

5-2 文化建設部門

5-2-1 發展目標：深化在地認同，躍升國際水平

花蓮多元文化族群共存所形成的文化特色，是花蓮珍貴的無形資產，同時擁有豐富的人文與地理資源，渾然天成的山水之美，更是許多藝術家薈萃之地。為凸顯並發揚在地文化特色，除了創造良好的文化設施環境外，人才的培育及產業的鏈結亦是發揚在地文化的重點。因此善用地區資源培育人才、創造關聯產業鏈結，向下深化在地文化認同，向上提升至國際水準為本縣文化部門施政之首要目標。

文化建設部門主要對應行政院「花東地區永續發展策略計畫」之 4.1「擴大觀光與文化之整合加值」、5.4「促進多元族群共榮」以及 8.6「共同營造與推廣行銷花東品牌」等發展策略，將部門發展目標定為「深化在地認同，躍升國際水平」。

5-2-2 績效指標

文化建設部門之關鍵績效指標包括：1.觀光旅遊人次(+)、2.家戶可支配所得(+)、3.新增工作機會(+)、4.人口社會增加率(+)、5.參與公共學習活動次數(+)等，各項指標分別於民國 108 年及長期之目標值設定如下：

表 5-2-1 文化建設部門績效指標(不含中央自辦計畫)

績效指標	單位	現況值	108 年目標值	長期目標值
觀光旅遊人次(+)	萬人	1,043	+40.445	+103.65 以上
家戶可支配所得(+)	萬元/戶	79.0	+0.3	+1.55 以上
新增工作機會(+)	人	0	+320	+1,525 以上
人口社會增加率(+)	‰	-2.17	+0.8	+1.97 以上
參與公共學習活動次數(+)	次/年	4.02	+0.29	+3.17 以上

5-2-3 發展構想

一、多元文化並存，深化在地認同

改善本縣客家、原住民等藝文公共空間，針對各場館空間不同的需要進行體質上的調整，提供縣民更舒適的藝文體驗環境，並整合培育、發掘原住民樂舞演出人才，以及推廣客家民俗慶典、染色文化等，藉此增進縣民對於在地文化接觸及認同，同時保存多元族群之特色。

二、樹立文化品牌，躍升國際水平

保存及發揚本縣特有石雕、木雕等工藝特色文化產業，從累積文化藝術資產、促進國際間文化交流、落實地方教育至文創產業鏈形塑，進行整體行銷、媒合及輔導以樹立本縣文化品牌，成為全國性甚至國際性觀光消費品牌。

5-2-4 行動計畫

一、中央主辦計畫

屬中央機關主辦計畫計有 0 項。

二、地方主辦計畫

2.1 【幸福宜居城鄉實踐計畫子計畫 2】花蓮縣縣定古蹟檢察長宿舍施工計畫

「花蓮縣縣定古蹟檢察長宿舍施工計畫」主要為旗艦計畫 2「幸福宜居城鄉實踐計畫」子計畫 2，內涵為「重質量」。

該行動計畫係對應花東地區永續發展策略計畫中 4.1.1「厚植在地多元化」等所研提。

(一)績效指標

表 5-2-2 行動計畫 2.1 績效指標

績效指標	單位	現況值	108 年目標值	長期目標值
觀光旅遊人次(+)	萬人	1,043	+5	+10 以上
參與公共學習活動次數(+)	次/年	4.02	+0.13	+1.42 以上
新增工作機會(+)	人	0	+70	+250 以上

(二)工作指標(相關指標需依實際規劃結果為準，後續將滾動檢討)

1.修復檢察長宿舍，規劃周邊國有土地(105-106 年)

修復曾為花東地區最高司法機關一臺北地方法院花蓮港支部唯一歷史證據之本縣縣定古蹟「檢察長宿舍」，並於修復時一併提出規劃周邊國有土地之建議。

2.修復外後委外經營(106 年以後)

修復完成後委外經營，透過古蹟活化，吸引觀光人潮、行銷花蓮文化、推廣文化資產教育、開拓文創產業銷售平台。

(三)計畫內容

1.計畫實施區位：花蓮市明義段 397-5 地號。

2.基地範圍及規模：縣定古蹟檢察長宿舍位於花蓮市明義段 397-5 地號，建築物地面層面積為 146.68 平方公尺，預定規劃設計之定著土地空間約為 1,043 平方公尺。

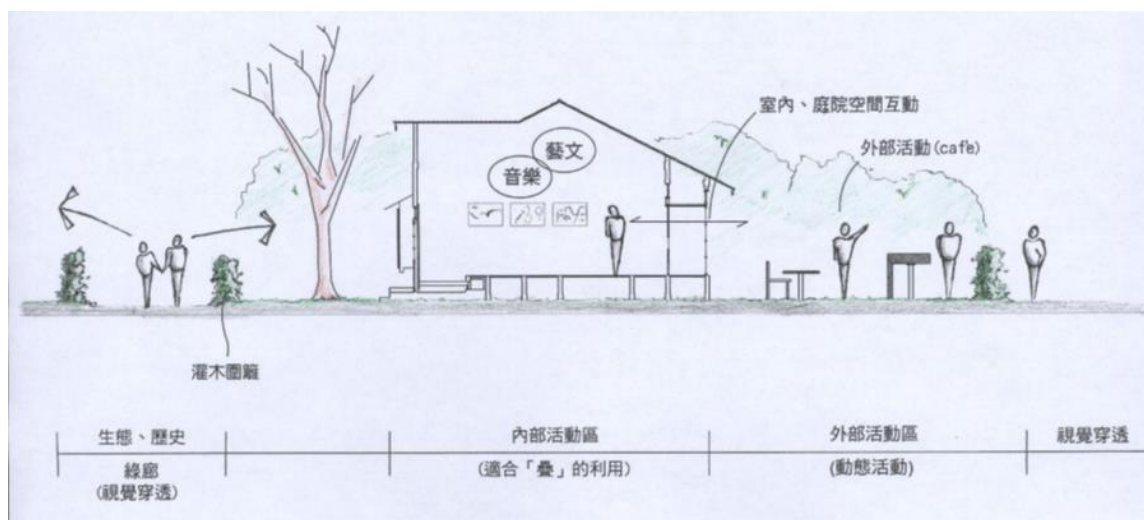


圖 5-2-3 行動計畫 2.1 再利用規劃示意圖

3.工程項目

- (1)原有構件、文物種類及數量之統計。
- (2)各項現況之清理、清點、核對及設計書圖與現況不符事項之記載。
- (3)依修復原則及設計書圖，為各項保存、修復及仿作等工作之執行。
- (4)有關施工之傳統匠師或專業技術人員、重要分包廠商及設備商資格文件及名冊之備置。
- (5)修復構件之量測及彙整。
- (6)原用材料之保存、修復或更新及品質之管理。
- (7)原有文物保護措施之執行。
- (8)施工中因重大文物或遺址之發現所為對業主之通報。
- (9)辦理修復或再利用計畫時，依古蹟歷史建築及聚落修復或再利用建築管理土地使用消防安全處理辦法第六條第二項規定，所為竣工書圖及因應計畫備查之申請。

(四)計畫時程與主辦單位

- 1.計畫時程：105 年至 108 年。
- 2.中央目的事業主管機關：文化部文化資產局。
- 3.主辦機關：花蓮縣文化局。
- 4.執行方式：政府自辦。

(五)預期效益

1.可量化效益

- (1)每年帶來約 10 萬以上觀光人次。
- (2)旅客每人平均在地消費金額達 5,000 元。
- (3)參與公共學習活動次數每年 100 次。
- (4)提升在地文創產業競爭力，增加 5 個就業機會。

2.不可量化效益

- (1)打造本縣縣定古蹟「檢察長宿舍」為花東重要文化深度旅遊觀光景點，發揮文化資產空間活化再利用功能，提升使用及服務效益。
- (2)未來可採委外經營，花蓮縣文化局可收取委外權利金。
- (3)有效地推廣在地文化歷史風貌，文化資產再生並注入歷史與文化藝術為血脈，建立人文與藝術活化的新都市空間，提升花蓮成為文化觀光城市，帶動文化產業的新契機。

2.2 【專業技藝養成與文化產業活絡計畫子計畫 1】文化創意產業培力及發展計畫

「文化創意產業培力及發展計畫」主要為旗艦計畫 4「專業技藝養成與文化產業活絡計畫」子計畫 1，內涵為「重質量」，並襄助旗艦計畫 6「國際低碳觀光推廣計畫」(子計畫 5)。

本計畫涵蓋三大工作項目，分別為「文創人才培力與環境營造」、「花蓮石雕藝術人才培訓」、「影視產業發展推廣」。該行動計畫係配合中央「村落文化發展暨推廣計畫(102-105)」、「補助直轄市及縣市政府推動文化創意產業發展計畫」及對應花東地區永續發展策計畫中之 5.4.2「支援在地複合經營的新合作經濟產業體開發模式」、5.4.3「鼓勵社區生活文化環境營造」等策略所研提。

(一)績效指標

表 5-2-3 行動計畫 2.2 績效指標

績效指標	單位	現況值	108 年目標值	長期目標值
文創人才培力與環境營造				
觀光旅遊人次(+)	萬人	1,043	+5	+21 以上
新增工作機會(+)	人	0	+15	+75 以上
花蓮石雕藝術人才培訓				
觀光旅遊人次(+)	萬人	1,043	+15	+35 以上
家戶可支配所得(+)	萬元	79.0	+0.3	+1.55 以上
參與公共學習活動次數(+)	次/年	4.02	+0.01	+0.11 以上
新增工作機會(+)	人	0	+100	+500 以上
人口社會增加率(+)	‰	-2.17	+0.8	+1.97 以上
影視產業發展推廣				
觀光旅遊人次(+)	萬人	1,043	+3	+10 以上
新增工作機會(+)	人	0	+25	+230 以上

(二)工作指標(相關指標需依實際規劃結果為準，後續將滾動檢討)

1.文創人才培力與環境營造

- (1)徵求文創經理人／團隊。(105-108 年)
- (2)創新提案徵選。(105-108 年)
- (3)花蓮雅砌—城鎮街角美學形塑。(105-108 年)
- (4)全民文創培力計畫。(105-107 年)
- (5)花蓮魅力展現。(105-108 年)
- (6)辦理推廣生活美學教育。(105-108 年)
- (7)成立輔導團隊。(105-108 年)

2.花蓮石雕藝術人才培訓

(1)國際型人才培訓-2017 花蓮國際石雕藝術前置作業規劃 (105 年)

(2)國際型人才培訓-2017 花蓮國際石雕藝術季活動(106 年)

(3)地方型人才培訓-在地石雕工作室課程(105、107、108 年)

105 年、107 年及 108 年，每年各辦理 1 場次「地方型人才培訓-在地石雕工作室課程」，每場各培訓出 8 位石雕藝術創作人才，讓花蓮石雕人才得以傳承與延續。

3.影視產業發展推廣

(1)成立跨領域推動小組。(105-108 年)

(2)成立影視協拍中心（第一、二年協拍各 1 案次；第三年協拍 2 案次；第四年協拍 3 案次）。(105-108 年)

(3)第一、二年住宿補助各 2,000 人次；第三、四年住宿補助各 3,000 人次。(105-108 年)

(4)補助在地人力參與劇組工作、演出之臨時工資（第一、二年補助各 3,000 人次；第三、四年補助各 7,000 人次）。(105-108 年)

(5)拍攝剪輯協拍過程影片每年 1 案次。(105-108 年)

(6)購置協助影視拍攝所需基本設備。(105 年)

(三)計畫內容

為承續並配合中央政策，發展文化創意產業，花蓮縣文化局規劃透過文化創意產業媒合及育成計畫，以跨域加值模式，落實縣長政策，培植育成在地文化藝術工作者，進而促進文化產值，俾縣政永續發展。

本計畫涵蓋三大工作項目，分別為「文創人才培力與環境營造」、「花蓮石雕藝術人才培訓」、「影視產業發展推廣」，計畫內容說明如下：

1.文創人才培力與環境營造

文化局自 102 年起，由具品牌設計、行銷、空間氛圍營造等專家學者組成「文創診斷團」，陸續接受本縣石雕、木雕、皮雕、編織及在地社區等不同技藝工作者的諮詢，扮演長期陪伴的角色，並致力協助藝文工作者在精湛技藝外，在作品的包裝、行銷及空間營造注入更多故事，使民眾深刻了解創作內涵，同時文化局與診斷團隊也積極媒合大型企業，積極促成藝企合作，行銷本縣優質文化。

本計畫旨在扶植縣內「創意生活產業」及營造創意文化城市，透過各項子計畫的執行逐步帶動產業發展。

創意生活產業，即從事以創意整合生活產業之核心知識，提供具有深度體驗及高質美感之行業，如工藝文化、文化資產、原民文化、自然生態、飲食文化等。花蓮以觀光立縣，豐沛優美的景觀資源內蘊悠久而多元的文化底蘊，本計畫將透過「徵求文創經理人／團隊」、「創新提案徵選」、「成立輔導團隊」等工項，徵求業者、專家學者主動提案，並輔導跨域整合，促進產業文化，以在地文化作

為觀光產業的基底，業者與消費者在過程中均能獲得知識的增長，透過創意與文化的加乘，讓食、衣、住、行、育、樂產業更為優質化，同時也使觀光內涵更具深度與廣度並創造「差異化」，深化遊客遊賞花蓮的知性與感性體驗。

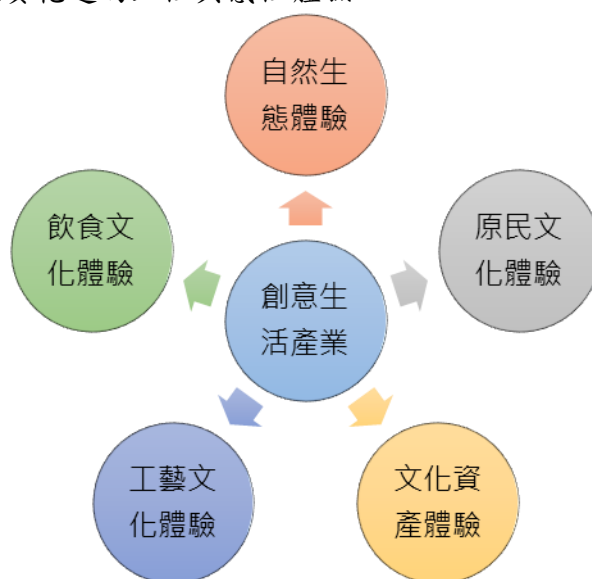


圖 5-2-4 行動計畫 2.2 文創人才培力與環境營造發展構想

文創產業的發展除了針對業者進行輔導與協助，同時也需要透過軟硬的建立營造創意文化城市氛圍，培養藝術文化欣賞人口，促進文創產業及藝文活動融入市民生活，以增加居民對在地文化認同並提升自明性。本計畫將透過「花蓮雅砌—城鎮街角美學形塑」、「全民文創培力計畫」、「花蓮魅力展現」、「辦理推廣生活美學教育」等工項，讓民眾可以經由參與空間改善、文創講座、藝文空間參訪、在地生活經驗分享等，沉浸於創意與藝文所交織出的文化氛圍中。執行內容說明如下：

表 5-2-4 行動計畫 2.2 文創人才培力與環境營造執行內容

項次	名稱	內 容
1	徵求文創經理人／團隊	(1)每案以新台幣 30 萬元為上限。 (2)由學有專精之專家學者／團隊，提報計畫申請經費，以一年或二年為期，具體規劃下列事項： A.深入陪伴、輔導藝術新秀，促進其作品設計精進、知能提升、觀念溝通、前端作業流程改善，甚至建立品牌、有效行銷作品。 B.為已成熟、具雛型、稍有規模的藝文工作者媒合國內外買家，提高本縣藝文作品能見度，補藝文工作者市場交易知能不足之問題。 (3)上述藝文工作者名單由本局提供，惟提案者亦可自行發掘，規劃於提案計畫裡。 (4)以能整合更多同質性工作者之計畫為優先核定補助。
2	創新提案徵選	(1)每案次以新台幣 50 萬元為上限。 (2)提案單位（業者）須有創新且具體規劃，並邀請 1 位

項次	名稱	內 容
		<p>專家陪伴輔導計畫執行：</p> <p>A.透過創意發想，結合產業與藝術文化，規劃並執行各式產業創新營運模式、空間氛圍營造等。</p> <p>B.提案業者可為各類產業，例如泛舟產業、賞鯨產業、美食(例如麻糬、伴手禮)、社區部落深度旅遊產業、農特產品、石材石藝石雕產業等。</p> <p>C.文宣規劃：例如製作文宣品(DM、型錄...)、公開發表、網路、電視、廣播等各媒體露出規劃等。</p> <p>D.須充分導入外部資源、企業：行銷推廣專案執行成果，俾落實並呈現具體效益。</p>
3	花蓮雅砌—城鎮街角美學形塑	<p>(1)每案次以新台幣 10 萬元為上限。</p> <p>(2)提案者須先行觀察花蓮城鎮風貌，為街角、建築間的畸零角落等提出具體改善規劃，落實生活美學，核定後執行：</p> <p>A.計畫須設定主題，由創作團隊規劃設計藍圖，與社區居民討論，由其提供社區歷史沿革，再共同進行施做，互相平行合作，並備場地使用同意書(使用之期間自本計畫受理提案日起須達 2 年以上)。</p> <p>B.計畫須具體規劃工法、材料、創意，與親自動手操作，融合當地文化歷史風貌、地景地貌特色，並善加利用在地天然材料、再利用環保材料或其它自然素材(避免使用工廠製品、塑化材料、製造過程高污染、高排碳材料)。</p> <p>C.雅砌空間須可長久展示，與社區確實維護管理，供當地居民、旅人駐足。</p>
4	全民文創培力	<p>(1)每年自辦 4 案次，補助若干案次，本案總經費 50 萬元整。</p> <p>(2)自辦：</p> <p>A.開放創作者彼此深度分享創作歷程與成果，藉此激盪交流。</p> <p>B.創作者與民眾互動工作坊：藉由共同手作，促進民眾了解創作內涵，提升藝文鑑賞知能。</p> <p>(3)補助：</p> <p>A.補助在地藝文工作者參與縣內各項有助於自我發展之研習、演講、工作坊等活動之報名費(學費)、交通費。</p> <p>B.補助藝文工作者參與縣外、國外各項有助於自我發展之研習、展演、工作坊等活動之報名費(學費)、交通費及住宿費。</p>
5	花蓮魅力展現	<p>(1)每年補助若干案次，本案總經費為 30 萬元。</p> <p>(2)鼓勵本縣在地居民或新移民，至大都會區或自身出生原鄉，以廣播、電視或各類展演形式，展現花蓮特殊</p>

項次	名稱	內 容
		魅力。
6	推廣生活美學教育	補助學校推動鄉土教學、文化產業之校外參訪及互動體驗，讓居民從小即能享受與接觸不同型態的優質藝文展演活動，深耕對在地文化的認同及了解，提升藝文參與人口，增進涵養。
7	成立輔導團隊	輔導團隊具備整合與強化花蓮縣既有文創軟實力，輔導重點工藝，執行經營管理、行銷規劃、品牌營造等專業輔導，針對個案量身打造輔導辦法，提升在地人才相關知能。並以輔導成果分享方式(成果發表會或座談會)宣揚當地工藝產業之成長。105 至 108 年預計具體輔導 20 家業者。

2.花蓮石雕藝術人才培訓

表 5-2-5 行動計畫 2.2 花蓮石雕藝術人才培訓執行內容

項次	名稱	內 容
1	國際型人才培訓-2017 花蓮國際石雕藝術季前置作業規劃	<p>「花蓮國際石雕藝術季」已有二十年舉辦歷史，型態係由早期文化部輔導之各縣市「福爾摩沙藝術節」系列活動而構成，目前也是各縣市少數僅存具歷史的藝術節活動；透過二年一次節慶式活動，邀請世界各地石雕家匯聚花蓮雕刻，不啻為花蓮樹立起石雕之城的口碑，也為花蓮縣境內累積上百件大型作品，至今已有 27 國石雕家(遍及亞、非、美、歐)到過花蓮，歷年共留下 128 件戶外大型作品，陸續設置於本縣府前公園、文化局、七星潭、鯉魚潭、東海岸及太魯閣國家公園管理處等地，成為花蓮旅遊觀光之人文亮點；同時，透過各國石雕家的口耳相傳，「花蓮國際石雕藝術季」亦成為國際石雕家競相爭取競技的舞台。</p> <p>由於長年舉辦國際型石雕活動，透過國際性及在地性的交流，大幅提升本地石雕家視野，也使花蓮石雕家之水準位居國內領頭羊角色，尤其以國內公共藝術承載量來觀察，花蓮石雕因優美、恆久耐候性等特質，普遍受到各縣市公共建築及建設案青睞，102 年約佔全國公共藝術 30% 市場，近二年持續維持中，本縣文化局更從 102 年起出版一年四期之專業石雕藝術季刊「典石」，每季固定寄送全國各大企業、建設公司及藝術收藏機構，透過持續性的深入報導，為本縣石雕家及石雕藝術打開知名度。</p> <p>而在第 10 屆 2014 花蓮石雕藝術季舉辦過程中，本縣也為此品牌作了一次活動總體檢，為因應「文化全球化」之趨勢，期許活動走向凸顯在地精神、深度刻劃人文之方向，透過專業策展人為花蓮國際石雕藝術季做全面、深度的總體規劃，並與藝術相關學界、民間企業資</p>

項次	名稱	內 容
		源合作，鏈結產、官、學界，使活動成功轉型朝專業性發展。在力求為在地人才開闢國際性視野，替花蓮創造國際型石雕人才，並營造永續性石雕文創產業環境的長遠目標下，第 11 屆 2017 花蓮國際石雕藝術季將於前一年(105 年)委託專業策展人或團隊做一全面性的事前整體規劃，以期更加提昇活動品質及明晰其目的性。
2	國際型人才培訓-2017 花蓮國際石雕藝術季活動	<p>(1)活動辦理地點：花蓮縣文化局石雕博物館、美術館、縣境各文化據點、社區、市區等。</p> <p>(2)活動辦理內容</p> <p>A.國際雕塑創作營—邀請國際雕塑家蒞臨本縣創作，創造石雕、玉雕、木雕、皮雕、金工藝藝術家之交流整合平台，讓花蓮藝術家與來自國際的雕塑創作者互相觀摩，提升本地雕塑藝術界的視野；並讓在地大專院校藝術科系的青年學生有機會深入瞭解各類雕塑創作的過程，落實藝術傳承。</p> <p>B.國際藝術展—邀請國內外多元雕塑藝術名家參展，結合在地雕塑社團聯展讓民眾體驗雕刻創作的不同面向。</p> <p>C.藝術創作論壇—整合國、內外藝術院系或媒體界的專家學者，共同匯聚花蓮舉辦研討會，培力在地藝術家、大專藝術科系學生及民眾的視野，為縣內留下研究資源。</p> <p>D.文創資源整合—以花蓮縣文化局為文化傳播中心，以策展方式整合縣境內的藝文據點，讓來自各地的參觀民眾，能夠同時體驗花蓮藝術造鎮的成果及在地文化特色的魅力。</p>
3	地方型人才培訓-在地石雕工作室課程	<p>105、107 及 108 等 3 年，每年各辦理 1 場次，相關工作內容如下：</p> <p>(1)以公開徵選之方式辦理，參賽資格需具備藝術專業背景且對石雕藝術創作有興趣者，每年於上半年徵選出 8 位學員後安排於 7-8 月，由本縣境內 4 位石雕家工作室予以指導培訓 4 週並邀請 1 位國內(外)知名石雕家相互交流。</p> <p>(2)公開徵求有意願提供石雕工作室及負責接待(含食、宿)之石雕家。</p> <p>(3)由提供培訓工作室之石雕家負責教學、接待學員與國內(外)石雕家之交流，相關費用由主辦單位編列預算支應。</p> <p>(4)由主辦單位提供學員與國內(外)石雕家所需教學創作石材，並支付邀請石雕家之交通費等。</p> <p>(5)每場次結訓前辦理交流座談會，讓學員與國內外石雕家相互切磋、交流。</p>

3.影視產業發展推廣

本縣以觀光立縣，近年來多有影視業者至本縣拍片，惟為行銷本縣城市形象，並營造友善拍片環境，鼓勵影視業者至本縣拍攝影視作品，須有經費做為後盾支持，但本縣財政困窘，巧婦難為無米之炊，若經費能挹注進來，將有偌大幫助。其他縣市影視協拍相關補助臚列如下：

(1)基隆市政府：

每案補助金額不得達申請企劃書所載製作成本之 50%，每部電影片獲核發補助金，最高以新臺幣 300 萬元為限；電視劇集補助金之核發，每集最高以新臺幣 8 萬元為限，全齣電視劇集合併計算者，最高以新臺幣 150 萬元為限。

(2)宜蘭縣政府：

每部電影劇情片獲核發補助金，以新臺幣 100 萬元為限；電影紀錄片獲核發補助金，以新臺幣 50 萬元為限；電視連續劇集補助金之核發，每集以新臺幣 10 萬元為限，整齣連續劇（集）合併計算者，以新臺幣 200 萬元為限。

(3)台中市政府：

補助「少年 pi 的奇幻漂流」5,900 萬元。

(4)台東縣政府：

補助標準以每日每人補助住宿費 1,400 元，膳雜費 500 元為上限，單一劇組補助金額上限為新臺幣 50 萬元。

(5)澎湖縣政府：

補助電影一部 400 萬元，5-20 集電視劇補助 150 萬元，20 集以上補助 350 萬元，單元劇每集補助 20 萬元。

(6)雲林縣政府：

邀請三立電視台拍電視劇，免費提供吃、住，吸引片商。

且為承續並配合中央政策，發展文化創意產業，花蓮縣文化局規劃透過影視協拍政策，以跨域加值模式，落實縣長政策，宣傳在地文化特色及觀光資源，行銷本縣豐富的進而促進居民榮譽感與自信心，俾縣政永續發展。

花蓮擁有得天獨厚的自然美景與多元文化，為行銷本縣城市形象、在地人文歷史特色、以及推廣在地文創產品，透過各式補助計畫及協拍機制，強化本縣影視產業整體環境後，吸引片商至花蓮取景拍攝電影、電視劇或利用社群網路等新型態媒體傳播，針對特定拍攝場景或商品以置入式行銷方式行銷文創產品、推廣工藝特色、部落文化、特色社區及生態地景，創造話題打響知名度，有效發展花蓮文化軟實力並推向國際。

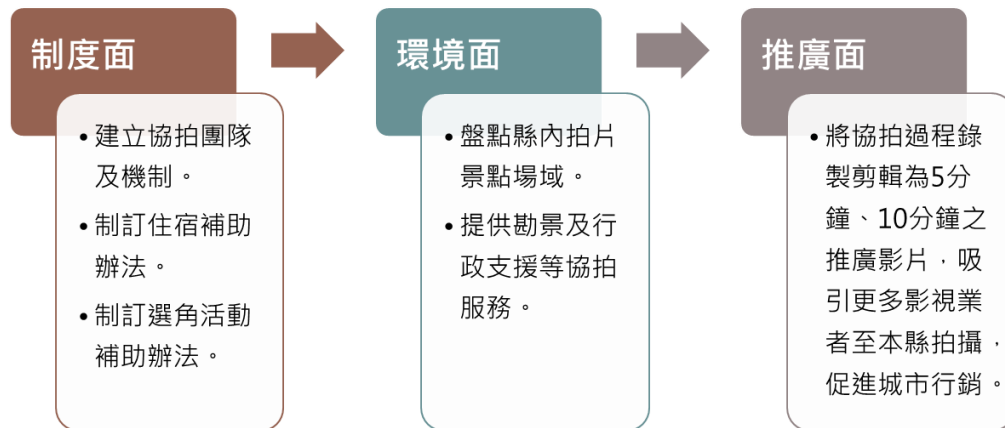


圖 5-2-5 行動計畫 2.2 影視產業發展推廣推動流程圖

表 5-2-6 行動計畫 2.2 影視產業發展推廣執行內容

項次	名稱	內 容
1	組成跨領域推動小組	(1)邀集府內相關局處室及相關專業人士擬定補助要點及相關制度及政策。 (2)提供必要之行政支援。
2	成立影視協拍中心	(1)委託專業團隊辦理。 (2)提供場景諮詢與建議、協助實地勘景、申請與協調。 (3)第一、二年協拍各 1 案次；第三年協拍 2 案次；第四年協拍 3 案次。
3	相關補助	(1)拍片住宿補助：提供劇組人員拍片期間之住宿費，第一、二年住宿補助各 2,000 人次；第三、四年住宿補助各 3,000 人次，每人每天補助 300 元為上限。 (2)促進在地就業補助：為鼓勵選用地人員參與劇組工作或參與演出，於劇組提供薪資前提下，本局得再行補助每人每天 300 元為上限，第一、二年補助各 3,000 人次；第三、四年補助各 7,000 人次。 (3)每案影視作品補助金額不得達申請企畫書所載製作成本之 50%，每部電影片獲核發補助金，最高以新臺幣 100 萬元為限；電視劇集補助金之核發，每集最高以新臺幣 5 萬元為限，全齣電視劇集合併計算者，最高以新臺幣 100 萬元為限。
4.	拍攝剪輯協拍過程推廣影片	(1)委託專業團隊辦理。 (2)依協拍任務需求出機，拍攝本局協拍過程，須後製剪輯、配音、配樂及字幕。 (3)影像檔案格式須採用 Full HD 1920x1080／16:9 等級之系統進行實地拍攝工作，並須以 FULL HD-CAM(含)以上規格進行拍攝作業，剪輯器材須採用 HD(含)以上

		規格進行剪輯作業，影片呈現須以 HD 規格製作。 (4)須有剪輯企劃，經本局審核通過後，剪輯成 5 分鐘及 10 分鐘各一支推廣影片。 (5)所剪輯完成影片須寄與國內影視相關業者，並善用媒體網路行銷，多元推廣。
5	協拍設備購置	購置協助影視拍攝所需基本設備。

(四)計畫時程與主辦單位

- 1.計畫時程：105 年至 108 年。
- 2.中央目的事業主管機關：文化部、內政部營建署、交通部觀光旅遊局。
- 3.主辦機關：花蓮縣文化局。
- 4.執行方式：政府與民間合作辦理。

(五)預期效益

1.可量化效益

(1)文創人才培力與環境營造

- A.文創產業產值：108 年提升至每年 600 萬元，長期則提升至每年 700 萬元。
- B.文創產業就業人數：提升每年至 10 至 15 人。

(2)花蓮石雕藝術人才培訓

- A.帶動文化觀光旅遊人潮，每年帶來 15 萬人以上觀光人次。
- B.增加縣境旅遊景點(石雕設置地點)。
- C.美學教育參與次數(校外教學參觀等)，每年 2,000 次。
- D.累積文化藝術資產(作品數量)，約 10-15 件。
- E.培育藝術人才(參與藝術家人次約 50 位、100 位就業人次)。

(3)影視產業發展推廣

- A.影視推動效益產值：108 年提升至 600 萬元，長期目標為 700 萬元。
- B.影視相關就業人數：108 年提升 25 人，長期目標為提升 230 人。

2.不可量化效益

(1)文創人才培力與環境營造

- A.帶動本縣就業機會。
- B.行銷花蓮城市意象、歷史人文特色及文創產品等，帶動

本縣文化觀光產業發展。

C.促進創意生活產業發展，提升文創產業產值，帶動就業人口。

D.帶動全民主動參與及欣賞藝文展演，達到在地藝文扎根。

E.整合花蓮文化資源、展現花蓮文化多元及獨特吸引力、配合文化及觀光政策、活絡在地文化經脈、厚植文化產業基礎。

(2)花蓮石雕藝術人才培訓

A.提升本縣國際知名度，增進國際交流。

B.推廣地方美學教育，提升縣民美學素養。

C.美化縣境及市容景觀。

D.帶動周邊相關旅遊、美學產值。

E.石雕藝術技藝傳承。

F.整合地方藝文平台資源。

G.建立藝企合作機制。

H.帶動承先啟後之效益，吸引更多年輕人力投入石雕藝術創作領域。

(3)影視產業發展推廣

A.帶動本縣就業機會與影視產業發展。

B.行銷花蓮城市意象、歷史人文特色及文創產品等，帶動本縣文化觀光產業發展。

C.促進創意生活產業發展，提升文創產業產值，帶動就業人口。

D.整合花蓮文化資源、展現花蓮文化多元及獨特吸引力、配合文化及觀光政策、活絡在地文化經脈、厚植文化產業基礎。

E.藉由活動共同參與，產生地方記憶及情感，凝聚共識。

2.3 【專業技藝養成與文化產業活絡計畫子計畫 2】表演藝術人才培育暨吸引機制計畫

「表演藝術人才培育暨吸引機制計畫」主要為旗艦計畫 4「專業技藝養成與文化產業活絡計畫」子計畫 2，內涵為「重質量」。

該行動計畫係對應花東地區永續發展策計畫中之 4.1.1「厚植在地多元文化」、4.1.2「推動文化創意產業平台與聚落」、5.2「加強在地人才培育」等策略所研提。

(一)績效指標

表 5-2-7 行動計畫 2.3 績效指標

績效指標	單位	現況值	108 年目標值	長期目標值
觀光旅遊人次(+)	萬人	1,043	+0.1	+0.15 以上
新增工作機會(+)	人	0	+20	+20 以上

(二)工作指標(相關指標需依實際規劃結果為準，後續將滾動檢討)

- 1.培育花蓮藝文團體經營管理之行政能力。
- 2.輔導建立團隊品牌與經典劇碼。
- 3.培育輔導花蓮表演藝術團隊/個人進修及參與國內外展演、競賽。

(三)計畫內容

依據文化建設委員會(現為文化部)於民國 99 年頒布的文化創意產業發展法所定義之文化創意產業，係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之下列(15+1)產業：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、電影產業、廣播電視產業、出版產業、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、建築設計產業、數位內容產業、創意生活產業、流行音樂及文化內容產業、其他經中央主管機關指定之產業。

花蓮擁有豐富的人文與地理資源，渾然天成的山水之美，更是許多藝術家薈萃之地，舉凡石雕、木雕、石藝、編織、視覺藝術創作以及各式表演藝術，造就了花蓮多元文化特色的呈現。

勞動部長期以來在本縣透過多元就業開發方案的補助與輔導，投入大量資源，鼓勵偏鄉、原鄉社區進行各式社區手工藝、旅遊人才培育及推動社區產業發展工作，奠定良好基礎。然而，盤點及省思本縣現有之人才培育計畫，尚缺乏表演藝術人才之培訓機制；文化部為促進文化創意產業的蓬勃發展，協助創作者能進行事業化的經營、輔導期進行創作成果的商品化，提供了多項獎補助、租稅優惠、貸款優惠等措施。檢視本縣表演藝術產業發展面向後，發現目前以表演藝術工作者、藝術家為主，尚缺乏支持產業發展之行政管理、創作人才、紀錄人才等。

因此本計畫希望進一步以音樂及表演藝術產業為主軸，透過辦理「表演 CEO 論壇」、「行政經理、創作人才、紀錄人才培育工作坊」、「演藝資

料庫建置計畫」，促進本縣音樂及表演藝術產業之推動與永續發展。

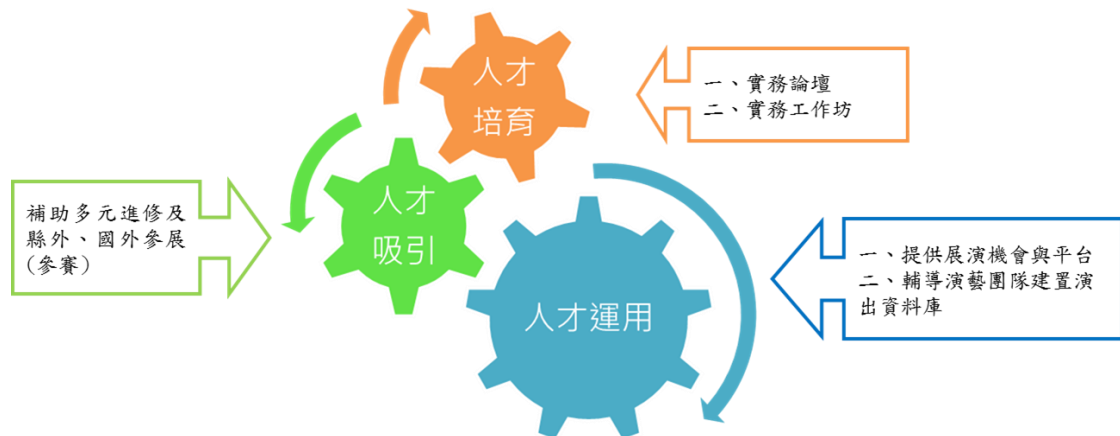


圖 5-2-6 行動計畫 2.3 發展構想

1.人力需求之分析：

本縣目前立案之演藝團體包含舞蹈、民俗技藝、音樂、戲劇、綜藝五大類共 77 團：

類別		數量(團)
舞	蹈	22
民	俗 技 藝	6
音	樂	34
戲	劇	5
綜	藝	10

其中表演者多非專職人員，並以索票為主，經費仰賴公部門補助，亟待開發自我營生之能力；故文化局積極輔導在地表演團隊，並邀請國內外績優表演團隊，讓創作力豐沛的花蓮縣表演藝術產業文化深耕，享有更健全的永續發展環境，究其發展需求可由三個面向著手，分別為團隊經營管理能力、作品深化創新能力與演藝紀錄資料庫建置。

2.計畫目的

- (1)透過行政管理、創作與演出記錄建置三方面的培力，達到健全本縣演藝團隊之體質，使其具備自給自足之營運能力，並且全面深化創意、提昇演出品質，為走出花蓮，邁向國際舞台打下良好根基。
- (2)鼓勵表演藝術工作者與藝文團隊自我精進，提升多元產業知能。

3.推動策略

- (1)專業知識與實務技能並重。
- (2)以建立演藝團隊自我經濟能力為終極目標。
- (3)分別從團隊行政運作、核心創意研發，到永續經營的演出資料庫建置三個方向著手，以健全花蓮在地演藝團體體質。

(4)鼓勵表演藝術工作者參加縣外、國外展演(競賽)。

(5)補助表演藝術工作者與演藝團隊參與各式自我精進課程。

4.具體工作項目

(1)表演藝術 CEO 論壇：廣邀各界表演團體工作者，來花蓮與在地團體就演藝團隊經營實務、節目創作思考、演出紀錄等經驗，進行小型的分享討論，期能激發出不同的火花。

(2)人才培育工作坊：分為行政經理人才、創作人才與紀錄人才三種不同課程。實施對象為花蓮在地演藝團隊成員，師資則以花蓮大專院校的在地學者暨全國績優演藝團體執行者為主，增加並開創多元就業管道，提供一不錯的就業點。

(3)演藝資料庫建置計畫：透過補助的方式鼓勵花蓮在地立案的演藝團隊建置自身的演出資料庫，除了有利於團隊的永續經營，更能保存花蓮在地文化的無形資產。

表演CEO論壇	人才培育工作坊	演藝資料庫建置
<ul style="list-style-type: none">• 經營實務• 節目創作• 演出紀錄	<ul style="list-style-type: none">• 經理人才• 創作人才• 紀錄人才	<ul style="list-style-type: none">• 由表演團隊自己建置演出資料庫，保存無形資產。

圖 5-2-7 行動計畫 2.3 具體工作項目

(4)鼓勵表演藝術工作者參加縣外、國外展演(競賽)：

A.補助至縣外、國外參展(參賽)之文創工作者及其團隊成員所需交通費、運費，其補助金額以不得高於實支數 8 成為原則，補助金額上限每團 50,000 元。

B.申請者須提供參展(參賽)證明文件及參展內容，經審核通過後給予補助。

C.藉此不但可建立在地文創工作者的自信心，拓展市場，亦可透過與縣外表演藝術工作者交流拓展視野及思維。

(5)補助表演藝術個人及團隊參與各式自我精進課程：

A.補助社區及藝文工作者至縣內、外及國外參與音樂及表演藝術產業相關精進課程。例如本縣大專院校相關課程之學分費；國內、外文創課程之報名費、學分費、交通費、住宿費等。

B.補助金額以不得高於實支數 8 成為原則，補助金額上限個人 20,000 元，團隊 100,000 元。

(四)計畫時程與主辦單位

- 1.計畫時程：105 年至 108 年。
- 2.中央目的事業主管機關：文化部。
- 3.主辦機關：花蓮縣文化局。
- 4.協辦機關：花蓮縣政府觀光處、原住民行政處、客家事務處、本縣各社區發展協會、本縣表演藝術團隊、國立東華大學、慈濟大學、台灣觀光學院、花蓮文化創意產業園區。
- 5.執行方式：政府與民間合作辦理。

(五)預期效益

1.可量化效益

- (1)每年論壇參與人次：1,000 人。
- (2)每年在地團體參與數：25 團。

2.不可量化效益

- (1)提昇在地團隊的行政企劃能力，獲得各界經費補助。
- (2)激發更多具細膩度與創意的劇目，建立演藝團隊品牌與招牌節目。
- (3)團隊演出資料庫的建制，為保存花蓮在地無形文化資產打下良好基礎。
- (4)透過培育方式，開發表演藝術人才培育及欣賞人口，讓表演藝術落實於生活中。

2.4 【專業技藝養成與文化產業活絡計畫子計畫3】花蓮縣義民祭文化活動計畫

「花蓮縣義民祭文化活動計畫」主要為旗艦計畫4「專業技藝養成與文化產業活絡計畫」子計畫3，內涵為「重質量」，並襄助旗艦計畫6「國際低碳觀光推廣計畫」(子計畫6)。

該行動計畫係配合中央「推動特色文化加值產業發展計畫」及對應花東地區永續發展策略計畫中4.1.1「厚植在地多元文化」等策略所研提。

(一)績效指標

表 5-2-8 行動計畫 2.4 績效指標

績效指標	單位	現況值	108 年目標值	長期目標值
觀光旅遊人次(+)	萬人	1,043	+0.2	+1.5 以上
帶動周邊產值(+)	萬元	131	+50	+100 以上

(二)工作指標(相關指標需依實際規劃結果為準，後續將滾動檢討)

1.義民文化論壇(105-108)。

- (1)義民文化講座
- (2)義民論文發表
- (3)義民禮讚

2.奉飯(105-108)。

- (1)挑擔
- (2)開鑼
- (3)客家社區行禮

3.傳統結合創意奉飯隊伍進行踩街活動(105-108 年)。

- (1)靜態展示：活動前一星期展示挑擔器具
- (2)動態表演：踩街行進中觀摩競賽

4.每年舉辦義民文化主題活動(105-108 年)。

- (1)與信仰有關的表演
- (2)義民文化創意表演
- (3)喝甜粥

5.整合行銷(105-108 年)。

- (1)邀請客家產業於活動設攤
- (2)產業加值
- (3)異業結盟：餐飲、民宿、客家景點遊
- (4)主題行銷

(三)計畫內容

1.計畫緣起

花鼓喧天、挑擔奉飯、被裊裊香煙所縈繞的黑令旗，是客家人犧牲奉獻的精神象徵，花蓮義民文化祭是為了延續客家先民壯烈犧牲團結奮鬥保家護民的精神。

在清朝時，除了臺灣原住民以外，拓墾臺灣的移民主要來自中國泉州閩南人、漳州閩南人與客家人，他們多具有強烈的地緣意識，每當民亂或族群械鬥時，墾民便自組鄉勇或團練來對抗動亂、保鄉衛梓；而客家義民起源自朱一貴事件(1721 年)時，六堆客家墾民組義民軍阻擋朱一貴，以及林爽文事件(1786 年)和戴潮春(1862 年)事件時，桃竹苗的客家籍墾民連同泉州籍墾民組成義民軍以拒民亂，這些因保衛家園、守護桑梓而奉獻犧牲的客家先民，就被後世子孫尊崇祭祀，成為「義民爺」信仰。

客家文史學者陳運棟認為福佬人雖亦崇祀義民爺，但是並未將之視為正神，而是類比為有應公與大眾爺一般，只有客家人特別崇祀，常定期舉行公祭，衍化出客家人獨有的「義民節」；因此，對客家人而言，義民節不僅是一般的中元普渡，更形成族群最重要信仰之一，背後隱藏著深刻的歷史文化意義，它不只是為了敬拜義民爺，祈求平安順利，更象徵著客家祖先為了保家衛國，犧牲小我的客家忠義精神。

客家人因為生活而從原鄉二次移民而來到後山花蓮，他們並不因遷徙而忘卻了傳承客家文化的使命，義民信仰隨著客家人的遷徙來到花蓮，如花蓮縣富里鄉竹田社區是東部的義民信仰中心，「竹田義民亭」是花東唯一也是最具規模的義民廟，具有 70 年的歷史，每年農曆 7 月 20 日的義民節，有盛大的民俗慶典，至今還保留了傳統的犒軍遺風，以及獨樹一格的「義民組」神轎活動。

2.計畫範圍及實施對象

- (1)花蓮縣客家文化會館及其園區。
- (2)花蓮縣客家鄉親或義民信仰信徒。

3.工作項目

(1)義民文化論譚

A.義民文化講座：活動前一星期舉辦

以客家硬頸、忠義精神為主題，介紹客家相關儀典及文化探討，推廣客家文化之精神。

B.義民論文發表

義民在花蓮，採邀稿方式進行，主題以義民客家文化等相關內容為主要範疇，發表 3 篇論文。

C.義民禮讚

義民詩歌朗誦、表演。

(2)奉飯

- A.奉飯：分為個人或團體奉飯
- B.開鑼：主題活動開展前一個星期，結合義民文化論壇，敲響奉飯隊伍行進
- C.客家社區行禮：受理報名限 40 名。南華社區、初音水圳半日客家社區生活環境營造點分享

(3)傳統結合創意挑擔隊伍進行踩街活動

- A.靜態展示：活動前一星期創意挑擔展示
以環保為前題，內容兼具客家多元等元素，且能同時展現傳統與創意佳。
- B.動態表演：踩街行進中觀摩競賽
以環保為主題，初期受理奉飯隊伍 50 隊登記並逐年增邀 10 隊以上參加隊伍，至 108 年邀請共 100 隊，各隊自由創意展現客家文化，進行踩街觀摩競賽活動。

(4)每年舉辦義民文化主題活動。

- A.信仰文化表演
- B.義民文化創意表演
- C.喝甜粥

(5)整合行銷

- A.產業加值
初期邀請 30 家客家產業進駐並逐年增邀 5 家以上，至 108 年預計達到 50 家客家產業進駐。
- B.異業結盟：餐飲、民宿、客家景點旅遊
與在地客家餐飲、民宿合作，凡於活動期間到花蓮特色客家餐廳、民宿消費、或參加客家文化活動者（以活動公告者為主），可享折扣優惠及獲得個人積分 1 點。
- C.主題行銷
以績分制作為觀摩競賽評比之一個項目。參加本系列活動，獲得個人積分 3 點以上，免費參加植物染布體驗或當日消費者可抵扣 100 元（限當日）。
參與踩街活動以呈現文化向下紮根，年輕人參與者，可獲得競賽積分 1 點
參加奉飯個人者可獲得積分 1 點；團體者可獲得競賽積分 1 點。

4.活動預估參與人數

表 5-2-9 行動計畫 2.4 活動預估參與人數表

年度	105 年	106 年	107 年	108 年
參加人數	1,500 人	1,650 人	1,800 人	2,000 人

(四)計畫時程與主辦單位

- 1.計畫時程：105 年至 108 年。主題活動於每年農曆 7 月 20 日義民節辦理；系列性活動於一星期前開始。
- 2.中央目的事業主管機關：客家委員會。
- 3.主辦機關：花蓮縣政府客家處。
- 4.協辦機關：各鄉(鎮、市)公所、客家民間團體。
- 4.執行方式：政府自辦。

(五)預期效益

1.可量化效益

- (1)參加人數預計 1,500 人，108 年可增加至 2,000 人參加，提升客家文化認同度。
- (2)初期邀請 30 家客家產業進駐，至 108 年至少邀請共 50 家客家產業，透過客家產業輔導，促進客家產業行銷，增加產值。
- (3)初期推估客家產業產值約新台幣 15 萬元，至 108 年推估至少提升客家產業產值約新台幣 50 萬元總收入。

2.不可量化效益

- (1)花蓮客家義民祭文化祭典成為花東地區客家宗教信仰文化的重要開創。
- (2)藉由活動呈現深刻的歷史文化意義，了解客家祖先為了保家衛國，犧牲小我的客家忠義精神。
- (3)客家挑擔奉飯、祝禱祈福等之儀式，推動落實環保不殺生的環境教育觀念。
- (4)透過客家傳統信仰的熱鬧慶典氛圍，凝聚客家認同，同時刺激觀光產業、創造客家經濟產值。

2.5 【專業技藝養成與文化產業活絡計畫子計畫 4】花蓮縣客家植物染產業計畫

「花蓮縣客家植物染產業計畫」主要為旗艦計畫 4「專業技藝養成與文化產業活絡計畫」子計畫 4，內涵為「重質量」。

該行動計畫係配合中央「推動特色文化加值產業發展計畫」及對應花東地區永續發展策略計畫中 4.1.1「厚植在地多元文化」等策略所研提。

(一)績效指標

表 5-2-10 行動計畫 2.5 績效指標

績效指標	單位	現況值	108 年目標值	長期目標值
觀光旅遊人次(+)		1,043	+0.145	+1 以上
新增工作機會(+)	人	0	+60	+300 以上

(二)工作指標(相關指標需依實際規劃結果為準，後續將滾動檢討)

1.短期(105-108 年)

- (1)基礎設施
- (2)人才培育
- (3)染材前端
- (4)商品開發
- (5)文宣製作
- (6)賣場設置
- (7)體驗教室

2.中期(108 年-114 年)

- (1)商品開發
- (2)人才培育
- (3)材料生產端
- (4)染缸建置
- (5)技術與學術交流
- (6)人力與設備

3.長期(114 年以後)

- (1)人才培育
- (2)商品開發
- (3)人力與設備

(三)計畫內容

1.計畫緣起

刻苦奮發、堅毅不拔是多數客家鄉親給人的印象，這種特質在過去也反映到服飾的表現上。客家歷史中「藍衫」是最具代表性的

客家文物，一直有著重要的象徵意義與內涵；這種具吸汗、實用、不怕弄髒的藍衫，最能代表客家人刻苦勤奮、勇敢堅毅的精神。然而，隨著時代的改變，現代已很難從穿著習慣，看到這種鮮明的族群特徵。藍衫逐漸從生活服飾轉變成形象服飾，只有在特定的活動場合或者是客家歌舞表演者身上才看得到。

客家的藍布衫，是藍染技藝的代表。因客家人群聚的地方多產可供染布的山藍（大青），就地取材週遭的植物染料，製作耐黑又耐髒的藍色大衫；這種藍衫在客家歷史中扮演重要的角色，兩者有著密不可分的關係，堪稱客家精神的代表。

2. 染色產業困境

染色產業幾乎均需仰賴政府公部門的挹注方能生存，能自給自足者仍是少數，且染色是辛勤的工作，單靠一己之力無法負荷，染色工作需要結合眾人之力互相合作。況且染工坊能自負盈虧者仍是少數，而各客家園區特色接近，區隔不明顯，若不與異質產業與在地文化相結合，終究會讓園區遭遇相同的困境與瓶頸，讓園區無以為繼甚至難以生存。綜觀以公部門所扶植的工坊或是文化園區，總以自身文化為訴求與推廣重點，卻忽略了最重要的「地域性」，傳統文化與獨特性固然重要，但若能夠朝向族群融合以及當代人寫當代事，當代人創造當代歷史，以現代人的思維思考並請擘劃新文化為出發點，將不僅能在舊文化的根基上立足，更能開創屬於當代人的文化藝術新風貌。花蓮在手工產業與多元的文化上之優勢，是他縣市所不及的，當善用此獨特性。

而花蓮與台灣其它地區相較，目前僅有鳳林的花手巾植物染工坊能自給自足者，不似其它地區之染色工坊均有一定之規模。縣內的花手巾植物染工坊其染色方式主要以植物染色的煮染為主，鮮少運用藍染染色，原因有二：一是少有農民願意栽種藍草，二是藍靛價位過高，藍染技術需再學習與加強。但是，藍染的藍色是三原色之一，與植物煮染混色後，可以得到更多樣的色彩變化。

因此，花蓮未來若發展染色產業將跳脫既有模式，與其他手工產業結合，以綜合性的產業方式經營，早日脫離被扶植的角色，使其成為永續經營的產業。

3. 計畫目的

為使傳統客家藍染技術得以推廣，並使染色產業朝多元的方向發展，本計畫將成立專業染色工坊，透過多元文化的整合，將手工藝技術匯聚，成為城市印象中的一部分，進而創造出與其它城市不同的差異價值，並以城市作為行銷包裝，發展全面性的手工藝術，在生活中落實藝術文化，同時擔負文化傳承與專業技藝之學習交流場所，串起染色產業之原料生產端、產品製作端與行銷販售平台，發展經濟與藝術結合的新興產業。

4. 計畫範圍

花蓮縣客家文化園區。

5.產業現況分析

(1)產業概況

花蓮縣內已有運用植物染色的鳳林花手巾植物染工坊、運用植物染與化學染色的玉里璞石印染工坊，以及運用化學染色的富源靚染工坊；若欲在北端的花蓮設立植物染工坊，勢必做出產業區隔，以利縣內各家植物染色產業的良性互動與發展，方能讓產業能歷久彌新且永續經營。

鳳林花手巾植物染工坊染材來源除了修剪樹木得到外，以向天染工坊購買為主，由於鳳林鎮公所曾於數年前請天然工坊的陳景林與馬毓秀兩位老師前來教授藍染課程，因此，花手巾植物染工坊的染材與布料來源大多直接向其購入。運用閒置空間成立的花手巾植物染工坊，以植物染色的煮染為主，夏天會加入藍染做DIY的體驗活動，工坊內設置賣場，販售相關產品。

玉里璞石印染工坊是張文暉與林敏雀兩位老師一手教導成立的，多年來倚賴玉里鎮公所的經費挹注，運用玉里國小舊址的閒置空間，以及東管處之經費整建，印染工坊是少數有獨立賣場與獨立教室的工坊。在圍巾與包品上使用植物染色與印染兩種方式，在燈飾與體驗活動上則運用蠟染與顏料繪畫，但是，印染工坊使用的蠟染與傳統的藍染蠟染方式不同，僅是封蠟方式相同。印染工坊也運用化學染色，並將化學染色取了一個非常好聽的名稱—彩虹染。靚染工坊早期因素人畫家聞名，村莊裡的阿嬤和阿公運用化學染畫出一幅幅美麗動人的圖畫。縣內三個工坊，目前僅鳳林的花手巾植物染工坊成為產業，但仍是申請多元就業的補助以存在，倘若在北端花蓮成立染工坊，定會對花手巾植物染工坊造成影響，如何讓兩者並存，且保障產業與就業者的未來，是需要謹慎思考的方向。

故而，為區隔植物染色市場，花蓮的植物染色產業就須走出既有的框架，並積極主動地結合縣內其它相關工藝，在合縱連橫的策略下，開創出異業產業結盟的新契機。

(2)產業課題

A.藍草生產問題

染色產業最大的困境是染材與素布的來源，不能處於被動位置，依賴修剪樹木後才來染色，若要與農民契作或自行栽種，土地與專業輔導都是問題。以藍染所需的藍草來說，台灣可以生產的有山藍、蓼藍和木藍，但適合藍草生長的環境多屬陰濕的山區，若在平地種植，則需架設遮陰網，又須引水灌溉，所費不貲。

栽種藍草畢竟是專業知識，非一般農民可獨立完成，需由花蓮農改場輔導。至於如何讓藍草栽種面積增加，進而解決藍靛生產與製作的問題可說是當務之急，因為處於起步階段的花蓮藍染產業若無法自行生產優質藍靛，成本

勢必增加，將導致生產者、製造者與創作者串聯起的產業鏈產生連鎖變化。以目前種植與製靛的技術不甚理想的狀況下，短期內不論是植物染色或藍染染色之染料來源，仍以購買為主。

B.制定產品價格與界定消費群問題

天然染色產業不似化學染色售價低廉、消費者接受度高，且容易打入大眾市場；對於價格略高的植物染色，消費群眾本屬少數，如何找出市場定位，鎖定消費層？是花蓮在發展藍染產業時區隔染色市場的首要任務。

關於價格制定的問題，對產業而言，總期望擴大消費層，最好從達官顯貴到普羅大眾都是購買者；但對染色產業來說，若能鎖定特定對象，針對願意為環境、為土地與自然盡一份心力，起而購買較昂貴的綠色商品者，或許是花蓮染色產業可以發展的方向與鎖定的顧客群。

當然，在價格上還需區分為兩個策略層面以做進一步的探討，首先，平價策略層面，生產適合一般人的低價商品：若花蓮的染色業者以此為產業發展方向，首當致力於如何壓低藍染的製靛成本、減少染色時程與快速且大量的生產商品，讓產品在普及化之餘，價格也能變得更親民化；其次，則是鎖定客層僅製作高單價商品之策略：以創意與創新的方式製作獨一無二或少量生產的藝術品。兩者為全然不同的發展方向，選擇其一或是兩者兼具，考驗著染色業者的能力與智慧。

C.產品雷同度高差異性少問題

綜觀臺灣的染色產業，存在一個很大的危機，也就是產品雷同度過高的現象。平心而論各賣場或展售中心的染色商品其實都大同小異，產品最大宗當屬圍巾，因為圍巾與其他商品相較，容易上色、染色次數少且清洗方便。

產品之所以相似度高的原因有二：原料與染材相同。由於生產與販售素布的商家來源少，可選擇性不多，再加上臺灣面積不大，植物種類相同，造成染材的選擇與差異性都不大，導致各地區所生產的產品相似度與重疊性大增。因此，花蓮在發展染色產業之餘，若僅是複製他縣市之藍草種植、藍染染色，卻無法開創出與市場迥異的特色商品，那麼產業前途仍舊堪慮。

D.DIY 氾濫威脅產業

植物染色信手拈來盡是美麗圖案，讓 DIY 體驗者認為產品生產容易，一方面覺得商品售價過高，二方面覺得「我

也會做！」殊不知每個美麗圖案的背後，是多少染色工作者辛苦的成果？經過無數失敗與實驗後，才得到這些適合大眾學習、快速又簡單的防染技法與圖案。

DIY 體驗讓藍染得以大眾化的推廣，也讓產業飽受威脅，原本需要長時間進行的多次染色，被簡化並縮短製程，原本需要半年到一年長時間陰乾與封存定色的產品，為讓消費者直接帶走，亦省去定色時間。藍染產業唯有扭轉 DIY 給予的既定印象，讓消費者能接受藍染是需要長時間方能製成的產品，方能體認到商品的可貴。

6.計畫構想

(1)染色產業結合農業與民宿之採集體驗

花蓮近年來民宿急速增長，逢年過節湧入的人潮，常讓人喘不過氣，學習手工藝可以讓遊客在定點駐足，減少擁擠的觀光人數，細細體驗不同的花蓮風情，不啻是藝術結合人文的好方法。加上回鄉從事農業的人口亦增加，這群年輕人對土地有不同的認知與情感，願意長時間投入在觀光與體驗經濟上，當染色植物採收或是藍染藍靛製作變成體驗經濟的一部分時，定能創造不同的經濟效益。

(2)成立綜合性手工藝園區

台灣染色產業面臨的最大問題是：商品雷同性高且差異性小，花蓮的染色產業如果可以凸顯在地的文化所長，從多元文化切入，不分漢、閩、客與原住民文化，廣納玉石、石雕、織布到染色等手工藝，利用本縣客家會館現址成立綜合性的手工藝園區，將手工技術跨界整合，定能樹立花蓮新文化，找到城市文化的新出路。不僅可提升花蓮民眾的藝術視野，又可注入藝術能量與活力，讓世界看見多元文化迸裂激盪的文化意象與不一樣的花蓮。

園區具備文化與藝術的發揚、推廣與傳承功能，可進行全國性或跨國性的手工文化交流，可將經費集中於手工藝園區，一方面解決知識與學術上的困境，進行人才培育與養成，二方面可容納消費者，從事長時間的體驗經濟，如此，不僅可增加住房率更可以帶動其它商機，為花蓮帶來驚人的觀光產值。

(3)參與國內外大型市集

(4)人才培育

第一年因以本計畫建置為主，人才培訓開設染色基礎班、縫紉基礎班；第二年開設染色基礎班、藍染染色班、縫紉進階班與異材質組合班；第三年開設染色專業班、縫紉服飾班與異材質組合班；第四年開設染色大師班與異材質組合班，所有課程均採收費制。培育之人才未來將成為合作廠商，亦可與工坊合作，開發新產品。

(5)設置手工教室

為一開放空間，採取使用者付費之經營方式。可與中小學藝術與人文課程結合，一般消費者可進行體驗活動與技藝研習，均需全額付費。

(6)舉辦競賽暨成果發表

為讓產業永續經營，並樹立專業性，可舉辦大型的競賽活動，一則可藉此活動遴選優秀人才，開發新商品；二則可凝聚人氣，建立學術性與專業性之交流平台，並建立口碑。每年競賽以國內大專院校及相關專業人士為對象，競賽項目以服裝、藝術創作為主，區分為專業組及業餘組兩者。之後可舉辦走秀與發表會，發表會場與每年培訓課程相結合，並同時舉行學員成果發表展。

(7)商品開發及行銷

本計畫不僅要推廣染色文化，從植物染色產業出發，更要結合其他產業，以異材質商品的開發為營運方向。商品包括：染線、染布、異材質相關商品、染材販售。

而行銷的方式包含：實體賣場，利用現在花蓮縣客家產業展售空間販賣，或是與培訓學員寄賣方式辦理以及透過網路銷售平台之虛擬行銷。

7.工作項目

(1)短期工作項目

第一年以建置工坊與基礎設施購置為主，著力於材料生產端之合作、商品開發、人才培育、文宣製作、賣場設置與成立體驗教室。

A.基礎設施

冷熱染色之染色設備、晾曬場地、染材處理與存放。

B.人才培育

開設染色基礎班與縫紉基礎班，基礎課程皆由工坊人員負責教授。

C.染材前端

與花蓮農改場合作尋找藍草栽種之契作農民、與各村里或環保局合作收集行道樹枝葉。

D.商品開發

開發混色商品與異材質商品、圖案設計競賽。

E.文宣製作

開發文宣相關產品、工坊宣傳文宣製作、網站架設、製作商品目錄。

F.賣場設置

除工作人員之商品販售外，亦陳列在地手工藝家之作品，為鼓勵創作者。

G.體驗教室

需與縣內各工坊區隔，可以蠟染、型染或結合異材質作品為體驗方式，傾向需長時間製作之 DIY 商品為主，強調獨一無二的「幸福」商品。

(2)中期工作項目

第二年以商品開發、材料生產端合作、技術與學術交流、增加人力與設備、部份經費可自給自足。

A.商品開發

與學校或設計師合作、舉辦競賽。

B.人才培育

第二年開設染色基礎班、藍染染色班、縫紉進階班與異材質組合班，邀請國內外優秀專業人才授課。

C.材料生產端

藍草菜收成功進行打藍與藍靛製作（輔導農民生產或以體驗方式增加農民收入）。

D.染缸建置

從前端製靛到後端染色，可進行 2 至 5 天之寓教於樂體驗行程。

E.技術與學術交流

進行國內外專業技術與學術交流，一則以提升縣內工坊專業技術，二則提高花蓮以城市藝術為行銷重點之能見度，三則可讓自製之產品參與國際市集販售，增加銷售量與測試商品之接受度。

F.人力與設備

視第一年期程達成目標，以決定增加之人力與擴大之設備項目達到部份經費可自給自足的目標：以舉辦講座、開辦國內外藝術活動、體驗收費、舉辦競賽與販售商品等收費方式，達成此目標。

(3)長期工作項目

第三年開設染色專業班、縫紉服飾班與異材質組合班；第四年開設染色大師班與異材質組合班，邀請國內外知名藝術家授課。

A.人才培育

上下年各開設大師班一梯次，邀請國外知名藝術家授課。

B.商品開發

以高單價之藝術作品為開發重點。

C.人力與設備

視第二年與第三年期程達成目標，以決定增加之人力與擴大之設備項目。

(四)計畫時程與主辦單位

- 1.計畫時程：105 年至 108 年。
- 2.中央目的事業主管機關：客家委員會。
- 3.主辦機關：花蓮縣政府客家處。
- 4.執行方式：政府自辦。

(五)預期效益

1.可量化效益

- (1)培育基礎人才 120 人，進階人才 84 人，專業人才 42 人，大師級 6 人。
- (2)預期來訪人次 108 年可達 1,450 人次，初期以短時間體驗者為主，後期以長時間體驗者為主。
- (3)初期總收入預計有 132,000 元，至 108 年預計有 99 萬元收入。

2.不可量化效益

- (1)以自製「幸福商品」為販售訴求：觀光旅遊結合手工藝術，不僅寫出自己的故事、親手做出商品可作紀念或是送人均可，傳遞禮輕情意重的溫暖「幸福」，拉近冷漠疏離的現代人際關係。
- (2)長時間體驗經濟效益：吸引藝術喜好者以增加住房率，落實人人都是藝術家的生活美學，讓動手做成為休閒趨勢，讓花蓮變成好山好水好有趣。
- (3)增加花蓮的能見度：營造藝術城市的氛圍，在潛移默化中進入人心，讓消費者留下深刻印象，並讓消費者口耳相傳，增加花蓮在國內外的能見度。
- (4)增加就業率：從本計畫單一的點串聯起各地的手工教室或是手工商店，讓各工坊彼此扶持，共榮共存。
- (5)產業與人才培訓共存：產業必先能永續存在，方能讓人才培訓產生意義，倘若僅以人才培訓為重點，恐會造成基礎人力過剩，導致更多的培訓者失業。不如先鞏固產業，讓產業成為賺錢行業，讓培訓者看見產業未來，對產業產生信心後願意投入產業。

2.6 【專業技藝養成與文化產業活絡計畫子計畫 5】花蓮縣文化藝術館興建計畫

「花蓮縣文化藝術館興建計畫」主要為旗艦計畫 4「專業技藝養成與文化產業活絡計畫」子計畫 5，內涵為「添亮點」，並襄助旗艦計畫 6「國際低碳觀光推廣計畫」(子計畫 7)。

該行動計畫係對應花東地區永續發展策略計畫中 4.1「擴大觀光與文化之整合增值」、策略 5.4「促進多元族群共榮」、策略 4.1.2「推動文化創意產業平台與聚落」等策略所研提。

(一)績效指標

表 5-2-11 行動計畫 2.6 績效指標

績效指標	單位	現況值	108 年目標值	長期目標值
觀光旅遊人次(+)	萬人	1,043	+12	+25 以上
參與公共學習活動次數(+)	次/年	4.02	+0.15	+1.64 以上
新增工作機會(+)	人	0	+30	+150 以上

(二)工作指標(相關指標需依實際規劃結果為準，後續將滾動檢討)

- 1.完成可行性評估、初期規劃設計及營運計畫。(103-104 年)
- 2.規劃設計監造。(105-106 年)
- 3.主體建設興建。(107-108 年)

(三)計畫內容

1.計畫緣起

花蓮是台灣美石的故鄉，花蓮縣文化局致力於提供表演藝術，石雕、木雕各項藝術展覽平台，以營造優質生活美學環境，適逢 102 年 11 月~103 年 3 月「玉質臺灣」於花蓮縣石雕博物館成功展出，透過墨玉如山水墨色的潤物，共構一曲玉石奏鳴，贏得多方讚賞，展畢墨玉價值更是扶搖直上，達到展覽經濟效益。另 103 年 4 月~7 月「石間時堅-2014 海峽兩岸賞石文化交流展」亦空前盛大成功(開幕當天大陸賞石界人士超過 600 人以上遠道而來，齊聚花蓮)，已建立本縣為兩岸玉石交流重鎮，值得進一步推廣、永續經營。

經查行政院「文化創意產業發展計畫」，將文化、藝術及設計等相關產業，異業結合於「創意產業」理念之下，並納入國家發展的重點計畫，針對文化創意產業特性與發展需求，以低度管理、高度輔導為原則來規劃文化創意產業化及全方位整合推動機制。

2.計畫目標

鑒此，花蓮縣文化局積極籌措「文化藝術館」，配合行政院文化建設政策，以提供石藝(玫瑰石、臺灣玉、東海岸玉石雕刻、原石、光畫)、木雕、玉質臺灣復刻版，提供藝術家專業展覽場地，亦提供民眾親近藝術創作場域，藉此培育民眾在美學與藝術上之涵

養，彰顯本縣木石文化軟實力，並期許該館財務自償。

綜上，「花蓮文化藝術館興建計畫」因應而生，目前 103-104 年已委託執行可行性評估、初步規劃設計及營運計畫，105 年至 108 年辦理規劃設計及主體建物興建，空間規劃樓地板面積，計有 1,180 坪。

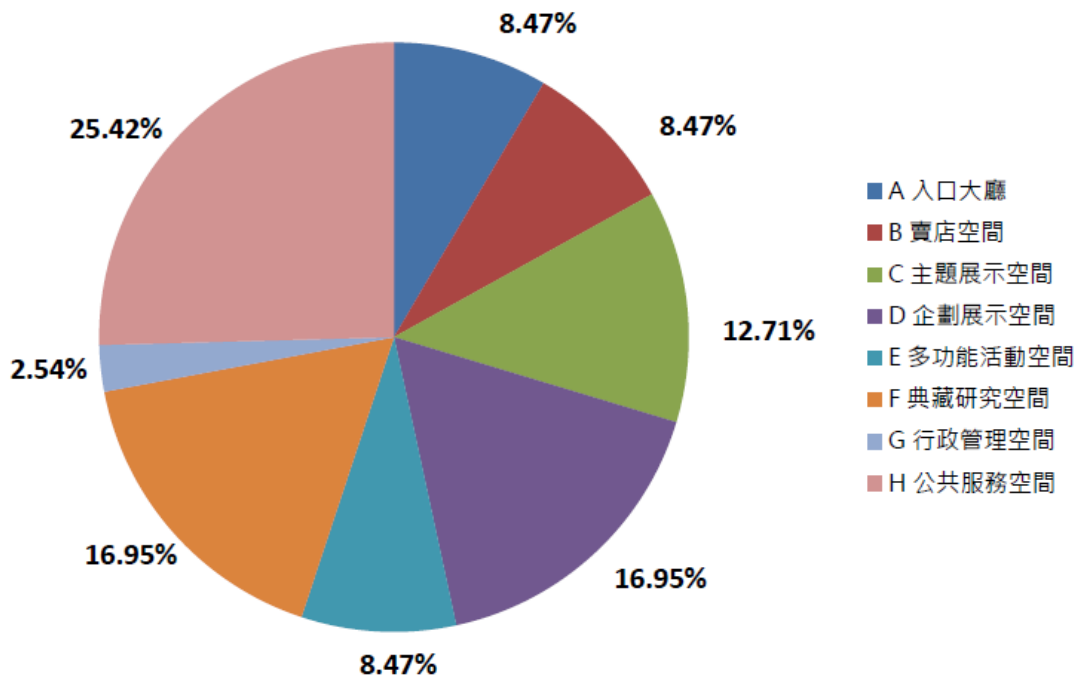


圖 5-2-8 行動計畫 2.6 文化藝術館空間機能示意圖

3. 歷年活動成果：

活動以過往經驗相當成功，且受到廣大迴響，具一定基礎，後續欲持續推動。以下為 102 年玉質台灣展成果。



圖 5-2-9 行動計畫 2.6 花蓮縣文化局 102 年玉質台灣展剪影-1



圖 5-2-10 行動計畫 2.6 花蓮縣文化局 102 年玉質台灣展剪影-2

4.計畫範圍：花蓮縣文化園區。

(四)計畫時程與主辦單位

1.計畫時程：105 年至 108 年。

- (1)第 1 階段(103-104 年)：已委外執行可行性評估計畫、規劃報告書及營運計畫書。
- (2)第 2 階段(105-106 年)：委外辦理規劃設計及監造。
- (3)第 3 階段(107-108 年)：委外辦理主體建設興建期。

2.中央目的事業主管機關：文化部。

3.主辦機關：花蓮縣文化局。

4.執行方式：政府自辦。

(五)預期效益

1.可量化效益

- (1)每年觀光旅客約 12 萬人次。
- (2)門票收益及展場出租收益，每年約 245 萬元。
- (3)每年開設課程 200 小時。
- (4)每年開館天數約 313 天(52 周*6 開館=313 天)。
- (5)每年培訓人數 1,500 人次。

2.不可量化效益

讓文化建設與花蓮觀光的體驗經濟融合，透過文化氛圍的蘊釀及文化體驗的深化，讓花蓮多元族群共榮的文化特色，具體呈現。