

教育部 97 年度第一學期  
優質通識教育課程計畫  
期末成果報告

課程類組：C 類——台灣主題發展課程

課程名稱：客庄文創產業

計畫期程：97.8.1——98.1.31

指導暨補助單位：教育部顧問室

主辦單位：親民技術學院通識教育中心

計畫主持人：林健群

教育部 97 年度第一學期優質通識教育課程計畫期末成果報告

C 類—台灣主題發展課程：客庄文創產業

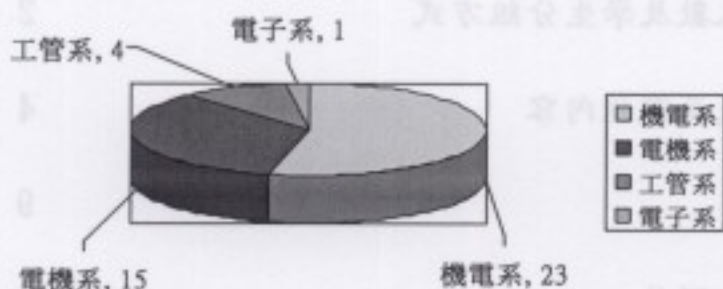
目錄

一、班級修課人數及學生分組方式	2
二、課程進度表及課程內容	4
三、課程教案	9
四、課程進行中照片	10
五、教學助理的工作方式與進行概況	17
六、網站說明	20
七、執行成果分析	23
附件一：「客庄產業分組名單」	
附件二：「客家印象」教案 PPT	
附件三：「客家桐花祭與桐花特色商品之文化行銷」教案 PPT	
附件四：「TA 討論與選文閱讀」	
附件五：店家回饋問卷與意見摘錄	
附件六：期末學生意見回饋	

## 一、班級修課人數及學生分組方式

### 1. 修課人數共計 43 人

「客庄文創產業」課程，配合本校通識選修規劃，開設於「藝文類」通識課程；設定選修對象為理工相關科系二年級班級，共 43 位同學選修，主要分布為機電系 23 人，電機系 15 人，工管系 4 人和電子系 1 人，全班皆為男同學。



### 2. 學生分組方式

全班修課人數 43 人，規劃 5 至 6 人一組，全班共分為 8 組。

因應本課程「客家文化」屬性，預定規劃將客家籍同學平均分散於各組，擔任客家文化諮詢角色。首先調查班上客家族群人數，然全班僅 1 人為客家籍，因此無須刻意考量族群問題。

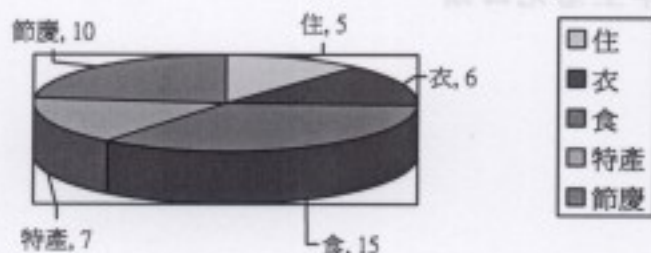
其次，本課程學習目標為藉由「客庄文創產業」引導同學認識「客家文化」，因此組員組成以興趣「異質」為原則，以達到對客家文化全面性的探索。分組步驟如下：

#### (1) 調查同學興趣

先依「客家文化」，「住」、「衣」、「食」、「特產」和「節慶」五大類，簡介相關客庄文創產業店家，做為分組的背景知識。此時發下紙條，請同學選擇最想參與的「客家文化」面向，每人擇一，書寫於紙上，收回統計。

#### (2) 興趣區隔分組

統計結果，全班對於「食」的興趣最高，共 15 人，平均一組約有 2 位選「食」。



其次，考量本班系別比重，主要為機電與電機兩系，其他系別人數相差懸殊；加上二年級生多為校外住宿；本課程又要求各組每月需自行參訪客庄店家並發表於 Blog 上。因此，就聯繫考量，不硬性採行「系別區分」，僅規定「興趣區隔」，由同學自行擇定各組成員。分組結果，除了「食」與「節慶」不得已重複外，其他三類都分散各組，達到每組興趣多元化。分組名單詳見附件一。



## 二、課程進度表及課程內容

### (一) 第一週

- 1、課程內容：本學期課程說明、實施分組
- 2、課程重點：概說客庄文創產業發展現況與本校史地淵源、優勢與學習資源。
- 3、延伸學習：以學校為起點，上網搜尋苗栗與鄰近的客庄資訊。並瀏覽客家文化相關之推廣機構網站。

### (二) 第二週

- 1、課程內容：客家印象
- 2、課程重點：客家文化導論與台灣客家族群分布與特色。
- 3、延伸學習：依各組成員結構，相互討論客家族群與非客家族群對於客家文化、人情風俗的觀察。透過不同族群的對話，體認文化差異的成因與衝擊，並勾勒出客家文化的特殊性。每位同學介紹一項「客家文化特質元素」，整理張貼在教學網站上，提供本課程文化辨識的基礎。

### (三) 第三週

- 1、課程內容：文化創意產業概論
- 2、課程重點：瞭解文創產業的定義、發展與效益，介紹台灣當前文創產業政策。簡介世界知名的文創產業案例，探討產業發展與地方文化資源的關聯。
- 3、延伸學習：請同學上網搜尋或尋找相關書籍，各組介紹一個台灣文創產業實例，並說明其文化淵源與創意表現。

### (四) 第四週

- 1、課程內容：客庄生活產業
- 2、課程重點：案例介紹——頭份鎮「黎屋夥房」複合式經營；苑裡鎮「東里家風民宿」百年閩客古厝；三義鄉「卓也小屋」客家藍染；竹南鎮「竹南手工藝生產合作社」客家花布。本週著重在介紹客家建築與傳統服飾，從業者體驗活動的經營方式，引發同學對於傳統客家住、衣背景的興趣與認知。
- 3、延伸學習：本週將請同學分組尋找以客家住、衣之生活文化為元素的創意店家，介紹該文化元素的歷史與業者應用的創意巧思。

### (五) 第五週

- 1、課程內容：客庄美食產業
- 2、課程重點：案例介紹——南庄鄉「桂花園鄉村會館」典型客家菜、新竹縣北埔鄉「麻布樹排茶堂」北埔播茶創始店、台北市「桐花 315 餐廳」創意客家料理冠軍。本週以客家飲食文化的時代流變為主題，從傳統「四炆四炒」到創意客家菜，介紹客食的歷史背景和創意改良。並設計美食 DIY 讓同學體驗播茶與糰粿的製作。

3、延伸學習：本週請各組推薦一家以「客食」為訴求的店家，介紹其代表美食，並分析其中的食材、製作與文化意涵。

#### (六) 第六週

1、課程內容：專題演講一

2、課程重點：邀請三灣鄉「來食茶打嘴鼓」創辦人林秀鳳演講「從翻新客家菜看見產業新契機」。林秀鳳從事製茶工作二十餘年，曾榮獲台灣省第一屆女子製茶比賽亞軍。參加農會輔導家政兼茶葉產銷班成為家政烹飪好手，並由農委會輔導開創田媽媽—「來食茶打嘴鼓」，將茶葉與日常生活中的餐飲相結合，開發出三灣特有的手工茶食茶點，提升農產品多元化之附加價值。92年度更榮獲田媽媽經營成果發表競賽榮獲全省季軍。且熱心推展三灣鄉文創產業，成立三灣文化產業發展協會。本課程旨在透過林秀鳳融合地方特色創新客家美食的經驗分享，讓同學思考客家美食的時代新貌與創意潛力。

3、延伸學習：本週將請同學上網搜尋三灣鄉的地方特產與產業現況。並尋找農委會輔導農村婦女創業的田媽媽，了解其成立宗旨與運作。

#### (七) 第七週

1、課程內容：客庄傳藝產業

2、課程重點：案例介紹——西湖鄉「金龍窯」、銅鑼鄉「東華樟腦場」，獅潭鄉「泉明生態教育蠶業農場」。本週以苗栗地區傳統產業為對象，探討產業發展的時代歷程與產業活化的新貌。讓同學思索傳統產業保存與再造的可能。

3、延伸學習：請同學上網搜尋苗栗地區的傳統產業發展歷史與現況，在課堂上分組介紹各鄉鎮代表的傳統產業。

#### (八) 第八週

1、課程內容：專題演講二

2、課程重點：邀請「三義Y箱寶」股份有限公司負責人李魁演講「三義Y箱寶塗繪木鴨新生命」。三義木雕鼎盛時期的雙峰木鴨工廠，因時空環境及產業結構變遷，淪落到只有一位客家媳婦李魁硬撐整個工廠。李魁歷經了產業轉型的心路歷程，找出「木鴨彩繪」的體驗經濟模式，終於將黃昏產業賦予新生，「三義Y箱寶」仿若三義木雕產業興衰的寫照。本課程透過李魁的切身遭遇，讓同學認識傳統工藝產業的存留與發展，如何透過文化創意的加值，開創產業新春。

3、延伸學習：請同學就苗栗地區傳統產業的現況，找出產業轉型的成功案例，就產業案例思索其轉型成功的關鍵。

#### (九) 第九週

1、課程內容：作業一：客庄老店風華

- 2、課程重點：詳見作業設計。
- 3、延伸學習：請同學針對本週報告內容發表感想，並給予報告組別意見回饋，發表於教學網站上。

#### (十) 第十週

- 1、課程內容：作業一：客庄老店風華
- 2、課程重點：詳見作業設計。
- 3、延伸學習：請同學針對本週報告內容發表感想，並給予報告組別意見回饋，發表於教學網站上。

#### (十一) 第十一週

- 1、課程內容：社區產業型的社區營造
- 2、課程重點：案例介紹——頭份鎮尖山里社區發展協會「尖山米粉街」、南庄鄉愛鄉協進會「桂花巷社區營造」、新竹縣大隘文化生活圈協進社「北埔社區營造」。本週課程導論社區營造概念，讓同學了解社區營造的基本理念與功能。並探討如何將客庄產業轉化成為社區營造資產的策略。
- 3、延伸學習：請各組介紹一處竹苗地區的客庄聚落，就該地區社區營造的情況，探討客家文化要素在社區營造過程中的角色。

#### (十二) 第十二週

- 1、課程內容：專題演講三
- 2、課程重點：邀請新竹縣寶山鄉新城社區發展協會專案經理人童寶章演講「在風中飄揚的糖香——新城風糖的誕生」。新城社區從日據時代就開始製糖，更是目前台灣僅存兩座生產黑糖的製糖廠之一。因此進行社區營造時就瀰漫「在風中飄揚的糖香」，以「新城風糖」將抽象感受具體形容，並成為社區產業的自創品牌，陸續開發黑糖相關產品。社區產業發展需求不僅保障甘蔗農作收益，同時吸引遊客帶動周邊客庄觀光。本課程透過童寶章創生的「新城風糖」品牌，探討社區產業型的客庄社區營造策略，以發展產業促進文化保存與推廣的途徑。
- 3、延伸學習：請各組以學校鄰近社區為對象，搜尋該社區既有的產業資源，討論是否可以發展成為社區資產。

#### (十三) 第十三週

- 1、課程內容：節慶活動與產業開發——客家桐花祭與桐花商品
- 2、課程重點：本週以文化節慶活動帶動文創產業發展為主軸，探討文化節慶與產業結合所產生的經濟效益。並介紹客家桐花祭的緣由與衍生的桐花特色商品，讓同學體認品牌行銷與產業形象提升對客庄產業的加值。
- 3、延伸學習：請同學上網搜尋客家桐花祭網站，瀏覽網站資訊與活動紀錄。各組分享曾經參與客家桐花祭或購買桐花商品的經驗，並選擇一家桐花商品店家，比較其原有商品經過專業輔導後變身為桐花商品的前後差異，分析其優劣。

#### (十四) 第十四週

- 1、課程內容：專題演講四
- 2、課程重點：邀請通霄鎮「湧泉牧場」曾海涵演講「網路時代的行銷新招——談部落格行銷」。74年政府在通霄地區推廣乳牛養殖，成立「青年酪農村」。隨著時代變遷，通霄僅存兩家酪農戶。曾海涵以牧場資源自創「100號牧場」品牌，透過網路行銷，榮獲奇摩拍賣年度商家。後來成立「100號牧場」部落格，將牧場點滴經由圖文的交流，感動加上創意，在網路媒體發聲，開創資訊時代新的行銷管道。本課程透過曾海涵的網路行銷經驗，讓同學思索網路創業的可行性與永續經營的關鍵。
- 3、延伸學習：請各組上網搜尋以電子商城或部落格行銷成功的案例，分析其足以感動吸引消費者的要素。

#### (十五) 第十五週

- 1、課程內容：文創行銷策略
- 2、課程重點：案例介紹——苑裡鎮「客農知香」市場區隔策略；「客家等路大街」網路商城。本週在對客庄文創產業具基礎認識後，介紹文創產業相關的行銷策略。尤其對於傳統生產模式與行銷管道提出「市場區隔」與「網路行銷」來提昇產業的競爭力。
- 3、延伸學習：請各組就桐花商品型錄之店家為對象，各組取三種同類型商品店家，上網搜尋商家網站，分析比較網頁規劃內容的異同。並留意是否提供客家文化資訊，又形成何種效益。

#### (十六) 第十六週

- 1、課程內容：作業二：客庄行旅紀實
- 2、課程重點：詳見作業設計。
- 3、延伸學習：請同學針對本週報告內容發表感想，並給予報告組別意見回饋，發表於教學網站上。

#### (十七) 第十七週

- 1、課程內容：元旦放假。
- 2、課程重點：
- 3、延伸學習：

#### (十八) 第十八週

- 1、課程內容：作業二：客庄行旅紀實與期末回饋分享
- 2、課程重點：各組作品展覽與學習課程回顧，並彙整網站討論議題與資料，檢視本課程對認識客庄文創產業的收穫。
- 3、延伸學習：請同學針對本週報告內容發表感想，並給予報告組別意見回饋，

發表於教學網站上。並觀摩全學期作品與討論區紀錄，於課堂中發表學習心得。

### 三、課程教案

附上第二週「客家印象」與第十三週「客家桐花祭與桐花特色商品之文化行銷」課程教案 PPT 檔，當週簡介如下，檔案請參閱附件二和附件三。

#### ※附件二「客家印象」教案 PPT

##### (二) 第二週

- 1、課程內容：客家印象
- 2、課程重點：客家文化導論與台灣客家族群分布與特色。

#### ※附件三「客家桐花祭與桐花特色商品之文化行銷」教案 PPT

##### (十三) 第十三週









- 1、課程內容：節慶活動與產業開發——客家桐花祭與桐花商品
- 2、課程重點：本週以文化節慶活動帶動文創產業發展為主軸，探討文化節慶與產業結合所產生的經濟效益。並介紹客家桐花祭的緣由與衍生的桐花特色商品，讓同學體認品牌行銷與產業形象提升對客庄產業的加值。











#### 四、課程進行中照片

書海遊擊 · 三











##### 1. 每週上課情況。









依課堂時間每週擇二張相片代表，其中包含本學期四次的專家講座與兩次作業報告。「每週客語學習」由本班唯一的客籍同學羅文政領讀並教授全班客語。每週上課記錄照片與圖文說明，詳見教學網站「課堂剪影」與 Blog 相簿。

週次	日期	照片 1	照片 2
一	9/11		
二	9/18		
三	9/25		
四	10/2		

五	10/9		
六	10/16 專家 講座 (一)		
七	10/23		
八	10/30 專家 講座 (二)		
九	11/6 期中 報告 (一)		



十	11/13 期中 報告 (二)		
十一	11/20		
十二	11/27 專家 講座 (三)		
十三	12/4		
十四	12/11 專家 講座 (四)		

十五	12/18		
十六	12/25 期末 報告 (一)		
十七	1/1	元旦	
十八	1/8 期末 報告 (二)		
每週 客語 學習	客籍 同學 教學		

## 2. 課堂分組討論情況。

每次課程講授完畢，將安排分組討論時間，就當週講義與教案內容進行延伸討論。各組並於討論時間後，發表各授課單元心得，檢驗同學們對於授課內容的理解。



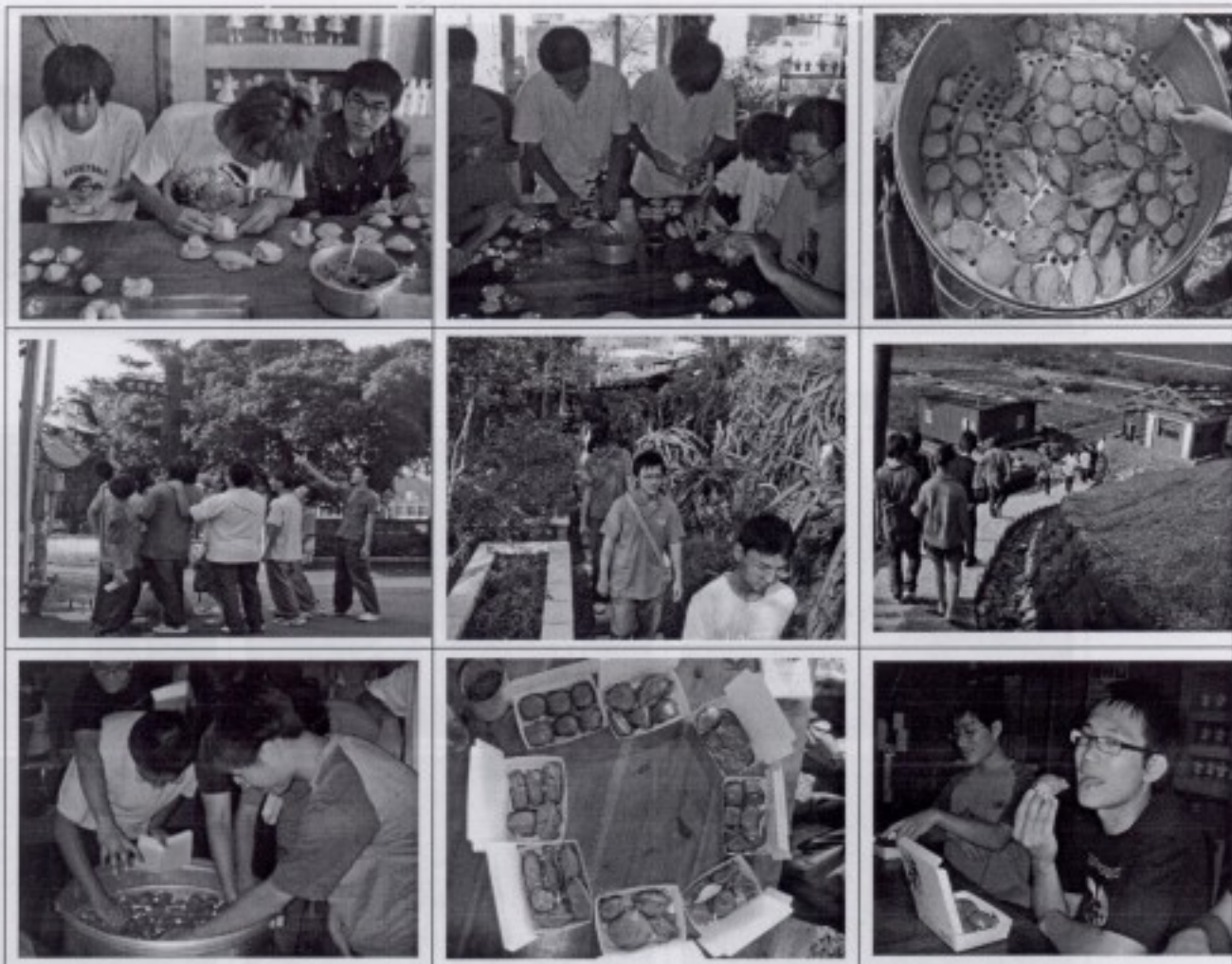


### 3.校外參訪紀錄。

本課程除了教室內的講授，更希望藉由產業的實際體驗，增加同學對於客家文化的親切感。因此除了安排文創業者的專家講座，輔助教學遺缺；更利用課餘時間安排同學至鄰近客庄產業店家與社區進行參訪體驗，讓知識透過實作轉化為常識。本學期共有三次校外參訪活動，分別是(一)「來食茶打嘴鼓」客家菜包體驗與老街巡禮。(二)三灣茶米文化節「三灣美食團」競賽，並榮獲亞軍。(三)新城風糖甘蔗採收與社區導覽。詳細相片與紀錄刊載於教學網站與 Blog。

#### (1)三灣「來食茶打嘴鼓」客家菜包 DIY 與老街巡禮。





(2)三灣茶米文化節，「三灣美食團競賽」亞軍。







(3)新城風糖甘蔗採收與社區導覽。



## 五、教學助理的工作方式與進行概況

### 1. 助理職責規劃

#### (1) 掌握課程進度與討論議題：

對全學期課程進度與各討論議題能有事前準備，每週上課前與授課教師討論該週授課內容及教學目標。

#### (2) 同學製作報告之基礎能力培養：

為了培訓同學基本的學術報告知能，本課程設計以「客家文化特質」單元，由教學助理指導同學完成資料搜尋、參考出處標註、PPT 製作與講解介紹等步驟。

#### (3) 帶領小組課後討論：

自開學第三週起，於每週三班週會時間，安排至少一組同學至通識中心普通教室進行課後討論，討論內容可為延伸學習之講義、課堂報告或學期作業的前置規劃與報告製作。

本課程安排《文化創意客家魅力》一書做為討論文本，各組分派一單元，由 TA 帶領閱讀，各組並將閱讀摘要張貼於教學網站「分組名單」項目下「TA 討論閱讀」網頁。

#### (4) 督導分組作業：

教學助理須督導各小組於規定期限內完成各項作業，並要求小組長回報作業進度，且協助其解決問題。

(5) 教學助理應於開學第二週將各組會談時間表及討論主題發予同學，並督促同學按時討論。

(6) 負責小組課後討論之評分，佔學生學習成績 10%。

(7) 協助教學網站維護與意見回饋。











(8) 與教師及學生保持聯繫暢通。

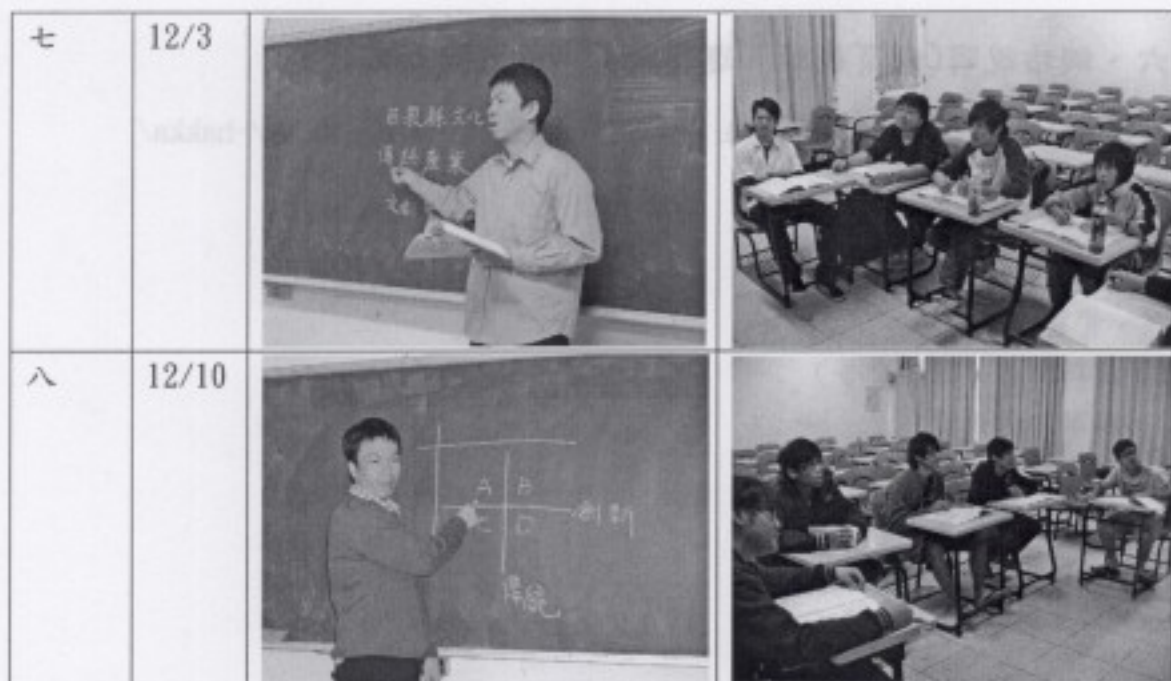
### 2. TA 帶領閱讀討論。

開學第二週 TA 依據課程進度，排定各組討論時間。每次討論除了安排基本的選文閱讀，並引導同學對於課程進行與延伸學習主題提出討論。「TA 討論與選文閱讀」時間表詳見附件四。

組別	日期	照片 1	照片 2
一	9/24		



二	10/8		
三	10/15		
四	10/22		
五	11/19		
六	11/26		



### 3.TA 協助課堂教學。

每週上課請 TA 擔任課堂助教與同學互動。一方面對於課堂進行有充分了解；一方面協助教師帶領課堂活動。





## 六、網站說明(網頁設計、運作概念，以及互動方式)

「客庄文創產業」教學網站位址：<http://web2.chinmin.edu.tw/~hakka/>

### (一)網頁設計(網站地圖)

#### 一、首頁

- 1、最新消息 (課程公告)
- 2、客家文創新聞
- 3、影像視窗
- 4、每週客語學習 (四縣腔)

#### 二、計畫團隊

- 1、授課教師
- 2、教學助理 TA
- 3、網站助理

#### 三、課程說明

- 1、課程目標
- 2、教學進度
- 3、作業設計
- 4、成績考核

#### 四、學習資源

- 1、課程教材
- 2、參考書目
- 3、網路資源
  - (1)、政府機關
  - (2)、民間團體
  - (3)、個人網站
- 4、感謝店家

#### 五、專家講座

- 1、演講資訊
- 2、演講影音
  - (1)、專家講座 VIDEO1 (來食茶打嘴鼓)
  - (2)、專家講座 VIDEO2 (三義一丫箱寶)
  - (3)、專家講座 VIDEO3 (新城風糖)
  - (4)、專家講座 VIDEO4 (100 號牧場)

## 六、分組名單

- 1、分組名單
- 2、TA 討論閱讀
- 3、期末回饋

## 七、成果分享

- 1、客家文化特質
- 2、客庄老店風華
- 3、客庄行旅紀實
- 4、店家回饋問卷

## 八、課程剪影

- 1、課堂討論
- 2、TA 時間
- 3、校外參訪
- 4、學期報告

## 九、互動討論

- 1、討論區
- 2、BLOG

### (二)運作概念

1.網站「首頁」主要規劃為四區塊：一是「最新消息」，發布教學課程與網站相關訊息。

二是「客家文創新聞」，擷取課程相關之出版資訊與客庄產業新聞，即時更新，助益同學掌握產業發展動態並提昇學習興趣。

三是「影像視窗」，將課堂剪影與各組 Blog 活動相片，隨機動態顯示於視窗，以圖像預告網站內容，引發同學上網興趣。

最後，「每週客語學習」單元，其初衷乃基於欲了解客家文化不能捨棄客語學習。雖然同學們多非客家籍，但身處客庄，週遭環境隨時都可接觸客語。因此以苗栗「四縣腔」為主，設計簡易實用的客語語音學習；並由客籍同學擔任客語小老師，帶領全班學習客語，助益同學能夠透過語言，深入體驗客家文化風情。同時簡易的詞彙，對於同學校外參訪時，也容易因能說簡單的客語，獲得認同。

2.「學習資源」欄位下「感謝店家」項目，是課程籌備過程時的發想，本課程與校外店家有密切的聯繫，甚至需要店家提供同學參訪機會。因此對於本課程友善的店家，希望藉由教學網站之便，增加其曝光。尤其大部分店家並非善用廣告宣傳的業者，感動其對於文化產業的付出與執著，希望透過網頁連結與同學的參訪紀錄，略盡社會責任。

3. 「分組名單」欄位中的「TA 討論閱讀」，此單元為 TA 討論與選文閱讀。刊載各組與 TA 的討論範圍與時間表，並可透過時間表上「摘要」欄位的點選，呈現各組閱讀摘要。

4. 「成果分享」收錄學期中各組的作業報告，其中「客家文化特質」是本課程的基礎知識與學期報告製作能力的練習。本課程雖然重視校外參訪，但是對於「知識性」的客家文化背景，也不能偏廢。如此才能避免校外參訪報告流於遊樂紀錄，幫助同學們從參訪活動的觀察體驗中發掘客家文化的傳統與新貌。

「客庄老店風華」與「客庄行旅紀實」項目，則將各組同學報告內容，刊載於網路上，作為同學作業成果的展示園地。

值得注意的是「店家回饋問卷」，此網頁是收錄同學們於學期中進行校外參訪時交與店家填寫之問卷。設計問卷之動機有二：一是作為產學合作的參考；二是督促同學認真看待校外參訪。因此，將回收之問卷內容公佈於網路上，對於參訪活動而言，有其後續的產學價值；對同學而言也是極大的鼓勵。店家回饋問卷意見摘錄，請參閱附件五。

### (三)網站互動

本網站「互動討論」主要有兩條連結，一為「討論區」。提供同學們對於課程進行過程中各項議題的抒發討論。之中設有「課程意見交流」、「分組報告討論」、「作業觀摩回饋」等項目，同學們除了能在此平台上交換意見，教師和 TA 也能於此及時回覆同學們的提問。

二為「Blog」。因應討論區無法放置影音檔的限制，增設此區域。鼓勵同學除了課堂作業之外，平時出遊也能將經歷體驗紀錄下來，既能累積作業報告之能力，也可藉相互觀摩，增加學習興致。各組平均每月一篇的客庄遊記，即發布於此。

## 七、執行成果分析

### (一)主要成就及成果之價值與貢獻

#### 1. 結合在地資源，建構文化教育課程。

本校位於苗栗縣頭份鎮、三灣鄉與新竹縣峨眉鄉三鄉鎮交界，屬於北臺灣客家族群活躍的區域。當學生到校之後，飲食起居與假日出遊都可明顯感受到客庄人情與文化的不同。本課程初衷即是冀求將這種文化差異的感受轉化成教學資源與文化體認，讓課程學習能突破教室的空間侷限，使日常生活成為學習的延伸。

課堂講授時教師可舉證親切能感的例證，學生也能就週遭環境觀察俯拾文化。經由在地文化的認識與了解，不僅讓負笈外地的學生產生認同感，助益其安心就學；也吸引學生走出「宅生活」，參與戶外活動。

因此，在課程設置的「Blog」中，各組同學能夠平均每月發表一篇客庄遊記網誌，記錄其參訪的客庄商家；並於「討論區」的「期末心得發表」中所獲得的學生意見回饋，都顯見本課程之文化教育已達開課目標。請參閱附件六「期末學生意見回饋」。

#### 2. 跨族群語言之客家文化教育與文創題材切入。

台灣客家文化的推廣，近年來客委會政策相當積極；在文化教育上透過「客家電視台」與「哈客網路學院」提供豐富多元的客家文化資訊。然而這些擔任客家文化教育的管道，往往全程使用客語講授，且編纂課題較為嚴肅。如此不但讓其他非客家籍族群卻步，甚至在吸納客家籍年輕族群上也成效不彰。然而，文化教育除了激勵本籍族群保存發揚自身文化外，是否也應正視如何架構與其他族群之間的橋樑，才能促進異質文化間的融合，更讓自身文化開枝散葉。

因此，在當局的客家文化教育主流之外，開授標榜非客語教學的「客庄文創產業」課程，對於大多數非客家籍的學生而言，一方面可以消除語言上的障礙，輕鬆跨入客家文化範疇；另一方面以「文創產業」立論，引用在地特產與消費體驗，安排「專家講座」與「產業參訪」，提升學生受教興趣，在潛移默化中領略客家文化之深博。正是本課程在客家文化教育主流外，試圖嚐試的教育方式。

對於客語教學的因應，課程中安排「每週客語學習」單元，以一日一個簡易實用的字彙學習，來替代強迫性的語言灌輸。「語言是文化的根本」，但是對於異質文化族群來說，文化認識的過程，「語言」反而是入門的阻礙。因此，以常用字彙與學生觸及的語言需求，作為本課程客語教學的原則，反而讓同學印象深刻。

#### 3. 學生基礎能力的建設與補強。

技職院校學生對於報告的生成，普遍缺乏基礎訓練。無論是資料搜尋，報告製作或報告發表，都有極大的努力空間，這卻造成學期報告的阻礙。雖然本課程並非報告寫作基礎課程，但基本的報告能力，攸關整學期的成果表現。因此設計「客家文化特質」作業讓同學練習資料搜尋與出處標註，經由 TA 的指導與把關，讓同學們逐步習得基本的報告技巧與能力。

#### 4. 產學交流合作促進文化教育。

產學交流是教育者的社會責任。以往的教育偏重校內養成，而忽略了外界社會的脈動，產業的實況。「客庄文創產業」既然以文創產業為對象，更不能閉門造車。因此以「專家講座」輔助課堂講授，邀請各領域的產業經營者與同學座談，促進理論與實務相連結。同時藉由「產業參訪」的安排，走訪客庄，參與相關文化體驗活動，讓產學雙方共同擔任文化教育的推手。

此外，為鼓勵同學在平時出遊就留意產業界的文化應用，特將兩次的學期報告設計為參訪作業。首先是單一店家參訪的「客庄老店風華」，著眼於老店的永續經營必然蘊藏產業文化的價值，探訪老店以發掘在地的生活特色與珍貴的文化資產。其次為客家文化探索的「客庄行旅紀實」，應用課堂所學，規劃行程，親歷客庄，對客庄現況有完整的體會紀錄。

當同學以製作報告的態度，聯繫參訪事宜，並實際拜訪紀錄時；多數店家也相對的以非常認真的態度解答，課程/學生/業界的良性互動，締造了扎實的文化教育。

#### (二)重大突破

「客庄文創產業」課程的重大突破是獲得許多商家對本課程的肯定與鼓勵，並主動表示與學校合作之意願。

課程規劃之初，尋找客庄各產業代表商家與徵詢「專家講座」演講者時，即感受到濃厚的客家人情，協助日後課程順利進行。此外，學生校外參訪，將更多的商家資訊納入教學系統內。尤其配合參訪作業所設計的「店家回饋問卷」，本是單純地向產業界釋出訊息，所獲致的迴響卻超乎預期。可知文創產業的發展趨勢，不僅是學校教育的新學科；對於產業界而言，也期盼能獲得學理上的指導與建議。透過本課程的實施，構築產學合作的管道，業者樂於配合授課資源的支持；學校也得以針對業者提供所需的服務；更預見日後新增諸多的產學合作計畫。

#### (三)與計畫書之差異及其原因

本學期課程進行與大致與計畫書相符，僅部分課程設計增補。其一是「客家文化特質」作業的加入，目的在於訓練學生報告的基礎能力。

其二是「校外參訪」的安排，原本「擂茶」等文化體驗活動設計於課堂內進行，但一方面恐怕影響授課時間；另一方面學校週遭的商家願意提供半價進行體驗活動。因此，在時間、地點與主持費足以支應的少量花費考量下，利用課餘時間帶領學生進行校外參訪與體驗活動。對學生而言，「校外參訪」不僅身臨其境，應證教學；同時也調劑其學習情緒。

其三是教學網站上新增「每週客語學習」和「影像視窗」。「客語學習」提供了學生基礎實用的客語字彙；「影像視窗」則是將學生的活動相片，即時地放置在教學網站首頁，既能作為網站內容更新的告示；也增益網站設計的生動與吸引力。

# 客家印象



## 提綱

- 一. 客家源流與移墾
- 二. 台灣客家分佈
- 三. 客家精神
- 四. 台灣客家文化風貌

## 一. 客家源流與移墾



## 「客家」的來歷

「客家」是一個文化的概念，而不是一個種族的觀念。

## 「客家」名稱由來

• 溫仲和《嘉應州誌》記載：

- 「客家中原衣冠之遺，或避漢末之亂，或隨東晉南宋渡江而來。凡膏腴之地先為土著佔據，故客家所居之地多瘠瘠，其語音多合中原之音韻。」
- 「唐以前之土著，蓋無有存者矣。今所謂土著，既多由汀、贛而來，其語言聲音又與相近。主客之名疑始於宋初戶口冊。」

## 「客家」名稱由來

- 第一次將客家之名追溯到宋代的「主客」編戶制度。當時將自古以來即居住在該地的土著稱為「主」，以後從外地遷來的即稱作「客」。
- 宋如楠所編之《永安縣志》記載：
  - 「縣中雅多秀氓，其高曾祖父多自……閩、江、湖、惠諸縣遷徙而至，名曰客家。」
- 明代之前叫「客人」或「客民」，但沒有「客家」一詞。「客家」可能是清代以後才出現的稱呼。

資料來源：黃炎申〈以新學問題與客家文化研究〉<http://www.hakkaonline.com/bspace/html/1/11-1471-2.html>

### 客家淵源

- 客家人屬於漢族民系一支，目前在中國大陸主要分布在華中和華南各省，尤以福建、廣東、江西三省交界地區為集中。然而，他們的祖居地或發源地不在華南。
- 羅香林《客家研究導論》提到：
  - 「客家先民其先世則多屬於黃河流域以南，長江流域以北，漢水流域以西，漢水流域以東等，即所謂中原舊地。」



資料來源：羅香林，http://idp.cuhk.edu.hk/eng/kuo/kuo.htm, Mei, Yun-kuo

### 客家五次中原遷徙說

- 第一次大遷徙
  - 東晉永嘉年間 / 五胡亂華。
- 第二次大遷徙
  - 唐末北宋 / 黃巢之亂。
- 第三次大遷徙
  - 南宋末到明代初年 / 蒙古人入主中原，宋室南渡。



### 客家五次中原遷徙說

- 第四次大遷徙
  - 明末清初的牧童之謠 / 受滿人入主及內部人口壓迫。
- 第五次大遷徙
  - 清乾隆以後 / 土客械鬥及太平天國。



資料來源：羅香林《客家研究導論》

### 客家遷臺歷史

- 一、最早始於明代中後期，明末清初，鄭成功以台灣為反清復民的根據地，大量招募大陸人民入台，開荒墾殖。
- 二、清康熙中葉以後，海禁初開，閩、粵人民因受生活環境所迫，大量東移來台謀生。然當時有「渡臺三禁」，第三條：嚴禁粵中潮州、惠州之民不許渡臺。

### 客家遷臺歷史

- 三、康熙二十七年，清政府加強臺灣防務，徵募大批兵員派駐臺灣，其中廣東嘉應州客家人數百人入台，服役4年後在屏東地區境內按六隊編制屯田開基，當地稱為「六堆客家人」。
- 四、康熙三十五年，施琅死後，禁止潮惠人民來台的政令漸弛，粵東客家人，乃聞風接踵而至，於是人口驟增，墾區日擴。

資料來源：王世（1982年修版），謝國興（2000年修版）。

### 客家人在台移墾

- 第一期：明鄭到康熙25、26年
  - 清軍平定臺灣後，開墾區為台灣南部及下淡水溪（屏東）。
- 第二期：康熙六十年，朱一貴事件後
  - 潮、惠、汀州客籍從中部登陸，移墾雲林北港及彰化平原，多數被閩粵人同化成為「福佬客」。
- 第三期：雍正年間
  - 台中盆地以東丘陵地、東勢、石岡、新社、豐原。



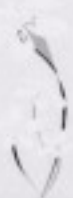
### 客家人在台移墾

- 第四期：乾隆年間
  - 以閩粵客家人加入墾墾桃、中、彰、苗、台北；惠州府的海豐、陸豐人墾墾桐、新竹地區。
- 日據時期：
  - 東部縱谷地帶，客家人大多數是在後期由西部「客庄」遷移過去的。日據時代，日本人從台灣西部招來或徵召來花蓮從事勞力工作，六堆地區的客家人，也有不少受迫於生活壓力，移居花東地區。




資料來源：蕭新煌《客家研究－歷史與理論》，林文郎《台灣客家的研究》

## 二. 台灣客家分佈



### 台灣人口五大族群



資料來源：蕭新煌《客家研究－歷史與理論》

### 台灣客家人口分布

- 臺灣地區（臺澎金馬）地區四大族群中（當時新移民被歸為其他類），閩人佔73.3%、客家人佔12.6%、原住民佔1.9%與外省籍佔8.0%。
- 客家人比例較高的前三個縣市為新竹縣（63.0%）、苗栗縣（60.6%）及桃園縣（32.2%）。

### 台灣客家人口分布圖

縣市	客家人口比例
基隆市	1.2%
台北市	1.5%
新北市	1.8%
桃園縣	32.2%
新竹縣	63.0%
新竹市	1.5%
苗栗縣	60.6%
台中市	1.8%
彰化縣	1.5%
南投縣	1.2%
雲林縣	1.0%
嘉義縣	1.0%
台南市	1.0%
高雄市	1.0%
屏東縣	1.0%
澎湖縣	1.0%
金門縣	1.0%
馬祖縣	1.0%

資料來源：蕭新煌《台灣客家人：從歷史到現代研究》

### 台灣各縣市客家人口比例



資料來源：蕭新煌《台灣客家人：從歷史到現代研究》



## 台灣各鄉鎮客家人口比例

- 若以鄉鎮市來看，臺灣客家人口以苗栗公館鄉、苗栗三灣鄉、高雄美濃鎮、新竹北埔鄉、苗栗獅潭鄉、新竹峨眉鄉、苗栗銅鑼鄉、新竹橫山鄉等鄉鎮有九成以上民眾認定為客家人。臺灣客家人口比例超過50%的鄉鎮，共計30個鄉鎮。
- 下列統計表格

鄉鎮別	客家人口比例	客家人口數	總人口數
1. 苗栗縣 公館鄉	95.2	10,112	10,621
2. 苗栗縣 三灣鄉	94.8	10,112	10,621
3. 苗栗縣 獅潭鄉	94.5	10,112	10,621
4. 新竹縣 北埔鄉	94.2	10,112	10,621
5. 新竹縣 峨眉鄉	93.8	10,112	10,621
6. 新竹縣 橫山鄉	93.5	10,112	10,621
7. 苗栗縣 銅鑼鄉	93.2	10,112	10,621
8. 苗栗縣 三義鄉	92.8	10,112	10,621
9. 苗栗縣 苑裡鎮	92.5	10,112	10,621
10. 苗栗縣 大湖鄉	92.2	10,112	10,621
11. 苗栗縣 通霄鎮	91.8	10,112	10,621
12. 苗栗縣 苗栗市	91.5	10,112	10,621
13. 苗栗縣 頭份市	91.2	10,112	10,621
14. 苗栗縣 竹山鎮	90.8	10,112	10,621
15. 苗栗縣 卓蘭鎮	90.5	10,112	10,621
16. 苗栗縣 後龍鎮	90.2	10,112	10,621
17. 苗栗縣 大甲鎮	89.8	10,112	10,621
18. 苗栗縣 鹿港鎮	89.5	10,112	10,621
19. 苗栗縣 南庄鄉	89.2	10,112	10,621
20. 苗栗縣 泰安鄉	88.8	10,112	10,621
21. 苗栗縣 西湖鄉	88.5	10,112	10,621
22. 苗栗縣 苑裡鎮	88.2	10,112	10,621
23. 苗栗縣 通霄鎮	87.8	10,112	10,621
24. 苗栗縣 苗栗市	87.5	10,112	10,621
25. 苗栗縣 頭份市	87.2	10,112	10,621
26. 苗栗縣 竹山鎮	86.8	10,112	10,621
27. 苗栗縣 卓蘭鎮	86.5	10,112	10,621
28. 苗栗縣 後龍鎮	86.2	10,112	10,621
29. 苗栗縣 大甲鎮	85.8	10,112	10,621
30. 苗栗縣 鹿港鎮	85.5	10,112	10,621

資料來源: 客家委員會 (2010年)

## 竹苗地區客家鄉鎮分布



資料來源: 客家委員會 (2010年)

## 臺灣的客語分布

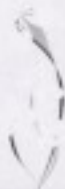
- 客語本身有許多不同的腔調，臺灣的客家人由於來源的不同，使用的客語也不盡相同。

- 四縣腔：桃園、苗栗、屏東及高雄的六堆地區。
- 海陸腔：新竹、花蓮部分地區。
- 大埔腔：臺中東勢一帶。
- 饒平腔：台北縣一帶。
- 新交腔：雲林海背一帶。



資料來源: 「客家會」 (2010年)

## 三. 客家精神



## 客家精神

- 羅香林《客家研究導論》，客家民系的性格特徵，概括為七點：
  1. 家人各業的兼顧與人才的並蓄
  2. 婦女的能力和地位——最艱苦耐勞，最自重自力，對社會國家最有貢獻
  3. 勤勞與潔淨
  4. 好動與野心
  5. 冒險與進取
  6. 勤儉與質樸
  7. 剛毅與自用

## 客家精神

- 李開仁〈客家人〉，客家人八項民風：
  1. 純樸保守
  2. 堅忍刻苦
  3. 崇尚忠義
  4. 尊文重教
  5. 尊重婦德
  6. 重視武術
  7. 偏愛清潔
  8. 勤勞節儉

## 客家精神

- 客家精神的表述……最為本質的可以歸納為「四海為家，冒險進取，敬祖睦宗，愛國愛鄉」十六個字。

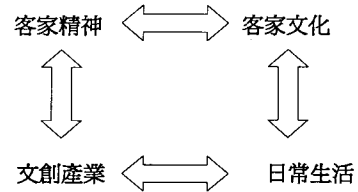
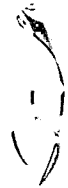
資料來源：維基百科，[http://zh.wikipedia.org/wik/Category:Haka\\_Gun\\_Min\\_Yuansu](http://zh.wikipedia.org/wik/Category:Haka_Gun_Min_Yuansu)

- 王雯君〈客家邊界——客家意象的詮釋與重建〉的調查結果

名次	文化特質	次數	名次	文化特質	次數	名次	文化特質	次數
1	勤勞節儉	224	6	堅韌吃苦	45	11	禮貌	17
2	客家美食	170	7	親切可人熱情	31	12	與其壯族群一樣	14
3	刻苦耐勞	120	8	樸實	23	13	信守	13
4	務實實在	81	9	山歌	21	14	團結	12
5	不尋常	78	10	弄璋	19			

資料來源：王雯君（2005），〈客家邊界：客家意象的詮釋與重建〉，《東吳社會學報》18：117-156

## 四.台灣客家文化風貌



## 客家傳統與文創產業

- **【客家建築】**土樓、夥房→群居、簡樸、注重風水  
 文創案例：頭份鎮「黎屋夥房」複合式經營；苑裡鎮「東里家風」百年閩客古厝民宿
- **【客家服飾】**藍衫、花布→樸素、方便、實用、耐穿  
 文創案例：高雄美濃「錦興藍衫店」藍衫訂製；三義鄉「卓也小屋」藍染體驗；竹南鎮「竹南手工藝生產合作社」創意花布
- **【客家美食】**四炆四炒、擂茶米食→惜福、儲存、飽食  
 文創案例：三灣鄉「來食茶打嘴鼓」；三義鄉「賴新魁麵館」

## 客家建築——群居、簡樸、注重風水

客家人因避居戰亂而離鄉背井遷居他方，但在他鄉常受到當地各種勢力之欺凌，故客家人對外排斥性高，對內凝聚力強，也因此客家人多群居。……再加上客家人簡樸、注重風水和不忘本的族群特性，造就客家建築之獨特格局。

文字來源：「客家風的角竹建築」<http://www.212124.myweb.hinet.net/home.htm>



### 南部藍衫

- 藍衫是客家婦女傳統服裝，也是最具特色代表的客家文物，吸汗、實用且不怕曬的藍衫，能將刻苦奮鬥的精神表現地淋漓盡致。↓高雄美濃「錦興藍衫店」



文字來源：「客家藍衫」<http://www.hks.edu.tw/kuai/023/kuai.htm>  
 圖片來源：「全球客家網」<http://www.hks.edu.tw/kuai/023/kuai.htm>、<http://www.kh.com.tw/kuai/023/kuai.htm>

### 南部藍衫

- 三義「卓也小屋」藍染商品



圖片來源：「大佳傳統產業」<http://www.dajia.com.tw/kuai/023/kuai.htm>

圖片來源：「客家藍衫」<http://www.hks.edu.tw/kuai/023/kuai.htm>

### 北部花布

- 北部的客家人，偏愛以花布製作衣褲，原因是客家人很節儉，常撿一些別人不要的布，拼湊成花花綠綠的圍裙，加上花色衣物不容易髒，逐漸發展為客家族群特有的文化。
- 「竹南手工業生產合作社」商品↓



文字來源：「客家藍衫」<http://www.hks.edu.tw/kuai/023/kuai.htm>  
 圖片來源：「客家藍衫」<http://www.hks.edu.tw/kuai/023/kuai.htm>

### 客家美食——惜福、儲存、飽食

- 「逢山必有客，客家族群因山居食材取得不易與清苦的 lifestyle，研發出各種醬料名菜。
- 客家人刻苦勤儉的鮮明特性，充分表現在菜餚特色中。
- 「絞」與「炒」，是客家菜的兩大特色之一，「四粒四炒」可說是客家菜的典型，其中「絞」是指大鍋烹煮、持久保溫。

文字來源：「客家藍衫」<http://www.hks.edu.tw/kuai/023/kuai.htm>

### 客家美食\_四絞

酸菜絞豬肚



絞燻肉



排骨絞菜頭



肥腸絞筍乾



### 客家美食\_四炒

客家炒肉(客家小炒)



豬腸炒蕃絲(薑絲大腸)



鴨血炒韭菜



豬肺黃梨炒木耳(俗稱鹹酸筍)





### 客家擂茶

- 擂茶又名三生湯，是三國時期的除穢秘方。把茶葉、花生、芝麻放入鉢中研磨後沖入沸水，再加上糯米飲用，既能充飢解渴，又能保健。傳統「擂茶」大多是鹹的，因接受度小，現代則以甜的口味吸引客人。

• 範例

- 三義「來食茶打嘸話」擂茶DIY



資料來源：「來食茶」，〈客家文化課程與參訪〉<http://www.hakkagov.tw/online/Culture/1113/13page-01>

### 客家板類

- 「板」是以米為主要原料，將米加水磨成漿，然後脫水得到米糰，就可以製作出各種鹹甜口味的「板」。早年物資不豐的時候，板因具有很好的飽食性，不易飢餓，對於刻苦的客家族群是很重要的食品。
- 三義「賴新魁麵館」板條



### 客家板類



紅板



大野板 (艾草板)



板粽

資料來源：「來食茶」，〈客家文化課程〉<http://www.hakkagov.tw/online/Culture/1113/13page-01>

### 思考與回饋

1. 從客家人的源流與遷徙、過程中的兼容與開放，我們該如何面對族群與省籍的先天差異？
2. 台灣客家文化有何歷久彌新的傳統與特殊的區域風貌？
3. 文創產業對於客家文化的保存與發展有何助益？曾經從哪些管道認識客家文化？



### 提綱

- 一、客家桐花祭由來
- 二、客家桐花祭與產業創生
- 三、文化行銷理論
- 四、桐花特色商品文化行銷
- 五、個案分析

思考與回饋

### 一. 客家桐花祭由來(2002-)

2002年，客委會首次舉辦客家桐花祭，於苗栗縣公館鄉无河一處桐花林蔭下之百年怡公石龜辦理祭典，以客家族群過去在山林間賴以維生的香茅油、樟腦、米皮、蕃薯、玉米、生薑、茶..等向土地、山神、天神祝禱祭告，一方面是對山林大地的感激與崇敬，一方面也提醒依偎山林而居的客家子弟再造鄉土與人文的榮景。

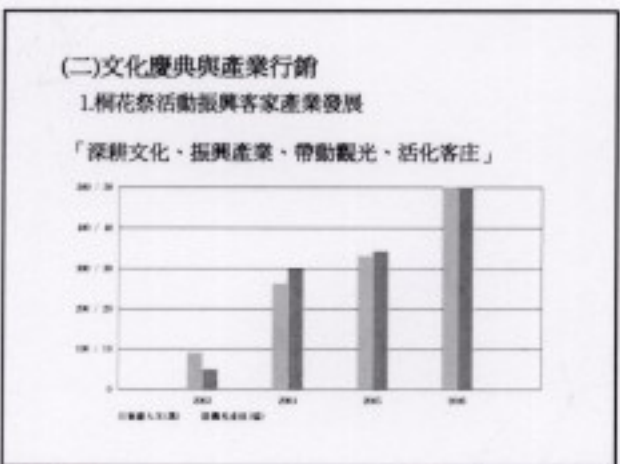
同時，希望透過桐花祭典，吸引國內外遊客共同來分享與感受客家的美麗，因此每年桐花祭的舉行，除了邀請大眾賞花、遊客庄之外，另於開幕活動期間以簡單祭儀精緻敬意，以蘊涵客家文化傳統、肅穆、潔淨、虔誠、祈福的精神，故以「祭」字為用，而策劃了「客家桐花祭」這個活動。

\*文字來源：「台灣之音」<http://rtivlog.pisnet.net/blog/post/18653455>

### 二. 客家桐花祭與產業創生

#### (一) 客家桐花祭與桐花意象形塑

1.客家桐花祭(2002-)	2.「客家桐花」意象
體驗經濟的典範	人為創造的文化符碼
客家文化的推展	文化意識的情感折射
象徵符號的創生	文化認同的圖像載體
	產業價值的開發生產



#### 2.文化创意產業與形象標章

- (1) 桐花祭桐花標章
- (2) 桐花祭限量紀念商品  
苗栗五穀文化村「桐花寶寶」系列紀念版藝術陶瓷(2005)
- (3) 桐花特色商品(2006-)  
「桐花精品」標章遴選、  
「桐花衍生創意產品設計大賽」
- (4) 「台灣客家特色商品」形象標誌 (2007)

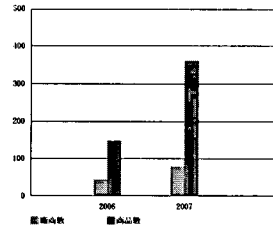


### 3. 桐花特色商品輔導開發

#### (1) 客家產業輔導

專家診斷服務、包裝設計、產品開發改良、經營行銷建議，並協助研擬改善方案，轉介相關計畫資源補助。

#### (2) 異業結盟



### 三. 文化行銷理論

#### (一) 文化創意產業

1. 文化包裝，創意加值
2. 情感共鳴，感性消費
3. 文化體驗，記憶延續

#### (二) 地方型文化產業

「具空間與地域依存性 (Geography Dependency)，是利用地方文化之獨創性、創作性塑造出屬於當地獨有之文化圖像，將地方居民內發性的空間、活動與產品轉化為可消費的商品或體驗，以吸引遊客至地方消費，故常成為地方經濟再生與文化保存延續重要策略」(楊敏芝、辛晚教，2001)

#### (三) 文化行銷定義

1.(黃葳葳，2004)

「依據國家原生文化的取向設定宗旨任務，而進行特定族群藝文教育、知識的推廣，及特定族群文化產品與相關服務的提供，以期達成傳承與交流特定族群文化的理想」。

2.(鄭自隆、洪雅慧、許安琪，2005)

「為了形成一種有利於競爭和銷售的文化而行銷，這裡的文化可以理解成一種包括品牌形象、品牌內涵、品牌忠誠、獨特社群 (由現有的和潛在的消費者構成) 文化等多種元素的東西，這種東西一旦形成，將使品牌的擁有者在與其他廠商競爭中獲得其社群的資源，而處於優勢。」

3.(中國人壽，2004)

「文化行銷就是銷售的過程中，在產品中注入文化因素，通過長期的人文關懷，使客戶對本公司形成長期的品牌忠誠，同公司利益與客戶利益雙贏的原則，在關心和滿足客戶的需求後，進而關心其隱性需求，不斷開發新的銷售機會。」

#### 4.文化行銷就是從文化的觀點進行產業行銷

「三流企業賣產品，二流企業賣品牌，一流企業賣文化。」

一流的產業行銷，就是賦予產品文化內涵，促使產業形象升級，產值倍增。

#### 四.桐花特色商品文化行銷

##### (一)行銷模式

「中央籌劃·企業加盟·地方執行·社區營造」  
「客委會負責行銷·業者自負盈虧」

##### (二)行銷管道

- 1.桐花祭共同行銷
- 2.實體通路
- 3.網路商城
- 4.行銷活動



##### (三)行銷策略—「推」的策略

- 1.傳統文化產品的重製：  
將傳統文化產品進行仿造複製，傳遞其歷史與傳統。
- 2.傳統文化產品的新形象：  
將傳統文化產品進行新形象的包裝設計與新製程的開發，使其仍以歷史與傳統為元素，但已有不同面貌與意義。
- 3.現代意象的產品：  
以新材料與新造型塑造全新面貌的文化商品，而以「現代化」的意涵進行訴求。
- 4.國外文化產品於本土再生：  
引進國外文化產品，在本地進行改造與創新。
- 5.當地農特產品：  
將本土農產品與加工品加上文化要素進行包裝行銷。(黃秀惠，2006)
- 6.社區產業：  
社區透過產業的開發，獲得經濟維生能力，支持社區自主運作，推動社區營造。



## 五. 個案分析

### (一) 傳統產業

陶·磚·漆·木·炭

### (二) 地區產業

1. 市場區隔
2. 社區營造重建
3. 田媽媽(專案計畫輔導)

### (三) 公營產業

### (四) 異業結盟

## (一) 傳統產業

陶

華陶窯



廣興窯 桐花樹



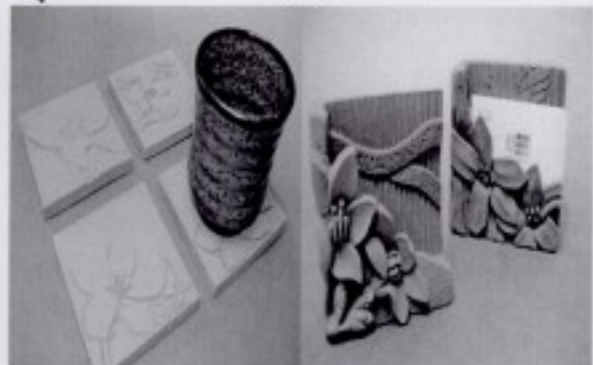
蒙古陶藝 五月雪茶具組



天春窯 台灣桐花陶笛

磚

金良興



漆

台灣漆器 茶具餐貝組



龍南漆器



木

三義-Y箱寶



炭

火炭谷 竹炭卡



三鈴竹材 竹炭包

(二)地區產業

1. 市場區隔

郭家莊醬菜



阿嬤伯



東華榨腦油



2. 社區營造重建 2.

新城風糖

新城風糖





龍尾茶廠



3.田媽媽(專案計畫輔導)

來食茶打嘴鼓



石岡傳統美食小舖

東勢阿嬤



(三)公營產業

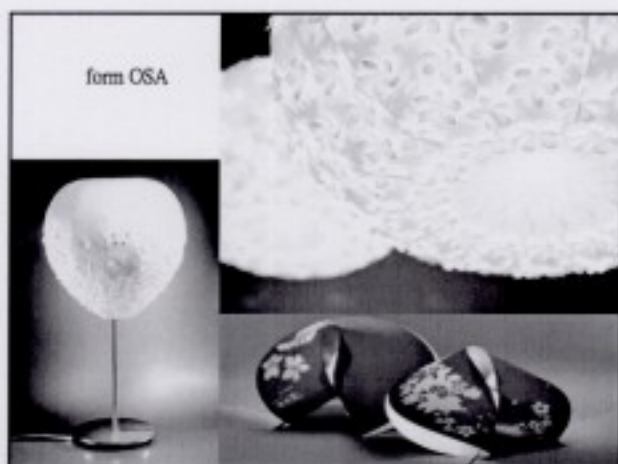
新竹縣農會



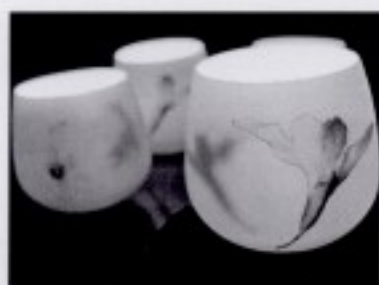
西泥鄉農會  
關西鎮農會  
三義鄉農會



(四)異業結盟



The One 燭臺



琺瑯 變色杯



肚臍餅

世奇餅店



錦香餅舖

金粟城

桐花餅

世奇餅店



集元裕



## 引用資料

黃秀惠・《初探澎湖地區民俗行銷傳播策略之研究—從文化创意觀點》・世新大學傳播研究所2006碩士論文。

鄭自隆・洪雅慧・許安琪(2005)・《文化行銷》・台北：國立空中大學。

黃慧涵(2004)・〈媒體留聲機：族群唱台的文化行銷〉・《媒體探險家》  
<http://elzweb.creativity.edu.tw/mediaguide/modules/news/article.php?storyid=99>

中國人壽(2004)・〈體驗消費時代的文化行銷〉・《特區國壽》2004:3。  
<http://www.chinalifesz.com.cn/magazine/content.asp?artid=234>

個案分析圖片來源：「2008客家桐花祭」  
<http://tung.hakka.gov.tw/Hakka/Internet/Store/Product.aspx?uid=3&pid=3&op=1#c>

## 思考與回饋

1. 你曾經參與過「客家桐花祭」嗎？是從哪些管道得知活動訊息？
2. 在「客家桐花祭」活動期間，是否曾購買過「桐花特色商品」，回想當初購買的動機為何？
3. 你能說出「桐花特色商品」與一般商品的差異何在？
4. 文化行銷有哪些策略？分享你知道的一個案例。
5. 文化商品對「文化」與「經濟」層面各有何影響？
6. 以「客家桐花祭」為例，思考文化節慶與文化商品的推動上，是否有需要檢討的地方？

#### 附件四：TA 討論與選文閱讀

時間：每週三下午班週會。

地點：7107R

導讀用書：俞龍通(2008)《文化創意，客家魅力》，台北:師大書苑。

※ TA 討論議題請參考「教學進度」之每週「延伸學習」。選文閱讀請攜帶講義。

請各組同學於規定時間抵達，討論前請先 E-mail 選文摘要給 TA。

組別	閱讀篇章	週別	日期	備註
		二	9/17	加退選與教材確認
1	第二章 文化創意產業簡介 第一節 文化創意產業定義與範疇	三	9/24	
		四	10/1	「來食茶打嘴鼓」 參訪順延
2	第二節 文化創意產業特性、結構與體系	五	10/8	
3	第三節 文化創意產業發展策略與型態 第四節 結語	六	10/15	
4	第三章 客家文化創意產業發展芻議 第一節 客家文化核心要素與範圍探討	七	10/22	
		八	10/29	期中報告討論
		九	11/5	期中報告討論
		十	11/12	期中報告討論
5	第二節 客家文化創意產業結構與體系	十一	11/19	
6	第三節 客家文化創意產業的發展策略與型態 第四節 結語	十二	11/26	
7	第四章 客家文化創意產業政策 第一節 現行我國文化創意產業政策簡介	十三	12/3	
8	第二節 客家文化創意產業政策簡介 第三節 結語	十四	12/10	
		十五	12/17	期末報告討論
		十六	12/24	期末報告討論
		十七	12/31	期末報告討論
		十八	1/7	期末報告討論



附件五：「客庄文創產業」店家回饋問卷與意見摘錄

客庄文創產業參訪回饋問卷

感謝貴店提供學生校外參訪機會，實際的產業現況是最好的教材，參訪活動若有打擾之處，尚請見諒。為了解參訪所得，請您就本次同學參訪表現，勾選下列選項。

1. 本次參訪是否經過事前的聯繫取得您的同意。 1 是  否
2. 參訪之前同學已具體告知參訪內容。 2 是  否
3. 同學能依照約定時間準時到達。 3 是  否
4. 同學的提問感覺上是有經過事前的資料蒐集閱讀的。 4 是  否
5. 過程中同學的表現是有禮貌的。 5 是  否
6. 整體而言，這次參訪對本校學生印象是加分的。 6 是  否
7. 貴店日後願意再提供本校學生參訪機會。 7 是  否

\*\*\*\*\*







產學合作是敝校努力的方向，也樂意為產業貢獻服務，貴店若有需要敝校提供配合支援之處，或對本次參訪的任何建議，請不吝指教，請留言於下。

**店家留言**

須請簽名或惠賜名片

再次感謝貴店的接待，請您將本問卷放回信封，撕下雙面膠黏合後，轉交同學帶回。

親民技術學院通識教育中心  
講師 林健群 敬上

商家名片	意見摘錄
	<p>貴學校提倡傳統文化的教學， 很值得學習。 三十九北埔稻菜創始店。</p>
	<p>野呷辦得很高，是將傳統客家文化精神傳遞給 一群好學的年青人，希望我們共同努力，一起為這塊 土地付出一己之力，讓傳統在這群孩子身上看 到希望。 野呷。</p>
	<p>一、同學提問之項目有顯薄弱，需加以整合問題的方向。 二、為學生的求知之需要，本村願意配合貴校進行 同學的田野調查，並作為具體的認知報告。 湛學全 97/11/16/30</p>
	<p>貴校學生來店參訪，深入了解廠司各款招茶 之研產推戶，態度認真，深受感動，希望藉以 研產報告能讓學生更了解客家文化。 吳紅招茶 馬玉英 02.10.04</p>
	<p>堅持傳統手工製冰， 希望學校能賣傳統水棒。 張國涼</p>
	<p>石壁染織工場樂於提供經驗 給同學參考。 林淑莉</p>

香香飲食店

對面外埠 便當定裝 團體合餐

☎ (037) 48 3 1 5 6 1

☎ 28 3 4 5 6 1

傳真: 0963-109900

李慶和 官桂珍

地址: 香港島上環軒士街131號 (7-ELEVEN對面)

感謝貴校對我們敬亭的关怀,  
我位同學都很親切,及客氣,我也很希望沒  
常和你們習導,及合作,謝謝!

歡迎老師親自帶同學來這裡互相交流  
我們的空間也可以提供課外教學呢!



黎尼碧 啟  
037-595998  
0781127531

附件六：期末學生意見回饋(摘錄自「討論區」之「期末心得發表」)

機電10 邱奎勳	<p>在我還沒上過客庄文創這門課 我還不知道 在頭份有這麼多客家人 上完了這學期讓我深深的了解到頭份是有這麼多客家文化 雖然出去做報告很累 但是讓我感到頭份也是有很多好玩的地方 這學期的課我沒白上呀 😊😊</p>
機電01 王軍智	<p>起初只是覺得這是最麻煩的課程，作業與別科不同，因為又要去花錢去拜訪，又要上網查資料，然後做報告，過程中還要討論，做作業又要分工，不過其實在這過程中默默的學習到很多東西，如何合作、還有做報告如何鋪陳，如何報告也順便訓練自己在台上報告的膽量，更讓我們了解很多客家文化，對於其他的作業也有很大的幫助，是個很受益很多的課程。</p>
機電26 曾繼平	<p>這門課讓我們學習到許多東西 做報告 分組之類的 也讓我們更了解客家文化 使我們有動力去了解一個組群的文化 是個很好的方法 so good! 希望可以藉此門課往後學到更多東西</p>
機電27 黃羽丞	<p>大家都沒有感謝TA 小老師 這樣他會很傷心 所以我們這組除了感謝老師 也謝謝TA 小老師 謝謝你幫我們指導報告和提供撇步 雖然一改再改很累ㄟ 不過還是很感謝!</p>
機電41 羅文政	<p>在我們家我的媽媽是一個客家人 每次都跟親戚阿姨講ㄌ一大串ㄉ客家話 每次回到新竹或苗栗ㄉ親戚家都是聽到一堆客家話 但生在台北的我半句客家話都不太會講 反而很深刻的了解到客家的文化風俗與習慣 在從小我個人的印象中客家人都是很節儉. 很刻苦耐勞 之後在了解油桐花後也還不清楚為什麼跟客家人有關 直到上這門客家文化課之後才了解到客家人之所以都養成節儉習慣是因為遷息跟地形的關西, 油桐花是以前客家人用來當經濟作物的東西. 也了解到客家傳統文化謂何會被拿來做設計而讓他保留傳統</p>

	風俗原則
電機 07 廖為政	<p>1. 花時間去找客家產業 2. 花錢去消費客家商品 3. 做功課做到想砸電腦</p> <p>嗚...，好多功課啦.....， 一邊做功課一邊去找店家， 時間沒那麼多啦.....！ 不過經過一學期， 倒是知道了不少有關客家的一些產業。</p>
電機 25 白育麟	<p>這學習選的第一個通識就是這客家文化, 雖說很累, 要一直跑出去, 但也讓我認識了客家文化相關資訊, 在這裡要謝謝各位大大, 小弟心存感恩~~~~, &gt;"&lt;</p>
電機 32 張文銓	<p>這一學期的通識課真的還不錯, 因為這個課程讓我們認識了許多跟客家有關古蹟跟活動還有許多客家人的食物, 這一門課真的讓我們有許多出去玩的機會, 做菜包跟擂茶還有參觀糖廠都是很有趣的經驗。</p>
電機 09 廖盈嘉	<p>真是不錯的課程阿~~~~讓我們出去學習一些客家文化~~~(讚喔) 可惜不能再選一樣的課程要不然我一定會再選的^^ 感謝老師 😊</p>
機電 06 李坤樹	<p>一年級時修過老師的課覺得不錯 在二年級就選了這門課 這門課有很多的作業要去校外 去做些有關客庄文創的一些資料 像是去北埔和一些 苗栗地區與客庄有關的景點 還有一些課程活動讓我們知道 學校附近其實是有很多的客庄產業</p>
機電 40 藍柏青	<p>嗯... 這學期 老實說要不是因為老師是認識的 我才不會選咧!! 不過 選了之後 我並沒有擺爛或有所放鬆 反而很認真的參與我所能夠參加的活動 我也打了些報告 以及發了些討論文 總之 這門課....很開心!!</p>

工管04吳帛勳	<p>恩~~ 文化創意 真是一門很深奧的課阿...</p> <p>感覺很輕鬆 其實好困難喔~~</p> <p>從期中作業了解到 並不是單純的做一份遊記/食記就好 還要從他周邊的人事時地物等等 去剖析他的文化特質及其關聯性</p> <p>講到文化創意 又關聯到一個地區的經濟發展 阿~~串來串去的 @@</p> <p>總之...期末 大家加油&gt;_&lt;</p> <p>老師 助教 都辛苦囉~~</p>
---------	---