

活化具有地方特色工藝產業

●楊宗孝●

壹、經濟部對於地方特色產業之定義

經濟部中小企業處自民國七十八年起著手輔導國內諸多鄉鎮社區之地方特色產業，對於地方特色產業之認定，除了當時所制定的專案計畫作業要點有所規範外，其後歷經多年的推動執行，隨著產業與社區發展的快速變遷，社區總體營造的觀念深植民心，致使全國各地特色產業不斷興起，其用以規範之認定標準早已不是那麼界限分明，地方特色產業已朝向多元化的綜合發展，它可以同時兼具下列二或三項要素，譬如說竹山竹器產業，不僅僅是當地竹山鎮的歷史性產業，更是融入居民生活的屬消費性質民生產業。以下僅就作業要點規範之三項定義列舉說明：

一、具有歷史性或獨特性之產業。

例如：台北縣鶯歌陶瓷、苗栗縣三義木雕、彰化縣鹿港宗教文物雕刻、新竹市玻璃工藝。

二、對地方經濟及社區發展有貢獻之小規模企業群或產業。

例如：新竹縣尖石鄉雪霸泰雅經濟發展、屏東縣三地門原住民手工藝、花蓮縣豐田社區產業。

三、屬消費性且可發展為鄉、鎮、區特色之產業。

例如：宜蘭縣白米社區木屐、南投縣竹山竹器、台南縣白河蓮花產業。

貳、地方特色產業發展類型及其輔導方向

在中小企業處所輔導的地方特色產業案例中，依其發展屬性，大致上可以區分為：傳統產業傳承與振興、傳統產業轉型再出發、創造新興地方特色產業、社區總體營造結合地方特色產業、原住民族工藝產業發展等五大類型，當然在輔導方向上也會有些許的差異。

發展類型	產業案例	輔導方向
傳統產業傳承與振興	鶯歌陶瓷、 三義木雕、 鹿港民俗工藝	保留當地原有的產業文化，培訓傳統工藝傳承人才，協助提升經營管理能力，建立行銷管道，辦理產品促銷宣傳展售活動。
傳統產業轉型再出發	新竹玻璃、 埔里造紙、 苗栗裝飾陶瓷	以當地原有的產業為基礎，強化其新產品技術研發能力，建立地方特色產業品牌或識別系統，塑造產業新形象。譬如將新竹原有的生產傳統玻璃器皿工業技術，轉移製作高附加價值的玻璃藝術品及工藝品。
創造新興地方特色產業	中寮植物染布、 觀音蓮花、大甲芋頭酥	當地原本沒有這項特色產業，譬如中寮鄉於921地震後，經由台灣工藝研究所培訓在地婦女學習染布及縫紉技術，協助成立經營組織及管理制 度，建立行銷管道，才創造中寮植物染布產品品牌。
創社區總體營造結合 地方特色產業	宜蘭白米木屐、 屏東老庄腳椰子	為改善社區居民生活環境及創造就業機會，透過社區營造發掘出社區內可轉化為經濟產業的資源，譬如白米社區自主共識，以木屐作為產業發展的主軸，成立社區共同經營組織，培訓生產、 管理及觀光導覽等人才，是文化產業化及社區自主的典範。
原住民族工藝產業發展	台東建和木雕、 苗栗泰安織布、 屏東三地門藝術村	原住民族在台灣社會中，長期歸屬弱勢族群，然而其文化及工藝極具特色，所欠缺急需協助的是經營能力及製造技術的提升，行銷通路的建立，培育產業專業人才，指導商品設計藝術化，以提高產品附加價值。

參、政府應全力輔導地方特色產業

今年五月份在一場計畫審查會中，有位審查委員問我：「政府於全國大力推動地方特色產業，而且其手法均導引其結合觀光休憩旅遊產業。我懷疑台灣真有那麼多的地方具有特色產業嗎？即便是有，台灣就只有二千三百萬人，何來那麼多的觀光消費人口來維持產業生存，這恐怕是政府未經仔細思考的政策，將會誤導了業者及民眾。」

本人負責地方特色產業輔導工作已進入七個年頭，在四年前也曾經被這個問題自我困擾許久，後來經歷多次且不同類型產業的輔導經驗累積，才終於想通了。這個問題的關鍵點在於它的考量因素，必須跳脫輔導傳統量產製造業的模式，而從為了改善在地居民生活及地方文化永續發展的角度切入，來檢視政府輔導地方特色產業政策及方法的正確性及其必要性，觀念就會豁然開朗了。

以下就經濟部中小企業處所執行地方特色產業輔導專案內容加以說明：

一、輔導目的：振興傳統特色產業、創新地方特色產業、發展地方經濟、居民保有在地就（創）業機會、打造優質生活環境、吸引國外消費市場。因此，紮根地方特色產業，是社會安定的一股力量。

二、輔導步驟：執行三階段輔導，推動地方產業發展

（一）播種萌芽期（示範輔導期）：重點輔導與協助。

（二）成長茁壯期（資源整合期）：橫向點與線的結合。

（三）開花結果期（行銷推廣期）：帶動整體產業發展。

三、輔導方式：

（一）振興傳統特色產業（以鶯歌陶瓷產業為例）

鶯歌一直是以陶瓷產業聞名全國，即使有其他地區同樣發展陶瓷業，也無法取代「提到陶瓷就想到鶯歌」這種第一品牌的地位。中小企業處負責鶯歌地區整體陶瓷產業的輔導，籌組鶯歌陶瓷觀光發展協會，培養地方組織有能力每年配合台北縣政府辦理陶瓷嘉年華會活動。另外配合商業司輔導尖山埔路陶瓷老街商圈再造，協助鶯歌成為國內陶瓷產業重鎮。雖然有許多人士批評得沒錯：「鶯歌賣的產品中，滲雜了許多大陸貨」。個人認為觀察重點應該放在：1. 以產業長期發展來看，大陸低價品的充斥應該只是過度期，當年MIT某些量產品，不也是曾經以低價大量而雄霸世界市場第一名。2. 業者目前還能夠賺到錢，先求維持生計，再追求永續發展。3. 君不知真正有心發展地方特色產業之業者，早已致力精研產品技術、發揮設計創意、展現經營實力，又何懼外來產品的衝擊；而這樣的業者在鶯歌比比皆是，如市拿、台華、和成..等等。

（二）創新地方特色產業（以桃園縣觀音鄉蓮花產業為例）

在市場上爭取誰是某項產品的第一品牌的確非常重要，而這個光環同樣適用於地方特色產業身上。譬如說：提到木雕就想到三義，說起童玩節就想到宜蘭，當然說到蓮花節就公認非白河莫屬了。可是偶爾也會有異軍突起的案例，八十九年在一次偶然的機會下，桃園縣觀音

鄉開始發展賞蓮產業，而且在短短的兩三年間，即營造出「南白河、北觀音」各自雄霸一方的態勢。觀音之所以能急速竄起，必然有其發展優勢及成功經營之道，值得我們深入探討。

（三）發展地方經濟（以新竹縣尖石鄉雪霸泰雅經濟發展為例）

尖石鄉是一個貧困的原住民部落，經濟收益大部分是依靠農作物的種植，但因位處窮鄉僻壤交通不便，長期以來農產品的行銷通路完全掌控在行口的手中，盤商常故意壓低收購價格，使原住民辛苦耕種卻血本無歸。本處輔導協助成立雪霸泰雅合作農場，計有80餘戶農友加入農產品共同運銷行列。輔導後，農戶每年收入平均增加2至3倍。另自九十年起著手規劃當地農業轉型經營觀光產業，如觀光果園、原住民美食餐廳、民宿等等，以吸引周休二日的休閒旅遊人口前往消費，並因應我國加入WTO之衝擊。

（四）居民保有在地就（創）業機會（以屏東縣老庄腳社區椰子產業為例）

很多人都不知道國內的椰子每年生產過剩，再加上由東南亞大量進口的競爭，除使農民收入大幅降低以外，更造成椰殼廢棄物難以處理的垃圾問題。本處選定以椰子密集種植區的屏東縣老庄腳社區為輔導對象，協助社區農民研發省力的自動剝殼機械，將外殼處理過後成為可方便消費者直接飲用的剝殼椰子，並直接透過超市賣場行銷以提高售價。另研發椰殼自動攪碎機，每年評估可處理減少80%之椰殼廢棄物，並將攪碎的椰

殼纖維製造成有機的肥料及種花的介質。當地社區居民更將椰殼加工做成樂器及DIY的工藝品，還籌組樂團應聘出外公演自娛娛人，創造了椰子社區的特色產業及居民就業機會。

（五）打造優質生活環境（以宜蘭縣白米社區木屐產業為例）

白米社區五年前原為一個沙塵滿天，並導致人口外移嚴重的偏遠窮困社區。經本處編列四百萬元分三年三階段輔導，協助居民自組生產合作社發展社區木屐產業，並將白米社區創造成為全國最具文化產業特色的木屐村。自輔導的第三年（八十九年），社區達成了300萬元的產業及觀光營業額，隔年（九十年）更倍數成長達1000萬元。由於生活環境改善及有了就業機會，外移的人口也開始回流。

（六）吸引國外消費市場（以台北市愛國東路婚紗街為例）

都會型的商圈常常能夠見到某項產業群聚的街區，探就其開店優勢應為地處繁華都市，竟日車水馬龍人潮不斷；然而經營成本較高與生意競爭激烈，相對也是許多業者不得不結束營業的主要原因。所以，不斷的推陳出新好點子新商品，以滿足舊客戶及招攬新客戶，是為業者生存之道。台灣的婚紗攝影技術一流、價格低廉及可以多樣化選擇的特點，早已聞名於世。因此，如何將街區店家組織起來，並與媒體及旅遊業者結盟，以高品質和快速的服務，吸引國外結婚團體來台渡蜜月，同時配套安排婚紗紀念照，將是可擴大客群的有利賣

點。

（七）社會安定的一股力量（以南投縣中寮植物染布產業為例）

經歷了九二一大地震，小小的南投縣中寮鄉卻因受災嚴重而得一夕成名，居民除了忙於料理善後之外，立即面對的就是生計問題。此時，國立台灣工藝研究所召集一群當地的家庭主婦，指導學習純植物染布技術，使其擁有可謀生的一技之長。內政部給予度過難關的以工代賑補助，九二一重建基金會適時支援生產所需的材料設備經費，喻肇青老師的團隊陪伴媽媽們心靈獲得支柱，重建委員會和中小企業處協助輔導經營管理制度，建立產品品牌及行銷通路。社區媽媽們經過三年的吃苦努力，「中寮植物染工藝品」已在全國打響了知名度。所以結論是，當每個家庭都有了穩定與足夠的經濟收益，整個社會才能安定。

四、政府扮演角色：

（一）小而美的輔導機制（以苗栗縣傳統陶瓷產業為例）

塑膠製品的輕便及價廉，迅速取代了生活中陶瓷器皿的地位，加上台灣人工成本大幅提高，導致國內勞力密集產業不斷外移，傳統陶瓷產業在現實的環境變遷下，真是不落歿也難。但是誰料峰迴路轉，陶瓷業搖身一變成了文化產業，玩陶捏陶DIY成為流行時尚，適時給予業者一個很好的經營轉型機會。中小企業處切入重點，從一開始的輔導苗栗傳統陶瓷產業，第二年轉而協助業者與周邊其他業種結盟，以串聯當地資源，形成多樣化經營的事業生命共同體。因

此，政府的輔導方面並不是什麼都要管、處處都要照顧，而是要善用槓桿原理，花少許的經費，用引領的方式，激發業者經營的潛能與投資的信心，達到協助文化產業永續經營的目的。

（二）行銷與推廣（以屏東縣三地門排灣藝術村為例）

早於日治時代，三地門鄉即為原住民族藝術薈萃之地，近年來更因為政府及全國民眾對於原住民族生存權利和文化傳承逐漸重視，連帶使得三地門原味十足的手工藝產業欣欣向榮。但是三地門工藝產業同樣的也面對仿冒品及大陸、東南亞低價品的競爭，因而如何達成「塑造三地門產業整體形象及各別品牌、兼具內部與對外行銷、做到多元化產業複合式經營、推動原住民族文化知性之旅」等工作目標，將是三地門發展文化產業的致勝關鍵。

肆、日本對地方特色產業發展的重視與建言

日本推動社區發展及活絡地方產業工作，較之我國提早二、三十年，其推動之手法及經歷之過程，常為我國觀摩與學習的對象。二〇〇二年三月二十日，日本地方經濟綜合團體——商工會議所，提出一份應全力振興地方產業之建言，報告中的主要內容，在在吻合了現今台灣發展地方特色產業應有的觀念和作法，將其建言重點試著修飾後摘錄如下，謹供諸位參考：

在經濟社會多元化、個性化及全球化之潮流下，地方產業不僅為國家固有文化資源、物品製造文化的資源、國家對外的顏面，亦為全民之財產及地方競爭致勝的工

具。惟地方產業應在各地生根，若是一旦潰散，不祇該項產業空洞化，亦將影響雇用，甚至停滯地方社會發展。

地域之間競爭日益激烈，故為地方傳統資源的地方產業再度引人矚目，年輕人開始重視手藝振興「本國文化」的現象處處可見。故促進創業及雇用，以活絡地方產業，不可或缺。

現存的地方產業，一直在傳統的維持與革新之間掙扎、在排斥與融合中應變，約可歸類為「產業再生者」及「傳統文化延續者」，今後均應與觀光產業加強合作。因此，活絡地方產業並非單一產業的問題，而係地方整體事務，其作法建議如下：

一、生活內含地方產品、擴大需求

（一）因應消費者需求

- 1.徹底掌握消費者需求，除重視女性客戶、提高銷售者能力之外，滿足消費者需求的服務態度，也應隨時注意。
- 2.為迅速因應消費者需求，異（同）業者交流、開發富有本國文化的系列產品等工作，益趨重要。

（二）改善銷售方式

- 1.依業種、產品，大膽改採產銷一體化策略，檢討單獨或共同直銷方式。蒐集整理都會區居民出生家鄉別及參加展售會的入場顧客基本資料，以便適時寄送產品廣告。
- 2.活用網路，搭配地方產品以外商品共同銷售，並在國內外大都市設置地方產品銷售據點。當然，應考量能正常營運要比設置銷售點更為重要。

二、地方產業與觀光合作

（一）確立產地品牌並與觀光合作

1.除做好現有產品的產地直銷外，亦需發掘地方產業新產品，並配合產地研修、體驗學習、民宿等，參與觀光事業。

2.如條件許可，考慮設立「地方產業博物館」、「主題公園」。另為因應國內外遊客，應培訓解說員及設置外語標示。

（二）舉辦有特色的產品展

- 1.一般的物產展雖多卻缺少特色，應積極檢討在都會商圈舉辦小型特色產品展及參加國內外博覽會。
- 2.鼓勵大企業及行政單位以地方產品做為贈品，並舉辦設計競賽活動。

三、強化輸出策略、發掘國外需求

（一）產業應有向國外推銷地方文化及本國文化的氣魄，努力開發可避免與國外產品競爭的傳統技術及建立品牌，生產少量多樣的手工高級品。

（二）活用駐外使館單位，設置本國文化介紹中心，推介國內文化及地方產品。

（三）可與國外傳統產業合作，設置當地顧問、強化海外市場調查。

四、設計開發、提升技術

（一）中央政府除培植企業內設計家、指派指導設計家、促進產官學合作，以降低產業研發投資風險，亦可考慮設立以指導地方產業為功能的國家設計中心。

（二）地方政府為建設地方，必須振興地方產業的傳統技術。

五、加強技術教育、培育人才

（一）政府除鼓勵地方產業創業外，對於轉業也應予以協助。地方產品製作體驗，應列入中小學教材，藉以振興技術教育。

(二) 政府應加強協助傳統工藝專門學校及學生，包括學生畢業後之工作確保。

六、制定規章、檢討交流

業者應改善委託銷售及會計制度等交易行為，制定內外透明的交易規章。

七、徹底活用資訊科技 (IT)

(一) 地方產業為開發新產品、新技術以及資訊管理，則必須積極活用資訊科技，尤其要透過資訊參與瞭解市場活動，以掌握消費者需求，做好生產調整。

(二) 業者雖已運用網路行銷，今後亦應融合數位技術與模擬技術，幫助產業改走高科技路線。

八、行政單位任務再確認

(一) 政府現有以產業聚集為導向的「地方產業振興策略」及以傳統工藝士等個人為對象的「傳統產業振興策略」，應研擬支援上述策略的綜合策略，如設立連線各地的地方產業中心，以及支援市場活動與設計開發的「地方產業國家中心」。

(二) 對外宣揚文化，對內產業人才培訓，並促使學校重視地方產業教育及獎勵設備教材採用當地產品。

(三) 地方產業係地方競爭致勝工具之一，除與觀光產業發展等其他振興政策結合外，相關之活動及會議，應擴大讓產業與居民參與。 

本文作者係經濟部中小企業處技正

※本節重點摘錄自台北駐日經濟文化代表處經濟組九十一年四月「日本商工會議所對振興地方產業之建言」報告。