為目前公所辦活動以自辦為主，較少邀請當地社團加入，是否會對當地社團參與產生排擠作用，有待後續研究觀察。

表 5-1 苗栗縣 2008-2009 年參與桐花祭活動成員表

No.	鄉鎮	公所參與			社團參與		
		2009 年	2008 年	增減數	2009 年	2008 年	增減數
1	三義鄉	1	1	0	2	4	-2
2	通霄鎮	0	0	0	1	0	1
3	頭屋鄉	0	0	0	1	2	-1
4	南庄鄉	1	1	0	2	2	0
5	大湖鄉	0	0	0	1	1	0
6	苗栗市	1	1	0	0	0	0
7	頭份鎮	0	0	0	2	3	-1
8	三灣鄉	1	0	1	0	1	-1
9	卓蘭鎮	1	1	0	0	0	0
10	造橋鄉	0	0	0	2	3	-1
11	公館鄉	0	0	0	1	0	1
12	獅潭鄉	0	0	0	0	1	-1
13	銅鑼鎮	0	0	0	0	0	0
14	泰安鄉	0	0	0	0	0	0
15	後龍鎮	0	0	0	0	0	0
16	苑裡鎮	0	0	0	0	0	0
17	竹南鎮	0	0	0	0	0	0
18	西湖鄉	0	0	0	0	0	0
合計數		5	4	1	12	17	-5

資料來源：本研究整理

## 二、傳統客庄與文化型社團參與降低，影響桐花祭未來活動多元化與活化社區深耕文化目標達成。

經整理比較 2008 年與 2009 年參與活動成員型態，發現苗栗地區社區協會由 2008 年 8 個減少為 2009 年 4 個，減少比率 50%，文化與曲藝型社團由 3 個減少為 1 個，減少比率 67%，自然生態型今年新增加 1 個，產業協會及農業休閒協會類型則維持不變。

表 5-2 參與活動成員型態比較表

型態別	2009 年	2008 年	比較增減數	增減比率
鄉鎮公所	5	4	1	25%
社區協會	4	8	-4	-50%
產業協會	4	4	0	0%
農業發展	2	2	0	0%
文化與曲藝	1	3	-2	-67%
自然生態	1	0	1	100%
合計	17	21	-4	-19%

資料來源：本研究整理

社區協會參與成員減少，並於訪談時發現主要成員本身經營相關產業者擔任理事長或總幹事等比例相當高，學者擔心桐花祭活動出現向產業傾斜現象，因產業型態社團對當產業環境營造較為注重，桐花祭活動有利於產業經濟發展，對計畫書之繕寫能力強，形成較強的誘因與競爭力。

傳統客庄社區與文化社團，地方政府及學者認為提案與作報告專業能力不如產業協會，組成人員大部分為地方耆老以無給職於暇餘進行社區服務工作，活動計畫受限於人力，僅能提供屬於人文、社區才藝或客家米食等傳統藝文形式活動，再加上與外部連結性不強，競爭能力較低，但對客庄人文與文化意識傳達卻有很深的感染力，是產業型社團無法提供的地方文化特色資源。

張維安（2007）認為客家族群的產業經濟特色與客家文化特質及族群居住自然區位有密切關係，客家意象建構若能透過社區總體營造結合客家資源，利用符號包裝故事描述及透過媒體詮釋來賦客家文化意義，社區與文化或產業社群力量凝聚，是真正客家文化生命力展現。

政府部門如未能有計畫的扶植，給予經費補助，並針對地方發展特色加強輔導，在競爭力不如產業型社團的持續態樣下，傳統客庄社區型社團

及地區文化型社團，雖然本身有很龐大的桐花林資源，但活動計畫不夠精美情形，將慢慢從桐花祭補助賽局中消失，對桐花祭主要訴求客庄文化意象傳達與遊客體驗客家文化機會均會減少，影響未來桐花祭活動對多元化與豐富化的創新要求，而桐花祭由地方執行、社區營造的合作模式，達到活化客庄、深耕客家文化的目標可能會面臨極大考驗。

### **三、當地特殊環境及人文資源的客庄，對桐花祭旅遊人數及回流率有顯著影響。**

有環境特色資源的三義地區，在非桐花祭期間仍可維持不錯的回客率，而其他地方花期結束遊客銳減，探究其原因可以發現：

- (一) 三義地區桐花祭期間觀光人數每年爆滿過度飽和，並非因為桐花祭活動補助資源較多，而是具有地方行銷特色人文與環境資源。

三義地區桐花祭期間觀光人口年年遞增，今年三義地區只有二個社團及三義鄉公所辦理觀光巴士接駁，合計客委會補助金額只有 80 萬元左右，再加上客委會在西湖渡假村辦桐花祭開幕主場活動外及在勝興鐵道客家搖滾音樂會外，並非獲得補助最多的鄉鎮，也不是活動社團最多。

除了長期辦桐花祭所累積高知名度外，舊山線產業協會近年來爭取桐花村建構經費挹注下，興建遊客所需公共設施如公廁、休閒場地與街道立面改善，加上平日用心維護當地客庄歷史風貌，桐花祭期間運用客庄特有常民伯公祭祀慶典文化結合桐花祭意象，讓遊客留下很深的獨特印象，而三義地區經常舉辦地方特色活動節慶，桐花祭過後有桃李祭、木雕節、鐵道文化節，今年雲火龍節又獲選為台灣客庄十二大節慶活動，是一個很有多元豐富活動力的地區，平日遊客回流時，

三義地區有勝興車站、木雕街、苗一三〇線休閒農業區等特色地理環境觀光資源提供旅遊，所以非桐花祭期間遊客仍然可以玩得有趣。

(二) 功能完善的客家商圈，可以滿足消費的需求。

勝興地區與三義市區自己本身即形成一個商圈，具有客家特色的商圈，沿途為賣客家菜餐廳、客家米食與客家特色伴手禮的商店或木雕藝品，可以滿足消費者購物消費等需求，勝興車站結合鐵道及桐花文化意象，發展出自己桐花鐵道伯公明信片、桐字旗等等創意商品相當受到年輕人的青睞，商圈功能性非常完整。

(三) 西湖渡假村桐花祭行銷成功，吸引十二萬人潮

結合電視知名戲劇性節目作置入性行銷策略，與客委會與縣政府辦桐花祭開幕主場與桐花婚禮，締造出桐花祭一個月的期間十二萬人次以上的佳績超人氣佳績，並與部分地方相關業者聯合作平面媒體廣告，受到當地業者的肯定。

(四) 未緊臨商圈以提供賞花行程的客庄傳統社區，桐花祭對當地經濟提升能力較弱。

頭屋山水社區總體營造協會，有非常幽雅的賞花環境，社區民眾動幾乎全員加入桐花祭活動，展現出客庄熱情與純樸的高度客庄人文精神，受到當地縣政府及公所的肯定，活動主場當日桐花林遊客人數超過千人以上，非假日到夢幻桐花道現場訪談，發現很多民眾都是外地來遊客，係透過縣政府發布平面媒體或客委會網站資料來旅遊，但最近因為頭屋鄉本身並無商圈，除了社區於活動期間提供米食及客庄辦桌式餐飲服務外，桐花祭過後人潮銳減，經濟產值無法持續。

三義雙湖社區擁有三義最美的桐花林地，完善步道及寬廣連外道路，遊客賞花絕佳景點，遊客如織，但因為該地並無商圈及相關產業，

僅有一座檜木與香茅精油廠及客家米食與青菜販售，無法滿足遊客消費行為，據當地人士多年辦理桐花祭經驗，估計年度產值不及一百萬元，無法鼓勵年青人回到客庄經營地方，桐花祭傳承地方發展與經濟持續力受到考驗。

Kolter(1993)將地方未來發展視為一項吸引人的產品，可以提供服務、滿足需求，針對特定對象運用行銷策略，具策略性意涵的地方行銷概念圖，包括其主體性、行銷要素與目標市場，呈現出地方行銷多元性之內涵，而其中地方行銷因素則包括了基礎建設、吸引力景點、生活品質與形象，其中具吸引力景點，如自然風光、歷史及名人、購物商場、文化景觀光，而基礎建設如建築物、道路及運輸系統、環境品質、遊客服務、街道等設施，在人物方面如著名人物、熱誠的地方領袖、具有創業能力的人等，另外當地居民親切助人友善熱情等均是地方吸引觀光客的因素。

所以桐花祭活動帶動觀光之外，對地方產業行銷必須先瞭解地方中本身所擁有的資源特色，才能進一步進行市場研究，市場區隔，才能充分發揮資源優勢，達到顧客期望與需求，而三義鄉在桐花祭活動則兼具了上述特質，成功以桐花祭結合地方行銷成為高人氣旅遊景點。

因此政府部門在桐花祭活動做關係人選擇時，除了與活動主題配合外，可考量有計畫扶植具有地方特色資源之關係人，再加以強化基礎設施等，相信可以為桐花祭帶動觀光與振興產業目標之持續力帶來乘數效果。

### **參、政策網絡關係建構與管理**

網絡關係管理良窳需要各網絡關係人持續進行互動協調，共同研定有效管理方案，做到資訊分享與資源分配合理公平，進而建構良好信任與夥伴關係。而在「善治」概念下，治理議題不僅限於政府內部，要注意公開透明、公民參與、課責、社會平等、包容性、倫理與忠誠行為、公平程式、

有效維繫夥伴關係能力、尊重法治等，才能避免產生集體盲思形成黑色網絡，而苗栗地區桐花祭政策網絡關係建構情形問題發現如下：

### **一、明確的政策網絡參與角色定位，有助於提升彼此信任及長期政策推動的順利與完整性。**

Bruner(1991)認為組織間協力過程中整體治理基礎結構部分，核心團體參與承諾投入且發展共同使命，建立良好論述與對話機制，設置統合協調或幕僚機構以設計及執行與監測全面性服務體制。

桐花祭輔導與溝通互動方面，主要由客委會與活動執行者直接進行溝通與輔導，部分參與成員覺得縣政府資訊取得比他們還慢，縣政府及當地公所礙於人力，較少直接參與其他成員活動，雖然縣政府很用心為縣內活動作事前整合及事後開會等相關工作，但活動成員感受度不強。

縣政府網絡參與角色為活動執行者外，尚需兼具地區統合協調功能性，作為整個苗栗地區公所、社團及業者桐花祭活動事務整合主導者，與客委會作承上轉下行政活動傳遞與協調者。

而在活動時發生客委會申請補助公文，公所與社團比縣政府更早得知的情形，一再考驗到縣政府角色定位，進而影響到其他成員對縣政府提供輔導與溝通的信任與滿意度。

客委會人力不足及桐花林重要資源提供須仰賴地方，很多縣級地方管理、地方文化、產業特色等在地資訊等，均需透過地方政府提供，而苗栗縣政府又是桐花祭活動最大提供者，所以如能重新開啟良好論述與對話機制，設置統合協調或幕僚機構，考量公文與消息傳遞，溝通協調時邀請地方政府加入，並適度的提供重要資源給地方政府，將有助於地方政府作為桐花祭發展地方特色整合溝通整合，進而有效維繫中央與地方夥伴關係。

縣政府可能因為財政因素，無法提供財源給其他成員運用，但對活動

執行可以為地方社團提供跨域協調及地方整合功能，作為與客委會溝通橋樑，例如主動為通霄與三義公所等作區域性整合，相信在承上起下與地方領導角色上，有助於取得客委會與當地活動成員間更多信任，進而有效推動地方事務與政策發展。

## **二、保持經常性溝通與接觸，才能建立良好與穩定合作模式。**

網絡中各個參與者或網絡節點的聯繫頻率對政策績效有正面影響，如果沒有良好管理機制，互動頻率不高，則協力關係不能適當發揮。

客委會、社團、業者在桐花祭網絡中，經過八年長期資源依賴與持續性溝通，培養出良好穩定合作關係，雖然縣政府與部分地方公所在桐花祭活動時為轄內各成員規劃期程、印製地圖、開發客源，提升遊客參加機會，但其他活動成員卻覺得縣政府及公所很少主動參與活動，並提供相關協助；地方政府應可考量加強溝通頻率與互動方式，增加主動參與活動次數，重新建構彼此信任與穩定合作關係，有助於整個桐花祭活動中苗栗縣政府領導地位的持續。

## **三、建構桐花村硬體設施不能符合社團對地方文化特色保持的期待，考驗對政府效能的信任。**

勝興地區獲得客委會等有關單位補助，建構國際桐花村硬體建設及綠美化工程經費約二千餘萬元，施作主要街道店家立面、公廁、生態池與綠美化工程等，但當地社團覺得不能符合對工程品質的期待，主要原因為公共行政部門規劃時，未考慮當地歷史對地方未來發展重要性，施作過程中會破壞原有歷史文物保存，政府部門常以經費不足無法變更設計或時間壓力趕著發包為由予以結案，讓他們對政府補助硬體設施經費滿懷期待，卻又擔心地方文化特色無法延續，將會形成對政府專業能力信任的考驗。

文化保存除了金錢花費外，更需要靠時間、人文及自然環境的百年粹

煉才得以形成，而客家桐花祭以體驗客家文化意象為源，藉以達成活絡客庄及產業經濟為目的，客庄特有文化生活元素是吸引遊客參加桐花祭的重要動力，所以政府部門在硬體施作之時，應加予考量對當地文化特色維持，以強化社團對政府部門執行效能的信任度。

#### **四、資源提供公平合理性影響創新需求及地方特色發展**

(一) 資源提供除公平性考量外，如能依據桐花政策目標及客庄特色需求，將更能發揮資源配置效率合理性及創新性之需求。

目前補助經費審核機制，客委會訂有非常明確申請與評審計畫，補助金額以最高三十萬元為原則，但當地活動執行者認為地區性的補助金額不足，尤其在作跨區活動連結時經費更顯不足，無法與其他社團合作呈現更多活動內容，創新性受到限制，對地方文化與當地特色可能無法彰顯，會造成服務效能減少。

地方政府、社團與業者均認為創新是未來桐花祭活動重要努力方向，希望可以增加補助款金額讓活動辦得更好，但政府部門不能今天補助多少就要有多少業績出來，扶植產業創新需要投注更多耐心與資金栽培。

(二) 地方政府提供補助資源有其需求性，可以符合地方特色發展期待。

目前桐花祭主要補助經費與行銷推廣提供者為客委會，縣政府及公所因為本身財源不豐，並未給予轄內社團或業者相關活動特定補助。

對客委會行銷推廣認為具有效益，但屬全省性，在地特色著力不多，目前桐花祭範圍逐年擴大，恐影響苗栗縣桐花祭優勢地位，希望地方政府可以編列相關預算輔導社團及產業，研究發展出屬於苗栗地方特色產品與桐花祭意象，所以部分公所及社團仍希望縣政府也能列為常年性預算編列項目給予支援，有效行銷地方特色，維持桐花祭優勢地位。

## **五、獲得硬體建設經費是活動社團共同期待，也有助於桐花意象 延續與活化客庄的政策目標。**

目前參與活動社團大部分靠近山區居民不多，基礎公共建設較為缺乏，桐花祭湧入大批遊客之同時，公共設施提供相形見拙，沒有安全步道、沒有公廁、沒有停車規畫，旅遊品質無法提升影響再遊意願。

因為桐花祭重新受到矚目的傳統客家社區，遊客平日回到客庄時無法與桐花意象連結，再加上沒有完善商圈及豐富觀光資源，會造成期望落差，所以當地社團對桐花意象硬體設施強烈需求，具有延續桐花意象，改善旅遊品質及活化客庄的功能，而地方公所一般無財力可以提供，亟需要地方政府及中央單位支援。所以政府部門如能考量給予適度的補助支援，將有助於提升旅遊品質及桐花意象的延續與活化客庄的目標。

## 第二節 研究建議

為完成桐花祭共同政策目標實現「深耕文化、振興產業、帶動觀光、活化客庄」的行銷目的，網絡關係人與資源及網絡關係管理影響桐花祭目標之達成，經由以上問題發現作成相關建議如下，期為日後桐花祭活動政策目標發展客庄文化與產業活動的建議，並希望作為政府部門發展長期客家政策目標之參考。

### 一、觀光人潮過多地區，地方政府可以發展區域性整合與公所及業者協力合作，規劃遠距停車場形成輸運網絡，結合各鄉多元文化特色，提升旅遊品質

桐花祭期間三義地區交通打結，受限於地形與地目關係無法於短期間有效解決，影響遊客旅遊品質及再遊意願，建議：

- (一) 參酌國內外著名觀光景點或大型展覽會，規劃較遠距大型停車場，形成輸運網絡，有效輸運旅客及維護自然環境景觀，提高旅遊品質增加停留時間。

例如花卉博覽會、台南國際蘭花展等活動，為了有效管制流量及維護展場服務品質，均會規劃較遠距大型停車場，除了大型遊覽車接駁外，彰化花卉博覽會還加入了當農村特色卡車裝扮成農用牛車等提供民眾搭乘；台南國際蘭花展加入類似遊樂場的電動小火車，深受兒童及老人家青睞；中國四川九寨溝風景區，為了維護重要自然環境，規定遊客一定換成當地環保車才能進入；或許遊客一時覺得不方便，但在加入了些許趣味接駁方式，享受不受車輛驚嚇高品質活動後，都會欣然接受遠距大型停車場的措施，有效減少車輛過多造成壅塞及環境污染問題，輸運旅客、維護自然環境景觀，提高旅遊品質增加停留

消費時間。

因此三義地區可以考量協調結合三義交流道、銅鑼、通霄等大型私人停車場，規劃遠距停車場，加強接駁車頻率與趣味性，或於桐花祭期間開出舊山線桐花祭觀光火車等方式解決交通問題，可以提升民眾旅遊品質及有效保存照顧環境資源，與遊客在三義地區享受桐花祭豐富行程時間與消費力。

(二) 區域整合資源連結，提供遊客多元化旅遊，增加停留時間與消費廣度，創造苗栗觀光產業發展優勢。

銅鑼鄉、三義或通霄邊界規劃遠距停車場之同時，整合三義、通霄及銅鑼地區形成桐花祭連結旅遊路線，三個鄉鎮有緊鄰桐花林及步道群，通霄休閒農場及海生館可以吸納喜歡休閒旅遊型態的遊客，銅鑼鄉雙峰山、虎頭崁及興建中樂活桐花公園有著名桐花林區，但銅鑼鄉境內近來少有加入活動社團，形成輸運網絡之後，交通困境舒解，結合通霄休閒農業及銅鑼傳統純樸客庄形象氛圍，可以增加遊客旅遊多元性與趣味性，延長停留時間，可以從桐花祭塞車一日遊，加上客庄與農村生活體驗之為二日遊，提升苗栗地區住宿業、伴手禮、餐廳等經濟產值。

因此如能發展跨域鄉鎮整合與各鄉鎮公所共同合作，疏解交通問題、行銷地方文化特色，有效提升桐花祭旅遊品質，更可加深遊客到苗栗的有趣性及變化性，維持苗栗地區優勢地位。

## **二、加強當地人文與地理環境資源的特色推廣，強化基礎建設，**

### **有助於延長桐花祭效益，提升觀光人數創造經濟產值**

桐花祭花期很短，活動旅遊人潮在一至二個月內隨著花期結束，也復歸於平靜，但文化傳承與產業經濟規模產值不是一蹴可幾，需要持續性的

消費來創造經濟產值，而在眾多休閒產業與觀光活動中，如何獨獲消費者青睞，不斷重複性消費，是產業發展重要關鍵因素。

例如頭屋山水社區，活動主場當日桐花林遊客人數在千人以上，但因非緊臨商圈，經濟產值無法持續，而三義、南庄地區在桐花祭過後仍能維持遊客人數，在非桐花祭期間也可以隨時回到客庄旅遊消費。良好功能性商圈可以提供遊客消費，具有地方特色觀光環境資源隨時可滿足遊客多元化需求，擁有地方特色地理環境資源與完善基礎設施建設，可以增加遊客再遊意願，產業業者如能同時為相關商品注入更多地方文化特色，結合桐花意象，將有助於延長桐花祭效益，行銷地方提升文化產業經濟產值。

所以桐花祭活動內容與創新方面，可以考量加強當地人文與地理環境資源特色推廣介紹與連結，使遊客能對當地特殊人文與環境景觀留下深刻印象，增加遊客非桐花祭期間回流意願及消費機會。

而強化當地軟、硬體基礎設施建設，例如道路便利規劃、旅遊資訊導覽與提供，公共廁所設置，休憩設施提供等，尤其在商圈不發達或無商圈緊鄰的社區，對地方行銷更有其重要性存在。

### **三、透過客家桐花祭活動認識客庄與深化客家文化認同**

客委會在桐花祭活動項目對推動客家文化方面著墨甚多，例如推動客家爵士及搖滾音樂、桐花文學創作等，然而當地客庄民眾目前仍認定桐花祭只是客委會行銷客庄文化的工具。

客委會委託研究 97 年度全國客家人口基礎資料調查研究（2008：127），從客家家戶民眾認知「客家文化」意含有 28.6%的客家民眾認為客家文化就是客家人「勤儉、刻苦耐勞」的特性。其次是「客語」的 25.3%，「特殊的飲食習慣」有 22.2%，認為客家美食就是客家文化，其他如認為客家人特有的節慶、喪葬喜慶等禮俗(11.6%)，如以上統計數據可以發現

客家節慶禮俗等可以代表客家文化，在客家民眾的認為上仍屬偏低。

文化須要大家的認同，如何將油桐花文化意象深入到客家文化生活獲得認同，如能透過流行風創造流行或加上動人的文學故事提升大家對桐花的情緒因素等，進入大家生活情境中，再配合時間積累，將能達到深化的目標。

(一) 為桐花意象投注更多情感資本，走進民眾生活，走進當代流行，向客家歷史文化借鏡，從投入現代客家文化出發。

誠如陳學明（1996）等學者認為，文化括整體生活方式，無論是物質、知識、精神層面。包括生產組織、家庭結構、表現或是主導社會關係機構、社會成員藉以溝通的特殊方式，客家文化係由客家族群長年生活習慣、社會關係等方式加上時間洗禮所留下來的粹練而成。

學者李世暉建議或許先由流行音樂創作開始，例如請目前知名音樂製作人為桐花寫歌譜曲，成為朗朗上口的流行音樂，配上桐花MV或電視配樂，創造桐花音樂風潮；抑或創作成暢銷小說方式，由情感資本方向作投入，會更易收桐花意象之效。

或許桐花過去在客家文化地位不能受到客家民眾認同，但希望客委會的努力可以有效形塑桐花祭文化意象，為現代客家文化寫下一頁新的文化史，向客家歷史文化借鏡，從投入現代客家文化出發，走進民眾生活，走進當代流行，累積豐富客家情緒資本，透過時間粹練成為客家文化代表的一部分。

(二) 為桐花意象固本，對客庄傳統文化社區社團加強輔導與補助。

依研究發現傳統客庄社區社團參與率有逐年降低趨勢，因為傳統客庄活動計畫不夠精美與創新，正逐漸從桐花祭活動中消失，而在達成桐花祭由地方執行、社區營造的合作模式，達到活化客庄、深耕客

家文化的目標可能會面臨極大考驗，傳統社區客庄與文化團體具有其他產業型社團無法提供給遊客的客庄質樸熱情的文化與人文體驗，可以增加整理桐花祭活動多元化性與豐富性，對活動具有產業社團無法取代的功能。

建議辦理桐花祭活動時，可考量所要呈現出桐花祭意象先作分組，如產業協會、社區協會、文化、休閒農業等類型，有計畫扶植不同組別活動成員，對於傳統社區協會類型、地方文化傳承類型社團有計畫性加強補助與扶植，並給予強化性輔導與訓練，使其創意展現可以有效提升，而不再是每年唱山歌、社區媽媽才藝表演單調性活動內容呈現。

地方政府對傳統社區的才藝，可以考量其地域性，由縣政府或鄉鎮公所來輔導，作同質性整合，並與異質性才藝連結，作各個社區才藝合併，共同舉辦桐花祭活動，為地區傳統文化展現生命力與持續力，讓遊客到傳統客家庄欣賞美麗桐花林之時，可以一起欣賞到客家傳統技藝例如採茶戲、客家八音、農庄技藝與玩具等，表現出各成員優勢與活動多元之趣味性，如此不僅可以對客庄社區凝聚有效提升，對客家文化傳承相關當大的助益，也為當地產業重新找到萌芽發展的新契機，進而發展出具有客家文化創意特色為本的當地文化產業，也為客庄桐花祭之文本找到遠源流長的增生力量。

### **三、重要性資源提供合理公平性方面**

(一) 資訊提供的即時性可以讓網絡更有效率。

客委會對桐花祭政策目標的努力受到其他網絡關係人高度肯定，對問題癥結也非常清楚，經常到桐花祭活動社團作面對面溝通，是活動社團與產業業者最為稱讚且願意繼續合作的動力之一，部分社團因

為作業與爭取不足經費之需求，希望核准或申請能再即早通知，是人力資源可以持續努力的方向。

客委會硬體建構經費是多數活動成員的共同期待，如果部門預算屬經常門科目無法提供為硬體資本建設，可考量於補助計畫中加註說明宣導，並考量依桐花祭辦理績效卓著另外提供輔導申請計畫。

(二) 地方政府方面，增加多方接觸機會，讓網絡成員能感受縣政府努力與用心，以彌補人力與補助經費資源不足。

縣政府與公所方面，很努力執行桐花祭活動，對問題癥結也非常清楚，為苗栗桐花祭吸引全省客源作異業結盟連結，對苗栗當地客源引入有其存在功能性價值，但未對桐花祭活動編列特定補助經費且人力不足，無法提供社團及活動者長期持續性資源，如能增加多方接觸機會，其他活動成員當更能感受縣政府努力與用心，以減少資源不足所形成的溝通缺口。

(四) 考量編列桐花祭地方政府預算補助款，可以有效維持桐花祭優勢，為苗栗創造觀光與產業發展契機。

基礎建設是地方行銷重要因素，可以提升遊客再次回到客庄旅遊意願，尤其在道路停車場規劃、公共廁所建置，休憩設施提供等等，在商圈不發達或無商圈緊鄰的傳統型客庄社區而言是非常重要的，三義勝興地區覺得硬體設施對地方旅遊品質提升有相當重要性。因此延續非桐花祭期間的遊客率，並達成建設鄉里的社區願景方面，硬體建設需求有其必要性存在。

因各地公所年度總預算不多，所以部分公所及社團仍希望縣政府也能列為常年性預算編列項目給予支援，尤其行銷與宣傳資源提供方面，可以增加苗栗地方桐花祭活動特色宣傳，在桐花祭範圍逐年擴大

時，可以有效提升苗栗縣桐花祭優勢地位

地方政府可考量財源編列相關預算，畢竟桐花祭已是全國性注目觀光活動，花了八年時間建立，在苗栗全國第一之時，如何加強成為苗栗休閒產業發展的利基，作為發展觀光的藍海策略，是需要更多資源投入與長期支持。

#### **四、持續穩定的夥伴關係，是重要的網絡資源**

由苗栗桐花祭政策網絡示意圖發現，客委會居於重要網絡核心地位，而縣政府與鄉鎮公所的節點則落在邊陲，節點大小差距甚大，顯示在網絡中重要性遠不如客委會，甚至小於三義鄉公所，而苗栗是整個桐花祭活動資源最大提供者，不論幅員、人力動員與重要環境資源提供上，均遠勝於其他縣市，現況實務的角色位置應屬非常重要。

為何會出現如此差異，縣政府雖然擁有苗栗地區管轄權，但未編列補助經費，僅給予部分社團小額補助，目前可以提供給其他關係人重要性資源並不多，所以重要性遠不及客委會；另因部分受訪社團認為縣政府並未對其提供轄區社團、公所輔導與整合，網絡成員各自成一獨立區塊，直接連結客委會，對其他網絡成員之節點大小相對減低。而如何能提升縣政府在網絡成員中成為重要的節點，相關建議如下：

##### **(一) 明確角色定位有助於網絡重要性與良好信任關係作提升**

客委會目前在網絡角色為「政策制訂者、資源擁有及分配者」，對桐花祭活動補助模式，可能是基於政策或功能性考量，但在人力不足與重要資源桐花林、活動社團均屬地方政府轄區內，如能獲得地方政府的支持與擁護，願意鼓勵縣內社團大力支持參與桐花祭活動，將有助於桐花祭活動能量的持續力。

因此，除了對地方政府給予更有力的經費補助資源外，在網絡角色

上給予明確定位支持，也有助於縣政府角色地位重要性提升，例如在資訊資源傳遞上，儘量不發生社團與業者較縣政府更早知道補助計畫或其他業務等情形，請縣政代為協調溝通相關事務時，承辦單位尚不知所謂為何，直接影響社團與公所的信心。

縣政府方面，目前擔任角色為「活動執行者」及「溝通整合者」，對於桐花祭業務除了活動執行者及為中央政府與地方擔任溝通整合者」外，尚有一個角色是非縣政府莫屬之角，即作為苗栗地區桐花祭活動的「主導帶領者」，主導苗栗桐花祭活動與產業發展、參與成員永續成為全台灣第一的桐花祭地位帶領者，透過本身為地方政府的優勢行政權，連結當地社團與產業業者共同努力辦桐花祭活動，整合鄉鎮跨域資源，讓縣內資源發揮到最高，利用桐花祭現有的廣大知名度與行銷資源所帶來的眾多觀光人朝，為苗栗創造出產業與地方客家文化能量提升。

## （二）加強橫向與水平連結是縣政府重要目標

依目前網絡關係圖組成情形呈輻射型發散狀態，如果客委會減少對苗栗地區補助，整個苗栗地區會呈現縮減，而不具備獨立形成網絡能力，各鄉鎮地區連結各自為一區塊，當地地區橫向連結程度低，影響地區整合能力。

因此縣政府方面如果希望維持桐花祭領導地位，應可多加強橫向與水平連結，如鄉鎮公所、社團與業者共同努力，這是縣政府維持領先地位的重要課題。

### 第三節 後續研究方向

本研究完成後發現尚有很多方向可作研究，以下幾點建議可作為未來研究方向參考：

- 一、目前以縣內具代表性活動參與者研究為主，如未來能再加以對當年度參與觀光活動消費者行為相關調查或客家桐花祭滿意度調查，則可有助桐花意象創意商品未來之創新及對未來在客家文化意象深化之參考。
- 二、本研究以深度訪談方式為主作質性研究分析，如後續可嘗試以量化研究方式，對縣內所有曾參與客家桐花祭活動者作全面性研究分析，將可對目前質性研究分析所得結論作多方面客觀性之印證。
- 三、目前在相關產業業者分析方面，僅與客家桐花祭活動密切相關者以雪球抽樣方式作訪談研究，但與客家桐花祭有關產業業者相當多，日後如能再加強，對產業經濟成效當有更大助益。
- 四、本研究期間以 2008 年至 2009 年為主，後續如能持續進行年度比較分析，將可以為客家桐花祭政策作更多建議，對客家未來長期發展方向將更有助益。

## 參考文獻

### 壹、中文部分

王雯君、張維安(2003)。客家文化與產業創意：2004年客家桐花祭之分析。  
**中央大學社會文化學報**。

王淑燕、陳光達、俞智敏譯(1998)，Jenks, C. (1993) **Culture (文化)**。  
臺北：巨流。

丘昌泰主編(2007)。**非營利部門研究—治理、部門互動與社會創新**。臺北，智勝。

丘昌泰、周錦宏(2007)。台灣客家非營利組織的產業化與地方社會經濟的發展：以苗栗縣兩個社區組織為例，載於丘昌泰、蕭新煌(主編)，  
**客家族群與在地社會：臺灣與全球的經驗**，45-76。臺北：智勝。

史美強(2005)。**制度、網絡與府際治理**。臺北，元照。

台灣旅遊聯盟網站。2008年12月21日取自 <http://travel.network.com.tw/tourguide/twnmap/miaoli.asp>。

台灣採購公報網絡。2009年03月13日取自 <http://www.taiwanbuying.com.tw/QueryCloseCaseAction.ASP>。

古永嘉(1996)。**企業研究方法**。臺北：華泰。

林鍾沂(1994)。**政策分析的理論與實踐**。臺北：瑞興圖書公司。

朱雅群(2005)。**客家桐花祭之政策行銷暨滿意度分析**。國立臺北大學公共行政暨政策學系碩士論文。

朱婉寧(2006)。**台灣文化觀光中的認同建構--以客家桐花祭為例**。國立政治大學新聞研究所碩士論文。

朱鎮明(2005)。**政策網絡中協會力關係的成效—理論性的探討**。公共行

**政學報**，17，113-158。

行政院客委會(2008)。**桐花主題網**。2008年09月04日、2000年04月01日取自 <http://tung.hakka.gov.tw/>

行政院客家委員會(2008a)。**苗栗 2008 客家桐花祭導覽護照**。行政院客家委員會。

行政院客家委員會(2008b)。**97 年度全國客家人口基礎資料調查研究**。行政院客家委員會。

阮亞純(2003)。**以節慶活動振興地方產業之研究—以屏東縣黑鮪魚文化觀光季為例**。屏東科技大學農業企業管理系碩士論文。

李允傑、丘昌泰(2003)。**政策執行與評估**。臺北，元照。

林宜蓉(2002)。**地方政府舉辦節慶活動之經營策略與行銷活動研究**。中山大學傳播管理研究所碩士論文。

林美萍(2003)。**遊客對產業文化活動效益認知之研究-以白河蓮花節、左鎮白堊節、麻豆文旦節為例**。逢甲大學土地管理所碩士論文。

林淑晴(1988)。**從環境知覺探討垃圾對遊憩體驗的影響-以日月潭為例**。中興大學園藝所碩士論文。

林玉華(1999)。**政策網絡：政策執行的新典範**。**行政暨政策學報**，1，135-148。

林玉華(2002a)。**政策網絡理論之研究**。臺北：瑞興。

林玉華(2002b)。**政策網絡的治理模式：以英國與歐盟為例**。**行政暨政策學報**，34，35-55。

林鍾沂(1998)。**新公共行政與新公共管理之比較**。**人事月刊**，30(6)，2-21。

林鍾沂(2000)。**行政學**。臺北：三民書局。

- 周錦宏（2008）。社會企業觀點下的地方文化產業發展：以台中縣兩個生產合作社為例。**2008年台灣公共行政與公共事務系所聯合會（TASPAA）國際學術研討會**。
- 邱秀宇、陳定銘。中央與地方政府互動關係之研究—以客家桐花祭活動與經費補助為主。**地方自治與民主發展：台灣經驗的省思學術研討會**。東海大學主辦。
- 邱榮舉（2002）。台灣客家政策與客家文化園區。**客家公共政策研討會論文集**。行政院客家委員會主辦。
- 官有垣（2001）。第三部門與公民社會的建構：部門互動的理論探討。**台大社會工作學刊**，4，163-201。
- 苗栗縣政府網站（2009）。98年5月17日，[http://www.miaoli.gov.tw/index/history/his2\\_01.asp](http://www.miaoli.gov.tw/index/history/his2_01.asp)
- 紀俊臣（2004）。地方自治團體跨域事務合作。行政院研究發展考核委員會，**研考雙月刊**，28（5），13-24。
- 徐正光（2002）。**徘徊於族群和現實之間**。台北：正中書局。
- 徐瑞穗（2004）。**節慶活動之參與動機效益認知和滿意度研究—以92年麻豆文旦節為例**。靜宜大學觀光事業研究所碩士論文。
- 高婉華（2003）。**網際網絡時代資訊政策工具的定性、功能與應用**。國立台灣大學政治學研究所碩士論文。
- 孫本初（2005）。治理理論之初探：政府、市場與社會治理架構。**公共行政學報**，16，107-135。
- 陳板（2002）。**化邊緣為資源：臺灣客家文化產業化的策略**。客家公共政策研討會。行政院客委會主辦。

- 陳秋萍（2006）。**非營利組織在政策網絡中角色功能之研究—以臺北市新移民照顧輔導政策為例**。臺北大學公共行政暨政策學系碩士論文。
- 陳淑汝（2003）。**台灣文化創意產業行銷策略之研究—以皮影戲為例**。國立雲林科技大學工業設計系碩士論文。
- 陳麗妃（2004）。**白河蓮花節行銷策略之研究**。立德管理學院資源與環境管理研究所碩士論文。
- 陳學明（1996）。**文化工業**。臺北：揚智。
- 張維安（2007）。**台灣客家研究概論—產業經濟篇**。行政院客家委員會、台灣客家研究學會。
- 張維安（2001）。社會鑲嵌與本土化研究—以關係網絡與經濟活動研究為例。**教育與社會研究**，2，67-90。
- 張輝山（2002）。**九年一貫課程政策網絡分析**。國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文。
- 彭映淳（2006）。**客家文化產業與體驗行銷：以東勢莊生活體驗為例**。國立中央大學客家政治經濟研究論文。
- 楊敏芝（2002）。**地方文化產業與地域活化互動模式研究—以埔裏酒文化產業為例**。國立臺北大學都市計畫研究所博士論文。
- 葉蓓華（2000）。**水庫興建之政策網絡分析**。國立政治大學公共行政學系碩士論文。
- 劉宜君(2006)。公共網絡的管理與績效評估之探討。**行政暨政策學報**，42，107-142。
- 劉宜君(2008)。**政策參與與政府再造-談政策網絡的概念與類型**。國家政策研究院網站。2008年08月12日取自 <http://www.npf.org.tw/particle-925-2.htm>。

- 劉坤億（2001）。**英國政府治理模式變革之研究**，政治大學公共行政研究所博士論文。
- 劉還月（1999）。**台灣的客家族群與信仰**。臺北：常民文化事業股份有限公司。
- 黃順意（2005）。**客家文化產業行銷之研究-以客家桐花祭為例**。國立臺北大學企業管理學系碩士論文。
- 黃世輝（2001）。文化產業與居民參與。**文建會九十年社區總體造年會論文集**。台北：行政院文化建設委員會。
- 靳雁鈞（2006）。**網絡與制度：重新檢視政策網絡**。東海大學政治學系碩士班政治理論組碩士論文。
- 漢寶德、劉新圓（2007）。**文化產業的分類與推動**。國家政策研究院網站。2008年12月20日取自 <http://www.npf.org.tw/particle-965-2.htm>。
- 蔡孟尚（2007）。地方政府參與客家桐花祭政策執行之研究—以新竹縣為例。**第三屆地方政府與公共管理研討會**。中華大學行政管理學系主辦。
- 駱焜祺（2001）。**觀光節慶活動行銷策略之研究—以屏東縣黑鮪魚文化觀光季活動為例**。國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文。
- 潘淑雯（2003）。**我國外籍勞工政策制定過程—政策網絡的分析**。國立中正大學勞工研究所碩士論文。
- 薛保瑕等人（2002）。**文化創意產業概況分析調查研究計畫報告**。行政院經濟建設委員會。

## 貳、英文部分：

- Agranoff, R., and McGuire, M. (1999). Managing in Network Settings. *Policy Studies Review*, Spring 16(1), 18-41
- Baker, W. E. (1994). *Networking Smart: How to Build Relationship for Personal and Organizational Success*. N. Y.: McGraw-Hill, Inc.
- Benson, J. K. (1982). A Framework for Policy Analysis, in D. L. Rogers and D. Whetten (eds.) *Interorganizational Coordination: Theory, Research and Implementation*. Iowa State University Press.
- Bronislaw Malinowski. (1944). *The Scientific Theory of Culture*. Chapel Hill, University of North Carolina Press.
- Bruner C. (1991). *Thinking Collaboratively: Ten Questions and Answers to Help Policy Makers Improve Children Services*. Washington, DC. : Education and Human Resources Consortium.
- Dye, Thomas R. (1998). *Understanding Public Policy*. Englewood Cliffs, N.J. Prentice-Hall.
- Erickson, Keith C. (1994). Partnership and Total Cost Management: Integral to Enhanced Profitability. *Australian Journal of Public Administration*, 53(1), 24-35.
- Franklin, C. (1995). Expanding the vision of the social constructionist debates: creating relevance for practitioners. *Family in Society*, 76, 395-406.
- Freeman, L. C. (1979). Centrality in Social Networks: Conceptual Clarification. *Social Networks*, 1, 215-239.
- Freeman, J. L. (1995). *The Political Process*. New York: Doubleday.
- Getz, D. (1991). *Festivals, Special Events and Tourism*. Van Nostrand Reinhold. New York.
- Grant, W. W., and Paterson, C. W. (1988). *Government and the Chemical*

- Industry: A Comparative Study of Britain and West Germany*.  
Oxford: Clarendon Press.
- Hecló, H. (1974). *Modern Social Politics in Britain and Sweden: From Relief to Income Maintenance*. New Haven : Yale University Press.
- Hecló, H. (1978). *Issue Networks and the Executive Establishment*. in A. King (ed.)
- Jörg Raab, H., and Milward, Brinton (2003). Dark Networks as Problems. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 13(4) ABI/INFORM Global, 413.
- Kickert, W. J. M. (1993). Complexity, Governance and Dynamics: Conceptual Explorations of Public Network Management. In J. Kooiman (ed.), *Modern Governance : New Government – Society*. Interactions, 191-204. London: Sage Publications.
- Kickert, W. J., Klijn, Erik-Hans, and Koppenjan, F. M. (1999). *Managing Complex Networks: Strategies for the Public Sector*. London: Sage.
- Klijn, Erik-Hans. (1996). Analyzing and managing policy processes in complex networks: A theoretical examination of the concept policy network and its problems. *Administration & Society*, 28(1), 90.
- Kooiman, J. (ed.) (1993). *Modern Governance : New Government-Society Interactions*. Newbury Park, CA.: Sage.
- Kolter. P. (1993). *Marketing management an Asian perspective*, Singapore, Prentice Hall.
- Marin, B. & Mayntz, R. (1991). *Policy networks, Empirical Evidence and Theretical Considerations*. Frankfurt and Main: Campus Verlag.
- Marsh, D. (ed.) (1998). *Comparing Policy Network*. Buckingham. Open University Press.
- Marsh, D., and Rhodes, R. A. W. (eds.) (1992). *Policy Networks in British*

- Government*. Oxford: Clarendon Press.
- McFarland, B. (1987). A Interest Groups and Theories of Power in America. *British Journal of Political Science*, 17, 129-147.
- Raymond, W. (1960). *Culture and Society, 1780-1950*. London: Chatto & Windus.
- Richardson, J. J., and Jordan, A. G. (1979). *Governing Under Pressure: The Policy Process in a Post-Parliamentary Democracy*. Oxford: Martin Robertson.
- Riply, R., & Franklin, G. (1980). *Congress, the Bureaucracy and Public Policy*. Homewood : Dorsey Press.
- Rhodes, R. A. W. (1988). *Beyond Westminster and Whitehall: the Sub-central Government of Britain*. London: Unwin-Hyman
- Rhodes, R. A. W. (1996). The New Governance: Governing without Government. *Political Studies*, 44: 652-667.
- Rhodes, R.A.W. (1997). *Understanding Governance: Policy Networks, Governance, Reflexivity and Accountability*. Buckingham: Open University Press.
- Scharpf, F. W. B. (1997). *Games and Actors Play: Actor-Centered Institutionalism in Policy Research*. Boulder, Co., Westview.
- Smith, Martin J. (1993). *Pressure, Power and Policy: State Autonomy and Policy Networks in Britain and the United States*. London: Harvester Wheasheaf.
- Smith, T. B. (1975) The Policy Implementation Process, *Policy Sciences*, 4(2), 203.
- The Governance Learning Net (2008). 2008/09/10, <http://www.Governanceinternational.org/english/fprodgl.html>.
- Van Waarden, Frans (1992). Dimensions and Types of Policy Networks.

*European Journal of Political Research*, 21(1/2), 29-52.

Wilks, S., and Wright, M. (eds.) (1987). *Comparative Government-Industry Relation: Western Europe, the United States and Japan*. Oxford: Clarendon Press.



## 附錄一 2009 客家桐花祭活動計畫書

### 一、宗旨：

透過「中央籌劃、企業加盟、地方執行、社區營造」之合作模式，聯合產業與桐花，結合更多創意與資源，以凸顯地方特色、深化各地藝文活動內容，實現「深耕文化、振興產業、帶動觀光、活化客庄」的行銷目的。

### 二、指導單位：行政院客家委員會

三、執行單位：基隆市、宜蘭縣、花蓮縣、臺北縣（市）、桃園縣、新竹縣、苗栗縣、台中縣、彰化縣、南投縣、雲林縣等縣市政府、鄉（鎮、市）公所及在地立案之民間社團等。

四、藝文活動辦理時間：依各縣市桐花綻放時間舉辦，暫定 98 年 4 月 1 日（星期三）至 5 月 17 日（星期日）；依各地區花期通報及實際天候狀況，再將活動舉辦日期及相關花開訊息公佈於本會桐花主題館網站上。

五、補助項目：以能結合在地文化、工藝達人、特色產業、觀光資源、開發知性旅遊等項目為優先考慮，如下列。

- （一）配合桐花主題之藝文活動，有助提升桐花與客家映象之精緻藝術展演活動等項目；惟如係搭配其他節日之頒獎活動、土風舞、唱卡拉 OK，或其他無文化特色之表演或無油桐樹之社區等，則不予補助。
- （二）鄉（鎮、市）公所提案申請辦理本案主場藝文活動、深度旅遊規劃等相關服務項目。
- （三）由不同創作模式的藝術家結合不同領域工作，如生態、園藝、工藝、教育、文史、社會學者，以駐地創作精神，透過藝術結合自然人文，讓社區居民從實際參與過程中自己實踐、經驗與創作，並展現土地與人文跨領域的多元面向所匯聚展現而成的項目。
- （四）以路跑、騎乘單車方式，推動節能減碳風氣，欣賞沿路桐花樹林之自然景觀、人文采風、古蹟風景，並結合地方小鎮的美食與產業特色，來推廣客庄賞桐旅遊風華等之活動。
- （五）結合在地「文學」、「地景」和「文化」及「在地特色」，來規劃深度旅遊桐花路線—例如：藝術家駐村、工藝之美、歡樂田園體驗、客家小鎮風情且能與附近桐花景點連結之知性旅遊計畫。

### 六、審查考量原則：

活動辦理範圍應於社團設立之在地縣市、鄉（鎮、市）桐花樹下、或車程、或步行 20 分鐘以內路程可及、或具規劃完善交通接駁之桐花景點樹下辦理藝文活動。以精緻度、創意、執行力等為優先補助，最高補助經費以 30 萬元為原則，屬社區內部消費性質或無法帶動未來發展與外來遊客參與之藝文表演活動，則不予補助。

### 七、申請程式：

依本案申請補助者，應於規定期限內，檢具申請表（請自行至本會網站 <http://www.hakka.gov.tw> 之〈表單下載區—2009 客家桐花祭相關資料區〉下載）及計畫書（為節能減碳，請雙面影印 10 份及 1 份電子檔）送各縣（市）政府承辦單位辦理，逾期不予受理。

### 八、申請時間：

請於 97 年 12 月 1 日前，向以下各縣（市）政府提出申請（以郵戳為憑），逾期不予受理。

基隆市文化局	基隆市信一路 181 號 電話：02-24224170
宜蘭縣政府民政處	宜蘭市縣政北路 1 號 電話：03-9251000
花蓮縣政府民政處	花蓮市府前路 17 號 電話:038-227171*365
臺北市客家事務委員會	臺北市大安區信義路 3 段 157 巷 11 號 電 話：02-27026141
臺北縣客家事務局	臺北縣板橋市中山路 1 段 161 號 電話：02-29603456
桃園縣政府文化局 (文化發展科)	桃園市縣府路 21 號 電話：03-3322592
新竹縣文化局 (藝文推廣課)	新竹縣竹北市縣政九路 146 號 電話：037-352961
苗栗縣政府國際文化觀光局 (觀光行銷課)	苗栗市北苗裏自治路 50 號 電話：037-352961
臺中縣政府民政處 (客家事務科)	台中縣豐原市陽明街 36 號 電話：04-25263100
南投縣政府文化局 (客家事務課)	南投縣南投市建國路 135 號 電話：049-22311191
彰化縣文化局 (藝文推廣課)	彰化市中山路 2 段 500 號 電話：04-7250057
雲林縣政府文化處 (藝文推廣科)	雲林縣斗六市大學路 3 段 310 號 電話：05-5340917

**九、計畫書應載明下列要項（列為補助參考）：**

- (一) 計畫名稱
  - (二) 計畫目的與預期效益
  - (三) 計畫執行、主辦、協辦及指導或贊助單位
  - (四) 計畫項目、內容及執行方法
    1. 執行日期、時間、地點（地址/聯絡人）。
    2. 活動方式：
      - (1) 應詳細說明活動項目與內容流程、執行方法、展演者（團隊）簡介、活動重點與特色、安全維護措施及保險等。
      - (2) 如規劃 1 日、2 日賞桐路線，應提供交通、食宿建議、行程規劃與詳細地圖及相關旅遊資訊。
      - (3) 辦理 DIY 活動之社團，應於送件申請時提供項目、圖片、材質說明及收費供參。
      - (4) 各申辦單位須提供活動地點及周邊賞桐景點經緯度座標、設施、建議行程（車行/步行路線）、桐花分佈區等資訊，以供本會上傳網站。
      - (5) 其他事項說明。
  - (五) 經費來源及經費明細表應詳細說明
- ※申請案件未依規定提出者，得請其於文到後 7 日內補正，未補正者，退回其申請，

致逾期者不予受理。

#### 十、審查機制：

以初審和複審方式進行，先由各縣市政府組成初審小組審查，依優先順序彙整（連同送審之計畫書 10 份及 1 份磁碟片），於 97 年 12 月 26 日（五）前提報本會複審；本會對於所提之申請案，其處理期間為 15 天，必要時得延長之。

#### 十一、注意事項：

- （一）申請案經本會複審通過後，得視個案之實際需要，採 1 次或 2 次撥款，採 2 次撥款者，本會得要求提階段性成果報告。
  - （二）受補助單位應於活動結束後 1 個月內，依相關規定檢具補助金額之原始支出憑證及成果報告書，送本會核銷，如補助用途不符者，本會得要求改善或予以追繳國庫。  
※本案補助經費不得支用於活動抽獎獎金、贈品、紀念品、點券、摸彩品、住宿費、差旅費、工作服、建築、美食與 DIY 材料、設備購買等項目。
  - （三）對縣（市）政府、鄉（鎮、市）公所之補助款，應納入地方預算辦理且補助經費之撥款及核銷程式應依本會對地方政府補助處理原則及相關規定專款專用。
  - （四）申請案須加蓋申請單位及負責人印章，本會得依事實需要，邀請申請單位前來本會補充說明，或由本會前往實地會勘，申請單位不得拒絕。
  - （五）受補助單位應配合本會桐花主題館網站資料更新作業，通報活動地點周邊桐花生長資訊，並提供相關賞花即時報、照片圖檔，如發芽、長葉、含苞、盛開等訊息。
  - （六）計畫之委託執行請依照政府採購法相關規定辦理。
  - （七）經核定之補助計畫，因考量整體行銷宣傳及賞桐民眾行程規劃需要，不得擅自更改活動內容、時間、地點、場地，除氣候因素外，其他特殊原故須變更計畫，應於活動執行 15 天前，事先函報本會備查，本會得酌減或取消補助經費。
  - （八）申請單位應協同社區居民整頓賞桐路線及有關文史景點，並力求淨化、綠化與美化。
  - （九）本會統一製作之布旗海報等文宣品，各申辦單位應向各縣市環保局或鄉（鎮、市）公所等相關主管單位申請核准懸掛並於事後恢復原狀，惟懸掛張貼處以不破壞自然景觀與安全為原則。
  - （十）核銷單據如涉及造假不實者，本會將視狀況主動移請政風或調查單位查察。
  - （十一）為響應節能減碳行動，成果報告書請雙面列印，封面註明辦理單位與活動名稱，於左邊以訂書釘裝訂即可，內容至少應包含計畫名稱、活動特色描述、執行內容、預算數與實支數對照表、執行成效、參訪人次、綜合檢討及建議、如有導覽行程應說明導覽人員簡歷與導覽日期、內容、活動照片及其他相關資料。
  - （十二）本計畫未盡事宜，準用本會「推展客家學術文化活動補助作業要點」之規定辦理。
  - （十三）如因實際需要改依本會其他計畫申請補助，如本會「推動特色文化加值產業發展計畫補助作業要點」，請另依該補助作業要點相關規定辦理。
- 【註】經通知而未派員參加本會 97 年 10 月 5 日、10 月 15 日「2009 客家桐花祭藝文活動研習」之社團，本會將不予受理「2009 客家桐花祭」活動補助申請案，合此敘明。

申辦 2009 客家桐花祭活動計畫

【附件 1】

申請 單位 基本 資料	名稱				負責人		
	地址						
	聯絡人		電話/手機	(公)	傳真		
	社區形態		人口數	人	戶數	戶	
	成立時間				立案字號		
	人力組織概況						
	說明本活動之人、事、時、地、物等內容						
	效益重點						
	經費來源	自有經費每年約 元,其他來源由 上級補助 元及會費 元					
導覽 指南	地名				衛星定位	東經_____	北緯_____座標
	其他地標						
	交通行程						
	步行時間						
	適宜對象						
	餐飲	<input type="checkbox"/> 無、需自備 <input type="checkbox"/> 有，請說明_____					
	社區故事與○○達人或精神人物代表						
	人文古蹟						
	觀光休閒						
	傳統老店						
	動、植物、昆蟲...【如附圖】						
	公共設施	<input type="checkbox"/> 停車場 <input type="checkbox"/> 公車路線 <input type="checkbox"/> 公廁 <input type="checkbox"/> 接駁專車 <input type="checkbox"/> 垃圾桶 <input type="checkbox"/> 觀景台 <input type="checkbox"/> 涼亭 <input type="checkbox"/> 其他					
	自然環境	一、建築物： <input type="checkbox"/> 古厝、 <input type="checkbox"/> 石板屋、 <input type="checkbox"/> 磚造、 <input type="checkbox"/> 鐵房、 <input type="checkbox"/> 駁坎 請說明_____。 二、綠地：					
	遊憩容納量	總人數__人、20人座車輛__輛、小客車__輛、大型巴士__輛					
	當地農特產品、等路、民宿						
旅遊建議							
行程/周邊景點地圖							

※本案如獲補助，所有相關資料將登錄於本會桐花主題館網站，故圖文資料若未經授權同意，請勿使用網路資料，以免違反著作權法。

# 附錄二 苗栗縣客家桐花祭政策網絡相關分析

## 一、苗栗縣客家桐花祭政策網絡成員矩陣表

編號	名稱	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
		客委會	苗栗縣政府	三義鄉公所	通霄鎮公所	頭屋鄉公所	南庄鄉公所	大湖鄉公所	苗栗市公所	頭份鎮公所	三灣鄉公所	卓蘭鎮公所	造橋鄉公所	公館鄉公所	舊山線協會	三義木雕會	通霄富麗協會	頭屋山水協會	南庄觀光協會	南庄南江委員會	造橋灰藝協會	造橋大西協會	頭份中港溪文化協會	頭份廣融協會	大湖大窩協會	公館陶獎協會	雙湖社區協會	西湖渡假村	山中傳奇餐廳	炭鄉八八民宿	彙古陶藝
1	客委會	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1
2	苗栗縣政府	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
3	三義鄉公所	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0
4	通霄鎮公所	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5	頭屋鄉公所	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6	南庄鄉公所	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
7	大湖鄉公所	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8	苗栗市公所	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9	頭份鎮公所	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
10	三灣鄉公所	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
11	卓蘭鎮公所	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
12	造橋鄉公所	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
13	公館鄉公所	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
14	三義舊山線協會	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0



## 二、苗栗縣客家桐花祭政策網絡成員重要資源交換分析表

NO.	單位名稱	關係人	交換	提供	計數	合計
1	客委會	苗栗縣政府	人力.地方管轄權	經費補助	1	20
		三義鄉公所	人力.觀光巴士	經費補助	1	
		南庄鄉公所	人力.觀光巴士	經費補助	1	
		苗栗市公所	人力.活動提供	經費補助	1	
		三灣鄉公所	人力.活動提供	經費補助	1	
		卓蘭鎮公所	人力.活動提供	經費補助	1	
		三義舊山線協會	人力.桐花林.活動	經費補助	1	
		三義木雕協會	人力.桐花林.活動	經費補助	1	
		通霄富麗協會	人力.桐花林.活動	經費補助	1	
		頭屋山水協會	人力.桐花林.活動	經費補助	1	
		南庄觀光協會	人力.桐花林.活動	經費補助	1	
		南庄南江委員會	人力.桐花林.活動	經費補助	1	
		造橋炭藝協會	人力.桐花林.活動	經費補助	1	
		造橋大西協會	人力.桐花林.活動	經費補助	1	
		頭份中港溪文化協會	人力.桐花林.活動	經費補助	1	
		頭份廣興協會	人力.桐花林.活動	經費補助	1	
		大湖大窩協會	人力.桐花林.活動	經費補助	1	
		公館陶瓷協會	人力.桐花林.活動	經費補助	1	
西湖渡假村	場地及免費入園	主場活動	1			
彙古陶邑	配合商品展售	經費補助通路輔導				
2	苗栗縣政府	客委會	經費補助	人力.地方管轄權	1	5
		南庄鄉公所		經費補助	1	
		三義舊山線協會	公設用地.管理	專業人力	1	
		頭屋山水協會	場地提供活動配合	媒體宣傳	1	
		西湖渡假村	場地及免費入園	桐花婚禮主場活動	1	
3	三義鄉公所	客委會	經費補助	人力.桐花林.活動	1	6
		三義舊山線協會		觀光巴士	1	
		三義木雕協會		觀光巴士	1	
		通霄富麗協會	觀光巴士.解說員	觀光巴士	1	
		雙湖社區		觀光巴士	1	
		西湖渡假村		觀光巴士	1	
4	通霄鎮公所	通霄富麗協會	活動配合	爭取經費活動提供	1	1
5	頭屋鄉公所	頭屋山水社區		活動爭取活動提供	1	1
6	南庄鄉公所	客委員	經費補助	人力.桐花林.活動	1	4
		縣政府	經費補助		1	
		南庄觀光協會		觀光巴士	1	
		南庄南江委員會		觀光巴士	1	
7	大湖鄉公所				0	0
8	苗栗市公所	客委員	經費補助	人力.桐花林.活動	1	1

(續前頁)

9	頭份鎮公所				0	0
10	三灣鄉公所	客委員	經費補助	人力.桐花林.活動	1	1
11	卓蘭鎮公所	客委員	經費補助	人力.桐花林.活動	1	1
12	造橋鄉公所				0	0
13	公館鄉公所				0	0
14	三義舊山線協會	客委員	經費補助	人力.桐花林.活動	1	4
		三義鄉公所	觀光巴士		1	
		縣政府	專業技術	公設管理維護	1	
		山中傳奇	會員捐款	活動提供	1	
15	三義木雕協會	客委員	經費補助	人力.桐花林.活動	1	2
		三義鄉公所	觀光巴士		1	
16	通霄富麗協會	客委員	經費補助	人力.桐花林.活動	1	4
		通霄鎮公所	活動支援	活動互援	1	
		三義鄉公所	觀光巴士.解說員	觀光巴士	1	
		彙古陶邑	會員支援	活動提供	1	
17	頭屋山水協會	客委員	經費補助	人力.桐花林.活動	1	3
		縣政府	媒體宣傳	活動配合	1	
		頭屋鄉公所	活動支援		1	
18	南庄觀光協會	客委員	經費補助	人力.桐花林.活動	1	2
		南庄鄉公所	觀光巴士		1	
19	南庄南江委員會	客委員	經費補助	人力.桐花林.活動	1	2
		南庄鄉公所	觀光巴士		1	
20	造橋炭藝協會	客委員	經費補助	人力.桐花林.活動	1	1
21	造橋大西協會	客委員	經費補助	人力.桐花林.活動	1	1
22	頭份中港溪文化協會	客委員	經費補助	人力.桐花林.活動	1	1
23	頭份廣興協會	客委員	經費補助	人力.桐花林.活動	1	1
24	大湖大窩協會	客委員	經費補助	人力.桐花林.活動	1	1
25	公館陶瓷協會	客委員	經費補助	人力.桐花林.活動	1	1
26	雙湖社區協會	三義鄉公所	觀光巴士		1	2
		炭鄉八八民宿	會員		1	
27	西湖渡假村	客委員	主場活動	場地免費入園	1	3
		縣政府	桐花婚禮	場地免費入園	1	
		三義鄉公所	觀光巴士		1	
28	山中傳奇餐廳	舊山線產業協會	活動提供	會員捐款	1	1
29	炭鄉八八民宿	雙湖社區協會		會員	1	1
30	彙古陶藝	客委會	行銷補助輔導	商品配合展售	1	2
		通霄富麗協會	活動提供	會員支援	1	

資料來源：本研究

## 附錄三 研究訪談問題

由訪談大綱轉化為深度訪談問題如下：

### 一、中央及政府部門訪談問題

1. 幾個單位承辦桐花祭活動? 承辦人有幾位? 舉辦桐花祭的目的? 為機關係施政目標? 配合機關辦理? 參予桐花祭本身最大優勢?
2. 轄內共有幾個團體辦理桐花祭? 機關有自行舉辦桐花祭相關活動? 或均配合各社團或公所辦理?
3. 近年來獲得客委會補助桐花祭活動補助金額與案件, 是否需要自籌配合款? 是否有逐年減少之情形? 除辦理活動外, 是否有硬體或其他建設經費?
4. 如何得知桐花祭補助提案? 是否有專人來溝通, 使活動更完善? 活動結束會不會一起作討論及提供輔導? 會中所提意見會不會被採納?
5. 今年桐花祭活動預定項目? 活動的主要項目由縣府決定辦理時間及辦理內容? 或是與受補助單位及公所協商開會後決定?
6. 會不會派人支援? 例如配合活動、記者會、媒體宣傳等?
7. 是否有桐花祭參加人數及相關成果統計資料?
8. 是否訂有各地桐花祭社團及業者的行銷或合作計畫?
9. 對桐花祭活動是否滿意? 成果是否如預期? 對客家文化特色、當地產業經濟發展有幫助? 在觀光方面? 相關產業? 對單位發展目標?
10. 辦理桐花祭的「藉由中央籌劃、企業加盟、地方執行、社區營造之合作模式」之看法, 優缺點?, 對縣市地方政府、活動社團及業者的定位及期許?
11. 目前補助制度是否可以滿足社團與業者對公平與資訊公開的期待?
12. 其他意見與建議? 對主辦單位或其他參與者之建議?

### 二、活動執行社團訪談問題：

1. 請問貴會編組人數? 成立時間? 成立宗旨?
2. 辦桐花祭時是否有其他單位人來支援? 每天來參加人估計? 人, 是否與貴會預估參加人數一樣?
3. 總共辦幾年桐花祭? 經費來源? 公所及縣政府有補助? 或派人支援? 會不會覺得經費不足? 獲補助金額?

4. 活動的主要項目？自己決定辦理時間及辦理內容？或是與補助單位及公所協商開會後決定？會不會派人來支援？活動結束會不會一起作討論及提供輔導？會中所提意見會不會被採納？
5. 如何得知桐花祭補助提案？是縣府或公所通知？政府部門會主動提供，例如交通管制、記者會、媒體宣傳等，並經常有專人來溝通，使活動更完善？
6. 貴社團辦桐花祭最大優勢？
7. 桐花祭活動對協會發展宗旨、客家文化特色、當地產業經濟發展是否有幫助？
8. 對於活動承諾補助金額或提供協助是否均能實現？是否下次再合作辦桐花祭？
9. 對桐花祭活動補助方式或辦理方式建議？
10. 對客委會、縣政府、公所的建議或期許？

### 三、相關產業訪談問題：

1. 請問貴單位的人數？主要經營項目？是否參與桐花祭辦理活動？參加項目？有配合桐花祭活動的商品或推廣活動？
2. 如何得知桐花祭活動？是縣府或公所通知或社區？
3. 會不會參與桐花祭活動的籌備或規劃活動前置作業，並提供建議？
4. 是否接受桐花活動相關經費補助？或產品設計及生產等輔導？
5. 桐花活動是否可提升當地建設發展？產業經濟發展？或客家文化？
6. 政府部門對產業與桐花祭結合程度所作努力是否滿意？
7. 是否願意與客委會、縣府及活動社團經繼辦桐花祭？
8. 桐花祭期間消費人數是否增加？桐花商品對營業額有提升有幫助？佔的比率？是否與預期相同，自己覺得否滿意？
9. 對政府部門推廣桐花活動的建議？
10. 對桐花祭活動補助方式、或辦理方式的建議？
11. 對客委會或縣政府及其他社團或業者意見與建議？

## 附錄四 訪談紀錄稿

編號： A1  
 訪談對象： 苗栗縣政府國際觀光文化局  
 訪談地點： 2008年09月17日 12:10至14:00  
 訪談地點： 苗栗市桐花紀事餐廳

1. 問：請問勝興桐花祭活動是由你們與社區連繫或公所來連繫？  
 A1：有另一個問題是，地方政府跟這些社團中間又有一個地方政府三義鄉公所，那很少說很單純跟地方社團連係，所以通常也需要三義鄉公所做連繫，但我看三義鄉公所的整合能力，又會把duty球丟回來（A1，1：1），也是一直有這樣問題，三義我們也有去，這個也可以在你們去作個案研究，二個雙重個案比較，去找社經發展比較成熟地區，及比較不成熟地區，用組織向心力與組織間協調性你會發現三義的特殊案例，一般地方社團組織只有一個或二個，社團重疊性很高。
  
2. 問：勝興目前有幾個社團？  
 A1：勝興有以前叫國際桐花村發展協會，現在舊山線文化發展協會，就是邱文山、李棋陞，就是勝興客棧劉媽媽他的兒子，他們幾個主導，這一群比較年輕化，想法都會比較新一點，那有另外一群是，觀光產業協會，文化觀光協會這二個，社團都還存在，只是他們這個社團的東西不只在勝興，只是剛才所提的彭老闆就在勝興車站前面營業，山中傳奇，另外就是這邊木雕協會，就在遍佈神雕村，水美街，一直到三義市區，
  
3. 問：現在桐花祭活動是你們主辦？  
 A1：對，但今年，以往桐花祭活動都是由文化局族群發展課主辦，族群發展課是縣府主要承上轉下的一個主要窗口，他也會辦相關活動類似桐花婚禮，今年比較特別，今年觀光業務來到文化系統，局長就說給觀光業務的承辦單位來辦，所以在觀光行銷課，我們也是第一次辦，還蠻有趣的，我們工作duty就分二個，一個承辦人就單純負責承上轉下，幫忙下面單位他的補助公文彙整給客會，協助客委會協調連繫業務，另外一個就是主要負責辦我們自己桐花祭活動（A1，3：1），我們今年自己辦的有，4月26日有辦將近五千人，然後去把東西向快速封路，東向封路，由苗栗這開始騎，騎到大湖，那時規劃過程我們想說沿線桐花已經開了，幾千人桐遊東西向快速路，騎自行車，然後在雪霸公園管理處也有宣傳，類似起跑的儀式，年度桐花祭開鑼的儀式。
  
4. 問：縣政府自己主辦，大湖公所有協辦？  
 A1：對自己主辦，大湖公所因為有幫忙我們做垃圾清運部分，5月3日我們辦了99對桐花祭婚禮，在頭屋的明德水庫，原先以往辦是66對，今年是99對，但是今年太踴躍，開放4個小時就額滿了，所以變成99對，原先設定的目標不是66對，就是99對，
  
5. 問：桐花祭是配合客委會的政策，還是縣政府本身原本訂有的施政目標？  
 A1：客委會原本就有即定的政策，然後邀請我們過去，會參加的就台北縣、桃竹苗中彰投，大概七個縣市有桐花的，今年加了雲林，8個縣市，會討論出來個方向，方向是屬社團，客委會希望以是由社團的動員能力，規劃能力，由

社團來執行，鄉鎮公所與地方政府是站在輔導角色，協助社團活動能辦得順利（A1，5：1）。

6. 問：是否有辦行銷推廣活動或記者會？

A1: 當然我們也會利用桐花祭已有的節令效果，遍佈都是桐花開，把他整合成行銷計畫，結合旅遊業者來作配合，像我們今年就有開桐花接駁專車，也有宣傳記者會，今年在台北市，縣內桐花祭，客委會自己在台北就有一場起跑記者會，今年也有作蠻多場，今年四月初我們，配合旅行業者，台北旅行商業公會跟他們合作推出桐花專車，在台北，林副縣長有去，效果不錯，縣內有一場記場會，在我們中庭，各社區沒有開記者會，只有我們辦的開幕記者會（A1，6：2），各社區我們站只是在輔導立場，客委會比較具有強勢的立場，他會選擇社區與他們配合（A1，6：3），比如說4月26日客委會就選擇了舊山線協會這裡，跟他們辦了走舊山線鐵道健走的活動，從勝興車站開始走沿著舊山線鐵道，一直走到龍騰斷橋。

7. 問：如果客委會的相關活動，是由客委會直接通知社區，還是由你們來轉知？

A1: 客委會會經由我們轉知他們，由我們來發文，客委會還會經由一個社區培力協會來通知，等於客委會在苗栗的窗口會有二個（A1，7：1）一個是希望由我們來幫忙完成初審的工作，比如苗栗有30幾個社區，案子送來的時候由我們來進行第一輪初審，分成ABC三個等級把這些結果傳給客委會，客委會最後再去決定給那幾個社團補助給多少。

8. 問：桐花祭有編配合款？有補助社區？客委會有補助縣政府？

A1: 有編配合款，97年度的配合款原本是230萬，單純是在桐花婚禮方面，每場活動含超過部分由業務費支用，大概總共350萬左右，社區都是由客委會補助，客委會補助縣府200萬，主要在相關的宣傳活動方面。（A1，8：1）

9. 問：目前苗栗有幾個社區在辦桐花祭？會作事前輔導，討論活動內容，或事後輔導檢討？

A1: 今年總共有24個，包括有地方協會社團及機關，包括南庄鄉公所，三灣公所，獅潭農會.卓蘭鎮公所及其他社團協會，大概活動排起來加起來超過60個活動（A1，9：1），我們審完之後，我們曾想過一定要把適時這些活動作區隔，不能把同一天太多活動，這個是最大問題，我們也有主導來印製一本旅遊文宣，旅遊護照，裡面把所有的活動時間，文宣介紹，社團作介紹，印在一起，爲了印製這本護照，曾經請這些社團一起來開會，然後大家講好活動期程作一些調配，比如說三灣區，頭份，南庄在北苗區你的時間盡量錯開來，我們在北中南都有活動錯開，遊客每周來都會有活動，對社團補助最主要還是在客委會，在桐花祭結束後，好像在5月20或20幾日找了所有社團到西湖渡假村開會（A1，9：2），舊山線也有去，他媽媽有去，劉媽媽有去。

10. 問：對三義勝興桐花祭活動的比較觀感與建議，他們有爭取到國際桐花村經費，你們在這個地方有作一些建設，你覺得潛力如何？

A1: 勝興地區是一個很有特色的地區，這些現在店家很有向心力，及舊山線社區主政的人都是一些年輕有爲，且對地方很有感情的年輕人，我是認爲他們在人文面有這個特色，但是會受限於地方環境條件，因爲苗49線地區過於狹小，外地客要到這個地區就會塞車，第二是停車空間不足，我們在其實有在考量這一點，所以我們在打造勝興桐花祭的第二期工程時，在想辦法去附近

找可以停車的用地，我們是在想最終可以解這個問題的一定是在舊山線復駛之後，應該可以稍為解決停車問題，舊山線復駛就是從三義火車站到二十份，到勝興車站，再到十六份，龍騰斷橋，台中鐵橋，到台中后里泰安站，預訂原先復駛台鐵局規劃期程是到2008年復駛，台鐵局因為內部的問題，用地徵收的問題，就一直拖延到現在，就報章雜誌看來就是到98年底台鐵局說要完成ROC，促參案，大家就樂觀其成，當然希望台鐵局的促參案能趕快完成，當然這不能算是高山火車，但也算是山丘中小火車，如果再由桐花祭活動，當然對勝興地區是去作長期思考，桐花祭是四五月接下來是三義木雕節，他不斷的再創造外來人口的吸引力，木雕節之後是勝興地區自己鐵道文化節，這個活動是他們自己創造出來的。

11. 問: 至於對勝興桐花祭的滿意程度？

A1: 他今年是結合了客委會，有吹八音踩鐵軌共夏來賞桐活動，在4月28日，因為當天在雪霸國家公園管理處也有一場活動，所以只有幾位長官有過去，主要工作人員都留在雪霸支援，會後據了解那天的了解，那天擠暴了人，是整個舊山線擠暴了人，就是一些外來客接駁上出現了瑕疵，最主要是因為要來收集一組四個的桐花公仔，一下子勝興就過度飽和（A1，11：1），最主要勝興辦活動還是要解決交通問題，有去試想過如何解套，但均僅止於紙上談兵，為什麼不能解決停車問題，最主要是因為那邊都是地目都是農牧用地，在使用分區上，不能作停車場，只能去試著由機關去幫他作停車場去辦地目變更，作為特定目的事業用地，或是去把勝興在高速公路下來以東的地區都規劃成風景特定區，再去循著都市計畫作地目變更，地目可以重新檢討，裡面就可以分為旅館區.住宿區，公設區，可能勝興與龍騰地區的未來可能會更好，但這些未獲得地方上的支持（A1，11：2），我們曾經帶過很多外國人士去勝興，他們都覺得很有文化特色，我們帶他去一些老店，介紹時帶入一些文化創意產業的特色，並介紹舊有老鐵軌，連朱立倫縣長來，我們都帶他去走二號隧道，但他們現在最大的瓶頸還是在交通方面，屢次都會引起顧客報怨，所以常接到顧客報怨（A1，11：3），還有就是為什麼要收路邊停車費，我們就會跟他解釋這是三義公所的環境清潔維護費，他的地方規費收入之後，會拿來作交通管制費用，也會接到說地方業者自己劃一劃，就會攔客進去，所有的報怨都來自停車。

12. 問: 您會覺得桐花祭可以代表客家文化傳承或提升客家文化？

A1: 因為本身不是客家人，對客家文化不敢表示太多的見解，但從客委會辦理桐花祭活動資訊，桐花祭並不是客家族群的花，只是早期客家人居住的地方種比較多油桐樹，所以認為早期客家經濟文化產業是跟桐花有密切的連結，油桐樹可以作木屐.火柴棒外銷，客委會就布望透過這種自然景觀，四五月桐花就會開，利用自然景觀創造節慶的經濟規模，我個人認為至少桐花祭活動對客家的文化意識有抬頭的效果（A1，12：1），經濟復甦不在油桐樹上，早期是在二級產業上面，現在把他升級在三級產業，把他從農牧產業，工業產業，轉變為觀光產業，所為的經濟在於此，我覺得桐花祭現在是全省節慶活動，還蠻可以被列為標竿的，因為包括社區的參與度與積極動員，與木雕節比較，桐花祭比較好。

13. 問: 打造桐花村是你們的目標還是客委會目標？訪問地方社區與產業時有提到在打造桐花村時對規劃有落差，有協調但是他們擔心會對以後當地文化保存有衝擊，不知您們的看法為何？

- A1: 客委會的目標，我們幫他們執行一二期硬體建設工程，這個也是一個問題，作工程的單位永遠不會想到與地方溝通，委託的設計監造單位對當地的組織文化不了解，這又是另一個層面的問題，工程又不是我這課作，是觀光發展課作，所以我也不是很了解到底是那一環節出問題。
14. 問: 當地業者也提到一個觀光巴士停駛，對假日人潮問題沒辦法解決，停車問題對當地是一個很大問題，復駛對他們有幫助，您認為這個可以有效解決停車問題？
- A1: 觀光巴士政策立意是良善的，藉由一個路線循回來舒解人潮，但是經常被審計單位糾正，說為何年年虧損，搭乘率低，我們設算了一下，搭乘率不到二成，這是一個政府強制作與不作的問題，如果限制高乘載不得進入苗49線，51線，強制小客車不能進入，大家就會來搭觀光巴士，舉一個九份金瓜石的地區，在假日強制性小客車一定要停在底下，一定要搭接駁車，就會舒解交通問題，早期在九十二年九十三年觀光巴士，一開始曾強制性小客車不得進去，但推動開始不到二個禮拜，再開協調會，當地鄉親就帶著沒有賣出去菜包，圍攻局長，因為小客車可以隨停，觀光巴士要某個固定點，所以地方民意反強，造成要取決大多數民意決定，而不是專業考量，造成小客車及觀光巴士都塞在裡面，但因為苗49線真的狹小，所以也沒有辦法作攤販集中管理，造成當時很多客觀數字顯示出來包括搭車率及連年虧損，以致最後停駛。
15. 問: 辦桐花祭活動之後，對客委會或社區的建議？或協調與溝通上最需要再努力的地方？
- A1: 桐花祭活動由社區提案立意良好，社區可以自己作成組織的決定，然後可以知道自己規劃活動前中，但是會遇到的問題是有太多的社區來申請，同一個地區有太多同質的活動，桐花祭花期是一個很天然的力量形，有時候會去抓四月初開，但花可能會四月中開，有可能又因一場花期又減短，但可能所有分配成一個月的活動，全部濃縮成二個禮拜活動，會發現那二個禮拜所有苗栗地區都在辦桐花祭，遊客來沒有辦法享受到所有桐花祭活動，所以桐花祭活動最好的活動是不是以鄉鎮為單位，各社團自己去整合好（A1，15：1），像這次我們發現三義地區木雕館神雕村，勝興地區，苗一三0線都在辦桐花祭活動。
16. 問: 客委會補助有逐年減少的情形，請問您的看法為何？
- A1: 以行政部門來講，不可能一直養著活動，客委會主要是輔導，社區應該有自主自發的能力，但目前台灣的情形是社團沒有補助款就不辦，客委會的看法是希望給你釣竿（A1，16：1），但大家現在擔心客委會不只是沒有給魚，到時連釣竿都不見，苗栗地區在歷年還算是最大宗，比桃園及新竹還要多。

— 本訪談結束 —

編號： A1  
 訪談對象： 苗栗縣政府國際文化觀光局官員  
 訪問時間： 2009年03月24日 14:20至16:10  
 訪問地點： 苗栗旅客服務中心

1.問: 桐花祭是否有相關的遊客人口或產值的統計?

A1: 苗栗的部分我們也一直到去年的下半年度才有作觀光人口及產值的統計，那時桐花祭已經結束，所以沒有統計到，以往我們都是跟一些社區或店家要一些統計數字，例如跟他要到一些資訊，那我們沒有辦法到有明確的數據，但像西湖渡假村，村他會跟我們說他的入園人數到達何種規模，比較起來像西湖渡假村，三義木雕館。這樣的數據在桐花祭四五月期間，他的入園人數都比過年多很多，大概到一點五倍之多（A1，3：1），我建議研究案如要知道，可以從交通部觀光局的遊客人次統計比較四五月。

2.問: 有比較過，但辦桐花祭的地區，大都沒有入園統計?

A1: 你可以比較獅頭山風景區、三義木雕博物館，都可以有四五月來比較人潮多寡。西湖渡假村及香格里拉，但很難去了解人數多寡，但是可以比較出賞桐的遊憩區，在四五月份的人潮比較一下，不管是自然花期或人文活動舉辦，造成遊客產值與遊客的增加。

3.問: 今年有特定的桐花祭活動?

A1: 你是說縣政府的部分?今年有二個活動，我們會辦一場客委會想要跟桐花林油桐花樹結合與地方文化產業結合推陳出新，所以今年的四月二十五日，因為預訂的五月十日辦一場2009客家桐花婚禮，預訂參加人數199對，將近398位新人在這之前先暖身，所以我們會先辦一場2009年客家桐花音樂會，邀請大家來賞桐花，以客家音樂為主，桐花與客家連結（A1，3：1），但我們知道這種活動不可能只作單調單一主題，所以會再連結一些民歌或地方藝文表演，目前預定在客屬大橋舉辦，很想舉辦的地點是在銅鑼樂活桐花公園，因為那個場地農業處還很認真的施工中，但希望4月25日能將音樂會舉辦在很有地方文化氛圍的地方。

4.問: 樂活桐花公園經費來源?對苗栗桐花祭業務是否有指標性意義?

A1: 行政院客委會補助一億元，是否尚有持續性經費目前不知道，目前是農業處在施工監造，對苗栗具有指標性意義，那個地方是國有地，裡面的油桐樹跟相思樹很多，我們去看的現場，他們把裡面的雜木砍掉，只剩二種樹油桐樹跟相思樹，油桐是在四月，相思在五月，四五月期間會很有花季的意象，

5.問: 客家桐花婚禮經費是客委會補助預算?

A1: 是，客苗委會補助桃竹苗一帶就補助200萬，中彰投補助100萬，今年在桃竹苗有提升為每個縣市250萬，泛指桐花祭所有活動（A1，5：1）。

6.問: 今年申請舉辦桐花祭補助社團是否比去年少?為什麼?

A1: 對去年有30個申請，23或21個有申請到補助，今年有21個社團及法人團體申請，大概17個社團得到補助（A1，6：1），因為客委會訂了一套研習課程，要研習過才可以申請補助，從去年就有了這樣的政策，一方面可能每個地區的協會對這樣活動的熱誠，要他們涉入這麼多熱誠可能沒這麼高，去年參加受訓通過的21個社團，為什麼最後獲得補助這麼少，這個我們就不知道，但可以預見的是明年桐花祭地區參與社團一定會更少，因為以今年社團或公所他們所提出來的預算大部分

會被破到五成以上的預算，有可能減低參加意願，但效益則是見人見智，佔在補助機關來講，他已經辦了這麼多年為時已久的花祭活動，各個社團應該要達到一個自己自足的能量（A1，6：2）。

7.問：一般的社團可以自己自足？

A1: 這就是一個理想與現實的差異，以實際上這些社團來執行的話，除非這個社團能在活動中創造出額外的營收，才有可能來滿足他的成本，或找到其他額外的預算，不然就要營利，但是在營利這一塊行政院客委會則沒有辦法來補助的，所以客委會補助的條文就很明確表示不能營利販售，不能有那些必要條件。

8.問：縣政府今年有編給其他社團的桐花祭經費？

A1: 沒有特別針對桐花祭，只有針對整年度的社團補助，像今年南庄鄉公所有這樣活動我們就補助給他，但是我們的補助款都很少緩不濟急。（A1，8：1）

9.問：之前訪問社團時，社團會提到希望有硬體方面的補助，您的看法？

A1: 每個單位辦活動，就連我們縣府層級這邊辦活動，獲得中央補助款時，我們單位也都會建議說其實在活動中除了軟體的活動之外，也應該留下一些硬體的設施，才會讓人覺得這個有些回憶或紀念性產物出來，但是我們要知道這跟政府採購法有關，財物工程與勞務，我們不可能去補助他硬體設施，行政院客委會就把他定位在軟體的活動性質，除非在這個活動過程中有那些東西文物具有即刻建設的價值，然後去請客委會補助鄉鎮公所或縣市政府或客委會本身來作工程，我想中央機關不能來補助社團硬體的施設（A1，9：1）。

10.問：有社團覺得今年補助經費減少，是因為政策或經費的緊縮？或公平性是否會受到質疑？

A1: 客委會其實是一個很公正的單位，但是在一個文化藝術保存或維護部分，有很多越明確或制式的規章，沒有辦法對他們有很正向的回饋（A1，10：1），我們會緊張的是像明年桐花祭我們現在去預估明年社團，第一參予受訓的社團會減少，再加上受訓之後提出補助計畫意願的社團會更少，在這樣的補助制度之下，或多或少會衝擊到補助社團自主性的意願。

11.問：為什麼社團不想參加受訓活動？

A1: 大概原因客家桐花祭舉辦已經由來已久了，客委會沒有錯，只是嘗試去找出比較公平性的遊戲規則，但是在這個我們要建立客觀公平性的遊戲規則之下，地方社團是不是能接受這的遊戲規則，地方社團可能會考量到法制法規會不會還有一些主觀性的人為人脈因素來影響受補助款的多寡，在主觀與客觀的規則之下，地方社團意願會越來越薄弱。（A1，11：1）

12.問：會後受訓研習對明年的桐花祭活動會有一定的幫助？

A1: 個人淺見認為，公眾事務參與，有很多種，當然也有主動參與的，但我們會發現很桐花祭的社團並非百分之百主動性會參與公眾事務，除了他是對地方很熱誠的人，他可能會投入百分之二百心力來作這件事情，然後從客委會一開始要受訓，教導大家如何寫企劃案，他的涉入性就會很強，但是我們也會發現另外一種，他對這些東西非常正向，但有些事情期待越高，受傷越大，受到衝擊就會有負面影響，有些少部分，會覺得桐花祭為地方發展外，也是為行政部門分憂解勞，你還規定這麼多，補助款項逐年遞減，會影響這個組織再來從事的意願（A1，12：1）。

13.問: 今年會去參加各個社團辦的活動嗎? 去年有去嗎? 三義勝興? 山水社區? 南庄觀光協會呢? 富麗農庄富麗社區通霄?

A1: 如果我們時間允許我們絕對都會配合。去年在幾個重要主場跟大場的活動我們都有去參與。三義勝興剛好那天舉辦走一二號隧道然後一直到龍騰斷橋那一段，因為剛好那一天我們在辦台七十二線也是配合桐花祭的活動。台七十二線我們在這裡有自行車的活動，所以那一天的中午我們時間無法配合參加。山水社區去年我們有同仁去。南庄觀光協會來講好像沒去。通霄去年其實他們沒有辦活動，他們是客委會辦了一個上田咖啡音樂節，那一場活動我們好像是否卡到客家桐花婚禮，所以沒派人過去 (A1, 13: 1)。因為大家辦的時間都差不多，所以這是很矛盾，包括我們地方行政單位在籌組或者在編輯這樣的文宣的時候，你會發現很大的困難點、桐花祭就是這麼短、然後又包含太多不可預知性。所以有很多像苗栗，坦白講苗栗幾乎是不長桐花的地方就是海線的幾個鄉鎮，那你會發現像通霄苑裡現在也有桐花長出，所以海線可能剩下竹南後龍，山線只剩下泰安，可是泰安其實也有桐花、只因爲泰安幅員太遼闊、所以他可能不辦桐花祭，那之所以其他地方幾乎都有辦桐花祭。我們今年如果時間允許當然會去啊！但是我要講的是整合文宣方面是很大的困難點、就是在這短暫的兩個禮拜到三個禮拜期間，大家全線性的、大概十四至十五個鄉鎮都要辦桐花祭活動、那一定會有向隅的地方。

14.問: 各活動時間都很相近，整合時會把他們通通找來開會? 還是幫他們排好，並作相關建議?

A1: 在去年的時候其實有很強制性的要求各個協會或社團避開這衝突點，那當然有很多無可避免、因爲它已經排下去了，他的人員、表演團隊已經安排好，但是我們希望最終最終還是要有原則，我們把苗栗大概分了幾個區域，比如說南庄的一區、中苗的一區、然後苗中的一個區域、然後苗南的像三義、苑裡、卓蘭、大湖的一個區域，那我們希望這個區域裡面，每個跨區域其實在每個禮拜假日裡面都可以辦活動，但是在同樣一個區域裡面他就不要有重疊性更大的重疊性。

15.問: 今年還有觀光巴士嗎? 桐花祭觀光巴士?

A1: 今年有，因爲桐花巴士我們大概有兩個方向，包括跟客委會一直溝通這樣的事情，因爲我們覺得巴士其實應該在鄉鎮公所之間，大家達成一種分工，那像三義、南庄鄉、三義鄉很明確的提出他們要做接駁巴士，從三義火車站然後一直到水美街到三義木雕博物館然後到整個環鄉的接駁巴士。那南庄鄉公所沒有很明確跟行政院客委會去回覆說要不要做接駁巴士，站在行政部門縣市政府這層級我們做的規劃是在桐花祭的同時盡量結合旅行業者資源，所以我們會在北台灣跟南台灣都各開從目的地來到苗栗賞桐的觀光巴士，這樣的行程規劃 (A1, 15: 1)。

16.問: 今年會有特別爲苗栗縣地區舉辦的記者會之類?

A1: 今年的記者會因爲坦白講在行政單位沒有規劃記者會、因爲我們覺得說其實桐花祭要不要開記者會，他的重點關鍵性還沒有那麼重要 (A1, 16: 1)。

17.問: 如何讓外面的人知道苗栗桐花在哪裡辦呢?

A1: 所以我們覺得行銷通路反而更重要，包括我們已經著手在印製賞桐護照，包括我們在行政資訊網站上面已經開始把今年可能的各個社團包括行政部門間所辦的活動我們都在做的彙整 (A1, 17: 1)。

18.問: 有加入相關產業的連結嗎?

A1: 相關產業的連結這一定有，幾乎我們知道桐花祭的舉辦是用一個很，藝文還有自然

花期這樣的主題，然後其實結合最主要在文化生根，在遊客來到苗栗做深度旅遊體驗時，它能夠了解這樣客家文化，但是我們不可抹滅的很重要的另外因素是遊客進來他相對創造這樣文化觀光消費產值。所以在這一段包括民宿業者旅館業者這一塊，甚至於是外來的旅行社業者，台北台中高雄東部地區的旅行社這一塊的網絡我們都非常重視，所以今年的4月10日、11日我們舉辦兩天一夜北中南三方面的旅行業者來到苗栗做參訪的行程。

- 19.問: 桐花護照裡面有做特別去做一些相關產業的行銷計劃或是社團的行銷計劃嗎？
- A1: 社團的行銷計劃還比較少一點，因為我們知道說在賣旅遊產品，其實非常重點的，文化其實是比較無形的，有很多的包括消費者或是旅行業者來講，他希望看到的藉由文化轉換過程是一個定型的商品，我們每年的客家桐花祭所出的旅遊刊物包括玩透旅遊季刊或者光顧者來講強調的是我們地方伴手禮，希望讓他知道桐花的伴手禮有哪些，也希望藉由桐花的伴手禮的宣傳創造一些地方的觀光產值。
- 20.問: 目前比較讓你們覺得有代表性的有那幾家？
- A1: 蠻多的，其實蠻感佩行政院客委會，曾經針對去年的桐花祭，他有製作兩本桐花伴手禮專題，那這兩本專題帶給我們消費者或旅行業者甚至連行政部門都能更了解整個台灣有這麼多的地方的傳統產業從事桐花商品的製作，尤其光是苗栗大概有二十多家業者，中間就包含了像是木雕、像是木碳產業，像是陶瓷，以陶瓷產業為大宗，像是一些傳統地方文化工藝產業，像竹南的手工藝研究中心一樣。他就是利用客家的花布衍生很多週邊的產品（A1，20：1）。
- 21.問: 桐花祭可以帶動苗栗地方經濟產值跟產業文化有幫助嗎？
- A1: 絕對有幫助，有很多人他喜歡有客家元素的產品但是不得其門而入（A1，21：1），像先前跟竹南的手工藝研究中心曾主任聊過天，他說一直到過年的時候原本要休息，除夕當天盡然還有消費者敲著竹南的手工藝研究中心的門，只為了跟他買客家花布。然後他說你幹麻這麼急從屏東跑來這裡，他說因為我遍尋整個台灣發現只有你們這裡有客家花布跟客家產業，像是花布縫紉產業週邊商品在你們這裡有存著，所以特別從屏東跑來趕到你那裡，我覺得那都是意象的產生，包括像我們出去海內外旅遊，其實去到那裡講真的很重要的觀光產值，無非交通都給交通業者給吸納了，我們對這個地方造成第二層的觀光產值，無非就是吃跟住，我們覺得對週邊文化產生影響性可能就是紀念品伴手禮買受方面。我們對他會有影響力。
- 22.問: 住宿方面對苗栗的民宿會不會有影響、客家菜的餐廳呢？
- A1: 桐花祭的舉辦，不管是自然或人文因素，其實對地方這些觀光產業有很大的影響。
- 23.問: 那住房率的提昇有沒有影響？
- A1: 住房率的提昇是很高的，那我們以去年的數據，去年西湖渡假村給我們的數據，當然這家業者也很爭氣，配合桐花祭另外舉辦自己主題性的旅遊產品、所以他給我們回報資料，反倒比農曆年節入園的人次還要多（A1，23：1）。
- 24.問: 訪談過程提到客委會直接補助給社團，扶植當地產業，對縣政府角色定位會影響當地桐花祭的推展嗎？會減少當地社團對你們的信任跟支持？
- A1: 其實不會啦，在縣政府角度都在扶植輔導的立場，所以我們激勵很感謝行政院客委會他肯很費心的出來舉辦客家桐花祭的籌組。我覺得中央跟地方分工上其實沒有重複。籌辦這麼多年以來，其實大家都有一定的默契，這也是情感網絡的建構（A1，24：1），所以包括舊山線文化管理協會，山水社區大家就像老朋友一樣，有時候

縣政府在中間的過程扮演緩衝的角色。有時候對中央單位或多或少有些微的怨言，但是可能站在平常跟他們的認識了解，或者情誼上，他們都能夠接受我們的建議。

(A1, 24: 2)

25.問: 桐花祭辦下來，你對社區建議或產業業者的建議以你專業的角度，你對社區有什麼建議，社團辦桐花祭的活動？

A1: 其實不管社團或產業，客委會很明確的在講，希望藉由文化觀光節慶活動，能讓社區達到社區意象然後營造，讓它們有張客家文化桐花意象的元素去融合社區，讓它們有一個自主性，然後，但是我們會發現其實很多活動在籌辦時，金錢預算是很重要的因素，客委會其實很關切這一塊，又覺得說不應該是很單方面的去拿錢扶植了某些社團，但是這些社團沒有任何的長進，所以他會進一套的評估標準，這評估標準影響到客委會歷年對社團補助款的多寡，如果以這樣來看的話，我們會發現客委會補助的款項會逐年的遞減，如何讓這樣具有地方文化意義的節慶活動能夠永續發展或延伸，我覺得這個地區社團組織學習能力或自我提昇是很重要的(A1, 25: 1)。所以大家在講文化節慶活動的同時，我覺得他必須去找到自己能夠營收或另外增加收益的來源，比如客委會絕對不會補助我的錢，補助你進來做吃吃喝喝 DIY 的活動，如果既然客委會不補助，是不是這個社團組織盡量發展自己的品牌，自己的周邊產品，來讓消費者使用者付費，來收購或買賣這樣的產品，這是我們覺得它能夠提昇，二方面是我們社團過於保守，其實該結合一些桐花祭全台灣各地耳熟能詳文化節慶活動，有很多旅行業者很想來包裝這一塊，你會發現這些旅行業者包裝的是很一般的產品，他可能進來苗栗第一個會問我們說，苗栗哪裡可以賞桐，經由行政部門一定跟他講南庄可以賞桐、三義可以賞桐，反正山線每個地方都可以賞桐，那旅行社就自己規劃了，你會發現在他規劃的同時，這麼講一樣的旅遊行程少了一個解說人員少了一個文化體驗活動，其實對遊客的意象他所深刻塑成的比例，就可能沒有解說員他可能遊客的印象就少掉 50%。當有一個解說人員站出來就講草莓是怎麼種植的，講了一堆以後，可能整車的人有八成的就去買草莓，因為他知道草莓農種植的辛苦，那如果有這樣的體驗活動，或者是深度深層的活動，造成消費者遊客對我們桐花祭有更大的涉入感或使命感，而且這樣的團體或者是社團藉由這樣的體驗活動從中獲得一些應該有的勞力收益，覺得應該要鼓勵的。

26.問: 對產業的建議呢？比如說苗栗陶藝還有米食還有旅宿業，你對他們的建議有哪些？

A1: 這分很多，其實我們希望旅宿業者跟餐飲業者部分，不應該只是單純被動或享受的主場優勢，因為我們會發現過去到現在，有很多業者反正桐花祭到了一定會有很多客人來，所以就很被動或享受的主場優勢，我覺得他應該更主動的，而且站在地方的一份子，我們應該為地方多加一點用心的程度，適當的解說或賞桐的行程或賞桐的解說，或跟桐花有關週邊的 DIY 活動，都是這些旅宿餐飲業應該一起來加入(A1, 26: 1)，這是行政部門一直沒有協助的部分，站在如果是這些像產業的業者尤其是這些地方伴手禮，地方文創產業業者來講，個人覺得他們在這方面其實有足夠的用心度，而且行政院客委會有一套輔導機制，所以當他們不斷檢討研發創新，去做一些比較生活化比較可貼近性的藝術產品產生，我們希望說他們能夠保有這樣當時創造這些文化產品的初衷，不斷的做一些新的研發，因為現在坊間其實很多產品是可以互相的仿製仿造(A1, 26: 2)，比如說像力馬工坊來講永遠還是那個桐花的磁杯，他是不是可以研發更多的產品，然後來塑造消費者體驗或遊客購買的數量性。

27.問: 對客委會的建議呢？沒有經費上、配合上的建議或對客委會的期待？

A1: 客委會在對客庄經濟的活絡，文化藝術與歷史的傳承，客委會蠻用心，而且塑造了

台灣一個非常典型而且非常成功的文化觀光節慶，也就是桐花祭，客委會也不是很不是很平白無故的去作這樣的一個工作，也會去塑造一些遊戲規則，他有一定的目標，最重要最重要的宗旨就是希望在客庄這些社團協會能夠達到自我成長，為達成這些目標所設定的這些規則，我們也認為非常的客觀，尤其以今年來與我們期待的沒有很大的落差，比如說我們覺得這個社團不錯，客委會也給他們下到一定的補助金額，當然有些社團能力比較不足，客委會也會給他一定的補助，我們對客委會的期待，是不敢說有期待，但是我們比較擔憂的是會不會在這一套非常理性客觀的遊戲規則之下造成影響這些社團參與意願，在這理性客觀的遊戲規則之下，讓參與的社團越來越少，慢慢越來越少，這是我們對這樣的遊戲規則及文化活動的隱憂。

28.問: 是否覺得客委會沒有補助的話地方的桐花祭是不是不會辦得這麼熱絡?

A1: 這個是蠻現實的，以苗栗縣現在很主動，不向任何行政來社團辦活動的，大概微乎其微，大概佔的比例不到5%，甚至連大到不能再大的組織在辦活動時，也很希望行政部門給他們關愛的眼神，所以這似乎也成爲一種宿命，行政單位一定要補助，地方社團才會去作一些好像自主自發的行爲，我們現在擔心的是，會不會在客委會的補助這麼有原則的桐花祭的補助之下影響明年度桐花社團參與意願(A1, 28: 1)。

29.問: 今年客委會又增加了宜蘭與花蓮，您認爲苗栗的優勢爲何?

A1: 苗栗的優勢，自然環境是苗栗的最大的優勢，您會發現每次到中央單位開會的時候，各縣市很不平的是，好像桐花祭是專爲苗栗舉辦，各社團的參與程度來講，苗栗的參與程度是最高的，因爲苗栗是山城的，所以大部分有山丘的部分就有桐花樹，一到桐花祭就有桐花(A1, 29: 1)，但是行政部門比較不平的是，苗栗以變成桐花祭的代言或是代表性的品牌，但是在中央在作補助款的同時，很希望保有一定的客觀又不得罪人的補助方式，你會發現活動的精彩度用心度，社團參與度而言苗栗都是百分之百投入，那行政院客委會又希望達到立足點的平等，所以補助在桃竹苗來講都是差不多的，這可能是我們倒希望不如行政院客委會制定這麼理性客觀的遊戲規則，倒不如去制定一個競爭型的補助規則(A1, 29: 2)，去比較說我們在這樣的活動舉辦的同時，建立專家的參與制度，專家參與考評的制度，或者是客委會可以來作一些客觀意見反應的調查，利用二個數據，一個是主觀專家參與考評的制度，但有人認爲是客觀，或者是遊客的意見的調查，來作爲下一個階段補助款多寡的決定，那要不然我們會覺得客委會當然會不斷想要擴張他所能扶植或想要幫助的版圖，但相對他也忽略一些很重要而且是關鍵性的早先縣市的努力(A1, 29: 3)。

30.問: 一般社團桐花祭辦的比較好社團，本身會要具備那些優點? 當地要不要有桐花樹，本身有特殊文化或者是有商圈會不會對桐花祭的過後發展較有幫助?

A1: 我覺得真的像客委會所講的中央籌畫、企業加盟、地方執行、社區營造，那這個就跟社區的向心力足不足夠就跟桐花祭成功與否扮演重要角色，當然臨近有較好的臨近景點或商圈對他的發展會有幫助，但看過這麼多社團籌辦以來，這些對有心人來講，這些效果反而沒有那麼主要，我們覺得社區能不能有向心力，能不能達到社區營造才是扮演重要的關鍵，如何在舉辦桐花祭的同時整個社區的社群都能感覺我們在舉辦桐花祭，我們的目標是要滿足這些遊客，遊客來的時我們會竭盡所能讓他們達到這樣的文化體驗，這樣的用心程度遠大於自然環境體驗，我舉個例來講，你到了頭屋山水社區在桐花祭進入山水社區，整個社區的桐花祭到了，每一個人都是最好的接待者，您會覺得人人心中有桐花，個個心中有山水社區，這整個對他的不只是桐花的營造，對社團地域性來講都是很好的，那你在桐花祭時，到了一個縱使有桐花，沒有社區營造的，例如三義木雕館的神雕村，他也離桐花很近離慈濟桐花茶

園很近，如果說這個社區表演性質不夠強社群性質不夠強，遊客是不容易去感受出來的，他只是很單純的覺得桐花祭有個花期，但是他感受不出人文氛圍出來。

31.問: 以上是在文化提昇方面，那如果在客庄經濟提升方面，經濟產值方面，如果附近沒有商圈或其他的經濟資源，會不會花期過了，就要等到明年桐花再開之時?

A1: 我們又舉剛才的例子，一個是去山水社區，一個是去三義神雕村，在桐花祭遊客去到神雕村，一定會有高的產值，神雕村只要拿出相關的產品，遊客一定會趨之若鶩，伴手禮產品，文化體驗品是人家去買受的很重要因素，這也是讓有心要去籌辦桐花祭的社團另一方面的思考，這像文化的產品，不管是有形或無形他的包裝也是很重，包括無形是體驗的流程，有形的是這個社區是不是要去找出一個可以販售的產品，這個很重要 (A1, 31:1)。

32.問: 縣府辦理桐花祭擔任初審工作，如何去評定?

A1: 初審的話有委託專家學者來擔任初審，專家學者人數都會超過三分之一以上，不管是專家學者或行政單位的代表也好也都對這些社團的組織能力均有一定了解，畢竟都看過三年以上，我們才會給初審的意見，那給初審意見的原則是以今年社團所提出方案的可執行構想佔七成，組織能力佔三成 (A1, 32:1)，當然我們可能會知道這個組織的能力會很強，而其實目前在台面上較強就那幾個，這些他是很強，但是如果他提出來的企畫案不好，我們也不會給他們太大認同，所以我們會兩相比較，初審單位坦白講在預算的核撥過程中沒有佔很大的影響性，但是行政院客委會還蠻重視地方的審查意見，所以當我們在送複審時，我們就會把初審意見給他，當他們在作複審時，我們也會跟他們作初審意見的分享 (A1, 32:2)。

33.問: 這次設定訪談對象有三義勝興.頭屋山水社區，南庄觀光產業協會等，對他們辦桐花祭情形的映象?及其優勢為何?

A1: 三義勝興的優勢就是他的舊山線的地景地貌，他的社區有動，但動的範圍不像山水社區那大範圍，幾個主要在重要幹部有在動 (A1, 33:1)。

34.問: 三義勝興其優勢是在地理環境，還是鐵道文化，商圈.或是有一個客家庄的形象?

A1: 應該是後者具有一個觀光遊憩點

35.問: 山水社區，南庄觀光產業協會的優勢?

A1: 山水社區讓人比較感動的是社區的幹部之外呢，他連大到阿伯伯母都肯來參與，我覺得這是一個很不錯的地方，第二個是這個組織他沒有默守成規，今年去找了社區去締結親家，桐花祭活動是兩個社團一起舉辦，銅鑼的中平他最有特色是在他的客家山腳採茶戲及客家八音，二個社區合作，山水社區是主，中平是輔；南庄觀光產業協會我認為比較像業界間的組合，比較不像社區協會的組合，優點是他們都是以創造觀光產值，帶動遊客人次為主要出發點，社區的凝聚力會不會比較差的話，中國人主要都是站在有土斯有情，本我地域的文化的觀感，所以山水社區裡面參加成員都是他覺得對外都是山水社區的地域發展性的出發點，但是南庄觀光產業協會地域性沒有那麼強，可能會比較宏觀，但是站在地方意識的營造凝聚之下可能會比較弱，他不像南庄南江協會，他辦的都是比較零散式的點，他們主要目的都是把人帶來客庄，但其中次要目的會有不同，如果以南庄觀光產業協會可能是把人帶進來之後是產生觀光產值，山水社區可能是達到籌辦活動同時達到社區凝聚的營造，二者間最大的差距在於社區意凝聚力，就是組織共識，南庄觀光產業協會比較沒辦法達成 (A1, 35:1)。

— 本訪談結束 —

編號： A2、B4

訪談對象： 通霄鎮公所官員、通霄富麗農村發展協會理事長

訪問時間： 2009年04月06日 10:30至11:40

訪問地點： 通霄上田咖啡

1.問: 公所有接受客委會的補助?

A2: 沒有，我們是以社團名義去申請。

2.問: 公所有編桐花祭預算?補助什麼項目?公所有幾個人負責桐花祭活動?

A2: 我們沒有編桐花祭預算，但我們有去中油及台電爭取，還有農糧署，去年公所補助8萬（A2，2：1），客委會給10萬，今年農糧署給10萬，中油3萬，台電預估10萬，農糧署補助農特產品展示，以協會名義來辦公所協助（A2，2：2）。

3.問: 接駁車部分也是由協會負責?

B4: 接駁車是由三義開，由三義統籌開，今年有二部，我們協會負擔一部及解說員2位部分。

4.問: 公所有幾個人負責桐花祭活動?有提供開記者會或輔導工作?

A2: 我們農業課一個廖先生，目前記者會由客委會直接作（A2，4：1）。

B4: 客委會負責輔導行銷（B4，4：1），記者會是由勞委會輔導團隊直接執行，因為今年比較特殊是，我們勞委會多元的成果展示上田咖啡4月19日上午在這裡發表，中午有縣政府及周玉滿周議員千人腳踏車隊進來，下午是客委會，所以今年我們有三個集中在點，。

5.問: 今年桐花祭的補助經費?

B4: 經費今年農糧署中油台電及客委會，客委會今年補助10萬，還有音樂會，音樂會的經費是另外出記者會15萬。

6.問: 今年桐花祭預估人數，是否超過上千人?去年的人數約多少人?

B4: 可能不只，腳踏車就會超過千人，去年搭接駁車當天進來的大概500多人，加上我們本身的客源，再加上今年二部接駁車，再加上我們發動社區的參與，及今年腳踏車隊，預估19日當天會超過2000人次或3000人次以上，去年超過1000人，吃飯要排2個鐘頭。

7.問: 是假日很多人，還是平日也很多人?比平常增加多少人?

B4: 我們是辦一個月，假日比較多，平日有比一般的平日比較多，主要集中在假日，桐花祭人潮比過年還多，比平常多一二倍有（B4，7：1）。

A2: 飛牛比平常增加很多，一個月增加個三萬人都有，含飛牛的話，今年當天整個通霄大概會超過5000人而協會講的是整個車輪坑來講的話。協會這邊沒有預估含飛牛（A2，7：1）。

8.問: 整個富麗農村的範圍?

A2: 富麗農村包含二個坑，就是車輪坑及大坑二條坑，桐花祭大部分也在這邊辦，客家聚落也在這邊，這個地方整個都是客家人。

9.問: 請問桐花祭是否對當地產業經濟發展有幫助?

B4: 非常有幫助，因為桐花祭在客委會辦很已經很有知名度出來，我們在推廣方面

會比較輕鬆，通霄地區其實是很有條件（B4，9：1），又在鎮公所鎮長及課長的領導之下，已經建設出相當成績了，假如說再有桐花祭知名度下會更有非常非常大的幫助。

- 10.問: 對附近的業者是否也覺得有幫助?  
 B4: 當然有，差很多，整個年度就是5月份最好。  
 A2: 全國性的媒體宣導出去，人潮多而且持久，而且他注重產業。
- 11.問: 以上田咖啡來講，會比平常的業績多多少?一天人潮有多少流量?  
 B4: 以上田來講大概會多一倍，人潮假日大概會到達5至6百人在桐花祭，平日的假日大概有2至3百人，多一倍，所以我們們期待桐花祭的來臨（B4，11：1）。
- 12.問: 這裡辦理桐花祭的最大優勢與特色?  
 B4: 剛才我還在跟三義雙湖村村長討論這件事情，全台灣桐花林林象最漂亮，步道最多最完善連結性最強的可能就在我們裡（B4，12：1）。  
 A2: 我們這邊有一個桐花步道一直通到雙湖村的三通嶺上，遊客進來的時間會比較長，苗48線，從雙湖村三通嶺上到這邊，滿山遍野都是油桐花。我們這裡保安林區大約有二三百公頃的原始森林，整個林區有幾乎都是桐花，通霄有二條古道一條是通到梯直取及挑炭古道，挑炭古道就是直接通到三通嶺（A2，12：1）。  
 B4: 我應該這樣講，福興的農場很多很漂亮，三義雙湖有他的生態保持，林象很漂亮跟福興這邊整個串連，可以說是整個台灣桐花步道最美最長的，遊客來這裡可以逛二個小時以上。
- 13.問: 遊客進來的動線?還是由別的鄉鎮過來?有沒有三義的聯合行銷計畫?這樣的連結有助於人潮?  
 B4: 三義有個接駁車，遊客幾年下來，遊客習慣坐火車到三義，再搭接駁車，一次50元，可以無限次搭載，他可能在三義玩半天再搭載到通霄玩半天，我們剛好在中間，三義飽和的話，我們就建議他從通霄先進來，我們已經跟三義合作二年來了，我們自己去找三義合作，當初是客委會提出計畫時，客委會建議我們跟三義連結，所以他們今年會派二部接駁車把客人接過來，這樣的連結有助於人潮，幫助很大（B4，13：1）。
- 14.問: 遊客的回流率高不高?  
 B4: 我們才辦一年，遊客的反應說，明年不要去勝興人擠人，明年我們要來通霄了，我們今年是第二年辦桐花祭，去年第一次辦，遊客跟我們說他們從來不知通道通霄桐花這麼漂亮，他去三義擠了二個小時，只看到二朵桐花，這裡桐花真的非常漂亮農場又漂亮（B4，14：1），所以我預估今年的人會很多。  
 A2: 另一個面向，通霄農場幅地廣，交通便捷，遊客來不會擁擠，停車方便，桐花夠漂亮，的有陶藝DIY，有很多的農場有很各種特色來吸引遊客，遊客來玩不是單一的有漂亮的民宿，有咖啡廳有二公頃的樟樹林不可能雷同，戴理事長有漂亮桐花牆有陶藝DIY，飛螢農場有螢火蟲，二三百公頃的保安林，有潔淨自然水源等特色有生態，有產業.有農場有陶藝的等文化特色，飛牛牧場有很大的集客量，整個桐花祭最大的受益者應該是飛牛牧場，三義太擠，遊覽車業者他們會主動連結到通霄，整個坑的效益進而有整個通霄的效益。
- 15.問: 這裡會有國外遊客?  
 B4: 已經會有華僑，已經會有來二次以上，通霄其他地區有東南亞（B4，15：1）。

- 16.問: 是否預期未來你們大家辦桐花祭的意願會越來越高, 遊客越來越多?  
A2: 公所我們本身也可以彰顯桐花祭的效果。
- B4: 我大概四年前我本身經營的臺古陶邑參加客委會的推廣時的桐花商品, 推廣的還不錯, 本來我們這裡並沒有桐花祭是由三義開始, 客委會下來看的, 發現這裡上田的桐花林很漂亮, 很適合辦音樂會, 因為這個機緣巧合開始辦理桐花祭, 去年第一次辦桐花祭, 去年我並沒有提計畫, 客委會來說這裡這麼漂亮是否來辦個音樂會, 我就說好啊, 可是我們沒有錢, 結果客委會就撥了10萬元辦音樂會, 鎮長就說好啊我們就來辦桐花祭, 就這樣辦了, 我們為什麼這麼期待桐花祭, 因為整個通霄的產業結構起步是比別人慢了一點, 以前大家以為通霄就是海, 沒有人去聯想有山有桐花祭, 結果去年辦下來, 整個效果很好。
- 17.問: 公所有補助桐花祭?或聯合行銷計畫或輔導?  
A2: 說實在話公所鎮所是全力支持, 公所財源有限, 我們是全力去外面向中油台電農糧爭取, 這幾年來鎮長全力推展休閒農業發展, 他們已可以自主性的發展, 這幾年協會已可以放手發展, 有能力來承擔大型活動, 不要只講桐花祭, 公所這裡都是一套的, 行銷計畫與文宣來講這幾年來推展休閒農業, 這幾年來公所推展休閒農業都是息息相關, 所以在桐花祭的時候才能彰顯出來, 公所這些都是整個休閒農業的發展, 公所這幾年來文宣印製媒體的報導連繫這幾年都作很多了, 公所每個發行季刊通霄人每個季都在介紹休閒農業, 桐花祭都刊出來, 公所的網站, 大台灣旅遊網、電視媒體、雜誌等都大力在推 (A2, 17:1), 桐花祭主要的不同在於, 整個桐花祭的整個文宣主導是客委會在推, 效果很好, 因為他是全國性, 而公所推則是地方性的, 效果很好我們很重視客委的文宣。(A2, 17:2)
- 18.問: 客委會整個把經費直接補助給社團, 不經過公所及縣府, 您的看法?  
A2: 我們公所可以去爭取, 但是我覺得社團的能量夠, 可以自己去發揮, 他有透過公所機制, 我們把機會給社團去弄, 由社團民間自動自發, 可以更有活力更有向心力更熱鬧。(A2, 18:1)
- 19.問: 你覺得通霄富麗農村產業協會這個地方他們最強優勢在那裡?  
A2: 他們的優勢會能夠結合整個社區及整個產業, 自主自發有散發產業特質, 及地區特性顯現出來, 人力結合大家分工合作, 由下而上散發活力出來, 不是一個主辦單位在作而已。
- 20.問: 這個地區是客庄, 桐花祭在這裡是否能發揚客家文化?這裡只有辦音樂會?  
B4: 有啊, 效果非常大, 他們有客家美食, 我們去年是第一年辦, 他們以前在三義有結合客家詩歌朗誦, 客家美食等客家文化。
- 21.問: 對客委會辦桐花祭的相關建議或在合作方面或溝通上的建議?  
A2: 給地區性的金額太少, 因為要作一個業務的推廣, 像我們公所這邊還要去中油台電農糧爭取, 這邊的經費可能太少 (A2, 21:1), 溝通方面他們都蠻直接, 他們主委副主委都會下來 (A2, 21:2), 我們活動要辦四個禮拜, 經費可能只夠一天而已, 經費包括接駁車, 15萬可能只夠接駁車, 他們這邊還有我們公所可以去中油台電爭取經費, 產業文化方面可以多著墨, 經費太少的效益可能無法彰顯出來, 不要說一味要求經費, 如果有當地特色的話, 是不是可不可以視實際的強弱或展現的特色來核撥經費, 向這樣當地的特性都無法表現出來

(A2, 21: 2)。

- 22.問: 對客委會相關建議或在合作方面或溝通建議?
- 22.B4: 水龍頭開始是客委會,客委會一月通知我們評審准了後我們公所才去協助去各單位爭取經費,各單位也要時間,假如客委會的行程可以預訂再早一點,我們也才是第二年而已,客委會准了後我們才去跟農糧署中油爭取,又想到一個配套自行車之旅,寫生比賽,作計畫都是要時間,如果他早一點准,我們才可早一點來籌劃爭取經費作其他的配合經費。
- 23.問: 對縣政府辦桐花祭的相關建議?
- A2: 縣政府方面我們希望他們有支援出來,桐花祭今年第二年還不是很了解其他的公所是不是跟縣政府爭取支援出來,我們通霄方面希望有支援出來,包括經費上的支援或協辦導覽車或解說員等各方面,包括軟體現金補助等。(A2, 23: 1)
- 24.問: 對社團辦桐花祭的相關建議?
- A2: 對社團的建議,說實在這邊作的不錯,說實在大家作的蠻努力,要建議的話是可能在農民部分要多社區方面要多加強,暨然是桐花祭要增加很多的客家特色方面要加強,像客家餐,暨然是桐花祭客家招牌特色的客家餐方面的推廣。
- 25.問: 目前通霄地區有幾個社團辦桐花祭?
- A2: 只有一個。
- 26.問: 賣桐花商品茶具很多,你覺得彙古陶邑商品的最大優勢?
- A2: 彙古的商品主要是品質具有不可替代性,是藝術品,彩藝上品質上比別人超越,這二年來作陶的倒的太多,說實在台灣的價位已經沒有跟大陸比,不像工廠大量生產,他的創意,燒陶的品質有一定的品質具有特色別人沒辦法模仿,一定要走品質與創意,所以客委會也知道所以也一直在推創意,創意文化產業嘛(A2, 26: 1)。
- 27.問: 對產業業者例如飛牛牧場.陶藝.餐廳辦桐花祭期間相關建議?
- A2: 他們都結合的很好,如果要建議的話,地方美食地區性客家美食要推廣,社區的農民居民可以一起來,可以多一點(A2, 27: 1)。
- 28.問: 對客委會辦桐花祭的經費是否足夠?是否有什麼問題?
- B4: 客委會給我們的經費逐年遞減,但經費很少,我們協會在辦這種活動經費遞減是知道的可以作一個經費編列,可是我們要從其他單位去申請經費的知道時間是很短,我面臨很大的問題是,要從其他去籌備時經費時我們不知道有沒有,我們去年辦桐花祭時可以說辦得很成功,但是還不夠,今年我們還要更擴展通霄知名度擴展,所以邀請農委會來辦一個成果展,邀請縣議員來辦腳踏車活動,但會面一個問題是他經費來源很少有些單位的錢又不能快速確認,我們在辦活動的時候有些該不該花,能不能花,我既然們能準備什麼,只能從我的經驗去判斷什麼可以作(A2, 28: 1),什麼不能作,會來不及,所以會臨協會在辦桐花祭時的問題,所以我們希望既然在產業面這個區塊在苗栗辦得很成功,而且知名度已經打響到國外去了,客委會在桐花商品已經花了8年的時間,用很多時間,假如可以把苗栗的桐花祭變成一個很大的祭典,每年例行的一個祭典,桐花祭的桐花商品已經被各個的部門產業來效法,也像經濟不好,各個

產業的OP.OT也朝著這個方向在跑，如果可以朝著這個方向來作到完整的規畫，像我這次的整合像勞委會縣政府一大堆，到現在距離辦活動還10幾天，我很多經費都還不知道，很多事情都不知道能不能作。

29.問: 你的經費來源大部分為公部門?還是自籌或募款?所面臨的問題?

B4: 當然我的經費來源都是由鎮公所來努力籌措 (B4, 29:1)，因為這幾年經濟不好，業者本身的經營已經很辛苦，儘量不要讓業者出到錢，我們本身多元方案還有一點收入來源儘量由協會來墊付 (B4, 29:2)，當然我們希望辦活動能辦得有效率，客委會本身有些精神值得我們來效法，其他單位要如何整合，資源整合，社區整合，如果有政府部門來帶頭把氣氛炒熱，我相信所有業者都樂意跟隨，這是絕對，我辦這二年下來之後覺得今天如果經費不是很充裕，我們業者不知如何是從的時候，我們對桐花祭的期待是蠻大的，縣政府整合，勞委會整合，我期待這次三義鄉公所整個接駁，我們花了很多精神，我們希望明年桐花祭開始可以變成苗栗經常性的祭典活動有相對的編列預算，我們這些業者在辦這些活動的時候很早就知道經費的多少，那我們去執行可以知道我們有什麼的資源可以透過什麼管道來整合 (B4, 29:3)，把這個活動辦得很熱鬧而且行銷到國際，其實產業我去年在台北國際文化中心開會的時候發現台灣的產業面臨一個問題，藉著祭典藉著當地文化相對於產業農產品的提升，這個要相對於其他經費挹注，像今年課長同意幫忙對我們在農產品包裝方面，我們一年一年去籌備，讓整個社區有一個完善在農特產品方面。在當地伴手禮文化產業，在加上祭典活動每年辦得國際性，把台灣產業走到一個社區產業，走到一個量產化，微量型的社區產業的附加價值出來才能帶到永續經營，這個我有一個發覺客委會有客委會的策略，他沒有辦法整合，我在執行的時候曇花一現，如果可以跟休閒產業與創意文化產業與其他結合才可以永續經營。

30.問: 對縣政府辦桐花祭的建議?

B4: 其實有一些是跨鄉鎮的活動，三義跟通霄這部分就需要由縣政府來協調，他的資源有行政劃分，當然二個部門有公所幫我們協調 (B4, 30:1)，當然我們協會本身與三義鄉公所談的時候會比較有一個界限，假如由縣政府來處理的話，把他規劃成三義通霄或者是整個苗栗縣整個未來的發展，就像課長所講的大三通也都還未落實，所謂大三通就是大湖三義通霄整個東西橫貫旅遊動線 (B4, 30:2)，其實縣政府的部分目前是代客委會執行，如果今天是由縣政府來主導客委會的經費來源作一個統籌的話，再加上那我們業者的其他經費自我發展，我認為有縣政府來主導會比較恰當作法，說實在公所的經費一定有限，他們雖然很用心去爭取，問題有時候經費來源不確定性，而且通知我們的時間很短 (B4, 30:3)，例如其他單位。

31.問: 何時何處知道辦理桐花祭的消息?

B4: 今天要不是因為彙古陶邑的桐花商品關係，我們還不知道桐花祭的申請。

A2: 其實是因為我們通霄不在客委會的規劃範圍行程，我們雖然有很多桐花的特色，坦白講但我們的休閒農業也是這幾年才起來，我們獲得十大經典農村全國評鑑第一名都是這二三年事情，彙古陶邑是受惠於桐花商品，他有參加桐花商品，在這方面產業發展還不錯，客委會也逐漸知道通霄這個特色，客委會這方面彙古有很大的功勞，因為聽說彙古客委會桐花商品銷售第一名，陶藝方面，客委會很重視，他們的人下來後才知道通霄是跟三義是連在一起，才說要來通霄辦音樂會當然我們也是樂觀其成，以往我們坦白來講並未推廣桐花祭，其實通霄是有受益到桐花祭的活動，即使客委會沒有來這邊辦桐花祭活動，其

實我們每年桐花祭生意都很好，我自己也知道，但是今天我們有興趣來發展桐花祭，由富麗農村協會來辦，我們也是可以感受到這種熱力，客委會已經辦了七八年了我們不能抹煞這種成果，休閒我們已經發展這種程度，當然我們也很樂意來作，所以不能說因為彙古才有，人家雙湖三義這幾已經辦得很好很熱鬧，我們也知道影響很深遠。

32.問: 是否覺得當天主場的活動還是不夠，還要其他的配套要進行?

A2: 對。

33.問: 對縣政府辦桐花祭的建議?

A2: 縣政府應該可以更積極一點，我是覺得不要只是代為執行，要想說苗栗是一個客家縣，縣政府應該大力推銷客家文化.客家美食客家文化的特色，縣政府大量的資源要出來，配合客委會去作，不要只說執行客委會經費（A2，33：1），要大刀闊斧，第二點我們馬家庄也是客家庄，客委會很重視馬家庄，要如何結合馬家庄這是一個主題，客委會已經很重視馬家庄了，為什麼不在桐花祭就開始結合，過年馬總統要來都講出來，由客委會來主導了，為什麼不在桐花祭就作整個大連結，包括導覽車，有在講，但是只有給我那麼少點錢，我不可能作那麼遠增加一二倍的錢出，縣政府要大力來作，當然我也希望客委會早點讓我們來作準備（A2，33：1）。

34.問: 請問目前富麗農村協會有幾人?由誰組成?成主宗旨?

B4: 目前有59個人，業者居民都有還有整個休閒產業，業者有20多人，成立宗旨推廣這個地區的休閒產業（B4，34：1）。

35.問: 辦桐花祭的時候是自己辦或有其他人來支援?今年桐花祭主題?

B4: 這些農場都是農場都是會員，桐花祭的時候都很忙，要出來支援等於不可能，桐花祭時所有農場生意都很好（B4，35：1），所以我們都是從經費這邊編列交通指揮邊覽人員，整個農民也都要作農特產品展售，農特產品這邊都是發動社區來作，只有幾位三五位比較沒有生意牽絆的人出來真正支援，今年桐花祭4月19日賞桐音樂會，自行車之旅及農委會成果展（B4，35：2）。

36.問: 桐花祭對社區協會的發展是否有幫助?

B4: 我們剛有講我們每年都在期待桐花祭，通霄的休閒產在課長及鎮公所的推展下已經條件已經具備，歸功於客委會的行銷能力，雖然給的經費不多，但是相對在他的行銷廣告打得很賣力，是一種助益很大，再加上整個桐花祭很美的感覺，會把區塊的帶動助益很大

37.問: 桐花祭對產業的發展是否有幫助?

A2: 對產業發展有加乘的效果，全國性最成功的活動，具持久性，特色來講都是不遺於力，但因為桐花祭已經七八年了作久了，有往下坡了，要如何再創作高潮很重要（A2，37：1）。

38.問: 客委會在否會自動與你們溝通?

B4: 桐花祭會自己來跟我們溝通，主委與副主委都來，主委說今年桐花祭行銷推廣主軸是在輔導產業擴大就業率（B4，38：1）。

39.問: 客委會要把桐花商品推上國際舞，你給他的建議?或給縣政府的建議?

A2: 客委會的桐花祭是一個創意文化產業，在國際上已經知名度了，變成有點像台灣的國花，這是蠻成功的，但是政府單位就是會往往有一個很急的心態，我自己本身也是政府單位，好像要推一個產業短期就好像多久就要有一個成效或業績出來，其實這種心態是不對的，就像台灣的電子產業政府投注了一二十年的錢及人力物力才有台灣的電子產業出來，其實這種心態是不對的，同樣的扶植木雕、陶藝產業創新產業要生根也要投注更多心血及人力物力更有耐心與資金去栽培，不要今天補助多少就要有多少的業績出來（A2，39：1），應該要投注更多的心血及時間，才能讓一個產業的聚落面發展弄出來，縱向面要如何去紮根，客委會桐花祭已經面臨一個瓶頸，要如何去紮根，如何去扶植，縱向生根才是重點，加深縱深面，才能夠整個桐花祭壯大起來，不是每年只有辦活動，不是只有全國性的宣傳而已，要再去考量整個活動，整個公所及縣政府的資金整個中央政府部分資金的結合，例如桐花祭只辦桐花導覽車，客家美食要結合農糧署，其他產業要結合中小企業處，這樣才要有大量資金與資源進來（A2，39：2），才能開發產業的縱深面，才會往下紮根，我們很欣賞客委會桐花祭，但是如果不下紮根，到最後還是會有疲態出來，最後還是會走下坡，都會有生命周期的問題，最關心的是所以今天不是只有補助給我，是要我們往下紮根，讓我們在產業可以一直長久立足，扶植一個產業也是如此，就像我們教育一個小孩子也要二十年，不能今天叫他去補習習，明天就要他去考大學，也要先念高中，一個產業發展也是如此，現在政府部門都很注重短期的效益，每一個產業都要積極輔導，不是只補助幾十萬就要成功開花結果，縱深面要作也要有橫向的連結，一起來作。

40.問: 明年是否還願意再一起辦桐花祭?

A2: 我們希望越作越大。

當然是很樂意，可是這有牽連到一些其他問題，我是希望縣政府來一個整合（B4，40：1），今年我第二年在辦的時候我發現有很多問題需要公部門來幫忙作一些整合，我們還好有公所鎮長課長很熱心來幫我作一些解決，不然會很辛苦（B4，40：2）。

— 本訪談結束 —

編號： A3  
 訪談對象： 三義鄉公所承辦人  
 訪問時間： 2009年05月13日 14:20至16:10  
 訪問地點： 三義鄉公所

1. 問: 目前三義有幾個單位辦桐花祭活動?  
 A3: 我們三義鄉只剩下三個單位承辦，公所來講主要辦理觀光巴士的接駁，全鄉導覽圖印製以及部分交通管制的工作，那我們公所也算是一個單位，所以目前最主要承辦的是我跟課長（A3，1：1），那另外一個就是舊山線文化產業協會，還有三義木雕協會，總共三個單位辦理就這樣子。今年只剩下三個單位辦（A3，1：2）。
  
2. 問: 辦接駁車最主要是地方需求還是客委會的要求?  
 A3: 對，因為我們最主要 92 年開始的時候，三義鄉是苗栗縣第一個規劃全鄉觀光巴士，但是因為觀光巴士走了兩年多，在 94 年因為都一直被審計室糾正，要貼補太多錢給客運公司，後來在 94 年底就停辦了，可是因為辦了這個活動之後，發現觀光巴士實際上有存在的必要，因為我們三義的山區包含舊山線鐵道的勝興車站跟龍騰斷橋，他的道路的路寬比較小，一定要有巴士行走，所以為了配合桐花祭活動，從以前開始 92 年之後，歷屆辦的桐花祭活動，公所還是以主導觀光巴士行駛，一直到現在。所以那個時候，我們真正在辦應該在 93 年之後，所以一直開始就有觀光巴士的東西（A3，2：1），後來一直講舊山線要復駛，可是都一直沒復駛，所以觀光巴士在活動時都一直有行駛的。
  
3. 問: 觀光巴士只有桐花祭活動期間行駛?  
 A3: 對，上禮拜就結束了，我們也一樣觀光巴士就不行駛了；平常沒有！
  
4. 問: 那客委會補助你們每年大概多少錢?  
 A3: 大概只有三十萬。他以單位來算，包含政府單位跟民間團體，最多的上限只有三十萬（A3，4：1）。
  
5. 問: 公所這邊自己有貼錢嗎？是按人來計算收費？  
 A3: 要貼錢，但是因為總數制的话，今天下午才能報出來，但是我看那個數字並不樂觀，就是第一個禮拜第二個禮拜平均我們要補貼八萬塊左右，只有上個禮拜不用貼錢，這樣算一算的话可能我們還要貼補二十四萬左右（A3，5：1）。按人，就是說我們跟新竹客運租中型巴士五輛、大型的巴士兩輛，所以呢走兩條不同的路線，紅色的路線走舊山線鐵道那一條路線，藍色的路線走大坑延伸到通霄的福至興臨休閒農業區，所以我們有兩條路線中巴跟大巴行駛，總共租賃七輛車，但是因為他的租賃費用比較貴，因為中巴的費用一天是一萬塊，大巴的費用是七千塊，這次剛好跟通霄搭配，他們要求我們搭配，去年開始跟他協調，是他們來找我們要配合辦理，但是因為去年他們也沒有出資一起合辦，只是說希望現有的經費讓我們的巴士延伸到通霄的第一個點，可是他們提供解說員的服務，那麼今年在次跟我們提供說希望還是能夠走到通霄去，這一次點又增加到兩個拉長，而且客委會也要求希望跟通霄再合辦（A3，5：3），所以我們在那邊的兩台大巴士裡面，其中一台大巴士租賃費用由他們協會來負擔的。等於說一天七台車裡面、六台是三義鄉公所負擔，一台大巴士由通霄他們負擔的，但是我們四個禮拜共八天行駛走下來平均一

個禮拜大概還要補貼七到八萬，只有第三個禮拜不用補貼；因為五月一日勞動節連續三天假期，真的三義鄉爆滿，從早上十一點到晚上七點鐘都是大塞車的情況，整個三義鄉可以使用的道路幾乎都用上了，而且交流道也堵五公里，所以根本就沒辦法容納這麼多的遊客，但是還是很多的遊客一直都搭乘觀光巴士雖然塞在路上（A3，5：4），所以那一天我們的收費雖然是一日票五十元，每個人只要五十元可以坐整天，說真的還是可以蓋得過去，還是可以打平只有第三個禮拜；

6. 問：有沒有統計過三義一個活動在一個月的時間，大概會進來多少人？  
A3：這個好難估計，因為如果像以五月一日那三天來講，一天至少有兩萬人進來，平常的時間大概三千上下有，假日大概可能八千到一萬，一，尤其五月一日到三日時候超過上萬人，每一天喔（A3，6：1）。
7. 問：觀光巴士載客率依你們統計大概達多少人？  
A3：載客率若照這樣子來講，一天平均的量我們前兩個禮拜一天平均五百人左右，這還算沒有達到預期的目標；但是第三個禮拜是可以攤平的。三個禮拜你用租賃費五萬六千去除以五十人那個人數就知道了，五十塊錢這樣子，所以我們第三個禮拜事可以打平的。
8. 問：今年三義有幾個點辦活動？有派人過去支援？  
A3：舊山線文化產業協會，三義木雕協會，就只剩二個協會；不會，他們的人員本來就已經夠了，而且最主要我們發現他們有的都是一些，他們辦的社區活動就是擅用地利之便（A3，8：1），比如說舊山線他們就是勝興車站，因為目前勝興車站是一個古蹟，他們協會在認養，那木雕協會他們本身會搭配一些跟桐花祭有關的，比如一些桐花雕刻，或是做出來的雕刻用桐花意象展現出來，他們本身師傅人員就已經夠了，我們只是協助幫他們宣傳，他們的活動時間點內容有什麼一定搭配桐花祭一起宣傳。
9. 問：有幫他做相關的宣傳？例如？  
A3：我們的宣傳是配合在公所的網站，他們資料給我們一起 po 出去就這樣而已。整個行程包含整個活動內容，全部都由客委會統一製作成一份導覽護照，發送給全國民眾，那都統一由客委會做。地區的單位協會都不需要做這個動作（A3，9：1）。
10. 問：你們今年 2009 年是兩個協會辦桐花祭，2008 年的時候你們還有四個參加？為何今年會比較少？  
A3：六七個有吧！最多還到十四個吧！好像在 95 年還是 94 年的時候，後來就越來越少（A3，10：1）。第一個，桐花祭剛開始辦的時候，說實在的他的申請案件要審核過關，嚴格講起來相當容易，那個時候大部分的民眾還不曉得桐花祭到底在做什麼？客委會在做宣傳的活動、只要有單位申請他幾乎都給他過關，再來申請的經費相當的多，可是後來越辦越多申請的單位越多了，但他總金額不變，變的是你要分給申請單位來講，我原來的金額這麼多，給你們單位這樣、那大家就分配越來越少，但是到後來又出現一個問題，就是一般來講要申請的單位要包含社團、協會等等，他們的理事長跟會計那些都是無給職，算是利用自己下班的時間跟空閒的時間去做這項的服務，但是他們要核銷的時候，客委會那一關不太好過，就是有蠻多的一些據說他們審核的時候不太好核銷，到後來他們就越做越灰心，越來越不想申請了（A3，10：

2)，那你看我們今年含公所只剩下三個單位，去年十一月份我們在弘光科大，客委會要辦說明會三義鄉好像還有八個單位與會，等於說總共有八個單位今年還要去申請，真的申請只剩下三個單位，其他都不要了，都不想提啦！

11. 問: 爲什麼不想提計畫？

A3: 就是我剛講的，核銷的問題，再來還有一個很嚴重的問題，我的觀察，客委會爲了行銷桐花祭的活動，是沒有錯、你是在推展客家的文化讓大家知道說客家的一些東西，因爲時間很短，但是呢他有個情況做的不是很好，就是現在給你這個單位，比如說給你三十萬，你依照你的計畫書來做你的任何的一些動作，可是出現的問題就是他往往在核給你之後，額外要增加一些工作叫你做，但是他並沒有增加經費給你，我三義鄉公所我這一次我申請的觀光巴士，我的觀光巴士講實際一點我是三義鄉的公務員，我只要負責對三義鄉民交代就可以了，我不需要做到太多，那我既然申請觀光巴士我規劃的路線行駛三義鄉，行駛到大坑就可以了，沒有必要跟通霄合作，通霄鎮公所從來沒有主動跟我合作過，他也沒有跟我要求什麼？就算你要合作的話你要主動來找我，他們都沒有人出來過，甚至於這一次是因爲那個協會主動來找我們，那這一次每週都出現問題，所以我都在講我不太想跟你合作，那既然要找我合作，客委會當初只給我三十萬，額外的錢呢？你現在叫我走到通霄去，如果說你客委會就告訴我說你就把車子延長到通霄去，有沒有想過，我延長行駛的話我整個時間的排點，本來安排十趟車次就因爲走到通霄只剩下六趟或七趟，去年就出現這種問題，那這一次還好我跟那協會有講好，你要我走可以一台巴士不夠，一定要兩台巴士走那一條。那我的經費還是只有三十萬，他不會給我增加經費（A3，11：2），可是你卻增加了我的工作，那費用是不是你應該要吸收，話是因爲他們同意吸收一台車我們才答應跟他配合，那是變成我們私底下講好，但是客委會他沒有增加經費給我們，他只是告訴你說跟通霄聯合一起辦就這樣子而已。經費呢你自己公所要吸收，同樣的道理我現在要核給你社團，就你舊山線協會來做這個工作，三十萬最多不會超過，但是我現在突然要增加，我覺得好像有要辦音樂會的必要喔，那請你們再辦一場音樂會錢你們自己吸收，就會有這樣的問題阿！第一個核銷很麻煩、第二個常常會叫你增加一些額外的的工作，但是卻沒有增加經費給你，所以社團不願意做，這是我私底下問的一些結果。所以你看今年就有一個問題，雙湖爲什麼就不辦了。

12. 問: 爲什麼雙湖社區協會不辦？他的桐花林遊客很多，爲什麼不辦呢？

A3: 他最主要的就是非常多人看，我們在挑炭非常熱門，非常漂亮，理事長告訴我不辦啦！太囉唆了！他就直接告訴我依據話他不要辦了，就這樣子。就是我剛講的最後要求核銷很麻煩，他只給我三十萬，很多東西要做又不能做，給的錢這麼少、要做什麼東西。而且三十萬是上限喔，不是每個單位都是三十萬，是因爲我們政府部門，我本身觀光巴士有這個需求，他才給我們三十萬，據說去年的單位才拿到五萬塊，我不曉得哪個單位，但是私底下他們告訴我說：有個單位他們好像拿到五萬，那五萬能做什麼，吃個便當什麼東西可能就已經沒這麼多錢了。

13. 問: 那雙湖沒辦桐花祭活動人潮會不會受到影響？

A3: 沒有，人更多、那是因爲這次不辦，變成是挑炭古道道路指標全數由公所負責做，等於是說我帶著廣告公司的沿路去探勘，他們以前沒有做好的東西，這次把它給做上去了，所以說當遊客下來的時候，他們只要拿到觀光地圖照

著地圖走就不會迷路了，繞一圈全程繞完四公里，所以他們評價都不錯，他們是現在這個社團沒有在做，但是我發現人潮卻比以往更多（A3，13：1），當然會多的原因也有一些狀況，道路周邊的攤販增加了，攤販並不是合法，等於說在這個時間內臨時增加了一些攤販，再來去年來過的遊客已經知道了，就是前幾年來過的遊客，他們知道了這些的情況，變成是回流的客源，增加再新增加來的客源，所以我發現這個點已經慢慢打開知名度，把一些客源留下來，又再增加一些新的客源（A3，13：2）。

14. 問: 所以這樣對當地觀光文化產業推展沒有問題？文化產業跟經濟產業呢？  
A3: 都還好啦！有沒有影響？有啊！像他們做的那些香茅油生意非常好，我們那邊最主要的是茅香探訪，他們有做些香茅油、樟腦油的提煉，而且在阿旺伯周邊就可以看得到，所以那邊的生意都好得不得了。
15. 問: 但是那附近並沒有商圈？  
A3: 沒有商圈，因為第一個本身的聚落沒有辦法形成的很完整，目前在那邊的話只有兩家民宿在那邊經營（A3，15：1），但是那兩家目前還不是合法化的，只是他們剛弄好在那邊經營，那其中還有一家在例假日的時候有經營餐飲業，其他的話就只有遊客去散步走走而已沒有其他一些商圈可以逛。
16. 問: 三義地區參加活動的社團越來越少，長期下來會對這個有影響嗎？  
A3: 我覺得我會擔心的一件事，桐花祭有可能會變成第二個童玩節，已經沒有什麼很特別新鮮感了（A3，16：1），現在的情況是說，那之所以遊客還這麼多的原因，是因為我的觀察是桐花祭他的時間很短，所以實際上辦了四個禮拜裡面，真正只有中間兩個禮拜，二三個禮拜桐花祭盛開遊客最多，那今年剛好碰到五一勞動節三天的連假，所以才有可能造成這麼多人潮，不然的話你如果照正常情況來講，只有周休二日遊客量應該不會像今年這麼多，說實在的桐花祭已經辦了好幾年，給人家的感覺就是塞車，不管去哪裡幾乎都在塞車，一些著名的觀光景點包含南庄什麼地方，這地方幾乎都是山區，有桐花的地方都是在山區嘛！說真的廣告打得出去把遊客吸引進來，相關的很多措施並沒有做得很好，講實際一點，第一個要等餐飲的東西好累，等了很久，餐飲業像勝興那些就要大排長龍，還是要等很久，再來交通我們三義鄉可以用的路全都用上了，還是造成大塞車，所以遊客普遍抱怨聲很多，但是我們沒辦法管制遊客，因為我們只能透過廣播請遊客不要進入本鄉了，因為擠不進來，可是還是塞爆（A3，16：2）。
17. 問: 那可是這樣子會影響到次年的回客率嗎？可是幾乎每年在成長！  
A3: 會阿！對啊在成長，但是有時候我會覺得這次觀察到觀光巴士幾乎有很多以前看過的客源層，但是那些客源層會出現一些情況，就是他們已經被我教到聰明了，他們知道怎麼玩，但是還是很多的遊客不喜歡照我們給他的行程去玩，所以往往會把時間拖的很長，或者是該玩時間的沒玩到，不該玩的時間全部都塞在路上，會有這個問題，所以有聽到很多抱怨聲就認為說交通是一個蠻大的癥結點。
18. 問: 公所這邊沒有辦法幫忙解決交通的問題嗎？  
A3: 解決不了，我們三義的路就是這樣子，而且警察也全部出動，然後更麻煩的一件事情，私人的情況是西湖度假村廣告打得太兇了，如果看民視的話跑馬燈幾乎一直在跑，然後連民視的綜藝節目或者是肥皂劇都還把他穿插在劇情

裡面，一直打西湖渡假村，所以重點就是西湖渡假村周邊全部都打結了，打結的情況是沒辦法有車子可以進出（A3，18：1）。

19. 問: 那西湖度假村是以桐花祭為主軸還是以娘家劇場為主軸？  
 A3: 講實際上，他一年賺錢的時間就是這個，他是因為跟民視合作，當然靠娘家演藝人員來看準人的心理希望能夠帶來遊客，再來穿插一些桐花婚禮在裡面，然後辦理一些活動，偶而向第一個禮拜就穿插說幾點到幾點就開放民眾免費入場，再來就是又有一個禮拜是類似像去年的限量公仔，你在開演的時候前一千位或幾千位可以索取，就是用這些東西來吸引人，所以打出他的知名度，但是也跟民視合作民視演員也一起他們就是互蒙其利，但是三義出現很嚴重的一個問題就是，九華山也搬來三義了，剛好是五一勞動節又是浴佛節，龍騰斷橋的停車場已經弄好了，有紓解一點點的交通，但實際上助益不大，所以根據我觀察的結果，如果像這樣交通沒有辦法下去的話，以後的客源層會慢慢的就是因為交通的問題而對賞桐花的興致。相對的大坑那邊是因為我們三義鄉開花最漂亮的地方，那邊很安靜也很清幽，所以發現那邊的遊客越來越多會有這種情形，舊山線這邊我們期待鐵路會復駛，鐵路如果沒復駛的話，就怕這樣的結果發生，真的沒有辦法。真的沒辦法消化、消化不完，光是勝興車站那塞得像什麼樣。
20. 問: 公所還有編錢補助給社團嗎？配合款？  
 A3: 你所謂補助給社團是辦活動嗎？沒有，那些錢全都客委會一手主導的，沒有，公所就只有觀光巴士（A3，20：1），觀光巴士、導覽圖印製、還有交通管制，然後地區的維護，因為我們有多元就業人員，所以請多元就業人員負責我們全鄉的大部分景點，所以請多元就業慢慢維護（A3，20：2）。
21. 問: 三義在辦桐花祭的時候，為什麼這邊會有這麼多的人潮，你們最大的優勢在哪裡？  
 A3: 最大的優勢，我們的觀光景點很多，我們整條的路線串聯很方便，先撇開塞車的情況來講，三義得天獨厚的是以雕刻起家，第一個知名度以打開了，是三義鄉重要的雕刻重鎮，然後我們有一條水美街、神雕村木雕博物館，還有火焰山生態教育館，這個東西嚴格講起來在一個鄉鎮擁有這麼多在地資源的不多，三義有這個好處。再來三義本身的交通方便，我們有火車、高速公路、省道、客運公司、都可以進來（A3，21：1），雖然這個地方不會說像南庄一樣要進去很遠，我們鐵公路各方面都很重要，更重要的事十年前舊山線廢駛了，結果廢駛了才發現這條鐵路對台灣來講很重要，更重要的事它具有台灣很多的第一，比如說是勝興車站是最高點，龍騰斷橋是唯一磚造的鐵橋，已經被台灣譽為鐵道極品，整條的路線有舊山線的隧道，最高的橋樑，然後還有鯉魚潭水庫的穿插等等，所以觀光資源都把他串成一個觀光帶，這加起來不是每個鄉鎮都有，但是我們三義鄉都有了，更重要的是現在推展休閒農業，三義鄉在苗栗十八鄉鎮裡面唯一一個鄉有兩個休閒農業區，一個叫雙潭，一個是舊山線，那我們這邊季節性的話可以來採果（A3，21：2），可以來看雲海，所以我們這條 130 線休閒農業區，你會發現裡面的餐飲業、民宿業真的是好到不得了，更重要的是剛好是桐花祭期間白天賞桐花晚上看螢火蟲，一個螢火蟲的吸引力對年輕的客源層來講，幾乎是三義鄉從早到晚都是客人，真的是塞到不行，勝興車站晚上九點了還是滿滿的人，根本人潮不斷，從早玩到晚（A3，21：3），白天一樣看看完了晚上就是要看螢火蟲，所以整個客源層就這樣帶進來，所以你看看看在台灣有哪個鄉鎮可以像三義

鄉這樣，第一個交通方便、然後所有的資源都可以結合、包含觀光、特產、在地的資源又加上桐花，現在又多了一個宗教文化，宗教文化就是佛頂山在三義很有名，九華山銅鑼也搬來這裡，天帝教也搬來這裡了，所以你看這麼多種宗教在三義的話，併在一起想要不紅真的也很難。所以客流量就會一直增加（A3，21：4），所以我們就佔盡了地利之便把各種東西全部結合在一起，全部湧進三義鄉，所以這是三義鄉得天獨厚的情況，我唯一擔心的情況就是交通的問題一直沒有辦法突破，而影響到遊客的興致，如果我們的交通能夠紓解的話，我會覺得這是一個很好的觀光區。

22. 問: 那客委會有沒有在桐花祭活動之外在給你們一些相對的比如說你們需要的硬體設施改善或是什麼的經費？
- A3: 有，所以你看勝興車站那邊就做了一座客家桐花村，勝興車站的周邊因為那是古老的街道，週邊的房子林立老老舊舊一排看起來不是很整體，去年還是前年就撥了一筆經費，整個門面的意像就打造成統一的感覺。
23. 問: 是直接給社團還是透過公所執行？
- A3: 沒有透過公所，他直接執行的，一開始跟民眾協調好，就幫他做好門面都做好。
24. 問: 木雕村這裡有嗎？有相關的建設經費嗎？
- A3: 木雕村那邊以前也有申請，但是這個申請一般來講是配合桐花祭活動有的，比如說桐花燈籠那一些，可是後來發現那些東西並不能久存，而且三義會碰到另一個情況當颱風季來的時候，還有冬天我們這邊比較濕冷多霧，所以本身像這種木製品的東西，長期暴露在外，說真的一兩年就那個，然後太陽一照射下來之後損毀率更高。
25. 問: 覺得三義勝興最大的優勢在哪裡？
- A3: 勝興最大的優勢就是因為舊山線廢駛之後，這個站變成大家開始重視，以前這個火車站的售票率不到兩百塊，那要廢駛之前、開始炒熱一些觀光景點的東西，那個票不夠印，結果呢等到廢駛的時候更多人來，所以一夕之間爆紅了起來，讓大家知道原來有一個勝興車站，剛好又是因為是在地客家聚落，搭配一些客家米食客家產品，一些客家的料理加加進去，所以大家都覺得山區裡面有一個車站很特別（A3，25：1），看看古造的站坊，然後又是全台灣最高的車站，然後又吃個東西，又可以在森林裡面散步，他的優勢就是這樣子。在我來講都是全國獨一的。
26. 問: 他本身社團活動的能量你覺得呢？
- A3: 也經常辦啊！我們這邊也辦得不錯啊！而且一年辦的比一年熱鬧，包含桃李季、桐花祭、木雕節還有舊山線停駛紀念活動，都是一年重大的節慶，在那邊都辦的不錯，而且都吸引很多人。
27. 問: 是因為他本身的社區凝聚力很強？還是？
- A3: 凝聚力，講老實話派別相當的多，說實在講凝聚力的話，我應該老實告訴你凝聚力是蠻那個的，各派介入的會比較好，他們唯一讓我覺得好的就是有很多東西不用打廣告，客人就自己來，所以他們那邊不用擔心說找不到客源層來消費。但是下一個消費情況就是因為去年碰到金融風暴到現在，所以營收有下滑的趨勢，大部分的遊客來的時候只看不消費很多，所以實際上嚴格講

起來經濟上的效益不見得可以馬上看得到提昇，但是人潮還是很多(A3, 27: 1)。

28. 問: 那木雕村這邊呢?  
 A3: 比較冷落，因為說實在本身的木雕第一個他本身是一個奢侈品，他並非民生必需品，他有點像鶯歌陶瓷一樣，你一定要生活達到一定程度之後才可能額外去看這種去欣賞這種東西，那是因為以目前的失業率跟金融風暴席捲之下，現在的人可能先顧肚子會比較重要，所以呢這種額外的奢侈品大概除了一些固定薪水的人，或者他本身有這個積蓄可以在追求更高層次生活美學的人會有以外，一般來講一般民眾不會很刻意需要，所以相對會下滑。
29. 問: 會不會有等桐花祭一過那遊客的數量會減少很多的情形？大概會差多少？  
 A3: 相對會，兩三成有，因為每一年固定就是在桐花祭的時候，客流量真的是我們一年當中最難負荷的 (A3, 29: 1)。
30. 問: 比木雕節還好嗎？  
 A3: 好太多，木雕節現在反而嚴格講起來，如果是我的立場來講的話，我覺得可以不用辦的必要，因為我覺得似乎沒有辦的必要，講老實話有點在消耗經費，真的；所以我覺得說因為一年一年這樣辦下去我感覺是倒不如不要辦，因為辦到後面好像是在地人自己在玩，已經沒有那種，雖然名義是三義國際木雕藝術節，感覺起來真的是木雕節似乎是很冷清的一個活動。
31. 問: 現在客委會桐花祭的模式以中央直接籌畫讓地方來執行，縣政府跟公所他的定位是在一個比較屬於輔導的角色，那你覺得這個定位會不會造成你們辦桐花祭期間一些困擾，還是說你們覺得這樣還不錯呢？  
 A3: 多了一個縣政府說實在以我們公所的立場來講，縣政府給我們的感覺實際上只是一個整合單位而已，只是把我們的公文轉給客委會而已，沒有什麼太大的功能，頂多就是客委會下來的時候，縣政府主導一下，提供場地讓我們有地方開會就這樣而已，實際上沒有給我們很大的協助 (A3, 31: 1)，所以我覺得一般桐花祭來講，縣政府的立場感覺起來沒有做些什麼東西，幾乎我們直接對客委會 (A3, 31: 2)。
32. 問: 公所這邊跟社團的情形？  
 A3: 也還好，因為經費第一個不經過我這邊，以前有經過，以前是客委會給鄉鎮公所在轉過去，後來我們發現一個情況就是，變的是我這邊要去審核社團辦的一些東西，我們的審核跟客委會的要求有落差，到後來我們建議就是乾脆就直接對你客委會就好，他到底要做什麼？你們希望他做什麼？乾脆你們直接對他，不要經過公所 (A3, 32: 1)，所以以前剛開始是客委會給錢給公所，然後我們對社團，後來乾脆就不要了。公所跟社團是在同等的地位，一起申辦案子直接對客委會 (A3, 32: 2)。
33. 問: 你們又沒有補助經費給社團體，會不會影響到當地整合的優勢？  
 A3: 其實還好，因為都已經變成一個模式了，反正我們公所就負責觀光巴士，社團都知道你要辦的活動點跟時間，要配合那八天的時間，然後要在我這個觀光巴士行駛路線上辦，就是我的巴士一定要走到勝興、龍騰、西湖渡假村，不管哪個社團一定就是在這個點，重要的點辦木雕館、勝興、龍騰、西湖渡假村，你不可能辦到雲洞山上面去，沒有人會去啊！那可能自行開車遊客沒

辦法到，所以他們都知道我們遊戲規則，已經辦了這麼多年，所以大家都知道。

34. 問: 他們假如說辦活動有問題、經費太少會不會找公所來幫忙？還是會直接找客委會幫忙嗎？
- A3: 找公所來幫忙，目前來講是還沒有。但是他們會請我們幫忙就是一些環境的東西，比如說像勝興車站到龍騰斷橋那個舊山線，那個雜草很多，他們辦活動時比如說要辦個健行，他們可能沒有那麼多的人力跟財力去那邊，所以會請公所協派多元人力去協助（A3，34：1），所以我們這一兩個月的時間，幾乎都是多元人力全部都在整理整個三義鄉的觀光景點，包含舊山線的除草，就這樣子，所以這些東西就會請求公所支援，我們本身多元人力算是蠻足夠的，就在配合桐花祭的這段期間，我們會把這些人力全部派去把那個鐵路都清得乾乾淨淨，讓遊客在鐵路上行走去參加他們的活動。
35. 問: 你現在的多元人力大概有多少？統一由公所來運用？
- A3: 33 個。對，就是我這邊申請案子目前有 33 個；對啊，他們的多元人力就負責勝興車站，那我就負責全鄉。我們的景點那麼多，所以分下去的時候好像也看不到幾個，所以三義鄉蠻大的。
36. 問: 你們目前對遊客統計？
- A3: 沒辦法，因為我跟你講遊客統計太那個，因為三義剛好有交流道，交流道旁邊第一個就有麥當勞、西湖渡假村、車亭休息區，那每天經過的遊覽車，一定至少百台以上，他們一來的時候本身就會在三義鄉消費，那可是有很多只是經過類似像休息區而已，他們就離開了。所以那些人到底算不算進來三義鄉，所以這種東西很難去估計（A3，36：1）。
37. 問: 在產值的增加方面的統計？
- A3: 產值的話一般來講我們私底下會去問一些業者那些東西，桐花祭是一定會增加好幾成，增加好幾成，是按照不同的業別；對，不管你是做哪個行業，就算是連木雕業他們也是會增加（A3，37：1），只是多多少少，因為木雕的話說實在的就像我剛跟你講的，這個東西本身是個奢侈品，比如說像這麼大的東西大家是提不走的，可是小的東西是可以帶走的，比如說像一些吊飾、一些小的東西可以隨身攜帶走的，所以目前的轉型方式，就是我並不要帶這麼重的東西。可是我可以隨身做一個彌勒佛或桌上的東西，他們可以帶走，所以相對的有人潮相對的錢潮就會進來，這是一定會增加的啦。
38. 問: 桐花祭的補助案是縣政府通知你們？還是客委會直接通知你們？
- A3: 客委會直接給我們公文，然後選定一個地方在北中南吧，招開一個類似像說明會的場地（A3，38：1），那我們去年就到弘光嘛，前年在東海大學，就是把一個地區區塊性的，像我們這邊來講，就好像是苗栗台中彰化南投，中部地區的縣市集中在一個地方台中市上課，就是把明年希望做出來的什麼活動，你們要提計劃怎麼樣來帶動這樣子，一起辦個說明會，說明會一辦完的時候，可能在兩個月之內計劃就要提出去了，透過縣政府整合轉送出去，然後縣政府整合了之後轉給客委會，客委會就要擇期在每個縣市舉辦簡報說明，那時候就要通知所有申請單位在哪一天縣政府招開一個簡報，每個單位輪流去簡報十分鐘二十分鐘，那這一次就發現很明顯的就是以前苗栗縣好多喔四五十個單位吧！這次好像全苗栗縣我算一下只剩下十七個，我若沒記錯

的話全縣喔！只剩十七個（A3，38：2）。

39. 問： 苗栗縣為什麼會減少呢？可是客委會不是會對你們進行輔導嗎？
- A3: 這是我剛跟你講的原因、各鄉鎮都一樣啊！那種輔導說實在的沒有什麼太大的效益，跟一般來講沒有什麼太大的效益（A3，39：1），客委會的輔導嚴格講起來，講一個例子來說好了：你看這一次的桐花婚禮應該算縣政府弄出來的新花樣，就是這一兩年來，你想想看桐花婚禮他能夠吸引到很多人嗎？說實在的我不是結婚的當事人，不是結婚當事人的親友，說實在的叫我花個門票進西湖渡假村看個桐花婚禮，除非那天的花很漂亮我想去看，除非那天的節目表演很吸引我，我會想去看，不然的話我寧願覺得外面的花比裡面的花漂亮，我不會想進去。再來辦個桐花音樂會，音樂會是客委會一直推展的東西，他認為說在桐花下賞音樂是一個很浪漫的一件事情，我不也認為是一個很浪漫的事情，這一次又在上田不曉得有沒有去過，我專程去聽一下音樂會，我聽了五分鐘我都快要睡著了，然後就覺得說這種音樂會難怪會那麼沉悶，誰會來聽，因為我就覺得說一個音樂會，也許是我們的想法，在一個桐花林下你選的曲目，或者是什麼的話大概要能夠吸引一些人潮，但是用那種銅管五重奏，第一個本身是屬於很靜態又適合在室內音樂會的感覺，你給他擺在桐花林下，一個炎炎夏日大家躺在草坪上聽到這樣的聲音，真的不到五分鐘就睡成一片了，所以大部分的人認為說：這音樂會好沉悶喔！所以你會發現，就算是他一直輔導會說我們希望通霄有這麼棒的地方做音樂會，就算是有這麼棒的地方在勝興鐵道半夜，可是我到覺得我們勝興鐵道音樂會辦得很成功；為什麼？相對的它能夠帶動一下那種氣氛，因為那種在熱的環境下，你若快樂一點或怎樣的話你至少可以鼓舞一下人氣，讓人家覺得快樂一下這樣子，不會把那種氣氛搞成很沉悶大家睡著一片那種感覺，所以有時候輔導的東西不見得切合實際上的需要。
40. 問： 客委會會要求你們活動的內容嗎？
- A3: 會，就是因為這樣子所以他會要求你修改；爲了配合他們的活動宣傳目標；所以他會要求你，很麻煩就這樣子，又回到剛剛講的一個重點，核銷很麻煩，經費不多，核准了你之後他就告訴你這個計劃我不想要你改過，這個東西不好請你修正，然後我們希望做什麼做什麼？雖然名義上是輔導我們，你要給我們的東西並不是我想要的（A3，40：1），我們沒有必要一定要配合大不了我們不要做。
41. 問： 從開始辦到現在你覺得桐花祭接下來面臨最大的問題在哪裡？
- A3: 可能新鮮感沒有了，我覺得啦！
42. 問： 爲什麼會有這種感覺？是從遊客的層次還是說社團越來越疲乏？
- A3: 都有，一剛開始的時候，大家都很熱衷在做，然後還有一個更實際上的一點問題，可能政黨的輪替，很明顯的看得出來，去年換人執政之後，今年我們的桐花祭冷了很多，就是在民進黨執政的時候，把這個桐花祭的區塊炒的相當的熱，但是真的今年我們真的感覺起來？
43. 問： 是經費問題嗎？是覺得說客委會來的次數不多？還是說？
- A3: 都有啦！你可以很明顯的感受得到。就是跟我們這邊的互動那一些東西，很明顯的有差異（A3，43：1），我的一個感覺政黨輪替真的有差。很少真的很少，以前客委會好常來喔。

44. 問: 今年還會這樣子嗎?  
A3: 我常常爲了要接客委會。今年喔?今年好簡單反正公文來,然後告訴你要幹嘛,然後在這一次辦一個全國首長的會議而已就這樣子。沒什麼,全國首長的會議就是把所有的百分比,一個鄉鎮裡面的人口數是佔客家多少的百分比的鄉鎮長請來這邊,召開一個全國首長客家事務研討會,頭屋好像也是嘛!也有來講講話,然後第二天去看看古道走走啊,去哪邊吃吃客家米食啊,就這樣子。看起來好像沒有太大的作用,真的給我感覺起來冷了很多。所以再來遊客會感覺是說辦的活動也減少了,除了賞花以外也沒有什麼很特別節目表演可以欣賞,好像是漸漸冷下來的感覺。
45. 問: 可是一般桐花祭不是賞花?辦活動也是影響桐花祭成不成功的因素,而不是賞桐?  
A3: 都有啦,我會覺得啦!其實整個面相我們這種單位看是整個綜合起來。
46. 問: 社團也覺得比較缺乏新鮮感比較不會那麼熱衷?  
A3: 也會,因爲怎麼講客委會一直要求我們創新的新點子,以我目前來看除了一些商品有一些新點子之外其他東西沒有什麼新點子,已經炒得差不多了,講實際一點客家的東西第一個、除了客家的住宅,傳統的農業使用的一些機具,就是我們客庄的機具,再來我們傳統的飲食習慣文化,這個東西是可以改良的,等於說把客家米食改良製作、包裝,就像我們三義鄉很有名的九鼎軒大家都知道的,那個就是一個很好的形象包裝,然後一些新的創意商品,有一些新的 idea 出來,我是覺得實際上有他的必要性 (A3, 46:1),因爲都已經改變了。但是就是一個情況就是說你除了這些改變以後,好像找不到更新的點子,可以再來塑造說到底客家還有什麼東西,所以大家想不出來有什麼更新的 idea。除了我剛剛講的一些創意商品,創意商品是可以搭配出來,可是除了這些以外呢活動的類型可能已經想不出什麼東西。
47. 問: 目前活動社團大部分是在商圈附近社團,像三義這邊早期有一些像純粹以文化方面的比如說山歌班舞蹈班專門辦桐花祭的社團消失了,爲什麼?  
A3: 因爲喔!客委會找我們去開會的時候,他說好像唱唱山歌每個地方都在唱山歌,然後重要的是這些山歌個誰在聽,重點是誰在聽,苗栗縣我們縣長他請了三大男高音來,因爲他有個世界性的吸引力,人家可以進來,現在來賞桐花大家來看桐花,可是聽到的是一群婆婆媽媽在唱山歌,那些山歌不是國際水準的,只能算是 local 一些表演,嚴格講起來會去看的人就是那些表演者的親朋好友而已,其他的人有人在唱歌就經過了,所以沒有辦法真正說山歌就是我們客家什麼什麼,再來大家也沒有很高的吸引力,更重要的是客委會都認爲說怎麼好像每個申請單位除了唱唱山歌、跳跳一下那個舞以外就那個,所以你現在申請這個案子幾乎在客委會那邊都不會過,所以你會想到一些東西,他們實際上爲什麼不辦,因爲他們計劃書送上去客委會就被打回來了,客委會就希望你不要辦 (A3, 47:1)。
48. 問: 這樣子對客委會發展桐花祭發展客家文化的理念會不會有影響?  
A3: 會有一點影響啦!我現在的感覺就是客委會真正再推的好像都是一些創意商品的東西,其他一些真正客家文化的東西我發現真正沒有留下來,就像一些我們客家的藍布衫那些東西,我覺得是一種商品化短暫性的沒有辦法真正說很落實到客家說,你能夠可以幹嘛 (A3, 46:1),還有更重要的一個問

題？現在年輕人有幾個講客家話，你會不會講客家話，我告訴你我是客家人我下一代沒有人講客家話，我也沒有跟我兒子講客家話。因為我覺得客家話對我來講沒有必要，我現在除了我上節目我拍節目我就在桐花祭的時候面對遊客，人家記者來訪問我的時候，我出去帶團他有規定我講客家話，我幾乎用不到這個語言，那我現在發現我這次桐花祭以來，我常用到的是英文，我反而講英文比客家話多。

49. 問: 這裡會有很多外來客嗎？他們是自己來的還是？  
 A3: 都有、大部分是背包客，所以我這四個禮拜的觀察，發現很多香港、大陸那些都還 OK，我後來才發現大陸來的我都講中文，香港的我跟他講英文，因為我們中文溝通不是很好，但是日本客外來客我們都一律用英文溝通，所以我發現我講英文的次數比講客家話多，再來我本身是花蓮人，然後住這邊家人到嘉義去，我比較長跑國外，後來發現真的用到客家話的機會比較少，真的非常少，這個語言我學來不曉得要做什麼用，因為我的生活理念就是語言學到就是要跟人家溝通，但是我小孩子不會住在苗栗，對我來講學這個東西是用不到的，我們加的下一代幾乎都不住在這邊了，用到的東西都講中文跟外國朋友交談，所以你看客委會有一個很重要的客家文化的東西要傳承，一個就是語言的東西，嚴格講起來我這個桐花祭沒有人在講客家話，很少很少非常少，真的非常少。我有桐花祭的時候碰到老一輩的人我用客家話交談，年輕的沒有人跟我講客家話。
50. 問: 一般旅客遊客大部分是外來客居多？反而客家人進來的比率高不高？  
 A3: 客家人進來的比率算是也蠻高，但是他不一定會跟我講客家話，我也很難知道這個是不是客家人，你是閩南人你先生呢？你的家庭跟我的家庭一樣，我可以問個比較不禮貌的一個問題，當初你們結婚的時候會不會有這方面的阻礙，那南部他們本身對客家話不熟，他們始終對客家人有一種很特別的標籤會幫你貼上去，所以實際上再交往的時候會有受過很多的阻礙，反而我會覺得在我的成長過程當中，有時候覺得我不希望別人知道我是客家人。
51. 問: 這幾年客委會成立的時候，推了那麼多客家活動應該會有改善吧你認為呢？  
 A3: 我覺得還是區域性，台中以南的話我每個禮拜都到南部去，他們只知道客委會有個桐花祭，他不曉得你們桐花祭到底在幹什麼，只知道來賞花吃吃東西吃客家米食，他們的感覺，因為我前天也去高雄所以剛好也碰到人，你們客家客委會在桐花祭弄得很熱鬧，那你對桐花祭的印象是什麼？花啊看那花很漂亮米食很好吃，就這樣沒有其他的印象了，就是知道第一個有桐花可以看，第二個就是客家米食就這樣子。其他沒有印象。
52. 問: 那以桐花祭對產業的發展是比較有幫助的？  
 A3: 所以客委會他推的東西幾乎都是以商品的推展，我倒覺得文化跟語言的東西，他其實要推起來也很困難，像現在都要考英檢，他也在推客檢，問題是客檢考出來要幹嘛！我那時候直接問客委會的小燕，我問他說：你們要不要考客檢，要啊因為工作上的關係，規定要考，那你們到底要不要講，不會講啊還是不會講，所以你考出一個客檢出來要幹嘛好像也沒什麼作用，實際上也只有在這區域性的小學偶爾會請到客檢的老師，來教一兩堂簡單的客語，實際上好像沒有太大的助益，那我有很多朋友去考，有客檢過那你們有去學到什麼教課嗎！有這個證照的人太多了，他不一定會請我們去。

53. 問: 平常有問題會跟客委會反映? 會被採納嗎? 或跟縣政府反映會採納嗎?  
A3: 嚴格講起來懶得溝通! 其實有些東西我覺得他們很多東西直接會要求希望怎麼做, 而不是真正在聽我們地方的聲音, 但是我們也習慣了, 所以大概也不會, 硬體的東西是還好啦! 反正硬體的東西是在做建設嘛, 你們幫我的建設改得不錯, 多做一些東西一般的民眾都還能接受, 凡是有關活動類的東西, 有的東西他不太能接受 (A3, 53: 1), 像你剛剛講的一些婆婆媽媽唱歌跳舞那些東西, 有沒有必要傳承, 嚴格講起來這是一個文化, 客家山歌只有客家才有的, 有必要傳承。就只有老一輩的人會唱會跳, 我們這一代的人不會唱也不會跳, 你有看到我們這一代的年輕人在唱山歌嗎? 好像也沒有, 所以等到老一輩的人都凋零的時候, 這些都不會有了。真的都不會有了; 再來語言也慢慢消失了, 因為我們這一代也沒有會講這個語言了, 下一代更不會講, 所以很多東西他很想推動, 可能大環境的影響他也推動不起來 (A3, 53: 2)。
54. 問: 像這樣會不會影響你們對跟客委會繼續合作桐花祭的意願嗎?  
A3: 會啊! 其實我們本來就不想做 (A3, 54: 1), 是後來他要求我們的。
55. 問: 是不想辦觀光巴士還是不想辦桐花祭?  
A3: 也不想辦也不想辦觀光巴士, 因為當初我的計劃案本來就不想動, 後來是因為縣政府跟我們講說: 據說是客委會打電話叫他們提, 他們才提, 嚴格講起來本鄉主動要提的案子本來別人在提; 但是因為太難看了, 後來縣政府跟我講: 我的提案是最後一天才送件, 本來不想提的, 我想跟鄉長講說我不要提, 我的案子是最後一天才送達縣政府, 縣政府還打電話說: 你三義鄉公所為什麼還不提案, 我說我們還在等, 後來我們去簡報的時候, 才知道原來舊山線好像是客委會私底下打電話請他們提的。就是我剛剛跟你講的一些原因, 要求我們太多, 然後要求我們做的東西並不是我們想要的, 除了硬體設施幫我們做了很多, 也許我們在地會感謝你, 把我們的門面重新改裝一下, 可是很多東西要求我們的並不適合我們在地人想要的。
56. 問: 現在目前桐花祭慢慢擴到雲林彰化宜蘭, 覺得這樣子對苗栗整個地區或三義這個地區辦桐花祭會不會有影響? 會不會擔心?  
A3: 我覺得還好啦! 不會, 因為第一個人家的一個印象在裡面, 桃竹苗就是一個客庄地帶, 所以可能我的感覺, 本國外國我都常跑, 我在本國裡面各縣市也常跑, 我到一個地方去, 你家住哪裡? 我說住苗栗客家人, 所以他們心想桃竹苗就已經被定位成客家人, 尤其是苗栗, 所以當他們只要知道行政院客家委員會辦了這個東西, 第一個就想到苗栗, 其他的地方都是附屬的, 那也只是要增加他們宣傳的賣點而已 (A3, 56: 1)。台北的話, 像你在台北能夠看到桐花大概只有三峽左右, 土城三峽如果沒記錯的話, 應該就那樣子而已, 其他的話應該就沒有, 土城三峽白基山那一帶, 桃園的話八德那一些還很多, 所以那些都只能算是區域性的區塊, 苗栗縣是因為佔地利之便, 就是我剛剛跟你說我們這邊三義鄉, 不僅有火車舊山線各方面結合加起來, 更重要的是我們有私人的遊樂區西湖渡假村協助打廣告, 跟民視一結合哇真的是, 跟民視結合的私人遊樂區, 除了西湖渡假村還有哪一個應該是沒有了, 你想想看以民視那種電視劇一宣傳下去的話, 他只要有三到五個百分點, 就有多少人進來三義鄉, 雲林古坑南投那一些, 有這麼多可以結合的資源嗎? 沒有, 雲林若沒記錯有一個劍湖山他是以私人的名譽打出一個廣告, 沒有辦法跟客委會或說什麼東西跟在地的結合, 應該是這樣子。那南投目前是天梯

比較有吸引力之外，其他好像也沒有什麼。

57. 問: 辦幾年活動下來，對客委會、縣政府的建議？對社團產業建議？或是期許？
- A3: 客委會我是希望他給我們的彈性能夠大一點，不要規定的太多，對，因為既然要推展客家文化，我覺得有很多東西他以後有可能會消失，不要給人家太多的限制（A3，57：1），是沒有錯，他都把一些外國的東西給我們看，像我們去年去的時候他都給我們看日本的什麼東西，但是我發現這並不是不好，而是說我們在地的文化是這樣子，把日本的東西給我們看、我們並不是日本人，沒有必要去全盤接受，但他的理念是說總歸一句話還是我剛剛講的創意商品，日本就是把一個創意商品包裝的沒有的東西把他包裝成有，所以客委會應該給我們彈性多一點比較好，再來經費不應該都是用以單位最高上限，應該要衡量如果這個單位有必要性，像我們三義鄉公所，你不能夠還是給我三十萬，根本不夠用，便是我在地還是要配合款那麼多，那你跟民間社團一樣還是三十萬，說實在的我們真的有必要辦嗎（A3，57：2）？這是一種齊頭是的是平等，而不是以個別的單位社團去考量，這是我對客委會的建議。再來縣政府，對我們來講，以客家桐花祭來講好像真的沒有什麼太大的功能性，因為幾乎都在客委會，而且所有的公文只有一開始申請案的時候轉過去而已，其他東西根本對於我們來講沒有什麼太特別的；還有一個東西，縣政府應該要居中協調一下我們十八鄉鎮在地的特色，要先給我們審核過，像這次桐花護照，他做出來根本也沒有給我們審核過，後來發出來之後，我連看都不想，一打開後錯誤百出，縣政府根本沒有找我們，不曉得是客委會給你的時間太短，就變成縣政府馬上回報給客委會，我一直打縣政府的電話，跟我講說唉什麼什麼，奇怪你們怎麼到現在才跟我講，我的活動都已經開始了，這個東西應該是早就要跟我聯繫好，所以我覺得縣政府居中聯繫鄉鎮公所跟客委會中間扮演的角色做的非常的不好，真的，縣政府的角色有必要協調地方跟中央單位很多包含我們要提供給他的資訊，還有一些文字上的修正，這個他都沒有做好。像我們這次弄的桐花護照，裡面的文字內容要修正我們鄉鎮公所真的沒參加（A3，57：3），然後直接就 po 出來了，客委會印刷就直接跑出來，奇怪這些東西我根本也沒看過，怎麼跑出來，然後縣政府一直打電話來問了一大堆奇奇怪怪的問題，我說幹麻、他說客委會要啊！我說你這個東西要、不是在活動期間要、應該在活動之前，你就應該跟我要才對，現在才跟我要我已經夠忙了哪有時間在提供你這些東西，所以他中間的角色沒有做好。再來我們對社團，以前一開始的時候好像 92 年開始一直做來，一開始經費很好申請，他們有一點浮濫的情況，便成是大家就像做拜拜一樣把他給弄完，就嘻嘻哈哈活動就結束，還是流於那種大拜拜的形式，可是這幾年下來，也可能是因為客委會的嚴格把關，也篩選了一些節目表演，可能唱唱歌跳跳舞那種傳統客家的東西，你可能就看不到了，相對而來的會變成是一種有水準的一些客家音樂家的團體在表演，就是那種聽了會睡著的東西，他們認為那種層次會比較高的那種東西取而代之，雖然這是一個不錯的那個，但是我會發現還是有一點點的商業化的氣息在帶動，因為我的觀察結果是，客委會還是希望能夠增加一些創意商品來包裝之後帶動客家桐花祭的一種形象，要求地方團體辦這個活動，也增加了很多創意商品，接下去就是一個商業的東西帶進來，不能夠說不好，能帶動我們這邊的經濟，我覺得那種感覺見仁見智。對做生意的人來講，會覺得很好，其他的來講，依我來講不是很好，我不會很喜歡，不太喜歡看商業化的東西，雖然我是辦觀光的工作，這是我的工作。大家的感覺就會很市儈，以經濟為考量以利益為優先，到後來客家的文化便成是一種新的商品包裝（A3，57：4）。

58. 問: 對產業的建議, 因為你這邊的產業相當多, 尤其做桐花相關產業?  
A3: 其實還好, 我看他們做的東西、吃的一些連雕刻東西都加進去桐花的一些元素, 都還不錯啦! 慢慢的會帶動, 確實可以讓他們增加不少收入, 有必要性。
59. 問: 產業業者在桐花祭活動裡面有提供一些什麼回饋來幫助桐花祭的活動嗎?  
A3: 他們會把環境弄好來, 然後給遊客多一點禮貌性的服務, 就已經不錯了, 因為不太可能跟民間業者要求太多的回饋 (A3, 59: 1), 第一個他們平常的時間有很多的業者靠一年靠桐花祭做這一次, 多賺一些錢, 因為很多的業者平常週休五日的, 只有假日在上班, 難得有桐花祭帶來那麼多的人潮, 他們希望利用這段的时间多賺點錢, 可是旅遊的品質給遊客的一些感覺服務的品質不是很好。
60. 問: 三義活動慢慢減少, 會不會影響創意產業發展? 客源會不會逐漸的消失?  
A3: 我倒覺得還好, 像今年得情況活動越來越少啦! 可是進來三義的人還是很多, 會持續性進來, 就像今年的人潮比去年多。
61. 問: 但是他們以為你們有辦活動, 還是賞花?  
A3: 對! 那是因為他們第一個以為我們有辦活動, 後來才發現我們並沒有辦活動, 他們的反應是說: 沒有辦活動沒關係, 我們就看花因為重點就是要看花, 他們以為看花以外有其他活動穿插的進來, 他們就順便看活動, 所以就變成有花看花, 沒花的話我們這邊有很多的古蹟, 一些景點可以搭配, 他並不一定需要活動, 如果說是別的鄉鎮的話, 就覺得太單調了, 我們三義鄉的得天獨厚就是就算是沒有活動還是很多景點可以看, 有博物館有雕刻街有勝興車站、舊山線、龍騰斷橋、鯉魚潭水庫, 隨便你講我們還很多東西可以玩, 所以沒有活動對他們來講不是很重要的問題。
62. 問: 所以桐花祭活動你認為週邊的地理環境資源還是很重要的?  
A3: 非常重要; 因為三義給我的感覺就是真的很得天獨厚, 因為交通方便, 缺點是路太小, 然後大量遊客湧入之後, 沒地方可以停那麼多車子, 人不知道要輸送到哪裡去這是一個問題, 其他的話我真的覺得全國的鄉鎮可以讓一個鄉鎮有那麼多點的地方真的不好找, 以一個小鄉鎮來講的話。
63. 問: 假如三義今天沒有這些相關的景點跟地理環境資源, 你覺得光一個桐花樹欣賞跟桐花節活動, 他可以支持一個桐花祭的成功嗎?  
A3: 我會擔心的是到後來可能變成第二個童玩季, 有時候想這個東西可能是多慮了, 因為舊山線可能要復駛, 就現在如果復駛的話, 想這個東西真的是可能多慮了。童玩節是因為玩玩玩到後來就已經沒什麼特別, 他好像撐了十二年, 就結束了。因為三義最嚴重的是交通停車的問題, 我們現在之所以還那麼多人潮是因為有很多景點可以搭配, 還不至於讓這個活動有衰退的跡象, 這種持續性一直下去的話我覺得不是一種好事, 所以我還是期望舊山線復駛, 舊山線一但復駛我們三義鄉一定更熱鬧 (A3, 63: 1), 絕對, 因為我本身是做這樣的工作可以觀察的出來, 只要舊山線一但復駛我們三義鄉一定會帶來更多的客源層, 所以桐花祭不管有沒有活動的穿插我相信人潮一定會更增加, 不會減少。沒錯! 三義鄉得天獨厚的就是把這些東西串聯在一起, 剛好有桐花晚上又有螢火蟲哇那真的是得天獨厚了, 這是我的想法。

— 本訪談結束 —

編號： B1  
 訪談對象： 產業協會理事長  
 訪談時間： 2008年09月11日 14:10至16:15  
 訪談地點： 三義細妹按靚餐廳

1. 問: 請問你們現在在外面正在作的工程是國際桐花林的工程？都是硬體設施？是客委會補助的？工程由誰來設計及施工？

B1: 名稱叫國際客家桐花村新貌工程，勝興車站，勝興車站國際客家桐花村新貌工程，第一期九百五十萬確定已經結束結案了那現在第二期剛發包然後包商本來跟我們講這幾天要進場但是可能因為有一些變更的部分現在在處理所以還沒進場施作。第二期大概也是九百到九百五這樣子，都是硬體建設（B1，1：1），之前有做的八件立面，這一期大概也是七件立面，然後西側有一個空閒置的田野他們把他做成生態池然後把這些，因為早期這裡是一個蓋斑鬥魚的原鄉很多蓋斑鬥魚，以前這裡有但是後來開了餐廳，餐廳的排廢水沒有經過過濾就直接排放到溪流現在我們這裡一條蓋斑鬥魚都沒有，可是如果以這樣子的溪水這種餐廳的排廢水那個化學成分非常重，洗碗的，要不就是高油污的，油炸的東西，可能量很多，是所有魚類沒辦法存活，不是只有蓋斑鬥魚，蝦子也不見了，也沒有蝦子，我們現在這條溪是死的那種溪，你看哪十幾二十家餐廳所有的廢水都排到溪裡，沒有東西可以存活，因為這個地方，他已從一個默默無聞的小村子一夕之間變成觀光景點所以他早期的基礎設施是不完備的等於是沒有阿沒有所謂的下水道阿甚至一個簡單的排水溝都可能缺乏，那後來但是因為在短時間他就變成很受歡迎的觀光景點那確認這期公共工程做，有的因為已經你地方已經熱鬧起來了，你要施作會受到很多限制，所以他就採取一種比較低度需求的那種做法去做沒有辦法去做就挪這個地方的發展，用補強的方式有一點怎麼講缺什麼做什麼到時候又發現好像並沒有辦法解決問題，一直在惡性循環，這次我們就把四分之一的錢花在整治溪流，不是影響門面原因，最主要本次分為六大項，其中兩項是他的立面工程，作店面修飾，其中兩項是溪流整治及生態池建構把所有店家所廢水集中的排放到生態池裡面，三道過濾種蓮花，最後才是養鬥魚，工程是由縣政府發包，金主是客委會，案子是由我們及縣政府一起提的，現在由文化局觀光發展課施作（B1，1：2）。

2. 問: 現在施作的案子，可以符合您們的需求？並經常作協調溝通？

B1: 台灣的公共工程有很大的問題在裡面，常常作好了才發現對所謂建設二個字有時候很諷刺變成了破壞，對生態與環境，現在政府社區總體營造從設計規劃到發包及施作，不是很健康，我是不曉得別社區的想法，公共工程這種東西就像作西裝制式化，但是每個社區需求不一樣，舉個例子他有可能作個實用性的材料來作我們文化性的材料，我們這種地方就不適合這種材料，不像我們的樣子，很新很制式化、很俗氣，有跟他講，但他說找不到材料給我們用，像我們設計規劃到發包都是採取最低標，你如果採最低標就像劣幣驅逐良幣一樣，發包更糟糕，有的看到經費不敢作會賠錢，標到用最差材料來作，像我們的現象，是設計不良及材料不良的問題，到最後變成整體不良，比如說作立面工程，我們的設計公司沒有落實到由下而上的精神，社區總體營造我們過去常看到不是社區要什麼，而是主管機關要作什麼，叫設計公司這邊設計一個駁坎，另外一邊設計一個立面，立面作的原有的風貌就被蓋掉了，我待過二個社區當理事長，都是這種情形，公共工程進來，每次不知道是要拒絕還是接受，拒絕人家又會說錢要給你，你還不要，接受了他沒有辦法把他作好，到最後就形成所謂我講的破壞，我們這裡就是這樣，感覺得無力感會發現沒有錢沒辦法作事，制度性的破壞，比老百姓的破壞更嚴重。

3. 問: 工程進行到一半, 如果發現到問題, 所提的意見可以得到支持? 事前有參與規劃過程? 會去參加設計評審會? 有何建議?
- B1: 通常發包出去就成定局了, 只能作小幅度修改, 金額不能變更, 圖原始設計也不可能完全改, 我們也不是設計專業, 所以當初我們提的時候, 比如這邊路很窄, 缺一個步道, 設計師就會畫個圖, 但設計出不是這個樣子都會很失望, 因為材料不對, 設計不對, 沒有美感, 他們有評審的機制, 但覺得對案子沒有都大的幫助, 我們事前都會陪著設計公司去丈量, 告訴他我們想要什麼, 但很多都是他們想作, 我們不想作, 比如說立面他們想作, 我們不要, 反對的原因是因為以台灣目前作立面成功的案子大概不到百分之二, 材料設計全面什麼都不對, 像汶水老街, 普遍反應也是不好, 全部都長得一樣, 像三義木雕老街也是, 花了好幾千萬, 作出來的招牌也都長得一樣, 像烏魚子 (B1, 3:1), 稍為有一點品味的人來看也都搖頭, 你去歐洲看每家店也都不一樣, 各自發揮才有特色, 有何藝術可言, 像八間立面都是一個造形制式, 常跑歐洲的人就會罵了, 每一家店都一樣, 是在把原有特色消滅掉, 還是在展現出來, 公共工程最大的問題就在這裡, 建議實在沒什麼用, 反對都沒用了, 這個是結構性的問題, 可能要從招標作起, 從社區總體營造觀念改變作起 (B1, 3:2), 其實溝通只是講講話, 你講的他不會聽, 像我們這裡是古蹟, 有客家山村的地方, 你在作社區總體營造時, 你要考慮到他的人文要比實際需求重要, 其他地方可能只需要路燈馬路寬一點, 當然也要考慮到美化, 本地有一百年的歷史, 在作的時候你要考慮到他的歷史, 來作的人不知道, 作得過程會破壞到原有歷史, 規劃的時候也沒有文史工作者加入 (B1, 3:3), 像舊山線要復駛, 我常常去參加他們的會議, 從頭尾沒有看過有文史工作者, 這些交給技術官僚去作, 有的多瞎, 像那個有百年歷史的涵洞說要挖掉, 人家過世棺材抬不過去就要挖掉, 看在文史工作者的感覺會怎樣, 有一百年的東西要換成水泥的, 算什麼? 沒有半個學者專家, 文史工作者, 錢用下去, 能不能經得起時間考驗
4. 問: 附近的商家會不會覺得新的硬體對他們比較有幫助?
- B1: 可是一般的人看眼前, 也要考慮到長期利益, 路擴寬後, 人潮進來了, 錢進來了, 但玩三年, 三年後人家不來了, 生意要作一百年, 還是要作三年, 也有民代說, 那鐵道沒有火車走, 我們改成像東豐鐵馬道一樣, 騎腳踏車, 你的特色馬上跟人家一樣, 也有人附和, 但你馬上把一百年的特色破壞掉,
5. 問: 在當地在努力公所或縣政府會提供支持? 自己又如何籌措財源?
- B1: 通常都靠我們自己, 像我們認養勝興鐵路這個地方, 也是因為文化局與鐵路局都不願意認養, 公所更不敢接, 一年要花一百多萬, 鐵路局認為古蹟不能賺錢也沒有人力, 縣政府及公所財政也不是很好, 最後社區跳出來, 我們社區來接我們要, 自己地方自己照顧, 一年花一百二十萬, 如果政府來接一年要花四百萬, 我們已經認養快三年, 我們現在經常性收入是, 我們在車站有擺一個賣紀念品攤位, 一年營業額一百多萬, 淨利四十幾萬, 其他缺口就透過一些閒置空間, 出租給會員, 收入大概有七八十萬, 經常性缺口大概有四、五十萬, 我們理監事出一點錢, 去年我一個人就貼了四、五十萬, 今年到現在大概已貼十幾萬, 其他的會員, 有時候三五萬, 其他的時候就是辦活動的收入,
6. 問: 會員人數? 組織編制?
- B1: 目前會員三十幾個, 平常行政業務大概就是理監事就四個人, 在作, 其幾乎都是我跟總幹事在分攤, 其他會員都有自己的事業在做, 都很忙 (B1, 6:1)。

7. 問: 桐花祭活動辦理人員? 獲得多少補助款? 誰補助? 活動內容是自己設計或客委會來共同決定, 有特別為活動設計相關的活動或產品?
- B1: 客委會補助今年三十萬, 前年五十萬, 全三義就我們獲得最多錢, 其他社區二十萬, 辦二個禮拜, 我是從2002開始, 但我們這個協會剛成立三年, 所以今年是辦第三年 (B1, 7: 1), 聽說還有社區計畫書沒通過, 沒拿到錢, 辦二個禮拜假日, 我們協會辦活動, 長官都會覺得很大更多錢, 比如說三十萬活動, 我們會辦到像一百萬, 所以為什麼客委會官員會疼愛我們就是這個原因, 像我們辦桐花祭活動都很有特色, 活動內容都是我們自己設計, 比如說就典型的, 像客家人小時候都有經歷過客家年度節慶, 年初祈福, 年終完福, 這種活動都是小小的, 但還蠻精緻的, 客家人信仰把他放大, 你看到後面的客家人特有燈籠八仙燈, 只有客家庄才有, 只有在老的客家聚落 (B1, 7: 2), 以前就扛著八仙燈籠遊街, 我們村子裡有二支放在爐主家裡, 我們辦活動有四十支燈籠, 發包給做燈籠的工廠作, 以前一支只有四仙, 二支共有八仙, 現在我們把八仙放在一起, 把每一家店的抬頭放在上面, 因為我們這邊有四十家店, 我們會有祈福活動以前只有二個, 現在會有四十個小朋友, 祭拜時以前客家人有紙錢, 就是唐錢, 黃色一長串, 客家人的有一個人高, 以前只有二串我放八十串, 一字排開, 很壯觀, 把我他當成一個祭典, 當作桐花祭開幕式, 長官主委都會來當主祭, 繞街時陪著我們走, 一直走到主祭台, 以前沒有人這麼辦, 我只是把客家的常民信仰祭典, 一年做一次的拜拜的活動, 設計成觀光活動, 我看到客委會桐花祭用祭典的祭, 日本很多活動也用祭典, 可是在整個中都沒有看到祭典, 所以引發了我的靈感, 我辦第一年之前, 特把跑去日本京都看人家的祭典, 回來時候, 就把地方的的耆老及懂祭典的人找來研究 (B1, 7: 3), 設計油桐花燈籠, 油桐花傘, 有各種顏色, 另外這個燈籠平常可以裝燈, 掛在門口, 有七種顏色, 其實這些東西平常都有, 只是把他結合在一起, 辦活動時就會到處都放我們辦活動時, 可以說是桐花意向最強的, 別的地方都沒有, 很熱鬧
8. 問: 辦桐花祭活動的時候, 有跟其他的店家或業者合作推廣活動?
- B1: 有很多遊客都會想買我們的東西, 我們活動沒有跟商業掛勾, 只是單純推廣客家文化與油桐花文化, 沒有跟其他業者配合。
9. 問: 記者會或推廣活動政府部門或其他會幫你們作?
- B1: 沒有, 都是我們自己作, 我們跟記者關係很好, 縣政府沒有幫我們, 客委會他那邊會有幾千萬的廣告預算, 但沒有特定點, 打全省的 (B1, 9: 1), 縣政府沒有作記者會, 都是客委會在作, 客委會補助我們, 但縣政府沒有, 我們也沒有拿過其他案子, 宣傳也沒有, 只有桐花護照, 但沒有什麼作用, 因為沒看到有幾個遊客亮出來 (B1, 9: 2)。
10. 問: 活動人潮是否很多, 跟你們預期的一樣?, 對你生意及推廣是否有幫助?
- B1: 一天遊客大概有人說三萬, 我大概估二萬出頭, 我是估大概一個假日兩萬出頭, 一個半月下來大概接近二十萬, 一般前後算四十天, 可是已經把這裡擠爆了, 跟我們預期還多, 當然對這裡的推廣有很大的幫助 (B1, 10: 1), 我們這裡的點其實人潮不缺現在是修路, 人潮反而變少, 他這個seven, watch上一期的讀者票選台灣tope, thirty我們排第十九名, 他講是講是三義, 其實是講我們這裡你看內容就, 知道他還會提到我們推廣鐵道文化還有我們油桐花的意像很豐富。
11. 問: 在三義是你們的油桐花最多嗎? 所以客委會選你們這裡當桐花村, 還是你們自己爭取當桐花村?

- B1: 不是，我們這裡最少，基本上遊客來這邊看油桐花會失望，我們活動辦得太強客委會到2002年才辦油桐花，所以如果官員來跟我來談油桐花他們都發現比我晚，我1999年就做那個步道做好了（木雕村六月雪步道），一方面也是因為他們來這裡觀察，覺得說這裡的地點條件，可以打造，有那個條件，人潮有了，鐵道文化，然後客家庄嗎，那本來這個地方停駛之後遊客就一直一直來，所以客委會直接在我們這裡投資很快效果就出來。
12. 問: 桐花祭補助案是你們自己爭取，或政府部門會通知你們？會不會覺得經費很少？
- B1: 可以這麼說，其實因為辦過2002年那時候我沒有經手，是三義觀光協會，那時候我們還沒成立，然後三義觀光協會辦油桐花祭，客委會會到地方來勘查場地，他發現這個場地很適合推廣遊桐花文化，因為人潮多所以他這個活動的主場就放在這裡，後來因為客委會有一些對客庄的一些建設的經費，他有錢他就會選地點，後來就選到我們這一邊，覺得我們這個村子辦活動的條件夠，推廣客家文化及油桐花的能力也夠，就說我們有一筆錢來幫你們作建設，鼓勵我們成立協會，我們舊山線協會就成立起來，通常客委會的案子，縣政府比我們還慢知道，我們跟客委會關係很直接（B1，12：1），向我們去年辦活動副座一個月來了六七趟，一下帶委員來看，一下帶學者來看，看我們是實現桐花推廣的一個點，別的社區，都會覺得客委會照顧勝興特別好，我們這邊前後大概有三.四千萬的經費，絕對是全苗栗第一名（B1，12：2）。
13. 問: 社區經營的困難為何？建構桐花村的困難？
- B1: 其實當初有攤販佔據車站前廣場老長官宿舍，客委會就說給你們經費，但是攤販要搬走，但是公所的公權力無法有限，我們只好自己想辦法，真的很辛苦，建構桐花村的困難還很多，最主要是村民還沒有覺醒，還有就是既得利益者，因為垃圾廢水不能隨便倒，以前沒有人管他，我們不准他們丟，一般都是在這裡住很有，有時候會佔據停車位，佔用公共空間問題，有三四家，另外就是公共工程進來是建設還是破壞，我們會怕這個問題，很想爭取，不建設好像跟之前沒有改變，建設之後又好像不會比之前好。
14. 問: 在補助款方面，如果以文化建設或文化研究經費進入，你們會覺得比基礎建設經費好？
- B1: 其實客委會的文化調查或文建會的我們也拿過，比較軟性，只是對社區文史的建構，連村民都不知道田野調查也會被發現出來，我們這邊不缺文史的研究，但對日後的基礎建設也沒有幫助搞設計的人不會去看這些，這些不會參考，公共工程是結構性的問題，要改變不是一夕之間，我作這個工作真的很累，很想不作，店還在經營就會繼續作，我不作就沒人願意作，我這在出生，但現在不住這邊，但我爸爸的祖產還在這邊，但我這個店是租的，已經九年了。
15. 問: 為什麼為選擇舊山線停駛後，到這邊來開店？
- B1: 因為舊山線停駛後，人潮慢慢的進來，形成懷舊風潮，媒體的一直報導，但是有陣子在走下坡，大概三年前，我們接手後，.....。
16. 問: 如何遊客留在這裡勝興，並重複前來消費？桐花祭對你們有幫助？
- B1: 會，會一直來，因為這裡不用門票，附近吃一點東西，花費不多，台中重複來的人很多，桐花祭對我們的幫助最大了，對我們的知名度推廣最大，來的人最多（B1，16：1），我們為了讓人留住，之前比較沒有辦法作到，現在我們擴大腹地，現在這期工程，不花在店家步道，擴充到外圍去，把他放在田野溪流，讓遊客進來可

以走到旁邊，桐花步道現在旁邊，這個是我跟隔壁地主二個人各出三十萬來自己作，不是客委會經費，我開這個不是爲了自己的店，打通了對社區大家都好，我們這裡最大問題在於，桐花祭遊客來這裡都會來店裡問，油桐花要去那裡看，我們都回答不出來，所以客委會作工程時候編經費種油桐樹，種在沿路，重新塑造，我們區內並沒有油桐花，對面山坡有油桐花，所以從年開始，就打算要作步道，爲了做步道困難重重，地方上有人反對，因爲有人種檳榔，這裡土地一坪八萬，捐七八坪在加工程經費三十萬，一個人負擔六七十萬，花了一個多月的時間才說服隔壁地主，最主要因爲後面有二三十公頃的國有林地，裡面有二三十年的油桐花很大棵，因爲我是本地人所以對地形很了解。

17. 問: 國際桐花村建設對你們長期文化與產業有幫助? 及你對桐花祭對文化與產業經濟長期幫助的看法?
- B1: 國際桐花村建設對我們有幫助，但我必需強調一點，我們協會成立之初，客委會給我們的名字是「勝興車站國際桐花村發展協會」，但因爲名字太長，開會報名時報不出來，沒有人記得住，所以我來當理事長三四個月後，剛好勝興車站接手問題，因爲我的觀察，這個地方的定位不是在油桐花文化，也不是在桐花村，這個地方有一百年的鐵道文化，如果把這些文化比喻成刀子，桐花文化是菜刀，客家文化是水果刀，關刀是鐵道文化，油桐花整個北部縣市都有，你看雙湖村，桐花祭的時候遊覽車多多，但是桐花祭一過後人就沒有了，苗48線，叫木炭桐花村，我們不會客意去推廣桐花文化，因爲整個北台灣都有，從商業理論與定位談起，油桐花期只有一個多月，創造了商機很難評估，過後的還是有其效益，時間短，我們這個地方沒有桐花油文化也可以走的很好，根本沒有辦法稱撐起一個產業，至少目前還沒看過，只能說是活絡帶動而已帶動周邊產業，單獨成爲一個油桐花產業應該沒，過了桐花祭就停掉了，勝興客人平日是爲了鐵道文化而來，而不是爲了油桐花文化而來，你看獅潭.三灣.南庄都有辦桐花祭，過了人都沒有，南庄平日還有人去是因爲他的山水，現在來的是爲了鐵道文化而來，不是因爲油桐花，三義雙湖村桐花祭活動的時候人山人海過了就沒有人了，桐花祭沒有辦法稱撐起一個產業 (B1, 17: 1)。
18. 問: 客委會的政策是希望桐花祭發展成一個產業，去結合商家，推廣客家文化與發展當地文化產業，你的看法?
- B1: 要看以那每角度去分析，以客委會用桐花祭推廣客家文化的方法看起來是很成功，因爲有季節性問題，沒有辦法讓有油桐花的村莊一整年都很好過，但某個程度上，讓客家文化被注意，因爲桐花這個圖騰對推廣客家文化被注意很有幫助 (B1, 18: 1)。
19. 問: 請問油桐花文化可以代表客家人的文化或精神? 還是什麼可以代表客家文化?
- B1: 不行，我小時候看油桐撿油桐花撿到大，也沒有什麼感覺，我還是比較早發現油桐花價值值人，我1999年就開始作六月雪步道比客委會還早，南部沒有油桐花，南部人會罵你，你問南部的美濃人油桐花可以帶表你們，他們一定也會認爲不行，北部客家人也不行，以客觀的來分析，油桐花是一種休閒產業推廣的下的產業，硬要跟客家文化連結會有一點勉強，至少在文本上沒有這個東西，比如說文學音樂 (B1, 19: 1)，早期客家人的生活連結性不強，看不到油桐花，可以說是因休閒產業所造成的契機所放在一起，你如果拿到原鄉去問客家人也沒有這種東西，南投以南也沒有油桐花，客家文化的代表我可能還沒有能力去分析，客家文化精神，看不到最是硬頸，勤勞，樸實，比較看得到藍布衫，灰布衫，早期農業社會時穿藍布衫黑褲子，大概要七、八十歲的人才知道，在服飾上可以代表客家，油

紙傘也可以，客家文化與漢文化比較有脈絡可尋，我去日本發現，日本有很多文化與客家文化很像，不知道別人的感覺如何，第一個最顯著吃的方面，日本最會做醃漬物，漢人裡面就客家人最會作這種東西，客家長期生活在困若的東西，所以很醃，日本人很會作米食，台灣只有客家麻糬才可以比，還有就是紙傘，京都都用紙傘，紙傘文化保留最好的就美濃。以前客家人嫁女兒時候會嫁二把傘，因為傘裡面很多人，多子多孫，在客家文化裡面傘、斗笠、建築物在原鄉保存的較好，在台灣建築物與閩南人沒有什麼差別，原鄉的圓樓就保存的很好，祭祀的部分就是拜土地公、三山國王廟、義民廟，客家文化就客家菜、藍布衫，其他就很少了，這裡要保存下來，還是靠客家文化，客家文化是這裡的血液，鐵道文化是骨幹，油桐花文化是維他命，很補，一年補一次，桐花祭過後店家眉開眼笑，過後作夢還會笑。

20. 問: 桐花祭活動辦下來，會不會對當地的客家文化保存有加分？

B1: 有幫助，但擔心人太多，對平日整合活動而言，客家委員也跟我提過，你們那裡商家服務態度不太好，可能是因為生意太好，好到都會怕，還有一點是客家精神沒有拿出來，只有少數耆老用客家話交談（B1，20：1），我跟委員說，我們這裡最大問題是，我們這裡的利益不是辛苦掙來的，有觀光客不是經過社區一起努力，爭鬥，辛苦經營而來，而是一夕之間變成觀光景點，剛好火車停駛，一夕之間從一個窮鄉僻壤變成觀光景點，這裡的人從來沒有付出過，不曾回饋過社區，沒有感情，要一個月多花二萬塊，多出五百元，三家有二家不願意出，還會告訴我說遊客都一直來，你不用那麼忙，我要求他們不要亂停車，社區要往前走，大家也要作一點犧牲還會告訴我說遊客都一直來，你不用那麼忙，那是我的事情，這邊我的會員有三十幾戶，大部分都是經商，全戶大概四十幾戶，不到五十戶，存住宿的很少，原本是社區小店，遊客來了才變成現在這樣，經營型態差不多，都是客家菜，在這裡經營西餐會倒閉，原本有一家開西餐，賣義大利菜，沒多久都改為客家菜，因為台中西餐那麼多，到最後賣擂茶，外地人就覺得你是客家庄，就應開賣客家1的東西，沒辦法作很有效的統合，無型的部分我不覺得政府不拿錢來這裡就會造成多大不良，這是硬體部分，但就那些基礎的建設停車，排水，走道算基礎，其他的就算不動也不會沒落，最主要是居民自覺，就會沒落，三年前就沒落，業績掉到剩一半，我們接手後，雖然景氣不好，我們這邊還過得去，沒有店家倒閉作不下去。

21. 問: 本地腹地較狹，一日遊，二日遊的潛力如何？

B1: 以目前來講，所以我們現在在擴大，我出錢來作步道，就是為了這個目的，遊客來要看桐花，不必叫他去那裡，往上走就有了，這次作的那錢最是這樣，因為再往西走就是土地公，我們這次打造第二期工程，就是為了土地公，因為客家文化可以作得真不多，信仰文化中不搬土地公，要搬媽祖嗎？不可能，你去找圖騰，只有他在客家人中的聚焦，雖然閩南人也在拜，但是不一樣，客家人的神祇中你可以看到，客家人最崇拜的是天神，但常民信仰就是土地公，所以才會拿土地的祭祀來作活動，來放大美感的部分，遊行的時候會找人穿藍布衫，穿肚兜，再加一些桐花祭的元素，才可以在僅有文化圖騰裡面，找出一些元素來發揮（B1，21：1）。

22. 問: 之前這裡為了停車場問題，好像有些爭議，原因主要為何？停車空間夠用？

B1: 因為我們協會剛認養的時候，經費不夠，請公所撥一些停車經費給我們，公所不肯，所以才會到縣政府開會，停車空間，平常是夠，但是桐花祭是不夠的，但不可能為了七八天的時間去蓋停車場。

23. 問: 你們社區可以自己自足? 經費如何來, 經營時會跟政府部門訂立合作契約?
- B1: 我們可以, 所以鄉公所很少跟我們打交道, 因為我們若不自立就會造成政府的負擔, 一年二百萬來算, 那會有社區自己來錢出來, 但是如果不作, 三五年後很可能會回到原點, 我們文建會的經費很少, 只會一紙公文來說, 因為車站古蹟是屬於鐵路局的財產, 必需由他來支應, 我們也不跟政府、客委會、鐵路局打契約, 這樣會受限於政府, 但一切我們自己來作, 我們花一百二十萬去養, 我們都不支薪, 所以只要花一百二十萬, 否則政府要花四百萬, 可能是因為這裡是我的出生地, 所以每天超過八小時在作社區的事情, 自己的店反而沒有那麼積極, 因為社區好, 店的生意才會好, 很多人沒有這種觀念。
24. 問: 從事社區理事長的工作感想? 及對油桐花活動的感想與建議?
- B1: 有時候很有成就感, 有時候會氣得要死, 常常跟人家吵架, 爲了停車問題, 吵架, 別人圖的是私利, 與公利會有衝突, 公共空間拿來作小生意, 但遊客沒地方走, 事物沒問題, 人的問題很多, 我在神雕村時也是如此, 那時候中庭因遊客需求拿需求拿來賣咖啡, 但有一個賣茶, 生意受影響, 後來一家來找我們算帳, 讓社區沒有經費可以往前走, 像我們現在車站賣紀念品, 其實賣便當最好賺, 但爲了其他人, 我們必需要找跟店家沒有的東西來賣, 你才有動力往前走, 不可以跟他們搶商機, 變成私人利益放前面, 依照目前的古蹟要維修, 一年這裡估計有六七十萬的遊客來, 以前大概要七八十萬人, 今年桐花祭光是修馬桶沖水閥就修了四五萬元結算給水電工, 我們第一年辦桐花祭客委會給我們五十萬, 但我們花了六十五萬, 因為覺得活動場面必需, 所以都超過沒有結餘, 有的人報喜不報憂我是覺得不好, 比如說油桐花的圖騰不是不好, 而太執著於這個點不好, 就我的觀察就六七年的光景, 比照日本文化都是上百年, 油桐花風潮應就僅於此, 不會走到你的生活裡面, 不過文化的東西是需要時間積累的, 次文化形成大概要三十年, 主體文化中國要數千年, 埃及要六千年, 台灣才四百年, 油桐花文化才六七年, 目前來看尚無深度可言, 只有季節時候, 要深入到生活中, 要加上音樂、文學、藝術文化元素, 都要去積累, 再來就是觀光活動, 觀光活動時間過了就不見了, 日本人的櫻花文化是在他們的血液裡面, 他們的音樂、藝術、生活甚而愛情, 深入到他的文化中 (B1, 21:1)。
25. 問: 辦活動要讓遊客走進來, 居民會認同嗎? 會覺得被打擾?
- B1: 不是真的要讓遊客走進到居民, 但我們要呈現的空間, 其實遊客就會讓走進來了, 我們會全村辦一個打逗敘, 全村一人出一道菜, 聚在一起, 活動安排有獎品, 雖然不足以撫平他們的創傷, 但對居民不無小補, 當然如果有金錢方面或更高層次的認同, 客家庄有更好的發展, 或覺得房地產漲價了, 心情會好一點。

— 本訪談結束 —

編號： B1  
訪談對象： 舊山線產業發展協會  
訪問時間： 2009年05月19日 14:30至16:00  
訪問地點： 勝興車站

1. 問: 今年你們補助款還是三十萬嗎?  
B1: 三十萬，但是我們實際上花大概一倍以上，大概花六十萬（B1，1：1）。
2. 問: 主場的音樂會也涵蓋在裡面嗎？還是客委會？  
B1: 音樂會是客委會，光他那一場就大概花了一二十萬以上，那個也是臨時跟客委會要的，他才過來的，所以不含在活動裡面，不含再三十萬裡面，因為他們活動之前大概一個禮拜、大概十天左右，主委有過來，然後跟他講說經費實在太少，可不可以加一點活動經費，後來他說你們已經核准這個經費不方便往上加，後來他就安排演唱會在這邊，我們就不必準備等於是他們幫我們安排一個活動；
3. 問: 你們今年好像有拿到一個綠化的工程是嗎？  
B1: 因為我們桐花村工程已經完工兩期了嘛！今年再多一個第三期，就是綠化的工程；一開始他就答應五百萬，後來辦活動當天主委有講說我們這裡好像蠻有可以打造可以發揮的地方，如果不夠的話可以跟他額外看要多少錢，我估計大概五百到八百之間，大概是這樣子（B1，3：1）。
4. 問: 上次來的時候我們有討論到一個問題，就是第一期工程做的時候，發現建物上的鋪面或設計上對當地對客家文化歷史的可能有一些影響，而二期工程已完工了，遊客蠻多的，這樣會比較滿意之前的所提的意見？縣政府這邊有接受您的建議？所以在後面工程的時候比較滿意嗎？還是有需要改進的空間？  
B1: 第二期工程我們會比較避開那個，因為公共工程以前就有提到，他很難做得很完美，第二期工程我們會特別避開那個比較敏感的地方，街道這個部份就保留到以後（B1，4：1），這樣子的運作機制比較成熟的時候我們在來做，所以我們第二期工程大部份就放在那個野溪整治、生態池，像土地公的部分其實弄好之後，我們的感覺也是覺得沒有很完美，因為還是一樣老問題，規劃的人他本身沒有辦法對這個地方做深入的了解，雖然我們有提供很多關於這裡的資料跟期望，但是規劃的人做事情將本求利，我拿到多少錢就畫圖給你，也沒太大問題、時間也很趕，他們也有結案的壓力（B1，4：2），趕著要上網發包，所以你看到圖想要修改有一點意見，大概也沒有辦法獲得充分的溝通，所以有一點將就的性質，一般的公共工程都是這樣。
5. 問: 那你第三期的綠化你的方向大概會在哪？  
B1: 補強一、二期工程沒有做的一些綠帶，比如說這次野溪整治有做石頭的邊坡，可是兩邊沒有種植草花綠美化的部分，這段時間我們自己做了很多，自己花了將近十萬塊買了一萬多顆的草花，趕著桐花祭之前把他種下去，現在這個是最近才種的，你看到的草花是我們趕著桐花祭之前種的，如果加上這些我們這一次爲了辦這個活動，加加起來花了將近八十萬，就是連活動連綠美化連做一些架燈籠的工程，不夠的錢都是我們自己自籌的。
6. 問: 你們是由來會員來自己自籌嗎？  
B1: 我們這裡也有收入，有請幾個大的店家，像這些客棧我們的金主，他們有認捐花圃，買花圃的錢是他們出的。

7. 問: 所以這邊的產業是回饋給社區?  
 B1: 這個回饋不是很普遍, 少數幾個裡面比較輕鬆, 他願意回饋給社區, 有幾個店家他們會長期幫忙 (B1, 7:1)。
8. 問: 對你們的幫助大嗎? 對辦桐花祭的時候? 還是社區平日發展?  
 B1: 非常大, 這次他們總共就捐了十一萬, 九個店家捐了十一萬, 十一萬全部都用在綠美化還有架設燈籠 (B1, 8:1), 架設燈籠的工資加材料花了二十幾萬, 那天主委有走, 架設那個平安燈, 我們這個村子一百多年來不曾架設平安燈, 一般廟前面沿著路都會架設平安燈, 我們這一次才架起來, 以前廟土地公前面就掛兩三顆燈籠這樣子。
9. 問: 那像這次附近相關產業, 除了捐錢之外有加入你們的活動行列嗎?  
 B1: 因為他們加入的方式就是捐錢, 活動當天就我們理監事出席, 其他店家都忙著賺錢, 沒有人有空過來 (B1, 9:1)。
10. 問: 這次遊客很多嗎? 比去年嗎?  
 B1: 遊客很多, 比往年又成長了我們的估計應該最少也有一兩成以上, 比去年, 其實桐花祭人潮已經太多了 (B1, 10:1), 多到我們想辦法看看, 有時候會今年我們沒有打電話去警廣, 去年就有打電話, 特別跟他講說你們不要再來了 (B1, 10:2), 因為今年的第一個禮拜還好, 剛剛好, 人很多不會太擁擠, 第二個禮拜跟去年一模一樣, 如果從交流道開車開到這裡也要一個多小時, 而且今年的現象是平日的人比較多, 禮拜一到禮拜五的人潮比去年多, 因為有的遊客大概知道說不要假日來, 所以他刻意避開假日, 禮拜一到禮拜五、五一勞動節一直到五月十五日, 這半個月當中非假日每天塞車, 人潮都是在平日多出來的。以前是假日人很多, 平日人比較少, 今年是假日人一樣多, 但是平日的人潮多了, 比以往大概多了一倍, 如果說像以往的非假日大概兩三千人, 今年非假日有五六千人到七八千人, 相當是平常不是節慶假日的禮拜六, 也大概五六千人、七八千人, 所以也是塞車塞的很厲害 (B1, 10:3)。
11. 問: 公所今年有支援你們嗎?  
 B1: 沒有, 我們跟公所幾乎沒有交集 (B1, 11:1)。
12. 問: 有跟別的附近社團合辦嗎?  
 B1: 沒有, 這裡的活動幾乎自己就包辦了。
13. 問: 公所不是有開接駁車給你們? 接駁車帶進來的人多嗎?  
 B1: 那是例行性每年活動都有, 從一開始辦油桐花祭就有到現在; 其實說真的很有限, 他對交通的紓解也非常有限, 因為一個小時大概開一兩班車, 一不車子能坐三十幾個人, 一天算一算, 發個二十部車好了, 那也才紓解了六七百人而已, 這裡像第二週是兩萬多人, 你六七百人的人次等於是杯水車薪。
14. 問: 那公所他平常也不會過來幫你們做輔導之類的?  
 B1: 應該沒有, 因為我們跟公所的關係不是很好, 認養的問題, 他們都撇清, 不願意負擔任何的責任, 所以我們跟公所的關係不是很好。
15. 問: 那縣政府這邊有過來輔導嗎?  
 B1: 對縣政府來講可能也是一種額外的負擔, 他的主管機關是文化局, 他就佔在一個管

理角色在做這件事情，至於說輔導應該也很有限，你這裡是古蹟，古蹟應該怎麼做你不要超過他的範圍，比如說我們使用它有什麼問題時，他大概就拿個公文指示你一下，其他的就沒有了。

16. 問: 有沒有跟縣政府申請經費?  
B1: 有申請，連續申請三年，今年第一年有拿到錢，今年拿到二十五萬四千，可是因為我們跟鐵路局沒有打契約，搞到現在錢也沒辦法核銷，我正要發這個公文。
17. 問: 是縣政府給你二十五萬四千?  
B1: 不是，是文建會。所以我現在提出他們已經要核銷經費給我們了，然後突然來了一份公文說你好像沒有跟台鐵訂定契約，所以我現在就提出一些公文往返證明，我們在實際在管理，所以我拿這份公文要寄出去給文建會，我們有提古蹟日常維護管理的計劃書，連續提三年，今年第一次通過二十五萬四千塊。
18. 問: 他是補助勝興車站的還是?  
B1: 古蹟認養的，但是到最後關頭要核銷經費的時候，又跟我們說你好像沒有定契約，然後叫我們要提出證明是怎樣認養這個地方。
19. 問: 事前審核的時候他沒有要求你們這些文件?  
B1: 沒有，他先通過了通知我們去核銷了，那我們林俊義開出去公文，要過去跟他領第一批款的時候，他就說好像不是你們在認養的，他就是要弄清楚誰在認養，因為我們確實沒有跟鐵路局訂契約。
20. 問: 那縣政府沒有補助?  
B1: 縣政府沒有補助一毛錢，鄉公所也沒有補助一毛錢，三年來我們就是自生自滅，講好聽是自行自給（B1，20：1）。
21. 問: 客委會對你們的輔導滿意嗎?  
B1: 客委會對我們的輔導絕對沒話說，因為我們這裡的硬體建設，過去這三年活動硬體建設都是客委會在補助，反而是客委會對我們照顧特別多，我們碰到有問題，有人要投訴，我們通常向客委會去投訴（B1，21：1），就直接，因為我們跟客委會之前的長官副座等常常會主動關心我們。
22. 問: 你們提的建議他們都會接納?  
B1: 一般來說，古蹟日常維護管理這部分，我們也曾經提過要他們補助經費，但是他們礙於科目，所以他沒辦法補助這個部分，不過他有幫我們跟鐵路局協調這件事情，協調好了鐵路局沒有照辦，因為鐵路局他想賴掉就是，他不想在這個地方花一毛錢。
23. 問: 舊山線不是說要復駛嗎？那復駛對你們這邊辦活動的時候交通會改善嗎?  
B1: 復駛的部分我是覺得他講很多年，今年開始會比較像要復駛的樣子，因為他很多工程都發包，而且正在下去做，可是我看還有很多問題要解決。復駛後我們協會認養的部分可能會退場，復駛意味是說有一個機關公司財團來標這個案子，所以我們到時候就退場，協會就不認養這個地方，就回復到市區型、社區型、活動型的協會組織，目前就多了認養的任務，現在變成這個任務是我們協會主要的業務，這是我們自己討來吃力不討好的工作。
24. 問: 辦了幾年下來覺得桐花祭的經費方面補助或項目方面，他的評審制度讓你覺得公平

合理？經費足夠？

- B1: 以經費來講以我們這個景點來看，三十萬的經費是絕對不夠啦！不過我們縱使只拿到三十萬，我們還是，被常務監事罵說三十萬當作三百萬用，想盡辦法辦得很盛大（B1，24：1），我覺得一個這麼重要的景點，雖然地方小小的，可是遊客來那麼多，你辦沒有一個樣子，人家會覺得你桐花祭到底在幹嘛？所以我們在這個部分比較願意花比較多的精神心血，藝術經費把這個活動辦好一點，錢當然是一定不夠。
25. 問: 桐花祭過了客人減少差異會很明顯嗎？  
 B1: 會很明顯，尤其像桐花祭跟桐花祭過後是最明顯的，因為他剛好是最明顯的離尖峰時段，最多跟最少剛好就在這段時間，因為傳統的話六月就是淡季嘛，那五月油桐花祭人一下子來那麼多，然後一下子退掉了，他就會很明顯懸殊非常大。
26. 問: 客人明年的回流率很高嗎？  
 B1: 其實像我們在行銷這裡的所謂觀光的時候，這個部分我們倒不擔心，因為我們這裡油桐花祭跟鐵道兩個部分都蠻強的，就算我們這裡沒有油桐花祭，鐵道部分足以吸引蠻多比率的遊客來欣賞這裡的鐵道文化，那再加上辦油桐花祭等於是錦上添花，讓我們這裡觀光的吸引程度有往上加這樣子。所以這兩樣東西加起來造就我們這個地方，不管油桐花祭或是油桐花祭以外的其他時段，我們的遊客數還算都不錯。
27. 問: 整個桐花祭對你們社團的發展有幫助嗎？比如？  
 B1: 幫助非常大，以社區的凝聚力來講，辦一個油桐花祭，像平安燈社區的民眾每一戶人捐一千塊做平安燈，他也是讓社區的民眾有一種凝聚的感覺，因為講到要建設土地公、打造土地公，老百姓不管開店不開店的都會很關心（B1，27：1），這個時候只要有人站起來登高一呼，我們來整理土地公大家捐錢都很熱心，所以土地公紅色燈籠的部分，都是我們這裡的店家跟住家每一戶人認一千塊一對燈籠，那我們協會在弄電線桿，請水電工來拉電線，整個工程部分花了二十幾萬。
28. 問: 桐花祭覺得對產業經濟的幫助？  
 B1: 對產業的幫助當然是有正面的影響，像我們這次爲了土地公特別設計一個把土地公當作是一個景點在塑造，就是希望遊客來勝興看鐵道桐花祭，平常鐵道看完沒有地方去的話，就感覺這裡看看車站就走了，所以我們就增加一個土地公的景點，讓遊客會走道那邊去，拜拜土地公祈福。
29. 問: 土地公旁邊有桐花嗎？  
 B1: 那裡也有但是比較少，比較多的是東邊，西邊這邊也有，我們有開一條小桐花步道在那邊，可是路太陡，有的遊客走到前面看一看就離開了，飛雪小路這邊今年遊客上去就非常多，所以我的店旁邊，假日每天上去的大概有一兩千人，就是禮拜六禮拜日。現在花掉了上去的人就少了，像那一條步道我們會把他塑造成鐵道之森，就是鐵道森林。因爲看一條步道，只有油桐花祭走上去，那效益就不高嘛，所以長期規劃是想讓遊客來到勝興，他除了車站逛一逛、隧道走一走、他還會去爬個山，我們已經做成環狀的步道，今天會打通，之前都沒有，上去又要走下來，那今天上去看工人在做，剩下十幾公尺還沒打通，一打通就變成一個環狀了，走上去可以從勝興車站那邊再走回來，那上面還有一條路通往深水，再從深水那邊繞回來，我們這次配合桐花祭有做遊程規劃。
30. 問: 步道是你們自己做的？這上面有很多桐花？  
 B1: 是自己做的，自己做的折頁地圖，配合多元的人力，我們的工程包含在這個區塊裡

面，這個步道在我店裡上來，其實規劃時是想往北邊走，可是往北邊走這裡有一個大山，估計要兩三個月才能打通，現在有這條路，現在上來從這邊接下來，工程已經做到這裡一小段打通之後，就可以上去下來，可以繞一圈回來，回到勝興車站門口。因為這條路原來就有了，下半年可能做這一段，上半年今天這裡就打通了。桐花最多就在這裡，還有我店的後面這一帶，他分成兩塊中間有一段就有幾顆而已，可是還連接的起來，如果明年從這裡走上來，大概只有這一段比較少，其他上面是蠻多的，可以看的蠻過癮，最多就是這裡，所以後來研究的結果決定從這邊接回來，就差這一段這一段不到兩百米，現在這邊都打通了，下班以後就可以從這邊上來走下去，明天開始就可以走。

31. 問: 客委會結合桐花祭活動做了很多桐花音樂、桐花的詩跟歌，你覺得桐花祭可以提昇客家文化嗎？
- B1: 這個絕對是可以的，只不過這裡面有一些，要看你是從政策的角度看，還是從客家的生活美學部分去看、或者你要從促進觀光產業的角度去看，有些部分他有值得商榷的地方，比如說你把桐花這個意象跟客家人結合在一起，據我所知南部的有一些客家人不太認同，不過以文化創意的角度看，它確實帶動了客家一些現階段有很多地方，比如說像比較落後的客家農村，在桐花祭還沒舉辦之前，他大概比較看不到希望，比如說有些農村休耕之後山林也讓他閒著，田也讓他閒著，但是辦了桐花祭之後，確實促進觀光客走進客家庄，這個部分他是很成功的。
32. 問: 客委會正努力把桐花祭推向國際化，因為我看到這邊有一些外國客人進來，他的比率高不高？不知道您的看法？
- B1: 以目前來看非常少，而且憑良心講我不會很鼓勵所謂的國際化，因為桐花的文化你從真正開始推算的話就在 2002 年開始，沒有幾年的光景，他的深度還不夠，因為文化是講究積累，沒有時間歲月去積累，他是很淺層的東西，禁不起人家去探討，可能是一層膜，去看一看沒什麼，它比較缺乏深度，所以客委會在這個部分很努力，比如說它設計很多商品，音樂、詩歌、舞蹈、文學，他在做這個部分他就是要深耕，深耕所謂的桐花意象跟文化，讓人家覺得桐花不是表象的東西，既使這樣子做需要時間的累積，不會因三五年就形成一個讓人家印象很深刻的，或者是說言之有物的文化東西在裡面，但是透過以往歷史的部分去挖掘，透過現在的一些文學的創作、音樂的創作、一些商品的開發，確實是大有可為，你看那麼多遊客來就表示這個部分的文化創意開發是成功的。
33. 問: 假如以國際觀光的面向來看，想要打造像日本櫻花祭的活動，你覺得桐花祭有這種潛力嗎？
- B1: 我覺得有這個潛力，現階段如果把遊客吸引進來，他可能會失望，就我剛講的你並不是那麼有深度，因為如果跟櫻花比可能就差了一大截，因為櫻花的歷史以日本他們對櫻花的讓世界的觀光客印象已經是，其實日本代表的是菊花，可是一講到日本大家一想到的就是櫻花，因為他們在推櫻花的活動，也是下了很大的苦工在裡面，而且讓國外的觀光客只要是櫻花季都會湧向日本，而且確實日本的櫻花已經跟生活結合在一起，而且是數百年來的傳統甚至是上千年，像日本人知道他們有公務員專門在照顧櫻花的，他們有編公務員的職務是櫻花的照顧者，而且是世代傳承，他們曉得有一個地方有一顆四百年多的櫻花，是交由一家人，他的曾曾曾祖父的時候就開始照顧櫻花，一直到現在他兒子、父親跟兒子同時在照顧這顆櫻花，一顆而已喔四百多年，是政府列入，他們叫國寶，就是他們的重要文化產，用公務員奉薪的方式請他們去照顧那顆櫻花樹，不要讓他生病不要讓他死掉。

34. 問: 最近我去訪問一些辦桐花祭的社團，他們會很常提到一個問題，就是說他們很希望得到硬體的補助，就是桐花設備方面的基礎建設，像你這邊目前是有得到補助，那你覺得說這樣子得到硬體建設的經費對你桐花祭活動有幫助嗎？
- B1: 因為我剛剛講，你在推所謂的油桐花文化，他一定包含兩種意象，一種是有形的，一種是無形的，有形的就要靠社區營造，一些硬體建設基礎設施的加強，那遊客進來之後，才能有讓他可以休息的地方，小到這種步道、廁所、或者一些店家的地面改造、街道風貌的改造，這個都跟你推油桐花文化息息相關，如果遊客今天進來了，你光兩個禮拜油桐花祭，可是遊客想要的一些基礎建設都沒有，就很難去推動，如果步道沒有建立起來，遊客他就沒辦法走到油桐樹林裡面，或者是說店家看起來還是很簡陋，你都讓遊客進來他也感受不到油桐花的文化到底在哪裡？所以我們就是在推油桐花的意象的部份，像詩歌、文學、音樂，其他的要靠硬體建設來加強，來補足這個部份，所以硬體建設很重要（B1，34：1），尤其是步道的建置，土地公的打造這都跟客家文化有關，那像我們設計一些客家有關意象的像油紙傘、燈籠、桐字旗，讓遊客一走進來看到油桐花之外，就靠這些東西來加強讓遊客對油桐花文化的一種認知，透過這樣的手法去做。
35. 問: 你覺得硬體建設方面的經費其實還是需要進來的？為什麼可以得到這筆經費，你的優勢在哪裡？
- B1: 很重要，如果沒有的話你的氣勢就減半了，那我這裡會比較受到客委會的照顧跟關愛，可能跟這裡本身的條件，社區本身是一個客家庄，再來就是他有一百多年的鐵道古蹟在這邊，其實這裡以油桐樹的數量是不算多（B1，34：1），如果往前推三四年，遊客來這裡看油桐花常常都失望，因為你只有遠遠看到幾顆白白的油桐花可是你走不進去，我們是直到今年才做這條小路，後來想一定要有一條步道讓遊客走進去，因為看油桐花有一個特性，遠看絕對沒有感受，走到樹林裡面就感受到為什麼叫五月雪四月雪，會看到滿地白色油桐花一直掉。
36. 問: 飛雪小徑是補助的嗎？
- B1: 其實是客委會一毛錢也沒補助，等於是說我們會做是透過社區的力量去做，客委會沒有直接補助是因為地目不符合他們補助的項目，他不能補助你在一個國有財產局的地，沒有經過他們的同意去開發是不行的，像這個部份有跟客委會的幕僚討論過這種問題，他們也想幫我們補助那個步道，後來發現他沒辦法變更地目，那我們的作法就是說他幫我們去做可以變地目的地方，客委會沒辦法琢磨的地方我們自己想辦法，所以我們去開發那條路是靠我們自己協會的力量去開發，開發起來也要花好幾十萬，我們協會自己自籌，賣東西或者是請會員幫忙捐一點錢、募款，那接下去做，光前段的部份就花掉十幾萬，做階梯那個部份，因為客委會那邊沒辦法編名目，所以自己想辦法。但是客委會可以做的那些像鐵路局土地的部份，那個它可以做的就交給客委會去做。
37. 問: 您覺得油桐花祭辦到到目前讓你最困擾最驕傲的地方？
- B1: 辦油桐花季應該是正面的比較多，大部分是屬於驕傲的部份，可以吸引那麼多的遊客來那就是很大的驕傲，我們去年有一個觀光地區的票選活動，我們這裡就因為鐵道跟桐花的意象，讓 SEVEN WACH 票選我們這裡是全台灣排名第十九名的觀光景點，如果今年再重新調查的話這個排名一定會往上，因為我們的遊客數又增長了，我們這裡來的遊客階層有往年輕化的趨勢發展，年輕人很喜歡來這裡，一到假日就塞滿了摩托車，很多都是從台中、彰化、大甲那一帶騎摩托車到這裡來玩，年輕化我覺得是好事，我們這邊明信片賣得很好，每個來都會買，買了就寄出去，一直幫這裡打廣告。

38. 問: 目前讓你覺得比較困難的地方呢?  
B1: 就是這個地方太小, 路很小就會有塞車的問題, 停車問題的部份, 其實還有一個部份, 是我們這裡的社區居民普遍對社區營造的觀念沒有建立起來, 這個是比較頭痛的地方。
39. 問: 你的會員不是大部分都是業者嗎?  
B1: 業者佔百分之九十以上 (B1, 39: 1), 但是會有一些店家他們對所謂的社區營造的概念, 是站在一種弱勢跟被動, 會有一些還好, 佔的比率不高, 大概五分之一左右的店家, 而且這個店家都是處在最黃金地段, 比如說前面的店家他們都站在跟協會對立的立場;
40. 問: 這些店家桐花祭的時候會捐錢給你們嗎?  
B1: 他們沒有捐, 那這幾個店家會站在對立的立場, 可能跟協會推動一些比如說社區營造會有一些改革的部份, 比如說我們不希望你亂停車、垃圾亂丟、你店家的油污要處裡好, 他們在這個部份的觀念比較差, 我們協會在推這幾件事情就好像在找他們的麻煩一樣, 所以大家再這個部份會有一些觀念上差異的部份, 這是我們比較頭痛的部份。
41. 問: 辦桐花祭方面對公所建議還有期許?  
B1: 其實還好, 我們對鄉公所也沒有太大的期望, 鄉公所有鄉公所要做的事, 我們倒是不會很期望他對我們這裡, 以前我們要求過, 那你做不到沒關係, 你該做的做到就好, 像守望相助的部份, 交通指揮部份還是鄉公所在負責, 不過他們經費是從這邊收路邊停車費挪一部份過來做這些事情。
42. 問: 你們這邊路邊停車費是屬於公所的;  
B1: 公所的, 以前我們有去要求過可能一部份的錢要回歸到這裡的認養機制裡面, 但是公所一直不答應。
43. 問: 對縣政府方面的期許及建議呢?  
B1: 縣政府的部分我們也沒有太大說一定要做什麼, 縣政府也有縣政府的政策, 縣長他們也很努力再推所謂的觀光這一塊, 他儘可能也要照顧到十八鄉鎮, 有那麼多的地方要照顧, 我們這裡算還好, 得天獨厚, 我們只要自己能守成, 自己把自己管好, 自己分內的事做好, 大概我們還好, 不太需要縣政府幫我們很大的忙, 因為需要嗷嗷待哺的單位太多了, 我們這裡算很好。
44. 問: 對客委會方面的期許及建議呢?  
B1: 客委會對我們也是做得非常多, 我們也不會額外要求, 像經費的部份, 我覺得三十萬就三十萬我們一樣可以把活動辦得好, 當然如果能拿五十萬一百萬來, 其實太多也不好, 因為地方那麼小, 太多的經費辦的很累, 因為你要去核銷那個經費, 要實際上去操作, 你不能拿到錢就擺著, 還是要去做, 但是以勝興這裡的條件, 是很有可為, 如果可以把活動辦成國際型的當然這是很好, 但是就是說在基礎設施的部份, 一些軟體服務的部份, 你要加強到足以讓真正國際觀光客進來的時候, 讓他覺得點頭, 這個地方還不錯, 而不是來了發現說你這些地方好像有哪些不對不好, 我覺得這的部分還需要努力。
45. 問: 你覺得在硬體各方面是還要再努力的空間?

- B1: 比如說像基礎的交通設施，就還有很多要加強的地方，還有像污水處理、我覺得污水處理是我們的一大痛處，店家排放的污水都排到河裡，造成環境的污染，綠美化的部份也要加強，所以我覺得今年綠美化再做下去，然後我們自己能組成義工隊，把這裡的衛生條件再，因為台灣觀光景點的衛生條件都不及格，包含我們這裡也是一樣。
46. 問: 因為你們現在觀光遊客已經很多了，假如客委會再給你們錢，你們還可以釋放出更多的能量嗎？
- B1: 這是一定的。如果觀光客的部份我倒是不覺得說應該還往上增加，應該是說質得部份還要提升，我們自己本身提供的景觀，整個景觀給人的印象，還有衛生，我覺得最重要還是服務，像店家的服務態度，這幾個部份都要加強，如果這幾個部份有提升了，有到達日本的三分之一或一半，那你觀光客進來，會覺得你這個地方還有可看性，如果現在就進來我覺得這個部份都還不足，人員的服務沒有像日本很有禮貌，服務態度那麼好，你的衛生環境還有一些，先天就不足了後天又加上遊客又那麼多，我們這裡正職的清潔人員有三位，可是我覺得還不夠，有些店家的衛生觀念又不好，他會亂丟垃圾，他會把他私人的垃圾丟到公共區域裡面，這又增加我們協會管理一些額外的負擔，本來管觀光客的垃圾人力就已經不足了，結果那個店家還會把他的垃圾丟給你處裡，所以這個部份是我們比較頭痛的，這個可能一方面要再教育，要讓他們慢慢的學習，不過這進度蠻慢的，我們認養三年了發現這個部分最頭痛最難處裡，可能是自己的問題比較多，自己社區店家居民的問題比較多，也需要自己去克服。
47. 問: 未來還願意跟客委會繼續配合辦理桐花祭嗎？
- B1: 當然很願意啊！（B1，47：1）因為我們這樣辦，自己打分數，在眾多社區裡面算是辦的還可以，可能不是很好，最起碼在中上，應該客委會對於我們也有一些期許，我們不可能人家一直想幫助你，而你自己在原地不動，太對不起人家了，客委會也提供我們很多的協助，尤其是社區營造，像現在一千多萬的工程馬上就要發包了，就是老站長宿舍跟三號官舍的修復工程，也是客委會提供經費的，所以應該是地主拿錢來修理，地主的房子破掉了還找客委會來修理，客委會已經超過他們自己應該做的，連鐵路局的宿舍都幫他修，這樣的客委會要去哪裡找、這根本就跟他沒關係（B1，48：1）。

— 本訪談結束 —

編號： B2  
訪談對象： 山水社區總體營造推展協會  
訪問時間： 2009年03月25日 10:40至12:30  
訪問地點： 頭屋鄉公所

1. 問： 請問社區成立的宗旨?共有幾位成員?

B2: 這個社區裡面或許說，專家學者在問這些成功的社區因此就是這樣，就是我那時候90年回到我社區的時候，或好像說能夠不管，簡單就說社區調查，碰到就說，你會覺得說你看到願景你覺得會成功你才會去，可是這麼瘋的人瘋什麼瘋他的一個理念，想法或他看的背後不一樣，我有我自己我為什麼要做的原因那這個瘋子，我現在先講什麼先講的是為什麼還要傻子，大家認為說這個瘋子一定有利潤，不然他瘋什麼，對不對，這個才是重點，這個瘋子一定瘋有利潤，人家才要作大家的眼光是這樣，好啦他一出來說要瘋，如果沒有傻子跟著作，我不相信會成功，我就舉一個最簡單的例子，我要成立我自己山水社區總體營造推展協會，成立的原因那講不完，你要成立是不是要一家一家的拜訪，地方是有派系的，那跟下家搞不好是冤家兄弟可能是仇家，因為社區裡面他本來就這樣，那要告訴他說來噢來成立一個協會，來噢來為社區作一些事情，你要做什麼，第一個想法那些老百姓第一個想法就說要做什麼？要遊覽可以出去玩嗎？不然就是什麼，有經費可以做什麼嗎？大家都在想這個，沒有人想說我可不可以多交一些朋友，或是說多為社區想一些，或是為社區未來的走向想一些東西，本人這樣想的，所以是這個瘋子，假設為這樣一個前提，好啦!傻子在哪裡？要有人跟哪？你講話自己一個人講噢你那麼會，舉一個例子給你聽我去拜訪一家請他入會，你知道他第一時間跟我講什麼嗎，你社區噢成立社區有什麼用，之前不是有什麼社區，有多少多少社區去旅遊，去旅遊就有錢，清個水溝沒本事，要成立什麼協會，會扯到水溝他們家屋後的水溝，我要到經費的時候，就在他的屋後那一家人做完擋土牆之後，水溝沒有清嘛沒有清，你看噢上面這一戶人家跟到底下那家一人屋後，剛好他要喝水而且他們上下兩家中間隔著一條大馬路，你有沒有可能叫上家說你的水溝趕快清，上一家的人就跟你講說，那個是公務部門做的啦，又不是我弄的，又不是我去讓他阻塞的，我為什麼要做，那這一家我就跟他講說那你自己就花一些錢去做啊，政府做的事情還要我去收尾噢，我不可能去掃啦，我本來要找這兩個當會員，我請問你這兩個會當我的會員嘛，我就找傻子啦就是要有傻子，我找他另外的堂哥，堂嫂我兩夫妻那麼大我憑什麼八杆子打不著我去幫他清水溝，那個又爛泥黑黑的，公務部門有沒有編三五萬元跟人家清不可能嘛，沒有符合的項目，那時五六個人自己拿圓鋤出來，我就在這兩家當中準備找會員，我們幫他清掉幾天呢三天，足足三天六個人，你知道下一家更扯第二天第三天傍晚的時候去上你聽聽看我們在做，這是真實的故事他跟你講說，這個喔這政府不知道一工人怎麼算可能兩千塊，我們叫來的那些人他說喔，如果這樣聽你這樣講真的我死就不值得了，另外一個年輕人技巧性的跟他講，給你兩千塊，不要說政府給的，這個大概還要一天明天你來清我就給你兩千塊你要不要，你一戶人家他看到他知道水排下來會影響到他堂哥的，第三天他受不了，他說你那個啦要什麼阿他自己來找我去拿電鑽，鑽到水溝涵洞裡面，裡面喔那些你就知道公務部門不管是包商去弄就卡在涵洞裡面，我請問你從這邊到涵洞四公尺多裡面中間卡一個一邊通通不到那怎麼辦我自己拿鑿壁工具鑽到裡面去打，趴著打的所以第三天的時候排放廢水的那一家人一整天，底下那一家人更扯，他就說把他家可能過年的時候的年糕叫他老婆煎上來給我們吃，成功了沒？我的會員是這樣我每一家每一戶去。

2. 問： 現在有幾位會員？協會什麼時候成立？

B2: 怕會員太多，你知道成立名間組織要多少人？你知不知道要三十個人，必須沒有任何狀況問題的，乾淨的身分證的，簡單講就這樣啦就是成年，我每家每戶我記得很清楚，每

個地方都有派系，，都有一些小的磨擦，看到有甲報名，可能乙就不要，這種事情在鄉下地方很多那都拜訪到我每一家去跟他，講我的理念每一家我都去喔，去完之後你受到當然有人願意有人不願意，有人責難有人鼓勵，一定都有我預計只要三十張，以我那個地區總人口數公民數大概才三百出頭，一時間我就已經幾張了你知道嗎?五十張我就拿去登記，90年成立，我的人數都夠了對不對，他要一些兩三年剛好就是我幫前一個正式成立大會的時候，那時會員大概一百二十幾位，我要跟你報告是什麼在我的社區裡面一律都站出來，像這種社區本身人口數就不多，每三個就有一個人是我們協會的人（B2，2：1），當然常常再運作的時候，早期要有人出錢，所以我說當總幹事當理事長不好當。

3. 問: 桐花祭何時開始參加?獲得補助多少經費?辦桐花祭活動經費是否足夠?會不會要籌錢?是否有其他或人力支援?  
B2: 94年成立，95年就開始辦桐花祭，95年35萬，老人家結婚為主題，到了96年再結合前年結婚的主題做迎親嫁娶，客委會給我們30萬，97年30萬延續前一年作添丁添壽，做新丁粿及福袋，到了中午就賣完了，98年30萬，今年準備要辦客家民俗運動會（B2，3：1），這些錢部份是要活動費用要印一些文宣，一般你會花到錢的原因是什麼?這些都無給職沒有人是有給職，只有活動的時候你會用到錢的時候?只是什麼你要去這些籌備電腦設備照相機全部都用自己家的，辦的時候當然不可能貼錢，我們有多少錢辦多少事啊，為期兩個禮拜每年幾乎他都固定的，農會有十個家政班，因我們在地地有一班，九班大概那另外沒有人力，都在人力資源，農會還只是是當活動一起辦。
4. 問: 活動期間是否有相關的活動收入或相關關係產業參與?  
B2: 所以我就請人家做添丁粿，添新丁的時候在用，但是那個就是說一二年是添丁添歲，其實我們算起來賣到一斤一個，是辦這個活動的主題一般我做了一個福袋手提的福袋，這福袋當然你看這是做喜事等於是三個主力產品一個是甜糯米飯，每一樣都是五十塊。
5. 問: 遊客都是苗栗人還是外地人?他是怎麼來的?  
B2: 外地人，他記得這些活動裡面，他可以知道這個桐花護照是不能是沒有參加的。（B2，5：1）
6. 問: 客委會會到這裡來作輔導?  
B2: 會，他會，主委副主委到幾乎是我們那邊必到（B2，6：1）。
7. 問: 貴會每年辦桐花祭活動，都會有不同的主題?如何留住旅客在山水社區消費?  
B2: 96年是迎親嫁娶，95年辦這些老新人希望拍些全家福，嫁娶迎親之後就要起家囉，我就用傳統的，我們想說比賽沒有主題，我們想說用客家古時挑擔，一邊挑小孩（B2，7：1），因為要注意安全，古時挑木頭用，上面彎彎的，但放下來時有二支腳會著地，挑著就可以走，靠著就可以休息。我的主秀是在下午，吃過飯那我們的主要目的在哪裡，他們來的時候第一個我的產業期間可以長嗎?銷售期間可以變長（B2，7：2），比如說農會他來，他可以先去爬山這個還不打緊他們來了我們當然希望可以創造在地產業他們來有一些是看下午精采的表演，他們早上會來，來了中午要怎麼解決吃的問題在地的市集他們就會做菜包，包粽子那他們自己做，他們自己看要賣什麼那個時候大概，以我們社區經營是要登記我們才能安排外面的人進去我只收什麼那個帳棚外面租大都在十來攤左右有一些那時候剛好是枇杷在這傳統禮俗的蒸發粿，這些大概就跟這個跟合作時有一年在辦事紀。
8. 問: 辦活動時客委會或縣政府的人會來參加?  
B2: 縣政府的幾乎都不來，他們自己有活動。（B2，9：1）

9. 問: 桐花祭活動的人潮會超過預期？對當地產業有幫助？  
B2: 活動當天光是夢幻桐花道，經過桐花林，說經過他們家門口的幾乎超過一千人了，最大問題假日遊客比較零散，但我都可以接到80桌（B2，9：1），一般農會，遊覽車，我們就把他轉包給社區辦外燴的人，而夢幻桐花道的主人，就會說他們都來借廁所，沒有獲利，遊客從我這裡經過，最主要是要把人家留下來，所以今年我要在桐花林作一個桐花迷宮，用桐花布圍起來，讓遊客駐足比較久，直接把遊客留在他們的廣場裡面，我們就鼓勵他賣飲料就好，有生意做借人家無所謂，在這個區域裡面主辦單位，居民假如早上我把活動辦完，他可能從台中、台南、台北來下午到沒有活動看起來冷冷清清，我的不像北埔其他地方，沒有活動，有地方買東西，我那邊沒有店家這樣，所以我們活動就把弄到下午，早上來的人多少爲了下午活動，他會慢點離開。（B2，9：2）
10. 問: 在桐花祭期間遊客回流會增加？  
B2: 遊客的回流很多，光是桐花祭那個季節都會增加就很多，我的三合院就會預約很多，在桐花祭期間，苗栗縣政府是很好，這些平面媒體來，會把桐花祭發布到平面媒體上（B2，10：1），中午來玩到晚上，我們是負責早上中午招待，晚上則是泰安的溫泉飯店招待，晚上的節目我就會說很多都抄襲我們，我早上玩過了，他們晚上還在玩，只是可能我們請的是在地的八音或樂曲，而他們可能是爵士，吃的是傳統客家菜，他的比較高級，我們請的比較傳統。
11. 問: 你自己覺得社區最驕傲的優點？  
B2: 當然是爲了讓村民社區透過活動更有凝聚力，我辦活動社區都請比較有傳統的表演，我這一個地方投資我的遊客會絡繹不絕，這個地區鳴鳳，我一年都在辦活動都有活動，則無厚非，我的希望是說公部門對農村的改造，讓人家覺得說除了看景之外，他願意來我社區體驗農村的的生活，那這個就沒有時令季節性，他只要想到說我們去那裡看看，山裡面吃不到的東西，我都常告訴我的老人家，你們都是寶啊（B2，11：1），所以這次幾個他們來探勘的總幹事，一般都帶到餐廳吃飯，我一次都帶到不同伯母家去吃飯，那些伯伯、伯母每一個都有不同故事，一天到晚都做筍乾，現在都有規模經濟價值，但是我說假設你的家戶庭園改善得適合人家去駐足，我們就跟水土保持局要一些綠美化，那來到我們社區的時候除了看桐花，那些合成空間要有故事嘛，比如筍乾伯母假設他一次兩次三次，這個東西又有信用去到那邊又可以駐足，那擺攤星期六星期天才有，所以像一鄰一號，一鄰七號，接下來礦場都是由我們做的，居住環境庭園改善以後，我們社區責無旁貸，未來我們又沒有一個標準化的東西讓他體驗到農村既鄉土，很實例又能真正體驗到，那就是每一個家戶做的（B2，11：2），當然他來我說是優點當然也是缺點，優點的地方就是我那裡原始林（B2，11：3），如果沒有商業年輕人會回流，怎麼取得平衡，永遠都是總幹事理事長的痛，他後來怎麼跟我講，你要辦就給我連辦三年，在我這三合院假如沒辦三年今年就不要辦，他們家雖然沒做生意，但是有招待水保局的官員，有在主場一定是在我的鳴鳳那邊，客委會每個公部門預期效益不外乎是有沒有幫助在地產業加值，公部門的錢去請人家吃吃喝喝這是他們最忌諱，用三十萬引動三百萬的消費能力，在這個區域他就成功了，所以叫我們去開檢討會的原因，只有一個就是招待作公關，他是希望刺激在地的產業這個方向是對的，就我看來，每一年的提案希望遊客有活動，遊客進來我們在地的產業老百姓有沒有辦法，甚至後續繼續進來，可是三十萬是辦活動景觀沒有因此改善，他結束後沒有了，加上以辦活動的單位來說，你沒有在客家庄裡面打造出經典的桐花的示範區域，那這示範區域不要一直辦桐花，桐花會掉，這些辦活動很難期望，說活動辦完，在地的產業就起來了不可能嘛，現在有很多活動丟在很成熟的商業區域去辦，不像我們並

沒有因為桐花祭而一炮而紅，因夢幻桐花道前年有遊客所以要期望一個活動為當地一整年的營收，那個是社區總幹事要透過各種辦法跟各公部門，或者公部門有沒有關心這個區域共同做的（B2，11：1）。

12. 問: 所以你覺得硬體的建設還是必要的？  
 B2: 簡單講到桐花林這些甚至就說除了桐花林，有沒有一些常設性的市集市容，政府可不可以做，假日的市集帶來的這些產值，市集的鋪面可不可改善，可以嗎，公部門有沒有做，他沒有阿，客委會能不能做，沒有因為桐花祭去打造幾個全年可以玩桐花的地方。那憑什麼要求我說，你的三十萬沒有在努力，公部門並沒有更多的三十萬，也沒有在地的產業，如果有心全部要做而不是一直辦了兩個月活動不辦結束了。客委會很使詐，他沒有告訴你他會派誰來，幾年來我們的經驗很了解，他都拍很多照片回去，現場的人活動辦得好不好安排好不好能不能促進產值，因為活動辦得好不好，明年的補助款不多，計劃提的不好也會多，活動辦得好計劃不一定多。我不敢說我們第一，我們社區層級，花了很多心血，礙於說因制道現在又換了執政者可能不是我要的game那事前朝的，依我們的社區每年期待的辦桐花祭。
13. 問: 桐花祭也在客庄十二大節慶中，會願意再配合辦桐花祭？  
 B2: 桐花祭是政府十二大節慶，在不在裡面我倒覺得應該繼續，畢竟用了公部門的資源經費行銷（B2，13：1），無疾而終為花錢而花錢為行銷而行銷，為什麼會有這樣的感覺，要提案的單位也越來越少，很奇怪，根本主辦單位經費不高三十萬等等，當然希望繼續，流於為辦而辦，消失於無形，你繼續要做的例子倒不覺得會這樣？但是以今年我看到提案方式，苗栗的提案單位在哪裡？問題在反問你嘛（B2，13：2）。
14. 問: 如何得知客委會辦桐花祭的消息，發公文通知你們嗎？  
 B2: 對啊一樣發這麼多公文出去為什麼只有三分之一的單位來提案，是客委會來發這麼多公文出去提案單位少了三分之二（B2，14：1）。
15. 問: 是因為經費少，還是沒有輔導？  
 B2: 客委會沒有重視，期待在辦桐花祭，十五個點在苗栗沒有增加，精緻度沒有因此提昇，那其他經費一定挪做他用，縣政府只是提案單位。
16. 問: 初審還是透過要縣政府幫你們？  
 B2: 政府為了增加這個業務要幫你推，第一個又沒有行政管理費他要怎麼推？他只不過是客委會給他一個桐花婚禮，這個提案要自己主辦，主辦還是在客委會（B2，16：1），只是給我多一點錢，像我跟中明社區聯合提案，往年我大概提四五十萬，我做到含自籌款一百三十幾萬，通常我們提案他會協助，搞了一堆更精緻把一個合成空間做一個桐花佈置做三十萬，我三十萬辦兩場活動還是一樣，本來要做桐花迷宮，非假日一些遠道而來的人，產生一些互動的模式，這不是說當天才有的這些都要經費的，可是在提案當中提出去之後最後只能辦民俗運動會及一些表演節目，我提一百三十幾萬才拿多少錢三十萬（B2，16：2）。
17. 問: 把縣政府拉進來成為溝通角色，會比較有效嘛？  
 B2: 縣政府要辦什麼角色，他願不願意？（B2，17：2）
18. 問: 假如說透過縣政府向客委會接洽會比較好嗎？  
 B2: 我知道的範圍是主委做大嘛，我們想做大也做不大，不可能做大，那告訴我說客委

會你很重視桐花祭你現在承辦的機會越來越少，你怎樣準備在加強，你要舉證告訴我說你莫名其妙辦個桐花祭增加新的景點，這些景點可能原本就有一些知名度，你只是讓這些桃竹苗地區根本就沒有找出來嘛？你推到最後與客家十二慶典時候，這個桐花祭不要擴大辦理就要精緻辦理，讓人覺得桐花祭可以在什麼地方辦，你現在還是讓這些單位提案，提了案之後你給的很少，一直循環下來，那些單位就不願意辦了，我就依這些情況我的分析是可能端看公部門給他多少資源嘛，沒有資源要叫他提昇提昇（B2，18：2），連主軸也沒有定，每年在搞這些東西嘛，那公部門有他的政治考量，或一些什麼也看不出來。

- 19 問: 你給客委會的建議是什麼，希望客委會能幫你做什麼
- B2: 我很肯定，我很謝謝，他每年丟給社區去處理，客委會給我社區來講，我認爲沒有硬體也沒關係，活動辦了經費多了，整合掌握所有他希望分配到，你們一起來辦，他不具有這種角色，他只負責說好像活動辦越小每次都這樣，活動這些社區，假設你叫這些卓蘭來跟我合作有用嘛，搞不好還要跟我講說，我的意思是說要不要給他一點錢
20. 問: 爲何想要補助桐花的硬體經費？當地文化保存有幫助？夢幻桐花步道是縣府規劃？還是你想建桐花公園？
- B2: 就在我的夢幻桐花步道周圍，我現在不是有一個夢幻桐花步道，那這個步道他有一定的場景哪，可以創造不同的主題嘛，不是有老宅，他就是桐花村，因爲桐花本來也是新的東西，假設這個桐花村我去到時候除了看桐花之外，還有週邊能跟桐花搭得上關係，甚至我舉例，他的牆壁是桐花刻的我的想法是這樣希望是這樣，不是桐花祭的時候你沒有桐花的時候你告訴人家這裡是桐花村，那建築物可不可以做得有點像桐花，或是有桐花，因爲桐花祭的時候他跑來這裡是桐花村？喔這個桐花村，花有三千棵或是說三個的這個，一大片的桐花不破壞自然景觀的情況下但是有了可以容納同一時間容納一千兩百多人一個廣場，找不找得到嘛？就是我講的你就做成一個固定的桐花迷宮，這時候不是桐花祭他可以來玩桐花迷宮，那我現在我用布來佈置，桐花迷宮在桐花祭結束時我要拆掉，不然會爛掉（B2，20：1），這些東西好你到民宅裡面的時候他專賣桐花餐，爲什麼？你已經把這個地方形塑成桐花村，設計不能是說八杆子打不著，或是你把形象建立在那邊之後能藉這個主題一直在賺錢，那對外的聯絡道路，可不可以鼓勵私有的三合院，那這家人他就因爲桐花公園賺到錢，假設不是桐花祭期間呢？你會不會有其他的活動，可以在那一邊辦活動辦來講，實務就是看利潤在哪裡？我因爲在這個活動當中我有沒有去玩到參與到，或著說我有賺到錢，在那個期間大家在講利基？如果你做了這件事情讓大多數人有利基有感覺，也有人反對，反對的原因是什麼，不可能有人反對，在桐花公園裡面做了步道，沒有做廁所，沒有錢，公務部門總不能叫人來爬山不上廁所，那設計理念是什麼？那你就是要麻煩這些老百姓嘛，他要進去他那裡，那舉這樣的例子就好啦，你做到那邊去，硬體的設施，沒有椅子嘛，跑到別人家去坐，人家作給你，就要想辦法謀生，那你想規模又不見得可以吸引那麼多遊客，我怎麼謀生？所以剩下那些半調子在那邊，一段時間有人來，一段時間有人來基礎設施又沒弄好的情況下，垃圾又亂丟，如果在他的居住環境他就去撿他煩不煩，假設作一些配套措施，一二期編一些預算，週邊這些民宅才能跟桐花公園結合。

— 本訪談結束 —

編號： B3  
 訪談對象： 南庄觀光產業發展協會  
 訪問時間： 2009年04月09日 14:10至15:35  
 訪問地點： 山芙蓉咖啡

- 1.問: 請問貴會成立時間,有多少會員,會員是居民或產業業者?成立主要宗旨?  
 B3: 觀光產業 14 個,做會員的服務,服務會員其中有幾項,提昇會員整個店家的服務品質、提昇會員專業知識、強化整個行銷功能。一定要是業者,我們的章程裡面有明文規定,一定要設籍在南庄從事休閒相關產業的店家。有餐廳、有咖啡廳、有名宿、或者是說有農場等。提供遊客諮詢服務,那觀光產業編組人數有 14 位,有理事長、常務監事、常務理事,一共有 14 位。(B3, 1:1)
- 2.問: 有承辦桐花祭的活動嗎?大概有幾年,從哪年開始辦?  
 B3: 每一年都辦。桐花祭一開始就有,2003 年開始辦,確定時程不清楚,你們再去查。
- 3.問: 每年接受客委會的補助嗎?大概金額有多少?  
 B3: 有。早期的話,一個社團看你提案,我們通常提 50 萬,50 萬大約撥 30 萬,所以這幾年來都這樣,現在越來越少(B3, 3:1),因為太多的社團要辦,等於客委會對桐花祭的預算就這些。因為太多的社團要辦,每個社團都拿到一點經費,但是都是小額的,以前不一樣,承辦的單位比較少,我們可以拿到比較多,現在了不起 5 萬 10 萬。
- 4.問: 辦桐花祭活動時鄉公所會提供人力上經費上的支援嗎?  
 B3: 剛開始的時候其實是沒有的,至少我在時是沒有,靠的是協會自己辦,我一兩年會跟在地的社團一起辦(B3, 4:1),客委會每一年都在改變,他也希望說有一些的社團比較沒有辦活動的承载力,所以希望去整合,比方說這個地方有幾個社團,那社團自己去整合,有一年的經驗是南庄整合,南庄的愛鄉協進會,還有南富村的社區發展協會,我們整合。統籌由觀光產業協會來規劃,他們就是配合,比如說我們會把活動拉到南富那邊桐花林,他們就少獲這樣的活動,甚至說愛鄉協進會,因為陳牧師有木笛班,那活動就把木笛班帶進來,用這種方式。
- 5.問: 每年來的遊客估計有超過你的預期嗎?  
 B3: 一年不如一年,早期辦的時候,一年不如一年,當然早期辦的時候經費比較充裕,那我們可以把活動辦得比較精彩一點,坦白講現在的模式,每一個單位要辦好我們就支持你,我再支持你,比如說 5 萬,5 萬塊能辦些什麼?了不起頂多就是交通接駁之類的,那活動就沒辦法,也因為經費關係所以整個活動變得比較小。
- 6.問: 一天下來的人潮可以估算嗎?  
 B3: 一千到兩千人,現在恐怕沒有辦法。主場大部分在南富這地方,不是在南庄街上,每一年都不一樣,有一年我們試辦在八卦力的跳舞場,有一年我們辦的很成功,那是在八卦力的跳舞場,因為跳舞場本身設施就具備了,我辦了舞蹈以外,還辦了桐花饗宴的活動,請人來辦辦得很豐盛,那次來了很多人,將近五千人(B3, 6:1)。然後主委李永得也特別來參加。
- 7.問: 客委會常過來嗎?  
 B3: 我本身是客委會的委員,其實他們盡量,因為桐花祭再舉辦時七八十場,坦白講要主委每一場到其實很困難,他也會有選擇性,比如說這一場有看頭,人潮比較

多他會聚在這一場。有大場有小場，主委自己去分配，我辦的那一年羅文嘉下來然後李永得剛上，我邀他他就來了，其他時間，有時候我們會在綠色山莊的地方，我們反正會選哪裡有桐花我們就在有桐花的地方辦，因為這樣子比較符合。

- 8.問: 活動每年都在不一樣的地方辦與活動主旨嗎?  
B3: 有一年是我自己辦，辦了一個桐花祭第一年還是第二年就在草地上十三個人弦樂，我這邊大概來了一千多個人進進出出，在那時段是四月十六號從下午的三點一直到六點就在草地上，搭一個舞台提供弦樂的人在那邊演奏，然後主唱是顏素文是山口大的主唱，其實我在這邊桐花祭辦了兩次，當時是莊副主委。
- 9.問: 經費夠嗎？自籌會很多嗎？  
B3: 我那次辦其實是我自己出錢，我並沒有從客委會那邊拿錢，但是我有一次跟客委會申請錢，給他不給我，我認爲我不需要我只要有人潮就好。
- 10.問: 那對於生意上有幫助嗎？  
B3: 當然有實質上的效益，有演唱會嘛藉由演唱會遊客也會進來。
- 11.問: 假如說桐花祭過了之後回客率會不會比平常增加？  
B3: 不能說桐花祭過了之後就沒有迴響，比如來了一千人當中至少他來過山芙蓉他知道這個點，也許下次還會在來。這也會產生一種效應（B3，11：1）。
- 12.問: 會有這方面的效益存在？  
B3: 一定會的。你說效益多大我沒有做統計。
- 13.問: 平常這幾個月生意跟平常生意差很多嗎？  
B3: 舉辦桐花祭的那個月，以現在來講早期辦桐花祭的確有帶來很大的效益，可是現在我覺得在遞減當中，因爲這個活動辦的時間太久了，很多年了也不新鮮了疲乏了，會有這樣狀況，凡事都一樣。（B3，13：1）
- 14.問: 辦活動都你自己？公所有派人過來支援？  
B3: 公所完全沒有加入（B3，14：1）。
- 15.問: 縣政府有聯合記者會，還有桐花護照，對你們有幫助嗎？  
B3: 多少會有一點幫助啊！其實沒有很明顯（B3，15：1）。
- 16.問: 客委會記者會對你們這邊有幫助嗎？比如客委會辦的桐花記者會或開鑼的儀式。  
B3: 應該是說對整個活動會有效益，對個別較沒有效益，對整個桐花祭活動有效益（B3，16：1）。
- 17.問: 桐花祭要辦是縣政府通知你們還是客委會？  
B3: 客委會直接通知。
- 18.問: 你們在客委會提出問題的時候都會被採納嗎？  
B3: 不一定。（B3，18：1）
- 19.問: 要求你們回去參加訓練活動，才要讓你們下次提計劃，對你們以後下次活動幫助成長性有幫助嗎？  
B3: 當然有幫助。因爲辦完活動後做檢討缺失到底在哪裡，作爲下一次年度舉辦活動

的依據，我覺得是很好。因為就必須要一直修正，比方說幾年前我們辦的接駁車，那接駁車沒有人坐，那這個效益不大，所以第二年辦的時候我們就把接駁車去除掉，因為大家都自己開車（B3，19：1）。因為這裡開車的自主性比較強，不會搭你的接駁車，因為接駁車只是定點比如說從甲到乙就這樣子，他沒有辦法到丙或者到丁，那如果我自己開車的話自主性就比較強。

- 20.問: 桐花祭會對客家當地文化有幫助，對產業發展有幫助？
- B3: 桐花祭辦了之後其實對整個客家庄產生非常大非常大的效益，我只能這麼講。那個效益是來自於媒體不斷的放送這個訊息，然後讓遊客知道客家庄有桐花，像這個記憶等於是 **image**，賞桐花就在客家庄，像這樣的 **image** 我覺得強化了整個客家庄，對於桐花，以前桐花未必是客家人的，可是一直打一直打好像客家跟桐花就連結在一起。我覺得這一點講久就是你的（B3，20：1），早期客家庄一直沒有很好的行銷，也不知道怎麼行銷，那也藉由桐花變成比較完整的包裝、一個行銷。那因為桐花幾乎在台三線客家庄聚集的地方，等於間接為客家庄在打知名度。
- 21.問: 你對持續性推展能力，有沒有需要加强的地方，因為推產業文化都是需要一段時間？
- B3: 現在要走的就是要升化，往往活動就是表面辦一辦，辦完活動就沒有留下任何東西，我覺得現在辦活動，要想到辦完活動之後，能夠為客家庄桐花延續一些什麼，也就是說升化這個東西包括文化，這個東西包括產業的東西，包括活動本身都要升化，這個底韻要累積得厚實一點，比方說很簡單的，桐花步道每一年各單位都有申請桐花步道，桐花步道並不是每一年都要去辦的，它可以一次把桐花步道整理出來，以後可以長長久久就是桐花步道，就不是單單應付這一次的活動（B3，21：1）。
- 22.問: 桐花杯是你自己的產品嗎？自己本身在桐花祭時有推出桐花商品嗎？
- B3: 不是，一那是 2003 年的時候，力馬的。就是用力馬的，很多東西不一定要自己做，他們在生產杯子我們用它的杯子就好了，這個是沒有想到的效益。當初辦桐花祭時沒想到的效益。
- 23.問: 對縣政府辦桐花祭有沒有什麼建議？
- B3: 我覺得縣政府可以做統合的行銷，比如說苗栗縣有哪幾個鄉鎮要辦桐花祭，把訊息給客委會，現在我們當然給客委會，現在有一點到底要怎麼分，縣政府也辦桐花，鄉鎮也在辦桐花，到底要怎麼整合我就知道了，縣政府要站在什麼樣的角色，因為以前直接對客委會，現在縣政府又在辦這個，譬如現在辦這個自己去整合自己去（B3，23：1）。我們辦通常跟客委會要經費，也來自客委會，所以一切都配合客委會，就沒有透過縣政府，那現在縣政府也在辦那定位在哪裡？介於客委會跟地方團體之間就不知道。去調查桐花資源，比如說桐花面積、桐花摘種，有計劃性的摘種，我覺得這是縣政府可以做的。

— 本訪談結束 —

編號： B5  
訪談對象： 雙湖社區發展協會  
訪問時間： 2009年05月04日 14:10至15:10

1. 問: 請問貴協會於何時開始辦桐花祭活動?  
B5: 2003年開始辦;2003年開始申請,2004年又開始辦桐花祭,那時候要了不少錢,大概我記得三十萬或五十萬,好像第一年給我五十萬;2004年好像是五十萬,接下來:那時辦很辛苦,因為這邊什麼都沒有,公共廁所什麼都沒有,租借廁所花了不少錢。
2. 問: 廁所自己蓋的還是有其他的補助?  
B5: 沒有、一開始是流動廁所,租用的,辦活動期間租用的,用那個經費去租用;硬體又是另外一回事,是縣政府做的,傅學鵬手上跟他要一點經費,蓋廁所、結果建築師設計下來虧了四十多萬,我們自己虧,誰補助,縣政府顏小姐請他土地變更,回應說圖就是這樣,現在大家在用,土地是我去租給他們用的,土地我租十年了,現在大家在使用,很多遊客就說這是公家的,有一天遊客也說這是公家的,我憑什麼說,去年我在這邊做餐飲營運服務,這是我們的空間,請你們自己帶東西來吃的,不要在這個地方影響我們,他就說:這是公家的地方,你憑什麼講你霸地為王,此話怎講、我馬上報案,這是我的東西怎麼霸地為王啊!
3. 問: 那洗手間是你們社區作的硬體建設?經費也是你去爭取的?  
B5: 是我們租的土地讓政府去蓋的,蓋的過程中我們虧了幾十萬,不是租地幾十萬,這整個區塊是我始作俑者,把他搞到凶,桐花祭社區營造開始,連挑炭古道、連五月雪步道、桐花走廊、連阿旺伯挑夫意像亭,這個名稱都是我定下來的。
4. 問: 那為什麼桐花祭從2004都沒有斷過,一直辦到2008年沒有辦?  
B5: 對啊!一直在辦,去年社區在申請辦的,他們有在做服務台;也不清楚他們在做什麼;反正社區發展協會選舉時我當村長我連一個幹事都選不上,監事也選不上;應該是前年,現在還沒定。他們辦了兩年了,我第二年沒有辦,我第一年申辦桐花祭2004、2005我沒有辦;之前要辦時,2005年正好是鄉長要選舉,2005還是2006年初鄉長要選舉,所以現在2009要選,2005年的時候,大秘書徐文達、客委會這個大餅請所有民間團體來申請,什麼什麼協會都來了16個單位,還來開會請專人寫計劃書,替你們寫多少%給他們,我們自己寫出去,直接寄到客委會不透過他們轉,客委會又不行,要透過鄉公所整合,回到教給他轉出去,之後,那年桐花祭的補助單位最慢決定的就是三義,決定不了,每個社區都要,前一年補助給三義的部分農會、鄉公所、雙湖社區發展協會、西湖渡假村的部分總共合起來二百二十萬,客委會就核撥二百二十萬公文給鄉公所,二百二十萬給你三義鄉自行處理,鄉公所就找所有人來開會,鄉公所行政費用、接駁車費用、農會做三義導覽DM的部分,扣掉之後剩下不知道多少錢,剩下一百多萬的樣子,12個社區算的結果每個社去區補助10萬七千塊,我們那一年是以三義鄉登山會名義申請,登山會理監事一開會結論是不要接受、不辦,我們那一年沒拿客委會的一毛錢去辦,結果我們登山會、不要辦沒關係,那年我們就創造一個探山站,我們做探山站登山會去賣,結果所有的活動動經費扣除還不足三萬多塊,我們自己吸收吃掉。

5. 問: 2006 年還有辦嗎?  
B5: 2006 年有, 還申請半年, 給我好像五、六十萬, 2007、2008 年他們社區辦, 我沒有辦, 我真正有辦只辦兩年, 真正給多少錢也忘記, 因為還有一些活動套起來也不清楚, 像這樣他們辦, 客委會做什麼一個節日, 後來社區只有二十萬三十萬, 我不清楚, 後來他們就不要辦, 今年不辦不申請, 因為很難核銷, 第二個吃力不討好 (B5, 5:1), 整個區塊動我家下來 2004 年辦到現在, 不辦桐花祭人口有到這麼多。
6. 問: 以前辦的時候人很多嗎?  
B5: 第一年辦 2004 年大概有六、七千人, 沒有, 就是那一年的桐花祭, 在我自己的估算六七千人, 第二年大概不辦那年大概兩萬, 2006 年大概超過三萬二, 我是每天大概估算統計, 後來今年就不統計了, 像昨天前天老實講, 但是跟他們進來評估來講是, 超過往年 (B5, 6:1)。
7. 問: 雙湖遊客這麼多, 是因為有接駁專車還是說知名度打開?  
B5: 知名度有、接駁專車也有、第三個所有的區塊塞車都進不去, 只有這個地方是順暢的, 這個區塊是不塞車的 (B5, 7:1), 2006 年一天可以進來十幾部遊覽車, 一天曾經進來超過六千人, 昨天前天的人數也差不多, 很便宜, 渡假村、看明星去渡假村, 看桐花去看看古道, 因為要買票, 但是沒明星看有花可以看而已; 三義觀光文化協會, 結果客委會給九十萬, 我們辦的時候超過兩三百萬, 頭份不是有 4 月 8 節慶, 你像國姓鄉的搶神孤都是鄉公所在舉辦, 去申請他們的經費兩百多萬, 民間團體申請沒有超過一百萬, 超過一百萬要發包, 民間團體不會發包也不可能發包, 進去招標, 這很多盲點, 要做事的人找不到錢做, 可以做事的人不願意去做, 有錢不願意去做。
8. 問: 採購法規定補助超過二分之一而且大於一百萬才要採購?  
B5: 我們所講的超過這些經費, 是無息的支出, 沒辦法計算經費出來, 第二個要有自籌款, 你剛講的兩百萬, 我自籌一百萬申請一百萬, 我連一百萬也要做憑證, 哪有可能, 我自籌一百萬也要做憑證。我們也搞不懂這個環節。
9. 問: 雙湖社區大概有多少人?  
B5: 我成立的時候, 原來就有這個組織, 吳伯雄內政部長時代, 在弄的東西, 這個社區組織; 都是會員制, 繳費才有的, 要入會費啊! 社區發展協會雖然是會員制, 他所面對的比如說雙湖社區面對的是雙湖村的居民 (B5, 9:1), 他不是說是特別的會員, 我想這一點也覺得很奇怪的事, 所以這是疊床架屋, 又是一個村的組織, 又是一個社區發展協會組織, 那村的組織是行政單位, 社區發展協會是民間團體, 那你要受行政單位監督跟管理, 所以我也講不出所以然, 反正你說多少人, 我們社區協會的會員也有一百多人 (B5, 9:2)。
10. 問: 之前辦桐花祭公所有補助嗎? 縣政府有補助嗎?  
B5: 沒有; 還要給他們請指導單位、三義鄉公所、苗栗縣政府..... 很奇怪的樣子。
11. 問: 縣政府或公所會給你們輔導嗎? 會來看你們?  
B5: 沒有阿! 輔導什麼! 不會; 我的感覺是不會 (B5, 11:2)。

12. 問: 開幕的時候會來嗎? 你們開始不是會辦活動?  
B5: 沒有開幕。客委會他每年就是、啊四月十八號桐花祭開鑼了! 遊客就自動進來了, 我們也沒做什麼。
13. 問: 你們不是會在挑炭古道辦活動?  
B5: 辦活動是按照我們申請的項目, 哪個時間點, 有哪些活動這樣而已。
14. 問: 遊客進來是因為你們有做宣傳? 還是因為最早的時候公所有做接駁車?  
B5: 客人都是看客委會網站, 還有就是火車站都有擺一些 DM, 當然鄉公所也有做接駁動作, 那時的接駁動作、鄉公所辦理的範圍 (B5, 14:1), 就是第一年老實講我們也在弄經費, 我們編的預算中間有做調整, 原因在哪裡? 很多遊客進不來、找新竹客運一天多少錢, 我們週休二日自行請新竹客運在跑。我們在辦活動的時候, 在火車站載人, 後來客委會就直接交給鄉公所辦理, 譬如今年之前我有去問鄉公所, 每年這個人潮很多, 能不能讓接駁車進來, 鄉公所說那邊沒申請辦桐花祭, 所以接駁車不到, 這是第一點, 第二點假如今天開進去, 你那邊沒辦桐花祭, 人在山上丟掉我們鄉公所要負責, 既然如此就算了, 接駁車不來也無所謂, 自己開車的人很多, 之後今年福興有申辦, 去年有申辦, 去年的接駁車也被客委會要求鄉公所接到福興去, 三義火車站出發到那邊, 離這邊大概一公里的位置, 接到那邊去, 而福興自己裡面有小巴在裡面接駁, 意思就說客人接到那個地方就停下來, 另外有小巴在繞, 今年他們就請客委會、鄉公所、一部接駁車要過去, 然後他們配合一部, 變成兩部對開, 兩部就是他以前的小巴, 小巴的部分就把他拉到這邊來, 那邊就整個區在繞, 到彙古, 到上田咖啡, 大概一個小時、五十分鐘左右一趟來回, 所以是對開的, 司機回來又是十分鐘, 兩部車在對開, 這還好啦, 他們有主辦, 客委會要求鄉公所負責主辦, 這是第一點, 第二點、還好大概雙湖這個區塊設有一個兩個三個四個招呼站; 他不設的話對三義鄉交代不過去, 跟自己打自己的嘴巴, 原來說你沒有辦理, 客人丟掉他要負責, 那現在它設了不設也麻煩, 這區塊人潮太多了, 被遊客上網就攻的差不多, 所以這是制度的... 很多區塊、很多, 向上次的十多個單位辦桐花祭, 非常多的單位辦這個活動錢拿來自己玩一玩, 沒有看到是外地的遊客, 這個區塊的遊客, 你剛剛說: 為什麼我問的人都是台南、高雄、連花蓮也有, 我這個區塊都是外地進來的遊客, 不是三義自己玩、不是像銅鑼雙峰山自己玩的, 這是一點, 第二點就是遊客在挑炭古道上面碰到人去問人的, 正好問到在地住在週邊的人, 遊客去問他: 請問一下為什麼前面這麼多車子沒看到人, 挑炭古道、五月雪步道、桐花谷都在山上哪有在大路邊。
15. 問: 你這裡花很多是嗎?  
B5: 很多、這裡以前很多。第三個莊錦華客委會副主委來到阿旺伯那裡, 我不在場, 我另外一個朋友做DM的小姐在場, 他都熟悉位置嘛! 這個人丟了一句話走人, 莊錦華客委會副主委在那裡丟了一句話走人, 人走掉了連找我就不曉得找, 告訴黃小姐說: 唉, 西湖渡假村會給你們打跑; 看到那個人潮太恐怖了, 來這個地方有人潮。
16. 問: 那平日有客人嗎?  
B5: 像桐花祭平日客人很多, 但是非桐花日週休日很多, 都是休閒健行的 (B5, 16:1)。

17. 問: 這附近沒有商家?  
B5: 沒有!
18. 問: 所以你們活動都辦什麼樣的項目?  
B5: 都是辦一些傳統的有的沒有的, 沒有比較新招, 但是明年可以看得到新招, 我們已經想明年怎麼處理。
19. 問: 雙湖這邊是以賞花為主?  
B5: 賞花健行為主; 以前可以聽到唱山歌 (B5, 19:1); 我們雙湖社區有一年舞蹈好像在苗栗縣第二名, 他跳的是炭擔舞, 炭擔舞是我 2005 年我做了炭擔飯, 然後我請社區的舞蹈老師, 我說能不能編一個炭擔舞, 他說什麼叫炭擔舞? 我就拿一些資料跟他溝通一下, 結果看了不錯, 那個羅主任說跳炭擔舞, 結果那次苗栗縣舞蹈比賽第一還是第二名我忘記了。
20. 問: 雙湖沒有產業, 賞桐花客人進來, 對當地的產業生意有幫助嗎?  
B5: 多少, 前面有精油場兩座, 提煉芬布油香茅油, 還有一些家庭主婦拿一些青菜出來賣, 客家的農產品醃製品, 還有客家米食。我覺得這個地方的居民都是老一輩的人, 都是年長的年輕的就回來看看而已 (B5, 20:1), 事實上他們的感覺是這個地方從來沒有看到這麼多的人進來, 年輕人就觀望, 你剛說的產業, 這個地方人這麼多沒什麼消費, 有限, 據我的統計, 今年之前整個區塊消費不到一百萬, 就是桐花祭期間不到一百萬; 不到、產值非常小、因為沒地方消費, 有錢也沒地方花, 這個所謂原因就是內建不夠, 內建就室內造 (B5, 20:2)。
21. 問: 要到桐花祭才有生意嗎?  
B5: 目前也許是這樣。
22. 問: 桐花祭對客家文化有沒有提昇的作用?  
B5: 有啊, 投稿圖書公文, 現在口語就是交代兩句話就是提昇客家文化。
23. 問: 附近沒有餐廳?  
B5: 沒有。所以這邊進來就是粽子、精油, 還是因為離市區太進所以不會停下消費; 第一個離市區太進, 第二個有錢賺的時候只有桐花祭, 所以今年攤位特別多, 攤位特別多、我看了非常傷心, 我之前就把攤位一直在馬路上方裡設, 現在前天我去看阿旺伯前面都是攤位, 那攤位老實講我無法管, 不想管都是老人會反彈;
24. 問: 辦桐花祭客委會只有補助活動費, 還有其他硬體?  
B5: 沒有; 沒有硬體, 所以我剛剛講跟自己過不去, 因為我從 03 年開始, 玩社區營造, 就是把大坑列入社區營造範圍, 因為我把雙湖村的四個區塊, 一個內草湖、一個雙草湖、一個雙湖、一個大坑、雙湖村有四個區塊、內草湖就是高速公路以東, 雙湖就是都市計劃區塊, 火車站週邊、大坑就是這個區塊, 這四個區塊我自己做一個比較, 雙湖是 A 來講、雙草湖就是 A-、內草湖大概就是 B, 這個地方是 C, ABCD 我講的是等級, 生活與經濟環境的等級; 我自己分的; 我想社區營而且這個區塊是未被過度開發, 都是農村型態, 住戶不多大概幾十戶, 幅員廣闊而且林相非常整齊, 所以這個區塊可以做處理, 之前是把古道先打通讓很多健行的人進來, 2000 年就打通了, 挑炭古道

就打通了，我覺得這個區塊有他的潛力，所以我把他社區營造，就是建立沒有任何的文化產業，文化產業是有但是沒有成型，沒有回顧，譬如說燒木炭、以前的種香茅、製造樟腦丸之類，過去產業是有，但是沒有歸列，我們在社區營造就想說這個地方什麼東西都沒有，沒有任何景點，沒有任何文化古蹟，我們就想到一個問題例如挑炭古道，就設造成一個挑夫意像亭，設立之後第二年，討論後應該取個名字，沒有影射任何人就取為阿旺伯；至少這兩三代沒有阿旺伯這個人，也沒有影射任何人那就好，一直稱呼到現在，大家都知道阿旺伯。給他寫一個簡介，生平簡介都寫好了，為什麼叫阿旺伯，第一個好稱呼，國語客語閩南語都好叫，木炭越燒越旺，也代表大家來到這個地方跟阿旺伯拍個照大家回去就旺旺旺一路發。

25. 問: 那你們辦活動有問題反映給客委會、縣政府或公所，他們會幫你們處理嗎？  
B5: 沒有反應；什麼問題都自己解決，反映要講到錢就無效。又沒什麼事可以幫忙的，行政系統的人很簡單，上班歸上班，依法行事，也沒很清楚（B5，25：1）。
26. 問: 活動後客委會會請你們去上課，比如說今年桐花祭辦完請你們去上課，你們會去嗎？覺得對你們有幫助嗎？  
B5: 要申辦桐花祭的人，之前 04 年是沒有，05 年有，要辦理的人要去上課。對我來講是沒有什麼意義，因為我都辦過了，他們只是研究主題而已，每年的主題不一樣，每年我申辦桐花祭主題都不一樣（B5，26：1），我第一年是古道青桐雪花飄，第二年是借問桐花何處在，木桐搖指雙湖村，第三年是忘記了要看資料。
27. 問: 有跟縣政府配合做導覽還是什麼嗎？還是導覽自己做？  
B5: 沒有、導覽我們自己做，2004 年辦時就找朋友做挑炭古道的簡介，從那時候開始他就很積極的去上課找資料，現在老實講三義要講桐花也好、要講螢火蟲也好、要講舊山線也好、要講火焰山森林生態也好，他應該不是第一第二就是第三名，這是台大教授敢講的。
28. 問: 縣政府也沒有跟你們配合活動？  
B5: 沒有，他也沒有接受這個訓練，後來有加入自然生態協會，自然生態協會每次要去上課，他沒時間去上課現在也被除名了，意思就是說不是會員。
29. 問: 你們辦活動縣政府會不會過來？  
B5: 好像沒有。
30. 問: 那公所有沒有？  
B5: 沒有，除非你特別邀請。
31. 問: 你們會邀請他們嗎？  
B5: 沒有場面需要去邀請他，他們自己也不會過來就是。我們曾經 2004 年的五月一日，勞動節那天我們挑炭古道六個大石頭，去把挑炭古道及箭頭刻下，我們當初社區營造的主題就是山海線接駁站三通嶺風景秀 2004 年五月一日，桐花祭我找葉菊蘭來落款，那天我很漏氣，我邀不到人，三義鄉鄉長找，他不過來、客委會問我這邊誰會過來，結果我講代表會主席譚茂雄，那塊石頭還揭幕，還現場 SNG，這是我的作風。

32. 問: 辦這麼多年下來, 你對客委會辦桐花祭的建議?
- B5: 我對客委會辦桐花祭的建議, 去年前年好像有改善了, 沒有桐花區塊不辦, 自己玩不辦, 要篩選。那我這個區塊要申請一定會有, 只要提出申請一定會准的, 金額多寡的問題而已, 他完全知道這個區塊的人潮, 像前一次客委會主委黃玉振要來了解桐花景點, 我說什麼時候, 好像是四月七號, 他說你那邊只有十分鐘, 我說十分鐘要做什么? 他叫我解說一下, 要不要通知村長社區理事長。我說沒問題要通知就通知, 後來問我他們的電話, 第一次電話打不通、第二次說有沒有其他電話, 就告訴他們的手機, 因為我這邊有資料, 結果他們有沒有來, 有來, 黃玉振也有來, 我在那邊解說了十分鐘, 時間到了他們要走了, 經過這裡他要到福興去, 喝個茶他也不要, 他們從那邊經過回到這裡, 從那邊足足待了一個多小時, 我們都親眼看到, 這邊辦活動他不下來, 那我跟黃玉振講一句話, 這個區塊這個位置是你朋友的娘家, 我就覺得很奇怪, 不辦活動你們對於桐花三義區塊不帶動, 三義最早辦是我辦的。
33. 問: 雙湖社區為什麼現在不辦呢?
- B5: 社區不辦啊, 要社區名義申請, 個人名義不能申請! 我們沒有名聞團體啊!
34. 問: 社區為什麼不想辦?
- B5: 吃力不討好; 他們是公務人員退休, 我們理事長也是學校退休, 我們村長是公務員退休去幹村長, 我講最簡單的問題, 我下村長之後, 那年有推甄社區評鑑, 總幹事羅素珠叫我協助他找一些相片資料去參加社區評鑑, 我說好啊, 我做雙湖社區的簡介光碟片給他, 裡面內容還要去補做, 哪些項目, 文字敘述給他, 結果他有接受拿去, 後來理事長進來, 拿了一張只給我, 這就是我要報告的幫我看一下, 我看到心就軟掉了, 這個無效, 你這個評鑑沒有用, 因為他要講的就是他當理事長的心路歷程, 我不曉得這對評鑑有什麼意義, 評鑑就是看你做些什麼事情, 社區有哪些狀況, 我的東西拿出來看沒有用, 他也沒有叫我說村長這件事由你出來報告會怎樣, 要提整天詢答, 結果我也沒有去, 我來去報告來去做詢答, 一定不一樣, 結果他沒拿到最優等, 應該雙湖社區那幾個評鑑是可以最優等, 因為做太多事情了, 社區營造啦、桐花祭啦。
35. 問: 你覺得雙湖應不應該再加入辦桐花祭的行列? 以你個人的看法?
- B5: 可以要可以不要, 不要也這麼多人潮, 要就是強化知名度、強化你的內容而已, 但是這內容有沒有與眾不同, 這是一件事情, 假如給一般拜拜的方式就不要, 雙湖社區可要可不要, 目前的情況就這樣, 那要就是要你通過, 要有他的商業價值, 要有他的服務價值, 所謂商業價值就是產值啦! 商品產值, 你一定會去找一些商品出來, 要有他的產值, 我第一年在辦時, 2005年客委會在開發一些桐花布, 桐花包包之類, 我們透過同業拿出來賣, 有一年我們被客委會邀請到台北火車站上面辦客家嘉年華, 有碰到一位小姐, 後來我不敢要他的東西, 原因在哪裡! 他說我的東西被你們擺地攤了, 因為我們沒有空間就是那個環境, 我就不要了, 其實我這個地方要回來是可以的, 但是我沒有空間跟時間去佈置, 所以我沒去要, 沒給他接洽, 我覺得那一句話是對的, 因為客家產品開發的客家產品是優質的, 你把他擺在地攤上賣有損他的價值, 這是不對的。

— 本訪談結束 —

編號： C1  
訪談對象： 勝興客家餐廳老闆  
訪談時間： 2008年09月11日 16:20至17:30  
訪談地點： 三義山中傳奇餐廳

1. 問: 桐花祭辦了六、七年，請問你的觀感為何？  
C1: 特別好，就是覺得人潮很多，樹上長得桐花很漂亮，大家多很喜歡，特別好，大家都很喜欢，喜歡白色，真的像雪，尤其是我老婆是大陸人覺得真的像雪，特別不好就是，這邊沒有破壞生態很完整，人潮來了就有破壞，但是我們要有宏觀的看法，我是當地人，土生土長，我們也是到台北發展過，到有一段時間覺得落葉歸根比較好，月是故鄉比較圓，所以開了這家店，以是8年前了，那時候桐花祭剛好開始，那時是朝多方向的，以前舊政府朝多方向，但是很注重，那時大家都覺得美，所以要塑造客家桐花比美日本櫻花，但是他們的副座很厲害，莊錦華，全心投入，所以我們覺得他給我們的印象，他的主觀性很強，但是他很認真的在推，我們都以他為標竿，大家也是由下而上，跟著他的腳步，他也會聽我們的意見，我們也成立了一個桐花館。
2. 問: 桐花館有接受補助？  
C1: 沒有，沒有，都是我們自己作，完全沒有，不要聽他們亂講，我這裡完全沒有，真正補助的是立面，我這邊不想由政府補助，由下而上作給政府看，所以還自己成立桐花館，張副座就說，要開啊!你要趕快來，我們這裡有很多商品你要幫忙行銷（C1，2：1），不是我一個人，所有三義店家都很懷念張副座，他走的時候還寄了一E-MAIL給我們，說他要到美國陪兒子，他幾乎沒有親情，有時間我會回來看你們，繼續努力。
3. 問: 你們有自己創作桐花商品，還是有其他？對生意有沒有幫助？有獨創商品？  
C1: 我們有我們自己的部分，還有客委會的，最主要桐花商品上市是二年前的事情，把桐花布當成，就像我們店內員工穿的桐花布，塑造成商品，圍兜、還有小提包、鑰匙圈等，這是由客委會委外設計，有註冊的，我們有幫忙推，我們有部分買布自己創造我們要的東西，有部分向弱勢團體比方921地震如東勢社區媽媽作的桐花商品，客委會推舉，有機會向他們買，幫忙行銷（C1，3：1），也有在網站推銷，這些人都很感激，我自己推桐花餐，桐花便當，但是我們桐花用貼，因為桐花有毒，我們一年四季都有賣，因為桐花意象開發出來，銷路桐花祭時很好（C1，3：2），真的很好，胡瓜節目來拍時候更好，陸續都有，我們有賣兩個便當，一個是鐵道便當，用陶土的，講究苗栗陶土吃飽帶回家，沒有桐花餐，桐花有毒，也有在蛋糕上劃桐花，就是店裡的特色，很多人好奇，在網路或電視上看到，很多人專程從高雄來買很多帶回家及買陶土帶回家，桐花便當及鐵路便當都有，桐花便當只有我這家，鐵路便當陶土也只有我們這一家，桐花便當也是陶土。
4. 問: 是電視自己來拍？還是客委會或縣政府幫你們宣傳，或將你們放入網站或海報？  
C1: 都是電視節目自己來拍，不是自己找來的，縣政府都還沒有做，像我今天我們跟農業局長謝局長在綠葉方舟座談，我們這邊有成立一個舊山線休閒農業區，在農委會，快公告，補資料，謝局長把我們舊山線列為主打場地，

把所有全省農業休閒園區，走向國際化，包括勝興，舊山線包括三義到龍騰，但是劃四百八十四公頃而已，勝興到龍騰而已。

5. 問: 請問營業時間及服務人手?營業額?桐花祭活動對營業有無幫助?
- C1: 營業時間像現在不景氣,以前作九點到十點,因為現在是雨季差很多,暑假生意很好,晚上生意也很好,作這種生意就怕下雨天,像七月就有二個颱風,碰到禮拜六,禮拜天就進來,靠天吃飯,造成我們的困擾,禮拜一到五還好,平常最少也有80人,非假日也是,最好有一千多人,服務人員最多有二十幾個,桐花祭時超過二十五個,平常目前九個分二班制,十點到五點,營業額還好,不是屬於高價單位,八十萬以上,桐花祭都雙倍以上,所以桐花祭影響很大(C1,5:1),還有過年,以前連木雕節也算進來,但今年木雕節潛力沒有顯示出來,以前木雕節是三義的主打,這兩年來最這樣,都是縣政府辦,這就會講到舊政府時代,傅學鵬時代,以前韓鴻恩,也是很認真,觀光旅遊局局長,每到十個月前就會開會聽聽我們意見與報告.就豎立起來,差很多,近兩年完全沒有,主要原因是因為就是縣政府沒有關注。
6. 問: 會參與桐花祭活動的政府部門座談?誰來主導?誰來通知你們有相關活動?
- C1: 桐花祭現在也會覺得,現在沒有座談,以前8個月前就開始座談,桐花祭一過就開始座談,7月就開始座談,就是現在開始座談,現在連聽到聲音都沒有,現在都沒有,跟客委會座談,客委會主導的,會後也沒有座談,新政府都還沒有,我擔心明年四月到五月的時候,不要說像今年客家有十二大節慶,縣政府二十天前才來一個公文,叫我們提一個計畫,十天之內提一個計畫,客委會給縣政府,縣政府通知協會,十天內送寫計畫送過去,公文是送給協會,十天那有可能,但我們協會還是把他完成了,先送一個我們東西先送過去給他看,我們要把他列入主打,主要是為了十二節慶,像新竹有義民廟,我們這沒有義民廟,我們提的是以前元宵節,我們這邊有一個雲火龍,我們要結合他,又結合元宵踩街,舊舊政府時代,國民黨時代,三義鄉每年都有一次元霄節時候迎神活動,有元宵節活動,每村都有一個代表,比如大鼓陣,大貝殼類,到時候希望縣政府能參與,我們農會有辦一個,我們桐花祭過後就桃李祭,我們要把每年的節慶都串連起來,把三義鄉一年四季都有活動,把三義鄉行銷出去,我們在台北縣政府旅展的時候有辦一個典當三義,要把三義典當出去,民宿結合餐飲,二日遊.一日遊,遊客來此消費也很好玩,我的攤位很復古,別人做的擔位都很大規則化,我們很復古,當舖,很有創意把三義典當出去,今天謝局長來三義在綠葉方舟,中午吃飯時叫我過去,因為這三義剛成立舊山線休閒園區,我是主任委員,謝局長很注重我們舊山線,跟縣長報告說我們大家很認真,很團結,全省這次只有我們苗栗縣二個地區通過,就是壠西坪和舊三義,卓蘭VILA, VILA,今年通過,這邊鐵道文化很久了。
7. 問: 桐花祭對你們業者幫助很大?但桐花季時間很短只有一個半月,過後還對生意有加分?平日有配合行銷活動?
- C1: 對業者幫助很大,每一個都是笑口常開,荷包一直漲,桐花祭時間短,就要看怎麼行銷,就像休閒園區通過後,如果補助6-7百萬,我謝局長說,希望撥個3百萬出來做軟體文宣方面為山線休閒園區作催生,平常我們自己有作行銷,我們有網站,我們只有在網站行銷,我們行銷的部分很弱,綠葉

方舟比我們強，平日網站也有販賣桐花商品，行銷自己作，政府都沒有作。

8. 問: 願意政府幫你們一起作行銷，放入桐花祭活動，或放入觀光導覽中，是否有參加一起行銷推的意願？出一點錢作？

C1: 當然願意，一定會有幫助的，九份就走入國際化，結合會比較好，願意出錢一起作。

9. 問: 你們會配合桐花祭或社區提供一些服務或出錢配合社區？

C1: 現在作垃圾不落地的時，這些都是我們在做，每天都要收，都要清理，其實來我們勝興有十個人，二十個到三十個人亂丟垃圾也會製造我勝興的垃圾，所以現在自己有請一個專門撿垃圾，以前我們有作十個垃圾桶，87萬5作十個，每個月要三千塊垃圾袋，我連作了三四年，現在都腐了，那時候我做觀光協會理事長，徐賢定作第一任理事長，做不到一年把重擔交給我，我連作了三年。

10. 問: 協會說你們常會自己常會自己出錢辦活動？桐花祭會贊助經費？社區凝聚力好不好？

C1: 對，我們都是常常出錢，我們觀光協會成立第一次辦活動的時候也都是自己出錢，戀戀山城學古道，就是我們挑材古道找出來，桐花祭我們也會出，我們店家有幾家也會出，其他有二家想法比較不一樣，每人思維不一樣，畢竟有人一定也要付出，不然社區不會好，一開始客委會舊政府時代，認為我們凝聚力強，才會把第一期工程1000多萬第二期900多萬工程投入進來，第一個觀點就是認為勝興社區地方小，塑造出國際化很簡單，不用讓政府花很多錢，就可以塑造出來，一開始有困難，我們找他們來座談，我找副座徐文達，原來是縣政府，現在是農會總幹事，都來看，客委會找他們，以前是鄉公所秘書，第二期工程時找他們來這邊談。

11. 問: 作這些建設有符合你們的需求及有其他建議？曾作事前討論或事後溝通？

C1: 其實我的看法是在包商而以，包商設計的關係，這邊的硬體實在太硬了，客委會撥錢下來時候是新政府時期，本來舊政府就要執行，一直沒有執行拖到新縣長上任，又拖了一陣子縣政府執行，一直拖，拖到才開始作，就是那個立面，我現在擔心的是，我自己的看法，目前我們政府幫他作，也有付出配合款，但是到現在快兩年了，他們沒有一家在保養，縣政府有出，業者也要出配合款，這個只是包裝，比以前來的漂亮，生意也好，現在有人說那邊作他們這邊也要作，但是我們這邊不可能做，因為我不想破壞環境，我們塑造我們要的，我們這邊自然的美，有桐花很多棵，很一很大棵，三十年，我們這邊也有種，我們這邊用餐邊欣賞桐花很漂亮。

12. 問: 桐花祭今年有政府部門來溝通？會找誰參加座談會？或來作輔導？由誰來通知有活動資訊？

C1: 就是今年桐花祭到現在還沒有出來跟我們連絡，很擔心，也許新政府上任，內部作業不懂還是怎樣，會找社區領導人，店家座談，寫個社區規劃書，會作評鑑，比如莊副主委會聽我們的意見，會修正我們的意見，很用心，走了之後，很擔心，我們店家都很熟，他跟我們都走得很近，全省跑，幾乎一個月就會到三義一趟，真的很用心，所以我覺得新政府把他調走，真的很可惜，因為我們客家本來就人數很少，文化意涵很少，所以有客委會來指導我們都很樂意接受（C1，12：1），公所很少來輔導，都是客委會來

輔導我們，縣政府也很少，現在沒有，以前舊縣政府韓局長會一起來，都是跟客委會一起來，再找公所一起來（C1，12：2），現在也沒有通知我們，現在連座談都沒有，現在都完全沒有，二年了，現在也沒有輔導，也沒有通知，連木雕節都沒有，一年不如一年，以前都會找各社區理事長來座談，木雕走入國際化，是要讓他復生才對，不是讓他委縮才對，會有三義就是木雕，才有三義。

13. 問: 認為桐花祭可以取代三義木雕？桐花祭可以代表客家文化？代表客家精神？可以行銷國際？
- C1: 桐花不能取代木雕，木雕是文化，應該要結合，桐花不是客家文化，是外來種是從日本引進來的，是被塑造出來的客家文化，因為他美，不是客家人喜歡，每個人都喜歡，為什麼不要呢？客家精神硬頸筋，所以我覺得他的美要讓全世界都知道，以前人家都不會注重，因為真的很漂亮，很像雪，真的有行銷國際的本錢（C1，13：1），我們這邊很多外國人，四月很多，有美國人，歐洲人，日本人也有，外國遊客都是自由行，不是旅行團，很多人來，都覺得很美，不是木雕節來，而是賞桐花，剛好桐花祭來。
14. 問: 客人的回客率高不高？平日與假日生意會差很多？營業項目有那些？
- C1: 回客很高，平日與假日差一大節，比如說假日作800人，差不多平日作120到150人，平常賣簡餐，咖啡，便當.合菜，本來沒有合菜的，是客人要求的，客人說要家人一起用餐的感覺，所以要求我們一定要作合菜（C1，14：1），所以改為合菜和套餐，客人要求冬天要有一個小火鍋，我們營業項目都是因應客人要求。
15. 問: 桐花祭如果沒有配合活動，會不會對生意有影響？覺得勝興地區最主要吸引客人來玩的原因，是因為桐花祭，還跟這裡是客家庄有關係，或其他因素？
- C1: 桐花祭是帶動人潮，其實是地方上要妥協，不要髒亂，然後把我們地方上的鐵道文化，有隧道區，鐵道文化進一百年了，要讓人覺得來這邊玩很快樂，很悠閒，鐵道永久讓人家走不要再去破壞，如果鐵道不能走，火車一走，鐵路局就不讓你走了，也是跟客家庄有關，但主要是因為覺得這裡有好山好水的原因，感覺好，空氣好。（C1，15：1）
16. 問: 對桐花祭這個活動的建議呢？
- C1: 因為同花季人潮多嗎，我認為政府該做的就是有兩個方向，第一個是停車場，因為停車場因為那個硬體設備應該由政府做，軟體設備由我們地方做，接駁車的話，也是這個也是要社區寫規畫書，因為說實在的話，桐花祭人潮多，過年時候人潮多，以前的一月十月份那個慶典最多的那個人潮也最多的，一年有桐花季兩個月還有十月份還有過年就有六個月，會帶動人潮的其實四五個月，接駁車那是舊政府才有的，新政府沒有，應該要恢復接駁車，以前是縣政府的傅學鵬時代的，那應該是舊政府現在沒有了真的沒有了，木雕節有活動有，明年就沒有，桐花季現在還沒有聽到阿！桐花季今年還有接駁車，平日是假如說由政府來出的話，平日應該要。因為有很多舊政府出來的，一天跑一台嗎！兩台嗎！讓他去這樣輪回跑。這樣！我是認為有必要，那是要規劃，但是我是覺得我，因為我們在我們農業休閒園區的規劃報告書裡面，我們也提到這個問題，因為我們屬於我們園區裡面的有一百~四百八十四公頃，我們北邊的意象，入口意象，會要求政府

幫我們做硬體。做一個大型停車場，還有南邊，就龍騰斷橋那一邊要做大型停車場。我們是在規劃報告書有提到這個問題，來解決以農業也好以觀光也好，對我們勝興的鐵道文化好山好水來推出去，然後為什麼要做那兩個大型停車場。就是需要靠我們那個接駁車。

17. 問: 請問桐花祭的本店人數有多少？超過預期？平日與假日人數會差很多？  
C1: 一千多人，因為這每年都有桐花季都很好。超過預期忙不過來，怎麼辦呢？大家願意等，有的願意等、有的會罵得要死，有的會罵得要死！因為我們不讓他做他又會罵，一位難求阿！那你就等，桐花季的時候平日也這麼多人，平日也這麼多人（C1，17：1），真的那個平日的人數，桐花季的依照五六，六日不斷，一到五都很多人，一到五都很多人，現在我們這邊都將近有三百人，上來我們店裡三百甚至五百，平日，帶來的，你看我們每一家的店會不會說笑嘻嘻的（C1，17：2），木雕節沒有阿，以前有阿，以前是幫助.....。
18. 問: 政府部門如果結合附近景點或業者，作一個旅遊線會更好嗎？  
C1: 以前是有這樣做，但是現在政府沒有阿，公所沒有做觀光導覽，他沒有錢要他怎麼做，中央不補助他怎麼做，政府都沒有做，公所也沒有做，現在我們都是由下而上阿由我們店家自己來做出來讓政府去看，他們的感想是怎樣，然後再談能夠重視你們這個地方，以前根本就都沒有阿，現在都是這樣阿
19. 問: 設立桐花館對生意有幫助？其中的商品是自己作的或與其他業者合作？  
C1: 其實對我沒有幫助，我說這個桐花說實在我是去日本阿去日本兩趟，我覺得日本人的精神阿，讓我覺得很可愛的地方阿，我說他們為什麼很可愛呢？因為他想把他日本的文化保留起來，把它的在地產業行銷出去幾乎每一家，幾乎每一家有規模的店家都有做一個他的產品展售區，比方講在他三義鄉裡面的農特產品還有手工藝品，是我的願望，所以把他做出來，產品的展示區那順便把自己想要的東西放在裡面，有一些是桐花油桐的紙傘嗎，有一些是桐花杯，然後還有客家的音樂，然後還有一些還蠻多的，那個鼓後來才放進去的，水車那個是回收的，因為我們的產品太少了，我們有這樣想阿，但是我是想說不要我自己來做我想幫什麼呢我們三義鄉所有的產業的產品替他行銷就是剛講的日本能為什麼台灣不能，我們去找他們，第一個叫我們來但我不要阿，我可以給你寄賣阿，買斷我不要買斷我有負擔，阿我寄賣我可以寧願做少一點賺少一點，我不要支出能付出就好了，他通通要我買斷我為甚麼要，買斷我自己要付出阿，其實做這個阿也不能自己做，說實在的除非說我們政府部門幫我們規劃我們來創造我們在地產業然後我們自己付錢也無所謂要有人教導比方講說你這個區塊來做我們需要的產品我們應該怎麼做你來輔導我們由政府來輔導我們，要多方面的啦去行銷才有但是我做那邊我花了四百七十萬，因為我們這邊一草一木都要用人工，工錢比材料貴阿。有跟春田窯合作，他們找我，他們很認真，我說村田窯是我介紹他進去的進去客委會，客委會很認真，一開始是我推薦他過去的村田窯本身也很認真在做
20. 問: 其他的建議或意見？  
C1: 說實在的，那一開始我是三義觀光協會的理事長，像這邊的硬體也是我向客委會要的，但是後來做的，我有點失望阿，施工方面，那時候我卸任，

我卸任我去監督這樣阿，做的有時候不是我要的阿因為一開始做就發生了那個施工後的問題，技術問題，我們客家文物上，我叫他用螺紋釘去釘他們不要，他們用槍打，用空氣槍打會反掉，反掉然後我就和，那邊有個公廁是韓局長那個公廁也列入我們這邊一個景點做得非常漂亮，那木造的他用螺紋釘那個傅學鵬時代的韓鴻恩規劃那個的廁所，那是地方最近有個地貌的改造，那個經費做的，他用螺紋釘，螺紋釘去釘的，一釘一釘敲下去的，但是我們做地面都是用空氣槍打一剛施工我就告訴他，你這樣的工作品質不行，為什麼會反起來，後來沒有辦法改，他就應不要阿，然後不能交差阿，是廠商啦，縣政府他，那時後一開始廠商也錯誤啦，他規定用氣槍打啦，他沒有寫得很清楚，我們要求他不做阿，當初他說按圖施工阿，我說，你們這樣做我們不是要我寧願不要那個叫店家去一槌一槌，去敲不可能啦那縣政府是要求他在去補強才有那個壓條。

21. 問: 每次跟縣政府溝通後有達到你們的需求嗎  
 C1: 其實要這麼說啦我是覺得有的縣政府也要聽聽我們的聲音阿因為這個東西有的不是我們要的，你也要樹立你的想法你要把你的規格應要請一個規劃公司來規劃以後再去發包（C1，21：1），層層的剝削，做出來的品質就不是很好，發包工程事前舊政府時代有協商，現在沒有，舊政府都有，就傅學鵬時代，驗收會找，公所縣政府會通知他來，公所沒有錢，他們觀光課長會來，騎車子騎摩托車過來，他的想法和我們的想法不一樣阿，有的我是覺得假如說未設計好的話應該要聽一點我們的意見，他們鄉公所就是依法行政，我們有的不是阿，我們要的是由下而上阿，我們自己做不很大的違規的話你應該，一起討論，不用撥錢給我們自己做，只要參與討論，事前討論然後事後再做一些相關的檢討，加強檢討。
22. 問: 對建議政府一個是停車場跟接駁車，還有一個是什麼？  
 C1: 最主要也是，現在就是說我們不管辦任何活動，用提早最起碼也要早一個半年，你不要說，像舊政府時代的話八個月前就討論了，不要十天前，二十天前一個公函給我們然後叫我們要送計畫，規劃書寫一寫送計畫，像木雕節完全沒有，我們都不知道阿，沒有感覺，真的沒有感覺，兩年前的木雕節和四年前的木雕節都有落差木雕節我覺得最旺的是民國八十九年，九十年，九十一年九十二年的時候還是很熱絡只要木雕節一辦我們這邊都會很多人來看木雕的來勝興看鐵道文化的。
23. 問: 居民對你們生意及活動時候人潮很多時的看法？  
 C1: 其實還好，她們也覺得很熱鬧阿這邊的居民幾乎沒有做生意都外租是不是多一層的收入阿，我現在有房子在這邊，我租你兩萬本來要自己住的空間還有前面做得又能租出去我是不是多一個一萬兩萬的收入，都靠租金收入，然後生活的也有，他們都是老人家他們都希望說我能生活，能過得好，空氣好就好因為我們這邊有長壽村的年齡層都到八、九十歲。
24. 問: 請問附近還有桐花祭相關業者？  
 C1: 我建議你去拜訪那個廖老師，還有綠葉方舟的胡景生，他們都有賣桐花的商品，那個福田瓦舍廖老師也有，向陽也有，他們都有桐花商品，勝興客棧也有，都是配合客委會的（C1，24：1），福田觀念很好綠葉方舟的觀念很好，還有一個向陽，向陽是鄭老師，都很大，他自己行銷很厲害。

— 本訪談結束 —

編號： C1

訪談對象： 山中傳奇餐廳

訪問時間： 2009年05月19日 16:05至17:00

1. 問: 今年桐花祭期間生意好不好? 桐花祭活動主場那天生意很像不錯?  
C1: 景氣的問題，生意真的差很多喔！這樣還不算很好，買氣不好，現在人上來會考慮。 (C1, 1:1)
2. 問: 今年人潮有跟去年一樣多嗎? 今年大概有多少人?  
C1: 人潮比去年好，但是沒有前年好，來勝興的看的比較多，花的比較少。
3. 問: 是不是因為今年客層改變?  
C1: 也不是，景氣有很大的影響，收入少，而且現在的失業多，來看的少，假如說我今天賺的，本來是賺五，六萬或三，四萬，剩下這一兩張怎麼花我頂多來看看吃一碗麵就夠了，把肚子填飽了還能到處看，今年還好油價沒有很高，不像去年底油價跳得很高的時候，來的就很少。因為要開車嘛差很多。
4. 問: 今年假日一天大概會有多少人? 平日有比以前好嗎?  
C1: 沒有以前好，以前上來這邊的一千多人，今年大概七百到八百，平日少一成 (C1, 4:1)。
5. 問: 桐花祭過後人潮會差很多嗎?  
C1: 以目前來講差很多。
6. 問: 桐花祭開始之前跟往年會差很多嗎?  
C1: 平常差一點，跟景氣很有影響。
7. 問: 今年社區辦活動您有配合他們做一些活動嗎?  
C1: 因為我忙著三義雲火龍節，那也是我主導之一，沒有空來管這邊的事，我常常在外面開會，從去年的十二月開始籌劃，籌劃到五月十六號雲火龍季，才把雲火龍弄好，比方講那個街龍就是我們自己製做的，那我帶多元人力，三義整個街上都是，我們是一根稻草成龍。
8. 問: 客委會有補助? 其他單位有補助?  
C1: 客委會才補助九十萬，縣政府補助二十萬，加加起來一百八十幾萬，那個活動將近六百多萬的活動，那天整個三義都動起來，整街都是人；比桐花祭還多人喔，還多人，整個街上都塞車，外來的客人也有，本鄉的也有。
9. 問: 桐花祭這麼多年來從當初有主辦過到現在，對桐花祭有什麼建議? 對社區啦，對客委會啦，對公所啦，對縣政府的建議?  
C1: 我覺得辦一個活動要密集的和對方地方社區的理監事坐下來好好的討論研討一下，桐花祭到底要辦些什麼? 方向在哪裡? 這樣做起來才會達到您目前地方上所想的，想要變成哪一種的? (C1, 9:1) 因為地方上第一個假如以公部門來講，在資源上支援我們，在勞力上我們自己來做，比方講說您需要多少錢，我們來做哪方面的工作，拿下來做討論需要多少錢，能達成我們長官的要求，先做一個討論，要密集開會的討論，這樣會比較好。
10. 問: 您覺得目前這方面比較欠缺是嗎?

- C1: 這方面比較欠缺，因為過去政府，會常常主動要求地方來做探討，他會過來看一些產業環境之類的，目前還沒碰到他主動下來，可能新政府上任還沒真正踏上這一段的目標，他的希望還不知道，也未必！但是我覺得舊政府常常是這樣，像我們每年都辦活動，他早六七個月前開始找代表。
11. 問: 桐花祭對您的餐廳有持續性的幫助嗎？  
C1: 有的，不是我這邊，也就是台灣有客家的地方，有客家子民的地方，有桐花的地方都有關係？
12. 問: 之前有訪問過您，有提到桐花祭過後生意會有差比較多，現在還如此？  
C1: 事實，但是還是有幫助，那個幫助就是一年下來四月五月，生意會比過年好。
13. 問: 這邊顧客回流率會不會很高？他會跟您打招呼？  
C1: 看桐花的當然是高啦，有去年來，今年也有來，會會打招呼。
14. 問: 對整個三義街上產業的幫助，您覺得呢？  
C1: 因為我們有客家的地方，比方說您現在伯公坑，大坑，挑鹽古道，挑炭古道那一些，都是靠桐花生活的事業裡面，過年那邊就沒有人了，他只做兩個月的生意，我們這邊就不同了，每天的人潮就像現在陸陸續續的來，甚至比現在還多。
15. 問: 您覺得這邊桐花祭的時候生意最好的是餐廳，藝品店，還是？  
C1: 當然是餐廳哪，大小餐廳都可以，藝品店的話，人家是走馬看花，他不會停下來，多少會增加喜歡有這個品味的人，比方講我們的四季香皂，還有經過您的行銷能力，上來都會買。
16. 問: 今年有針對桐花開發新的商品嗎？還是去年的桐花便當。  
C1: 今年沒有。對對對！
17. 問: 附近民宿的生意好不好？  
C1: 民宿幾乎每家都很好，四月到五月祇有禮拜二沒有人之外，禮拜二禮拜三比較少人幾乎都客滿。
18. 問: 這附近大概有哪幾家民宿？  
C1: 附近有福田，向陽，豐洲，久松，這邊就有四家，就是舊山線這邊。還有一家在斷橋那邊有時關有時開，那邊行銷比較弱做不起來。
19. 問: 你們平常都有聯繫嗎？  
C1: 有，目前舊山線只有這邊，130 線比較多。
20. 問: 您對桐花祭的建議？整體上辦桐花祭的建議？以您是產業方面的業者，您希望說客委會還可以幫你們做什麼事情？縣政府可以幫你們？還是說你們需要再做某方面結合嗎？  
C1: 我們希望客人這邊，能走到這邊也不要走到勝興，龍騰斷橋，130 線或一日遊兩日遊，那種方式我們店家都很樂意配合，像我們這邊比較屬於一日遊的方向比較多，目前勝興舊山線這一帶，一日遊兩日遊最多，但是要配合民宿，我們這邊只有四家民宿，要配合他才能達到這個效益，這個效益就是說來這邊有優惠給他，講說民宿他一日遊要多少錢？兩日遊要多少錢，包括民宿用餐，套裝旅遊這樣會比較好，這個應該要由政府來幫我們輔導（C1，20：1），還有在產業方面，就是在地

產業，尤其是我們想不到的，他也能提供一點意見，再設計方面行銷是比較薄弱，尤其是我們店家，以綠葉方舟就不要講他本身就很強，我們在地的行銷能力實在很薄弱，包括新月梧桐他的行銷也蠻強的，現再又加一個幸福村民宿剛開業的，等於就五家民宿，假如能大家走在一起，能做一個套裝旅遊行程，一日遊兩日遊，應該要兩日遊，一日在那邊住，第二天來這邊走走，再往苗栗大湖方向走，我的想法是這樣，政府應該要來輔導我們在地的農業，在地的行銷都很薄弱，像我們這邊這家，因為貼近鐵道，這邊很多人看到都會上來，所以我們就不用行銷，幾乎都沒有行銷，但是我們都還有在做，有時候民宿網站的行銷，沒有全力在推這個訊息（C1，20：2）。

21. 問：客委會不是有把你們放到苗栗知名的客家餐廳裡面？  
C1：知名的客家餐廳裡面，這樣也不好就等於是幫他行銷，他去那邊就不會來這邊消費，比方講苗栗縣政府給他主導的明德水庫，西湖渡假村，西湖渡假村的人還會來這邊，但是他來都是走馬看花，有的會買，有的會下來，但是他下來的，有解說人員，解說人員就說我們現在休息半個鐘頭看一看走走，斷橋看一看，鯉魚潭看看，130 線，還有卓蘭也有，卓蘭那個大峽谷，已經瘋迷一兩年了，那邊人潮也是很多。
22. 問：您希望是由縣政府幫您做？還是由客委會幫您做？還是由公所幫您做？  
C1：我們公所真的他們也沒有這個能力跟資源，應該是要縣政府跟客委會，它資源多要錢也比較快，鄉公所要錢難上加難（C1，22：2），還有他們的課長職員多一事不如少一事，他們的想法是這樣。像我們這次辦雲火龍節就很明確知道，從去年十二月就開始請他，找他開會在鄉公所借場地，借了好幾次的場地開了好幾次的會，但他參予度都很低，來走一走看一看就先繞跑了，因為我們用私人民間團體，用三義觀光發展協會推的，他覺得沒有希望已經玩不起來，我們明年又怕，萬一主導權又放在...我們申請用借鄉公所的名義還是苗栗縣政府的名義，既然客委會要...要下來的話，比方講他准您兩百萬還是兩百五十萬，三百萬不等，交給他們辦的節目我相信比我們人民團體辦的活動較會失去他的效益。
23. 問：餐廳會有很多外國客人進來嗎？每天來這邊用餐的會很多嗎？  
C1：我們今天看到好幾個，現在看到就有兩位，三位四位。每天都有，早上碰到就五六位，他都自由行的，旅行團是有但是很少。
24. 問：像您這邊會有桐花巴士、接駁專車、旅行社帶進來的客人嗎？  
C1：沒有，沒有，都是本地人比較多，不是本地人就是台灣地區，區域性的比較多，哪裡都有，只是下來看看買一點伴手禮，用餐的話他們旅行社會安排，我們這邊沒有回扣他就不會來，他們要給他扣兩成，菜色方面品質就會差了說實在的，
25. 問：今年餐廳的生意比去年少，比前年少？  
C1：比前年少。
26. 問：街上的其他餐廳生意會比前年少嗎？  
C1：這個我就不清楚了，幾乎都會想說人多好看，經濟的問題，他會考慮到都會影響，人潮是比去年多的。
27. 問：為什麼西湖渡假村幫你們行銷？  
C1：他是打我們三義，三義看桐花，然後配合娘家的，那個影視人員，娘家的找一些

較知名的像陳美鳳等等。

28. 問: 您覺得西湖渡假村行銷功能很大是嗎? 客委會在西湖渡假村辦主場開幕式對你們有幫助嗎?  
 C1: 有, 本來是在銅鑼要開, 然後把他辦這邊是對的, 在這邊辦人潮比較多, 然後配合西湖渡假村的行銷的美意那個是加分的, 這個可以確定的。
29. 問: 這邊的客源年齡層都是家庭部分還是年輕人?  
 C1: 家庭過一半, 都是全家來的, 全家來的帶小孩子, 因為桐化祭剛好有螢火蟲, 別的地方都沒有, 後來新竹內灣在推, 反正這邊先行銷先推, 他們那邊也推得蠻成功的, 也是配合桐花祭來看桐花順便來賞螢, 晚上停下來看螢火蟲, 我記得以前剛開始的時候晚上的生意最好做, 桐花祭時幾乎都滿, 滿的時候都塞, 到晚上七八點一下子就坐滿, 看螢火蟲肚子會餓就下來用餐, 那時候景氣好, 現在比較差。我們覺得這一次, 像桐花四月到五月, 五月十號又再西湖渡假村辦一個九十九對的桐花婚禮, 也是在西湖渡假村, 也是帶來很多人潮。
30. 問: 在西湖渡假村辦活動的時候, 您這邊的人潮就比較多?  
 C1: 事實, 那這樣子的桐花祭的活動還是有..., 最主要那邊已經塞不進去, 塞不進去就溢出來, 人塞不進去就往這邊轉, 往 130 線轉。
31. 問: 現在客委會辦活動分成兩種, 一種就是說客家文化當主軸, 用祭典的方式, 有的鄉鎮用音樂會, 哪一種活動會比較符合桐花祭對人潮的需求度?  
 C1: 其實祭典是一種噱頭, 讓人有個新鮮感, 很多人都不同時間來, 剛好碰到您的祭典他覺得好好玩, 您這邊怎麼辦的這麼好, 會讓人覺得不錯, 真正坐下來看他唱歌的也有, 像客家搖滾也不錯, 因為別的地方沒有鐵道音樂會, 您來又可以欣賞到唱客家歌謠, 搖滾音樂, 又能在鐵軌上散步, 不同活動的主題。
32. 問: 對生意有沒有幫助?  
 C1: 假如在景氣好的話, 應該是塞爆了,
33. 問: 假如辦主場活動對你們會有幫助嗎?  
 C1: 最主要我們辦的客家桐花祭本來就很多人, 沒有真正的行銷出去, 不像西湖渡假村真正行銷出去, 你們來看桐花來西湖渡假村, 但是很多人的意象是說三義不只是西湖渡假村, 有大坑, 勝興, 伯公坑, 130 線, 水美街神雕村, 五月雪小徑, 這個已經被我們台灣人民的印象中把種子散撥在世界各地, 現在人家講的看櫻花到日本, 看桐花到我們台灣。
34. 問: 桐花祭客家餐廳方面您的生意算不錯, 那您的最大優勢在哪裡?  
 C1: 其實要講特色, 第一個沒有去破壞水保, 沒有破壞它的地貌, 第二個是鐵道文學, 景觀方面, 假如說在後面多種一點桐花, 可以做桐花步道 (C1, 34:1), 有種有種, 最起碼四五年以後, 菜色還好, 以客家菜為主, 我們做的不是很精緻, 比方講比如大餐廳, 勝興客棧等等做的比較精緻, 我們的區域小, 廚房小我們做不出這樣的菜色, 我們的餐飲是一般餐飲, 走低價位的 (C1, 34:2)。

— 本訪談結束 —

編號： C2  
訪談對象： 彙古陶邑負責人  
訪問時間： 2009年04月06日 11:30至12:20  
訪問地點： 通霄上田咖啡、彙古陶邑

- 1.問： 請問彙古陶邑有幾個人組成？目前的主力商品是桐花商品？  
C2: 目前有三個，夫妻二人及我女兒，主力商品是桐花商品，有茶具、水果餐具、桐花牆，以後主力希望文化觀光產業發展結合（C2，1：1）。
- 2.問： 是否有接受客委會輔導或補助經費？  
C2: 有，95年開始就接受客委會輔導，只有接受行銷包裝，我們拿出一個產品去評比通過後，他幫助你作形象包裝，找通路去行銷，提供場地找點，像台北工藝館（C2，2：1）。
- 3.問： 彙古陶邑成立幾年？現在作桐花商品作主力後營業有提升？95年接受輔導後會比較好？賣的最好的商品？  
C2: 我以前不是叫彙古陶邑，叫綠葉陶紅在台中，我作陶藝大概20年，搬來這邊算有提升，但是不能跟以前景氣好的時候比，我以前在台中是有7個員工10個人在作陶瓷，作茶具類行銷到全省，我的產品都有賣到大陸，我搬到這邊大概5年，嚴格來講這幾年如果沒有桐花商品我會很慘，桐花祭最好時生意好的話一個月大概有幾十萬，不能講不要寫，客委會主委那天打電話來說賣一萬套，結果隔天他們同仁打來說聽說你們賣了十萬套，95年接受輔導，96年開始賣的時候業績真的很好的時候一年有幾百萬，這幾年有在下降，可能是因為景氣的關係，賣的最好的商品是現在民視在廣告的桐花茶具組，在藝品類，跟其他吃的是小巫見大巫，桐花布比我們賣得好，真的很成功，桐花商品大概佔了八成至九成（C2，3：1）。
- 4.問： 桐花祭對產業的發展是否比你預期的還好？  
C2: 桐花祭對我們產業絕對有幫助，很有幫助（C2，4：1），尤其對苗栗方面，對地方的發展是有幫助，但對於持續性永續性，要看業者自己努力的發展，要有相對的成長（C2，4：2）。
- 5.問： 賣桐花商品茶具很多，你覺得你的桐花商品的最大優勢及面臨的問題？  
C2: 賣桐花商品很多，但有人很喜歡我的特色，應該是造型及價位，優點是我們有大量生產的經驗，我太太在藝術創作上不錯，產生我們可以把成本降低，藝術創作性又沒有降低，我們更有資格走入國際及休閒產業（C2，5：1），其實產業結構面我相信客委會要把桐花商品推到國際，當國際的人潮進來，桐花商品變成一個民俗慶典要拿的伴手禮，當然推推推在國際上有知名度，但要吸引國外觀光遊客進來目標並沒有真正達成，今天要推到國際要中央政府和縣政府統合
- 6.問： 你是否認為桐花祭應該與其他產業結合，經濟產值持續性會比較長？  
C2: 我們以大甲鎮瀾宮來講他玉珍香的酥餅、芋頭酥當他產業農特品附加價值提升是相對於整個產業的提升，桐花祭在通霄在苗栗他的效益有出來，但對整個農特產品相關聯產品並沒有跟著起來（C2，6：1），等於桐花祭一個月很多遊客進來，比如說那個月的效益出來，其他十個月的效益不見了，你要怎樣講延伸，這個效益對當地助益是永續，比如說桐花祭進來10萬人，10萬人對當地的文化產業產生認同，對當地農特產品產生認同，當這個永續的認同會產生一些知名度擴展會對往後產業的回饋是互相的（C2，6：2）。

- 7.問: 客委會要把桐花商品推上國際舞台, 你的產業要跟著走, 你給他的建議?或給縣政府的建議?
- C2: 地方性的休閒產業不是一朝一夕建立的, 可能在某方面地區的認同度, 政府的認同度他是不是有一定的評語或標準產生他對國際的宣傳, 向經濟部很多單位都拿我的產品去送外賓, 當然假如他在一個節慶變成像荷蘭的木鞋, 他變成一定的文化存在, 落在遊客進來到這裡時他成一個必要的產品的時候, 可以帶動產業經濟展, 他的附加價值可以帶動周遭產業, 例如他的中心價值有出來的候, 他的附加價值就會出來, 客委會的宣導方式很注重產業推展, 可是現在宣傳是全台集中性的, 可是在文化創意產意這個區塊, 必須要有一個地區的主軸, 地區的文化發展在那裡, 他沒有一個中心思想沒有出來, 沒有辦法達到他的效意, 但是要有地區的主軸, 他的發展條件在那裡?主軸是什麼, 他的旁邊的附加產業是什麼, 現在是全省集中性, 當遊客進來到這裡的時候, 我來欣賞他的桐花祭, 我來要你的周邊商品的時候, 你的發展重心是什麼他的主軸是什麼?沒有依據, 你的休閒產業, 到底要欣賞什麼?所以我在這裡要強調縣政府的是, 現在客委會把桐花祭弄得到處都是不稀奇了, 將來對整個文化產業發展沒有好處, 你的休閒產業如何爭取到全國變成一個主軸 (C2, 7: 1), 還是全國發展沒有主軸, 遊客我要得到文化素質, 旅遊內容是什麼, 到底是那個區塊值得我去看?假如縣政府沒有這一點作出來的話, 效益會被其他的縣市分散, 國外遊客或台灣遊客要去那裡, 才是真正桐花祭的主軸, 既然桐花祭這麼成功, 縣政府應該變成要主導, 不是被其他縣市分散掉 (C2, 7: 2), 將來會沒有主軸就不能成爲一個深度之旅, 怎麼把苗栗桐花祭變成主軸之後, 原先是跟不上, 然後我們會發展到深度之旅, 這個是未來要走的, 如果沒有深度之旅當主軸, 這個會無法落實生根, 也會曇花一現, 像我的桐花商品也在走下坡, 除了整個經濟景氣影響外, 我覺得還有其他因素在, 是不是已經被其他縣市分散掉取代的因素 (C2, 7: 3), 像縣長一直提苗栗要變成休閒觀光縣, 桐花祭已經這麼有知名度, 不要一直被其他縣市分割掉, 今天主軸會被模糊, 全國都有桐花祭都有媽祖廟, 爲何大甲鎮瀾宮會特別興旺, 因爲他用了最多的資源及心血, 他變成媽祖廟的代表, 但如果被其他縣市媽祖廟也很有特色時也會被分刮掉了, 如何把苗栗變成桐花祭的代表, 要乘現在桐花祭的還是以苗栗三義爲主軸時候, 趕快著手, 等日後被其他縣市分割掉後就算要再投入, 投入資源很多也不會有效益出來, 而且將來要再辦會辦得很累, 你看現在客委辦桐花祭只有桐花他就辦, 雖然可能會有地方政治方面的考量, 但是全台灣也在迎媽祖, 可是大甲鎮瀾宮也是這麼有代表性, 如果苗栗變成桐花祭的代表的時候其他縣市就取代不了。

— 本訪談結束 —

編號： C3

訪談對象： 炭鄉八八民宿

訪問時間： 2009年5月4日 15:00至15:40

訪問地點： 炭鄉八八民宿

1. 問: 您的民宿是桐花祭的時候開始? 有幾間?  
C3: 今年過年; 有七間; 我把兩間通舖當成餐廳, 昨天兩三點還有人要吃飯, 都沒有東西啦。
2. 問: 桐花祭的時候生意會特別好嗎?  
C3: 特別好都忙不過來, 都客滿! 吃的都客滿, 預約就可以啦, 預約晚上也可以, 大都預約中午, 我一次可以容納十幾桌, 桐花祭開始我有做餐飲的服務 (C3, 2:1)。
3. 問: 桐花祭期間生意會不會好很多?  
C3: 當然算好幾倍的 (C3, 3:1)。; 四月份五月份桐花祭期間平日打八八折一千七百六, 不貴; 現在網站如果沒有這個開通, 到台灣旅遊很開放, 他也不知道, 我覺得很.....。
4. 問: 為什麼會選在這裡設民宿? 這裡有商機?  
C3: 老家啊, 我不知道會不會有商機, 因為跟自己過不去, 握有一個動機在這裡其中有一個原因是跟自己過不去, 才做這件事, 也有跟大家過不去才做這件事, 都有; 我做這件事心理很複雜。
5. 問: 還是說桐花祭人很多, 你覺得自己可以做?  
C3: 不是, 因為這個區塊我是道道地地在地人, 我是從小在這邊出生、成長、結婚、生子、我是在地人啊。
6. 問: 客委會有沒有補助?  
C3: 怎麼可能給我補助, 我剛剛不是說過。 (C3, 6:1)。
7. 問: 你現在民宿裡面有跟桐花有關的東西嗎?  
C3: 還沒有串聯。
8. 問: 你會做桐花祭的串聯嗎? 你覺得做串聯會不會比較好?  
C3: 還不知道。照理上當然是會好。登上網站當然會登, 但是挑炭古道這個區塊客委會網站不一定會有, 我是會但是沒有餘力去處理這些問題, 起碼要讓桐花祭經過之後, 輕鬆一下, 把一些雜七雜八的事收尾一下弄好, 因為還很多東西沒弄好。

—本訪談結束—

編號： C4  
 訪談對象： 西湖渡假村業者  
 訪問時間： 2009年06月1日 14:00至15:30  
 訪問地點： 西湖渡假村

1. 問: 為何以民視娘家配合桐花祭活動作推銷方向,或以社區營造方面來推行?  
 C4: 也不算是社區營造,蠻雷同的,他是共創關係新的一個理論。桐花雖然有吸引力,有娘家來更好,其實這中間有很多值得探討的地方。坦白講其實很難把他歸類成因為什麼原因所造成,當然總的來看是可以感受得出來有這些藝人的代言,或藝人的現場活動,確實可以吸引客人來到這邊來。但是除了把那個東西拿掉之後,桐花祭本身是不是還有這樣的吸引力跟魅力,其實這個東西是我們想要去瞭解的,當然對一個營利事業單位來講,我們看的是最後有沒有這個消費行為,桐花祭當然變成一個橋樑一樣、一個主題,必須在這個花之外,還要給他新的一些元素,這是一個總合的效益,很多人講說節慶活動他應該要所謂的文化深度,才有辦法紮根,才有辦法永續等等。坦白講:很難在同樣的一個地方做這兩件事情,比方在我這邊,你很難去用所謂的文化,或這種很容易吸引人的,因為他花錢買票進來好像是買娛樂的,好像是買歡樂的;有些數字的東西我可能要問一下?
  
2. 問: 你們這次人很多嗎?比較好還是比較差?  
 C4: 今年落差比較大一點,坦白講:近兩年比較差一點,比往年比起來(C4,2:1);可是往年報給觀光局的資料,數字好像逐年都有成長;是還蠻穩定的,大概都還有十二萬人左右,就那一個月;因為你看觀光局看不太準說,桐花祭因為他沒有逐日的,他只有四月多少五月多少,可是我們桐花祭是四月中至五月中,事實上我們在那一段時間過去五年今年算是第六年,有做這個置入性行銷,過去五年來、每一年都維持在十二萬人次,就是一個月的時間,整個桐花祭活動期間(C4,2:2),今年就掉下來了,差很多,八萬多而已。但是你會覺得人潮還是很多,因為最後一週差太多了;為什麼?因為今年的花比較早謝(C4,2:3),五月初、五月五日幾乎都看不到什麼花了,以往到五月中旬都還有不錯的花況,所以在五月的最後一個六日,像我們一個六日狀況好,可能一天就可以進來八九千人甚至上萬人,那你想想看六日沒有花下來,一差距可能就差一萬五千人的購票入園(C4,2:4)。
  
3. 問: 業績呢?進來園內的消費呢?  
 C4: 那就差很多了,不要說多、假設一個人平均票價抓兩百五十元,假設差一萬五千個人買票的話,我們不要說多、差一萬個人買票就差兩百五十萬;二次消費、一個人大概抓八十塊錢,這裡的消費其實不高!沒有很高啊。
  
4. 問: 進來不是有餐飲、遊樂園是包含在門票裡面,沒有另外付費?  
 C4: 不用,當然要另外付費,會買一些小東西,如果一般來講大概八十到一百元之間。
  
5. 問: 非桐花祭期間會差很多嗎?入園人數?  
 C4: 差很多、落差很大;從觀光局看我們人數報來就知道,平日其實落差不大,桐花祭期間的平日大概也都是在幾百人左右,有時候好一點一千多人,比如說團體旅遊預約進來就一千多人,如果是在散客的部分維持在三到五百人,平日的數量;這樣來講的話,活動跟非活動期間差距就不大,但是假日就很大了,桐花祭期間的假日最好的時候,天氣狀況好、車流也都很穩定的進來沒有因為塞車而流失客人的情況之下,最好一天可以進來一萬兩千人左右,但是如果碰到下雨或者交通狀況不理想等等,有可能一掉就掉到五千人,六千人都有可能(C4,5:1),同樣桐花祭期間的

假日，因為消費者很聰明，會選花況最好的時候，所以以往來講這種破萬人的日子，都會在四月底或是五月初，尤其是五月初那一週的禮拜天，通常都是每一年人數的最高峰。

6. 問: 客委會在這邊辦主場的活動，辦幾年？主場活動人會很多嗎？

C4: 客委會跟我們合作舉辦主場活動是 2003、04、05、還有今年，總共四年；那一天一萬多人、大概一萬一，但是那一天我們有配合某一段時間開放免收門票，十二點到三點，往年是整天（C4，6：1）。

7. 問: 今年有配合縣政府的桐花婚禮，對你們生意有幫助嗎？

C4: 桐花婚禮對於我們來講是整個桐花祭活動氛圍的塑造，整個知名度的提昇，真要就所謂的營收來講，他多少會產生排擠效應的，因為這些人他進來，等於佔用了停車空間之後，他來旅遊的目的不是賞桐花，他是來參加這個婚禮。所以他的消費型態事實上是不一樣的，基本上我們跟縣政府，畢竟縣府是公部門，其實縣府是出了一點場地清潔費這樣子。甚至大部分的停車場也是由我們來贊助來提供，所以變成在那個時間本來是桐花祭人潮入園的高峰期，可是因為比如一百五十對新人親友至少三千五百人左右，一對新人的親友大概二十個人左右，平均十五到二十人。像那天的狀況，到了中午婚禮一結束這些人全都走掉了，可是他上午要進來的客人就進不來，客人就流失掉了。當然存脆就營收面去看，但是如果就宣傳面的效益還有我們跟私人企業跟公部門之間互動關係的建立，當然這是正面的。

8. 問: 西湖渡假村這個單位大概有多少人？你們規劃桐花季期間有多少人在辦？

C4: 你說全園區員工一百三十位，桐花季期間沒辦法劃分，如果說就活動企劃來講我們這個團隊就只有兩個人為組，那稍微再擴充一點，可以說這個部門加總經理五個人，五個人在主導這個活動。

9. 問: 有沒有爲了桐花祭提出相關的桐花商品還是宣導活動！

C4: 會，比如說住宿的套裝行程，然後今年有推桐花套房住宿專案，這都是緊托在主題內一個套裝行程的內容，也有一泊二食的（C4，9：1）。

10. 問: 對你們住房率的提升有幫助嗎？

C4: 像我們今年在活動期間的踏雪尋桐套裝行程，去年做 611 個房間，今年成長到七百多個房間，今年比去年增加了一百二十幾個房間出來（C4，10：1）。

11. 問: 其他的商品方面還有嗎？比如說：

C4: 商品的部分我們大部份進所謂開發出來的，比如說桐花 T 恤、名片盒、桐花的彩繪 DIY 等等這些既有的，因為要節省一些開發成本，商品的開發佔了一個很大的因素，要降低開發成本及屯貨庫存的成本，所以我們是用寄賣或低價進貨去進現成桐花商品來推。

12. 問: 辦桐花祭活動是因為你們自己本身的業務需求還是因為配合客委會、縣政府這邊活動？

C4: 事實上我們西湖渡假村在十幾年前就已經開始在推桐花祭，我們自己已經有辦桐花祭相關的活動，因為我們園區內六十公頃大部分有超過三分之二面積有種油桐樹，過去這邊桐花祭景觀區就非常吸引人，只是過去礙於人力、資源、經費的關係，過去沒辦法很大規模去辦理桐花祭活動（C4，12：1），或找媒體做置入性的行銷，那是從 2004 年開始，我們是 2003 年跟客委會合辦開幕式，那我們在 04 年跟民視有做

電視台媒體置入性行銷，在那一年一個月時間創造了十五萬人的入園人次，這是歷年最高到目前為止還沒被突破過，從那一年開始到今年 2009 年，每一年就是跟民視做置入性的行銷宣傳，所以他也很穩定的維持每一年十二萬人次的入園人潮（C4，12：2）。今年比較特殊，花況提早凋謝，所以在後一周人潮上就沒有這麼理想。整個大環境的景氣也有受到一些影響，一些團客進來的量也沒有去年那麼多，所以今年的入園人數降低到八萬多人。

13. 問：客委會在你們這邊辦活動，一般是你們幫他規劃還是他自己規劃你們只是把場地租借給他們？
- C4：基本上主要的活動內容是還是由他們去做規劃，我們是提供場地跟現場的一些必要的協助，還有宣傳方面的一些協助，其實每一次跟他們合作的機會，第一個主演的是跟公部門保持一個良好的互動關係，這個是第一重視的，第二個也能帶給我們很好的宣傳效益，去奠定西湖渡假村是油桐花的故鄉市場的一個形象。畢竟有一個公部門背書一樣，它可以讓我們自己桐花祭的活動能夠更所謂的正統性跟他市場的一形象，為什麼？現在到處都有桐花祭，到處都說他那邊有油桐花，到底哪裡的桐花比較漂亮，哪裡的桐花是值得去看的，其實這是要有一個很多的包裝，很多的資源把他整合起來塑造出一個市場形象；才有辦法達到這樣的效益。否則在路邊也可以看到油桐花，為什麼你必須願意花錢到西湖渡假村來看，原因很簡單第一個交通便利，第二個賞桐花不是存然的站在樹下看這個花，他其實是個旅遊活動，這個旅遊行為他要很多配套措施，比如說你要有停車場、要有用餐的地方、甚至上廁所的地方，那你在荒郊野外可以看到很漂亮的桐花，可是旅遊相關的設施並沒有，所以為什麼公部門他還願意把這樣的活動選在我們這樣的一個地點，雖然我們有門票的門檻，當然為了配合這樣的活動是不收費的，對我們來講把它是作為一個行銷宣傳的一個成本。
14. 問：客委會會付費給你們嗎？
- C4：他會針對一些必要的成本他會付費，比如說假設他有貴賓、重要的人物來這邊要用餐啦，要使用會議室的場地，或者使用某一種餐廳，他會付費。基本上在活動的場地，也是跟他用合作的方式，等於在那個部分他沒有獨立的去付門票的錢、或者場地的費用，這個部分算是資源的共用，對我們來講是需要得到那個宣傳，也許他是在桐花祭開幕的第一天，我們需要公部門的力量跟資源，一起把這個活動放大，所以我們把它視為廣告行銷的成本。
15. 問：除了在桐花開幕主場那一天，平常有接受過客委會或公所縣政府的補助嗎？
- C4：因為西湖渡假村視一個營利事業單位，以客委會的態度從以前到現在他們做任何桐花祭活動的補助，他都只針對縣市政府或地方鄉鎮公所或地方發展協會或者文史團體，對於像我們這樣的營利事業單位他是從來沒有補助過的。（C4，15：1）
16. 問：你們反而會回饋他們，比如說公所或縣政府？
- C4：其實像在每一年桐花祭的開幕是也好、桐花婚禮也好，我們都抱著一種回饋的心靈在面對公部門，如果要就商業的角度來看，這絕對是賠錢的生意啦！就營收方面、入園門票，因為在活動期間入園門票就是我們最大的收益，就公部門來講預算的運用上他不可能這樣使用，公部門總是會擔心預算使用正當性的問題，你也很瞭解，公部門在編列預算跟預算項目的使用上有很嚴格的限制，這個部分對我們來講都抱著一個回饋跟公部門建立良好的互動關係的心態在看待這個事情。當然，無形當中我們可以得到一些宣傳的效應，這是不可否認的。

17. 問: 除了沒有補助, 也不會有溝通或輔導之類的行爲?  
C4: 他們會提供一些宣傳上的協助, 比如說像客委會每一年桐花祭他都會出桐花的導覽手冊, 或許裡面他都會介紹西湖渡假村賞桐花的資訊, 或消費的資訊, 那縣政府也一樣發行桐花的護照, 這裡面他們就會幫我們在版面上做這樣的宣傳。
18. 問: 公所這邊呢?  
C4: 每一年桐花祭他都提供觀光巴士的協助, 觀光巴士會到這邊來, 我們這邊有一站, 其實我們這邊也算是重要桐花祭活動的場域, 他們來到這邊來講客人他也希望要到三義其他景點去旅遊去看一看走一走, 觀光巴士我們這邊是有一個站, 我們會比較希望每一次在辦活動, 三義地區都湧入非常多的人潮跟車潮, 希望鄉公所扮演更強力的角色, 能夠做公用停車場的規劃、交通的疏導跟指揮, 或者是路標的指引, 這是非常重要的, 因為尤其在假日時, 三義所有的商家或業者大家都要忙著服務湧進來的觀光客, 可是公部門來講, 是不是能夠在交通上, 停車上做一個更妥善的規劃, 讓人潮來到三義之後真的地方讓他停留, 他願意停留久一點增加這邊的消費帶動這邊觀光經濟的產值, 我想這個是公部門都要去扮演的角色, 還有旅遊資訊的提供, 即時旅遊資訊, 像鄉公所來講常發現他的網站旅遊資訊其實是比較舊的, 或是沒有即時去更新, 有時候必須是業者去跟他們講說我們的照片、資訊很舊, 那個要更新我們提供資料給他, 其實他應該要多一點主動, 然後能夠讓三義鄉公所旅遊資訊網站, 他可以變成是外地遊客他要來三義旅遊他可以去參觀去搜尋的一個重要網站, 對於現在消費者來講, 觀光旅遊資訊的提供、即時的觀光旅遊資訊是非常重要的, 這一點應該是公部門要做的。
19. 問: 這邊遊客的回流率高不高? 每年桐花祭重複的?  
C4: 坦白講比率上我們沒有方法去做這樣的一個統計, 但是我們有朝著這個方向在做, 我們現在是透過網路部落格的行銷, 去收集很多網路的部落格, 部落格裡面有什麼呢, 就是他曾經來過西湖渡假村的桐花祭, 他把很多他拍的桐花照片放在上面, 跟網友去做分享, 那我們就去跟版主去做聯絡, 請他們加入我們西湖桐好俱樂部的社群網站, 桐好的桐是桐花的桐, 西湖桐好俱樂部, 今年我們第一次嘗試這樣做跟這些朋友做溝通聯絡, 我們寄了一封邀請函給他說, 因為我們在他的部落格看到很多在我們這邊拍的桐花照片, 邀請他本人憑邀請函免費回來, 同行的親友可享什麼優惠, 然後讓他們可以回來這邊拍桐花、賞桐花、參與我們的活動, 那我們今年寄出去好像五十一份邀請函, 回來的有四十六份, 比率是蠻高的啦! 這些網友其實是來過一次兩次甚至三次, 但是要來對時間, 只要來對時間的消費者坦白講他們對桐花祭有很好的印象, 就是看過滿地落花美景的人, 他們都會推薦親友或自己會再回來, 但以我們來講, 因為我們自己狀況是比較特殊, 每一年固定都跟民視合作, 每一年都會請影視歌星來這邊辦影友會, 基本上只要有辦影友會的時候, 這些民視的觀眾基本上都會爲了這些藝人而來, 就這個部分他的回流率是蠻高的。那就因爲他看民視的連續劇、他的日常收視習慣, 只要有辦這個藝人活動他都會再來, 但是如果針對一般的消費大眾, 我想回流比率三成應該跑不掉。
20. 問: 做社團訪問的時候, 慢慢發現有一些人辦桐花祭這麼多年下來, 覺得有一點累, 因爲客委會要求他們創新, 參與的意願慢慢會減落, 那對你們業者來講你們會有這種現象嗎?  
C4: 一個好的節慶活動, 他必須要不斷的創意, 也要有不斷的文化內涵在裡面, 才能夠永續, 畢竟台灣整個消費市場型態是比較喜新厭舊一點, 彼此的模仿力很強 (C4, 20:1), 以往桐花祭從苗栗發源開始, 新竹、桃園、台北、彰化、南投、台中縣都有在辦桐花祭, 可是究竟客家桐花祭他的範疇應該要到什麼樣的程度, 你冠上客家

桐花祭之名，或說冠上客家桐花祭系列活動之一這樣一個名字的時候，你能夠端出什麼樣的菜給來參與的遊客，這個是非常重要的，不能說你這邊有一棵油桐樹你也說你可以辦客家桐花祭！當然如果說沒有每一年不斷推陳出新其實對消費者來講他是會遞減的，所以以我們來講、我們每一年都會去想一些跟往年不一樣的東西，再桐花之外，比方說我們在 2004 年第一次的媒體置入性的行銷，吸引了非常多的客人，2005 年的時候我們就希望把桐花跟藝術做一個結合，從日本邀請了一些做這個戶外裝置藝術的藝術家邀請到台灣，然後也找了東海大學雕塑系的教授、林吾海林教授也來我們做西湖的桐花世紀之樹，這樣的戶外大景雕塑，請這些日本的藝術家在桐花森林裡面去做裝置，讓這樣的東西跟藝術做更多的結合，甚至再難點請了藝術系的學生他們有拍的桐花動畫，讓他們去自由的創作，把藝術、桐花、創作、創意能夠做更多的結合。在 06 年的時候我們有做所謂的遊湖賞桐花，就是讓你平常在陸地看桐花，再湖上面怎麼賞桐花又是另外的一種感覺，後來 07 年我們也做了夜間賞桐花，桐花不只白天看，晚上看桐花是怎麼樣的感覺，所以在我們那一片的桐花森林裡面，就有做燈光秀，結合音樂、結合燈光在桐花森林裡面，就像九族文化村做的夜櫻，賞夜櫻；所以我們就想那如果是桐花應該是怎麼表現！去年 08 年我們就邀請日本鬼太鼓再桐花祭期間來做表演，而且他也發揮了很大的吸引力，所以去年桐花祭整體的產值是歷年來最好的一年。當然表演是非常重要的，一個國際級的表演團隊來，事實上他也可以帶動。像今年來講也是做遊湖的部分，變成每一年要有新的東西去搭配桐花祭，甚至我們也有找過老夫子，卡通人物漫畫人物的代言也有，世界旅遊小姐的代言，就是要不斷新的話題。

21. 問: 假如說今天只有桐花林、那沒有相關的活動，你覺得這個桐花祭會減分嗎？  
 C4: 不能講會減分、他的力道會比較弱一些，為什麼？桐花不是現在才有啊！不是 03 年或也不是 02 年第一屆客家桐花祭才有，他已經存在這邊二十年三十年的時間，為什麼過去他沒有受到注意，事實上任何的一個地方資源，我們講向傳統借力，很多新的創意是在傳統裡面找到的，你必須從傳統裡面去挖掘出一些過去被我們所忽略的，桐花就是你所提到的，我家後山也有從小到大就是看著桐花長大不覺得他有什麼特別，為什麼他現在可以在台灣變成全民賞桐花的全民運動，因為他透過節慶的包裝，它讓一般沒有接觸到客家文化的，他透過桐花祭這件事情，他來到了客家庄，當然不能只是賞桐花，如果只是賞桐花當然是無趣的，其實這個也牽涉到旅遊型態的改變，從觀光局調查那裡可以看到，國人的旅遊還是對於自然賞景佔最大的比率，或許就賞桐花這個部分把他歸列成生態旅遊或者是自然的賞景，因為他真的是很漂亮。但是除了看花之外，你必須要能夠讓他到這邊、第一個可以讓他嘗美食、可以讓他消費、買所謂的桐花創意商品，或者是客家的米食，或是在地的特產可以讓他帶回去，可以讓他體驗比如說 DIY 像我們三義在地鴨箱寶的彩繪也好，或者是去捏陶、去山板橋、去畫臉譜、去畫客家藍衫，或者到卓也小屋去動手做客家藍染等等，這種體驗的東西；或者來這邊可以欣賞到客家的戲曲，或發掘到客家的一些傳統的東西，這些事實上都被經過轉換或重新包裝才能夠符合消費者的需要，嚴格來講早就存在過去的生活經驗裡面或傳統裡面，只是他透過節慶的包裝又被挖掘出來，所以一個好的成功的節慶活動，他必須要很多不同的元素加總起來，透過媒體的包裝跟行銷，他才有辦法吸引遊客，才有辦法真正成爲一個創造產值的節慶活動，總歸一句事實上不能只有桐花啦！桐花的背後所代表的是什麼？或附加的應該要哪些東西？其實這個東西是我們業者要去想辦法包裝的。
22. 問: 會跟別的比如說異業做結盟嗎？  
 C4: 會啊！不管是異業結盟、還是同業結盟也好，我去拿資料給你看，我們除了運用自己本身既有媒體資源宣傳桐花祭之外，我們也做這樣的異業結盟，對於他們來講的

話，當時會選擇跟他們合作，第一個雙方產品跟節慶活動的屬性跟調性是符合的，飲冰室茶集是以詩歌及春光左茶，今年就跟他講桐花跟春光左茶這樣的概念，詩詞文學藝術的氣息來做包裝，所以和他在全省通路上面都有西湖渡假村桐花祭的照片、活動的簡介，然後我們提供了桐花套房作為抽獎的一個獎項，還有入園折價等等這些；但是我們在全省的 7-11 通路上都可以看得到這罐飲料，可以看得到貨架上有我們的廣告，甚至他也有編列預算電視上打廣告，那廣告就是在我們西湖渡假村裡面所拍攝的場景，就這樣子來講彼此雙方就是互蒙其利的做法，對他來講他也可以搭上桐花祭的熱潮，所以也可以得到一些免費的宣傳，他也可以在現場做實體的銷售達到銷售的目的，那整個形象的塑造或銷售、事實上透過雙方的結合是可以變放大的，他的廣告費不是我們出的不必花錢，可是他卻可以讓西湖渡假村的整個宣傳的聲音放得更大；那跟在地的企業或地方的商家也同樣會做合作，所以在每一年、去年第一次做今年第二次，每一年結合了三義的商家，大家分攤廣告費用去買廣告版面；這是大家出錢買的不是報導、可是我們把它設計成很像報導，像旅遊報導，你看這是西湖渡假村的、桐花村的餐廳、市集餅店、桐心園的民宿、鴨箱寶、村田窯、新月梧桐、卓也小屋、還有山板醮，大家分攤廣告費用這有什麼好處其實是我們希望塑造三義是桐花最美的地方，你要賞桐花就到三義來，那三義有很多好玩、好吃、好住、好看的東西，我們不會只說西湖度家村多好玩，對於消費者來講吸引力是不夠的，我們希望讓他們看到的是苗栗三義是賞桐花最好的地方，桐花的故鄉就在三義，那來到三義之後你要賞花、住宿、嘗美食、看木雕、做 DIY 體驗通通都有，會讓他覺得三義是好玩是豐富的，這是非常重要的；這幾年來大家都有這樣的共識，雖然大家好像既似競爭又有那個，可是我覺得這個東西一定要把餅做大，藍海策略就是這樣子，不是說我咬你一塊肉你喝我一口湯彼此去分攤市場，而是大家把市場做大，然後人能夠來到三義大家都有錢賺，就像我們一樣為什麼從 04 年做媒體置入性行銷之外，你所去訪談對象大家都會講說西湖渡假村桐花祭人都塞爆或怎麼樣，因為我們對於這些小商家來講不可能有預算，或有資源去打大眾媒體的宣傳，可是對我們來講是可以做到的，那打了宣傳出去之後所有的人來了，也不見得全部進來西湖渡假村，為什麼因為我們停車場的空間是有限的，我的飯店空間也是有限，當我這邊住滿了、進不來的時候，他就會流通到三義街上去，到水美街、勝興車站、龍騰斷橋，去了之後他有停車費、他要吃飯他有餐費，他要買東西伴手禮他就會消費，這個就是非常典型的能夠透過這樣的力量去帶動地方的一個發展；所以這些商家漸漸這幾年來，他對於西湖渡假村他也改觀，他會覺得西湖渡假村扮演龍頭的一個角色，他們也能夠享受到西湖渡假村的資源，雖然我不是直接拿錢去回饋地方或去補助誰，不可能，因為我們自己也沒有接受任何補助，我們都是自己努力，可是呢透過這樣的一個資源結合，為什麼他們願意跟我們這樣做，因為他對我們的企業是認同的，他認為西湖渡假村跟媒體的結合才有辦法把人帶到三義來(C4, 22:1)，所以我記得在 04 年辦完的時候，三義有一家銀行叫渣打銀行（那時叫新竹國際商銀），那邊的經理就跟我們講說，每次桐花祭一到禮拜一他們行員就累得要命，數錢數到手軟，為什麼六日生意很好大家就去寄錢，大家就去存款，這個東西怎麼來的，以前為什麼在 2004 年之前並沒有這樣的盛況，以前大家是兄弟爬山各自努力，然後大家也沒有感受到整體的氛圍，沒有辦法感受到桐花祭帶動地方觀光人潮的那種力道，其實除了客委會這幾年來的整合推廣之外，我們西湖渡假村跟媒體的結合扮演非常重要的角色。

23. 問: 訪談發現業者希望縣政府把桐花祭變成是苗栗第一，正統之爭，您的看法？

C4: 其實我覺得這個東西需要大家一起來努力，你要靠縣政府其實是不夠的，因為公部門的資源是有限的 (C4, 23:1)，事實上我覺得苗栗縣政府目前還能維持這樣的地位，就桐花祭來講，否則以往辦完桐花祭新竹縣的議員就質詢縣長還是市長是說：

爲什麼我們新竹也是客家大縣，也有很多賞桐花的美景，爲什麼人家都覺得桐花祭都在苗栗縣辦，事實上我講過應該要大家一起努力，光三義不要講苗栗其他鄉鎮，就有這麼多有創意的業者，去開發桐花這麼多的商品，去提供很好的服務，剛好西湖渡假村也在三義，每一年的桐花祭透過大眾媒體的行銷宣傳把人引到這邊來，甚至我們願意釋放場地跟資源，每一年去跟客委會做這樣的結合，即使沒有收到門票，我們做的是什麼我們爲了就是正統，我就是要去塑造形象，每一年客家桐花祭就在西湖渡假村開幕，感覺上就會讓人覺得客家桐花祭就在苗栗啊（C4，23：2）！就是在西湖渡假村，那縣政府自己就接到很多電話，每次客人打電話詢問說：西湖渡假村怎麼走，客家桐花祭在西湖渡假村有什麼活動等等，縣政府的就必須跟他講說其實桐花還有很多地方有，苗栗還有什麼鄉鎮其實都有，所以經過這幾年的醞釀的時候，大部分外縣市的消費者或遊客，其實他們講到客家桐花祭第一個聯想到的還是苗栗縣，像今天的蘋果日報台中縣就被人家投訴，我覺得是很扯，好像到五月快中旬還是五月初才開始辦桐花祭活動，然後在東勢林場辦，那時候根本沒有桐花了，然後被蘋果日報爆料接駁車一天只有三班接駁車，遊客再那邊等接駁等三個小時等不到車，就被罵也沒有花，反正活動辦得很糟糕就對了，所以我覺得客家桐花祭從02、03、04 透過這些一種舉辦大型開幕式去累積他知名度之後，它確實應達到了，比如說民視他跟我們合作辦這個開幕式，05年他請五月天當代言人，03年是陳水扁總統來主持開幕儀式，其實那幾年大型的開幕儀式已經桐花祭的知名度拉高了，拉高之後又開始轉換做客家創意商品的輔導跟開發，因爲他要讓這些所以很佩服客委會在這個過程中其實是有步驟的，他把這個知名度炒做起來之後，大家來到客家庄，然後跟他說你要消費啊！你要能夠讓商家賺錢啊！怎麼樣賺錢輔導他們，他們本來是有產品可能不夠精緻，可能沒有桐花的整體意象，或是沒有客家整體意象，或是沒有整體包裝的概念，他就輔導他們做，所以爲什麼才有創意商品的開發，像今年應該第三年做創意商品，這些東西商品開發出來之後，是可以讓商家翻身的，這個東西是很實質的把節慶活動從無形的賞桐花變成是一種有形經濟活動跟消費活動，我想這些才是公部門所該扮演的角色，他非常重要。當然業者本身自己要努力；所以每一個縣市都要搶辦桐花祭，因爲大家都看到每一年幾百萬的人次在桐花祭的縣市在走，每一個縣市都要搶著做，可是呢你這個縣市能夠端出什麼樣的牛肉來，如果像台中縣政府這樣子他沒有好好去了解客家桐花祭的意涵，沒有好好去包裝設計整個活動的內容，只是會讓消費者去一次就不會在有重回意願的，我就不相信明年在辦桐花祭的活動還有人願意在去對不對；這東西要累積嘛！所以苗栗其實他有辦桐花祭很好的條件，我感覺其實大家都非常努力，不斷的在發揮創意，不斷的去提供給客人更好的服務，我覺得大家應該要一起努力，不要去想說我要靠縣政府怎麼樣我要靠客委會怎麼樣，或許他可以提供某些程度的輔導或協助，最終還是要回歸到自己本身；今天如果山板醮或鴨箱寶他們沒有自己去努力去開發商品去設計商品，就算公部門他有心要輔導你，其實也沒有辦法。

24. 問: 政府部門對桐花祭產業結合程度所做的努力你覺得滿意嗎？假如說未來你還願意跟客委會一起辦桐花祭嗎？

C4: 我想我們還是非常願意，第一個原因就是正統性的維持，第二個就是跟公部門良好的互動關係，雖然我們不曾從公部門拿過任何的補助，可是很多的一個效益是要多方資源的結合才能產生的，我們所講的綜效，綜效不是靠一己之能才能夠達成的，今天西湖渡假村再有錢，再有預算，你可以大打廣告，可是有些東西不是你打廣告就可以塑造出來的，其實我一直在分析西湖渡假村今天的桐花祭活動或者說今天的客家桐花祭有這樣的規模，這是魚幫水水幫魚，今天假設沒有西湖渡假村跟媒體這樣結合，我不相信今天的客家桐花祭有這樣的規模，因爲很多事情剛好在那時間點，交會點把力量爆發出來的，當時客委會有這樣的一個想法跟政策，他想要透過客家

桐花祭的包裝，把他跟客家做一個很好的連結，也可以講說是成爲他施政的著立點，否則他爲什麼要辦客家桐花祭。

25. 問: 客委會對桐花祭在跟業者的結合，推展創意商品所做努力，給他建議？  
C4: 我想客委會應該要秉持過去的傳統，在一年當中不要只辦桐花祭期間，或者辦桐花祭前，他應該在一年當中如果可以的話，還是要多走到地方來，跟業者去談去了解業者的需求，因爲其實客委會經歷非常多任的主委，也一直辦桐花祭，就我所知今年辦桐花祭的主要部會人員都是新的，過去他們都沒有這方面的經驗，今年有一次的經驗，我覺得跟地方多做互動多了解地方的聲音跟需求是很重要的；因爲這些地方的社團或地方的業者，你有來走有來跟他們接觸，透過研討會的方式，或者透過平常的私人互動也好，才有辦法更感受到我們跟中央部會其實是連結在一起的，很多的地方團體跟社團或單位，就桐花祭這個活動而言，反而他跟客委會的互動關係是比較頻繁的，跟縣政府的關係反而是、爲什麼你會發現感覺上縣政府好像也是受客委會輔導或補助對象之一，他好像扮演跟我們一樣的角色，事實上對於我們一般老百姓跟業者的期望好像不應該這樣子，對於業者來講縣政府是在我們上面的，我們是渴望你有什麼資源輔導跟協助。
26. 問: 對縣政府有什麼建議呢？  
C4: 縣府應該要多跟客委會多做一些互動，當然地方政府的運作跟中央政府的運作是不一樣的，有時候會讓人感覺上各走各的路，客委會搞個開幕式、我縣政府搞個桐花婚禮，這是無可避免的，畢竟每一個地方首長都希望能夠透過它的任內去突顯出他的政績，這是無可厚非，要能夠讓選民看得到，事實上縣政府其實它能夠有更多的立場跟中央部會做更好的溝通，甚至是統一來爭取資源，扮演一個橋樑的角色。
27. 問: 統一爭取資源，爲什麼呢？  
C4: 因爲過去今年是沒有這樣的補助方式，往年都是客委會直接下鄉來跟縣政府也好地方公所也好、文史團體、發展協會通通來，大家來開會然後你們就提案嘛！以前大家都提案，是你的案子創意或規模酌予補助，用這種撒錢的一種方式，這個當然有好處能夠把大家的向心力拉進來，在那之後你就慢慢的去無存金就可以嘛！但是我感覺上縣政府不應該只扮演我也是要跟客委會要補助的角色而已，其實應該可以扮演中央部會跟地方業者社團仲介的角色，比如說縣府可以統一向客委會去爭取預算或補助，再加上縣上有的財源你來輔導地方的社團或鄉鎮公所，或協助他們舉辦桐花祭的活動，這樣子來講其實可以讓地方的基層業者或者是社團跟縣政府達到一個較好的互動。
28. 問: 客委會直接補助輔導效果會有差嗎？假如說透過縣政府全部去爭取的話？  
C4: 因爲我認爲縣政府畢竟他是一個地方政府，平常跟這些選民、民眾互動，他所扮演的就應該服務民眾，我總是感覺如果讓中央部會直接對基層單位的時候，那縣府是不是被架空的感覺，那你爲了突顯縣府還存在，那我辦了一個桐花婚禮，我覺得那個角色是有點錯亂，其實他應該扮演仲介跟橋樑的角色才對；或許部會之間的運作，中央跟地方本來就會產生一個不是那麼對等的狀況、有可能，不曉得他們心態怎麼看待這件事情，只是我覺得是不是說縣府跟客委會的互動關係其實應該可以更好。
29. 問: 那對公所方面的建議呢？  
C4: 公所應該多借重專業的人才，如果就三義鄉公所來講，我覺得就是說能夠比較深入去了解客家桐花祭或觀光運作的部分大概只有江萍彰一個人，不諱言我的感受是這樣子，有時候公所不能太像公務員，像業者在辦桐花祭的時候，事實上、假日人仰

馬翻打仗的時候，你不能說公所假日休假，這是心態的問題，要把它當作是地方的大事情，我鄉長也好秘書也好或者承辦的科長也好，假日時是要跳出來交通哪裡出問題交流道出問題能夠去協調地方的義警、交警或協調派出所，怎樣來輔導讓交通紓解，是要做這些事情不要讓人覺得是局外人，置身事外，有啊我今年就搞個公車觀光巴士就這樣子，今年我就感覺到鄉公所只做這件事情而已。

30. 問: 辦活動時公所會過來嗎?  
 C4: 除非我們有去邀請他，這種東西我覺得是形式上的問題，地方首長來露露臉、講講話就這樣子，其實他應該要更深入去參與這項活動，這是很重要的，鄉公所或許資源不足，我覺得資源不足有資源不足的做法，也要讓這些業者感受到公所做事的誠意，跟你對事情的重視；比如說桐花祭期間、那個三義交流道攤販是不是要做適當的管理，這些停在這邊的大卡車大貨車是不是要做適當的管理，才不會造成塞車、才不會造成觀瞻上的一個問題，這些公所也應該可以做的啊！不是說問題丟給交通隊丟給派出所丟給縣政府，其實這是不對的，或者說怎麼樣可以來針對三義鄉桐花祭做一個統一包裝或行銷，不要說這是客委會的事情，你看路上掛的旗子、路上燈旗都是客委會出錢做的，那你鄉公所是不是有做具體的規劃，停車場、三義停車場是非常不足的，那你有沒有想辦法去解決、想辦法去協調，是不是三義南街可以開放停車，你的接駁車輛可以行駛水美街、或者水美街可以怎麼適當車輛的管制疏導，讓大家遊客、最近都是外縣市的遊客來到這邊要讓他覺得三義是一個乾淨的、有秩序的、很美的、賞花的地點，不要讓人家感覺就是交通壅塞，停車場不足，交流道髒亂，不要讓人家只是帶走負面的印象，我想公所在這個區塊應該要發揮更多這樣的效果。
31. 問: 辦桐花祭辦幾年?  
 C4: 我自己實際參與從 03 年開始，快要七年了，嚴格來講客委會真正辦起來也是在 2003 年，他 02 年在公館辦桐花祭是沒有什麼效益；真正開始是 03 年。
32. 問: 辦桐花祭最難的地方?  
 C4: 創意吧！創意是最困難的也是最重要的（C4，32：1）。
33. 問: 西湖渡假村辦桐花祭最大的優勢?  
 C4: 第一交通、第二園內的景觀，第三個我們有非常完善的觀光旅遊所需要的配套設施，這是非常重要的；高速公路旁邊可以看到桐花，你到勝興車站山上登山步道可以看到很漂亮的桐花，可是你吃飯不方便、上廁所不方便、停車不方便，可是在我這邊有兩百四十五個房間供客人住宿，住在這邊早上起來最美賞桐花最好的時刻，這邊有適合老少咸宜的休憩設施，有大型的各式餐廳，可以滿足吃的需求。這邊有表演可以滿足娛樂的需求，有桐花景觀登山步道可以滿足接近大自然的需求，我想這東西並不是其他遊樂區旅遊景點所能夠達到的。當然還有媒體資源可以做媒體宣傳可以做包裝。
34. 問: 有國外遊客嗎?  
 C4: 很少。
35. 問: 客委會這幾年一直在推桐花祭國際化，您的看法?  
 C4: 這幾年在成田機場、中正機場都有做形象廣告，飛機上有雜誌等等的，我覺得客家桐花祭應該要到去蕪存菁的階段，就是說當時在 05、06、07 最高峰最盛的時候，每個縣市每個鄉鎮有油桐樹有客家人的地方我也是客家桐花祭的區域一份子，可是他

並沒有辦法滿足消費者真正想要的客家桐花祭，比如說台中縣政府辦的東勢林場這個案子，彰化縣那裡也有桐花祭等等，他或許沒有真正的環境。我所謂去蕪存菁就是說你要讓這些只是爲了賺時機財的這些單位要排除在外，所以客委會不再採取全面性的補助其實是對的，它讓透過市場機制讓消費者自己去把這些不是那麼理想的打著桐花祭的名號的點或區域自然的把他排除在外。

36. 問: 桐花祭花期很短，你覺得桐花祭過後可以撐起一個產業經濟發展的需求嗎？  
C4: 當然是沒有辦法這樣子，因爲一年有十二個月不可能只靠這一個月就吃一整年，這是不可能的，當然我們也希望盡量能夠把油桐花的效應盡量放大，怎麼樣來放大呢？所以我們花錢蓋了桐花套房，客委會輔導了這麼多商家去做客家創意商品，就是希望把客家的桐花意象帶到你的生活當中，讓一年 365 天不是只有四月中到五月中接觸到桐花（C4，36：1），而是在你 365 天生活當中或平常來我們這邊住宿你就可以接觸到桐花這個意象，讓每一年在桐花祭的時候就像是一個回娘家一樣大家再來參與這樣的節慶活動真正來賞到桐花，可是在平常的時候，你可以透過這些商品的銷售，透過住宿銷售的推廣，還是可以把產值做延伸，當然這個東西靠一個桐花祭是不夠的，真的還是要回歸到業者的服務品質，這邊的旅遊深度是不是能夠滿足消費者的需要，這還是比較重要的。畢竟桐花是大自然的東西，萬一今年花開的不好、或是今年下雨呢！那你就沒飯吃了。
37. 問: 那你覺得桐花對客家文化的意象提昇有幫助嗎？  
C4: 我覺得有很大的幫助，因爲畢竟所謂的客家文化在過去來講它比較傳統也比較沒有具體化，很多人講到客家文化就想到客家人很勤儉很勤勞客家美食，大概就想到這些東西，有沒有什麼東西可以當作大家視覺上的認知或更具體的一個形象，我覺得桐花就扮演很重要的一個角色，當然油桐樹過去他本來在客家人扮演經濟價值的角色，但那是木材本身或油桐籽去煉桐油這個部分，桐花過去大家沒有去把他去重視，經過這樣的節慶活動包裝，公部門、私部門、媒體的努力之後，把油桐樹從過去的木材或桐油比較具體經濟價值的轉換成觀光的資源，我想這是非常重要的，而且我們也可以看到油桐樹都生長在客家庄爲主，證明過去他在客家人的生活跟歷史跟文化，它確實扮演一定的角色，現在在這種行銷時代任何東西都經過包裝嘛！必須經過設計，桐花雖然是從傳統當中挖掘出來，他可以變成很時尚，像今年最新的桐花創意商品設計就很多非常時尚感很有品味的，桐花不再只是配角而已他可以變成主角啊！他可以穿在身上、可以放在身上，他可以有很多透過身體的體驗的方式，存在你的生活當中，而且他不只是存在客家人當中而是存在更多非客家族群生活當中，就像衣服不是只有客家人會穿，T恤不是只有客家人會穿，來畫客家藍衫他可能會出現在任何一個人的身上，那我覺得就是延伸的力量。
38. 問: 那你覺得桐花祭對產業的發展有幫助嗎？  
C4: 桐花祭對產業是一個催化劑，就像是一個引信一樣，可是這引信點下去他會不會爆，會不會爆發出力到跟火花，其實業者本身是很重要的，我相信他絕對有很重要引信催化劑的一個角色，如果沒有客家桐花祭，或許很多人他不會去花心思能夠讓他自己變得更好，比方說如果沒有客家桐花祭，怎麼會有一家餐廳叫桐花村呢！如果沒有客家桐花祭，怎麼會去想說西湖渡假村從過去傳統遊樂園把他形塑成油桐花的故鄉，桐花本身扮演催化劑的角色是去讓產業有做很多創意的發想，這個創意發想出來之後，他如果能夠被實現出來就是可以創造商機，就像這些創意商品開發出來之後，他就是可以賣錢啊！可是在樹上的桐花是不可以賣錢的啊！這個就是創意產生的價值。

— 本訪談結束 —

編號： D  
 訪談對象： 中央大學客家政治經濟研究所助理教授  
 訪問時間： 2009年04月06日 15:00至16:30  
 訪問地點： 中央大學客家政治經濟研究所

1. 問: 作訪談時候受訪者他們覺得桐花祭補助審查條件越來越嚴格, 苗栗參與社團的越來越少, 以前可以補助 30 萬現在變成 15 萬還是 10 萬? 不知道您的看法?  
 D: 以前 50 萬, 現在最高 30 萬沒幾個人能拿得到, 大部分拿十幾萬而已, 這我都知道啊, 社團的參與意願低, 其實客委會的桐花產業或者桐花越來越向產業傾斜, 以前一年好像第一年七十幾個還是八十幾個, 後來變六十幾個逐年遞減, 補助的社團, 全部整個桐花祭參與的社團, 那一天看到報告有 45 個。今年 45 個, 去年好像三十幾個還是四十幾個, 就這樣子。但是有一個趨勢是逐年遞減, 你看另外一個創意的商品業者的參與逐年的量, 商品越來越多 (D, 1:1), 從一個網絡的關係來說, 通常做桐花祭的時候, 最早的桐花祭是從社造開始的, 社區參與社團參與, 到後來現在不是了, 社團的條件越來越高, 社團裡面越來越嚴格, 但是你會發現現在核准的社團大概就是觀光產業, 那就是說越來越向產業傾斜, 桐花祭的東西已經完全朝向比較趨近於產業化, 在地的深耕或在地的觀念, 他只是一個什麼 (D, 1:2)? 桐花只是一個意象設地區只是一個意象。
2. 問: 這次訪談會發現參與桐花祭活動變成像社團本身由產業業者組成的發展性會比較好, 純粹社區性社團的會不會慢慢減少?  
 D: 因為他們要做出成果他不像這些組織這麼專業, 觀光產業聯誼會他們找的人東西當然比較專業, 做生意人那麼專業。那你要定位桐花祭定位要在哪裡? 如果定位以產業發展, 我覺得 ok。那如果你的定位要像社區? 什麼中央籌劃、企業加盟、地方執行、社區營造之合作模式, 那你的定位就是這樣子, 那你的政府扮演的角色是在哪裡? 你要不要扶植這些社團還是不要 (D, 2:1), 其實他沒有, 社團只是他補助的對象而已。沒有扶植在地的成長, 找我們這些人去上課去教社團寫計畫, 你還是不給他, 教了也沒有用, 看來下次不要去了, 這是開玩笑的。
3. 問: 參加桐花祭活動很多年?  
 D: 第一年就開始了 (2002), 到現在。2002 年第一屆是我們辦的, 從早期自己就是縣政府承辦單位, 我們是自己承辦的人, 然後開始規劃, 一些活動我們自己企劃, 到後來到學校以後大概就是參加研習課程, 前幾年辦的桐花祭研習課程, 文化產業研習課程就換一個方式, 不是在做活動的企劃執行就開始作研習輔導, 協助社區。所以應該是從 2002 年一直到現在啊! 就是說總共有幾年、八年全程參與。
4. 問: 補助制度每年只補助活動經費, 限額 30 萬, 縣政府 200 至 250 萬, 對社團、對縣政府是否符合資源分配公平性的看法?  
 D: 以前沒有是最近幾年, 以前縣政府是一毛錢都拿不到, 後來只是文宣到五十萬。一直到桃園縣政府抗議時的那一年, 不配合的那一年。第二年才調整他的做法, 才給縣政府資源補助款, 縣政府有相對配合款他才會給你錢, 你配合越多他給你越多, 現在好像是定額式的。他就擔心像桃園事件, 桃園有一年他提的計畫拿不到錢, 就整個資源來說: 在哪一年, 好像是 2005 年還是 2004 年才核的, 後來就抗議說他們不參與, 桃園縣也提了好幾百萬計畫, 最後客委會只核了幾十萬, 整個桃竹苗是最少, 幾乎所有的資源都集中在苗栗最多。當然資源性的部分, 現在齊一式的平等那代表有沒有競爭力的問題, 你的活動有沒有組織特色, 一個有競

爭力社團要提那要看社團有沒有能力，你的執行能力成效好不好來決定來核定你活動的補助經費要多少，這是一個要考量的因素，那資源分配就比較公平(D, 4:1)，那如果大家就齊一，每一個就多少錢，之前參加座談會差點跟客委會吵起來，跟他講說我要一塊錢你給我五毛錢，活動要做還是不要做，社團尤其是沒有競爭力的團體，它需要你支援更多的錢，募款的能力不夠，但是我要 10 塊你給我 5 塊，我欠了 5 塊到外面又要不到錢，到底我要做還是不要做，那我要做多大，這就會影響活動的成效，那也考慮到資源夠分配到底公不公平？今天如果有一個比較具有競爭力的社團，他提的計畫非常好為什麼不能補助他 50 萬，怎麼不能成爲代表性的活動之一，縣政府提的活動非常有創意，爲什麼不能成爲代表性的活動之一(D, 4:2)，爲什麼大家都一樣？那就造成地點不一樣內容都一樣，都在騎腳踏車騎單車、古道之旅，不是都一樣嗎？我是覺得應該如果講這個題目，補助的制度來說當然以限定一個額度，之前沒有限制，資源分配當然考慮到地區公平性的問題，我覺得要考慮到做節慶活動，政府是補助單位，考慮到計畫競爭力的問題，活動效益慢慢的就會提高(D, 4:3)，當然會不會影響縣政府承辦活動承接和作業，就像桃園很多社區參與活動本來就不熱中，寫計畫的能力沒有苗栗的人強，所以苗栗的競爭力比較強，所以桃園要到的錢少就抗議，就是兩個很難，如果我站在現在的立場來講我當然會要求希望計畫要永續就要有競爭力，不能老是一層不變，一些活動一直在複製一直在抄，或者去年計畫改個年度直接又送出來，那計畫沒有新意沒有創新，沒有創新他還可以爭取到補助款，還可以爭取到，豈道是的一個平等？我覺得對於你的活動來說，永續上就會有一些問題喔！他沒有辦法去彼此的競爭，沒有去競爭創意的點子就比較一致性。

5. 問: 桐花祭舉辦的年度久了，辦活動的社團及消費者會產生疲態的現象？

D: 這一定會的，因爲大部分的活動都差不多一樣，如果沒有新的一些刺激的話，古道就這樣子，這一次我看到規劃桐花古道之旅，桐花古道之旅 ok 沒有問題很好，那有一個古道桐花在這裡，又沒有活動在這個步道裡面，桐花祭沒有相關的活動配套在裡面產生的話，步道歸步道活動歸活動，他就脫節了，跟在地地區的連結又脫開了，你要去輔導這些人寫新的創意計畫書，你又不給人家錢，又不給夠的錢那他到底要做還是不要做(D, 5:1)？

6. 問: 訪談時社團提到他們辦活動很用心，但希望幾年下來客委會能給硬體上的經費，因爲活動過後沒有硬體設備的話沒有辦法讓顧客回來重複的作一些懷念性的消費，或是一些桐花祭的意象延續？

D: 但是要講的硬體上我覺得 ok，回歸到原來做桐花祭最早要做從社區營造的概念去做，不能只是發展社區產業，我跑了很多社區，我做了社區營造什麼時候給我規劃費，然後給我硬體建築，問題是所有人都要硬體建築，這個社區自己有沒有想過這個問題，不能因爲桐花祭人來了你就要硬體建築，你要硬體建築到底是不是你真的需要的硬體建築，還是你後面又做了很多水泥的建築而已，我爲了要做桐花步道，我另外鋪了很多水泥的建築，那這是硬體設備嗎？對於你的桐花可以永續嗎(D, 6:1)？我覺得社團有社團他的想法沒有錯，但是？

7. 問: 訪談時有些社團提了聯合性計畫，比如說跟附近的社區一起連結，但是他還是得到 30 萬，他的出發點是他想要創新，想要把他辦大讓民眾停留更久，但是他覺得評審無法感受到他的用心？

D: 因爲受限到制度的公平性問題，你要希望制度是競爭型的還是齊頭式平等的東西，大家資源分配都一樣，還是說哪一天苗栗縣政府寫的計畫書整個彙整起來，縣政府投入的鄉公所投入的資源整合做得很好，那爲什麼不給這個縣多一點錢，

都是地方執行嘛，因為我去參加這麼多活動裡面社團接觸了以後，他們想說好像這是縣政府統整、裡面活動都重複一樣，爲什麼不 A 社區辦一個 B 社區辦一個，A 社區一個表演移到 B 社區表演可以做一個連結，因爲鄉公所要去做一個整合，縣政府要做一個整合，那如果縣政府可以整合鄉公所的計畫整到社團的計畫，屬於一個整體性的計畫，爲什麼不給他多一點，那就想說是競爭型的，越有競爭那寫的意願就高了，活動就越做越大、大家就覺得做這件事才有動力 (D, 7:1)，否則反正社團寫了換個名字就寫，覺得要寫也可以不寫也可以，寫了以後要不到錢乾脆就不要寫，反正縣政府我也知道你要給多少錢，那縣政府要做多大、要做多小、就在這個規模裡面來做。縣政府辦縣政府的社團辦社團的鄉公所辦鄉公所的，通通沒有連結在一起，說實在話、通通沒有連結在一起，不能怪人要怪就怪客委會，一開始就跳過縣政府 (D, 7:2)。

8. 問: 目前執行模式像中央籌畫企業加盟地方執行，然後做社區營造合作模式，跳過縣政府，縣政府只是站在補助活動的初審角色，覺得客委會方式優缺點？

D: 以這種模式長期下來有一個優點，是縣政府不用去承擔資源分配上的公平性，作業上的增加、行政上的增加、那直接給社團客委會會認爲說給社團的空間比較大，但是長期下來地方上的整合會不會有問題，資源整合上會有問題，其實很多社區希望縣政府出面來整合，但是中央給縣政府多少的權利 (D, 8:1)，會有多少的優勢來做整合，如果今天活動由地方政府完全來整合，形成一個整體地方政府一個計畫，那麼中央是不是更要鼓勵給地方政府更多的錢支助這些社團體，那如果地方理地方，縣政府理縣政府，各自把活動做完了，那地方只是一個執行的單位，社區也是執行的單位，其實他們是一樣大，他們是平等的，那這樣資源就無法串聯，但是如果是扁平化社造合作模式來說地方政府參與的角色本來就要越來越少沒錯，從資源整合的面向來說應該要，如果你的優勢越多加碼就越多，這樣會比較好。那社團的人才會跟你地方政府做合作，社團的活動才能跟地方政府做區隔，或者地方政府的活動也可以進到社團裡面去啊！那不就是共享他的價值就越來越高。鄉公所基本上在客委會桐花祭是最邊緣化的，你不覺得嗎！鄉公所在桐花祭裡面你要畫網絡圖，來看是最邊緣的一群，縣政府反而一開始是有中間斷了現在又連在一起了，如果要講那個圖，原來一開始以前第一年 2002 年做的時候，通通教給縣政府由我們來規劃執行，謝宇威這些人活動內容怎麼樣，九獻禮祭天的儀式，都是我們縣政府自己在弄的，我們自己去找人來的，記會也是我們寫好給客委會看的他們在改的，都是我們自己在找的，記者會也是我自己苗栗在開的，他給我們多少錢我記得三百多萬就給你，那你縣政府在北河這個地方把他執行完，整個由縣政府去出找我們要用什麼樣的活動形式規劃，要拉哪一些人去表演，我們有找公關公司幫忙去找徐景淳這些人去把她弄出來。但是第二年就沒有了，第二年他認爲說不能只給苗栗，裡面有桐花的地方都要有，所以第二年不是擴大只有苗栗而已，第二年開始就直接找社團，那一年就跳過我們，那一年苗栗總共補助社團的金額合起來上千萬，社團最高得到 50 萬，最少 30 萬。然後剛好在寒夜山莊找得到桐花樹下，又有土地公最符合我們的需求，所以我記得是三百八還是將近四百萬客委會只補助給苗栗縣政府，苗栗縣政府依據招標的程序去公告單位發包，這種活動就標出去了，所以你看我們活動有傳統祭典儀式，有新的創意的。

9. 問: 近年在成田機場跟大陸北京機場增加桐花祭廣告希望邁向國際化，桐花祭是否具有成爲國際化的優勢力？

D: 桐花祭用來塑造一個國際的意象客家的意象那是 ok 的沒有問題，那個是指可以做的，但是做國際形象怎麼吸引觀光客，到這些地方，比如說你到大陸機場做宣

傳，沒錯你只是做宣傳點，那你爲什麼不能跟旅行社合作，你拉了大陸觀光旅行團其中一個點就在這裡，那意思是不一樣的，回去人家會傳，現在國際性是國際行銷而已，但是沒有國際的人參與，國際行銷是 ok，透過任何管道在每個地方鋪陳我覺得很好，可以增加更多曝光的機會，那你能不能拉國際觀光客到這邊，但你要想想看，他只有短暫多久時間，他跟櫻花不一樣。我覺得一直去累積是 ok 的，活動本來就要一直去，如果客委會今天把桐花祭結束或把規模縮小，那我就會抗議，因爲一個活動做了下來七八年了已經不簡單了，不能一下就拋棄，應該要一直去累積，而且要越做越大，還可以代表啊！

10. 問: 社團會擔心桐花祭範圍擴大到宜蘭到花蓮、彰化跟雲林，會擔心客源分散的問題，然後很希望縣政府這邊是不是可以把地方主軸抓出來，縣政府要如何把這種桐花祭當作苗栗一個重大發展的方向？在苗栗的社區的文化面還是說產業、陶藝、美食還是休閒產業，你覺得哪一塊？

D: 那就是資源分配，他希望大家都分，所以我才會講說是不是競爭力的問題，不是平均大家齊頭式都有。中央要籌畫地方要執行，中央要籌畫的時候地方要參與執行的時候，不是只是讓他來參加一個研習，這樣子的活動就結束了。而是說地方要來執行時，我每次去問縣政府的人在哪裡，縣政府的人能不能統合所有社區提的計畫，說難聽的一點，縣政府的人多一事不如少一事，爲什麼去整合社區、社區裡面又很難管，錢也不是他給的，社區的錢也不是他給的，爲什麼去整合你，如果你的案子好，中央是不是要給地方社團更多的錢，自己做資源的分配，中央不會把權利放掉，所以給錢；這個太難了、有時候很難。我覺得苗栗每一個地方都有每個地方的優點，不能拿一個主軸出來講，比如說今天去銅鑼雙峰山下的桐花步道，像他的鄉公所辦的活動就不好，都在唱山歌，但是如果這是中央政府跟地方政府結合，那裡的桐花真的很漂亮喔！那你可以整建成真正比較好的桐花步道，然後有很多產業東西結合在那裡，就可做成一個休閒旅遊套裝，但是像鳴鳳或有些地方不見得一定跟產業結合在一起，像獅潭不見得一定跟產業結得那麼密切，他可能從社區營造去做他的重點，有一些地方像三義一定要跟產業結合在一起，因爲他中間的產業資源夠，所以爲什麼由地方政府做自選者，至少要知道這個資源要怎麼串聯，產業要怎麼加入，社區怎麼去形成社區的活動，我覺得沒辦法以苗栗單一以一個東西當主軸，而是依照地方特性不一樣。他去規劃他不一樣的活動，我覺得這個可能要社團的人社區的人產業的人去討論，比如說勝興車站全部都規劃跟產業有關係的活動，但是我在銅鑼這個地方我就不見得一定要產業、一定要表演，那我就做一個很好的賞桐步道，很好的解說（D，10：1），這樣子的一個說明，在這個區塊裡面。那公館就有不一樣的形式，我覺得這樣子會比較有意思，他不能只是重視產業而忽視社團而且也不能專一社團忽略產業，產業沒賺錢社團能做些什麼事情，不能只做硬體忽略了在地的紮根，每一個地區有每一個地區的特性，應該由地方政府去整合他的特性，看客委會願不願意放下資源讓地方政府去整合，還是客委會是一個資源分配補助一個角色去看待這樣的問題，他本來位階可以做得很高，補助你一個縣政府多少錢，對不對，他可以站得更高，他不定要自己作，政府跟政府之間的資源就不能整合（D，10：2）。

11. 問: 桐花祭對產業的發展有幫助嗎？花期很短會不會真正影響產業經濟的效益？

D: 有，會，去了以後就失望了，會不會第二年有回客的問題，這種是不能去掌握的，對產業絕對有直接的效益是沒問題，對產業的發展對地方發展，尤其是產業社團對桐花祭的期待是非常高的（D，11：1）。

12. 問: 桐花祭對提昇客家文化方面的影響？

D: 我覺得對客家的意象讓人能夠認識很好，就是說客家的意象客家的名稱透過桐花祭的包裝我覺得很好，爲什麼？他去塑造一個新的大家對客家一個文花接觸的一個管道，只是說對客家文化提昇認知時去注意的時候，應該要做其他的附帶，你不能用桐花代替客家 (D, 12:1)，用桐花的意象來去提昇大家對客家的認識，是要注意的，但是你不能用所有的東西用桐花代表所有客家的意象，像很多商品通通加桐花就是客家的，這就是有問題的，你不能用桐花代表全部的客家，而是說桐花去提昇客家對大家的認識的機會，桐花祭跟客家有關，那客家是什麼，那裡面的活動有沒有更多的管道介紹客家是什麼，這個社團裡面有些什麼做客家的活動，那個才是重點 (D, 12:2)。

13. 問: 桐花祭對社區發展營造效益上的看法爲何？

D: 因爲社區對政府資源的依賴在台灣以社區發展協會來說依賴程度很高，這個可以去問，當桐花祭沒有錢來時，社區能不能活下去。如果桐花祭沒有錢你會辦嗎？大概不會，或許有些人會辦是爭取明年的錢，要從社區營造合作的模式，社區營造不是因爲節慶就可以營造起來，因該要結合他原來客委會其他的計畫，應該去合作的吧！可能縣政府、地方政府、文化單位、他們的社造能夠做結合的，這樣對社區發展才能永續，若只是依照一個桐花祭給你這個活動辦一次，當然對社區營造有一個觸媒，促進他們社區的可以動起來，是有的；但是這個觸媒不是當作社造的主體，不能依照桐花祭當作觸媒主體，另外應該要用客委會其他社區發展的輔導，社區營照的計畫，來去輔導客家社區的成長。桐花祭只是一個點的觸媒，社造有一個新的名詞較擾動，去擾動這些民眾，喔原來有社造這個東西，社區可以做這麼多事情，他可以有這樣的功能，但是他不能老是這樣子擾了兩個月就結束了，當然他可以去當作社區發展的觸媒，社區發展要一直注意長期的資源，客委會或地方政府針對比較成功的社區裡面去扶植更多營造紮根的工作，這是我認爲這樣子。產業經濟是沒有問題，觀光其實是真正有，但是相對的問題觀光帶來環境生態的壓力，其實也是有。對作產業的社團希望更多的人來可以賺更多的錢，沒有錯，但是要想一想爲什麼台灣沒有辦法健康一點，你賺更多的錢、產業賺更多的錢、因爲桐花祭賺更多的錢，那有沒有回饋給地方，你還是靠政府給你的錢，去辦這個活動；有沒有賺更多的錢回饋給地方，幫助地方的社區發展，以後桐花祭補助條件可能有這樣子的，尤其是產業型的社團，我補助你 30 萬，你做這個活動，帶來很大的效益，那效益裡面有沒有回饋的機制去幫社區做些什麼事情，這個現在沒有 (D, 13:1)；爲什麼觀光產業要組成一個觀光協會，他不跟社區發展協會合作，他不是產業的組成，我覺得發展變成多頭馬車，因爲兩個人沒有合作的很愉快，這個我是覺得說：第一個因爲活動帶起來有重大的效益，對生態環境造成污染，也因爲這樣造成社區裡面分裂的問題，認知上很大差異的問題，那你有沒有很好的機制在去輔導這些社區，或者這些團體賺到錢有沒有辦法回饋給社區。假如說你是以產業的理事長、總幹事都是產業的人來組成發展協會，居民的參與度就不高，所以變成還是有脫節的現象；這本來就是多頭馬車，我一直覺得沒有辦法做很好的資源整合，其實就是有補助的關係，因爲有錢嗎？有錢才會造成這樣的爭議性，所以資源才沒辦法整合；

14. 問: 客委會辦活動是站在一個扶植立場，如果以目前苗栗地區這些辦的社團要把活動經費抽掉，您覺得他們能夠獨立嗎？但是他們辦的能力會減弱嗎？

D: 不行、不可能，有一些人願意；那你對桐花祭的定位在什麼地方，現在的桐花祭是向產業傾斜；他向產業傾斜，純粹走產業這條路，那你的目標就不應該講說社區營造怎麼做模式；可是有一些地方上的資源是一直存在社區的，像桐花林等；所以現在要求向產業傾斜 ok，但是產業在規劃怎麼去跟地方的社區能夠結合，

你不能只是推銷地方產業活動而已，那你怎麼跟地方結合，你有沒有回饋得機制回饋給地方，那這種回饋不見得只有桐花祭的時候回饋（D，14：1），平常的時候就可以回饋了。對不對；因為桐花祭帶來的商機，你要回饋給社區，不是這個時候回饋，可能是店家籌措錢回饋給社區巡守隊，回饋給你社區辦一些弱勢族群，弱勢家庭營養午餐的補助，或回饋給你獎學金，這個社團不能做嗎？向產業傾斜沒有關係，但是你要去形成一個跟社區連結機制要合在一起，否則的話向產業傾斜，那社區的人只是被動的，你絕對做不到社造，我講的重點意思在這邊。

15. 問：對桐花祭整體而言，給客委會的建議？對縣政府？對活動社團？或對產業發展？

D：這個很難，要怎麼講，他已經是客家的意象，那中央是不是一個籌畫者的一個角色，現在中央還是一個執行者的角色，不是這樣子嗎！那你怎麼下放更多這種人力，或者下放更多的資源，讓地方的人能更主動，這個是我給客委會的意見；客委會的意見跟我以前座談會的意見一樣，客委會要求每一個地方每一個社團要做計畫行銷，但是社區的人社團的人哪有這麼多行銷的專業能力，那為什麼不是中央的人幫忙地方做行銷，不是老是報導主委去哪裡看桐花祭，你的主題報導應該報導說客家哪個社區裡面客家文化有些什麼做了哪些事情，他不是買了很多廣告嗎？他應該要做這個，而不是他買了廣告去報導主委去參加什麼，這個是客委會應該要下放資源給地方，不是說為了塑造某一個人的意象，而是下放我為了怎麼去讓大家對客家地方產業發展社區的發展對你有助意，不可能哪一個社區有一個社區發展營造一個很好的故事，我可能在桐花祭的報導我就可以出來了，或者某一個志工，這個地方這個東西社區新聞能夠曝光出來嗎！不可能嘛！那中央是不是可以去統籌規劃這種策略，這個是對客委會的；因為客委會有錢。

還有一個對客家創意的商品，當然桐花祭可以代表客家意象，但是這些創意的商品，不能用桐花的品牌代表全部，現在所有的創意商品通通加桐花就叫客家創意商品，那我覺得拿到南部去人會抗議，拿到別的地方沒有桐花的會抗議，應該要有多元性多重的選擇，那還要客家的創意商品，再來就是說，客家的創意商品裡面桐花裡面輔導的創意商品裡面，其實應該要、不是換換包裝設計就叫創意商品，應該要去思考哪一些商品可以永續性經營的，在商品上不是換設計就好了

（D，15：1）喔！產業的資源要整合你要下放給社區，他不知道企業加盟，縣政府覺得以前是客委會的事情，因為權力結構沒有改變所以縣政府怎麼會多做一些事情。我建議縣政府站在一個地方活動資源整合者的角色，應該要讓資源做有效的整併，這樣子才會達到比較大的效益，然後要跟客委會做一個比較好的溝通管道，比如社團社區經費的核銷，還有縣政府納入財源制度法令規範上的問題，那縣政府能不能做一個好的中介者的角色，來去輔導社區社團的人，解決這些他不是專業可以處理問題的協助，一個是整合、一個是協助輔導（D，15：2）。

社團的活動要有創新性，這個就是對客委會，你的計畫能不能給予更多協助，不能乞討式的平等，對於創意性的鼓勵客委會給予社團更大的空間，社團的活動就是創意夠不夠，然後觀光性的社團怎麼跟社區的組織可以合作，社區的發展協會怎麼跟地方產業連結，這個在社團裡面應該要有管制，這個也可以成為補助機制去評審，社團裡面有沒有因為這活動你去訓練讓更多社區的人願意去參與社團的一些活動，還是你們幾個玩而已，少數一些人在辦而已，那社區的人還是沒有參與，這是社造裡面很重要的定位。

業者，就剛剛講的，不能老是加一個桐花就是桐花商品，你的陶瓷器加一個桐花就是桐花商品，應該是要用桐花意象去創造你新的陶瓷商品，苗栗很多都是這樣加一個桐花就是桐花商品，哪你沒有桐花他還是存在啊！真正的業者要做創意商品用桐花意象，其實之前有一些人做，我以前跟一個珠寶業者講，現在有沒有做不清楚，鼓勵他說你應該要做銀的桐花戒指，那叫做桐花商品，我用銀的東西去

做桐花的別針，那才叫創新的商品，比如說你用桐花的意象，去做一個陶器燒精油的燈，那也是桐花商品，不是加一個桐花就叫桐花商品，圖案遮了不是都一樣嗎！還有，之前有一個一直沒有推廣，好像也有做，可能用桐花的意象作風車，現在很少看到了，那你爲什麼不能用找這些業者做教材的人在桐花祭這個時候，政府輔導或要求每個學校要做桐花 DIY 的風車，讓它連結現在要辦桐花祭，現在要做這個，又可去輔導做教材的人去生產教材，業者要做創意商品不是在這個地方加個圖案就好，我說的意思是這樣的。

16. 問: 桐花祭參與的評審條件之一是事後一定要參加研習活動，才可以接受明年的補助，有些業者他會覺得說我每年都去，今年人力不夠沒有辦法參加，所以明年就不能夠提，你覺得對社團的輔導有幫助，還是對參加的意願會影響？

D: 當然這個涉及兩個問題，第一個涉及問題是課程安排的形式，你規劃這種研習活動是不是對社團寫計畫的形式是不是有助益？第二個就是說那你這些去參加社團的人去參加了沒，是不是參加社團的人都有錢，不一定，這個東西還是只是規劃在活動裡面還是大家只是因爲你爲參加而去參加，你的課程到後來也不知道該說什麼，你寫了很多創意的計畫，客委會又不補助他，那有什麼用，我是覺得這個要去考慮；但是研習活動這個東西應該要去做，研習活動要去做的原因，不要說事後研習，應該叫事前研習，2009 年的研習活動去年就在辦了，其實是事前的研習，那你有沒有一套好的課程，來去輔導這些社團寫計畫，其實有些社團寫計畫的能力很好，那你有沒有一套部分經驗分享這些社團裡面得到這個、爲什麼會得到補助，因爲這幾年我都參加了，社團的人不是寫計畫的高手，他參加這個活動就會寫計畫了嗎？不可能的，因爲客委會要求寫計畫的格式太嚴格，你的保險怎樣你的保全怎樣計畫太嚴格，他不是社團天天在寫計畫書的人，爲什麼這些產業的人他可以寫得到，他有產業背景，他有公關顧問公司會幫他寫，社團的人社區的人沒有人會幫他寫，那就產生這樣的弱差，那你站在的立場你要給研習活動的定位是要教這些人怎麼寫計畫，還是怎樣的定位，你懂嘛是定位的問題，當然社團與業者的輔導他是不是要去參與我覺得站在一個凝聚大家對桐花祭認同來說，他應該是這套措施，那你可以嘗試不同的多幾個去嘗試去選擇，因爲他只有一天而已，那你可以去選擇這樣的課程，當作輔導的機制還好啦！致少大家因爲研習活動可以交流也不錯啊！我覺得很好，也當作補助的要件還好可以啦！

17. 問: 研習活動還是有其效果？

D: 怎麼說、至少他可以學習新的東西，重要的是你要去看去參加社團研習的所提的計畫有沒有進步，這才是重點，要去做衡量；對，課上完了這些計畫跟去年有沒有比較進步，還是都一樣，若一樣課程就要去檢討了，課程要怎麼去安排了，我覺得課程裡面是不是要增加一些業者跟社區對話的空間，我發現都很難對話，真的，當然補助的一個條件我覺得我贊成，爲什麼一年也不過是一次大家聚在一起對桐花祭檢討的機會，爲什麼不要（D，17：1），當然對業者來說是不要爲什麼，你錢給我就好了不要去上課，但是對社團來說從人才養成、人才的育成，從做成溝通交流機制的建立，這個活動未嘗不是一個很好的管道，那你可以重新訂定輔導的機制要怎麼去做，或者是說把他規劃一個事後檢討會事前的說明會，兩種形式嘛，不要一起，分開來，比如說現在四月五月辦完了六月就針對今年的桐花祭去檢討，有些什麼需要去改進的，那改進的作爲訂定計畫的參考，計畫定好了明年年底十月十一月十就辦事前得研習，教你們怎麼寫計畫書，依照前面的檢討教你們怎麼寫計畫書，你可以分開來，你不要讓他混在一起，又要辦說明會，又要辦檢討又要教他們就混在一起了，功能性怎麼去調整。

— 本訪談結束 —

編號： E  
訪談對象： 行政院客家事務委員會官員  
訪問時間： 2009年05月18日 18:25至19:10  
訪問地點： 電話訪問

1. 問: 請問貴會目前承辦桐花祭業務有多少人?  
E: 我們主辦桐花祭是只有一位專員，科長只是作監導與協助，因為策畫到執行完畢期間會高達半年，最忙的時候有三個加入，是整個科在做，主辦是一位，後段有三到四位協助，我們客委會的人實在太少太少，所以才會那麼忙（E，1：1），而且今年我們還有客家十二大節慶活動在做，實在很忙。
2. 問: 桐花祭目前已達八年的時間，請問貴會的政策目標？  
E: 來參加客庄的觀光人次的提升，順便帶動客庄的商業活動，活絡客庄經濟活動及各種活動，包括文化活動，藉由桐花祭各式各樣的活動，來把客家的文化無遠弗屆傳承下去，客家的文化層面很廣，今年客庄有十二大節慶，包括桐花祭活動，十二個月都有活動，今年第一次辦，都是客庄的文化活動，總共有十六個活動，都會有LOGO，包括桐花祭在四月舉辦客委會有三個活動主辦，我們有一個大的帽子，就叫客庄十二大節慶活動。
3. 問: 桐花祭總經費有多少？  
E: 總經費包括補助費及業務費大概有三千多萬，宣傳經費大概一千五百萬左右，我們還有一些產業部分，我們是文教處，我們客委會還有一些是產業面的由企劃處主辦，還有所有客家方面都是由客委會主辦，會搭配一些產業活動（E，3：1），不是只有桐花祭的活動，包括關西休息站的客家桐花商品展示，桐花祭活動是從四月十八日至五月十七日，可是我講的這個產業展覽，他包括有四個比較大的，台灣手工藝推廣中心在徐洲路的是四月十八日至十月十七日，長達半年，在你們苗栗大湖酒莊從四月十九日到至十月十九日，也是半年的客家特色商品展售，關西休息站從五月二日至十一月二日，也有一個專櫃，還蠻大的，有一個在新竹的新興茶樓五月三日至十一月三日也是長達半年，這些經費就很難精細的算到桐花祭裡面。
4. 問: 今年好像還有桐花商品專車，販售伴手禮？  
E: 那是比較小的活動才有的車子，比較大活動我們有推出來一系列販售客家特色商品的攤位，像我們有三個比較大的主場活動，已經辦完了，一個是在三義西湖渡假村的開場活動，一個五月二日在桃園大溪農場的親子活動，一個在新竹九芎湖的淨遊山林活動，都有一二十個攤位。
5. 問: 近年是否總經費均為5千萬？  
E: 金額其實不只這個金額，但我跟你講的都不包括特色商品展售，年年有增加，今年增加比較多。
6. 問: 今年總共補助幾個社團？  
E: 今年補助社團大概45個，25個鄉鎮，10個縣市（E，6：1）。
7. 問: 今年補助縣市有包括到東部宜蘭跟花蓮這是以前沒有的，為什麼？  
E: 宜蘭、基隆、雲林縣多了三個縣市，沒有花蓮，我們是只要你有桐花生長的地方

都可以來申請（E，7：1），其實台北縣他們老早在客委會成立之前就在辦了桐花節，只是客委會成立之後他們沒有把客家搭在一起，只是客委會成立後把桐花跟客家搭在一起，今年是第八年，其實他們很早就開始了。

8. 問: 預計桐花祭可以創造多少的觀光人次及經濟產值？有沒有這方面的統計資料？或成果報告統計人數？
- E: 沒有很精確的數字，但預計可以創造一千萬觀光人次，及八十億產值，也是剛剛才完，而且要如何估計很難，比如說你有人到苗栗來玩，你要如何確認他是不是爲了去賞桐花而去的？還只是路過？沒有辦法去算，所有我們沒有很精準的數字（E，8：1），但是像我的客家博覽會活動，他的人數就很精準，八十二萬五千，有工讀生在算，而且只有一個進出口，所以可以很精準，以客家桐花祭有十個縣市在辦，人進進出出很難去計算，有統計報告人數，但是社團成果統計報告人數，我們的45個社團的成果統計，也只有參加活動那二個鐘頭的人數統計，他不能作爲整個桐花祭人數的總和。
9. 問: 貴會對桐花祭活動會採取「中央籌劃、企業加盟、地方執行、社區營造」之合作模式，縣政府及公所的扮演角色定位爲何？中介輔導或是間接管理？
- E: 地方政府扮演角色暨是督導，督導鄉鎮公所辦，也自己辦，也是主辦，所以角色是兼具的，他的角色跟客委會一樣，暨是主辦、是督導、承辦單位，所以是中介輔導或是間接管理很難去介定，他的桐花婚禮在辦的時候，他當然是主辦單位，三義鄉公所在辦或社團在辦的時候他則是督導的上級單位，所以要看他作什麼事情去判定，與客委會定位一樣是指導單位，也是主辦單位（E，9：1），我們有主辦活動，也是督導單位，我們有去補助的時候，我們也要去督導考核補助情形。
10. 問: 在作訪談時候發現社團很在意每年補助款會訂一個最高的限額？訂在評審計畫書，比如說2007年時候50萬，而2008年則是30萬？
- E: 這個訊息是錯誤的，沒有、沒有、沒有，我們沒說一定多少錢，要看他提出來的計畫，我不知道是那個社團，那個是指社團來講，事實上我們在進行專案輔導補助時，補助時特別好或特別優秀的，我們會超過這個數字，這個不是絕對的，這個是原則，你有一個題目說桐花祭補助款逐年減少，其實是沒有這個問題的（E，10：1）。
11. 問: 客委會直接補助給社團、輔導產業業者，會提供那些溝通與輔導方式給受補助者？
- E: 我們每一個要參加我們補助的要先參加我們的講習，你如果沒有加講習的話，我們沒有把你放到桐花祭補助裡面（E，11：1），那你可以經由別的學術研究補助計畫來申請補助，可能三萬五萬或者十萬的補助，桐花祭的補助可能比較高一點，我們在先決條件就是你要來參加我們的講習，我們在今年辦的時候是在去年的十月十一月舉辦講習會，我們爲什麼要他們來參加，因爲我們的桐花祭是要必須在戶外舉行，要在有桐花的地方，一定要有桐花的地方舉行因爲是桐花祭（E，11：2），所以一定要有桐花，不是一般學術文化的，可能有這個唱山歌打板打齊粿，我們桐花祭要與桐花有關的，一定要看得見桐花的地方，所以我們嚴格規定要先參加講習會才能來提案（E，11：3）。
12. 問: 評選補助的標準與對象，以什麼條件爲優先考量？
- E: 要看他送的案子及看他的地方，我們有一個社區的社團跟我們抱怨，非常的反彈的，也打過好幾次電話他說他的點子非常好，非常有創意，他是在室內舉行但是他沿途看得到桐花，我們今年是要走向大自然，他的是在室內作桐花畫的扇子，

與我們要的違背，最後沒有補助給他（E，12：1），不知道你沒有訪談到這個社區，我說你要什麼考量，你要看他沒有創新，很籠統，像今年雲林他給我一個很大震撼，他說他要辦黑與白的對話，黑的就是咖啡跟鋼琴，白的是桐花，一個是白的二個是黑的，一下就讓人覺得很震撼，這幾天我們看到他們給的成果報告，在雲林古坑花開得非常好，很漂亮，讓我們覺得補助的很值得，所以你說以什麼為優先考量，所以沒有一定絕對考量，要看他的案件，很多東西他有創新，創新優先，讓人家溫馨，在桐花樹下，我們不要用很華麗的舞台包裝起來（E，12：2）。

13. 問: 有社團提到從桐花祭開始就跟客委會一起辦活動，希望能補助到硬體建設經費？  
E: 我們所有的經費，都是經常門，目前還沒有開放到硬體，明年也不可能，因為我們沒有編資本門的的經費，沒有這個門是不可能補助。
14. 問: 勝興地區有補助到硬體經費，是屬於貴會？  
E: 那一個是另外一個，是一個活化生活營造的，是我們籌備處企畫處給他，他也許他在桐花祭有一點發揮作用，但不是我們文教處給他們，我們桐花祭所有的經費，都是經常門。
15. 問: 如果他們桐花祭作得很好，您們會幫忙爭取硬體經費？  
E: 那他們要走另外的，不能混在一起，不同的單位，不同的業務，不同的考量，而且補助要點也不一樣。（E，15：1）
16. 問: 貴會這邊有幾個行銷目的「對深耕客家文化」、「振興產業經濟發展」、「帶動觀光」、「活化客庄」，你們的滿意度與目前最滿意的成績？  
E: 我覺得我們今年提早作了一個，我們的網站鋪面有一些桐花的照片，我們今年的活動期間提早了，我們暖場時間拉長了，我們今年社團的研習十月就開始了（E，16：1），我們今年對社會大眾在十一月一月就開始做了一個經典一百照片的甄選，及slogon甄選活動引起蠻大的回響，因為你就要吵熱，雖然那時候天氣還很冷，大概四月桐花才會開，但是我們先暖場，可是讓人家覺得先預期，開始暖場，像今年的效果不錯，像我們今年的活動三大主場，以前沒做過的，像今年開幕第一場我們是跳舞，配合現在電視很流行的舞林大道前五名的全找來了，我們在西湖渡假村作表演，利用客家的音樂把客家的意念帶到舞蹈裡面，引起非常大，那天非常的熱鬧，那天大概有一二萬人參與，非常的熱鬧，第二場大活動我們辦的是親子活動，我們以前也沒有辦過，大人小孩一起來，有刺繡、免費的汽球、有棒棒糖，甚至我們送的文宣品都有配合活動送親子墊，大家坐在草皮上一起看表演，第三場的活動是把客家的歌曲改編成爵士的演奏（E，16：2），那天還進一步到桐花林去，大概那天也沒有撿到什麼垃圾，因為太乾淨了，我們花了一筆錢讓一個很有名的謝宇威樂團，弄了五個客家樂團把客家音樂去改編，那天現場到六點一直都還維持有一二千人，到最後還有一千人，今年大家的評語都很好，所以今年我們還蠻滿意的，雖然還有成長空間改進空間，當然今年也才剛辦完，我們正要作，在一月底前要作一個檢討報告，所以我們今年對「帶動觀光」、「活化客庄」都有盡到一份力量，尤其我們的異業結盟辦得還不錯，今年有一個就幸福巴士GO，只要一百元，網路出來就滿檔，我們跟經濟部合作，開了一百五十五個團，爲了我們的桐花祭，但只有禮拜一至五，爲了不與民爭利，今年在易遊網及國光巴士都有合作，但以往跟便利商店7-11、全家的結盟，我們今年則反而沒有作，今年結盟旅遊高鐵台鐵，他們的點都讓我們放桐花祭的EM，有一份客家桐花祭的旅遊地圖一大張摺成像手冊一樣，這也是我們今年作改變的，今年總和起來，正面的比負面多的多，尤其今年的CF，有沒有看過我們強力放送，陳文茜很稱讚那

片CF，他很少誇人家的，今年因為那個CF訪問我們的主委，今年雖然很辛苦的作，但成果都還不錯，當然辦活動一定有疏漏的地方，包括我的文宣品，因為有人超過我們的時間沒拿到就投訴到院長信箱，他不知道我們會控留在那個地方，要送到別的地方去，第一次沒有留地址沒辦法寄過去，第二次又來了，我們只能正面思考的想到，說是我們的宣導品太好了，不然幹麼大費周章寫到院長信箱去。

17. 問: 覺得辦桐花祭最難的是那裡？

E: 就是桐花很難掌握，像苗栗五月十日母親節那天桐花婚禮舉辦時，桐花已經長果實了，今年好像有暖冬的現象，我們本來第一場是四月二十五日，今年好像有暖冬的現象，我們就問苗栗農工的彭老師，覺得好像會提早，所以我們就把第一場提到四月十八日，五月二日在桃園花就還好，五月九日在新竹的那場就希希落落，中間去參訪的時候花就還蠻多的，我們不能說看到花就辦活動，辦活動要有時間，我從會計轉過來才半年，花期沒有辦法跟老天溝通，不知道什麼時候開，我們今年檢討報告會提，就是我們目前沒有請桐花大使做預測，只有義工，其他都還好，還有可能是提早作業會比較周延吧，有些對中央來講，地方政府計畫拿出來一改再改有時候會蠻困擾，其他都還好。

18. 問: 您認為苗栗在桐花祭最大特色為何？

E: 苗栗最大特色就是你們自己認為的應該是桐花婚禮吧，但桐花婚禮我們沒有補助，我們補助的是在桐花樂活公園辦的藝文活動補助250萬，那天去的人大概一千人左右吧，桐花婚禮應該是你們引以為榮，今年好像是第四年，從六十六對至九十九對，本來是一百九十九對，今年最後是一百五十對，原本是要在桐花公園辦的，結果後來因為工程還沒有好改在西湖渡假村辦，雖然這個活動我們沒有補助，結果因為掛著桐花祭的大帽子，我們客委會也被罵的很慘，也是要跟人家對不起，因為你二三個星期前婚禮改地點了，後來我們問苗栗縣政府，他們說是西湖渡假村要收費，所以只提供家屬15個免費參加，一張門票要三百九十九元。

19. 問: 對苗栗桐花祭的滿意度及期許與建議？

E: 苗栗是桐花祭中的一個重點縣市，因為桐花在苗栗的範疇裡長的最多，這是他的優勢，桐花本來長的地方剛好有的景點，比如龍騰斷橋、勝興車站，尤其有一家店公館鄉的油桐花坊非常非常漂亮，我們的CF最後一個景就是在那裡拍的，很多點都是桐花盛開，他本來就有優勢，我覺得苗栗在近幾年來最有觀光資源就有一定的人口及吸引力，再加上桐花的吸引力去的人也很多，我覺得他還有成長空間的是，有些地方的廁所可以再改進，其實也不是只有苗栗吧，台灣很多地方都這樣（E，19：1），還有很多桐花產品我們都有輔導，桐花的花布，桐花包包還有桐花陶瓷在苗是最多最多的，在苗栗三義、上田咖啡、壓箱寶、彙古陶邑等都是非常多經過客委會輔導，現在都經營的還不錯，大家都還有成長空間，可是苗栗應該得天獨厚是因為桐花太多太多，而且是客家的大縣，尤其劉縣長一直在推藝文及綠美化廣植花木，期許是大家努力吧，一般我們是背負著督導的責任，但是我們沒有管轄權，有的話人家也不會聽，可能還要再努力。

— 本訪談結束 —