

翁

徐得

傳統手工藝的創新經營



翁 徐 得

傳統手工藝的創新經營

☆ 簡 歷

- ◆ 台灣大學農學博士
- ◆ 國立台灣工藝研究所所長
- ◆ 台灣省手工業研究所技士、技正兼組長、所長。
- ◆ 代 表 著 作
 - 台灣的漆器—尋根與展望
 - 竹山地區工藝資源調查與工藝振興對策之研究



翁 徐 得

傳統手工藝的創新經營

☆ 授課大綱

- 一、 傳統工藝的特質。
- 二、 台灣傳統工藝的發展。
- 三、 傳統工藝的最新趨勢：
 1. 文化覺醒下的工藝價值觀。
 2. 形塑地方特色中工藝的角色。
 3. 工藝公園的經營。
 4. 社區工藝的展開。
 5. 休閒與學習產業的潮流。
- 四、 文化創意產業風潮下的工藝產業經營。

☆ 參考資料

1. 《台灣工藝》
2. 《台灣手工業》季刊。

☆ 參考文章 1

推展工藝產業 形塑地方容顏

文／翁徐得（國立台灣工藝研究所所長）

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。

翁 徐 得
傳統手工藝的創新經營

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台、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

翁 徐 得
傳統手工藝的創新經營

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、發展地方特色成爲各地方的願望，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，因爲他們家鄉的溪流盛產「鐵丸、化石、石心、黃臘、龜甲」等五種銘石，早已成爲雅石收藏的對象，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爲材料，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、葡萄爲主要農產品，而「天山梅」爲最具代表性的產業，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。爲求梅樹生長茁壯及增加梅子產量，

每年需定期砍除老樹幹及清除多餘枝條，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，而阿薩母紅茶也曾盛極一時，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

翁 徐 得
傳統手工藝的創新經營

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：
全力拚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，而它也成爲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爲各級政府與民間努力的目標，其成功的因素極爲複雜，但其首要則是要得到社區的認同，才能在大家一起打拚下，得到外界的共鳴，本計畫由於都是以地方人爲主體，以地方的材料製作，以地方的生活文化資源爲設計創作題材，是極爲貼近生活的工藝品，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，課程規劃內容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，因爲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，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。

☆ 參考文章 2

台灣陶藝如何走進文化創意產業

文／翁徐得（國立台灣工藝研究所所長）

推廣台灣陶藝的文化創意產業，必須先落實生活美學教育的推廣，擴大國內市場的需求，並且鼓勵創新，提昇競爭力，繼而以行銷手法將台灣陶藝推廣至海內外，而這需要全體國民的共同參與。

陶瓷是中國的傳統工藝，享譽國際，源遠流長，台灣的傳統陶瓷約於兩百年前傳承自中國大陸，早期僅生產碗、碟、缸、甕、盆與罐等日常生活用品，以鶯歌、南投、苗栗等地區為集中地。時至今日，雖歷經沒落，鶯歌地區仍為台灣的陶瓷發展重鎮，苗栗與南投地區則發展出與觀光結合的陶藝工作室，從事創作及生活陶的設計開發。

國內的陶藝創作在 1950 年代即有少數受學校教育者開始啟蒙，1960 年代起各種傳統陶藝、現代陶藝的展覽即開始蓬勃發展，甚至參加國際展覽競賽亦迭有佳績。各公立文化、社教機構及其後各縣市文化中心經常舉辦陶藝展覽，民間畫廊的陶藝展也相當活絡。1993 年文建會主辦的台北國際陶瓷博覽會則是陶藝創作與產業發展的另一高峰。近幾年來則由於社會、經濟環境的遽變，面對自由化的衝擊與中國大陸的競爭，陶瓷產業日益萎縮，生活飲食文化中的陶瓷器皿逐漸消失，因此，如何結合傳統陶瓷文化與產業，發揮創意，從社會整體層面的思考，建構陶瓷產業發展的軟硬體環境，是需要集思廣益，努力以赴的。

生活美學教育的紮根與推廣

當前台灣社會由於生活美學教育的薄弱，導致塑膠餐具及用後即丟的免洗餐具大量而普遍地取代了傳統優雅、環保而衛生的陶瓷餐具，它不僅是文化界、環保界憂心的議題，也造成今日陶瓷產業發展的瓶頸，其影響所及，乃是整個社會價值觀、社會風氣及產業生態的改變。如果要有所作為，則必須長期而全面地耕耘，日積月累才能見其功效。

生活美學教育首先當從學校教育開始，台灣的教育已面臨轉捩點，大學招生員額將超過應試者，大學畢業並不保障就業的難易度，有人質疑傳統的產業技術，導致高職教育即將廢除，但做為現代人，生活品質應是社會現代化的指標，有文化的生活內涵才是全球化社會競爭力的根本，前瞻的教育內涵應以生活文化、創意美學為重要的內容，而非聊備一格的配角。

翁 徐 得
傳統手工藝的創新經營

在社會教育方面，陶瓷是人類從生活中體驗所得的發明，數千年來它是人類生活中必須而普及的材料，在科技與人文上，它都有浩瀚的內涵，我們要營造一個人從出生到老去，在工作或休閒中都可以與陶瓷接觸、學習、欣賞、使用或創造的機會，它可以包括在社區的陶藝工作室、工廠，在地方的生活工藝館，在文化中心，在社區活動中心，在博物館，在美術館，在有品味的餐館等，他們要保持交流運轉，則陶瓷文化與產業的發展將產生良性的循環而逐步發展。

鼓勵設計創新以提昇競爭力

台灣的產業型態，由於長期以來均從事委託代工的生產，業界長期忽視研發創新能力的培養，創意設計人才極為缺乏，惟產業的發展已進入知識經濟的時代，政府與民間都應體認到研發創新是唯一的生存之道，包括產品的文化特色與形象的建立，從設計提昇競爭力。

就國內的陶藝生產者而言，大部份均以小型的工作室型態經營，宜與當地的社區、學校、同業、飲食業者結合，研究地方的文化傳統、自然資源，從生活體驗中思考實踐生活美學的內涵，同時透過產品設計理論與實務的學習，在觀光休閒事業逐漸展開的今日，日益頻繁的交流應可建立在地個別的品牌形象，而鶯歌、苗栗、南投等地已聚集了相當多的陶藝工作者，透過互相的組織聯盟，設計創新將順應為發展的主流。

陶藝文化產業的行銷推廣

在完全自由化與國際化的國內市場，不論是先進國家的高品質產品或大陸及東南亞之中低價位產品皆已源源不絕地輸入，與我國產品形成極為激烈的競爭。在買方市場的環境下，國內外行銷推廣就極為重要，尤其陶藝產業是具有文化性與地方性的文化產業，其行銷更有別於其他的產業。

形象行銷：主要在形象與品牌之建立，也就是在建立文化產業的附加價值。兼具優良品質與設計特色的產品，透過長期的產品銷售及媒體宣傳推廣，深植消費者的心目中，名牌具有品質保證作用，也有身分地位的心理。若以現代產業發展的經驗觀察，產業的形象更代表一國或一地方人民的品質、生活文化的水準、社會文明的現代化程度。因此要進行形象行銷，實力的培養是第一要務，產品銷售與宣傳則是如虎添翼的相乘效果。此處可再分為地方形象與國際形象行銷兩部分加以討論。

(1) 地方形象行銷：在全球化浪潮中，相對弱勢的我們是否應該將更多的思考與心力放在地方特色產業的發展上，從地方的生活、地方的文化與產業，培養地方的實力與形象，若果如此，則地方陶藝產業發展的軟硬體環境營造乃為當務之急。

台灣的陶藝創作相對於其他工藝發展較早，人才濟濟，他們也都散居各地，但在地方文化與產業的發展上，其影響力並不顯著，個別的技术與作品均具相當的水準，但創作的理念與生活哲學卻未能廣與社會交流，個別陶藝家在地方上沒有建立形象，使地方陶藝的形象喪失立足的機會，在唇齒相依的現代社會中明顯重要。因

此，如何使地方上的陶藝家們策略聯盟，走入社區、學校、人群，將是個人與地方形象塑造上很重要的一步。陶藝家樂於植根地方，在生活文化中互相激盪，才能建立自己的特色，進而也成就了地方特色。

(2) 國際形象行銷：陶瓷產業是傳統的文化產業，國家的整體形象將影響到整個產業的附加價值，它也是文化國力的一環，目前台灣的陶藝界國際化的程度仍須加強努力，應積極參與國際陶藝創作或陶瓷產品的設計比賽、展覽會、研習營等，在設計創作理念吸取當代新知，同時傳播我國的陶藝文化。另一方面在國內舉辦陶瓷博覽會或中小型的陶藝節邀請國外人士參與，也形成有特色的觀光活動，累積的口碑即可形成優良的形象。

產品行銷：陶藝產品的行銷不僅是經濟的活動，它更是文化的推廣傳遞，因此必須與工業產品的大量生產、大量銷售的方式有不同的思考。

(1) 在地行銷：陶藝產品的製作、生產、使用都要從生活上出發，其所承載的文化特色必須定著於地方，因此其行銷策略應從地產地銷開始，及地方的生產要先得到地方的認同、使用，才能形成風氣、口碑，透過觀光或媒體報導而向外拓展。

(2) 都會行銷：地方上成熟的產品透過在都會區的窗口或展覽會，在都會區行銷，也可藉以從事市場調查，從事創新設計的開發。

(3) 國際行銷：當前國內陶藝產業規模普遍較小，若要擴展國際市場，宜透過策略聯盟的方式，參加國際性商展，並瞭解國際市場之產業資訊。

以文化豐富產業內涵

台灣社會的發展，在特殊的政經環境背景下，文化的發展被壓抑了相當長的時間，而經濟發展則在追求迅速累積財富，所謂策略性產業、高科技產業獨蒙青睞，得到政府各項政策的輔導與投資。在高科技的迷思風潮下，傳統產業的文化價值、生活價值備忽視許久，今日也許是社會發展的循環，也許是社會的反省，文化創意產業能在國家政策上佔有一席之地，值得更多的關注。

「文化」「創意」「產業」可以是個別的名詞，若將其連結，則可以解釋為以研究發展文化的內涵，藉由設計創意，促進產業的發展；而產業的內涵亦可經由創意的發揮，豐富文化的價值，其參與者則是全體國民，因為它應是生活者、生產者、消費者、設計者都要參與的人生。

陶藝文化產業具有豐富的歷史文化與科學文明，值得現代人去探索、實踐，以豐富生活內涵，在競爭激烈的後工業社會，唯有具備深厚的文化修養與現代科技智慧，才能成為有特色的設計師，發揮創新力。至於行銷推廣則有賴現代化社會的組織團結力，發揮社區、公會、協會、策略聯盟與異業結盟的力量。

☆ 參考文章 3

尋回失落的三峽染——三角藍染工藝之振興

文／林炯任（三角湧文化協進會）

近年來三峽民眾積極復原傳統三峽染布產業文化與技術，並定期舉辦藍染及草木染研習，帶領親子體驗藍染之美，推廣應用在生活中，成為一項頗具地方特色的新興文化產業。

位於台北縣南端的三峽鎮，舊稱「三角湧」，是北台灣淡水河上游早期開發的沿河聚落，曾因山林資源，染布、茶葉、樟腦、木材、煤礦等山林產業盛極一時，形成繁華熱鬧的「三角湧街」聚落。三峽地區境內多為丘陵及山地分布，自古即為大菁（藍染之染料植物）染料的產地，早年在三角湧山區出產大菁染料的同時，便有街民開始經營染坊。到了日本明治、大正年間，三角湧的染布業正值興盛，當時的染布店，計有三角湧街頭人陳種玉所設的「陳恆芳染坊」、秀才林金井開設的「林元吉染坊」等十二家以上。台灣傳統的染坊中，染好的布匹經過漂洗及乾燥後，布面易生皺紋，必須再用「研石」來碾布壓平，布品加工後美觀平整，頗受民眾喜愛，且市場價格好。這種布料加工的技術既經濟又快速，連當時日本人都稱羨此技術。三峽的染布業便是以染色及碾布技術精良著稱，素有「三角湧染」之美名。只可惜昭和五年（1930）以後，由於化學染料興起，傳統染布產業和市場乃逐漸萎縮，終致沒落消失。

藍染產業文化的重現

基於鄉土文化保存之理念，1994年由地方人士和學校老師組成了「三角湧文史工作室」，期望喚起更多鄉民對家園的關心；1996年再由工作室決議發起成立「三角湧文化協進會」，以研究保存三峽地區之文化資產為宗旨；隔年協會提出「三峽老街區產業再造可行性」的研究計畫，初探三峽早期染布業的發展歷程，但因染布業消失已六、七十年，在染坊器具、染布技術及匠師的尋訪上，殊屬不易；1998年五月，國立台灣工藝研究所馬芬妹老師與我聯繫，希望我們協助採集北部山區的藍草做研究，因而踏出了三峽藍染再生的第一步。

1999年在陳景林老師的指導下，我們以在三峽親手採摘的大菁，製作一桶藍染液，染出七十多年來的第一條藍巾，內心真是驚嘆又興奮。繼而在三峽國小百年校慶的校友訪問中，幸運發現了百年前三峽染坊的布品、衣飾，重新看見了「失落的三峽染」。

2000年七月在「兒童夏令營」的活動中，我們重現耆老口中「溪畔染布」的情景，得到極大的迴響，孩童們興奮、雀躍的笑顏，令人動容。自此我們深覺藍染具有特殊的魅力，令人欲罷不能。於是展開大菁復育栽種的實驗計畫，並於2001年四在三湧文化協進會立了「三峽染工坊」，進行藍染技藝的學習與研究工作，同時爲了逐步推廣這項消失已久的地方產業，在2002年三月起，先後在插角國小及金敏分校，結合「藝術與人文」課程，進行藍染教學，指導學生藍染技藝及栽種大菁。這項傳統的技藝，在眾人點點滴滴的耕耘中，漸漸進入了三峽人的心中，人人以擁有一條自己親手染的藍巾而自豪，以穿上自己手染的獨一無二的藍衫而驕傲，藍染技藝的再生，對三峽人具有非凡的意義。

就在此時，台北縣文化局也注意到三峽藍染的特色，協助我們舉辦了第一屆的「三峽藍染節」，活動場面熱烈，倍受肯定。接著台北縣政府也別在新設的中園國小，成立「染織教室」，作爲長期推動藍染教學的場地。此外，我們也完成台灣工藝研究所第一期「藍染技能培訓班」種籽學員的培訓計畫，爲藍染文化產業的再發展，注入一股活力，期望這股因熱受藍染而形成的凝聚力，能持續發揮它的光與熱，爲三峽地區的文化發展，創造出新的扉頁。

三峽藍染的願景

爲使三峽藍染有長遠的發展，我們將進行染布業的產業文化振興工作，透過文史調查技術的復原，結合學校的藍染藝術教學，以「產業文化化，文化創新化」的理念，來推動社區藍染文化產業，使藍染生活化、普及化。另外，分階段進行「三峽染」文化產業的再生工程，從傳統的藍染技術復原到染布技術的創新與藝術化、生活化的應用，提昇到工藝美術的美學境界，並以成立「三峽藍染生活工藝館」作爲推展台灣染織藝術的起點，結合社區營造理念，發展「三峽藍染文化園區」培訓及傳承藍染文化。

☆ 參考文章 4

釋放故鄉土地的色彩——中寮植物染

文／楊金燕（文字工作者）

南投中寮鄉永平村曾經是九二一地震後受創最為慘重的地方，而今卻因著一群在地婦女的努力，以植物染發展出獨特的自然產業文化，也打響了中寮名號。

又到了龍眼開花的季節，車子駛往中寮的南鄉路兩旁，淺黃小花隱約透露著春天的氣息，遠山近林，滿眼綠意，過了溪，過了橋便是中寮鄉永平村了。

三年前，當地婦女在國立台灣工藝研究所老師們的教授下，以家鄉的植物為染色的材料，取其細枝花葉，不傷根幹，不添加任何化學染劑，綁染出一條又一條素質典雅的長巾、花布。200年九月，十位中寮媽媽們籌組「巧手植物染工作坊」，決心以婆婆媽媽的力量，闖出一條重建家園之路。

千變萬化的驚喜

每次只要試染出不同植物的色澤，總會聽見巧手植物染工作室裡此起彼落的讚嘆、驚呼聲，那是最令人雀躍的一刻了。以植物染布的確是件千變萬化且充滿欣喜的過程，好比，初夏的相思樹葉，染出了淡柔的粉紅，但到了秋天，躍在布上的卻是快樂的鮮黃；六月的龍眼枝葉，是典雅安靜的淡紅，到了深冬，卻成了雨後給踩踏過的泥濘土色。

相同的熬煮時程、水溫與枝葉，在不同的季節展現出的卻是不同的色彩。正因為原料取自大地自然植生，即使在相同時節所粹取出的染液，每分每秒也都呈現著不同的色澤變化。植物染的變幻莫測，也讓媽媽們在初學的前半年幾乎是染上了癮。

她們實驗著、琢磨著，看看哪些植物可以用來染布，哪些樣式的布料可以設計成不同的產品。就這樣，一塊塊的布料就在她們的探索實驗下，變成一個個手機袋、方巾、筆記書套、胸花、帽子……。一樣的植物，不同時節就可以有不同顏色，再染織到不同用途的產品上，這樣的組合幾乎是無限的。

她們可能更為驚訝於自己的創意無限吧。做為一個農村婦女，以往的生活天地囿限於丈夫、孩子、果園農地，現在她們和一群背景相似，又從災難中走過來的姊妹們，在工作室中盡情的創造，彷彿創造了五顏六色的染布，也創造了自己。

這一雙雙溫潤包容而有力的媽媽手，不僅走入山林，採葉染布，縫製花巾，還參與社區工作，帶領中寮鄉的國小學童們從認識植物開始重新認識自己的家鄉。

巧手撐起一片天

植物染工作室漸漸走上軌道，建立自己的特色後，它幾乎就成了中寮產業復甦的同義詞。人們驚喜於台灣植物染布的瑰麗色彩，也讚嘆中寮婦女的巧手巧思。然而，巧手的產品彰顯的不僅是中寮豐富的鄉土植物或文化產業創發的意義，它更代表這群婦女如何走出災難，跨出生命藩籬，重新創造自己生命價值，同時，也創造了農村婦女生命角色多樣化的可能性。

如今，植物染工作室已成立兩年半了，巧手媽媽們，從小小資源裡，開拓生存空間，撐起一片天地，更從媽媽、太太、媳婦的角色延伸出專業老師的角色，從家庭的私領域，走入社區公領域，帶動地方產業發展，打破了傳統的社區階級，不僅逐步培養出獨立思考與創造的能力，開展了對外的新視野，也重新體會自我生命的意義與價值。

過去她們只要走出中寮就覺得世界太遠，而今，台中、新竹、台南、台北，甚至花蓮，都有她們展覽販售的痕跡，她們不再覺得到不了。她們突破的不僅是地理空間的移動能力，更是整個生命版圖的擴展：自主性的思考、創意的開展、觀察自然的眼界、心靈的滋養都在她們的生命肌理裡刻畫出或深或淺的印記。

植物染在中寮雖然沒有特殊的文化歷史，但在媽媽們的巧手堅持下，卻發展出獨特的自然產業文化，巧手媽媽帶著社區孩子及外來遊客們，走向土地，探訪家鄉步道的同時，也推廣了回歸自然的價值觀，重新回到人與人，人與土地共存共生的美麗世界。

家鄉土地的色彩正在染缸裡翻騰著，故事還在繼續呢！

夏季學校

翁 徐 得

傳統手工藝的創新經營