

明志科技大學

經營管理系

專題研究計劃書

台灣傳統工藝產業之探究-三峽藍染的
過往、現況與展望

組員：	學號	姓名
	U98227013	林宛葶
	U98227020	曹絹絹
	U98227026	陳怡安
	U98227028	陳冠竹

指導老師：_____ (簽名)

中華民國一百年八月三十一日

目錄

第一章 緒論	1
1.1 研究動機	1
1.2 研究問題	2
1.3 研究流程	4
第二章 文獻探討	5
2.1 什麼是三峽藍染	5
2.2 三峽藍染的歷史發展軌跡	9
2.3 三峽藍染當前發展上的困境	12
2.4 三峽藍染與文化創意的結合	15
第三章 研究方法	20
3.1 研究框架	20
3.2 質性研究	21
參考文獻	25

第一章 緒論

1.1 研究動機

三峽，一個以金牛角麵包出名的古老小鎮裡，其實在以前原是一個「大染鋪」，不管是中台灣還是南台灣的布匹都是送至三峽染製。藍染這個技藝在三峽是有其歷史地位、也代表著三峽居民早期經濟型態。染布業曾有著豐厚的經濟利潤，連三峽地方上的重要人物都各個成立了染坊，甚至有外地商人遠到來此經營，其規模可說是當年北台灣僅見的一條染坊街，每家染布業，各有其獨門配方和絕活，各自出品的貨色亦不盡相同，而由於貨色多，故也吸引許多外地客前來批貨，貨品銷至全台各地。今日民權老街一座座街樓上，仍能看到「林榮祥染坊」、「成和染坊」等匾牌，而昔日匾牌最華麗的「金聯春」染坊的樓牆上，還留有「本染坊不惜重資精撰原料嚴督加工製造發售」的橫批(林炯任，2009)，證明了藍染曾在個小鎮渲染過的痕跡。

曾經輝煌的藍染工藝在三峽已沉寂近百年，目前在發展上仍存在著許多問題，包括很多年輕人並不了解這個文化的重要性、製作過程手續繁複、合成化學染料入侵等，昔日林立街道的染坊，也難再以原本的買賣為主，而多轉為觀光產業。又至七〇年代，台灣社會急遽轉型為經濟掛帥、利益為導向的國家。人民生活與價值觀產生很大的改變，直接衝擊了傳統文化，許多百工技藝漸漸式微，像是捏麵人、吹糖這類較於藝術性質的技藝，年輕人不再想要學習，而多改為機器代工；孩子們手上把玩的也不再是可愛的捏麵人，而是塑膠玩具。三峽藍染亦是如此，須由手工製作的藍衫已跟不上科技的進步，衣物早可以輕易大量生產，染坊理所當然也無法再獲取豐厚的利潤。

面對三峽藍染的復甦，國內政府單位、專業人士以及文化協會莫不盡力提出其計畫或想法。例如：「將天然的藍靛染色布料回收再染色，舊衣新穿」、「藍染創意生活產品設計與製作：以三峽鎮內藍染工坊或創作家為輔導對象，邀請商品專業

設計師參與三峽藍染創意生活產品的設計與開發」(王淑宜, 2009)、「天然無污染、質樸的圖樣色澤、手工質感等所傳遞的心靈感受是藍染的特性與價值, 且與當代之永續概念、LOHAS、在地文化等設計思潮是一致的, 可見藍染具有其設計上的未來性」(李俐慧, 2009) 還有三角湧文化協進會, 除了每年舉辦「三峽藍染節」他們也成立「三峽染工坊」, 替民眾帶來藍染教學、DIY 藍染體驗與藍染商品。但因協會為非營利單位, 在現實環境下推動是不易的, 例如: 藍染活動辦理的適切性、藍染體驗活動的收費合理性及藍染文化產業推動的策略等。而在這麼多計畫的實踐下它的成果有如預期中的發展嗎? 而藍染在面對現實環境的變遷與挑戰該如何生存下去? 未來的發展方向? 該如何發展能再創它的風華面? 藍染的未來朝創意生活開發發展, 是否能使文化復甦?

藍染乃三峽的地方特色產業, 它象徵的是一種飲水思源、文化的傳承, 也傳達了三峽人儉樸、樂觀、進取的精神。只不過, 在面對上一段所提到三峽藍染產業發展上所存在的種種問題, 這項技藝正處在持續走下坡的階段, 它將何去何從呢? 本研究主張保存、傳承與再生, 應該是其當前刻不容緩的三部曲策略。進一步來說, 藍染技藝若能結合在地文化、地方特色、環保綠化、...等概念, 釐定一套追求再生的策略, 或許是可行的?

1.2 研究問題

一、三峽藍染的傳統技藝如何保存?

在研究動機陳述時提到, 三峽藍染目前面臨傳統文化消失及技藝失傳的問題。而我國在傳統文化保存及推廣已有成功的案例, 若三峽藍染也參考類似的方法是否能達到同樣的效果? 而現已推行的眾多計畫, 實踐後的效果是否有符合預期?

二、三峽藍染的傳統技藝如何傳承?

目前三峽藍染的復興，皆著重於讓民眾體驗學習如何製作、藍染業與其他產業如何異業結盟、生活面多元應用等等。那在面對目前藍染業在三角湧有 15 戶，41 名員工(林炯任，2008)該技藝該如何傳承下去，使將來懂得此技術的人數不會下降甚至增加呢?目前是否有具體行動方案在針對技藝傳承面實施?其進展如何?過程中遇到了什麼困難?

三、三峽藍染的傳統技藝如何追求再生?

保存、傳承之外，如何讓藍染能創新、再生及環保是可使它後續發展更蓬勃的關鍵。藍染以現代應用而言，用途非常廣(林炯任，2008)，那如何讓其具有創新的體驗設計策略使未來的發展也朝向創意生活產業呢?而這個用天然植物染色的產業，在現今重視環保的地球可以如何去應用?使藍染製品具有再生功能是否為其中一項環保方法?

1.3 研究流程

本研究為探討上一節所提出的三個研究問題，研究流程如圖 1.1 所示。

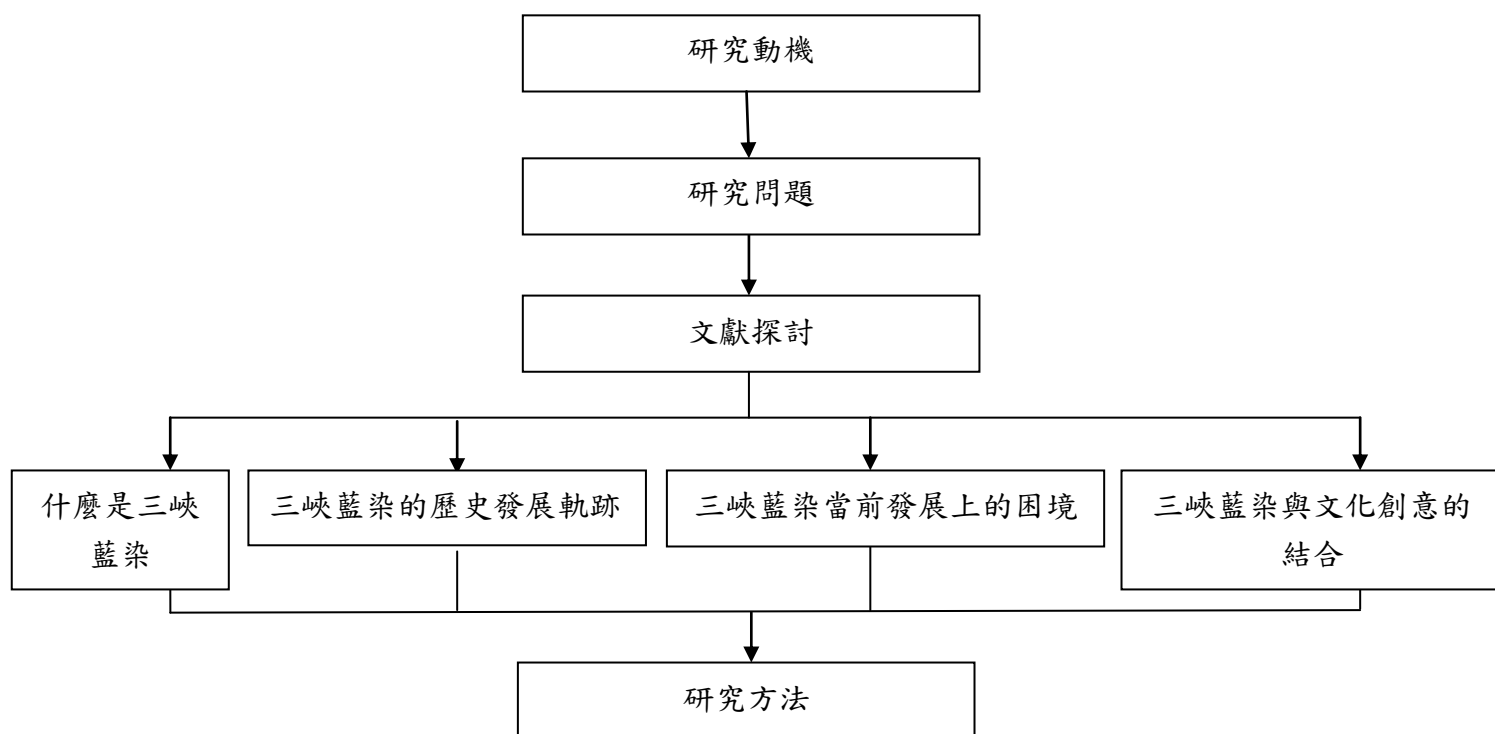


圖 1.1：研究流程圖

第二章 文獻探討

2.1 什麼是三峽藍染

一、三峽之「源」

三峽位於台北盆地西南隅，最早名稱為「三角隅」，據說是泰雅族的譯音(王怡茹，2004)。三峽鎮舊名「三角湧」，境內有大崙崁溪(今大漢溪)、三角湧溪(今三峽河)、及橫溪三條河流交會，且地形略呈三角形而得名(林炯任，2008)。而在1920(大正九年)因實施全台地區改名，稱為「三峽」，由於三峽境內多山地地形、溪流交錯，平原面積狹小，除了在河谷平原種植水稻外，也善用山地來生產大菁、茶葉、樟腦等經濟作物，並利用河運之便，造就了染布業、藍靛業、茶葉、樟腦的發展(王怡茹，2004)。

清代中期北台灣貿易興起，三峽與淡水河下游之名的港埠如艋舺、新莊等地往來頻繁，溪岸出現了船運碼頭，沿溪地帶也普遍發展，據王教授在其著作『淡水河流域河港水運史』提到舊時的三角湧河港碼頭，當時一些山產物資的運送，多運用帆船(俗稱紅頭船)運送至艋舺一帶販售，由於生意往來頻繁，許多三峽人至艋舺、大稻埕發展。

整個三角湧地區可說是因河而興衰，日治中期以後，山區林木開發完成，在大正十三年(1924年)桃園大圳完工，造成水利漸失，加上橋梁完工，陸上交通漸漸取代河運。藍染業也因化學染料和西服引進的影響而漸衰，原本從事的染布業漸轉型成布莊，但曾有的三角湧街道仍有舊有的染布坊將昔日風貌保存下來(王怡茹，2004)。

二、藍染的定義

藍染為傳統藍靛染色的簡稱。藍靛又稱為藍泥，是由染藍植物所萃取的靛青色天然染料，在染料的特性上，藍靛屬於還原性染料，靛泥調水後仍無法將色素染著在纖

維布料上，必須透過複雜的發酵過程，才能使色素轉換結構而具染著力，所以自古藍染即是一種高難度的染色技藝(梁育甄，2010)。

同時，也由於藍靛染色具有深厚的色彩層次與細膩耐看的色彩質感，所以向來頗受大眾喜愛。我們的祖先在一百多年以前，不論男女老少，多數人平日都穿著藍染服飾，所以藍染產生的顏色為傳統染色中與庶民大眾最接近的色彩，也是我們民族傳統染色中的主要代表色。藍染的技藝包括色染、蠟染、紮染、夾染、刮漿染等項，各項技藝皆有不易突破的技術關卡(王淑宜，2004)。藍靛製作及染布製作過程如圖 2.1 和 2.2 所示：



圖 2.1：藍靛製作



1



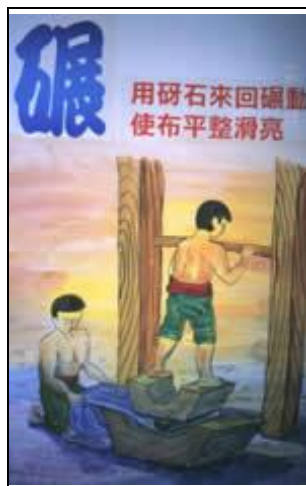
2



3



4



5



6

圖 2.2：染布製作的過程

圖片來源：台北縣三角湧文化協進會(2010)

臺灣的藍草栽種於先民由中國大陸移墾來台時帶入的經濟作物「山藍」，而藍染產業重鎮之一的三峽，乃在明末清初時代，因渡海來臺的移民在大漢溪畔的三峽地區開墾住居時發現在大量的馬藍草，並利用三峽溪溪水漂洗染布，晾曬於溪畔，之後染坊逐間設立，而促成了三峽藍染產業的發展(李俐慧，2009)。

以臺北盆地而言，由於四周多丘陵及山地，氣候及環境適宜大菁的生長，自古即為大菁染料的產地，而且所製造的藍靛品質優良。西元一九〇三年大衛生(J. W.

Davidson)一段有關靛藍的記載：「一八八〇年，靛藍的數量占戎克船輸出貨品之第三位，僅次於稻米及煤炭，而金額則居首位。其數量為二萬一千擔(每擔一百公斤)，金額達十五萬圓」(蔡啟恆，1972)。十九世紀時大菁(又稱山藍、馬藍)已成為臺北盆地的大宗經濟作物，也是臺灣重要的出口產物，不只大量外銷中國，也提供本地染坊使用，帶動了北臺灣藍染業的發展(陳紅旭，2009)。

臺灣藍染業的興起，在嘉慶二十一年(1816)「重脩鹿港聖母宮碑記」中即有染郊的記載。臺北地區的傳統染坊在道光初年出現，三峽早期的藍染業，大都集中在三角湧街(今民權老街)，出產的貨品多樣，染布商品銷至全臺各地。由於從事染布的人口多，成為三角湧街的時代特色產業，因此在今天三峽老街的牌樓立面仍可見到許多「染坊」字樣，而其規模可說是當年北臺灣重要的一條染坊街肆。

三、何謂三峽藍染

染布業在早期的拓墾社會中主要以供應附近地區居民的需求，在道光初年，染坊這種自染自售的「農業社會簡單工業」已在三角湧街上出現。直到同治、光緒年間才況大規模，在明治、大正年間，染布業仍很盛行。

三角湧街的染布業，是文武市兼營，所謂的文事就是只零賣，而武市則是只批發。在當時，批發的運銷不僅遍布北部，甚至遠及中南部；店家不僅在門市零售，亦有人擔著布匹到外地出售。而擔布者大多到桃園、中壢、新竹方面的客家庄銷售。經營染布業的人家，其店屋臨街的前進，如同一般店家均作為店面，後進及作為染布的場所，沿街兩側的染布業者，均將染妥的布，擔往西邊在水中進行漂洗的過程。

當時的三角湧山區有可以製染料的植物馬藍(大菁)，再加上清澈的三峽溪溪水可以用來漂洗布、溪畔可以晾曬染布，因此當地染布業非常興盛，加上當時淡水河水運便利，在三角湧染好的布經由萬華大量銷往廈門、漳州、福州、上海等地。這些得天獨厚的有利條件，遂造就了發展染布業的絕佳環境，於是染布業在當時市場中逐漸成為三角湧街的特色行業(梁育甄，2010)。

2.2 三峽藍染的歷史發展軌跡

三峽早年曾為藍染染料植物—馬藍的產地。因清澈的三角湧溪具備染布時所需的良好水質，更為漂洗、晾曬染布時的場所，加上淡水河河運的便利，由下游的港埧運進布匹來三角湧染色，製成後可順流運送到萬華，再大量銷往廈門、漳州、福州、上海等地。早期三峽藍染業主要供應島內市場，消費市場為以附近客家人居多的桃竹、苗地區。而因藍染業的發展外銷至大陸市場，其在於當時清代戰亂影響了當地農產的藍草地，因此在國內的資源短缺的情況下，進而依賴臺灣藍染進口；當時在臺灣的手工業並不發達須依賴進口，形成大陸與台灣間的區域分工，從台灣出口米、茶、糖等需要人力種植的作物與大陸手工業製品換取。

在乾隆中期後，三角湧街因移民人數的增加，農產品與日用品的貿易漸增，逐漸成為市集。嘉慶、道光年間，由於山地資源的開發，興起了大菁染料、染布、樟腦、茶業的產業，形成街肆的規模。在日治時期化學染料引進前，桃園、台北等地出產的土布，都送至三峽染布坊染色，因此在早期三角湧街有「全臺第一條染布街」之稱。同治光緒年間是三峽藍染業發展的顛峰時期，有陳種玉於同治年十年（西元1871年）開設的『陳恒芳染坊』、武秀才林金井開設的『林元吉染坊』、文秀才陳嘉猷所開設的『元芳號染房』及本鎮耆老廖富本父母所開設的『金聯春』等，這些都是老字號的染坊，當時一度多達二、三十家，除了本地人開設外，也吸引外地商人前來營利。到了光緒年間，三峽傳統染布業受到人工合成染料的影響，產量逐漸減退，再加上西服和日式和服的衝擊之下，市場逐漸萎縮，終告沒落(王怡茹,2004)。

這條三峽民權街目前仍保有多家染坊立面的文化資產，是三峽推動藍染過程中，優於其他社區發展的重要資源，也是三峽推動藍染文化產業發展重要的營造點。目前三角湧文化協進會規劃分三個階段，初期的重點是「人才培訓」，從學校教育開始拓展，將藍染習作做為當地小學必修的美勞課程，目的是讓更多人學會種植藍草與染布技法；中期目標是「擴展染布空間」，由各個藍染老師駐店經營，成立工

作坊、DIY空間，集中人力共同籌備、培訓等；後期乃是希望將藍染發展為「地方文化產業」，推廣讓更多人認識藍染、體會藍染，並在日常生活中落實，使藍染得以延續、傳承、生生不息，這個理念對三峽當地居民來說是，不只是一種分享，也是一種責任，更是一種歷史的使命感(李俐慧，2009)。

1. 萌芽期

在1996年十一月正式成立「三角湧文化協進會」係以三峽舊地名三角湧命名，成員大多為三峽在地子民，成立緣起則追溯至1994年由地方人士、學校老師組成的「三角湧文史工作室」，開始培訓文化義工，大力宣揚文化資產及鄉土文化保存之理念。後因會務多元發展之需要，所以成立此協進會，以研究保存三峽地區之文化資產，提升三峽文化、教育及環境生活品質為宗旨。目前會務推動主要為三峽藍染文化推廣及社區文化導覽(林炯任，2009)。

1999年的第一次三峽藍染發展座談會中，與會人員皆肯定三峽傳統藍染技術復原工作的重要性與急迫性，隨即成立了「三峽染傳統技術復原工作團隊」簡稱「三峽染」，在三角湧文化協進會的推動下展開，其研究發展歷程上，第一年著重在傳統染液技術的研究，從藍草植物的生態認識、採藍製靛的過程、染液營養劑的選用到酸鹼度的控制，都投入相當多的心力；第二年則以染色技法與成品製作為學習重點，三峽染成員在步調平穩的計畫中採取組織學習的方式逐步成長(王淑宜，2009)。

2. 成長期

並於2001年由三角湧文化協進會所輔導成立的「三峽染工坊」，提供三峽社區媽媽學習、染布、製作的窗口，目前主要推出的文化商品種類包含藍染教學、DIY體驗與藍染手工製品。在藍染教學課程規劃上，除了本地持續培訓的種籽教師外，也針對地方民眾或藍染同好規劃基礎課程。在藍染體驗的部份，為因應不同對象，她們也開發各種套裝行程，而不同材料包的設計，體驗收費當然也不盡相同。一般而言，兩小時的藍染體驗包含三峽藍染簡介、染色技藝教作、方巾染色。透過藍染體驗的教學設計能更快速及全面的傳達三峽藍染的社區學習資訊。在文化消費與文

化產業推動上，三峽染工坊的觀點是，適度的商品化是必要的。因此三峽藍染的商品為藍靛植物染色，每一件成品都為手工製作，背後都有它的創作故事。目前開發的商品有大小手提包、香包、名片夾、小錢包、門簾、筆記書、方巾、圍巾、壁飾、藍染娃娃、多樣的藍染服飾及大青養生料理等。並邀請產官學界的專家幫助，成立藍染教室、舉辦三峽藍染節(台灣工藝，2006)。由於藍染推動需要多方資源網絡的連結始能擴張其效能，結合的行業包含了教育單位、學術機構、紡織廠、設計單位、飯店、餐廳等(王淑宜，2009)。

3. 成熟期

在2002年三月起先後在中園國小、插角國小、三峽國小及安溪國小等學校，結合「藝術與人文」課程，進行藍染教學，指導學生藍染技藝，深受師生及家長的肯定。就在此時，台北縣文化局也注意到三峽藍染的特色，協助在2002年8月舉辦第一屆的「三峽藍染節」¹，場面熱烈，備受肯定(林炯任，2009)。自2002年起，台北縣政府、三峽鎮公所及相關文化單位陸續推出「台北縣三峽藍染節」，以系列教學、現場藍染實作、創意藍染服飾展…等活動，重現三峽早期得天獨厚的染布產業盛況，進而以此技藝宣導、推動社區營造(台灣工藝，2006)。在公部門與民間團體、個人工作室的努力之下，藍染發展日益蓬勃，也漸漸朝向工藝產業的發展，相關活動就是要讓更多年輕族群親近三峽染(王淑宜，2009)。三峽文化行銷策略的發展歷程如圖2.3所示：

¹三峽藍染節：是由台北縣政府與三峽鎮公所聯合辦理的地方文化活動，結合服裝設計師、學界、業界、各國藍染工藝師、在地工作者，讓藍染更加多元，跳脫出服飾格局，而廣泛應用在家飾、茶包、養生食品、配件等生活用品中，希望透過活動的辦理，為地方帶來觀光、經濟、教育及文化等方面的效益。截至今日已辦理10屆。

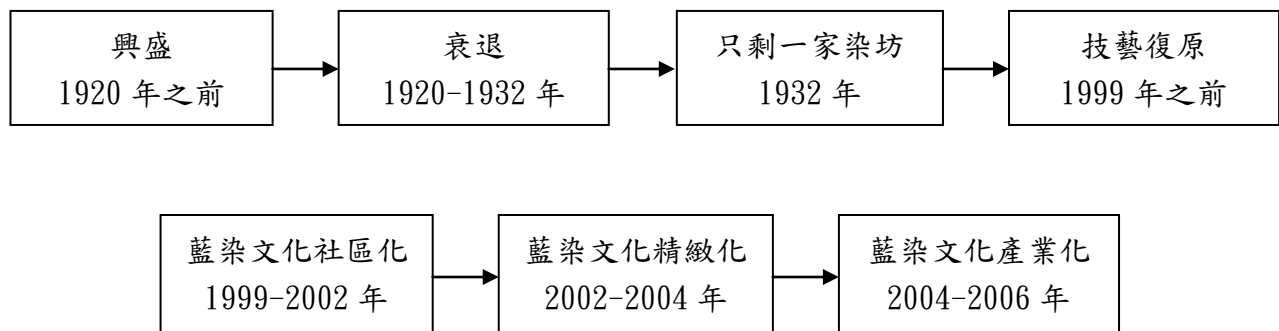


圖 2.3：三峽藍染文化產業階段歷程

資料來源:游惠文(2006)

此外，民以食為天的普遍性，也讓「食文化」在地方產業活動中變成不可少的一環，而藍染的素材大青具有解毒、涼血的功效，因此在嘉義大學生科院楊玲玲院長的協助下，大青植物配合中藥材製成的相關養生食品也登場了，這些新嘗試突顯藍染產業延伸的更多可能，而地方與學校共築產業交流平台，確實也激盪出更多創意的潛力(林炯任，2009)。各地常舉辦藍染活動，使參與藍染學習的人口快速增加。目前也有人成立網路市集，拍賣地方工作室及藍染教室的作品，可說是將文化產業轉變成為觀光及時尚產業，帶來全新商機。這種結合文化、藝術，讓產業有創意、新賣點的作法，根據經濟部中小企業處統計，2005年「文化及休閒服務產業」銷售額高達兩千七百億台幣。而台北縣統計資料，2004年的三峽藍染節之後，每月藍染網拍市場有四、五萬元，也有民眾團體預約三峽藍染DIY課程，可說在愈來愈崇尚自然風格的情況下，藍染的推廣是後勢看好(台灣工藝，2006)。

2.3 三峽藍染當前發展上的困境

本研究小組由各文獻資料的顯示出並加以彙整下列四項現階段三峽藍染所面臨

的問題：

一、經費因素

1. 三角湧文化協進會為非營利單位，成員多為社區義工，在許多現實壓力下推動三峽藍染著實不易，如場地借租的問題、進修學習課程的規劃與溝通、藍染活動辦理的適切性、藍染體驗活動收費的合理性等，均是近年來的發展的課題(王淑宜，2004)。
2. 開班授課時學習過程中產生學費問題，現在大部分公部門沒有補助，必須去找與三峽藍染有相關的提案申請，若無補助，只好以自給自主方式開班。
3. 經費來源困難，造成若想尋求專業行銷公司幫助或雇請專職人員，協會對可能無力負擔其費用、薪資、勞健保等。
4. 藍染節預算多給表演團體或公關公司，協進會經費會被刪減，甚至倒貼。
5. 專業團隊有很有能力的行銷人才，對於行銷管道一定有專業人士，三角湧文化協會沒有，早期怎麼依賴也是只有公部門可以協助，若公部門資金挹注之後，將要求產能，若產能不高，經費預算會被縮減。

二、人才與技術

1. 幾期技藝培訓課程結束即投入工坊營運的情況下，設計、美工等相關背景素養的缺乏，導致產品在到達某一技藝層面之後即難以再突破，整體品質無法向上提升(陳育正，2010)。
2. 因為人數不足使或無用者付費觀念對於學費不願繳納，造成無法開班而後流班的情形：人手不足、缺少年輕的生力軍，於培育課程結束後，最好狀況是十個人有一個人留在協會中。
3. 解說員屬於義務性，無法全心全意投入。
4. 協會成員年紀偏向老化，三角湧文化協進會成立十餘年，成員感到疲乏，可能造成人才斷層。
5. 藍染加入國小教材中，雖有與學校合作使小朋友認識藍染，但若欲從這方面下手

培養，時間上過於冗長。

6. 外地人對於三峽藍染的文化比在地人較有興趣，但若外地人想學習有交通往返不便的問題，再來有自己的家庭也要照顧。
7. 藍染產品成本高、材物料貴、藍染衣服穩定性不足，經過多次洗滌之後會產生褪色和淡化的問題，無法把色澤定位是藍染商品最主要原因，加上無法量產，導致推展與推廣受到局部的限制。
8. 藍靛染液製作與照顧不易，藍靛原料的採集更是辛苦，三峽染工坊能否提供長期的場地開放與藍靛染液，將會面臨考驗。

三、行銷

1. 藍染技藝純熟不成問題，缺少的是行銷管道，政府鼓勵推廣文化創意商品，但作品完成卻不知從何銷售，缺乏行銷通路，曾加入紅樓、台北故事館銷售，後期因抽成太高而撤架，若民眾對於加入藍染興趣降低，也將面臨到傳統與傳承的問題。
2. 無明確的目標市場：重心放在推廣，展示單位、活動、社區舉辦活動都會參加；最近才有請老師指導設計與行銷，即使有接到訂單，會因藍染商品是手工製耗時原因無法快速大量生產。

四、藍染節舉辦狀況

1. 目前三峽藍染的工作者多以接案為主，推廣過程常須借助政府的補助，推廣方式多半停留在好玩的DIY體驗課程及教學課程，一年幾千人次的藍染DIY體驗課程，多半以好玩為主(陳紅旭，2009)。
2. 三角湧文化協進會只負責藍染節活動中藍染DIY的項目，經費也是向三峽鎮公所額外申請，藍染節對於三角湧文化協進會來說屬於曇花一現的活動，應景遊客多，活動中帶來的遊客可增加一些收入，但結束就恢復以往的狀況，就長期經營來說效益不大。
3. 公關公司或外來團體非三峽在地人，對於藍染文化可能一知半解。

4. 宣傳不足：2003 年縣府主辦時，一個月之前以記者會、平面媒體、記者媒體做預告宣傳，旗子、廣播電台 104.9 警廣採訪，三峽鎮公所完全沒有，7 月底才招標出去，8 月初才再辦籌備會，推廣不足。
5. 藍染節成為作秀舞台，合作單位獲利較多，對於協會效益還不足。
6. 藍染活動內容缺乏新意、千篇一律的狀況可能會降低遊客對於藍染節的吸引力(梁育甄，2010)。

在成功復育藍草到現在已經經歷十二年，國立工藝研究所在馬芬妹的規劃下，開設一系列染織工藝課程，培養出近百名的優秀學員，並鼓勵這些學員回到自己熟悉的土地，繼續把藍染的種子撒出去。再伴隨近年來政府積極發展地方產業，馬老師的種子學員們成功的將三峽三角湧文化協會發展為復興藍染最好的地方之一。而讓藍染配合「社區營造」，成為當地特色之一，然而這部分還是需要政府的大力配合。馬老師指出：「自古以來所有精緻的工藝一定都是官方在做，官方可以指定顏色、供給補助，讓工藝師沒有負擔。自古的官窯、宮織，哪一種頂級的工藝不是政府在背後主持？」民間可以從事基本的原料供給，但要將「民生產業」提升到「文化產業」的話，就需政府的力量幫忙(符心宜，2006)。

2.4 三峽藍染與文化創意的結合

一、什麼是文化創意產業

台灣早期主要以製造與服務的產業特質為主，由於時代變遷以及新環境的崛起，產業結構及特質也已逐漸蛻變成以創意、思維掛帥的形式，所以近年來「文化創意產業」一詞出現於各大媒體與報章雜誌之頻率顯得特別高(林耕民，2006)。其名詞定義如下：

1. 文化產業的定義

「廣義的文化產業」，是發揮與活化在地歷史文化所形成的產業。而「狹義

的文化產業」，以操作型定義來看，可以說是以社區居民共同承擔經營的，以社區原有的文史、技術、自然等資源為基礎，經過資源的發現、活用等，提升社區生活生產、生態、生命等社區文化的分享體驗與學習的產業。而所謂的產業文化，意指產業經由付予創意與品管而發展出屬於該特有的文化。而文化產業則是運用文化特色，如生活文化、生態文化、生產文化加以發展應用的產業。例如水里蛇窯在生產製作的歷史中找出文化意涵，設計成為參觀者可以學習體會的新型文化產業型態。

2. 文化產業的創意觀點

現今文化思潮的多元思想應用於文化產業與設計專業形成的關聯項目為以下作三個部分的探討：

(1)「地域性與國族特性的著重」。全球文化產業競爭時代，本土文化可說是個重要的競爭優勢，所謂的本土文化就是生活在台灣這個社群生活的點點滴滴，而衍生出具有生命力的表現方式，來引起人類高度的共鳴。所以地方產業的「特殊性」以及「稀有性」將成為吸引國際性的觀光休閒要點，也是帶動產業經濟與凝聚居民意識的主要資產。而特定空間的象徵，意象與記憶的資源，歷史保存和地方資產維護，在地方產業的發展即是扮演重要角色。往往必須藉由「意象重建」，來強化「地方行銷」作為主要策略。

(2)「追求差異消費意識的特色」，由法國哲學家德希達提出，現代主義時代是以生產者主導的無差異消費。但是在後現代環境下是以消費者所欲求的差異消費、知識消費為主。觀光消費就是典型差異消費，而獨特風格就是差異消費的客體。全球文化產業追求的是人類普遍關心，即是大多數人可理解的「普遍性」主題。依此看普遍性雖佔上風，但是否可斷言本土文化的主題無用武之地？也不盡然。因為相反的「差異性」更具有吸引人的特質。因此，相對於現代設計運動的普同性，思考「差異性」與「本土文化」表現在文化產業，適度展現本土特質的差異性才能攫取地方產業獨特的優勢。

(3)「善於溝通，產品的表情十足才是賣點」。從 70 年代之後興起的後現代風潮對於設計感性表達的演變過程、設計的藝術性以及文化的角度，逐漸配合全球政經勢力再結構的過程，造就多元價值觀。繼承了現代主義設計運動，在後現代設計運動之中，產品結合了感性與理性的設計創意。「感性思維」是發揮設計主題感染力的思考項目，並以說故事的思維方式，進行軟性的說服與溝通。

另外，文化產業創意設計有重要的三大要素，分別為：美感、價值與故事。形式與外型的「美感」是必要的條件，讓外在的環境變的更藝術化、美感化，進而從外在而影響內在，其次是「價值」，此要素是贏得消費者認同的一個重要因素，而價值通常是隱含的，透過外顯形式間接表達，因為多數的民眾喜歡在娛樂及感性中瞭解一些概念與價值。「故事」在文化產業中扮演主要的關鍵角色，在於提升地方的價值感。發掘故鄉的記憶與印象、以及人文脈絡，並從故事中去感受、探索事物，體會其中的價值，企求以此感動參訪者與旅遊者。此外，「故事」中還包括：呈現的主題、鋪陳的節奏與方法，這些都可能因地方的風情特色不同，而有不同的特殊性。所以「說故事、創作故事」正是追求「創意台灣」的一個好方法。

就前瞻性而言，無論是國內及國外，都受到政府以及民間的大力推廣。美國、英國、法國以及北歐各國對於文化創意產業相當重視，而我國也在「挑戰2008年國家重點發展計劃」中，將文化創意產業第一次正式納入國家重點經濟發展政策當中（林耕民，2006）。

二、文化創意產業發展的方向

二十一世紀全球知識型態，已轉變為以創新為主的知識經濟型態。雖然在全球化的過程中，大型企業製造的規格化產品始得人類生活類型日趨統一化，但在同時，由於大型經濟體無法服務小眾消費者的需求，這樣的經濟型態給了小單元經濟個體一個反彈的機會，具創造性的小經濟體往往可以藉產品特質的凸顯，來與大眾跨國企業一較長短，文化現象與社會經濟逐漸受到重視（吳密

察，2003)。

在全球化與科技化兩股力量的推進下，全球新經濟型態已轉變為以創新為主之知識經濟型態，「全球思考、在地行動」更成為二十一世紀之主流思維。文建會在1995年文化產業研討會中首先提出「文化產業化、產業文化化」之構想，此一「文化產業」概念，隨後成為我國「社區總體營造」的核心，政府為貼近此一脈動，因此於2002年正式將「文化創意產業」這項文化軟體列為「挑戰2008：國家發展重點計畫」其中一項，文化創意產業發展計畫，期待藉由結合藝術創作和商業機制，以創造具本土文化特色之產品，藉以增強人民的文化認同與增加產業的附加價值（行政院經濟建設委員會，2004）。

三、文化創意在工藝產業的角色

文化創意產業在政府的設定下，共區分為十三個範疇，「工藝」便是其中之一。而文化創意產業所關注的工藝，重點位置在製造過程中，經由工藝師的設計創新，或經由手工技法增加美感與價值的作品。在如此的基準下，工藝可再細分為強調藝術性與藝術家個性的「工藝美術品」、「工藝產品」與「社區工藝」三個領域。

為了發揚台灣工藝特色文化，激勵設計創新與文化創意產業發展，美化人生並促進國際工藝文化交流，文建會下設附屬機構「國立台灣工藝研究所」（前身為「台灣省手工藝研究所」），肩負推動台灣工藝研究重任，以美術工藝、生活工藝、產業工藝為範疇，著眼於現代與未來之研究創新，以帶給國人精神與生活的豐裕和舒適，提升內涵和水準（鄭夙恩、陸佳暉，2009）。

四、文化創意下的三峽藍染

近年來，在臺北文化局與三峽鎮公所推動三峽藍染節，藉此將三峽推向藍染文化產業重鎮，幾年來的努力「藍染」已然成為三峽另一代名詞。在地方各單位分工努力下，已有可觀的成績，然而這番努力並未讓三峽立即轉型成為染布文化產業的重鎮，要使三峽藍染成為地方文化產業，仍需有更多人的投入與努力。若從文化產業的再造來說，三峽藍染可說才在起步階段，有志藍染的

人士與關懷三峽發展的人都期待三峽藍染順利發展，然而「文化」、「創意」、「產業」要能健全發展，需要更多人更多的關注。

關於藍染產業的社區文化行銷模式，陳隆進、鄭麗雀伉儷提出藍染產業垂直整合的經驗。首先是在上游產業輔導上，以專業山藍及木藍藍靛製作，建立生產標準流程，山藍採收種植的規劃，製靛流程效能的提高，以及藍靛包裝行銷的完整產品標示，並提供售後服務。其次是中游產業輔導，重在技藝傳承教學上，進行藍染的技術改良與產品開發，成本分析及行銷規劃，商品陳列包裝的職業訓練課程，至於下游產業輔導，則以自我學習型、技藝傳習型、產品開發等三種類型分別加以輔導。藍染產品的開發與製作，須朝多元化與精緻化努力，以增加產品的附加價值、開發市場通路多元銷售管道、藉助傳媒做形象行銷、以提高藍染產品的曝光率，強調「開發」與「創新」，是藍染產業朝向提升產業與產能的不二法門(陳隆進、鄭麗雀，2006)。經由上述的資料配合可應用於藍染創意生活產業開發如下列：

1. 藍染創意生活產品設計與製作

以三峽鎮內藍染工坊或創作家為輔導對象，邀請商品專業設計師參與三峽藍染創意生活產品的設計與開發，讓藍染更貼近時尚，融入現在生活。

2. 藍染代工資源網絡調查與連結

為了朝向藍染創意生活產業發展，開發藍染文化商品，透過三峽在地家庭代工資源調查，形成代工資源網絡，落實社區產業在地製作與生產，並創造社區就業機會。

3. 環保回收資源再生布料的應用與開發

國內環保回收品與再生布料技術已逐漸成熟，嘗試將回收品再生布料與天然染色結合，開發藍染創意商品。

4. 大菁養生料理推廣

了讓馬藍更多元應用及滿足現代人養生需求，進而推廣大菁養生食譜。(王淑宜，2009)。

第三章 研究方法

3.1 研究框架

本研究主要在探討三峽藍染如何保存、傳承與再生，由廣泛閱覽資料，以了解三峽藍染目前的現況，並以其當前面臨的問題，作為分析的架構，將資料歸納與整理，以進行分析，最後分析結果，尋找三峽藍染該用什麼方式達到保存、傳承與再生。依據第二章的文獻探討與整理後，本研究提出以下的研究框架如圖 3.1 所示：

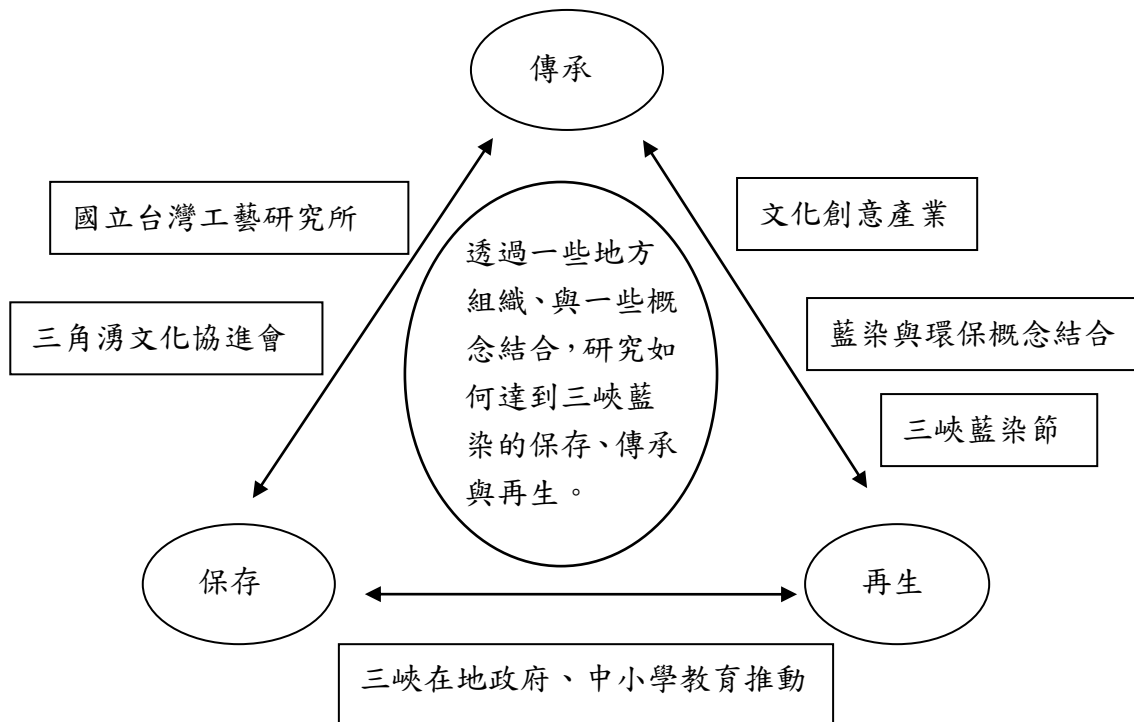


圖 3.1：研究框架

本研究經過文獻探討的資料收集後，將藍染當前所需解決的問題分成保存、傳承與再生三個部份。

- 1.保存：將三峽藍染面臨的保存問題拉到三峽在地政府以及中小學來看，了解中小學如何實施教育結合藍染，使藍染這項文化深植當地人的心中。
- 2.傳承：在藍染的傳承上面，已有三角湧文化協進會、國立台灣工藝研究所等組織

在積極推動，但僅限於地方上的，研究者希望深入了解他們運作的方式並使藍染這項文化更廣為人知。

3.再生：在保存與傳承之後，就是要讓三峽藍染達到再生，探討藍染與文化產業結合之策略。

3.2 質性研究

一、田野調查

田野中的奧秘總是多變萬化，藍染過去所留下的文字記錄並不多，迫切須要更多的田野調查，來增加對藍染業的了解，因此在對三峽進行田野調查工作之前，必須先了解三峽地區聚落的發展、地理環境等，這些對進入田野的研究者都是必須的。一般研究有質化與量化的研究，這兩種研究方法都各有優缺點，不同的領域各有適合的研究。針對本研究的特性將採質化研究，其使用質化分析，可以大幅增進對問題瞭解的深度，實務性較高，但亦有其缺點，如分析較為困難、研究者主觀介入、涵蓋面小、通用性低，常需要整理數十個個案之後，才能歸納出一些涵蓋面較大而通用性較高的原則。在質化研究中，深度訪談為應用最廣，且最重要的研究方法之一，深度訪談基本上希望透過訪問，以獲知非由表面觀察及普通訪問可得之發現。本研究主要在探討如何達到藍染的保存、傳承與再生，經查閱資料發現，目前有一非營利組織「三角湧文化協進會」積極的在從事發展藍染的事業，但發展卻僅限於當地，本研究擬透過深度訪談作為我們資料收集的方式，希望藉此了解此一地方組織如何推動藍染，使其達到保存、傳承與再生，甚至行銷至各地。為了使資料更具可信度，針對訪談的對象，受訪時先設定問題，依受訪人專業領域提出問題，獲得更多人經驗與看法，以強化文獻探討的可信度，希望能夠因此探討到在百年前就以沉寂得藍染現今是如何再度成為三峽的地方重要文化。

本研究旨在探究三峽藍染當地居民對與此一項文化的主觀看法，研究者須屏除

自身的成見方能得到事情的真相，因此以質性研究方式進行，以求貼近本研究之研究目的。

二、資料收集

資料蒐集之際，首先找了許多期刊以及書籍有提到藍染的部份，對於藍染的現況有了初步的了解，但能佐證我們研究動機的相關資料並不齊全，研究者又至國家圖書館中找尋相關的碩博士論文，另外也在網站中，找到一些關鍵人士的資料簡介，為研究者提供不少的參考文獻。

本研究採田野調查法及內容分析法，以訪談為主，次級資料為輔。

1.初級資料：以深度訪談來進行訪問，訪談對象如表 3.1 所示：

受訪者	服務單位	職稱	備考
林炯任	三角湧文化協進會	講師/在地文化 田野工作室負責 人	從事三峽地方文史研究，曾發表「三峽藍染業的發展與蛻變」碩士論文，也曾擔任三角湧文化協進會總幹事，目前仍在該組織內效力。
梁育甄	中國文化大學	市政暨環境規劃 學系研究生	2010 年發表「三峽藍染文化創意產業之藍海策略研究—以三角湧文化協會為例」碩士論文。
王淑宜	國立台灣工藝研究所/ 三角湧文化協進會	社區工藝扶植計 畫計畫負責人	2009 年規劃「三峽藍，染三峽」，國立台灣工藝研究所多角化社區工藝扶植計畫。
馬芬妹	國立台灣工藝研究所	藍染技藝教學	在三峽染工坊進行染布教學、撰寫「青出於藍-台灣藍染技術系譜與藍染工藝之美」

			此一描述染布技巧的書籍。
廖富本	三角湧文化協進會	金聯春染坊第二 代/協進會顧問	為金聯春染坊的少爺、曾致力於三峽老街的保存，目前擔任三角湧文化協進會顧問。
劉美鈴	三角湧文化協進會	三角湧文化協進 會總幹事	現擔任三角湧文化協進會總幹事、出席各地舉辦之藍染活動。

表 3.1：訪談對象

2.次級資料：

(1)藍染相關期刊文章：包括的期刊有《台灣工藝》、《臺灣民俗藝術彙刊》...等。

凡有關三峽藍染發展動態或來自各界有相關的看法，均將蒐集、整理，以一窺究竟，並求掌握現今三峽藍染發展的動態。

(2)國內外博碩士論文：國內三峽藍染研究者對於三峽藍染研究的相關論文，無論是就定義或理論上的佐論，以及文獻回顧，均有十分的助益。

(3)政府或業界出版品：國立台灣工藝研究所多角化社區工藝扶植計畫。

(4)其他：奇摩知識家、敘事設計資訊中心網頁...等收集。

三、訪談問題

本研究所挑選的對象，都是目前致力於復甦藍染，發表過數篇有關於藍染的文章的關鍵人士，想藉由深度訪談來了解他們如何找回早已沒落的藍染業，如何在沒有政府的幫助下，復甦此向式微的傳統工藝。親身訪談，訪談中以手寫記錄，並在徵得受訪者同意下全程錄音與錄影，方便日後製作紀錄片時使用。

1. 在復甦藍染業初期是否遇到挫折?解決困難方式為何?
2. 您認為藍染業目前可以發展哪些文化上的創新?
3. 近幾年舉辦的三峽藍染節是否有預期的好?哪些地方還需加強解決的?

4. 三峽藍染可以日漸復甦的重要關鍵?
5. 金聯春是以什麼樣的經營方式才能成為有名的老字號?

參考文獻

1. 王淑宜(2009)，三峽藍，染三峽，台北縣：國立台灣工藝研究所多角化社區工藝扶植計畫。
2. 王淑宜(2008)，「穿越古今尋藍染--細說三峽藍染文化產業的崛起」，北縣文化，頁34-36。
3. 王淑宜(2005)，「當我們同在一起—藍染美學社群的建構」，台北縣：北縣文化，第87期，頁69—81。
4. 王淑宜(2004)，「藍在三峽染三峽：啟動社區學習·營造三峽藍染」，文化視窗，第69期，頁94-97。
5. 王怡茹(2004)，「鳶山下的染坊：清代三峽藍染業發展因素探討」，臺灣民俗藝術彙刊，第1期，頁107—120。
6. 台北縣三角湧文化協進會，染布圖說。上網日期：民100年8月15日。
網址：<http://www.sanchiaoyung.org.tw/gallery4.htm>
7. 行政院經濟建設委員會等編著(2004)，文化創意服務業發展綱領及行動方案。
8. 李瑞宗、陳玲香(2000)，「為三峽藍染產業文化尋根」，藍台灣的民族植物與消失產業，陽明山國家公園管理處。
9. 李俐慧(2009)，「藍染可以不只是藍染—從產品設計觀點探討藍染應用於生活用品設計的可能性」，臺灣工藝，第32期，頁50-53。
10. 林炯任(2008)，三峽藍染業的發展與蛻變，國立台北大學民俗藝術研究所碩士論文。
11. 林炯任(2009)，「1990年代以降振興三峽藍染文化的社區運動」，臺灣民俗藝術彙刊，第5期，頁19-36。
12. 林耕民(2006)，文化創意產業整合網路行銷之網站視覺傳達設計評估模式，銘傳大學設計管理研究所碩士論文。

13. 奇摩知識家。上網日期：民 100 年 8 月 15 日。
網址：<http://tw.knowledge.yahoo.com/question/question?qid=1004120900087>
14. 吳密察(2003)，「文化創意產業之規劃與推動」，研考雙月刊，第 27 卷，第 4 期，頁 65。
15. 符心宜(2006)，「只為唱出臺灣詠藍賦—藍染天空下」，逍遙，第 4 期，頁 92-97。
16. 敘事設計資訊中心，陳乃菁卓玲妃專欄。上網日期：民 100 年 8 月 15 日。
網址：<http://residence.educities.edu.tw/lingyf/na/col028.html>
17. 梁育甄(2010)，三峽藍染文化創意產業之藍海策略研究—以三角湧文化協會為例，中國文化大學市政暨環境規劃研究所碩士論文。
18. 陳育正(2010)，地方文化產業協力治理之分析—以三峽藍染文化產業為例，國立臺灣大學政治學研究所碩士論文。
19. 陳紅旭(2009)，「期盼染就大地—三峽藍染」，北縣文化，第 103 期，頁 50—51。
20. 陳隆進、鄭麗雀(2006)，藍衫再現—臺灣傳統藍染產業垂直整合與現況，頁 4。
21. 游惠文(2006)，三峽藍染文化產業行銷策略之研究，國立臺灣師範大學社會教育學系碩士論文。
22. 鄭夙恩、陸佳暉(2009)，「從傳統工藝過渡到文化創意產業的可能性—以苑裡蘭編工藝發展軌跡為例」，美學藝術學，第 3 期，頁 97-107。
23. 臺灣工藝(2006)，「深藏 Blue 三峽 Go 炫—2006 三峽藍染節」，第 25 期，頁 14—23。
24. 臺北縣社區總體營造，臺北縣三峽鎮自強社區發展協會。上網日期：民 100 年 8 月 15 日。網址：http://www.community.tpc.gov.tw/html/community/p5_03detail.jsp?cmid=7&cid=161
25. 鐵蛋魚酥(2004)，「像染布那樣漸層擴散—側寫三峽藍染節及藍染產業」，文化視窗，第 68 期，頁 48—51。

26. James Davidson 著 (1903) The Island of Formosa: Past and Present, 蔡啟恆譯 (1972), 「臺灣之過去與現在」, 台灣研究叢刊, 第一卷, 頁199-200, 台北市: 台銀經濟研究室。