

洄苗栗—文創返鄉行動

苗栗縣政府文化觀光局

壹、背景說明

民 98 年底，苗栗縣政府文化觀光局率先成立文創產業科，積極推動苗栗縣文創產業的輔導與行銷，並主動整合公部門、設計者與業界的資源，透過跨業合作及品牌型塑等方式，開創在地文創產業新契機；同時落實文化藝術教育扎根，透過美學感知、文化涵養的體驗與參訪，打造本縣的文化創意發展。以短、中、長程的分期策略執行，短期以「開啟文創印記」為目標，發揚在地文化，帶動產業群聚，透過包括：苗栗縣城市文創品牌打造與整體行銷計畫、建置人才資料庫，促進跨界媒合、加強公私部門的合作等工作，建立苗栗文創產業蓬勃發展的里程碑；中期則以「文化詮釋、國際行銷」為目標，拓展全球視野，積極於各項國際化作為，包括：辦理與參與各項國際文創展覽與競賽、苗栗縣文創商品國際行銷的推動等工作，打造苗栗縣成為文創國際新亮點；長期則以「打造城市典範，生活風格新主張」為目標，除了持續推動文化教育、生活美學的公民教育，以培養縣民美學生活風格新主張之外，努力爭取加入國際型組織，致力於打造苗栗成為城市新典範。

發展文化创意產業是近幾年來全球先進國家的趨勢，各國透過對文化创意「軟實力」的重視，成為除了發展工業及其它產業外，國家經濟能力提升的重要動能。

「文化创意」意指利用自身特別的文化內涵，以創新的方式活化、再造商品，提升產業活力與競爭力。苗栗縣擁有得天獨厚的自然資源，大湖草莓、苑裡蘭草等，先民們也聰明地利用這裏的自然資源成就非凡工藝，並代代傳承下來，三義木雕、公館陶、蘭草編織等，成為苗栗獨特的文化內涵。

過去，苗栗縣政府對藝文環境的營造不遺餘力，但在產業化的課題上仍略顯不足，因此在文創產業推動的政策目標，即在於如何利用豐富的文化底蘊加入創意加值，除了增加商品的產值，更要進一步發展成為具規模的產業。

茲以 SWOT 分析苗栗縣文創產業現況發展如下：

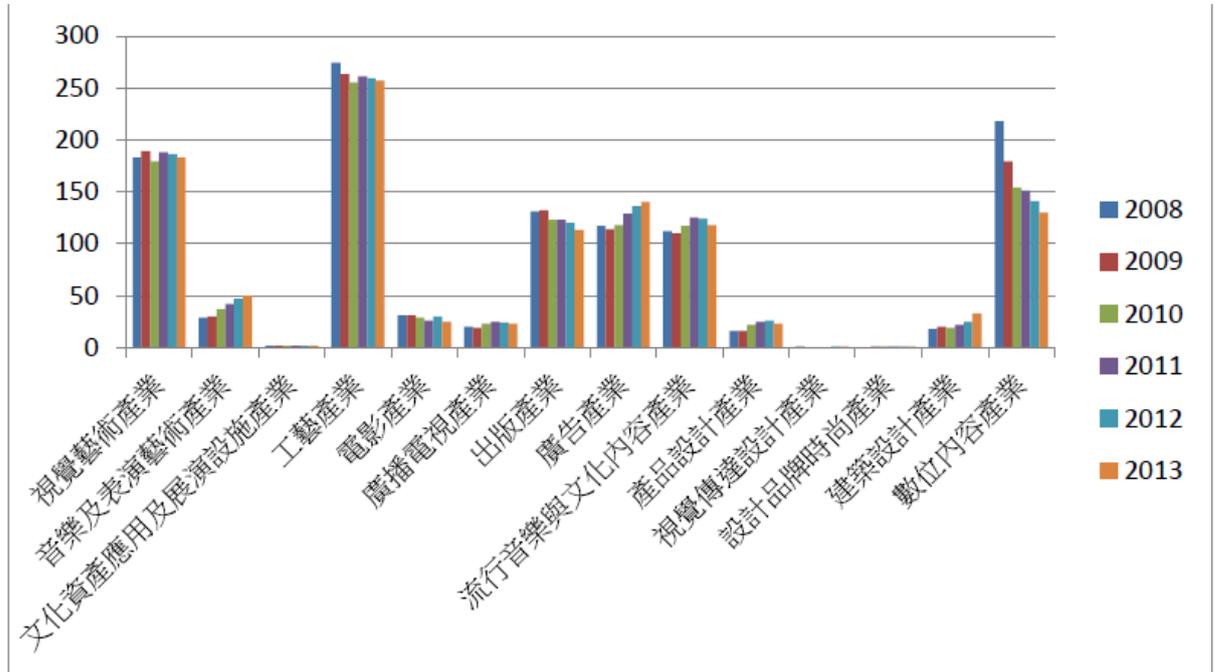
S trength：優勢	W eakness：劣勢
<ol style="list-style-type: none"> 1. 扎實的傳統工藝技術基礎。 2. 豐富的自然資源。 3. 多元族群文化資源。 4. 率先成立文創產業專責窗口並有獨立預算。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 多屬中小企業或微型文創之流，品牌經營與市場行銷能力較弱，國際市場開發更顯弱勢。 2. 資金來源不足，缺乏永續規劃發展的能力。 3. 青年人才外流，現有文創產業多倚仗中生代，導致轉型不易。
O ppportunity：機會	T hreat：威脅
<ol style="list-style-type: none"> 1. 觀光休閒風氣改變，觀光客期待更有深度的文化旅遊體驗，以文化作支持及底蘊的文創產業機會無限。 2. 文化創意產業法實施，有助於政策支持與推動。 3. 文化全球化後地域概念興起，激起「文化在地化」的公民自覺。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 微型文創規模小、研發能力有限，創意更新的速度與市場發展速度恐有落差。 2. 全球化與加入 WTO 後市場開放，文創商品流通快。 3. 中國大陸與東南亞低成本勞動力與低價商品的競爭。

一、緣由

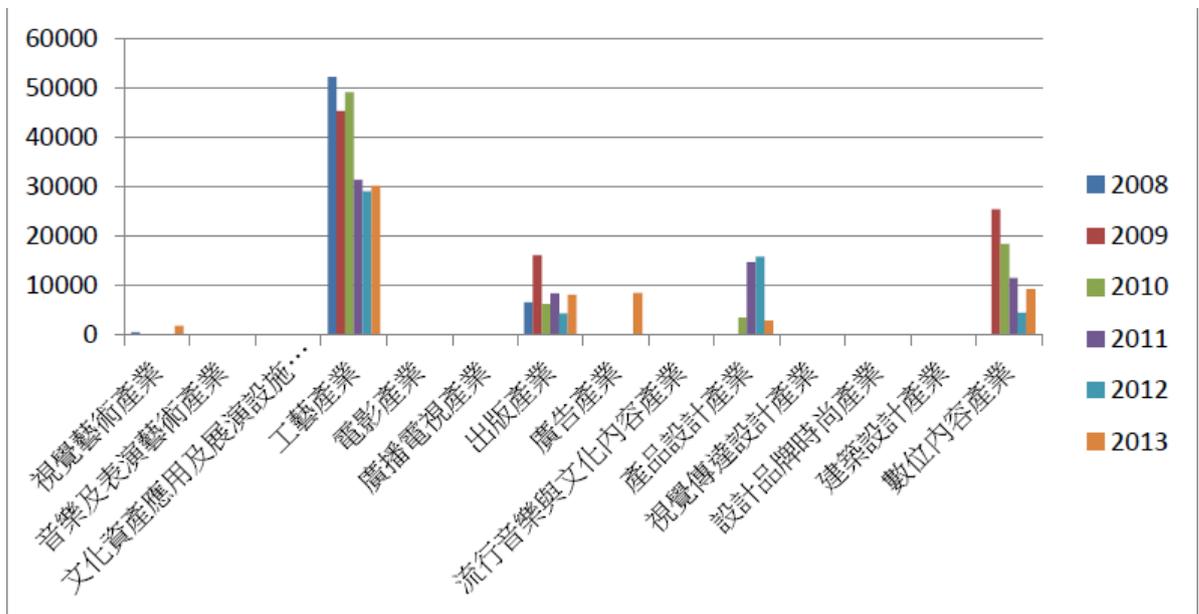
2014 臺灣文化創意產業發展年報將文化創意產業細分為 14 類次產業，分別為：視覺藝術產業、音樂及表演藝術產業、文化資產應用及展演設施產業、工藝產業、電影產業、廣播電視產業、出版產業、廣告產業、流行音樂與文化內容產業、產品設計產業、視覺傳達設計產業、設計品牌時尚產業、建築設計產業、數位內容產業。

苗栗縣在上述各類文創次產業發展部份進行進一步分析發現，2008至2013 年間，工藝產業家數最多，6 年間微幅下滑；其次為視覺藝術產業，6 年間變化不大；數位內容產業原本排名第 3，6 年間鉅幅下滑，已被廣告產業超越。出版產業、廣告產業、流行音樂與文化內容產業則在 6 年間微幅變動。至於文化資

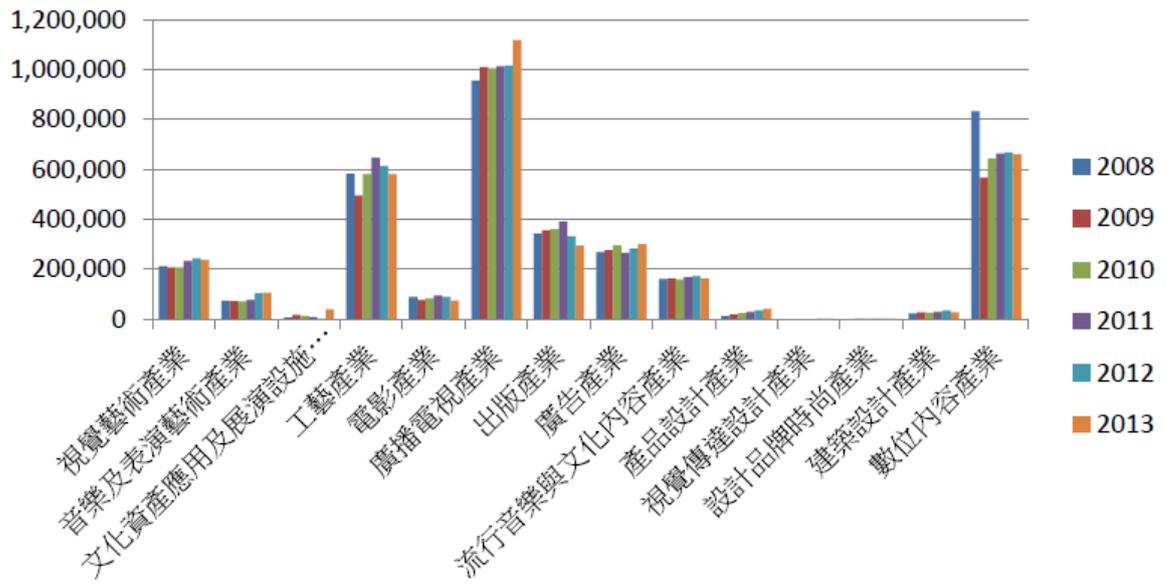
產應用及展演設施產業、視覺傳達設計產業、設計品牌時尚產業等三類產業，基本上在本縣尚未見發展。



整理自《2014台灣文化创意產業發展年報》-2008~2013苗栗縣各文創產業別家數



整理自《2014台灣文化创意產業發展年報》-2008~2013苗栗縣各文創產業別外銷收入



整理自《2014台灣文化创意產業發展年報》-2008~2013苗栗縣各文創產業別內銷收入

以上資料顯示，歷年產值最高者之廣播電視產業、數位內容產業、工藝產業中，工藝產業之家數及外銷收入最多；廣播電視產業雖然產值最高但家數極少，且均屬內需產業，外銷收入為0；至於數位內容產業，產值居次，家數居第3，外銷收入亦極低。綜合以上所述，目前苗栗文創產業次產業中，以廣義的工藝產業從業家數及從業人員佔較多數，且其發展前景亦較為看好，**據此可知工藝產業是本縣文創產業發展的核心與主體。**

依據林煜超教授在〈苗栗工藝產品品牌形象提升與人才薪傳之發展，2015〉中提出，苗栗縣豐富文化產業的優勢在於有著扎實的技術基礎與發展軌跡，產業型態以文創法範疇中的工藝產業居多，其中涵蓋木工藝（木藝雕刻、木魚製作、神像雕刻、建築裝置雕刻、天然巧雕、匾額），竹藤工藝（竹編、藤葉編制、竹雕、竹掃帚、竹編籠、燈籠、竹馬、竹筏），陶瓷（茶壺製作、原型雕塑、民用生活陶），玻璃工藝（吹製玻璃、脫蠟鑄造玻璃），金屬工藝（打鐵-鐵器、鋅錫-錫器、金工珠寶設計），玉石工藝（石器製作、印信雕刻）、纖維工藝（蔴草編織、蓑衣編織、茶壽編織、稻草編織、草斜編織、皮飾雕刻）、紙屬工藝（糊紙、手抄紙藝、金銀紙）等傳統工藝，以及各式各樣無形文化節慶活動，擁有創

造高附加價值的潛能。

因此，苗栗縣的文化創意產業的發展將以工藝產業類為主要的範疇。現今這些產業多因人工成本上升，而外移和沒落，許多老藝師急速凋零，產生嚴重斷層危機；此外，縣內文化藝術與商業沒有緊密互動，產業規模小，文化仲介網絡薄弱，普遍缺乏行銷技能，無佈局銷售據點的財力與資金，又乏區域整合行銷的外部支援，產銷通路不暢通，致使苗栗在地工藝產業的發展遭受相當的限制，也影響了苗栗文創產業的進步。

二、 動機及重要性

根據上述分析，苗栗工藝產業亟需轉型、升級及培育新血，首要之務除中央政府的文創法與相關配套措施的推動外，整合縣內豐富多元的文化資源，及跨界異業的媒合（工藝與設計），藉以促進創新概念的投入、工藝人才薪傳培育、創建自我品牌、擴大產銷通路，並朝向知識密集的創意產業轉型，是苗栗縣政府協助苗栗文創產業發展的重要任務。

工藝品的產品定位是生活美學。從此一本質來思考，工藝產業可從幾個構面來協助其發展，包括在消費端，提升國人的生活美學概念以擴大內需消費市場，對於國際市場的開拓，則可培養具有國際市場趨勢判斷及行銷能力的藝術經紀事業及人才，同時藉由國家大品牌的帶動，提高我國工藝產業的國際市場能見度；在生產端，則可持續媒合工藝產業與設計產業、生活產業等進行跨產業合作，使工藝產品的設計及製作貼近市場脈動，以延伸其價值鏈，同時也應深化工藝產業聚落發展，持續鼓勵工藝創作及培養工藝人才，以強化產業之根本。

為強化苗栗文創產業體質，人才培育是首要之務，近年來苗栗縣政府積極深耕文創人才培育，希冀永續產業發展，提升產業產能與產值。辦理方式如下：

(一)、 人才培育－青年洄游計畫

(二)、 生活美學深耕—打造蘆竹浦文創聚落

(三)、 文創產業扶植輔導

三、 議題推動及創新性

(一)、 人才培育—青年回游計畫

苗栗縣擁有得天獨厚的自然資源，大湖草莓、苑裡蘭草等，先民們也聰明地利用這裏的自然資源成就非凡工藝，並代代傳承下來，三義木雕、公館陶、蘭草編織等，成為苗栗獨特的文化內涵，這些都是發展文創產業的利基。但長久以來苗栗面臨產業及青年人口外移的關係，產業轉型文創發展面臨經營者嚴重斷層危機。

近年來青年失業、產業外移、低薪高房價等儼然已成為台灣社會普遍存在的問題，青年對社會失去信心與認同感，茫然的年代中有一股社會企業與社會創業的力量隱隱流動，形成了一場新的公民自覺與自發的運動。「社會企業」廣義來說就是用商業模式來解決社會問題或環境，例如為弱勢社團創造就業機會、提供解決社會問題的產品或服務等，再把盈餘跟收入投入到要解決的社群中，良性循環下逐步改善社會問題，而不像一般營利公司把收入歸於少數所有權人手中，這個方式也增加青年對地方的認同感與使命感，對文化傳承有莫大助益。

※ 創新性—用社會企業的方式，除了紓解苗栗財政困境，同時引導

青年回鄉貢獻。

所謂「社會企業」是指解決特定社會問題為核心目標的創新企業組織，透過一般商業營運而非捐贈的模式在市場機制中自給自足。其不僅可以增加就業機會，亦可達到社會公益的目的，以平衡社會發展。

社會企業的概念於西方國家萌芽較早，如美加地區自1970年開始發展，迄

今約有幾十萬個具有社會企業精神的組織，並有7%於美加以外之國家設點營運；以社會企業發展已相當成熟的英國為例，根據2013年社會企業商會統計，英國約有7萬家社會企業，對其經濟貢獻達187億英鎊，共僱用了將近100萬名員工；社會企業的生產總值約240億英鎊，已在英國年度GDP中佔了1.5%。

在亞洲，由於經濟擴張快速，各國同樣面臨如城鄉差距、人口老化、環境汙染等社會問題，目前在中國大陸、印度、孟加拉、泰國、新加坡、香港以及南韓等，皆相當重視社會企業發展議題，期藉由創新的輔導措施及商業模式促使社會能與經濟一同正向發展。

在臺灣，非營利組織（Non-Profit Organization, NPO）於解決社會問題向來扮演重要且關鍵性的角色，而一般營利事業重視並踐行企業社會責任（Corporation Social Responsibility, CSR）亦已行之有年，如何調和非營利組織的理想性與營利事業的經營模式，多年來為社會普遍重視之課題。雖然社會企業在國內已開始受到各方重視，但是仍處於萌芽階段，其生態系統（Ecosystem）需要社會大眾、民間組織以及政府單位的支持。

（二）、生活美學深耕—打造蘆竹瀆文創聚落

位處頭份市的蘆竹瀆社區具有300年的歷史，以群聚式的傳統三合院建築矗立在工業區中，是傳統與現代文明衝突、磨合、共存的證明。苗栗縣傳統聚落文化協會致力保存蘆竹瀆老聚落，希冀使下一代了解從前聚落形式的生活軌跡為何，並在社區內了解、感受傳統聚落的食、衣、住、行、育、樂等相關生活細節，在社區裡隨處拾起便是一種生活美學。

我們邀請國際藝術家「藝起入厝」蘆竹瀆社區，用駐村的方式讓不同藝術家將自身不同的文化一同帶入蘆竹瀆，希望打造蘆竹瀆成為文創聚落，也為苗栗文化加入更多超乎想像的可能。

※ 創新性—打造文創聚落，並以聚落為中心，由點到面讓藝術

在苗栗遍地開花。

蘆竹滿將成為本縣在文創藝術上的示範基地，用駐村、藝術裝置、藝文活動展演等方式吸引藝術創作人才來到苗栗，邀請苗栗及各地民眾重新認識苗栗文化，除此之外，也將與地方產業合作並配合地方館舍的活動舉辦，由點開始，到點與點的串聯，如「竹南蛇窯」、「國泰玻璃」、「三鈴竹材加工廠」、「滿燭園蠟燭觀光工廠」等，在現有的「陶藝」、「玻璃」、「竹編」、「蠟燭」產業資源上，導入藝術創作者，並在這樣的串聯過程當中，擴展到整個苗栗縣藝文氛圍的帶動，最終希望達到的，有兩個層面，對內，以創意活動、展覽、以及藝術家的眼光，讓在地的居民看見不一樣的苗栗；對外，藉由這樣的機會，讓進駐的藝術家，或是參與活動的外縣市民眾，能有機會看見山城苗栗的美。

(三)、 文創產業扶植輔導

根據2009年統計，全台灣資本額低於500萬元的文創企業約佔全體文創產業家數之88.69%；另外營業額低於500萬元的文創企業約佔全體文創產業家數81.44%，足見微型企業是台灣文創產業發展的趨勢，苗栗縣也是相同發展情況。

文創產業發展集中於微型企業的主因，在於文創本身的特殊性。「文創」是從文化中擷取養分配合創意發想，並以商品作為載具呈現，簡而言之，「文化」是文創商品的內涵與根本。而「文化」源自創意人個人主觀經驗，有其特殊性，這也就代表文創商品具有特殊、不可取代也難以標準化大量生產的特質。

一般來說，規模愈大的企業本身體質健全，資源充沛也更具競爭力，中小企業或微型企業受限於資金與人力，原屬市場弱勢，更需要政策的扶持協助。現今政府機關雖提供各式經營訓練課程與諮詢輔導方案，但仍舊受限於資金規模與欠缺相關人力資源，故常停留在「知」的階段，無法起而行，將所知應用在產業創新上。因此，對於有潛力但資源較薄弱的業者來說，給予實際的資源挹注有時比

單純的知識輔導更有實際效益。

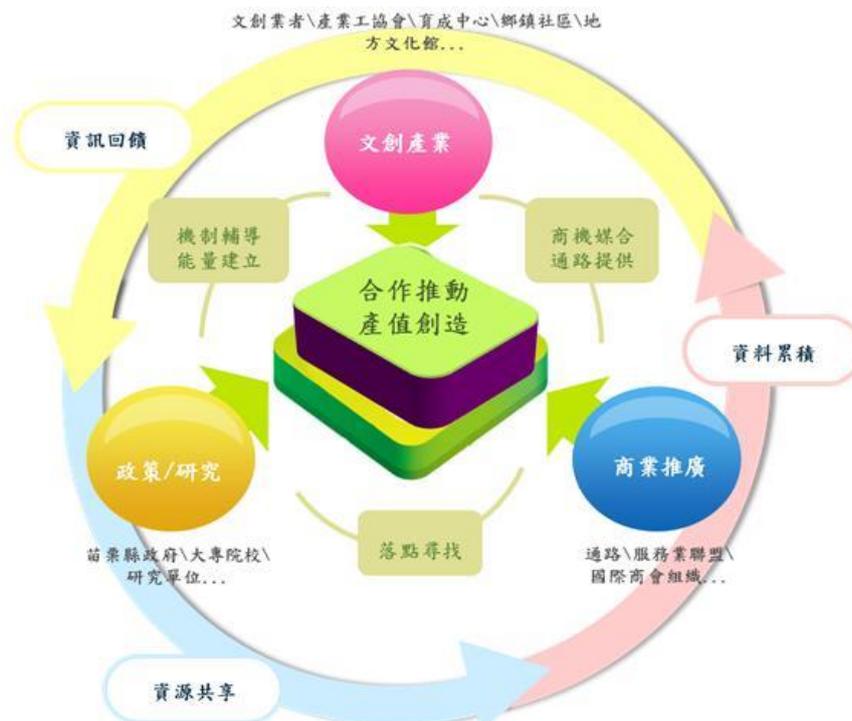
※ 創新性—聘請專業輔導團隊以一條龍運作模式，輔導縣內業者

進行產業體質檢測

「文創品牌輔導」計畫，聘請專業輔導團隊以一條龍運作模式，輔導縣內業者進行產業體質檢測，從企業核心價值與優、劣勢，提供發展策略與方向；再到品牌定位、CIS 與包裝設計、市場行銷等方式循序漸進，完整輔導業者找到商品本質內涵並給予發展資源管道，多管齊下希望能為苗栗文創找到新出路。

四、 跨部門合作機制

苗栗縣政府文化觀光局因應國際趨勢與中央政策，領先各縣市成立文創產業科，積極推動苗栗縣文創產業的輔導、行銷與發展外，並主動整合公部門(如文化部、客家事務委員會)、學術領域(各大專院校)、民間組織(如觀光協會、陶藝協會、社區協會等)的資源，透過研發推廣、跨業合作及品牌型塑等方式，打造苗栗成為臺灣的城市新典範，開創在地生活創意新契機。



(一) 組織苗栗縣文創產業發展委員會

苗栗縣政府為強化本縣文化創意產業之整體規劃與發展策略，以因應全球城市文化競爭，特置文創產業發展委員會，以營造有利之產業經營環境，創造文化發展契機。委員會任務包含**強化跨部門橫向聯繫，串聯文化创意相關活動、整合本府與民間資源，活絡本縣文化创意產業、文創發展相關議題之提案與討論、文創產業發展相關計畫之審查及執行狀況查核。**

1. 產：苗栗縣觀光協會理事長江德利、知名木雕家徐士珩、知名陶藝家李仁耀。
2. 官：苗栗縣縣長、苗栗縣政府農業處處長、教育處處長、工商發展處處長、國際文化觀光局局長。
3. 學：國立聯合大學俞龍通教授、中國文化大學李欣龍教授、國立台北藝術大學李蕭錕教授、國立臺灣交響樂團吳博滿老師。

(二) 產官學合作之產業發展輔導計畫

1. 產：縣內文創業界踴躍參與「文創產業補助及人才培訓工作坊」，此計畫3年來共結合紐扣創意設計、頑石文創開發顧問有限公司、唐草設計、彼樣設計等資深設計公司，透過扎實的人才培訓與面對面的互動論壇模式，精心推出文化创意特色商品。
2. 官：運用「異業結合」的策略促使學術單位、工藝產業與設計界合作，將祖傳的秘笈與不同領域的創意工作者結合，並融入地方文化元素，淬煉出多樣趣味、充滿巧思的文創商品。
3. 學：與苗栗縣聯合大學、亞太創意技術學院等校之專家學者合作，輔導業界產業發展。

五、 市民參與機制與參與度

我們希望越來越多青年響應「洄苗栗-文創返鄉」的行動，號召青年學子組織創業團隊，媒合創業團隊與苗栗縣產業或社區合作，將創意發想投入產業資源，發展出以文創為核心價值的社會企業，我們同時期望蘆竹瀆社區樹立一個文創聚落及社會企業發展的目標，讓更多青年願意返鄉貢獻己長，並讓藝術、文創在苗栗遍地開花成為一種運動與生活風格。

(一)、 文創藝術暫借問(i 站)

不僅只是提供創作者「住宿空間」及「創作」的場域，而是在創作者的創作過程當中，用「旅行」的眼光，發現、融入社區居民的日常生活以及環境，並由蘆竹瀆，擴散至整個苗栗，使蘆竹瀆成為藝術家的「資訊站(i 站)」，藝術家可以於蘆竹瀆取得苗栗各地的創作資源、單位，以及展演場地、空間的資訊，並可以實際於駐村期間，至各單位及空間，進行創作及展演，以此建構苗栗整體的藝文創作氛圍。

(二)、 整個苗栗都是藝術村

培養苗栗在地民眾對於「藝術」的欣賞，以及藉由駐村，打破其對於藝術「難以親近」之認知，培養在地的文化藝術群眾；對外將苗栗塑造為一個「適合生活」的藝術城市，並且於生活中，可以提供藝術家靈感、創作空間以及展演的場地，進而成為一以城市為主體的藝術聚落，帶動整體藝文產業的發展。



(一)、 青年回游計畫

104 年度首次舉辦「苗栗青年回游創意工作坊」，目的是希望能號召年輕世代組隊回鄉創業，讓青年發揮創意，實踐創業夢想。吸引 10 支青年團隊、37 名成員組團參加，透過 25 小時以上基礎與實作課程兩段式訓練，徵選出五組團隊，成效斐然；為延續計畫影響力，105 年度接續辦理也吸引超過 15 支團隊報名參與。

緣起：苗栗青年人口外流，在地人口相對老化，為鼓勵年輕世代回游，關懷社會，政府應有相關之輔助與資源，協助青年返鄉就業，關懷在地議題。透過年青學子之創意，發掘新興亮點及新型態產業模式，達加乘效益。

目的：搭社會企業思潮，協助弱勢產業與社區發展；增加青年投入文創產業人數，解決就業問題；結合青年創意，促進聚落再生，彰顯在地文化；深化文化創意根基，協助產業轉型、升級，為苗栗催生產業新亮點。

對象：對苗栗文創與社會企業創業有興趣，年滿 18 歲到 45 歲之大專院校以上在學學生或青年，以每隊 2~6 人組隊報名參加，免報名費；105 年度為每隊 1~5 人組隊參加。

過程：104 年度透過基礎課程與媒合工作坊兩段式訓練，評選出 5 組優秀團隊與本縣 5 家文創社區產業媒合，105 年度選定泉銘蠶絲產業、水妹手作紙業及南庄十三間老店所在社區作為媒合主軸，並預計選出 3 組團隊媒合。

輔導課程：社會企業與社會責任、社區文化產業調查、苗栗社區文創案例、社會企業創業案例及青年回鄉案例分享、創業資源及創業計畫撰寫教學、群眾募資平台教學、3D 列印課程實作、媒合產業社區需求說明。

補助金：104 年度徵選五組團隊，每組可獲得 3 萬材料補助費用，製作 BP 及計畫成果；105 年度將徵選 3 組團隊，每組給予 10 萬元材料費用，製作 BP 且須實際完成一項 BP 中的內容。

後續輔導：104 及 105 年度評審前 3 名之團隊，可獲得聯合大學育成中心免費 1

年期共用創業空間與諮詢輔導服務；今年度入選團隊可獲半年免費育成資源。

實際成果：104 年度幸運星團隊成立「好客在一起工作室」，並於南庄十三間老街開店創業，與南庄在地手工業者及小農合作，販售南庄文創商品。

【104 年度入選團隊及計畫】

產業、社區	團隊名稱	計畫名稱	學員組成
水妹手作(傳統粗紙)	幸運星	好客在一起 · 文創巧禮	學生+社會青年
台灣蘭草學會(蘭草編織)	LINK	蘭客_Link	學生
野桐工坊(泰雅染織)	SFV	野桐工坊	學生+社會青年
東里家風(戲劇周邊)	客家數位文創	苑坑社區+東里家風	社會青年
蓬萊社區(賽夏竹編工藝)	深耕隊	青冰·賽夏	社會青年

🌈 好客在一起·文創巧禮(幸運星團隊)：運用「水妹工坊」的客家傳統粗紙為題材，開發具現代設計風格與用途的紙藝公仔與創意桌遊等多樣產品。



- ✚ 蘭客(Link 團隊)：團隊成員為聯合大學工業設計學系的團隊，從「台灣蘭草學會」出發，學以致用地結合苑裡蘭編傳統與現代設計概念，開發實用特色商品計畫內容。



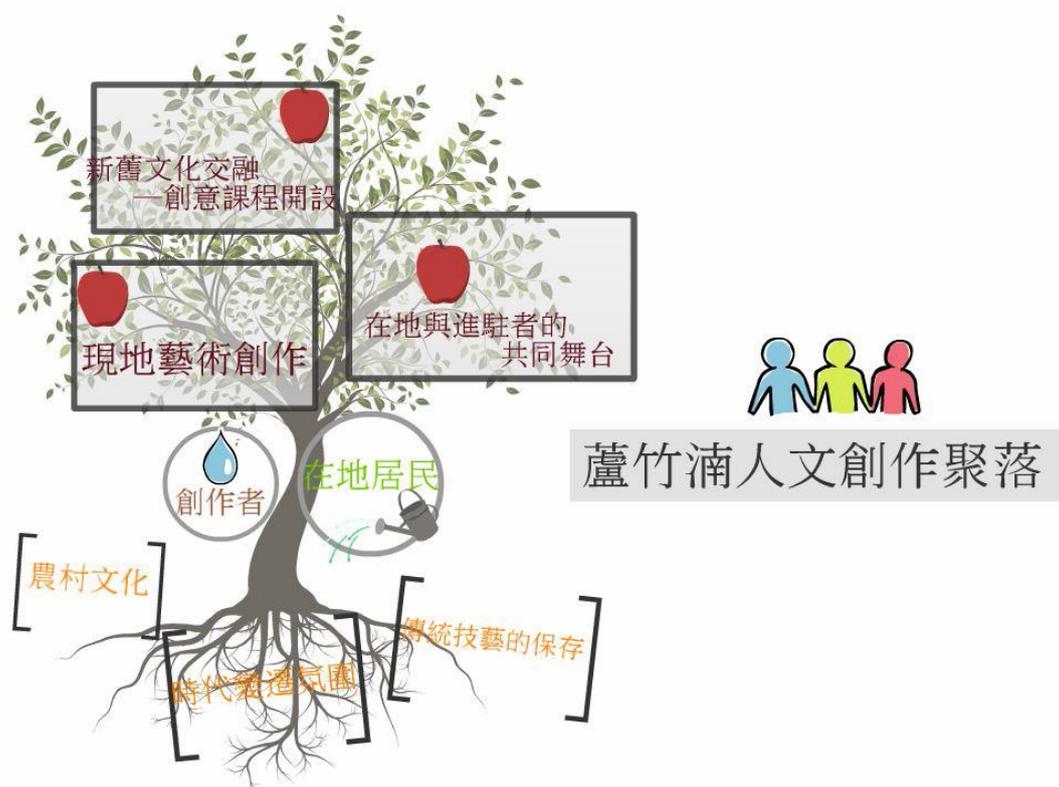
- ✚ 野桐工場(SFV 團隊)：團員包括從事泰雅傳統編織 10 年以上的泰雅族織女、排灣族公主與阿美族時尚男模，團隊從「野桐工場」的原民傳統編織出發，努力開發兼具傳統與現代時尚的織品。



(二)、 蘆竹浦文創聚落

蘆竹浦，一座位於頭份工業區旁的三百年老社區，背後的煙囪與三合院的強烈對比，使得工業區成立的50年以來的，人口不斷外移，漸漸的，本來蘆竹浦這個曾經是許多人的「家」的地方，變得不再是「家」了。社區的居民們不願看見自己的家漸漸的凋零，於是，民國97年成立了「苗栗縣傳統聚落文化協會」，為的是蘆竹浦三合院聚落的保存，以及社區傳統文化的傳承，讓蘆竹浦這個「家」得以一代一代的傳承下去

因為有了人，蘆竹湳才得以成為家，而蘆竹湳社區的居民們個個都身懷不同的傳統技藝，在共同保存這個社區的同時，每一個人都用不同的「創作方式」說著自己想說的話，每個人都像是一位「創作者」，所以「創作」是一種表達，透過創作，每一個人可以用無限可能的方式來說自己想說的話，每個人也都成了一位「藝術家」



蘆竹湳人文創作聚落村不僅只是提供創作者「住宿空間」及「創作」的場域，而是在創作者的創作過程當中，用「旅行」的眼光，發現、融入社區居民的日常生活以及環境，徹底的在蘆竹湳以「樂活」的態度生活，這就是蘆竹湳一直以來要帶給人們的感受。在這樣「樂活」的生活態度下，無論內外的參與者，皆發揮各自的「創藝」，並在生活的互動當中，展現人與人交流而產生的「聚力」，而「蘆竹湳人文創作聚落」也將成為創作者與在地居民共成的「夢想舞台」。

過程：邀請國內外藝術家駐村，105 年度邀請的藝術家有印尼的 EddiPrabandono，擅長雕塑並使用舊物、廢棄物等各種媒材重構成大型

裝置藝術；冰島藝術家 ThordisAdalsteinsdottir 以畫布詮釋現實社會，畫布上充滿超寫實，引導觀者進入她的想像；香港藝術家劉逸偉畢業於香港浸會大學視覺藝術院，以陶瓷表現他對世界的看法；台灣藝術家邀請陳怡如進駐，以「生活即是藝術表達」的概念，邀請民眾進入她的美學世界。

計畫內容：

- (1) 青年派對：邀請駐村藝術家與苗栗在地藝術家對談，了解並深入探討彼此對藝術、生活、人生的觀點。
- (2) 藝起用餐：邀請駐村藝術家與民眾、青年對談，讓藝術家暢談駐村的收穫及藝術觀點，引導民眾對美的想像。
- (3) 小學工作坊：邀請駐村藝術家到蘆竹浦社區附近的小學進行美學工作坊，以藝術家擅長的媒材與學生互動，激發學生對美的好奇與感動，播發藝術的種子。
- (4) 跟著藝術家去旅行：由社區居民帶領藝術家及民眾共同到周邊環境進行小旅行，一方面透過藝術家之眼來看我們早已習以為常的風景，一方面邀請民眾進入社區，增加民眾對社區、對苗栗這塊土地的認同感。
- (5) 藝術串連：邀請國內藝術家以起在苗栗公共場域與民眾進行藝術互動，選在苗栗火車站、續緣自然農場、香格里拉樂園等，用音樂會、繪畫等方式，讓民眾感受到俯拾皆是的生活美學感動。

蘆竹浦在地生活美學	編竹夾泥牆古蹟修復	苗栗縣傳統聚落文化協會總幹事陳世政先生擁有古蹟修復匠師執照，因此蘆竹浦社區致力推行「編竹夾泥牆」之傳統技法，並招募志工與開辦工作坊讓傳統工藝傳承下去。	
	傳統建築泥塑及灰塑裝飾	在地匠師陳世政，擁有傳統古蹟修復執照，並精通傳統建築灰塑裝飾、懸魚泥塑製作，希望藉由課程教授，達到傳統建築工法傳承、推廣效益	
	柴燒	社區內座有一柴燒窯-六合窯，由六名陶藝家所共同建造，定期燒製自行創作之作品，為社區帶來更多元藝術文化。	
	(7)金紙代工	蘆竹浦中的在地工藝師-阿琴阿嬤，仍以傳統手工製作金紙貼補家用。	

(三)、 文創產業扶植輔導

文創產業發展集中於微型企業的主因，在於文創本身的特殊性。「文創」是從文化中擷取養分配合創意發想，並以商品作為載具呈現，簡而言之，「文化」是文創商品的內涵與根本。而「文化」源自創意人個人主觀經驗，有其特殊性，這也

就代表文創商品具有特殊、不可取代也難以標準化大量生產的特質。

一般來說，規模愈大的企業本身體質健全，資源充沛也更具競爭力，中小企業或微型企業受限於資金與人力，原屬市場弱勢，更需要政策的扶持協助。現今政府機關雖提供各式經營訓練課程與諮詢輔導方案，但仍舊受限於資金規模與欠缺相關人力資源，故常停留在「知」的階段，無法起而行，將所知應用在產業創新上。因此，對於有潛力但資源較薄弱的業者來說，給予實際的資源挹注有時比單純的知識輔導更有實際效益，讓參與輔導的業者除規劃出產業藍圖後，還能親手將它實現，我們也希望受輔導業者能夠在輔導計畫書中規劃中、長程計畫，讓文創產業能夠永續經營，這些受輔導業者也將成為未來本縣文創輔導計畫中的重點培育對象，同時也是凝聚苗栗文創特色的種子。

過程：組成專家學者顧問團，實地至受輔導業者店中輔導，並與受輔導業者討論溝通後寫成輔導規畫書，由本局提供 25 萬元輔導金，由所聘專家學者尋找配合廠商，實際針對輔導規畫書內容進行改善。

計畫內容：

- (1) 賣店銷售流程建議
- (2) CI 設計
- (3) 網站架設及商拍
- (4) 賣店動線規劃及店面改造
- (5) 商品文案構思撰寫

文創品牌輔導業者－石壁染織工坊

改造前	改造後
	
	

官網建置



WALKINGSUN
去 關 有 聯

首頁 關於我們 活動訊息 商品專區 客服中心 我要找

染映原山，織絨時尚——太陽有聲

more...

太陽也有聲啊，從山翠的遠處到那端，輕輕悄悄地掛起了...
命運，穿過一間美人並非追隨日光的船帆，來到南莊的石壁腳底，
於是，學英工技計的農家女孩成了新派時尚的弄墨繪絨。
行走的裝飾來源於生活，卻在傳統與現代美學在碰撞中穿破，
山壁灰、雨後綠、農家紅，原山的色彩染染處處皆有。
太陽有，掛著呢縐紗，微笑地向遠方。

植物染手織夏裝 手織背心 圍裙套裝

walkingsun © 2013 All Rights Reserved. Produced by Yiman Intotek

七、 永續、維護與評估機制

發展文化創意產業是近幾年來全球先進國家的趨勢，各國透過對文化創意「軟實力」的重視，成為除了發展工業及其它產業外，國家經濟能力提升的重要動能。近年來，文化創意產業發展討論的重點已經不再侷限於文化創意產業的範疇與分類，或是單一文化創意產業的產業規模的發展，而是走向強調文化創意與其他經濟活動的關聯性以及對整體經濟的影響力。

未來本局將以短中長程的分期策略執行健康城市計畫，在準備工作完備後，短期以「開啟文創印記」為目標，發揚在地文化，帶動產業群聚，透過包括：苗栗縣城市文創品牌打造與整體行銷計畫、建置人才資料庫，促進跨界媒合、加強公私部門的合作等工作，建立苗栗文創產業蓬勃發展的里程碑。

中期則以「文化詮釋、國際行銷」為目標，拓展全球視野，積極於各項國際化作為，包括：擴大舉辦國際文藝活動與國際交流、辦理與參與各項國際文創展覽與競賽、苗栗縣文創商品國際行銷的推動等工作，打造苗栗縣成為文創國際新亮點。

長期以「打造城市典範，生活風格新主張」為目標，除了持續推動文化教育、生活美學的公民教育，以培養縣民美學生活風格新主張之外，努力爭取加入國際型組織，致力於打造苗栗成為健康城市新典範。

八、 其他

苗栗縣自然環境屬山多田少，族群分佈有客家、閩南及原住民，長久以來結合所處環境自然產物發展出獨特的文化產業特質，如三義木雕、公館陶瓷、苑裡蘭草、原住民編織等皆負盛名，充分具備發展文化創意產業的資源與優勢；而苗栗縣政府透過開辦相關生活美學課程、促進本地藝術家與其他領域專家跨業合

作、爭取策辦國際性競賽展覽、辦理各類工藝競賽與作品授權，輔導得獎作品進行量產與推廣、輔導本縣工藝作品介入公共空間與校園等等的具體措施，期許賦予文創時代新價值，以尋求更寬廣行銷通路與產值，也正是苗栗縣政府亟需努力的方向。

在地文化特色及藝術創作，是文化創意產業發展的重要關鍵。苗栗縣文化工藝產業目前處於開發中的狀態，也面臨產業存續的問題，「洄苗栗」召集青年返鄉創業是我們亟須努力的地方，也正因為這些地方產業係由於物產及人文環境長久以來累積的經驗，兩相結合而成，確實具有相當的特殊文化魅力與人文情調。所以我們深信透過適當與積極的協助，本縣文創產業不僅可為當地帶來商機，更可帶動在地的觀光發展，進而將苗栗推向國際的舞台。