

部落文化商品產業化發展模式—以大社部落為例

The Development Pattern of Tribal Cultural Creative Product – A Case Study of Tashe Tribe

¹蔡幸妤 TSAI, HSING-YU ²賴孟玲 LAY, MENG-LING

¹南臺科技大學視覺傳達設計系 數位內容與應用設計 碩士班研究生
Southern Taiwan University of Science and Technology school of Visual Communication Design
Graduate Institute of Digital Content and Animation Design

²南臺科技大學視覺傳達設計系 數位內容與應用設計 助理教授
Southern Taiwan University of Science and Technology school of Visual Communication Design
Assistant Professor

中文摘要

自 2002 起政府提出「挑戰 2008 國家發展計畫」—「文化創意產業」，提倡以文化為核心本質，促成藝術創作結合商業機制活化社區經濟。屏東縣排灣族大社部落，因八八風災的侵襲下，使得原鄉部落不適合居住，居民也被迫遷村到禮納里的永久屋重建家園，在失去家園及賴以維生的農耕地後，經濟來源為首當其衝的問題，因此部落藝術家們發起以「藝術部落」做為未來的發展方向，部落居民發揮原有的生活技藝，於這塊土地上重新紮根。故本研究透過訪談探討大社部落工藝發展的問題，研究以大社部落文化創意文化特色產業做探討，提出大社部落文化產業化之發展性策略，並建構其文創商品開發的可行架構，以作為大社部落文化創意產業發展的參考。

關鍵字：文化產業化、工藝

一、前言

(一)、動機

在全球化的現代，台灣面臨高度工業化，過去為製造業及代工模式的生產型態，在鄰國低廉的人力成本下，逐漸失去優勢。故文化產業被視為下一波的經濟動力來源，政府於 2002 年提出「挑戰 2008 國家發展計畫」—「文化創意產業」，提倡加強對台灣風格文化的探索與了解，期待藉由藝術創作結合商業機制，創造本土文化特色之產品，藉以提升人民的文化認同感以及增加產品的附加價值（許瑄，2012）。文化特殊性更是文創產業的立基點，而台灣是一個多元族群的社會，因不同文化顯示出其特殊性，最具代表的文化就以原住民文化最具特色。

在 2009 年的莫拉克風災重創南台灣，造成屏東縣許多原鄉部落居民，離開原本的家園遷徙到其他地方生活，頓時間部落族人們失去了經濟來源，包含農業、工藝產業、生態旅遊業等等皆災損慘重。政府於災後也積極投入許多資源，推動產業重建與發展，希望藉由補助措施及人才的培訓加速重建原住民特色產業重建。

居於禮納里基地的大社部落，同因風災而遷離原鄉，於災後重建過程中部落努力找尋自己的定位，朝向藝術部落發展，在此有多位當地藝術家及工藝家，運用原有的生活技能，也就是現在所稱的工藝，作為發展特色，希望藉由在地文化產業化，協助部落能經濟重建。

(二)、目的

在大環境的影響之下，部落必須從以農耕生活，轉型為工藝、藝術等發展，面對經濟來源的轉型，在此匯聚許多從事創作之工藝家，大社部落的理事長伊誕·巴瓦瓦隆提出對部落的願景，希望未來朝向藝術部落發展。但部落中仍有部分非以創作為主的部落族人，這些人依然擁有傳統技術。故本研究提出希望藉由建構部落文化商品化的架構，開發屬於部落的文化商品，讓非從事創作的部落族人，發揮原有的技術參與產品的部份製作，且於部落文化商品量產的過程中，擁有穩定的經濟來源，整合部落每個角色能共享資源與成果。故本論文欲以大社部落的工藝產業發產為探究的主軸，目的歸納為以下：

1. 分析部落目前現有資源
2. 分析於部落商品產業化的過程中需加入那些角色共同參與
3. 建構部落文化商品產業化的發展模式

二、文獻探討

(一)、原住民工藝界定

人類學學者王嵩山教授認為：「台灣原住民族的藝術表現，除了具有極高的獨特性外，又非常多樣化，表現出不同於漢人社會的藝術(或美學)經驗。而族群藝術則往往表現在日常生活之中，是日常生活中重要的表現。有時候，由於日常生活的藝術表現，受到實用性的制約，因此也被稱為工藝。這些工藝傳統，正是當代原住民藝術的創造泉源之一(王嵩山，2010)」。另外於阮昌銳與陳迪華也曾提到，原住民與世界上其他原始社會一樣，沒有專業性的藝術玩家，也沒有純藝術的作品，所有作品都是具有實用價值的工藝品(阮昌銳、陳迪華，2015)。工藝是由日常所需，或信仰而衍生出的產物，經由時間的變遷下，工藝不再是必需用品，而是加入了個人美學及思想，成為現在所提到的藝術。因此在此本研究提到之工藝，是指結合現代與傳統文化，轉化到現在生活運用美學的工藝。

(二)、原住民文化創意產業

在文化多元性的方面，也提到發展原住民族文化創意產業，除了是形塑台灣文化創意產業的關鍵外，更是彰顯台灣發展文化創意產業之特色，而有別於其他華人世界之國家及地區(尤天鳴，2011)。多元的文化特色是台灣原住民族發展上的強力優勢，文化藝術為原住民的核心重點(陳昭志，2012)。文化、創意、產業三者密不可分，文化結合當地產業及創意，才能充分展現在地創意產業發生的可能，發展出一個具有文化產業。台灣原住民文化是長久生根的文化，從長久的生活經驗蘊育下，發展出有別於現代趨近相似的文化發展。原住民文化因本身擁有豐富的人文與歷史，及環境與生長背景的不同，讓原住民的文化創意產業更具有特殊性及競爭力，因豐富的文化提昇產業的附加價值。

(三)、原住民文創商品面臨之困境

在全球化的趨勢中，地方產業所強調的就是在地文化的特殊性，於研讀的文獻中提到，原住民從以前到現在商品在傳統與現代創新的轉化過程面臨的困境，以及其他的大環境的問題。在販售原住民商品常會注意到，許多工坊無法定位自己的作品是屬商品還是藝術品，藝術品往往需遇上伯樂才有價值，商品則是要回歸於市場才能促成消費(呂宏文，2011)。清楚商品定位，才能藉由適當的方式做陳設，吸引目標族群的目光，是以本身藝術的觀點出發或是以市場消費者的角度出發，都會影響銷售商品的價格。

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(李莎莉，2014)。行銷是普遍遭遇最大的問題、工作坊間缺乏整合、國外進口商品的削價競爭、工作坊多為單打獨鬥，缺乏整合及資金缺乏等問題(許瑄，2012)。由此得知，原住民對於行銷部分較弱且較無資源方面的整合，多以個人工作室進行，處於單打獨鬥的狀態，除了創作外還身兼行銷的能力，如此一來減少了創作，將時間分配於不同地方。

以外在大環境來看，因全球化趨勢下，經濟的相互流通，原住民傳統工藝品也受大陸、東南亞，以廉價生產進口的商品衝擊而取代。目前原住民族工藝產品發展受到國外進口之低價或仿製粗糙商品，甚至高品質產品的衝擊而在市場銷售上難有回饋，所以，其產品是否具備原住民特色、商品精緻化甚至品牌化程度，則是未來原住民族藝術產業永續發展的重要關鍵(花蓮縣政府，2012)。

再加上受到觀光產業的影響，原住民工藝必須量產化、符碼化，以滿足消費者的需求，因此造成產品泛原住民化、傳統手作精神與美感的流失(洪婉容，2012)。在同業競爭下，互相學習模仿，圖紋及元素的共用，導致難以分辨族群或地方的特色。台灣原住民工藝多以手工製作，難以向其他國家為以量制價，以低成本的商品打進市場。但台灣原住民擁有豐富的文化資源，若以文化為本質，提升在地特色與其他國家做出差異性，將會有很好的發展性。

三、研究範圍與現況

(一)、研究範圍

大社村原位於大姆姆山的拉瓦爾亞族原住民部落，排灣語稱為達瓦蘭，但經 2009 年莫拉克颱風，使達瓦蘭部落被土石流侵害，淪為危險部落，2010 年 12 月住進瑪家農場禮納里新部落後，便展開了新的生活。而禮納里永久屋基地是位於瑪家鄉北葉村上方，舊稱為瑪家農場。在此基地則成為三地門鄉的大社村、瑪家鄉的瑪家村以及霧台鄉的好茶村三個部落新居所，多數為排灣族與魯凱族（伊誕·巴瓦瓦隆、古惠茹、王貞儒，2014）。以屏東禮納里的大社部落工藝家與藝術家，進行探討包含：部落工作坊、個人工作室等等。以質性研究的方式訪談當地工藝家，了解在文化產業化此部分。

（二）、部落現況

大社部落是擁有歷史悠久的大部落，以排灣族工藝聞名，例如琉璃珠、刺繡、木雕等工藝，大社社區發展協會理事長，伊誕·巴瓦瓦隆表示，部落未來要規劃成發展成為藝術部落，打造「藝術部落」之願景，將找尋更多不同面向的通路，將部落的工藝帶出部落讓更多的人能夠看見。目前在大社部落中從事藝術創作者共約三十位，專攻領域遍及串珠、陶壺、青銅刀、雕刻、竹編、石板、皮雕等素材，以藝術創作者的傳統圖騰與現代生活情感互為交織運用的創新呈現手法(生命力新聞，2013)。人才培育方面，也於 2010 年參與勞委會的培力計畫，開設相關課程及交流活動，有更多方面的接觸，加入新的素材或元素能激盪出更多不同的作品靈感。而禮納里部落產業發展中心也於 2014 年設立「四大工坊」分別為木石鐵雕工坊、刺繡編織工坊、金石皮雕工坊、陶藝工坊，工坊成立目的為銷售手工藝品及相關技藝培訓課程的空間，目的為整合、創造各地特色產業發展，向外推展部落工藝之平台。從工藝做未來發展是希望運用藝術將部落族人們凝聚，不僅是為傳統文化做延續也是做為部落的產業能永續發展，也是透過藝術及工藝的呈現找回部落的能量，找回長久以來的生活經驗堆疊成為文化的表現。

四、研究方法與結果

（一）、研究方法

本研究採取深度訪談法進行資料蒐集，透過大社部落的工藝家及藝術家訪談中了解部落工藝所面臨的問題及瓶頸，此外，並從相關文獻中分析，目前市場上的原住民文創商品現況以進行本研究，所探討部落文創商品產業化發展模式的建構。本研究共訪談六位大社部落工藝家，分析資料以訪談所蒐集的逐字稿為主，亦搭配研究期間的田野紀錄為輔，每場訪談時間約為二至三小時，訪談流程為：說明訪談的目的、內容、錄音或錄影，地點以訪談者的家中或工作室為主。訪談大綱的問題包括製作過程、創作靈感來源及所屬工藝所面臨的困境等，試以提出發展策略及建議。在分析上使用訪談逐字稿加以譯碼並給予編碼，編碼共有 2 碼，第一碼為受訪工藝家中文姓氏的通用拼音，因為若取原住民的第一個英文字母作為代碼，在本文中將會有相同的代碼產生，為避免混淆讀者，因此本研究則使用工藝家們的中文姓氏的通用拼音作為代碼，第二碼為譯碼流水號，例如 W1 是指研究者從纖維創作的工藝家訪談中，分析摘自所獲得的第一個譯碼，並以下底線作標記。

表 1、訪談工藝家名單與背景

代碼	W	L	S	A	T
創作類別	纖維類創作	布製品	布製品	製作陶藝、 木雕、鐵雕	鐵雕、木雕

（二）、訪談結果

地方產業化也就是以在地特色為主軸，所發展的產業，形塑地方特色產業的魅力經由資料分析與內容分析，以下根據訪談部落工藝家所得結果，進行資料編碼及譯碼後的資料分析為依據，以部落工藝家在創作時面臨的困境及相關創作的過程等，嘗試從中瞭解，並為部落建構部落文化商品產業化的發展模式。

1. 創作靈感來源

在此為工藝家們所提到的工藝作品中的靈感來源，在訪談中常提及身處環境，以及文化帶給他們源源不絕的創作靈感。由此可知文化與生活兩者息息相關，因為有過去生活經驗的積累，成了現在所看到的文化內涵。大環境的改變，原鄉與現在居住地的不同，經由長者們的口述，或是親身感受兩個地域性經由比較後，文化更顯珍貴，部落工藝家們也對於外來文化用開放的心態，學習不同文化，部落工藝家重視傳統文化的底蘊，且將之融於創作中。

(1) 文化的薰陶

文化是生活經驗的累積，隨著時代的變遷，創新建立在傳統文化的根基之上，創新與傳統兩者間不斷拉扯，創新勢必須思考哪些該保留或者捨棄，但在捨去之餘如何看起來依然保有傳統的內涵，這個問題一直是創作者所面臨的。從訪談中工藝家們提出了創新的看法，文化是支持創作的源頭，文化滋養都是從家人的從小教導而來 (W8)。而將文化轉化後成為符號的形式，就是我們所熟知的原住民圖騰，於創作表現上，大致分為兩種，一種是將圖騰外顯化，將傳統圖騰運用在現代的商品上 (S3)。另一種則是將圖騰內隱化，不運用圖騰的表現，但依然能傳達出文化意涵。圖騰轉化後，圖騰就越來越少，但故事還是很搶眼 (T8)。不管以何種方式呈現，唯一不變的就是必須了解文化的根源，須以傳統文化做為脈絡，進而加入現代元素才是具有生命力的創作。

(2) 創意源於生活

文化紀錄人類過去生活的經驗，隨環境的改變而有了不同生活的樣貌，生活牽涉範圍相當廣泛，以部落訪談結果發現經由生活產出創意的的方法約分為三類：第一、大環境的改變，因場域的改變原有的生活型態，改變前與後對照下更強化兩者的差異性。第二、個人生活經驗，生活背景的不同對於創作則有不同觀點的產出。第三、生活中的觀察，透過對事物的觀察後作為創作發展的基礎。第四、由長者口述部落的傳統文化，文化是前人遺留下來的智慧，經由長者們以口述的方式，一代一代的傳承部落文化。

a. 大環境的改變

環境的改變不僅影響到生活型態，同時廣泛牽動著經濟、信仰、人與人的互動模式等隨之改變，我的作品議題大概就是在做這類的創作，風災後部落的改變 (T13)。對於創作者來說，環境也會間接影響創作的想法，往往與大環境的改變有關係。

b. 個人生活經驗

大社部落原本位於口社溪上游左岸，大姆姆山西南方處的排灣族部落，自幼就與大自然共處的部落族人們，對這塊土地有著深厚的情感。山上的生活就是這樣，自由自在每天都不一樣啊，所以部落裡面，其實每個部落的人都是工藝家 (A3)。對部落的族人來說生活中需要什麼，便自己動手製作生活所需的器具，並不像漢人使用藝術家、工藝家等特別的專有名詞區分。但因環境的變遷，被迫遠離家園，離開熟悉環境的族人們，運用創作宣洩對家鄉濃厚的思念，小時候喜歡跟老人家們在山上工作，.....後來有很多作品就是從那邊開始的 (A6)。作品也多呈現以往的生活經驗，將抽象的感知轉化為實體創作，我在創作時就會把他變成用的，.....變成生活上可以使用的，.....以後我看到這個就會想到那時候的事 (A4)。

c. 生活中的觀察

長期與大自然共處的原住民族人，仰賴著山林的餵養，每天留意著大自然的細節變化，例如動植物的遷徙或生長改變、天氣的變化，應變周遭環境。反觀現在搬遷後所居住的地方，生活型態的改變，部落的孩童們不再向大自然學習，而是到教室裡，閱讀著書本上的知識，減少對大自然的留意與關心，創作就是平常生活時的觀察。像我在國小教小朋友畫畫，.....我就教他們平常從家裡走到學校時多觀察路上的東西，鼓勵他們把圖畫下來 (A12)。生活經驗也需透過觀察才能彰顯其獨特的地方，創作者不斷的經由生活、觀察兩者結合進行創作，培養對於事物的洞察力。多觀察路上的東西，鼓勵他們把圖畫下來 (A12)。

d. 長者口述部落文化

由於早期沒有文字上的書寫記載，皆以口述過去的歷史來傳承部落文化，其中累積祖先們的生活智慧與部落變遷的過程，我的作品很多都是從老人家的身上聽出來的 (A9)。部落工藝家們也都將傳承下來的歷史過程，視為創作的重要元素。從生長到部落老人家所發生的事情，從這個方向去想，要做東西就是要先找到要找到的方向 (T9)。身負傳承文化使命的工藝家除了用口述傳承外，也希望能藉由創作的作品，向下一代的子孫們闡述自身文化，尋回到自己的文化根源。

(3) 多元文化刺激

在訪談結果中發現，部落工藝家渴望學習新知，尋求思維與創作上的提升，去花蓮，找一些師傅學習，在那裡我找到我要創作的方式.....，學習怎麼創作，學習怎麼生活 (T10)。走出自身文化的框架，接受外來文化的刺激，尋找其中的差異性，成為往後創作靈感的來源。去法國上課，在那裡的教學和台灣的完全不一樣.....，那次學習的經驗很特別，讓我瞭解到要回到你祖先給你的東西..... (W10)。文化的差異也讓工藝家們反思，自己的文化應該以何種面貌呈現，是創新抑或是保留傳統？

(4) 作品的獨特性

部落工藝家們經由觀察再加入自己的生活經驗，結合想像與創作，我的作品上面都是從老人家的口中講的一些故事，加上我想像的然後畫上去 (A10)。經由自身經驗內化後轉化為創作，使得作品較具個人特色，並以限量的作品吸引消費者。我每個作品只做十件，然後也會幫他做編號 (T16)。或是唯一具收藏價值，我的創作希望每件作品都是獨一無二的，然後都具有收藏的價值 (W4)。來表示其獨特性，由此可知工藝家們對於單一性作品的重視，而這也顯示工藝家創作時具有文化脈絡及思想，還有運用獨一無二的技術，但這些都屬於個人化的創作。本研究所要探討的為部落文化商品產業化，而開發部落產品，需要有一套商品的產業化流程，產品是可量產且必須到市場販售，所以必須考量如何做某方面的調整，達到商品化。

2. 面臨的工藝困境

在部落中，男性幾乎都在外工作，女性則是在家中照顧小孩，及老人家的照護，所以當部落工藝家接受訂單後，便會請部落媽媽們進行訂單的製作，大多製作的類別以珠繡、車縫、珠串等等為主，這些都是部落媽媽們熟悉的傳統技術。一方面能就近照顧家庭，另一方面也能有收入來源。但由於沒有穩定的訂單，提供部落媽媽製作。因此在經濟來源不穩定的情況下，多數人選擇到山下找穩定或短期的工作。在製作的人力銜接面臨問題外，還有工藝家如何從工藝的創作到文創商品的開發，兩者間的製作過程，需要做部分的改變與考量。除此之外，部落也因人口結構的改變，青壯年人口幾乎至到外地工作，部落面臨人口老化，因此在工藝學習的年齡層上有了斷層，使得部落面臨文化傳承的問題。

(1) 工藝製造過程面臨的問題

高成本的人力資源及時間成本，複雜度較高的過程，僅能生產少量商品，於人力挑選上，也有技術與時間的考量，想做文創商品，但是我創作的元素是人工成本較高，製作過程較複雜 (W7)。對於工藝家來說可能造成人力供應上的不穩定。我們的訂單太多的話會交由部落媽媽代工，但有時還是我們自己忙得過來，所以他們有些會接山下短期的工作，會比較不穩定 (S5)。而對代工者們來說因沒有穩定的製作訂單的量而使得必須到山下去工作。

(2) 文化傳承問題

部落年輕學子多在外地讀書，也有部分壯年人因經濟需求到外地工作，僅於部落有活動或是節慶時才會回到部落，現在都找不到年輕人做傳統技藝的東西，有些都到外地工作或是讀書，偶爾會回來部落，所以也沒有穩定的年輕人留在部落學習 (L2)。在製造方面也需考量到技術部分，若想要做創新的工法，可能要花時間教授代工的婦女們 (S6)。因此導致了在工藝在學習者於年齡層有斷層的產生。

3. 傳統工藝的延續

部落工藝家面臨到部落文化傳承的問題後，為了不讓傳統技藝消失，努力為傳統工藝找尋新的出路，決定在這裡主打陶器，因為目的想要傳承給下一代 (A2)。並在部落設立的工坊中駐點，希望這項傳統文化能被看見，除了持續創作外，工藝家們也進行教學，將自己所學的技術分享傳授給有意願學習的人，教那些弱勢家庭或剛畢業的大學生 (W13)。讓他們能習得一技之長。

4. 創作上的創新

在此分為製造過程的創新及創作過程的創新，雖由工廠製作，但為保留手工感，而採用部分手作，一部分工廠，一部分用手工雕刻，最後組裝 (T3)。不僅壓低人力成本，也降低時間成本的付出，與傳統工藝全部都由手工製造已有不同。傳統的文化符碼已加入自身經驗，轉化符碼原本的樣貌，雖然在產品中的圖騰轉化後，無直接符碼說明此為原住民產品，但產品保留創作者賦予的故事內涵，依舊能感受其具有豐富的文化精神於產品中。用我的方式去畫，所以很多東西都變不太一樣，會有一些看起來有圖騰性但卻沒有圖案 (T17)。

五、部落文化商品的產業化發展架構

部落工藝家創作著重於文化脈絡出發，因生活背景的不同也展現出作品的獨一無二，是以個人化的角度創作。但當發展部落商品必須有某種程度的流程化，及製作上的分工，不管在材質的挑選上、市場上、商品的通俗性等等都是需要被考量的。工藝創作及產品化兩者間，有著製作思維上的差距。因每個角色所發揮的作用因其專業背景而有所不同，而在架構中加入不同角色一同參與。

部落工藝家主要是進行個人創作，著重於文化脈絡出發，因生活背景的不同也展現出作品的獨一無二，是以個人化的角度創作；外來設計師因較熟悉市場性及產品的量產化，所以在架構中擔任提供市場面，及產品製造過程中的相關資訊；協力整合團隊主要為部落內資源，與外來資源的整合，掌握時間流程，統整會議資訊，作為中介的溝通角色；部落製作團隊，運用部落技術，進行商品製作，部分由工廠製造後，再局部加工。

在此參考訪談內容及進行分類，架構內容分類為，開發商品的設計端、製造端，以及行銷階段，從這三個階段中，分別加入訪談時部落工藝家們所提到之創作方法，以訪談結果做為發展藝術部落產業化的參考，其中應加入什麼資源、協作角色分別為哪些、工藝家製造時面臨哪些困境，以此作為架構的參考並提出解決方法，最後以最後端的行銷來測試產品運行此架構哪些待改進的部分。

表 2、協作角色

參與		外來設計師	部落工藝家	協力整合團隊	製作團隊
參與者背景		具開發相關產品之經驗。	有意願協同合作之工藝家。	地方商品開發者	有相關技術背景及技術學習者
參與者作用		參與會議討論，提供市場方面意見者。	參與會議討論，提供部落地方文化者，以及未來替代工團隊進行指導。	地方符號轉化，將地方文化具體呈現。	製作產品代工
參與階段	設計端	參與討論	參與討論	參與討論	無參與
	製造端	無參與	參與指導、商品統籌	參與執行	參與製作
	行銷端	參與執行	參與執行	參與執行	無參與

(一) 設計端

不同於一般文創商品的開發是以產品為主要考量，反之部落文化商品是以部落為主體，重點在於凸顯文創商品在地文化特殊性，以「人」做為出發點，代碼 S 的工藝家提到：「我們的訂單太多的話會交由部落媽媽代工，但有時還是我們自己忙得過來，所以他們有些會接山下短期的工作，會比較不穩定。」思考如何使產品能更符合部落文化，且能由部落進行代工，以及量產等限制條件，納入一開始設計的考量。並於產品開發過程，邀請部落工藝家與外來設計師共同加入會議，W 工藝家於訪談時所提到，去法國上課，在那裡的教學和台灣的完全不一樣.....，那次學習的經驗很特別，讓我瞭解到要回到你祖先給你的東西..... (W10)。從不同文化背景、不同專業角色一同參與，進行想法上的激盪，並針對產品進行建議與修正，彌補對於其他領域認知不足的部分。因此部落文化商品須由部落工藝家的角度檢視產品文化，以及從設計師角度，提出產品流程化與製作上的可行性，供部落參考。

(二) 製造端

人力招募方面為解決工藝家所提到：「我們的訂單太多的話會交由部落媽媽代工，但有時還是我們自己忙得過來，所以他們有些會接山下短期的工作，會比較不穩定(H5)。」部落製作者的工作不穩定問題，以及招募想學得一技之長的人。想做文創商品，但是我創作的元素是人工成本較高，製作過程較複雜(W7)。此外在製作上也有創作上的創新，一部分工廠，一部分用手工雕刻，最後組裝(T3)。因此採取此方式進行，在設計時便需使產品製造過程分為部分代工，部分工廠生產之產品，由部落參與者進行分工，解決傳統人工成本及時間成本之問題，提升產品量產化之可能性，建立產品製造流程。

(三) 行銷階段

嘗試藉由行銷階段來驗證，本研究所提出之產業化架構發展，是否為持續永續的架構，在當中也會建立盈餘分配機制，將賣出產品利潤部分回饋至社區，並以商品的銷售量作為參考，作為能否進行下一次，產品開發的依據。

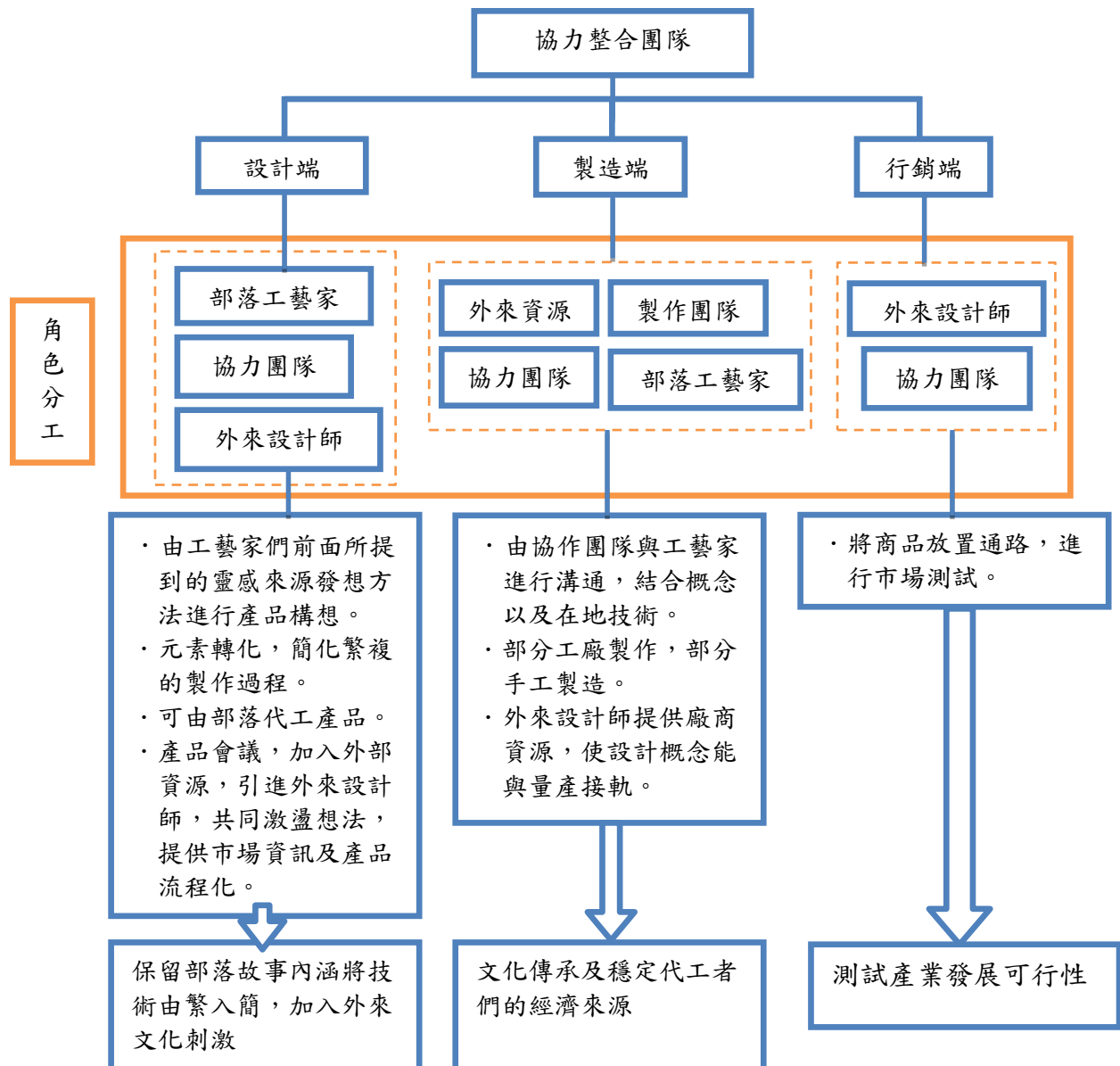


圖 1、大社部落文化商品發展架構圖(本研究繪製)

六、結論與建議

地方文化產業化，主要目的在於活絡在地產業，開發屬於部落的文化商品必須有在地特色與地方文化符碼，符碼對於在地文化來說，有其重要的識別性，從訪談中也可以發現，工藝家在創作方面，脫離不了對自我族群文化的認同感，對於工藝家來說，文化內涵的底蘊是創作過程中，成為一項重要且不可或缺的靈感來源，因此在後續的產品開發過程中，是更需要被重視的。未來希望能藉由此模式發展協作架構，共同進行商品的討論與思維激盪，將產品生產流程化。協力整合團隊引進其他外部資源，整合部落內部資源，以溝通的方式討論出適合部落之元素，開發屬於部落地方文化商品。每個角色對於協作架構的切入點都不盡相同，各自找尋自己角色的定位，互相合作，達成平衡關係。於執行建議方面，因人力及時間有限關係，行銷部分琢磨較少，此階段著重於設計發想與製造過程階段，將協同開發之商品做為部落品牌且交由部落將之永續，讓部落代工們有穩定經濟來源。前期以產品開發及製作為主要發展，後期著重於後期之行銷推廣。

七、參考文獻

- [1] 尤天鳴 (2011)。文化創意，原民魅力—從新五都格局談建構都市原住民族文創產業的契機。城市學學刊。2 (2)。
- [2] 王嵩山 (2010)。台灣原住民：人族的文化旅程，台北縣新店市：遠足文化。
- [3] 伊誕·巴瓦瓦隆、古惠如、王貞儒 (2014)。ASIAN DESIGN CULTURE SOCIETY，原住民工藝創作在災後產業重建之實踐—通過屏東縣大社部落工藝家的訪談調查。
- [4] 李莎莉 (2014)。試論當代臺灣原住民工藝創意產業之發展。台灣博物館季刊。33 (4)。
- [5] 洪婉容 (2012)。從技藝訓練到產業化之發展碩士論文。東華大學，台東。
- [6] 陳昭志 (2012)。原住民族地方文化創意產業發展之研究—以新竹縣五峰鄉為例。玄奘大學，新竹市。
- [7] 許瑄 (2012)。原住民族文化工藝產業發展：三家原住民工作坊之經營比較研究。東華大學，台東。
- [8] 呂宏文 (2011)。台東原住民產業發展的省思。台灣立報。取自 <http://www.lihpao.com/?action-viewnews-itemid-109167>。
- [9] 花蓮縣政府 (2012)。101 年度地方產業發展基金—花蓮縣政府—原住民創意生活及觀光產業整合輔導行銷計畫。取自 http://fund.sme.gov.tw/upload_file/plan/p20130621151652.pdf。
- [10] 李奕霆、張詠絮 (2013)。屏東大社部落原民藝術家的搖籃，取 http://www.vita.tw/2013/04/blog-post_3.html#.Vef_Pmqkko
- [11] 阮昌銳、陳迪華 (2015)。臺灣原住民的工藝。取自 <http://big5.huaxia.com/zt/2002-37/XingQin/XueShu/GBK/121255.html>