

南華大學

文化創意事業管理學系碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS
ADMINISTRATION Department of Cultural & Creative Enterprise
Management, Nanhua University

鶯歌陶瓷產業創新發展歷程研究

The Research on the Creative Innovations of Yingge Ceramic Industry

指導教授：黃淑基 博士

歐崇敬 博士

ADVISOR : **Huang,Shu-Chi, Ph. D.**

OU, CHONG-JING, Ph.D

研究生：黃郁雲

GRADUATE STUDENT : HUANG,YU-YUN

中 華 民 國 105 年 6 月

南 華 大 學

文化創意事業管理學系文創行銷碩士班

碩 士 學 位 論 文

鶯歌陶瓷產業創新發展歷程研究

The Research on the Creative Innovations of Yingge Ceramic Industry

研究生：黃郁雲

經考試合格特此證明

口試委員：






指導教授：

系主任(所長)：

口試日期：中 華 民 國 105 年 6 月 19 日

謝誌

在這南華的日子說長不長，說短也不短，不知不覺也已經過了五年了，真的很高興淑基老師把我拉到了文化創意事業管理學系，讓我有更多的學習機會，在這裡我也認識了許多的朋友與老師，這裡的每個人都很親切，很願意幫助我。

首先誠摯的感謝我的指導教授黃淑基博士與歐崇敬博士，兩位老師都很耐心的教導我們，在我們困難的時候伸出援手幫助我們，這段時間若是沒有他們我的論文也很難這麼快就完成了，在這忙碌的期間，有很多的感情在，與老師們的互動有很多的感動與點點滴滴的回憶，在這些回憶中我記憶猶新，永遠會放在心裡面，謹記在心，在口考期間的錄音我也會存留著，很多年後再聽一次，我想會是有一樣的感動，在這短短的時間與指導教授還有一些老師們不時的討論並指點，讓我找到了自己論文正確的方向，使我在這年中獲益良多，淑基老師不但是我的教導老師，更像是一位我人生中重要的大家長，淑基老師也讓我認識了一位大人物歐崇敬老師，在歐老師身邊也學到了很多東西，兩位恩師讓我有非常多的感動。

本論文的完成另外也很感謝楊聰仁主任與每位幫助我的老師，還有 6 月 19 號口考當天的口委們說給的指點，因為有你們的體諒及幫助，使得本論文能夠更完整而嚴謹，還有從中幫助我的朋友們也謝謝你們在旁幫助我與鼓勵我，才能讓我完成自己堅持一年畢業的信念，最後也很感謝我的家人支持我就讀碩士班，讓我可以安心的待在嘉義完成論文。

這一年之中，忙碌的生活點滴，唯一跟別人不一樣的就是我在一年之中做很多的事情，沒有停下來的感覺，幾乎是忙碌的，在這之中我也有迷路過，想要放棄，但是最後都告訴自己都走到這一步了，就要堅持下去，最後也終於完成，真的好高興我完成了一向大家都覺得不可能的任務，謝謝所有幫助我的朋友與老師們，我終於畢業了！！

南華大學文化創意事業管理學系

104 學年度第 2 學期碩士論文摘要

論文題目：鶯歌陶瓷產業創意發展歷程研究

研究生：黃郁雲

指導教授：黃淑基 博士

歐崇敬 博士

論文摘要內容：

早期新北市鶯歌陶瓷業的開發帶來經濟優勢，新北市鶯歌區成為當時首屈一指的陶瓷產業地區。但隨著時代變遷，昔日因陶瓷產業發展所遺留下的相關歷史產業，經過政府將其登錄為文化資產，讓傳統的陶瓷產業，由原先的經濟活動轉化為文化內涵，並呈現出創新的產業文化，並活化鶯歌地方發展。

鶯歌自日治時期的鐵路運輸，轉型為觀光功能後，鶯歌地區逐漸廣為大眾所知，因其擁有豐富的陶瓷文化色彩，且有鶯歌陶瓷老街與鶯歌陶瓷博物館等既有的傳統陶瓷產業相關的地方歷史文化，再加上結合了創新轉型，為新北市鶯歌地區帶來了許多觀光人潮。

本研究以新北市鶯歌地區陶瓷產業經營者為研究對象，探討此地區的陶瓷產業特色對創新產業發展之影響。研究主要先整理歸納創新理論、地方文化產業和社會總體營造等相關文獻資料，再進行陶瓷產業經營者的深度訪談，並分析訪談資料後得到研究結論，期望本研究結果能作為日後新北市鶯歌地區發展之參考建議。

關鍵詞：產業創新、鶯歌陶瓷、創新理論

Title of Thesis : The Research on the Creative Innovations of Yingge Ceramic Industry.

Name of Institute : Department of Cultural & Creative Enterprise Management, Nanhua University

Graduate date : June 2016 Degree Conferred : M.B.A.

**Name of student : HUANG,YU-YUN Advisor : Huang,Shu-Chi, Ph. D.
OU, CHONG-JING, Ph.D**

Abstract

The economic advantage of new Taipei City brought by Yingge ceramics at early stages made New Taipei Yingge city top leading ceramics industry area at that time. However as time changed, the related historic ceramics industry development were gradually registered as cultural heritage by the government. Therefore, traditional ceramic industry was transformed from economic activities into a new industry with cultural content. It further activated Yingge local development.

Yingge during Japanese colonial period of railway transport, transformation into a tourist feature, Yingge region gradually widely known to the public, because the color is rich ceramic culture, and there Yingge Ceramics Street and Yingge Ceramics Museum, both local history and culture of the traditional ceramic industry-related, plus a combination of innovation and transformation, brought a lot of tourist traffic to the new Taipei Yingge area.

This research took the new Taipei Yingge ceramics industry area managers in the study and discussed how local characteristics influenced the development of regional ceramics industry. First study summarizing innovation theory, the relevant literature of local cultural industries and society as a whole to create the like, and then in-depth interviews ceramics industry operators, and the analysis of the interview data obtained conclusions. It is hoped that this research can provide as reference for the development of the New Taipei Yingge City in the future.

Keywords : Industrial Innovation , Yingge Ceramics , Innovation Theory

目錄

| | |
|--|------|
| 謝誌..... | i |
| 中文摘要..... | ii |
| 英文摘要..... | iii |
| 目錄..... | iv |
| 表目錄..... | vii |
| 圖目錄..... | viii |
| 第一章 緒論..... | 1 |
| 1.1 研究背景與動機..... | 1 |
| 1.1.1 研究背景..... | 1 |
| 1.1.2 研究動機..... | 6 |
| 1.2 研究對象..... | 8 |
| 1.3 研究目的..... | 10 |
| 1.4 研究流程..... | 11 |
| 1.5 研究範圍與限制..... | 13 |
| 第二章 文獻探討..... | 14 |
| 2.1 鶯歌文創發展研究學位論文..... | 14 |
| 2.2 產業發展相關研究..... | 21 |
| 2.3 創新理論的相關研究..... | 24 |
| 第三章 研究設計與執行..... | 29 |
| 3.1 研究架構..... | 29 |
| 3.2 研究方法..... | 31 |
| 3.2.1 個案研究法(Case Study Research)..... | 31 |
| 3.2.2 深度訪談(In-depth Interview Method)..... | 32 |

| | |
|-------------------------------------|----|
| 3.2.3 文獻分析法(Document Analysis)..... | 33 |
| 3.3 研究設計..... | 34 |
| 3.3.1 研究對象選取..... | 34 |
| 3.4 研究執行..... | 36 |
| 3.4.1 深度訪談的過程..... | 36 |
| 3.4.2 訪談資料編碼說明..... | 37 |
| 第四章 研究探討與分析..... | 38 |
| 4.1 鶯歌陶瓷產業創新發展歷程階段..... | 38 |
| 4.1.1 什麼時候開始接觸陶瓷產業?..... | 38 |
| 4.1.2 什麼原因對陶瓷產業而感興趣?..... | 43 |
| 4.1.3 近幾年顧客需求有沒有什麼很大的變化?..... | 47 |
| 4.1.4 從前鶯歌陶瓷產業和現今有什麼差別?..... | 50 |
| 4.1.5 從以前到現在工廠的數量有很大變化嗎?..... | 52 |
| 4.2 影響鶯歌陶瓷產業發展創新的因素..... | 55 |
| 4.2.1 鶯歌最具代表性的特色或獨特的地方為何?..... | 55 |
| 4.2.2 陶瓷有什麼樣的產業競爭?..... | 59 |
| 4.2.3 影響鶯歌陶瓷產業創新的原因為何?..... | 60 |
| 4.2.4 陶瓷產業創新最大的困難點何在?..... | 62 |
| 4.2.5 大部分的客戶都是來自台灣或國外?..... | 64 |
| 4.3 鶯歌陶瓷產業的未來發展策略..... | 66 |
| 4.3.1 陶瓷產業的未來發展有什麼樣的願景?..... | 66 |
| 4.3.2 如何提高陶瓷產業的附加價值?..... | 68 |
| 4.3.3 陶瓷產業週邊能衍生出什麼樣的產品?..... | 69 |
| 4.4 小結..... | 71 |
| 第五章 結論與建議..... | 74 |

| | |
|-----------------------------|-----|
| 5.1 研究結論..... | 74 |
| 5.1.1 鶯歌陶瓷產業的創新發展與歷程階段..... | 74 |
| 5.1.2 影響鶯歌陶瓷產業發展創新的因素..... | 75 |
| 5.1.3 鶯歌陶瓷產業的未來發展策略..... | 76 |
| 5.2 研究建議..... | 77 |
| 參考文獻..... | 79 |
| 附錄一 訪談逐字稿..... | 83 |
| 附錄二 相關圖片..... | 114 |



表目錄

| | |
|--------------------------------|----|
| 表 2.1 鶯歌地區的文創發展相關研究表 | 15 |
| 表 2.2 產業的發展階段 | 22 |
| 表 2.3 創新理論的相關研究表 | 26 |
| 表 3.1 訪談對象資料(依照受訪日期排列順序) | 34 |
| 表 4.1 產品(PRODUCT)分析 | 72 |
| 表 4.2 價格(PRICE)分析 | 72 |
| 表 4.3 通路(PLACE)分析 | 72 |
| 表 4.4 促銷(PROMOTION)分析 | 73 |
| 表 4.5 鶯歌陶瓷產業商家 SWOT 分析: | 73 |



圖目錄

| | |
|---------------------------------------|-----|
| 圖 1-1 吳鞍來台遷居路線..... | 5 |
| 圖 1-2 現存鶯歌陶瓷公園的四角窯..... | 5 |
| 圖 1-3 鶯歌舊建築「汪洋居」..... | 10 |
| 圖 1-4 研究流程之設計（資料來源：本研究整理）..... | 12 |
| 圖 3-1 研究架構圖..... | 30 |
| 圖 4-1 陶驛陶藝老師教學陶藝..... | 39 |
| 圖 4-2 靈感來自於龍山寺的作品完成品（圖片來源：研究者拍攝）..... | 42 |
| 圖 4-3 許明香小姐所做的迷你廟宇（圖片來源：研究者拍攝）..... | 42 |
| 圖 4-4 傳統結合現代的作品（圖片來源：研究者拍攝）..... | 43 |
| 圖 4-5 在陶驛陶藝作陶的小朋友..... | 44 |
| 圖 4-6 劉貴銘先生的作品（圖片來源：研究者拍攝）..... | 45 |
| 圖 4-7 民國 50 年代前的鶯歌..... | 52 |
| 圖 4-8 現今的鶯歌老街..... | 53 |
| 圖 4-9 鶯歌國中小的圍牆..... | 54 |
| 圖 4-10 鶯歌國中的磁磚拱門..... | 54 |
| 圖 4-11 鶯歌陶瓷博物館的測照..... | 56 |
| 圖 4-12 鶯歌陶瓷老街館內場景..... | 57 |
| 圖 4-13 鶯歌 2007 年的陶瓷嘉年華現場..... | 57 |
| 圖 4-14 陶瓷製的手表..... | 71 |
| 圖 1 陶瓷的基本器具（圖片來源：研究者拍攝）..... | 114 |
| 圖 2 陶瓷器具的收納盒（圖片來源：研究者拍攝）..... | 114 |
| 圖 3 研究者 93 年作品（圖片來源：研究者拍攝）..... | 115 |
| 圖 4 研究者 93 年作品（圖片來源：研究者拍攝）..... | 115 |
| 圖 5 研究者 95 年作品（圖片來源：研究者拍攝）..... | 116 |

圖 6 劉貴銘先生與他老婆 116
圖 7 許明香小姐與她丈夫 117



第一章 緒論

本研究為探討鶯歌陶瓷產業創新發展歷程，而鶯歌區最著名的特產即是陶瓷工藝。陶瓷產業在鶯歌地區的發展悠久，想透過一些簡單的鶯歌陶瓷產業發展歷程來瞭解鶯歌陶瓷的階段，還有產業發展的現況，甚至找些不一樣的產業創新個案來瞭解產業願景。

其中想透過第一章來呈現我對這個研究的動機，也希望未來可以讓一樣寫論文的同學們，或是想研究相關的題目的研究著可以翻閱本論文，讓讀者們有相對的靈感。

本章首先說明簡單的研究背景與動機，其次說明研究目的，再則說明研究對象、研究流程、研究範圍與限制。

1.1 研究背景與動機

1.1.1 研究背景

本研究透過了一些文獻所瞭解的是鶯歌陶瓷產業的過去傳統歷史(清嘉慶 1804 年 ~ 2000 年)。

鶯歌是台灣陶瓷發展歷史最悠久的地方之一，雖然鶯歌是一個人口僅約 8 萬左右的小鎮，但從清嘉慶九年(1804年)有將近兩百年的歷史。歷經近兩百年的發展，鶯歌陶瓷已形成獨特的地區特色。就技術傳承方面而言，鶯歌陶瓷具有主要重大意義。首先是鶯歌陶瓷的發展在整個台灣窯業中，其「資歷」最完整。能經歷全部這一系列陶業發展過程而有豐富內涵的，只有鶯歌一地。整個鶯歌陶瓷史，幾乎就是台灣陶瓷歷史的縮影。鶯歌陶瓷老街最著名的是在這有一根約有

30 年到 40 年的老煙囪叫『四角窯¹』，還有另一種美稱『隧道窯』，但隨著時代之變遷已逐漸消失殆盡。

說到鶯歌陶瓷產業具文獻紀載，本研究將鶯歌陶瓷發展初期加以分析，鶯歌的陶瓷主產創始人為何，則有幾種不同的說法。根據較早日據時代日本人的調查紀錄，福建泉州磁灶人吳鞍渡海來台灣，最早先居住於鶯歌大湖兔子坑²（現今的桃園縣龜山鄉兔子坑村），不久因漳州及泉州人爭鬥，因此移到崁腳（現今大湖）地方。咸豐三年（1853年），又因同樣的紛爭最後輾轉到鶯歌現在的尖山埔街一帶定居。因在此地的土質適合製造陶器，他們就以附近黏土為原料，在此地設置了窯場，積極投入陶瓷生產，此處遂成為鶯歌窯業的發源地。此時吳鞍的家族也來到了鶯歌，加入了他的窯業，使得吳姓陶業旺盛起來。早期的陶瓷窯爐常常需要建在山坡上，順著山勢來築窯。現在尖山埔街一帶原本唯一丘陵地形，很適合蛇窯的建築。加上當地的土質很適合製作陶器，所以吸引了很多業者到此地設置窯場。現今，鶯歌的陶瓷產業究從尖山一代開始發展起來，直到今日，尖山一代還有許多窯場，而尖山埔街也成了鶯歌最著名的陶瓷老街。

由於早期鶯歌地區土質優良，製陶的資源豐富，使得吳姓家族認為鶯歌的陶瓷事業大有可為，前有光明，在當時吳姓家族無論製陶技術或經營方式都基於傳統，無甚改變，對於陶瓷的技術採取非常極度保護的做法，只雇用從中國大陸來台的同鄉同性陶瓷師傅，對於異性者而言製陶技術絕對不加以傳授。在家庭中製陶技術更是保護，只有子孫相傳，可以傳給養女和媳婦，就是絕對不傳給女兒，以防止製陶技術外流，因此使得當地窯業長期被蒙在谷底而無所發展，雖然鶯歌陶瓷產業於清代即以開展，但是並未促使陶瓷產業的興盛。由於吳姓家族在如此保護措施下，壟斷了鶯歌陶瓷產業達一百多年，這種場面一直到日據初期才被打破。

然而，在日據末期因為中日戰爭的爆發，許多福州籍的師傅被迫離開台灣回

¹ 四角窯：參閱本論文的圖 1-1。

² 鶯歌大湖兔子坑：參閱本論文的圖 1-2。

到大陸，1939 年之後鶯歌地區的人力缺乏，於是便開始實施機械化的生產，引進新式的動力機械，提高生產效能。此外，現在除了吳姓家族，外姓者經營的窯場在 1940 年代時，其數量也已經超過吳姓家族的窯廠，使鶯歌地區陶瓷發生了變化。從此鶯歌的陶瓷產業逐漸由原來的尖山埔街向外擴展到現在的文化路、鶯桃路、中山路一帶，使陶瓷產業在鶯歌地區獲得全面性的發展。³

由於政府於 1948、1949 年遷台，造成大陸陶瓷品來源中斷，台灣的陶瓷業者在此時填補市場的空缺。政府遷台的因素，大量的軍民對於民生用品⁴需求有大量的需要，如民生陶瓷品鍋、碗等。再加上戰後對於家園的重建需要大量的磚瓦，沒有其他的外來陶瓷競爭，台灣又對陶瓷產品需求量增加，也刺激了鶯歌地區的陶瓷業者的增加與生產。鶯歌地區陶瓷的重要發展時期是在 1945 年台灣光復後。根據統計，光復初年鶯歌的陶瓷工廠大人小小共有三十家左右，舊式的純用手工的工廠與新式的用電力機器的工廠並存，民國五十年代以後工廠數目逐漸增加，1962 年，臺灣陶瓷在美國參加（國際博覽會），因此打開陶瓷外銷局面的形式有關。其中，從民國五十年代開始在鶯歌大量生產的衛浴瓷與面磚，正是促使臺灣窯迅速地打開外銷局面的原因，也因此鶯歌開始突出成為臺灣陶瓷生產的中心而被譽為『臺灣的景德鎮⁵』。1983 年，工廠數目激增，但大多是屬於繪彩、電花加工一類的工廠。繪彩及電花加工分別是裝飾藝術陶瓷、日用陶瓷生產過程中的一個環節，使他們脫離工廠生產程序而獨立設廠是鶯歌陶瓷生產程序上的一個特點。這種外包制可以減少工廠的生產成本，增加工作速度，增強工廠之間的交互作用，然而也使得陶瓷產品的裝飾過程停留在副業階段，而無從改進。

光復後的陶瓷工廠數目很難有一個確切的數據，而且各種統計方法也都有所出入。但整體說來鶯歌陶瓷工廠增加的時期，是在 1950 年代外銷拓展之後，是

³ 今澤正秋，張永昌譯，《鶯歌鄉土誌》，1997 年。（資料來源）。

⁴ 民生用品：生活上需要用到的東西。

⁵ 台灣景德鎮：全方位的陶瓷專業突顯了鶯歌身為「陶瓷之都」的獨特風貌，也讓鶯歌獲得了「台灣景德鎮」的美譽。

在 1980 年後因臺灣經濟起飛，而使工廠數直線上昇。其中，日用陶、建築、裝飾藝術陶瓷的成長速度頗一致，皆逐年緩慢成長，而建築陶瓷的工廠數及增加數僅次於日用陶瓷，使得鶯歌成為臺灣日用陶瓷及建築陶瓷的主要供應地。到了 1992 年，登記有案的大小工廠約有八百多家。⁶

經過文獻的閱讀，大概把鶯歌陶瓷的歷程故事呈現出來，陶瓷產業大致分為萌芽期(日治時期至 1953 年)、發展期(1954~1971 年)與成熟期(1972 年到至今)的階段，陶瓷產業因擁有許久的發展歷史，因此鶯歌陶瓷也成為台灣深具代表性、指標性的地區傳統工藝，兼具了他自己獨特的產業文化與陶瓷史傳承的價值(林明德，2002)。但這樣的發展經驗，其實在多年以前來看鶯歌陶瓷的前景，曾經是讓人擔憂的；此外陶瓷製作難度也不高，許多後來進入陶瓷產業的產地，很快地在技術就能追趕上來，而且還在低廉工資與土地成本優勢，因而出現業者把生產重心移往中國大陸、東南亞情形(徐文琴，1993)。鶯歌原本就是個以生產陶瓷之傳統產業的地方，隨著產業的變遷，面臨產業的衰退，經過產業的轉型、結合了本身獨特資源，配合著陶瓷產業本身的吸引力，設立陶瓷博物館、陶瓷老街、廣設綠地公園...等，如今打造出鶯歌就是台灣的「陶瓷之鎮」，如次鮮明、有特色的意象，進而帶動旅遊風氣，促使地方繁榮。

鶯歌目前大小商家將近 2300 多家，現有人口有 70% 從事與陶瓷相關的工業，而現有工廠中亦有 80% 以上為陶瓷製造業，生產的產品更包括了建築瓷、衛浴瓷、日常用瓷、藝術磁及精密工業瓷等 5 大類，所以我們目前日常生活所使用的地磚、磁磚、衛浴設備、藝術花瓶、仿古花瓶、茶壺、家庭器皿、兒童玩具、裝飾品甚至汽機車的火星塞頭，絕大部份都是由鶯歌所生產的。

⁶ 《鶯歌陶瓷史》http://yingo.area.com.tw/is_cn.cgi?areacode=in029&ID=2 (資料來源)



圖 1-1 吳較來台遷居路線

(圖片來源：Google 圖片 <https://www.google.com.tw/search?biw>)



圖 1-2 現存鶯歌陶瓷公園的四角窯

(圖片來源：Google 圖片 <https://www.google.com.tw/search?biw>)

1.1.2 研究動機

由於研究者住在鶯歌已快 20 年了，從就讀國小的時候就開始住在鶯歌地區了，這 20 年裡面得到了一些風土民情，受到了一些文化的感染，小學時就讀了鶯歌地區的鳳鳴國小，就在小學六年級的時候開始接觸了陶土，覺得很有趣、很新鮮，在這學習的過程中學習到了陶瓷的製作過程，首先『柔土』，老師會發每人一塊陶土，陶土是經過練土機練出來的，我們會將陶土用手多柔幾次，讓土稍微軟軟好把陶土朔造成自己想要的樣子；第二『成型』，捏成型後，在陶胚上刻花或是做些裝飾，裝飾完畢之後；第三『陰乾』，把陶胚放在室內陰涼處曬乾；第四『素燒』，速稍是將已乾的胚體入窯燒至 800~900 度，使胚體變得較堅固，遇到水分比較不易受損，且素燒過的胚比土坯更具有吸水性，較利於上釉；第五『施釉』施釉的方法很多，如浸釉、淋釉、刷釉、噴釉等；第六『釉燒』，速稍後的胚體，等施釉後在進窯燒成的過程，稱之為釉燒。釉燒的溫度則是釉的總類和其他配合條件而定。一般釉燒溫度約於 1200~1260；燒完之後作品就完成了。

在我小學六年級因為都還是初學者又是小朋友，所以只做了最基本也是最沒危險性的杯子、盤子、筆筒...等，雖說可能做出的成品不是很好看，但因為是自己做的意義非凡，上面還可以刻上自己的名字、製造日期，也可以刻上想送給親朋好友的名字或是一些裝飾圖案，最印象深刻的是做完筆筒的時候特別有成就感，因為他是我的第一個作品，用了不一樣的方式做了不只一個筆筒的作品，其中一個特別有印象，將陶土揉成一條一條的，再把它小心地拼接成圓圓的筆筒，再連接一條一條的陶土的時候，要邊塗上些許的水和泥漿，讓陶土可以連接的比較堅固，不會有隨時要倒塌的感覺，成品完全完成之後馬上就帶回家使用裝了幾隻筆放在自己的書桌上，自己看到了特別有感覺。

第二次接觸也因為研究者是就讀鶯歌地區的國中叫「鶯歌國中」，國中在一年級的時候就有陶瓷的課程，在國中的時候接觸到了拉坯機，教我們怎麼正確的

運作拉坯機，使用拉坯機時該怎麼做、要什麼樣的姿勢會比較妥當、比較好操作機器、腳該怎麼放才對，右邊會有一個腳踏板，是讓手拉坯機運轉的踏板，可以控制速度，以自己想要的速度來決定踩踏板的力度，有讓機器運轉的踏板，當然就有讓機器停止運轉的手拉桿，在腳踏板旁邊有一個可以拉的竿子就是讓機器停止運轉的，除了姿勢，器具該怎麼放也是基本常識，基本上我們會放個小塑膠盆在我們的右上角或是左上角以自己方便的地方，塑膠盆裡面會放些許的水還有一個海綿，讓我們再製造過程陶土快乾的時候可以抹一些水讓陶土濕潤一點，會比較好完成作品，其他會用到的器具就放在臉盆的另一邊，方便拿為主，也教了我們使用完拉坯機該如何拆除然後清洗它，拉坯機沒有很大的危險性，可以放心的使用，這部拉坯機能輔助你做更多更完整的作品、更精緻的作品，使用拉坯機做出的成品，大多是容器類的作品，例如：花瓶、碗、杯子...等。使用拉坯機基本的工具要準備，木刀、海綿、針、刮片、修坯刀大與小、木片、線切，常見的 8 件工具，可用於陶藝拉坯技法，修坯、擦拭坯體、修整、切割作品...等用途。國中時老師也有要求每位同學都要至少要有這 8 件基本工具，教學上會比較方便，於是研究者也買了最基本的一套製作陶瓷的器具，例如圖 1-3 與 1-4 就是翻拍研究者國中所使用過的工具，實際上我們學生的程度還不會用到所有的器具，但是只要有了這些器具就可以有種專業的感覺，使用上也比較方便，也翻拍了一些研究者小學與國中的完成作品，如附錄二。

本研究構想即是從鶯歌陶瓷的傳統發展到現今的創新的觀點來探討，透過本研究希望能夠深入瞭解到鶯歌陶瓷的發展與創新的變化

1.2 研究對象

鶯歌地區給人們的第一聯想大多是陶瓷產業，現階段來鶯歌旅遊的觀光客對於鶯歌的認知大多是來自於眼前看到、聽到或是自己體驗到的。

透過有到鶯歌遊玩的觀光客，因為當地的體驗行銷策略，再透過商家設計的文化活動，並受到當地文化的薰陶，且產生較高的自我意象一致性，是否進而提升觀光客對鶯歌的文化認同。鶯歌陶瓷，在台灣工藝產業是文化創意產業中發展較成熟且外銷成長較高的，且鶯歌體驗行銷的活動發展也較成熟多元，因此具代表性。針對到鶯歌遊玩的觀光客，是否藉由參與當地體驗行銷的文化活動，而對傳統文化產生文化認同。

陶瓷產業因擁有許久的發展歷史，因此鶯歌陶瓷也成為台灣深具代表性、指標性的地區傳統工藝，兼具了他自己獨特的產業文化與陶瓷史傳承的價值(林明德，2002)。但這樣的發展經驗，其實在多年以前來看鶯歌陶瓷的前景，曾經是讓人擔憂的，尤其是許多商品現在都有著可以替代陶瓷的作用，變的陶瓷器的使用價值就變低了，其他商品的便利性又高，又多了好幾分；此外陶瓷製作難度也不高，許多後來進入陶瓷產業的產地，很快地在技術就能追趕上來，而且還在低廉工資與土地成本優勢，因而出現業者把生產重心移往中國大陸、東南亞情形(徐文琴，1993)

鶯歌原本是個以生產陶瓷之傳統產業的地方，隨著產業的變遷，面臨產業的衰退，經過產業的轉型、結合了本身獨特資源，配合著陶瓷本身的吸引力，設立陶瓷博物館、陶瓷老街、廣設綠地公園...等，如今打造出鶯歌就是台灣的「陶瓷之鎮」，如次鮮明、有特色的意象，進而帶動旅遊風氣，促使地方繁榮。

鶯歌享有「台灣景德鎮」美譽的鶯歌陶瓷小鎮，它是早期台灣陶瓷產業發展地區之一，產業的發展已達百年之久，走在陶瓷街上，會讓自己充滿著傳統與現

代交錯的痕跡，主要因為這裡離陶瓷的原料蠻近的在尖山堆那邊，所以當時鶯歌早期的時候叫做十一間仔⁷，鶯歌陶瓷製主要開始於清嘉慶九年也就是西元一八〇五年的時候，創始人為誰，至今說法不一。鶯歌這個地方的黏土適合做陶，從此開啟了當地的陶瓷窯業，陶瓷老街是陶瓷業的集散地，而真正的鶯歌老街其實是一條叫文化路，文化路臨近大漢溪，在河運發達的時代這條街道是鶯歌繁榮地段，文化路鄰街的老房子大多拆除改建，只剩下一間建造於 1916 年的「汪洋居」，那是大家最喜歡的地方，所有鶯歌的大人物，或者是有錢人家她們要辦婚喪喜慶，他們都喜歡借用「汪洋居」這個地方來做，是非常受鶯歌地區所歡迎。但因為全球的趨勢，使得鶯歌的陶瓷產業也面臨產業轉型的問題，所以鶯歌地區在中央政府、鶯歌鎮公所的規畫之下，為鶯歌陶瓷產業轉型出以發展觀光為目標。鶯歌在近年已漸漸轉型發展成為以觀光導向的地方形象。鶯歌的名氣越來越響亮，新建設的也越來越多，已在多處有高知名度，說到陶瓷就會聯想到鶯歌，適中樣的政策與地方的人士努力發展後的成果，進而接受發展後的社區文化形象及其內涵，以其認同自身社區文化，並突顯其在地特色。

⁷ 十一間：沿著尖山埔路，鶯歌國中大門對面的一排低矮就閩南式建築，最早住在此地的居民共有十一戶，而每戶都有獨自的立面所以有十一間仔之名。



圖 1-3 鶯歌舊建築「汪洋居」

(圖片來源：google 圖片 <https://www.youtube.com/watch?v>)

1.3 研究目的

本研究希望在鶯歌地區的陶瓷產業發展歷程下瞭解鶯歌的地方文化產業的發展，探討鶯歌陶瓷產業創新的發展歷程。並且想分析出影響鶯歌陶瓷產業發展創新的因素，再提出未來陶瓷產業的發展策略。

本研究研究目的主要有以下三點：

1. 鶯歌陶瓷產業的創新發展與歷程階段。
2. 影響鶯歌陶瓷產業發展創新的因素。
3. 提出未來陶瓷產業的發展策略。

1.4 研究流程

本研究在確定研究的主題之後，藉由閱讀相關的文獻資料來瞭解過去與本研究主題相關的探討，接者進行蒐集一些相關資料，並且與指導教授進行討論，在不斷的研討過程中建構出本研究的架構，決定以訪談方式來研究，所以先設想了訪談大綱，擬定訪談的問題，接者進行訪談，經由訪談的過程，來瞭解訪談對象的發展狀況。

確定研究主題之後，接者開始擬定本研究之訪談稿。訪談稿完成後，就可以開始進行深度的訪談與分析，之後開始進行論文撰寫，最後提出研究結論。詳細流程如表 1-1 所示：



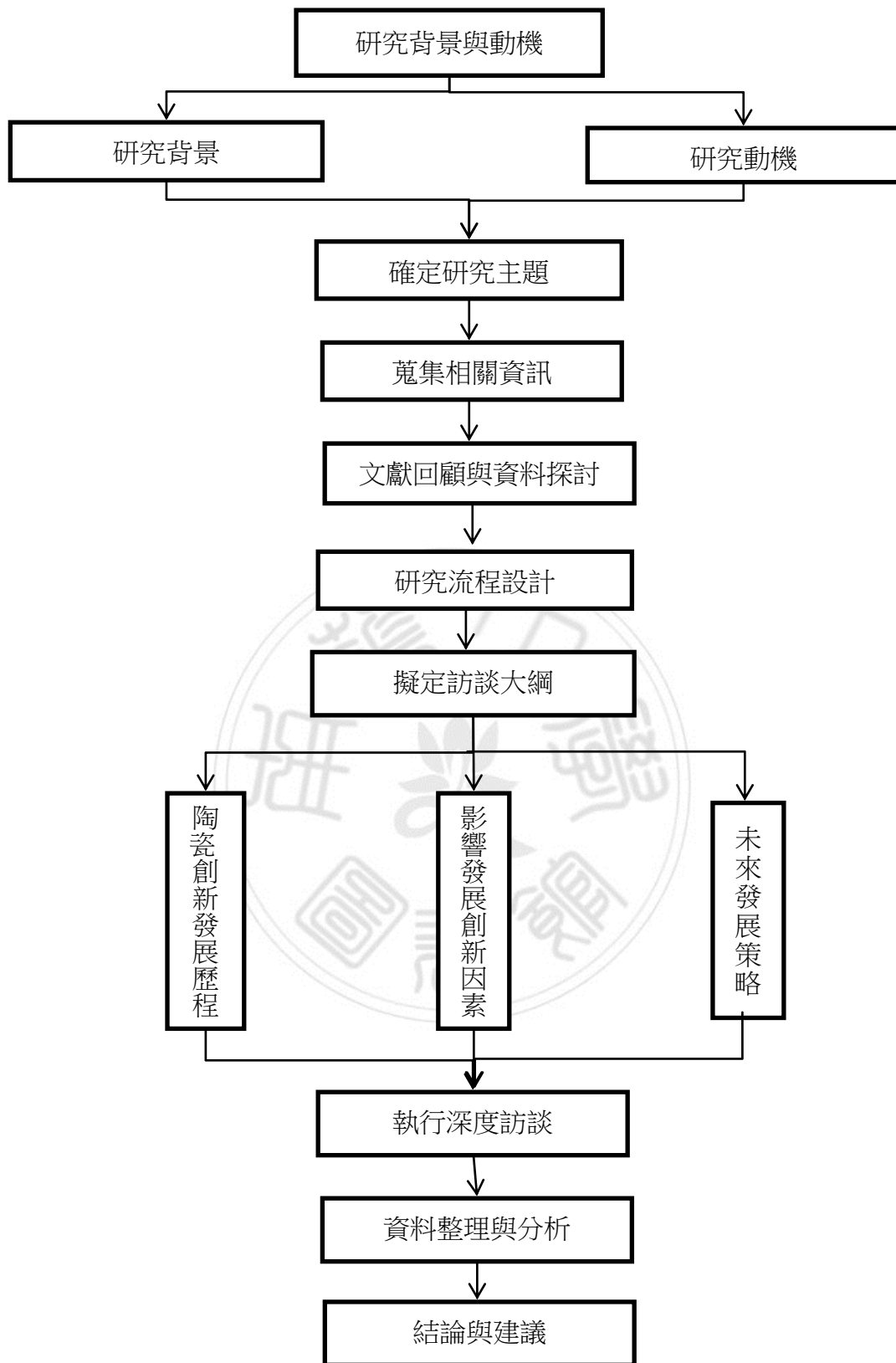


圖 1-4 研究流程之設計 (資料來源：本研究整理)

1.5 研究範圍與限制

本研究以鶯歌地區陶瓷產業為主軸，對我所瞭解的鶯歌陶瓷產業現階段來講鶯歌的觀光客對於鶯歌的認知大多是來自於眼前所看到的，或是體驗到的。透過到鶯歌的觀光客，知道當地的體驗行銷策略，再透過商家設計的文化活動，並受到當地文化的薰陶。

由於大家對於鶯歌的文化產業就是聯想到陶瓷，來到鶯歌就是觀光鶯歌陶瓷老街或是鶯歌陶瓷博物館，但我們卻不知道陶瓷產業成功的關鍵，也很少人會聯想周邊能衍生出什麼樣的陶瓷產業商品，我們沒辦法找到很多的相關資料現在最需要的是創新的技巧來改變陶瓷產業的命運，由於自己學習陶瓷的時間沒有太多，瞭解的沒有很深入，所以沒有辦法有更多的聯想，範圍就被侷限住了。

尤其現在就讀的學校在嘉義，離鶯歌是有段距離，沒辦法時常去鶯歌觀看或是蒐集相關資料，又因為自己沒有方便的交通工具，只能在嘉義附近的圖書館或是校內圖書館蒐集一些相關資料，但因為資料有限，所以資料會有些不足。會抓住藉由深入訪談時多瞭解一些鶯歌陶瓷的產業，經由深入訪談去鶯歌的時候在去附近圖書館找些資料，或是自己逛逛陶瓷博物館找些靈感，但因為時間不多，資料可能還是沒辦法很完整。

第二章 文獻探討

本章節所要進行的是研究相關文獻回顧，因此大致上分為三個部分：第一部分為鶯歌相關研究文創發展；第二部分為創新理論的相關研究，主要以相關論文來做分析；第三部分為陶瓷產業創新相關研究，主要以現今的鶯歌地區陶瓷的發展探討。以下將文獻回顧分三部分做簡要概述。

2.1 鶯歌文創發展研究學位論文

先簡單的來介紹「陶瓷」，因為大部分的人總是簡略的以「陶瓷」兩字來稱呼這類型的物品，尤其是觀光客，甚至有些年輕的在地人也不清楚，其實它們是「陶」與「瓷」兩種不一樣的材質，很多人分不清「陶」與「瓷」的差別，以顏色來區分的話，「陶」的顏色較呈現土色、咖啡色...等，而「瓷」則是白色的，就算當陶瓷的外表上了顏色在身上而無法辨認的時候，也可以看茶器的底部，因為在上釉時，底部因為需要和燒窯板子接觸，所以大多不會被釉蓋住。

文化創意產業，顧名思義，為結合了文化及創意的產業。而對「文化」一詞有諸多不同的定義。「文化」一詞，廣義來說，泛指在一個社會中共同生活的人們，擁有相近的生活習慣、風俗民情，以及信仰等；狹義的來說，即是指「藝術」，是一種經由人們創造出來新型態的產物。

本章節主要以鶯歌地區的文創發展相關碩士論文來探討，將所參考的碩士論文做整理成表 2-1。

表 2.1 鶯歌地區的文創發展相關研究表

| | 研究者 | 年代 | 文章標題 | 出處 |
|----|-----|------|-------------------------------------|--------------|
| 1. | 李倩如 | 2004 | 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 碩士論文 |
| 2. | 王啟訓 | 2012 | 台灣陶瓷文化之設計研究：以鶯歌陶瓷為例 | 大同大學 碩士論文 |
| 3. | 李紘諒 | 2014 | 鶯歌陶瓷產業企業社會責任之研究 | 大葉大學 碩士論文 |
| 4. | 李衍莊 | 2015 | 整合性資訊系統架構於博物館管理的應用 — 以鶯歌陶瓷博物館管理系統為例 | 輔仁大學 碩士論文 |
| 5. | 洪景祐 | 2015 | 應用情境規劃文創觀光—以鶯歌陶瓷博物館為例 | 銘傳大學 碩士論文 |

(資料來源：台灣博碩士論文加值系統)

在鶯歌地區的文創發展相關研究這章節，本文選擇了 5 篇以鶯歌地區為主的相關碩士論文來做探討，我們把五篇碩士論文的研究者所寫的論文題目分別寫出來探討，來瞭解鶯歌的文創發展可能。

李倩如(2004)嘗試從文化政策及地方文化產業發展的角度切入，探討政府政策的形塑對鶯歌地方在文化產業及文化活動上的影響，及推動地方文化產業發展上政府與地方所扮演的角色與功能，並從理論與實務層面對鶯歌陶瓷文化產業進行評估，依據鶯歌陶瓷文化產業的發展模式，檢視國內文化政策對文化產業及文化活動作為都市再生和強化觀光的成效；藉由鶯歌文化產業及文化活動經驗，探討現階段推動地方文化產業上，政府文化施政及地方文化產業本身所面臨的課題。研究者認為以鶯歌陶瓷產業這種多屬小型企業發展的產業而言，產業具有彈性專業化的環境與優勢，如果陶瓷業者們及社區居民能努力尋找陶瓷的發展，努力提升自己產業的轉型，提高陶瓷技術與設計開發品質，透過地方與政府發展出良好的合作機制，及地方居民對地方文化的認同感，讓鶯歌陶瓷產業能著床於地方陶瓷文化的社會網路與環境氛圍上，促使產業重組，將陶瓷製造業的發展模式轉換

為具地方文化象徵的文化產業，創造有別於一般地區的陶瓷產品，而是具有「獨特性」與「在地性」的地方文化產業，讓鶯歌從陶瓷工廠轉變成陶瓷產業文化觀光，以在地的文化產業之獨特性、創造性將地方居民內發性之空間、活動與產品轉化為可消費、學習、分享之商品、教學與體驗，吸引遊客至地方消費，才能創造鶯歌陶瓷產業新的生機。研究者由於地方文化產業相關工作者與業主屬於非正式部門比例較高，故研究者主要以質化研究方法為主，量化分析為輔。

早期鶯歌老街都是工廠，陶器的販賣方式是由業者挑者擔子帶著陶器到外地販賣，後來因陶磚不好賣，且隨著業務的拓展與當地業者經營方式的改變，轉為在鎮內設店面販售，因鄰近火車站，聚集較多的店面，而有老街的形態出現。1976年因政府規劃將工廠遷移至郊外的工業區，並拓展老街，加上陶瓷業景氣，工廠有擴廠的需求，因而移出老街，尋找夠大的廠房。陶瓷老街上低矮的房舍，因而由早期的工廠，大半改為販售陶瓷的店面，且多以藝術裝飾陶瓷與裝飾陶瓷為主，只留下少數的製造工廠。因店家增加，老街漸漸形成專門販售陶瓷的商業區。1990年代，政府為了因應台灣地區整體產業的不景氣，開始注意到地方社區產業發展的重要性，後來鶯歌地方性發起的陶瓷嘉年華的成功，引起政府相關單位的注意，促使再 1996 年開始針對鶯歌陶瓷老街提出「商圈更新」的計畫，期望可以藉由老街商圈的更新及帶領商圈組織自發性的活動，推動鶯歌陶瓷產業的發展。

文化活動和文化產業，成為地方或都市重建和強化觀光效益之重要發展策略，具備積極的經濟作用，國外文化政策的推展是為了促進都市的再生，引導產業的轉型。回顧國外的文化政策可以瞭解，1970 年代開始，政府為了因應全球化的壓力，提高城市競爭力，開始產業或服務業的再創新。到了 80 年代，政府的文化政策在於突顯文化資源對地方的經濟衍生效益。利用文化產品在地生產的特質，吸引觀光客必須到當地消費、參與活動，感受當地的氣氛，甚至可以藉此留住觀光客，讓其他產業願意進駐投資，利用文化來做行銷，促進地方的經濟發展。依鶯歌陶瓷地方文化產業的發展趨勢，目前主要仍是以政府主導，做公共建設的改

造。鶯歌地區的文化政策推行，多是中央部會投入許多資金在建設鶯歌硬體工程環境，其中主要在於經濟部商業司的「商圈更新改造計畫」，陶瓷老街商圈改造，提升商圈形象消費環境與空間的改善、自律的運作模式等軟體計劃。

王啟訓(2012)主要在探討台灣早期的陶瓷品，研究光復過後陶瓷成為大量的外銷產品，不以經濟利益為前提，更以生產為導向、講究品質的提昇及技術研發。至今的陶瓷產業更走向以設計為依歸之境，王啟訓研究者以設計師之角度觀察分析陶瓷產品設計的特點，其研究目的希望透過台灣現有陶瓷品牌分析，瞭解陶瓷產品之現況；分析台灣的陶瓷文化，並規整出具體之設計規範；以實際之設計規範完成示範設計。本研究者透過資料之整合發現陶瓷中所含的原料主要來自天然礦產，以黏土、長石及石英三種為主。其中黏土原料含有極高的可塑性，可以經由各種方法形成。例如拉坯、土坂、模型注漿等成刑法。然而陶瓷材料的特性是在於經高溫燒結處理後，會具備有堅硬、耐磨、耐高溫及抗腐蝕等優點。陶瓷材質與塑性是在於可以仿製出其他材質的質感。陶瓷，一直在我們日常生活中不可缺少，但隨著科技化的時代演變，其他的替代品也相繼的出現，如塑膠對陶瓷的衝擊最大，漸漸取代了陶瓷的地位，過往陶瓷給人的印象僅是器物，藝術品的象徵，王啟訓研究者經過調查分析後瞭解台灣現代陶瓷的發展，發現有很多企業仍在積極地推廣陶瓷文化，並嘗試在陶瓷上注入新元素。

陶瓷文創商品著重於產品精神是否能帶給使用者心靈超然的感受，進而以產品帶給使用者不同的生活氛圍。透過設計規範的應用，王啟訓研究者完成了陶瓷文創的設計發現大多數地文創商品，都需要反映於文物本身的內涵且讓使用者能夠思考到文化本身之精神性。以使用者層面來說，還是需要以實際需求做為主要的方向，進而轉化文化元素並實現在生活用品上。除此之外，陶瓷除具有獨特的藝術風格外，更蘊含了豐富的人文意涵和歷史意義，這可提升生活質感。現代陶瓷不只要外表有獨特的藝術，還要有生活上也可以使用到，使陶瓷不只是裝飾美感還要有實用性。

李紘諒(2014)探討台灣的陶瓷產業擁有豐富多樣知識經驗累積，早期因為陶瓷代工業務的蓬勃發展，形成完整的產業發展聚落，應是最具發展文化創意產業可行性的產業(陳佩婷，2006)。雖然 ECFA⁸的簽訂對於以中小企業為主的陶瓷產業造成衝擊，但是鶯歌陶瓷產業目前是逢政府大力推動文化創意產業的發展，再加上部分廠商及其優良牌成功打入國際市場，為台灣陶瓷自創品牌重新開啟了新局。本篇論文以調查研究法，將目前鶯歌陶瓷產業作為研究對象。探討鶯歌陶瓷產業企業社會責任認知的觀點與內涵；鶯歌陶瓷產業員工對企業社會責任認知的觀點與內涵；比較鶯歌陶瓷產業企業主⁹與員工對企業社會責任認知的觀點與內涵上是否有顯著差異。對於企業社會責任的定義與評定方式，至今尚無一套國際共同認定的標準與原則。有些人認為是企業主將取之於社會的利益，具體地回饋給社會，義及社會賦予企業的權力中，包刮了企業主應盡的義務，應以社會能接受的方式旅行；也有人強調，管理者最佳的社會責任表現就是為股東獲取最大利益，提供就業機會並遵守相關法規。然而，這些認知上的分歧，並不能否定企業社會責任已成為至重要且普遍的概念，以即可在商業領域內進行討論的事實。本篇論文根據企業對於整體社會責任認知調查結果發現，本篇論文的受訪企業主皆分布於現代觀點，一級企業主多半認為積極參與盡力做到社會責任是必要的，且就企業永續經營的觀點而言，企業主最終仍不能自立於社會之外，因此適時的協助解決社會問題是必要的，此外，多數企業也認同善盡¹⁰社會責任的確應發自內心而非視為一種義務。若是以員工的觀點來看，員工集群多分布於現代觀點，也就是員工多半認為積極參與善盡社會責任是必要的。另外，多數員工也認同善盡

⁸ ECFA：兩岸經濟合作架構協議 (Economic Cooperation Framework Agreement)。簡單來說，ECFA 是要讓台灣商品免關稅進入中國市場，擴大產品在中國市場占有率，同時台灣也必須提高免關稅商品的比例，並大幅開放市場給中國。

⁹ 企業主：就是企業的投資者，他擁有一定的資本(資源)並敢於承擔風險獲取利潤，他的出現是企業產生的必要條件。

¹⁰ 善盡：盡力做該做的事情。

社會責任的確應發自內心而非視為一種義務，但對於 CSR¹¹定義的認知抱持較為中庸的態度。我們發現在鶯歌現階段的陶瓷產業企業社會責任認知上，企業主似乎已瞭解企業社會責任對於社會、企業與其他利害關係人的重要。

李衍莊(2015)本篇論文在探討以整合性資訊系統架構的概念於博物館資訊管理系統的運用及其相關議題，李衍莊研究者藉由親身參與陶博館內埔工作的機會，以及次級與初級資料的蒐集等，瞭解陶瓷博物館整合性資訊系統的實際使用情形，包括在博物館管理上提供的幫助，實際運作時可能會遇到的問題，以及問題產生的原因與可能的解決辦法，進而對整合性資訊系統架構於博物館管理的應用有更深入的理解，透過陶瓷博物館個案探討採行整合性資訊系統可能面對的管理議題。博物館管理的目的在於有效率、有效能的達到博物館宗旨，從組織架構來看，博物館的組織架構因功能、使命、所處國家或地區的政策、法規，或博物館自身的型態、規模等條件的不同而異，並保有調整彈性。從博物館功能與發展來看，博物功能大致有典藏、研究、展覽、教育、行銷等，各項功能都有其專業性，隨著資訊科技發展，均面臨資訊整合的問題，如何將各項功能的資訊有幸統地整合與利用，是博物館近年常討論的議題。另一方面，博物館受到時代影響，將知識管理的概念引進，將館內的知識視為資產，從收集、保存、分享、利用等各面向去運用，有助於博物館內部知識的整理、流通，提升作業時的效率，增加營運績效。而要有效進行知識管理，則需要資訊科技的協助，因此發展出各種資訊系統，並有專為博物館需求的資訊系統產生。

本篇論文是以博物館管理為主軸，不具有資訊相關學科的專業背景，因此對於採用 ARIS¹²整合性資訊系統架構時的相關討論，僅只於使用需求定義階段概念，所提出的整合性資訊系統架構模型也屬於概略性的樣貌。

¹¹ CSR：企業社會責任（**Corporate Social Responsibility**，簡稱 **CSR**）是指企業對社會合於道德的行為。

¹² ARIS：集成信息系统结构（**Architecture of Integrated Information Systems**，**ARIS**），對於企業而言，從不同的角度去考慮、去觀察所看到的結構也是不一樣的。

洪景祐(2015)應用了情境來規畫了一個文創觀光，最主要以鶯歌陶瓷博物館為例，本研究的目的為探討未來高度不確定環境下可能影響的因子，及提供適應未來不確定的狀況方向。現在的人們都很注重觀光旅遊，享受生活，尤其若是參觀廣場是免費的當下，更是湧入很多的人潮前往，不管是帶著家人、情人、朋友或是校外教學...等，都有可能選擇這個有文創氣息又是免費參觀，選擇率會相當高，相對的人力資源與預算就會變得很有限，在未來可能會有非常多的不定性，關係到文創觀光的持續發展，人力會漸漸地開始缺乏，金錢方面也會變得很不足，我認為他們可以選擇多請些人力資源來協助，當然不是每個人都是義務的，來協助的人有可能是學生、有可能是正需要這份工作的人、有的人可能是用這份工作來賺取生活費，少部分是願意來現場當義工，因此認為在未來可以在陶瓷博物館收點門票 50~100 元為主，費率不用太高，至少可以幫業者分擔一些困擾，當開始收了門票費，金錢足夠，或許可以再多些福利，例如有親身體驗的服務或是有人員帶著遊客參觀博物館介紹...等。

透過本文瞭解到現在影響國內文創觀光的關鍵決策因素整理出前五名依序為：1.人才培訓。2.政策措施。3.教育措施。4.文化措施。5.環境措施。這每一個環節都有可能是改變整體環境情勢的文創觀光業者的投資者；現在的高度的不確定性得到驅動力的前四名為：1.文創研發。2.體驗經濟。3.觀光客來訪人次數。4.年展及文創活動。最主要現在的社會不管是科技、文化、教育都融合了創新能力，企劃與服務都也有巨大的影響，政府也是很有影響力。但首先在創新前要先有些策劃跟調查，成功機率會底較大，首先要先知道觀光客來訪的人數、多做一些鶯歌的特色文創展覽活動、想不一樣的文創的創新商品吸引人群、製造屬於鶯歌自己的品牌建置計畫、培育鶯歌的遊客有藝術文化，協助遊客來旅遊行程規劃、結合鶯歌當地的文創產業、要有足夠的空間讓人們參觀，擁擠的地方會讓人只在門口看看而不會往裡面參觀、由於現在的科技也很發達，在網路上也是要做一些鶯歌的文創產業的行銷。這些可為未來環境演變前優先規劃的準備，若是沒有

處理好也是有可能會變成有影響力的因子。透過本文發現了作者有訪問了專家對於陶博館未來文創研發可行的方向，有以下幾點：1. 文創方面。2. 政府方面。3. 學術做法。

2.2 產業發展相關研究

產業發展是指產業¹³的產生、成長和進化過程，既包括單個產業的進化過程，又包括產業總體，即整個國民經濟¹⁴的進化過程。而進化過程既包括某一產業中企業數量、產品或者服務產量等數量上的變化，也包括產業結構¹⁵的調整、變化、更替和產業主導位置等質量上的變化，而且主要以結構變化為核心，以產業結構優化為發展方向。因此，產業發展包括量的增加和質的飛躍，包括絕對的增長和相對的增長。¹⁶

產業的發展階段有分成四個階段：1· 產業的形成期、2· 產業的成長期、3· 產業的成熟期、4· 產業的衰退期。〔產業的形成期〕就是產業的形成指由於新技術、新業務的出現，由此而產生的具有某種同類屬性的新企業出現，逐漸具備產業的基本特點的過程；〔產業的成長期〕就是產業的成長期指產業形成後，隨生產實踐的發展，產業技術水平不斷完善，生產力水平提高，企業數量增加的階段。產業的成長期是產業發展過程中非常重要的一個環節，此時產業已經渡過了幼年時的危險期，但能否進入成熟期是該時期產業發展的面臨的主要問題；〔產業的成熟期〕就是產業在成長期生產能力擴張到一定階段後，進入一個穩定發展

¹³ 產業（industry）一詞，在不同的場合和不同的語言環境下存在各種不同的解釋。

¹⁴ 國民經濟是指一個現代國家範圍內各社會生產部門、流通部門和其他經濟部門所構成的互相聯繫的總體。工業、農業、建築業、運輸業、郵電業、商業、對外貿易、服務業、城市公用事業等，都是國民經濟的組成部分。

¹⁵ 產業結構：指各產業的構成及各產業之間的聯繫和比例關係。

¹⁶ (產業階段) <http://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E4%BA%A7%E4%B8%9A%E5>

的時期，此時生產規模，技術水平，市場供求都很穩定；〔產業的衰退期〕就是產業衰退期是產業從繁榮走向不景氣進而衰退的過程。

表 2.2 產業的發展階段

| 產業的發展階段 | 主要特點 |
|---------|---|
| 產業的萌芽期 | (1)社會經濟發展使人們需求發生了變化，如對產品質量 ¹⁷ 、功能的需求。 (2)新技術，新發明的產生。新技術的產生和推廣使用是產業形成的主要推動力。 |
| 產業的成長期 | (1)生產規模擴大，產品的進一步細分，技術工藝、品種、門類眾多；該產業的產出在國民經濟中的比重增大，該產業內的企業數量增多。 (2)該產業與國民經濟中其他產業的聯繫加強，對其他產業的影響較大。 (3)該產業的技術水平相對於其他產業來說較高，代表產業結構轉換的新方向。 (4)形成了獨立的生產經營管理手段。 |
| 產業的成熟期 | (1)產業規模很大，產品的普及度高，其產值在國民經濟中占較大比重，產業內企業數量較大，經濟效益好。 (2)技術先進，成熟。 (3)產品成形，其性能、式樣、工藝等已經被市場認可，市場需求量大。 |
| 產業的衰退期 | (1)市場需求萎縮，生產能力過剩，產品供過於求。 (2)產業的發展速度下降，在國民經濟中的地位和作用下降。 (3)產業的技術水平在整個產業結構中處於較低水平。 |

(資料來源：<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E4%BA%A7%E4%B8%9A>)

在產業競爭優勢上，國內市場需求的影響力主要透過顧客需求的型態與特質來施展。而要針對本國市場作深入的瞭解與開發，必須要去區隔市場需求的結構、歡迎內行且挑剔的客戶、還要達成預期型的需求。

大多數的產業隨著時間經歷不同的階段，從萌芽、成長、成熟到衰退，這些

¹⁷ 產品質量特性的含義很廣泛，它可以是技術的、經濟的、社會的、心理的和生理的。一般來說，常把反映產品使用目的的各種技術經濟參數作為質量特性。

階段的競爭型態各有不同的涵意。特別是潛在競爭者和競爭對手，在產業發展的每個階段會產生不同的機會和威脅。企業經營者所需面對的任務是預先分析判斷，掌握產業發展各階段中每一個力量可能會發生甚麼改變，以及研擬對應策略，利用機會應付發生的威脅。

(一) 萌芽期的產業：

萌芽期產業是指剛開始要起步的產業，這個階段的成長是非常的緩慢，因為很多的人對這個產業是不熟悉的，企業都尚未獲得很好的規模經濟收益，即使有很好的規模，大家對這產品還是很陌生，萌芽時期可能也沒辦法馬上會有好的通路，都是需要經過關關的試驗才能瞭解適不適合。如果在此時所需的核心專業技能困難且很難取得，則進入困境的機率很高，從事此行業的企業受到潛在競爭者的威脅較小，萌芽期也是個關鍵時刻，成功了就會一直往上爬。

(二) 成長期的產業：

當產品需求開始發生了，這個產業將會迅速的發展為成長產業。在成長的產業中，會有許多的購買者進入這個市場，造成需求快速擴張。購買者熟悉產品、價格因經驗及規模經濟效益而下降，以及經銷通路發達，產業迅速成長。當產業進入成長時期，以控制技術知識作為進入障礙的重要性開始消失了，因為此時進入障礙已降低，且少部分企業以達到明顯的規模經濟，或是產品差異化大到足夠保障其他品牌忠誠度，因此，來自潛在競爭者的威脅在此時最高了。

(三) 成熟期的產業：

當產業進入了成熟期，由於業者的規模經濟已經形成了，新進入的業者比較不易競爭，因為進入成熟期的業者比較有自己的位置，能夠穩定的保住自己的位置，不會那麼容易被動搖，而對其他競爭者的威脅就降低了。在成熟期的產業，市場趨於完全飽和和僅限於更換的需求。由於需求的減緩，企業為了要維持市場的佔有率，不得不降低價格，業者之間就會變成價格的比較了。產業成熟後，能存活下來的企業都是擁有品牌忠誠度極低營運成本的企業，而這兩種因素也因此

明顯的使產業進入困進，新的競爭對手進入的興趣也漸漸的消失了。使得大部分成熟期的產業多形成寡佔市場。

(四) 衰退期的產業：

產業有成熟期當然就會有衰退期，而在衰退期的階段，產業就變成了負成長，原因就是現在科技的發達，機些的部分也越來越大，新的技術也越來越興起、社會的需求也改變了、受到來自各地的國際競爭。在衰退的產業中，企業間競爭的程度會增加，把價位降低又會虧或是甚至嚴重點會倒閉，最終有可能因起了併購或是裁員。

2.3 創新理論的相關研究

創新可以說是無所不在，只要能創造價值的地方，不論是技術、管理、流程、價值鏈的整合、行銷、商業模式等活動，都可以是創新之處。雖然處處可見創新，但沒有價值的創新不會持久，所以要知道，在創新背後，企業必須有一堆活動配合執行，才能使創新成為有效的企業經營模式，並展現出成效。很多的創新都是參考別人的良好示範，以尋求自己的創新模式，以找到最適合自己的創新模式。創新是企業價值創造非常重要的活動，要將這個活動的風險至最低，其實可以很有系統的操作與思考。

以往都只注意行政職能忽略了創新職能，是有很好的理由。生命週期較短的高科技產業能否持久經營，相當倚賴產品或商業模式的不斷創新。其實，就算是產品生命週期比較長的傳統產業，也必須保持創新。當企業面臨了日益激烈的價格競爭與越來越短的產品生命週期。不諱言¹⁸地，產品要有競爭力，除了價格因素之外，產品在市場上的差異化亦愈見重要。然而在追求更大的差異化的同時，企業所需投入的研發時間與成本也相對地增加。有鑑於現今越來越短的產品生命

¹⁸ 不諱言：不顧慮，願把真實情況說出來。

週期，若企業投入創新產品的時間過長，對新產品而言將「弊多於利」¹⁹，而且時機越長，該情況將越來越明顯了。

創新型組織首先知道「創新」的意義。它們知道創新不是科學或技術，而是價值。創新不是組織內部發生的事情，而是外界的變動。創新不是組織內部發生的事情，而是外界的變動。創新的指數是指它對環境造成的衝擊。因此，企業裡面的創新因此，企業裡面的創新，一定要以市場為導向；以產品為導向的創新可能創造「技術奇蹟」，但是報酬卻會令人失望。各種流程、技術、行業存在基本經濟面弱點，可以啟發我們的「創新傾向」。一種行業，如果市場需求增加，卻沒辦法將需求化為獲利，我們可以相當有把握的判斷，如果有一種重大的創新，能夠改變流程、產品、配銷通路、顧客的期望，將產生很高的報酬。創新的原則是有目的、系統化的創新，第一步是分析新機會的來源。是當時的環境背景而定，新機會的來源在不同的時間有不同的重要性。

鶯歌陶瓷業本身擁有地方發展的歷史淵源，而「價值創新」與「創新合作」則是該產業現階段，因應陶瓷使用價值低落和外面產地興起的發展關鍵。鶯歌陶瓷產業因應全球化生存之道是透過合作來尋求陶瓷的創新價值，譬如形成以行銷合作、生產合作，或設計構想與創意合作為目的產業網路，來尋求新的行銷管道與機會、改善產品品質，和重新打造陶瓷在裝置藝術與其他方面的創新價值。

本章節主要以其它的產業來舉例，尋找創新理論相關碩士論文來探討，將所參考的碩博士論文做整理成表 2-2。

¹⁹ 弊多於利：放到英文來說，就是 **do more harm than good**，簡單來說就是做過多了再好的事物都會變不好。

表 2.3 創新理論的相關研究表

| | 研究者 | 年代 | 文章標題 | 出處 |
|----|-----|------|---------------------------------------|--------------|
| 1. | 賈智仁 | 2005 | 結合創新理論與計劃行為理論以探討行動多媒體物件之採用 | 國立暨南國際大學碩士論文 |
| 2. | 楊繼斌 | 2006 | WiMAX 服務之可行性研究：以破壞性創新理論分析 | 國立交通大學碩士論文 |
| 3. | 賴銘毅 | 2007 | 以 Christensen 創新理論探討影響台灣背光模組產業經營績效之因素 | 銘傳大學碩士論文 |
| 4. | 郭曉暉 | 2012 | QFD 結合 TRIZ 創新理論在落水頭產品改善 | 國立勤益科技大學碩士論文 |

(資料來源：台灣博碩士論文加值系統)

賈智仁(2005)本論文使用社會心理學領域中研究人類行為意圖最廣泛接受的理論：「計畫行為理論」為本研究架構中的基礎理論，並且配合「創新擴散理論」、「自我效能理論」以及其他相關文獻找出三個影響的自變數：娛樂性、複雜性、和形象性，期望能解釋或預測影響消費主採用行動多媒體物件的因素。本論文以行動通訊上的行動多媒體物件為主，從消費者的立場，探討消費者對於行動多媒體物件的採用情況，歸納成四點研究目的，1. 探討行動電話用戶對於行動多媒體物件的觀點和使用狀況；2. 驗證「計畫行為理論」，是否適用於本研究所探討的行動多媒體物件之採用；3. 探討「創新擴散理論」中的重要影響因素對於行動多媒體物件之採用的影響；4. 探討「娛樂性」對於行動多媒體物件之採用的影響。

創新(Innovation)可以是一種構想、活動或是具體的事物，可被採用的個人或組織認為是一種新的事物。簡單來說，只要採用的個人或組織人為是一種新的事物，就可稱為創新，而不依定需要含有新的知識在裡面。因為在對某些個體或是組織而言，也許是已經知道的事物，但是在對另外的個體或是組織而言，仍然算是一項創新事物。創新在市場擴散的快慢，和產品訊息在不同的溝通管道傳播有關。傳播管道大致可分為非人際來源以及人際來源，前者例如廣告，後者例如非正式意見領袖。

楊繼斌(2006) 本論文所指的 WiMAX 是全球互通微波存取(英語: Worldwide Interoperability for Microwave Access, 縮寫為 WiMAX) 是一項高速無線數據網路標準, 主要用在都會網路。WiMAX 能提供許多種應用服務, 包括最後一哩²⁰無線寬帶接入、熱點、行動通訊回程線路以及作為商業用途在企業間的高速連線。本論文以「破壞性創新²¹」理論觀點檢驗 WiMAX 的創新模式, 從電信歷史個案歸納「破壞性創新」對企業的意義, 以及電信服務產業的關鍵成功因素。

本論文嘗試應用「破壞性創新」理論的觀點, 分析檢驗 WiMAX 服務的可行性, 並應用關鍵成功因素分析和情境分析法, 從產業新進者的觀點, 提出攻佔市場的可行策略。在運用破壞性創新理論分析產業變化的架構裡, 第一步驟就是辨識產業變化跡象, 分析市場裡的各種顧客群。各項創新產品推出之前, 要能夠找到正確的目標顧客群, 才能正確的辨識出市場的需求, 發現創新的驅力。瞭解市場對於創新產品的需求, 也才能辨識出創新的模式, 和關鍵成功因素, 之後, 決策者才能對症下藥, 選擇是當的市場策略。正確的創新模式必須搭配正確的商业模式, 才能真正發揮破壞性創新的顛覆性。

賴銘毅(2007) 本論文主旨在探討背光模組²²產業 9 家上市櫃公司之經營績效, 並探討影響其經營績效良窳²³之因素, 據以研究競爭策略。賴銘毅研究者主要核心問題是 9 家上市櫃公司之經營績效如何? 影響背光模組產業經營績效良窳之因素為何? 傳統上探討影響廠商經營績效之因素, 其基本理論為「市場結構—行為—績效」理論, 而競爭策略為市場行為的一部分, 有鑑於創新對產業的重要

²⁰ 一哩: 一哩約等於 106 公里, 也就是 1600 公尺。

²¹ 破壞性創新: (英文: Disruptive innovation), 亦被稱作破壞性科技、突破性創新, 是指將產品或服務透過科技性的創新, 並以低價特色針對特殊目標消費族群, 突破現有市場所能預期的消費改變。破壞性創新是擴大和開發新市場, 提供新的功能的有力方法, 反過來, 也有可能破壞與現有市場之間的聯繫, 該理論在管理實務上產生重大影響, 並引起學術界大量討論。

²² 背光模組: (Back light module)為液晶顯示器面板(LCD panel)的關鍵零組件之一, 由於液晶本身不發光, 背光模組之功能即在於供應充足的亮度與分佈均勻的光源, 使其能正常顯示影像。

²³ 良窳: 好與壞。

性，本論文仍從創新理論的觀點探討影響背光模組產業經營績效良窳之因素。

「創新」之定義，於文獻資料中最早乃由經濟學家 Schumpeter²⁴所提出，他認為「先有發明，後有創新」，這個觀念對後來學者對於創新的看法與研究有深遠影響。「創新」是指使用新的知識，提供客戶所需新的服務及產品，包括了發明(invention)及商業化(commercialization)。更深入說明：「商業化乃是指使用新的方法，創新的過程不能與企業策略和競爭環境分開」，新的知識可能與技術或市場相關。Drucker²⁵(1985)認為創新(innovation)是賦予資源創造財富之新能力，使資源變成真正的資源，並以完整有系統化的形式討論創新，反對所謂創新是「靈機一動」的說法，認為創新是可以學習、訓練的。

創新是一種新產品或服務、新製程技術、新管理系統及結構或是組織成員的新計畫。並認為技術創新與經營創新是有不同的，技術創新指產品、服務、程序上的改良或全新的產品，而經營創新乃指組織結構與管理程序上的創新，二者可能會也可能不會互相影響及需要。

²⁴ Schumpeter：約瑟夫·阿洛伊斯·熊彼特（德語：Joseph Alois Schumpeter，或譯為熊彼德，1883年2月8日－1950年1月8日）[1]是奧地利一位有深遠影響的政治經濟學家。

²⁵ Drucker：彼得·費迪南·杜拉克是一位奧地利出生的作家、管理顧問、以及大學教授，他專注於寫作有關管理學範疇的文章，「知識工作者」一詞經由彼得·杜拉克的作品變得廣為人知。他催生了管理這個學門，他同時預測知識經濟時代的到來。

第三章 研究設計與執行

本研究最主要的主旨是研究鶯歌地區的陶瓷產業創新的歷程、與未來發展的趨向。依據研究目的及文獻分析結果，確定本研究的資料蒐集及整理。本研究採用質性研究，利用文獻分析法、深度訪談法等進行研究。本章分別第一節為研究架構、第二節為研究方法、第三節研究設計與執行。

3.1 研究架構

本研究在確定研究主題與對象後，接者就開始擬定研究目的，同時開始蒐集一些相關資訊、閱讀相關文獻，包括專書、學術論文、期刊、相關報導以及網站資料等，透過這些相關資訊瞭解本研究相關之理論及過去的相關研究。

本研究以「鶯歌陶瓷產業創新」為研究個案，研究方法為質性研究中的「個案研究法」、「深度訪談法」，藉由對一些在地的陶瓷老闆的訪談中來瞭解鶯歌陶瓷產業創新的發展歷程、影響鶯歌陶瓷產業發展創新的因素、以及對未來陶瓷產業的發展有什麼樣的策略。透過深度訪談編碼分析與綜合整理後，獲得本研究的研究結果與結論。本研究之研究架構操作如下圖 3.1 所

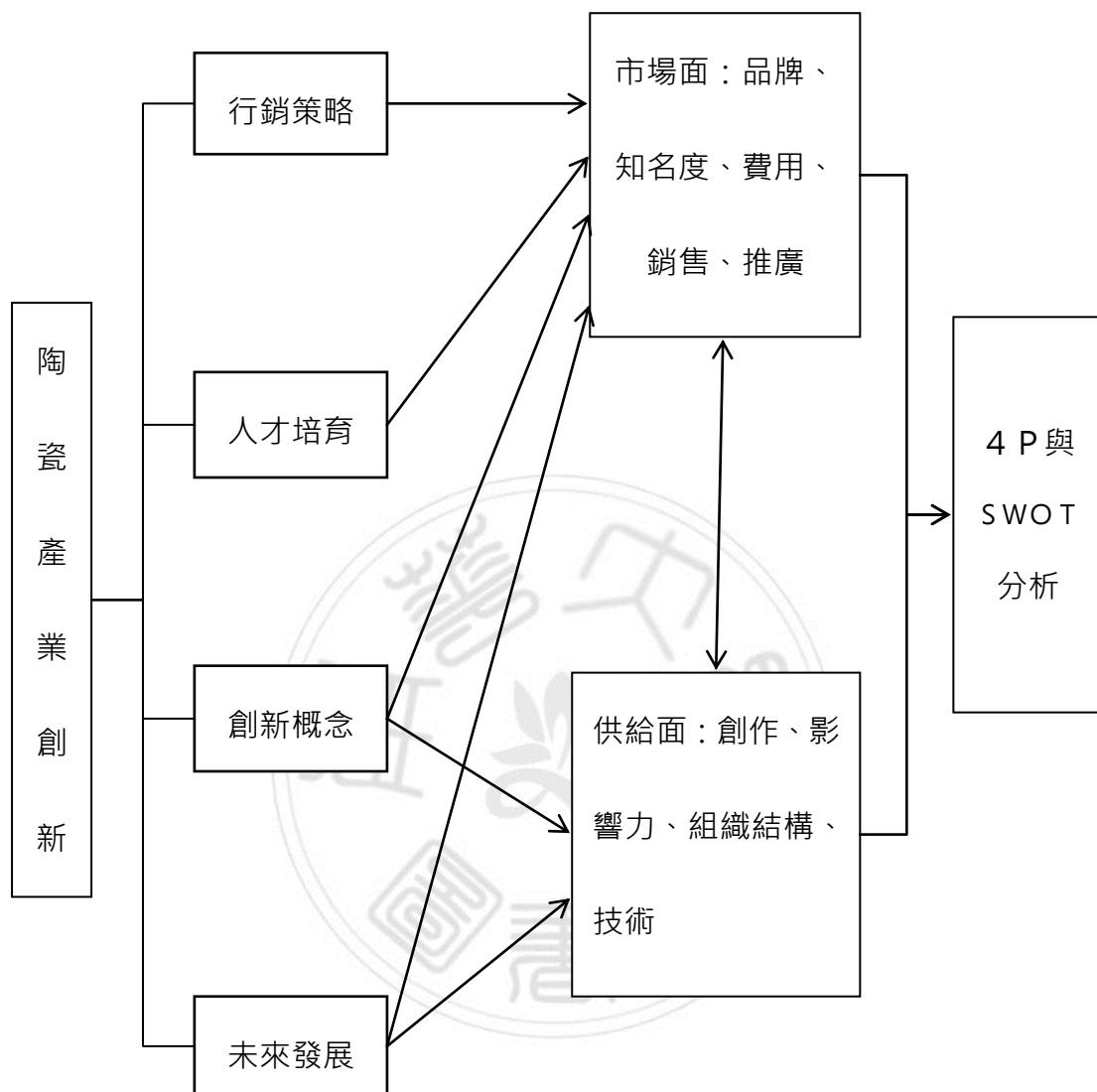


圖 3-1 研究架構圖 (資料來源：本研究整理繪製)

3.2 研究方法

本研究為探討鶯歌地區陶瓷產業創新發展歷程研究，最主要以產業創新為主，透過了個案研究法、深度訪談法及文獻分析法等質化研究方式進行資料分析。

3.2.1 個案研究法(Case Study Research)

「個案研究(Case Study)」的定義，係指採行各種方法收集有效的完整資料，對於單一的個人、事件、或社會單位(團體)，再對其問題的前因後果做深入研究的一種方法。一般歸屬於敘述性研究(descriptive study)，亦即描述和形容某些特殊事物和特徵的研究設計，從事個案研究先要對個案中現有的資料分析，探索事實的原因與資料來源，進而掌握事實，瞭解個案的整體狀況，以作為下定決策、解決問題之前衝。總而言之，「個案」所代表的應是一項事實，或一組事件，它提供一個問題或一連串的問題，以供研究者思考，並嘗試去解決的一份資料，故個案可被視為是一能引發思考、判斷和正確行動的工具。(陳萬淇，1995)

質性研究的研究方法中非常多的手法，其中就是屬個案研究的研究方法。它是一種策略，在進行個案研究時可以使用各種方法來切入，例如訪談、觀察、調查等，且個案研究具有特殊、描述、啟發、歸納以及探索。個案研究方法是屬於質性研究的基礎，亦是種採用多元式社會研究法。個案研究的意涵為透過針對單一個或多個案進行研究，藉由多元資料的蒐集及多重的比較分析，以找出它的規律性，以尋求解決問題的方法。

而本研究將提出鶯歌地區的陶瓷產業創新個案：在鶯歌地區這裡有什樣的產業創新個案，和瞭解基本的創新理論，也是有些個案的研究分析，並提出未來陶瓷產業的發展策略。

3.2.2 深度訪談(In-depth Interview Method)

深度訪談是本研究的研究方法之一。經由深度訪談，預期可以瞭解鶯歌陶瓷的產業創新、創新理論與提出未來的發展策略。另一方面，又能從訪談中知道了他們的經營模式、和他們的行銷策略。

所謂的深度訪談是社會科學領域中非常基本與常用的質性研究方法。用面談的方式，跟受訪者面對面的交談，提問本研究所需要的方向，「訪談」成為社會科學研究中的主要資料蒐集的工具(王雲東，2007)。透過深度訪談希望建立在透過言語的交流，使人可以表達自己的思想，讓不同的人與人之間可以達到一定的相互理解，同時，希望透過提問與對談來瞭解受訪者的價值觀、感受、態度、生活經驗、意識形態以及實際行為(陳向明，2002)，深度訪談的目的最主要就是企圖要深入的瞭解受訪者的經驗與意見，亦是一種研究性的交談，是研究者透過口頭談話的方式來更進一步的瞭解這一塊。

深度訪談可分為三種類型：封閉式—結構式、開放式—無結構型、半開放型—半結構型；訪談者可以透過訪問談話來瞭解受訪者的一些訊息，在提問與回答的互動過程中，收集到了些許訪談者所需要的資訊。實際上，訪談只是一種收集資訊的工具，事先設計好訪談大綱，經由了最適當的控制與安排，訪談者能夠詢問對方的想法，得到想要的答案(游麗芬，2006)。

1. 封閉式訪談

「封閉式」的訪談，研究者對訪談的方向和步驟聚主導作用，可按照自己的設計好瞭解並具有固定的結構的統一問題進行訪談。

2. 開放式訪談

「開放式」的訪談則無固定的統一訪談問題，訪談的目的是瞭解受訪者自己認為重要的問題、看待問題的角度、對意義的解釋，以及概念及表述的方式。

3. 半開放式訪談

「半開放式」得訪談中，研究者對訪談的結構先擬具大綱，但同時允許受訪者積極參與。

在訪談過程中，上述所提的三種訪談方式在進行時各有不同的表達方式，訪談是質性研究中一個十分重要的蒐集資料的方式，訪談的發揮不僅僅是一個簡單的、訪談者向受訪者「蒐集」資料的過程，而且更重要的是一個交談雙方的共同「建構」和共同「翻譯」社會現實的過程。最重要的理念是受訪者按照自己的語彙進行反應，表達自身所關心的面向，而訪談的目的主要是去發現，所以研究者應盡量避免引導式的作答(蔡志勝，2003)。

本研究訪談以鶯歌陶瓷產業創新為主軸，因時間的關係，訪談過程最主要以封閉式訪談為主，先擬好本研究的訪談大綱，再以面談方式向受訪者對談以瞭解問題與精細分析敘述，來瞭解訪談對象之經驗與觀察，再彙整重要的結論。

3.2.3 文獻分析法(Document Analysis)

文獻分析法(Document Analysis)是指根據一定的研究目的或課題，透過蒐集有關市場資訊、調查報告、產業動態等文獻資料，從而全面而精準地掌握所要研究問題的一種方法。蒐集內容盡量要求豐富及廣博，再將四處收集來的資料，經過分析後歸納統整，在分析事件淵源、原因、背景、影響及其意義等(朱柔若譯，2000)。文獻分析法主要蒐集、鑑別、整理文獻，並通過對文獻的研究，形成對事實科學認識的方法，且認為內容分析決定傳播影響力，為一社會科學的概念，是具有客觀性、系統性的量化方式。

文獻分析試紙蒐集有關他人所做的研究，分析其結果與建議，指出需要驗證的假設並說明這些建議性的假設是否有價值拿來應用，而當作自己的研究基礎。是尋求歷史資料、檢視歷史紀錄並客觀的分析、評鑑這些資料的研究方法，在採文獻分析法進行資料的分析時，必須先對文獻進行檢閱，由於常需要大量的歷史

資料與文獻，因此亦稱歷史文獻法。

文獻資料的來源包羅萬象，可以市政府部門的報告、網路資訊、圖書館的書籍、論文與期刊、報章雜誌等等。其分析步驟有四，即閱讀與整理(Reading and Organizing)、描述(Description)、分類(Classifying)及詮釋(Interpretation)。本研究大部分以相關的學士論文來研究探討，圖書的書籍與網路資訊來蒐集資訊進行研究探討分析。

3.3 研究設計

3.3.1 研究對象選取

本研究為探討鶯歌地區的陶瓷產業創新的歷程研究，所選取之主要研究對象共有三位，受訪者都將是與鶯歌陶瓷的業者有關，都是家中在經營陶瓷產業的店家，之所以會選擇鶯歌地區的陶瓷業者是由於研究者也居住在鶯歌地區，對熟悉的環境比較好下手，比較能著手，因此就選擇了這三位受訪對象，三位受訪對象也都很親切地回答研究者所提問的問題，由於時間關係訪談方式就用了封閉式訪談方式，先擬定好所要訪談的大綱，直接照著題目的問題來問受訪者，其中一位受訪者的女兒剛好也是研究者國中時期的同學，所以特別感到親民。

受訪對象資料如下表 3.1 所示：

表 3.1 訪談對象資料(依照受訪日期排列順序)

| 受訪對象 | 編號 | 受訪者身分 | 訪談日期 | 訪談時間 | 地點 |
|-----------|----|-----------------|------------|-------------|------|
| 陶驛陶藝 | A | 老闆夫人 (林小姐) | 2016.04.03 | 13:00~14:30 | 鶯歌地區 |
| 鶯歌老街網有限公司 | B | 老闆 (劉貴銘先生) | 2016.4.4 | 9:00~11:00 | 鶯歌地區 |
| 共築摘星樓閣 | C | 老闆夫人 (許明香小姐) | 2016.4.16 | 14:00~15:00 | 鶯歌地區 |

(資料來源：本研究整理製表)

本研究的研究對象為鶯歌地區鶯歌陶瓷產業創新為主，根據研究目的和受訪者的領域專長設計了不同的訪談大綱，訪談時受訪者可依其對問題的認知、熟悉度及經驗回答，若對題目不清楚不瞭解，可以不用回答，研究者主要以研究目的的三大主軸來想出很多的細項來提出問題，並與指導教授討論訪談大綱的適切性和研究對象的可能性，經過多次的修正後，最後定稿。依上述的架構，本研究所設計的訪談大綱如下：

第一部分：鶯歌陶瓷產業的創新發展與歷程階段。

1. 請問您是什麼時候開始接觸陶瓷產業的?
2. 什麼原因讓您對陶瓷業感興趣?
3. 近幾年顧客需求有沒有什麼很大的變化?
4. 您認為具你所知道，以前鶯歌陶瓷產業和現今有什麼差別?
5. 依據您所瞭解從以前到現在工廠的數量有很大變化嗎?

第二部分：提出未來陶瓷產業的發展策略。

1. 請問您認為鶯歌最具代表性的特色或獨特的地方為何?
2. 您認為陶瓷有什麼樣的產業競爭?
3. 請問您認為影響鶯歌陶瓷產業創新的原因為何?
4. 請問您認為陶瓷產業創新最大的困難點何在?
5. 請問您認為大部分客戶都是來自台灣或國外?

第三部分：鶯歌陶瓷產業的未來發展策略。

1. 請問您對陶瓷產業的未來發展有什麼樣的願景?
2. 請問您認為陶瓷產業成功的關鍵為何?
3. 想問您認為要怎麼提高陶瓷產業的附加價值?
4. 認為陶瓷產業週邊能衍生出什麼樣的產品?

3.4 研究執行

3.4.1 深度訪談的過程

本研究訪談步驟分為三個階段執行：

I. 訪談前的執行

研究者在訪談前，先蒐集了很多相關的文獻，去圖書館蒐集了許多相關書籍、資訊與相關的學士論文等等，在與指導教授多次討論與擬定訪談大綱，並透過網路資訊去尋找訪談對象，也詢問了身邊的相關人士協助介紹，最終在網路尋找到了三家相關主題陶瓷業者來作為本論文的訪談對象，以電話方式來做聯絡向受訪者確認意願度，並且再進一步的向受訪對象預約他們所方便的時間與地點來做面談，其中一位為研究者國中時期的家長，更為親民好聯絡。研究者在訪談前先以網路 Facebook 與 E-mail 留言說明研究者的來歷、論文之研究主題與訪談大綱的主軸，使受訪者能對訪談問題有了初步瞭解。

II. 訪談進行中的操作

本研究訪談方式以面談的方式，一對一的對談、面對面的封閉式訪談方式錄音進行。研究者在去訪談對象的所在地之前，會先準備好一份禮品送給對方，因為研究者認為這是基本的禮貌，因為有求於他人，他便將會是研究者完成這本論文的其中一位重要貴人，沒有這些受訪對象也不會有這本完成的論文，首先到了訪談對象所提的地點之後，會先在禮貌性的跟受訪者提說會以錄音方式進行，但對談方式就以聊天的方式來進行訪談，不用太拘謹，但主要還是針對訪談大綱的問題來提問作為訪談的輔助的資料，口語化的進行提問訪談，從中研究者獲得了受訪者的想法、建議與他的經驗之談。平均受訪時間為一個小時左右。

III. 訪談結束後的處理

研究者於訪談結束後，將會把訪談之錄音檔建立出一份電子文字資料的逐字稿，過程中如有疑惑之處，便會再透過 Facebook、E-mail 或是電話的聯絡方式

向受訪者作確認補充不足之處，最後將所有之訪談逐字稿建立完後，再逐一針對逐字稿內容進行編碼分析以利於資料的整理與研究進行。

3.4.2 訪談資料編碼說明

訪談逐字稿建立之後，接者即進行內容編碼分析。句子或段落標籤化的重作即是「編碼」，但並非賦予名稱而已，而是要賦予它概念化(齊力、林本炫，2005)。

本研究編碼將逐字稿整理過後製表，填上訪談日期、時間、訪談方式、訪談地點及訪談對象，將表分為兩欄，左欄為受訪者原始回答的內容，研究者逐字的打成逐字稿，而右欄則是為研究者所分析後歸納出的重點以及編碼，以代號「A」、「B」、「C」代表受訪者，依照訪談大綱分為三大題項，再依照各大題項細分了幾小項，以下為編碼範例：

第一部分：鶯歌陶瓷產業創新發展歷程階段。

1. 請問您是什麼時候開始接觸陶瓷產業的?
2. 什麼原因讓您對陶瓷業感興趣?
3. 近幾年顧客需求有沒有什麼很大的變化?
4. 您認為具你所知道，以前鶯歌陶瓷產業和現今有什麼差別?
5. 依據您所瞭解從以前到現在工廠的數量有很大變化嗎?

如受訪者 A 對於訪談大綱中第一題項中的第一分項提出見解之重點，則該編碼為 A-1-1-1，A 代表受訪者，1 代表主題大題項，1 代表分項小提項，最後一個 1 則是重點編號，若當題中出現兩個重點則應將編碼為 A-1-1-1、A-1-1-2 接續編號，第二題項中的第一分項編碼為 A-2-1-1 以此為例類推以下編碼。

第四章 研究探討與分析

本研究主要在於探討陶瓷產業創新對新北市鶯歌地區的影響，藉由訪談所得的資料加以分析與探討。本章節共分為三節，此三節依據訪談的三個面向來作為分析與說明。第一節分析鶯歌陶瓷產業創新發展階段。第二節分析影響鶯歌陶瓷產業發展創新的因素。第三節提出未來陶瓷產業的發展的策略。

本研究將研究對象以編碼 A「陶驛陶藝」；B「鶯歌老街網有限公司」；C「共築摘星樓閣」作為本章節受訪對象之代號。

4.1 鶯歌陶瓷產業創新發展歷程階段

4.1.1 什麼時候開始接觸陶瓷產業？

受訪者 A「陶驛陶藝」的林小姐由於家中是家族企業，所以從小就開始和父母一起接觸陶瓷產業了，鶯歌地區很多都是因為家族企業而接觸了陶瓷業，從小培養了興趣。

受訪者 A 表示：「我們因為是家族企業，所以我從很小就開始和我父母一起接觸了陶瓷產業了。」(A-1-1-1)

「家族經歷了產業興盛到衰弱，現今不得不由傳統產業轉型到休閒觀光產業了。」(A-1-1-2)

「秉持者在推廣鶯歌陶藝及地方文化的理念引導下，推行全面提升，期望能落實教學品質、教育的傳承。」(A-1-1-3)

「鶯歌目前面臨了轉型期，從原本的陶瓷代工要走向文化觀光模式，以鶯歌目前擁有的優缺點來分析這些困難。」(A-1-1-4)

林小姐表示因為現今這個產業已不能使用傳統的理念來經營了，在這個時代已經不適用了，只有少部分的老客戶或是懂這些傳統的人才會領情，現在逼的很多陶瓷業都要轉型為觀光的模式顧客才會上門，不然就是半觀光半陶瓷業，甚至要加點陶瓷教學，陶瓷初體驗之類的，因為林小姐他們的家族企業雖然已經轉型為觀光模式了，但依然還是秉持著推廣鶯歌陶瓷及地方文化的理念，希望可以透過這推廣可以全面提升，期望能因為這些推廣讓這些陶瓷業的一些種種都可以慢慢的傳承下去，而不是就這樣讓它繼續這樣落寞下去，這樣就太可惜了，若是真的發生了豈不是太枉費早期的人傳承下來的心意，所以我們要盡全力的保護這個產業，不讓這陶瓷業消失。

陶驛陶藝也是很多學校會帶小朋友來校外教學的聖地，甚至是公司旅遊、團體旅遊...等，因為這裡是有專業老師會教學做陶瓷的一個好地方，這裡提供了很多各式各樣跟陶瓷相關的D I Y教學課程，包刮手拉坯、手捏陶、陶板壓手印、瓷磚馬賽克拼貼、杯子彩繪...等。



圖 4-1 陶驛陶藝老師教學陶藝

(圖片來源：google 圖片 <https://www.google.com.tw/search?q>)

受訪者 B「鶯歌老街網有限公司」的劉貴銘先生是因為 70 年代時高中時代工讀的時候，因為工作關係跟陶瓷業連線了，也因為這樣認識了他的老婆，而他的老婆又剛好就是設計做陶這塊，所以才又更進一步的瞭解了陶瓷業。

受訪者 B 表示：「民國 70 年，高中工讀時因為工作的關係便已經接觸陶瓷業。也因為了這個通路我認識了我老婆，而我老婆就是在設計作陶這塊，所以現在才會去接觸陶瓷這一塊。」(B-1-1-1)

受訪者 C「共築摘星樓閣」許明香小姐因為從小就住苗栗，居住的地方附近都是務農的，所以原本父母要他讀關於務農的科系，但因為許明香小姐覺得這不是他想要的，不是他的興趣，於是就下定決心與自己的父母溝通，之後就自己前往了桃園的一所振聲高中就讀美工科，當時許明香小姐只是抱持者試試看，也不確定自己的興趣是不是就是這個，就這樣讓許明香小姐誤打誤撞的發現了自己的興趣，發現自己很愛相關藝術類，甚至去了鶯歌陶瓷廠擔任了立體圓形造型師。

受訪者 C 表示：「我從小就生長於苗栗，在苗栗長大，原本我是要讀務農有關的科系，但我實在覺得沒有興趣，所以跟父母說一聲我就自己前往了桃園就讀振聲高中美工科，當時也沒有想過自己會喜歡，沒想到就這樣讓我誤打誤撞之下，上了美工科而且還覺得對這方面還蠻有興趣的，對藝術很有興趣，然後我還來到鶯歌陶瓷廠擔任立體原型設計師。」(C-1-1-1)

「將自己最內心的記憶與情感作為主題，以寫實的方式來呈現，我做的每一份作品都是用我最大的愛來創造的」(C-1-1-2)

許明香小姐認為要完成一個作品是需要付出感情的，若是沒有用感情做出來的作品是不會有特別的意義，做出來也不會比用心做出來的好，所謂的「感情」可以是喜怒哀樂，製作一個作品時就像是捏造自己的小孩一樣的需要付出很大的感情，做陶是可以讓人心靜下來，讓人可以心平氣和，當你覺得心情很浮躁時不

訪可以試著做陶，當心情浮躁做出的作品第一個可能不會太好，但心情一定會不知不覺的就比較平靜，因為做陶是需要很大的用心、耐心與信心，才可以完成出好的作品。

比如說許明香有在 2014 年 6 月時有在陶博館展覽她自己親手做出的作品，在那次展覽中許明香小姐共展出了 26 組件，以臺灣傳統廟宇為主軸，每件作品都是她親自從挑土、捏塑、上釉、燒製到組裝完成，有些較大的物件從發想到完工，甚至需要 1 年半以上的時間，費時又費工。來館參觀的民眾無不驚嘆展品的輕巧手藝，尤其是屋瓦的部分，由於點綴上幾個破片，讓廟宇更添真實感。而她的作品《記物探索》更參與了雙年展，把臺灣的陶瓷藝術帶到了國際層次。另外，展場入口處還經過特別設計，讓民眾從一進來就可以感受到不同於以往的氛圍。

研究者就在撰寫這篇論文前，很碰巧的在 2014 年 6 月時與好友在鶯歌閒晃時不知不覺逛到了陶博館，我們就一起前往了這個展覽，沒有想到研究者在寫論文時會派上用場，於是就回頭翻了以前的相簿，經過一番的尋找，找到了當時在現場與好友拍了幾張許明香的作品，因為覺得作品實在太精緻了，所以照片就留存了下來，還記得當時進入陶博館看到這些作品，就讓我們目不轉睛地停留了很久，這些廟宇真的是太讓人讚嘆了，這真不知道要要花上多大的精力去完成一個作品，簡直跟一樣，這些縮小的廟宇是許明香用了六七年的時間一點一滴，一片一瓦的做，全部都是許明香小姐的心血。

許明香小姐將陶藝和古蹟保存融合製成了陶藝古建築，把傳統的題材融入新的創意，表達出傳統結合現代的文化內涵，許明香期望可以再藝術創作的時候也能夠替在地的文化來傳承盡一份心力，透過資訊知道許明香有了這些的靈感是來自於鹿港的龍山寺，但本來想要真實的把龍山寺呈現出來，但當許明香小姐做到一半的時候，她認為龍山寺給人的感覺是種平靜的，覺得似乎沒有像古廟那麼的豐富，後來她的想法是想加以個底座，原本只有上面一半，她覺得龍山寺是一個佛教的，所以後來他下面所加的底座是有刻著佛像的，屋頂也做得比較有被風化

的感覺。



圖 4-2 靈感來自於龍山寺的作品完成品 (圖片來源：研究者拍攝)



圖 4-3 許明香小姐所做的迷你廟宇 (圖片來源：研究者拍攝)



圖 4-4 傳統結合現代的作品 (圖片來源：研究者拍攝)

4.1.2 什麼原因對陶瓷產業而感興趣？

受訪者 A「陶驛陶藝」的林小姐是因為家族企業才接觸陶瓷，小的時候對陶瓷沒有特別的感興趣，可是小的時候都會因為新鮮與好奇而開始玩起了陶瓷，但林小姐開始讀書時身邊的同學們都沒有接觸陶瓷，小時候比較不懂就為了想跟同學們一樣，就有點遺棄了做陶的自己，而跟別的同學一樣玩著真正的玩具，直到後來林小姐上了高中大學才又重新開始喜歡了陶瓷，研究者覺得林小姐或許其實自己最新底一直都無法忘懷這份興趣，只是小時候為了不想跟別人不一樣而隱藏了自己的興趣，林小姐後來就開始向父母學習捏陶...等，自己也做出了各式各樣的作品出來。

受訪者 A 表示：「老實說我以前對這產業說真的沒很大興趣，因為家族企業所以才接觸的。」(A-1-2-1)

「做陶的時候就像是在捏造自己的孩子一樣，用自己的愛心與耐心去完成它，而它就像是會感受到一樣的給你回應。」(A-1-2-2)

不管是哪位做陶師傅都是需要很大的耐心與用心去製作一個作品。可以說做陶可以讓人心情平靜，即便是小朋友做的沒有很完美，但都是用他那雙小手捏造出來的，小朋友也可以玩得很開心。



圖 4-5 在陶驛陶藝作陶的小朋友

(圖片來源：google 圖片 <https://www.google.com.tw/search?biw>)

受訪者 B「鶯歌老街網有限公司」劉貴銘先生三十年前高中時期時就讀北市工農的夜間部，白天在貿易公司工讀，陶瓷製品是公司的出口業務之一，產品來源都是鶯歌地區，因此劉貴銘先生對陶瓷有了進一步的瞭解，這個緣分讓劉貴銘先生接觸到了陶瓷業，因為自己的太太又更瞭解關於陶瓷的相關知識，自己也有做了許多的作品，也在訪問當天送了研究者一個他自己做的馬克杯，

馬克杯的上面刻有字，為“不出錯不出”意思是：「不經意地出錯，是習慣性地累積而成。出錯付出代價，無非就是自己或團隊。怕麻煩想省事，心存僥倖而漸成習慣。明知道的錯誤，欺騙自己閉著眼度過。好的習慣，一定可以成就自己。壞的習慣，中會讓人一蹶不起。喝口水，緩緩呼吸，整理一下情緒。重複多

檢視一次，盡可能不出錯。發現未盡處，告訴自己不讓錯誤出門。」說明了「不出錯」是目標追求。「錯不出」是自重自尊。黑底襯底代表兩者皆源自律。但文字為灰色而非純白色，釉料為粗顆粒而非平整光滑，杯身甚至會有不律規呈現的細孔。時時提醒處世不可過度嚴苛，亦不可過於極端，至剛易折，上善若水。²⁶

受訪者 B 表示：「互動良好的鄰居與朋友，不少人是陶藝工作者或陶瓷製品的買賣業者」(B-1-2-1)

民國 90 年，劉貴銘先生與自己的太太在陶瓷老街從事了門市工作，有了自己的店面，也因為這樣的關係，劉貴銘先生表示他多了許多機會和本地的陶瓷業界的人士往來，讓他更開眼界，又加上因為鄰居與朋友大部分也都是陶藝工作者或陶瓷製品的買賣業者，讓他們有更多的機會交流，互動非常的良好，劉貴銘先生說在他還沒有進入陶瓷業者的時候，日常生活的周遭都已經佈滿了陶瓷產品，幾乎是生活的一部分。鶯歌最令人驕傲的資產就是有著一群堅持創作理念的工作者，不斷地為這塊土地注入活力，也因此造就了鶯歌遠近馳名的不凡名聲。許多外地人稱他們為大師、老師...等，對本地人來說，他們是鄰居、是親人、是同學、是朋友，是認真生活同時執著於創作的可敬的工作者。



圖 4-6 劉貴銘先生的作品（圖片來源：研究者拍攝）

²⁶ 資料來源：鶯歌老街往 <http://www.yingge.tw/YG-01B.asp> (不出錯不出)

受訪者 C「共築摘星樓閣」許明香小姐因為誤打誤撞地進入了振聲高中的美工科，許明香小姐無意間的發現了他其實很喜歡藝術，發現自己所喜愛的，讓自己有了人生目標，開始研讀相關知識，許明香小姐還說，她從事了 20 多年的陶瓷創作才在某天偶然的發現原來她的祖先曾經也是經營燒磚瓦的窯場，她才明白或許會從事陶瓷創作或許就是老天爺所給她的機緣，讓她有機會接觸到這塊或許都是緣分。

受訪者 C 表示：「這是我長大後才知道的，我從事陶藝創作已超過 20 年了，就在某天偶然地發現我的祖先曾經也是經營燒磚瓦的窯場，是我父母跟我說的，我這才明白原來我喜歡陶藝是有原因的。」(C-1-2-1)

現在的許明香小姐是很有成就的一位陶瓷創作者，雖然丈夫因為一場病，手沒像以前做陶這麼靈巧，但許明香小姐也沒有因此氣餒，反而更堅強的做給她的丈夫看，就為了想喚起丈夫以前更多的回憶。許明香小姐的丈夫曾經也是個知名的陶藝家叫李金生先生，在很久之前李金生先生突然心肌梗塞送醫治療，昏迷了六天，雖然救回一命，卻罹患重度失憶、失智，醒來的時候連自己的名字忘記了，許明香小姐暫時放下了手邊的工作全心照顧丈夫，許明香小姐很堅強的帶著丈夫一一的回顧過去的陶藝作品及背後的故事，不斷的向他述說兩人過去的甘苦，但他總是記了就忘，生活也無法自理，直到李金生先生住了一個月的醫院出院後，當她的丈夫踏進家門的那瞬間，喚起了對妻子的記憶，一句「我們好像一起住過這裡」，讓許明香小姐內心很激動，由於許明香小姐就開始時常和丈夫一起交流陶藝，這已成為他們夫妻的重心，許明香小姐不斷地把以前做陶的靈感故事都說給她丈夫聽，使得他的腦中零碎的記憶逐漸的拼湊起來，讓他恢復神速，也可以簡單的讓他丈夫嘗試捏黏土，儘管手法還是像個小孩，但作品能看見過去的影子與思維，醫生也表示李金生先生因為陶瓷的刺激，讓他能夠很快地恢復健康，許

明香小姐的努力，使用了多種方式來換回丈夫的記憶，研究者認為雖然李金生先生已經好很多了，但已成為他們夫妻倆的人生目標，每天都會互相交流陶藝。

4.1.3 近幾年顧客需求有沒有什麼很大的變化？

由於現今的時代轉變，使得現在大部分的業者都從大量生產產品改為了客製化，而 A 受訪者「陶驛陶藝」的林小姐也是由大量生產轉為了客製化，改為自己設計的商品來生產，量也不會很大量的生產，需要多少的量才會生產多少。大家都認為鶯歌地區就是一個充滿者陶瓷的色彩，環繞著許多的陶瓷產品，相對於陶瓷的作品很多，所以鶯歌的特色大概就屬陶瓷。

受訪者 A 認為：「由大量生產轉為客製化.不再接受現有商品,改為自行設計之商品生產,量也不在上千上萬件生產 只依需求量來進行生產事後回單也不在。」

(A-1-3-1)

「鶯歌陶瓷，在台灣工藝產業是文化創意產業中發展比較成熟而且外銷成長較高的，且鶯歌體驗行銷的活動發展也較成熟多元，因此就最具代表性。」

(A-1-3-2)

鶯歌地區也會藉由來此地遊玩的顧客來讓他們體驗行銷策略，透過商家設計的種種文化活動，讓他們來此地可以感受到那種當地文化的薰陶，得到顧客的認同。研究者認為鶯歌陶瓷的體驗行銷是一個很不錯的方法，因為可以讓顧客來這體驗這些陶瓷，還可以自行完成一些陶瓷作品並且留存帶回去，這樣顯得更有趣，更多的人也會因此接觸到了很多的陶瓷作品，鶯歌陶瓷在台灣工業產業是文化創意產業中發展比較成熟的且外銷成長較高，體驗行銷的活動發展業較為成熟多元，相對的也是最具代表性的。

體驗行銷，顧名思義就是必須讓顧客直接參與行銷的內容，達到可以刺激銷

售又可得到顧客的認同與接受，體驗並不是行銷上的新鮮事，是透過這個方式讓顧客們可以深深的體會這個陶瓷產品的特別，還有感受產品的特色，發現產品的優點...等，雖說體驗並不是行銷上的新鮮事，但是若做出來的作品卻是可以成為新鮮事同時也可以讓顧客感到有成就感，對產品的認同度也會跟著深高，每個人都可以創造出不一樣的體驗作品，每個人想像出來的作品與做出來的作品都會不同，連專業的師傅都不一定可以做出百分之百一模一樣的作品，一定都會有個紋路、大小、高低、胖瘦或是缺角的差別，所以只要欣賞的人每個作品都會是獨一無二與新鮮的，還沒有買到產品就先感受到的產品會先使人確定喜不喜愛這個產品，等到下定決心買下的時候就是認同的意思，有些事情真的要經歷過才能真正理解它的特別，認真覺得它的不錯，不管是銷售食物或是物品或是衣物都是依樣要試過了才會真正體會到適不適合自己，它的特別與你的接受度。

受訪者 B「鶯歌老街網有限公司」劉貴銘先生也是從標準的規格量產化商品，逐年轉向對客製化、手工作品與精緻單品為主了，現在的人們都時常看著精緻的產品，而精緻的產品相對的也比較難生產，因此就從量化變為了客製化的形式，而若是有大量的產品也是非常的少了，因為現在會看標準規格的产品已經不多，除非是稍微傳統的長輩還是有可能的，但現在大部分的年輕人都是看作品的精緻度與美感，大部分的人都是把它拿來送禮或是放到家中當擺設裝飾的居多，作品若是購精緻又附上很實用，那肯定就更多人喜愛了，但製作的高難度也會比較高，因此價位也都比部便宜，但也不會引次都沒有人購買，從外縣市來的人也會特別買回去作紀念。

受訪者 B 認為：「一般門市的顧客喜好，逐漸由工業生產的標準規格量產化商品，逐年轉向對客製化、手作品與精緻單品感到興趣。」(B-1-3-1)

受訪者 C「共築摘星樓閣」許明香小姐則認為近幾年變化最大的就是，現在

必須是需要創新的，需要有創新商品才行，要有創新的經營模式與行為，還有服務與活動，活動就像是親自體驗，有了互動或許會有更親近人的感覺，研究者認為創新是由每個人所創造出來的，從人類的腦袋思維所釋放出來的靈感，每個人所做的每個思維的動作與周周到所有人、事、物都有可能成為每個的靈感，當把心靜下來看看周遭的事物就會發現很多都會成為你的靈感的一部分，所以身邊的事物都會是你靈感的一個重要的角色，很久以前的顧客都比較住傳統與實用，而現在的顧客不只要實用，也非常注重產品的精緻、美感與藝術，這些外表也足夠讓現在的顧客們是購買的理由，也因為這樣以前都是使用大批發的方式已經比較不被選擇了，大部分已經都改為客製化了，只有少許的基本款會使用大量批發的方式來銷售。

受訪者 C 認為：「從前的顧客都注重傳統與實用，現在的顧客大多都注重精緻、美感、藝術，還有要求要有美感又實用的！也因為這樣以前都大批發的賣，現在大部分都已經客製化了~只有些少部分的基本款會大量批發。」(C-1-3-1)

「現在顧客對充滿好奇心，都會想嘗試自己 DIY 的感覺。」(C-1-3-2)

現在的人們也都是充滿著好奇心，都會想要親自去嘗試，尤其陶瓷業更需要顧客的深深體會，更需要讓他們親自在專業的師傅教導下用他們的雙手來完成作品，這會是最好的方法使他的能夠真正的體會作品的特色，與製作過程所需要的細心、耐心、思維...等。製作過程是要很專心的關注著陶瓷，只要不小心一個分心，很有可能就會做失敗，或是歪掉，作品就會做不完整，所以做陶瓷是需要用「心」去體會才能夠發現陶瓷的奧妙，做陶可以使人愉悅，但也是有少部分的不喜愛，但是大部分的人體會到了都會喜歡的，可以自己捏造自己所喜愛的形狀。

4.1.4 從前鶯歌陶瓷產業和現今有什麼差別?

受訪者 A「陶驛陶藝」林小姐認為從前與現今的陶瓷產業最大的差別就是傳統的製作方式已經慢慢的變為較精緻拉坯手工的手法來製作了，而林小姐以人來比喻了，林小姐簡單的說明了老一輩的思想都轉變為新世代年輕人的創新想法，現在的年輕人都非常的有想像力，因此創新的產品不斷的一直被生產出來，現今大部分的老人還是保有傳統的想法，從前的人們的想法都非常的單純不會想的太複雜，有什麼就做什麼不會想要特別的改變，凡事只要覺得穩固就好，這就是為什麼以前的社會治安都比較安詳，沒像現在時不時就會有負面新聞出現，現在的人們動腦比較快，想的也多，想像力自然地就也比較豐富了，因此使得創新更為重要了，現在年輕一輩的人思維都不一樣了。

受訪者 A 認為：「由傳統製作方式(注漿,大量生產)慢慢轉為較精緻(拉坯,手工)的手法來製作。」(A-1-4-1)

「但年青人就不一樣了~自行設計開發與目前市場做區隔 ~會自己爭取建立自我品牌，現在的年輕人很多都想要自己獨特的風格。」(A-1-4-2)

現在的年輕人更想要的是他們的作品創作能有自己的獨特，因此都希望自己的產品會有獨特的品牌，顧客看到了就會知道是誰做的那種獨特品牌，也因為如此現在的年輕人總是做出一些與眾不同的作品呈現給大家，讓大家無法忘懷它的特別，很多的師傅都會希望可以做出自己的風格，而拼命的學習也不斷的練習製作，想要在創作中找到自己想要的，創作屬於自己的品牌風格。

受訪者 B「鶯歌老街網有限公司」的劉貴銘先生認為現在最不同的地方就是現在的工廠已經沒有太多的勞工集中了，這已經不適用於現在的生產模式了，很多都被機器所取代了，所剩的已經不多了，勞力密集型的產業可以說進行生產主要依靠的是大量使用勞動力，而對技術和設備的依賴程度沒麼高，其衡量的標準是生產成本中工資與設備較舊，主要兩種型態，量產化的工廠也轉為研發材料與應用層次提昇。小型生產模式的工廠，也都轉變為人數很少的工作室型態了，主要

的商品大部分都是日常生活會用到的陶瓷製品，與大家都喜愛的藝術擺飾品...等。

受訪者 B 認為：「勞力密集的生產模式，所剩無幾。取而代之的，主要是兩種型態：量產化的工廠，轉為研發材料與應用層次提昇。小型生產模式工廠，轉變為人數較少的工作室型態，主要產品為手作日常生活陶瓷製品與藝術擺飾品。整個鶯歌歷史產業的發展中，最重要的莫過於陶瓷的生產了。」(B-1-4-1)

受訪者 C「共築摘星樓閣」許明香小姐認為鶯歌陶瓷產業從以前到現在最大的不一樣就是設備越來越齊全了，要完成一樣作品已經不需要像以前一樣花這麼多的時間了，以前幾乎是手工創造，雖然手工創作的會覺得獨一無二，但當需要大量生產再用手工方式作製作作品，所需的時間太過於長了，作品就會完成的慢，而現在就不同了，用設備的輔助，可以很快速地完成一份作品。

受訪者 C 認為：「鶯歌陶瓷產業差別最大的應該就是設備越來越齊全，以前幾乎是手工做陶瓷，現在都有機器在輔佐了」(C-1-4-1)

「陶瓷雖然現在都有機器輔佐，但是最關鍵的還是師傅的細心巧手，也是需要很大的巧思，很大的耐心。」(C-1-4-2)

設備齊全了雖然方便，但是其中還是需要一位專業的巧手師傅才能真正地完成一件作品，在怎麼樣機器都是制式化的，不會想像，還是需要師傅的心思巧手來製作才會完美，許明香小姐用算命來舉例了，她表示在你去算命的時候，算命師有可能說妳以後會很幸福，會過著很好的日子，但是天上是不會無故對下一份禮物給你，還是需要自己的努力才能真正改變你的命運，讓自己變的真正幸福。研究者認為許明香小姐所舉的力很有道哩，這也讓我想到以前在考大學時，母親都會帶著我們去廟裡拜拜，希望可以取得神明的保佑讓我們可以順利考到理想的學校，但是若你一樣在家坐在沙發上看著電視什麼事都不做，那一樣是不會有理想的學校駕臨在你的生命中，都還是要靠自己的努力才可以，所以說陶瓷雖然有

機器的協助，但最重要的都還是師傅的細心與耐心的巧手，這些人類頭腦的巧思，機器是做不來的，在這多年的陶瓷業變化最大的就是機器設備的變化了。

4.1.5 從以前到現在工廠的數量有很大變化嗎？

受訪者 A「陶驛陶藝」林小姐認為工廠的數量已經沒有從前的多了，以前的工廠都聚集在鶯歌地區居多，尤其是在現在的鶯歌國中附近、尖山埔路上，以前鶯歌國中那個位置的建築物對面，總共住了十一戶人家，因為只有僅僅只有這十一戶人家，所以這裡另有了個名字叫做「十一間仔」。

早期三四十年前因為幾乎工廠都是使用煙囪的方式排煙，排出來的煙又總是烏漆麻黑的，使的鶯歌的天空總是看不到最清晰的藍天，因為幾乎完全被這些煙霧所覆蓋住了，經過多年來循環都是這樣，這其中一定也會有人反應，最後總算還是慢慢地遷移走了，慢慢地許多陶瓷師傅都遷移到尖山埔路上。

尖山埔路-鶯歌陶瓷老街不同於其他老街的懷舊風情，鶯歌陶瓷老街所呈現的樣貌是如此的新穎。早期的陶瓷老街所代表的是這條街道背後的歷史痕跡，是早期的人在此辛苦打拼揮灑汗水的地方。當時在尖山埔路上則是聚集了許多製陶師傅，以過去燃煤的生產方式，讓鶯歌成為煙囪林立的鄉鎮。就有如此一說，鶯歌地名的由來，是因為沒下雨的鶯歌是土層飛舞，下過雨的鶯歌則是滿地泥濘。在生產技術的進步與改變，現在鶯歌的老煙囪只剩下個位數，當初無法保留為在陶瓷老街的那座煙囪，實在相當令人感到惋惜。



圖 4-7 民國 50 年代前的鶯歌

(圖片來源：google 圖片 <https://www.google.com.tw/search?biw=1366&bih>)

鶯歌陶瓷發展至今已 200 多年了，曾經台灣陶瓷生產是以北投地區為主，然而北投的禁燃生煤政策，以及鶯歌剛好引進新技術天然瓦斯，這一切都非常的巧合，讓鶯歌取代北投成為台灣的陶瓷重鎮。現在大家所看到的老街是政府在 1999 年的時候將鶯歌尖山埔路進行重新整頓鋪設了人行步道，讓大家都可以輕鬆的走在這裡參觀，這裡也將正式命名為鶯歌陶瓷老街。

發展到現在，鶯歌的陶瓷生產角度從過去的日常生活用品，漸漸變成兼具實用與藝術的方向。雖然少了許多大型工廠，但也誕生了許多的個人工作室，仍然有許多陶瓷家在努力著、創作著。



圖 4-8 現今的鶯歌老街

(圖片來源：google 圖片 <https://www.google.com.tw/search?biw=1366&bih>)

受訪者 A 認為：「工廠的數量由多到少。近幾十年來技術外移，工廠外移（移至內地生產，貪圖人工便宜）但也不能完全怪工廠不把技術和產業留至台灣，經濟環境不得不讓商家們往外發展。」(A-1-5-1)

甚至近幾十年來技術也慢慢的外移，工廠外移數量也越來越多，移至大陸的數量居多，在那邊人工便宜，林小姐認為這不能完全怪工廠不把技術和產業留在

台灣，而是因為經濟環境使得他們不得不讓商家們往外發展，每個都是需要生活，而為了生存他們選擇了工廠外移至內地生產。

受訪者 B「鶯歌老街網有限公司」劉貴銘先生也認為中大型工廠外移的很嚴重，從劉貴銘先生所說可得知具量產規模仍有留在鶯歌的有包括，磁磚、衛浴設備、沙崙、工業耗材...等。多年來似乎只有聽到舊工廠歇業，並沒有新的工廠設立的訊息。

劉貴銘先生所提的磁磚，因為在鶯歌也是很有名，所以研究者特別提出來，跟讀著們分享，在鶯歌說到磁磚就可以讓我們聯想到了鶯歌的馬賽克，就在鶯歌國中與鶯歌國小外的外牆上都是我們可見的馬賽克，在鶯歌國中的拱門上也是清晰的馬賽克所拼湊而成的，而這鶯歌國中與國小的外牆是由鶯歌高職師生所合力完成的「鶯歌陶瓷、人文色彩」拼貼。包含童年生活、台灣特有蝴蝶、新北市自然生態保育、鶯歌發展簡史及 12 生肖等五個系列。在鶯歌陶瓷老街處處可見隨便個招牌或是牆壁都有馬賽克的影子。

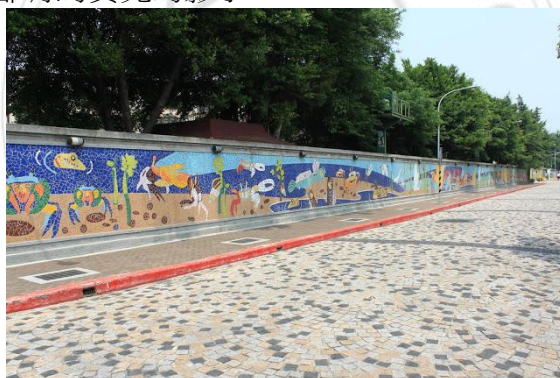


圖 4-9 鶯歌國中小的圍牆

(圖片來源：google 圖片 <https://www.google.com.tw/search?biw>)



圖 4-10 鶯歌國中的磁磚拱門

(圖片來源：google 圖片 <https://www.google.com.tw/search?biw=1366&bih>)

受訪者 B 認為：「中大型工廠外移得很嚴重，具量產規模仍留在鶯歌者，以磁磚、衛浴設備、砂輪、工業耗材等為大宗。」(B-1-5-1)

「陶瓷業所需的原料，幾十年前至今，幾乎全部都仰賴進口，台灣本身的原料資源是受限的。」(B-1-5-2)

陶瓷業所需要的原料，幾十年前至今，幾乎全都是仰賴進口的。由於考慮到成本的關係，許多的產品前半段工序製程都是在國外完成後進口的，然後鶯歌在接著做後半段的製程過程，現在工廠一大部分變為個人工作室居多，再來才是中小型工廠，大部分大型工廠都已外移了，研究者認為未來的鶯歌或許都會完全轉變為個人工作室了。

受訪者 C「共築摘星樓閣」許明香小姐認為現在已經明顯沒有像從前一樣這麼多的大型工廠，現在大家對產品的需求都是要獨特的創新理念，所以現在的工廠大多都是以個人風格為走向，現在大家都比較注重自己的獨特性，所以都會自己研發一些創新的作品，也會觀察客人所喜愛的，再加上自己的風格來製造!~

受訪者 C 認為：「以現今大家對產品的需求都要獨特創新的理念，所以工廠都有以個人需求為走向」(C-1-5-1)

研究者認為尤其是現在的年輕專業師傅，更是注重自己的獨特風格，現在大部分的師傅都有自己的個人工作室，方便每個人的製作，有自己的空間可以放自己的作品、可以有自己安靜的空間可以創作...等。

4.2 影響鶯歌陶瓷產業發展創新的因素

4.2.1 鶯歌最具代表性的特色或獨特的地方為何?

受訪者 A「陶驛陶藝」林小姐表示鶯歌的交界點就是新北市與桃園縣，這裡是一個非常具有地方特色的城鎮，是陶藝文化的盛況讓本鎮成為國內外知名的陶

都名城。人們只要提到鶯歌就會聯想到陶瓷，相對的只要提到陶瓷也就是聯想到鶯歌比較多，「鶯歌」與「陶瓷」常常被人們劃成等號，而陶瓷博物館是新北市的首座博物館，研究者也認為陶瓷博物館是鶯歌最驕傲的一個博物館，也是台灣最大的陶瓷博物館了，台灣已想不到還有沒有第二間像這樣專門做跟陶瓷相關的博物館展覽，館內結合了地方特色與國際眼光的作品，陶博館以社區出發、立足台灣、放眼國際自許，陶博館放了許多陶瓷的各種特色，陶瓷博物館用大片的玻璃包著就像一個方盒子、沒有遺漏的美景，剛創館的時候還舉辦了各式精采的展覽與活動，包括列為交通部十大節慶活動「陶瓷嘉年華」，有許民眾都有參與也都很認同，陶瓷嘉年華安排了許多街頭表演，人潮很多相當的熱鬧，鶯歌陶瓷嘉年華是一個結合地方產業、文化藝術與觀光休閒三個層面的活動，主要透過陶瓷商展、藝文展覽及教育休閒活動三種型態來呈現，不但有各式參與性的推廣活動及藝文表演，更邀請到國外陶藝家來台進行經驗交流，建立鶯歌國際文化形象。



圖 4-11 鶯歌陶瓷博物館的測照

(圖片來源：google 圖片 <https://www.google.com.tw/search?biw=1366&bih>)



圖 4-12 鶯歌陶瓷老街館內場景

(圖片來源：google 圖片 <https://www.google.com.tw/search?biw=1366&bih>)



圖 4-13 鶯歌 2007 年的陶瓷嘉年華現場

(圖片來源：google 圖片 <https://www.google.com.tw/search?biw>)

現今因為社會變遷太快速，使得許多珍貴的文化都在經濟發展的衝擊下漸漸快消失了，讓人真的很惋惜。只能靠一些老師傅一直傳承下去了，還有一些年輕師傅是我們鶯歌陶瓷的新希望，期望現在的年輕一輩的師傅能再把鶯歌的文化發

揚光大，讓民眾會有期待走金鶯歌，藉由了一些展覽向陶瓷博物館的一些展覽來進一步認識鶯歌在地的特色文化。

受訪者 A 認為：「陶瓷」就像是「鶯歌」一樣，常被人劃上等號，想到陶瓷就想到鶯歌，想到鶯歌自然也離不開陶瓷。」(A-2-1-1)

「新北市擁有多樣性的自然景觀與文化資源，陶瓷產業是最具歷史價值與未來發展前景的地方特色，陶藝結合了工藝、藝術與設計等不同的面向，表現越來越出色與多樣，為台灣的文化創意產業與現代陶藝發展增添了新的創新。」(A-2-1-2)

近幾年來，在相關單位與陶藝工作者共同努力下，陶藝結合了工藝、藝術與設計等不同的面相，表現越來越出色多樣，為台灣的文化創意產業與現代陶藝發展多了一些新的創新，研究者認為很值得一探究竟，讓民眾來鶯歌發現不同的陶瓷作品。

受訪者 B「鶯歌老街網有限公司」劉貴銘先生認為鶯歌雖是陶瓷製品，但基礎是建立在本地的人文特色，鶯歌的位置是在新北市的邊陲地帶，在樹林區之間，上隔有一大段的殯喪山坡地與環保焚化爐，居住生活機能反倒緊鄰桃園地區。鶯歌在地人保有難得的農村人文特色，與稠密人口的市區聚落有很大的不同。劉貴銘先生認為鶯歌老街是所有地區的老街最具有特別性的了，因為大部分的老街幾乎都是賣吃的居多，但鶯歌卻有著自己獨特的色彩就是陶瓷了。

受訪者 B 認為：「鶯歌最為人稱道，並具體呈現出印象，雖是陶瓷製品，但我認為其基礎是建立在本地的人文特色。」(B-2-1-1)

「鶯歌老街也是所有地區的老街最具有特別性了，因為大部分的老街幾乎都賣吃的，但我們鶯歌還有自己的特色就是陶瓷了。」(B-2-1-2)

受訪者 C 認為「現今中大型工廠外移很多，所以現在皆以量產，留至鶯歌陶瓷製造，數量也依採購單，再加以研討生產，但即便這樣陶瓷還是在鶯歌地區

最具代表性了。」(C-2-1-1)

受訪者 C「共築摘星樓閣」許明香小姐認為雖然現在中大型工廠大部分都已經外移了，在台灣皆以量產居多，留至鶯歌陶瓷製造的數量皆以採購單，再加以研討生產，但就算是這樣許明香小姐還是覺得鶯歌最具代表性的就是陶瓷了，只是現在的工廠已經很少是大量生產了，可以說是幾乎沒有了。

4.2.2 陶瓷有什麼樣的產業競爭？

受訪者 A「陶驛陶藝」林小姐認為陶瓷的產業競爭可能就是國外進口了，根據工商普查的定義，三角貿易指的是我國廠商接受國外客戶(買方)之訂單，而轉向第三國供應商(賣方)採購，貨物由賣方逕運買方，或經過我國轉運(不通過進口)銷售買賣貿易方式。²⁷我國中間商分別與進口國進口與出口國出口商訂立買賣合約，貨物則由出口商第三國經運進口國，至於貨款則由中間商以契約當事人立場一方面自進口商收取，另一方面向出口商支付。

受訪者 A：「可能就是國外進口(三角貿易)了吧，根據工商普查的定義，三角貿易係指「貨物不經我國通關，經由他地進出口，而貨款在國內收付者。」(A-2-2-1)

林小姐認為我們之所以要三角貿易最主要是因為要利用從事國際貿易的經驗、技術、商務關係，或地理上的優越地位，對出口商供應商以買方地位，面對進口國進口商以賣方的地位，分別簽立買賣契約，貨物則由出口直接運到進口國，或經過我國轉運不通過，我國轉運不通過，我國的中間商僅以文件處理方式達成貿易，並賺取差價的行為。

受訪者 B「鶯歌老街網有限公司」劉貴銘認為量產化製品以價格為導向：在不同生產規模的工廠，合乎最經濟生產單價的所需數量不同。劉貴銘先生就舉例了生產的數量是攸關於選擇工廠的大小有很大的關係，數量較多的只適合給大工

²⁷ 三角貿易：資料來源 <http://blog.xuite.net/linlin68/knowledge/4893662>

廠來生產，若是交給了小工廠會無法應付，但若是以單數量可以算起的，就以小工廠來應負，以價格為導向的產品，必須以數量，作為接單考量。

受訪者 B 認為：「量產化製品以價格為導向：在不同生產規模的工廠，合乎最經濟生產單價的所需數量不同。」(B-2-2-1)

「行銷通路、市場調查與投資意願：台灣內需有限，出口一向是台灣成長所依賴的方向。工廠都曉得必需對設備與人員進行投資，才能面對全球經濟環境快速的變化。」(B-2-2-2)

受訪者 C 認為：「產業創新並不僅限於此行業，而針對眾人的需求提高，時代的改變，也讓我們必須不斷的創新，以免被刪除淘汰。」(C-2-3-1)

行銷通路、市場調查與投資意願：台灣內所需要的有限，出口一項是台灣成長所依賴的方向，工廠都知道必須要對設備與人員進行投資，才能面對全球經濟環境快速的變化。劉貴銘先生表示準確的市場調查、多元的行銷通路，在台灣的傳統產業一直都是最弱的一部分，已經影響了投資的意願。

受訪者 C「共築摘星樓閣」許明香小姐認為依照量化的導向，難易度的多寡以及數量接單的考量，為了達成行銷通路，所以價格也因其不定，可是因為景氣不景氣的問題，使得價格不能開得太高，常有些比價的苦惱，許明香小姐表示這或許就是競爭的考量了。三位受訪者都有提到通路的問題，研究者認為這或許就是目前最大的產業競爭了。

4.2.3 影響鶯歌陶瓷產業創新的原因為何？

受訪者 A「陶驛陶藝」林小姐認為現在的市場已被其它外來市場給佔據了，如果想要維持住自己產業就必須有所改變不管是在經營或設計等等...，換句話說就是要與外界做出不同的產業，必須要有自己的特色、要有自己的獨創、要有別人學不來的技巧，才有辦法繼續存活下去，不然很快就會被市場給淘汰的。

受訪者 A 認為：「現在市場被其它外來市場給佔據，想要維持住自己產業就必須有所改變不管是在經營或設計等等...簡單來講就是要與外界做出不同自己產業，不然很快就會被市場淘汰。」(A-2-3-1)

鶯歌雖然是個小鎮但是交通便利，未來的某一天還將會有捷運的可能，又會更便利，此地能供應所有陶瓷創作需要材料與機械，同時也大量的聚集各式批發零售或藝術展售的陶瓷產業。

這個時期很多的陶瓷業著以不純粹只模仿傳統的作品，大部分的陶瓷業者已經開始嘗試傳統與創新結合的新作品了，研究者認為這樣的挑戰使他們可以更有想要完成的心，以及做完後的成就感，他們都具有窯場淬鍊出來的專業技巧，並且也能獨當一面的進行製作生產。

受訪者 B「鶯歌老街網有限公司」劉貴銘先生認為產業創新並不是只有限於鶯歌的陶瓷業，也不是只有現在才有的問題，而是所有行業在競爭的環境下所逼的，無時無刻都在面對很多的問題與難關，劉貴銘先生與林小姐都是認為現在這個時代若是沒有不斷的創新，企業終究是很難撐到最後的，很容易就會被社會給打敗，打退堂鼓的。

受訪者 B「產業創新並不只限於鶯歌的陶瓷業，也不只是今天才有的問題，而是所有行業在競爭的環境下，時時刻刻在面對的問題。沒有不斷地創新，企業終將被時代淘汰。」(B-2-3-1)

「我們藝術工作在創作的過程中，都有階段演變的創意或者瓶頸。都是些不可預期的轉捩點，無論是來自外界、家人或內在，都會影響一件作品的生產。」(B-2-3-2)

市場所需要的主要包括實用、美感和價格的考量。劉貴銘先生認為即使藝術品的涉及到經濟效應總會有些驚扭，然而事實上產品的供需反應者消費者瞬間萬變的意願，產品價格對應整體社會經濟脈動。藝術的層面還是要看創作的人自己

的認知以及美感的掌握，並且隨時都可以承受大型競賽展以及藝術鑑賞的考驗。

當藝術工作者在創作的過程中，都還是有階段演變創意或者遇到瓶頸沒有靈感，都是一些沒有人可以先知道的轉捩點，都是需要靠意志力堅持住，無論是來自外界、家人或內在，都是一個會影響一件作品的生產過程，劉貴銘先生有提到一句就是生命中的每一個契機都會是人生中的另一個很大的轉捩點，可以讓生活更好的轉捩點，也有可能因為你的放棄變得永遠無法完成的一件事的轉捩點，完全是要看個人的造化。

受訪者 C「共築摘星樓閣」許明香小姐則認為產業的創新不適僅僅限於此行業，而針對眾人的需求而提高的，時代的改變，使得陶瓷業者都必須不斷的創新才有辦法前進，以免被淘汰，三位受訪者都是有這樣的共同想法，研究者認為這就是這時代所逼出來的必須進步才能看的到未來的可能吧!

受訪者 C 認為：「產業創新並不僅限於此行業，而針對眾人的需求提高，時代的改變，也讓我們必須不斷的創新，以免被刪除淘汰。」(C-2-3-1)

許明香小姐認為創新也可以說是因人而起，早期與現在的差別，真的有非常大的轉變，在這之間出現了很多不一樣的東西，學習的東西也跟著比以前還多更多，因此人們對很多事情就有了更多的想法與想像力，更有很多無奇不有的想法，所以在年輕一點的陶瓷業者所做出來的作品就比較有自己的風格，創新則是來自四面八方所給的靈感，鶯歌也會因此變得更多元化，越來越豐富，而老師傅大部分也將傳統與創新慢慢地結合自己，為的就是可以在陶瓷業裡生存下去。

4.2.4 陶瓷產業創新最大的困難點何在?

受訪者 A「陶驛陶藝」林小姐認為垂直供應鏈就是指合併兩個在生產過程中處於不同層次的業務，它是一種提高或降低公司對於投入和產出分配控制水平的方法，林小姐則舉例了食品製造廠和連鎖超市，有很多不一樣的業務合併出來的連鎖超市，研究者也認為現在有很多的複合式餐廳，本來都只有單一賣一產品，但現在這時代所逼，變得要配合著賣很多不一樣的東西，現在的墊腳石、金石堂

就是最好的舉例了，原本只賣書的書局，現在已經連文具、玩具、運動用品...等都有在賣了，因為現在若只賣書，是很難生存下去的，尤其現在這時代都電子化了，大部分的人也不會特地去書局買實體書來看了。

現今社會也有大部分因為產、官、學，而無法垂直供應鏈，林小姐認為陶瓷產業創新最大的困難點在我們需要大量的資源來資助我們改造，我們才能有更進一步的讓陶瓷業可以放心地去創新，政策的資源又分配的很不均衡條件又非常的多都很難完成，因此變得無法馬上與產業接軌上。

受訪者 A 認為：「產、官、學，無法成為一個垂直供應鏈產指的是需要資源來改造，官指的是政策資源分配不均條件過多，學指的是無法立即與產業接軌。」

(A-2-4-1)

台灣產業發展面臨外在與內在的雙重壓力，外在方面是指中國大陸那邊都已很低廉的人力、土地成本及加入世界貿易組織後開放龐大市場等因素，使得台灣加速勞力密集與低附加價值產業漸漸的外移，台灣因此極需要依賴很優勢的產業及新興智慧產業之蓬勃發展以促進經濟發展；內在方面則是過去發展傳統製造業之勞工品質與紀律已不復存在，需積以台灣五個優勢，以研發與創新來當作努力的目標。

受訪者 B「鶯歌老街網有限公司」劉貴銘先生認為人才來源是最大的問題，台灣的高職也僅僅只有鶯歌高職設有陶工科，帶專院校，僅有亞太技術學院，也在四年前設立了陶瓷系，在台灣有專門教學陶瓷的學校非常的少，只在國小、國中有教陶瓷的基礎，在專業的部分學校教的真的很不足，尤其現在很多學生因為升學的制度，導致許多的學生會選到陶瓷科系的大部分都是因為學歷而不是真的對這相關知識有興趣，大部分都是沒有興趣的同學，已經占據了許多名額，真的對陶瓷有興趣的同學反而名額被擠走了，原本就沒興趣的同學更不會特別專心去瞭解陶瓷的相關資訊，老師也會因此教得很不起勁，就不會有效果，人才也不會因此變多。

受訪者 B 認為：「人才來源是最大的問題。台灣的高職，僅有鶯歌高職設有陶工科。大專院校，僅有亞太技術學院，在四年前設立陶瓷系。」(B-2-4-1)

劉貴銘先生也表示據他所知鶯歌高職的陶工科似乎已即將要停辦了，而亞太技術學院的招生人數也過少，是全國大專院校被點名廢校的第一順位。現在的人才都必須由工廠內部來培訓，其發展受限企業內部的固有營運方針，無法如同學校培訓人才那樣，具備更寬廣的視野。

研究者認為可以開設像體育班一樣的專業班級，若換成是陶藝班級，也可以從國中開始開設一門專業的陶藝課程，以一些面試或考試的方式來確定同學是否真的有興趣或淺力，這樣才會有效果，可以時常帶學生們去參加一些陶藝競賽，或是參加一些展覽活動，甚至可以把作品展現到國外，若成績不錯，升學部分就可以用保送的方式來鼓勵這些學生，研究者認為這樣或許可以尋找到我們需要的人才機會會比較大。

受訪者 C「共築摘星樓閣」許明香小姐表示在我們這最南端的鶯歌鎮，已經有非常悠久的歷史了，在發展的過程中，隨著全球整體經濟市場的大改變，鶯歌陶瓷產業也避免不掉產業的外移了、競爭力下降的挑戰，所以我們才會面臨發展上的瓶頸，還有轉型的關卡。

受訪者 C 認為：「隨著全球整體經濟市場的改變，鶯歌陶瓷產業也避免不了遇上產業外移、競爭力下降的挑戰，所以我們才會面臨發展的瓶頸，還有轉型的關卡。」(C-2-4-1)

現在對藝術概念的提升，陶瓷的學習的地方並不多，所以學習的人較不好尋找，需使用廣告宣傳學習的地點增設或許還有可以多點對陶瓷藝術有興趣的人會發現，且會自己找上門，這些或許就是可栽培的人才。

4.2.5 大部分的客戶都是來自台灣或國外?

受訪者 A「陶驛陶藝」林小姐表示由於他們的產業較為屬於陶藝教學為主，

所以大部分的顧客為國內各年齡的學生及社團，暑假也是會與一些國外的油做交流，但中國大陸的遊客幾乎都不太會到受訪者 A 的教學教室，幾乎都會直接到鶯歌陶博館或者是陶瓷老街，內地遊客大部分都是以參訪團隊居多。

受訪者 A 表示：「由於我們產業較屬於陶藝教學為主.大部份的顧客為國內各年齡的學生及社團，暑假也會接待由國外來遊客例如:新加坡,香港,....等。」
(A-2-5-1)

現在的人都很注重休閒旅遊，很懂得享受，外地來的人們也就居多了，外地的朋友們因為沒來過此地，自然都會覺得很新鮮特別，尤其鶯歌這個地區又有自己的特色，有興趣還可以自己 DIY，在這裡也可以選購很多的陶瓷用品，在本地所買的陶瓷用品都是很廉價的。

受訪者 B「鶯歌老街網有限公司」劉貴銘先生表示我們從事批發與材料供應，主要的顧客都是來自於國內的工廠與工作室，現在會直接購買的比較少了，但劉貴銘先生有很多的熟客還是會時常去找他們購買，也有打電話訂購的，買來送禮的，自己家裡用的都有，都會直接跟他們訂貨。

劉貴銘先生也很貼心的會先顧客的預算再幫他們評估，還有很多的小細節也都會一次問完來滿足顧客的心願，這樣的方便使得很多遠方的顧客不用特地遠道而來買這些，這樣的服務研究者認為可以引來很多的顧客，因為他解除了顧客們的困擾還可以買到他們所想要的產品。

受訪者 B 表示：「我們從事批發與材料供應，主要的客顧是國內的工廠與工作室。還有零星的直客購買。」(B-2-5-1)

受訪者 C 認為：「生活上的需求，民生必須品，文創區等使之傳統產業必須走向，展現出藝術的提升，以達大家的慾望需求。」(C-2-5-1)

受訪者 C「共築摘星樓閣」許明香小姐認為生活上的需求，民生必需品，文

創區等等使得傳統的產業必須轉型，展現出藝術的提升，以達到大家的慾望需求。鶯歌地區來參觀陶瓷的顧客國內外的顧客皆有，熟客也很多，許明香小姐表示因為陶博館展示，很多人也因為這樣有了好奇心來參觀。

研究者當時在許明香小姐的展覽期間，剛好與友人一起去參觀陶博館，偶然的看到了許明香小姐的作品，覺得這些作品讓我目不轉睛，因為每一樣作品都很細緻，不知道需要花了多少時間，有一個作品特別聽到了許明香小姐說明了他花了將近六七年才完成的，這需要花多大的信心與耐心。

4.3 鶯歌陶瓷產業的未來發展策略

4.3.1 陶瓷產業的未來發展有什麼樣的願景？

受訪者 A「陶驛陶藝」林小姐認為只要能夠確實落地生根品牌認證，而不是打著當地名氣，產品大部分卻是由外地或是內地引進。林小姐表示他們對於研發與生產的技術有很多年的經驗，因此還深入的瞭解原料的特性，針對每項產品做研發與改良，近幾年來投入了「庫泥燒」的研發。

由於陶瓷產業要轉型文化創意產業，需要有在地特色之元素加值，提升商品故事題材性與本土性，進一步形塑鶯歌陶瓷材料特色代表性，而「庫泥燒」符合環保節能與在地原生材料之特性，用於陶瓷文化創意之發展，開發台灣在地特色伴手禮，成為來台觀光客必買的伴手紀念品。

受訪者 A 認為：「能確實做到落地生根品牌認證。不是打著當地名氣，產品卻是由外地或內地 引進。」(A-3-1-1)

「為何要研發呢？『庫泥燒』這個開發不僅融合了在地元素，也間接參與解決石門水庫淤泥問題，將淤泥轉換成文創陶的重要角色。為陶瓷產業轉型文化創意產業，須有在地特色之元素加值，提升商品故事題材性與本土性，進一步形塑鶯歌陶瓷材料特色代表性。研發『庫泥燒』有三點重要的目的就是：為鶯歌創造地方產業材料特色、協助石門水庫解決淤積環保問題、替國家節省外匯支出及能源消耗。」(A-3-1-2)

研究者認為庫泥燒是一個很好的研發，因為庫泥燒是採用石門水庫的淤泥，經過一些處理後轉換成作為生產陶瓷品的可用原料，這樣的處理又可以環保節能與在地原生材料的特性，用於陶瓷文化創意發展，同時也可以協助「石門水庫」處理淤泥堆積太多的環保問題。

受訪者 B：「鶯歌老街網有限公司」劉貴銘先生認為雖然原料全部仰賴進口，陶瓷業依憑自身的力量，幾十年來在台灣貢獻，有目共睹。未來還是需要國際的市場，這是在陶瓷不可取代的，研發更高端的產品。在陶瓷可取代的方面，積極搶攻市場。台灣陶瓷產業的中旬全盛時代，曾名列全球第五大磁磚生產國，後期由於區域性經濟逐漸形成，貿易障礙日增，加上國內工資上漲、同業競相削價、建築市場尤盛轉衰等因素，因次有業者轉向東南亞或中國大陸等地投資設廠。

受訪者 B 認為：「雖然原料全部仰賴進口，陶瓷業依憑自身的力量，幾十年來在台灣貢獻，有目共睹。未來仍需放眼國際市場需求，在陶瓷不可取代的方面，研發更高端的產品。在陶瓷可取代的方面，積極搶攻市場。」(B-3-1-1)

現在鶯歌有鶯歌高職的培育未來陶瓷的人才，研究者希望鶯歌高職的這個培育不要消失，若是沒有了會很可惜，在台灣已經有很少學校有教陶瓷的專業了，若是沒有了就太可惜，這是在鶯歌手工業研究所輔導陶瓷業者，裡面有老師傅在教，有勤奮的經驗者、陶瓷專業的工作者可以分享經驗；有陶瓷家進駐設窯；更有全國唯一的轉業陶瓷博物館。從陶瓷老街的再造、每年一度的陶瓷嘉年華會到陶瓷博物館精緻的陶瓷展覽。

受訪者 C「共築摘星樓閣」許明香小姐認為對產品的質量需求，原物料也仰賴進口，各業者憑著自身的能力貢獻，不斷的研發更精緻的產品、更獨創的創新，積極的展現自己的產品，搶攻大眾的視覺享受。

現在的顧客大部分都是看精緻的外表與特別的創新，尤其現在大家都喜歡看設計的美感，更注重眼睛所看到的。

受訪者 C 認為：「對產品的質量需求，原物料也仰賴進口，各業者憑著自身

的能力貢獻，不斷的研發 更精緻的產品，積極的展現，搶攻大眾的視覺享受。」

(C-3-1-1)

現在使得現在的陶瓷業者必須更加的做一些精緻的產品與美學藝術感的作品，以至於大家會更喜歡，研究者認為現在的陶瓷業者除了要美感，他們所做的作品也要很細膩才能贏的許多。

4.3.2 如何提高陶瓷產業的附加價值？

受訪者 A「陶驛陶藝」林小姐認為要提高陶瓷產業的附加價值分成了三點，服務、通路與銷售。這三點都是可以讓產業可以更有價值，其實不管是陶瓷產業，其它的產業都是一樣的，你有好的產品服務不好一樣都是會被投訴，人人平等，不管怎麼樣態度都是最重要的，這個原因就可以足夠影響銷售量了，這些都是有很大的關聯性，林小姐認為這三點只要做到了提高附加價值的機率就很大了。

受訪者 A 認為：「我認為想要提高陶瓷產業的附加價值分成了三點，服務、通路與銷售。」(A-3-3-1)

「銷售也是要有一定的技巧在，每個客戶需要產品的需求都會不一樣」(A-3-3-2)

銷售在日常生活中是非常的普遍的，每個人腦海中都有銷售的清楚畫面，銷售就是介紹商品提供的利益，來滿足客戶特定需求的過程，商品包括有形的商品及服務，滿足客戶特定的需求是指客戶特定的慾望被滿足，或著解決客戶特定的問題，為了能夠滿足客戶這種特定需求，唯有靠商品提供的特定利益。總而言之若是陶瓷也有了好的服務態度與好的通路就可以告訴所有人，再來就是要厲害的口才來銷售，這些都具有的話，銷售的問題就非常容易，但最主要的還是產品與產業是要真的吸引人才有用。

受訪者 B「鶯歌老街網有限公司」劉貴銘先生認為在台灣的陶瓷工廠與陶瓷

工作者應該多參與國際交流與研討會，要有更多的國際交流，有宏觀的國際視野，就是可以被肉眼測量與觀察的物體，才有機會為本身行業尋找新的產品附加價值。有了國際交流，我們的陶瓷產業才會有辦法讓各國的人或是更多的人看到我們的陶瓷業。

受訪者 B 認為：「國內工廠與陶瓷工作者，應多參與國際交流與研討會，有宏觀國際視野，才有機會為本身行業尋找新的產品附加價值。」(B-3-3-1)

若是有更多的人也一起參與就會有更多不一樣的想法，不一樣的風格出現，尤其現在的人想像力都特別豐富，這可以使得鶯歌陶瓷業可以更豐富，市場可以更大，更多人可以看到，越擴越大，覺得再好不過了。

受訪者 C 「共築摘星樓閣」許明香小姐認為陶瓷材料是土，取自於大地，經過藝術家的心、手、眼，呈現各種不同樣貌，透過這些陶藝作品，連結觀賞者腦海中的印記，產生了共鳴，感動人心，所以想要提高陶瓷產業的附加價值就需要用心去完成作品，附加價值的作品想要讓觀眾看得喜歡，提高作品的價值，當然就要付出一些代價、付出感情。

受訪者 C 認為：「陶瓷材料是土，取自大地，無形無狀，經過藝術家的心、手、眼，呈現各種不同樣貌，透過這些陶藝作品，連結觀賞者腦海中的印記，產生共鳴，感動人心，所以想要提高陶瓷產業的附加價值就需要用感情下去來製作這些作品。」(C-3-3-1)

「從以前的傳統產業至今，對品質需求觀光客的認知，以創作類，策展類，產業類三方向為主軸，相對的提高陶瓷產業。」(C-3-3-2)

4.3.3 陶瓷產業週邊能衍生出什麼樣的產品？

受訪者 A 「陶驛陶藝」林小姐認為如果要衍生周邊的商品，就必須要先得到大家的認同與喜愛，產出來的才會有人願意協助銷售、買商品，衍生出來的商品

也才會有意義，這是需要很多的想像力才有辦法，需要一些附有許多想像力的人來想創新產品，想像出陶瓷所能衍生出來的產品。

受訪者 A 認為：「要衍生出周邊的商品，首先得先得到大家的認可與喜愛，產出來的才會有人願意來銷售，買商品，衍生出的商品也才有意義。」(A-3-4-1)

創新是需要現有的思維模式來提出跟別人不一樣的想法，利用現有的知識和物質，在特定的環境中，卻想著跟別人不一樣的創新或創造新的事物。創新意味著創造新的東西，也意味著是本來存在的一個事物，將他更新或者造出一個新事物來代替它。

受訪者 B「鶯歌老街網有限公司」劉貴銘先生認為傳統的印象是陶瓷只是為生活用品或裝飾品，但其實鶯歌陶瓷製品，早就在各種工業與科技已發展出諸多項目，透過劉貴銘先生知道了太空梭上的陶瓷隔熱板、飛彈前端的陶瓷遮罩、防彈衣的阻絕夾層、汽機車的陶瓷引擎汽缸、陶瓷做的切割用的刀具...等，有很多的商品都還是要使用到陶瓷，只是我們沒有發現。

受訪者 B 認為：「傳統的印象是陶瓷僅為生活用品或擺飾品，其實鶯歌的陶瓷製品，早就在各種工業與科技需求對象，發展出諸多項目。」(B-3-4-1)

研究者認為經過與受訪者 B 的訪談過後，發現其實生活中有很多無奇不有的陶瓷周邊商品，只是我們都沒有注意到而已，例如很多人手上所戴的手錶，有很多都是用陶瓷所製作出來。



圖 4-14 陶瓷製的手表

(圖片來源：google 圖片 <https://www.google.com.tw/search>)

受訪者 C：「在不斷的研發創造，經過大家的努力使之產品多元化，引用到生活的陶瓷隔熱板，汽機車等之陶瓷汽缸，還有很多的周邊產品，且還繼續不斷的努力。」(C-3-4-1)

受訪者 C「共築摘星樓閣」許明香小姐也簡單的提到了經過不斷的努力研發創作，經過大家的努力使之產品多元化，生產出了生活用的陶瓷隔熱板、汽機車等之陶瓷汽缸，還有很多的周邊產品，現在還繼續不斷的努力研發中。

4.4 小結

透過第四章的分析與資料的統籌，整理出關於鶯歌陶瓷的行銷策略簡單的說明 4P，而所謂的 4P 則是指產品(Product)、價格(Price)、通路(Place)、促銷(Promotion) 的行銷手段，如下圖：

表 4.1 產品(product)分析：

| 種類 | 說明 |
|------|-------------------------|
| 日用陶瓷 | 茶具、餐具、花器、瓶子、炊煮器、家具。 |
| 藝術陶瓷 | 個人藝術陶作、名家藝術陶作、仿古花瓶、人像。 |
| 建築陶瓷 | 磁磚、瓦、地磚、壁磚、馬賽克。 |
| 衛浴陶瓷 | 馬桶、浴缸、洗臉盆、廁所水箱。 |
| 工業陶瓷 | 結構陶瓷、生物陶瓷、電子陶瓷、精密陶瓷、沙輪。 |
| 體驗陶瓷 | 陶瓷 DIY、陶瓷拉坯課程 |
| 古董陶瓷 | 明代古董、清代陶瓷 |

格式參考 <http://ba.tchcvs.tc.edu.tw/application/99projects/upload/A161.pdf>，研究者整理製表。

表 4.2 價格(Price)分析：

| 種類 | 說明 |
|------|--|
| 日用陶瓷 | 低至小用品數十元，高至家具數萬元。 |
| 藝術陶瓷 | 因作者的知名度、產品年代而有所價格不同，可能是私人非賣作品或者是高價的陶瓷古董。 |
| 建築陶瓷 | 低制式品陶磚一片 100~300 元，高至建築地磚一片 500 元起。 |
| 衛浴陶瓷 | 低至漱口杯數十元，高至浴缸數萬至數十萬元，因廠牌不同而有所差異。 |
| 工業陶瓷 | 公益陶瓷範圍較廣，因用途不同而價格不等。 |
| 體驗陶瓷 | 低至 DIY 拉坯 100 元，高至陶瓷課程 2800 元不等。 |
| 古董陶瓷 | 大多採用競標高者得標，而少部分屬於非賣品。 |

格式參考 <http://ba.tchcvs.tc.edu.tw/application/99projects/upload/A161.pdf>，研究者整理製表。

表 4.3 通路(Place)分析：

| 通入項目 | 1 | 2 | 3 | 4 |
|------|----|------|------|------|
| 方式 | 外銷 | 網路購物 | 門市販賣 | 電視購物 |

格式參考 <http://ba.tchcvs.tc.edu.tw/application/99projects/upload/A161.pdf>，研究者整理製表。

表 4.4 促銷(Promotion)分析：

| 促銷項目 | 說明 |
|------|--|
| 1 | 鶯歌每年都有「陶瓷嘉年華」，以活動、折扣推廣知名度增加商品買氣和政府官員做陶瓷產業宣傳。 |
| 2 | 在網路上架設網站，進行網路行銷。 |
| 3 | 在電視、報章、雜誌上，刊登廣告用以促銷。 |
| 4 | 店家自行推出優惠折扣吸引消費者購買。 |

格式參考 <http://ba.tchevs.tc.edu.tw/application/99projects/upload/A161.pdf>，研究者整理製表。

根據本研究訪談與資料收集的結果發現台灣陶瓷產業的發展歷程是經過一段很悠長的時間所孕育而成的，鶯歌陶瓷品之商家行銷策略與消費者行分析如表 4.5，應思考改變如何在陶瓷產業中得以生存與發展較好：

表 4.5 鶯歌陶瓷產業商家 SWOT 分析：

| 優勢(Strength) | 劣勢(Weakness) |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ● 在台灣只有唯一的陶博館。 ● 經營年數長，專業度高、技術純熟。 | <ul style="list-style-type: none"> ● 近年來經濟不景氣。 ● 替代產品的盛行。 ● 同業競爭度高。 ● 培育人才不足。 |
| 機會(Opportunity) | 威脅(Threat) |
| <ul style="list-style-type: none"> ● 擴大外銷市場與國際交流。 ● 增加產品的附加價值及創意的發揮。 ● 觀光產業的推動以增加買氣。 ● 藉由增加促銷方式以刺激消費。 ● 提高商品的獨特性。 | <ul style="list-style-type: none"> ● 其他取代陶瓷用品的產業威脅。 ● 消費者偏好的影響。 |

(資料來源：本研究整理繪製)

第五章 結論與建議

5.1 研究結論

本研究主要的目的是瞭解鶯歌陶瓷產業的創新發展與歷程階段、分析影響鶯歌陶瓷產業發展創新的因素以及鶯歌未來陶瓷產業發展策略，進行深度訪談後，將所有資料作分析整理，本章將依研究所得的資料分析及討論作為結論，並提出相關建議。

5.1.1 鶯歌陶瓷產業的創新發展與歷程階段

陶瓷是一個從原本什麼都不是的黏土，經過巧手之後也是可以生產出非常多有藝術、有美感的作品，甚至也可以變得很實用又很精緻。陶瓷在早期的時候就有被發現了，因此，一直被研發，從沒有機器的輔助到有機器的輔助，老師傅是最能感受到這個過程了。

現今的陶瓷處處可見，不只是鶯歌地區，在別的地方也會經常看到別人使用陶瓷所製造出來的生活用品以及專用來裝飾的陶瓷製品到處都有，已是習以為常的事情了。陶瓷製品的價格低到高都有，生活用品會比較平價，比較精緻的陶瓷製品就比較昂貴了，因為都是需要費很多的時間與精神，做陶瓷的時候也少不了細心與耐心。

現今，目前在鶯歌從事陶藝工作者的類別很多，有與商業密切結合的生產者，更有不少認真地在陶藝創作上追求精進的陶藝工作者，對鶯歌的陶瓷產業發展都有極大的貢獻，現在大部分都以陶瓷博物館與陶瓷老街..等來推廣鶯歌陶瓷。鶯歌於西元 2000 年的時候開館營運，是全國首座陶瓷專業博物館。

鶯歌陶瓷博物館建築的形式是以灰色的清水模、整棟透明的玻璃可穿透連結內外的環境，使空間產生無限的延伸和虛實的變化，整體呈現質樸又設計感豐富的美感，更可襯托出鶯歌陶瓷博物館展品的重要性，新北市鶯歌陶瓷博物館更成為鶯歌鎮上一座絕美的地標，陶博館保存了許多台灣陶瓷作家之代表作與鶯歌陶瓷之精品，也收了台灣各地具有歷史、藝術、民俗價值之陶瓷作品、相關的文獻、

文物、圖片、影像、作家紀錄等資料，為激發社會大眾對陶瓷文化的關懷與興趣，提升鶯歌陶瓷產業與地方形象，推展現代陶藝創作，促進國際交流。

5.1.2 影響鶯歌陶瓷產業發展創新的因素

鶯歌最具代表的就是陶瓷了，人們只要提到鶯歌就會聯想到陶瓷，相對的只要提到陶瓷也就會聯想到鶯歌比較多，「鶯歌」與「陶瓷」常常被人們劃成等號，而陶瓷博物館是新北市的首座博物館，而台灣應該也沒有第二間這麼大的陶博館了，在以前也有利用嘉年華的方式來推廣鶯歌陶瓷，與大家分享很多相關的陶瓷製品，鶯歌的雖然是陶瓷製品，但最具代表性的不全然是陶瓷，而覺得基礎是建立在本地的人文特色。

我們台灣之所以要三角貿易最主要是因為要利用從事國際貿易的經驗、技術、商務關係，或地理上的優越地位，對出口商供應商以買方地位，面對進口國進口商以賣方的地位，分別簽立買賣契約，貨物則由出口直接運到進口國，或經過我國轉運不通過，我國的中間商僅以文件處理方式達成貿易，並賺取差價的行為。現在台灣大部分都是以單數量出售，因為大部分的大工廠都已經外移到國外，而鶯歌已都是中小型工廠了，甚至是自己的工作室，所以若是要大批發都要到國外的大工廠運作，小工廠沒辦法應付，鶯歌大部分都走向精緻化了，眾人現今大部分都很注重作品的精緻與美感，實用性反而其次，但若兩個都兼具的話就在好不過了，台灣最大的競爭對手或許就是大工廠外移，只能接單數量的作品，由於經濟不景氣的問題，使得價格也不能開得太昂貴，常有些比價的苦惱。

現在的市場被其它外來市場給佔據了，如果想要維持自己產業就必須有所改變不管是在經營或設計...等，換句話說就是要與外界做出不同的產業，必須要有自己的特色、要有自己的獨創、要有別人學不來的技巧，才有辦法繼續存活下去，不然很快就會被市場給淘汰的，現在逼得業界師傅都必須自我挑戰，自我創新，需要很多的靈感來創作自己的作品，老師傅則有很多都是以傳統結合創新的方式來運作。現今社會也有大部分因為產、官、學，而無法垂直供應鏈，陶瓷產業創新最大的困難點在我們需要大量的資源來資助我們的改造，我們才能有更進一步

的讓陶瓷業可以放心地去創新，政策的資源又分配的很不均衡，條件又非常的多都很難完成，因此變得無法馬上與產業接軌上。人力資源也是很重要，但在台灣很缺乏這樣的人力資源，在教育界目前只知道有鶯歌高職與亞太技術學院，但由於進去鶯歌高職的同學們通常都是因為成績不夠而進入了陶工科，而原本有興趣的同學反而被擠掉了，導致本來叫興致缺缺的同學們進入了本科系，老師們也教的不會很起勁，因此效果也不會很好，亞太技術學院根據目前所知也是招生人數過少，恐怕也是廢校的第一順位。

5.1.3 鶯歌陶瓷產業的未來發展策略

鶯歌陶瓷必須要有自己的品牌認證，而不是一直打者當地名氣，品牌卻是別人的，對於研發與生產的技術有很多年的經驗，因此還深入的瞭解原料的特性，針對每項產品做研發與改良，近幾年來投入了「庫泥燒」的研發，由於陶瓷產業要轉型文化創意產業，需要有在地特色之元素加值，提升商品故事題材性與本土性，進一步形塑鶯歌陶瓷材料特色代表性，而「庫泥燒」符合環保節能與在地原生材料之特性，用於陶瓷文化創意之發展。

由於現在大部分的眾人都是喜歡看作品的美感與精緻，所以研究者認為鶯歌陶瓷若是可行的話可以創作出自己的品牌，然後創造出自己的品牌，讓所有人只要看到這商標就可以清楚知道是哪裡創作的。

提高陶瓷產業的附加價值分成了三點，服務、通路與銷售。這三點都是可以讓產業可以更有價值，其實不管是陶瓷產業，其它的產業都是一樣的，你有好的產品，服務不好一樣都是會被投訴，人人平等，不管怎麼樣態度都是最重要的，這個原因就可以足夠影響銷售量了，這些都是有很大的關聯性，研究者認為三者都是提高產業附加價值的重要項目，服務好的話客人來了也會喜歡，覺得會想來第二次，態度是非常的重要，而通路也是將一個產品擴散出去的一個重要點，最後當然就是要有個口才很好的銷售員，但最重要的還是產品要優良才會吸引更多的人潮來。

周邊所能衍生出來的產品可以有很多的可能，像是我們周邊有些產品其實都

是陶瓷的，但我們都不會特別的注意到，創新是需要現有的思維模式來提出跟別人不一樣的想法，利用現有的知識和物質，在特定的環境中，卻想著跟別人不一樣的創新或創造新的事物。

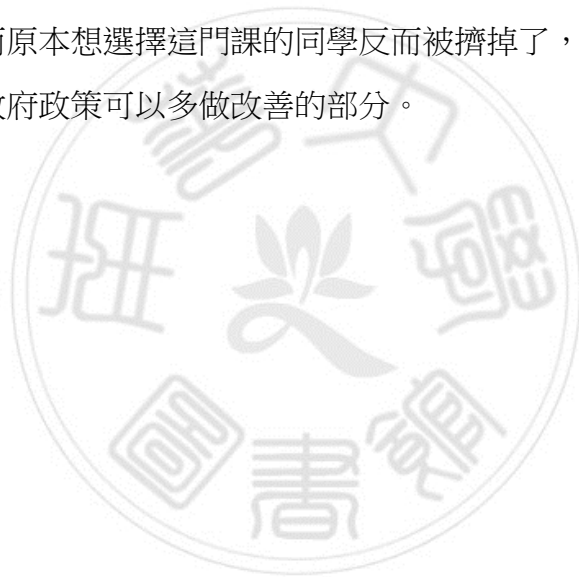
5.2 研究建議

根據本研究訪談的資料分析與研究發現，建議新北市陶瓷博物館或陶瓷老街...等，未來可朝幾個方向努力，分析如下：

- 一、**適時更換展區**：地方政府受限於經費，常無法更換展品內容，但固定不動的展品很難吸引到民眾再次入館，在欠缺新奇感的情況下，影響了民眾往後參觀的意願。建議在經費使用上，可看時機適當的分配，分階段更換、調整常設展區的內容及擺設，加入新的展品與元素。
- 二、**增加些專業人士**：研究者認為要有多點專業人士在旁會比較好，在外地的民眾來到新北市鶯歌的時候，馬上可以為他們解答，若民眾有什麼問題也可以很專業的回答出他們所想要的答案，或是還是可以操作給民眾看。
- 三、**加強國際交流**：雖然在陶博館有固定時間有國外學者會來到當地交流，但研究者認為這是不夠的，若是可以經常有這活動的話會是更好的，新北市鶯歌區的陶瓷作品，和一些精緻作品，就可以不只流傳在鶯歌附近，可以被這些國外學者一起幫我們到處帶給各國的人們看到，或是認識。
- 四、**保存文化資產**：文化價值與陶瓷作品是新北市鶯歌區的優勢之一，因此文化資產保存是不可或缺的，而體驗行銷的基礎也在於文化象徵，若沒有持續滋養在地文化藝術，消耗美名的同時，將會漸漸地失去其價值。新北市鶯歌區已有了陶瓷博物館，格局精緻，但不夠大，在典藏、研究、資料庫蒐藏等文化資產保留功能都尚有發展空間；另外還有鶯歌陶瓷之都相關推行活動與作為仍需持續經營並擴大發展。
- 五、**加強人才培育**：從各層次發展來看，沒有人才就無法持續推展，尤其新北市鶯歌的陶瓷產業要延續發展，就必須養成人才方面增加產能。從訪談分析來看，產業界的人才培育是不足的，相對的人力就會有不足的現象，對

於目前陶瓷產業教育的推廣面向，從學校教育...等提出以下建議，研究者認為政府的政策需要再多點補助來讓學校可以有好的設備教學陶瓷專業，讓專業的師傅可以有好的環境來傳授他的技巧與功力，但最重要的是要讓很多的年輕人瞭解陶瓷的重要與特別。

尤其在鶯歌地區，也就是陶瓷之都可以讓國小、國中都可以有更多的基礎認識，讓所有在鶯歌地區上課的學生們可以都接觸到陶瓷，讓學生們在國中畢業的時候可以知道自己是否對陶瓷是有興趣的，甚至是極大的興趣，這樣在他們選擇高中還有大學的時候，就可以選擇像是鶯歌高職的陶工科，就不會有成績的問題，現今太多因為成績考不高而因為陶工科是技術上的系或許不用特別高的分數，導致進入了陶工科系的學生們都是因為成績不高，而原本想選擇這門課的同學反而被擠掉了，太可惜了，研究者認為這就是政府政策可以多改善的部分。



參考文獻

一、中文參考書目

- 林青梅(2010)。回溯陶博館 10 年。新北市，新北市立鶯歌陶瓷博物館。
- 俞龍通(2014)。創意循環：區域文創觀光產業亮點打造的黃金法則。台北市，師大書苑。
- 許秋煌(2013)。2012 年臺灣文化創意產業發展年報。台北市：文化部。
- 作者：麥克·喬治、詹姆斯·沃克斯、金柏利·華生漢普菲爾，譯者：陳正芬(2006)。創新者的實踐。台北市，美國麥格羅·希爾國際股份有限公司 台灣分公司。
- 洪榮昭(2003)。創新變革的策略思維。新北市，中國生產力中心。
- 詹姆斯·安德魯、哈洛德·賽金(2007)。創新怎麼兌現。台北市，商智文化事業股份有限公司。
- 朱博湧、王振容(2006)。創新成功學。台北市，聯經出版事業股份有限公司。
- Adrian Slywotzky and Richard Wise (2005)。創新的原點。台北市，藍鯨出版。
- 周春芳(2006)。創新服務行銷—開拓藍海商機。台北市，五南出版。
- 徐宗國(1996)。紮根理論研究法：淵源、原則、技術與涵義。台北市，巨流圖書公司。
- 徐宗國(1997)。質性研究概論。台北市，巨流出版社。

二、英文參考書目

- Michanel,S.J.,Neil,F., & John, B. Trading Up: The New American Luxu-ry,WIRC:Portfolio. 2003.
- Fronzizi, R. What is Value LaSalle,IL:Open Court Publishing Company. 1971.
- Osborn, H “Aesthetic Experience and Cultural Value,” The Journal of Aes-thetic and Art Criticism, 44, Summer. 331-7 1986

J. H. Choy , Y. S. Han , S. H. Hwang , et al., “Citrate Route to Sn-Doped BaTi4O9 with Microwave Dielectric properties” ,J. Am. Ceram. Soc. ,81[12] , 3197-3204(1998)

三、期刊

莊秀玲(2004)。文化產業化的新紀元—以陶瓷造鎮的鶯歌為例。陶博館季刊,7, 12-13。

陳春蘭(2014)。主編專輯。陶博館電子期刊,44,12。

陳德富(2012)。文化創意產業之經營與行銷策略—以鶯歌陶瓷為個案研究。中華管理評論國際學報,15(4),1-19。

孫華翔(2007)。社區產業發展與經營模式探討,北投健康城市電子報,第八期。

吳思華(2004)。文化創意的產業化思維(上),典藏今藝術,第136期,第114-117頁。

萬文隆(2004)。深度訪談在質性研究中的應用,生活科技教育月刊,第三十七卷,第四期,第17頁。

三、學位論文

王啟訓(2012)。台灣陶瓷文化之設計研究:以鶯歌陶瓷為例。大同大學研究所碩士論文。

李衍莊(2015)。整合性資訊系統架構於博物館管理的應用—以鶯歌陶瓷博物館管理系統為例。輔仁大學研究所碩士論文。

李倩如(2004)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。銘傳大學研究所碩士論文。

李紘諒(2014)鶯歌陶瓷產業企業社會責任之研究。大葉大學研究所碩士論文。

洪景祐(2015)應用情境規劃文創觀光—以鶯歌陶瓷博物館為例。銘傳大學研究所碩士論文。

賈智仁 (2005) 結合創新理論與計劃行為理論以探討行動多媒體物件之採用。國立暨南國際大學研究所碩士論文。

楊繼斌 (2006) WiMAX 服務之可行性研究：以破壞性創新理論分析。國立交通大學研究所碩士論文。

曾朝泉(2007) 以萃思創新理論解決晶圓製造廠研磨區品質衝突之研究。國立交通大學研究所碩士論文。

賴銘毅(2007) 以 Christensen 創新理論探討影響台灣背光模組產業經營績效之因素。銘傳大學研究所碩士論文。

郭曉暉(2012) QFD 結合 TRIZ 創新理論在落水頭產品改善。國立勤益科技大學研究所碩士論文。

楊秀月(2014) 美容 SPA 產業創新經營模式運用之研究—以高雄市自然美公司為例。樹德科技大學研究所碩士論文。

陳星霖(2014) 以實質選擇權分析高科技產業創新之研究。國立中山大學研究所碩士論文。

章紫庭(2015) 客家文創產業創新策略之研究。國立中央大學研究所碩士論文。

四、網站資訊

KMU Wiki (2014)。文化創意。摘自 2014 年 7 月 24 日，摘自來源：

<http://wiki.kmu.edu.tw/index.php/%E6%96%87%E5%8C%96%E5%89%B5%E6%84%8F>

Youtube 網站 (2014)。安東尼·阿特拉講述如何三維列印出人類腎臟。摘自 2014 年 5 月 02 日，摘自來源：

https://www.youtube.com/watch?v=xBCryaMSi0c&feature=player_detailpage

Youtube 網站 (2014)。國定古蹟霧峰林家，3D 建築投影『蜃樓』特別演出。摘自 2014 年 5 月 4 日，摘自來源：

https://www.youtube.com/watch?feature=player_detailpage&v=Ez31R06G1kA

Youtube 網站 (2014)。逛香港書展，欣賞敦煌莫高窟。摘自 2014 年 5 月 24 日，摘自來源：
https://www.youtube.com/watch?feature=player_detailpage&v=79Wn2mf0l8E

文化部網站 (2014)。文化創意產業發展法。摘自 2014 年 3 月 24 日，摘自來源：
<http://www.moc.gov.tw/law.do?method=find&id=247>

文化部網站 (2014)。文化部辦理 103 年度「文化創意產業補助計畫」申請及審查作業。摘自 2014 年 3 月 24 日，摘自來源：
<http://www.moc.gov.tw/notice.do?method=findById&id=1222766686857>

文化部網站 (2014)。文化創意產業產值。摘自 2014 年 3 月 23 日，摘自來源：
<http://cscp.tier.org.tw/CSDB4000i1.aspx?RID=CECON1>

李宜映 (2013)。前瞻分析與情境規劃工具應用。台灣農業科技資源運籌管理學會。摘自 2014 年 5 月 24 日，摘自來源：
<http://coa.ntunhs.com.tw/archive/content/default/5YmN55675YiG5p6Q6liH562W55Wl6KaP5YqD5a+m5L2cLTFfMTMwNTE1MDYxNDIx.pdf>

黃維助 (2009)。自由時報記者採訪行政院之後報導。摘自 2013 年 11 月 24 日，摘自來源：
<http://www.libertytimes.com.tw/2009/new/may/15/today-life12.htm>

陶博館網站 (2014)。認識陶博館：建館使命。摘自 2014 年 4 月 15 日，摘自來源：
<http://www.ceramics.ntpc.gov.tw/zh-tw/About/Index.ycm>

陶博館網站 (2014)。資訊公開:2014 年預算。摘自 2014 年 4 月 20 日，摘自來源：
<http://www.ceramics.ntpc.gov.tw/zh-tw/About/Info.ycm>

維基百科 (2014)。文化。摘自 2014 年 10 月 25 日，摘自來源：
<http://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E6%96%87%E5%8C%96>

鄭瑤婷 (2005)。文化產品研發與製作實例說明與討論。(藝術廣場網站)摘自 2013 年 11 月 24 日，摘自來源：
http://w1.dorise.info/JCSE/paper_detail.php?pid=097320090130040037

附錄一 訪談逐字稿

訪談對象編號：A

受訪者：林小姐

訪談時間:民國一〇五年四月三日星期日，下午 13:30~14:30

訪談地點：陶驛陶藝

訪談方式：封閉式訪談錄音

| 訪談逐字稿內容 | 編碼分析 |
|--|--|
| 一、鶯歌陶瓷產業創新發展歷程階段。 | |
| <p>1. 請問您是甚麼時候開始接觸陶瓷產業的?</p> <p><u>我們因為是家族企業，所以我從很小就開始和我父母一起接觸了陶瓷產業了。</u></p> <p><u>這麼多年以來我們的家族經歷了產業興盛到衰弱，現今不得不由傳統產業轉型到休閒觀光產業了，實在是沒辦法。但是我們還是有繼續陶瓷產業，只是主軸改為觀光了。</u></p> <p><u>我們從轉型至今已 15 年這麼久，在這之間一直秉持者在推廣鶯歌陶藝及地方文化的理念引導下，推行全面提升，期望能落實教學品質、教育的傳承，讓年輕人進一步的認識陶瓷、了解陶瓷，進而發掘投入陶瓷文化創意產業人力技術資源的目的，積極協助輔導優秀的人才在本業中就業或創業。</u></p> <p>現在有很多的年輕人其實有很大</p> | <p>我們因為是家族企業，所以我從很小就開始和我父母一起接觸了陶瓷產業了。(A-1-1-1)</p> <p>家族經歷了產業興盛到衰弱，現今不得不由傳統產業轉型到休閒觀光產業了。(A-1-1-2)</p> <p>秉持者在推廣鶯歌陶藝及地方文化的理念引導下，推行全面提升，期望能落實教學品質、教育的傳承。(A-1-1-3)</p> <p>鶯歌目前面臨了轉型期，從原本的陶瓷代工要走向文化觀光模式，以鶯歌目前擁有的優缺點來分析這些困難。(A-1-1-4)</p> |

的淺力，但都因為不了解一些陶瓷產業，也沒有得到最大的協助，沒有人灌輸更進一步的陶瓷產業知識，沒有優秀的老師在旁指導這些年輕人，只好用推廣的方式，讓一些有淺力的年輕人可以被發掘，當然也是要他們自己有興趣才會有動力去學習，年輕人有了動力他們自然就會自己找師傅學習了，學的快樂最重要，學的快樂才會有更多的創作想法，作品也才會漂亮。

當這些年輕人有了優秀的師傅教導，相信就可以有自己的陶瓷一片天，就會有自己的理念，你們年輕人現在的想像力都很豐富，更應該可以多發掘陶瓷的創新，我們老了一樣要傳承下去，但若是沒有年輕人願意學，這些就會中斷了，就可惜了。

鶯歌目前面臨了轉型期，從原本的陶瓷代工要走向文化觀光模式，以鶯歌目前擁有的優缺點來分析這些困難。鶯歌因為產業的轉變，逐漸從工業逼不得已轉型成為文化觀光的趨勢。

剛好現在年輕一輩的孩子都喜歡旅遊，藉由觀光的層面來推廣陶瓷，讓外地來的觀光的客人可以來到鶯歌就了解到一些基本的陶瓷產業，就好比像不只來鶯歌遊玩，還像是上了一課，現在鶯歌這麼多地方都可以親身體驗做

| | |
|--|---|
| <p>陶瓷更是最好的機會!!!</p> | |
| <p>2. 什麼原因讓您對陶瓷業感興趣?</p> <p><u>老實說我以前對這產業說真的沒很大興趣，因為家族企業所以才接觸</u>的，一開始小時候當然是覺得新鮮，小的時候小朋友都看到什麼都會想要玩玩看，而我就是因為父母做陶，我當然就是先碰到陶，就開始碰觸了，還很喜歡玩，我也是玩到每天都是衣服髒髒才甘願，玩得很快樂，小的時候這些就像是陪伴我的玩具，別人家的小朋友都是買玩具玩，我就在家自己在捏陶，以前捏陶就是在玩玩具一樣，但是久了，長大了，開始上學了，學校很多朋友有真正碰陶瓷業的也不多，所以自己也因為這樣對陶瓷沒有太大的興趣，但是也沒有到討厭啦!!因為畢竟這是陪伴我到上學的玩具阿~ 哈</p> <p>一直到我上高中大學，又開始不知道為什麼又開始重新喜歡上了捏陶，可能我對捏陶其實一直都無法忘懷，只是更小的時候不想跟別的同學不一樣吧!所以被影響了，但到了高中後有自己的主見，也有自己的想法之後，才發現自己還是喜歡捏陶的，就跟著父母開始學習製作各式各樣的陶瓷作品。</p> <p>做陶是需要賦予一種愉悅的心情</p> | <p>老實說我以前對這產業說真的沒很大興趣，因為家族企業所以才接觸的。</p> <p>(A-1-2-1)</p> <p>做陶的時候就像是在捏造自己的孩子一樣，用自己的愛心與耐心去完成它，而它就像是會感受到一樣的給你回應。(A-1-2-2)</p> |

| | |
|---|---|
| <p>去對待它，作品才會有一種給人愉悅的感覺，就像自己的朋友一樣！哈 這是我自己的說法，所以我認為自己喜歡做陶是最重要的，絕對不要勉強自己去完成陶瓷作品，<u>做陶的時候就像是在捏造自己的孩子一樣，用自己的愛心與耐心去完成它，而它就像是會感受到一樣的給你回應。</u>這只是一種心情上的說法，別當真了！哈</p> <p>但是做陶是真的需要用自己的愛心與耐心做的，做出來的陶瓷作品就會特別珍惜，因為就像剛剛說得像是自己細心呵護用愛來捏拔大的陶瓷作品，就像從小細心呵護辛苦帶大的孩子，用自己的雙手完成了它，特別有意義。</p> | |
| <p>3. 近幾年顧客需求有沒有什麼很大的變化？</p> <p><u>由大量生產轉為客製化.不再接受現有商品,改為自行設計之商品生產,量也不在上千上萬件生產 只依需求量來進行生產事後回單也不在。</u></p> <p>鶯歌地區給大家的第一聯想大部分都是陶瓷產業，現階段來鶯歌旅遊的觀光客都對於鶯歌的認知大多是來自於自己眼睛所看到的、聽到或是自己體驗到的。</p> <p>有些到鶯歌遊玩的觀光客，因為當地的體驗行銷策略，再透過商家設計的</p> | <p>由大量生產轉為客製化.不再接受現有商品,改為自行設計之商品生產,量也不在上千上萬件生產 只依需求量來進行生產事後回單也不在。(A-1-3-1)</p> <p>鶯歌陶瓷，在台灣工藝產業是文化創意產業中發展比較成熟而且外銷成長較高的，且鶯歌體驗行銷的活動發展也較成熟多元，因此就最具代表性。(A-1-3-2)</p> |

| | |
|--|---|
| <p>文化活動，並受到當地文化的薰陶，且產生較高的自我意象一致性，是否進而提升觀光客對鶯歌的文化認同。<u>鶯歌陶瓷，在台灣工藝產業是文化創意產業中發展比較成熟而且外銷成長較高的，且鶯歌體驗行銷的活動發展也較成熟多元，因此就最具代表性。</u>針對到鶯歌遊玩的觀光客，是否藉由參與當地體驗行銷的文化活動，而對傳統文化產生文化認同。</p> | |
| <p>4. 您認為具你所知道，以前鶯歌陶瓷產業和現今有什麼差別？</p> <p>從以前到現在鶯歌陶瓷產業相差最大的應該就是產業<u>由傳統製作方式(注漿,大量生產)慢慢轉為較精緻(拉坯,手工)的手法來製作</u>，用人來比喻的話，簡單來說就是由老一輩思想轉為新世代年青人的創新想法來經營現今產業。</p> <p>大部分的老人~有什麼就做什麼不會多想要如何去改變~凡事隨便大概就好，覺得保持傳統穩固就好，這或許就是為什麼以前社會可以這麼安詳吧。哈哈 你只要看著你的長輩，尤其是阿嬤跟阿公那輩更明顯，大部分都是這樣。</p> <p><u>但年青人就不一樣了~自行設計開發與目前市場做區隔 ~會自己爭取</u></p> | <p>由傳統製作方式(注漿,大量生產)慢慢轉為較精緻(拉坯,手工)的手法來製作。(A-1-4-1)</p> <p>但年青人就不一樣了~自行設計開發與目前市場做區隔 ~會自己爭取建立自我品牌，現在的年輕人很多都想要自己獨特的風格。(A-1-4-2)</p> |

| | |
|---|--|
| <p>建立自我品牌，現在的年輕人很多都想要自己獨特的風格，不想跟別人一樣，因為覺得這樣才能創作自己的品牌，現在的年輕人會為了一個品牌而拼命，拼命的學習，就為了想要學到自己的東西，研發自己的品牌，自己的獨特風格。</p> | |
| <p>5. 依據您所了解從以前到現在工廠的數量有很大變化嗎？</p> <p><u>工廠的數量由多到少。</u>以前工廠大多都聚集在鶯歌地區，尤其在現在的鶯歌國中附近，尖山埔路上，鶯歌國中以前對面有住了十一戶人家，所以以前那裏有個名字就是十一間仔，就在以前三十四年前都是煙囪，排出來的煙總是讓鶯歌人看不到天空，每次抬頭就是烏黑黑的一定會有人反應。所以做陶瓷業的師傅們就都聚集在這尖山埔路上了。</p> <p><u>近幾十年來技術外移，工廠外移（移至內地生產，貪圖人工便宜）但也不能完全怪工廠不把技術和產業留至台灣，經濟環境不得不讓商家們往外發展。</u></p> <p><u>（移至內地生產，貪圖人工便宜）但也不能完全怪工廠不把技術和產業留至台灣，經濟環境不得不讓商家們往外發展，但...就近幾年內地的平均人工薪資也不亞於台灣.但也不會因為這樣工廠再次回到台灣...因為回不來了。</u></p> | <p>工廠的數量由多到少。近幾十年來技術外移，工廠外移（移至內地生產，貪圖人工便宜）但也不能完全怪工廠不把技術和產業留至台灣，經濟環境不得不讓商家們往外發展。(A-1-5-1)</p> |

| | |
|---|---|
| | |
| 二、影響鶯歌陶瓷產業發展創新的因素。 | |
| <p>6. 請問您認為鶯歌最具代表性的特色或獨特的地方為何?</p> <p>鶯歌就在新北市和桃園縣交界點是一個非常具有地方特色的城鎮,陶藝文化的盛況讓本鎮成為國內外知名的陶都名城。「陶瓷」就像是「鶯歌」一樣,常被人劃上等號,想到陶瓷就想到鶯歌,想到鶯歌自然也離不開陶瓷。</p> <p>而作為新北市首座縣立的鶯歌陶瓷博物館,可說是結合了地方特色與國際眼光的博物館,陶博館以社區出發、立足台灣、放眼國際自許。剛創館的時候舉辦各式精彩的展覽與活動,包括列為交通部十大節慶活動的「陶瓷嘉年華」,均獲得許多民眾的參與和讚賞。</p> <p>今年來因為社會快速變遷,使得許多珍貴的文化都在經濟發展的衝擊下漸漸快消失了。這真是讓人惋惜。只能靠一些老師傅一直傳承下去撐下去,現在就可以在傳承下去,看看現在年輕人能不能再把鶯歌的文化發揚光大了。讓民眾可以很期待走進鶯歌,藉由一些展覽像是陶博館的一些展覽來認識鶯歌在地的特色文化,深刻的認識鶯歌的土地,不認識怎麼行呢!!</p> <p>當各地的民眾走進鶯歌來的時候,他們</p> | <p>「陶瓷」就像是「鶯歌」一樣,常被人劃上等號,想到陶瓷就想到鶯歌,想到鶯歌自然也離不開陶瓷。(A-2-1-1)</p> <p>新北市擁有多樣性的自然景觀與文化資源,陶瓷產業是最具歷史價值與未來發展前景的地方特色。(A-2-1-2)</p> |

| | |
|--|----------------------------------|
| <p>就會再以新的眼光來探討鶯歌文化的最根源，並以此持續替鶯歌文化注入新的生命力。</p> <p>我各人覺得鶯歌最具代表性是對自己當地文化的熱情，只要在製作上遇到困難都會想盡辦法解決。</p> <p><u>新北市擁有多樣性的自然景觀與文化資源，陶瓷產業是最具歷史價值與未來發展前景的地方特色。</u>近年來，在相關單位與陶藝工作者共同努力下，陶藝結合了工藝、藝術與設計等不同的面向，表現越來越出色與多樣，為台灣的文化創意產業與現代陶藝發展增添了新的創新</p> | |
| <p>7. 您認為陶瓷有什麼樣的產業競爭?</p> <p><u>可能就是國外進口.(三角貿易)了吧</u>，根據工商普查的定義，三角貿易係指「貨物不經我國通關，經由他地進出口，而貨款在國內收付者。」</p> <p>即指我國的中間商分別與進口國進口與出口國出口商訂立買賣合約，貨物則由出口商第三國經運進口國，至於貨款則由中間商以契約當事人立場一方面自進口商收取，另一方面向出口商支付。出口國與進口國兩國間的貨物買賣，透過我國商人仲介成交，貨物係自出口國先運至我國後，或原封不動或改包裝或稍為加工（不通關）再運至進口</p> | <p>可能就是國外進口.(三角貿易)。(A-2-2-1)</p> |

| | |
|--|--|
| <p>國的貿易方式，以我國立場而言即為轉口貿易。</p> <p>我們知所要會要三角貿易是因為利用從事國際貿易的經驗、技術、商務關係，或地理上的優越地位，對出口商（第三國）供應商以買方地位，面對進口國進口商以賣方的地位，分別簽立買賣契約，貨物則由出口（第三國）直接運到進口國，或經過我國轉運不通關，我國的中間商僅以文件處理方式達成貿易，並賺取差價的行為。</p> | |
| <p>8. 請問您認為影響鶯歌陶瓷產業創新的原因為何？</p> <p><u>現在市場被其它外來市場給佔據，想要維持住自己產業就必須有所改變不管是在經營或設計等等...簡單來講就是要與外界做出不同自己產業，不然很快就會被市場淘汰。</u></p> <p>鶯歌這個小鎮地處交通便利的北台灣，此地能供應所有陶瓷創作需要的材料與機械，同時也大量的聚集各式批發零售或者藝術展售的陶瓷產業。這個時期，少數選擇跳脫仿古產業的陶瓷工作者開始嘗試傳統創新的作品，他們具有窯場淬鍊出來的專業技巧，並能獨當一面地進行製作生產。</p> | <p>現在市場被其它外來市場給佔據，想要維持住自己產業就必須有所改變不管是在經營或設計等等...簡單來講就是要與外界做出不同自己產業，不然很快就會被市場淘汰。(A-2-3-1)</p> |
| <p>9. 請問您認為陶瓷產業創新最大的困難點何在？</p> | <p>產、官、學，無法成為一個垂直供應鏈產指的是需要資源來改造，官指的是政</p> |

| | |
|--|--|
| <p><u>產、官、學，無法成為一個垂直供應鏈</u> <u>產指的是需要資源來改造，官指的是政</u> <u>策資源分配不均條件過多，學指的是無</u> <u>法立即與產業接軌。</u></p> <p>垂直供應鏈就是指合併兩個在生產過程中處於不同層次的業務，它是一種提高或降低公司對於投入和產出分配控制水平的方法。比如食品製造廠和連鎖超市。</p> <p>現在陶瓷產業創新還是需要很大的資源才能進一步地讓陶瓷業可以放心的創新，政府也有一部分的責任，資源的分配都不均衡，給的條件又這麼多。</p> <p>台灣產業發展面臨外在與內在的雙重壓力，外在方面，中國大陸正以低廉的人力、土地成本及加入世界貿易組織後開放龐大市場等因素，加速台灣勞力密集與低附加價值產業外移，台灣因此極需依賴優勢產業及新興智慧產業之蓬勃發展以促進經濟發展；內在方面，過去發展傳統製造業之勞工品質與紀律已不復存在，需積以台灣的五個優勢，以研發與創新為努力方向，把握全球明星產業(如數位內容及生物科技等)之發展機會。</p> | <p>策資源分配不均條件過多，學指的是無法立即與產業接軌。(A-2-4-1)</p> |
| <p>10. 請問您大認為部分的客戶都是來自台灣或國外?</p> | <p>由於我們產業較屬於陶藝教學為主.大部份的顧客為國內各年齡的學生及社</p> |

| | |
|--|---|
| <p><u>由於我們產業較屬於陶藝教學為主.大部份的顧客為國內各年齡的學生及社團,暑假也會接待由國外來遊客例如:新加坡,香港...等。</u></p> <p>內地的遊客幾乎不太會來我們教學教室幾乎都會直接至鶯歌陶博館及老街,去年接待的內地遊客多屬參訪團居多。</p> <p>現在的人們都注重旅行,也很懂得享受,外地來的也就居多了,因為外地的人沒來過,自然就會覺得新鮮特別吧!尤其鶯歌又有自己的特色,大部分都是陶瓷,很多外地人也會來我們鶯歌來選購陶瓷日常用品,例如鍋碗瓢盆。而本地人自己都逛到不知道幾次,內地來的可能相對就沒外地來的多吧!</p> | <p>團,暑假也會接待由國外來遊客例如:新加坡,香港,....等。(A-2-5-1)</p> |
| <p>一、 鶯歌陶瓷產業的未來發展策略。</p> | |
| <p>11. 請問您對陶瓷產業的未來發展有什麼樣的願景?</p> <p><u>能確實做到落地生根品牌認證。不是打著當地名氣,產品卻是由外地或內地引進。</u></p> <p>我們對於研發及生產技術有相當多年的經驗,我們深入了解原料的特性,針對每項產品做研發與改良,期望可以表現出優秀的效果,近年更投入『庫泥燒』的研發。</p> | <p>能確實做到落地生根品牌認證。不是打著當地名氣,產品卻是由外地或內地引進。(A-3-1-1)</p> <p>為何要研發呢?『庫泥燒』這個開發不僅融合了在地元素,也間接參與解決石門水庫淤泥問題,將淤泥轉換成文創陶的重要角色。為陶瓷產業轉型文化創意產業,須有在地特色之元素加值,提升商品故事題材性與本土性,進一步形塑鶯歌陶瓷材料特色代表性。研發『庫泥</p> |

| | |
|--|---|
| <p>而你一定會問什麼是庫泥燒吧!這很正常，很多人都對這不太清楚，庫泥燒是採用石門水庫的淤泥，經過處理後轉換成作為生產陶瓷品的可用原料。正好符合環保節能與在地原生材料的特性，用於陶瓷文化創意的發展，同時也可以協助「石門水庫」處裡淤泥堆積太多的環保問題。</p> <p>為何要研發呢?『庫泥燒』這個開發不僅融合了在地元素，也間接參與解決石門水庫淤泥問題，將淤泥轉換成文創陶的重要角色。為陶瓷產業轉型文化創意產業，須有在地特色之元素加值，提升商品故事題材性與本土性，進一步形塑鶯歌陶瓷材料特色代表性。研發『庫泥燒』有三點重要的目的就是：為鶯歌創造地方產業材料特色、協助石門水庫解決淤積環保問題、替國家節省外匯支出及能源消耗。</p> | <p>燒』有三點重要的目的就是：為鶯歌創造地方產業材料特色、協助石門水庫解決淤積環保問題、替國家節省外匯支出及能源消耗。(A-3-1-2)</p> |
| <p>12. 請問您認為陶瓷產業成功的關鍵為何?</p> <p>鶯歌作為台灣陶瓷發展的重鎮由來已經很久了。從發展以來，雖然歷經起伏很大，但是鶯歌人憑著一顆堅毅的決心，靈活的應變、勇於創新，至今鶯歌仍是全國民眾心目中的陶瓷之都。這當中，關於釉藥的變化與創新，更是鶯歌陶瓷發展的一大特色。台灣陶瓷接續</p> | <p>新一代的研發設計。跳脫舊有思想。(A-3-2-1)</p> |

| | |
|---|--|
| <p>著中國陶瓷發展而來。</p> <p>新一代的研發設計。跳脫舊有思想，簡單來說就是要有創新，以前傳統死板的思想要跳脫了，不能在很固執地停留在以前的思想，要有不一樣的創新想法了。</p> | |
| <p>13. 想問您認為要怎麼提高陶瓷產業的附加價值?</p> <p>好，<u>我認為想要提高陶瓷產業的附加價值分成了三點，服務、通路與銷售。</u></p> <p>這三點都是可以讓產業可以更有價值，其實不管是陶瓷產業，其它的產業也是一樣，你有好的產品，但服務不好一樣會被人投訴，一樣有可能會因此影響銷售，這些都有很大的連結性，這三點都要做到才有可能會提高附加價值，就像你們去一個地方逛街買東西的時候，他給你服務態度讓你覺得很舒服，不回有壓力你是不是就會下次要買的時候又來一次，其實服務態度真的很重要，再來就是通路了，你也要有好的通路才有可能讓很多人知道你的產品、產業，不然你自己一間小店在一個小巷子賣，沒有人互相傳，就不會有人知道有你這間店，就更不會有人來你這裡來買，所以通路也是很重要的。</p> <p>銷售在日常生活中非常普遍，每個</p> | <p>我認為想要提高陶瓷產業的附加價值分成了三點，服務、通路與銷售。</p> <p>(A-3-3-1)</p> <p>銷售也是要有有一定的技巧在，每個客戶需要產品的需求都會不一樣(A-3-3-2)</p> |

人腦海中都有銷售的清晰畫面。銷售就是介紹商品提供的利益，以滿足客戶特定需求的過程。商品當然包括著有形的商品及服務，滿足客戶特定的需求是指客戶特定的欲望被滿足，或者客戶特定的問題被解決。能夠滿足客戶這種特定需求的，唯有靠商品提供的特別利益。

銷售也是要有一定的技巧在，每個客戶需要產品的需求都會不一樣，用一個傘來舉例，就是傘可以被大家用來用各自不一樣的用途，有的人是拿來遮陽、下雨的時候大家拿來遮雨、有的人為了要躲人拿傘來遮，很多無奇不有的原因都有可能，所以銷售方式當然就是要說出產品、產業的優點才能得到最棒的銷售。

總之有了好的服務態度、又有好的通路可以告訴全天下的人們，再來就是最重要的銷售手法，這些能力都具有的話，就絕對沒問題了！但最重要的是你的產品、產業需要有吸引人的地方。

陶瓷產業也一樣阿~很多的用途會使他們對這些產業有興趣，而前往鶯歌來選購，有的網路就有通路，可以使顧客輕鬆就訂到貨，不用讓遠地的朋友特地來到了鶯歌購買。

14. 認為陶瓷產業週邊能衍生出什麼樣的產品?

要衍生出周邊的商品，首先得先得到大家的認可與喜愛，產出來的才會有人願

陶驛陶藝社除了有手拉坯、捏陶、杯子、杯墊、撲滿、陶笛、吉祥圖騰吊飾彩繪、馬賽克拼貼等D I Y體驗課程。我們周邊就有了這些產品，我想想陶瓷產業周邊還能衍生出什麼樣的產品，這需要很多的想像力才有辦法想到，因此這就交給年輕人了，哈，開玩笑的，但是現在這時代的趨勢年輕人的確是比較多的創新想法，我們則就是會多看很多別人的產品來找靈感！

像你說的陶瓷娃娃也是可以、還有很多很多只是沒有實際的做可能比較難想像出能做出什麼樣的周邊產品。哈哈

要衍生出周邊的商品，首先得先得到大家的認可與喜愛，產出來的才會有人願意來銷售，買商品，衍生出的商品也才有意義。

意來銷售，買商品，衍生出的商品也才有意義。(A-3-4-1)

訪談對象編號：B

受訪者：劉貴銘 先生

訪談時間：民國 105 年 4 月 4 日，上午 9:00~11:00

訪談地點：鶯歌老街網有限公司

訪談方式：封閉式訪談錄音

| 訪談逐字稿內容 | 編碼分析 |
|--|---|
| 六、鶯歌陶瓷產業創新發展歷程階段。 | |
| <p>1.請問您是甚麼時候開始接觸陶瓷產業的?</p> <p>民國 70 年，高中工讀時因為工作的關係便已經接觸陶瓷業。也為了這個通路我認識了我老婆，而我老婆就是在設計作陶這塊，所以現在才會去接觸陶瓷這一塊。</p> | <p>民國 70 年，高中工讀時因為工作的關係便已經接觸陶瓷業。也為了這個通路我認識了我老婆，而我老婆就是在設計作陶這塊，所以現在才會去接觸陶瓷這一塊。(B-1-1-1)</p> |
| <p>2.什麼原因讓您對陶瓷業感興趣?</p> <p>三十幾年前，就讀北市工農夜間部，白天在貿易公司工讀，陶瓷製品是公司的出口業務之一，產品來源都是鶯歌地區。我的工作內容經常要接觸到這方面的業務，自此對鶯歌陶瓷業有了初步的認識。民國 90 年，舉家移居鶯歌，太太在陶瓷老街從事門市工作，因為這層關係，我有許多機會與本地的陶瓷業界人士往來。加上<u>互動良好的鄰居與朋友</u>，不少人是陶藝工作者或陶瓷製品的買賣業者，還未進入陶瓷業之前，陶瓷業就已經是日常生活的一部份。環境使</p> | <p><u>互動良好的鄰居與朋友</u>，不少人是陶藝工作者或陶瓷製品的買賣業者 (B-1-2-1)</p> |

| | |
|---|--|
| <p>然，最後便有機緣進入這個行業。</p> | |
| <p>3. 近幾年顧客需求有沒有什麼很大的變化?</p> <p><u>一般門市的顧客喜好，逐漸由工業生產的標準規格量產化商品，逐年轉向對客製化、手作品與精緻單品感到興趣。</u></p> <p>現在大家都比較喜歡看產品的精緻，與產品的藝術，很少人會因為產品的標準規格而大量的買產品，還是有，但已經不多了，不過就是有人會因為它的精緻、美感而想大量的買，一來可能可以拿來送禮很方便，二來可以拿來當家裡的擺設裝飾，若是又加上實用的話那就更多人喜愛了!</p> <p>現在甚至有時候精緻還比實用更吸引人呢!現在大部分的人都用眼睛來享受所有的事物!</p> | <p>一般門市的顧客喜好，逐漸由工業生產的標準規格量產化商品，逐年轉向對客製化、手作品與精緻單品感到興趣。</p> <p>(B-1-3-1)</p> |
| <p>4.您認為具你所知道，以前鶯歌陶瓷產業和現今有什麼差別?</p> <p>勞力密集的生產模式，所剩無幾。取而代之的，主要是兩種型態：量產化的工廠，轉為研發材料與應用層次提昇。小型生產模式工廠，轉變為人數較少的工作室型態，主要產品為手作日常生活陶瓷製品與藝術擺飾品。</p> <p><u>整個鶯歌歷史產業的發展中，最重要的莫過於陶瓷的生產了。</u></p> | <p>整個鶯歌歷史產業的發展中，最重要的莫過於陶瓷的生產了。(B-1-4-1)</p> |

5.依據您所了解從以前到現在工廠的數量有很大變化嗎?

中大型工廠外移得很嚴重，具量產規模仍留在鶯歌者，以磁磚、衛浴設備、砂輪、工業耗材等為大宗。確實的工廠數量，在中央或地方政府的工廠登記資料，可以明確獲得。僅就身遭感受到的，只聞舊廠歇業，而無新廠設立的訊息。陶瓷業所需的原料，幾十年前至今，幾乎全部都仰賴進口，台灣本身的原料資源是受限的。成本上的考量，許多產品的前半段工序製程，都在國外完成後進口，鶯歌從事後半段的製程。政府諸多採購案，其規格限定全部工序製程在台灣工廠完成。昧於事實的結果，除了大型工廠之外，中小型工廠，根本沒辦法接單，或者僅做表面應付。主要支持陶瓷產業的小中型工廠，只得日趨凋蔽。

中大型工廠外移得很嚴重，具量產規模仍留在鶯歌者，以磁磚、衛浴設備、砂輪、工業耗材等為大宗。(B-1-5-1)

陶瓷業所需的原料，幾十年前至今，幾乎全部都仰賴進口，台灣本身的原料資源是受限的。(B-1-5-2)

第二部分：影響鶯歌陶瓷產業發展創新的因素。

6.請問您認為鶯歌最具代表性的特色或獨特的地方為何?

鶯歌最為人稱道，並具體呈現出印象，雖是陶瓷製品，但我認為其基礎是建立在本地的人文特色。鶯歌位處新北市的邊陲地帶，比鄰而居的樹林區之間，尚隔有一大段殯喪山坡地與環保焚化爐，居住生活機能反倒緊鄰桃園地區。市政建設資源分配不容易連結到鶯

鶯歌最為人稱道，並具體呈現出印象，雖是陶瓷製品，但我認為其基礎是建立在本地的人文特色。(B-2-1-1)

鶯歌老街也是所有地區的老街最具有特別性了，因為大部分的老街幾乎都賣吃的，但我們鶯歌還有自己的特色就是陶瓷了。(B-2-1-2)

| | |
|---|---|
| <p>歌，因此鶯歌在地人，保有難得的農村人文特色，與稠密人口的市區聚落有很大的不同。<u>鶯歌老街也是所有地區的老街最具有特別性了，因為大部分的老街幾乎都賣吃的，但我們鶯歌還有自己的特色就是陶瓷了。</u></p> | |
| <p>7.您認為陶瓷有什麼樣的產業競爭？</p> <p><u>量產化製品以價格為導向：在不同生產規模的工廠，合乎最經濟生產單價的所需數量不同。</u>例如，適合大廠生產的數量，其交期與單價對小廠來說，無法應對。適合小廠生產的數量，交由大廠製作時，成本可能更高。以價格為導向的產品，必需以數量，作為接單考量。</p> <p><u>行銷通路、市場調查與投資意願：台灣內需有限，出口一向是台灣成長所依賴的方向。工廠都曉得必需對設備與人員進行投資，才能面對全球經濟環境快速的變化。</u>準確的市場調查、多元化的行銷通路，一直是台灣傳統產業最弱的一環，也影響其投資意願。</p> | <p>量產化製品以價格為導向：在不同生產規模的工廠，合乎最經濟生產單價的所需數量不同。(B-2-2-1)</p> <p>行銷通路、市場調查與投資意願：台灣內需有限，出口一向是台灣成長所依賴的方向。工廠都曉得必需對設備與人員進行投資，才能面對全球經濟環境快速的變化。(B-2-2-2)</p> |
| <p>8.請問您認為影響鶯歌陶瓷產業創新的原因為何？</p> <p><u>產業創新並不只限於鶯歌的陶瓷業，也不只是今天才有的問題，而是所有行業在競爭的環境下，時時刻刻在面</u></p> | <p>產業創新並不只限於鶯歌的陶瓷業，也不只是今天才有的問題，而是所有行業在競爭的環境下，時時刻刻在面對的問題。沒有不斷地創新，企業終將被時代淘汰。(B-2-3-1)</p> <p>我們藝術工作在創作的過程中，都有階</p> |

| | |
|---|---|
| <p><u>對的問題。沒有不斷地創新，企業終將被時代淘汰。</u></p> <p>市場需求面主要包括實用、美感和價格的考量。即使藝術品涉及到經濟效應總會有點彘扭，然而事實上產品的供需反映著消費者瞬息萬變的意願，產品價格對應整體社會經濟脈動。藝術層面則包括了個人對創作的自我認知以及美感的掌握，並且能承受大型競賽展以及藝術鑑賞的考驗。</p> <p><u>我們藝術工作在創作的過程中，都有階段演變的創意或者瓶頸。都是些不可預期的轉捩點，無論是來自外界、家人或內在，都會影響一件作品的生產。</u>所以阿生命中的每一個契機都有可能成為另一個轉機。</p> | <p>段演變的創意或者瓶頸。都是些不可預期的轉捩點，無論是來自外界、家人或內在，都會影響一件作品的生產。</p> <p>(B-2-3-2)</p> |
| <p>9.請問您認為陶瓷產業創新最大的困難點何在?</p> <p><u>人才來源是最大的問題。台灣的高職，僅有鶯歌高職設有陶工科。大專院校，僅有亞太技術學院，在四年前設立陶瓷系。但升學制度的關係，就學陶瓷科系的學生，很大的比例是為了學歷，而非對陶瓷業有興趣。高分例沒有興趣的學生，佔據名額。排擠有興趣就讀陶瓷科系，分數適當的學生。兩所學校都設立在交通不便的偏遠地區，交通方便的學校都沒有開辦陶瓷相關科系。據我</u></p> | <p>人才來源是最大的問題。台灣的高職，僅有鶯歌高職設有陶工科。大專院校，僅有亞太技術學院，在四年前設立陶瓷系。(B-2-4-1)</p> |

| | |
|--|--|
| <p>所知道的鶯歌高職陶工科將要停辦，而亞太技術學院的招生人數過少，是全國大專院校被點名廢校的第一順位。人才全由工廠內部培訓，其發展受限企業內部的固有營運方針，無法如同學校培訓人才那樣，具備更寬廣的視野。</p> | |
| <p>10 請問您認為大部分客戶都是來自台灣或國外?</p> <p><u>我們從事批發與材料供應，主要的顧客是國內的工廠與工作室。還有少許的直客購買。</u></p> <p>有很多的熟客會時常來我們這邊購買，也有電話訂購的，很多都是可能要送禮，朋友的喜宴、生日等。都會直接打電話給我們訂貨。我們就會直接問他們預算，還會順便問他們期望一壺茶可以倒出幾小杯的茶，這也是有人要求過，所以我們都會順便問他們，茶壺的高低大小有差，這些電話就解決訂購了，不用特地來這一趟，因為有些熟客不是住附近，有透過朋友認識我們這裡的遠道朋友，除非他們有特別想要的配色或什麼的會特別來跟我們說，但我們也是有臉書那些的，也是會有傳照片來給我看的，這樣也是可行的，所以要跟我們訂購也是有很多管道可以訂購的。</p> | <p>我們從事批發與材料供應，主要的客顧是國內的工廠與工作室。還有零星的直客購買。(B-2-5-1)</p> |
| <p style="text-align: center;">第三部分：鶯歌陶瓷產業的未來發展策略。</p> | |

| | |
|---|--|
| <p>11.請問您對陶瓷產業的未來發展有什麼樣的願景?</p> <p><u>雖然原料全部仰賴進口,陶瓷業依憑自身的力量,幾十年來在台灣的貢獻,有目共睹。未來仍需放眼國際市場需求,在陶瓷不可取代的方面,研發更高端的產品。在陶瓷可取代的方面,積極搶攻市場。</u></p> <p>現在鶯歌有鶯歌高職培育未來陶瓷人才;有手工業研究所輔導陶瓷業者;有鶯歌的老師傅;有勤奮的經營者、陶瓷專業工作者;有陶藝家進駐設窯;更有全國唯一的專業陶瓷博物館。從陶瓷老街的再造、每年一度的陶瓷嘉年華會、到博物館精緻的陶瓷展覽。</p> | <p>雖然原料全部仰賴進口,陶瓷業依憑自身的力量,幾十年來在台灣的貢獻,有目共睹。未來仍需放眼國際市場需求,在陶瓷不可取代的方面,研發更高端的產品。在陶瓷可取代的方面,積極搶攻市場。(B-3-1-1)</p> |
| <p>12.請問您認為陶瓷產業成功的關鍵會為何?</p> <p><u>我認為陶瓷產業成功的關鍵可能還是要看政策吧!</u></p> <p>政策是鼓勵產業發展的最重要手段。陶瓷業是傳統產業重要的一環,也是民生必需品、工業耗材與部品重要的供應鏈。規化工業區、文創區與術藝村,都需政策支持。</p> | <p>我認為陶瓷產業成功的關鍵可能還是要看政策吧!(B-3-2-1)</p> |
| <p>13.想問您認為要怎麼提高陶瓷產業的附加價值?</p> <p><u>國內工廠與陶瓷工作者,應多參與國際交流與研討會,有宏觀國際視野,</u></p> | <p>國內工廠與陶瓷工作者,應多參與國際交流與研討會,有宏觀國際視野,才有機會為本身行業尋找新的產品附加價值。(B-3-3-1)</p> |

| | |
|---|--|
| <p><u>才有機會為本身行業尋找新的產品附加價值。</u></p> <p>有了與國際交流，我們的陶瓷產業才有辦法，讓各國的人甚至全世界的人知道我們的陶瓷業啊!哈</p> <p>或許還會因此出現了些許的人才、有興趣者...等。這樣就可以有更多不同的風格出現，讓陶瓷業的色彩更豐富，陶瓷業越豐富就越多人看到這，會因此培養出更多人才，讓大家對陶瓷更有興趣。</p> | |
| <p>14.認為陶瓷產業週邊能衍生出什麼樣的產品?</p> <p><u>傳統的印象是陶瓷僅為生活用品或擺飾品，其實鶯歌的陶瓷製品，早就在各種工業與科技需求對象，發展出諸多項目。太空梭上的陶瓷隔熱板、飛彈前端的陶瓷遮罩、防彈衣的阻絕夾層、汽機車的陶瓷引擎汽缸、切割用的刀具、高壓電的陶瓷絕緣端子、精密光學的研磨工具...工業應用的範圍，是陶瓷業創造週邊產品最佳的方向。</u></p> | <p>傳統的印象是陶瓷僅為生活用品或擺飾品，其實鶯歌的陶瓷製品，早就在各種工業與科技需求對象，發展出諸多項目。(B-3-4-1)</p> |

訪談對象編號：C

受訪者：許明香 小姐

訪談時間：民國 105 年 4 月 16 日，下午 10:30~11:20

訪談地點：共築摘星樓閣

訪談方式：封閉式訪談錄音

| 訪談逐字稿內容 | 編碼分析 |
|--|--|
| 一、鶯歌陶瓷產業創新發展歷程階段。 | |
| <p>1.請問您是甚麼時候開始接觸陶瓷產業的?</p> <p><u>我從小就生長於苗栗，在苗栗長大，原本我是要讀務農有關的科系，但我實在覺得沒有興趣，所以跟父母說一聲我就自己前往了桃園就讀振聲高中美工科，當時也沒有想過自己會喜歡，沒想到就這樣讓我誤打誤撞之下，上了美工科而且還覺得對這方面還蠻有興趣的，對藝術很有興趣，然後我還來到鶯歌陶瓷廠擔任立體原型設計師。1983年起從事陶瓷原形雕塑的工作，多年的工作經驗，練就一身好的本領，日積月累真的是花了大半時間在這上面，我在1993年的開始就投入陶藝的創作之路了，將自己最內心的記憶與情感作為主題，以寫實的方式來呈現，我做的每一份作品都是用我最大的愛來創造的，我</u></p> | <p>我從小就生長於苗栗，在苗栗長大，原本我是要讀務農有關的科系，但我實在覺得沒有興趣，所以跟父母說一聲我就自己前往了桃園就讀振聲高中美工科，當時也沒有想過自己會喜歡，沒想到就這樣讓我誤打誤撞之下，上了美工科而且還覺得對這方面還蠻有興趣的，對藝術很有興趣，然後我還來到鶯歌陶瓷廠擔任立體原型設計師。</p> <p>(C-1-1-1)</p> <p>將自己最內心的記憶與情感作為主題，以寫實的方式來呈現，我做的每一份作品都是用我最大的愛來創造的</p> <p>(C-1-1-2)</p> |

| | |
|---|---|
| <p>從 1996 年獲得民族工藝獎二等獎，之後也接二連三的獲獎不斷，也不是在炫耀(哈)，只是這些都是用我心血做出來的，所以覺得特別有成就感有感覺，2001 年就獲得全省美展金獎，並獲得永久免審查資格。這是我自己覺得最替我自己感到驕傲的事情!(哈哈)</p> | |
| <p>2.什麼原因讓您對陶瓷業感興趣?</p> <p>就像剛剛所提的我是誤打誤撞地進入了振聲高中的美工科，也因為了這個科系我發現自己所喜愛的，我真的很感謝這個誤打誤撞。哈 也很感謝這所高中的美工科讓我很快的發現我自己所想要的，讓我知道我未來會想要幹嘛。</p> <p>當然還有一個原因，我想這是我的一個基因緣分吧! 哈哈 <u>這是我長大後才知道的，我從事陶藝創作已超過 20 年了，就在某天偶然地發現我的祖先曾經也是經營燒磚瓦的窯場，是我父母跟我說的，我這才明白原來我喜歡陶藝是有原因的。</u>現今我也不僅是鶯歌的一個知名陶藝家，還是國立台灣藝術大學工藝設計研究所的學生，我想這一切都是</p> | <p>這是我長大後才知道的，我從事陶藝創作已超過 20 年了，就在某天偶然地發現我的祖先曾經也是經營燒磚瓦的窯場，是我父母跟我說的，我這才明白原來我喜歡陶藝是有原因的。(C-1-2-1)</p> |

| | |
|---|---|
| <p>命運吧!老天給我的這樣的安排我真的覺得很幸運!(哈哈)</p> | |
| <p>3.近幾年顧客需求有沒有什麼很大的變化?</p> <p>近幾年顧客的需求讓我們都經營模式與行為,是需要有創新商品、還有服務、活動,活動可能就是要簡單辦一下初體驗之類的活動,可以有互動的活動,會比較吸引人。現在顧客的需求、期望與關注的焦點變化的角度看待都不一樣,需求的變化也不一樣。</p> <p><u>從前的顧客都注重傳統與實用,現在的顧客大多都注重精緻、美感、藝術,還有要求要有美感又實用的!也因為這樣以前都大批發的賣,現在大部分都已經客製化了~只有些少部分的基本款會大量批發。</u></p> <p><u>現今顧客都充滿好奇心,都會想嘗試自己 DIY 的感覺。</u></p> | <p>從前的顧客都注重傳統與實用,現在的顧客大多都注重精緻、美感、藝術,還有要求要有美感又實用的!也因為這樣以前都大批發的賣,現在大部分都已經客製化了~只有些少部分的基本款會大量批發。(C-1-3-1)</p> <p>現在顧客對充滿好奇心,都會想嘗試自己 DIY 的感覺。(C-1-3-2)</p> |
| <p>4. 您認為具你所知道,以前鶯歌陶瓷產業和現今有什麼差別?</p> <p>我認為從以前到現在<u>鶯歌陶瓷產業差別最大的應該就是設備越來越齊</u></p> | <p>鶯歌陶瓷產業差別最大的應該就是設備越來越齊全,以前幾乎是手工做陶瓷,現在都有機器在輔佐了(C-1-4-1)</p> <p>陶瓷雖然現在都有機器輔佐,但是最關</p> |

| | |
|---|---|
| <p>全，以前幾乎是手工做陶瓷，現在都有機器在輔佐了~ 雖然說設備很齊全，但還是需要師傅的巧手才能完成出一個很棒的作品，就像你們去算命，有些算命師都會說妳以後會好命，但如果妳都把它擺爛，沒有努力在好命也都會變命苦，也可以說是你自己改變了你自己的命運了，在舉例一個，就是你快考聯考了，你去廟裡拜拜，希望神明祝福你可是順利，進入你理想中的學校，但是你不努力，拜了再多的廟一樣還是會沒用，這些道理都是一樣的!</p> <p><u>陶瓷雖然現在都有機器輔佐，但是最關鍵的還是師傅的細心巧手，也是需要很大的巧思，很大的耐心。以前到現在陶瓷產業差別最大的我想就是設備的變化吧!!</u></p> | <p>鍵的還是師傅的細心巧手，也是需要很大的巧思，很大的耐心。(C-1-4-2)</p> |
| <p>5. 依據您所了解從以前到現在工廠的數量有很大變化嗎?</p> <p>依據我所了解的，現在的工廠已沒有像早期一樣這麼多了!以前是因為都是煙囪聚集在尖山埔路上，現在工廠漸漸變少，具我所知道的<u>以現今大家對產品的需求都要獨特創新的理念，所以工廠都有以個人需求為走向</u>，現在大部分</p> | <p>以現今大家對產品的需求都要獨特創新的理念，所以工廠都有以個人需求為走向(C-1-5-1)</p> |

| | |
|--|---|
| <p>的師傅都只想要有自己的工作室居多，工廠已經沒有這麼多了。</p> | |
| <p>第二部分：影響鶯歌陶瓷產業發展創新的因素。</p> | |
| <p>6.請問您認為鶯歌最具代表性的特色或獨特的地方為何?</p> <p><u>現今中大型工廠外移很多，所以現在皆以量產，留至鶯歌陶瓷製造，數量也依採購單，再加以研討生產，但即便這樣陶瓷還是在鶯歌地區最具代表性了，只是現在很少有工廠大量生產了!</u></p> | <p>現今中大型工廠外移很多，所以現在皆以量產，留至鶯歌陶瓷製造，數量也依採購單，再加以研討生產，但即便這樣陶瓷還是在鶯歌地區最具代表性了。</p> <p>(C-2-1-1)</p> |
| <p>7.您認為陶瓷有什麼樣的產業競爭?</p> <p><u>依照量產化的導向，難易度的多寡，數量接單考量，以達行銷通路，所以價位也因其不定，可是也應景氣的問題，所以也不宜居高，常有比價的苦惱這就是競爭的考量</u></p> | <p>依照量產化的導向，難易度的多寡，數量接單考量，以達行銷通路，所以價位也因其不定，可是也應景氣的問題，所以也不宜居高，常有比價的苦惱這就是競爭的考量。(C-2-2-1)</p> |
| <p>8.請問您認為影響鶯歌陶瓷產業創新的原因為何?</p> <p><u>產業創新並不僅限於此行業，而針對眾人的需求提高，時代的改變，也讓我們必須不斷的創新，以免被刪除淘汰。</u></p> <p>創新也可以說是因人而起的，早期和現代人的差別真的很大，現在出現的東西越來越多，導致讓人們有了更多的</p> | <p>產業創新並不僅限於此行業，而針對眾人的需求提高，時代的改變，也讓我們必須不斷的創新，以免被刪除淘汰。</p> <p>(C-2-3-1)</p> |

| | |
|---|---|
| <p>想法，更多了想像力，更多無奇不有的想法...等。就是多了很多不一樣的創新，因為人們接觸的越多，想法與想像力也會因此變了更多，創新就會有越來越多的風格，創新是來自四面八方所給的靈感，這樣鶯歌陶瓷業就越來越豐富了!哈</p> | |
| <p>9.請問您認為陶瓷產業創新最大的困難點何在?</p> <p>在我們這新北市最南端的鶯歌鎮，已經有很久的歷史了，在這發展過程中，<u>隨著全球整體經濟市場的改變，鶯歌陶瓷產業也避免不了遇上產業外移、競爭力下降的挑戰，所以我們才會面臨發展的瓶頸，還有轉型的關卡。</u></p> <p>以現在對藝術概念的提升，而陶瓷的學習點並不多，且複雜，所以學習的人會較不好找尋，須廣告宣傳學習的地點增設或許可多發現出對陶藝的興趣者。</p> | <p>隨著全球整體經濟市場的改變，鶯歌陶瓷產業也避免不了遇上產業外移、競爭力下降的挑戰，所以我們才會面臨發展的瓶頸，還有轉型的關卡。(C-2-4-1)</p> |
| <p>10.請問您認為大部分的客戶都是來自台灣或國外?</p> <p><u>生活上的需求，民生必須品，文創區等使之傳統產業必須走向，展現出藝術</u></p> | <p>生活上的需求，民生必須品，文創區等使之傳統產業必須走向，展現出藝術提升，以達大家的慾望需求。(C-2-5-1)</p> |

| | |
|--|---|
| <p>術的提升，以達大家的慾望需求。</p> <p>我們的顧客國內外的顧客皆有，顧客也很多，因為我自己的作品有放在陶博館展示，很多人因為這樣有了好奇心就來到我這參觀了。哈</p> | |
| <p>第三部分：鶯歌陶瓷產業的未來發展策略。</p> | |
| <p>11.請問您對陶瓷產業的未來發展有什麼樣的願景?</p> <p><u>對產品的質量需求，原物料也仰賴進口，各業者憑著自身的能力貢獻，不斷的研發 更精緻的產品，積極的展現，搶攻大眾的視覺享受。</u></p> <p>由於現在大家都喜歡享受眼睛所看到的美感，我們就必須要更加強做一些精緻的產品與美學藝術感的作品，以至於大眾都會很喜歡。</p> | <p>對產品的質量需求，原物料也仰賴進口，各業者憑著自身的能力貢獻，不斷的研發 更精緻的產品，積極的展現，搶攻大眾的視覺享受。(C-3-1-1)</p> |
| <p>12.請問您認為陶瓷產業成功的關鍵會為何?</p> <p>因陶藝長廊的展現，也因此引來國內外的顧客來觀賞。</p> | <p>因陶藝長廊的展現，也因此引來國內外的顧客來觀賞。(C-3-2-1)</p> |
| <p>13.想問您認為要怎麼提高陶瓷產業的附加價值?</p> <p><u>陶瓷材料是土，取自大地，無形無狀，經過藝術家的心、手、眼，呈現各種不同樣貌，透過這些陶藝作品，連結</u></p> | <p>陶瓷材料是土，取自大地，無形無狀，經過藝術家的心、手、眼，呈現各種不同樣貌，透過這些陶藝作品，連結觀賞者腦海中的印記，產生共鳴，感動人心，所以想要提高陶瓷產業的附加價值</p> |

| | |
|---|--|
| <p><u>觀賞者腦海中的印記，產生共鳴，感動人心，所以想要提高陶瓷產業的附加價值就需要用感情下去來製作這些作品。</u></p> <p>附加價值的作品想要讓觀眾看得喜歡，提高作品的價值，當然就要付出一些代價，付出感情，就像養兒育女一樣，像我也有兩個女兒，所以我就像是用養兒育女的那種心態，用愛去做一個作品，做出來的作品就會不同凡響、自然就會有它的價值在，觀賞者也會看得比較賞心悅目。</p> <p><u>從以前的傳統產業至今，對品質需求觀光客的認知，以創作類，策展類，產業類三方向為主軸，相對的提高陶瓷產業。</u></p> | <p>就需要用感情下去來製作這些作品。 (C-3-3-1)</p> <p>從以前的傳統產業至今，對品質需求觀光客的認知，以創作類，策展類，產業類三方向為主軸，相對的提高陶瓷產業。(C-3-3-2)</p> |
| <p>14.認為陶瓷產業週邊能衍生出什麼樣的產品?</p> <p><u>在不斷的研發創造，經過大家的努力使之產品多元化，引用到生活的陶瓷隔熱板，汽機車等之陶瓷汽缸，還有很多的周邊產品，且還繼續不斷的努力。</u></p> | <p>在不斷的研發創造，經過大家的努力使之產品多元化，引用到生活的陶瓷隔熱板，汽機車等之陶瓷汽缸，還有很多的周邊產品，且還繼續不斷的努力。 (C-3-4-1)</p> |

附錄二 相關圖片



圖 1 陶瓷的基本器具 (圖片來源：研究者拍攝)



圖 2 陶瓷器具的收納盒 (圖片來源：研究者拍攝)



圖 3 研究者 93 年作品 (圖片來源：研究者拍攝)



圖 4 研究者 93 年作品 (圖片來源：研究者拍攝)



圖 5 研究者 95 年作品 (圖片來源：研究者拍攝)



圖 6 劉貴銘先生與他老婆 (資料來源：劉貴銘先生的臉書)



圖 7 許明香小姐與她丈夫
(圖片來源：google 圖片 <https://www.google.com.tw/search?biw>)

