

南 華 大 學
美學與藝術管理研究所
碩士論文

水里蛇窯產業轉型之文化研究

A Cultural Study of Pottery Industry Transformation on The "Snake" Kiln in Shuei-Li.



研 究 生：魏綉芬



指導教授：明立國教授

中華民國 九十五年 六月 七日

南 華 大 學

美學與藝術管理研究所

碩 士 學 位 論 文

水里蛇窯產業轉型之文化研究

A Cultural Study of Pottery Industry Transformation on The "Snake" Kiln in Shuei-Li.

研究生：魏 綉 芬

經考試合格特此證明

口試委員：林 燈 讚

陳 國 寧

邱 之 國

指導教授：邱 之 國

系主任(所長)：陳 泓 志

口試日期：中華民國九十五年六月七日

謝 誌

「陶藝文化產業」這個議題在我腦子裡轉了三年，又花了一年多的時間才好不容易將它一一化為文字，完成此一論文。撰寫論文的數年間，受益於師長輩啟發指導者，不知凡幾，點點滴滴永誌於心。論文的順利完成，首先要感謝筆者指導教授明師立國的敦促，不時地啟發觀點、梳理邏輯，於論文進行中給予種種協助與鼓勵。然而，談到此一研究議題的催生，先要感謝陳教授國寧的提點與引導，促使我選擇水里蛇窯做為研究對象，而寫作之前的醞釀與構思階段，則要歸功於陳所長泓易與吳師金桃的啟蒙。此外，臺灣工藝研究所林所長登讚，不但犧牲其寶貴假期，百忙中抽空擔任筆者之口試委員，更在陶藝產業之專業上給予諸多指導。在進行田野調查的兩個月裡，「水里蛇窯陶藝文化園區」之窯主林國隆先生、林素珍夫婦、秘書明哲與世民、阿源師父以及園區內的所有工作人員，不但對我照顧有加，在資料蒐集與提供方面，也予以最大的協助。最後，筆者必須特別感謝的人，便是白師適銘，煞費苦心教授日文及文法，由簡入深紮穩根基，以解決我在日文資料之翻譯及閱讀方面的問題；白師作育英才其用心之深，總是令身為學生的我們感動不已。

回首過往研究的生活，還有許許多多的前賢長輩與親友們不斷的幫助我、鼓勵我，諸如王家憲、林金龍、林國義與簡佩琦等學長姐們，每每在寫作過程中熱心地給予指正及鼓勵，在此謝謝你們的仗義相助；而我的好同學們，絹惠姐姐、珮芸妹妹、于甄、慧美與怡君更是彼此打氣、互相激勵的一線戰友。寫作過程中甘苦參半，陪伴我時間最長的除了書籍文獻外，就是愛貓-泡泡和呆呆，其實牠們的功勞也不小，水汪汪的雙眼，總能讓我的疲憊一掃而空。然而，筆者能專心致力於論文的書寫，最需感恩的人就是我的父母親以及相戀十年的男友達仁，總在我受到挫敗時給予無限的關愛及鼓勵，在生活經濟上給予支援和照顧，默默的為我付出，他們的浩浩恩情實難報答於萬一，僅以此成果獻給我的家人。

筆者之論文得以順利完成，實乃眾人之助而得。促使我具備研究傳統工藝方面的基礎，若沒有他們，不但論文難以完成，更遑論參與嘉義縣藝術志纂修之工作。最末，再次感謝所有協助過我的師長輩們，並祝福諸位平安、快樂。

綉芬謹誌於大林鎮 2006/07/03 AM9:00

摘要

南投水里蛇窯從日治時期以來走過七十多年的歷史，隨著時代的變遷，蛇窯燒製陶器的盛況已逐漸沒落。老窯廠經過轉型，在地方文化發展、社區營造、文化產業等政策的影響下，窯廠以自身的文化背景和歷史價值為基礎元素，將兩者連結起來，朝向文化教育與經濟發展兼備的路線邁進。

本論文首先以歷時性角度出發，簡介水里蛇窯產業發展之源起、沒落以及產業轉型的社會背景，接著以參與觀察法與資料分析來紀錄園區概況，梳理其複雜的操作過程以及元素關係。藉由發掘元素關係背後所運用的規律或法則系統，探討水里蛇窯如何在產業化和文化化之雙重結構的過程中，建構出系統性、目的性的運作方式，以達成具有振興產業經營、地方文化教育教育與宣揚傳統工藝等功能運作的一個文化園區。如何將文化歷史或文物古蹟等視為資本（capital），轉換傳統元素的原本價值，完成文化園區多元經營的發展，在這套操作系統中樹立其文化價值之地位。最後，試著就其運作內容與過程與生產結構兩大面向，從符號系統、文化工業批判、文化再製、權力/知識以及文化價值詮釋權的觀點出發，再探水里蛇窯產業轉型之相關現象與問題，對陶藝文化產業提出另一種思考空間與研究向度。

關鍵字：水里蛇窯、台灣陶瓷產業、文化產業、文化創意產業

水里蛇窯產業轉型之文化研究

A Cultural Study of Pottery Industry Transformation on The "Snake" Kiln in Shuei-Li.

【目次】

謝誌.....	III
摘要.....	IV
第一章 緒論.....	1
第一節 研究動機與目.....	3
第二節 研究方法及範圍架構.....	5
(一)、研究範圍.....	5
(二)、研究架構.....	6
(三)、研究方法-相關文化理論的應用與詮釋.....	8
第三節 文獻探討.....	13
(一)、研究案例與陶藝文獻.....	13
(二)、地方政策與地方發展.....	14
(三)、產業文化化與政策.....	17
第四節 名詞釋義.....	23
第二章 南投與水里陶業之發展與背景.....	31
第一節 南投窯業發展.....	31
第二節 水里蛇窯之發展沿革.....	36
(一)、日治時期的水里蛇窯.....	36
(二)、1945年以後的水里蛇窯.....	38
第三節 水里蛇窯轉型之背景與因素.....	41
(一)、地方建設與傳統工藝.....	42
(二)、地方產業振興與文化產業政策.....	45
(三)、社區總體營造與地方發展.....	49
(四)、轉型之內在因素.....	53
第三章 水里蛇窯營運現況.....	60
第一節 園區概況與設施簡介.....	60
第二節 園區組織架構.....	67
第三節 營運與經費來源.....	71
第四節 園區之導覽系統與策略.....	75
第四章 水里蛇窯產業轉型之現象.....	81
第一節 產業-由二級工業朝向觀光遊憩的發展.....	81
第二節 價值-從產品到文化性的轉變.....	84
第三節 應用-自實用性轉化到教育性.....	87
第四節 場域-從封閉走向開放.....	91
第五節 陶藝園區營造的多元性質.....	94

第五章 水里蛇窯產業策略之文化詮釋	99
第一節 水里蛇窯與意義系統的建立.....	99
(一)、再造園區價值與意陳作用分析.....	99
(二)、對外主動創造意義.....	103
第二節 水里蛇窯經營策略的批判.....	106
(一)、園區觀光化現象.....	107
(二)、地方特色觀光化的影響.....	112
第三節 文化再製、知識經濟和產業化.....	114
(一)、產業再造與知識經濟的操作.....	114
(二)、文化消費和文化包裝.....	118
(三)、文化工業化與人心之華.....	122
第六章 結論與建議	126
(一)、結論.....	126
(二)、建議.....	133
參考文獻	136
【專書文獻】.....	136
【期刊雜誌】.....	138
【論文】.....	139
【外文資料】.....	140
【網站資料】.....	140
附錄	141
附錄一：水里蛇窯陶藝文化園區相關基本資料一覽表.....	141
附錄二：土條盤築法與一般陶藝製作流程.....	143
附錄三：水里蛇窯陶藝文化園區導覽人員訓練手冊.....	146
附錄四：水里蛇窯陶藝文化園區與觀光資源連結的運作範例.....	161
附錄五：訪談記錄.....	163
附錄六：水里蛇窯陶藝文化園區之簡介摺頁.....	168

第一章 緒論

研究背景

由於近十數來年本土意識的崛起，行政部門不但重視地方文化的保存與發展，更以地方文化做為強化在地認同的策略，進而將所謂的「文化產業」或「文化創意產業」作為方針，把「在地文化」或「地方產業」經由行銷及新的包裝方式，規劃成為地方性、區域性特色的產業。由於「文化產業」所依據的是當地之人、文、地、產、景等五大資源為基礎，非常容易成為地方在地認同的經濟模式，使得產業與在地特有人文地理背景相依相存。水里蛇窯的發展與當地土質、地形、環境以及燃料的取得有密切關係，¹窯業在當地發展超過七十多年的歷史脈絡，其工藝性、在地性、產業性以及歷史文化，成就了現今所謂的地方文化產業之重要條件，不但具有實際的經濟價值，也成為地方人文記憶的象徵。過去並沒有受到太多關注的地方性傳統工藝產業，不只是一種單純的手工業經濟，在社會變遷後的今日，已經成為具有文化意涵或創意概念的文化產業。

許多人所認定的文化（或者是藝術）多半無法以經營的角度而獲利，往往需要國家政策以及經濟上的支持，才能擁有存在或營運的空間。隨著時代潮流的演進，許多西方世界國家早已運用博物館、古蹟、名勝這類的文化觀光做為國家經濟發展的策略之一。從發展的角度來看，文化產業與經濟利益的共謀合作已成為具有發展潛力的新經濟，形成各國達成國家發展的重要手段。據聯合國教科文組織

（UNESCO）官方網站中關於「文化產業與商業」（Cultural Industries and Enterprises）研究報告中顯示，1980 至 1998 年間國際上有關於文化的產品（例如：藝術、出版、電影、音樂、網路、時尚、娛樂、觀光等文化產業），其貿易額呈現近五倍成長，以及各國家競相將文化創意產業列為重要政策的態勢下，證明了文化產業的發展潛

¹ 臺灣其他地方窯業如北投、鶯歌、苗栗、公館、沙鹿、大甲、南投和魚池等地區的窯業便具備以上之自然條件而成立。

力。²文化相關產業的經濟活動與科技、商業經濟、媒體、旅遊觀光的刺激下，互動更爲密切，促使文化產品的流通範圍提升到全球性的觀點，而臺灣爲因應加入世界貿易組織（WTO）與全球化的衝擊，則試圖以區域型的「地方文化產業」型態，作爲提振本土經濟的方式。因此接連提出「社區總體營造」、「文化產業」、「文化創意產業計畫」³與「社區工藝」等策略，期望以策略作爲引導帶動產業的轉型增值，不只從文化的角度切入產業，亦將文化直接轉換成產業部門，把文化、設計和創意加入國家發展政策之中。⁴

2002年行政院正式將「文化創意產業」列爲《挑戰2008：國家發展重點計畫》⁵中的重點項目。事實上，「文化產業」所衍生出的經濟效應相當可觀，包括刺激地域經濟活絡，促進知識型產業發展、創造投資及就業機會及新興服務業之發展等等，不但能達成國家整體發展的目的，亦可降低加入WTO的所帶來的負面影響，避免淹沒於全球化現象的洪流之中。因此，2003年由經濟部、文建會、教育部與新聞局共同成立「文化創意產業推動小組」，確立了臺灣文化創意產業的定義和範疇，⁶且由此四大部會共同執行「文化創意產業發展計畫」之各項重點工作，⁷此計畫中的具體

² 參見聯合國教科文組織官方網站：

http://portal.unesco.org/culture/en/ev.php-URL_ID=2461&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html（搜尋日期：2004.02.11）。根據聯合國教科文組織上網頁所公布的資料，全世界的文化貨品交易在近二十年來已有數倍的成長，從1980年的953.4億美金到1998年的3879.2億美金。在1996年，文化產品更成爲美國最大宗的輸出品，有史以來第一次超過所有其他傳統產業（包括汽車、農業、或是航太與軍火等）產品的輸出。文化產業的世界市場，1995年美國佔了184億美元，歐洲佔了97億美元，亞洲只有67億美元；2000年美國成長至207億美元，歐洲增加到131億美元，亞洲也成長到110億美元。即使在全球性的經濟不景氣當中，文化創意產業的市場反而呈現持續穩定成長。網站資料也顯示日本、美國、英國、德國以及中國大陸是當今世界五大文化貿易大國。

³ 文化創意產業發展計畫策略爲：成立文化創意產業推動組織、培育藝術、設計及創意人才、整備創意產業發展的環境、促進創意設計重點產業發展、促進文化產業發展等五項。詳情請參照本章文獻探討。

⁴ 吳榮義，《文化創意產業產值調查與推估研究報》，臺北：臺灣經濟研究院出版，2003，第2頁。

⁵ 行政院，《挑戰2008：國家發展重點計畫（2003/01/06修訂）》，臺北：行政院，2003。

⁶ 參照行政院文化建設委員會，《2003年文化白皮書》，臺北：文建會出版，2003，第125-152頁。其產業範疇包括：視覺藝術產業、音樂與表演藝術產業、文化展演設施產業、工藝產業、電影產業、廣播電視產業、出版產業、廣告產業、設計產業、數位休閒娛樂產業、設計品牌時尚產業、建築設計產業、創意生活產業等共十三項產業，分別由經濟部、文建會、教育部與新聞局爲各產業之主管機關。

⁷ 包括：1.成立文化創意產業推動組織；2.培育藝術、設計及創意人才；3.整備創意產業發展的環境；4.促進創意設計重點產業發展；5.促進文化產業發展等五項。

策略性產業之一即為 2003 年所提的「陶瓷工藝產業發展計畫」。政府部門經過各方評估後，認為食器及花器類的陶瓷產業相當具有發展潛力，遂成為重點培植的產業對象之一。⁸南投的水里蛇窯從日治時期成立以來，擁有七十多年的歷史，具有地方工藝特色及文化價值，隨著時代變遷，蛇窯燒製陶器的盛況逐漸沒落，經過數年轉型經營，而成為地方傳統產業升級的典型案例之一。於是乎，無論是在「文化產業」、「文化創意產業計畫」或是「社區工藝」的影響下，具有文化產業發展潛力、區域性特色以及歷史價值的水里蛇窯，順理成章地成為區域型經濟、文化產業發展的最佳案例之一。

第一節 研究動機與目的

臺灣近十年來，政府積極把傳統產業或具地方特色的產業予以轉型，以「文化產業化、產業文化化」⁹為號召大力推動，藉以改善產業經濟，並與地方認同相連結。經過多年的努力之下，文化與產業的攜手合作的確為地方經濟帶來收益，為傳統產業帶來轉型經營的新契機，也提升了臺灣各地人民的在地認同及地方文化的發展，促使「文化產業」與「文化創意產業」成為許多地方政府或民間單位積極發展的方向。

「文化產業」在短短數年間成了顯學，似乎也為傳統文化或地方工藝找到出路，而所謂的「文化產業」是否真能為在地的經濟與傳統文化的永續經營，進而厚植國本提升競爭力？本研究將以南投水里蛇窯的陶瓷產業為例，分析傳統窯廠的水里蛇窯如何因應環境改變而轉型，創造出含有文化、教育、休閒娛樂功能形式的文化園區，進一步達成「文化產業化、產業文化化」的目標。

⁸ 評估原則以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；附加價值高等五大原則為考量因素。

⁹ 文建會於 1995 年「文化產業研討會」中首度提出「文化產業化、產業文化化」之構想。詳參第二章。

除此之外，水里蛇窯能夠參加「亞太經濟合作會議（APEC）」，成為代表臺灣地方產業的發表議題之一，並獲得種種相關獎項或榮譽，¹⁰本研究假設它具備某種程度的代表性或象徵意義，使得一般大眾若提及蛇窯或傳統窯業時，也會聯想到水里的水里蛇窯。然而水里蛇窯如何在轉型當中發展出具有有一種象徵性的一系列的實踐，進而樹立其自我的文化系統，是值得深究的問題。傳統產業成爲一種文化符號，如何創造意義也創造消費？文化精神與經濟利益之間的合作將產生哪些問題？經濟導向的文化消費是否能完成地域振興？更是筆者欲探討的課題。因此筆者將區分以下三個層次，來探討水里蛇窯陶藝文化產業。

首先是關於「文化產業」的問題；文化產業如何形成？它的內容包括哪些？

其次是水里蛇窯所謂「文化產業化、產業文化化」的內容、過程與內涵爲何？

最後則是關於水里蛇窯轉型後有何現象產生？又可能衍生出哪些問題？

研究中希望藉由水里蛇窯之田野調查資料、文獻探討、訪談結果以及筆者之觀察紀錄，梳理老窯廠由興盛到沒落再轉型的經過，比較其產業過去與現在運作方式之不同，以發掘其背後複雜的操作過程和元素。在水里陶瓷產業的發展過程中，窯廠以自身的文化背景和歷史價值爲基礎，將兩者連結，朝向文化教育與經濟發展兼備的策略，不但延續了傳統產業的一線生機，另一方面，由於地方產業的發展與政策、文化、歷史、經濟發展等息息相關，促使政府與民間都必須面對社會發展和經濟需要，強化「文化產業」與「社區總體營造」政策的深耕茁壯。因此本研究中將參考文建會及相關部會之官方資料數據，瞭解水里蛇窯與陶藝產業發展以及相關政策間的密切互動。

¹⁰ 1998年行政院文建會文馨獎；省政府民俗技藝特別貢獻獎；交通部觀光局薦報亞太經合會議(APEC)「兼顧社會責任之觀光發展」產業經營範例；中華民國國際貿易協會傑出代表企業；救國團二等青年服務獎章。1999年省政府中興文藝獎章；教育部技職教育名人獎；救國團一等青年服務獎章；救國團五等勞績獎章；南投縣稅捐稽徵處表揚開立統一發票績優良營業單位。2000年行政院文建會九二一震災績優文化義工。2003年獲評爲績優創意生活事業之一。

近年來，關於文化產業的經濟發展面，一般文化產業經營者或社會大眾，對於這新型產業型態所包含的教育、地方認同、文化發展、經濟效益等，往往多抱持正面的態度。但就某方面而言，所謂的「轉型」似乎意味著具有某種目的性的操作，因此，從法蘭克福學派的觀點來看，即有可能衍生出的其他的負面意義；此外本文也將參考羅蘭巴特（Roland Barthes）、布爾迪厄（Pierre Bourdieu）、傅柯（Michel Foucault）等文化研究的觀點探討，文化產業運作背後所存在的資本、權力、場域以及文化價值詮釋權¹¹等種種意識。藉著此議題研究，希望能對於「文化產業化、產業文化化」提出另一種思維方式，對於現今所謂的文化產業做進一步的釐清。也期望經由研究水里蛇窯陶藝文化產業的操作，能補充文化產業操作機制的背後的連結關係。透過這套理念的操作模型，對於其他相關及未來可能擴展的研究領域，提供參考與建議。

第二節 研究範圍及方法架構

（一）、研究範圍

本論文以「水里蛇窯陶藝文化園區」（簡稱水里蛇窯），為研究對象，時間範圍則從窯廠成立開始直到 2005 年為止。水里蛇窯工廠名稱原為「協興製磁工場」¹²，最早可追溯至日治時代 1931 年，以家族經營的柴燒陶瓷工廠，生產之產品以水缸、泡菜甕、酒甕、米甕、花盆、碗盆等各式日用粗陶器為主。水里蛇窯經歷夕陽產業的窘境而轉型，目前以「文化產業、產業文化」為方向將其傳統產業轉型為文化園

¹¹ 關於此一概念，出於不同語言翻譯的關係，高宣揚採用「象徵性權力」（le pouvoir symbolique），而邱天助、孫智綺則以「象徵暴力」（violence symbolique）為之。本研究以「象徵性權力」此一中文翻譯，用來表達具有文化價值詮釋權之威權式的導覽機制的概念。

¹² 即昭和六年，依據日治時期 1937 年及 1940 年「臺灣總督府殖產局」所編的《工場名簿》，林江松當時所登記的「協興製磁工場」即是水里蛇窯陶藝文化園區的前身，而林江松為目前水里蛇窯文化園區負責人林國隆的祖父。

區的型態經營，達成所謂具有地方特色的文化產業，這應該與因應產業環境變化而改變經營運作內容有著必然的關係，¹³本研究將試著就運作內容與過程與生產結構兩大面向，探討水里蛇窯轉型之產業現象。藉由水里蛇窯現況，分析比較轉型前後之運作方式以及產業結構的不同，初探水里蛇窯如何操作其文化意涵與產業型態，而達成經營生存、教育與宣揚的運作，成為立足今日文化產業之要角的過程。

最後，再探水里蛇窯如何在這套操作過程中，將實用性功能轉化為可流通的知識訊息，完成水里蛇窯的系統性發展，亦在此一運作內容與過程中樹立其文化價值地位，並應用相關之社會學及文化研究理論印證或批判，發掘其產業型態的操作方式，以及操作的背後值得進一步深思的文化意涵。實際上，關於文化創意產業或是傳統產業由文化再製、權力/知識以及文化詮釋權的觀點出發的學理研究，也是目前比較缺乏正視的領域。

(二)、研究架構

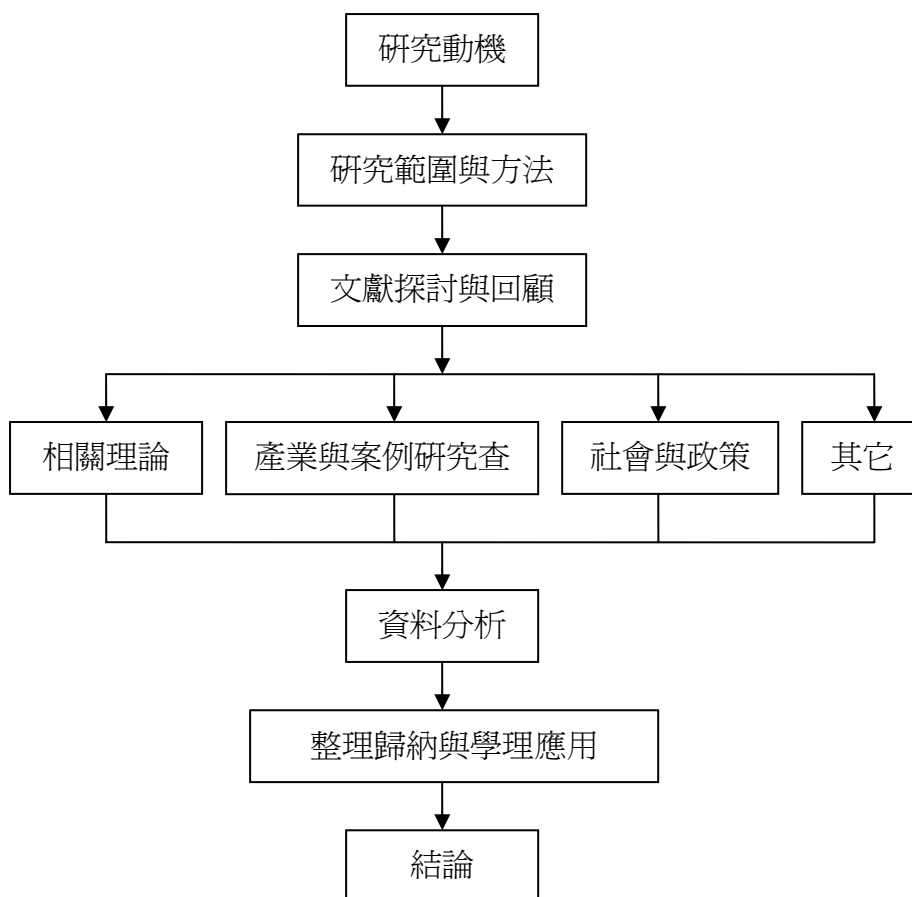
本文以個案研究法為研究途徑，以水里蛇窯陶藝文化園區為個案。在研究過程中分別以下列方法：一、參與觀察法。二、蒐集相關文化產業背景及之歷史資料（例如：添興窯、華陶窯、美濃窯）、文化政策、相關經營之資料。三、深度訪談水里蛇窯陶藝文化園區之負責人或相關產業人士。四、文獻參考與探討之部分，主要包含社會學與文化理論、符號學以及文化政策之文獻資料為主，另輔有相關之碩博士論文、期刊、陶瓷歷史資料、陶藝季刊等。

本研究將先以歷時性角度追溯其產業發展之源起、沒落與轉型，以參與觀察法與資料分析法紀錄園區實際運作及業務概況，藉著水里蛇窯發展脈絡為背景，將轉型之操作方式做為探討焦點，以瞭解經營者對於傳統工藝產業之經營模式、操作方

¹³ 由國家文化藝術基金會所策劃之《文化創意產業實務全書》一書中，將水里蛇窯陶藝文化園區定位為地方特色產業。參見財團法人國家文化藝術基金會 策劃，《文化創意產業實務全書》，台北：商周出版，2004。

法、對資源的發展利用、園區的規劃和目標、以及相關活動推廣概況。一方面蒐集或產業相關背景及蛇窯歷史之資料、文獻，以瞭解傳統地方陶瓷工藝產業過去的相關背景及發展脈絡。另一方面訪談相關人士，其對象包括園區負責人林國隆、秘書與園區內相關工作人員，以深入瞭解其產業現況。在第四章部分則著重轉型後的比較、分析；以及種種產業現象，並發掘其複雜的操作過程以及結構元素，探討水里蛇窯如何在產業文化化過程中，達成園區產業之生存經營、教育與宣揚的系統運作，做初步的分析而加以詮釋。

第五章則進一步探究水里蛇窯園區經營與政策、符號系統、文化批判理論以及文化研究在本案例中所興起的作用。例如以符號運作的方式詮釋水里蛇窯以及傳統製陶技術（包括土條盤築法、柴燒、轆轤成型法等）的種種現象，這些技術或器物在實用功能轉化之後，所形塑出的歷史、文化價值，更是成爲一種文化符號的依據。然而，產業中所含的歷史、文化、陶藝知識與技術等，轉而被視爲某種新的資產，而具文化、教育、休閒與經濟的多重效用。此外，並探討經濟效益是否凌駕於文化價值之上，文化工業化、商業化與媚俗現象與陶藝文化產業的各種關係。



(三)、研究方法-相關文化理論的應用與詮釋

1. 符號理論

案例研究的部分，本研究以參與觀察與訪談之田野資料為基礎，試圖找尋出各元素間的關係，以發掘及運作的符號系統，詮釋水里蛇窯的文化現象。透過羅蘭巴特（Roland Barthes）、索緒爾（Ferdinand de Saussure）、布希亞（Jean Baudrillard）以及李維史陀（Claude Lévi-Strauss）等人對系統與符號的探討，以及理解符碼（元素）在意義系統中的各種關係。在語言系統（langue）與言語（parole）、能指（signifier）與所指（signified）、群組關係與聚合關係之間的區別，以及它們如何的被運用於種種非語言的關係或現象上。將這些關係背後所運用的規律或法則系統找出來，而其中的關係、規定或法則系統便是牽繫著符號存在的無形網絡。比如，克里夫·格爾茲（Clifford Geertz）所要探討就是意義、象徵以及解釋的問題，敏銳的區分意義之模式的細微差別，就能讓混淆、模糊的生活方式易於理解。簡言之，就是將文化本

身所具有複雜的結構性問題一一解構。¹⁴水里蛇窯操作意義的系統中，舊陶器成爲群組與聚合的關係，其背後的關係法則醞釀出屬於水里蛇窯的陶器文化，挖掘這些元素的關係並賦予意義的過程，能使產業形塑出無形的文化，讓器物不再只是器物、產品也不再是單純的產品，器物、產品成爲文化符號，也成爲無形文化的表現方式。然而羅蘭巴特的《神話學》¹⁵，淋漓盡致的將文化形象如何在人們心中所興起的作用拆解暴露出來。布希亞更是認爲物品已經成爲一種符號系統，消費是一種系統化的符號操作行爲，對人的行爲與群體認同進行著符碼化和規約。¹⁶

2. 法蘭克福學派

文化與藝術的產業化現象自阿多諾（Theodor W. Adorno）開始便不斷的被討論或修正。法蘭克福學派認爲文化工業化的結果將造成文化成爲商品，而物化（fetishism）文化的價值，成爲產生利潤的工具，創造經濟利益，直指文化工業以文化商品作爲營利手段，甚至幻化成爲一種新型態的控制，他們也認爲文化工業中的規格化生產與消費模式，是摧殘文化的最大殺手。老蛇窯本身擁有七十多年的歷史，具備歷史價值、人文背景、古蹟的意義而成爲文化教育、展示的活工具，在現今的經濟型態下所謂的「文化資產」。從布爾迪厄（Pierre Bourdieu, 1930-2002）文化再製理論與布希亞（Jean Baudrillard, 1929-）的《符號政治經濟學批判》的觀點來看，將文化視爲資本，便如同經濟資本一般具有生產與獲利的性質，可以複製、再造、計算；傳統技藝的展演化、文化商品化等現象就是值得關注的議題了。或許法蘭克福學派對文化的產業化現象感到悲觀，窄化了藝術或文化中多元發展與流動變化的性質，但卻也說出文化產業化背後所隱藏的媚俗（kitsch）的事實，成爲不得忽視的現象。

¹⁴ Clifford Geertz (克里夫·格爾茲) 著，楊德睿 譯，《地方知識：詮釋人類學論文集》(Local knowledge: Further Essays in Interpretive Anthropology) 台北：麥田出版，2002。

¹⁵ Roland Barthes (羅蘭·巴特) 著，許薔薔、許綺玲 譯，《神話學》，台北：桂冠出版，2000。

¹⁶ 季桂保，《布希亞》，台北：生智出版，2002，第 40-52 頁。

另外，就是關於文化產業與「文化再製」¹⁷的關係上。布爾迪厄在研究當代社會的過程裡，認為文化的再生產在整個社會中，已經具有決定性的地位，布爾迪厄的文化再製理論，實際上是藉由學校教育場域的合法性的進行再製文化資本，延伸到既存社會結構再製的過程。社會階級透過各種經濟或文化資源的運用，以便維繫其自身世代的地位的延續。¹⁸事實上，概觀人類學家泰勒（Sir Edward Burnett Tylor, 1832-1917）以及英國文化學者雷蒙·威廉士（Raymond Williams, 1921-1988）對於「產業（Industry）」與「文化（Culture）」的解析，¹⁹可獲知人類所有各方面的努力或實踐，都是文化再製的過程和結果。換言之，對於產業來說，生產機制是產業再製的過程與結果，文化商品的製造，更是一種複製的過程和結果。邱天助認為要瞭解布爾迪厄的再製理論，則必須從「習癖（habitus）」²⁰著手，因為人們是透過它而產生再製的動機，而社會結構中的再製與實行（pratique）之間，除了包含習癖/生存心態的因素外，亦涉及到其所處場域（champs）的相對位置。由於置身於某個場域的位置往往源自於所擁有的資本（capital）以及場域本身的結構，而決定其中階級（class）的區分，構築出不同社會階層的生活品味與身分地位等。

另一方面，對布爾迪厄來說所謂的「實行（pratique）理論」，也就是策略（strategies）的運用，他指出「雖然我們將規則（rules）和法則編列成法典，但我們仍然是進行實際行為的行動主體，展示自己在社會互動中象徵主義實際行為的精熟：機智、靈巧、手腕，包括自發性記號的運用，如格言、公式等等」。²¹從這觀點

¹⁷ 高宣揚將Reproduction一詞譯為「再生產」。而邱天助將布爾迪厄《La Reproduction, 1970》的Reproduction譯為「再製」，由於他認為「Reproduction」雖具濃厚的複製、拷貝意涵，但也有「革新（Reformation）」的意味；「製」是維持資本主義工業生產的特性，「再」則保留些許改變的空間。

¹⁸ 高宣揚，《布爾迪厄》，台北：生智出版，2002，第28-33頁。

¹⁹ 詳參本論文第一章第三節中關於文化與產業的概念（第19-21頁）。

²⁰ 關於「habitus」一詞，一般多譯為「習癖」或「習氣」，邱天助與高宣揚則將其譯為「生存心態」。布爾迪厄的「habitus」，指的是一套與生俱來的性格與氣質（disposition）所累積而來的，形成人們的知覺、鑑賞與決斷等一切行動的動能。依布爾迪厄的觀點，「disposition」具有教化的（inculcated）、結構的（structured）、持久的（durable）、衍生的（generative）、可轉換的（transposable）等性質（Bourdieu, 1991a）。突顯出行動主體之主觀與客觀、內化與外化、個人與社會種種因素之雙向互滲的過程以及累積。

²¹ 轉引自邱天助，《布爾迪厄文化再製理論》，台北：桂冠出版，2002，第154頁。

來看，人以及社會並非全然依照規則或法則來行動，而是「策略」的運用。相對於水里蛇窯而言，其傳統產業與文化的再製/複製行爲，大抵也是出自於策略的運用，爲了維繫其產業世代生存地位的延續，適切的描繪出產業轉型所運用之「文化產業化、產業文化化」策略的實行理論，再次證明布爾迪厄理論中，現代社會權力合法化的循環程序以及服膺其領域的需求。

3. 文化研究

在 70 年代的後現代 (post-modern) 論述以及後期資本主義氛圍下，多元、非對立的傾向日益明顯，打破既有的標準與結構，使得各領域彼此間的隔閡消弭，甚至連自身領域之內的差異性也逐漸模糊。²²因此文化可以不和產業劃清界線，藝術可以和商品達成媒合，知識可以和經濟同進同出，相較於早期他們之間的關係，其對立性降低了許多。

伴隨著全球性的經濟結構的整合與產業結構的轉型，文化產業在已成爲許多國家的經濟支柱，顯示了文化相關產業的市場潛力，走向知識經濟的發展趨勢。在《知識經濟的迷思與省思》²³一書中，則以經濟學的角度來談「知識經濟」的功效與發展。而在《知識經濟》²⁴當中，除了說明知識經濟市場的形成，以及知識在轉化爲資本的基礎上，透過各經濟主體的參與和介入而逐漸形成，是市場供給與市場需求相互演化、相互作用的產物。然而，文化研究對於「知識」和「知識經濟」所討論的重點則在於其中的內在運作和關係。從傅科 (Michael Foucault, 1926-1984) 之權力/知識 (power/knowledge) 系譜學研究核心概念，明白揭示了知識與權力的本質聯繫，並且利用彼此間的聯繫，對推理性構成與知識變遷的因果說明。²⁵然而，從權力/知

²² Fredric Jameson (詹明信) 著，唐小兵 譯，《後現代主義與文化理論》，台北：合志出版，2001。

²³ 李誠 主編，《知識經濟的迷思與省思》，台北：天下遠見出版，2001。

²⁴ 馬豔、楊小勇、龔曉鶯，《知識經濟》，台北：揚智出版，2003，第 113-1122 頁。

²⁵ 楊大春，《傅科》，生智出版，1997，第 66 頁。

識所出發的「“管理的”目光」²⁶當中，透露出理性（知識）對於非理性的權力運作關係，在日常生活中通過各種制度或規範，隨處可見權力給予人們的影響，說明權力的運用並非出自於特定一人或首領，也不限於形式。權力是一種策略，存在於各種束縛、策略、技術操作或規範中，不平衡的關係使得權力隨時隨地都有可能產生。同樣的，權力/知識的概念也出現在水里蛇窯的導覽機制當中，園區與解說員有意無意地掌控知識與權力的運作關係。

布爾迪厄並以學校教育為例，對於文化再製理論提出一套權力與資本運作的概念來說明，也就是文化資本的概念與象徵系統的建構，主要是以習癖 (*habitus*)、場域 (*champs*)、文化資本 (*culture capital*)、象徵性權力 (*le pouvoir symbolique*)²⁷ 架構而成。當知識、權力、資本以及經濟的概念相互連結時，「知識」可以成為具有經濟價值的商品，也可能具有某種權力，成為象徵性權力的來源。布爾迪厄曾說：「使用官方語言的過程，實際上就是確認和默認官方語言的政治單位進行社會統治的正當性」。也曾說過：「文化或藝術場域是一個各種力量存在和較量的場域」。²⁸ 透過這套新概念，或許可以剖析水里蛇窯產業導覽機制中，源自於知識的象徵性權力，解說機制的話語具有合法性的優勢地位，解說中知識訊息的「給予」，除使遊客獲得滿足外，也獲得眾人的認同，「給予」也是一種「獲得」的方法，在水里蛇窯的運作系統中成為文化詮釋合法性的工具，而解說機制似乎如同布爾迪厄所述之教育制度那般具有威權性的力量。

²⁶ 櫻井哲夫（日）著，姜忠蓮 譯，《福柯-知識與權力》，石家庄：河北教育出版社，2001，第 173-174 頁。

²⁷ 關於此一概念，出於不同語言翻譯的關係，高宣揚採用「象徵性權力」(*le pouvoir symbolique*)，而邱天助、孫智綺則以「象徵暴力」(*violence symbolique*) 為之。本研究以「象徵性權力」此一中文翻譯，用來表達具有文化價值詮釋權之威權式的導覽機制的概念。

²⁸ 轉引自高宣揚，《布爾迪厄》，台北：生智出版，2002，第 138、139 頁。

第三節 文獻探討

本研究之探討文獻分為三大範疇，一為研究案例之產業資料與陶藝文獻，二為地方政策及地方發展間的探究，三是相關文化產業的界定與詮釋等。

(一)、研究案例與陶藝文獻

首先關於梳理傳統窯業之源起方面，由文獻《臺灣通史·工藝志》²⁹、謝東山之《台灣現代陶藝發展史》³⁰、宋龍飛之〈四十年來陶藝發展之回顧〉³¹以及簡榮聰之〈南投陶瓷的歷史沿革與演變〉³²等資料與文物上推斷，明鄭時期為築城之需而有燒製磚瓦之舉，臺南地區應該是漢人引進陶瓷技術之起源。在《四十年來臺灣地區美術發展研究之一：陶藝研究報告展覽專輯彙編》當中，則認為臺灣陶瓷發展的起源，與清代中葉交趾陶的傳入有關。《重修臺灣省通志 卷四 經濟志》、張國華的〈南投陶沿革〉³³、陳新上之《台灣傳統陶瓷發展簡介》³⁴以及梁志忠的〈光復前南投陶業沿革〉³⁵等，多半根據日本學者服部武彥在〈臺灣的陶業〉所做的調查，認為嘉慶元年間（1796年）為南投陶業的起源，然而，也有資料顯示南投最早發展陶業的是在竹山地區。³⁶到了日治時期的1897年開始，由於官方有計畫的扶植下，南投地區窯業才獲得重視，提升其品質與產量以及銷路，使得「南投燒」在日臺之間都擁有相當高的知名度。直到40、50年代，南投窯業由於市場逐漸飽和而趨於沒落，窯廠移往新街、集集、水里等地，而水里的窯業可說是南投牛運堀（為現

²⁹ 《臺灣通史·工藝志》記載：「鄭氏之時，諮議參軍陳永華始教民燒瓦，瓦色皆赤，故范咸有赤瓦之歌。然臺灣陶製之工尚未大興，盤盃碗之屬多來自漳泉，其佳者則由景德鎮，唯磚甃乃自給爾。……光緒十五年，有興化人來南，居於米市街，範土作器，以售市上，而規模甚少，未久而止。唯彰化有王陵者，善製煙斗，繪花鳥，釉彩極工，一枚售金數圓。次為臺南郡治之三五，其法傳自江西。而王陵且能製瓶壘之器，亦極巧。」

³⁰ 謝東山，《台灣現代陶藝發展史》，台北：生智出版，2002。

³¹ 行政院文化建設委員會，《中華民國當代陶瓷展》，台北：文建會，1988。

³² 簡榮聰，〈南投陶瓷的歷史沿革與演變〉，《臺灣文獻》，第43卷第4期，1992，第5-60頁。

³³ 張國華，〈南投陶沿革〉。取自南投縣文化局網站：南投報導/文化南投、南投文化/ 南投陶沿革 http://www.nthcc.gov.tw/nantou/other_7_1_31.htm（搜尋日期：2004.10.05）

³⁴ 陳新上，《台灣傳統陶瓷發展簡介》，參考網站：<http://sql.tmoa.gov.tw/art/html/4/101.htm>（搜尋日期：2004.10.05）

³⁵ 左羊，《紅磚拾遺：台灣磚燒文物輯》，彰化：左羊出版，1996。

³⁶ 王灝，〈薪灰冷處覓窯痕〉，《南投陶二百年專輯》，南投縣：南投縣立文化中心，1995。

今南投市彰興、康壽里等地區)一脈相承的分支。

其次是關於臺灣陶瓷產業的發展歷程。根據臺灣省政府臺灣省文獻委員會所編之《重修臺灣省通志 卷四 經濟志：工業篇第二冊》，其中將臺灣陶瓷業結構之轉變約分為四期，即 1953~1962 年為陶瓷業之萌芽階段、1963~1972 年是陶瓷成熟期、1973~1981 年是陶瓷業現代化階段、1981~迄今為產業升級與科技導向時期。事實上，由前所述之相關資料所知，日治時期「產業組合法」的實行，以及小柳重道、村田三郎與龜岡安太郎等人對南投陶瓷技術和銷售的重視，使得臺灣的陶瓷產業獲得充裕的發展空間，才能在 1949 年光復之後迅速茁壯，提供外銷賺取外匯。綜合上述文獻考究，本研究認為除依此四期之外，其產業發展應向前推至日治時期。另外，還可向後延伸到 90 年代近期的文化產業時期，可進一步區分為六期。

以上各方文獻當中，大多都側重於南投窯業，像是簡榮聰的〈南投陶瓷的歷史沿革與演變〉、黃培蓉的《公部門產業與文化政策介入對南投市陶業發展之影響 1895~2002》³⁷對水里窯業有初步的介紹外，對於水里或其他窯業並沒有做更多或更完整的介紹。目前關於水里窯業的研究，主要是以陳新上所纂寫的《古窯傳奇》³⁸為最重要，本書由水里蛇窯文化園區自行出版，本書從文化園區開始介紹，再談到水里窯業的歷史以及早期窯廠概況，最後更一一介紹水里蛇窯園區中之文物，可說是研究調查做得最完整、最詳細的文獻資料。對園區來說，也是做為文化教育或宣揚的最佳教材。

(二)、地方政策與地方發展

透過《臺灣縣市文化藝術發展—理念與實務》、《社區總體營造總體檢調查報告

³⁷ 黃培蓉，《公部門產業與文化政策介入對南投市陶業發展之影響（1895~2002）》，中國文化大學地理學研究所碩士論文，2003。

³⁸ 陳新上，《古窯傳奇》，南投：水里蛇窯文化園區出版，1998。

書》、《解構文化產業》、《社區自主營造體的理念與機制》³⁹、徐震的《社區與社區發展》、文建會官方網站以及相關社經發展論述的探討中可知，臺灣社會在 1980 年代面臨了急劇的變動，包括政治解嚴、民間社會團體運動興起、重視本土文化等等，在這樣的潮流之下，逐漸轉向以地方發展與社區住民需要為主的型態運作，⁴⁰也突顯了社會結構失衡、經濟轉型等相關議題的反思，引發大眾對於社區、地方發展的重視，實現人民對公眾事務的關心以及對地方的參與。蘇昭英與蔡季勳主編之〈台灣社區總體營造的軌跡〉⁴¹更明確點出政府部門調整過去文化政策的工作範疇與內涵，從早期的農村建設，全國文藝季的啟動、文化地方自治化的推動、鄉土與地方文史工作的發展、文化資產保存觀念的轉變、地方環境與社區美學觀念的建立、文化、產業與地方綜合發展計劃的結合、以地方為主軸的文化政策思考，到所謂的「社區總體營造」與「文化產業」等構想的相繼提出，以及現今「新故鄉社區營造計畫」、「文化創意產業發展計畫」等政策的發展來看，不難發現文化產業逐漸由中央主導走向地方化的取向，改變了過去中央式的行政動員操作，朝向地方為主中央為輔的運作機制。

在民間方面，隨著對地方文化的重視，各地相繼成立文史工作室、基金會、社區發展協會等組織，促使地方住民與知識份子投入在地文史資料之採集與整理，地方文化或傳統工藝的發展因而開始受到關注。然而，水里蛇窯至今已有七十五年的歷史發展，而於 1993 年轉換經營方向，其轉型必定與當時環境相互影響而有關聯；須符合時代社會潮流、文化政策、地方工藝產業的發展，水里蛇窯的轉型經營才得以在相關產業中佔有一席之地。故而，在探討水里蛇窯過去的歷程中，除了參考臺灣陶瓷產業的發展歷程、經濟變化與社會背景之外，檢視產業轉型與文化產業、

³⁹ 黃世輝，《社區自主營造體的理念與機制》，台北：建築情報季刊出版，2001。

⁴⁰ 1983 年內政部修訂「社區發展工作綱要」，改名為「社區發展工作綱領」。明確地將「社區發展協會」改制為人民團體，強調地方為主中央為輔，並調整過去行政動員的中央式操作，變成為「基於社區居民之共同需要，有效運用各種資源，從事綜合建設，以提高社區居民生活品質，並由政府予以行政支援、技術指導。」對後來的社區生態以及發展產生重大的影響。

⁴¹ 蘇昭英、蔡季勳主編，臺灣社區總體營造的軌跡，文建會官方網站：<http://www.cca.gov.tw/news/news79/>（搜尋日期：2004.10.17）。

社區營造以及政策引導地方的發展的影響，也是必須有所認識的一環。因為，地域認同、地方文化的發展刺激了相關政策積極運作的酵素，終而使得政府部門與民間團體結合，相輔相成的雙向關係。

此外，本研究也將引用部分日文資料。根據蘇昭英、蔡季勳主編的〈台灣社區總體營造的軌跡〉⁴²、《臺灣縣市文化藝術發展—理念與實務》、《社區總體營造總體檢調查報告書》、《社區自主營造體的理念與機制》來看，早期臺灣對於「社區總體營造」、「文化產業」的概念是非常模糊的，直到 1989 年以後臺灣的社區總體營造和文化產業的發展才慢慢具體。從《人心之華：日本社區總體營造的理念與實例論文集》、《「文化、產業」研討會暨社區總體營造中日交流會論文集》、以及《社區總體營造日本案例一百選》等，可發現引進日本方面的技術與經驗對臺灣的影響。其中包含源自於日本之造街運動（まちづくり）、地域資源振興的觀念與作法，受到日本學者例如宮崎清「內發性的地域振興」、「意匠即人心之華」的觀念，⁴³以及溝尾良隆的「活用地域資源之地域振興與社區營造」⁴⁴等論述之影響，將地方各種資源連結的概念等。而且，水里蛇窯轉型之前，曾接受過日本地域資源振興觀念與技術的洗禮（也就是 1989 年），轉型後亦積極前往日本參訪，獲得相當多有關產業轉型、資源活化的日本經驗。另外，還可藉由《日本の焼もの伊賀・信楽》、《日本の焼もの伝統の窯元をたずねて：東（西）日本編》、《日本日本の焼もの美濃》、《備前・信楽を見る作る基礎知識》以及相關窯廠之簡介摺頁等資料中，發掘水里蛇窯產業轉型的經營方式與日本窯廠有關。

⁴² 蘇昭英、蔡季勳主編，台灣社區總體營造的軌跡，文建會官方網站：<http://www.cca.gov.tw/news/news79/>（搜尋日期：2004.10.17）。

⁴³ 臺灣省政府建設廳手工藝研究所編著，《「文化、產業」研討會暨社區總體營造中日交流會論文集》，南投：手工藝研究所，1995。

⁴⁴ 溝尾良隆，〈地域資源を生かした地域振興とまちづくり〉，《中日社區總體營造與鄉土文化研討會論文集》，屏東：屏東科技大學，1998。

(三)、產業文化化與政策

1. 文化與產業之概念

首先探討關於文化的起源。在文明演進過程中，人類很早開始使用「文化」或是「culture」這個字，但它所包含的意涵及定義卻非常複雜難解。關於「文化」的概念大約在十八世紀晚期才被詳加討論。綜觀古今中外對於「文化」的定義包括：「個體的心智習慣；整體社會的知性發展狀態；藝術；一群人的整體生活方式」。⁴⁵另外，據人類學家泰勒（Sir Edward Burnett Tylor, 1832-1917）所述，認為文化是表現於科學、藝術、宗教、道德、法律、風俗、習慣等各方面的綜合體。文化一詞似乎包括了人類的一切行為或規則，當然，也包含一切人為的生產機制或是運作模式。也就是說，文化的形成與人類社會或團體所有的行為有關，群體的社會行為是形成文化的要件；並且會隨著社會發展而增減其構成（composition）。

其次是關於文化與產業的關係。到了二十世紀「文化」和「產業」才開始連結成爲一個新的名詞，也因此被賦予不同於傳統的意義。按照起源來談，「Creative Industries」一詞是源自於 1947 年阿多諾（Theodor W. Adorno）與霍克海默（Max Horkheimer）所合著之《啓蒙的辯證》一書中，提及文化工業是一種作爲大眾啓蒙的欺騙，所涉及之文化工業泛指透過現代科學技術或工業改良，使文化產品進行大量生產或再製，其中包含圖書、報紙、藝術、廣播、電視、電影、錄音帶……等。當時所批判的是規格化生產與消費模式，造成對文化的摧殘。⁴⁶此外，根據英國文化學者雷蒙·威廉士（Roymond Williams, 1921-1988）對於「產業（Industry）」一詞的解析，認為Industry泛指具有一種或一套有系統的機制的意涵。於是過去一些屬於非工業(non-industry) 種類的服務與工作，經由資本化、組織化與機械化的過程持續不斷的發展後，亦構成各式各樣高度制式的產業文化型態。⁴⁷

⁴⁵ Terry Eagleton（泰瑞·伊格頓）著，林志忠 譯，《文化的理念》，台北：巨流出版，2002，第 45 頁。

⁴⁶ 阿多諾（Theodor W. Adorno）、霍克海默（Max Horkheimer）著，渠敬東 譯，《啓蒙的辯證》，上海：上海人民出版社，2003。

⁴⁷ Roymond Williams（雷蒙·威廉士），《關鍵詞：文化與社會的辭彙》，臺北：巨流出版，2003，第

然而，Industry此一單字翻譯成中文時，同時具有「產業」及「工業」的意涵，但在中文的文意當中卻有所不同，產業的範圍較廣，⁴⁸包括第一級的農林漁牧業、第二級的生產製造、營造、能源工業、礦業以及第三級的服務業、商業等，組織形式不論為公營、民營、公司或合夥組織以及獨資經營的商店，而中文裡的「工業」通常泛指第二級的生產製造業、營造、能源、工業、礦業等，以產品生產為主，其範圍較小。一般來說，中文裡的工業一詞含有較具負面意涵，而產業一詞在意識形態或普遍概念上都比較中性。

2. 產業文化及地方文化館的關係

接著是「產業文化、文化產業」與地方文化館的關係。關於我國對文化產業的形成，或許可藉由「產業文化資產」之範圍的解釋中獲得一些認識。產業文化資產調查小組提到：文化資產係指伴隨工業發展而出現之相關農、林、漁、軍、工業、食品、商業設施及相關附屬設備及文物。統稱之為「產業文化資產」，而在產業文化資產的內容方面則包括：凡具有自然、歷史、藝術、科學等文化價值，含有可供鑑賞、研究、教育、發展、宣揚之產業文獻、產業文物、產業建築、產業聚落、產業遺址、產業器具、產業文化景觀、產業自然景觀等。⁴⁹綜合產業文化資產之定義與雷蒙·威廉士對產業（Industry）的解析來看，產業文化不但可詮釋為生產機制表現於各方面的產物或成果。由於多年的生產與發展，其生產方式、設備、器具、製作技術、景觀、材料、產品的設計及管理運作機制等，而發展出獨特的、有系統的團體與某種機制的產業，便產生了所謂的產業文化；不過，這樣的新詮釋仍需深入瞭

187-190 頁。

⁴⁸ 依據中文辭海中對產業的界定包含三方面：資金、財產或土地等動產或不動產之總稱；農工商業等經濟事業之總稱以及農林漁牧工商業所有之生產產品、工具、技術、設備等。

⁴⁹ 財團法人古都保存再生文教基金會編輯，〈行政院各部會及所屬機關（構）產業文化資產清查作業要點〉，《產業文化資產清查操作參考手冊》，臺北：文建會，2005。文建會於91年11月奉行政院指示成立「產業文化資產調查小組」，結合各部會代表及學者專家共計十三人，協助各部會推動辦理「產業文化資產」清查、登錄、建檔、保存維護等工作，使產業文化資產保存工作減少遺珠之憾，並舉辦產業文化資產保存活化再利用案例研討及觀摩，為國內產業文化資產保存維護工作奠定基礎。

解以及文化產業的批判背景，才不至落於望文生義。

藉由產業文化資產的內容，再對照於文建會「文化產業化、產業文化化」概念的文化產業政策，相互檢視之下，可發掘其運用的觀念與技術不謀而合。雖然，產業文化的範圍相當廣泛，但是卻可藉著產業文化資產的認定釐清過程，發掘、登錄並保存產業發展歷程中那些無形或有形的文化資產，促進產業文化的活化與再利用。正因此，「地方文化館」便相繼應運而生，既達成「文化產業」政策中「產業文化化」的目的，使產業本身產生文化價值，以滿足鑑賞、研究、教育、發展、宣揚的條件；⁵⁰另一方面「文化產業化」也促使文化產生經濟效益，由無形的知識訊息轉換為實質的文化經濟，可發展出產業相關的人為加工品或具特殊文化意義之物品。⁵¹

故而，約當 1980 代中晚期開始，各地方陸續成立地方文物館或文化園區，將文化與產業結合，以商業運作的方式將文化「產業化」。若以陶瓷產業為例，如水里蛇窯在 1993 年轉型經營；「添興窯陶藝村」的轉型則始於 1989 年，以陶藝教室、園區導覽為主題；「華陶窯」成立於 1984 年，而在 1988 年轉型經營，以夜遊野宴活動、陶藝花藝與茶藝結合、融合臺灣民俗建築、陶藝與植物的導覽解說等為創意主題；另外「美濃窯」則於 1988 年引入美濃，並以大型陶壁公共藝術、工業設計、陶瓷化工為陶藝產業的發展主題。思索產業文化資產和產業政策間的關係，可發現文化產業政策，明顯是藉著發掘或保存產業中有形無形的文化可利用性，使文化與產業相互聯繫，而構成今日所謂文化產業之概念的雛型。

3. 文化創意產業

⁵⁰ 其中包含產業相關文獻、文物、建築、聚落、遺址、器具、文化景觀或自然環境等，而產業的文化價值可從自然、歷史、藝術、科學等方面來切入。

⁵¹ 文化產業化的內容可包括衣飾、產品及包裝、告示牌、紀念品、獎章、繪畫、工藝器物、民俗器物、標本、可觀賞之自然物等。

從政府目前所推動的「文化創意產業」之理念與範疇的釐清方面。事實上，自從 1947 年 Creative Industries 被提出後，就不斷的被人們討論，衍生出種種論述與意涵，亦牽動著對於文化產業內涵的認定與劃分。依據聯合國教科文組織（UNESCO）對 Creative Industries 的定義是：「泛指結合創作（創造）、生產（製作）與商業的內容，本質上具有無形資產與文化的概念，這些內容受著作權法的保護而且成為商品或服務的形式呈現。據此，文化產業或許可被視為創意產業（creative industries）；或在經濟領域中稱為未來性產業（future oriented industries）；或是在科技領域上稱為內容產業（content industries）」。⁵²依據這樣的敘述認為具有 Creative Industries 概念的產業包括：文化產品、文化服務與智慧財產權等三大類。⁵³

臺灣對於所謂「文化創意產業」的定義，主要是出自於英國的 Creative Industries。當時是由執政的工黨（1997 年）首先提出此一概念，並設立了「創意工業任務小組」，於 1998 年與 2001 年提出「創意工業圖錄報告」（Creative Industries Mapping Document），並定義其創意產業政策為：「創意產業起源於個體創意、技能和才華的產業，透過生產與開發為智慧財產權後，具有開創財富與就業機會的潛力。」⁵⁴就概念上而言，目前跨部會的「文化創意產業推動小組」⁵⁵即是採納英國創意產業政策，而將 Creative Industries 定義為：「源自創意與文化積累，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。」⁵⁶文化創意產業推動小組認為，若把「Creative Industry」一詞翻譯成創意工業，從實質內

⁵² 參照 聯合國教科文組織（UNESCO）網址：
http://portal.unesco.org/culture/en/ev.php-URL_ID=2461&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html（搜尋日期：2004.02.14）。

⁵³ UNESCO 主要將文化創意產業分成文化產品、文化服務與智慧財產權三項。文化產品指涉的是書本、雜誌、多媒體產品、軟體、唱片、電影、錄影帶、聲光娛樂、工藝與時尚設計。文化服務則包括了表演服務（戲院、歌劇院及馬戲團）、出版、出版品、新聞報紙、傳播及建築服務；它們也包括視聽服務（電影分銷、電視/收音機節目及家庭錄影帶；生產的所有層面例如複製與影印；電影展覽，有線、衛星、與廣播設施或電影院的所有權與運作等），圖書館服務、檔案、博物館與其他服務。

⁵⁴ 參見文化建設委員會「文化創意產業發展計畫」網站：http://www.cca.gov.tw/creative/page/main_02.htm（搜尋日期：2004.02.14）。

⁵⁵ 政府為推動文化創意產業發展，分別設有行政院文化創意產業發展指導委員會、經濟部文化創意產業推動小組，以及負責實際執行的經濟部文化創意產業推動辦公室。

⁵⁶ 文建會，《行政院文化建設委員會文化創意產業手冊》，臺北：文建會，2003。

涵或範圍項目而言都不適當，因此選擇含蓋範圍較廣的「創意產業」一詞稱之，而非翻譯為創意工業。⁵⁷

綜上所述可知，臺灣對「文化創意產業」的界定明顯比英國更為廣泛，也正因為擴大了文化、創意與產業三者的範圍，更引發了界線模糊，定位困難的問題，例如「文化產業」與「文化工業」並存的情況，將造成評審標準不夠明確，而政策的適用範圍也會變得不夠具體。事實上，無論是文化（創意）產業或是產業轉型，通常都會涉及到這兩者並存的情況，水里蛇窩的轉型亦然。為降低文化產業與文化工業之間的灰色地帶，因此在本論文中，若談到其產業之文化化傾向時，以「文化產業」為之，然而若涉及批判檢討層面之現象時，則以「文化工業」為之說明。

然而，關於臺灣對文化創意產業的範圍以及區分的方式，依據文建會所述，從《行政院文化建設委員會文化創意產業手冊》、《2003 年文化創意產業發展年報》、《2004 年文化白皮書》等文建會之相關出版品，皆提及臺灣對文化創意產業的範圍以及參考依據來源。參考方向包括聯合國教科文組織、英國創意產業政策以及其他各國關於文化產業的概念與界定，以劃分出文化產品、文化服務與智慧財產權等三大類，共十三項的文化產業，其中包括視覺藝術產業、音樂與表演藝術產業、文化展演設施產業、工藝產業、電影產業、廣播電視產業、出版產業、廣告產業、設計產業、數位休閒娛樂產業、設計品牌時尚產業、建築設計產業、創意生活產業等十三項。⁵⁸

另外在政策操作面上，文建會於 2002 年將「文化創意產業發展計畫」與「新故鄉社區營造計畫」分別做更明確的劃分，以釐清早期文化產業與社區總體營造的模糊地帶。「文化創意產業計畫」以開拓創意領域，結合人文與經濟發展文化產業為目

⁵⁷ 參見 92 年 11 月 2 日行政院文化創意產業發展指導委員會第一次會議。

⁵⁸ 行政院文化建設委員會，《2003 年文化創意產業發展年報》，台北：經濟部文化創意產業推動小組出版，2004。

標，而「新故鄉社區營造計畫」則在利用地方資源，引入人才及創意，調整地方鄉鎮結構失衡與缺乏地方共識的問題，並活化地方人力資源來改善人口外流的社區結構；⁵⁹不過，兩者仍持續交互影響，成為行政部門發展地方的兩大方針。在《挑戰2008：國家發展重點計畫》中即明白揭示：「臺灣經濟面對高度工業化後的新局面，既有以大規模製造業為主的生產型態，在鄰國的挑戰下已逐漸失去優勢，臺灣除了往高科技的方向發展之外，勢須建立起更能適應『後福特』時期的生產組織型態，深化以知識為基礎的經濟競爭力。事實上，知識經濟附加價值最高的類型應該就是以創意設計為核心的生產領域，尤其是源於藝術美學創作的設計。」⁶⁰並將國發計畫中其它投資重點計畫加以連結，為文化創意產業的發展做進一步的推動支持。吳榮義於《文化創意產業產值調查與推估研究報》中，亦肯定文化創意產業所帶來的經濟效益，以及政府參與的可行性。⁶¹另外，這幾年政府積極的以各種方式宣傳何謂「文化產業」、「文化創意產業」，以演說、出版刊物以及實際例證等方式，說明文化產業的範圍以及對於經濟發展的潛力。

從文建會的《文化白皮書》、《2003年文化創意產業發展年報》、《從傳統出發的文化創意產業》⁶²等，還有民間出版業者所出版的《文化市場與藝術票房》、《如何開發藝術市場》⁶³、《文化+創意=財富：全世界最快速致富產業的經營KNOW-HOW》⁶⁴、《文化是好生意》⁶⁵等等，關於文化（創意）產業之相關書籍，在短短兩三年內相繼出版的趨勢來看，一時之間，似乎知識經濟或文化創意產業都成為政府與民間共同的全民運動，企圖帶領臺灣進入當代文化消費的領域。水里蛇窯於此一風潮中，

⁵⁹ 參照 行政院，《挑戰2008：國家發展重點計畫（2003/01/06修訂）》，臺北：行政院，2003。

⁶⁰ 詳見行政院，《挑戰2008：國家發展重點計畫--文化創意產業發展計畫（2003/01/06修訂）》，台北：行政院，2003。

⁶¹ 吳榮義，《文化創意產業產值調查與推估研究報》，臺北：臺灣經濟研究院出版，2003。

⁶² 文化建設委員會策劃 中國時報企劃開發中心主編，《從傳統出發的文化創意產業》，臺北：生活美學館出版，2003。

⁶³ 桂雅文 編，林潔盈 譯，《如何開發藝術市場》，臺北：五觀出版，2004。

⁶⁴ 花建，《文化+創意=財富：全世界最快速致富產業的經營KNOW-HOW》，台北：帝國文化出版，2003。

⁶⁵ 馮久玲，《文化是好生意》，台北：臉譜出版，2003。

為地方傳統產業發聲，也為行政部門的文化與經濟政策代言，成為具有地方特色的文化創意產業。

第四節 名詞釋義

本論文中所要提及的概念與名詞，包括傳統產業、傳統窯業、陶與瓷、南投陶、南投法、蛇窯、柴燒等，將依序略做說明如下：

傳統產業：依據經濟部工業局的標準，除了「十大新興工業」之外的產業，都屬於是傳統產業的範圍。⁶⁶經濟部工業局局長陳昭義表示，所謂的傳統產業可依據兩大方向來判定：一是根據該項產業之經驗時間，二是根據其所使用技術的成熟度。⁶⁷事實上，現在的技術和生活皆由過去所累積或繼承而來，雖然傳統本身具有濃厚結構性、組織性與規律性，隱含歷時性存在的意義，但傳統卻又並非一成不變，它會隨著社會發展或增或減其構成元素。因此，一般所謂傳統的事物，其增減的速度較緩慢或改變的元素較少，其改變的過程是緩慢、漸進式的演變。所謂的傳統經過數十或數百年後，所呈現的可能是另一種完全不同的樣貌，但仍或許被人們視為是傳統的一環，傳統往往只是當代的相對名詞而已，傳統與現代之間很難明確地劃分其界線。再者，陶瓷產業是否皆屬於傳統產業，也會因為技術與設備的進步、應用的方向（例如航空科技、藝術表現或生活陶器等）的不同而有所差異。換言之，傳統產業本身具有一種概念性的意涵，其真正的內涵與差異必須要進一步探索過去與

⁶⁶ 依照經濟部工業局對所謂新興產業範圍應是：十大新興工業（1980年代末、1990年代初，臺灣積極推動「十大新興工業」的發展，包括通訊工業、資訊工業、消費電子工業、半導體工業、精密機械與自動化工業、航太工業、高級材料工業(包括高性能複合材料工業、特殊合金鋼工業、精密陶瓷工業)、特用化學品與製藥工業、醫療保健工業、污染防治工業等。)、六十二項關鍵零組件、亞太製造中心的九十八種重點產品、舊的促產條例中三百八十四項已公告的重要科技事業。除此之外，其餘可歸類為傳統產業。

⁶⁷ 然而，在經濟學領域當中則是以各該產業「學習曲線」的斜率作為判準，凡產業學習曲線之斜率低於 10 度以內之產業，可以推定是其經濟體的傳統性產業，而其產業學習曲線之斜率高於 50 度以上者，較多屬為高科技產業。

現在之經營方式的不同。

臺灣擁有豐富傳統工藝，例如竹編、紙傘、木雕、印染、編織、刺繡、製陶、漆器製作、金屬打造、彩繪等等。就其產業歷史或操作方式而言可稱為傳統產業的一環；但若就其產品消費屬性來說，或許就不具備傳統的條件。所謂的現代產業、傳統產業同樣很難有一個明確的定義，傳統產業也只能說是與新興產業相對者。以陶瓷業為例，現代化設備所生產的陶瓷與傳統窯業所生產的陶瓷，在政府與一般大眾的認定下雖同屬於傳統產業的一環；但即使在傳統陶瓷產業中又可分為傳統產品與新興之文化產品。例如，過去所生產的大水缸、酒甕為傳統產品，經過品質的提升、形制的改良後成為浴缸、花器或裝飾品等新興產品。再舉例如製傘業，從前以紙與木材為生產原料，但現在已改用防水布料與鐵作為主要結構，經過設計後樣式有大有小、有圓有方還有卡通造型等等，雖然不再使用從前那樣的技術與材料，但仍然被認為屬於傳統產業的範疇。

傳統窯業：依據上述經濟部工業局的區分方式來說，陶瓷產業是傳統產業的一環。本研究為了要與現代化設備生產的陶瓷業加以區別，因而由陶瓷產業中再區分出「傳統窯業」，並大致歸納傳統窯業之特色：大抵維持以傳統技術與方法為製作過程，過程中多半以手工為主，較少借助於機械化、自動化設備或工業化生產的特色。臺灣早期之傳統窯業的燒窯方式多以柴薪為燃料，所生產之陶瓷器以碗、水缸、泡菜甕、酒甕、米甕、花盆、等各式日用盛器為主，其形式較樸實，以常民日用器居多。此外，在臺灣早期因陋就簡的實用需求條件下，許多傳統窯業的陶器在釉色、器型、質地、品質上與現代化陶瓷相較之下，較缺乏藝術美感以及精緻細膩的要求，因此一般也通稱這些形式簡樸的民生陶器為粗陶器。不過需要強調的是：並非傳統窯業都是粗糙、不精緻的，傳統窯業同樣能燒製出精緻細膩的陶瓷器，像是宋代五大名瓷的汝、鈞、官、哥、定窯等皆是傳統窯業之產物，其精美的程度，無不令人嘆為觀止。

在製作技術方面，傳統陶瓷成型方法包括有土條盤築成型法、轆轤成型法（俗稱手拉坯成型法）以及壓模成型法（包括模型壓胚成型法與陶板接合成型法兩種，以石膏模或板模，將土壓進模內再脫模接合而成），灌漿成型法與鏟坯成型法則是後來才引進臺灣的新技術。轆轤成型法以及壓模成型法有部分需藉助到器械的使用外，土條盤築法在製作過程中則完全以手工成型而不依賴機械，運用土條或陶板盤築，或以土塊捏塑、泥漿接連而成，最具代表性的器物就是大水缸。目前水里蛇窯陶藝文化園區當中仍保有此一技術，並且將其製作過程公開展示，而成爲園區的一大賣點。

陶與瓷：據邱煥棠之《陶藝講座》當中所言，陶與瓷的區別一般以含鐵量和燒成溫度來區別。⁶⁸在不上釉料的前提下，陶土土質較粗，燒成後陶器具有肉眼看不見的微小氣孔⁶⁹、有吸水性、燒成溫度較低（約 800~1200°C 上下），日常生活中常見的陶製品如水缸、酒甕、花盆等器皿。瓷器則無氣孔、不吸水、燒結後色澤偏白而質地堅硬、燒成溫度較高（約攝氏 1200~1450°C）。事實上，陶與瓷的區別在現代陶瓷中已很難區別了，一方面因爲原料土多爲複合配方，土質區別並不明顯，而且也有白色陶土與低溫的骨灰瓷，陶與瓷並無明顯的界線，對陶藝工作者而言，無論陶土或瓷土都只是素材的一種，只要能達成創作理念之完滿，是陶或瓷也就不再這麼重要。然而，由於水里蛇窯從成立至今，皆以生產陶器品爲主，瓷器品較少，因此在本研究所述將以陶器爲主要討論範疇。

南投陶：關於南投陶這個稱謂的起源，按蕭富隆之〈南投陶與南投人〉⁷⁰中的

⁶⁸ 陶與瓷的區別有些人會以原料土的成分來區分陶瓷；陶土含金屬氧化物較多（即含鐵量較高，約含 2~10%）；而瓷土金屬氧化物含量極微，二氧化矽含量較高，燒結過後呈白色。（含鐵量在 2% 以下含量極微），因此土質較白。也有些人以燒成溫度來區別其不同；陶土的燒結溫度較低約在 800~1200°C 左右，瓷土的燒成溫度約需 1200~1450°C 的高溫。

⁶⁹ 中國酒以陶製的缸或甕釀酒與這些微小氣孔有關，使微量空氣緩慢進入而進行醇化、揮發作用。

⁷⁰ 取自：南投縣文化局網站 /南投報導 /文化資產與維護

研究認為，這是由於臺灣受到日治時期皇民化政策的影響，吸收了日本式的用語習慣，而將當時南投地區的工藝叫做「南投燒」，如同日本陶瓷工藝中將地方之地名作為稱謂而有所謂的「信樂燒」、「備前燒」等。事實上，中國對陶瓷工藝或陶瓷產業的文字使用，大多採取「某某窯」或依據某地之瓷者為「某某瓷」，如德化瓷、景德瓷，在臺灣早期的文獻資料上，也沒有「鶯歌窯」或「南投窯」這類名詞的出現。早期先民統稱陶器、瓷器為「硎仔」並沒有特意將陶與瓷的區別概念，⁷¹因此「南投硎仔」的稱呼比「南投燒」或「南投窯」更常使用，也更為一般人所熟悉。

「南投燒」這個名詞出現於日領時期的明治三十年以後（約 1900 年左右），⁷²早期所謂的「南投燒」、「南投陶」係指生產於南投郡地區一帶的陶器而言，並不包含南投其他地區。⁷³在本研究中所謂的「南投陶」，是南投地區陶瓷工藝的泛稱，泛指在南投縣市地區生產使用的傳統陶製器物，並非特指水里蛇窯生產之陶器。「南投陶」所生產多為缸甕、花器、磚瓦等民生用粗陶器為主，亦極具地方特色，例如魚池地區生產使用的龍罐（有龍型紋樣的陶製大茶壺）、水里地區生產的大水缸、防空缸、硫酸甕等。另外一個特色就是有許多器物，原本在其它地方是木製的，但在南投則變成陶製的，例如枕頭、筷筒、做「紅龜粿」用的粿模板等，由此可知早期南投陶業之興盛。

南投法：依照水里蛇窯對早期窯廠作業之所述，南投法的特色是綜合「轆轤成型法」與「土條圈泥法」兩種技術而成，製作過程中先由一人以轆轤成型法拉出坯體的底部及腹部，再以圈泥法圈出坯體的頸部及口部。在沒有電動轆轤機的時代，

http://www.nthcc.gov.tw/nantou/other_7_1_27.htm（搜尋日期：2004.10.15）。

⁷¹ 臺灣早期陶瓷器雖然統稱為「硎仔」，但民間仍有「粗硎」與「細硎」之分的習慣，在文獻上有時也稱為「粗瓷」與「細瓷」，並無確切的科學標準。

⁷² 1895（明治二十八年）至 1945 為日治時期。

⁷³ 1920 年（大正九年），當時把南投區和營盤口區（今營南里，昔包含現在中興新村地區的營北、光輝、光榮里區域）的營盤口庄、內轆庄、軍功寮庄合併為一行政區，改屬臺中州南投郡南投街，現今南投市轄區範圍從此確定。見南投市公所網站：<http://www.ntc.gov.tw/2-e.asp>（搜尋日期：2005.02.14）。

通常會有一名學徒以腳踢的方式踢動轆轤，而拉坯師傅則專心拉出坯體下半部，再以圈泥法圈出坯體的頸部及口部，因此，「南投法」通常三至五人一組，並結合兩種不同專長的師傅分工合作完成，為南投地區特有之成型方式。⁷⁴當時為了因應生產之需要，須以集體合作而分工的方式，從採土、練土、轆轤成型、圈泥成型、拍陶、施釉、燒製皆有不同之分工。⁷⁵「南投法」結合了兩種技術的優點，既適於較大陶器的製作，亦能達到加速生產以供應市場需求，以生產中、大型陶器為主，如酒甕、金斗甕的製作。

根據陳新上《古窯傳奇》的研究，「圈泥成型法」又稱土條盤築法、土條圈泥法、走泥法、土來走等，⁷⁶其技術源自於福建泉州、漳州、福州一帶，為傳統成型技術之一，⁷⁷製作過程中，不依賴機械而以徒手製成。土條圈泥法以製作大型器物為主，早期水里蛇窯出產的水缸就是採用此法成型。圈泥法在成形之前，先在工作檯上放置一圓形的木板作為底座，在木板上撒上一層細砂或稻殼灰作為隔離劑，避免在成形的過程中，潮濕的黏土和木板沾黏在一起，無法分開。接著便是著手進行成型的過程；首先是先以手將陶土搓揉成圓錐狀，再把它槌打成均勻的圓餅狀，成為器物的底部。起底之後，再把土條擱在手臂上，用雙手把土條沿著邊緣擠壓，一層層的將土條由下往上層層盤築。在盤築過程中，坯體不動而師傅繞著坯體順勢倒退而行，邊築邊走，並將其土條與土條間的縫細接合穩固，如此層層而上，以分段接合的方式慢慢把坯體加高。⁷⁸坯體完成之後，左手拿石挖（石珠）在坯體內壁，右手拿「木拍板」在外，相互拍打，把陶土拍打結實。製作過程中，還要常常用一支竹片製的量尺測量坯體的長度、寬度和高度，使其符合所需的尺寸。最後口緣再要

⁷⁴ 亦可陳新上，《古窯傳奇》，水里蛇窯：水里蛇窯文化園區出版，1998。

⁷⁵ 參照附錄二：土條盤築法與一般陶藝製作流程。

⁷⁶ 陳新上，《古窯傳奇》，水里蛇窯：水里蛇窯文化園區出版，1998。

⁷⁷ 臺灣傳統手工製陶工藝技術，主要分為土條盤築法、轆轤成形法、以及模型壓坯法等三大類。

⁷⁸ 由於黏土濕軟，無法承受過大的重量而倒塌，所以一次築不能得太高，每當築約三、四十公分左右的高度，就必須讓坯體陰乾大約半天到一天的時間，使其坯壁的硬度增強，足以再支撐三、四十公分高的陶土的重量，繼續第二次的盤築工作；經過如此三、四次的分段接合才能完成約一公尺高水缸坯體。

用濕布順一遍，抹平口緣使其更加平順，易於提拿。在臺灣一般陶瓷師傅把轆轤成形法統稱為「車做」法，而把土條圈泥法（徒手成形法）統稱為「手做」法。因為土條圈泥法在做的時候，師傅要繞著坯體走，所以又稱土拉走、土來走（閩南語音譯）、走泥法，在大甲則稱此技法為「擠坯法」。⁷⁹

蛇窯：依據水里蛇窯所述，蛇窯是燒製陶瓷器的一種窯爐形式之一，必須沿著山坡地形以土磚砌成，源自於大陸。⁸⁰蛇窯正確學名應為「穴窯」，屬直焰式窯爐，而蛇窯一詞的由來普遍的說法是：因為窯身甚長，窯內不設隔間，如同管狀的窯身斜伏在山坡上，遠望之似蛇形，因而將此窯命名為「蛇窯」。據陳新上《古窯傳奇》之研究顯示，這種柴燒窯在大陸官窯者稱之為龍窯，而民間的則稱為蛇窯，此外，將龍窯稱為蛇窯也可能是受到日本的影響，因為日本文獻中亦有將此類窯爐，以蛇窯稱之。另外第四種說法，則是由於早期窯業興盛時，長長的窯一排排地沿坡地而築，因而稱之為「ㄇㄨㄚˊ仔窯」；「ㄇㄨㄚˊ仔」為閩南語發音，意思是一排排的窯，而「ㄇㄨㄚˊ」的發音極似閩南語中「蛇」的音，所以後來便稱「ㄇㄨㄚˊ仔窯」為「蛇窯」了。

蛇窯的窯首設有投柴口與通風口，窯尾有兩道門，兩道門中間就是煙囪的出口。窯首的燃燒室（火膛）隔以爐柵，底下的通風口可由此提供空氣幫助燃燒，並作為積炭坑之用。燃燒室和窯室之間有時會設置一道擋火牆，火牆保留一些縫隙讓火焰平均通過，如果不特別建立擋火牆，則用大陶缸代替。窯室是擺放坯體的地方，中間沒有任何間隔，宛如一條隧道。窯床隨斜坡上升，因此擺放坯體時，要用沙子先把窯床整平，坯體在燒製過程中才不容易傾倒。由於蛇窯的窯室很長，為使窯首燃燒室所提供的熱能有效供應至窯尾，因此，於窯身兩側各設一排投柴口（俗稱「窗仔孔」），由窯身的投柴口投入柴薪來加強窯身後半部分的熱能。投柴口數量的多少

⁷⁹ 詳參附錄二：土條盤築法與一般陶藝製作流程。

⁸⁰ 參見附錄三：水里蛇窯陶藝文化園區導覽人員訓練手冊解說寶典之〈伍、窯邊小故事〉。

視蛇窯的長度規模而定，以水里蛇窯為例，一側的投柴口就有三十個。煙囪是整個窯爐最高的部分，煙囪短而氣流上昇快，坯體才不容易龜裂。燒窯時會砌窯尾會砌兩道牆，一道是擋火牆，以分隔窯室與煙囪，擋火牆上留一些空隙，使煙氣順利通過，另一道則是把窯尾門密封起來。

柴燒：從《文化台灣味－缸與甕的故事》⁸¹、《柴燒》⁸²、《古窯傳奇》等相關文獻中得知，柴燒是陶瓷燒成技法中最早、最原始的技術，相較於在現代陶藝中以重油、瓦斯、電等為燃料的燒成方法，以柴薪為燃物料的柴燒是屬於較傳統的陶瓷器燒製法。柴薪在燒製陶器過程中會產生一些灰燼，也就是所謂的柴灰，當落柴灰在坯體上時，會影響釉料的化學反應而產生變化，也因此產生豐富且無法預期的釉色變化和樸拙的質感，這些質感及釉色往往是現代窯所無法取代的。本研究所研究之水里蛇窯在早期即是以此方式燒製陶器的，以柴薪燒至陶器的蛇窯，其火候的穩定性差因而燒成率較低，所以一窯燒下來，窯變或瑕疵品相當多。

依據吳水沂之〈臺灣現代柴燒陶藝的探討與柴燒創作的要素〉所論，現代陶藝中的柴燒與過去傳統的柴燒有所不同，雖然過去的柴燒窯爐和燃料使用方式及技術都類似，卻有完全不同的作法和理念，尤其在審美的角度上。在過去，若是陶瓷器上有火紋、落灰等情況發生時，往往被認為是粗糙、有瑕疵的次級品；而近年來所謂的現代柴燒陶藝，不再追求釉藥的發色與胎土的呈色，也不純以木材作為燒成陶瓷作品的燃料，木材在燃燒過程中所產生的火紋與柴灰更是創作的重要媒材，以落灰為釉，柴灰或火紋文所產生的效果，非現代的電窯、瓦斯窯所能取代，也因此成為現代柴燒創作所追求和評賞的重要部分，柴燒的釉色變化和樸拙質感慢慢被人們所接受，這相對於過去，便成了一種新的燒陶和作陶的觀念。⁸³現代陶藝除了陶土

⁸¹ 陳秀珠 主編，《文化台灣味－缸與甕的故事》，台北：台北縣立鶯歌陶瓷博物館出版，2003。

⁸² 陳威恩，《柴燒》，台北：水牛出版，2003。

⁸³ 參考吳水沂，〈台灣現代柴燒陶藝的探討與柴燒創作的要素〉，《臺灣工藝季刊》，第1期，1999，第13-56頁。

之外，更廣泛應用金屬、木材、織品等其他材質加入作品中，內容由工藝生活器演變到藝術表現的作品，展示空間由室內走向自然環境，作品呈現方式漸趨於多元且寬闊。⁸⁴



⁸⁴ 現代陶藝的分類約有：1.「實用陶藝」常運用在日常生活用品中，例如花器、餐具、茶具等。2.「現代陶藝」用於表現造型結構，結合創造者理念表達的創作。3.「造景陶藝」例如公共藝術陶藝、造景陶藝等。

第二章 南投與水里陶業之發展與背景

第一節 南投窯業發展

臺灣地區之陶業發展，早在史前新石器時代的原住民族群便開始燒陶製器，例如「大坌坑文化」、「卑南文化」以及中南部的繩紋紅陶文化等，⁸⁵這在相關文獻古籍上或陶瓷文物出土之調查與紀錄可以佐證，從各地大量出土的陶片亦可瞭解到陶器的製作與使用，是生活中相當重要的日用器皿。漢族移民的陶業開始於明朝末年，隨著漢人大量移入臺灣，大陸福建、廣東等沿海地區的陶瓷產品與技術隨之被引進，此後，臺灣地區漢民族製陶才進入有史可徵的歷史時代。漢人移民臺灣多由港口開始發展，又以水路交通方便之地為優先墾荒，加上荷蘭、明鄭以來，政治經濟重心亦偏重於南部，因此南投縣地區開發較晚。⁸⁶明永曆十八年（1664年）明鄭部將林圯在斗六門（今竹山）開墾屯田養兵，為南投縣開拓之始⁸⁷，清朝中葉以前，由於南投地區屬於內山地帶，只有水路交通方便之處作據點式的移墾，雍正以後（約1723年之後）才有較多漢人往內山地帶（即今南投）移墾，成為臺灣中部最早開拓地區，南投也正式進入了歷史時代。

臺灣最早從事窯業的紀錄是西元1665年，也就是明鄭時期的永曆十九年。連橫所著《臺灣通史·工藝志》記載：「鄭氏之時，諮議參軍陳永華始教民燒瓦，瓦色皆赤，故范咸有赤瓦之歌。」⁸⁸根據《重修臺灣省通志卷四經濟志：工業篇第二冊》以及日本學者服部武彥在〈臺灣的陶業〉所做的調查，認為臺灣陶業最早出現的地

⁸⁵ 所使用的黏土原料含有許多雜質，以簡單的刮削與拍陶工具生產，大都以雜草或木材覆蓋於坯土之上燒成陶器，沒有真正的窯爐。由於燒成技術尚未成熟，燒成溫度通常不足900°C，陶器的孔隙率很大，質地粗鬆，容易碎裂；因為還達不到一般陶器的標準，所以稱為「土器」。

⁸⁶ 參考南投市公所網站：<http://www.ntc.gov.tw/2-e.asp>（搜尋日期：2005.02.14）。

⁸⁷ 見連橫著《臺灣通史》之林圯傳。

⁸⁸ 此段紀錄指出臺南在當時，為了建築的需要，已經燒製磚瓦。從一些現有的文獻與文物上推斷，臺南應是漢人把陶瓷技術引進臺灣最早的地方，也是臺灣陶器發展的起源地。明天啓四年（1624年），荷人由澎湖入據臺灣本島，在臺南築城建堡，當時曾經雇用大陸工匠入臺，製造石灰磚瓦，但尚無生產瓷器碗盤與花器能力；直到嘉慶元年（1796年）間，南投才開始製造帶釉陶器。

區為南投和鶯歌地區，其燒陶技術與大陸福州有關係，而南投之窯業最早出現於清嘉慶元年（1796年）的南投「牛運堀」⁸⁹附近。當時的南投地區（即現今南投市彰興、康壽里等地區），即利用貓羅河流域的沖積平原之田底黏土為原料，陶土黏性強、塑性佳卻不耐高溫，但因取材方便，且以燒製磚瓦陶器等日常用品為主，所以產品並無傾向精緻化，主要以成本與取材方便為考量重點。其後，才逐漸擴及於到其他地區，如鶯歌⁹⁰、苗栗、北投、淡水、中和、桃園、新竹、竹東、嘉南、高屏等地區。大約道光元年（1811年）左右已經發展出有頭、中、尾三座窯廠，燒製各種日常生活陶器。到了咸豐年間，南投窯業的發展已頗具規模，且能充分供應南投地區一般民生之用。⁹¹

目前關於南投窯業起源的說法，在相關文獻資料上以1796年為多見，⁹²大致而言，漢人陶業發展起源於約十七世紀中葉明清時期，且先有形式簡單的磚瓦後才有燒製陶器皿，在這點上來說是可以確定的。經過了三百多年的發展後，雖然也是手工生產，但陶器種類比以前增加且多樣化，生產技術也比以前進步，以簡單的轆轤機、工具及窯爐生產陶器。燒成溫度可提高到1100°C以上，成品的品質與質地也比土器更緻密，孔隙率較低，也開始使用灰釉與鉛釉等釉藥。產品除了磚瓦之外主要是日常使用之粗陶器，包括水缸、陶甕、陶鉢和陶罐等。

臺灣的「蛇窯」源自於大陸福州，相傳為明朝時由跟隨鄭成功來臺的士兵傳入，臺灣的燒陶製器在此後逐漸發展。⁹³「蛇窯」是一種燒製陶瓷器的窯爐，沿著山坡地形以土磚砌成的柴燒窯，窯內不設隔間，如同管狀的窯身斜伏在山坡上，遠遠望

⁸⁹ 臺灣省政府臺灣省文獻委員會編，〈陶瓷工業〉，《重修臺灣省通志 卷四 經濟志：工業篇第二冊》，臺中：臺灣省政府臺灣省文獻委員會，1999，第1142-1194頁。

⁹⁰ 鶯歌陶業肇始於1804年（嘉慶九年），福建泉州府晉江縣人吳鞍渡海來台，在兔子坑從事陶業生產。

⁹¹ 張國華，〈南投陶沿革〉。參考南投縣文化局網站：南投報導/文化南投、南投文化/南投陶沿革 http://www.nthcc.gov.tw/nantou/other_7_1_31.htm（搜尋日期：2004.10.15）。

⁹² 簡榮聰於〈南投陶瓷的歷史沿革與演變〉一文中，則對南投窯業是否始於這一年提出許多不同看法與論證，但南投窯業到底源自何年已不屬本論文探討之範圍，因此不在此多做琢磨。

⁹³ 南投縣立文化中心，〈南投陶二百年專輯〉，南投縣：南投縣立文化中心，1995。

之似蛇之形，因而得名。早期蛇窯的發展需要包括地形、土質、燃料及技術等條件，缺一不可。首先是地形條件，早期燒製陶瓷器的窯爐大多需要建在山坡上，沿著約15~30度角左右的山勢而築，它依據熱氣上升的原理，使窯爐內前段的溫度竄至後段，達到前後段溫度的均勻一致，因此丘陵或坡地的地形便很適合於蛇窯建築。其次是土的品質，土質對於產品的優劣具有決定性的影響，必須細緻少雜質而耐高溫，土色也要能和釉藥配合，更要取得容易。然而，水里地區的黏土是屬於二次沉積土，土質細緻純淨較少雜質而耐高溫，能燒出質地細密且堅硬又抗酸鹼性強的陶器。再加上由於水里是木材集散地之一，山區的森林資源豐富，早期業者常會撿拾颱風過後沖到河中的漂流木作為燃料，燒製陶瓷器的燃料充足，便成為陶瓷業設置窯廠所考量的重點之一。另外，技術的改良與設備的更新，則是產業持續發展茁壯之另一重要條件。

南投地區的窯業發展在交通不便、當地土質特性、製陶技術、人民使用習慣等種種條件影響之下，所形塑出的南投窯業極具地方特色，例如：有許多器物原本在其它地方是木製或竹製品，但在南投則多改成陶製品，像是枕頭、筷筒、做「紅龜粿」用的粿模板等，水里的大水缸及防空缸因品質優良，曾享譽全臺而成為特產，還有魚池地區的「龍罐」是有龍形紋飾的大茶壺，早期作為供應群體工作時解渴之用，這在其它地方是並沒有出現過，非常具有區域性人文特色。另外，由於早期傳統窯業多為柴燒窯爐（例如傳統之包子窯、蛇窯與登窯等），傳統窯業皆以薪柴或雜草為燃料，而沒有以電或瓦斯為燃料的現代化窯爐，因此窯廠附近必需要有豐富的林木資源，以足夠做為燒製陶瓷器的燃料資源。基於自然環境這樣的先決條件之下，造就了各地之窯業具有濃厚的地域性色彩，像是北投、鶯歌、苗栗、公館、沙鹿、大甲、南投、水里和魚池等地區，與當地的土質、地形、環境、人文等條件相互配合，發展出地方特色窯業的重要因素。

早在清朝年間，南投地區便因地處臺灣內陸、交通不便而形成南投人因陋就簡

的生活模式，因此各項產業亦多具有自製自銷、自給自足的人文特色，造就出南投陶濃厚的地域特殊性。⁹⁴隨著時代的變遷，全臺以蛇窯燒製陶器的盛況已逐漸沒落與淘汰。水里蛇窯陶藝文化園區中的蛇窯，是臺灣目前保存較完整的老柴燒窯，具有傳統歷史的代表性，而這裡所指的傳統歷史代表性是指：水里蛇窯的蛇窯於 1931 年創建以來除受 1999 年之九二一震災損害外，一直以舊址、舊物、古法修補，而非仿造舊窯或重新建造一個新窯。其窯身長達 105 台尺（約 31.5 公尺），以木柴或雜草為燒製陶器的燃料。蛇窯由於築窯的困難度較低、花費經濟，窯內寬廣、容量大等特性，可以燒出體積較大且較多的陶器品，因此即使蛇窯所燒製出的陶器具有「陰陽臉」⁹⁵及品質不穩定的缺點，但是早期人們通常比較講求實用性及生產成本低廉的情況下，此一窯爐的使用廣受業者所採用，也是日治時期臺灣中南部普遍使用的窯爐之一。

南投之窯業以燒製磚瓦陶器等日常用品為主，經過日治時期所提的各式振興方針下，窯廠漸次擴張。此外在日治時期，還實行「工業日本、農業臺灣」⁹⁶的殖民策略，日本政府引進機械化的生產設備，改善製陶技術的品質及提高精緻度，使得日治時期陶業經營能有穩健的發展，亦奠定了日後臺灣地區陶瓷產業的根基。而且，日本政府為控制及輔導臺灣地方之產業、經濟與金融，相繼成立各種官方或人民組織，以促進或控制工商業、農漁畜牧業等等，在大正三年（1914 年）相繼於臺灣各地頒佈了「產業組合法」⁹⁷，設立信用組合、販賣組合、購買組合、利用組合四類的社團法人，以地方經濟發展為方向，使產業組合組織的相關產業信用組合成立同

⁹⁴ 簡榮聰，〈南投陶瓷的歷史沿革與演變〉，《臺灣文獻》，第 43 卷第 4 期，1992，第 5-60 頁。

⁹⁵ 水缸坯體置於窯內燒製過程中，坯體在受火烘燒的那一面會有火紋燒烤的痕跡出現，而背火烘燒面則無，俗稱為陰陽臉。

⁹⁶ 指在臺灣發展農業生產日本所需之民生物資，而在日本本土則致力發展工商業以增強其國力的殖民政策。也因此臺灣在 1945 年時仍以農業經濟為主，工商產業不甚發達。

⁹⁷ 即「臺灣產業組合規則」，而其內容大體沿襲 1900 年（明治三十三年）日本本國所頒布施行的「產業組合法」。「產業組合法」設立的社團法人有信用組合、販賣組合、購買組合、利用組合四類。日治時期，臺灣合作事業悉依日本法令辦理；1914 年（大正三年）「臺灣產業組合規則」，正式施行於臺灣。同年南投廳長石橋亨有感信用組合之設立，具有公信力較不易發生糾紛，積極獎勵由日、臺共同出資經營合作金融制度，並於 11 月正式設立「有限責任南投信用組合」，由林文智當任第一任組合長。1936 年（大正十一年）第二任組合長，由日本人木村正夫擔任。

業者組合，類似現今之產業或同業公會，其中，共同營運的產品多為地方性產業⁹⁸，陶業則為其中之一。1927年「南投陶業者組合會」成立，南投陶業在此之後，各產業同業間之共同購買、販賣、資源分配利用等三方面上，達到了防止中間剝削、統一價格保障利潤而降低營業成本之效，而獲得了有利的發展空間。⁹⁹

明治三十年（1897年），南投辦務署長矢野武平，為發揚南投的窯產業，擬定了南投窯業的發展方針。明治三十四年（1901年）當時南投廳長小柳重道，每年向總督府申請陶業補助金，¹⁰⁰也聘請日本愛知縣常滑市的陶業技術師龜岡安太郎、龜岡義次郎來臺，設置技術者養成所、教導學生製作精緻陶器技術並培養人才、改善陶器製作的品質、增加生產以及拓展銷路，銷售地區涵蓋當時彰化以南。南投當時有六家的窯業經營者，為避免惡性競爭，統一產品價格，因而於1927年（昭和二年）設立了「南投陶器同業組合會」做為配合，類似現今之產業或同業公會的組織型態，並由劉樹枝擔任工會理事。¹⁰¹

南投陶業在成立了同業組合會之後，同業間的共同購買、販賣、資源分配利用等三方面上，達到了防止中間剝削、統一價格保障利潤而降低營業成本之效（例如設置各產業倉庫，提供其產業組員寄倉之用的公共資源，降低生產成本），因而獲得了有利的發展空間，助長南投窯業發展。1928年的南投郡守村田三郎也運用補助金，聘請當時在草屯指導的日本陶藝技術師賀本庄三郎氏及富浦氏擔任講師，開辦技術員講習會，講解模具的製作，改進燒窯煉土的設備和購置電動馬達旋轉台等，以機器化生產、提高產品精緻度，增加產能及經濟效益外銷國，¹⁰²使南投陶業建立

⁹⁸ 例如：蔗糖、磚瓦、陶器、茶葉、五穀米類等。

⁹⁹ 例如設置各產業倉庫提供其產業組員寄倉之用的公共資源，以降低生產成本。

¹⁰⁰ 南投陶業首先有陶業補助金的撥放，直到1907年補助金才停止發放。引自黃培蓉，《公部門產業與文化政策介入對南投市陶業發展之影響（1895~2002）》，中國文化大學地學研究所碩士論文，2003，第117頁。

¹⁰¹ 張國華，〈南投陶沿革〉。取自南投縣文化局/南投報導/文化南投、南投文化/南投陶沿革 http://www.nthcc.gov.tw/nantou/other_7_1_31.htm（搜尋日期：2004.10.15）。這年也是林江松由南投遷往水里發展的一年。

¹⁰² 參見園區文物館中所展示的昭和九年的報紙資料。

起基礎，「南投燒」之名也廣為人知。¹⁰³這些措施不止為南投地區的陶瓷業帶來龐大的商機與競爭力，其影響也擴及到其它地區的陶瓷業發展，例如 1926 年魚池開設「日月陶器工廠」、1928 年集集設立「新高製瓷工廠」、1931 年水里的「協興製磁工廠」以及 1934 年劉樹枝在魚池的「協德第二工廠」成立等等。¹⁰⁴

南投窯業到了 30、40 年代以後，由於牛運堀的窯業市場已達飽和狀態，許多窯廠不是不敵市場競爭而面臨倒閉，就是必須向外尋求發展。在這樣的背景之下，南投的窯業逐漸移往新街、集集、水里等地區發展，牛運堀的製陶師傅的經驗與技術隨之擴及，產品類型也由以往多樣化的各式生活陶器具及食器，轉以缸甕、花器、磚瓦等產品為主。由於「產業組合法」及殖民政策的策動下，技術及產量迅速發展，對臺灣地區以及水里蛇窯陶瓷產業而言，都獲得有利的發展空間，奠定相當的基礎。

第二節 水里蛇窯之發展沿革

（一）、日治時期的水里蛇窯

據園區負責人所述，林江松當時（昭和六年）所創設的「協興製磁工廠」（即為現今水里蛇窯）是第一個在水里地區發展的窯廠，¹⁰⁵自 1931 年設廠砌築蛇窯以來，生產陶器至今未斷。水里地區之陶業發展可說始於日治時期，¹⁰⁶在此以前也沒有相關文獻資料可供考證，當時的水里地區隸屬於新高郡，涵蓋現今的水里、集集、魚池三個鄉鎮。水里陶瓷產業初期的經營者多來自南投牛運堀（為現今南投市彰興、康壽里等地區），製陶師傅亦多聘自牛運堀，也因此，水里窯業可說是南投窯業所

¹⁰³ 簡榮聰，〈南投陶瓷的歷史沿革與演變〉，《臺灣文獻》，第 43 卷第 4 期，1992，第 5-60 頁。

¹⁰⁴ 參考黃培蓉，〈公部門產業與文化政策介入對南投市陶業發展之影響（1895~2002）〉，中國文化大學地學研究所碩士論文，2003，第 116-136 頁。

¹⁰⁵ 根據當時 1931 年日治時期與 1940 年「臺灣總督府殖產局」所編之《工場名簿》之紀錄，當時林江松於水里所經營的窯廠名稱是「協興製磁工廠」。陳新上，〈古窯傳奇〉，南投：水里蛇窯文化園區出版，1998，第 34 頁。

¹⁰⁶ 日本治臺時期為 1895~1945 年間。從明治二十八年開始，歷經 1912~1926 年的大正時期，再到昭和二十年為止。

延伸出的地方性窯業。林江松原是牛運堀的製陶工人，鑑於水沙連(今之頂崁村)為當時木材之集散地，陶土土質佳適合製陶，而且集集鐵道支線已於大正十一年(1922年)正式通車並經過二水鄉，對於產品的運輸交通更為便利，¹⁰⁷因此於1927年接受水里地區地主林力的資助，舉家遷往水里頂坎創業，希望林江松代為開墾荒地，林江松則可藉由開墾挖掘出窯廠所需的黏土，互蒙其利。初期由於其技術不足，所以窯廠的師傅多聘自牛運堀，經過將近二十年的努力後，不但在水里地區佔有一席之地，也開始吸引其他同業者到水里發展，其鼎盛時期的窯廠數曾多達七家，使水里地區的窯業逐漸發展起來。

林江松經營時期為1931~1950年左右(為目前園區負責人林國隆的祖父)，他於1931年所登記的協興製磁工場可說是「水里蛇窯陶藝文化園區」的前身。當時的「協興」，以生產水缸、防空缸¹⁰⁸、硫酸甕以及陶管等最為有名，另外還有製作醬油缸和鍋碗瓢盆等民生陶器用品。在「產業組合法」及殖民政策的帶動下，其技術及產量均發展迅速，並且開始能供應日本「農業臺灣」政策上實際的需要，例如為了農作物栽培研究，向水里蛇窯訂製實驗缸，為鐵公路、港口、機場等建設排水設施的需要，而製作各式的陶管與水管接頭，還有為發展化學工業，而研發出可盛裝強酸強鹼等化學液體的「硫酸甕」。

此外，在太平洋戰爭爆發後，水里蛇窯在軍國主義的發展下，奉命生產一種可供應作戰時使用的「防空缸」，使水里陶業成為「國防工業」之一環，也是水里蛇窯所以打響知名度的原因，而其製陶師傅則可因此免受徵召當軍伕，所以當時許多人願意投入窯廠工作以避免徵召，產業得以持續營運，所以興盛一時。於上述幾點因素來說，日治時期的發展與幫助對水里蛇窯而言意義非凡。自協興製磁工廠設廠以後，大約到了1947年代水里地區才有其他窯廠設立，水里的陶業發展才陸續興盛起

¹⁰⁷ 大正十一年(1922年1月15日)集集鐵道支線正式通車。

¹⁰⁸ 其形制和水缸類似，高度達一公尺的大型陶缸，缸內可容納一名士兵蹲踞；將防空缸埋在海灘上作為散兵坑使用，士兵躲在缸內，外面的敵人便難以發現而達到易守難攻的效果。

來。總體來說，由於林家最早在水里發展，又有日治時期所奠下的基礎與名聲，可想而知，林家的窯業長久以來在水里、南投地區都佔有舉足輕重之地位。

（二）、1945 年以後的水里蛇窯

隨著日本發動太平洋戰爭而動員各種物資之下，使得臺灣窯業現代化的發展更爲積極，但大戰結束的同時，日本也結束了對臺殖民政策，臺灣窯業一時之間孤立無援自力更生（1946~1950 年）。在接收日人所建立的基礎上，聘請大陸陶瓷技術人員來臺培育技術人員、改進技術，以及 1949 年國民政府撤退來臺，大陸對臺的陶瓷供應中斷的因素，促使臺灣內需市場擴張，陶瓷產業因此擁有獨立發展的空間。在 1940~1950 時期的臺灣陶瓷工業相較於當時歐美各國，大部分陶瓷工廠的設備及技術都不夠先進，因而只能生產較粗糙之碗、碟、缸、甕等民生用器爲主，細質陶瓷則多仰賴日本進口，臺灣陶瓷工業之發展相對緩慢。¹⁰⁹直到 1951 年美國開始對臺援助之下，臺灣窯業才重啓現代化發展之路。到了 70 年代左右，臺灣陶瓷產業，無論產量與技術各方面都已達成熟，此時也是水里蛇窯的全盛時期。

1950 年代初期的「協興」曾經一度經營不善，而由他人經營長達十九年的時間，當時期的窯主是吳文永，於本研究中稱之爲易主時期（1954~1973），以生產花盆與一般家庭日用粗陶器爲主，其中以大水缸最著名，也是水缸、花盆、酒甕與家庭日用粗陶器的重要產地，此時亦是水里蛇窯的巔峰時期，水缸製造爲其生產大宗。直到 1974 年才由林木倉收回祖業，並改名爲「合興窯業工廠」，公司名稱沿用至今。事實上，林木倉經營時期（1974~1982 年），也正是水里蛇窯由盛轉衰之際。

依據《重修臺灣省通志 卷四 經濟志：工業篇第二冊》所述，臺灣陶瓷工業型態之演進，是隨著國民政府經濟發展策略的施行而分爲四期：勞力密集輕工業進口

¹⁰⁹ 參照臺灣省政府臺灣省文獻委員會 編，〈陶瓷工業〉，《重修臺灣省通志 卷四 經濟志：工業篇第二冊》，臺中：臺灣省政府臺灣省文獻委員會，1999，第 1144 頁。

替代時期（1953~1962 年）為陶瓷業之萌芽階段；輕工業加速發展之出口擴張時期（1963~1972 年）工業基礎逐漸穩固，陶瓷技術趨近成熟期，除供應內需外並可提供外銷，此時期亦是塑膠與金屬工業興起的年代，之後的數年間，塑膠製品已代替陶製品成為市場新寵，其他材質之器皿亦相繼問世；重化工業建立及進口替代時期（1973~1980 年）陶瓷工廠已普遍引進現代化生產設備，陶瓷製品的進出口與發展迅速。¹¹⁰由於 1979 年開放中國大陸經濟市場，而使得臺灣的陶瓷產業遭受到嚴重衝擊，因此政府於 80 年代開始進入產業升級與科技導向時期（1981~迄今），實施實施了「獎勵投資條例」，鼓勵產業結構轉型，在 90 年代更積極推動「促進產業臺灣的升級條例」、「擴大內需方案」及「強化經濟體質方案」等策略的延伸下，¹¹¹加強傳統產業的升級與轉型更為頻繁，創造以知識為導向的新經濟。

如前章文獻探討中關於臺灣陶瓷產業歷程的發展，除依據《重修臺灣省通志 經濟志》中，所分之四期之外，¹¹²本研究認為其產業發展可向前推至日治時期，還可向後延伸到近期的 90 年代的文化產業時期，而區分為六期（參見【圖表 2-1-1】）。基於日治時期首先對南投陶瓷業發展給予重視的目光，引進機械化生產，提升陶瓷的產量、品質、技術與銷路，以及「產業組合法」穩定陶瓷產業的市場，為臺灣陶瓷產業立下現代化的基礎，因此，1901~1949 的年日治時期，可謂為臺灣陶瓷產業工業化發展的第一步，是陶瓷業結構發展的萌芽期。事實上，從 70 年代中晚期開始，陶瓷工業持續現代化的腳步，但傳統柴燒窯業卻已經無法承受現代化技術與市場競爭的壓力，而逐漸蕭條沒落。到了 80 年代之後，受到經濟市場開方的影響，不光是傳統窯業，整個陶瓷工業都凋零為夕陽產業。及至 90 年代，政府大力倡導傳統產業升級與轉型，使得文化產業發展趨於積極，進入以知識經濟為導向的文化創意產業

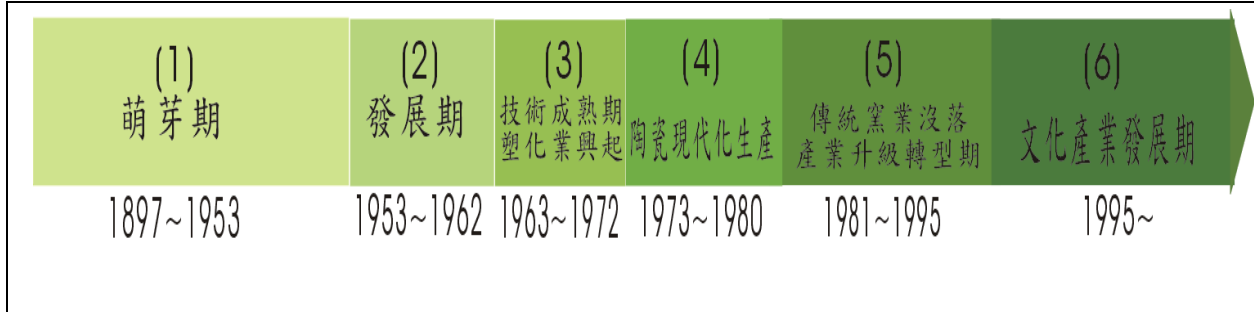
¹¹⁰ 臺灣省政府臺灣省文獻委員會 編，〈陶瓷工業〉，《重修臺灣省通志 卷四 經濟志：工業篇第二冊》，臺中：臺灣省政府臺灣省文獻委員會，1999，第 1142-1194 頁。

¹¹¹ 1991 年以「促進產業升級條例」取代「獎勵投資條例」；之後又為因應 1998 年亞洲金融風暴之衝擊，先後推動「擴大內需方案」及「強化經濟體質方案」，提高國內內需市場、改變經濟架構以構減緩在金融風暴中的衝擊。

¹¹² 即 1953~1962 年為陶瓷業之萌芽階段、1963~1972 年是陶瓷成熟期、1973~1981 年是陶瓷業現代化階段、1981~迄今為產業升級與科技導向時期。

時期。

【圖表 2-1-1：臺灣陶瓷產業發展歷程示意圖】（本研究繪製）



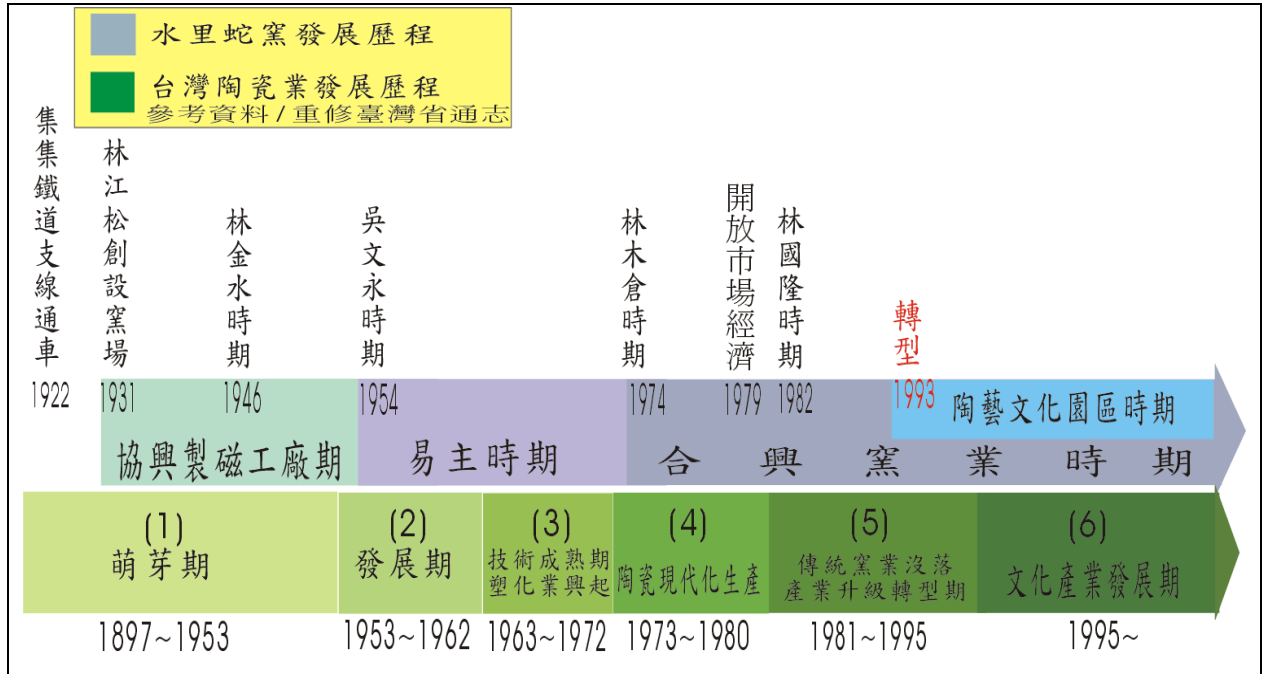
總體而言，臺灣陶瓷產業發展在日治時期建立其基礎，於 1940~1970 年間獲得全面性的成長，而在 80 年代以後產業轉型，促使陶瓷產業由傳統工廠運作的經營方式轉型，逐漸邁入現今所謂的「文化產業」或「文化創意產業」之經營型態。以下【圖表 2-1-2】是水里蛇窯與臺灣陶瓷產業發展歷程之相互對照，有助於瞭解陶瓷產業轉型與時代背景的關係。其中可看出，70 年代陶瓷業技術已達成熟而進入到現代化階段，此時也是水里蛇窯的全盛時期，但 80 年代後，現代化的陶瓷工業仍持續發展，但屬於傳統窯業的生存卻大受影響，其中當然也包括水里蛇窯。緊接著石化業與重工業相繼興起，以及開放市場經濟後，大陸陶瓷品廉價傾銷來臺，即使是現代化陶瓷產業亦敵不過市場競爭的壓力，許多工廠遷至大陸，大陸的各項產品亦相繼進軍臺灣市場，整個陶瓷產業（包括傳統窯業與現代化陶瓷產業）萎縮的情況亦更為嚴重。

由於國內整個陶瓷產業的沒落，到了 1983 年林國隆接手經營「合興」時，「合興」與其他大部分的陶瓷產業相同，都已成為夕陽產業的一份子。為改善當前萎靡不振的經濟市場，政府於 80 年代開始提倡產業結構轉型，而林國隆當時也意識到：「蛇窯是祖業，在我們這一代放棄，是說不過去的。」¹¹³因此努力維持窯廠的經營。

¹¹³ 林國隆，〈談水里蛇窯與文化產業的互動〉，《工藝季刊》，第 13 期，2002，第 50-54 頁。

接下來，筆者亦將於下一節中詳加敘述其轉型之背景與因素。

【圖表 2-1-2：水里蛇窯與臺灣陶瓷產業發展歷程示意圖】（本研究繪製）



第三節 水里蛇窯轉型之背景與因素

本章節將探討水里蛇窯轉型前之社會背景及其關係。水里蛇窯於 1993 年轉型為文化園區，其型態經營的轉變應當與當時之社會背景有著莫大的關係。因此本章將由 80 年代的臺灣社會變動談起，例如政治威權的鬆綁、民間社群的興起、本土文化意識的高漲等等，在此一環境氛圍中，相信多少都會牽動水里蛇窯的發展脈動，著具有地方性、歷史性、文化與傳統等價值的進而促使它在 90 年代轉型。因此本研究將從當時的產業結構、政策與社經發展等面向來探討其產業轉型之脈絡。轉型背景可分別由屬於外部因素的政策與社會環境，以及產業自身內在結構沒落的因素等兩大方向來探討。

(一)、地方建設與傳統工藝

1. 重視地方建設與地方文化

隨著 70 年代工業發展、社會經濟的突飛猛進，臺灣在高度經濟成長的政策中，都市與地方的經濟發展日益兩極化，產業結構的轉變使得城鄉差異擴大，生活環境的問題落後於經濟發展之下。1980 年代起，地方的價值與基礎被國人忽略，人口外流嚴重、地方老年人口快速增加、資源分配失衡與地方活力衰退；而大都會區則因大規模建築群造成居住環境狹小惡劣、歷史性環境受到急劇破壞以及各種公害的產生等等問題。大都市與鄉村的生活環境品質並沒有因為現代化而獲得改善，反而使問題變得愈來愈嚴重，對廣大的一般民眾的生活環境產生威脅。實際上，城鄉經濟與文化發展的失衡，不但是臺灣的問題，亦是發展中國家的普遍性問題，政府也開始關注到地方建設與文化發展的重要性。

在 1970~1980 年這段期間，隨著「十大建設」的階段性任務完成，以及年新十二項建設的進行，其中就特別將「文化建設」增列為國家建設的目標，以實際政策推動地方基層文化建設的方案，可說是臺灣文化政策的開始，¹¹⁴此外，接著陸續著手進行的「加強農村發展計畫」¹¹⁵，都是政府期望藉由加強地方建設以減緩日益兩極化之城鄉發展的中央政策。後來 1981 年成立統籌國家文化事務之專職機構--「文化建設委員會」，而其他相關單位如省政府文化處、手工業研究所等，亦積極推動地方文化發展，延伸其他政府部門的施政方向；而民間方面，整個 1980 年代裡，臺灣本土意識的抬頭，鄉土文學、鄉土運動等，種種關注在地文化的議題與作為，風行草偃、蔚為風潮。尤其是 1993 年，文建會為配合新十二項建設中「文化建設」之發展，而補充了一系列軟硬體的子計畫，概括有加強文化資產保存與發展、加強各縣市文化活動與設施、加強鄉鎮社區之文化發展等三大項。¹¹⁶除此之外，還提出「文

¹¹⁴ 蘇昭英 總編輯，《臺灣縣市文化藝術發展—理念與實務》，臺北：文化環境工作室，1998。

¹¹⁵ 例如 1980 年由農復會倡辦之「加強農村發展計畫」。1977、1978 年由行政院所提十二項建設之中的「文化建設」等。

¹¹⁶ 參見，蘇昭英 總編輯，《臺灣縣市文化藝術發展—理念與實務》，臺北：文化環境工作室，1998。

化地方自治化」的構想，藉著將「全國文藝季」交由各縣市文化中心個別辦理的方式，促使地方人文特色、社區地方以及文化工作者產生了有機的連結，將縣市文化中心提升為一個「地方的文建會」的方向，強化了地方發展的運作。

次年，因而醞釀出「社區總體營造」、「全國文藝季」之相繼實行，而同年也出現了「社區造街」、「產業文化」活動，¹¹⁷這些皆與地方經濟振興有密切關係的活動，進而帶動地方產業再造的發展。影響後來地方文化的自治化、鄉土與地方文史工作蓬勃發展；隨著文化資產保存觀念轉變、地方環境與社區美學的觀念建立、文化與產業以及地方發展的結合等，種種以地方為主軸的文化政策思考不斷的出現，進而落實以地方住民為主的地方文化發展方向。在這樣的發展脈絡中，不但反應出過去臺灣的社經發展需要，亦勾勒出文化政策的向基層紮根的發展，由中央化的十二項建設走向地方化的地方文化建設的雛型。

2. 重視傳統工藝

雖然現代化與工業化改善人類社會的物質與生活環境，也讓傳統的工藝產業逐漸以工業化、機械化、科技化的方式大量生產產品，取代早期傳統工藝的生產模式，以致於傳統工藝急速的沒落；由於傳統產業沒落，一些極具文化性或地方特色的傳統產業成為一頁頁斑黃歷史，或者淪為「夕陽工業」，連帶使地方面臨到人口流失、發展衰退的窘境。基於這樣的認知，陸續有「文化資產保存法」¹¹⁸的頒佈以倡導民族文化資產保存與維護的觀念，還有 1985 年教育部發布「重要民族藝術藝師遴聘辦法」，並開始舉辦「民族藝術薪傳獎」，其中包括傳統工藝、傳統音樂及說唱、傳統戲劇、傳統雜技與傳統舞蹈等五項，對傳統工藝的傳承掀起復興的示範作用。¹¹⁹接

¹¹⁷ 例如嘉義桃城美街活動、大溪老街的牌樓保存，以及高雄的橋頭糖廠、新竹市的玻璃藝術等。

¹¹⁸ 1930 年公佈「古物保存法」之延伸，1982 年將其修訂為「文化資產保存法」並頒布之；凡具有歷史、文化、藝術價值之古物、古蹟、民族藝術、民俗及相關文物、自然文化景觀和歷史建築均屬文化資產。

¹¹⁹ 工藝類共有五名藝師當選，包括第一屆（1989 年）的黃龜理、李松林，以及第二屆（1998 年）的黃塗山、林再興及陳火慶等五人。自 1985 年創辦至 1994 年止，共辦理十屆，共計頒發個人獎 132

著，按傳統工藝的材質及技法等特點，於 1991~1996 年增設「民族工藝獎」¹²⁰，將獎項細分為編織、陶瓷、雕刻、金屬及其他五大類，這即為目前「傳統工藝獎」的前身（自 1998 年起，改由國立傳統藝術中心承辦）。民國九十年，文建會再將「傳統工藝獎」轉由國立臺灣工藝研究所辦理，更名為「國家工藝獎」。

整體而言，自 1980 年代起，從各項相關發揚傳統文化、民族工藝、文化藝術的遴選或競賽活動之頻繁，「民間藝術保存傳習計畫」的提出，以及相關機構的成立、法令逐步完備以及獎項層級提升的趨勢來看，顯示出國家對傳統藝術和民族工藝的重視，不但表揚民族藝術薪傳傑出藝匠，亦加強民族藝術以及傳統工藝創作的推廣與作品的保存，均有實質的效益。換另一層次而言，由於各界對民族藝術以及對傳統工藝創作的肯定，重塑出其文化意義與藝術價值，為即將消逝的地方工藝或區域性文化，也提供了強而有利的後盾。

1988 年文建會對於蛇窯的民間工藝保存價值予以肯定，因而撥出數百萬經費，為水里蛇窯拍攝紀錄片，此紀錄片並於同年獲得金馬獎最佳紀錄片獎。政府對於地方文化的重視與傳統工藝的推廣，不但強化地方傳統工藝保存的可行性，對於步入凋零的水里蛇窯而言，不可不謂是一劑強新針，給予了一定程度的支持與後盾。此片拍攝完成後，林國隆不但運用它來向大眾介紹水里蛇窯，做為宣傳教化之工具，也為即將消失的傳統柴燒窯業做出完美的注解。十多年來，園區仍一直使用此紀錄短片做為簡報資料，做為介紹水里蛇窯陶藝文化園區的主要來源，在這當中，我們不難看出政策與民間工藝發展的雙向運作關係，官方肯定支持的態度鼓勵了水里蛇窯的發展，以及獲獎紀錄片對園區的重要性和影響力。換言之，政策的支持對於地

個及團體獎 42 個。

¹²⁰ 文化建設基金管理委員會增設「民族工藝獎」；民間方面，則有中華民國資深青商會於 1993~1995 年主辦「十大傑出青年薪傳獎」，1996 年開始更將選拔與推薦層面擴大至全球，對全世界華人在中華文化、藝術、地方戲劇、戲曲、民俗工藝、綜合技藝、民族音樂、民族舞蹈有傑出表現者，給予獎勵與表揚。自 1993 年開辦中華文化藝術薪選拔活動迄今，已遴選出海內外 142 位傑出藝文人士，對發揚中華文化、傳薪傳統藝術貢獻卓著。

方工藝或區域性文化的發展具有決定性的影響，而地方文化在現實環境與文化政策之間存在著相互影響、互為表裡的關係而持續地發展。

(二)、地方產業振興與文化產業政策

1. 地方特色產業再造

另一方面就是地方產業振興與文化產業政策的部分。一般來說，傳統工藝產業在多年的產品生產之後，往往會因生產技術、材料和製作過程，以及產品的設計與管理等條件，在地方上發展出其獨特的生產模式和生產型態，然而區域性產業經過長期的發展後，必定牽動地方相關產業領域的發展，因此地方上的人、產業、地方三者串聯，便形成了獨特的區域性傳統工藝產業與文化。但是，那些具有歷史傳統與地方特色的工藝產業，卻在科技進步和潮流變遷之下日漸崩解，在意識到傳統工藝凋零、地方文化褪色之際，當時臺灣省政府建設廳的「手工業研究所」¹²¹，首先邀請日本專研傳統工藝與地方振興的宮崎清教授來臺，¹²²於 1989 年引進了日本地方產業振興及地域活化的觀念和技術，之後又相繼進行「日月潭風景區觀光紀念品設計開發」、「水沙連地區觀光資源暨印象調查」、於埔里及鹿港兩地實施「中日技術合作計畫：地域性活化與設計」的地域振興計畫。與此同時，經濟部中小企業處，也開始推動地方特色產業再造與社區小企業輔導等計畫，首先為水里蛇窯的轉型埋下種子。

這些相關研究與計畫的推動，促使南投地區成為「文化產業化、產業文化化」的火車頭，而水里蛇窯在此一機緣之下，曾一度成為地方傳統工藝振興的研究案例。在「文化產業化、產業文化化」的概念下，許多地方文物館紛紛成立，在傳統陶藝產業方面也有許多轉型經營的案例。¹²³此外，地方特色產業或地域資源振興活化的

¹²¹ 1999 年七月，台灣省政府組織變革，「台灣省手工業研究所」改制為「國立台灣工藝研究所」，隸屬於行政院文化建設委員會，以發揚台灣工藝特色文化，激勵設計創新與文化產業發展，培養國民生活工藝素養並促進國際工藝文化交流為主要目標。

¹²² 宮崎清為千葉大學工學部教授，從事日本山林漁村過疏地區的社區傳統產業研究。

¹²³ 詳參本論文第一章之第三節（17-23 頁）。陶藝產業相繼轉型之案例，如水里蛇窯在 1993 年轉型

概念也延伸出了許多相關論述及學理，例如於 1995、1996 年間便舉辦多場的地方產業振興研討會，像是「文化、產業研討會暨社區總體營造中日交流會」、「人心之華：日本社區總體營造的理念與實例研討會」等，廣邀日本學者專家、中央及省府相關機關代表、各縣市長、鄉鎮長、文史工作者及產業界代表等，不斷介紹日本所謂的內發性地域振興經驗之理念的地方產業發展案例。不但撼動產官學界，會後所出版之相關研究與論文觀點亦深植人心，¹²⁴引起各界廣泛的參與或研究，相關論述與辯証亦不斷衍生，所謂的「文化產業化、產業文化化」正式紮根發展，影響之深至今未減。

水里蛇窯轉型經營數年後，在 1998 年「亞太經濟合作會議」(APEC) 觀光工作小組，委任加拿大漢伯學院辦理「兼顧社會責任之觀光開發計畫」範例模式，當時水里蛇窯就獲交通部觀光局提報推薦為「最佳範例模式案例」，成為代表臺灣發表的兩項地方特色產業議題之一，也因此一躍成為傳統陶瓷產業界的當紅炸子雞。1999 年開始，經濟部中小企業處也首次針對「南投陶」，提出連續三年的「南投陶輔導計畫案」。隨後，政府在考量各方面的可行性下，認為陶瓷器中的食器及花器相當有發展潛力，認為這類產業陶藝產業具備：產值大、關聯效益高；成長潛力大；原創性高、創新性高；附加價值高且產業參與人數多等五大原則，¹²⁵在「文化創意產業發展計畫」中，2003 年再提出「文化產業旗艦計畫--陶瓷工藝產業發展計畫」¹²⁶，陶瓷產業正式成為國家重點培植的產業之一。陶瓷產業的發展性受到政府的支持與肯定日益強化，由此歷程軌跡來看，陶瓷產業的發展將更為順利，陶藝文化產業成為地方發展與政策交互作用下的產物。

經營；「添興窯陶藝村」轉型於 1989 年；「華陶窯」於 1988 年轉型；另外「美濃窯」於 1988 年引入美濃，以大型陶壁公共藝術、工業設計、陶瓷化工為發展方向。

¹²⁴ 《社區總體營造日本案例一百選》、《社區總體營造理念與實例專輯》、《文化·產業研討會論文集及會議紀錄集》、《人心之華》等。

¹²⁵ 政府在界定「文化創意產業」範疇，除考量應符合「文化創意產業」定義與精神外，亦應考量產業發展面，而此五大原則即為其考量依據。

¹²⁶ 包括：地方陶瓷特色餐具開發案、蘭花花器設計開發案、精緻陶瓷餐具設計暨推廣計畫（陶瓷產品年度評鑑專案）等。

2. 文化創意產業發展計畫

在相關政策大力護持之下，近年來各地方政府或傳統產業，不斷以「文化產業、產業文化」為方針，將「文化」及「地方產業」經由行銷及新的包裝方式，規劃具地方性或區域性特色的產業，積極嘗試轉型，以達到振興地方經濟立竿見影的效益。民進黨執政之後，文建會更是大力提倡「文化創意產業」，促使文化創意產業之高度發展，企圖運用「知識經濟」衍生傳統產業之附加價值，也是傳統產業轉型為文化型經濟的重要指標。¹²⁷其實，「文化創意產業發展計畫」與「新故鄉社區營造計畫」雖然不同，但是兩者對地方發展而言，息息相關，缺一不可。

運用「文化創意產業」開拓產業的創意領域，提升傳統產業競爭力，結合人文與區域經濟兼顧的產業發展，解決傳統產業所面臨的窘境，而以「社區總體營造」建立社區文化、凝聚社區意識與地方認同感、建構地方住民之自發性與自主性意識，促使參與地方公共事務，創造青年回鄉就業機會，調整地方鄉鎮人口結構失衡與缺乏地域共識的問題，活化地方人力資源。¹²⁸藉由雙管齊下，相互推進的策略，促使地方產業這類小型而分散的特殊產業，建立起以創意設計為核心、附加價值高之產業類型為競爭基礎，達成產業的知識經濟型態，提高地方的就業人口與產值，提昇地域住民的環境和生活的品質，強化地方競爭力之最終效應。

而且再從「挑戰 2008-國家發展重點計畫」中的其他子計畫來看，「文化創意產業發展計畫」與其他，例如：「建立終身學習網站平台計畫」¹²⁹、「傳統產業高附加

¹²⁷ 參照 行政院，《挑戰 2008：國家發展重點計畫--文化創意產業發展計畫（2003/01/06 修訂）》，臺北：行政院，2003。

¹²⁸ 以「文化創意產業計畫」開拓創意領域，結合人文與經濟發展文化產業，而運用「新故鄉社區營造計畫」利用地方資源，引入人才及創意，調整地方鄉鎮結構失衡與缺乏地方共識的問題，並活化地方人力資源來改善人口外流的社區結構。參照 行政院，《挑戰 2008：國家發展重點計畫（2003/01/06 修訂）》，臺北：行政院，2003。

¹²⁹ 配合週休二日政策以及國民中小學九年一貫課程的實施，提供完整性、系統性、豐富性的學習內涵，包括自然、人文、生態、藝術等的學習資源，豐富國人終身學習、休閒、旅遊之通識教育，增進國人對本土環境的認知與關懷，進而開拓國人知性與感性的多角視野與鄉土關懷。參考行政院，《挑

價值化」、「網路文化建設發展計畫」¹³⁰、「新故鄉社區營造計畫」與「觀光客倍增計畫」等等，可發掘其內容多少都與「文化創意產業發展計畫」互有關係而相連結。然而，從「振興傳統產業專案小組」¹³¹的施政方向來看，也不難發現「社區總體營造」與「文化創意產業」相互配合的策略，重視地方社區、文化以及產業發展三者連結的用意非常明確。由於政策的推波助瀾，水里蛇窯藉由產業聯繫起該地區的人與文化的三角關係，做為提供鑑賞、研究、教育、宣揚等等的應用，使產業進行文化化增加產業本身附加價值，構成符合「產業文化化」政策之條件，如今也成為各項產業當紅的行銷策略。水里蛇窯負責人亦多次公開的明白表示，其經營的近期目標便是要達成「文化產業化、產業文化化」與「社區總體營造」的方針，以及產業觀光的發展方向。¹³²

在 2003 這一年是文建會所訂立的「文化創意產業年」，也恰好是水里蛇窯轉型屆滿十週年之際。在適逢政府大力推動「文化創意產業」政策的氛圍下，園區更是配合政策與週休二日的條件，加強陶瓷產業與觀光休旅結合的營運策略。¹³³正如園區負責人所述「水里蛇窯陶藝文化園區近期目標為積極推動『產業文化化』」¹³⁴，不但印證了產業轉型其政策性的一面，同時也顯現出傳統產業結構轉型的必要性。整體來說，在政策的支持以及成功案例的背書下，無形中加速了陶瓷業或其它傳統產業進行「文化產業化、產業文化化」的經營模式。水里蛇窯的轉型，除了證明傳統

戰 2008：國家發展重點計畫（2003/01/06 修訂）之「E 世代人才培育計畫」，台北：行政院，2003。

¹³⁰ 包括蒐集與調查地方藝文資源資料，分年分類開發藝文資源資訊系統，建置國家文化資料庫、數位圖書館、虛擬博物館，辦理文化藝術學習與線上教學網站，提供即時文化藝術展演資訊及多媒體互動隨選視訊功能，打造全國藝文網絡資訊中心等。參考行政院，《挑戰 2008：國家發展重點計畫（2003/01/06 修訂）之「產業高價值化計畫」與「數位臺灣計畫計畫」》，台北：行政院，2003。

¹³¹ 由行政院與經建會、勞委會、財政部及經濟部所組成，該小組下設「賦稅金融協助」、「人力資源增進」及「競爭力提升」等三個分組，分別由財政部、勞委會及經濟部分工推動。經濟部工業局產業輔導中心網站 <http://www.ciup.org.tw/industry/wedge.asp>（搜尋日期：2005.06.20）。

¹³² 臺灣省政府建設廳手工藝研究所編著，《「文化、產業」研討會暨社區總體營造中日交流會論文集》，南投：手工藝研究所，1995。林國隆，〈談水里蛇窯與文化產業的互動〉，《臺灣工藝季刊》，第 13 期，2002，第 50-54 頁。以及張素雯，〈藝術產業休閒風-水里蛇窯文化園區的產業轉型範例〉，《藝術家》，2004，第 345 期，第 371-375 頁。

¹³³ 參考附錄五：【訪談紀錄 2】之【2-1】。

¹³⁴ 林國隆，〈談水里蛇窯與文化產業的互動〉，《臺灣工藝季刊》，第 13 期，2002，第 50-54 頁。

產業透過文化與產業結合的可行性外，也表現出政策支持以及成功案例下彼此強化的共生結構。

(三)、社區總體營造與地方發展

臺灣對於社區發展的觀念，或許可由1962年將聯合國所提出之「社區發展」概念開始談起，社區發展概念可謂萌芽。社區發展首先在1965年被當作福祉政策，而1968年內政部再提出「社區發展工作綱要」，經過修訂後，1991年「社區發展工作綱領」改制為「社區發展協會」，將社區組織定位為人民團體協會，由居民主動結合，申請登錄而得成立，顯示出社區應該由居民主動凝聚共識的集合體。¹³⁵接著70年代政府積極推動農村建設、文化建設、社區發展計畫等影響，或多或少也帶動了民間鄉土運動的發展，以及社區互助發展之概念向下紮根的態勢。

直到1987年解嚴後，社會迅速朝向多元發展，臺灣社會經濟發展突飛猛進，科技進步日新月異，傳統農村社會結構也迅速崩解。¹³⁶由於傳統社會結構在工業發展的急速拉扯下，產生了種種失衡的現象，促使人們思考城鄉差距、地方發展停滯和傳統文化斷裂等問題。有鑑於此，1993年十月，文建會一提出「社區總體營造」的理念，便獲得總統的支持而成為當時最重要的執行政策。¹³⁷其核心理念是「以建立社區文化、凝聚地方認同感與社區意識、建構社區民眾自發性與自主性的概念。只要是以住民參與為主軸所設計改善其生活環境，能表現出社區總體營造的精神內涵，都可稱之為『社區總體營造』」。¹³⁸

¹³⁵ 蘇昭英、蔡季勳主編，〈台灣社區總體營造的軌跡〉，文建會官方網站：<http://www.cca.gov.tw/news/news79/>（搜尋日期：2004.10.17）。

¹³⁶ 蘇明如，《九〇年代臺灣文化產業生態之研究》，南華大學美學與藝術管理研究所碩士論文，2001。

¹³⁷ 社區總體營造一詞雖由文建會首先提出，卻是由民間產生迴響後，逐漸由特定的政策名稱轉變為一種觀念或做法，並非由文建會或政府政策所提出的計畫才是社區總體營造計畫。黃煌雄、郭石吉、林時機 調查，2001，《社區總體營造體檢調查報告書》，台北：遠流出版，第14頁。

¹³⁸ 1993年10月由當時文建會主委中學庸於國民黨中常會提出「文化建設與社會倫理的重建」報告，其中明白指出社區與文化的重要性以及地方建設首重社區共同意識的培養。此一報告深受前總統李登輝的肯定並支持。促使「社區總體營造」概念的提出和政策計畫。

「社區總體營造」是臺灣近年來相當重視的文化政策之一，目前不僅由文建會積極推動，也影響到其他政府部門的施政。臺灣近年來所謂「社區總體營造」的概念與具體作為，有許多是由日本的「まちづくり」運動而來，「まち」是日本的地方單位，為町、街之意，與臺灣的鄉、里、鎮、村、社區等地方單位相似。關於「まちづくり」的定義為：「行政和專門家、各種中間領域、民間領域連攜推展使軟體與硬體成為一體，把居住環境提升作為目標的活動總體，成為特定地域社會的主體」¹³⁹，意即「造町（造街）運動」之意。1955年（昭和三十年）以降，日本在經濟在高度成長中，城鄉發展失衡，各個農、山、漁、村地區因人口減少而導致教育、醫療、防災等基礎的生活條件無法獲得足夠的保障，地方的產業也因人手不足而生產機能下降，日本則通稱這些人口少、生活機能條件不足的地區為「過疎地域」。¹⁴⁰日本為了圖謀過疎地區住民福祉的提升與創造工作環境，而醞釀出「過疎對策」、「過疎地域自立促進特別措置法」的產生，其目的便是以「適宜的方式管理森林、農地、山村、漁村以保全美麗的國土……」¹⁴¹。無論從日本的「まちづくり」或臺灣的「社區總體營造」政策，都具有不單是空間或建築單位，也不限於政治性區隔的意涵，其目的都是為了提升居住環境品質與地方生活機能的活化。¹⁴²換一個層次來說，若要使地方（社區）持續發展，地方或社區之住民必須有區域共同體的意識，以及由點而線再到全面性的擴散，在意識型態與空間區域兩大方面，漸序完成臺灣的人文特色與傳統產業再造兼顧，獲得平衡的永續發展。

「社區總體營造」的施行，即以政策領導民眾由「社區」¹⁴³這個基本單位做起，重視地方文化與地方的發展，促進人們開始關注自身的環境，居住於人口外流嚴重、

¹³⁹ 佐藤 滋，〈まちづくりとは〉，《まちづくりの科学》，東京：鹿島出版会，1999。

¹⁴⁰ 此為日文用語，原文為「過疎對策」。

¹⁴¹ 本段譯自日本網址新たな過疎對策について（平成17年1月），總務省，自治行政局，過疎對策室：<http://www.soumu.go.jp/c-gyousei/2001/kaso/kasomain0.htm>（搜尋日期：2005.02.19）。

¹⁴² 《社區發展季刊》，1993，第69期，第1-100頁。

¹⁴³ 依據1993年之《社區發展季刊》，第69期，當中所述：「社區」是一群居民共同生活的地區、在生活中相互關聯與依賴的共同體、具有相互保衛與共謀福利的集體行動，社區包含地理、心理與行動面的三種概念。

生活機能不佳的鄉鎮村落，因而意識到平常所忽略的東西，卻是都市或其它地方所沒有的價值。身處於本土意識抬頭，鄉土文學、尋根運動的時代中的林國隆，當時應已意識到水里蛇窯本身之工藝製品、歷史與文化資源具有相當程度的價值，開始重視傳統柴燒窯業的活化與發展，並且接受了「社區總體營造」的觀念，這點也再後來的訪談中獲得了證實。¹⁴⁴但是，他如何將傳統產業活化振興予以具體實行，應該是在 1989 年宮崎清來臺以後的影響最為關鍵。

然「社區總體營造」的積極發展，於「九二一集集大地震」之後尤其重視。除災後重建，內政部營建署更積極配合當地推動「創造城鄉新風貌」相關計劃或「社區總體營造」理念的基礎，整合居民力量投入地方建設。¹⁴⁵除了彌補地方上長久以來人口外流、發展不足等因素所造成的失衡問題外，亦藉此天地之破壞，行人為之再造的「造鎮計畫」的積極示範。因而在南投受災地區一些受創的老鄉鎮，經由社區再造而重整的案例屢見不鮮，水里蛇窯就曾在九二一地震後，與行政院九二一重建委員會、文建會、農業局、南投縣政府、文化局、生命線協會、水里鄉公所、水里鄉救國團、農會、文化推展協會……等政商公益單位及團體的協助下，舉辦過許多觀光、心靈重建、陶藝教學等活動，也顯示出園區與「社區總體營造」概念的密切關係。

另外，就社區與地方產業再造之關係來談。雖然許多鄉鎮地方沒有大都會中現代化的物質環境，但地方上的地域資源（包括地域的自然資源、農特產品與傳統工藝製品、歷史與文化、人物、集會活動等等）是都會地區所沒有的，因此也夠發展出地方，成為建構區域產業的文化特色的重要憑藉。但是，若當地住民無法體認或是發覺到地方特色，並形成認同，即使地域本身已具備豐富之地域資源條件，地方仍

¹⁴⁴ 參照附錄五：【訪談紀錄 1】之【1-1】。亦可參照張素雯，〈藝術產業休閒風-水里蛇窯文化園區的產業轉型範例〉，《藝術家》，第 345 期，台北：藝術家出版，2004，第 371-375 頁。

¹⁴⁵ 參見內政部營建署官方網站，創造城鄉風貌計畫/計畫與規定：
<http://cpamacitytown.cpami.gov.tw/default01/default01.htm>（搜尋日期：2005.02.19）。

然無法獲得發展。日本學者宮崎清教授就認為：「為達到地方產業經營的持續性，首先必須讓社區居民有安定的工作和收入，所以社區營造工作不僅在於空間環境的改善，還要發掘地方特有的資源，改善經營方式，來確保並發展地方產業。」¹⁴⁶有鑑於此，水里蛇窯積極與「社區總體營造工程」相關之地方人士共同推動水里及其社區的特色與文化，開發觀光收入來源，¹⁴⁷或者與地方政府以及民間團體，企畫或者主辦各種大型活動，將南投地區的資源（鐵道、茶、陶藝、木藝、原住民文化、農特產品等）透過音樂會、特殊節日慶典等不同元素配合製作套裝活動，增益其觀光收入及活動發展。¹⁴⁸

由於「社區總體營造」與「文化產業化、產業文化化」的關係密切，在許多實際操作面上也獲得相當大的肯定，因此，有學者甚至認為：「臺灣社區總體營造的歷程即為地方文化再生的與應用的過程，地方文化的再生是社區總體營造的原點。」¹⁴⁹水里蛇窯運用此一概念扮演社區營造種子的角色，由點（窯廠）到面（社區、城鄉）小而大、由下而上的，推動地方文化認同之強化並凝聚共識，突顯出它不同於他處的地方工藝特色。再加上，由於水里蛇窯接受日本地域振興與資源活化的觀念相當早，有一定深度的影響，在決定轉型之前便把社區營造的概念引入窯廠中。此外，水里蛇窯負責人亦曾多次前往日本窯廠或工作室觀摩取經，園區環境的營造亦有許多地方是參考日本窯廠經營的模式，並運用日本窯廠營造的觀念與方法，改造窯廠環境以延續蛇窯的經營。

目前在政策的鼓勵下，將傳統窯業再造，也提供了一部分的在地就業機會（如鄰近的水里藝之森形象公園、水里采荷莊生態休閒農場、蛇窯棧道攤販商店街，或

¹⁴⁶ 翁徐得、宮崎 清編著，《人心之華：日本社區總體營造的理念與實例論文集》南投：手工藝研究所，1996。

¹⁴⁷ 例如：民國八十五年時，林國隆協同水里鄉車程村重新定位其社區的特色與文化，開發其觀光收入來源。

¹⁴⁸ 例如：鐵道情人音樂會、品茗會、拉坯比賽、木藝DIY、野食大賞會、農特產品推廣……等。

¹⁴⁹ 黃世輝，《社區自主營造體的理念與機制》，台北：建築情報季刊出版，2001，第58-76頁。

是其它餐飲業、旅遊業、住宿業等)，間接帶動地方經濟的發展。而且，在觀光風氣盛行的發展下，經營者更積極將窯廠與集集、日月潭、埔里等景點串聯，構成一條完整觀光路線，將其腹地擴及至鄰近城鎮，並整合本身的觀光資源，加強水里蛇窯的觀光可遊度，獲得相輔相成之效。在此，不但顯示出社區營造、傳統產業振興與園區轉型運作的關係，其影響面也擴及到區域整體的發展上。

(四)、轉型之內在因素

1. 現代化對傳統窯業的衝擊

在過去傳統農業社會時代裡，陶製品是日常生活所需之盛物器，諸如食物、飲水、儲藏、釀酒、神像以及禮器等等，因此陶瓷業與生活息息相關。隨著時代的演進人類對於陶瓷器的運用也不再侷限於此，進而由生活器具到航空與工業科技等方面，顯示出它與人類文明、科技發展與時俱進。臺灣的陶瓷相關產業在 1960 年代左右，開始有了重大的變革，傳統陶業在社會變遷之下，現化的電窯設備、新的化學釉料與技術優勢，取代了傳統窯業的作業方式，使陶瓷業從傳統手工業進化到現代工業生產作業，傳統手工窯業在設備與技術無法提升的情況下，日漸蕭條。事實上，傳統窯業逐漸沒落的原因很多，大約可由以下幾點來討論：

(1) 生產設備與技術日益更新：約 1960 年之後，瓷土進口穩定，石膏模塑、灌漿成型法、銼坯成型法等新生產技術，提升產品品質與產量，促使日後精緻陶瓷和外銷陶瓷業的發展。至 70 年代後，更普遍引進自動化之設備例如電窯、瓦斯窯等，加速生產速度、操作容易，大幅降低其勞工成本，加上產品破損率低、外型精緻、釉色華麗多變，使得精緻陶瓷製品的進出口與業務成長迅速。然而，傳統柴燒的窯業則在現代化陶瓷工業的競爭壓力下，日益沒落。

(2) 石化工業之興起：1963~1972 年為石油塑膠工業建立期，大約 1969 年起，塑膠業大興，新材質製品相繼出現，由於塑膠或鋁、鐵製的水缸、水桶等器皿大量生產，而且具有質輕方便搬運、不易破裂、生產速度快且價格便宜的特性。反觀傳統窯業，是屬於勞力密集的手工業，人力成本較高，而其陶器品也相對沉重不易搬

運，無論燒製或搬運過程中都有極高的破損率，同時增加交通運輸的成本，因此陶製水缸生產成本相對較高，沒有降低成本的市場競爭力。這些種種因素考驗著傳統窯業與民生陶瓷業的生存，導致陶製品迅速遭到塑膠及其他材質容器的取代。

(3) 燃料來源取得困難：據水里蛇窯負責人表示，傳統柴燒窯每燒一次窯就必需耗費約一萬六千公斤之木材，柴薪需求量非常大。¹⁵⁰早期蛇窯燒窯時，木材多取自於水里地區木柴加工廠的木柴廢料，以及颱風季由溪水沖刷下來的漂流木作為燒窯的燃料。但是，由於環保觀念日漸盛行，減少了對樹木的砍伐量，木材加工業也多轉往木材資源更充裕的國家發展，而撿拾溪水沖刷下來的漂流木所耗費之人力及風險不但過於龐大，而且這樣的方式也已不敷使用，導致可供燒窯的木材來源逐漸不足，間接使得傳統柴燒窯無法像過去一樣，經常性的繼續使用。

(4) 當地黏土原料短缺：黏土性質與品質影響陶瓷器燒成品質，黏土的品質取決於可塑性強、耐高溫且土色能與釉藥配合，這樣的土質才能燒出來好的成品。早期水里地區的傳統陶瓷業大多是在附近田間就地取土，趁著一期收割與二期耕種間的空檔，向地主承租田土來開採挖掘黏土。如今一是田地不足，二是為保護山坡地而禁止進行開墾採土，因此無法供應窯廠所需，黏土必須仰賴進口或其他地區的供應，這樣便增加了窯廠營運上的成本，在各項因素導致的情況下經營不易，多數業者往往選擇歇業而另謀他途。

(5) 技術及人才培育困難且人才外流：屬於勞力密集、技術取向的製陶工作，在學習過程中是非常辛苦的，因此許多人認為將來前景不佳，許多老一輩的師傅亦多不願子女學習陶藝，加上現今年輕學子對陶藝的學習意願降低等因素，人才及技術培育方面明顯不足，造成傳統陶藝技藝的保存與傳承斷裂。另外，林國隆表示，由於 1980 年代末期開始，臺北縣鶯歌地區為積極拓展「陶瓷外銷」¹⁵¹，增加不少就業機會，使南投地區許多製陶師傅轉往鶯歌發展，間接影響了南投地區陶藝發展的

¹⁵⁰ 參見附錄三：水里蛇窯陶藝文化園區導覽人員訓練手冊解說寶典之〈參、關於蛇窯的解說〉。

¹⁵¹ 1988 年臺北縣政府與鶯歌鎮公所編列預算籌建陶瓷博物館，於 2000 年 11 月 26 日開館營運。

速度。¹⁵²

(6)開放市場經濟：除了塑膠或五金製品相繼出現，陶製品迅速遭到取代之外，中國大陸在 1979 年的經濟開放與改革政策，以及臺灣的進口替代時期（1973~1980 年）相互的作用下，臺灣與大陸經貿往來日漸頻繁，隨著經濟市場開放的影響，大量且廉價的陶瓷產品傾銷臺灣，到了 1986 年左右，臺灣外銷陶瓷白坯代工市場已逐漸萎縮，仿古陶瓷也受到他國競爭壓力的影響，80 年代末期左右，代工產業外移大陸已成趨勢，陶瓷廠也隨之外移。經過 70~80 年代的開放進口，臺灣陶瓷廠出走的趨勢，經營與規模都逐漸縮小，使得 80 年代後的陶瓷產業已走入所謂的夕陽產業。此時的水里蛇窯也在現代化科技、工業化生產、市場競爭等各方壓力下，面臨歇業的危機。然而，1983 年正式接手經營的林國隆，所面對的正是祖傳窯廠之存亡關頭。

林國隆身為陶業世家獨子，需擔負起轉行或是繼續經營的挑戰。在其接手經營水里蛇窯之前，就開始為準備承繼祖業而不斷思考其生存之道；首先，以進入「聯合工專陶瓷玻璃工程科」為選擇，踏上繼承祖業的第一步，當時陶瓷玻璃工程科是國內唯一與陶藝有關的體制教育，在校時接受臺灣陶藝界泰斗陳煥堂的指導，學習陶瓷相關之專業知識與技能。1980 年退伍後，就嘗試從事陶藝教學工作，但主要的重心仍放在窯廠的生產工作上面。而且，時常利用送貨之便，陸續收集一些民藝品與窯廠相關之文物，文物館中的展示品大部分是那時蒐集來的，並研究傳統古窯的相關資料。後來也曾經到中壢的「文興陶瓷公司」學習歷練，從中習得了現代窯的操作過程，因而獲得許多現代化生產技術的基礎與釉料研究。在 1983~1993 年這段期間，林國隆陸續蒐集陶藝文物，成立陶根居工作室，從事陶藝教學工作，發展現代化生產經營等等，這些經歷與教學的經驗，都促使林國隆為窯廠日後的轉型奠下不可或缺的基礎，可說是水里蛇窯轉型過程的醞釀期。¹⁵³

¹⁵² 林國隆，〈談水里蛇窯與文化產業的互動〉，《臺灣工藝季刊》，2002，第 13 期，第 50-54 頁。

¹⁵³ 參照附錄五：【訪談記錄 2】之【2-3】。

2. 集集鐵道轉型刺激下的水里蛇窯

對地方文化發展的重視不光是因為受到現實環境的壓迫（例如人口外流嚴重、地方老年人口比例快速攀升、資源分配傾斜失衡與地方生活機能衰退等），另一方面也會有來自於許多偶發事件的推波助瀾。水里蛇窯的傳統窯業轉型亦是如此，除了產業結構自身的問題外，窯廠的轉型也從參與集集鐵道支線的搶救行動（1986~1991年）中，獲得了相當大的啟發。

集集支線築造於日治時期，主要是為提供興建日月潭發電廠所需之材料運送，而修築通往車埕的縱貫鐵路。集集線由彰化二水鄉起站，沿線行經鄉鎮還包括了南投縣名間鄉、集集鎮及水里鄉等地。¹⁵⁴在支線未建以前，對外交通主要靠輕便車及挑夫運輸，運輸量少且轉運不便；支線興建完成後，改善了對外交通亦帶動沿線鄉鎮的旅客、農產和木材的運輸，提升支線的經濟功能。直到1986年鐵路局因經營困難，欲拆除鐵路而引發地方人士反對，之後，更促使各界地方人士發起守護鐵道行動。終於在1991年以「集集火車之旅」為策略而轉型，成為鐵道觀光的成功首例。這段期間（1986~1991年）地方鄉民搶救集集鐵道支線的運動，無論其出發點是為了當地的文化保存或交通便利，還是基於經濟發展的考量，整體來說都展現出了對在地的關注，而且是由下而上的意見表達。然而位於集集支線水里站沿線附近區域，因支線的轉型復駛，連帶的為二水、水里蛇窯以及其他鄉鎮帶入許多的商機，促使南投地方區域性經濟的擴及層面更為廣大，帶動鐵道沿線鄉鎮的觀光產業發展，其中又以集集鎮的觀光發展最為迅速。

對於水里蛇窯而言，集集支線可說是其產業發展的關鍵。當初林江松於水里設廠的考量因素之一，便是集集支線的通車，可提供產品運輸交通的便利性。然而，集集支線的停駛，無論對水里蛇窯或當地居民來說，影響所及，不只是只有外交通的不方便而已，更將造成地方經濟衰退以及產業蕭條的窘境。林國隆當時也參與搶

¹⁵⁴ 興建於大正八年（1919），大正十一年（1922年1月15日）正式通車。

救鐵道運動，甚至曾為「南投縣集集鐵道文化協會」¹⁵⁵的理事。在經歷這樣的刺激下積極謀求產業轉型，走向觀光休憩的方向，在訪談負責人的過程當中很清楚的瞭解到，他是有意地積極利用鐵道支線發展觀光的現有資源，將水里蛇窯納入鐵道觀光的路線中。在他的想法裡集集鐵道沿線的觀光資源，加上水里鄉本身所擁有的豐富自然資源與人文資源，極具發展觀光休閒的條件。¹⁵⁶果然，藉由集集鐵道支線轉型觀光的策動下，集集、民間、水里等鄉鎮的觀光、遊憩、住宿業、餐飲業等相關產業相繼應運而生。水里蛇窯藉著區域內各個多樣性產業的連結與整合，在地域內自成一個體系、形成一整套的區域觀光鏈帶，並於分工整合地方社區的經濟發展，提升了鄉鎮鄰里區域性間產業的相互支援性，亦增益地方生活機能的自主性，運用在地產業連結地方上有形無形的資源，達成振興地方經濟及帶動地方自足性的永續發展。

3. 小結

「水里蛇窯陶藝文化園區」原本是水里地區最早設立的窯廠，其產業歷經了1960~1970年的興盛時期，80年代的沒落以及90年代的產業轉型。藉著以下【圖表 2-3-1】說明水里蛇窯轉型背景，傳統陶瓷產業除受到現代化衝擊的因素外，還有相關政策與社經環境的影響。1989年專研傳統工藝振興的日本學者宮崎清，引進日本「地方產業振興」及「地域資源活化」的觀念與技術，並在水里（舊稱水沙連）及日月潭風景區進行研究推動，¹⁵⁷而成為計畫的調查對象並參與其中，首先為水里蛇窯的轉型埋下種子。接著，在經濟部中小企業處針對地方施行特色產業的再造與社區中小企業輔導的工作，還有集集火車以觀光為策略轉型復駛等相關因素的刺激

¹⁵⁵ 集集支線鐵路由於乘客寥落，而面臨被拆除之際，當地居民積極保護，因而成立了南投縣集集鐵道文化協會。

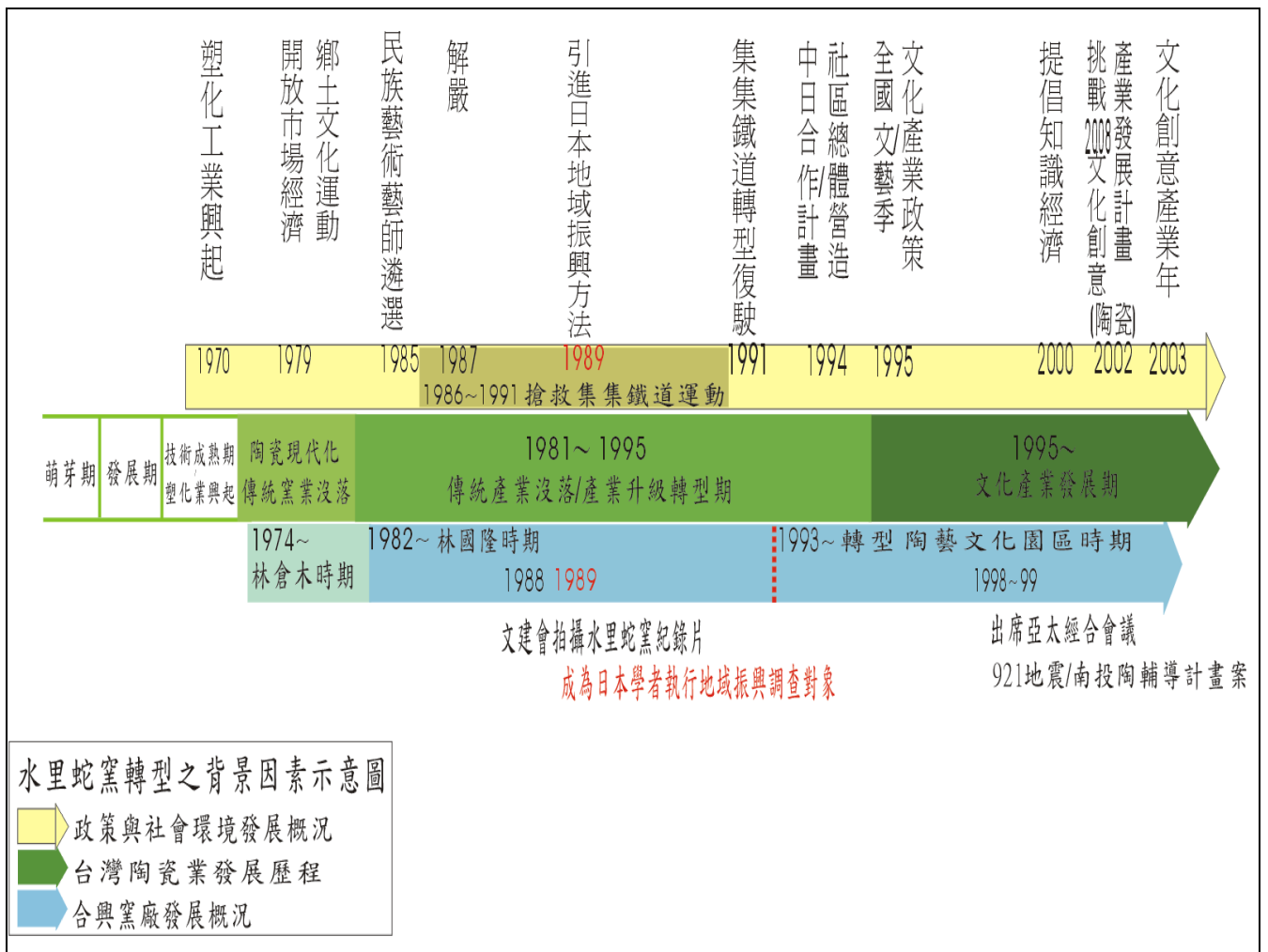
¹⁵⁶ 水里鄉位於南投縣中央地帶，北可達日月潭、魚池、埔里、合歡山等地，東達地利、丹大，西至集集、二水，南往信義、溪頭、新中橫、玉山、阿里山等地，其地理資源豐富且交通便利，先後因開發樟腦、糖業、林木砍伐、發電廠及製陶業而人口陸續遷入，人文歷史豐富更不在話下，因此深具觀光發展的條件與潛力。

¹⁵⁷ 進行「日月潭風景區觀光紀念品設計開發」、「水沙連地區觀光資源暨印象調查」等研究計畫之推動。

下，更是促成水里蛇窯轉型的近因。園區在 1993 年正式轉型後不久，正迎上政府陸續倡導地域振興、社區營造、文化產業等概念，並舉辦各種相關研討會與活動，使得水里蛇窯順利搭上傳統產業轉型的政策專車。

近年來，「文化創意產業發展計畫」成爲國家發展的重點，無論政府或民間單位，皆以此爲依歸積極推行。追尋歷年來的發展歷程，可推究出「產業」與「文化」的結合，成爲振興地方發展的重要方式，加以政府對地方文化日漸重視，倡導產業轉型的政策；從早期政府推動文化建設、運用日本社區營造的經驗改造國內的地方特色產業、推動全國文藝季重視地方文、提出「文化產業、產業文化」、「社區工藝」的構想等發展，逐步實踐地方再造，除延續產業升級政策幫助地方提振經濟外，亦強化地方文化認同，企以區域性特色之工藝產業來因應全球化的影響，降低臺灣加入 WTO 對國內經濟結構的衝擊。顯示出水里蛇窯朝向文化產業的發展，不光因爲產業結構內部先天不足的問題，亦受到政策、經濟與社會發展以及區域事件等種種影響的啓發。

【圖表 2-3-1：水里蛇窯轉型背景之示意圖】（本研究繪製）



第三章 水里蛇窯營運現況

由於社會、環境的變遷使得陶製用品逐漸被淘汰而歇業關閉之際，水里蛇窯懂得運用政策與自身的傳統元素，逐步再造其產業經營方式，先後獲得官方的肯定。1998 年獲交通部觀光局提報推薦為「最佳範例模式案例」，成為「亞太經濟合作會議」中，代表臺灣發表的兩項地方特色產業議題之一，而依據文建會之文化創意產業推動小組對文化創意產業範疇所作的分類與認定，評選出包括水里蛇窯等二十八家相關產業為「生活創意產業」¹⁵⁸之績優創意生活事業。水里蛇窯搖身一變成爲地方性傳統產業振興的代言者，也成功成爲政策宣傳的案例之一。

第一節 園區概況與設施簡介

由於「社區總體營造」與「文化產業」政策相繼於水里蛇窯轉型後正式的被提出，在配合政策的推動下，日漸發展順利，除落實政策的實踐，亦凸顯出地方文化發展趨於積極的動向。水里蛇窯於在 1993 年 11 月 12 日（中華文化復興節當日），正式轉型爲國內第一座陶藝文化園區--「水里蛇窯陶藝文化園區」¹⁵⁹，將工廠運作結合教育文化與產品生產兼備的路線發展，還有特地選在中華文化復興節當日轉型，當然不難察覺出經營者欲將傳統產業予以復興、恢復生產的意圖。「社區總體營造」與「文化產業化、產業文化化」兩概念相互激盪、結合，¹⁶⁰迅速成爲改善地方經濟、強化地方認同的特效藥，而水里蛇窯的在地性（區域性）、歷史性與工藝性價

¹⁵⁸ 行政院文化建設委員會，《2003 年文化創意產業發展年報》，台北：經濟部文化創意產業推動小組出版，2004。其中所述：「源自創意或文化積累，以創新的經營方式提供食、衣、住、行、育、樂各領域有用的商品或服務。運用複合式經營，具創意再生能力，並提供學習體驗活動。」

¹⁵⁹ 他以「水里蛇窯」爲其品牌形象，而工廠證照名稱仍爲合興窯業，其商標名稱爲「水里蛇窯陶藝文化園區」。

¹⁶⁰ 「民國八十四年是手工業研究所，推動地方產業振興工作與『社區總體營造』正式結合的一年，形成所謂的『社區總體營造的文化產業』。」蘇昭英、蔡季勳主編，台灣社區總體營造的軌跡，文建會官方網站：<http://www.cca.gov.tw/news/news79/>（搜尋日期：2004.10.17）。

值，具有相當的條件，在成為政府特色產業再造與社區企業輔導的對象之後，也強化產業與文化共生的雙重結構方向，1998年以來所獲得之種種獎項榮譽，對園區而言不但具有指標性的象徵意義，進一步也為產業政策再造的成功背書。¹⁶¹

水里蛇窯在1993年正式轉型後，園區的設施與整體環境便有明顯的改變。在轉型經營前以窯（蛇窯、瓦斯窯）、師傅成形區、牛練池、倉庫等生財設施為主要，以生產產品販賣為目的。轉型為水里蛇窯陶藝文化園區後則有：視聽簡報室、陶藝教室、師傅成形區、牛練池、現代窯、展售部、藝廊、咖啡館、文物館、挑戰金氏世界紀錄資料館、九二一震災紀念館及紀念碑、許願陶磚、千禧雙口瓶等設施，另外還有陶壁畫、窯神「羅文」¹⁶²的造像、枕木步道以及龍罐¹⁶³造型的水龍頭與洗手台。（參見第四章之【圖表 4-3-1：舊陶器、水缸應用於各個層面】）

參訪者入園參觀以地面樓層之設備與展示為主，蛇窯文物館由於為園區之展示重點之一，導覽人員會主動帶領遊客到二樓參觀，而其它部分則讓遊客自行參觀，因此參訪團體不必團進團出的上下樓，降低解說隊伍分散脫隊的情況，這也是為了解說人員帶領上的方便性。（參照【圖表 3-4-1：水里蛇窯陶藝文化園區導覽流程示意圖】、【圖表 3-1-2：水里蛇窯園區第一、第二樓層示意圖】）

（1）**視聽簡報室**：專門播放蛇窯發展歷史及製陶過程之紀錄短片，此片由1988年文建會所拍攝之紀錄片剪輯而成。通常視聽簡報室是參觀水里蛇窯中導覽解說流程的第一站，以建立參訪者對水里蛇窯的初步認識。每當有團體入園參觀時必定會引領遊客進入視聽簡報室，另外也會針對非團體性之遊客做不定時的播放。（參見【圖

¹⁶¹ 例如1998年獲得行政院文建會之「文馨獎」；省政府民俗技藝特別貢獻獎；交通部觀光局薦報亞太經合會議(APEC)「兼顧社會責任之觀光發展」產業經營範例；中華民國國際貿易協會傑出代表企業；救國團二等青年服務獎章。於1999年獲省政府之「中興文藝獎章」；教育部技職教育名人獎；救國團一等青年服務獎章；救國團五等勞績獎章；南投縣稅捐稽徵處表揚開立統一發票績優良營業單位。於2000年行政院文建會九二一震災績優文化義工。在2003年獲評為優良創意生活事業。

¹⁶² 臺灣傳統的窯廠大都有祭祀窯神的習俗。由於技術的傳承不同，所崇拜的窯神也不同，以土條盤築法做陶的窯廠供奉「羅文祖師」；以轆轤成形法做陶的窯廠供奉「羅明先師」。傳說「羅文祖師」與「羅明先師」兩人是兄弟，都精於製陶，而各有所長。

¹⁶³ 「龍罐」是有龍形紋飾的大茶壺，早期作為供應群體工作時解渴之用。

表 3-1-1】)

(2) **蛇窯文物館**：是由老蛇窯原址架高改建的二層樓建物，地面層為老蛇窯，蛇窯右側為陶藝教室，左側窯身有一入口，可供遊客進入窯穴中參觀。二樓右側的文物以歷時性觀點，陳列有水里蛇窯早期發展的老照片以及製陶工具，從伐木、取土、成形到燒窯等各種程序所使用的工具，¹⁶⁴二樓左側則以主題式的展示概念，將先民日常生活中所使用之陶製器皿一一呈現，¹⁶⁵還有大型水管接頭以及二次世界大戰時日軍委託製作的防空缸、硫酸甕等。文物館於 2004 年經過重新整理與規劃後，文物與展示說明之關係較為協調，文物展示之內容主題性更為強烈，展示的效果亦更能吸引參訪者的關注，一改過去館內陳設簡略、雜亂、結構性與關聯性不足的問題。(參見【圖表 3-1-1】)

(3) **挑戰金氏世界紀錄資料館**：經過 1999 年的九二一地震災害，蛇窯主體損毀大半，於 2000 年園區重新整理完成後，以「土條盤築法」製作出一個高 6.68 公尺的大陶瓶，並命名為「千禧雙口瓶」¹⁶⁶，一舉改寫澳洲陶藝家所創 5.66 公尺高的世界紀錄。此館所展示的內容即為當時打破世界紀錄的過程資料和相關紀錄。¹⁶⁷

(4) **牛練池**：這是一座矮棚，棚中有一隻模型牛站立於土坑之內。早期先民牽著牛隻讓牛在練土池中不斷的踩土，而另一人則跟在牛的後面不停的翻土，直到將土練製完成。企圖以具體形象讓遊客易於瞭解先民運用牛隻來做為練土工具的情況。(參見【圖表 3-1-1】)

(5) **師傅製陶成形區**：目前共有八位陶藝師傅在成形區負責生產，一方面可以現場展示「土條盤築法」、「徒手成型法」及「手拉坯」的陶器品成型方式及製作流程，¹⁶⁸另一方面所製作的陶器可以提供給顧客廠商，以及供應園區販賣部、餐飲部、咖啡館所使用之餐具。(參見【圖表 3-1-1】)

¹⁶⁴ 如木拍板、石杵、轆轤機、注漿之石膏模型、鏟坯機等等。

¹⁶⁵ 如水缸、酒甕、碗盤、金斗甕、陶枕、陶製的神像、花器、茶壺、油壺等等。

¹⁶⁶ 取「雙雙對對、萬年富貴」之意涵，象徵著平平安安之意。

¹⁶⁷ 自 1999 年 12 月 6 日起，以挑戰金氏世界紀錄最高陶器的方式，舉辦一系列災後重建活動，並於 2000 年 6 月 10 日成功完成 6.68 公尺高的陶瓶。

¹⁶⁸ 陶器製造流程：其製作通常要經過取土、練土、成形、初步陰乾、修坯、裝飾、完全乾燥、施釉和燒成等過程。

(6) **現代窯**：其中有電窯、瓦斯窯、水幕式噴釉區等，另外還負責產品包裝及出貨的工作，目前謝絕一般訪客參觀。(參見【圖表 3-1-1】)

(7) **展售部**：販售蛇窯自製生產之陶製用品(約占其中的 65%)，其中多以陶藝品為主，例如：花器、茶杯、餐具、茶具、風鈴、燭臺...等。另外還有其它廠商之工藝品或寄賣之飾品、紀念禮品(約占 35%)。(參見【圖表 3-1-1】)

(8) **九二一震災紀念館及紀念碑**：震災紀念館是由陶根居書坊改建而成。¹⁶⁹在九二一大地震中，陶根居書坊、蛇窯主體及園區其它建築遭到毀損，園區迅速於災後五十個工作天內重建完成，為紀錄此事件以及修復過程，因此將陶根居改為紀念館。另外，園方也藉由整修古窯的機會，將蛇窯的構築方式做全盤的紀錄及文獻的整理。(參見【圖表 3-1-1】)

(9) **陶藝教室與拉坯體驗區**：提供遊客捏陶、學習手拉坯之初階陶藝教學。在完成報名繳費程序後，¹⁷⁰可選擇徒手捏塑成形法或手拉坯成形法，由遊客自行完成作品的成形階段，經過乾燥後，陶藝工作人員將會替遊客作品上釉並燒製完成。最後，園方再與宅配業者(新竹貨運股份有限公司)簽約，以異業結合的方式，將其完成品送達遊客所指定之地址。(參見【圖表 3-1-1】)

(10) **藝廊**：可提供國內陶藝家作品展覽以及販售的空間，或提供收藏者展示之用。(參見【圖表 3-1-1】)

(11) **服務台**：提供園區導覽解說及其他諮詢服務。

(12) **餐廳茶坊與蛇窯咖啡館**：由於餐廳茶坊營運不佳，已於 2004 年停止提供用餐服務，目前僅由咖啡館提供遊客休憩飲食。(參見【圖表 3-1-1】)

(13) **許願陶磚**：是一塊素燒之陶磚，陶磚旁附有毛筆與清水，參訪者可以用毛筆沾水於陶磚上練習寫字。

除以上設施外，鄰近有「藝之森形象公園」，為水里蛇窯陶藝文化園區之關係企

¹⁶⁹ 原為有各種陶藝書籍的小型圖書坊，目前已改為九二一震災紀念館，圖書坊無對未開放閱覽。

¹⁷⁰ 一份陶土 250 元，運費另計，為 150 元。

業，包括「樹屋民宿」、「怡園餐廳」與「竹風食堂」等，提供蛇窯當地的餐飲與住宿服務。另外，還規劃「蛇窯棧道徒步區」，這是一條由蛇窯公車站牌到園區入口的行人徒步區，全長約 200 公尺，沿著河道邊緣所架構出的棧道，設有紀念品、農特產品、原住民飲食與藝品等攤販商舖，招攬各式攤販商家進駐，以收取營業租金。水里蛇窯跨足其他領域，以鏈式多角化之策略，擴張事業範圍、分散經營風險而產生經濟效益之規模。

【圖表 3-1-1：水里蛇窯園區概況】（資料來源：水里蛇窯陶藝文化園區）

		
<p>視聽簡報室</p>	<p>文物館（2004 年以前的展示方式，單線式陳列）</p>	<p>文物館（2004 年以後的展示方式，主題性較強）</p>
		
<p>蛇窯主體與文物館</p>	<p>早期窯廠以牛隻練土的情況。</p>	<p>牛練池（模型）</p>
		
<p>金氏世界紀錄資料館</p>	<p>千禧雙口瓶</p>	<p>成形區（圈泥成形法）</p>



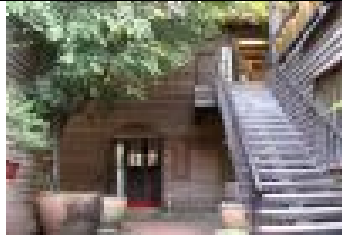
成形區（拉坯成形法）



現代窯



展售部



九二一震災紀念館



九二一震災紀念碑



陶藝教室



拉坯體驗區



藝廊



蛇窯咖啡館

第二節 園區組織架構

首先，在人事組織方面，園區之人事編制有：董事、經理、秘書、行政助理、會計、餐廳、咖啡館、展售部、售票員、庶務各一人，土條圈泥法師傅、修坯、裝飾、捏陶、上釉、燒窯、各一人，四位手拉坯師傅以及二名專職之導覽人員。2003年之際，編制內之員工總數共為二十二名，但2004年後因餐廳與咖啡館營運不佳而縮編，平時由文化服務組之同仁兼任，假日或情況需要時則以臨時性聘僱為之，因此目前從業人員共二十名。其中，園區工作人員當中，包括董事、經理、會計、庶務、文化服務組組長等皆有親屬關係，且大多屬於管理階級，延續早期家族式的經營方式（參見【圖表 3-2-2：職稱與分工內容】）。

本研究觀察發現，園區內專職土條圈泥法的示範表演者，從學徒時期（約十～二十歲間，確實年齡不詳）便在水里蛇窯學習，並從事土條圈泥法之製陶工作，至今已超過五十年。園區轉型之後，除每天從事示範表演外，還負責園區環境之清掃工作，並沒有受到太大的尊重，而且反而是一位擁有十八年陶藝經歷的拉坯師傅，擔任陶藝生產組組長，並兼任遊客團體之陶藝教學組長。因此筆者認為：圈泥法師傅在園中地位的不高，這應該與師傅是否具有實質生產力與創造力有關。雖然，土條圈泥法對水里蛇窯而言，是項極其重要的傳統資產，但師傅在這裡所捏製的水缸，最後大部分都加水溶解，因而園區的土條圈泥法實際上是「表演」的性質居多。另外，園方還會有2~4人是非編制內的假日工讀生，他們主要參與票務工作或咖啡館的餐飲服務，而交通疏導員則約2~3人，負責假期間的交通疏導，其人員多半來自地方的義交大隊。

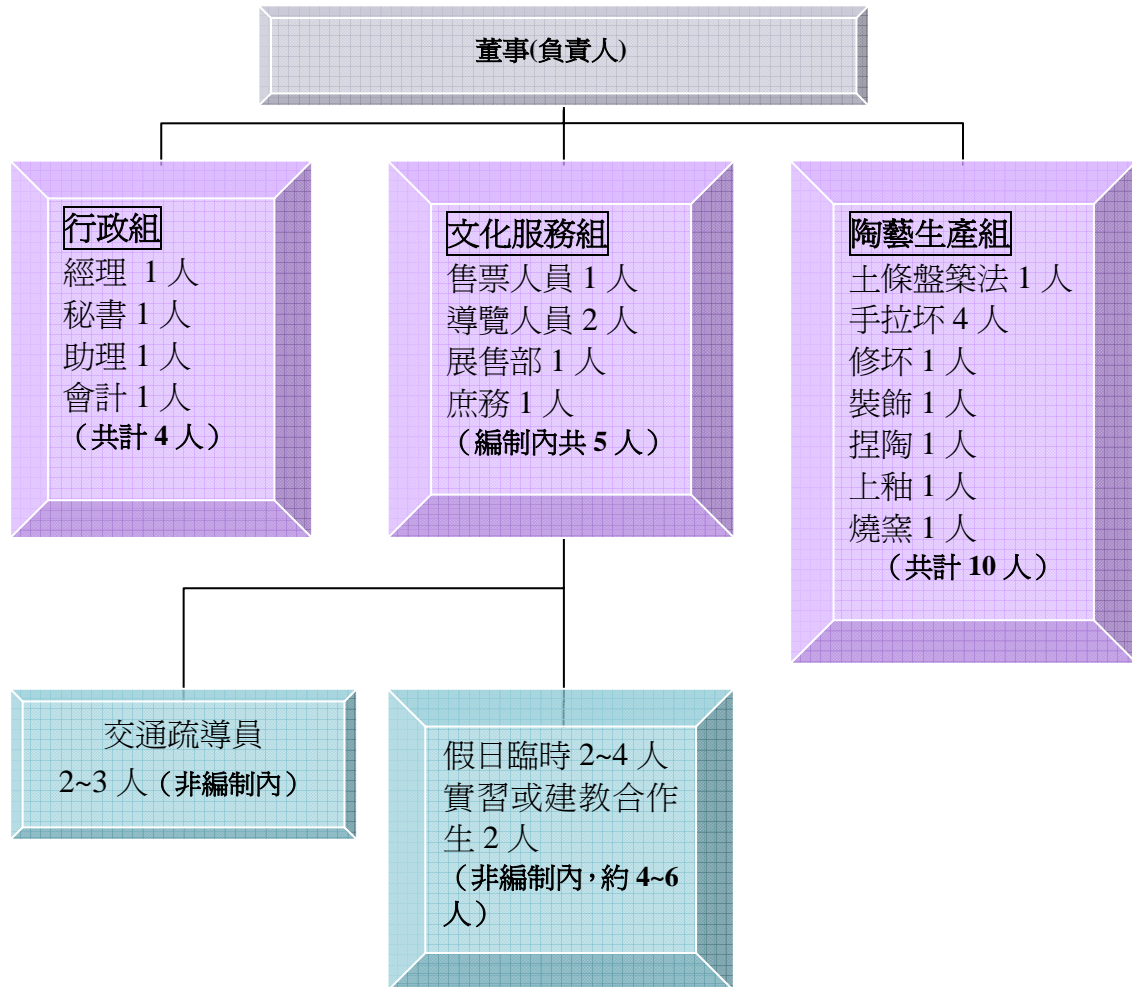
園區之人事編制與分工內容整理如下【圖表 3-2-1、圖表 3-2-2、圖表 3-2-3】，本研究以工作內容與屬性來區分之後，可清楚發現此編制中，除了董事與副董事之外，可分為行政、文化服務、陶藝生產等三大類型部門，其中的文化服務部與陶藝生產

部人數最多、分工最細，可說是園區的二十大部門。園區之組織架構與編制和早期相比較，最大的不同便在於新增遊園服務部門的編制，而陶藝師傅在早期也沒有對一般大眾提供解說服務以及示範製陶，但對於轉型後的各型陶藝文化園區來說，文化服務與陶藝生產往往是該園區整體運作的核心。再從人員之工作內容來看，園區內除兩位專職解說員外，平常司職於行政或陶藝生產部門的人員，多半也能兼任導覽工作，在特殊節慶活動或例假日參訪人潮大增之時，以紓解解說人員不足之窘況，而且園方也常與休閒觀光事業相關科系學校合作，尤其是在每年七、八月份旅遊旺季時，多半會安排二位以上實習生或建教合作生加入導覽解說的工作，既可提供學生實習的機會，也能提供遊客更多的服務。

【圖表 3-2-1：人事編制】（本研究製表）

部門名稱	編制內容	人數	總人數
窯主	董事	1 人	小計 20 人
行政組	經理、秘書、行政助理、會計	4 人	
文化服務組	導覽員 (2 名)、展售部、售票員、庶務	5 人	
陶藝生產組	土條盤築法 1 人 手拉坯 4 人 修坯 1 人 裝飾 1 人 捏陶 1 人 上釉 1 人 燒窯 1 人	10 人	
其他非編制內	實習生或建教合作生	2 人	小計 6~14 人
假日臨時員工	工讀生	2~4 人	
交通疏導員	給薪之義交人員	2~3 人	

【圖表 3-2-2：組織架構圖】（本研究繪製）



【圖表 3-2-3：職稱與分工內容】（本研究製表）

部門	職稱	工作內容	備註
負責人	窯主 (林國隆)	主要負責統籌領導園區之市場開拓與經營方向，並與社造人士、社團協會、政府機關、旅遊業者或飯店旅館業者，結合做策略聯盟和異業結合的連結。	兼南投縣觀光產業聯盟協會理事長
一般行政人員	經理	負責園區人事、管理及營運，為榮譽給職。	為窯主舅舅
	秘書	為窯主個人秘書，與窯主做直接與密切的配合；兼任導覽解說人員的訓練與管理，為行政組之組長。	兼南投縣觀光產業聯盟協會秘書
	會計	掌管園區財務之收支及管理，以及販售部之營運管理；兼任園區之副董事。	為窯主之妻
	助理	負責園區之網站管理、產品管理、與導覽解說等工作。	

文化服務人員	售票員	負責入園售票或製作紀念品，兼任文化服務組之組長。	為窯主之妹
	導覽員 2 名	主要負責導覽解說、製作紀念品、廣播及諮詢服務等工作。	
	餐廳、咖啡館	服務遊客用餐或咖啡館的運作。	
	展售部	負責展售部運作或藝廊之陶藝品販售服務。	
	庶務、技工	負責園區之水電維修、貨品運送、園區景觀之維護與計數工作。	窯主之妹夫
陶藝生產人員	拉坯師傅生	專職拉坯成形的工作，拉坯經驗已達十八年，為園區拉坯資歷最深者，任陶藝生產組組長；另兼遊客團體之陶藝教學組長。	陶藝生產部組長
	土條圈泥法師傅	專為土條圈泥法之示範表演者，學徒時期便在水里蛇窯學習土條圈泥法製陶，至今已超過五十年。另外負責園區環境整潔之打掃。	自學徒起便於場內工作之匠師
	拉坯師傅	專職拉坯成形，遊客團體之陶藝教學。	
	拉坯師傅	專職拉坯成形的工作、遊客團體之陶藝教學。	
	拉坯師傅	專職拉坯成形的工作、遊客團體之陶藝教學。	
	(拉坯師傅)	兼職性質，亦參與拉坯與陶藝教學的工作。	為窯主姪親
	修坯師傅	專職修飾陶坯、遊客團體之陶藝教學。	
	裝飾師傅	專職坯體黏貼或裝飾以及遊客團體之陶藝教學。	
	捏陶師傅	專職徒手捏陶成形、遊客手捏陶藝教學的工作。	
	噴釉師傅	施釉經驗達十餘年，負責園區產品及遊客作品的噴釉工作，偶而兼擔任導覽解說等工作。	
燒窯師傅	以瓦斯或電窯燒窯，以及貨品之包裝工作。		
臨時人員	假日臨時	與售票員直接配合。	皆非園區編制內人員，但為常態性執行。
	假日臨時	於咖啡館服務以及製作遊客紀念品。	
	建教或實習生 2 名	每年七、八月份的暑假旅遊旺季，加入導覽解說的工作，兼負責製作贈送的遊客紀念品。	
其他	交通疏導員 2 或 3 位	來源為地方上之義交人員。每逢節慶或例假日時，於園區公車站牌附近負責指揮交通及疏導的工作。	

第三節 營運與經費來源

水里蛇窯的收入來源大致可分為 1.園區自籌、2.行政院文化建設委員會、3.交通部觀光局日月潭國家風景區「水里硿窯遊憩區」、4.國立臺灣工藝研究所「臺灣經典窯燒」等四個方向，而在單位自籌的部分中又包括門票¹⁷¹、陶藝教室、販售部以及廠商訂單等四種（參見【圖表 3-3-4】）。

園區每年平均約有十至十五萬人次的觀光人潮，¹⁷²參訪團體中以學生戶外教學、公司旅遊、民間社團等方面較多，而零散遊客與家族旅遊所佔的比率較少。透過本人於園區實習之觀察紀錄與訪談當中得知，歷年來水里蛇窯的參觀人數常因氣候、天災、假期節慶或其他因素而有所起伏，例如，寒暑假旺季的週一至週五，平均一天的參觀人數約在 250 至 500 人左右，但在週末假日時，常暴增到 2000 人左右，為平常（週一至週五）的三到五倍左右，若每逢連續假期或特殊節慶時，甚至可高達 2500 至 3000 人的參訪人潮。¹⁷³到了 3、4 月以及 9 月至 12 月的旅遊淡季時，由於許多旅遊業者大多會在此時推出促銷方案，因此各公司行號或學校，便會趁此機會安排旅遊活動以及戶外教學，所以學生族或上班族等團體性的參訪者都會增加不少，非假日則大約是 100 至 200 人的參觀數。（參見【圖表 3-3-1】）但是若遇上天災或天候不佳時，常有寥寥數十人的參觀紀錄，甚至在某些特殊節日也有參觀人數極少的情況，例如中元節、清明節等。這些情況皆影響園區門票收入狀況起伏不定的主因。

¹⁷¹ 門票分為優待票 80 元、團體票 100 元、一般全票 120 元三種；持優待票或一般全票的散客所佔百分比比較少。

¹⁷² 財團法人國家文化藝術基金會 策劃，《文化創意產業實務全書》，台北：商周出版，2004，第 130-131 頁。

¹⁷³ 水里蛇窯每年平均約十五萬人次觀光人潮，2002 年農曆春節假期曾創下單日三千五百人次的紀錄。參見財團法人國家文化藝術基金會 策劃，2004，《文化創意產業實務全書》，台北：商周出版，第 130-131 頁。

【圖表 3-3-1：各月份參訪人次之參觀結構】（本研究製表）

月份：	參訪結構：	粗估之參觀人次	
		週一~週五	假日
1~2 月	公司行號團體旅行、散客與家族旅遊、銀髮族等為主	200~500 人不等	200~600 人不等
3~4 月	公司行號團體旅行為主	100~200 人不等	250~500 人不等
5~6 月	學生戶外教學或畢業旅行為主	100~150 人不等	500~1000 人左右
7~8 月	散客、家族旅遊、民間社團、學生團體等為主	250~500 人左右	1500~2500 人不等
9~12 月	公司行號、散客與家族旅遊、銀髮族等為主	100~200 人不等	200~600 人不等
特殊節慶	散客、家族旅遊、學生團體等	600~3000 人不等	
天候不佳或其他因素	散客為主	2~50 人不等	

此外，入園參觀人數的多寡對於陶藝教室、藝品販賣、咖啡廳等方面的收入往往具有決定性的影響，因此參觀人數愈多，愈有助於園區內其他部門消費的成長。依據賴季羚〈水里蛇窯陶藝文化園區導覽解說效果評估〉中，針對 34 個參訪團體的背景資料，¹⁷⁴也有助於瞭解團體性參訪者在假日與非假日的人潮比率落差非常大，而且絕大部分是第一次來到蛇窯參觀。關於這點本研究認為則是與團體旅遊的客群性質有關，由於大半為學生團體的戶外教學，因此重複參觀的比率極低，而公司行

¹⁷⁴ 資料來源：賴季羚，2004，《水里蛇窯陶藝文化園區導覽解說效果評估》，朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文，（表 4-5-1：團體遊客背景資料分析表）。

項目	一 參觀時期		二 參觀時間				三 居住地區				四 旅行社服務		五 停留時間			六 團體人數			七 遊客分布階層			八 第一次來蛇窯				
	非假日	假日	下午	上午	未填寫	國外	離島	台灣南部	台灣中部	台灣北部	有	無	3 小時以上	2~3 小時	1~2 小時	1 小時以內	100 人以上	60~100 人	30~60 人	30 人以下	其他	老人	上班族	學生	否	是
34N	13	21	21	13	1	0	0	1	7	9	16	0	0	9	18	7	9	5	13	7	14	1	9	10	3	31
百分比	38.2%	61.8%	61.8%	38.2%	0	0	2.9%	20.6%	26.5%	47.1%	52.9%	0	26.5%	52.9%	20.6%	26.5%	14.7%	38.2%	20.6%	41.2%	2.9%	26.5%	29.4%	8.8%	91.2%	

號的員工旅遊，則因為大多擁有是否參與的選擇權，使得再次參觀的人也減少許多。另外，【圖表 3-3-1：各月份參訪人次之參觀結構】與【圖表 3-3-3：整體之參訪者結構比例】是依據園區歷年來之觀察統計提供本研究所的結果，其中參訪者的結構以學生團體就佔了五成以上。更精確的數字統計可參考賴季羚〔團體遊客背景資料分析表〕則是以團體單位為出發，短期內針對 34 個團體遊客而獲得之比例數據。¹⁷⁵其數據與園區長年以來所得的經驗數據不盡相同，但其中仍明顯看出學生族群與上班族是主要參訪客群。本研究認為園區所提供之較長期的資料，雖不夠精確，但較能呈現十數年來轉型經營的整體之概況，因此仍加以採納其資料。

目前水里蛇窯靠觀光所帶來的收入，約佔總收入的百分之六十到六十五左右，比例佔得相當重。¹⁷⁶但是，由於觀光旺季與淡季間的營收落差相當大，而且入園參觀人數，往往也牽動著園區內其他部門的收益。若水里蛇窯在營運上完全仰賴於觀光客的話，並無法維持園區長期而穩定的經營狀態，因此有必要積極開拓市場、接受各方廠商的訂單，例如與南投縣觀光局以及臺灣工藝研究所合作研發產品，與日月潭涵碧樓飯店開發七十多種臥室用品，為知本老爺酒店、信義鄉農會的酒莊等單位合作開發酒瓶，以及觀光列車開發陶瓷便當等，使生產線的作業不中斷，穩定長期性的收支與運作。¹⁷⁷實際上，開發其它產品與陶藝生產工作，在其它的陶藝園區或陶藝工作室中也常被運用，而且其收入比率同樣佔整體的一半以上。

基於商業機密的考量，園方並未對外公開相關營收的詳細資料，但依據園區經驗所提供之各月份參訪人次之參觀結構(【圖表 3-3-1】)、整體之參訪者結構比例(【圖

¹⁷⁵ 第一階段進行問卷調查，期間從民國九十三年七月起至十一月止，第二階段進行觀察法，期間從民國九十三年十月起至十一月止。

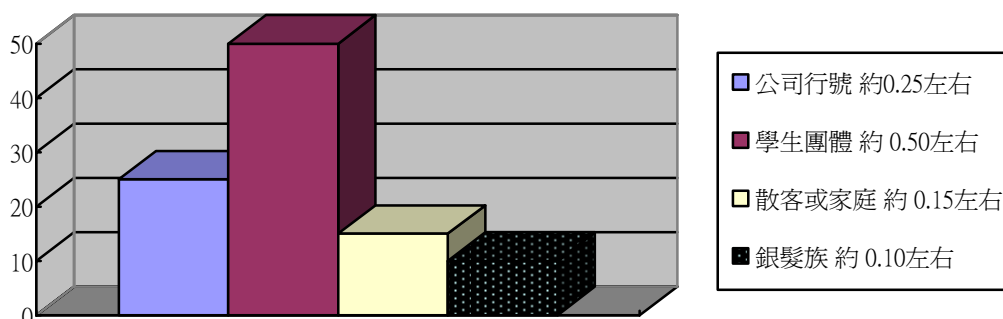
¹⁷⁶ 附錄五：【訪談紀錄 2】之【2-4】。此外，也與《文建會臺灣生活美學系列叢書【新生活工藝】：陶瓷產業特輯》中，楊晉一採訪窯主所整理之資料數據相同。參考張瓊慧 總編輯，《文建會臺灣生活美學系列叢書【新生活工藝】：陶瓷產業特輯》，台北：生活美學館出版，2004，第 16-23 頁。

¹⁷⁷ 參見參照附錄五：訪談紀錄【2】之【2-4】。

表 3-3-2】)，以及由研究者於綜合訪談與觀察紀錄，¹⁷⁸概略推估出園區收入來源概況，可參考【圖表 3-3-3】、【圖表 3-3-4】。由於園區長期以來並沒有對參訪者階層與背景做詳細完整的調查，以及觀光收益不穩定性極強的因素下，所得數據資料不足，所以均為約略的比值而已，還請讀者指教。一般而言，筆者觀察團體性的遊客（學生團體或公司旅遊）約有三分之一到四分之一的比率在參觀完後，會於園區內進行其它的消費，例如陶藝教室、展售部、咖啡餐飲等消費，而散客或家族親子旅遊的參訪者大多因為沒有旅行社的介入，時間安排上沒有強制性與行程緊迫的干擾，能有較充裕的時間於園區其他部門進行更多的消費，包括陶藝教室、展售部，還有餐飲咖啡館或是棧道攤販等方面的消費。依據所觀察之估算以及園方所提供之訊息，得到的以下收入來源概況表【圖表 3-3-3、圖表 3-3-4】，其中可看出，園區接受廠商訂單的收入約佔觀光收入的三成五到四成左右，是相當重要的收入來源。

整體來說，陶藝師傅於園區內製作廠商訂製的產品，達到持續生產營運的目的，亦可將其製作過程展示於大眾面前，再附加以導覽解說的服務，而含有教育的作用，使得水里蛇窯既可以合興窯業的工廠型態營運，又以陶藝文化園區的面目示人，不可不謂一舉數得。

【圖表 3-3-2：整體之參訪者結構比例】（本研究製表）

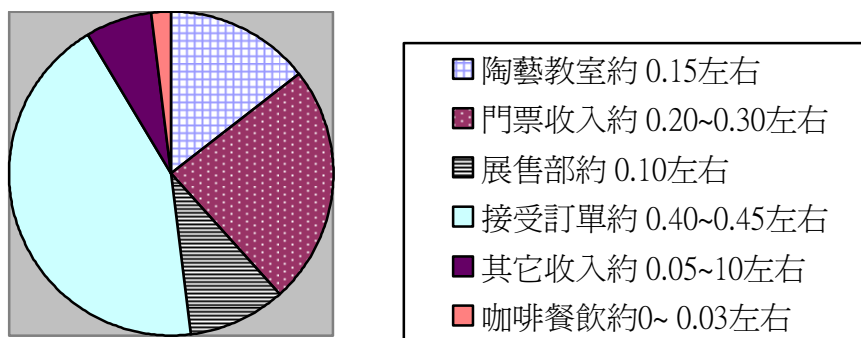


¹⁷⁸ 行政院文化建設委員會，楊晉一 採訪，張瓊慧 總編輯，《文建會臺灣生活美學系列叢書【新生活工藝】：陶瓷產業特輯》，台北：生活美學館出版，2004。

【圖表 3-3-3：園區收入來源概況】（本研究製表）

收入來源	約略的百分比	備註
門票	約 20~30 % 左右	門票分為優待票 80 元、團體票 100 元、一般全票 120 元三種，參觀者以學生團體、公司行號等 20 人以上的團體為主，持優待票與一般全票的遊客相對少很多。
陶藝教室	約 15%左右	一份黏土為 250 元，運費 150 元另計。
展售部	約 10%左右	園區自製之陶製用品約占 65%，例如：花器、茶杯、餐具、茶具、風鈴、燭臺...等。另外還有其它廠商之工藝品或寄賣之飾品、紀念禮品等約占 35%。
咖啡館及餐廳茶坊	約 0~3%左右	對於園區整體收入之經濟效益不大，餐廳茶坊現已停止營運。
接受訂單	約 40~45 % 左右	例如，供應日月潭涵碧樓、知本老爺溫泉酒店等高級餐旅業所需之餐具。
其它	約 5~10%左右	包括行政院文化建設委員會。交通部觀光局日月潭國家風景區「水里硿窯遊憩區」。國立臺灣工藝研究所「臺灣經典窯燒」等單位的資助。

【圖表 3-3-4：園區收入來源概況圓餅圖】（本研究製表）



第四節 園區之導覽系統與策略

吳忠宏認為「解說」是一種教育性活動，目的在揭示事物的使用方式、來源、意義與關聯，並以說明性強之方法或媒體來運作，不只是傳播事實的知識，也是溝

通人與事物或環境之間概念的過程或活動，啓發人對事物或環境的知識與瞭解。¹⁷⁹導覽系統與解說的內容，不論是透過講述、文字或其它媒介的形式詮釋，或多或少、有意無意識的影響遊客的認知或體驗，一方面能夠刺激參訪者對相關領域或開拓其它方面的認知與瞭解，另一方面也能提升參觀或遊憩體驗的品質，使遊客有愉快的經驗及回憶。園區之導覽解說系統包括有「人員解說」、「視聽簡報」、「電腦解說系統」及「解說牌」、「簡介摺頁」等方式。筆者觀察發現其中的「人員解說」與「視聽簡報」，是使參訪者在最短時間內獲得最大量訊息的解說系統，也是遊客最容易接受的部分，其次是「解說牌」與「簡介摺頁」，而使用率最低的是設立於二樓咖啡館的「電腦解說系統」。「電腦解說系統」的設立有其教育性，大多參訪者亦肯定此設施，但多數人卻不知道有此服務。¹⁸⁰事實上，筆者在園區進行實習時，經過兩日之後才發現「電腦解說系統」的所在位置，這或許與解說員積極介入、主動帶領的遊園方式，以及標示不明顯等因素有關。

約有九成的團體性參訪，會安排解說人員導覽園區，原則上是一輛遊覽車（約30~50人左右）有一名解說員負責導覽介紹，而散客部分，雖可主動要求解說服務，但往往卻缺乏主動性，許多散客是沒有透過導覽人員介紹的隨性參觀。依據園方經驗所述，參訪團體以假日或下午一點到三點的時段為最多數，滯留的時間以1.5~2小時者最多，大多數的參訪團體是由旅行社帶領的規劃行程之一，且多為第一次參觀水里蛇窯。園方認為此類型參訪者是最大客群，不可輕忽，因此會求解說人員做到積極主動的方式帶領遊客參訪，所以水里蛇窯通常以「人員解說」的方式積極介入、主動帶領遊客參觀，而遊客則多半是跟隨解說員的程序與方式聽從解說。一般而言，當遊客進入園區後，首先導覽人員會帶遊客進到視聽簡報室，播放一段約23分鐘的蛇窯歷史紀錄片，為參訪遊客簡介早期產業發展的概況、燒陶製器的流程

¹⁷⁹ 吳忠宏，〈解說理論與實務〉，《休閒旅遊文化研習專輯》，台中：國立台中圖書館出版，2000，第165-184頁。

¹⁸⁰ 賴季羚，《水里蛇窯陶藝文化園區導覽解說效果評估》，朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文，2004。

以及歷史。接著，才由導覽人員帶領遊客參觀老蛇窯及解說文物，再引領參訪者進入窯洞內部參觀。由窯洞出來之後再到師傅拉坯工作區、圈泥成形區和修坯區參觀。若參訪者滯留園區的時間足夠，可依照參訪者的意參加陶藝教學，製作陶藝品（參見【圖表 3-4-1：水里蛇窯園區導覽解說之流程示意圖】）。

關於導覽流程的長短以及掌控方面，需要依參訪團體的需求與時間，選擇適當的點結束導覽，逗留時間較長者，還可多加上「九二一震災紀念館」、「陶壁畫」、「窯神」、「魚池景觀」、「藝廊」等景點的導覽介紹，最後於藝廊附近結束園區之導覽解說工作。另外，還有規劃兩種導覽解說流程的路線，以應付五、六團以上不同參訪團體同時入園參觀，分散團體，避免導覽人員解說時，音量與內容和其它團體產生相互干擾之情況。（參見【圖表 3-4-2：水里蛇窯陶藝文化園區其它導覽動線規劃示意圖】）

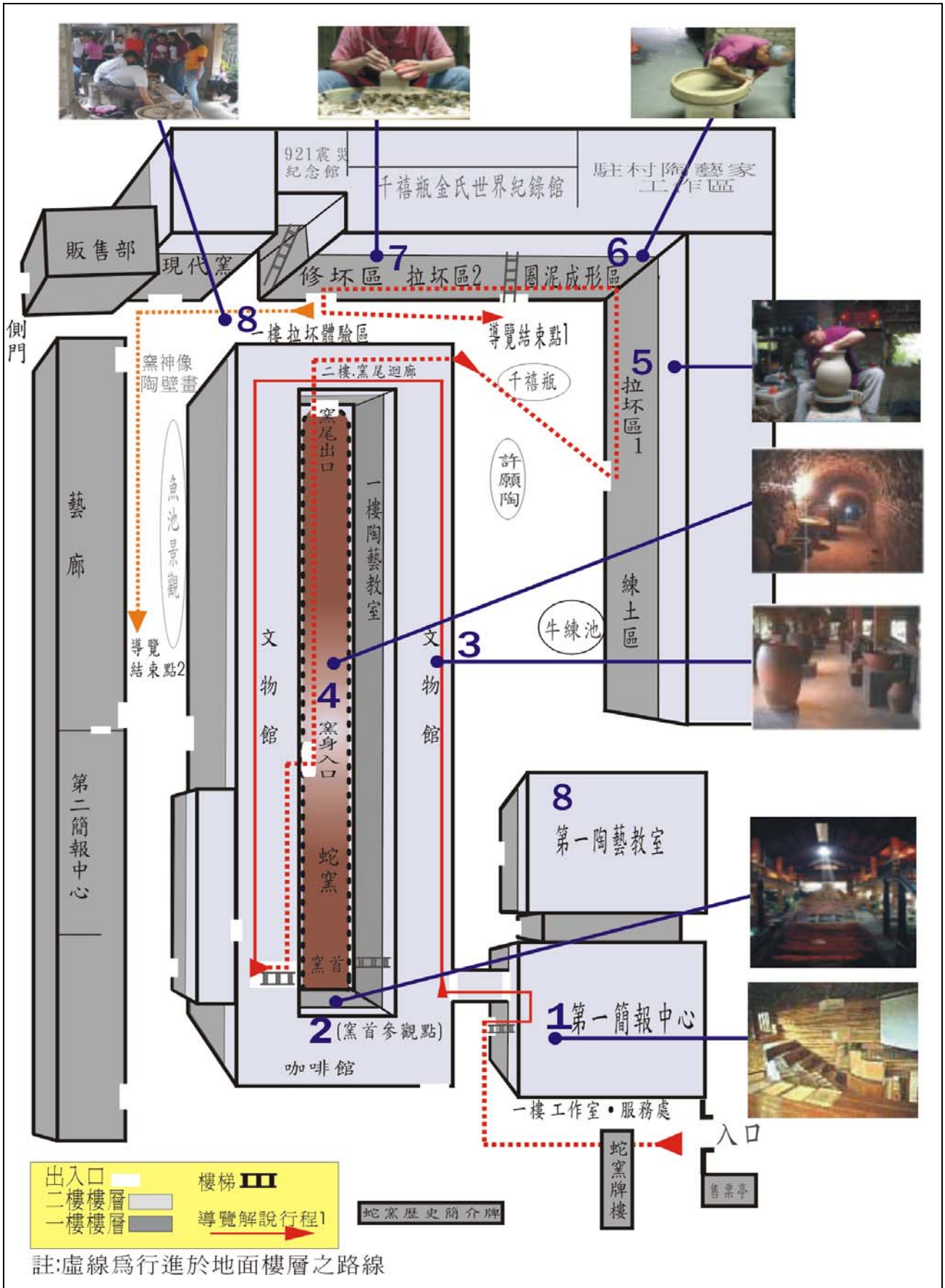
解說工作可幫助遊客獲得歷史古蹟或自然景觀的知識、瞭解與欣賞的能力，進而具有保護珍惜的心，使參訪者擁有豐富的遊憩體驗，並達成產業文化化的經營方向。因此導覽人員的表現是否得當非常重要；對導覽人員所應具備的解說技巧、內容、肢體語言、解說風格等方面，都應進行培訓以增進參訪的成效。所以關於導覽人員解說的訓練內容及規劃上，園區會針對解說員提出一套訓練課程，更以〈解說寶典〉¹⁸¹之內容為操作方向，對於導覽流程、前置作業及注意事項、解說內容與原則、各類廣播詞的使用、服務方針、以及解說技巧等方面，一一給予明確的規範。以導覽流程為例：在【圖表 3-4-1】中，其流程之規劃依序為 1.觀看簡報、2.參觀蛇窯、3.參觀文物館、4.參觀窯洞內部、5.參觀拉坯區、6.圈泥成形區、7.修坯區、8.體驗拉坯或捏陶等，將臺灣早期的製陶方法、發展歷程、歷史文物、人文色彩、窯廠運作等，作一系列完整的呈現與介紹。

¹⁸¹ 參照附錄二：水里蛇窯陶藝文化園區導覽人員訓練手冊〈解說寶典〉。

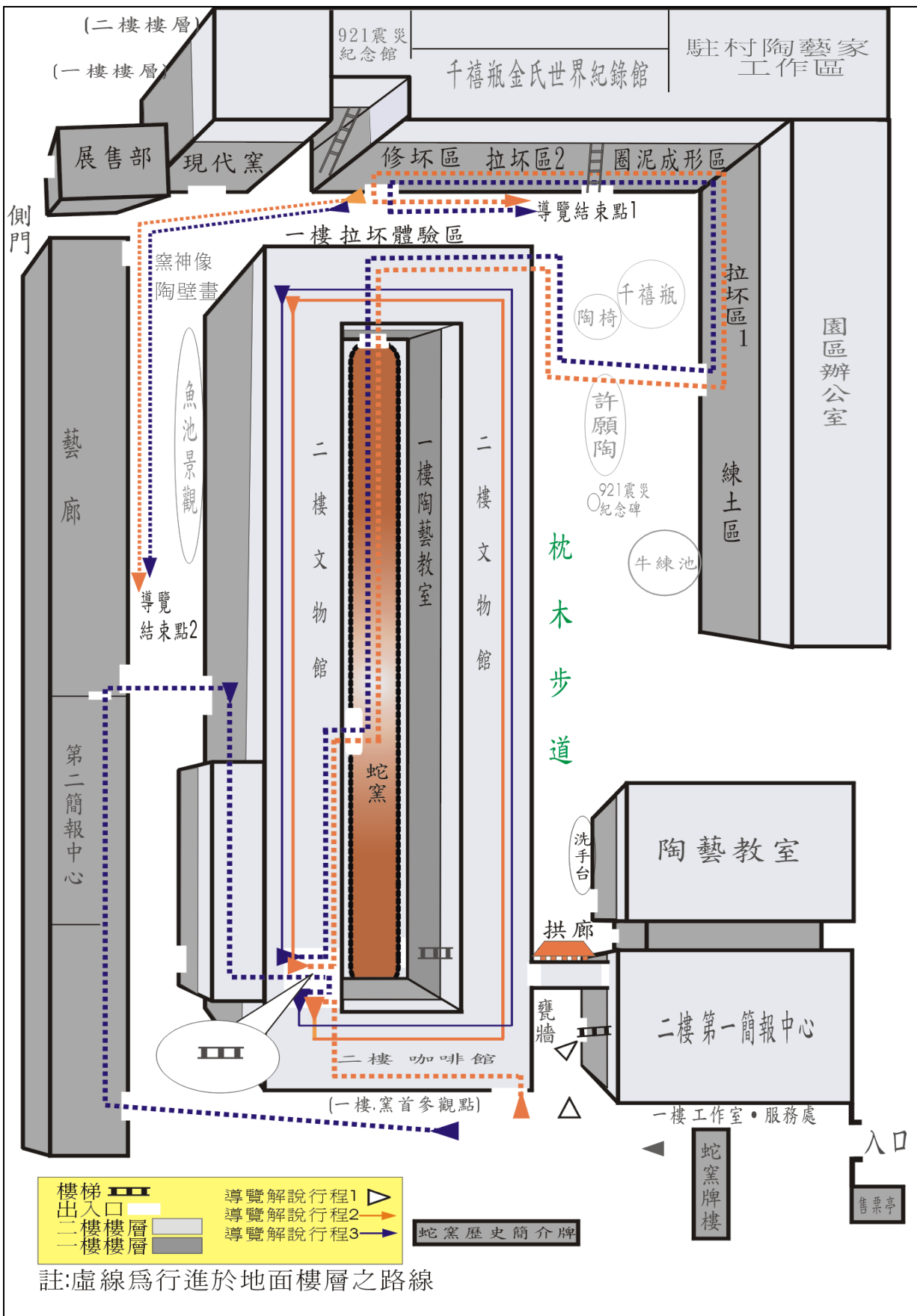
總的來說，由於旅行社行程安排緊湊的關係，大約有九成參訪團體的參訪時間短促，所以必須在最短時間內提供參觀者最大的效益，因此此一系統運作的程序的邏輯性與目的性非常強烈，整個導覽系統主要分為三大部分，先讓民眾充分了解水里蛇窯的歷史及園區概況，再參觀陶藝師傅以圈泥法或手拉坯法製作陶器，最後是陶藝師傅指導民眾親手體驗捏陶等三步驟。這三步驟能讓參訪者對水里蛇窯有知識性的瞭解，亦有助於對早期陶器文物有所認識，並激發參觀者對陶藝製作的興趣，因此導覽結束後，窯廠的陶藝師傅還可以身兼陶藝教學的任務，提供遊客體驗捏陶、拉坯的學習。這樣運用「體驗式行銷」的設計不僅增加園區的娛樂性與經濟收益，還能藉此提升「合興窯業」¹⁸²的文化形象，而使園區的生產作業富有文化與教育的多重意涵。

¹⁸² 在此特指水里蛇窯的工廠化生產運作性質。

【圖表 3-4-1：水里蛇窯陶藝文化園區導覽流程示意圖】（本研究繪製）



【圖表 3-4-2：水里蛇窯陶藝文化園區其它導覽動線規劃示意圖】（本研究繪製）



第四章 水里蛇窯產業轉型之現象

爲求窯廠之持續經營而轉型的水里蛇窯，從陶器工廠轉型爲含有文化、教育、休閒娛樂功能形式的「水里蛇窯陶藝文化園區」。¹⁸³在地方文化發展、社區營造、文化產業等政策的影響下，以窯廠自身的文化背景和歷史價值爲基礎，將兩者連結起來，朝向文化教育與經濟發展兼備的路線，既強化大眾對於傳統工藝的認識，亦達到振興發展活絡的效益。水里蛇窯轉型成功與其經營模式有著必然的關係，本章節試著就其運作內容與過程與生產結構兩大面向，探討水里蛇窯轉型之產業現象，比較轉型前後之間的不同，來發掘其複雜的操作過程以及結構元素。

第一節 產業-由二級工業朝向觀光遊憩的發展

- 園區公園化、觀光化
- 異業結合或策略聯盟
- 主辦企劃節慶活動

水里鄉位於南投縣中央地帶，¹⁸⁴有台 16 線與台 21 線交會於此，北向魚池、埔里、國姓鄉、日月潭、合歡山等地；東銜地利、丹大、東埔；西至集集、名間、彰化、二水；南往玉山、新中橫、阿里山等地，交通運輸便利且資源豐富，擴大了水里蛇窯與鄰近區域觀光節點的連結性。就交通上的「節點度」¹⁸⁵而言，地理位置佳或交通愈便利者，其連結性愈強，也愈能提高地方發展潛力，水里地區傾向觀光旅遊的發展也就愈鮮明。而且，水里地區本身還擁有豐厚的人文資源，¹⁸⁶先後因開發

¹⁸³ 其園區內包括：視聽簡報室、陶藝教室、師傅成形區、現代窯、展售部、藝廊、茶坊、古文物館及挑戰金氏世界紀錄資料館、九二一震災紀念館、九二一震災紀念碑、蛇窯咖啡館、許願陶磚等等。

¹⁸⁴ 水里鄉位於東經 12 度 50 分，北緯 23 度 49 分，行政總面積 106.84 公頃，四週高山環繞，東西狹小南北長。

¹⁸⁵ 指地理位置或交通運輸方面的連結點，節點度愈高其連結性愈強。

¹⁸⁶ 水里鄉全鄉海拔均在 250 公尺以上，氣候溫暖濕潤，有陳有蘭溪、水里溪及濁水溪流貫其間，水

樟腦、糖業、林木砍伐、設發電廠及製陶業，而發展出有別於其它的產業特色。就程序性而言，運用文化觀光與休閒旅遊的概念來推動地方發展，首先要面對的問題是如何展現在地的價值與特色，包含物產、人文、地理環境、集會活動或自然景觀等方面，以建立起有別於其它地區的風格與特色，因此發現地方的價值與特色，可說是創造觀光資源的第一步；其次才能因地制宜採取適當的方式管理，以保持地方的優點與特質，完成地方以及傳統產業的永續發展。

水里蛇窯早期並沒有運用地理環境或工廠自身的條件，推展觀光旅遊的意願，直到 1982 年才以陶藝教學的方式讓一般民眾入園。在梳理轉型背景因素的過程中得知，1989 年臺灣工藝研究所邀請日本的宮崎清教授，開始進行「日月潭風景區觀光紀念品設計開發」、「水沙連地區觀光資源暨印象調查」、「中日技術合作計畫：地域性活化與設計」等研究計畫，當時水里蛇窯就是計畫中的研究案例之一。因此他可說是首批直接接觸到日本「地方產業振興」及「地域資源活化」¹⁸⁷的觀念和技術的人士之一。接著 1991 年受到集集鐵道轉型為觀光列車經營的啟發，於是積極謀求其產業轉型的可能，而在 1993 年正式朝向觀光休閒的方向來經營窯廠。

園區負責人曾連任兩屆「南投縣觀光產業聯盟協會」理事長一職，¹⁸⁸因此相當瞭解南投縣觀光產業之現況與資源，意識到水里鄉所擁有的豐富自然資源與人文資源，極具發展觀光休閒的條件，也積極利用鐵道支線發展觀光的現有資源，將水里蛇窯拉進鐵道觀光的路線中，¹⁸⁹在鐵道轉型成功，適逢地方產業政策的推動，以及

量豐富，因此舊名為「水裡坑」，環境優美氣候宜人。在物產方面有青梅、水蜜桃、甜柿、巨峰葡萄、茶葉、香菇等。

¹⁸⁷ 「地域資源活化」一語出自日文「地域資源を生かした」。參見溝尾良隆，〈地域資源を生かした地域振興とまちづくり〉，《中日社區總體營造與鄉土文化研討會論文集》，屏東：屏東科技大學，1998。

¹⁸⁸ 其任直至 2006 年 2 月交接于新任會長陳興田。

¹⁸⁹ 參見附錄五：【訪談記錄 2】之【2-1】。參見 2003 年全國觀光感恩嘉年華會活動企劃內容：「九二一地震震撼國際，重建之績效備受國際矚目，南投以觀光立縣，觀光產業之復興實為首要之務…乃由「南投縣觀光協會」主辦「2003 年全國觀光感恩嘉年華會」，廣邀國內外各界人士共襄盛舉，以答謝全國同胞之關懷與愛心，並期能促進觀光及相關產業之發展，達成國內觀光旅客倍增計畫之預設目標。」參考網址 <http://www.lid.com.tw/NewsFile/%AC%A1%B0%CA%A5F8%B5e%AE%D7.htm>

夕陽產業的經營存續等相關議題的交互影響下，刺激水里蛇窯的轉型，逐步將整個工廠空間做改造，環境做綠美化，經營成可遊可憩的景點，建築物也刻意營造出懷舊的風格，讓工廠公園化對外開放參觀，透過公園化的作用使窯廠的實用功能轉換為具有觀光休閒的功能，呈現出了水里蛇窯由二級產業朝向觀光休閒的發展趨勢。再則，國內休閒旅遊風氣日盛，水里蛇窯更運用此一風氣，積極發展古窯觀光旅遊的概念，藉著窯廠由產業生產到觀光休閒的轉變，串聯鄰近區域的旅遊景點、資源與相關產業，整合南投縣內十三鄉鎮之所有觀光產業促進會，而為策略聯盟協會，其會員範圍涵蓋旅館、主題遊樂區、博物館、民宿、餐廳等經營業者，進而擴散成地區性的發展，帶動水里地區整體經濟觀光化發展的局面。¹⁹⁰

另外，園區負責人身兼多項水里鄉及集集鎮許多民間社團的理事或顧問，¹⁹¹顯示出他在地方上有一定程度的影響力，更能參與地方之相關事務。同時也可與社造人士、社團協會或政府機關合作，企畫或者主辦各種活動，具統籌與領導的角色地位，將南投地區的地方工藝、農特產品、原住民文化等地域之資源，配合節日慶典或音樂會規劃套裝行程活動，提升地方成為「參觀、學習、消遣娛樂、休閒」的空間場所，¹⁹²吸引人潮來旅遊觀光，提高觀光的可遊性價值。另外，在經營策略的內容中也可看出園區與觀光業的互動關係。¹⁹³他積極與旅遊業者、宅配貨運業者（宅配之合作廠商為新竹貨運股份有限公司）或飯店旅館（如日月潭的涵碧樓、知本的老爺溫泉酒店等，開發餐具、酒瓶相關產品）做策略聯盟以及異業結合，除了將水里蛇窯與觀光旅遊、餐飲住宿業做密切的合作外，積極的打造園區為具有文化、教育、休閒娛樂功能的觀光景點，使園區原本二級的產業性質提升為第三級的觀光服

（搜尋日期：2005.08.23）。

¹⁹⁰ 參照附錄四：水里蛇窯陶藝文化園區與觀光資源連結的運作範例。

¹⁹¹ 曾任南投縣觀光產業聯盟協會理事長、集集鐵道協會理事、水里自然生態保育學會常務理事、水里鄉文化推展協會常務理事、南投縣民俗文物學會理事等職。

¹⁹² 溝尾良隆，〈地域資源を生かした地域振興とまちづくり〉，《中日社區總體營造與鄉土文化研討會論文集》，屏東：屏東科技大學，1998。

¹⁹³ 參照附錄一：水里蛇窯陶藝文化園區相關基本資料一覽表（包括以觀光旅遊的方式推動產業發展；運用行銷及包裝的概念；結合社區、企業及政府資源；配合政策的推動；設計或開發新產品；媒體報導與宣傳等）。

務業，從文建會的觀點來看，甚至是可算得上是第四級的知識經濟產業。¹⁹⁴

第二節 價值-從產品到文化性的轉變

- 古蹟與文物博物館化
- 製陶技術展演化
- 產品符號化

從水里蛇窯產業生產的價值來說，水里蛇窯設立之初只是單純製作陶器的窯廠，以分工專業進行量化生產，運用工廠式的標準化、專業化作業結構，以生產產品供應市場銷售為主要目的。但是，現代社會中使用大型陶缸的機會減少，傳統製陶技術「土條圈泥法」與「轆轤成型法」的製作過程，¹⁹⁵需要一定程度的經驗與技術性，其產量與產速也不敵灌漿成型技術或自動化生產，來得有經濟效益。其次，陶土原料短缺，柴燒製陶的破損率高，還有其他替代材質之產品陸續問世、開放市場經濟等種種因素交互作用下，使得生產成本相對較高，造成傳統窯廠運作面臨崩解，傳統技藝之存續連帶變得岌岌可危。由於單靠傳統窯廠的生產力，並無法維持其經營生存，因此負責人將傳統窯廠與陶藝技術加入文化性元素，從自然、歷史、藝術、科學等方面來切入提升產業的文化價值。

【圖表 4-2-1：窯廠早期概況】（資料來源：水里蛇窯陶藝文化園區）



¹⁹⁴ 文建會將「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與運用，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」；又說「文化創意產業」是以知識經濟為導向的新經濟。行政院文化建設委員會，《行政院文化建設委員會文化創意產業手冊》，台北：文建會出版，2003。

¹⁹⁵ 參見第一章第四節名詞釋義「南投法」。



早期以人力搬運陶缸



以人力搬運陶缸販售



出窯

產業文化資產調查小組認為藉由產業相關之文獻、文物、建築、遺址、文化背景以及自然景觀等方面，來提供鑑賞、研究、教育、宣揚等角度的應用，其產業之文化價值愈高，相反則愈低。¹⁹⁶以水里蛇窯早期的產業運作方式為例，當時為因應生產需要，採用小組分工合作的「南投法」來製作陶器。園區將早期水里蛇窯特有的「南投法」，以播放紀錄片的方式，先為參訪團體簡介早期產業發展的概況、燒陶製器的流程及歷史，逐一呈現於參訪者眼前，接著導覽人員才帶領參訪團體參觀老蛇窯及文物館。這樣的運作程序，能使參訪者在概念上先有初步的認識，更有助於接下來說明解釋其他相關文物時，能對文物的背景有所瞭解，因而含有再現歷史文化的精神性意涵。換另一層次而言，園區是透過產業文化化的方式，將產業介紹給參訪者，使產業易於被瞭解而與參訪者進行對話，無論是陶藝技術或文物既是產業的工具，亦是產業的有機物。

以「土條圈泥法」或「手拉坯法」的陶藝製作過程做為展示為例。園區目前仍聘請一位老師傅專職圈泥法技術之展演，另外還依不同的程序而分工，分別以拉坯、修坯、裝飾等過程呈現製陶之部分流程。從前窯廠並不以此為經營手法，只視它是一種生產產品的技術，或是具生財價值的生產技術，如今技術之展演，因為具體呈現早期窯廠之文化歷史以及傳統技術的概況。從前窯廠中的學徒制逐漸消逝於現代社會；而早期「南投法」的團體製作方式，目前也多改由一人獨立完成所有的步驟；

¹⁹⁶ 財團法人古都保存再生文教基金會編輯，〈行政院各部會及所屬機關（構）產業文化資產清查作業要點〉，《產業文化資產清查操作參考手冊》，臺北：文建會，2005。

土條圈泥法製作過程耗時、耗工、耗力，需要有純熟的經驗才能完成，現代社會中大型陶缸的使用機率愈來愈少，經驗純熟的師傅更少。在各種因素相互影響下，傳統技藝逐漸消逝沒落。當傳統工藝技術成爲一種展演，距離原本的實用功能漸行漸遠，傳統工藝因而逐漸成爲一種象徵，具有再現過往歷史的意義，促使產業的生產價值昇華爲文化價值。

此外，就是關於陶器的文化價值之附加。水里蛇窯早期以生產粗陶器爲主，文物館也展示著過去傳統農業生活所需的陶製品，像是水缸、酒甕、麵糊缸、防空缸、陶製水管、樟腦煉油槽等粗陶器，早期粗陶器使用釉藥是爲了增加坯體硬度、便於清洗、防止滲水和增加光澤等實用性目的，而這些器物的釉料以透明鉛釉和灰釉爲主，擁有穩定性佳、使用方法簡單、燒成溫度低的特性，¹⁹⁷非常適用於各式粗陶器，除非必要，否則不會添加著色劑，所以釉色的呈現多爲陶胎的色澤，色調以黃褐色至黑褐色爲基調，單純樸實。這說明了水里蛇窯與過去先民講究實用性的人文背景息息相關，也將粗陶器賦予了文化性意義，以「窯廠文化化」、「產業文化化」爲方向，運用小故事、人文歷史、古蹟遺址等元素轉化陶瓷工廠單純生產的性質，使傳統技藝、蛇窯乃至於整個窯廠的教育展示功能大於生產功能，增益民眾對傳統陶業文化及發展的認識。因此，從前水里蛇窯所生產的粗陶器雖然製作不夠精緻，卻能朝向人文的角度來詮釋產業，將產業的生產價值延伸，進而具有文化價值。

而且，水里蛇窯將早期產業之各式陶器、工具、技術、古窯等相關資料予以整理蒐集，從歷史、文化、教育、展示、欣賞的角度來規劃園區，例如：將手拉坯的成形方式，從練土、成形、裝飾、乾燥、施釉和燒成等過程，依序規劃，分別由不同的工藝匠師負責，同時進行作業。所以當參訪者入園參觀，即使不透過人員解說，也可藉由現場陶藝成形區的規劃方式，清楚瞭解到製陶的成形技術以及製作流程，

¹⁹⁷ 中國鉛釉的使用淵源可上溯到漢綠釉以及唐三彩、宋三彩，它的熔點爲 750~1150°C 相當廣，其穩定性佳、使用方法簡單、燒成率高，非常適用於粗陶器，因此是使用最普遍的傳統釉藥。

進而對陶瓷產業有概念性的認識，提升了園區的文化價值。因此園區之產業價值由生產性朝向文化性的運作方式，讓生產作業的現場轉化為可獲取知識與體驗的場地，生產轉為文化消費，產品成為文化品以供大眾消費，相關文物或技術成為博物館化的展示，也成為可被大眾詮釋與應用的文化符號，提供大眾學習、參觀、體驗各方面的需求。

第三節 應用-自實用性轉化到教育性

- 技術與器物的教學化應用
- 再現歷史文化背景的縮影
- 成為學習和美感體驗的對象

關於水里蛇窯對傳統技術與器物的應用方式方面。臺灣漢民族的製陶技術包括轆轤成型法、陶板接合法、模型壓坯法、鏟坯法、模型注漿法、土條圈泥法等，這些在早期窯廠中是重要的技術，陶藝師傅則使用這些技術來生產陶器。現今由於設備與技術不斷的創新，這些傳統技術或匠師逐漸被新技術所取代而日漸凋零，其重要性、功能性慢慢喪失後成了一頁頁斑黃的歷史照片。水里蛇窯的教育性操作方式，就是把這些過去的技術、陶藝師傅或文物，以歷時性觀點，運用展示、表演示範的方式一一展現，並配合導覽解說的機制，延續了陶藝師傅、傳統技藝和老蛇窯的精神性存在價值，成為提供研究、教育的文化場域。對早期的水里蛇窯而言，陶藝技術與匠師的存在是為了生產產品，但在現今園區裡，所謂的土條盤築法、手拉坯、燒窯、上釉等相關陶藝技術的應用，不只是生產產品或只是工具性的技術，透過教育、展示的元素加入後，工藝技術不只是生產技術、謀生工具，也是一種教育的媒介。因此，從園區整體而言，陶器成形過程的展演，技術與匠師同時成為展演化的工具與教育的媒介。

從參訪者的角度而言，技術與匠師卻是在展演化過程中發揮了教育的作用，將教育性的操作方式應用於功能性之上，使得工藝匠師並非只有生產產品的功能，更是一種再現、延伸、展示或認知傳統工藝的重要介質，工藝技術不完全是為了生產的工具，而是藉此轉述傳統窯廠的文化歷史，突破傳統工藝的實用性意涵，使傳統工藝或匠師昇華為綜合文化教育與實用生產功能的有機體。過去是爲了製作大型陶器而發展的土條圈泥法，現在除了製作大型陶器外，亦富含教育、展示的功能。除了現場示範展演的方式之外，也拍攝成紀錄片，以增加活化傳統技藝、蛇窯等歷史傳統元素的運用。而且，園區對於以土條圈泥法所製之大型陶器，現在也不只限於實用功能上的使用，除在日常生活中的運用之外，亦設計新器物以迎合社會潮流的改變。例如：改製成蒸汽浴缸、植栽盆景、開發陶製便當盒等，在實用陶藝方面給予陶藝更豐富之造型及設計。

把先民過去所使用的舊陶器、古窯或陶藝文物等，從鑑賞、研究、教育、宣揚等角度的應用，而成爲活的歷史教材，附加教育的功能。導覽人員在解說過程中必定會介紹各式形制、大小、功能不同的陶器，包括盛物、儲水、釀酒、醃製食品等器具，以人文歷史的角度，訴說傳統陶器在過去農業社會中的重要性，以及傳統窯廠沒落的原因與時代背景。由於現代化設備與技術日益更新、塑化及金屬工業興起、生產成本高、技術培育困難及才人外流、開放進口、臺灣外銷陶瓷代工市場萎縮以及陶瓷廠移往大陸等種種因素，¹⁹⁸使得傳統粗陶器在過去日常生活中的主要地位逐漸喪失，也不再擁有實用上的必要性而失去光彩。

如今，這些粗陶器卻藉由展示或解說的型態，呈現出傳統粗陶與傳統社會和時代進步三者間的關係，以突顯傳統窯廠歷史性及文化發展的意涵。對現代人而言，早期的粗陶逐漸在他們心中成爲傳統的代名詞，形塑出一種文化形象，因而賦予粗

¹⁹⁸ 參考本文第二章 水里蛇窯之轉型背景。

陶器傳統性的時代意義，使其由功能層次轉化為文化教育的呈現。水里蛇窯甚至將舊器皿與懷舊古樸的審美觀相結合，使大眾對於蛇窯陶器的質樸之美具有認同感，超越了功能性或實用性價值使其成為美感體驗的對象，含有美感教育的意涵，而水里蛇窯也在這操作過程中建構其品牌形象。

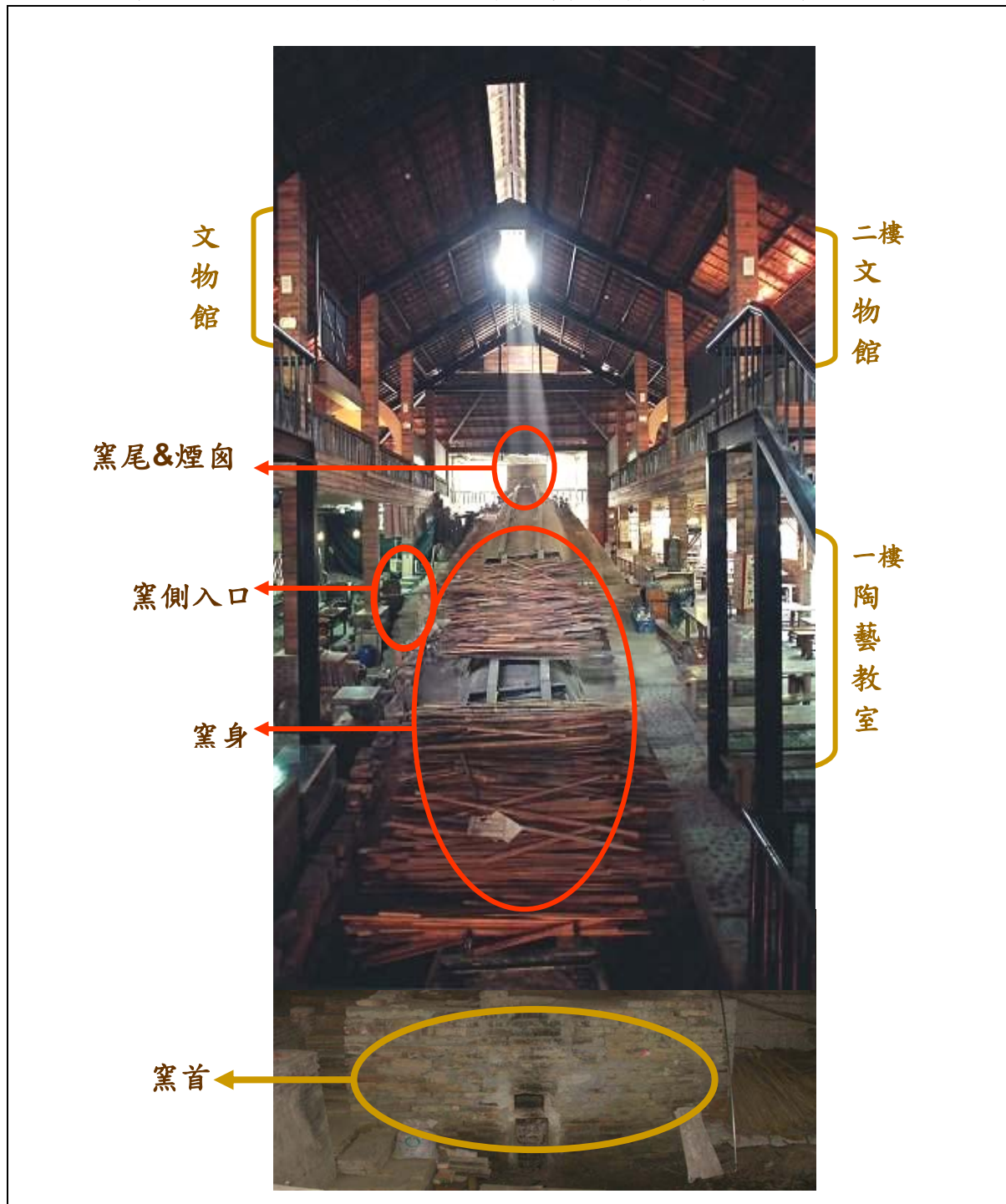
【圖表 4-3-1：舊陶器、水缸應用於各個層面】

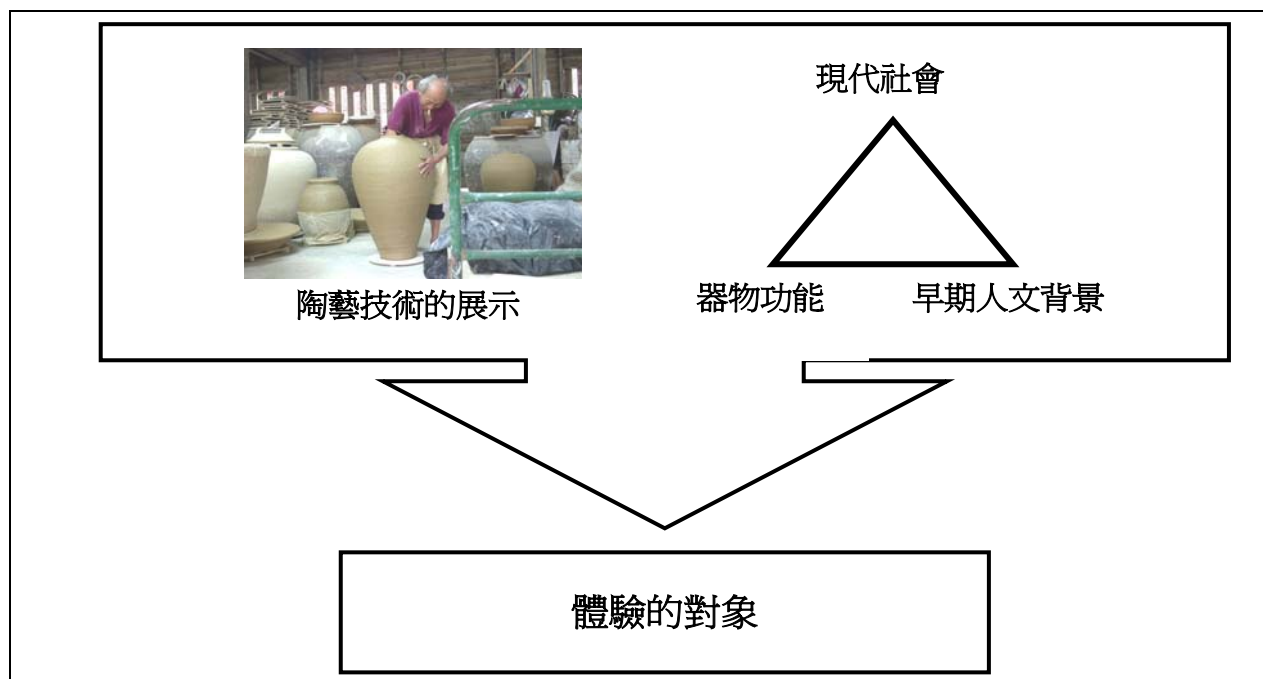
 <p>水缸應用於生活上</p>	 <p>窯首入口 指示牌（早期）</p>	 <p>窯首入口處（現況）</p>
 <p>陶管應用於造景</p>	 <p>酒甕應用於欄杆</p>	 <p>龍罐改造成水龍頭</p>

園方轉型後在老蛇窯原址之上，架高其屋頂成為二層樓的建物，地面一樓為老蛇窯，它的兩側還有陶藝教室，二樓陳列著早期製陶工具和相關文物。老蛇窯過去是用來燒製陶器的窯爐，屬於營業工具之一，承載了七十多年的歷史、人文與產業發展的脈落，其文化厚度構成了所謂歷史古蹟的基本條件。相較於早期窯火不斷的盛況，目前已大大減少燒窯的次數，而主要是以展示、解說的方式呈現於遊客面前，遊客可由老窯左側的窯門進入窯穴中，再從窯尾出窯，參觀窯體內部構造。由於老蛇窯因現代化洗禮而漸漸失去實用上的功能，但這座歷史性建物，經歷了時代變遷、環境的更迭與機能的轉換，成為園區與地方產業的精神象徵，無形中演化為一種文化資產，進而能夠轉為展示產業文化的有機體，承擔起教育的功能，兼具喚醒地方發展脈落的記憶，也成為建構地方文化認同的最佳見證。以下【圖表 4-3-2】所呈現

的是蛇窯、文物館與陶藝教室的規劃概況，顯示出園區將七十多年歷史的老窯視為古蹟而再利用，與教育、展示等方式搭配運作，是獲得保存地方文化聲望的主因，也是園區成為地方產業特色的重要憑藉。

【圖表 4-3-2：老窯、歷史背景與意義的形成關係】（本研究繪製）





第四節 場域—從封閉走向開放

- 參觀窯場的開放性
- 陶藝教育的開放性

關於園區場域這方面的性質來說。水里蛇窯轉型前是私有性質的工廠，為避免技術外流而影響窯廠經營，往往儘量避免讓其他同業及一般民眾入內參觀或學習，因此一般外人是難以瞭解其技術及運作方式。若想瞭解其工藝技術或求得一技之長，必須由學徒做起，每天跟從師傅的指示與指導，從實做當中學習到工藝技術，經過三年又四個月的學徒生涯後，才可能由「三手師」到「二手師」最後成為「頭手師」¹⁹⁹。由於這些生產方式或傳承方式或製陶技術，並不做為開放性教育或觀光遊憩功能，早期傳統工藝的技術大多是在學徒制中傳承，相較於現代教育是屬於封閉性的技術傳承方式。事實上，早期林國隆決定將園區朝向開放，以參觀廠房來吸

¹⁹⁹ 頭手師在成員中是年資最深、技術最好、地位最高的師傅，會拉坯、接土、拍陶，對全部製作過程熟悉；但通常只負責拉坯，除非必要，否則不易放下身段作其他事務。

引大眾的作法，曾因此遭到家人與同業者的反對，在當時的產業環境中也沒有這樣的案例。

然而，傳統學徒制的工藝傳承方式，逐漸在現代化設備及機械化生產中消逝，「土條圈泥法」的製陶技術，也在時代變遷中慢慢淘汰。負責人充分掌握窯廠的歷史文化性、在地性以及工藝性的產業特質，一面將部分廠房做為陶藝教室之用，讓大眾易於參與學習製陶的方法，一面將傳統製陶技術做長期的公開展示，主動開放給一般大眾參觀。事實上，新增遊園服務部門、陶藝師傅站出來對一般大眾提供解說服務以及示範製陶等工作內容，打破早期窯廠運作方式，也意外成為結合文化的產業空間。由於長期主動的教育或展示機制，呈現出一定程度的開放性，對外界開放參觀的運作手法，容易瞭解陶藝技術而易於發散的性質，人人都能參觀、學習或體驗，促成了窯廠從封閉走向公共性的發展。

【圖表 4-4-1：場所空間從封閉走向開放】（本研究繪製）



另一方面，由於傳統陶藝產業由私人場所空間，轉換為文化園區形式的公共性場域，使得產業的知識與文化歷史容易傳播，增強其園區的開放性。例如：土條圈泥法透過長期公開的展演，使得窯廠由封閉走向開放的發展，即使傳統技術已不具有實質的功能或價值，卻能藉此操作過程延續傳統技術一部分的精神存在，換言之，也就是藉著主動教育與展示做為宣揚的媒介，讓產業生產含有開放的意涵。就此一觀點而言，也有助於產業與技能，轉化為可傳遞或流通的文化知識，而利於從各個層面去擴張發散，成為地方工藝之文化或技術或傳承的廣播站，改變過去私領

域性質的技術傳承，也改變從前保守性的空間場所，進而構築出另一層次的開放場域。其文化園區形式的發展，也就是將歷史脈落、生產過程、窯廠開放，使產業和文化並行而提升其效益，建立起結合「地方產業再造」、「觀光休旅產業」、「知識經濟」等觀念的「文化創意產業」之實踐。

水里蛇窯本身所具備工廠經營之產業型態，和由人文歷史所累積的文化厚度，以此為前提下對外開放，配合旅遊觀光、文化教育、體驗行銷等的新元素，而以陶藝文化園區為運作方式開放其領域，既是一種開放性，也是一種公共性，本研究認為，除了因窯廠公園化而開放參觀，促其漸次成為開放性之公共場所外，窯廠因為含有地方文化、教育學習、娛樂休閒及文化保存的功能，一方面將那些逐漸消失的物件與技術，賦予更多元的使用方式，延伸了窯廠、陶器、文物和工藝技法的傳統應用框架，也引發參訪大眾賦予園區更多元的意涵與情境想像，提升園區的文化附加價值，進而達到文化觀光的經濟效益。

除此之外，園區也藉由這樣的運作方式，讓愈來愈多人認識傳統窯業，扮演起地方文化傳承與宣揚者的角色，達到強化地方文化意識建構的目的。因此開放園區的操作方式不但能藉此延續傳統技術的精神性存在，也容易將文化與產業化為可傳遞或流通的訊息，同時達成宣揚的目的，無論是園方或是地方特色上，都能藉此成為地方文化教育的「節點」²⁰⁰，將所謂的傳統地方特色散播出去，強化其能見度，進而建構其產業的符號性與文化象徵，而形成另一種層次領域的開放，節點度越高則連結性越強，窯廠的開放性亦增強。原本屬於封閉性的窯場文化、技術及知識，因工廠的公園化、教育化而具備開放性場域與文化教育的功能。教育的施加與散播，就地方上而言，其結果是促進當地住民的地方認同、並使其文化性、文化意識強化，地方文化易於紮根，能加強他人對地方文化的瞭解，亦可達到地方特色與傳統工藝之保存、散播的教育功能，同時也達到地方產業的符號性與象徵性的建構。就外來

²⁰⁰ 原本指地理位置或交通運輸方面的連結點，節點度愈高其連結性愈強。

者而言，將窯場、文物、老蛇窯、傳統工藝技術與工藝技術運作過程，運用教學、導覽、體驗、示範、影片介紹等方式呈現於大眾面前，而含有文化、教育、學習與體驗的功能，也間接增進對於地方文化之認識與欣賞。

第五節 陶藝園區營造的多元性質

1. 經營及營造方式朝向多元的策略

園區的營運系統及營造方式朝向多元的策略來發展，讓某一物件或事件在不同的脈絡結構下，產生不同的意義，一方面使事物得以延續其存在的意義，另一方面則使事物形成一物多義的現象。如同博物館的設立，是起源於對謬斯與神的獻祭，逐漸演化為蒐藏藝術與物件的文化機構，但後來甚被形塑為展示國家實力與文化性的媒介。簡言之，事物的生命，可說是建立在「意義」的存在與否。水里蛇窯亦是如此，園區將傳統的工藝技術與生產方式之結構予以延伸、轉化，賦予精神性意涵而保存了傳統工藝，除具體實踐所謂的「文化產業化、產業文化化」外，也是積累文化，成為現今「文化創意產業」²⁰¹之一環。例如，水里蛇窯用陶製大茶壺--「龍罐」²⁰²改裝而成水龍頭與洗手台，用酒甕或水缸改裝成廁所的小便斗，以陶甕做成廣播音箱，將碎陶片鑲嵌於牆壁上作為拼貼裝飾，拿陶製大水管或酒甕成為建築物的欄杆等，用來突顯園區的產業特質。舊廠房則以現代鋼骨結構配合磚瓦、舊木及土牆的砌築，成為陶藝教室、文物館、陶藝師傅工作區及藝廊，²⁰³以鐵軌枕木鋪成的樓梯、走道，大量栽植各式植物，營造出古樸、鄉土、環境優美的園區風格，將工廠一部分規劃為陶藝教室，讓從事生產的陶藝師傅成為現成的專業教學人員，使

²⁰¹ 參考文建會「文化創意產業」之定義：「源自創意或文化積累，透過智慧財產的形成與運用，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」。文建會，《行政院文化建設委員會文化創意產業手冊》，2003。

²⁰² 是魚池地區所特有的大型茶壺，有龍形紋飾於壺身因此名為「龍罐」，以作為供應群體工作時解渴之用。

²⁰³ 林國隆，〈水里蛇窯與文化產業的互動〉，《工藝季刊》第13期：臺灣工藝研究所，2002，第50-56頁。

遊客可體驗學習到做陶的方法。

在陶藝生產運作方面上亦運用同一原理，陶藝師傅在製陶成形區的生產工作，一方面是製作顧客或廠商委託之訂單，二是表演示範陶藝製作流程，²⁰⁴三是能供應展售部銷售販賣，以及提供園區餐飲部、咖啡館所使用的餐具。而且，在園區的餐飲部與咖啡館內所使用的餐具，以及販賣部所販賣的陶器品，是使用園區自製之器皿，可塑造出水里蛇窯的自我風格，也藉此介紹陶器使用在生活當中的另一番風貌，達到宣傳的效果。還有，園區中男廁中所使用的小便斗，是以水里蛇窯自製的酒甕，切除約一半的甕身後而成，當時做這樣設計的出發點或許只是為了節省成本，如今，不但創造陶器使用的新風貌，也成功成為園區的賣點、創造出特色。

2. 建物或空間利用的多元化

園區建物或空間多義性的產生，源自於對建物或空間的多元性利用，窯廠建物或空間的再造與利用，也可說是對傳統使用規範的釋放，例如，改變轉型前利於生產作業、窯廠運作流暢為主的空間結構，而朝向利於導覽解說、展示文物與師傅展演的動線規劃，另一方面也挪出許多空間以利於植樹造景，營造園區可遊可憩的公園化景觀。又例如利用陶器破片，以馬賽克的方式拼貼出各種紋飾，既可廢物利用，也能成為營造園區的產業特色，以及因應九二一震災所導致園區內陶瓷器破損破片量增加等問題的處理上，除積極復建倒塌毀損的房舍外，增建震災紀念館及紀念碑以紀錄此次事件和修復過程，²⁰⁵一方面，也藉由整修古窯的機會，將蛇窯的構築方式做全盤的紀錄及文獻的整理，成立挑戰金氏世界紀錄資料館，紀錄當時打破金氏世界紀錄的過程與資料。這些相關館舍的成立與發展更應用於導覽皆說機制中，道出九二一震災對園區的影響，巧妙的將此事件化為蛇窯歷史的一部份。

²⁰⁴ 陶瓷器製造流程：取土、練土、成形、初步陰乾、修坯、裝飾、完全乾燥、施釉和燒成等過程。

²⁰⁵ 在 1999 年的九二一地震中，蛇窯主體及其它設施建築毀損，但在地震後五十個工作天內迅速重建完成，為紀錄此事件以及修復過程而增建此紀念館。一方面，園方也藉由整修古窯的機會，將蛇窯的構築方式做全盤的紀錄及文獻的整理。

又或者以園區中的老窯為例，經過時代變遷與機能的更迭後，改變原來功能性、實用性的取向，進而重新塑造為具有地域特殊性以及文化歷史性的建物而擁有新的價值。文物或歷史建物的再利用或功能的轉化，不但成為維繫其生存的新方法，也成為保存文物古蹟的有效方式之一。另外，老蛇窯本身具有一定程度的歷史、人文與地方特色的意義，傳統製陶技術所強調的是實用性功能，透過有系統的導覽解說後，轉化為文化教育的功能，而原本屬於封閉性的窯廠文化、技術及知識，在窯廠的博物館化後成為開放性教育場所，增進地方文化知識的散播及教育化。因此整個園區生產運作的同時，不但獲得觀光旅遊、休閒娛樂的經濟價值，亦使傳統陶藝產業得以延續，保有地方特色與文化教育的傳承功能，當參訪者參與其中時，以體驗式行銷的方式提供大眾瞭解陶藝及地方特色，園區更成為體驗性的空間場所。

3. 導覽解說機制含多重意義

參訪者進入水里蛇窯大約有以下幾個參觀重點，包括有：瞭解蛇窯過去的發展與文化（簡報視聽室）、體驗古蹟（參觀老蛇窯）、展示收藏與教育傳播（文物館）、展示挑戰世界紀錄的能力（介紹千禧雙口瓶）、瞭解製陶的過程（參觀手拉坯成型法、圈泥法成型法、參觀修坯與裝飾）等，因此導覽解說機制也富含多重意義，除了教育、文化傳承的功能，還有引導參訪者認知、建立識別系統、符碼化水里蛇窯的意涵存在。導覽解說機制包括有影片播放、解說內容與方式²⁰⁶、導覽流程、解說動線的規劃等方面，均以一套有系統的方式達到最佳的效果。²⁰⁷例如其中影片播放的部分，早期水里蛇窯以特有的「南投法」集體合作生產陶器，園區將其特色藉由文建會支持所拍攝的紀錄片，為參觀團體解說水里蛇窯早期的發展概況、燒陶製器的流程及歷史，其用意有三：一是使參訪者在概念上能先有初步的瞭解，二則有助於導覽人員於文物館解說時對相關內容的瞭解，三是將政府的支持與肯定具體展現於大

²⁰⁶ 包括解說員所使用的話語、詮釋的方向、口氣語調、肢體動作等等。

²⁰⁷ 參見第三章之第四節【圖表 3-4-1：水里蛇窯陶藝文化園區導覽流程示意圖】。

眾面前，增加園區的公信度。因此在導覽機制中，所敘述的內容一方面呈現園區的文化意義，另一方面則達到教育的目的，更是使園區生產含有文化、教育意涵的運作方式。

我們再以園區解說生產大水缸與土條圈泥法間的關係為例，園區透過教育、展演化的過程再造其價值，延續了這些技術的精神性生命，含有教育、工藝技術保存與產業生產的功能存在。對園區而言，將其實用性功能賦予更豐富的意涵來使用，因此，水里蛇窯含有工廠和文化園區的雙重身分的多元性質。導覽解說機制含多重意涵還建立於解說員的角色扮演上，例如陶藝師傅是生產者，是表演者，同時也是教育者，陶藝師傅與技術在展演化過程中完成教育化的作用，延伸他們的文化意涵，他們同時也是引導啟發、推銷、溝通橋樑和營造者的角色。²⁰⁸然而這樣的情況在導覽解說人員身上也可以看到相同的模式存在，解說人員不只是在解說、是一種表演、也同樣富有教育者的角色。事實上，導覽解說機制除轉化窯廠原本純粹作為生產的性質，達到教育功能的完成外，也是增加大眾對傳統窯業文化及發展的認識，樹立其文化產業地位穩固，成為建構地方文化認同的最佳利器。

藉由耙梳水里蛇窯目前與過去的脈絡來分析，本研究發現水里蛇窯轉型所運用的操作內容，大約可區分為三個面向（參見【圖表 4-5-1】），包括一、傳統元素（即技術、工具、古窯、柴燒陶器、人文歷史、地方脈落等）。二、策略性概念（即觀光旅遊、社區營造、文化產業、行銷經營、媒體宣傳等）。三、教育形態（即文化教育、體驗學習、表演示範、導覽解說、影片多媒體等）。水里蛇窯的傳統技術與粗陶器，依恃其特色以及人文歷史，將既有的傳統元素與各種新概念及策略，利用教學、導覽、體驗、示範、影片介紹等種種教育型態為操作方法，呈現傳統工藝技術及生產製作過程，而含有文化、教育、學習與體驗的功能，使水里蛇窯由二級產業走向觀

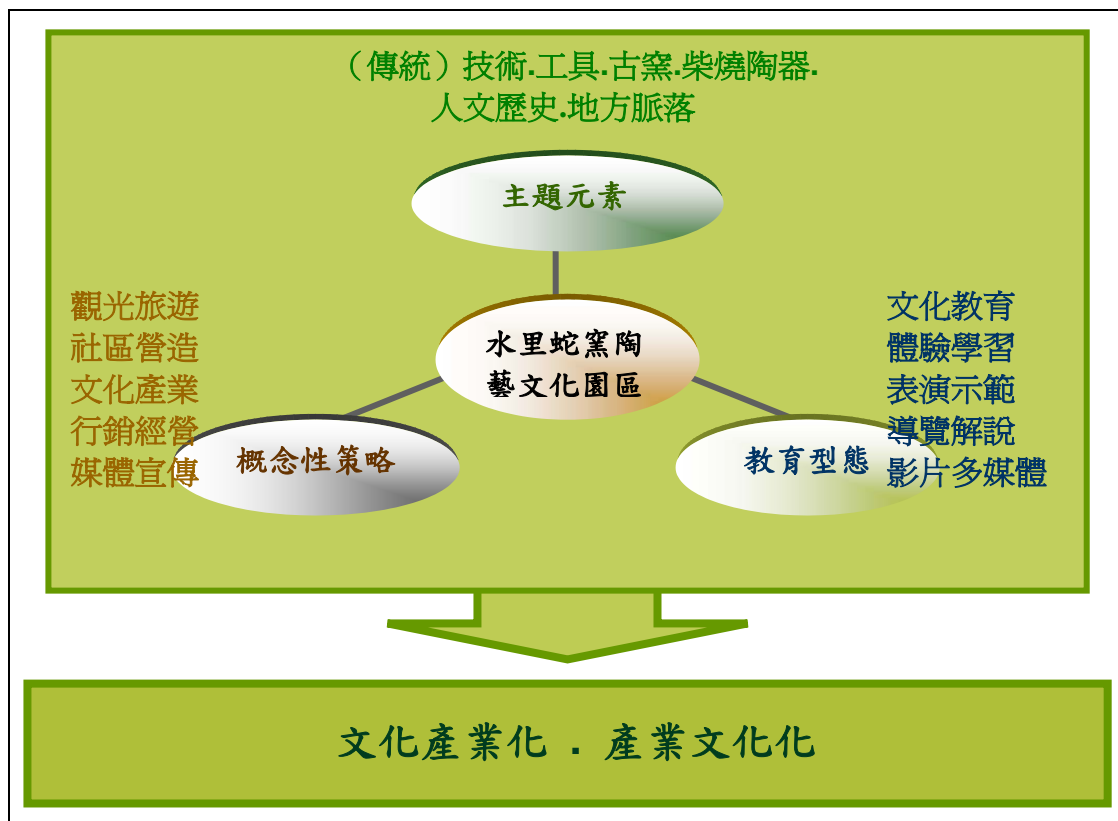
²⁰⁸ 張家銘，〈解說理論與解說員的角色定位〉，網址

<http://www.ndi.org.tw/localmuseum/partner/page11/paper/0626%B8%D1%BB%A1%B2z%BD%D7%BBP%B8%D1%BB%A1%AD%FB%AA%BA%A8%A4%A6%E2%A9w%A6%EC>（搜尋日期：2005.08.23）。

光休閒的經營、由生產價值朝向文化價值、從實用層次轉變為教育層次、窯廠從封閉走向開放以及園區多元策略的發展。

然而，其他相關之窯廠或園區即使沒有老柴窯，但也摻入類似的策略性概念和運用方式，而成為陶藝文化產業之一環，例如「添興窯」以陶藝教室、園區導覽為主題，還有「華陶窯」以夜遊野宴活動、陶藝花藝與茶藝結合、融合臺灣民俗建築、陶藝與植物的導覽解說等為創意主題，另外「美濃窯」則以陶壁公共藝術、工業設計、陶瓷化工為陶藝產業的發展主題。每個窯廠或園區都建立其特色的運作，也生產各式陶器產品、採用觀光化增益於產業發展、開放式陶藝教學、導覽解說機制、新的經營模式、產業文化化與文化產業化等，這些原理性的方法與模式類似，而所運用的創意主題或元素不盡相同。

【圖表 4-5-1：水里蛇窯陶藝文化園區經營之操作結構示意圖】（本研究繪製）



第五章 水里蛇窯產業策略之文化詮釋

討論過水里蛇窯轉型後的種種現象與操作方式後，本章節將以另一種思維向度並應用批判理論或文化研究，發掘其產業之實施操作與社會文化間的交互作用，再探水里蛇窯在這套操作中所衍生的問題。水里蛇窯利用傳統、歷史、文化為資本，加入新的策略與教育型態，轉型為文化產業之一環，而其產業性質也由二級產業升為第三或第四級新經濟的產業。然而，運用傳統配合教育與知識資源，以及行銷的概念經營產業、結合民間或政府資源發展觀光、配合相關政策、設計或研發新產品、結合媒體報導與宣傳等策略為發展手法，呈現出所謂「文化創意產業」的經營結果，從精神內涵面來說，文化商業化的相關現象與問題思考，或許是水里蛇窯與文化創意產業所應共同面對的課題。

第一節 水里蛇窯與意義系統的建立

(一)、再造園區價值與意陳作用分析

首先，是關於水里蛇窯營運與操作意義系統的過程；這是將能指（signifier）和所指（signified）結合轉化的過程，也就是所謂意陳作用（signification）的轉化。²⁰⁹ 產業轉型後的各種操作方式與策略，「創造意義」可說是產業轉型背後所隱含的主要意識；水里蛇窯將傳統產業轉化為陶藝文化園區的意象，並以歷史文化、教育、企業化經營等作為產業的核心創意，提升產業之附加價值，以達成窯場維持世代營運之目的。借用羅蘭巴特（Roland Barthes）「神話學」，運用所謂「解神化（démystification）」的方式分析符號體系，以瞭解窯場營運與操作意義系統的過程、系統背後的關係以及所運用的規律或法則。²¹⁰ 亦即是，在運作系統中將能指

²⁰⁹ 羅蘭·巴特（Roland Barthes）著，李幼蒸 譯，《寫作的零度》，台北：商鼎文化出版，1992。

²¹⁰ 一方面以所謂的大眾文化的語言工具作為意識形態上的分析，另一方面從語義學來分析符號體系的這分析的方法。符號藉由一套複雜而隱晦的系統所連結起來，其中所包含的範圍與層面相當廣泛，

(signifier) 與所指 (signified) 之間賦予意義並轉化的過程，將能指的方向與能量牽引到另一個與經濟價值相符的角度，結合所指而成為另一種新的「符號體系」(參見【圖表 5-1-1】)。園區透過串連參觀文物古蹟、導覽解說、陶藝教學的方式，將無形的文化轉化為一種有效的資本，在水里蛇窯操作系統中，文化變成可供大眾消費、參觀、休閒、體驗的商品或文化場域的來源，在這裡的文物、古蹟、教育活動皆成爲一種符號化的「文化」商品，讓器物不再只是器物、生產也不再是單純的生產行爲，器物或生產行爲變成文化的代言者，成爲體驗文化的生產方式。

1. 文化背景與知識創造經濟價值

從解說內容與產品的研發關係來看，可輕易說明園區運用意義形塑產品價值的操作方式。例如，在導覽過程當中，解說人員都會提到從前窯廠工作者的文化--「燒硿呷缺」²¹¹，這句話的意思是說：「作陶的人都使用缺角的陶瓷器。」原本是在說明窯廠作陶師傅愛物惜福的精神，因爲好的、完美的陶瓷器是要販賣出售的，而有瑕疵或破損的陶器又捨不得丟棄，在不影響實用的考量下仍繼續使用缺角瑕疵的器皿。然而，園區則運用這類小故事來包裝產品，其導覽解說內容大致是說：「曾經有一個人到他製陶的朋友家拜訪，用餐的時候發現他所用碗有缺口，於是他很技巧性地以左手的大拇指遮著缺角，以顧全主人家的面子，表示出一種尊重。後來喝湯時卻發現到原來這碗不僅有缺角還會滲水。這會兒怎麼遮都遮不住，這時主人靈機一動於是說：你明年一定賺大錢。客人很好奇的問為什麼？而主人就回答他說：因爲你拿到了一個有ㄉ一 ㄇㄨㄌ (閩南語發音) 的碗。由於臺語中『利潤』與『裂痕』的發音相同，因此化解了當時現場的尷尬。」²¹²由於這個典故與故事，水里蛇窯曾經生產一批有裂痕的陶器來銷售，師傅惜福愛物的精神卻成爲商品催生，明顯說明園區透過有形無形的訊息傳遞過程，將傳統窯場文化的典故意義與商品價值巧妙連

諸如心理、文化、認知及個別性等種種因素。Roland Barthes (羅蘭·巴特) 著，許蕾蕾、許綺玲 譯，《神話學》，台北：桂冠出版，2000。

²¹¹ 硿仔 (hui-a) 是臺灣先民早期對陶、瓷器的稱呼。

²¹² 詳參附錄三：水里蛇窯陶藝文化園區導覽人員訓練手冊解說寶典之〈陸、解說內容詳述 10.2 (生活陶-廚房) 說明〉。

結的運作方式。

【圖表 5-1-1：能指與所指以及符號關係示意圖】

能指 (signifier)	所指 (signified)
符號 I	
符號 I 延伸為另一層次的能指	另一層次的所指
符號 II	

再則，近年來政府以所謂「知識經濟」作為衍生傳統產業附加價值的方式，成為文化產業經濟的重要指標。實際上，將抽象的文化轉換為知識訊息，不但是將產業文化化的過程，也是將文化視為資本結構的一環（即知識經濟）。文化除可轉換為知識資本流通於各個層面外，還可帶來經濟利益，成為具體的資本，而文化資本的可轉移性亦在此展現。²¹³導覽解說促使文化價值透過教育的方式加以散播，進而強化地方認同及文化意識，使地方文化易於紮根，亦強化外來參訪者對於當地文化傳承的瞭解。因此，園區透過教育機制提升窯廠的文化價值，蛇窯、土條圈泥法、柴燒陶器、破損的碗和陶片等，皆可成為地方文化歷史的象徵，並對柴燒陶器質樸的美感予以認同，²¹⁴建構出地方傳統產業的品牌形象，形塑園區懷舊的風格。操作此一文化價值的意義系統，創造出園區的經濟價值，亦造就出當代文化與經濟雙贏之局面。

園區對過往事物價值的探索並賦予意義，進而創造新的文化意義。再舉例如，

²¹³ 陳景揚，《從「社會資源可移轉性」觀點探討台灣工藝產業轉型—以苗栗陶瓷業為例》，東海大學社會學系碩士論文，2001。

²¹⁴ 在過去，若是陶瓷器上有火紋、落灰等情況發生時，往往被認為是粗糙、有瑕疵的次級品；而近年來現代的柴燒陶藝中，木材不單作為燒成陶瓷作品的燃料，在燃燒過程中所產生的火紋與落灰更是創作的重要媒材，藉由柴灰所產生的釉色變化和樸拙質感，則成為柴燒創作中所追求和評賞的重要部分，柴燒的效果慢慢被人們所接受，此相對於過去，成為一種新的燒陶觀念。吳水沂，〈台灣現代柴燒陶藝的探討與柴燒創作的要素〉，《台灣 工藝季刊》第 1 期，1999，第 13-56 頁。

傳統製陶技術（例如土條盤築法、柴燒窯、轆轤成型法等技術）或柴燒陶甕等。產業發展的過程包括它的生產、銷售、產品、與人、與時代的關係等，挖掘這些元素的關係並賦予新時代意義的過程，使產業形塑出新的文化價值，透過資本的概念將這些文化意涵轉為新的經濟資本（即知識經濟），得以流通或交換。據羅蘭巴特（Roland Barthes）所述，餐廳的菜單所能呈現出的社會「飲食語法」²¹⁵，那麼水里蛇窯的產業文化意涵，賦予意義的過程，加以文化產業政策、陶藝技術或器物的使用方式與意義，應該就有一種屬於今日水里陶藝產業的語法。換言之，水里蛇窯操作意義的系統也是一種神話化的建構。因此，水里蛇窯的陶瓷與器物（或是其它窯場）轉化、延伸、再造其意義與價值，使某一種器物產生多重意涵，並獲得當代消費大眾接受，以延續其經濟價值，成為過去歷史與文化的結合，更成為此一文化象徵的消費價值所在。²¹⁶

2. 再造窯廠價值與建立市場區隔

其次，水里蛇窯建立系統化、模式化之文化價值內容及過程，還有另一層意涵，那就是建立其區隔市場的操作，即區別系統的建構。水里蛇窯背後所建構出的關係法則，醞釀出屬於水里蛇窯特有的陶藝文化，展現這些專屬於水里蛇窯特色的元素與價值，能突顯其產業的特殊性，有別於其它陶藝文化產業。隨著文化產業以及傳統陶業轉型升級的發展趨勢之下，各地同質性的陶藝文化產業紛紛成立，所運用的方法與模式也相當類似，因此必須建立出各自的創意主題和市場區隔定位，才能在眾多陶藝文化產業中擁有一席之地。²¹⁷區別系統的建構有助於一般大眾對於水里蛇窯的認識，水里蛇窯也能有效贏得遊客的支持與認同，在各種類型的陶藝文化產業中，園區選擇了他處所沒有的老蛇窯以及老陶器文物成為建立區別系統的要素，並

²¹⁵ 羅蘭·巴特（Roland Barthes）著，李幼蒸 譯，《寫作的零度》，台北：商鼎文化出版，1992。

²¹⁶ 即使相類似的陶藝產業具有普遍性的情況下，亦有其個性與差異性存在，其它諸如「添興窯」、「華陶窯」、「美濃窯」等，皆有屬於他們賦予意義的方式與產業文化意涵，擁有他們產業的特性。

²¹⁷ 水里蛇窯轉型於1993年；「添興窯陶藝村」轉型於1989年，以陶藝教室、園區導覽為主題；「華陶窯」於1984年成立，1988年轉型，以夜遊野宴活動、陶藝花藝與茶藝結合、融合臺灣民俗建築、陶藝與植物的導覽解說等為創意主題；另外「美濃窯」則於1988年引入美濃，並以大型陶壁公共藝術、工業設計、陶瓷化工為陶藝產業的發展主題。

且在園區中不斷的、有意無意的強調這一點。例如，在導覽過程中首先會說：「水里蛇窯是建造於日本昭和二年（民國十六年）至今，是目前國內保存最完整、最古老的歷史柴燒窯。」²¹⁸水里蛇窯強調其歷史文化方面的價值，從其使用方式、歷史價值、人文背景等方面，對古窯詳加介紹，甚至創造出「窯邊小故事」²¹⁹來提高遊客對於老蛇窯的認識以及接受度，在在顯示出水里蛇窯在這方面的用心與經營。

除此之外，水里蛇窯還善加運用早期窯場特色做為形塑文化特質的方式。早期所使用的窯不像瓦斯窯、電窯這類可控制溫度的窯爐，而是以柴薪燒製陶器的窯爐；其火候的穩定性差、燒成率較低，因此一窯燒下來失敗的產品相當的多。窯場裡常有破碎的陶器，所以除了堆放在窯場裡之外，窯場附近的居民也常至窯場裡將一些破碎的陶器搬回家利用，因此常看到在窯場周圍的住戶，以破碎的陶器做成牆壁，成爲一種另類的「地方特色」²²⁰。水里蛇窯運用早期窯場的「特色」，將殘破的陶片以拼貼法裝飾園區牆面的手法，並不止於此；後來發生九二一震災事件，重創窯廠，園區中許多陶器品因此摔碎，園方便利用其碎陶片完成九二一震災紀念碑的裝置藝術。特殊文化經由轉化的做法來呈現，增強水里蛇窯的文化與歷史意涵，也樹立園區成爲代表水里地區的特色產業。

（二）、對外主動創造意義

1. 媒體宣傳強化意義的散佈

對外主動創造意義的事例一則與媒體有關，二則與地方社團、舉辦活動有關，第三則是與其商標有關。首先，是水里蛇窯在決定挑戰金氏世界紀錄的過程中，廣邀媒體記者入園採訪一事。九二一震災之後，園區雖然在五十個工作天後重建完成，並成爲災區的重建範例，但由於多數人仍處於震災傷痛中，觀光休旅業一時蕭條至

²¹⁸ 附錄三：水里蛇窯陶藝文化園區導覽人員訓練手冊解說寶典之〈參、關於蛇窯的解說〉。

²¹⁹ 參見附錄三：水里蛇窯陶藝文化園區導覽人員訓練手冊解說寶典之〈伍、窯邊小故事〉。

²²⁰ 林國隆，〈談水里蛇窯與文化產業的互動〉，《臺灣工藝季刊》，第13期，2002，第50-54頁。

極，負責人即表示：「這是水里蛇窯轉型以來最大的一次經營困境。」²²¹為提振園區的觀光收入，負責人因此積極尋求各種地方社團的幫助舉辦一系列活動。過程中，由園方主動告知媒體為何要挑戰金氏世界記錄、介紹土條圈泥法的特性、舉辦各式活動（如：大家來挑戰搓最長土條與作最高的陶器比賽、名人上釉、窯體彩繪徵圖比賽、點燃窯火、開窯見證祈福等），再經媒體傳播給大眾資訊，目的即為創造園區此時此刻的價值，並強化消費者參訪的意願。適時製造新聞，提高園區的觀光價值，媒體報導與傳播可說是強化水里蛇窯意義的重要介質。

透過傳媒的宣揚操作以及過程，增強了一般民眾對水里窯業的認識，容易給予水里窯業認同，也提升其特有文化的價值。媒體需要新聞題材而水里窯業需要打開文化形象及品牌的知名度，媒體與水里窯業之間相互連結，以隱晦的方式穿插於經營運作中，進而鞏固了水里窯業有別於其它窯場的地位，創造出其特有的經濟價值。²²²歷史學家霍布斯邦（Eric Hobsbawn）曾說到：「以人為發明傳統並且利用它，而且通常就是那些想利用的人所發明的。無論是被發明的或是自發的，這些傳統都曾在政治層面出現，而且主要是為了商業目的（在資本社會主義終究是這樣）」²²³據此，我們也不難理解園區積極配合政府推動「產業文化化」，將產業和文化價值達成共生共榮做為近期目標，²²⁴使文化與創意結合成為具有經濟附加價值的商品，達成「文化創意產業」的結果。

2. 連結地方社團和舉辦活動

²²¹ 參見附錄五：【訪談紀錄 1】之【1-4】。

²²² 參見附錄五：【訪談紀錄 1】之【1-4】。「我們廣邀媒體記者入園採訪，說明挑戰金氏世界記錄的緣由，設計各式活動：例如；大家來挑戰搓最長土條與作最高的陶器比賽、名人上釉、窯體彩繪徵圖比賽、點燃窯火、開窯見證祈福等，吸引觀光客參訪的意願。災後相關的心靈重建活動也廣受好評，觀光客再次湧入園區，創造出另一個高峰，這些活動也幫助災區災民走出地震的不愉快記憶。而政府也因為蛇窯是第一個災區重建成功的觀光園區，在媒體上大肆宣傳，無形中又再次為水里蛇窯免費的廣告。」

²²³ Eric Hobsbawn（厄里克·霍布斯邦）等著，陳思文 等譯，〈1870 至 1914 年歐洲大量創造的傳統〉，《被發明的傳統》，台北：貓頭鷹出版，2002。

²²⁴ 詳見林國隆，〈談水里蛇窯與文化產業的互動〉，《工藝季刊》，第 13 期，2002，第 50-54 頁。

再則，在連結地方社團與強化其產業意義的關係方面，園區經營者認為地方社團與其基層活動具有一定程度的組織性及關聯性，在地方有一定的社會地位，與地方社團共同舉辦活動有益於園區與地方組織的連結性；結合地方社團或政府組織舉辦活動、安排陶藝學習課程，讓地方居民參與學習陶藝技法，同樣是創造園區的意義與文化價值。因此藉由舉辦以社區住民為對象的活動，促進地方住民的交流（例如，社區陶藝教室），舉辦以其他鄉鎮居民為對象的活動，擴大社會群眾對園區的認識與瞭解（例如，2003年11月在水里鄉舉辦國際划舟賽，以及舉辦全國觀光感恩嘉年華會增加地方的觀光價值）。²²⁵如此，無論是在操作面或意義上，皆強化了水里蛇窯在地方文化意涵上的地位。

3. 商標與品牌形象

從商業經營的觀點來看，文化符號與商標皆有助於廠牌、品質、信用、規模等性質與情感的建立，亦能顯示出產業內涵及形象。事實上，獲得信任的文化符號或商標，極容易建立其權威性，間接促使商品得到消費者的認同感。商標與品牌形象以及消費認同三者間存在一定程度的因果關係，也就是說，商標能增益於產業的獲利，而商標之歸屬與專利問題便相形重要了起來。舉例來說，像是在2003年3月，水里蛇窯欲將「蛇窯」二字申請商標，造成苗栗蛇窯的陶藝業者反彈，而引起蛇窯商標權的爭奪戰。²²⁶此一事件中，可說明蛇窯的商業價值及其文化意涵，無論對於水里蛇窯或竹南蛇窯，確實有其特殊意義。對一般人以及早期的窯場工作者而言，蛇窯只是泛指窯身很長的窯，是一種燒製陶瓷器的窯爐。但如今對業者（水里蛇窯或竹南蛇窯）來說，蛇窯除包含以上的概念外，還認為它可代表其產業而成為商標，希望藉此創造其特有之品牌形象，進而壟斷其所衍生的商業利益。雖然，事件最終水里蛇窯無法延長蛇窯二字的專利申請，卻也意外的突顯出對於「蛇窯」二字的應

²²⁵ 例如舉辦節慶活動，花火音樂節、鐵道情人音樂會、農特產品推廣……等，邀請全國大眾前來觀光。

²²⁶ 關於此一商標權的糾紛，主管機關經濟部智慧財產局認為「蛇窯」二字是一窯種的通稱，屬於文化資產的公共財，因此不能登錄為專用商標，而禁止他人使用。

用及其價值已經轉變，不但從通用語躍升為文化資產的地位，「蛇窯」一詞已成為某種文化商品的代名詞，具有某種經濟利益的價值。

綜合以上所述，運作過程本身就是一種操作意義系統的方式。事實上，包括前章所敘述，園區的觀光化、開放性以及製陶技術展演化、導覽等教育機制，無一不是形塑其獨特文化的方法；而媒體與宣傳以及連結地方資源的做法與過程，則是對外主動創造產業自我品牌的方式，創造出水里蛇窯自我的「神話學」²²⁷。這套經營運作以及意義操作的系統雖然隱晦，卻是經營者主動而刻意製造的，為了形塑水里蛇窯的文化形象，形塑園區的符號性、象徵性（雖然這最終目的是為園區帶來經濟價值）。除了使傳統工藝再生、再造之外，過程中產業與文化間延伸出更多的意義與象徵性，也延續了傳統產業的存在價值。換言之，操作的過程就是形塑意義或符號的過程，符碼化與品牌形象化水里蛇窯產業，在文化產業的體制中，建立了經濟與非經濟的價值，而文化符碼化的成立，亦更增強其產業的商業利益。

第二節 水里蛇窯經營策略的批判

據水里蛇窯園區負責人於〈談水里蛇窯與文化產業的互動〉一文，以及其它相關訪問資料當中談及，產業轉型經營的方向與策略主要以觀光為導向，使工廠觀光化的方式經營，並配合節慶與活動，結合行銷及包裝的概念以達到持續經營的目的。

²²⁸然而，水里蛇窯以觀光推動產業發展，得以化解營運上的危機，但同時也出現了

²²⁷ Roland Barthes (羅蘭·巴特) 著，許蕃蕃、許綺玲 譯，《神話學》，台北：桂冠出版，2000。也就是在本文第四章所提過的：水里蛇窯的傳統元素、策略性概念以及教育工作，藉由古蹟與窯場博物館化、製陶技術的展演、產品古樸的文化形塑、園區公園化、異業結合或策略聯盟、主辦企劃節慶活動、再造文物古的意義與關係、參觀的開放性以及陶藝教育的開放性等方面的發展。還有園區環境的營造、傳統陶藝技術的展示解說方式（土條盤築法、手拉坯、蛇窯本身的應用、陶藝技術）、導覽解說的機制與流程、品牌風格的建立（懷舊風格、陶藝品風格）等種種做法。

²²⁸ 參見附錄五：【訪談紀錄 1】。或財團法人國家文化藝術基金會 策劃，《文化創意產業實務全書》，台北：商周出版，2004，第 126-131 頁。張素雯，〈藝術產業休閒風-水里蛇窯文化園區的產業轉型範例〉，《藝術家》，2004，第 345 期，第 371-375 頁。林國隆，〈談水里蛇窯與文化產業的互動〉，《臺

其它的問題，而且是關於文化方面的問題。經營者以觀光的概念來對待地方的發展、地方資源、文化資源、歷史建物保存利用以及與媒體的互動，是爲了保存地方傳統工藝特色，還是僅是藉此達到產業經營之效？有待進一步釐清。

(一)、園區觀光化現象

1. 古蹟與傳統陶藝技術展演化流失生命力

目前園區開放蛇窯以供參觀之用，數年前蛇窯還能保持每隔數月，就使用一次蛇窯燒陶，而成爲古蹟活化的良好示範；但這兩三年開始，因創作不足，經濟效益不大，所以極少用來燒製陶器。具有七十多年的歷史的老窯，在結合觀光休閒的運作下，老窯成爲觀光工具，園區古窯淪爲展示性的文物，成爲文化觀光的賣點。工廠時期的知識與歷史，老窯場、傳統技藝轉化爲觀光資源，水里蛇窯成爲展示歷史、文化與教育的空間場域，使老窯與歷史文物轉換爲觀光化、展示化之物件；這是活化歷史建物，還是矮化老蛇窯的文化價值？從布爾迪厄(Pierre Bourdieu)「文化再製」²²⁹理論的觀點來看，文化成爲一種資本，水里蛇窯的歷史文化與傳統陶藝技術，就如同某種資本一樣，可以生產、複製、獲取利潤，形成某種文化結構中的資本。由此看來，對水里蛇窯而言，其傳統產業與文化的再製/複製行爲，大抵也是出自於策略的運用，以維繫其產業世代的地位的延續。

對於早期的水里蛇窯而言，大水缸是重要的產品，土條圈泥法則爲其重要之技術，如今園區以土條圈泥法來呈現過往的文化或歷史。事實上，透過示範圈泥法的老師傅訪談中得知，他所製作的大水缸成形乾燥之後，大多沒有將生坯施釉燒製完成，卻加水溶解再度成爲黏土，或者是在製作的過程中，不斷地盤築、又不斷將它

灣工藝季刊》，第 13 期，2002，第 50-54 頁。行政院文化建設委員會，張瓊慧 總編輯，《文建會臺灣生活美學系列叢書【新生活工藝】：陶瓷產業特輯》，台北：生活美學館出版，2004，第 16-23 頁。
²²⁹ 布爾迪厄認爲「Reproduction」一詞係指社會階級運用各種經濟或文化資源，以維繫自己世代地位的現象或過程 (Bliton et al.,1987:88)。引自邱天助，《布爾迪厄文化再製理論》，台北：桂冠出版，2002，第 14 頁。

拆解，除非有販售的需要否則不會燒製完成。²³⁰因此園區中以土條圈泥法所製作的大水缸，並不具實用性的功能或產值，而是一種公開展示的表演項目。雖然不再像從前一般具有生財的重要地位，但仍保留了被現代化所淘汰的大水缸與土條圈泥法，這是因為它們在新的經營方式上仍有其必要性，而再度被保留下來，在產業文化化過程中成為扮演表演者的角色。

另外，柴燒陶藝方面亦然，目前各地窯廠幾乎改以瓦斯、電窯燒製陶器，傳統柴燒陶器則成為水里蛇窯的歷史標記。由於廠商對園區所下單生產的陶瓷器，大多以瓦斯或電為窯而非以蛇窯燒製產品；而且園區也沒有額外的時間製作一定數量的生坯，以供蛇窯燒製柴燒陶器。²³¹柴燒逐漸成為園區歷史的象徵，而流失了部分原有的特色與獨特性。陶藝技術的觀光化、展演化是否即達成傳統技藝保存以及傳承的使命，單純的表演性質而無培養人才，是否將成傳統技藝保存的斷裂，值得深思。筆者認為：傳統技藝保存、運用及推廣有完善的配套，計畫性的培植人才，對傳統文化精神的保存與認同才有其積極正面的價值，持續性培育傳統技藝才能對地方特色產業永續經營有長遠的貢獻，增進文化資本的厚度。降低地方特色因為觀光旅遊化而使得傳統技術與文化產品，陷入純粹商品化、媚俗化的泥沼。

2. 觀光化造成服務品質下降和專業度不足

另一方面，則是園區觀光品質下降的相關問題。在週休二日國內旅遊風氣盛行之下，假期間的參觀人潮往往是平常的三到六倍之多，然而，園區範圍卻不過三個籃球場的大小，扣除蛇窯文物館、陶藝教室、成形工作區與辦公室等建物所佔的面積後，園區內的行動空間狹小，每到週休假期園區便湧入上千參觀民眾。如此之下，無論是休閒情趣、導覽品質、服務品質、園區環境清潔方面等，都因人潮過多，造

²³⁰ 2003年8月於水里蛇窯，訪談土條圈泥法之示範表演者蔣逢榮老師傅。

²³¹ 園區表示以蛇窯進行窯燒所需之生坯數量，一次大約需要兩千件左右較符合窯燒成本的考量，否則很難進行柴燒。而且除了生坯量、燃料成本之外，還有連燒三天三夜所需的人事成本、時間安排等，諸多因素的影響及考量。

成園區整體品質的下降，連帶影響遊客之參觀經驗的品質。筆者發現，經營者需要大量的觀光客帶來經濟效益，一方面也需要他們為水里蛇窯的地方文化性做出作確認，以強化水里蛇窯的地方文化價值，在觀光經濟與樹立文化地位的過程中，出現了文化內涵與經營獲利間彼此矛盾的情況。

而且，園區的生產與服務人員，多半欠缺文化意識且專業性不足。根據相關資料的瞭解，多數工作人員無博物館或文化行政相關之專業訓練，雖然轉型早期有一些進修課程，但由於園區工作日漸繁重，也漸漸乏於進行計畫性的進修或訓練。例如陶藝可說是專業性相當高的工作，更需要持續性規劃進修。然而，一方面由於園區人員編制常處於不足的狀態，因此人員的工作項目繁雜，通常必須身兼數職，例如：陶藝師傅除身兼生產與教學的工作外，參訪人潮過多時必須分擔導覽解說員的工作，而園區進行整修加蓋廠房時也常常要參與整修工作。二方面是專業能力方面；陶藝師傅僅限於一般性技藝知識的要求，缺乏更高層級的專業知識與能力，因而產品無論其技巧、釉色的呈現皆流於商業匠氣，陶藝師傅通常也只負責生產，缺乏開發的能力，其產品也往往缺乏美感與設計感。

除此之外，園方經營者於訪談當中曾提及，希望政府能建立一個與設計或藝術家互通的平台，由設計師或藝術家提供設計，而廠商選擇適合的作品從事量產，建立起設計與生產分工的機制，提升本土陶瓷產業的競爭力。²³²其中，不但暴露出園區產品精緻度與設計感不足的困境，也似乎傳達出園區希望成為一個生產製造為主的陶藝工廠，並不熱衷於提升自身各方面能力的研究或專業度，安於產業觀光化的運作方式。此外，關於產品的銷售方面，園區咖啡館一直以來都有「喝咖啡送自製手工咖啡杯組」的活動，但從園區咖啡館與茶藝館之營利所得只占總收入的 0~3% 來看，²³³贈送自產自銷之陶藝品的魅力並沒有引起參訪者太大的興趣，也暗示著產

²³² 參考附錄五：【訪談紀錄 2】之【2-4】。

²³³ 參見收入來源概況表【圖表 3-3-3、圖表 3-3-4】。

業品質所面臨的考驗。再者，園區希望舉辦國內外陶藝研習活動，或邀請學者專家定期舉辦陶藝相關题目的講演方面，其構想與實際的推動落實還有一段距離，沒有持續長期或計畫性的舉辦，且往往是藉由轉型週年紀念而附加的陶藝體驗活動，因此對其產業或陶藝創作的學術性、專業性發展並無太大幫助。

筆者認為陶藝技術展演化、參訪品質下降、欠缺文化意識或專業性不足等相關問題的產生，其主要因素在於產業觀光化的經營方向。因為園區觀光化的服務對象以一般民眾為主，而且，其中有九成左右的參訪者是完全不瞭解水里蛇窯，或未曾入園參觀的參訪者（包括五成以上的學生族以及公司旅遊、銀髮族、散客）。²³⁴由於大多數參訪者對於水里蛇窯的瞭解不足，因此一般服務性的陶藝知識範圍尚足以應付於這類參訪者，也不特別需要更高一層的專業知識與能力。然而，以長期經營的觀點出發，若無法持續提升產業及服務的專業能力，只能說是原地踏步，自然無法累積其文化厚度，也無法成為臺灣陶藝界或藝術界的精神大本營。

依筆者所瞭解，雖然園區對外宣稱具有設計、研發團隊，但並沒有實際運作，師傅通常只負責生產，缺乏開發的能力，因此並無研發設計團隊在背後支撐產業的發展，嚴格來說，園區的師傅只是生產的技工。²³⁵依筆者實際所觀察，師傅們也並非創造力或專業能力不足，由於一方面工作內容大多是生產訂單產品為主，另一方面也因為觀光化貧於應付初階陶藝教學，而缺乏提升專業素養的機會，間接導致園區陶藝產品之技術與創造力低。其實，多數陶藝師傅對於陶藝工作也都有相當大的熱忱，也認為若園方維持目前的陶藝工作環境和條件，以長期來說，對於他們自身專業素質的提升是有困難的。換言之，園區給予陶藝匠師所能發揮的空間有限，而園區內工作人員則容易跳槽、離職。

²³⁴ 參照本論文第三章之第三節。

²³⁵ 參照附錄一：水里蛇窯陶藝文化園區相關基本資料一覽表及附錄五：【訪談記錄 2】之【2-4】。

最後還有一點，則與上述問題有連帶關係；就是多數經營者並不重視基層人員的需求或去留，對於人員的流動率也不以為意。或許，基層員工的來來去去是很正常的現象，而陶藝生產屬於技術性工作，具有極高的替代性，即便有基層技術人員離開，也隨時會有人可以接替，並無礙於園區之整體運作。但是，園區對於基層技術人員去留的態度呈現出一般經營者的通病，而這卻將容易導致向心力不足、整體素質提升的困難，其中，非親族的工作人員的向心力相較於親族的工作人員則顯薄弱。其次，經營者個人雖然也曾從事陶藝創作，但據筆者瞭解，一般陶藝家或某些陶藝工作者，認為園區的經營方式對於陶藝創作或文化的提升助益不大，對於水里蛇窯的界定仍屬觀光性陶藝產業，而負責人是具有商業性質的陶藝產業經營者，間接暗示出水里蛇窯以觀光做為產業發展的方向受到某些質疑。

3. 文化成為行銷的包裝

另一方面則是以「體驗行銷」²³⁶推廣陶藝教學的問題。雖然園區會舉辦陶藝研習營，提供地方鄉親學習陶藝，但園區的陶藝教室與拉坯體驗區主要仍以提供遊客玩陶、捏陶為主。園區通常是利用營業結束的晚間時段舉辦，教學者以園區的陶藝師傅為主，學習對象則以初階陶藝技術為主（以手拉坯、捏塑等成形技術為主），缺少燒窯或釉料方面的研究與教學。由於舉辦期不定、陶藝師傅教學意願不高、參與對象有限等，諸多因素之下，陶藝教學與推廣的專業層次仍有所不足。目前，園區對於土條圈泥法缺乏長期計畫性的培養人才，工作人員的陶藝專業訓練以及進修機會，也愈來愈少。此外，對於地方學校方面的陶藝教育推廣，亦略顯不足，在陶藝教育的推廣方面缺少實質的作為。以體驗行銷推廣陶藝教學的做法，不但使陶藝教學持續停留在初級入門階段，以體驗的方式推廣陶藝教育也往往流於觀光化、行銷化與娛樂化的傾向，並無法深化陶藝教育的內涵，更無法增益於陶藝研究以及現代陶藝發展的進步。

²³⁶ Bernd Schmitt（伯德·史密特），《體驗行銷》，臺北：經典傳訊出版，2000。體驗行銷的五種基本形式分別為：感官(Sence)、情感(Feel)、思考(Think)、行動(Action)、關聯(Relate)。

(二)、地方特色觀光化的影響

舉辦各種形式的大型活動來行銷地方是吸引觀光客與人潮的最佳途徑之一，可促使地方本身所擁有的人文資源、產業資源或自然資源活化，增益於地方發展，將地方在地的文化或產業廣泛地介紹給其他人認識，因此有助於帶動園區和地方經濟的獲益。另一方面，要能擴大範圍推展至地方經濟的活絡，就必需藉助地方上各種民間團體的資源，活動規模越大，則越需要仰賴各民間團體的力量，才能達到提升地方之觀光發展之最大效益。

但值得一提的是，其它經營業者（以水里車站附近之餐飲業者或商家為主）對於園區帶動地方發展的態度，筆者於閒談中獲知，商家們普遍認為影響不太大，有店家表示因為遊客通常是由旅行團直接帶到園區，大多沒有在鎮上停車逗留，反而是集集支線觀光列車較能為他們帶來觀光客，促進地方觀光經濟的發展。雖然，蛇窯經營者自認為水里蛇窯帶動了社區總體發展，例如：水里藝之森形象公園、水里采荷莊生態休閒農場、蛇窯棧道攤販商店街等。但事實上，除了水里采荷莊生態休閒農場以外，大都為水里蛇窯的關係企業或是參與投資，對於其它產業的帶動限於園區附近的商家，²³⁷因此區域發展的主體仍是水里蛇窯，距離所謂的社區總體發展還有可以進步的空間。

目前，全臺都有許多地方性的觀光節慶活動、文化園區以及一些形象商圈，其週邊之攤販或賣店卻往往是由外地進引，或是販賣一些大陸製的工藝品，這將壓縮了當地之農特產與工藝的發展。因此，若地方性觀光節活動、文化園區與形象商圈之主事者，能運用地方上之各種官方與民間力量、有形無形的資源，將地方上其他農特產品與工藝品（紀念品）作為提供活動之所需，以擴大地方農特產品或紀念品的銷售量；在某種程度來說，可降低各種農特產品或紀念品從外地引進的困擾，使區

²³⁷ 參見本論文第三章之第一節。

域內各產業間自行完成供需體系，亦增益於地方之相關產業的發展。

以經濟發展的角度看待傳統工藝產業，若能將經營策略整合市場需求、地方規劃、相關文化政策等條件，的確有助於提升產業競爭力；相對的，也造成地方文化觀光化、節慶化的趨勢。結合觀光旅遊的地方文化產業，嚴重影響整體當地住民生活模式之改變，而其所生產之相關產品，也因觀光休旅的消費行為而量化生產。推廣地方產業與文化並非只是為了吸引更多的遊客前來進行消費，為了吸引或迎合更多遊客而改變自身的環境與生活方式，不但會導致地方長久以來累積的歷史文化與人文環境遭受損害，將地方意識置於商業化與媚俗大眾之下也會矮化地方之主體性。換言之，為了迎合更多遊客也意味著地方的特殊性與主體性逐漸被消磨，改變地方自身的同時，也使得將遊客參訪體驗獨特的在地文化內涵與深度薄弱。

此外，媒體報導宣傳提升觀光發展價值，是相當直接而有效的方式之一，雖可以提升產業競爭力，吸引眾人目光並帶來蓬勃商機，但也使得文化成為可以「炒作」的對象。近幾年來水里蛇窯陶藝文化園區遊客漸多，除了十多年來不懈的經營，受到社會大眾的肯定外，傳播媒體的報導採訪以及主動在媒體上製造曝光率，加速園區的知名度於短期內提高。園方至今仍與媒體間保持頻繁互動，各報章雜誌、電視、廣播電臺及傳播公司等，皆曾對園區作過詳實報導或採訪。²³⁸園方為何要主動在媒體上製造曝光率？不厭其煩的接受類似的採訪報導？此一作法，從其操作意義上來談與媒體操作的關係，事實上就是一種炒作的手段，媒體與水里蛇窯相互合作的共生結構，間接擴大一般民眾對水里的認識，有助於區域以及產業的發展。按霍布斯邦的說法則是一種「創造的傳統（invented tradition）」²³⁹的過程，而且往往是欲利

²³⁸ 如中國電視公司的「吃在中國」、「臺灣風貌」、「夜線新聞」等節目，第2期《陶藝》季刊，《國家環境雜誌》，第345期之《藝術家》、民生報2003年四月二十五日（星期五）CR3 名人家居版、國立傳統藝術之《傳統藝術》第28期期刊.....等等，近百篇的報導。

²³⁹ 「invented」有發明、創造之意，但不可忽視它同樣含有虛構、捏造的意思。

用傳統的人所形塑出來的，以利於應用在經營方面。²⁴⁰

第三節 文化再製、知識經濟和產業化

從文建會的說明來看，文化產業的核心價值是以知識、文化、設計與創意為主，屬於「知識經濟」之一環，是進入第四級的新經濟型態，影響社會各階層的結構與位置。²⁴¹本節除以布爾迪厄（Pierre Bourdieu）之相關理論解釋水里蛇窯對各種「資本」，進行保有的策略性運用外，也將借用傅科對於權力與知識的運作關係，檢視知識結構在文化產業中的所興起的作用，可能變相成爲某種宰制工具或策略。還有，以文化消費與文化批判理論爲基礎，探討傳統產業工藝品符碼化與消費之間的價值轉移、文化包裝的操弄，以及文化產品量化、媚俗的影響，以提供另一種思維向度。思考文化產業機制中關於知識結構、文化資本、文化產業化與消費等方面，所可能產生之質變。最後，以日本學者宮崎清對於傳統工藝與產業，所提出之見解與態度做爲方向，期待文化產業政策能以更嚴謹、戒慎的態度珍視傳統工藝。

（一）、產業再造與知識經濟的操作

對於任何產業來說，提升產品或產業的品質、設計、文化、教育及藝術性等方面，確實有其必要性亦有助於產業文化厚度的增加，但是，我們不得不承認強調所謂「文化性」的目的，若只是爲了迎合前來觀光的消費者，那麼那些所謂的提升或是創意，只能說是生產利潤的一種策略性工具，並不會帶動文化涵養的增值。事實上，負責人並不諱言以觀光做爲產業發展的重點，以此來對待這些文化性的價值，

²⁴⁰ Eric Hobsbawn（厄里克·霍布斯邦）等著，陳思文 等譯，《被發明的傳統》，台北：貓頭鷹出版，2002。

²⁴¹ 「知識經濟附加價值最高的類型應該就是以創意設計爲核心的生產領域，尤其是源於藝術美學創作的設計。在過去的經濟發展政策中，這是比較被忽略的一環。」可見以文建會的觀點，所謂的第四級的新經濟，即爲以知識、文化、設計與創意爲主的產業。參見行政院，《挑戰 2008：國家發展重點計畫--文化創意產業發展計畫（2003/01/06 修訂）》，台北：行政院，2003。

以經營的角度來說無可厚非。然而，沒有積極地為傳統陶藝培育人才，傳統工藝技術也逐漸消失於日常生活當中，而所出產之相關陶藝品亦缺乏藝術性與設計感，品質濫造難以提升等問題成為園區的困境。如此之下，傳統技藝淪為表演性質的技術；「文化」成為商品包裝的外衣，陶藝產品或文物的文化商品化現象，在這場域空間內不斷複製衍生，相對模糊了地方傳統工藝的原有的面貌。

水里蛇窯將陶藝技術、老窯或文物背後的傳統價值、人文背景、歷史古蹟的意義，為參訪者一一敘述出來，成為文化教育、展示的活教材，也形成一種資產。在此一背景之下，從布爾迪厄再製理論的「習癖 (habitus)」²⁴²來談，它是個人由歷史經驗累積而成的沈澱物，並且內化為心理層面做為行動的原動力。水里蛇窯原本是為了生產產品而設立營運，經由時間不斷累積、產業不斷傳承與再製的結果，而創造出水里蛇窯今日所擁有的文化資本 (culture capital)，然而其所擁有之文化資本的能量，決定了今日它在陶藝產業場域 (champs) 結構當中的位置，構築出水里蛇窯不同於其他陶藝產業的文化或品味，樹立起某種文化標竿的地位，進而以此延續其產業經營不墜的現象或過程。事實上，生產機制的再製過程與結果，對於產業來說是一件再自然不過的事，但對於文化產品的製造與再製，若單以商業或消費為取向，則文化不過是一種包裝手法，不斷的複製過程和結果，極可能造成文化物化 (fetishism) 與商業化的傾向。

對於水里蛇窯而言，傳統產業與文化的再製、複製行為 (即產業文化化、文化產業化的實行策略)，無論是出自於策略的運用，還是由於產業生產機制的本質，某種程度來說皆是為了保有或延續其產業世代運作的地位。藉由布爾迪厄對於學校教育場域之合法性的論述，可以瞭解水里蛇窯產業文化再製行為與轉型的關係，透過

²⁴² 關於「habitus」一詞，一般多譯為「習癖」，邱天助則將其譯為「生存心態」。布爾迪厄的「habitus」，指的是一套與生俱來的性格與氣質 (disposition) 所累積而來的，形成人們的知覺、鑑賞與決斷等一切行動的動能。依布爾迪厄的觀點，「disposition」具有教化的 (inculcated)、結構的 (structured)、持久的 (durable)、衍生的 (generative)、可轉換的 (transposable) 等性質 (Bourdieu, 1991a)。邱天助，《布爾迪厄文化再製理論》，台北：桂冠出版，2002。

教育（如導覽解說機制、陶藝教育）建立其地方文化教育的場域，而教育也往往是取得文化合法性地位，以及權力正當化的方式之一。然而，水里蛇窯居於教育、文化的場域位置擁有合法化的文化詮釋權，使其文化再製或再生產的行為，隱含種種有形無形的介入與干預，尤其是語言方面的導覽解說，擁有象徵性的權力運作邏輯理論。²⁴³也就是說，解說機制的話語具有合法性的優勢地位，解說中知識訊息的「給予」，除使遊客獲得滿足外，也獲得眾人的認同，「給予」也是一種「獲得」的策略運用，解說機制在水里蛇窯的運作系統中成為具有合法詮釋文化價值的地位，如同教育制度那般成為象徵性權力（le pouvoir symbolique）²⁴⁴的來源。

舉例來說，水里蛇窯在解說過程中以各種「窯邊小故事」²⁴⁵穿插，使導覽解說的內容更為活潑，增加趣味感，目的就是希望透過較輕鬆的解說呈現，讓參訪者在短時間內更樂於瞭解水里蛇窯。但值得注意的是：「窯邊小故事」雖能博君一笑，但卻有些並非事實，對於大多數的參訪者而言，往往無法辨別其真實度，並處於一種被動接受知識訊息的狀態，因此在認知上容易造成混淆、產生誤解，例如，利用蛇窯餘溫燙頭髮，以及在搶窯時可做荷包蛋等故事，理論上或許可行，但實際上卻與事實狀況並不相符，甚至是從未發生的事情。或許這點更能突顯知識運作背後的一種象徵性權力。

事實上，許多經濟學家認為：以金融、服務業為主的是第三級經濟，而未來將進入以知識為競爭主力的第四級經濟。在知識經濟的時代，傳統產業以知識、文化、設計與創意為指標，並且靈活運用它們而不斷創新，使傳統產業升級並維持最佳效益。雖有助於傳統工藝產業的升級與獲利，但有許多經營者卻是以此為轉移焦點、

²⁴³ 高宣揚，《布爾迪厄》，台北：生智出版，2002。

²⁴⁴ 關於此一概念，出於不同語言翻譯的關係，高宣揚採用「象徵性權力」（le pouvoir symbolique），而邱天助、孫智綺則以「象徵暴力」（violence symbolique）為之。本研究以「象徵性權力」此一中文翻譯，用來表達具有文化價值詮釋權之威權式的導覽機制的概念。

²⁴⁵ 參照附錄六：水里蛇窯陶藝文化園區之簡介摺頁。窯邊小故事包括有「長短腳」、「蛇窯髮廊」、「超大型烘乾機」、「出窯的日子」等等。

遮蔽缺失的一種策略。因此，運用虛構的小故事、歷史文化背景或是利用所謂「粗曠」、「樸質」的美感說法，包裝產業，使之易於行銷、獲得認同，但是，當陶瓷品本身之品質、美感、造型、創造性、技術工法等元素，沒有不斷的自我要求、精益求精的創作態度，加上一般民眾認知不足，沒有足夠的能力進行比較或對照之時，以文化教育之名，告訴參訪者這些產品是如何難以製作而樸實無華，這樣的地方文化教育與導覽解說在某種程度上，似乎成爲一種爲馴化大眾的策略，成爲掩蓋品質不足的說詞，不但使自我成長的腳步停滯，也淪爲行銷產業、販賣地方文化特色的一種手段罷了。

文化知識及教育成爲一種馴化民眾「認知」的方法，收編了每個人的美感知覺以及文化體驗、展示教育，企圖以此贏得支持與肯定，藉以馴化參訪者或消費者而淪爲炒作商品價值的手段。以傅科（Michael Foucault, 1926-1984）對於權力與知識的運作關係的看法而言；知識結構就是一種權力的展現，它是一種策略，隱含於日常生活中而不自覺受到宰制。也就是說，運作合法的知識往往具有宰制的力量或權力。²⁴⁶而這些觀點與現代所謂的知識經濟學家們的看法相當類似；在經濟學領域當中，將知識轉化爲資本的運作邏輯，則稱之爲「資訊不對等」的概念，而坐擁主導地位的價值，形成知識經濟市場。他們認爲無論個體或產業對於知識或訊息愈能掌握，則愈有競爭力，愈能強化其地位的鞏固。²⁴⁷以此看待文化產業與知識經濟的高度發展，極可能是加速象徵性權力以及之權力/知識（power/knowledge）的策略性運作，進而擴大知識資本懸殊的惡化。

另一方面與布爾迪厄教育制度所作的批判連結之下，水里蛇窯的導覽機制具有掌控、引導、馴化、宰制的功能，可說是一種隱含於合法性制度的象徵性暴力場域。

²⁴⁶ 楊大春，《傅科》，生智出版，1997，第 107-173 頁。

²⁴⁷ 劉克智、董安琪，〈知識資本主義：台灣的新挑戰〉，《知識經濟的迷思與省思》，台北：天下遠見出版，2001。

²⁴⁸無論由文建會對於文化創意產業所作出的定義，²⁴⁹或是目前許多文化產業案例中瞭解，他們運用知識、掌握知識做為產業升級的契機，也看到了陶藝文化產業以教育形態（例如導覽解說、展示等）使產業富含文化性，以創造知識扶植經濟的操作關係。水里蛇窯以知識創造經濟以及產業再製的關係，支撐起文化園區的運行不斷；以文化再製的觀點形成象徵性權力的來源，也形成維繫產業世代延續的運作邏輯。地方性傳統工藝價值在知識、權力、象徵、場域、再製以及文化詮釋權的邏輯下，含有操弄的意味，並在這邏輯當中，一再的確立園區其地方文化教育者、宣揚者的威望與地位。

（二）、文化消費和文化包裝

首先是關於消費者進行文化消費與文化產業的關係。由於現今的消費型態已超越實際需要而與慾望密不可分；經營者在向消費者推銷商品時，應用了大量的符號與象徵，刺激消費者對工藝產品的慾望消費超越實用，工藝品過去的實用性基礎被破壞，成為一種具有象徵意涵的文化商品，經由不斷的消費而促使文化商品化（culture commodity）。在後資本主義社會中，消費不只有單純的購買行為，也是意義的構成，物品往往不是我們消費的對象，而是滿足需求、建立認同的媒介。文化創意產業藉由提升產業發展，是為滿足「真正的需要」或是慾望，或是生產各種文化商品以供大眾消費、娛樂，還是以經濟交換為目的的文化工業，其爭議值得探討。尤其在後現代（post-modern）論述以及後期資本主義氛圍下，各領域彼此間的隔閡消弭，甚至連自身領域之內的差異性也逐漸模糊，而文化與產業間的關係也不那麼緊張，身處於後現代資本主義的人們，消費行為與消費品已經變成一種地位、認同和品味建構的核心領域。

²⁴⁸ Patrice Bonnewitz（朋尼維茲）著，孫智綺譯，《布赫迪厄社會學的第一課》，台北：麥田出版，2002。

²⁴⁹ 文建會將「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與運用，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」；又說「文化創意產業」是以知識經濟為導向的新經濟。行政院文化建設委員會，《行政院文化建設委員會文化創意產業手冊》，台北：文建會出版，2003。

布希亞稱當代資本主義社會為「消費社會」，²⁵⁰消費品已經成爲一種「符號體系」，一種系統化的符號操作行爲，物品構成了一種認同體系，具有某種程度的連貫性一致話語中，呈現出所有物品和資訊的真實性總體。換言之，在這個體系當中所有符號、物品、文化（藝術）與創意，爲消費符號體系所收編。如今的文化創意產業以及傳統文化、工藝品，也面臨了消費所整合的符號體系之價值轉移。阿多諾（Theodor W. Adorno）就說道：「文化工業用舊酒新裝的方式賦予古老和熟悉的事物新特質。爲促進大眾消費而量身裁製、從而決定消費本質的產品，或多或少都是按照計畫的。」²⁵¹這些爲了被消費而刻意被創造出來的文化（藝術）商品，通常以象徵性的形式隱含於背後；事實上，在訪談過程以及相關資料中發覺，經營者希望「吸引遊客使之成爲消費族群」的強烈意識，明顯將經營獲利置於厚植文化之前。²⁵²從法蘭克福學派批判的觀點來看，文化產業（工業）對文化所進行的消費行爲，促使原本的文化物件在過程當中，逐漸流失文化本身原本的精神，而所謂的文化商品爲了利於產品之生產與販售，變爲形式化的制式商品，對文化或藝術活動都造成了傷害。

另外一方面，則是關於產業以文化做爲商品包裝的現象。以園區所生產的柴燒陶藝品爲例。早期農業社會中，多半以實用性及成本爲考量，所以陶瓷業者通常選擇具有容易砌築、花費經濟、窯內寬廣、容量大等特性的蛇窯做爲燒製陶器的窯爐，以因應市場需要。由於柴燒的難度相當高，不易達到創作要求的精準度，其複雜性、專業性、勞動性皆非常高。另一方面也因爲窯燒溫度掌控不易、破裂瑕疵率高、品

²⁵⁰ 布希亞（Jean Baudrillard）之《消費社會》（1970年出版）。季桂保，《布希亞》，台北：生智出版，2002。

²⁵¹ Theodor W. Adorno，李紀舍譯，〈文化工業再探〉，參見吳潛誠總編校，《文化與社會》，台北：立緒文化出版，2001，第318-328頁。

²⁵² 參見附錄五：【訪談紀錄1】。或財團法人國家文化藝術基金會策劃，《文化創意產業實務全書》，台北：商周出版，2004，第126-131頁。張素雯，〈藝術產業休閒風-水里蛇窯文化園區的產業轉型範例〉，《藝術家》，2004，第345期，第371-375頁。林國隆，〈談水里蛇窯與文化產業的互動〉，《臺灣工藝季刊》，第13期，2002，第50-54頁。行政院文化建設委員會，張瓊慧總編輯，《文建會臺灣生活美學系列叢書【新生活工藝】：陶瓷產業特輯》，台北：生活美學館出版，2004，第16-23頁。

質粗糙、釉色暗沉不均、陰陽臉與搬運不便等因素。在時代與技術等種種因素下，柴燒粗陶遭到取代，傳統柴燒窯的使用亦逐年降低。²⁵³直到70年代開始引進日本柴燒陶的創作觀念，以及受到國際現代陶藝發展的影響，近年來，才逐漸改變國人對柴燒陶藝價值的態度。²⁵⁴

園區所產的柴燒陶缸由沒落不起眼而再次受到重視，正是經營者操弄柴燒技術的「不易」，以提高其產品藝術方面的價值，從文化、藝術與人文的角度重新詮釋其柴燒陶器品，柴燒陶進階為藝術品的地位。在解說內容上，解說關於柴燒過程中，強調柴灰飄落於坯體上所產生的釉色變化如何豐富，以及所呈現出的樸拙質感，是現代窯燒所無法取代，也是現代柴燒陶藝中最重要的部分，同時也闡述出今昔陶藝創作追求與評賞角度的不同。²⁵⁵然而，基於園區早期的產品與窯燒方式與此相關，所以這部分對水里蛇窯而言是相當重要的部分。²⁵⁶由於給予參訪者這方面相關知識訊息的解說，連帶塑造出柴燒陶製品的價值，讓參訪者不但對柴燒陶器質樸美感給予認同和肯定。事實上，園區目前絕少機會在於柴燒陶器的生產或創作，而老窯也以觀光化為規劃運用。關於柴燒陶藝的應用與提升方面，相較於苗栗的華陶窯，水里蛇窯略顯不足。即使如此，但也足夠在意識形態上建立起懷舊、古樸的意象，創造水里蛇窯的品牌形象以及所謂的文化經濟。

今日社會的發展多以經濟為依歸，當「文化」被提及時，仍不免被套進經濟發展的框架中加以檢視，才得以定位「文化」的價值。因此，許多言論如「以文化為

²⁵³ 詳參本論文第二章之第三節。

²⁵⁴ 關於國內柴燒陶藝術價值的提升，有一段曲折而複雜的背景因素。國外關於柴燒陶藝的工藝傳承則首推日本，例如有名的「信樂燒」、「備前燒」、「伊賀燒」等，皆重視柴燒陶自然樸拙之美，由於民族性及生活方式，加上流貴族、茶道以及花藝人士的喜好，也強化柴燒陶的發展與流行。詳參吳水沂，〈台灣現代柴燒陶藝的探討與柴燒創作的要素〉，《臺灣工藝季刊》，1999，第1期，第13-56頁。

²⁵⁵ 中國人對於陶瓷器的審美標準，向來首重釉色的勻潤剔透，因此坯體都是置於匣鉢當中燒成，以隔絕火紋與落灰所產生的變化；在這方面的評審方向上可說南轅北轍。詳見本論文第一章之第四節名詞釋義。

²⁵⁶ 參見附錄三：水里蛇窯陶藝文化園區導覽人員訓練手冊解說寶典〈參、關於蛇窯的解說〉與〈陸、解說內容詳述〉。

體、創意為用，再透過一些商業經營的思維方式，我們的確可以把文化視為一門好生意。」²⁵⁷一再的出現，不斷的將文化加以商業經營的思維，在生產之上披著文化、創意、知識與教育的外衣，使產品包裹著文化性的外衣，來達到加值的作用。事實上，從園區之人事編制與分工內容中，²⁵⁸即可清楚發現文化服務部與陶藝生產部人數最多、分工最細，足見園區一面運用生產為基礎、一面以文化服務為加值的營運方式。也就是說，以「文化」作為創意主體，其實就是將文化置於經濟價值的框架中與之衡量，將文化視為一門好生意。

若是從行銷的角度而言，用文化來包裝的確可為產業帶來好生意；水里蛇窯以文化做為品牌形象、以文化包裝商品，能帶來較高利潤，具有引導消費傾向、催化的加乘效果，使產業更具特色化，產品背後所提供之服務與商品的觀感，能加深對產品的認知，進一步影響其消費行為。然而，水里蛇窯運用文化做為產品的品牌形象，其實，就如同一般大企業運用形象形塑商品，消費者通常會以較高規格來檢視它，經營者也會小心翼翼的維護其品牌形象，因為一但形象受損或有瑕疵，比起一些非以文化做為品牌形象的產業來說，所受到的損傷更大，影響參訪者與一般民眾對其產業、產品的信任度。因此，筆者認為，身為文化產業之一環、以文化做為品牌形象、宣稱是傳統工藝保存者的水里蛇窯而言，不是更應維護其文化傳統的精神與內涵嗎？其實，以文化做為品牌形象，在一定程度上具有遮蓋產品缺陷而具美化的作用，往往也成為刺激消費的方式之一。因此，若產品本身不能持續提升各方面的品質，而以文化做為品牌形象，那麼，對商品來說是一種誇大其實或花俏華麗的「包裝」；對於文化來說，則因為不斷的利用文化，反而成為一種剝削與損耗。

將文化視為創造商品的來源，文化原本的純粹價值被忽視，反而被用來生產利潤，轉化為可供大眾消費的符號或物品。雖然，現代商業經營的思維方式能使地方

²⁵⁷ 摘錄自孫華翔，〈台灣文化創意產業藏寶圖〉，《文化創意產業實務全書》，台北：商周出版，2004，第6頁。

²⁵⁸ 參見本論文第三章【圖表 3-2-1、圖表 3-2-2、圖表 3-2-3】。

文化產業創造出商機，但從法蘭克福學派批判的角度來看，在這樣的過程中，不論是歷史文化、地方特色、工藝品，甚至大部分的藝術形式都將被文化工業所網羅操控，一些具有個別性、特殊性的藝術形式，現在也都受到價值交換的支配。關於這點朱元鴻如是描述：「『消費者是頭家』只不過是文化工業的意識形態，消費者不是主體，只是被計算的客體、推測漲跌買賣的對象。」²⁵⁹此外，文化產品的高度發展除了容易導致文化產品的量化與複製外，也很容易產生文化媚俗的傾向。

(三)、文化工業化與人心之華

首先是文化產業之工業化生產的現象。在消費主義的結構下，文化產業透過充滿商業性的運作機制下，生產的產品並非只是單純的文化（藝術）品，嚴格來說是一種刻意操作的文化商品。早期水里蛇窯製造陶器雖然以營利為目的，但限於生活應用上的產品而非商品，如今，以文化化方式形塑其象徵地位，以便將文化產業化、生產出各式商品，並以各種行銷包裝來促銷它們。「文化」儼然成為經營上的資本，它如同經濟資本一樣，有同樣的操作手段，為因應一般大眾的消費，使得文化產品可以量化、複製與販售，文化商品不可避免的落入制式、同質性的框架之中。如馬庫色（Herbert Marcuse）對發達工業社會意識形態所作的敘述，由於技術的進步使得思想與創造等行為，無法超越一種公式化、邏輯式的範圍，以及既定的概念框架，卻又與社會結構各領域共存，一個集權式的「單向度的社會」便此成形，不再有超越現實領域的其它向度。²⁶⁰生產技術對文化（藝術）進行一體化的整併治理，這對於藝術創作而言，不啻是將降低創新、創造的活動，窄化藝術品味的能力，對廣大群眾而言，則因制式量化而喪失了其他許多的選擇權。

雖然，陶器產品在生活層面上所能應用的範圍相當廣泛，從生活器具的碗碟、

²⁵⁹ 朱元鴻，〈文化工業：因繁榮而即將作廢的類概念〉，《文化產業：文化生產的結構分析》，台北：遠流出版，2000，第11-45頁。

²⁶⁰ Herbert Marcuse（馬庫色）著，劉繼譯，《單向度的人—發達工業社會意識形態研究》，台北：桂冠出版，1996。

瓶罐、花器，或是造型藝術品、科技工業等各種層次的應用（參見【圖表 6-3-1】），但由於陶藝品仍以一般生活的碗碟、瓶罐、花器等器物之運用為主，其實用性相當強烈，產品的雷同性因而非常高。在市場競爭激烈的陶藝產業界，產品外在形式實為大同小異，若要能提升產業各方面的品質與競爭力，那麼精神與內涵、風格與特色應該是追求的重點，而非一味生產而無專業素養的提升。此外，在技術層面上，尤其像是灌漿成形法等，機械化製作生產的運作機制，更容易造成產品陷入規格化、制式化生產的框架中，再加上陶瓷產業之產品很容易就能開模複製，因此即使擁有相當出色的創作作品，也因此無法獲得應有的保障，降低其創造力及創作意願。也就是說，若文化產品以工業化的生產方式不斷的複製，以標準化、規格化製造出制式的文化商品，量產內容與結構相似的產品，破壞了藝術自主性也消耗了文化的精神內涵。

況且，文化產品量化、複製生產也容易導致媚俗的現象。由於許多文化商品是爲了滿足一般大眾的消費，爲了市場需求、消遣或娛樂的機械式生產機制，促使文化產生媚俗或淺薄的傾向。美國藝術評論家格林伯格（Clement Greenberg）描述道：「媚俗文化利用原始的材料，貶低了真正文化的學術味道，它歡迎這種不懂欣賞藝術的愚昧態度，而且還鼓勵這種態度的滋長。媚俗文化是機械式、公式化所操作的，它是一種代理的經驗，也是一種虛偽的感情。媚俗文化隨著潮流改變，但卻總是一個樣子。」²⁶¹依照格林伯格對媚俗文化的批判，來看現今某些文化創意產業，其產業經營多少都含有這樣的意識，爲了避免曲高和寡、爲了要能讓一般大眾消費得起，或是讓更多的人能夠親近，而選擇降低文化或創意自身的品質與內涵，以屈就大眾喜好；爲了便於大量生產、降低成本，而開始規格化、制式化的生產機制。所謂的文化產業化並非一種工業，若將陶藝產業之文化產品以制式規格化生產，運作模式逐漸趨於量化、單元化，不但抹煞創造力亦會稀釋文化的厚度。

²⁶¹ Clement Greenberg（格林伯格）著，張心龍 譯，《藝術與文化》，台北：遠流出版，1995，第 3-21 頁。

【圖表 5-3-1：現代造型陶藝】



柴燒陶器

資料來源：前山博志 編輯，《備前・信樂を見る作る基礎知識》，東京：株式會社學習研究社，2000，第 34 頁。



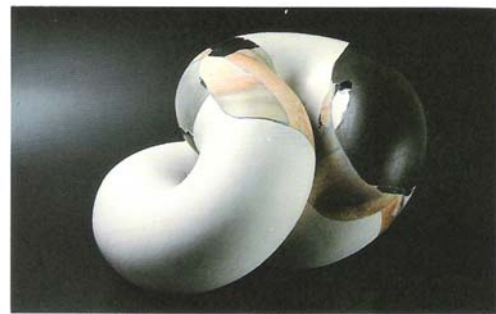
柴燒陶器

資料來源：大槻倫子、杉本賢正，《日本の焼もの伊賀・信樂》，東京：株式會社 淡交社，2003，第 79 頁。



現代造型陶藝

游元隆：「理性與感性」
資料來源：《陶藝》季刊，2004，第 44 期，台北：五行出版，第 19 頁。



「'84分解與重組」系列 45X30X30cm 攝影/TAKASHI HATAKEYAMA

現代造型陶藝

寄神宗美：「'84 分解與重組」
資料來源：《陶藝》季刊，1994，第 2 期，台北：五行出版，第 34 頁。

然而，一項傳統工藝及其產品是否淪為商品化、工業化之運作工具，可由工藝產品本身的品質以及產出機制兩大面來探究。工藝產品的品質大約可藉由其工法的精巧度、技術層次或成熟度來判定，其中當然也關乎創作者本身的感性作為以及是否用心的問題。依據宮崎清認為所謂「人心之華」的傳統性工藝品應具備：為生活帶來滋潤、提供人與物之間「真正的效率」、愛護環境、可感受到作者的個性與感性、證明人的存在、可感受到人的氣息、豐富生活品質、品質愈用愈高、可做為生活文

化的提案、傳遞國人的生活造型文化、可成為國人的特色等十一大特性。²⁶²陶藝源自於實用性為基礎，運用工具加上精巧的製作技術和適當的設計裝飾而來，但隨著工業文明發展，以手工為主要製作方式的傳統陶器具，大多已被制式化、機械化量產的陶器品取代，或者成為一種造型藝術，朝向精緻化、藝術化的發展，傳統工藝所具有的材質之美、「人心之華」²⁶³技藝的美逐漸消失，而工藝原來手工的本質，人為的技術之華，已漸漸喪失。

文化消費可說是一種剝削與消耗文化厚度的行為。由於文化的產業化極可能形成媚俗化、商業化現象，而折損了文化的精神內涵，造成文化淺薄化，因此在產業轉型的經營策略中，則更應注意文化精神層次及教育內涵等面向的提升，才是文化產業應該發展的方向。筆者認為，無論文化創意產業或是地方特色產業，都應以自發性為起點，以內化為目標，而非迎合參訪者的喜好或品味，改變自我或地方的文化與生活，以避免傳統文化產業衍生出媚俗化、商業化之不良效應。此外，工藝品產出機制所面對的，亦應如同宮崎清所主張，要能感受到作者的個性與感性、證明人的存在、感受到人的氣息、愛護環境。對於生活上的應用方面，宮崎清則認為：人應該以溫柔的態度對待自然與器物，並加以統一，才是產品真正的效用，既不是狹義的效率至上，也不是用完即丟，而是為追求全人類帶來幸福之物的真正效率。應該改變大量生產與大量消費的做法，降低產品消費與汰換的速度，以人性化的態度珍視所有傳統或創作的產品。²⁶⁴

²⁶² 宮崎清 著，洪文珍、翁徐得 譯，〈傳統性工藝品產業與地域振興〉，《「文化、產業」研討會暨社區總體營造中日交流會論文集》，南投：手工藝研究所，1995。

²⁶³ 宮崎清 著，洪文珍、翁徐得 譯，〈傳統性工藝品產業與地域振興〉，《「文化、產業」研討會暨社區總體營造中日交流會論文集》，南投：手工藝研究所，1995。

²⁶⁴ 宮崎清 著，洪文珍、翁徐得 譯，〈傳統性工藝品產業與地域振興〉，《「文化、產業」研討會暨社區總體營造中日交流會論文集》，南投：手工藝研究所，1995。

第六章 結論與建議

(一)、結論

整體而言，從水里蛇窯轉型的運作內容與歷程，不但受到地方發展、社區意識等各方面的刺激，也說明產了業轉型與政策、社經脈動 相互推進的發展；在政策支持與成功案例背書下彼此強化的共生結構，證明文化與產業結合的可行性。文化創意產業是新的產業機制，也是產業累積文化與意義的過程，並非是結果。傳統窯業的操作歷程與經營策略，具有文化與經濟上的雙重效益與多義的性質，具備地方文化教育與散播的地位，其文化也成為大眾消費、體驗或使用的一種經濟，有助於傳統工藝的經營和宣揚，但也對文化和傳統工藝帶來媚俗、淺薄與商品化的衝擊。此外，在知識、權力、象徵、場域、再製的邏輯下，知識一方面成為形塑文化形象的後盾，另一方面則淪為一種廣告化的行銷策略，多少含有操弄、行銷的意味。因此，文化的厚度必須仰賴精神性文化內涵的累積，不該把創作行為和歷史文化，窄化為產業或商品來運作。傳統工藝產業經營關注的焦點若是獲利或譁眾取寵，對文化來說既是一種傷害也是一種剝削；然而，負面的批判若以積極的態度來對待時，實際上也是一種建設。

1. 產業轉型與政策具有共生關係

關於「文化產業」或「文化創意產業」的概念，對一般民眾而言仍感模糊，雖然政府或民間、學術或產業界都曾企圖對所謂的「文化產業」做出明確的定義與界線，但由於文化產業的範圍太過廣泛，導致大多為概念性的劃分或者以某產業所呈現的立場來描述文化產業。透過文建會對文化創意產業所做出的定義，²⁶⁵也可感受

²⁶⁵ 「源自創意或文化積累，透過智慧財產的形成與運用，具有創造財富與就業機會潛力，並促進整體生活環攬提升的行業。」參見行政院文化建設委員會，《2003年文化創意產業發展年報》，台北：經濟部文化創意產業推動小組出版，2004。

到它範圍廣泛以及概念不夠明確的一面。而政府也挑選了多項屬於文化產業的案例或人物，編列成冊，例如《從傳統出發的文化創意產業叢書》²⁶⁶、《文建會臺灣生活美學系列叢書》²⁶⁷、《文化創意產業實務全書》²⁶⁸企圖由上而下的模式指導一般民眾何謂「文化（創意）產業」。不但如此，文建會網站也相繼介紹國外的做法與成功案例，以美學經濟與文化經濟，說明文化創意產業的對產業發展的正面效益，以所謂的知識經濟做為繼第三級產業之後的第四級新經濟。²⁶⁹

水里蛇窯擁有七十多年的歷史具有文化積累的意義，而文化知識和轉型經營也具有創造財富與就業機會潛力的條件；於 1989 年起便不斷受到官方的關注，以及日本「地方產業振興」及「地域資源活化」觀念與技術的影響，近年更通過文建會的評選，而為「生活創意產業」²⁷⁰之績優創意生活事業，進而成為文化創意產業之一環。不但成功的成為政策宣傳的案例之一，而其操作模式更是其它相關傳統產業所仿效的對象。然而，傳統社會急速的轉型，促使人們開始思考地方與文化的發展，以及文化產業、社區總體營造政策的開展之下，不但為文建會所謂的「產業文化化、文化產業化」做出最佳示範，其運作內容與過程改變的歷程，說明了產業轉型與政策、社會經濟互為表裡的發展關係，相互影響、相互推進的事實。

²⁶⁶ 《從傳統出發的文化創意產業叢書》包括有：【王俠軍與琉園】、【黃麗淑與台灣漆藝】、【陳夏生的中國結】、【洪新富的紙藝世界】、【黃永松與漢聲雜誌】、【楊錦聰與風潮音樂】、【陳勝福與明華園】、【黃強華·黃文擇與霹靂布袋戲】共八卷，分別代表傳統音樂、戲曲、工藝與文化出版等真實範例的創作歷程與經營。中國時報企劃開發中心 總編輯，《從傳統出發的文化創意產業叢書》，台北：生活美學館出版，2003。

²⁶⁷ 《文建會台灣生活美學系列》叢書，全書共十卷，包括有：【新生活美學】文化創意產業的活水源頭、【新美食美器】特色陶瓷商品、【新美食美器】精緻陶瓷餐具、【新蘭花花器】陶蘭相得團體篇、【新蘭花花器】陶蘭相得個人篇、【新生活工藝】良品美器特輯、【新生活工藝】陶瓷產業特輯、【新生活工藝】紙文化產業特輯、【新生活工藝】竹藝產業特輯、【新生活工藝】金工飾品特輯。行政院文化建設委員會，張瓊慧 總編輯，《文建會臺灣生活美學系列叢書》，台北：生活美學館出版，2004。

²⁶⁸ 財團法人國家文化藝術基金會 策劃，《文化創意產業實務全書》，台北：商周出版，2004。

²⁶⁹ 行政院，《挑戰 2008：國家發展重點計畫-文化創意產業發展計畫（2003/01/06 修訂）》，台北：行政院，2003。

²⁷⁰ 行政院文化建設委員會，《2003 年文化創意產業發展年報》，台北：經濟部文化創意產業推動小組出版，2004，第 216-230 頁。其中所述：「源自創意或文化積累，以創新的經營方式提供食、衣、住、行、育、樂各領域有用的商品或服務。運用複合式經營，具創意再生能力，並提供學習體驗活動。」

自從政府提出「文化創意產業發展計畫」後，文化、藝術以及產業、經濟之間的合作關係，加速展開其正當性存在的意義，也獲得全國各界的認同。在追求國家發展（包括經濟或文化藝術的發展）的前提下，文化與產業（藝術與經濟）雙方的合作關係更為密切。目前水里蛇窯以及許多傳統產業也以體驗式行銷、觀光休旅為策略，達到文化與產業種型升級的具體效果，文化與產業轉譯為可獲取利潤的場域，既達成產業自身之生存，亦刺激地域經濟的活絡、增進知識型產業發展、創造投資及就業機會及服務業之發展等，於是乎，此一政策常被解讀為具有振興地方經濟、保存傳統文化、凝聚地方認同的策略。文化可以不和產業劃清界線，藝術可以和商品達成媒合，知識可以和經濟同進同出，相較於早期他們之間的關係，其對立性確實降低了許多。

2. 文化創意產業是產業累積文化與意義再造的過程

目前我們一般所認知的文化產業，若從政策操作面來說，它是由社會、政策與經濟等方面策動而來。經由觀察研究水里蛇窯之概況與相關文獻資料，得知產業朝向文化創意產業的發展，與產業內部結構以及社經環境條件有關，影響傳統窯業的生存。在石油塑膠工業興起、設備與技術不足、成本增加、開放市場經濟等各種考驗的衝擊下，傳統陶瓷產業沒落陷入歇業倒閉的窘境。但是，就其產業精神內涵而言，它則是與傳統（文化或是藝術）關係密切而創造出來的新產業，是產業產生文化累積與意義再生的過程。簡言之，文化創意產業只是新的產業機制，而此機制必須是產業累積文化與意義的過程，而非結果；文化創意產業是一種與過去舊事物相關，為因應時代與經營之需要，據此所創造出的新生產機制，而在概念、運作機制而與傳統有所區分。

事實上，文化創意產業除了表現出現階段的產業特性之外，它更應是產業呈現種種所有的過程，絕非僅止於此；目前所謂的「文化創意產業」只是產業機制的過程之一，未來產業的機制與成果亦將不斷的衍生、累積。將新的產業機制建立在舊

制之上，而賦予舊機制新的意義，而非結果更為恰當。因為，產業唯有經過不斷發展才能累積文化，傳統工藝需要融合生活而非與資本主義體系共謀利潤，才能擁有精神厚度而不至流於形式，對於文化產品的製造與再製，若單以商業或消費為取向，則文化不過是一種包裝手法，不斷的複製過程和結果，極可能造成文化物化（fetishism）與商業化的傾向。因此，文化創意產業也應以自發性為起點、以內化為目標，否則，又將淪為另一種新的媚俗、新的商業化機制，文化與產業的矛盾衝突仍將再度被挑起。

3. 文化產業之操作策略具雙重或有多元的特質

本研究認為水里蛇窯之所以成為文化創意產業之一環，一部分源自其歷史性、文化性的累積，另一部分則來自於創造以及意義的賦予。如今水里蛇窯以文化創意產業為運作方向延續其經營，既呈現出產業和政策交互作用下的共生現象，亦顯示出運作系統與操作意義的重要性。水里蛇窯以傳統元素與種種操作意義系統，每個部份與步驟相連緊扣，如同一張無形的網絡，達成產業經濟的再生、再造，文化產業化、產業文化化使產業與文化間，產生更多元的意義與象徵性，並將文化轉而成為一種重要的資本，運用「知識經濟」做為形塑文化形象的後盾，提升其產業附加價值，創造產業的文化內涵。²⁷¹一方面以「產業文化化」的觀點，使水里蛇窯成為具有文化象徵的場所，二方面以「文化產業化」為操作，提振產業的經營與經濟效益。

園區產業賦予傳統新意涵，在賦予意義的過程與思考邏輯中，進行符碼化的過程。因此，器物不再只是器物、生產也不再只是單純的生產行為，而變成文化和教育的代言者。簡言之，轉型的種種運作以及意義的再造使傳統窯業成為一種文化象徵，進一步創造文化形象及品牌特色，為產業增值；也在此一操作中樹立有別於其

²⁷¹ 政府以所謂「知識經濟」作為衍生出傳統產業之附加價值，也是傳統產業轉型成為文化產業經濟的重要指標。行政院文化建設委員會，2003，《行政院文化建設委員會文化創意產業手冊》，台北：文建會出版，第9頁。

它窯業的創意產業。園區轉型之後，其產業性質由二級走向三級的觀光休閒經營、其價值由生產性朝向文化觀光的發展、從實用層次轉為教育與休閒層次、窯場從封閉走向開放以及園區多元的種種現象，既達成產業之生存，也因為衍生周邊經濟效應²⁷²而再造地方的區域性經濟。

4. 形塑產業文化形象以提升其經濟價值

先就「產業文化化」方面來談，水里蛇窯依恃其既有的傳統歷史以及地方人文，運用各種教育型態以及概念做為操作方法，呈現工藝技術和生產製作過程。傳統製陶技術原本以生產陶器用品為主，透過導覽解說後，傳統工藝之實用功能具有文化教育的功能；園區的古窯、文物、製陶技術、粗陶器等成為教育的最佳活教材。地方傳統工藝產業，含有地方特色與文化歷史的意義，產業相關之技術、器物與產品，既擁有產業性的一面也有文化意涵的一面，同時具備傳達意義的工具，以及符號載體的雙重特質。

另一方面在「文化產業化」的觀點之下，無形資產或地方特色轉化為一種可獲取利潤的文化商品。在此一過程中，文物古蹟，歷史脈絡、人文背景等，演變為有形或無形的文化資產以及地方特色，古窯、製陶技術、傳統陶器等，成為地方特色窯業的一種文化資本，運用教育為其宣傳，形塑其產業形象，提升產業附加價值。經營者將傳統元素視為其獨有的資本，以各種行銷策略達到所謂的「文化產業化」，便於提供大眾消費或參觀、購買或體驗、使用或獲得的一種文化經濟，使文化轉譯為一種無形的經濟資本。

傳統地方產業以文化做為品牌形象，在一定程度上具有遮蓋產品缺陷而具美化的作用，往往也成為刺激消費的方式之一。以文化標榜為水里蛇窯的品牌形象，其傳統技術與文物可說是一種活歷史教材，而其生產的陶藝品其品質、技術、美感與

²⁷² 像是刺激地域經濟的活絡、增進知識型產業發展、創造投資及就業機會及新興服務業之發展等。

設計的要求也應該不斷的提升。否則，若產品本身不能持續提升各方面的品質，卻仍以文化做為品牌形象，那對商品而言謂是一種虛而不實的包裝；而對於「文化」來說，則因為不斷的被利用、被消費，文化顯得愈來愈不純粹，反而成了一種剝削與損耗。作為傳統地方工藝的代言人，既要避免只是用故事、文化或行銷手法來包裝產業，也不能自我侷限不求提升，一味迎合大眾品味，或降低品質生產僅供消費的商品。

5. 新產業機制也有新的問題產生

水里蛇窯憑藉著其經營策略（包括以觀光旅遊的方式推動產業發展；運用行銷及包裝的概念；結合社區、企業及政府資源；配合政策的推動；設計或開發新產品；媒體報導與宣傳等）²⁷³與文化創意產業的操作方式（產業文化化；文化產業化）的雙重運作，或許能為傳統產業經營帶來新契機，藉由地方單位開始逐步建構完成國家整體發展的總目標，避免淹沒於全球化現象洪流之中。但在振興地方經濟、保存傳統文化、凝聚地方認同過程中，卻也可能帶來文化媚俗化、淺薄化與商品化的問題，以及地方特色成為文化消費的空間等負面現象，文化與產業的衝突與矛盾仍持續並存著。

此外，由於解說機制的話語具有教育的功能，解說員積極介入、主動帶領的遊園方式，使遊客獲得知識的滿足，也獲得眾人認同水里蛇窯，而遊客則多半是跟隨解說員的程序與方式聽從解說。在某種程度之下，知識成為一種掌握參訪者的工具，解說機制如同布爾迪厄所論述的教育制度那般，成為象徵性權力²⁷⁴的來源；解說機制本身一開始即站上了權威的高點，接下來的內容都將成為馴化的，使文化知識以及教育成為一種馴化民眾「認知」的方法，而文化和教育淪為掩飾其商業本質的炒

²⁷³ 參見附錄一：水里蛇窯陶藝文化園區相關基本資料一覽表。

²⁷⁴ 關於此一概念，出於不同語言翻譯的關係，高宣揚採用「象徵性權力」(le pouvoir symbolique)，而邱天助、孫智綺則以「象徵暴力」(violence symbolique)為之。本研究以「象徵性權力」此一中文翻譯，用來表達具有文化價值詮釋權之威權式的導覽機制的概念。

作手段，利於行銷產業、販賣地方文化特色。但是，解說不是一種廣告化的行銷運作。地方性傳統工藝價值不應只是在知識、權力、象徵、場域、再製的邏輯下操作，一再確立園區是地方文化教育者、宣揚者之地位與威望。

6. 文化產業需累積文化厚度與精神內涵

如前章所述，水里蛇窯產業的觀光化或制式化的運作，對於產業整體品質與文化內涵方面，也的確造成了某些負面影響，而陶瓷產業在現代化、工業化之生產模式下，容易造成產業產品制式與規格化，優良產品遭到開模複製，而創作智慧又無週延保障，陶藝產業的創造力與藝術性將逐漸喪失。以長遠發展來看，降低媚俗或通俗化的負面效應，有賴於精神性及內涵的累積，這或許也是增建產業文化厚度的方法之一，所謂的文化創意產業也不該把「創意」這樣的創作行為，或「文化積累」的精神意義，窄化為商品的生產與販售，或是產業工業化的運作。

其實，文化（或藝術）與經濟共謀合作的案例不勝枚舉，尤其是跨入新世紀，政府提出「文化創意產業發展計畫」後，全國各地充斥著各式各樣的文化創意產業，但其素質卻參差不齊。筆者並非全然反對文化（藝術）的商業行為，所反對的是對於文化或工藝品不夠誠懇、不夠負責任的態度，卻以各種策略模糊這些精神價值。在追求經濟發展與功利主義的環境氛圍之下，文化、藝術逐漸淪為商業行為的打手，為文化商品掙出一條生路，自身卻因此傷痕累累，相形之下，此時不是更應該善待文化與藝術嗎？如同本雅明（Walter Benjamin 1892-1940）於〈經驗與貧乏〉以及〈可技術複製時代的藝術作品〉中所認為，文化藝術的產業化並非僅有負面批判，亦具積極正面的意義。工業化與複製技術雖有助於解構傳統藝術中的菁英取向，使文化能讓更多的人親近，但他也無法否認新技術、新媒介對於文化和傳統所帶來的衝擊是多麼大。依筆者看來，若傳統工藝產業經營所關注的焦點是如何獲利、如何取寵時，對文化來說既是一種傷害也是一種剝削；然而，負面的批判若以積極的態度來對待時，實際上也是一種建設，借此提升文化創意產業整體之素質與精神內涵。

(二)、建議

1. 文化事權統一與評鑑督導機制的建立

綜觀國內各項所謂的文化創意產業，大多是自行發展努力而有今日之成果，過程中，政府所給予的協助並不太大。其次，各類文化創意產業仍分屬於不同主管機關，管理分散，常出現同一計畫卻不同調的情況。²⁷⁵而且地方文化行政機關、文化藝術團體或地方文史工作室等，在進行文化藝術活動時，也往往需要面對各級主管機關以及繁瑣的法令規定，增添行政作業的困難度，間接阻礙了文化藝術發展的速度。因此筆者認為或許政策上有統一事權的機構，避免多頭馬車，創造有利於文化創意產業發展的環境。再者，建立一套評鑑或督導機制或許也是可行的方式，改善文化創意產業體質；訂定更具體、更完整的評審標準，針對目前所認可的文化創意產業進行監督，對上未符合標準的產業進行輔導，不但可提升文化創意產業整體素質與內涵之發展，亦可降低文化創意產業品質參差不齊，或文化工業化、媚俗化的現象。

2. 產銷分治

如今，文化創意與產業製造踏上合作的道路，幾乎是無法阻擋的趨勢，但是若能將設計者、創意研發團隊與行銷者、經理人雙方的工作內容劃分清楚，建立創作與銷售的任務區隔，或許有助於降低文化與產業間的矛盾衝突，而各得其所。所謂的任務劃分，指的是創作者專注而懇切的創作作品，不把作品視為即將販賣的商品，如此才有可能使文化藝術回歸於應有的精神價值；而關於販售、行銷方面則由專業經理人代為執行與推廣。然而，傳統工藝產業仍相當欠缺關於這部分的操作方式。

²⁷⁵ 雖然目前約有百分之九十的文化事務為文建會負責統籌規劃、協調、推動或考評，但實際運作上，由於文化事務分由不同部會掌理，而各種計畫業務繁多，相關法規亦未臻周延，因此文化事務最終仍是多頭馬車、事權分散的情況。文化事權統一的優點包括：(一)、可依據主管權責，針對文化事務相關法規，進行研修、整合，提升行政效能。(二)、在文化經費方面，可積極統籌各項文化預算及資源，進行統合規劃及運用。(三)、可整合文化資源，研擬整體發展計畫，改善整體文化基礎環境，以帶動藝術文化事業蓬勃發展。參見行政院文化建設委員會，《2004年文化白皮書》，台北：文化建會，2004。

以水里蛇窯為例，研發者通常是窯主一人，研發內容也以一般陶器商品為主（例如酒瓶、陶瓷便當）；陶藝匠師只是生產者而非創作者，所製作生產的陶器非自主性理念之創作。²⁷⁶因此筆者認為將創作交還於匠師，將行銷販售歸於經營者，各司其職，或許能對陶藝文化產業的再升級提供幫助。

3. 釐清文化產業與文化工業

在文化創意產業大行其道之際，民眾在進行文化消費之前，或許應該具備辨別文化產業與文化工業的不同，以瞭解哪些是爲了被消費而刻意被創造出來的文化（藝術）商品，有助於降低個體與文化同時淪爲消費符號體系收編。此外，思考文化產業與知識經濟所可能產生的質變，成爲某種掌控民眾的工具或策略，亦有助於教育與文化成了宣揚與馴化的最佳利器，在產業生產之上披著文化、創意、知識與教育的外衣，使產品包裹著文化性的外衣，來達到加值的作用。

4. 化劣勢為優勢

再者，是關於傳統工藝的困境與銷售問題方面。傳統工藝大多都有人才不足、技術傳承斷層、商品欠缺通路、產量不足等問題。然而，經營者普遍認爲最直接、最有效的方式，則是從行銷、產量等方面著手，以提升傳統工藝發展，因此許多文化產業或傳統工藝，所著重的部分大多是如何「增產」、如何「增量」以及如何「擴大銷售通路」等方面。事實上，若非深化創意與設計，提升產品的品質爲基礎，不只是倒果爲因、損害傳統工藝的核心價值，文化創意產業也將淪爲另一種新的媚俗、新的商業化機制，文化與產業的衝突矛盾，終無趨緩之勢。文化創意產業本來就具備特殊、個別、分散、多元的特質，²⁷⁷但這其實也是傳統工藝發展的條件，傳統工藝則可依其「稀少」、「特殊」、「不易」等特質，造就產業的經營優勢。反之，若傳

²⁷⁶ 參見附錄五：【訪談紀錄 2】之【2-4】。

²⁷⁷ 據行政院之《挑戰 2008：國家發展重點計畫--文化創意產業發展計畫（2003/01/06 修訂）》所述：文化創意產業的特質在於其多樣性、小型化、分散式，但其就業人口和產值一直保持成長，對於環境和生活品質的提昇均有助益，是所有進步國家極力推動的部門…。

統工藝之通路、產量和技術的問題都毫無阻礙，文化產業也失去了它的獨特性，那與一般大規模製造的文化工業產品又有何異？

5. 以自發、內化為內涵

水里蛇窯在某種上扮演了「地方文化教育」節點的角色，連結中南部地區學校、一般民眾及觀光客，提供不同的族群認識水里的地方文化、強化地方文化意識，使其產業生根、發展。因此地方文化教育的運用及推廣是否有完善的配套，使當地居民對地方文化精神具有認同感，有其必要性，對於具有傳統地方工藝傳承象徵意義的水里蛇窯，也是值得努力的方向。而且，地方民間之文物館（如水里蛇窯文化園區）要比一般大型公立的博物館或美術館更具有開放性、寬容性的特質。若對地方文化教育的持續性推廣，增進居民的地方認同，並且以當地資源（如地方人才與資源的培養、保留、運用等）為基礎，以自發性為起點、以內化為目標，而非迎合參訪者的喜好或品味，改變地方自我的文化與生活。²⁷⁸或許，能以日本學者宮崎清對於傳統工藝與產業，所提出之見解與態度做為方向，期待文化產業政策以更嚴謹、戒慎的態度珍視傳統工藝。如此，對於地方文化產業永續經營才能有長遠的貢獻，否則，地方特色、傳統產業及觀光活動將淪為一種地方商品化的場域。另一方面，地方居民或遊客對傳統工藝也無法有深層的認識，徒有文化的「產業化」卻無「文化化」，五花八門的行銷手段及商品，並不足以累積文化資本厚度、落實文化產業永續經營之目的。

²⁷⁸ 宮崎清 著，洪文珍、翁徐得 譯，〈傳統性工藝品產業與地域振興〉，《「文化、產業」研討會暨社區總體營造中日交流會論文集》，南投：手工藝研究所，1995。

參考文獻

【專書文獻】

(依姓名筆畫、字母順序排列)

- 王嵩山,《集體知識、信仰與工藝》,台北:稻鄉出版,1999。
- 王瓊英、夏學理、陳尚盈、羅皓恩 編著,《文化市場與藝術票房》,台北:五南出版,2003。
- 中華民國企業經營管理顧問協會、中華民國管理科學學會 編輯,《地方文化產業振興計畫經驗交流研討會暨人才培訓計畫成果專輯》,台北:行政院文化建設委員會,2000。
- 左羊,《紅磚拾遺:台灣磚燒文物輯》,彰化:左羊出版,1996。
- 朱元鴻,〈文化工業:因繁榮而即將作廢的類概念〉,《文化產業:文化生產的結構分析》,台北:遠流出版,2000,第11-45頁。
- 行政院,《挑戰2008:國家發展重點計畫研討會議資料(行政院91.5.31院臺經字第0910027097號函核定)》,行政院:挑戰2008國家發展重點計畫研討會,2002。
- 行政院文化建設委員會,《行政院文化建設委員會文化創意產業手冊》,台北:文建會出版,2003。
- 行政院文化建設委員會,《2003年文化白皮書》,台北:文建會出版,2003。
- 行政院,《挑戰2008:國家發展重點計畫(2003/01/06修訂)》,台北:行政院,2003。
- 行政院文化建設委員會,張瓊慧 總編輯,《文建會臺灣生活美學系列叢書【新生活工藝】:陶瓷產業特輯》,台北:生活美學館出版,2004。
- 行政院文化建設委員會,《2004年文化白皮書》,台北:文建會出版,2004。
- 行政院文化建設委員會,《2003年文化創意產業發展年報》,台北:經濟部文化創意產業推動小組出版,2004。
- 花建,《文化+創意=財富:全世界最快速致富產業的經營 KNOW-HOW》,台北:帝國文化出版,2003。
- 李誠 主編,《知識經濟的迷思與省思》,台北:天下遠見出版,2001。
- 李幼蒸,《文化符號學:符號學和意識形態》,台北:唐山出版,1997。
- 李幼蒸,《語義符號學》,台北:唐山出版,1997。
- 邱煥棠,《陶藝講座》,台北:藝術家出版,1993。
- 邱天助,《布爾迪厄文化再製理論》,台北:桂冠出版,2002。
- 吳榮義,《文化創意產業產值調查與推估研究報》,台北:臺灣經濟研究院出版,2003。
- 林明德 主編,《台灣工藝地圖》,台北:晨星出版,2002。
- 林信華,《文化政策新論:建構台灣新社會》,台北:揚智出版,2002。
- 南投縣立文化中心,《南投陶二百年專輯》,南投縣:南投縣立文化中心,1995。
- 季桂保,《布希亞》,台北:生智出版,2002。
- 徐震,《社區與社區發展》,台北:正中書局,1980。
- 馬豔、楊小勇、龔曉鶯,《知識經濟》,台北:揚智出版,2003。
- 高宣揚,《結構主義》,臺北:遠流出版,1997。
- 高宣揚,《流行文化社會學》,台北:揚智出版,2002。
- 高宣揚,《布爾迪厄》,台北:生智出版,2002。
- 哲學雜誌委員會 主編,《文化發展與文化產業》,哲學雜誌叢書(38期),台北:業強出版,2003。

- 財團法人國家文化藝術基金會 策劃，《文化創意產業實務全書》，台北：商周出版，2004。
- 財團法人古都保存再生文教基金會編輯，〈行政院各部會及所屬機關（構）產業文化資產清查作業要點〉，《產業文化資產清查操作參考手冊》，臺北：文建會，2005。
- 陶青山，《陶藝的傳統技法》，台北：武陵出版，1995。
- 陳坤宏，《消費文化理論》，台北：揚智出版，1995。
- 陳學明，《文化工業》，台北：揚智出版，1996。
- 陳學明，《班傑明》，台北：生智出版，1998。
- 陳學明，《生態社會主義》，台北：揚智出版，2003。
- 陳其南、蘇昭英編輯，《臺灣縣市文化藝術發展－理念與實務》，文化環境工作室，1998。
- 陳新上，《古窯傳奇》，南投：水里蛇窯文化園區出版，1998。
- 陳秀珠 主編，《文化台灣味－缸與甕的故事》，台北：台北縣立鶯歌陶瓷博物館出版，2003。
- 陳信雄，《陶瓷台灣》，台中：星辰出版，2003。
- 陳威恩，《柴燒》，台北：水牛出版，2003。
- 陸 揚、王毅，《大眾文化與傳媒》，上海：上海三聯出版社，2000。
- 陸 揚，《大眾文化理論》，台北：揚智出版，2002。
- 黃瑞祺，《現代與後現代》，台北：巨流出版，2000。
- 黃世輝，《社區自主營造體的理念與機制》，台北：建築情報季刊出版，2001。
- 黃煌雄、郭石吉、林時機 調查，《社區總體營造體檢調查報告書》，台北：遠流出版，2001。
- 楊大春，《傳科》，生智出版，1997。
- 臺灣省立美術館 編印，《四十年來臺灣地區美術發展研究之一：陶藝研究研究報告展覽專輯彙編》，台中：臺灣省立美術館，1992。
- 臺灣省政府臺灣省文獻委會 編，〈陶瓷工業〉，《重修臺灣省通志 卷四 經濟志：工業篇第二冊》，台中：臺灣省政府臺灣省文獻委會，1999，第 1142-1194 頁。
- 蔡錚雲，《從現象學到後現代》，台北：五南出版，2001。
- 謝東山，《台灣現代陶藝發展史》，台北：生智出版，2002。
- 蘇明如，《解構文化產業》，台北：春暉出版，2004。
- 櫻井哲夫（日）著，姜忠蓮 譯，《福柯-知識與權力》，石家庄：河北教育出版社，2001。
- Alan Swingewood（艾倫·斯溫沃德）著，馮建三 譯，《大眾文化的迷思》，台北：遠流出版，1993。
- Bruno S. Frey（布魯諾·費萊）著，蔡宜真、林秀玲 譯，《當藝術遇上經濟：個案分析與文化政策》，台北：典藏藝術家庭股份有限公司，2003。
- Claude Lévi-Strauss（李維·史特勞斯）著，李幼蒸 譯，《野性的思維》，台北：聯經出版，1989。
- Clement Greenberg（格林伯格）著，張心龍 譯，《藝術與文化》，台北：遠流出版，1995。
- Clifford Geertz（克里夫·格爾茲）著，楊德睿 譯，《地方知識：詮釋人類學論文集》，台北：麥田出版，2002。
- Daniel Bell（丹尼爾·貝爾）著，趙一凡、蒲隆、任曉晉 譯，林劍秋 校，《資本主義的文化矛盾》，台北：桂冠出版，1989。
- David Throsby（大衛·索羅斯比）著，張維倫、潘筱瑜、蔡宜真、鄒歷安 譯，《文化經濟學》，台北：典藏藝術家庭股份有限公司，2003。

- Don Slater (當·史萊特) 著, 林佑聖、葉欣怡 譯, 王乾任 校閱,《消費文化與現代性》, 台北: 弘智出版, 2003。
- Eric Hobsbawn (厄里克·霍布斯邦) 等著, 陳思文 等譯,《被發明的傳統》, 台北: 貓頭鷹出版, 2002。
- Edmund Leach (里區) 著, 黃道琳 譯,《李維史陀: 結構主義之父》, 台北: 桂冠出版, 1998。
- Fredric Jameson (詹明信) 著, 唐小兵 譯,《後現代主義與文化理論》, 台北: 合志出版, 2001。
- Herbert Marcuse (馬庫色) 著, 劉繼 譯,《單向度的人—發達工業社會意識形態研究》, 台北: 桂冠出版, 1996。
- Jeffrey C. Alexander & Steven Seidman (杰夫瑞·C·亞歷山大、史蒂芬·謝德門) 主編, 吳潛誠 總編校,《文化與社會》, 台北: 立緒文化出版, 2001。
- John Storey (約翰·史都瑞) 著, 張君玖 譯,《文化消費與日常生活》, 台北: 巨流出版, 2002。
- Jonathan Culler (喬那森·卡勒) 著, 張景森 譯,《索緒爾》, 台北: 桂冠出版, 1992。
- Michel Foucault (傅科) 著, 劉北成、楊遠嬰 譯,《規訓與懲罰-監獄的誕生》, 台北: 桂冠出版, 1998。
- Michel Foucault (傅科) 著, 劉北成、楊遠嬰 譯,《瘋癲與文明》, 台北: 桂冠出版, 2002。
- Mike Crang (麥克·格倫) 著, 王志弘、余佳玲、方淑惠 譯,《文化地理學》, 台北: 巨流出版, 2002。
- Patrice Bonnewitz (朋尼維茲) 著, 孫智綺 譯,《布赫迪厄社會學的第一課》, 台北: 麥田出版, 2002。
- Richard Caves (理查·考夫) 著, 仲曉玲、徐子超 譯, 謝安琪 審定,《文化創意產業: 以契約達成藝術與商業的媒合》, 台北: 典藏藝術家庭股份有限公司, 2003。
- Robert Bocoock (羅伯·柏寇克) 著, 張君玖、黃鵬仁 譯,《消費》, 台北: 巨流出版, 2000。
- Roland Barthes (羅蘭·巴特) 著, 許蕃蕃、許綺玲 譯,《神話學》, 台北: 桂冠出版, 2000。
- Roland Barthes (羅蘭·巴特) 著, 董學文、王葵 譯,《符號學美學》, 台北: 商鼎文化出版, 1992。
- Roland Barthes (羅蘭·巴特) 著, 李幼蒸 譯,《寫作的零度》, 台北: 桂冠出版, 2004。
- Roymond Williams (雷蒙·威廉士),《關鍵詞: 文化與社會的辭彙》, 台北: 巨流出版, 2003。
- Steven Best & Douglas Kellner (史蒂芬·貝徹、道格拉斯·凱勒) 著, 朱元鴻等 譯,《後現代理論: 批判的質疑》, 台北: 巨流出版, 1996。
- Terry Eagleton (泰瑞·伊格頓) 著, 林志忠 譯,《文化的理念》, 台北: 巨流出版, 2002。
- Theodor W. Adorno、Max Horkheimer (阿多諾)、(霍克海默) 著, 渠敬東 譯,《啟蒙的辯證》, 上海: 上海人民出版社, 2003。
- Walter Benjamin (華特·本雅明) 著, 許綺玲 譯,〈機械複製時代的藝術作品〉,《迎向靈光消逝的年代》, 台北: 臺灣攝影工作室出版, 1998。
- Walter Benjamin (華特·本雅明) 著, 王炳鈞、楊勁 譯,《經驗與貧乏》, 天津: 百花文藝出版社, 1999。

【期刊雜誌】

- 《陶藝》季刊, 1994, 第 2 期, 台北: 五行出版。
- 《陶藝》季刊, 2004, 第 44 期, 台北: 五行出版。
- 《傳統藝術》, 2003, 第 28 期, 宜蘭: 國立傳統藝術中心出版。
- 《臺灣工藝季刊》, 2005, 第 20 期, 南投: 國立台灣工藝研究所出版。
- 《社區發展季刊》, 1993, 第 69 期, 第 1-100 頁。
- 吳水沂,〈台灣現代柴燒陶藝的探討與柴燒創作的要素〉,《臺灣工藝季刊》, 1999, 第 1 期, 第 13-56

頁。

町田俊一文、翁群儀譯，〈地方工藝品產業之行銷〉，《台灣工藝季刊》，2002，第12期，第17-19頁。

林國隆，〈談水里蛇窯與文化產業的互動〉，《臺灣工藝季刊》，2002，第13期，第50-54頁。

宮崎清文、洪文珍譯，〈傳統造形文化的繼承與創新〉，《台灣工藝季刊》，2002，第12期，第4-7頁。

荻野克彥文、洪文珍譯，〈地方工藝產業之設計〉，《台灣工藝季刊》，2002，第12期，第8-16頁。

葉啓政，〈生產的政治經濟學到消費的文化經濟學：從階級做為施為機制的角度來考察〉，《臺灣社會學刊》，2002，第28期，第153-200頁。

黃世輝，〈談日本區域文化產業振興政策〉，《空間雜誌》，1998，第106/107期，第58-65頁。

張素雯，〈藝術產業休閒風-水里蛇窯文化園區的產業轉型範例〉，《藝術家》，2004，第345期，第371-375頁。

楊宗孝，〈活化具有地方特色工藝產業〉，《臺灣工藝季刊》，2002，第13期，第55-61頁。

簡榮聰，〈南投陶瓷的歷史沿革與演變〉，《臺灣文獻》，1992，第43卷第4期，第5-60頁。

【論文】

成耆仁，〈探討臺灣陶瓷史與經濟發展關係〉，《1901-2000 台灣文化百年論文集 II》，台北：國立歷史博物館出版，1999，第455-492頁。

李倩如，《中央與地方文化政策形塑下的產業空間變遷：鶯歌陶瓷老街個案》，銘傳大學媒體空間設計研究所碩士論文，2003。

明立國、蔡瑞霖主編，《社區美學研討會論文集》，台北：行政院文化建設委員會，1999。

孫華翔，《文化與產業間的游移—九十年代台灣文化政策發展脈絡初探》，國立台北藝術大學傳統藝術研究所碩士論文，2004。

翁徐得、宮崎清編著，《人心之華：日本社區總體營造的理念與實例論文集》，南投：手工藝研究所，1996。

國立歷史博物館主編，《中外陶瓷史暨現代陶藝學術研討會論文集》，台北：國立歷史博物館出版，2002。

黃基鴻，《美濃工藝消費文化之社會生態研究》，臺北藝術大學傳統藝術研究所碩士論文，1999。

黃培蓉，《公部門產業與文化政策介入對南投市陶業發展之影響（1895~2002）》，中國文化大學地學研究所碩士論文，2003。

陳建勳，《商品藝術化與藝術商品化之研究—視覺藝術產業發展的第一步》，元智大學藝術管理研究所碩士論文，2001。

陳景揚，《從「社會資源可移轉性」觀點探討台灣工藝產業轉型—以苗栗陶瓷業為例》，東海大學社會學系碩士論文，2001。

曾漳茹，《北埔傳統聚落之文化資源商品化現象》，東海大學景觀學系碩士論文，1999。

楊敏芝，《地方文化產業與地域活化互動模式研究—以埔里酒文化產業為例》，國立台北大學都市計劃研究所博士論文，2001。

臺灣省政府建設廳手工藝研究所編著，《「文化、產業」研討會暨社區總體營造中日交流會論文集》，南投：手工藝研究所，1995。

- 蔡美麗，《文化政策與台灣工藝發展 1979~1999》，東吳美術學系碩士論文，2001。
- 賴季玲，《水里蛇窯陶藝文化園區導覽解說效果評估》，朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文，2004。
- 蘇明如，《九〇年代臺灣文化產業生態之研究》，南華大學美學與藝術管理研究所碩士論文，2001。

【外文資料】

- 大槻倫子、杉本賢正，《日本の焼もの伊賀・信楽》，東京：株式会社 淡交社，2003。
- 日本 NHK 電視台，《日本の焼もの伝統の窯元をたずねて：西日本編》，日本：日本放送出版協會出版，1997。
- 日本 NHK 電視台，《日本の焼もの伝統の窯元をたずねて：東日本編》，日本：日本放送出版協會出版，1997。
- 伊藤嘉章、唐澤昌宏《日本日本の焼もの美濃》，東京：株式会社 淡交社，2003。
- 佐藤滋 編著，《まちづくりの科学》，東京：鹿島出版会，1999。
- 佐藤滋，〈まちづくりとは〉，《まちづくりの科学》，東京：鹿島出版会，1999。
- 佐藤滋，〈文脈の解説とまちづくり〉，《まちづくりの科学》，東京：鹿島出版会，1999。
- 前山博志 編輯，《備前・信楽を見る作る基礎知識》，東京：株式会社 學習研究社，2000。
- 荻野昌弘 編，《文化遺産の社会学》，東京：新曜社，2002。
- 清水肇，〈生活像とまちづくり〉，《まちづくりの科学》，東京：鹿島出版会，1999。
- 溝尾良隆，〈地域資源を生かした地域振興とまちづくり〉，《中日社區總體營造與鄉土文化研討會論文集》，屏東：屏東科技大學，1998。
- 愛知縣陶瓷資料館、中日新聞社 編集《日本陶瓷 5000 年の至宝：愛知縣陶瓷資料館コレクション》，愛知縣：中日新聞社，2002。

【網站資料】

- 南投縣文化局網站，南投報導，南投陶沿革：http://www.nthcc.gov.tw/nantou/other_7_1_31.htm
- 蘇昭英、蔡季勳主編，台灣社區總體營造的軌跡，文建會官方網站：<http://www.cca.gov.tw/news/news79/>
- 文化創意產業專屬網站：<http://www.cci.org.tw/portal/plan/index.asp> 2005/05/15 庫存頁面。
- 文建會官方網站，文化創意產業發展計畫：http://www.cca.gov.tw/creative/page/main_01.htm
- 台灣柴窯探訪網站：<http://www.ceramist.com.tw/brushwood/discover.htm>
- 美濃窯-朱邦雄的藝術空間網站：<http://shop141.hipermall.hinet.net/ShopStyle/pneo1/>
- 華陶窯網站：<http://www.taconet.com.tw/baby33>
- 郭長成製作，水里蛇窯網站：<http://www.ttvs.cy.edu.tw/kcc/90sli/snake1.htm>
- 添興窯陶藝村網站：<http://www.tensing.com.tw/news.htm>
- 新たな過疎対策について（平成 17 年 1 月），総務省，自治行政局，過疎対策室：
<http://www.soumu.go.jp/c-gyousei/2001/kaso/kasomain0.htm>
- 過疎物語，網址：<http://www.kaso-net.or.jp/kaso-about.htm>
- 過疎情報（D e P O L A = Depopulated Local Authorities）網址：
<http://www.kaso-net.or.jp/depola.htm#19>

附錄

附錄一：水里蛇窯陶藝文化園區相關基本資料一覽表

園區基本資料	
產業設立時間	1.1931 年創立。 2.1993 年 11 月成立「水里蛇窯陶藝文化園區」。
負責人	林國隆
通訊資料	1.地址：南投縣水里鄉頂坎村頂坎巷 41 號 Tel : (049)2770967 2.網站：www.snakeKiln.com.tw
產業發展歷程 (本研究整理)	1.萌芽期：1931~1945 生產一般民生粗陶器為主，太平洋戰爭時奉命生產軍用「防空缸」。 2.發展期：1945~1969 年以生產花盆、酒甕、金斗甕、水缸為主。 3.沒落期：1970~1982 年，塑膠問世，傳統窯業面臨夕陽產業的危機。 a.合興窯業工廠時期：1974 年至今（水里蛇窯陶藝文化園區之工廠證照名稱） b.1982 年林國隆接手祖業，並開始從事陶藝推廣。 4.轉型：於 1993 年轉型為結合觀光、文化、地方與產業的陶藝文化園區。
產業轉型因素 (本研究整理)	1.生產設備與技術日益更新。 2.塑化工業之興起，其他材質製品問世。 3.燃料來源取得困難。 4.當地黏土原料短缺。 5.技術及人才培育困難且人才外流。 6.開放市場經濟，傾銷進口臺灣市場造成工廠外移。 7.集集鐵道支線轉型營運的刺激。 8.重視地方與文化的發展。 9.社區總體營造政策的開展。 10.文化產業政策的推波助瀾。
營運內容	古窯觀光、陶藝教學、陶藝商品禮盒、景觀陶瓷、藝廊展售。
經營方向	以工廠觀光化、開放式經營產業，相關活動推動窯業轉型。
產業發展目標	帶動地方之區域性整體發展，達到「社區總體營造」的目標。並推廣陶瓷文化產業形象。
資金來源	1.單位自籌。(門票、陶藝教室、販售部以及廠商訂單等四種。) 2.行政院文化建設委員會。 3.交通部觀光局日月潭國家風景區「水里硿窯遊憩區」。 4.國立工藝研究所「台灣經典窯燒」。
從業員工數 (本研究整理)	編制內共 20 人，另外約 6~14 位為非編制內或臨時性員工。 1.董事 1 人。 2.一般行政人員 4 人(包含經理、秘書、行政助理、會計各 1 人)。 3.陶藝生產師傅 10 人(包含土條盤築法、手拉坯、修坯、裝飾、捏陶、上釉、燒窯)。 4.一般服務人員 5 人(包含正職導覽人員 2 名；展售部、售票員、庶務等各 1 人)。 5.平常例假日工讀生 2~4 人。 6.每年七、八月的旅遊旺季時，增加 2 名實習或工讀生參與導覽解說工作。
財產設備	1.土地一筆。 2.文物館、陶藝教室、師傅表演區、展售部、藝廊、咖啡館、茶坊、九二一震災紀念館、行政辦公室等建物。 3.生產機器與設備一式(瓦斯窯、電窯、柴燒窯、轆轤機、水幕噴釉機、釉料、陶土)。
曾獲獎項	a. 1998 年行政院文建會文馨獎；省政府民俗技藝特別貢獻獎；交通部觀光局薦報亞太經合會議(APEC)「兼顧社會責任之觀光發展」產業經營範例；中華民國國際貿易協會傑出代表企業；救國團二等青年服務獎章。

	<p>b. 1999 年省政府中興文藝獎章；教育部技職教育名人獎；救國團一等青年服務獎章；救國團五等勞績獎章；南投縣稅捐稽徵處表揚開立統一發票績優良營業單位。</p> <p>c. 2000 年行政院文建會九二一震災績優文化義工。</p> <p>d. 2003 年獲評為績優創意生活事業之一。</p>
協力單位 (本研究整理)	文建會、南投縣政府、文化局、水里鄉公所、集集鐵道發展協會、救國團水里鄉團委會、水里鄉文化推展協會、車程社區發展協會、南投縣陶藝學會、台灣柴燒研究會、南投縣觀光產業聯盟協會、台灣陶藝學會、中華民國陶藝協會、南投縣水里鄉文化推展協會、救國團水里鄉團委會、水里鄉國際獅子會、青商會、國立彰化社教館水里社教站、水里國際扶輪社.....等等。
生產運作機制	
產品主要材料	陶土、多媒材。
產品製作流程	練土、成形、修坯、陰乾、上釉、裝窯、燒窯、冷卻、出窯、包裝、出貨。
產品種類	生活陶器、禮品、獎盃、景觀、飾品等。
衍生產業	觀光休閒產業。
生產機制	研發部、行政部、生產部、銷售部。
生產困境	<p>1.手工生產，產品成本偏高。</p> <p>2.行銷市場以國內居多，陶瓷產品出口不易。</p>
行銷機制	
行銷策略 (本研究整理)	<p>1. 以觀光旅遊的方式推動產業發展；將工廠公園化、觀光化開放經營，輔以相關節慶觀光活動的配合。</p> <p>2. 配合政策，運用「產業文化化、文化產業化」方式結合行銷及包裝的概念。</p> <p>3.陶藝教學或研習營。</p> <p>4.園區導覽解說機制。</p> <p>5.傳統產業的維護與企業化經營模式。</p> <p>6.產業結合社區、企業及政府資源。</p> <p>7.研發各式新產品，開拓行銷市場。</p> <p>8.媒體報導與宣傳的推動。</p>
主要銷售市場	<p>1.學校校外觀摩活動、公司團體旅遊以及國內外旅遊人士。</p> <p>2.餐飲旅館業者。</p> <p>3.承包活動禮品獎牌。</p> <p>4.景觀包裝設計。</p>
行銷單位(組織)	陶藝文化園區之展示銷售部或園區，各種餐具、花器、飾品訂單之接洽。
產業效益與發展	
產值及獲益	1.產值約新台幣 1500 萬元(2003 年) 。2.獲利約新台幣 900 萬元(2003 年) 。
產業經濟效益	<p>1.帶動社區總體發展，例如：水里藝之森形象公園、水里采荷莊生態休閒農場、蛇窯棧道攤販商店街等。</p> <p>2.水里蛇窯自開園以來，每年平均約十五萬人次的觀光人潮，2002 年農曆春節假期曾創下單日三千五百人次的紀錄。</p>
產業與在地關係	推動地方傳統工藝產業的再造，以社區總體營造強調地域活化的精神，創「產業文化化、文化產業化」經營先例之一。
未來發展計畫	1 創造利潤回饋各方 2.民間博物館經營範例 3.促進社區產業發展，建構地方商圈。
現階段發展困境	現階段期望政府能協助陶瓷產業成立設計平台，以提供完整的供需資訊服務。由設計師與藝術家提供設計，廠商選擇適合的作品從事量產，配合著作權與專利的保障機制，而形成一套有系統的營運方式；對於提升本土陶瓷產業的競爭力將有很大的幫助。

(註：本表由本研究整理並部分參考《文化創意產業實務全書》)

附錄二：土條盤築法與一般陶藝製作流程

摘錄自陳新上，〈土來走--土條盤築法〉，2001，鶯歌陶瓷嘉年華網站
<http://www.ceramics.tpc.gov.tw/2002fest/2001fest/ceraway.htm>（搜尋日期：2004.10.26）

一、土條盤築法製作過程：

在臺灣一般陶瓷師傅把轆轤成形法統稱為「車做」法，而把徒手成形法統稱為「手做」法。徒手成形法因為在做的時候，師傅要繞著作品走，所以又有「土拉走」（音譯）的別名，而在大甲東地方又把這種方法稱為「擠坯法」。由於苗栗的日本人從福州請了一些製陶師傅來，像後來「金慶窯」的李依伍、「福建陶瓷」的林榮飛和徐啓蠡的岳祖父李萬木，都是福州來的師傅，所以福州師傅徒手成形的技術在苗栗成為製陶技術的主流之一。這種「手做」法用於製作比較大型的產品，如水缸、金斗甕和酒甕等。通常器形高大的陶器，用轆轤很難製作，而要用「手做法」才能完成。製陶時，從盤條、接合到拍陶，全部過程都由一個師傅獨力完成。技術好的陶師用土條盤築法做出來的陶器，外觀顯得十分圓順，加上拍陶的過程修飾過之後，非常平整。它和轆轤成形法做出來的器物幾乎完全一樣圓，外行人很難分辨是手做的，還是車做的。

土條盤築法是沿襲福州製陶技術，徒手捏製而成，主要的過程都在三尺高的木製工作檯上進行。由於土條盤築法大都製作大型器物，土條的使用量非常大，因此通常都要事先準備充裕的土條待用。

最早期的練土過程是把黏土堆放在地上或工作檯上，用人力去踏踩。踏土的人通常是學徒，或是師傅的家人，包括妻子或子女。他們從工坊的屋樑上懸垂一條繩子，踩土的人手裡握著那條繩子，以穩住身體；後來才改以牛來踩踏練土。學徒或小工往往一大早就要比師傅先到窯場，準備足量的土團並把黏土團放在工作檯上，搓成長約五十公分左右，直徑約五、六公分的土條，再將搓好的土條堆放好，讓師傅進行接下來的盤築工作。成形之前，先在工作檯上放置工作板，作為成形的地方。工作板為正方形或圓形，大小則依坯體的尺寸而定，製陶工作則在木板上進行。

工作之前，要先在木板上撒上一層細砂或稻殼灰作為隔離劑，避免在成形過程中，濕軟的黏土和木板黏在一起無法分開。成形後的坯體必須連著工作板一起搬移，才不會變形。而製作水缸時，首先從器物的底部開始做起，底部面積的大小通常依水缸尺寸而定；首先將黏土揉成圓錐形，再把它用拳頭和手掌把土塊搥打成圓而薄的土片，成為器物的底部，此一程序稱為「起底」。盤築法的技術非常專業，其手勢往往要經過多年嚴格訓練，才能控制自如。

起底之後，就要開始將準備好的土條盤築成器體。器底放在工作檯上不動，師傅把土條擱在手臂至肩膀之間，用雙手把土條沿著邊緣擠壓接合，師傅繞著坯體順勢倒退而行，邊走邊做，將土條由下而上層層盤築，並將土條與土條間縫細接合穩固。第一層盤好之後，再盤築第二層，慢慢加高坯壁。製作過程中必須雙手配合，右手握著土條在坯體內面，另一手在坯體外配合，內外同時使力，把土條接合起來。

土條用徒手連接之後，還要不斷地用手在坯體表面上補強，使其平順。為了使成品規格統一，在製作過程中，還要常常用一支竹片製的量尺測量坯體的長度、寬度和高度，使其符合所需的尺寸。由於黏土濕軟，無法承受過大的重量，所以一次築不能得太高，每當築約三、四十公分左右的高度，就必須讓坯體陰乾大約半天到一天的時間，使其坯壁的硬度增強，足以再支撐三、四十公分高的陶土的重量時，再繼續第二階段的盤築工作；經過如此三、四次的分段接合，才能完成約一公尺高水缸坯體。

由於，濕軟的坯體在搬移過程中容易變形，因此搬動前要在坯體上套一個竹篾編的竹環，予以支撐，器形才不會因搬動而歪斜。

坯體分段接合好了之後，口緣要用濕布順一遍，使口緣更加圓順；順口後，水缸的粗坯才算完成。

接下來是拍陶的過程，首先以木拍板（開板）²⁷⁹做整形的工作。拍陶時左手拿石坨（石珠）²⁸⁰在

²⁷⁹ 「開板」大都用木頭製成，大多為長方形，連有一隻手柄，外手所使用的工具。形制比較厚，重量比較重，表面沒有花紋；其種類大致有開板、稜板和撿板三種。拍陶時右手在外，稱為「外手」；左手在內，稱為「內手」。兩手配合，內外兩面夾擊，稱為「內外手」。因此所用的拍陶工具大致分為內手工具和外手工具兩種。

²⁸⁰ 「石珠」，又稱「石槌」或「石托」，以陶土燒製而成；在坯體內部，內手所使用的工具。石珠的後面有圓球形的紐可以把握，前面呈扁圓形，類似凸透鏡而略具弧度，其直徑從4公分到8公分都有，依產品的大小而定。大小不同的石珠，表面的弧度也不同。拍陶時要依照成品的弧度，選用適

坯體內部，抵著坯壁；右手拿著「木拍板」在外，相互拍打，將坯體每一處拍打均勻，使坯體胎土更紮實，並使水缸的外型（器腹）表面平整。

接著就是拍打出印花的過程，使用的工具，稱為「稜板」或「花板」。這種工具有木製品，也有陶製品。外觀和開板相似，但表面刻有花紋；常見的花紋有兩種，一種是直線紋，稱為「直花」；另一種為同心圓紋，稱為「螺仔花」。有些窯場會別出心裁，刻成梅花紋、壽字紋或其他紋飾，也有人會刻上窯場的名字或商標。陶師左手拿著適合的石珠在器體內抵著，右手拿著稜板，在平整的坯體外面很有規律地拍打，把稜板上的花紋印在器表上。用「稜板」拍好之後，坯體已經印上了花紋，但是器表仍然有些粗糙不平之處，而此時則用第三種工具「撿板」加以細部整修。經過「撿板」把作品「撿順」（修飾）後，一件器物才算大功告成。

拍陶有許多功能。其一是把坯體拍打結實，使產品緻密堅固；其二是整形，把坯體做成所需要的優美弧度與形狀；其三是增加美觀；其四則可掩蓋部分坯體的缺陷。有些產品可能做得不夠圓順，拍上花紋之後，就可以使歪斜或不平的情況降低。

土條盤築法不用拉坯機而純粹使用雙手，因此不限於做圓形的作品，可以做出任何想做的造形；從前它用來製作日用陶器，現今則可以應用這種技術從事陶藝創作，尤其適合做大型的作品。學習土條盤築法除了要了解一般製陶的基本知識外，還要有足夠的體力與手勁才能駕輕就熟；其次，要從身體和雙手的基本動作練起，手指的基本動作要正確，手指、手腕都要有正確的著力點。全身各部位要配合成爲一體，雙腳的運動要配合手勢，依產品的需要而移動。這樣才能隨心所欲地做出既結實又平穩的作品來。

二、一般陶藝製作流程：

陶瓷器的製作通常要經過取土、練土、成形、初步陰乾、修坯、裝飾、完全乾燥、施釉和燒成等過程。其中成形是把黏土做成所需要的器物形狀，剛做好的坯體還沒有燒成之前叫做「生坯」。做好的生坯把它放在室內或室外任其自然乾燥；等坯體乾燥到一定的程度時，在上面淋施釉藥；上釉之後，便可以把坯體拿進窯裡裝窯，經過用火高溫燒成，坯體就會變成堅硬美觀的陶器。

1、取土：一開始原料的採集可分爲：使用化工原料及原土礦，再經過揉製。

製作陶瓷用泥土可分爲：陶土—含鐵量多，還原燒結後深咖啡色。（多用在生活實用陶藝類）。瓷土—含鐵含量極少，還原燒結後呈白色。（如傳統彩繪花瓶瓷器）。

2、練土：是製陶中最重要且基本的步驟。練土的目的是使黏土中水份均勻分布，使泥土的軟硬度一致。另一個目的是消除黏土中的空氣，若土中含有空氣入窯燒製時，高溫會使得坯體中的空氣膨脹而造成坯體的爆裂。

練土的方法有三種：

第一種是機器練土，現在大多以此爲主要練土方式。

第二種是就是人工練製陶土，把黏土成堆地放在地上或工作檯上，用人工去踏踩（又稱爲粗練）²⁸¹。利用手臂和手施力於泥塊壓出土中的氣體，非常費時費力，通常只應用在機械練過後成型前的二次練土（又稱細練）時。

第三種是運用牛隻來做爲練土工具，早期先民牽著牛隻讓牛在牛練池中不斷的踩土，而另一人則跟在牛的後面不停的翻土。

3、陶土成型：

圈泥成型法：（又稱土條盤築法、走泥法、土來走²⁸²）爲傳統成型技術之一，是一種徒手製陶法，過程中完全不依賴機械工具。先以手揉製陶土搓揉成圓條狀，再將土條用雙手由下往上層層盤繞，將土條與土條之間接合穩固，再使用細布沾水抹平土條與土條間的縫細。最後拿木板與石托把陶土拍打結實。早期水里蛇窯出產的水缸就是採用此法成型。

轆轤成型法：（手拉坯成型法）將泥團固定在拉坯機的轉盤中心，手隨著拉坯機的轉盤的旋轉做

合的石珠。

²⁸¹ 踩土的人通常是學徒或是師傅的家人，包括妻子或子女。

²⁸² 陳新上，《古窯傳奇》，水里蛇窯文化園區出版：1998。

屈伸收放拉出坯體。此一成型方式，只能形塑出圓形體或在圓形之上再做變形。

手捏成型法：用手捏出自己想要的作品，其造型性最多變亦最富有創造性。

模型壓胚成型法與陶板接合成型法²⁸³：利用石膏模或板模，將土壓進模內再脫模接合而成。通常造型複雜或不規則時多用前者²⁸⁴；造型單純則多使用後者。此兩種方法的技術性較低因此多由女工或學徒來做。

注漿成型法：利用石膏模，注入泥漿，視需要的厚度後取出，脫模成形。

4、裝飾：有上釉、化妝土²⁸⁵、拍摸、印花（印模）、貼飾²⁸⁶、刻飾²⁸⁷、嵌鑲、絞胎等各種裝飾方式。

5、乾燥：有自然陰乾法、日曬法、熱氣烘乾等。

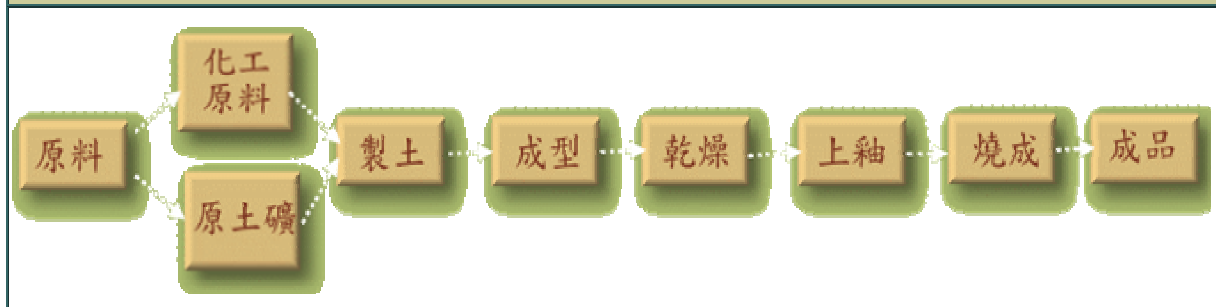
6、施釉：可用噴的、浸的、淋的、刷的等方式。

所謂的釉，是覆著在坯體表面的矽酸混合物，經過高溫後會溶解流動，附著在坯體表面，冷卻後會形成一種類似玻璃的光亮質地。具有防止液體滲透作用，亦有強化器物，彩色裝飾的功能，以及因表面光滑的關係可防止污染等功能。釉料，可以分成硼砂釉、鉛釉、土釉、長石釉等多種類，可調配成爲各種色彩料；相同的配方若溫度、胎土不同也會出現不同的顏色變化，因此可依照所需的紋飾繪於生坯。

7、燒成：

在上釉後進窯燒成的過程，稱之爲釉燒。陶器的燒製，常依不同的需要而有不同的燒法和次數（也就是所謂的二次燒）。素燒則是坯體乾燥後，不上釉料而直接置入窯內來燒。

製陶流程圖示意圖（資料來源：水里蛇窯陶藝文化園區網站
<http://www.easytravel.com.tw/action/kiln/p3.htm>）



²⁸³ 又合稱壓模成型法。

²⁸⁴ 像是佛像、筷筒或香筒之類不規則的小件產品。

²⁸⁵ 化妝土也是陶土的一種，有各種顏色，多半爲顏色偏白或較淡的黏土所磨成的泥漿，其用途在增加陶作的美觀。一般而言，較常使用在胎土很深的坯體上藉以改變坯顏色體。

²⁸⁶ 貼飾：貼花、接附件(接耳、接把)、法花。

²⁸⁷ 刻飾：劃花、刻花、剔花、鏤空。

附錄三：水里蛇窯陶藝文化園區導覽人員訓練手冊

(資料來源：水里蛇窯陶藝文化園區，〈解說寶典〉)

壹、解說流程表：

項次	工作內容	所需時間(分鐘)
一	團體到達時至大門口迎接客人。	15(分鐘)
二	與領隊確定停留時間、玩陶人數及相關事宜。	
三	引導客人進入簡報室(第一或第二簡報室)。	
四	簡報室開場白介紹： 1.水里蛇窯陶藝文化園區歷史淵源。 2.有獎徵答活動宣達。 3.遊園動線交代。	5(分鐘)
五	「傳統技藝水里陶」或「大水缸的故事」記錄影片播放。(前者為成人版、後者為幼兒版)	20(分鐘)
六	工作室待命： 1.有獎徵答獎品準備。 2.與教室確定玩陶份數、地點，並告知約何時可到達(客人若不玩陶則不需聯絡之)。 3.協助發票開立。 4.廣播服務。 5.司機領隊紀念品兌換及接待。 6.電話接聽。 7.簡介或入園紀念陶項鍊製作。 8.其他突發狀況處置。	
七	趣味性有獎徵答。	10~15(分鐘)
八	文物館導覽或現場成形區介紹。 (如遇團體較少或客人時間、興趣較多則應完成完整介紹)	25~50(分鐘)
九	引導客人進入教室玩陶或介紹園區景點由客人自行參觀。	5~10(分鐘)
十	解說結束感謝客人之蒞園並宣佈客人活動時間。	
十一	檢查簡報室： 1.椅墊是否整齊？ 2.環境是否髒亂？垃圾應立即撿起。 3.螢幕及麥克風電源是否關閉？防止客人自行操作設備。 4.冷氣及空氣門電源是否關閉？若有團體於短時間即將到達則暫不關閉。	5(分鐘)
十二	返回工作室待命。	

貳、關於解說之注意事項：

- 一、每天工作開始，應先瞭解當日團體數及到達時間。
- 二、寫歡迎詞及團體到達時間表。其中「團體到達時間表」用回收紙拷背一張交售票員，一張交陶藝第一教室，一張貼在工作室白板上(團體到達後則作上註記，以利掌握)。
- 三、從來賓自大門口引導進入簡報室之路程中，瞭解客人慣用之語言，若一半國語一半閩南語，可詢問領隊以何種語言服務較為恰當，或直接以較輕鬆方式跟客人詢問(如此可增加與客人之親切度)，有時亦有預約時即指定語言之團體。
- 四、自接觸團體第一刻起，細心觀察此團體之紀律、素質、興趣等，並不時藉由一些「寒暄式」對談拉近與客人之距離，如此一來，簡報室之開場白介紹後即可知道應如何以客人最喜歡的方式介紹園區。
- 五、簡報室之容量：第一簡報室約120人，第二簡報室約80人；若為兒童團(國小以下)則第一簡

報室可容納 150 人，第二簡報室 90~100 人。

六、若當日團體數及密度調度簡報室之使用（以假日居多），小團體可集中簡報以節省空間。

七、客人上簡報室的隊伍若拖得很長，應先上臺暖場（可請有閒暇之解說同仁幫忙），如此先就坐的人才不會等得不耐煩（天熱時，先開冷氣做好冷房工作）。

八、見客人幾乎到齊時，即可正式開場。在開場白介紹中歡迎（團體名稱）蒞臨水里蛇窯陶藝文化園區，以示尊重。萬一從中接手，儘量避免站在講臺上用麥克風詢問團體名稱。

九、確實掌控簡報時間，並告之工作室其他同仁簡報何時結束，以利簡報室之運用。

十、解說內容與時間因下列因素調整：

1. 參觀者之年齡、職業、背景。
2. 參觀者之活動時間。
3. 參觀者興趣高低。
4. 當日團體數及密度調度簡報室使用。

十一、趣味性有獎徵答：

1. 獎品準備份數約團體人數的十分之一，但最多為六份；並應多預備幾份，以便臨時應付現場之狀況。視情況亦可把一份獎品拆成兩份贈送。
2. 以舉手搶答方式進行，必須做到眼觀四面耳聽八方，最好前後左右都有人得獎。遊戲規則是舉手搶答。若有人未舉手就說出答案，可說：「我聽到答案了，知道的請舉手。」
3. 兩團以上一起觀賞記錄片時，可以競賽方式進行有獎徵答，以營造現場氣氛並增加參與感。獎品需注意儘量平均分配，以求皆大歡喜。
4. 若有散客參與有獎徵答，可酌量增加題數，並注意團體得獎人數，以免團體抱怨。
5. 問題一出即有人舉手搶答，表示有人已經來過或有領隊洩題，可臨時更改問題。一個問題若許久回答不出來，應適時提示，才不會冷場。
6. 有下列情況應立即縮短時間：
 - a. 客人頻頻看錶。
 - b. 客人陸續離開。
 - c. 同仁打手示或傳紙條，表示有其他團體到達時（必要時可拉至簡報室外作有獎徵答，但不可跟客人表示事後面有團體要進入，以免客人覺得不受尊重，可說：「接下來，我帶各位到現場親身經歷，並送各位精美紀念品。」之類的話化解尷尬）。

十二、擴音器的使用：

每位解說員固定使用某一擴音器，以充份瞭解此擴音器之『脾氣』、擴音器狀況及電力耗損量。以團體中每個人都聽得到的音量為準，人數多音量大，人數少音量小為原則。一般情況擴音器背在肩上，擴音器朝客人方向（導覽中若有小朋友好奇以耳朵貼近擴音器）應以禮貌、技巧性的方式請小朋友離開。團體帶至窯尾及藝廊一帶，要特別注意擴音器之方向及音量之大小，以免影響鄰居的安寧。

十三、導覽介紹注意事項：

1. 逆時針方向參觀，自文物館經拱門繞成形區、來賓來坯區至現代窯解散。因臨場狀況、解說員調度、來賓之興趣及時間等因素可縮短或延長腳程。
2. 數團同時繞園區時，可機動性改變參觀動向，惟**文物館一定採逆時針行進**，否則兩團迎面而遇無法閃躲。
3. 解說時應走在大多數來賓的前面，因客人之興趣度高低及時間長短調整前進速度。
4. 解說過程稱呼客人應使用較禮貌性的方式稱呼之，如：「您，各位來賓，我們大家」等方式；切勿使用，如：「你，你們，喂，各位.....」等方式直接稱呼之。
5. 客人提出的問題應就自己所知儘量回答。如果不確定，千萬不可瞎掰，給客人一個不正確的訊息，應請客人去請教對此問題較專精之同仁或找出答案告訴之。
6. 解說時要有充份的自信心，不因客人的反應不佳而受打擊。
7. 解說員代表整個園區的精神，應以最佳的狀態、最好的方式介紹園區並把歡樂帶給客人。
8. 園區參觀完畢立刻返回工作室待命，並檢查簡報室椅墊是否整齊？夏天並需適時關閉冷氣（視情況而定）。

參、關於蛇窯的解說：

一、外形長似蛇形而得名。

二、建造於日本昭和二年（民國十六年）至今，是目前國內保存最完整、最古老的歷史柴燒窯。

三、因水里當地土礦品質良好及生產大量木材，牛運嶠製陶師父林江松先生舉家遷徙至水里水沙連（現址）建造窯爐燒製陶器至今。

四、早期以生產大水缸為主及其他日常生活陶器品，後因五、六〇年代「塑膠」問世，塑膠業者開始生產塑膠製水缸，塑膠生產快速、方便搬運、不易破裂、價格便宜等優點，製陶業開始步入沒落；又自來水設施之普及化，家家戶戶不再需要「大水缸」儲存水源，水里蛇窯不得不面臨轉型。

五、水里蛇窯窯身長一百零五臺尺，等於三十一點八公尺或大約一百英尺。

六、窯門有兩個：

- 1.尾門位於窯尾，負責後半段三分之一產品進出。
- 2.側門位於蛇窯左側中段，負責前半段三分之二產品進出。

七、窯體以十五度斜坡往上升，左右各有三十個投薪孔。

八、窯體內分為燃燒室、成品室及排氣室。

九、窯首燃燒室有三個孔。最上面的孔投細柴，以不斷的投柴提高溫度（升溫功能）；中間的孔投粗柴，以保持溫度之穩定上升（定溫功能），木柴燃燒的灰燼（簡稱柴灰或落灰）就落在最下面的孔。

十、裝填產品（入窯）：

- 1.窯內地面呈傾斜狀，須鑿成梯形水平排放坯體，燒製過程中才不容易傾倒。
- 2.先從側門入窯，將坯體從窯頭往窯尾方向排放，放至側門時隨即將側門封上，再從尾門放入坯體直至窯滿，封門待燒。
- 3.入窯須考慮如何擺放才能有較高的「燒成率」，如：酒甕燒高溫才不漏水，應接近窯頭放置。米甕燒較低溫，接近窯尾放置即可。原則是：需要高溫燒成得產品放置於近窯首的位置，低溫即可燒成的產品放置近窯尾的位置。另產品上的釉料也是考慮因素。
- 4.爲了節省窯內空間，坯體擺放方式爲向上疊放，大的裏面放小的，小的裏面放更小的，並以土條沾稻殼灰隔離避免相黏且可透氣。
- 5.每次燒窯需投柴燃燒約四天三夜（窯首三天三夜，側火一天），耗費一萬六千公斤的木材。
- 6.燒窯時先從窯頭投柴，氣流往上，利用熱傳導的方式使坯體燒成。投薪孔用以加側火，把溫度趕均勻。
- 7.加側火：從窯頭往窯尾方向將兩側之投薪孔打開投入木柴。如何加側火：左右各站一人，保持兩三個對稱的投薪孔開著，每開一對孔，就把先前的孔封上，從窯頭往窯尾的方向燒過去，大約費時七小時左右，常在半夜開始燒至天亮即成。加側火時，先開第一孔預熱，開第二孔預熱時，第一孔爲主力孔，再開第三孔時，第一孔變成冷卻孔。就這樣保持三個對稱的孔開著，離窯頭最近者爲冷卻孔，旁邊爲主力孔，再旁邊爲預熱孔。

a.加側火注意事項：不可一次開太多孔，否則窯內外溫差太大，坯體會承受不了而龜裂。

投柴時不是一次就將長長之木柴塞入，要分兩三次慢慢放入。每個孔大約燒半個小時，師傅看坯體燒成的顏色判斷封口的時間。

b.木柴放在窯上有兩個用意：先烘乾再使用。加側火時方便取用。

十三、沒有使用溫度計及測溫錐，完全憑師傅的經驗燒窯。每位師傅有他自己判斷的方法，曾有師傅以對窯口吐痰看它蒸發的速度，判定燒成溫度傳爲趣談。

十四、窯尾有兩道門，兩道門中間就是煙囪的出口。

十五、煙囪短，氣流上昇快，坯體才不容易龜裂。

十六、以土磚砌成，必須繼續使用，才不至於潮濕倒塌。每次燒完窯，必須以泥漿修補裂縫。

十七、在鼎盛時期，時有『搶窯』之舉。搶窯是在窯溫降至兩三百度時，即衝入窯裏搶搬燒成的陶器。入窯時須著布袋裝，憋氣彎腰衝進衝出，既辛苦又危險。爲何選在兩三百度進行呢？因爲兩三百度是工人爲上布袋裝後所能忍受的最高極限，兩三百度出窯後窯內尚有約一百度的餘溫，另外指派另一批工人搬生坯入窯，準備燒窯，可以少放一點木柴；同時搶窯搬出來的陶器，也很快賣光可以應付市場需求，這也是爲什麼要搶窯的原因。

十八、早期市場需求量大，供不應求，窯身曾加長一次而成現狀。

十九、蛇窯窯體上原有搭建矮棚以遮風避雨，於八十二年歸劃成園區後將原來的矮棚改建成三樓的建物；一樓爲陶藝第二、三、四教室，中間閣樓爲蛇窯咖啡館，二樓則爲蛇窯文物館。

二十、蛇窯現況：

- 1.仍在使用的。
- 2.兩三個月燒一次
- 3.不再採礦而自陶土工廠購買。土的來源有臺灣土（如：金門土、苗栗土、魚池土等）及進口土。
- 4.木材來源：鋸木行或家具行的木材廢料。
- 5.除燒製傳統陶器品，並提供陶藝家燒陶。

肆、遊客常問的問題

一、園區出售的產品大致上有哪些？

- 1.大水缸：現在市面上已經很難買到了。計價方式以「斗」為單位，一斗約台幣七百元。除醃製醬菜等傳統用法外，亦可用來造景、擺飾、養魚、種植物等。
- 2.生活陶藝品：如杯、碗、甕、茶具、花瓶、吊飾...等。

二、水里陶與鶯歌窯業有何不同？

水里產粗陶器，早期以水缸為主，及一些家庭用陶，以實用為主。鶯歌窯業生產以瓷器為主，有許多花鳥如意大花瓶，曾以仿古聞名於世，走精緻造景路線。

三、陶與瓷的差異？

陶器燒成溫度約 1200°C 左右，瓷器卻可至 1300°C 以上。一般瓷器指的是土中不含鐵的白土，燒成後呈白色。

四、何謂瓷化？

陶土燒到一定高溫，土的分子結構變得極為緊密而不滲水謂之瓷化。

五、釉有含毒性嗎？

釉不一定有毒。我們的產品都燒至 1200°C，又不含如鉛、鋇等有毒性的釉料，可安心盛裝食物。亦可放入微波爐內使用。

六、蛇窯的燃料有使用「木材」的限制嗎？何種柴最好用？

- 1.沒有。使用的木材不拘，但以持久性來講，當然是越硬越好。目前木材的來源是鋸木行及家具行的木材廢料。
- 2.燒柴燒窯最好的木材是相思木，油脂多、硬度夠，價格又便宜。日本柴窯使用刺松。燒窯時柴木非常講究，先將刺松鋸成一定的長度，再劈成一樣的大小，綑綁成一束一束的，所以燒窯的木材量是以束計，不需稱重。學陶先從劈柴學起，以示敬重。

七、匣鉢是甚麼？

匣鉢像個罩子。使用匣鉢可避免落灰沾在坯體上，破壞了作品的完整性。此外，坯體放在匣鉢上墊高，才可燒熱（因窯內接近地面處溫度較低）

八、封窯門的磚是甚麼磚？跟耐火磚有何不同？

封窯門的磚跟普通蓋房子的磚是一樣的，只不過體積較大。跟耐火磚不同，耐火磚含有堇青石、匣鉢粉或氧化鋁等耐火材料，可耐高溫。

九、腳踏轆轤機內為何加棕櫚葉的纖維？

腳踏轆轤轉臺面是用陶土做成的。加了棕櫚葉的纖維可增加張力，以延長轆轤機的使用壽命。

十、酒甕跟米甕有何區別？

酒甕口小，酒氣才不容易散發；米甕口稍大，以方便掏米。酒甕必須燒高溫至瓷化，才不會滲酒；米甕則否。因此，燒窯時酒甕靠窯頭擺放，米甕靠窯尾放即可。

十一、為何大水缸的底部是凹陷的？基本上有幾個問題存在：

- 1.主要是因為有收縮率的問題，大面積的物體在燒窯時，物體底部會因為容易變形而導致龜裂。
- 2.以前的地面不像現在平穩，物體在放置時若底部是凹陷的，比較容易放穩，若底部是平的，只要底部凹凸不平或產生收縮時，物體就無法平放。

伍、窯邊小故事

一、賣蛇、看蛇、吃蛇肉

許多人一聽到『蛇窯』這兩個字，常誤以為是養蛇的地方。曾有一群東海大學的同學，騎著摩托車想來吃蛇肉。還有一次，信義鄉布農族的青年，拿著一大麻袋的蛇來賣，讓大家虛驚一場。其實，這裏既不是養蛇的地方，也沒有蛇肉可吃，因為有座窯長長的，遠望似蛇，故稱『蛇窯』。

二、鹿谷粥

捏陶黏接時需用泥漿。泥漿稀稀爛爛，用臺語發音類似『鹿谷粥』。

三、不用插電的烘乾機

梅雨季節衣服曬不乾，蛇窯就派上用場了。洗好的衣服拿來披在窯頂上，像是替蛇窯穿上花衣服一般。收衣服總是小孩子的事。放學回來，馬上衝到窯頂收衣服。看到一大堆衣服，搞不清楚自己家的衣服披在哪個位置。找來找去，好不容易找到一件熟悉的衣服，就以那件為中心，畫個圓圈，把衣服全都抱回家去了。洗澡時間可就麻煩了，附近人家總是衝來衝去，到別人房間去翻自己的衣服。早先外一事比較好認的，最難認的內衣褲了，形式顏色差不多怎麼辦呢？往往只有三

個動作可以作，那就是「比大小、比味道跟比威力」了。

四、烤地瓜

二、三十年前，臺灣鄉下生活困苦，小孩子沒有甚麼零食可吃，就等著燒窯的時候烤地瓜。在那個還沒有塑膠袋的年代裏，小孩子先爬上屋樑拉鐵絲，然後帶著鐵絲至田裏去，把挖來的地瓜一個個串起來，掛在褲頭上。當時的鬆緊帶也不怎麼靈光，越掛越重，忽然一股涼風，才知到原來是褲子掉了。馬上拉起褲子往窯頭跑，請師傅把正在燒窯的熱熱的灰鏟出來，蓋在番薯上。大約需悶二十分鐘地瓜就熟了，小孩子總是等不及，又想出去玩，又怕自己的番薯被別人吃了，於是找來扁扁的石頭，在上頭寫上自己的名字，然後擺在自己的地瓜堆的前面，這時候師傅都會說一句經典的話叫做「這頭前怎麼好像墓仔埔同款」（台）。

五、土窯雞

燒窯完畢第二天開始，先在窯門上開一小洞以散熱，隔天再開大一點。這時候，可抓來幾隻雞，先在雞屁股上插上竹管，再把整隻雞連毛糊上一層陶土，用勾子勾好，放入窯洞裏悶，很快就香味四溢了，這就是『原味土窯雞』。

六、燙頭髮

由於搶窯是一件相當緊張且危險的事情，因此早先師傅流傳下有個不成文的規定，就是入窯前必須先收個紅包，希望討個喜氣及平安；另一方面市場供不應求，許多商人來到窯場也常會發生買不到產品的事情發生，因此便會在師傅搶窯錢包紅包賄賂師傅，希望師傅記得給他們產品。那麼有一次出窯前，有個師傅是最早來上班，商人門看到師傅來便迫不及待的包紅包給師傅希望師傅提早出窯，這位師傅也不客氣一個紅包接著一個收，收到後來居然比他一個薪水還高，等不及其他師傅過來便開始開窯進行搶窯的工作，但可能太緊張或是沒睡好，師傅入窯卻忘了把頭髮包起來，衝進去，變成了爆炸頭。鄰近的婦人看到了，發現一個蛇窯很珍貴的用途並流為地方美談，那就是燙頭髮。於是，每當蛇窯一年一度的休窯期間（農曆過年初一至初三）當窯內溫度因整年燒窯有五十到八十度的餘溫時，便利用生的竹管將頭髮捲好，要燙怎樣便捲怎樣，包上濕毛巾，到窯裏多走幾回頭髮就自然捲了而且還有淡淡的竹香呢！

七、長短腳

沒有電動拉坯機時，必需以腳踢動拉坯機。當時學徒學藝必須從『踢』學起。小孩常在十幾歲時被送至窯場當學徒，因正值發育期，擔心整天踢呀踢的不知會不會成了長短腳（以臺語發音）。

八、出窯（搶窯）

搶窯總在兩三百度當中進行，危險萬分，但是小孩子卻在一旁歡喜的等待。缸一滾出，他們就迫不及待的把手裏的雞蛋打在缸底，沒兩下子雞蛋就熟了，比吃鐵板燒還方便呢！

九、採土

早期多為露天開採。每年選擇一塊區域，並做下記號，以免重覆。通常地表兩三公尺的土雜質頗多，不可使用，再往下的土礦就頗純，土質光滑，斷面很亮，土油厚。挖土是有技巧的，只須三鋤就呈一菱形土塊。先挖一大洞，再往下挖出梯狀，約七階，兩樓深。每一階站立一人，把土不斷往上送。挖出的土，再以牛車載運回窯廠。採礦總在秋收後農民閒暇時進形，是村裏一年一度的大事，孩子們也歡天喜地的在一旁湊熱鬧。每到十點鐘左右，就有許多小販跑來兜售各式小吃，如：湯麵、肉粽、豆腐湯等等。大家累了也餓了，就停下來休息休息。孩子們當然也沾到好處啦！

十、麵糊缸的另一種用途

麵糊缸是做年糕用的，一年才用得上一次。於是媽媽們想出另一種用途，做飯時把小孩子往裏面放，既舒服，又不會亂跑。

十一、防空缸

民國三十二年，日本偷襲珍珠港之前，本廠奉命生產防空缸。

防空缸是一種軍用大型陶缸，可容一成人蹲踞其中。戰爭中，把這種缸埋在沙灘，防守海岸的士兵躲在裏面，不但敵人看不見，還可以踩著裏面的踏板舉槍射擊。當時正值戰爭激烈時期，廠內員工可免服兵役，因此有許多壯丁搶著入窯廠工作。防空缸內有一板凳及一踏板。為甚麼需要踏板呢？因為跳進去容易，出來的時候，腿短的人不好出來，多了一塊踏板，方便些。

陸、解說內容詳述：

一、售票口服務台：

歡迎 x x x 的來賓蒞臨水里蛇窯陶藝文化園區，我是各位此次「蛇窯之旅」的解說員，希望待會兒能為各位來賓提供一趟富含知性與感性的文化之旅。我們首先將帶領各位前往本園區第一（二）簡報室觀賞一段蛇窯的紀錄影片，讓各位來賓瞭解蛇窯的歷史背景以及早先的製陶過

程，請來賓現在跟著解說員往園區內移動。

附註：引導客人時，解說員的位置約於隊伍的三分之一處，此時需注意以下幾點：

1. 隊伍後面的來賓是否跟上及前面的來賓的前進位置。
2. 進第一簡報室時，提醒老人或小孩注意樓梯傾斜。
3. 簡報室的冷氣及環境是否開妥及歸定位？
4. 與來賓親切性的閒話家常，藉以瞭解客人的程度及特殊背景。

二、第一（二）簡報室開場白：

歡迎各位來賓蒞臨水里蛇窯陶藝文化園區，目前各位來賓所在的位置，是本園區的第一（二）簡報室，水里蛇窯源自民國十六年，南投製陶師傅林江松先生，鑑於水里當地土質良好、木材燃料豐富，所以學家遷徙，砌築窯爐生產陶器至今。許多來賓第一次來到總認為蛇窯是個「養蛇、賣蛇」的地方，曾經有來自東海大學的學生組著摩托車車隊來到蛇窯想要來頓「蛇肉大餐」；也曾有團體來賓來到，大部分的遊客都入園，卻有少數來賓害怕有蛇而不敢進來，也都誤解了。待會兒我將播放蛇窯的一段紀錄影片，影片詳細記載整個水里蛇窯的歷史文化背景及製陶過程，希望各位來賓能仔細欣賞這段紀錄影片，因為影片結束之後將有一件很重要的工作，那就是「有獎徵答」，我們將贈送精美的紀念品，讓各位來賓帶回家作紀念，希望各位仔細觀賞千萬不要睡著了。影片觀賞當中，如果需要上化妝室，園區的化妝室位於（.....）請來賓自行前往，緊接著我們就為各位播放這段紀錄影片。

※簡報室開場白的四大主軸：

- 代表園區致歡迎辭。
- 蛇窯歷史簡述。
- 有獎徵答活動說明。
- 參觀動線說明及遊程安排。

三、有獎徵答的台詞與提問：

好！各位來賓影片結束了，（不曉得各位睡著了沒有）現在我們即將進行的是「有獎徵答」，希望待會兒知道問題答案的來賓能踴躍舉手作答。

首先第一題要請教各位：我們都知道「蛇窯」的名稱由來是因為燒製陶器的窯，窯身甚長，遠遠望之似蛇之形，因而得名。那麼有沒有來賓可以告訴我蛇窯總共有多長？**答：一百零五台尺**（答對了！請掌聲鼓勵，後略）。百分之八十的來賓在回答這一題的時候總是告訴我們蛇窯有一百零五公尺長，這樣就太長了，公尺跟台尺是不同的喔，一台尺大約等於三十公分，因此要以公尺計算蛇窯的長度大約是三十一點八公尺長；曾經有一個小朋友在回答這一題的時候舉手舉的很快，一舉手馬上告訴我們蛇窯有一百零五公里長，嚇我們一大跳，可見單位是很重要的。

水里蛇窯是目前台灣保存最完整、最古老的歷史柴燒窯。早期在燒窯時，由於沒有溫度計測量溫度，因此都是由老師傅以「肉眼」觀察窯內火焰顏色去判斷溫度的高低，當火焰顏色由「紅」變「白」的時候，表示火候已夠，溫度大約是攝氏一千一百八十度左右，老師傅便會利用「耐火磚」及「泥漿」封閉窯門，這裡請教各位，有沒有來賓能夠告訴我，在窯首的燒窯總共要燒多久？**（答：三天三夜。）**

燒窯第二個重要的工作是加側火，為什麼要加側火呢？因為窯首雖然經過三天三夜的高溫燒烤，但是因為蛇窯窯身很長，因此雖然窯首溫度已夠，但後半段卻因距離的關係，而導致受熱不均勻，必須要加側火達到平均溫度的目的，使窯內作品能夠順利燒成，請教各位請問分佈在蛇窯的左右兩側，各有多少個加側火的投薪孔？**（答：三十個。）**

加側火所需的時間，大約是一天的時間，因此燒一次蛇窯大約是投柴加熱「四天三夜」的時間，根據統計共燒掉「一萬六千公斤」的木柴，木柴用量相當驚人。但並非表示作品已可直接取出，還需靜待兩三天等溫度下降才能出窯，早先窯廠在鼎盛時期為了應付「市場需求」及「節省燃料」，有一個非常特別的活動叫做「搶窯」。搶窯係指當窯內溫度尚未冷卻時，工人迅速進入窯內搶搬燒成的陶器，在這裡請教各位來賓，請問搶窯必須穿上哪一種特別的服裝？**（答：布袋裝。）**

其他相關問題：

1. 在水里發展窯業的兩項決定性因素？答：木材與陶土。
2. 製作水缸的兩種成形方法？答：圈泥法與轆轤成形法。
3. 酒甕的製作運用哪兩種基本成形方法？答：圈泥法與手拉坯法。
4. 製作水缸時兩項重要的工具？答：石托與木拍板。

- 5.影片中水缸共製作了幾圈？答：十圈。
- 6.手拉坯操作較爲不易，最高只能做到多高？答：2尺（60CM）
- 7.早期的釉料多以富含鐵質的什麼顏色居多？答：赭色。
- 8.早期上釉的方法爲？答：淋釉法。
- 9.裝窯前在地上灑下火燒的細沙又稱爲什麼？答：燒粉。
- 10.裝窯時做爲產品與產品間隔的土條必須先沾上什麼？答：細沙或殼灰。（幼兒版稱爲「稻殼灰」）

補充說明問題：

在影片的一開始，相信各位來賓都有看到用「牛」練土的過程，「練土」在製陶過程中是相當重要的一環，在還沒有現代化的練土機具練土，窯廠所依賴就是「牛力」練土；不過在更早以前卻是以「人力」練土，但後來發現踩土的師傅在練完土後第二天幾乎都不能走路了，嚴重的肌肉疲勞，因此爲了減少人力的負擔，因此我們便將「練土」這項重要工作交給「牛」來練了。在影片當中我們可以看到練土的方式是由一位師傅牽著牛在練土池中打轉，後面則跟著一位師傅順著牛踩過的腳印，迅速刮下旁邊的泥土填平腳印的坑洞，藉由不斷的攪拌達到練土的目的，但這樣的情形過了沒多久，後面的師傅抗議了，他說腰桿太痠了快挺不直會不能上班了，因此我們便決定讓牛隻自己採土。剛開始由牛練土的時候，牛很認真踩土，後來發現牛很聰明，牠會順著腳印走，這樣一來會比較省力，但以窯廠來說卻失去了功效，所以當時的師傅便想到使用一條黑布矇住牛的眼睛，讓牛看不見自己的腳印胡亂瞎踩，終於練出來的非常漂亮的陶土。

練成的陶土送給師傅生產水缸，經過成型、陰乾、上釉、燒窯，水缸燒成了，很快便銷售一空，不過卻很快都被退貨回來，爲什麼呢？因爲每個水缸都會漏水，這是個很嚴重的問題，因此我們一個一個單位清查、一個一個步驟查驗，看看到底是哪裡出了錯，後來發現原來就是練土這裡出了問題，我們發現土裡面摻雜了某種不該有的雜質導致水缸漏水，在這裡請教各位來賓一個聯想題，有沒有來賓可以告訴我陶土裡面摻雜了什麼雜質？（答：牛糞。）

爲什麼摻雜牛糞會導致水缸漏水呢？因爲牛是草食性動物，牠的植物性纖維，不能抵擋一千多度的高溫燒烤都被燒掉了，導致水缸上面有縫隙，因此水缸漏水了。這麼嚴重的問題當然要想辦法去解決，然後師傅就每天觀察牛的日常生活作息，看牛什麼時候會排泄趕快把牛糞處理掉，後來發現牛要糞便前會先作一個預備的動作，在這邊請教來賓一個鄉土問題，請問牛要糞便前會先作什麼動作？（答：尾巴舉起來。）

來賓很厲害喔！能夠知道這個問題，許多來賓常會給我們一些很有趣的答案，曾經有個小朋友告訴我，他說他有看過好像是兩腳張開蹲馬步的樣子；也曾有來賓說好像右腳會抬起來，甚至曾有一個小朋友曾說：「牛要糞便前會先脫褲子」。

師傅看到牛的尾巴舉起來便馬上過去把牛糞盛接起來，後來發現這樣太麻煩，因此便乾脆在牛的尾巴掛上一個長扁籃子給牠自己解決，所以後來練土的畫面，各位來賓可以想像一下，牛是獨自被綁在池子中，眼睛矇了一塊黑布，尾巴上則掛上一個籃子。也曾有來賓告訴我們，掛籃子太麻煩不如幫牛包個尿布，也曾有大學生告訴我們，不管是包尿布或掛籃子都是治標不能治本，治本的方法就是準備一個塞子塞起來，這樣就太殘忍了。

從這個故事聽起來，各位可以發現到從一項看來不起眼的工作，卻必須經過不斷的試驗與淬煉才能達到最終的目的，水里蛇窯自轉型陶藝文化園區以來，即不斷以創新概念經營，希望藉由不斷的改進使得園區能夠在現代人類生活當中提供一份鄉土樸拙，富含知性與感性之美，接下來我們將帶領各位參觀蛇窯文物館，請來賓跟著解說員（我）往樓上移動，謝謝！

四、文物館之展示說明：

1.（窯首的介紹）位置：窯首看板資料前：蛇窯的結構圖及燒窯方式。

來賓目前所在的位置，是蛇窯的窯首燃料室的部分，燒窯的時候必須先在窯首燒窯燒至一千一百八十度，方能封閉燃燒室的投火孔開始加側火助燃。在這裡我們可以看到有三個孔，這分別有他們各自的功能與投柴方式，最上方的孔是投放較小較細的木柴，中間的孔是投放較大較粗的木柴，最下方的孔則是用來接柴灰使用。爲什麼要區分木柴的粗細大小投放呢？一般來說細小的木柴燃燒速度較快主要的昇溫便是靠細小的木柴，投放的頻率也較高；反之粗大的木柴燃燒速度較慢，因此放於中間作主火燃燒，那麼爲了避免燃燒時窯內吸入太多空氣助燃太快，因此燒窯時，我們都會使用一個鐵片將投火孔作適度的掩蓋；最下方的柴灰堆積孔，則視積碳的多寡作適度的清除。

早先燒窯的時候，在窯廠附近的小朋友總是喜歡跑到窯廠裡玩耍，尤其窯首燒窯時更聚集許多

小朋友，因為小朋友準備來吃一道點心，什麼點心呢？就是「烤地瓜」。二、三十年前，臺灣鄉下生活困苦，小孩子沒有甚麼零食可吃，就等著燒窯的時候烤地瓜。在那個還沒有塑膠袋的年代裏，小孩子先爬上屋樑拉鐵絲，然後帶著鐵絲至田裏去，把挖來的地瓜一個個串起來，掛在褲頭上。當時的鬆緊帶也不怎麼靈光，越掛越重，忽然一股涼風，才知到原來是褲子掉了。馬上拉起褲子往窯頭跑，請師傅把正在燒窯的熱熱的灰鏟出來，蓋在番薯上。大約需悶二十分鐘地瓜就熟了，小孩子總是等不及，又想出去玩，又怕自己的番薯被別人吃了，於是找來扁扁的石頭，在上頭寫上自己的名字，然後插在自己那堆的前面，這時師傅總會說一句話：「奇怪！這頭前那會變墓仔埔（台語）。」

2. (窯身的介紹) 位置：咖啡館欄杆或樓上平台。說明：

各位來賓目前所在的位置是「蛇窯文物館」，陳列有早先的製陶工具及一些珍貴陶器，待會兒我們將一一為各位介紹。首先請各位來賓往下看，各位所看到的就是水里蛇窯，窯身一百零五台尺，低的地方是蛇窯的窯首也就是「燃料室」的部分，高的地方是窯尾也就是煙囪，中段是窯身也就是擺放作品的地方。燒製陶器時，必須先在窯首燃料室的地方燃燒大約三天三夜的時間，溫度累積到一千一百八十度左右接著封閉燃料室，再由兩側開側火孔投放木材燃燒，以達到窯內溫度的一致，各位來賓可以看到在窯身上設計有一座黑色鋼架，鋼架的作用不是固定窯身，而是作為擺放木材使用，以方便在加側火時取用，同時也能夠達到將木材預熱烘乾的效果。

以前梅雨季節衣服曬不乾，蛇窯就派上用場了。洗好的衣服媽媽們會拿來以竹竿披在窯頂上或是窯身的兩側，像是替蛇窯穿上一件花花綠綠的衣服一般，因此蛇窯又叫做「不用插電的烘衣機」。白天通常是媽媽來晾衣服，到了晚上媽媽要煮晚餐沒有時間收衣服，因此把衣服帶回家便是來窯廠玩耍的小朋友的事情，媽媽總是這樣說：「要去蛇窯玩可以，不過要記得把衣服帶回來。(台語)」小朋友對衣服沒有概念，因此小朋友會找一件熟悉的衣服好像有穿過、看過並以那件衣服為中心，畫個圓圈，把衣服全都抱回家去了，常會「撈過界」。因此到了洗澡時間可就麻煩了，附近人家總是衝來衝去，到別人房間去翻自己的衣服，通常外衣比較好認，最難認就是內衣褲，顏色樣式都差不多，怎麼認呢？往往就只有比大小、比味道跟比威力了。

3. (歷史文物區) 說明：

水里蛇窯的發展歷史記錄著先民生活文化的背景，也紀錄著繁衍生息的步履，傳遞窯業與陶藝文化創造發展的信息，訴說著昨日的光輝，也創造著文化的新生命與傳承。早期窯業發展有兩個重要的決定性因素：**陶土**及**燃料**來源必須充足。

陶土品質好壞取決於可塑性強，且要能承受高溫燒成。水里早期所產的土水是濁水溪上游山上所沖刷下來的黏土沉積在兩岸，堆積成厚重的陶土礦層。這種陶土屬於二次沉積黏土，距地表很深，土質較為純淨，也因此造就了水里陶器的優良品質，很適合窯業的發展。還有，水里鄉早期是木材集散地，木業發展相當蓬勃，多餘的木材廢料也自然成為窯廠的燃料來源。正因為與地理環境有這樣密切的關連，形成了特殊的文化歷史背景，窯廠的存在更成為孕育南投陶藝師的搖籃，造就了社區就業機會，也使窯場與人們的日常生活結合且相互依存的關係，使水里成為了名副其實的陶鄉。

各位來賓目前所看到是「南投土」，當初為什麼會在水里發展窯業呢？那是因為水里當地的陶土「土質良好」而且木柴「燃料豐富」，因此在水里發展窯業至今，在南投土旁邊的是「柴灰結晶」。柴灰結晶是窯內七十幾年的燒窯之後柴灰凝結的「結晶呈現」，因為師傅認為此結晶塊在七十幾年的烈火歷練之下已經有靈性了，據說只要摸一下能夠帶來好運，抱著效果更佳，聽說男未娶女未嫁，只要親一下可能可以帶來好姻緣，有興趣的來賓待會兒可以試試看。

4. (傳統成形區) 說明：

接著各位來賓所看到的是製作大水缸所必須用到的工具，我們直接跟各位介紹各位比較熟悉的工具，在右手邊我們可以看到「石托」、「木拍板」，這兩項工具在以傳統的手擠坯法製作水缸或其他大型缸器時是相當重要的，師傅會以右手拿住石托支撐在作品的內部，再以木拍板沿著四邊拍打藉以修整作品的外型，旁邊我們可以看到紋板，紋板的作用跟木拍板大致相同，同樣是配合石托使用，為一不同的是增加了紋路，紋路的作用有兩個，一個是用來增加美觀掩飾手工的缺點，另外則是大型缸器如果有刻畫在表面的話，搬運的過程比較好拿不會滑。

接著跟各位介紹比較熟悉的技術--「手拉坯法」。手拉坯法又稱「轆轤成型法」，就像我身旁的照片示範一樣，各位來賓所看到的最原始的是拉坯機，在沒有電力的時代都是用腳踢的方式產生動

力，再用雙手拉坯製作，並由師傅製作，徒弟在旁邊踢動拉坯機。據說早期來到窯場學技術的學徒學藝必須從『踢』學起，且定要踢到三年四個月。小孩常在十幾歲時被送至窯場當學徒，因正值發育期，擔心整天踢呀踢的不知會不會成了長短腳（以臺語發音）。旁邊各位所看到是屬於「日式的手動轆轤機」，日據時代的時候日本人有鑑於中式的腳踢轆轤機，必須兩個人一起製作，因此改良發明此種手動轆轤機，這種轆轤機的特色是以石板琢磨製作完成，同時根據作品的大小而有中小三種不同的拉坯機，開始製作時，先將陶土置放於在轉盤的正中間，接著使用木棒轉動拉坯機（配合動作）待轉到一定的速度後再將木棒拿開開始製作，直到轉盤停止為止，一個標準的轉速大約是持續轉動約半小時左右，窯場的師傅很厲害，在這樣的轉速裡面，師傅可以做出六十個同大小、同規格的小型花瓶，待會兒來賓可以去看一下師傅的現場表演。

5. (現代製陶區) 說明：（此區可視情況說明或加入第二區有關陶板接合法及模型壓坯法之說明）

在日據時期，台灣已朝初步工業化發展，工業所需陶藝容器及設備，因應而生。另外在二次大戰期間，為了基本建設及戰爭的需求，窯場曾生產防空缸、實驗缸、陶管、鹽酸甕等工業產品。各位這裡可以看到蛇窯所生產的代表產品，「化學甕」又稱「醬油缸」，也就是專門用來製作醬油使用，在製作時以一個大鍋烹煮，並利用上緣的排氣孔排放熱氣，完成再以杓子舀出。

接著各位看到的是「硫酸甕」，硫酸甕的生產是因應工業用途，為盛裝較危險的液體，像是硫酸或是工業酒精，日本人發現水里的陶土品質良好，可生產抗酸、抗鹼的容器，因始有硫酸甕的發明，硫酸甕的特色是甕口有螺旋紋路的設計，便於使用專用木塞封口，避免不甚傾倒時，危險液體流出。

再來各位可以見到的是「防空缸」，民國三十二年，日本偷襲珍珠港之前，本廠奉命生產防空缸。防空缸是一種軍用大型陶缸，可容納一人蹲踞其中。戰爭中，把這種缸埋在沙灘，防守海岸的士兵躲在裏面，不但敵人看不見，還可以踩著裏面的踏板舉槍射擊。當時正值戰爭激烈時期，窯廠內員工可免被徵召，因此有許多壯丁搶著入窯廠工作。防空缸內有一板凳及一踏板。為甚麼需要踏板呢？因為跳進去容易，出來的時候，腿短的人不好出來，多了一塊踏板，方便些。

另外各位可以看到的是一份日據時代昭和九年的舊報紙，這份報紙說明著南投陶業兩百餘年來的歷史風華，以及當時政府對於「南投燒」也就是「南投陶」的積極輔導與重視。當然會有如此的淵源是因為當時日本政府指派了一位國寶級大師「龜岡安太郎」先生於南投縣魚池鄉成立了「陶藝技術養成所」，龜岡安太郎先生並在台灣收了一位台灣弟子--「劉樹枝」先生，極力推動台灣傳統陶瓷的現代化，所以一時之間南投陶的發展亦顯蓬勃。

6. (隧道柴燒作品區) 說明：

水里蛇窯是目前國內保存最完整最傳統的傳統柴燒窯，雖然目前大部分生產由現代的瓦斯窯與電窯燒製，但水里蛇窯一直希望傳統柴燒的作品特色不但保留傳統更能與現代接軌，因此各位可以見到是這些看似平凡卻能流傳百世的柴燒作品，柴燒作品的特色就在於作品的色澤呈現的多變與樸拙的質感，各位所見的作品是不經上任何現代釉料，藉由高溫窯火的燒烤及木柴灰在坯體上自然變化，孕育出渾然天成的企盼。

7. (九二一重建說明) 說明：

各位現在見到的是水里蛇窯在 1999 年九二一集集大地震受創的情形，以窯體的部分大約毀損了二分之一，另外建築物受損了三棟其他陶藝品則損失將近兩千多件，總共損失財產約達新台幣一千五百萬元以上，但水里蛇窯用最短的時間完成園區重建並對外開放迄今，以五十天的時間完成災後復建整修工程，懷抱著天助自助的樂天精神，水里蛇窯對遭逢如此天災是樂觀的，因為上天給了水里蛇窯一個最佳的學習機會。

因為早先砌築窯爐並沒有詳細的文獻資料，只有用「口耳相傳」的方式傳承，藉由這次的天災我們得以重新整理傳承建窯的技術，這是另一項收穫。在老師傅的指導下，我們以古蹟修復的方式，重建這個有七十幾年風華的老窯廠，向各位可以見到就是蛇窯窯體修復的情形，我們將每塊坍塌下來的窯磚，依循古法重新砌築；將破損的陶片用再裝飾於地面及牆壁，另外毀損的建物並以鋼骨予以重建在搭配古建材，希望為文化重建留下最好的示範，也將傳統技術藉此保存發揚。

8. (窯尾迴廊) 說明：

來到這裡請各位可以隱隱約約看到一件花瓶，這件作品就是目前金氏世界紀錄最高的陶器，它的名字叫做「千禧雙口瓶」，是水里蛇窯逾 2000 年所創下的新世界紀錄，所利用的成型方法是中國最傳統的製陶技術-「手擠坯法」，此種成型技法完全不依賴任何機器使用徒手製陶，是早期製

作大型缸器的成型技術，原世界紀錄是在一九九六年由澳大利亞昆士蘭省一位陶藝家雷史帕克斯先生所創的五點五六公尺的投擲花瓶，有鑑於弘揚傳統技藝，因此經由園區負責人林國隆先生設計兩位國寶級老師傅林木倉先生及蔣逢榮先生著手製作，自一九九九年十二月六日正式製作，歷經約半年的時間，由坯體成型、陰乾、上釉、燒製、冷卻到作品的完成，於2000年6月18日完成，成功締造金氏世界紀錄最高的陶器紀錄，這麼高的作品不能用一般的窯燒製，因此特別量身定作了一座窯，並利用吊車組合拆裝的方式於原地燒成。為什麼作品的名稱叫「千禧雙口瓶」，因為在千禧年完成作品，同時取台灣一句俗諺叫做：「雙雙對對，萬年富貴」希望這樣的一件作品，有祈願祈福的含意在，祝福天下有情人終成眷屬。

另外旁邊各位來賓所看到的是目前全國最大的一張陶椅，這是園區特別邀請來自高雄的陶藝家徐永旭老師所做的大型陶作，耗時三個月完成，徐老師以「椅子」為主題暗諷一些喜好爭權奪利的人，同時作品的兩大特色是「自我安座」與「邀人入座」，所謂的「自我安座」是整件作品以擬人化的手法呈現，使作品具有真實感；而邀人入座則呈現出一張椅子的基本功能。

接著我們可以看到旁邊的這棟建物，是師傅的成型區，待會兒歡迎各位來賓自行前往參觀。另外這棟建物感覺起來歷史好像很久了，其實這棟建物就是在九二一大地震之後才建構完成的，成重建工作，成為災區中的重建範例，值得一提的是我們相當感謝此次老天爺給我們的機會教育，各位所看到的這棟建物是以廿個工作天的時間建構完成，而且一共蓋了三棟，蓋房子必須先打好基礎再架構主體結構，主體結構的部分我們選用可以耐強震的防震鋼樑去建構，為使園區風格上呈現一致，因此每棟建物均以木板去重新包裝，但是木板買回來是新的，怎麼樣讓木板感覺起來有古味呢？我們的作法是把每塊木板用墨汁染色，染色之後的木板便呈現出濃濃的傳統風味了，另一方面我們有將倒塌廠房的古建材重新整理砌築，如屋瓦及土磚，這樣的建物便呈現出水里蛇窯陶藝文化園區自轉型之後的精神，那就是「傳統與現代的結合，並從中獲得平衡點。」既能符合現代的需求，同時也不失傳統的風味。右手邊是「九二一震災紀念館」，這是國內的第一座震災紀念館，它詳細記載著「水里蛇窯陶藝文化園區」受災的毀損概況及重建經過，是平面的攝影展，待會兒請來賓自行前往參觀。

水里蛇窯是國內第一座陶藝文化園區，因此許多的景觀建物都與陶有關，包含像各位所看到欄杆，這是用火車鐵軌的枕木及陶製水管搭配製作而成，另外還有陶製的音箱，就是各位所看到在我手指方向的這個，許多特殊的陶製景觀，請各位細細觀賞玩味。旁邊各位所看到的就是蛇窯的窯尾，也就是紀錄影片當中所看到拍攝「搶窯」的地方（早先窯業在鼎盛時期有所謂的「搶窯」之舉，也就是當窯內溫度下降至攝氏兩三百度的時候，便派工人入窯內將燒成的陶器搬出，搶窯的目的是為了應付市場需求及節省燃料，當窯內溫度下降至兩三百度時我們將作品取出，當所有的作品取完之後，窯內的溫度大約剩下一百多度，在趕緊近一批準備燒製的生坯入窯內，這樣重新起火燒窯可以少放一點柴火，同時因為在兩三百度下入窯，所以窯工人必須穿上一種特別的服裝，叫做「布袋裝」，它是用麻布袋製成，作用類似現代消防人員所穿的防火衣）搶窯時是中間的側門及煙囪的尾門同時打開，派窯工們入窯搶搬燒成的陶器，因為入窯除了要穿上布袋裝外，同時必須要「憋氣」以免燒傷，所以我們不可能派工人直接從窯尾入窯內搶搬作品，因此是兩個門同時開啓讓工人們入窯，中間的側門是負責三分之二的作品進出，後面的尾門則是負責後段三分之一的作品進出。

早先在搶窯時非常的緊張也非常的熱鬧，許多的賣水缸的中盤商都會來到窯場競購缸器，許多人甚至前一天晚上便會來到窯場露宿，值得一提的許多商人為了能夠搶得先機，見到師傅在搶窯時，都會包紅包給搶窯的師傅，一來希望師傅能夠在入窯時能搬件較好的作品，二來也希望師傅入窯能夠平安出來，討個吉利；曾經有一位師傅是最早來上班的，等了一夜的商人見到師傅來便紛紛塞紅包給師傅，師傅也不客氣一個紅包一個紅包收，收到後來居然比一個月的薪水還高，因此沒進去搬作品不好意思，趕緊布袋裝往身上一套便入窯了，可是這位師傅可能前一晚沒睡好或太緊張了，穿著布袋裝卻忘記把頭髮包起來，因此從窯內出來頭髮變成了爆炸頭，附近的歐巴桑看到了，發現了蛇窯的另一個用途，就是「燙頭髮」。

以前蛇窯是幾乎每天燒窯的，但到了過年的農曆初一到初三，我們會保留三天給附近的婦女們來蛇窯燙頭髮，因為經過一整年的燒窯，雖然不燒窯卻也有大約是六七十度，這樣的溫度燙頭髮是最剛好的，婦女們會在洗好澡頭髮保持濕潤的，把頭髮捲好然後到蛇窯燙頭髮；以前還沒有髮捲，因此婦女們會利用竹管自製髮捲將頭髮捲好，再用毛巾將臉部稍微包一下，據說只要來來往往晃個兩三回，頭髮都自然捲了，而且還有竹子的香味。

另外搶窯時大人們都很緊張，但小朋友們卻很高興，因為小朋友又可以來蛇窯這裡吃晚餐了，小朋友通常會在一旁等待，看師傅把每個熱騰騰的水缸搬出來後，便迫不及待將手底的土雞蛋，這樣荷包蛋就好了，灑點鹽巴味道更好，比吃鐵板燒更方便。接著請來賓在跟著我往前走。

底下是我們的展售部，展售有我們本身充滿地方特色的產品，待會兒請來賓自由參觀，另外順著磚瓦路走到盡頭是我們的文化藝廊，藝廊安排每兩個月一個檔期，安排國內外陶藝家前來展售，（目前展售的陶藝家是～視該檔期作家為何？另就作品特色作介紹）待會也請來賓自由前往參觀。

9.（生活陶展示區）說明：

各位現在看到的一些早期的生活陶器跟現代陶器的展示區，像是早期的油甕或是作粿的粿印等等，特別跟大家介紹的各位看到這件塑像。塑像的是我們窯業的祖師爺-「羅明先師」，據說羅明先師為隋朝人，他有一位哥哥叫做「羅文」，也是另一位陶藝的祖師爺，後世稱為「羅文祖師」，不管是「羅文祖師」或是「羅明先師」，將兩位祖師爺的名字排列組合，我們可以得到「文明祖先」四字，正說明著陶藝代表人類文化的起源，以中華民族來說，各個歷史朝代都有代表的陶器，像是唐三彩、宋青瓷等等，其他像是重大的考古發現，也都是以發現陶器或其碎片，而推算出存在年代與當時背景，可見陶在我們生活中的重要淵源。

再來各位可以看到的是「陶瓷便當」，陶瓷便當的發明緣起於 2003 年為促進地方特色營造，由窯主林國隆先生設計，另外由南投縣美食協會研發便當菜色，希望能創造出地方的多元產值，用完餐即可帶回陶餐盒，不論是微波或是做為其他用途皆有其多元功能。

註：其他作品可依瞭解程度及客人提問發揮。

10.1（生活陶-主人房）說明：

在生活陶主人房的部分，展示著傳統生活在臥房中擺飾與用品。首先我們可以看到的是「陶枕」，大家可以摸摸看這個枕頭相當的硬，而且非常的冰涼，那為什麼以前要睡這麼硬的枕頭呢？那是因為以前沒有電風扇跟冷氣，夏天非常的炎熱，因此有這個陶枕睡起來感覺冰冰涼涼的，可以達到「避暑」的作用。曾經有一位醫生來到蛇窯，認為這樣的枕頭非常值得推廣，因為現代人吃得太好了有一種文明病叫高血壓，有高血壓的病人睡這種枕頭或許可以達到一種長期慢性治療的效果，而且還可以在這邊的洞口裡加裝一個小型的收音機或隨身聽，這樣連床頭音響的前都省下來了，是不是真的像醫師所說，可能要經過臨床實驗才知道。

旁邊我們跟各位介紹的是一項橫跨世紀的產品，叫做「夜壺」，也就是俗稱的「尿壺」。以前廁所都在屋外，冬天要上廁所相當的不方便，因此擺在房間裡相當的適用，第二天一早起床還可以提著夜壺到家裡的菜園施肥。曾經也有一些運將建議我們應該要再繼續生產夜壺，因為台灣的塞車問題很嚴重，有個夜壺放在車上相當方便，只要再設計個蓋子將壺口蓋起來便可以避免異味或不小心濺出來了，下車時看到路旁的行道樹，還可以澆花施肥，相當的划算；女用的夜壺在後方，正所謂男女有別，女用的夜壺是做圓形的，而且還多了一個蓋子，為什麼會多一個蓋子呢？據說是避免水花濺出來所以有這樣一個設計。

另外，各位可以見到的是「薰油壺」又稱為「五梅」，各位看到掛繩的提耳設計，提耳又稱為「梅」，因為有五個提耳所以稱為「五梅」，這是裝放女用的髮油所設計的壺，薰油壺的特色除了可以懸掛之外，此壺是由母親在女兒出閣結婚的當天，當作陪嫁品傳承，希望女兒從此知婦德、守婦道，並且一代傳一代。

10.2（生活陶-廚房）說明：

這是養豬用的「飼料槽」，許多來賓看到這個飼料槽都認為是火烤兩吃巴比 Q 在使用的，其實不是，這個飼料槽設計主要是因為以前民間有個迷信說，小豬的頭部不可以被餒水飼料淋到否則就養不大、養不肥，因此有這樣的設計，餒水從中間倒下去小豬圍著旁邊吃。

這是「麵糊缸」，是專門用來製作年糕跟麻糬的，但是年糕跟麻糬只有在特定的日子才會吃，像是婚喪喜慶過年，所以平常沒有在使用的時候，附近的家庭主婦，或將裡面鋪點棉被讓家裡兩三歲的小朋友在裡面睡覺或玩耍，這樣小朋友就比較不會亂跑，可以充當嬰兒床使用。

另外旁邊我們各位可以看到的有放調味料的「油甕」以及以前婦女朋友坐月子燉補品用的「狗母鍋（台語）」...等等，另外各位來賓看我手上拿的這個容器，許多來賓都會說這是燈籠、鳥籠或是安全帽，跟來賓介紹這是「養雞用的飼料槽」，為什麼養雞用的飼料槽會如此設計呢？主要是因為飼主怕雞會用爪子抓飼料，因此設計成這樣，請雞伸頭進去就好了，爪子留在外面；曾經有一個小朋友很可愛說如果有一隻大頭雞怎麼辦？就是頭比較大脖子比較粗的雞，進去會卡住，告訴各位來賓如果會卡住脖子的雞，表示他夠肥了，我們就準備加菜了。另外還可以看到的是「陶製的捕鼠器」...等等。

這是「桌腳墊」，在沒有冰箱的時代幾乎家家戶戶都有，這怎麼使用呢？這是墊在餐桌或菜櫈的四個腳放點水在裡面，避免螞蟻爬到菜裡面。

另外旁邊這個是「陶珠」，是以前漁民用來撒網捕魚，讓漁網沈到水底用的工具，作用跟我們釣魚用的鉛錘是一樣，來賓千萬不要把它當成「呼拉圈」或「佛珠」看待。

古老窯廠流傳的傳統～「燒硯呷缺」，意指窯廠師傅惜福愛物的精神，缺角瑕疵的器皿，在不影響實用性的考量下，仍可使用。曾經有一個人到他製陶的朋友家拜訪，用餐的時候發現到所有的碗都有缺口，那人於是很技巧性地以左手的大拇指遮著缺角，以顧全主人家的面子，表示出一種尊重，然而到了喝湯時卻發現到：「原來碗不僅有缺角還會滲水。」這會兒怎麼遮都遮不住，這時主人家於是說：「你明年一定賺大錢，因為你拿到了一個有ㄉㄞㄣㄣ（台）的碗。」由於台語「利潤」與「裂痕」發音同，化解了當時現場的尷尬。

10.3 (生活陶-祭祀)

閩粵移民來台，將家鄉信奉神與習俗觀念，帶來台灣。信仰陶器是窯場常有的產品，包括作為供奉對象的神像，祭祀必備的崇拜器，凶喪禮儀用的喪葬器和婚嫁用的民俗禮器等。

- 1.神像：陶質神像—其中以土地公像和觀音菩薩像為數最多，顯示民間對土地公的信仰十分普遍，對聞聲救苦的觀世音菩薩也有相當程度的信仰
- 2.香爐：必須由有經驗的大師傅親自製作。因為香爐的規格通常都有定制，必須符合民間風水的習俗，各部分的長度都要『丁蘭尺』的尺度。
- 3.虎紋盤：又稱為「牲禮盤」或「豬頭盤」，是在祭祀時用來裝豬頭作為牲禮用的。
- 4.金斗甕：俗稱骨灰壇、鳳金甕，是傳統窯場的正規產品。
- 5.點燈碟：點燈碟又稱「七星燈」。喪祭時用以點燈，置於神主牌靈桌下面。

往前我們可以看到的是各式各樣陶製水管，各位右手邊的這個是「蒸餾槽」，蒸餾槽是一種分離油水的裝置，各位所看到的是最頂端，它的下半部在茶坊前方，早期用來製作樟腦油或香茅油使用。

(祭祀區為較靈活發揮之區域，請各位解說同仁依遊客興趣程度即時間掌握關係發揮，不足資料部分另行補充。)

請來賓跟著我下樓梯，樓下是咖啡館，目前有促銷的活動，喝咖啡就有送咖啡杯，待會兒不妨請來賓前往品味一杯道地的「蛇窯咖啡」，還有冰淇淋、爆米花...等等的小點心，另外這裡也有一台自動導覽系統，如果各位來賓還想獲得更多有關水里蛇窯陶藝文化園區的歷史介紹或窯邊小故事都可以從中獲得瞭解。(文物館完)

11. (園區景點介紹)

現在我身後的是園區奇景之一，這是「甕牆」，甕牆是利用硫酸甕裝置而成，為什麼以前要裝硫酸呢？那是因為日據時代日本政府有意在台灣發展化學工業需要一些危險的液體，像硫酸、工業酒精之類的，剛好水里當地的土質屬於「二次沈積土」品質非常好用來生產的陶器可以耐強酸強鹼，因此有這個「硫酸甕」的發明，硫酸甕最大的特色在於它的瓶口有螺紋，這是方便用一個蓋子將它旋緊，避免如果不小心傾倒危險的液體流出來傷到人；另外我們可以看到這裡每個硫酸甕的顏色都不太一樣，這不是因為釉色的關係，而是因為受熱溫度的不同而導致的，一般來講雖然我們有加側火去平均溫度，但因為蛇窯是傳統窯因此在溫度上無法像現代窯一樣控制的這麼精準，因此雖然釉色相同卻有因受熱的不同而有顏色上的不同；附帶跟各位來賓介紹我們目前所做的柴燒研究，我們所研究的就是我手指的這個灰色沈積物，稱之為「落灰」，何謂「落灰」呢？也就是柴灰落在坯體上面的自然變化，落灰的珍貴在於它可遇而不可求，而且柴灰本身就是一種最自然的釉料，稱之為「灰釉」，目前所做的研究有：落灰的形成、分佈以及不同的木柴燃燒的落灰呈現...等等，在這邊跟各位來賓做附帶介紹，如果來賓對柴燒研究有興趣，園區每年都會舉辦柴燒研習，到時在請各位留意報章雜誌的訊息一起前來共襄盛舉，待會兒請來賓們在離開蛇窯時，一定要來跟我們的甕牆照相合影留念。

往前走右側是我們的化妝室，蛇窯的化妝室是最有特色，裡面不僅僅有傳統陶器改裝成的便器，更有發人深省的「廁所文學」，待會兒來賓們進到裡面，可別忘了仔細留意一下。化妝室對面是陶藝教室，想玩陶的來賓，請到櫃臺登記玩陶。

這是「九二一震災紀念碑」，震災紀念碑同樣是國內的第一座，是用破碎陶器碎片以鑲嵌的方式呈現，震災紀念碑最大的特色，在於它的頂部吊了一個鼎裡面放了一些破碎的陶器碎片，用來悼念因為就二一集震災而罹難的同胞，除此之外它還有一個預警效果，也就是待會兒各位來賓在園區內參觀如果發現吊在上面的鼎是非人力因素而在晃動的話，表示有地震了，那大家就可以往安全的地方移動了。

旁邊是我們的「許願陶」，許願陶是利用習字磚的方式以浮水印許願，據說許願時要一氣呵成同

時全神貫注，只要在字跡消失以前把願望許完，願望可能會因此實現，另外許願陶下方我們黏了兩隻螃蟹，這代表著「謝謝」的意思，也就是各位跟我們的許願陶許完心願，它還會跟你說謝謝，待會兒來賓可以試看看。金氏世界紀錄最高的陶器-「千禧雙口瓶」就在這邊，上面有兩千人的簽名，這是在千禧年元旦所辦的簽名活動，希望齊聚兩千人的願力使我們能挑戰金氏世界紀錄成功，也希望藉這樣的活動，使觀光業能得以復甦。

12. (現場師傅表演區導覽)

各位朋友所看到的便是師傅現場手拉坯的製作了，手拉坯的原理是利用「離心力」的方式，配合雙手的巧勁成形作品，有相當經驗的師傅，成形的速度是相當快的，但手拉坯在成形中一律是做圓形的東西居多，無法做一些方方正正的變形，或是人物的捏塑，所以曾經有小朋友請師傅用手拉坯做「皮卡丘」，便考倒了師傅了。

再往前各位朋友可以看到的是我們國寶級的老師傅的現場表演，所示範的技術叫做「土條圈泥法」，也就是俗稱的「手擠坯法」，我們這位師傅已經做陶超過五十年的時間，待會兒各位朋友的觀賞的重點，可以放在師傅雙手的力道應用及師傅腳上所踩的點，每個環節都必須面面俱到才行，手擠坯法是中國最傳統的製陶技術，早先以生產一些傳統大型缸器，同時可彌補手拉坯法快速卻有高度限制的缺點。

接著各位可以看到的修坯的示範，產品經歷前面的幾道成形程序後，便在這裡做產品的修飾與加工，不論是底部的修飾或是其他配件的加工，一步都不能馬虎，因此修坯可說是產品在燒製前重要的一道關卡，完成修飾後，在經過陰乾，便可以上釉燒製了。

(可依現場狀況與師傅配合安排與遊客的互動，氣氛掌握得宜，則可使解說達到加分之效)

今天非常感謝各位來賓的蒞臨，因為各位來賓的支持，使我們在鄉下推廣復興中華文化能夠得到鼓勵，我的解說到此結束了，感謝我們大家。謝謝！

柒、各類廣播詞：

- 一、各位來賓大家好，本園區第一(二)簡報中心現正播放蛇窯紀錄影片，想瞭解蛇窯歷史背景的來賓，請至第一(二)簡報中心觀賞，本園區第一(二)簡報中心位於圓形拱門右側二樓的茶坊進去後右轉，謝謝！
- 二、○○來賓請注意，您的活動時間已到，非常感謝各位的蒞臨，請於聽到廣播之後(於○點○分)，往門口移動準備離開蛇窯，謝謝！
- 三、園區來賓請注意，園區拾獲○○，如有遺失的來賓請至服務處(售票口)領取，謝謝！
- 四、園區小朋友(來賓)的家長(家屬)，請至售票口(服務處)，謝謝！
- 五、園區車號 AB-1234 的車主，您的車輛阻礙了道路的通行，請至停車場移動您的車輛，謝謝！

捌、四分鐘服務抓住顧客的心：

仔細研究各種行業直接面對顧客的服務人員，在與顧客接觸的重要關鍵時刻，首推開始的頭四分鐘，此四分鐘是經過仔細研究統計的，掌握了此四分鐘的良性互動，服務幾乎已成功了一半，換句話說，服務提供者已掌握了顧客的心。

此外，四分鐘的服務，幾乎已做了完整的服務流程，也推進了雙向溝通。四分鐘的服務課程，涵蓋了以下的要素：

- 1.微笑：持續不斷的微笑，從第一眼迎接顧客開始，此微笑是自由自在，發自內心的。
- 2.保持眼神接觸：你的眼睛含著笑意，所謂「眉開眼笑」，因為打從心底歡迎顧客，尊重的眼神持續投注在顧客的笑臉上，眼神專注而不飄忽。
- 3.使用顧客的尊稱：尊稱包括對方的頭銜、敬稱，如果你不知道，可以專業化的語言詢問，例如：「如何尊稱您比較尊敬？」或「如何尊稱您比較適當？」較年輕可以說：「您希望我如何稱呼您呢？」或「怎麼稱呼您您比較喜歡？」在此之前，4.先自我介紹：「我叫○○○，很高興今天能為您服務。」
- 5.全神貫注：您此刻面前的是第一優先，必須全心服務，不可以心不在焉或忽然轉向，在中間必須停頓服務時，請先告罪徵求對方同意與諒解。
- 6.回應受服務者的肢體動作：服務不只語言重要，肢體語言更是服務的助力，仔細傾聽，與顧客互動，上半身的肢體動作，與顧客呼應，包括臉部表情、手勢等，可強化彼此之良好感覺。

7.調整談話之音調、速度配合顧客：遇到悠然自在的顧客，你的音調緩和，說法速度放慢，顧客會喜歡你；遇到急切緊張的顧客，請調整速度呼應，讓他覺得你與他同步同心。

8.一視同仁，無區別待遇：無論顧客的種族、文化、性別、年齡、外表、穿著如何，給予同樣的尊重，當你面對顧客時，顧客都同樣重要，沒有大小之分，輕重之別。

9.顯示積極快樂，敬業專業：以你的態度、精神、姿勢顯示出你樂在工作。快樂的氣息是會傳染的，顧客受到鼓勵，在美好的氣氛下成交的可能性必然增高。

10.對本身與周遭環境皆怡然自得：服務工作彈性極大，隨遇而安，無論任何情境接能迅速融入、甘之如飴，享受每個與顧客溝通的機緣。

11.舉止從容自在，儀容整齊幽雅：行為舉止大方自然，表現專業風度，服飾整齊得體，令人印象深刻。

※服務工作者若能時刻練習四分鐘服務課程，必能掌握服務的關鍵精神，繼而內化成爲本身的一部份，執行服務工作更能悠然自主。

玖、精緻服務掌握關鍵：

- 1.精緻服務是現今廿一世紀服務行業鼎盛時期，企業賴以致勝的重要理念。
- 2.精緻服務是一種「氣質」。
- 3.精緻服務不是「做作」出來的，它是「理」所當然的心領神會，此「理」即「同理心」之理。
- 4.精緻服務是行動，沒有行動就沒有服務；沒有回應就沒有服務；回應之道在眼到、口到、心到四者同時到，缺其一即無法達成。
- 5.掌握所有的關鍵時刻；沒有任何人可以爲你負擔自己的關鍵時刻，惟有你自己負責，才能時刻掌握，創造成功。
- 6.每個企業人確實掌握、負責觀察自己的工作品質、工作態度、服務精神，善用所有關鍵時刻服務內部顧客及外部顧客，則企業必勝。
- 7.四分鐘服務課程是面對顧客的攻心之道。四分鐘服務的執行，落實攻心服務的模範示例。
- 8.創造愉悅顧客才可創造利潤。
- 9.基本服務是「義務」；詢問、瞭解顧客的期待，滿足其期待是「責任」；超越顧客的期待，創造於愉悅的顧客是「攻心」。
- 10.愉悅顧客，攻心之道：
 - .看到顧客所看不到的。
 - .想到顧客所想不到的。
 - .聽到顧客所說不出來的。
 - .說出顧客所無法解說的。綜上所述，協助客人落實夢想。
- 11.捨必有得：對別人比他預期的好，對顧客比他期待的高，永遠是值得的。
- 12.創造顧客的長遠價值，顧客得回饋你的長遠價值。
- 13.創造顧客的驚喜，讓他對你永感新鮮。
- 14.讚美是攻心的藝術。沒有永恆的服務，即無永恆的企業。

拾、解說技巧概論

一、解說員應具備的特性：

解說員是解說的靈魂，解說員與遊客之間的互動關係比起其他的解說媒體更能作進一步與直接的接觸，而解說員所傳遞的資訊對於遊客的影響亦較其他的解說媒體深遠，所以解說員的素質在管理單位而言，相當重要。解說成果與否，除了專業知識及解說技巧可經由訓練來增強外，解說員本身的基本特質亦相當重要，如熱忱、愛心、自信心等等具有這些特質才能取得遊客的信任達到互動與溝通的解說效果。

※解說員的基本特性應具備：熱忱與愛心。

熱忱與愛心有助於增進解說員與遊客的互動關係，主動的幫助遊客、瞭解其需求，才能夠和遊客產生良好的互動。若以冷漠或不友善的態度，甚至害怕與客人接觸，將難以開啓遊客的胸懷；同時解說員必須有面對挫折的心理準備，畢竟並非所有的遊客都願意接受解說員的服務，甚至有些排斥的心理，此時解說員應以微笑的面容、和悅的聲音和熱忱與愛心面對。自信心。

自信心來自本身對解說及專業知識上認知，更來自於成熟閱見的人格；以肯定的語氣傳達對遊客正確的訊息，將能或的遊客的信賴，同時在表達的過程中，以清晰的聲音，明確清楚的將解說的主題正確說明，讓遊客明瞭。
豐富的解說知識與臨場應變。

解說員應具備有專業的知識背景，或者是對於某種資源有較深入的研究，甚至對一些緊急事件的處理或簡易急救常識，也必須瞭解；然而在解說過程中，與遊客之間的互動有時是無法預測的，因此解說員除了具備豐富的解說知識，對於非專業無法有充分把握回答問題及特殊情況時，更應有臨場應變的能力。

愉悅的外表與風采。面由心生，一個人的外表面貌是否姣好？並不能認定其將可以成爲一名優秀的解說人員；然而任何一位優秀的解說員，必定可以看的出其隨時隨地保持愉悅的外表與風采，這些風采是由內在的的氣質所散發出來的。有些人不經意的小動作、口頭禪或習慣，雖然自己無法自覺，卻可能令人感到厭惡或煩躁。因此，解說員必須隨時注意自己的儀容、外表、穿著，個人的儀態，擁有高興樂觀的心情，抱持著「服務至上」的觀念。自然自然會產生愉悅的外表與風采。

二、解說之原則與技巧：

解說是一種教育工作，但並非僅傳達資訊而已。資訊的本身並不是解說，解說是將各類資訊資訊加以串聯整合，吸收消化所表現出的東西，一位優秀解說員應具備八項的基本工作原則：

- 1.真實的經驗。
- 2.引領遊客的親身體驗。
- 3.將歷史帶入實際生活（古今往昔的改變歷程）
- 4.將解說與遊客經驗互相結合。
- 5.關心遊客的需求。
- 6.將片段資訊組合成解說內容。
- 7.解說需要知識與研究作爲後盾。
- 8.視對象的不同改變解說方法。

三、解說價值的創造與概念：

- 1.解說的目的是給遊客一種新的認識、新的觀察與新的興趣，幫助遊客對於所造訪的地區，給予正確的訊息，使遊客產生豐富與愉悅的體會與領悟的美好回憶。
- 2.解說可使資源的保育與利用獲得更多人的關懷與注意。
- 3.解說可使遊客對於經營管理機構設置的宗旨更加瞭解，並將相關訊息藉由解說服務傳遞給遊客。

拾壹、其他補充資料：

有關「蛇窯文物館」獎盃區設計概述

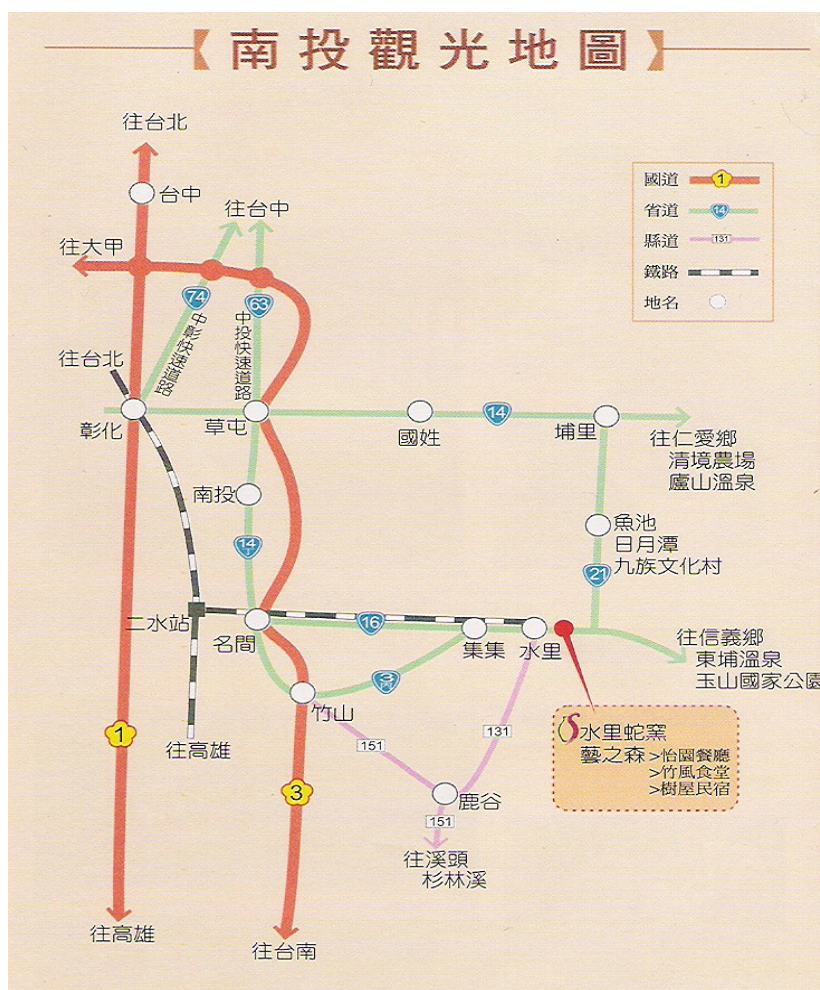
企業經理人協進會：在知識經濟的今天，企業的經營有如在大海中乘風破浪，經營是否得當，端賴掌舵的企業經理人是否能帶領企業航向成功的港灣；另者今日能成爲全國傑出企業經理人，更是在盤根錯節渾沌的社會中，脫穎而出的佼佼者，古代試舉制度中，僅篩選出「狀元、榜眼、探花」等尊榮象徵，更顯示出要成爲一位優秀傑出的企業經理人，絕非僥倖亦顯突出。

傑出勞工楷模獎座：爲水里蛇窯特別爲交通部公路局特別量身打造的紀念獎座，作品底部以泥塊堆砌，象徵著勞工楷模以一磚一瓦堆砌出成功的願景，成功絕非偶然！在眾多的勞工夥伴中，精挑細選中成爲出類拔萃的一群，正中的象徵則代表著方正不阿，菱形的對角呈現，更代表鑽石的切邊，頂尖的代表！

921 績優文化義工：龜裂的大地代表著重生的契機，在眾人無私無我的努力奉獻之下，921 集集大地震，不再是悲憤，而是重生、是希望、是成功，義工的努力，使 921 重建已露出希望的曙光，萌出希望之芽。

附錄四：水里蛇窯陶藝文化園區與觀光資源連結的運作範例

範例 1. 水里蛇窯陶藝文化園區之簡介摺頁~【南投觀光地圖】(資料來源：水里蛇窯陶藝文化園區)



範例 2. 水里蛇窯陶藝文化園區之網站介紹

(資料來源：水里蛇窯深度之旅/私房路線 <http://www.easytravel.com.tw/action/kiln/p4.htm>)

【私房路線】

到水里一遊，可以來趟小火車懷舊之旅及單車之旅，都是很不錯的選擇。

集集線小火車，聞名全省，集集支線全線經二水、源泉、濁水、龍泉、集集、水里、終點站至車埕。全程約三十公里，行駛時間約五十分鐘。我們就從水里周邊旅遊據點介紹起吧！

最值得推薦的是東埔溫泉古道上的**父子斷崖**、**彩虹瀑布**及**雲龍瀑布**等各景點。

《東埔溫泉》是聞名全省的溫泉勝地，為弱鹼碳酸泉，水量相當豐富，泉溫約為攝氏 45 度，在東埔，帝綸大飯店是較具規模的溫泉水療館。

《彩虹瀑布》共分兩層，從約 30 公尺的絕壁直瀉而下，水量終出充沛。

《玉山國家公園》是六個國家公園中，面積最大，在國家公園內包括有新中橫路段、塔塔加遊憩區、東埔風景面、八通關古道、南安遊客中心及南安瀑布等知名的旅遊景點。



此外還有：

《九族文化村》緊臨日月潭，佔地 62 公頃，斥資六億多元，歷時三年的時間規劃，依景觀特色可區分為三部分，並融合現代、科技與古代的精神。是一結合遊憩、觀光、文化及教育性的多元化旅遊據點。

《新中橫公路》境內有日月潭、東埔、玉山、阿里山、夫妻樹、鹿林山自然公園等熱門觀光景點。

《集集支線》◎集集火車站—歷經 921 大地震，儼然已成爲歷史的見證。

◎明新書院—爲三級古蹟，三合院的建築在百年陽光下的洗禮，更顯它的古意。

◎大眾爺祠—是當地民眾的信仰中心，文獻記載，此大樟樹的樹齡已有 700 多年，當地居民則尊稱爲「樟公」。

◎添興窯—於綠色隧道旁，佔地約有 2000 坪，目前已傳承第二代，園區內沒有太多花俏的園景，跟水里蛇窯有很大的不同。

《單車之旅》

推薦的是從名間鄉到集集間的台十六省道，此段沿途就是著名「綠色隧道」，優美的公路上，你可看到三五成群的學生騎著腳踏車或是協力車在此優遊，此地點更是即將結婚的新人們最佳拍攝婚紗的景點。

※集集火車站前有多家單車出租店，提供有單人、雙人的協力車，要特別注意的是，集集到名間這條路程長且坡度陡，爬坡時需要注意體力，此外在綠色隧道的路段交通流量非常大且車速大多很快，到此遊客需要特別注意自身安全。

附錄五：訪談記錄

附錄五：【訪談紀錄 1】

受訪者：林國隆

訪談及文字整理：魏綉芬

參與者：實踐大學休閒產業管理學系學生黃丹音、陳婉真

時間：2003年7月23日下午

地點：水里蛇窯陶藝文化園區窯主辦公室

【1-1】問：可否瞭解您關於園區轉型的出發點以及歷程？

答：水里蛇窯是最早到這裡來發展的窯場之一。民國十六年我祖父林江松先生，有鑑於水里地區為當時木材集散地，燃料來源豐富、陶土土質佳，因此遷到水里（水沙連）現在這個地方，砌築蛇窯生產陶器。水里蛇窯是目前台灣現存最完整、最具傳統代表性的歷史柴燒窯，以生產水缸、陶管、化學甕、硫酸甕、泡菜甕、酒甕、米甕、各式鍋碗瓢盆一般家庭日用陶器為主，因為產品具有耐熱、堅固的優良特性，行銷全國而打響了水里窯業的知名度，其中以「大水缸」最為著名。民國三十年（第二次世界大戰期間），日本偷襲珍珠港之前，水里蛇窯奉命生產軍用防空缸，早期在窯廠工作的人就可免除徵召到海外當軍伕，因此許多搶著要到窯場來工作，可見水里蛇窯在當時的重要性。

像這樣一個古老的陶瓷文化產業，能夠持續這麼久，可以算是一項奇蹟。所以以前的老前輩會和說過：「做甕仔傳不過三代。」（台）就是說一個做陶維生很辛苦，能夠傳三代是不容易的，過去傳統農業社會時代，陶業扮演著相當重要的角色，舉凡生活所需的各式器物，都是藉由「陶」所製，所以傳統陶瓷工業跟生活是息息相關的。我是家中的獨子，我父親林木倉先生是蛇窯的第二代掌門人，從小對我們子女的管教相當嚴格，也因在這樣的環境中成長，所以對泥土有著一份特殊的情感。記得讀小學時，每天回家時就是回家幫父親做些陶製品的加工，最常做的事就是黏茶壺的壺嘴，每天黏個四五百只的壺嘴是常有的事，那時候常想：黏完了壺嘴就可以出去玩了！但每次黏完的時候都已經天黑了。

我的個性有點不太一樣就是很喜歡做冷門的事，因為別人都不會去做對我比較有利，所以國中畢業後我選擇一個很冷門的科系（鹿港高中輪機科），為承繼祖傳的窯場，所以在我高中畢業後，以第一志願考取當時國內唯一、與陶藝有關的學校「聯合工專陶瓷玻璃工程科」。但在讀高中時，臺灣傳統窯業正因為塑膠問世而趨於沒落，也開始在思考到底要改行？還是要繼承祖業？心理就想：「蛇窯這種傳統產業會在這一代消失嗎？自己必須有所抉擇」。

經過一段時機的思索後覺得：蛇窯是祖業，具有歷史與文化價值，也是珍貴的文化資產，在我們這一代放棄，是很可惜的。很多器物雖然你們看過或使用過，但這些器物怎麼做出來的，以及背後的故事卻是你們所不知道的，在許多老一輩的眼裡認為那是很普通的的器皿，但在 e 世代的年輕人眼裡卻是很新奇的東西。像是水缸、泡菜甕、酒甕、米甕、各式鍋碗瓢盆等等。我希望能在園區裡做到：讓年長的朋友重拾記憶、獲取新知；使年輕的朋友了解以前傳統社會的前輩是如何為生活打拚的。老一輩的人所認為的老東西，對現代的年輕人而言可算是新東西；而年輕人眼裡的老東西卻也可能是老人家眼裡的新東西。」因此決定將蛇窯從往日生產陶器的角色加以轉變，逐漸朝向發揚歷史文化、傳承工藝技術的角色來走。

退伍之後，老師（陳煥堂）介紹我到一家已經三個月發不出薪水，即將倒閉的陶瓷工廠（即中壢的「文興」陶瓷工廠）去做事。當時心裡還想老師怎麼介紹快倒閉的工廠給我呢！後來老師告訴我：「就是因為它快倒了，才讓你過去！這樣才有發揮的空間，反正工廠遲早會倒閉，就放手一搏吧！」之後在那家工廠每天早上六點就起床，一直工作到晚上十一、二點才就寢。在這樣的努力下經過了幾個月後，我發現到原來是窯爐冷卻器的角度與時間不對，導致產品品質不佳。後來也為工廠開發了第一張一千萬的訂單，解決公司的財務危機。這樣的一個歷練過程，讓我對現代化窯場作業流程與特性有通盤的瞭解，也為轉變傳統窯業經營有充分的把握。現在回想起來，要感激老師當年給我這種逆向操作的思考觀念。

水里蛇窯在剛開始轉型對外開放的時候，很多外地人都不知道有這樣一個製陶的地方，也不知道水里當地陶業發展的背景，還以為蛇窯是個「賣蛇」、「吃蛇肉」的地方。在我印象最深刻的是曾經有一個團體來到蛇窯，團體清一色是老年人所組成，來到園區門口時發現原來不是個養蛇的地方是個製陶的地方，而且還要收取門票。其中一半的人寧可回到遊覽車上等待，另一半的人則覺得既然都來到了門口，就進去看看吧！於是我親自為他們講解水里蛇窯的歷史背景及早期的製陶過程，後來大約過了四十分鐘的導覽之後，有一位阿婆告訴我：「沒進來參觀的人真是可惜！」這樣的一句話

給我非常大的鼓勵，也因為如此，更確定以我陶藝文化園區的方式經營祖業。

【1-2】問：關於窯場成立時間的問題，我在其他文獻資料當中所獲知的訊息是 1931 年，是錯誤的嗎？

答：若根據日據當時「臺灣總督府殖產局」的所編的《工廠名簿》是 1931 年沒錯，那時我祖父所登記的工廠名稱是「協興製磁工廠」，但是一座窯場從興建到登入名冊當中，會有一段萌芽期的，祖父是 1927 年遷到水里，這兩年之中不可能完全沒有生產或運作就能維持生計，因此我推斷蛇窯實際上應該是於 1927 年創建，也就是民國的十六年（日本昭和二年）。

【1-3】問：水里蛇窯轉型後對未來的方向與計畫？有何期許？

答：水里蛇窯陶藝文化園區近期目標為積極推動「產業文化化」，除了出刊記錄水里蛇窯歷史文化與生活點滴的書籍外，同時計劃發行多媒體影音光碟，供各界參考。此外也將繼續舉辦國內外陶藝研習活動，提供一完善的環境，讓藝術工作者從事創作等相關活動。遠期目標是開設傳統陶藝技術班培養專業人才，邀請學者專家定期舉辦陶藝相關題目講演。希望藉不斷的累積，使園區成為台灣陶藝界甚至是藝術界的精神大本營。

【1-4】問：您對產業活化的看法與定義？

答：很多人覺得水里蛇窯陶藝文化園區，近幾年來遊客很多，好像賺了很多錢，但我們背後經營過程中經歷的困難以及投注的心血與努力，這是很多人所忽略的。水里蛇窯陶藝文化園區在八十二年正式轉型成功時，也經歷著有醞釀期、保護期、規劃期、推動期等，是經由有計劃性、步驟性的進展，才有今日的成就，不是偶然、一蹴可幾的。

如何讓一個地方吸引很多人目光並蓬勃發展，帶來商機？我想這是每個經營者所要面對的重要課題，每個人都想做個出色的經營者，如何能成為出色的經營者呢？我認為「人」是取決一個成功經營者的關鍵所在，我們常常可以看到一家店客人多不多，就知道這家店賺不賺錢。每個經營者都想塑造一個有人的繁華空間，不論是小店、社區甚至到整個國家都是如此，那麼該如何創造一個空間能夠吸引人潮的蒞臨呢？

我以日本的一個社區為例子，那個社區的居民一直希望能發掘出屬於他們自己的社區特色，使遊客能夠到他們故鄉來，感受他們故鄉文化的美，也創造就業機會使得年輕人願意留在故鄉，使得故鄉活絡起來。於是他們花了相當多的時間去研究：「如何讓人喜歡到我們的故鄉來？」總括起來說，日本的這個社區經過長年累月的研究發現到一些人類的基本特性可以吸引遊客前往，就是：「人會往多人地方聚集。人會往有故事的地方聚集。人會往獲得學習的地方聚集。人會往舒適的地方聚集。人會往獲得心靈滿足的地方聚集。人會往熱情的地方聚集。人會往有收穫的地方聚集。人會往有特色的地方聚集。」於是社區居民運用所觀察出的人類特性，去重新塑造社區的特色並凝聚所有人的向心力，幾年的歲月努力下來，獲得相當大的成功也得到廣大的迴響，使得許多人願意到這個地方來感受地方的文化並成為基本消費群，塑造出「社區總體營造」的經營成功範例。

九二一集集震災給予園區很大的「震撼」，地震幾乎震垮了園區，蛇窯窯體坍塌一半、三棟建築物半倒或全倒、成品半成品、文物、收藏藝術品損毀大半，損失慘重，但慶幸的是園區所有同仁及其家屬都平安。當時，讓我感到非常的心灰意冷，但後來認為與其坐以待斃，不如起而行動，來得更為重要，所以災後的第三天開始，我要求所有的同仁都要恢復上班，全力投入園區的搶建工作，決心不讓過去的心血就此化為烏有。而事實上，九二一集集震災，對水里蛇窯來說，也是一次的機會教育，因為如此大家學習到傳統窯的維修，因為以前砌窯的技術都是以口耳相傳的方式代代相傳，並沒有詳細的文獻資料可供參考，因此修復幾乎全毀的老蛇窯很不容易，每塊坍塌下的原始古磚都必須經過處理後才能重新砌築。但也藉由修復的過程，將老師傅的經驗傳承做了一次全面的整理與研究。對水里蛇窯來說是一項前所未有的體驗，也藉此機會讓傳統技藝獲得延續。很驕傲的是：短短的三十天我們就將一座幾近全毀的蛇窯修復，我們做到了前所未有的「挑戰」！另外，我們再用二十天的時間，把殘破的陶片予以重整，並以拼湊的裝置藝術手法裝飾園區的牆面，以及完成九二一震災紀念碑，將災難的記憶轉換為藝術表現，也能讓民眾憑弔震災的歷史傷痕。除此之外，幾間坍塌的土磚廠房也藉此以鋼骨加以重建，把原有的陶藝教室拓展為二層樓建築，利用原有的土磚作為矮牆，蓋上原有的屋瓦以維持原味，另一方面也彙整我們重建的相關資料，成立了國內第一座的「九二一震災紀念館」。在這短短的五十三天，水里蛇窯可說是創造了災區重建的範例。

九二一地震後，全台灣百業蕭條。雖然我們在很短的時間完成重建，並成為災區的重建範例；但大部分的老百姓在自顧不暇的情況之下，根本沒有時間外出休閒遊玩，有也只是少數抱著幸災樂禍心理的觀光客，當時是水里蛇窯轉型以來最大的一次經營困境。為了讓苦心經營的文化園區再次

振作起來，所以我尋求各種地方社團的幫助舉辦活動，另一方面也為水里蛇窯作形象的提昇。思索了很久，正巧獲知金氏世界紀錄最高的陶器為 1996 年澳大利亞昆士蘭省陶藝家雷史帕克斯先生所創 5.66 公尺的投擲花瓶；而園區老師傅林木倉先生、蔣逢榮先生又是國寶級手擠坯師傅，手擠坯法正是最適合製作高大陶器最好的方法，只要克服作品成形的土質乾溼度的掌握、成形、上釉、建構窯爐、燒製的陶藝技術層面的考量，即可完成此號稱廿一世紀的「不可能任務」。

所以同年的十二月六日，我們決定挑戰金氏世界紀錄，我們在歷經約半年的努力，克服各式各樣相關的技術困難，終於在 2000 年六月十八日，成功改寫了最高陶器的金氏世界紀錄。在這六個月的過程中間，我積極與地方社團、社區及教育單位舉辦過非常多的活動來吸引人潮，改善園區的經營困境。我們廣邀媒體記者入園採訪，說明挑戰金氏世界紀錄的緣由，設計各式活動：例如；大家來挑戰搓最長土條與作最高的陶器比賽、名人上釉、窯體彩繪徵圖比賽、點燃窯火、開窯見證祈福等，吸引觀光客參訪的意願。災後相關的心靈重建活動也廣受好評，觀光客再次湧入園區，創造出另一個高峰，這些活動也幫助災區災民走出地震的不愉快記憶。而政府也因為蛇窯是第一個災區重建成功的觀光園區，在媒體上大肆宣傳，無形中又再次為水里蛇窯免費的廣告。

附錄五：【訪談紀錄 2】

受訪者：林國隆

訪談及文字整理：魏綉芬

參與者：南華大學美學與藝術管理研究所教授陳泓易

時間：2003 年 8 月 14 日上午

地點：水里蛇窯陶藝文化園區窯主辦公室

【2-1】問：水里蛇窯目前的經營理念？行銷策略？

答：經過這十多年來的經驗觀察，臺灣在六零年代的觀光是「走馬看花型」的旅遊方式，常常是一天安排五六個景點，其實一天內要跑這麼多地方實在是一件很累的事，所以旅客通常都只是上車睡覺，下車拍照，似乎就是要這樣去很多地方才算旅行，也似乎這樣才能表示他曾到過很多地方。

到了七零年代，是「發呆型」的觀光，像是很多度假村型的觀光旅遊，大部分都是在那時興起的，遊客到了那地方就整天呆在那裡，看看花園，逛逛度假村。

八零年代的旅遊方式就已經朝向「學習型」的旅遊來發展了，因為人民的生活獲得相當大的改善，因此在獲得了物質的滿足後，便自然而然的想要得到精神上的滿足，寓教於樂的休閒旅遊也就應運而生，像是科博館、台北海洋館等等。

在九零年代下的旅遊型態是「啟發學習型」的心靈旅遊，要讓心靈能得到沈澱、休息，獲得心理的沈澱再出發的休閒方式，而不是單純的只想獲得知識或休息而已。在週休二日的帶動下，國內型的休旅風氣更為興盛。目前，我們水里蛇窯在週休二日這兩天的參觀人潮，往往是一般非假日的三倍到五倍之多，一下子要湧進這麼多的人對我們而言也是一項負擔，小小的園區同時擠進一兩千人甚至是兩三千人的情況下，放眼望去都是人，人頭鑽動，參觀者哪能看到什麼東西呢！因此也會希望遊客能盡量在非假日的時間入園，如此既能享受到我們更完整的服務，遊客也能有更優質的旅遊經驗。然而，這通常也不是我們所能控制的了！

但是如何吸引人到我們這裡來呢？這是一個很重要的課題。當初由於陶瓷產業景氣不好，因此我擔心如果一直以那樣的方式經營窯場的話，前途可能會越走越狹窄。所以一直以來，以「產業文化化，文化產業化」的概念，來發掘蛇窯的讓蛇窯從往日生產陶器的角色加以轉變，擔負歷史文化傳承的角色，結合觀光與教育，從事陶藝文化推廣。剛開始只是嘗試看看，剛開始為了要讓人「想」進來看看，我都親自帶領遊客們導覽，將那些文物背後的「故事」說出來，讓大家瞭解，經過不斷的努力與經驗的摸索之後，我認為：商品的生命是短暫的，唯有教育能讓產業賦予更高的價值，這樣的事業才是永恆的。商品若只有販賣行為，商品的生命就是短暫的一段時間之後就會被淘汰，要創造商品無限的生命力，必須要靠商品背後的「故事」和「意義」。

有故事的商品才有競爭力。舉個例來說，如果有一顆由山上滾落的石頭，通常我們都不會去注意它；但經由包裝以及行銷之後就不一樣了，當你告訴人家說那顆石頭是因為大地震時滾下來的，那顆石頭經過千百年歲月與風雨不斷的磨拭之後才呈現出現在目前這個圓圓的石頭。但其實，有那個石頭不是經過千百年之後才成形的呢？這樣就創造商品的生命，妳想是不是就會有人願意花錢買個那原本不起眼的石頭呢！，甚至，我還就會去想：怎樣去延續它的價值？這時便可以從其他方面來

著手了。例如延伸這個石頭的周邊商品，從食衣住行育樂各方面去發展有關石頭的產品，包括像是石頭記的故事書、做成石頭樣子的饅頭、石頭做的裝飾品等等；甚至還可以舉辦以石頭為主題的活動，或是石頭祭典、文化節等動態活動，再邀請大家一起來彩繪石頭以及參加祭典儀式等等的。要舉辦一個活動事實上要仰賴相當多的資源，包括媒體、商家、社區官方資源等等，因此我們就可以邀請他們一起來體驗，參與我們祭典典禮的過程、文化活動、園遊會等等，牽涉的人與資源越多，影響所及也越廣，也會有越多的人關注這個石頭、這個祭典；而商品的魅力與生命力也因此展現出來。……（略）總括來說：我們是以觀光旅遊的方式推動產業發展、運用行銷及包裝的概念、結合民間及政府資源、設計或開發新產品和結合媒體報導等策略，來發展水里蛇窯產業的未來。

【2-2】問：您對水里蛇窯的風格特色定位為何？

答：水里蛇窯陶藝文化園區的許多建物都是運用：活化再造的方式保存歷史建物，利用觀光來發展產業。因此我認為：協調出一定的規則與風格的呈現很重要，兼融「傳統」與「現代」，尋求出平衡點，那麼，就可以營造出一種「鄉土文化」的樸拙美。因此妳可以發現到園區許多硬體設計皆有此類風格，運用到觀光上，一來賞心悅目營造整體特色，二來又收歷史建物之保存利用，如：以早期的飲水用的大龍罐改裝成的現代感應式洗手台、酒甕或水缸改裝成的小便斗、陶甕改裝成的陶製音箱、舊工廠的屋瓦及土磚的重新處理配合現代鋼骨結構砌築而成的陶藝教室、師傅表演區及紀念館、破碎陶片鑲嵌而成的陶壁、陶製水管改裝的樑柱、欄杆……等等，都是要顯示出水里蛇窯濃厚地方色彩的與現代生活協調性，以及與眾不同的文化特色。

而且，特色不是用錢就能累積出來的，因此我們儘可能不花太多的錢來營造特色。因此我一步一步慢慢的做，結合自己和員工的力量，用最少的資金，逐步將園區的景觀做起來。我認為這才能符合屬於我們的生活特色，專屬於一個傳統窯場的文化園區。這樣的成果累積下來，也成為之後政府推動社區總體營造的最佳範例。也就是說「保留傳統生活方式」，也就是營造社區特色的方法，大量運用地方上的人力、物力資源來互助才能創造社區特色，達成「社區總體營造」的經營目標。

【2-3】問：關於以陶藝教育做為轉型營的背景為何？曾遭遇什麼樣的困難呢？

答：自 1980 年退伍後就開始從事陶藝教學工作，剛開始只是試著教幾個人做陶，主要的重心還是在生產上面。1983 年因為我祖母過世，身為家中長子的我，那時一邊從事陶藝教學一邊慢慢學習接手家業，其中有半年的時間我是在「文興」工作的，直到 1984 年才回來正式接掌窯場。從「文興」回來後，民國七十三年時，我在蛇窯之外，另建了一座現代窯，並登記為「超群陶瓷公司」進行現代化生產，那座窯也就是現在瓦斯窯的位置，以前是做手拉坯的廠房。當時我以現代窯第一次生產的產品是編織籃，訂單不多，每個單子大約幾千件而已。當時國內陶瓷產業一片不景氣，而外銷市場雖然利潤很好，一個貨櫃就可以賺很多錢，但量必須要很大以足夠一貨櫃的量才可以，因此都要載去和人家合租貨櫃才能外銷，不敷成本、很不划算。所以轉向內銷市場發展，內銷首先做的就是「金斗甕」，業績還算不錯，因此蛇窯有了生存的空間。也是在這段接訂單送貨奔波的時間裡開始蒐集文物資料，因為送貨所以必須南北各地奔波，回程或有空時就逛逛民藝店，蒐集了很多的古董民藝，現在文物館中的展示品大部分是那時蒐集來的。大約民國八十年開始對於生產方面就比較鬆手，才將工作重點放在蛇窯的規劃上。

實際上，民國七十二年當我接手蛇窯時一直到八十二年這段期間，可以說是水里蛇窯園區的醞釀期；八十二到九十二年為成長期；九十二年至今則是成熟期。在醞釀期這段期間，我曾為了要說服父親，將窯場原本用來風乾陶坯的曬場空間用來種植更多的樹木，而遭到我父親一再地反對；因為那樣就會影響到窯場原來的生產動線，造成工廠生產流程的不便。我的那些新觀念不斷挑戰傳統窯場的經營模式，不但長輩們不能接受，其他的業者也曾嘲笑過，認為這根本不可能，誰會要花錢進來參觀一個工廠呢？但我不斷的和家人溝通，希望能得到他們的認可，就這樣，半推半就的邁向轉型之路，最後事實證明我是對的！一路走來，我父親也由不信任而漸漸的完全支持我的作法。文化園區成立之後，我也曾向文建會的文化創業基金管理委員會提出創業帶管申請，想藉此幫助蛇窯重生的理想，但卻因為資格不符而被打回票，回想起來實在很遺憾。

【2-4】問：那政府（中央、地方）目前是否有在經濟方面或政策措施的支持配套，幫助像水里蛇窯這樣的文化園區？是否有哪些地方不足？

答：經濟方面的補助其實非常的少，只佔我們收入的百分之零點幾而已。我們傳統產業憑藉著自己的力量辛苦經營，其實最希望的就是能獲得政府或有關單位的支持，使傳統產業能在現代科技衝擊下繼續生存。而且，傳統產業往往處於偏遠地區，交通相當不便，所以接駁公車與公路的配套就非常重要。以水里蛇窯為例，園區內部有了相當完善的規劃，但外圍的環境就不是我們能力所及的，像

是全省的一、二、三古蹟都會有一些路標或指示牌，對於傳統產業這種活古蹟卻都沒有一些路標或指示牌。不過，由於南投縣觀光產業聯盟的關係，在爲了發展我們南投縣的觀光產業，因此實施了假日禁止大卡車進入的相關規定，否則，像我們園區這裡，山上常有砂石車載運砂石而急馳於園區前的省道上，園區又恰好位於下坡路段的大轉彎處，遊客來來往往須穿越那段馬路，危險性是可想而知。因此我們也曾極力爭取政府的支持，能幫我們興建一座行人天橋，但由於雙方立場與利益不同而沒能如願。

目前我們有和南投縣觀光局以及臺灣工藝研究所合作，研討相關的振興方案以及產品研發合作案。還有附近觀光飯店日月潭涵碧樓以及台東知本老爺酒店等簽約合作，也開發酒瓶做爲飯店的促銷商品，甚至沙烏地阿拉伯的飯店也向我們下單，最近也爲爲涵碧樓開發七十多種臥室用品。接受高級飯店的訂單，對從業人員也是珍貴的機會教育，由於飯店業者對品質的要求比較嚴格，工作人員自然就會更用心處理每一道製作工序，技術相對也會跟著提升，因此，我們將會更積極主動朝這個方向發展。

我們也有參與公共建設和地方特色產品的開發，嘗試異業結盟、開創商機。例如在南投仁愛鄉蕙孫林場隧道的隧道口，以浮雕方式展現原住民圖騰的壁磚，作品完全以手工生產、難度高、單價也高，但是效果非常特殊。還有與信義鄉農會的酒莊合作，結合地方產業的整合行銷模式，由酒莊產酒，我們開發酒瓶 做爲飯店的促銷商品。總共生產一萬兩千瓶酒，目前也已送出一萬一千多瓶。我們也和東海岸的「溫泉公主號」、南台灣的「墾丁之星號」觀光列車開發陶瓷便當。目前水里蛇窯雖然具有一定程度的規模，但是大多還是我自己在做產品的設計與開發工作，師傅通常只負責生產，缺乏開發的能力，未來我們也希望加強人員的培養與訓練，讓師傅有能力製作也能自己創作，才能不斷創造新產品。

本地不是沒有優秀的設計師，但是缺乏溝通管道以及互動的平台。不是找不到適合的設計師，就是請不起，這也是目前業界最普遍的問題。我期望政府能協助陶瓷產業成立設計平台，能提供完整的供完整的供需資訊服務，由設計師與藝術家提供設計，廠商選擇適合的作品從事量產，建立起設計與生產分工的機制。然後再配合著作權與專利機制的保障，或者是給工藝匠師認證，形成一套有系統的營運方式，對於提升本土陶瓷產業的競爭力，我想應該會有很大的幫助。

窯邊小故事

[長短腳]

沒有電動拉坯機前，必須以腳踢手動拉坯機。當時學徒學藝，必須從「踢」學起。小孩子常在十幾歲時，被送到窯場當學徒，因正值發育期，擔心整天踢呀踢的不知會不會成了長短腳。



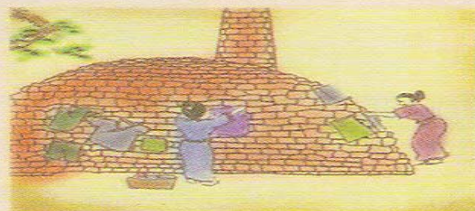
[蛇窯髮廊]

有一次搶窯，一位師傅忘了把頭包起來，衝進又衝出來變成了爆炸頭。鄰近婦人發現了這個燙頭髮的好方法，於是每當出窯完畢，就用樹枝把頭髮捲好，包上溼毛巾到窯裡多走幾回就變自然捲了。如果用竹枝代替，還會有淡淡的竹香呢！



[超大型烘乾機]

梅雨季節衣服曬不乾，蛇窯就派上用場了。洗好的衣服拿披在窯頂上，像是替蛇窯穿上一件花花綠綠的衣服一般。收衣服總是小孩子的事，一放學回家，馬上衝到窯頂收衣服，看到一堆衣服，搞不清楚自己家的衣服披在那個位置，找來找去，好不容易看到一件熟悉的衣服了，就以那件為中心畫個圓圈，把衣服抱回家去了。洗澡時間就麻煩了，附近人家總是衝來衝去，到別人房間翻自己的衣服。



[出窯的日子]



在窯業鼎盛之際，蛇窯產品供不應求。每當出窯之日，大清早就有許多小販、中盤商圍在窯門邊等候，看到師傅一到，立刻塞紅包過去，請師傅趕快把產品取出來好賣個好價錢，師傅拿了錢，不進去也不行了，穿上布袋裝就往窯門裡衝，這就是所謂的搶窯。搶窯

總在二三百度當中進行，危險萬分，但小孩子卻在一旁歡喜的等待，缸一滾出來，他們就迫不及待的把手裡的雞蛋打下，沒兩下子雞蛋就熟了，比吃鐵板燒還方便呢！

(資料來源：水里蛇窯陶藝文化園區之簡介摺頁)