



推展工藝產業 形塑地方容顏

● 翁 徐 得 ●

一、前言

台灣地處亞熱帶，雨量豐沛，在尚未大量移民開墾的時代，誠不愧為美麗之島。居民亦取材生活周遭的木、竹、籐、黏土、纖維植物等天然的材料製作生活的器物，代代相傳的傳統技藝得以保存，也因各地生活的習慣及技藝的創新而發展出不同的地方特色，雖然此特色在資訊不發達而且在當時學術、知識匱乏的時代並不能彰顯。台灣在1960年代逐漸進入工業生產而以外貿出口為導向的經濟發展時代，傳統工藝產業在經濟起飛的初期階段更扮演了相當重要的角色，但其主流的產業型態卻是以接受外國的委託代工為主，以外國貿易商的設計圖或樣品為依據，生產製造外銷，因此其產品呈現的是外國的生活文化風格，是外國的文化商品。僅有比例極低的民俗性較高的少數傳統工藝產業如大溪的神桌家具、鹿港的神像雕刻、宗教家具及民俗工藝等仍繼續存在，但卻也因為它的傳統性與保守性使它在後工業化的今日，面臨了難以繼續發展的困境。全國各地的生活文化在歐、美、日等強勢文化的影響下，生活工藝品的地方文化特色逐漸模糊，各地的觀光紀念品不僅千篇一律，甚至

出現異國風情的產品。

二十世紀九十年代起，台灣已逐漸步入民主社會，文化思維的束縛已逐漸解除，「台灣要往何處去？要建設一個怎樣的台灣？」、「素有美麗島的台灣如今面貌為何？將來要如何立足於全球化的地球村？」，它不僅是產業經濟的問題，更是文化發展的問題。

世紀末的921集集大地震造成中部地區居民生命財產的重大損失，更是對中部地區產業發展的一大打擊，尤其伴隨著台灣整體經濟發展的頓挫、失業率的攀升、加入WTO對農村的威脅、到災區觀光的卻步，種種的危機與挑戰橫阻著重建區的居民。

工藝研究所自設立以來，除積極輔導業者提昇技術水準與生產行銷外，對傳統工藝的地方產業、對社會文化發展所扮演的角色更有深刻的體認，因此也極力倡導發展地方特色工藝產業。無情的天災激起人們重新深刻思考未來的契機，建立地方特色已在台灣社會激起迴響，工藝產業的文化產業特質普遍的為重建區居民所接受，二千萬元的重建特別預算提供本所同仁深入重建區推動實現理想、一顯身手的機會，開始了重新塑造地方容顏的試驗。

二、在重建區推動工藝產業的願景與理念

921大地震中雖然本所地處斷層帶而受重創，好在人員無恙，在喘息初定，臨時工坊完成，機具設備安頓完畢，即刻本於職責所在投入重建區推動工藝產業振興的工作，即使是本所陳列館亦在重建區觀光業發展的考慮下，雖然餘震不斷，仍在翌年六月舉辦大型活動重新開幕，2000年12月的地方文化產業特色展是在震倒房舍的基地上舉辦，經費則是向文建會中部辦公室提案來的。

(一)願景：本所自民國八十年起與日本千葉大學宮崎清教授研究室合作，一起在台灣推動地方產業振興、地域活性化及後來的社區總體營造與文化產業的理念，全所同仁均具清晰的理念與一致的願景，即是藉工藝產業的發展，形塑地方的文化容顏，也唯有地方人在地方「人、文、地、產、景」等各項文化資源的深耕與創新發揚，才能促進地方的振興，進而及於全國的文化與產業振興。

(二)理念：本所同仁在多年的共識與相互之激盪學習的氣氛下，在策略理念亦已形成一致的共識：

- 1.傳統工藝的傳承發展需與社區總體營造的精神結合：台灣的傳統工藝由於生活形態的急劇改變，國內外產業經濟環境的擠壓，其生存空間日漸狹小，在生產者日趨老化、凋零，而消費的生活者有更多的選擇下，傳統工藝的創新能力顯然不足。傳統工藝產業應該回復到其發展的初期階段重新再出發，即必須與地方社區的傳統生活文化、歷史脈絡相結合，建立起生命共同體的意識，傳統工藝與地方振興相輔相成，才有再發展的機會。
- 2.以社區居民為主體的傳承發展：台灣的經濟發展潮流在經歷了委託代工，快速累積財富的高峰後，必須在過往的順境迷思中覺醒，今後的發展必須建立在地方自身的技術能力與文化背景的創意設計上，因此本所在人才培育的課程及平日的輔導溝通上均強調在地居民能力的培養，並尊重其自主性。
- 3.少量多樣，從在地行銷出發是建立特色的途徑：傳統工藝產業因其文化背景與生產特性，應該摒棄大量生產，行銷全國或全世界的慣性迷思，應該以創新開發、建立風格特色與品質形象，從地方社區人的認同，逐步建立口碑，形成風氣，配合觀光業的發展，才能建立文化產品的附加價值，立於不敗之地。
- 4.地方文化與天然資源的活用：它本來就是傳統工藝形成的重要元素，因此不論是中寮的植物染、石頭雕刻、集集的影雕、上安的梅枝工藝或大雁澀水的陶藝，均本著此項理念。
- 5.人類的造物天性與天賦的發揮：原始的人類因為生存的需要而製造器物，後工業化社會的人類則因為心靈的滿足而學習工藝，滿足造物的成就感。透過工藝接觸學習的普及化在常態分佈的人群社會中，必然可讓更多具有天賦的人才發揮其創意，加速社會的進步發展。
- 6.對農村轉型與觀光發展扮演重要角色：由於工藝具有文化性、審美性、大眾生活性及創新性的特質，它的發展將改變農村落後、老化的印象，產生源源不絕的生命力，從內心、從外表，在既深又廣的層面去改變農村的面貌，而它也將是觀光發展的「光」源之所在。

三、從人才培訓開始的重建區工藝產業發展

本所從事地方產業振興工作多年，對台灣工藝產業發展的脈絡，具有清晰的體認。大地震後，重建區普遍存在著心靈的不安與失業的困頓，居民急需找尋未來的希望與寄託。它給予本所同仁到地方上推動形成地方產業夢想的試練之機會，到目前為止，在社會各界、上級長官、地方居民、各種媒體朋友的鼓勵支持下，尚能維持前進的動力，以下介紹主要的案例：



（一）植物染在中寮：

本所染織科在十多年前先後網羅了兩位赴日留學回國的同仁，她們在日本體會了植物染發展趨勢，在本所從事植物染的研究與推廣活動，同時亦結合了幾位素有研究的同好，惟對植物染認識喜愛的仍屬少數。當受創嚴重的中寮鄉在思考未來的時候，全鄉沒有一家工廠，沒有傳統工藝產業的歷史，純粹是農業的山村，發展植物染布成為最佳的選擇，即使在缺乏經費的支援下，結合中華民國社區資源交流中心及地方的力量，招募了十位在地的家庭婦女，在帆布棚下靠著瓦斯爐及幾個鍋子，在2000年5月開始了第一期的人才培訓基礎班，在她們姑且一試，對植物染布完全陌生的猶豫中，憑著她們吃苦耐勞的毅力，樸實敦厚的互助精神，為台灣社區工藝的發展寫下新的歷史記錄：其一是她們為台灣社區工藝產業再出發的先鋒，其二是她們為中寮鄉形塑特色、地方發展奠下了一塊基石。她們的努力受到各級長官的肯定，而各種媒體的報導鼓勵，已使中寮植物染布這項老祖宗的智慧傳遍台灣，形成了鮮明的印象。這群可敬可愛的媽媽們相對於從前沒沒無名、委身於家庭中養兒育女，協助從事農事，如今她們走到社會的舞臺、走上講台、走到人群前面，充滿自信的介紹她們努力與學習、創意的結晶，她們的社會角色面貌將會日漸清晰。

中寮的植物染人才培訓在2001年9月進階班結訓後，在互相激盪鼓勵下組成「中寮植物染巧手工作坊」，正式宣告投入產業，持續奮鬥的決心。當然，萬事起頭難，工藝產業的創業更難，而此種集合眾人意願的事業尤其難，將來地方社區的認同與地方政府的協助將是很重要的因素。



（二）溪石雕刻在中寮：

由於社區總體營造的理念近年來在南投縣境內已普遍受到重視，其中尋找地方的資源、發展地方特色成為各地方的願望，當植物染培訓班開始後，中寮地方的人隨即提出另一項要求，因為他們家鄉的溪流盛產「鐵丸、化石、石心、黃臘、龜甲」等五種銘石，早已成為雅石收藏的對象，但他們卻缺乏加工的知識與技術，因而也提案要求本所去開班培訓人才。本所在實地瞭解及與居民溝通後，居於農村轉型，培養農民第二專長及地方文化產業，帶動觀光產業發展的需要，集合了13位地方人士，利用舊有的廢棄工廠，開始另一項嘗試，而居民們也不負眾望，如今每人皆能創作出令人愛不釋手的作品，在市場上受到相當的歡迎，他們也組成了「中寮雅石文化協會」，繼續發展中寮雅石文化特色。



（三）集集石材影雕工藝村：

影雕工藝是本所多年來研究發展出的精密加工技術，它綜合電腦影像處理、感光成像、水轉印、石材加工、噴砂、彩繪貼金等技藝，將照片、圖案、文字等影像鏤刻在石材或各種材料上，可以製作出具有浮雕效果的精緻作品，適用於少量多樣的創作品和限量訂製品。

本所素來與集集地方人士有所來往，亦點狀在集集小鎮嘗試推廣，但到底人少，成不了氣候，地震後結合了永昌國小、集集文化協會、集集鎮公所等單位的共識與資源，於八十九年8月開辦「集集石材影雕工藝技術人才培訓班」，以集集附近溪流的小石頭為材料，應用新穎精緻的感光影雕技術，把集集小鎮的自然文化影像鏤刻於石頭上，開發製作出一系列的文玩、印章、擺飾、拓印石板等具有集集地方特色的觀光紀念品。

經過兩階段三班次的人才培訓後，這些人基於對工藝及鄉土的熱愛，組織了「有限責任南投縣集集石材手工藝生產合作社」，共同出租了一塊地，搭建出他們夢想實現的「集集影雕工藝村」，營建出他們生產製作、創意實現的基地，同時也是外地人到集集體驗學習、採購紀念品留下記憶的園地，他們的勇氣值得喝采，他們的愛鄉情懷讓人動容。



(四) 水里上安村的梅枝工藝：

上安村位於水里鄉的新中橫公路兩旁，區內以茶、梅、葡萄為主要農產品，而「天山梅」為最具代表性的產業，每年定期舉辦賞梅等產業文化活動吸引遊客，經多年努力，逐漸以「梅的社區」打出知名度。為求梅樹生長茁壯及增加梅子產量，每年需定期砍除老枝幹及清除多餘枝條，此等梅枝幹殘材除了作為燃料之外，就是棄置於梅樹下任其腐朽，如何將此殘材加以充分利用，成為社區共同思考的課題。當社區居民將此殘材工藝利用的可行性向本所諮詢時，本所的肯定答覆與鼓勵給了他們很大的信心，也促成了梅枝工藝種子人才培訓的開班，參加的人包括了中年農民及國小的學生，他們的作品包括生活化的題材如豬狗，環境中獲得的題材如吊橋、農舍等，各個生動活潑，創意極佳。

本所於89年11月開辦了人才培訓班，12月即參加本所舉辦的地方文化特色產業展，由於作品展出深獲觀眾好評，經由報紙媒體多次報導及電視採訪，已成為代表上安社區的特色工藝，並於展後陸續接獲梅枝鉛筆訂購及邀請示範展出，梅枝工藝已在梅文化產業發展中發揮了相輔相成的效果，梅枝工藝的學習豐富了梅產業文化的內涵，同時啟發了文化創意的生命力。

（五）魚池大雁村澀水陶：

魚池地區有豐富的粘土，在南投陶發展的末期曾經是重要的產地之一，隨著南投陶的衰落而埋沒，大地震之後，居民在思考未來的發展之時，隨著社區營造居民思考的潮流及對觀光業發展的期待，除了環境的整備外，在純為農業的鄉村，重建陶瓷產業亦被寄予厚望。而本所多年前即已對該地出產的粘土加工性質做過專題研究測試，得知其為優良的陶瓷粘土原料，也與地方人士有所接觸，請求本所協助成為順理成章之事，而地方人士更已主動完成簡易陶藝工坊教室，雖僅有簡易的設備，但社區人士已迫不及待要開班了。澀水社區是傳統農村，居民內聚力甚強，他們白天忙於農事，只於利用晚上及假日上課，雖然上課時數不多，但課程內容卻不少，從澀水粘土的練土，拉坯練習、石膏翻模、灌漿，甚至釉藥調配，皆有初步的概念，接下去就是不斷的練習精進了。澀水社區除了陶土資源外，鄰近的蓮華池分所堪稱為世外桃源，生態資源豐富，而阿薩姆紅茶也曾盛極一時，整區實有極大的發展潛力。



（六）重建區陶瓷業者的再出發：

921大地震中，陶瓷業者受損嚴重，如何協助業者再出發成為本所的一大課題，本所向來缺乏補助經費，只有從提高業者技術、設計等能力著手。當簡易工坊剛完成，靠著幾台倒塌工坊搶救出的機器，就辦起陶瓷釉藥調配講習，歷時十二週，同仁將多年研究經驗心得傾囊相授，學員們認真學習，自發性地追求成長，也促成本所繼續開辦90年「重建區陶瓷產品開發輔導計畫」之成長課程，每週上課兩天，為期半年，且家庭作業相當繁重。

陶瓷產品是最貼近生活的文化產業，國內的陶藝作品已具相當的水準，但生活陶瓷的文化卻是台灣社會最弱的一環，作為陶瓷工藝從業的一份子，有必要生產提供具優良設計品味及特色風格的產品供國人使用。本開發輔導計畫除了強化陶瓷產品多元產製技巧之知能，更傳達深層的生活文化與工藝結合之體認，期能培養業者現代設計理念，以及豐富的想像，形塑高品質、豐富而清新的陶藝新風貌。學員經由研習心得之分享，進而增益專業體驗並擴大視野，除了增進了陶藝產品的美感質素，也豐富了產品形式表現與品質提高的可能性，使業者強化對於新產品開發之自信心，同時在老師的指導下，每

人均完成了一套新開發的產品。

（七）相關的輔導措施：

除了上述從人才培訓出發的產業振興輔導外，在本所多元的輔導方案中尚有如下兩類：

1. 補助業者及委託專業學術單位從事新產品開發：

在當前的工藝發展中，一項相當大的瓶頸即是新產品的開發，因為產品開發的投資相當大，風險也大，而工藝業者規模均很小，資金不足，何況其研發的技術能力仍須進一步提昇。另一方面，國內學術界投入工藝產品開發的研究者相當稀少，本次特別預算也是難得的嘗試機會，經過公開徵選，共補助了13家及4件委託辦理專案，從事產品開發的輔導工作。

2. 辦理推廣行銷輔導：地震後中部地區觀光業一落千丈，隨之而來的則是已連續兩年的景氣低迷，工藝業更是雪上加霜，唯一值得欣慰的則是全國同胞的愛心及媒體的關心。

本所本於地方工藝品發展的特質，因此特別於台北市開闢一展示販賣的窗口—華陰街的地方文化產業館，雖屬起步，尚待充實，也需要更多的宣傳推廣。而自本所在重建區的輔導工作推行以來，各種媒體均加以



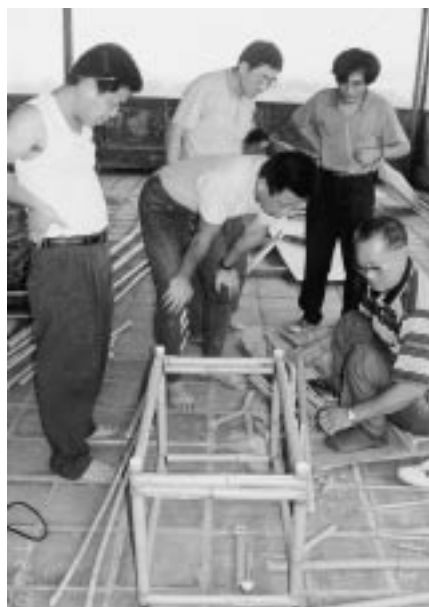
極大的關注並予以鼓勵報導，本所也與民生報合作製作系列報導並印行推廣專書，另外對具體的社區團體則拍製錄影帶及光碟，以為進一步的推廣之用。另一項影響更為深遠的則是重建區工藝產業振興網站的建立，它也將成為推廣台灣工藝文化、技術、產品行銷推廣的利器。

四、重建區工藝產業未來發展的機會與限制

重建區位處台灣的中心地帶，也是台灣重要的旅遊休閒場所，高山、丘陵、盆地、湖泊、水庫構成多元變化的景觀，也使得農業發展極為多元化。早期伴隨農業發展的傳統工藝產業相對發達而具特色，隨著台灣產業外銷的發展，曾經創下輝煌的記錄，但也因大量的外銷而喪失其產品的文化特色，隨著經濟環境的變動，勞工成本高漲，各種商品流通的迅速與便利，使得具地方特色的工藝產業根基日漸流失。地震的災害，一方面使原有的基礎破壞，一方面則是激起了對未來的思考，對過往的省思，經過了兩年來的踐履，也可深入思考此產業的機會與限制。

（一）機會：

1. 文化意識激起了地方發展的意識，全球化的風潮更強化了地方化的思考：全力拼經濟是早期政府與民間一致的方向，那時地方居民或生活者的思考與需求是被忽視的，因此地方的文化特色逐漸消失，近十年來地方產業的認識、地域活性化及社區總體營造政策的推行，激起了地方自主的地方建設的思考，又在加入WTO的激盪下拓展出全球化的視野，但必須以在地化的行動來對應是各地的生存之道，因此從中央到地方、到居民，形塑地方特色已是一致的共識，而工藝產業則是其中重要的一環。
2. 工藝產業的多方面功能與效益將在現代化社區中呈現：如週休二日實施後，民眾休閒度假的時間增多，休閒產業應運而生，工藝活動是最有成就感的學習與創造活動，終生學習的時代需要，更可發掘更多人的創意天賦，在藝術、設計上豐富人的生活內涵。在高齡化的社會，工藝活動可促進老年人的健康與生存意義，更是溝通及傳遞情感的媒介，所以工藝不僅在器物



的生產、藝術的創造、經濟的收益，也在豐裕人的精神生活。

3. 資訊傳播的廣泛迅速，也是形塑特色的機會：隨著地方意識的抬頭，地方特色的研究探索更為深入，透過媒體的報導，藉著文字影像的傳播，各種文化的內涵更容易提昇社會的認知，工藝文化的風土人情必更能成為大眾欣賞的對象。
4. 高品味、個性化的趨勢：當代社會競爭激烈，多數人的工作單調而緊張，甚至每天坐在電腦螢幕前數小時，工作之餘，居家生活的環境必然是生活的寄託，高品味、個性化的塑造則是教育水準普遍提高後的趨勢，精緻的、帶感情的、手工味道的工藝品將有愈來愈大的空間。
5. 與自然共生的環保趨勢：進入工業化社會以後，大量生產以促進消費及大量消費以促進生產的經濟原則，養成人們用後即丟的習性，不僅造成能源的大量消耗，更造成環保的垃圾問題。工藝品率皆取材自天然材料，製造過程以手工為主，注入了人的感情與巧手慧心，因此更值得愛惜珍

視，其欣賞使用的時間更為長久，甚至成為傳家之寶的紀念物，此社會價值觀的改變、工藝的技藝表現與創意的價值將更受到重視。

（二）限制：地方工藝產業的發展雖如上所述充滿了機會，但卻也存在各種挑戰與限制：

1. 設計創新人才闕如，生活美學教育待加強：長期以來，由於教育政策規劃與執行的偏頗，工藝美術教育並未能培養理論與實務兼具的人才，因此具有技藝實力的設計創新人才，具有思想、理念而能帶動風潮的思想家均感不足，形成工藝產業升級的瓶頸。而生活美學教育的不受重視則加速民間生活內涵的庸俗化與速食化，使優雅的工藝品之推廣陷入困境。
2. 進入WTO後，國外廉價品的傾銷：就生產成本而言，工藝產業之勞工成本比例較高，而台灣已是高工資的社會，在加入世界貿易組織後，國外代工的產品源源而入，使我國的產業失去競爭力。
3. 智慧財產權保護尚待加強：創新開發是維



持產業發展的動力，國內智慧財產權的尊重與保護施行，尚待建立全民的共識，才能鼓勵民間設計創新。

4. 地方建設能否長遠規劃，落實執行：發展具特色的地方建設，因為是近年來才受到重視與討論，所以傳統上急功近利的思考與行政慣性仍在，紮根基層短期不易看到成果的工作，在選票考慮下常被忽視，譬如發展觀光業是很重要的火車頭產業，但如果不能從地方社區文化、人的品質做起，觀光業的發展將遭遇瓶頸。工藝產業是極能代表地方特色的文化產業，從地產地銷的理念出發，它要得到社區的認同與觀光業的配合推動，才能相輔相成。
5. 重藝術、輕工藝的傳統認知，阻礙工藝的發展：傳統上認為「形而上者謂之道，形而下者謂之器」即已相當貶抑工藝的價值，而社會上對藝術一知半解，卻又過度仰望，因而扭曲了藝術與工藝的社會價值觀，無形中阻礙了工藝的發展。

五、成果與討論

- (一) 本案重建區工藝產業的振興，其中的社區型產業可以說都是從無中生有，全新的開始，不論是中寮的植物染布、溪石雕刻、集集的影雕、水里上安的梅枝工藝或魚池澀水社區的陶藝，而其開始則是從到地方社區辦理人才培訓，其目的則在增加就業機會，建立地方特色，經過兩年多的實驗，初步的成果應該是值得肯定的。其因素如下：

- ① 危機中的機會：震災誠然造成生命財產重大的損失，但在重建過程中，政府特別投注經費與心力，民間與媒體的特別關注，形成有形、無形的力

量，譬如中寮的植物染布，在很短的時間內即形成具有全國知名度，從研究所到社區招生開班，家庭婦女願意來學，學了以後即成立工作室準備接單生產，至今還能繼續不斷，這些都是伴隨震災而來的機會。

- ② 謹慎評估到社區開班：發展地方特色產業必須從地方的歷史及人文地產景等資源去評估，從工藝的技術層次、文化內涵、社會的需求性去評估未來的發展性。而到社區開班培訓，則是對農村就業最直接而可能的幫忙，因為不管是有家庭或小孩要照顧的家庭主婦，或是有農事要耕耘的農人，都不可能暫時放下工作到外地去學習技藝，尋求就業或轉業的機會，在地的學習隨時可以返家照顧，甚至把幼兒帶著一起學習，得到更多人的關照，更像一家人，而它也成為後來成立團體永續經營的基礎。從本計畫參與者的背景、學習動機及學習過程，都可觀察到此特性。另外，工藝的學習與生產具有相當的個人性，它沒有眾人一致的生產線，可隨時開始或停止，農閒或農忙可調節，因此對農村零碎時間的充分利用具有極大的彈性。

- (二) 特色產業的形象塑造：地方特色的塑造已成為各級政府與民間努力的目標，其成功的因素極為複雜，但其首要則是要得到社區的認同，才能在大家一起打拼下，得到外界的共鳴，本計畫由於都是以地方人為主體，以地方的材料製作，以地方的生活文化資源為設計創作題材，是極為貼近生活的工藝品，是很樸實敦厚的民藝品，經過長久的堅持，自能建立口碑，由近而遠，建立優良的

特色形象。

(三) 具發展性的社區產業：由於本計畫的推動都是從人才培訓開始，課程規劃內除了製作技術的傳授外，更加了文化產業與社區營造的內容，也實地從事地方文史資源的調查了解，因此每一位學員都是社區營造的種子，譬如陶藝工作者與附近的小學及餐廳結合，即可改變使用塑膠餐具的習慣，環保與品味俱得提昇，所謂形象就是如此點滴形成的。而彼此都是同一培訓班出身，又在同一工作室或合作社工作，它的社區意識將不同於如鶯歌或三義等已出名的地方。

(四) 研究成果技術轉移：本計畫不論是人才培訓或產品輔導開發，都是多年來研究成果的技術轉移，因為它是由同仁認養一個計畫或一個社區，長期的、隨時的從旁指導協助，尤其是集集的石材影雕技術，它運用先進的電腦影像處理、感光造像、水轉印等技術及傳統的石材切割、研磨、噴砂、彩繪貼金等技法，是本所多年研究的成果首次轉移到社區，它可應用的材料相當寬廣，揮灑空間相當大。

六、結論

台灣的傳統工藝產業在急速工業化、工資高昂及貿易自由化的衝擊下，在歐美日等高級品及大陸、東南亞廉價品傾銷之夾擊下，面臨人才流失、技藝斷層的危機。921集集大地震對中部重建區的工藝產業無疑更是雪上加霜，但危機也是轉機，它成為本所同仁實現在社區重建工藝產業夢想的機會，不論是從人才培訓開始的社區產業建立，或者是技術設計及行銷推廣計畫，都得到了初步的成果，為重建區的產業特色塑造，紮下

了紮實的基礎。

由於工藝產業的特質，如它的文化性、大眾性、經濟性、創新性、生活性等，使它極為適合農村對應加入WTO後的轉型發展，尤其是在地的人才培訓，更適合農村文化、人力、智慧的發揚，它在一鄉鎮一農園以發展觀光的策略中，將是休閒產業、學習產業的重要內涵，而地方特色也將點滴的累積形成，農村的發展將因工藝產業與觀光業相輔相成的發展而更紮實。

北歐及日本的地方傳統工藝產業名傳天下，讓人印象深刻，但那是他們百年以上努力的成果，台灣已是競爭相當激烈的社會，要力爭上游，不僅是國內的競爭，更要準備好國際的接軌。重建區所輔導的工藝產業，目前可說是尚在起步階段，經濟效益仍相當薄弱，但對農村智慧的開發，生命力潛能的觸動，提供了無限寬廣的空間，我等將報以樂觀其成的期待。🙏

本文作者係國立臺灣工藝研究所 所長
