



試論當代臺灣 原住民工藝創意產業之發展

On the Development of Indigenous Creative Craftworks in Contemporary Taiwan

李莎莉 財團法人福祿文化基金會執行長兼北投文物館館長

Hsieh-Lee, Saalih CEO, Fu Lu Culture Foundation/Director, Beitou Museum

前言

近十幾年來，臺灣原住民族的文化創意產業已從傳統編織工藝慢慢發芽成長，經由族人自己的創作，融合文化的內涵，使族群的圖紋重現於實用的現代工藝品上，這是一種文化再創造(cultural re-invention)或新傳統形成(formation of new tradition)的現象。若要認識臺灣原住民族的文化創意產業，必先瞭解文化產業與文化創意產業的發展近況。

文化產業(culture industry)是近年臺灣熱門的論述性詞彙，不僅政府行政推動不遺餘力，學界與民間配合或主動建構定義者亦眾(李莎莉2004:41)。聯合國教科文組織(UNESCO)對「文化產業」的定義是：結合創作、生產等方式，把本質上無形的文化內容商品化；這些內容受到知識產權的保護，其形式可以是商品或是服務(陳昭義總編輯2007:22)。

文化創意產業(cultural & creative industries)是屬於一種美學經濟與創意工業，據估計全球文化創意產業每日創造出220億美元產值，除了英、美、德、法、日等文化創意產業大國外，近年來陸續崛起的泰國、印度、新加坡、韓國也因為體認到文化創意產業帶來的龐大商機，紛紛投入文化產業的相關推廣與建設。文化產業隨著在國民經濟總產值中逐年增加比例，其巨大的經濟潛力已經為眾多國家所認同。如今，在英、美等國家，文化產業已成為國民經濟的重

點和支柱產業，有高科技支援，以視聽出版、影視傳媒、演藝娛樂和網路為基礎產品的文化產業，對於整體經濟的貢獻具有舉足輕重的地位。在中、泰與印度等國，也將文化產業列為建設重點並急起直追，隨著這些新興國家經濟成長起飛，其文化產業發展潛能與國內市場需求不容小覷。藉由各國發展文化創意產業的現況，實可作為臺灣文化創意產業很好的參考指標及學習重點(陳昭義總編輯2007:171)。

行政院文化建設委員會(以下簡稱文建會，今文化部)於1999年起即推動「文化產業之發展與振興工作」，在社區總體營造既有基礎上，整合政府與民間資源，共同推動原住民族文化產業活化與永續發展，帶動部落社區文化產業生機。而行政院於2002年所提出的「挑戰2008：國家發展重點計畫」中，特別將「文化創意產業發展計畫」納入，更將內發型地方產業活化及原住民新部落運動，作為新故鄉社區營造計畫重要的推動項目，期望透過跨部會整合機制之推動，活絡復甦臺灣原住民族部落在地生活。

「文化創意產業發展計畫」係由經濟部設立「經濟部文化創意產業推動小組」，協調文建會、新聞局與內政部共同合作，執行相關經濟文化建設，並配合2006年啟動之「產業發展套案」當中預訂於2015年達成每人國民所得3萬美元的未來目標，大力扶植設計服務產業及流行文化核心產業，促成其商業化(文化

產業化)，同時，經由文化、藝術結合，植入製造業之中，透過設計、品牌尋求差異化，以提升產品的附加價值（產業文化化）。該推動小組遂參考各國國情及產業發展背景，並審視我國獨特的發展環境，將臺灣的文化創意產業定義為「源自創意或文化積累，透過智慧財產的形成運用，具有創造財富與就業機會潛力，並促進整體生活環境提升的行業」。政府再界定文化創意產業範疇時，除了考量符合文化創意產業的定義與精神外，亦附加了產業發展構面上的考量，其原則包括：就業人數多或參與人數多、產值大或關聯效益高、成長潛力大、原創性高或創新性高、以及附加價值高等五項。

依據2010年2月3日所公布的「文化創意產業發展法」中第三條，「本法所稱文化創意產業，指源自創意或文化積累，透過智慧財產之形成及運用，具有創造財富與就業機會之潛力，並促進全民美學素養，使國民生活環境提升」，又釐訂細項產業及其範疇，並依據屬性擇定主辦機關負責個別產業的推動。分為藝術、媒體、設計等3大類共計16項產業：即由文建會主辦的「視覺藝術產業」、「音樂及表演藝術產業」、「文化資產應用及展演設施產業」、「工藝產業」；新聞局主辦的「電影產業」、「廣播電視產業」、「出版產業」、「流行音樂及文化內容產業」；經濟部主辦的「廣告產業」、「產品設計產業」、「視覺傳達設計產業」、「設

計品牌時尚產業」、「數位內容產業」、「創意生活產業」；內政部的「建築設計產業」等15項以及「其他經中央主管機關指定之產業」。筆者以為這些產業自然包含臺灣本土、客家、原住民族以及中原文化的精華，呈現臺灣包容多元文化綻放的樣貌與優勢。幾年下來，文化創意產業已成為我國競爭力關鍵，臺灣的本土美學加上現代創意，希能建構臺灣成為全球華文世界的文化創意中心（引自陳昭義總編輯2006:25-27）。

文建會在2003-2007年的文創第一期計畫中，已完成文化創意產業的基礎建置，2008年正式進入第二期計畫，以更接近產業的需求為切入點，希望建構文化群聚，促成美感創新，文化資本加值和累積，並進行文化消費市場的開拓，全面提升臺灣整體的文化創意產業競爭力。於2010年8月30日發布正式施行「文化創意產業發展法及其配套規範」。

原住民族文化長期以來在人類學研究、觀光體驗以及一般印象中，均以「特色化」之姿，呈現出她在臺灣文化史歷程上的位置。今天，以文化為內容，再賦予產業行銷價值的新經濟觀念商品熱潮當際，原住民超過一個世紀以上的異文化特色，正有其充分表現的機會。產業與文化的整合，代表不同社會屬性的跨越，它往往是傳統加上創新，再進程至商品。而另一種跨越的景況，則是本土原住民各項文



化(如各族或不同部落)間的穿透,以及臺灣與國際原住民要素的交作。事實上,原住民族在日常生活用品上均能顯現出傳統文化藝術的美學意涵,並具備創意的設計技能與生活美學的概念,符合文化創意產業的精神與目的。

文化傳統與產業創意

臺灣蘊育著原住民族多元的文化及產業內涵,從生活和環境互動中處處顯現原住民族的豐富生命力與智慧。原住民特色技藝頗為多樣,例如雕刻、編織、珠藝、陶藝、刺繡、精工等,結合祭典傳說、神話故事、特色農產品等,是發展特色產業的基礎。這些珍貴的文化資產更是現代社會中科技發展與藝術創造啟發創新的原動力。

若依據「經濟部文化創意產業推動小組」對臺灣的文化創意產業定義為「源自創意或文化積累,透過智慧財產的形成運用,具有創造財富與就業機會潛力,並促進整體生活環境提升的行業」,原住民族的文化創意產業事實上即屬於文化積累,亦即文化產業。嚴格來說,創意產業必須具備設計力與建立品牌,不過,依筆者多年來的觀察,臺灣原住民各族群的文化產業,尤其是工藝產業,已具備有設計性,係將傳統圖紋轉化為創意的內涵,也許在質感的精緻度與品牌的建立上未臻成熟,但已深具潛力,值得

繼續推動。因此,我們可以為原住民族的文化創意產業定義為「係指當地部落的人文、歷史、藝術、手工藝品、自然生態等相關議題,經由部落社區族人的活化或經過創意設計,讓部落更有生命力,並使部落原鄉確立產業主體性,營造部落經濟成長,提升部落文化的相關產業,促進生活環境與美學提升的行業。」因此,推動原住民族文化創意產業必須要兼具地域性與部落的特殊性(參黃煌雄、黃勤鎮 2004:17-18)。

臺灣原住民族文化創意產業主要係以「原住民地區」的社區部落族人為主,即指行政院於2002年核定原住民55個鄉(鎮市)為「原住民地區」的具體範圍,其中30個山地原住民鄉,25個平地原住民鄉,另都市原住民則廣布於全臺各縣市都市地區,族人也有不少從事文創產業者。臺灣原住民族目前共有16族,53萬餘人口(參表1)。

黃煌雄在監察院調查報告書《原住民地方文化產業總體檢》中提到,原住民族文化產業,大概可以譜出傳承—生存—發展的三部曲。其中,絕大多數的原住民族文化產業都尚停留在傳承與生存的階段,只有極少數已提升到發展階段,並具備了帶領原住民族文化產業走上國際舞臺的能力條件(參黃煌雄、黃勤鎮 2004:VI-VII)。地方文化產業係指運用地方文化特色的產業,亦即將生活文化、生態文化、生產文化

等加以發揮應用而形成的產業。可分類為六大架構，如歷史文化遺產：包括歷史古蹟、古文物、器具、考古遺址等；鄉土文化特產：包括地方小吃、地方鄉土特產、地方工藝藝術品等；民俗文化活動：包括地方民俗活動、地方戲劇、音樂、傳統技藝、雜技等；地方自然休閒景觀：包括自然景觀、傳統文化景觀、觀光農園、茶藝文化等；地方創新文化活動：包括由市民社區創新之地方文化活動等；地方文化設施：包括音樂廳、展示中心、美術館、民俗文物館等。(同上，頁17)筆者認為這六大架構已涵蓋了文化創意產業15項目中的「文化資產應用及展演設施產業」、「創意生活產業」、「視覺藝術產業」、「音樂及表演藝術產業」以及「工藝產業」等五大項，也是目前已蓬勃發展的產業。

臺灣原住民族文化創意產業的推動緣起，可追溯到1991-1993年間，臺灣省原住民行政局推動「加強山胞(1994年正名為原住民)家政推廣教育計畫」，以及1994-1998年度間推動「家政推廣教育」，透過臺北、宜蘭、桃園、新竹、苗栗、臺中、南投、嘉義、高雄、屏東、臺東、花蓮縣政府及基隆市政府等13個縣市

政府的協助，推行原住民蠶繭花製作、皮雕、服飾、竹籐編織等手工藝品與雅石玉石加工之傳承及製作。俟行政院原住民族委員會(以下簡稱原民會)於1996年12月10日成立之後專責統籌規劃原住民事務，於1999年起接續推動「輔導傳統工藝產業暨婦女副業生產創業經營」等相關計畫。自2002年為執行行政院「挑戰2008：國家發展六年計畫—新故鄉社區營造—原住民新部落運動」，乃訂定部落社區產業發展六年計畫，自2002年開始實施後發現幾個問題應加強且尋求解決之道，即原住民初級產業，普遍欠缺競爭力；原住民地區幅員遼闊，全臺推動量能不足；產業欠缺行銷策略，難以發揮創新的特質；原住民地區觀光產業之發展，應與部落環境特色結合；原住民傳統文化和工藝技能逐漸流失；推動部落社區產業，原住民族人力不足；應積極培訓原住民族產業經營人才，提升經營管理能力，進而提升生產力(黃煌雄、黃勤鎮 2004:20-22)。

筆者參照「經濟部文化創意產業推動小組」所列出的15大項文化創意產業中，針對原住民族產業部分，依相關屬性歸類為五大類。

表1 臺灣原住民族的人口與地理分布

族名	各原住民語	人口數(人)	地理分布
阿美族	Amis	199,545	中央山脈東側，立霧溪以南，包含花蓮縣新城、吉安、瑞穗等、臺東縣東河、池上、臺東市等及屏東縣牡丹與滿州鄉
排灣族	Paiwan	95,767	屏東三地門、霧臺、瑪家、泰武、來義、春日、獅子與牡丹鄉、臺東縣金峰、太麻里、達仁、大武等鄉
泰雅族	Atayal	85,343	新北市烏來、桃園縣復興、新竹縣尖石與五峰、苗栗縣泰安、臺中市和平區、南投縣仁愛、宜蘭縣大同與南澳鄉
布農族	Bunun	55,682	南投縣信義、高雄市桃源、那瑪夏、臺東縣海端、延平與關山鎮、花蓮縣卓溪、萬榮鄉
太魯閣族	Truku	29,410	2004/01/14正名：花蓮縣鳳林、卓溪、萬榮與秀林鄉
卑南族	Puyuma	13,264	臺東縱谷南部平原、卑南溪以南的臺東市與卑南鄉
魯凱族	Rukai	12,803	高雄市茂林、屏東縣霧臺、臺東縣卑南鄉
賽德克族	Seediq	8,947	2008/04/23正名：花蓮縣秀林、萬榮與卓溪鄉、南投縣仁愛鄉
鄒族	Tsou	6,945	嘉義縣吳鳳、阿里山鄉、南投信義鄉
賽夏族	Saisiyat	6,377	新竹縣尖石與五峰、苗栗縣南庄與泰安
雅美/達悟族	Yami /Tao	4,389	臺東縣蘭嶼全島
噶瑪蘭族	Kavalan	1,352	2002/12/25正名：宜蘭平原與花東平原沿線城鎮
撒奇萊雅族	Sakizaya	800	2007/01/17正名：花蓮縣新城、花蓮市、吉安鄉
邵族	Thao	747	2001/09/23正名：南投縣魚池、水里鄉
拉阿魯哇族	Hla'alua	118	2014/06/26正名：高雄市那瑪夏區與桃源區
卡那卡那富族	Kanakanavu	46	2014/06/26正名：高雄市那瑪夏區

(資料來源：依據2014年7月內政部統計資料。至今官方承認的原住民共有16族，人口總數約537,103人。)(男262,028、女275,075)



圖1 原住民族具特色的工藝產品(資料來源:李莎莉拍攝於2014年)

- A. 藝術文化產業類:「視覺藝術產業」、「音樂及表演藝術產業」、「文化資產應用及展演設施產業」、「流行音樂及文化內容產業」四類
- B. 工藝設計產業類:「工藝產業」、「產品設計產業」、「視覺傳達設計產業」、「設計品牌時尚產業」、「建築設計產業」五類
- C. 影視廣告產業類:「電影產業」、「廣播電視產業」、「廣告產業」三類
- D. 數位出版產業類:「出版產業」及「數位內容產業」二類
- E. 創意生活產業類:「創意生活產業」一類

以下僅就工藝設計產業類的工藝產業為例,概述其發展情形。

工藝設計產業類

「工藝產業」—依據文創產業類法規對「工藝產業」的內容及範圍說明,「指從事工藝創作、工藝設計、模具製作、材料製作、工藝品生產、工藝品展售流通、工藝品鑑定等行業」(行政院文化建設委員會編 2010:6)。

原民會自2001年開始推動傳統及部落特色產業的補助,並依據行政院挑戰2008年國家發展六年計畫—新故鄉社區營造—原住民新部落運動—部落社區產業發展計畫,每年執行輔導原住民工藝產業發展計畫,包括原住民生產力及技藝培訓輔導,舉辦

部落產業經營管理培訓、辦理傳統技藝研習及第二專長與轉業等研習,輔導傳統工藝產業暨婦女副業生產創業經營計畫,舉辦原住民工藝匠師經營行銷管理觀摩研習交流活動、輔導設置傳統藝品工作室暨充實原住民工藝匠師工作坊設備、選取未來具有發展潛力及組織完善之工作坊(室),辦理技術訓練二十八班;為提高工藝品的品質及提升其產品競爭能力,規劃辦理全臺優良工藝技藝訓練及成果發表會等。至2004年,其效益係積極宣導原住民族傳統技藝文化,推展開發與創新,使原住民工藝匠師創作者接受新觀念、新技術、新方法,提高技術層級,讓原住民族傳統技藝得以新生,裨以振興原住民族傳統工藝產業文化的發展。同時輔導設置原住民傳統藝品工作坊,充實原住民工藝匠師工作室設備,培訓原住民工藝師資人才,以推廣暨傳承原住民族工藝文化產業,並增加原住民工藝匠師的就業機會(參黃煌雄、黃勤鎮 2004:25-32)。

當時原住民的工藝坊多屬工作室型態的微型企業,個人工作坊佔84%,獨自設立且房舍自有的居多。而資金來源以獨資為主,貸款並不普遍。銷售對象區分定點展售與寄賣販售,定點展售即在自己的工藝坊銷售,其中購買者因喜好原住民工藝品而來的佔26.7%,觀光客佔26.3%,而在一些觀光景點的寄賣販售,則觀光客佔了37.9%,喜好者佔18.2%。由此可



見，喜好原住民工藝品或藝術品者大多慕名而至工藝坊購買，而在觀光景點寄售的工藝品，客源則以觀光客為主。2011年之後，整個工藝坊的型態在政府機關尤其是原民會經建處的輔導下，已朝中小企業型發展，且在經濟產值的效益上呈現倍數成長。

除了原民會之外，文建會自1999年度開始，推出「文化產業之發展與振興工作」計畫，整合政府與民間資源，共同推動原住民族文化產業活化與永續發展的工作，讓原住民部落成為地方活化體質改造的基地，對原住民族特有產業，輔以產製、行銷在地化，形塑當地文化產業特色，吸引外地遊客在地消費，帶動當地社區文化產業的生機。為了配合推動行政院挑戰2008：國家發展重點計畫—新故鄉社區營造計畫—原住民新部落運動，協同原民會推動「新部落運動計畫」，以社區總體營造精神，讓社區居民能夠就自己地方的條件和特色，透過學習和參與，集聚居民共同意識，結合特有文化傳統、空間環境、建築設施與各種地方產業、提供原住民地區在地就業機會，發展地方魅力，進而留住或吸引外地人口進入，振興地方活力，建立自主性永續經營機制。於1999至2003年之間，文建會輔導補助各縣市政府辦理文化產業發展與振興計畫，合計有26項計畫接受補助，包括松羅村原住民文化產業振興計畫、尖石鄉泰雅種子人才培訓企劃、泰雅北勢群文化產業發

展保存計畫、多納石板家園工藝文化街道營造計畫、建和木雕藝術村建構計畫、卡地布原位文化產業再造、泰雅族編織文化產業振興計畫、太巴塢部落文化產業振興計畫、角石藝術村文化創意產業建立計畫等等（參黃煌雄、黃勤鎮 2004：37-44）。

除了補助、輔導原住民地區文化產業的計畫之外，關於工藝品認證的機制係自2008年開始，由臺北市政府原住民事務委員會首先進行原住民族文化產業的認證。而行政院原民會也於2008年和2009年舉辦第一屆和第二屆原住民族工藝師甄選及工藝精品認證。筆者以為甄選原住民族工藝師以及認證工藝精品的機制建立，主要效益在提升原住民族工藝產業的競爭力，藉此提高行銷推廣的能見度與知名度並增加經濟產值。但認證之後的下一步應在行銷與通路上加以輔導與推動，甚至在品質的改善、包裝的特色化以及價格定位上應加以協助輔導，多舉辦研習與觀摩，讓已認證的工藝師或有興趣從事工藝創作的原住民朋友有機會成長並拓展視野。

2010年原民會首次推出「原住民族工藝薪傳獎」，共有5位資深的工藝家得獎，即章潘三妹（賽夏族，竹籐編織）、沙桂花（魯凱族，陶藝）、巫瑪斯·金路兒（排灣族，琉璃珠）、哈古（卑南族，雕刻）、沈太木（阿美族，樹皮衣）。其中最年長的得獎者為阿美族的沈太木，其擅長使用樹皮作為媒材，兼具創意、美感與

環保，作品深為國際注目。章潘三妹、沙桂花的獲獎，也肯定女性參與傳統技藝的傳承作出的貢獻。巫瑪斯·金路兒早已是國內知名的工藝創作者，亦被稱作「琉璃珠之父」。哈古更將其部落文化轉化為文字出版，使更多民眾能夠閱讀、認識，評審委員一致肯定五位創作者在將文化融入藝術的成就上，推廣文化走出部落跨入國際的貢獻均相當卓越。2011年的第二屆「原住民族工藝薪傳獎」，亦表揚長期投入原住民族工藝、致力文化傳承、具卓越貢獻的工藝師，得獎者分別為張梅娘(阿美族，綜合材質及其他工藝類)、曾春子(阿美族，染織及雕刻類)、徐年枝(泰雅族，竹藤草編類)、彭水光(魯凱族，雕刻類)及麥承山(魯凱族，陶瓷類)等5位。2012年的第三屆「原住民族工藝薪傳獎」，得獎者有8位，分別為林新義(排灣族，雕刻)、王信一(阿美族，雕刻)、陳建造(阿美族，雕刻)、胡銀祿(阿美族，雕刻)、廖英傑(排灣族，陶瓷及其它工藝)、李吳秀花(排灣族，陶瓷及其它工藝)、林阿隆(阿美族，雕刻及染織)、施菊花(布農族，染織)。三年原住民族的工藝薪傳獎，成就了18位工藝家，鼓勵各領域創作者

對文化傳承作出更多的貢獻，並使民眾對原住民族文化有更深刻的認識。筆者認為「原住民族工藝薪傳獎」的推出，具有指標性的意義，顯示原住民族在工藝產業發展上，已達到技藝純熟與成績斐然的地位，值得喝采。

為了推廣原住民族工藝產業，行政院原住民族委員會文化園區管理局於2010年11月印製出版《藝起來原鄉》摺頁簡介(參圖3)，介紹28座臺灣原住民族文化館的分布及簡介，並介紹各館周邊原住民工藝坊，分北、中、東、南四區共計84位工藝家的通訊與工藝坊，希冀透過此宣傳摺頁提供給更多遊客到各館參觀與購買工藝產品。

長期以來，臺灣社會從政府到民間一味的追求經濟財富，缺乏對文化與品味、品質生活的關照。因此現代工藝在人才培育與基礎建設上相對薄弱。傳統工藝的發展，必須接續現代工藝以相互激盪、牽引，

學習設計創新的理論與務實，才能蛻變為現代生活場域之道具。而現代工藝也要吸取傳統工藝的文化養分與技藝精神，才能在全球化的激烈競爭中建立自己的品牌與風格特色(陳昭義



圖2《藝起來原鄉》摺頁簡介
(資料來源：2010年財團法人福祿文化基金會編製)

總編輯2007:58)。筆者認為原住民族工藝產業的傳統文化內涵已然能提供族群文化養分與技藝精神的發揮。尤以今(2014)年9月29日在國立臺灣博物館舉辦「彩虹與蜻蜓—泰雅服飾與排灣琉璃珠的對話」特展最具代表性(圖3、4)，此特展以臺灣原住民南、北兩大族群：泰雅族及排灣族傳統上著稱的織品(泰雅)、琉璃珠(排灣)工藝為主題(圖5)，展出臺博館典藏的尤瑪·達陸泰雅族群織品(圖6)、施秀菊的排灣族琉璃珠作品(圖7、8)，並融合館藏該二族傳統服飾及兩位藝師的創新作品，透過「生命理念的文化傳承」呈現傳統與現代的對話，使觀眾進一步認識原住民當代工藝的特色與內涵，以及原民文化的新力量。「野桐工坊」尤瑪·達陸的泰雅族群織品、「蜻蜓雅築珠藝工作室」施秀菊的排灣族琉璃珠作品，可說是原住民「傳統工藝復振文創」潮流的代表，堪稱為當代原住民工藝傳承的重要推手，也是臺灣原住民文創產業的知名品牌。她們的當代作品與臺博館典藏的相關傳統文物構成更完整的組合，反映了原住民百年來的社會文化、工藝變遷與延續的圖像，值得推廣。

目前原住民族工藝產業多屬工作室型態的微型企業，其產品不見得賣得好，反而以教學與體驗休閒收入佔的比重較大。工藝產業的蓬勃關乎民眾的生活品質與文化水準，也是產業設計創新的基石。原

住民族工藝產業除了各自發展創新外，應該朝向建立工藝文化的理論思想與典章制度，加強研究並重視，同時強化設計創新培育現代生活工藝產業。另外，應給予專業評估分類各項工藝產業的發展特性，使原住民工藝家有所依循的方向。

透過「彩虹與蜻蜓—泰雅服飾與排灣琉璃珠的對話」特展，充分顯現臺灣原住民族的藝術、工藝設計潛力是無窮的，過去原民會一直在推動的「工藝產業」，並未針對「設計」訂定政策及推動方案。於2010年施政計畫的輔導原住民族產業發展中，提出七項計畫：

- 1.成立「原住民族產業經濟發展推動小組」。
- 2.推動部落特色觀光產業輔導。
- 3.推動原住民族三生產業輔導。
- 4.原住民族文化創意產業發展計畫—推動「文化產業認證」制度，設立「原住民族工藝薪傳獎」。
- 5.成立「臺灣原住民族創業育成中心」與「臺灣原住民產品拓售機構」。
- 6.傳統智慧創作保護條例計畫。
- 7.成立各項「原住民族產業經營管理暨技術服務團隊」。

希望透過政策的擬訂與推動，能真正落實原住民族的工藝產品設計產業。事實上至今業已逐一在落實中。



圖3 彩虹與蜻蜓的對話特展入口意象



圖5 彩虹與蜻蜓的對話特展，兩位主角：施秀菊(右)、尤瑪·達陸(左)



圖4 20140929彩虹與蜻蜓的對話特展，開幕合影(由左至右：吳伯祿研究人員、李莎莉館長、施秀菊女士、尤瑪·達陸女士、陳濟民館長、王慧玲局長、李子寧組長)



圖6 尤瑪·達陸的織品與服飾創作



圖7 施秀菊首創的琉璃珠床

交通部觀光局鑑於原住民族傳統文化係豐富臺灣觀光事業之重要資產，因此對原住民族地區之規劃與傳統文化之推廣，均編列經費辦理相關工程建設及活動輔導，在充分尊重原住民意願之原則下，由建立夥伴關係著手，共同推動發展，以達到保存及發揚原住民族傳統文化的目的。於2001年至2003年補助國家公園推動觀光與生態旅遊活動，包括遊憩服務設施工程規劃建設及舉辦活動、宣傳推廣及教育訓練經費，例如參山國家風景區管理處、日月潭國家風景區管理處、阿里山國家風景區管理處、花東縱谷國家風景區管理處、茂林國家風景區管理處、東部海岸國家風景區管理處等（參黃煌雄、黃勤鎮2004:67-70）。筆者認為從體驗經濟和文化觀光的角度出發，以主題園區概念規劃具有在地風格的文創園區，形成聚落效應，應可提高集客效果，增加在地經濟產業產值，同時有助於匯集業者力量，創造地方文化觀光特色。

原民會2008年為了拓展原住民族經濟產業，營造原住民部落永續發展，辦理部落新風貌環境升級與產業整合發展之研發目標值為7件，該年度實際完成件數為16件，目標達成度229%。16件分項計畫包括消費認知推廣與地點行銷計畫、原住民族部落特色營造形象商圈計畫、原住民族特色商品電子商務行銷及教育訓練研習計畫、原住民族文化產業工藝匠

師及產品認證計畫、原住民族檳榔創意文化經濟生活計畫、原住民族風味創意研發行銷平臺計畫、原住民族農產品及食品加工創意研發及行銷平臺計畫、原住民族特色精品品牌創意研發及行銷平臺計畫、「原住民族民宿經營管理輔導及研習、原住民12縣原住民族產業策略聯盟推廣協會輔導及研習、原住民生態旅遊業經營管理輔導暨觀光領隊及導覽解說人員訓練與認證暨原住民族優質部落觀光旅遊設施多語化建置計畫」、原住民族部落產業發展計畫專案管理中心計畫、全國原住民族產業輔導團隊分項計畫（分北、中、南、臺東、花蓮等5區）等16個分項計畫。

透過經濟部、交通部、文建會以及原民會等相關部會的計畫輔導以及經費的補助，將近十年來的努力推動，今天原住民族的工藝產業與創意生活產業得以蓬勃發展且日趨成熟。顯示文化創意產業的政策制定與有效的推動，足以帶來經濟產業產值的效益與生活品質的提升。

結語

臺灣原住民族文化創意產業的產值，目前並無法被清楚的估算與數據的呈現，但它卻是臺灣文化與經濟共同發展的重要基礎。

對於原住民族而言，新故鄉部落營造是個原住民族發展體質改造的行動，期透過社會活化的行動模



圖8 排灣族琉璃珠展示區的情景

型—「學習型區域」，讓部落成為地方活化體質改造的基地，而整體營造行動則成為地方活化的發動機。原住民族地方文化館適時扮演推動的角色。配合原民會推動的「營造學習型部落與社區—造人」計畫，積極培養鄉土教育及部落樂舞人才。多舉辦青少年文化體驗營或競賽活動，裨深植自主文化的認知，建立民族自信心。

「文化靠人演繹，產業要自己活化」，這是文化部致力推動於歷史古蹟保存的「歷史空間，創意再造」的政策。要活化各項文化創意產業，必須結合人、物與環境，即整合地方造人、造產與造景的資源。地方風格可以透過詳盡的規劃過程而塑造，找出地方特色並營造整體環境特殊的文化氛圍，逐漸累積成為專屬的品牌形象。在競爭激烈的全球化市場中，找到屬於自身的立基點，透過展示、行銷、景觀規劃、資源整合與開發設計的方式，來建立獨特的市場地位，自然可以吸引世人的目光焦點。

展望未來，臺灣原住民族文化創意產業所強調的除了要重新尋回部落原有的生命力之外，也希望部落能向前發展，在追尋原住民族既有傳統文化的同時，也要在傳統的基礎上創新，發展具競爭力，有別於一般觀光型態的休閒產業及文化活動。因此，臺灣原住民族文化的未來發展，一方面要從振興部落文化著手，與部落結合，一方面必須具備國際觀，

方能帶動活的且具豐厚內涵的原住民族文化創意產業。據筆者的估算，全臺將近有三、四百位原住民族文化藝術工作者或工作室，大多具備才華與技藝，但無法得到正確的行銷管道以及應有的權利與保障，此為「工藝產業」發展的最大問題。政府應對已達國際水準的原住民族文化創意產業，寬列預算，提高輔導層級，予以重點支持，並建立獎勵機制，協助將原住民族文化產品應用到高科技產業商品上，以開創國際市場行銷管道，同時帶動國際間對臺灣旅遊、觀光、服飾等消費性商品的品牌認同。訂立保障原住民族行銷市場的基本法規，透過企業管理的方式，使原住民族文化創意產業在自由市場經濟運作下，達到推廣與行銷的目的，裨永續經營。



引用書目

- 行政院文化建設委員會編，2010《文化法規/文化命令—文創產業類》，臺北市：行政院文化建設委員會。
- 李莎莉，2004《藝術與心性—臺灣原住民文化的新時代價值》，刊於《國立臺灣博物館年刊》47:25-52。
- 黃煌雄、黃勤鎮編，2004《活絡多元創意，再造文化生機》，《原住民族地方文化產業總體檢》，臺北市：遠流。
- 陳昭義總編輯，2006《2006臺灣文化創意產業發展年報》，臺北市：經濟部工業局。
- 陳昭義總編輯，2007《2007臺灣文化創意產業發展年報》，臺北市：經濟部工業局。