

海洋文化

學刊

半年刊 第九期

國立臺灣海洋大學海洋文化研究所
中華民國九十九年十二月

海洋文化學刊

第九期 2010年12月

編輯委員會

主 編：林谷蓉

編輯委員：安嘉芳 吳智雄 王冠雄（校外委員） 湯熙勇（校外委員）

英文編輯：卡 新

編輯助理：張心霓

書 法：董陽孜

發行人：國立臺灣海洋大學校長李國添

出版者：國立臺灣海洋大學海洋文化研究所

編輯者：國立臺灣海洋大學海洋文化研究所《海洋文化學刊》編輯委員會

地 址：20224 基隆市北寧路2號

電 話：(02)2462-2192 # 2010

傳 真：(02)2463-4695

網 址：<http://ntouioc.ntou.edu.tw/>

全文上載網址：<http://ntouioc.ntou.edu.tw/>

其他類型版本說明：無

創刊年月：2005年12月（2008年後為半年刊）

e-mail：culture@mail.ntou.edu

GPN：2009404176

ISSN：1994-8123

展售處：五南文化廣場

（台中市中山路6號/04-22260330/<http://www.wunan.com.tw>）

定 價：新臺幣350元

著作權管理訊息：本刊所載內容未經國立臺灣海洋大學或作者本人之同意，不得以任何方式抄襲，節錄或轉載。

海洋文化學刊

半年刊 第九期

2010年12月

【專論】

- | | | |
|------------------------|---------|----|
| 日治時期八重山群島的臺灣移民 | 卞鳳奎 | 1 |
| 開漳聖王的文化地理詮釋 | 潘朝陽 | 29 |
| 海洋教育中的文化思考：一個人文地理學的觀點 | 郭大玄 | 51 |
| 地方文化創意產業與地區文化行銷－以臺南市為例 | 馬群傑、陳亭卉 | 69 |

日治時期八重山群島的臺灣移民

卞鳳奎*

論文摘要

日本於 1895 年因甲午戰爭勝利而取得臺灣，根據《馬關條約》之規定，自此以後臺灣百姓成為日本統治下之臣民。臺灣在日本統治的 50 年當中，因能免於如中國大陸地區頻仍戰爭、歐美列強東進、軍閥割據以及日本勢力入侵等因素；加上日本在臺政府有計畫地施行殖民方式的統治，促使臺灣教育能夠普及、基礎工業進步、商業發展迅速，也因此帶動臺灣人向海外移民之動力。有關臺灣向海外移民之研究，多以移民至中國大陸為中心，並有相當豐碩的研究成果。但對於移民至日本，特別是以沖繩的八重山為案例，卻極少研究者注意此區域的移民問題。本論文是以沖繩的八重山為中心，探討日本據臺時期，臺灣人航渡至該島移民的動機、在八重山經營的產業項目、臺灣人在地化後的生活狀況、臺灣人在八重山有何種組織與團體，與當地住民的互動情況等做一分析與探討，期望能透過此議題，呈現出日治時期臺灣人向海外移民的完整樣貌。

本論文所指八重山的空間是五垣島與西表島，以下同。

關鍵字：八重山、五垣島、西表島、臺灣人、日治時期、海外移民

* 國立臺灣海洋大學海洋文化研究所助理教授

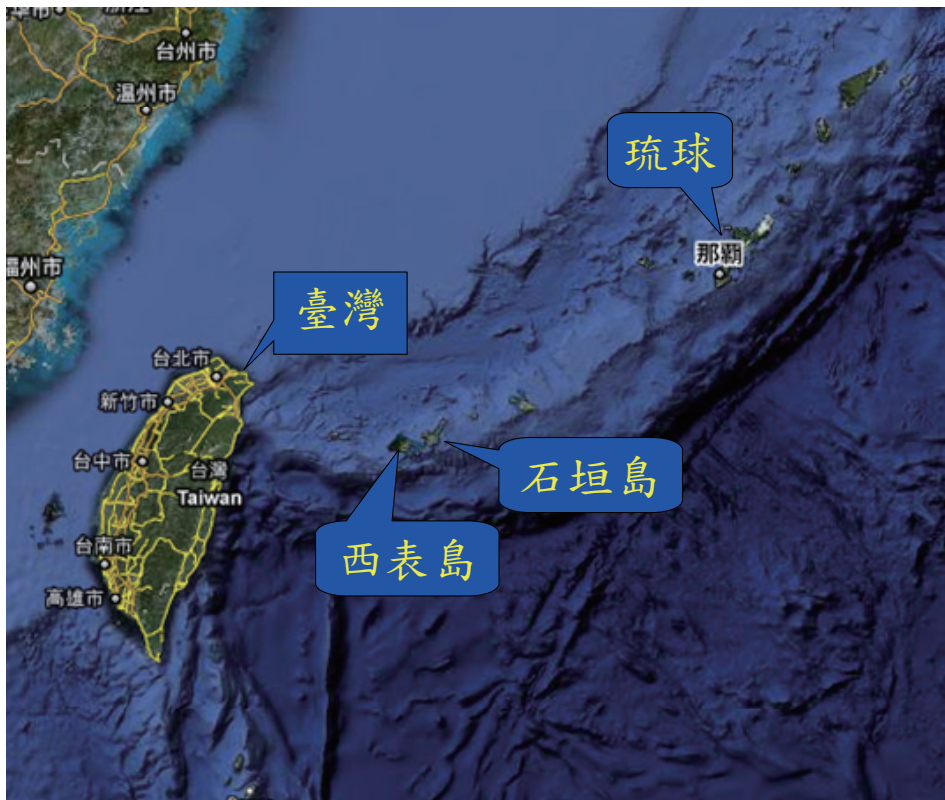


圖 1 臺灣與八重山位置圖

一、前言

移民 (emigration) 係人口遷移的一種形式，亦即指一定數量的人口出於各種目的和動機，離開原來居住地，而到另外一個距離較遠的地方定居和謀生。臺灣曾經經歷過數個政權的統治，所以有不同時期的族群渡海來臺開展其各種事業。1895 年臺灣成為日本殖民地後，由於國籍的轉變，臺灣人民對於航渡日本的活動，也由跨國移民的屬性，轉變成非跨國移民的屬性。對於今天臺灣現代化影響最深的階段是在日治時期，日本殖民統治期間除對臺灣的各種資源獲取外，也實施了許多重要政策，以遂行其疆土擴張、增強國勢之目的。臺灣被日本帝國納入殖民統治的掌控，除了是物資、勞動力的供應基地外，同時也成為日本國內人口壓力

下移民紓解的地區。日治時期，臺灣總督府為配合解決日本國內推動明治維新後，所帶來人口過剩的問題，移民政策逐漸在臺灣本島內施行。綜觀臺灣與日本互動歷史的過程中，在日治時期不論是知識份子或留學生的文化交流、商人之間的貿易往來等，應是相當活絡的時期。雖然對於日治時期臺灣人民海外移民活動之探討；例如最早期有已故的天理大學教授中村孝志和成功大學教授梁華璜，以及鍾淑敏¹、林滿紅²等前輩有相當良好的研究成績，但是與臺灣距離最近的沖繩縣所屬之八重山，相距僅 270 公里，與臺灣如此近距離的地方，卻鮮少人注意。根據保守估計，1930 年代開始，臺灣移民共計 86 戶，其中名藏有 28 戶；嵩田 58 戶，總人數約 600 人³以及在西表島的礦工 400-500 人，⁴總計約 1,000 名以上臺灣人航渡至日本沖繩縣八重山從事各種活動。來此墾拓之臺灣移民，或因無法適應此地酷熱的天候、颱風襲擊；或因受到毒蛇或瘧疾；或因產業經營不善等因素，而紛紛放棄遠走該地，但大多數的臺灣人仍能堅持毅力，發揮臺灣人不畏艱難開墾之精神，在當地持續奮鬥而事業有成。

¹ 中村孝志和梁華璜二位是以臺灣人在華南的活動為研究中心，前者代表的著作有〈「臺灣籍民」をめぐると諸問題〉，《東南アジア研究》18 卷 2 期 1981 年 1 月，頁 66-89；〈大正南進期と臺灣〉，《南方文化》第 8 輯，1981 年 11 月，頁 209-257；〈福州の臺灣籍民—1909 年における—〉，《南方文化》第 10 輯，1983 年 10 月，頁 160-172；〈廈門の臺灣籍民と三大姓〉，《南方文化》第 12 輯，1985 年 11 月，頁 115-137 等；後者代表的著作是〈臺灣總督府の對岸政策〉，《成功大學歷史學報》第 2 期，民國 64 年，頁 123-139；〈日據時期臺灣籍民在閩省的活動及其處境〉，臺灣大學歷史系編，《日據時期臺灣史國際研討會論文集》，民國 82 年，頁 469-491 等。另外鍾淑敏在博士論文，〈日本統治時代における臺灣の對岸發展史—臺灣總督府の「南支南洋」政策を中心に—〉（東京大學博士論文，1996 年）中，也以兩章的篇幅，頁 133-224，討論臺灣人與日本南進之關係等。

² 林滿紅多以在海外活動的臺商為研究中心，例如有，〈大中華經濟圈概念之一省思日治時期臺商之島外經貿經驗〉，《中央研究院近代史研究所集刊》29 期，中央研究院近代史研究所，1993 年 12 月，頁 47-101；〈中日關係之糾結：1932 年至 1941 年間臺灣與東北貿易加強的社會意涵〉，《第三屆近百年中日關係學術研討會論文集》，中央研究院近代史研究所，1996 年 3 月，頁 489-526；〈臺灣資本與兩岸經貿關係——臺商拓展外貿經驗之一重要篇章〉，《臺灣經驗——歷史經濟篇》，東大圖書公司，1993 年 10 月，頁 67-139；〈印尼華商、臺商與日本政府之間：臺茶東南亞貿易網路的拓展（1895-1919）〉，《中國大陸海洋發展史論文集》第 7 輯，中央研究院中山人文社會科學研究所，1999 年 3 月，頁 585-632；〈日本政府與臺灣籍民的東南亞投資（1895-1945）〉，《中央研究院近代史研究所集刊》32 期，中央研究院近代史研究所，1999 年 12 月，頁 5-56 等多篇。

³ 林發，《沖繩パイン産業史》，（石垣市：沖繩パイン産業史刊行會，1984 年），頁 3。

⁴ 三木健，《西表炭坑概史》，（東京：八重山文化研究會，1976 年 4 月），頁 52-53。

本論文是希望借助日治時期臺灣人赴八重山移民的目的、過程、開發經過及生活樣態；以及與當地住民互動之情況和臺灣人在該地的產業發展與影響等作一分析與探討。⁵再者，本論文所指八重山的空間是石垣島與西表島，以下同。

二、臺灣人在石垣島的開墾經過

清光緒二十八年（1895 年）清朝政府因甲午戰爭戰敗被迫簽訂馬關條約，依據該條約之規定，清朝得割讓臺灣全島及附屬島嶼，包括澎湖列島給日本的結果下，住在當地的居民就自然而然地變更國籍，歸屬日本。但又依同條約之規定，自條約批准日起二年內，亦即明治三十年（1897 年）五月八日止，當地居民可以自由變賣所有不動產，搬離臺灣，前往希望之住地。倘若年限已到而未離去者，

⁵ 有關臺灣人在石垣島活動相關研究，可參考（一）石垣市市史編集室，《市民の戦時・戦後体験記録 第一集》，（石垣市：役所石垣市編印，昭和 58 年）；（二）石垣市市史編集室，《市民の戦時・戦後体験記録 第二集》，（石垣市：役所石垣市編印，昭和 59 年）；（三）林發，《沖繩パイナップル産業史》，（石垣市：沖繩パイナップル産業史刊行會，1984 年）；（四）簡端宏，〈從石垣島華僑社會看中琉文化交流〉，《琉中歷史關係論文集 第二回琉中歷史關係國際學術會議》（沖繩縣：琉中歷史關係國際學術會議實行委員會，1989 年）；（五）小熊誠，〈石垣島における臺灣系移民の定着過程と民族歸屬意識の變化〉，《琉中歷史關係論文集 第二回琉中歷史關係國際學術會議》（沖繩縣：琉中歷史關係國際學術會議實行委員會，1989 年）；（六）大田靜南，《八重山の戦争》，（沖繩縣石垣市：南山舎，1999 年）；（七）野入直美，〈石垣島の臺灣人—生活史にみる民族關係の變容（一）〉，《琉球大學法文學部人間科學科紀要 人間科學》第 5 號，琉球大學法文學部，2000 年 3 月；（八）野入直美，〈石垣島の臺灣人—生活史にみる民族關係の變容（二）〉，《琉球大學法文學部人間科學科紀要 人間科學》第 8 號，琉球大學法文學部，2001 年 9 月；（九）野入直美，〈第 13 章 生活史から見る沖繩・臺灣間の双方向的移動〉，收錄於蘭信三編，《日本帝國をめぐる人口移動の國際社會學》，（東京：不二出版刊，2008 年 6 月）；（十）松田良孝，《八重山の臺灣人》，（沖繩縣石垣市：南山舎，2004 年）；（十一）水田憲志，〈1930 年代の石垣島における臺灣人農業移民の入植過程〉，收錄於橋本征治編，《黒潮ルート of イモ栽培文化—琉球弧の島々と臺灣—》，（平成 17 年度—平成 19 年度科學研究費補助（基盤研究（C））研究成果報告書，平成 20 年 3 月，研究代表者：關西大學文學部橋本征治教授）等。

有關臺灣人在西表島活動相關之研究，可參考（一）三木健，《西表炭坑概史》，（東京：八重山文化研究會，1976 年 4 月）；（二）佐藤金市，《西表炭坑覺書》，（那霸市：ひるぎ書房，1982 年 9 月）；（三）西表信，《南嶋昭和誌》，（沖繩縣：月桃舎，1982 年 9 月）；（四）三木健，《西表炭坑》，（那霸市：ひるぎ社，1986 年 3 月）；（五）三木健，《西表炭坑物語》，（那霸市：ひるぎ社，1992 年 7 月）等。

依該條約第 5 條之規定，得成爲日本國民，是以臺灣居民均有選擇權，在二年內決定自己的去留。之後，日本政府在明治二十八年（1895 年）十一月十八日，發布府令第 35 號「臺灣及澎湖列島住民退去條規」規定，⁶以及在明治三十年（1897 年）三月十九日，臺灣總督府頒定「臺灣住民分限取締手續」，而明示日本臣民及非臣民的判別標準。其要點如下：

- 1、「明治二十八年（1895 年）五月八日前，在臺灣島及澎湖列島內有一定住所者，為臺灣住民」。(第一條)
- 2、同住民「明治三十年（1897 年）五月八日前未退出臺灣總督府所管轄之外者，視為日本帝國臣民」。(第二條)
- 3、「因一時旅居而未住在臺灣總督府所管轄區域內，於明治三十年（1897 年）五月八日後欲成爲日本臣民者」，也同樣「視為日本臣民」。(第三條)
- 4、「戶長為日本國臣民時，其家族亦是日本國臣民。戶長非日本國臣民者，其家族亦不可為日本國臣民。但明治三十年（1897 年）五月八日以前分家另立門戶者，則不在此限」。(第四條)
- 5、「非日本國臣民之臺灣住民得除去戶籍簿之登錄」。(第五條)
- 6、「非日本國臣民之臺灣住民其不動產之處分應依別項訓示」。(第六條)⁷

凡除籍者，則須比照外國人之規定。臺灣之住民則依以上之手續而成爲日本國臣民，各地方之政府更於同年七月召集住民，舉行定籍典禮，而確定其國籍。

日本統治臺灣期間，對於臺灣人民出國的態度是非常多樣的。日治時期，臺灣總督府爲防範臺灣人接受外國新知，醞釀抗日思想，不喜歡臺灣人出入國境，因此，臺灣人出國時，須先至臺灣總督府臺灣軍司令部出入境辦事處辦理出入境證件，若無出入境證明，無法購買船票，檢查系統十分完善。一般而言，由臺灣到日本，需檢具出入境許可證，到其他國家，則需檢具護照，相較之下，出境的檢查較爲簡單，入境的檢查則較爲嚴謹，生意人出國較爲容易，對於留學生或知

⁶ 臺灣總督府警務局編著，《臺灣總督府警察沿革誌》(二)，(臺北：南天書局有限公司二刷發行，1995 年 6 月)，頁 649-650。

⁷ 臺灣總督府警務局編著，《臺灣總督府警察沿革誌》(二)，(臺北：南天書局有限公司二刷發行，1995 年 6 月)，頁 653-654。

識份子則較為嚴格，一是因為阻止臺民返回中國大陸後受到反日的影響；⁸二是防止共產黨份子滲入，進行顛覆行動。⁹

再者，根據曾有日本留學經驗，返回臺灣後擔任律師的陳逸松指出，日治時期日本人去中國大陸不需要護照，臺灣人直接從臺灣去中國大陸則需要向日本政府請領護照，但倘若臺灣人先到日本，再由日本到中國大陸，就不需要護照，因為從臺灣到日本算是「國內旅行」，而上海租界的日本警察也把從日本來的臺灣人看作日本人。¹⁰至於赴海外墾拓之移民，特別是移民至八重山者，則採無限制之態度。¹¹

石垣島位於日本琉球列島的八重山群島的南方，為八重山群島的政治、經濟、教育和交通中心，面積 222.6 平方公里是沖繩縣內僅次於沖繩島和西表島的第三大島。行政上屬於沖繩縣石垣市，也是沖繩縣八重山支廳所在地。雖然石垣島屬於沖繩縣，但距離沖繩縣廳所在地的那霸市有 410 公里的距離，相當於東京大阪之間的距離。在地理上，比起日本多數地區，離臺灣比較近，距離臺灣只有 270 公里。¹²根據林發對於該地指出，在 1930 年代以前，該島電力、水利、交通等均不方便，醫療方面，全島僅有醫師二人、產婆五人。是一個瘴疾叢生、颱風頻繁之荒蕪之地。¹³臺灣人最早來到八重山石垣島墾殖的時間，根據金城朝夫的調查，約在明治三十四年（1901 年）以後之事。石垣島名藏區開墾失敗的中川虎之助渡臺後開設中川製糖，由於業務的需要，經常往返於臺灣與石垣島之間，自此之後便有大批臺灣人移入名藏該地。¹⁴昭和初期左右，從臺灣渡海來此的移住者，有從事農業者、有開餐館者、亦有經營商店者，逐漸在該地出現。¹⁵臺灣臺北縣樹林鎮出

⁸ 梁華璜，《臺灣總督府的「對岸」政策研究》，（臺北縣：稻鄉出版社，民國 90 年），頁 181。

⁹ 陳寶川口述、卓遵宏、歐素瑛訪問，《陳寶川先生訪談錄》，（臺北縣：國史館，民國 88 年），頁 19。

¹⁰ 陳逸松口述、林忠勝撰述，《陳逸松回憶錄》，（臺北：前衛出版社，1994 年），頁 131。

¹¹ 沖繩縣史料編集所，《沖繩縣史料》近代 1 昭和十八年知事事務引繼書類（沖繩：沖繩縣教育委員會，1978 年 3 月），頁 611-612。

¹² 參見網址：<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/>，2010.4.30。

¹³ 林發，《沖繩パイン産業史》，（石垣市：沖繩パイン産業史刊行會，1984 年），頁 16-17。

¹⁴ 金城朝夫，《ドキュメント八重山開拓移民》，（石垣市：あ～まん企画，1988 年），頁 39。

¹⁵ 西表信，《南嶋昭和誌》，（沖繩縣：月桃舎，昭和 57 年），頁 30。

生的劉金福，曾在基隆市經營商店，因經常聽說在臺灣東方有相當多的小島，很少人從事商店的買賣。於是在昭和四年（1929年），為前往位在東方的與那國島發展，隻身航渡至該島，但因該島人口數少，數日後便再航往石垣島。由於石垣島人口多，適合商業的買賣，於是決定在此移住，此為臺灣人最早移住石垣島的記載。¹⁶劉金福從臺灣引進日用雜貨等販賣，由於經營順利，再從臺灣邀請數人來此共同開發市場，於是臺灣人開始在石垣島展開商業貿易活動。

臺灣人大量且有計畫性的前往石垣島移民的時間為何？此需要先從大坪龜吉在石垣島的開發談起。昭和四年（1929年），日本四國出生曾擔任東洋製糖株式會社重要幹部的大坪龜吉，因得到沖繩縣的「產業振興十五年計畫」以及「八重山郡振興計畫」28萬圓的補助，於是設立「嵩田耕地組合」，¹⁷開始租借位於石垣町、大濱村之村有土地，從事製茶業。但因受到颱風、瘧疾等災害之影響而頓挫。¹⁸大坪龜吉為能尋求解決之道，於是從臺灣募集農業技術者來此拓展。當時呼應此移墾活動者，是員林出生的曹清權、陳阿員、萬皮胼等三人，於昭和八年（1933年）合資在石垣島名藏區設立「沖臺公司」。有關此，昭和八年（1933年）《臺灣日日新報》報導：

沖繩縣下八重山郡未墾地之開拓，基於縣產業振興十五年計畫，農林省及縣當局，獎勵移往開墾，邇來移住者遽至，間有西表島，有臺中市北屯區人陳茂琳氏為主動者，引率臺灣人約五十名，將蕞野七十餘町，正墾為田園。一面八重山石垣町，字名莊，客月七月，多數臺灣人來同島，已完全開墾數十町良田。現在該地農村，面目一新，而開墾地耕法，組織組合，除組合長末宗宗作氏之外，副組合長廖天遠氏（臺中出生）以外各係臺灣人。現約百人大團體，...¹⁹

¹⁶ 西表信，《南嶋昭和誌》（那霸：月桃舍，昭和57年），頁30。

¹⁷ 林發，《沖繩パイン産業史》，（石垣市：沖繩パイン産業史刊行會，1984年），頁21。

¹⁸ 前花哲雄，《八重山の畜産風土記》（沖繩：作者發行，昭和51年），頁302。感謝水田憲志先生於2010年3月13日提供此資料。

¹⁹ 《臺灣日日新報》，1933年10月21日，漢文版，第8版，第12049號。

從當時的報紙紀錄可知，臺灣人大量且有計畫性的前往石垣島移民是在昭和八年（1933年）開始。是因為受到日本沖繩縣政府實施「產業振興十五年計畫」之影響，日本農林省及縣當局獎勵臺灣人至沖繩縣開發所致。組合長是日本籍末宗宗作，副組合長是由臺中來此開墾的廖天遠，總人數已是有百人以上的大團體。

對於大量臺灣人至石垣島移墾，沖繩當地政府的態度如何？這亦可從前揭昭和八年（1933年）《臺灣日日新報》中指出可知，臺灣人在八重山墾耕成功，「將蕘野七十餘町，正墾為田園」，此舉對於當地的開發事業當然是貢獻良多，因此頗受到沖繩縣當地政府及百姓之歡迎。且因耕種成功，稻米收成良好之故，已有能力將稻米視為外銷事業，此舉頗受到政府的期待。

除了臺灣發行的報紙有對此記載外，從八重山當地所發行的報紙中亦可見到此相關記事。在昭和八年（1933年）七月二十六日發行的《琉球新報》以「在八重山荒野之處，有臺灣人百名移住，開拓荒地，從事米作」為標題，有如下的記載：

最近糖業與米作有極大躍進的八重山郡，因郡民的自覺，使得對於瘧疾的防範與土地的開發等相當投入心力。但以作為縣的寶庫，仍應致力於振興計畫：

水田 一千六百五十九町步

旱田 三千七百七十七町步

期望能達到合計五千四百町步的耕作面積。現在從臺灣移民至本島之人數已突破百人，昔日有疾病遭到廢村地區，現瘧疾已完全滅絕，從石垣町名藏及大浜村宇野底（戶數一）經過宇伊原間（戶數二十七）到原野等地，全採用新式農具從事稻米的開墾。但因受到野豬的破壞，造成相當大的困擾。

以縣的立場來看，過去迅速進行開闢荒島，畢竟對本島是件好事，雖然尚考量到臺灣人開墾及使用的工具會有何影響，但期望能將八重山的瘧疾清除，是以極歡迎臺灣人到此地移民。²⁰

該記事雖有部分文字如「雖然尚考量到臺灣人開墾及使用的工具會有何影響」等不明之語意，但至少對於臺灣人渡海來到石垣島移民墾殖，除了能將昔日瘧疾

²⁰ 《琉球新報》，（昭和8年7月26日）。

叢生之地區完全滅絕以外，又能迅速開發此荒島，共開闢有水田一千六百五十九町步，旱田三千七百七十七町步的良好成績，沖繩縣政府當然是表示歡迎的態度。

臺灣地區的輿論對於其移民至八重山的態度如何，可在昭和八年（1933年）十月二十一日的《臺灣日日新報》，對於臺灣人遠赴沖繩石垣島的開發，以「臺灣人于八重山開墾良田 數十町將來或見大宗搬出」為標題，有如下之報導：

...以特殊之米作及耕法，俾一般見學者驚嘆，而土著民之米作，近來亦加一層向上，又石垣町所有開墾地帶，白水三十七町，卑那達二十町，嵩山二十町，其他前東洋株式會社所有地二十町，計百二十七町之廣大耕地，其中五成，現已變為良田，本年一期米收穫，據某處確報，一段當不下三石，開田當初，已得佳績，八重山米，于近將來，或藉臺灣人之手，大宗搬出郡外一般頗注目期待云。²¹

從報導中得知，臺灣人自昭和八年（1933年）開始，為配合沖繩縣的產業振興十五年計畫移民至八重山，就墾殖的成績來看，昔日荒野之地的西表島，經過五十名臺灣人辛勞的墾殖後，已墾殖成為田園。而在石垣島的白水、卑那達、嵩山等各區，經過從臺灣來此墾殖的百人大團體努力開拓後，已有五成的土地變成良田，日本沖繩政府對於臺灣人在八重山墾殖的前景，頗為看好，並給予肯定。

雖然曹清權有鑑於臺灣茶業之經營利潤豐富，生產量高，企圖將臺灣茶產業移植到石垣島，以拓展其事業之經營。但因臺灣的鳳梨罐頭不景氣，價格慘落，直接影響到曹清權在臺灣員林所從事的鳳梨生產投資事業，²²在資金調度等問題無法解決的情況下，只好宣告事業中止。²³

沖臺公司的經營失敗，並未讓臺灣移民者的希望破碎。反而是臺灣人從失敗中學習教訓，抱持更堅定的信念來到八重山。繼沖臺公司後登場的是昭和十年（1935年）十月成立的「大同拓殖株式會社」。

在說明大同拓殖株式會社經營狀況之前，先將大同拓殖株式會社負責人林發

²¹ 《臺灣日日新報》，1933年10月21日，第1249號。

²² 《臺灣日日新報》，1932年7月14日，第11589號。

²³ 林發，《沖繩パイン産業史》，頁21。

作一簡單介紹。林發於明治三十七年（1904年）出生於臺中州豐原梅子村。其父親林雲平，世代務農為業。大正七年（1918年）林發從石岡公學校高等科畢業後，於大正十年（1921年）進入臺灣總督府殖產局林務署工作。昭和二年（1927年）林發 23 歲，前往埔里成立能高自動車商會，著手從事自動車事業之經營。²⁴但林發對於自動車事業尚在摸索學習時期，就面臨到日本在臺灣政府對此事業之徵收。昭和七年（1932年）林發所經營之自動車事業就被迫由臺灣總督府交通局之局營自動車所強制收購。²⁵

當時的林發正思考未來事業的發展方向時，適逢其公學校恩師林逢貞介紹，以資金三萬圓接手經營當時位於自己家鄉石岡，經營不善的臺一鳳梨罐頭公司。於是從昭和七年（1932年）開始展開投資鳳梨罐頭事業。林發發現該公司經營士氣相當低落無自信，過去公司僅是要求提供臺灣島內消費為主的生產製作即可，是以公司陷入連成本都難回收的苦境。於是林發投入相當大的心力，將臺一鳳梨罐頭公司大幅改造，從昔日經營成本都難收回的辛苦狀況，改造成年生產二萬箱，且提升生產數量成為可外銷國外的優秀公司。²⁶雖然苦心經營鳳梨罐頭事業，從昔日經營不佳，虧損累累的公司，轉變成績優公司。但好景僅僅經過三年，卻因受到臺灣總督府統治經濟的影響；²⁷被迫再次放棄自己努力打造成功之事業。於是在昭和十年（1935年）林發在昔日鳳梨罐頭事業共同投資人謝元德、詹益候勸誘下，於昭和十年（1935年）七月，航渡至石垣島走訪探查後，決定赴與臺灣中部氣候、土質非常相似的石垣島，投資鳳梨、茶葉、黑糖等生產製造業。²⁸

昭和十年（1935年）十月大同拓殖株式會社正式成立。大同拓殖株式會社之資金為二十萬日圓，辦公處設置在石垣市，主要幹部是社長謝元德；常務理事林發、詹益候；董事大坪龜吉、曹清權、萬皮胼、謝金元；監事中村光雄、三木專

²⁴ 陳炎正主編，《石岡鄉誌》（臺中縣：石岡鄉公所，民國 78 年），頁 289-230。

²⁵ 林發，《沖繩パイナップル産業史》，頁 595。

²⁶ 林發，《沖繩パイナップル産業史》，頁 595。

²⁷ 由於員林大同鳳梨會社之謝元德、臺中鳳梨會社之林發、彰化正口鳳梨公司的詹奕候等諸氏對於權力金分配之問題無法認同，於是決定與昔日在臺灣之經營之鳳梨事業完全切割，籌劃航渡至石垣島拓展事業。參見《臺灣日日新報》，1935年9月19日，第12742號。

²⁸ 林發，《沖繩パイナップル産業史》，頁 600-601。

太郎，以及參加的股東有林有財、林仍坤、詹有義、小村定吉等人。該會社之資本，幾乎全由臺灣出生者出資。當地人則是採用部分的借地權利金作為股權的移轉。²⁹

林發等臺灣人遠離家鄉航渡至八重山移墾，開發的過程其實充滿艱辛。由於他在來八重山之前，已有從事鳳梨罐頭製造的經驗。因此林發等人所組成的大同拓殖株式會社仍以鳳梨罐頭製造業為主。但為能採多角化經營方式，黑糖製造、製茶業、香蕉及亞熱帶植物的栽培等仍同步進行。³⁰可惜由於開發策略的失誤，使得大同拓殖株式會社之製茶及製糖事業遭到重大挫敗，迫使社長謝元德遠走上海，當地日人股東離去，且當地的墾民也不予支持。面對如此的困境，林發卻能堅定開墾的決心，不畏懼退縮，於是重新出發。昭和十二年（1937年）從臺灣招募墾民，從事鳳梨製造業之開發。當時共招募六百人³¹來到石垣島開發，計開闢八十餘甲的鳳梨園，自此奠定「鳳梨王國」之封號。

為能讓臺灣人離開家鄉，航渡至外地開墾，林發當時也提供相當優厚的條件給有意來石垣島開墾之移墾人，林發所主持的大同拓殖株式會社提供的條件如下所示：

- （一）支付一切的旅費。
- （二）住宅與耕種地由公司指定，另支付住宅建設費 50 圓。
- （三）契約訂定以十年為原則，雙方同意的前提下，時間可伸縮。
- （四）無息貸款生活費與肥料費，直至收成為止。
- （五）代償種苗，一株以兩株返回，返完後剩餘部分由公司收購。
- （六）生果以時價收購，貸款金之差額即時支付。
- （七）依據公司的指示，嚴守公司培植營利技術，每一家族可飼養二頭狗，以防止山豬的侵害。
- （八）每一家族可種植一町以內的主食（米、芋等主食），其他地則從事種苗

²⁹ 林發，《沖繩パイナップル産業史》，頁 20。

³⁰ 林發，《沖繩パイナップル産業史》，頁 20。

³¹ 根據《石岡郷誌》記載，林發總共募集 400 人赴石垣島墾殖；但林發本人記述，一共募集 600 人赴石垣島墾殖。參見前引林發，《沖繩パイナップル産業史》，頁 310。

的育成、鳳梨的栽培等。

- (九) 其他有 1. 設置購買部，提供較便宜之必需品；2. 每月一次派遣理髮師至農場提供理髮服務；³² 3. 為防治瘧疾，實施每兩個月一次血液檢查，有原蟲帶原者給予免費治療。³³

以上給予的條件與當時在臺灣從事農作耕種者相比是相當優厚。經過募集後，其中以臺中州（今彰化縣）員林人數最多，有五十個家族，以及四個作業員家族，一個職員家族；共計五十五個家族，三三〇名移民至石垣島墾殖。³⁴

三、臺灣人在西表島的採礦情況

西表島位於石垣島之西，是日本琉球列島八重山群島中面積最大的島嶼，也是日本沖繩縣內僅次於沖繩島的第二大島。關於西表島礦坑的開發過程，發現時間說法不一，但根據三木健的指稱，最早是 1852 年美國伯利艦隊的主任技師 R.G. Jons 在沖繩島進行炭脈之調查，可是在西表島並未留下遺跡。1871 年鹿兒島人林太助乘帆船漂流至石垣島，據說在西表島有「可燃燒的黑色石頭」，於是航渡至該島，確認有石炭之事實。1872 年開始有官方的船艦「大有丸」來到西表島進行調查。1873 年日本頒布最早的礦業法典「日本坑法」，自此以後西表礦坑的礦區申請即以此法為基礎。1885 年三井物產會社在西表島西部之元成屋³⁵等進行試掘，此為西表島最早的採礦記錄。但當時的礦工均是利用沖繩縣的囚犯擔任。臺灣人何時開始到西表島從事採礦之工作，無法具體得知，但應該是自光緒二十八年（1895 年）臺灣割讓日本以後之事。自明治四十一年（1908 年）開始，元成屋在

³² 派遣理髮師至農場提供理髮服務是為能減少農戶往返時間，避免工作時間流失。參見林發，《沖繩パイソ産業史》，頁 4。

³³ 林發，《沖繩パイソ産業史》，頁 34。

³⁴ 林發，《沖繩パイソ産業史》，頁 34。

³⁵ 元成屋礦場位於西表島西部，明治十八年（1885 年）由三井物產會社探掘成功，經日本政府取得採礦權。後讓渡由八重山炭坑會社取得採礦權。大正六年（1917 年）因受到第一次世界大戰之影響，採礦量達到最高成績，但進入昭和時期以後因量產等關係迅速荒廢，由宇多良礦場取代。參見三木健，《寫真集西表炭坑》，（那霸市：ひるぎ社，1986 年），頁 34-37。

此展開開採事業，從業員達到一千三百餘人，其中除有福州人約一五〇人及臺灣人二五〇人，這是臺灣人在西表島從事採礦最早的紀錄。到了昭和元年（1926年）根據洪沢敬三³⁶在西表島所做的視察報告書中記載，當時該島礦工約有二千人，其中臺灣籍礦工有四百人，此為臺灣人數最多的時期。³⁷

昭和元年（1926年）洪沢敬三在擔任日本農商務省要職時，至臺灣訪問的回途中，順道至西表島視察，五月二十三日早晨船隻航行至西表港灣，將臺灣人在西表島從事礦工工作之情形，所見描述如下：

進入港灣之前，右手邊海岸處意外見到相當高聳的煙囪，港灣周邊有像似住家者有五、六家。此地密林寬廣直到岸的另一端，有如無人島一般。但船隻一抵達岸後，立即驚見到十餘艘大船裝載如山高一般的煤炭；將煤炭搬運上這些大船的全是臺灣人，這再次讓我感到驚訝。³⁸

從洪沢敬三在昭和元年（1926年）的記事可知，令他深感驚訝的；一是西表礦場的煤炭採收量之大，需要十餘艘大船裝載搬運；其次，在此地從事礦業工作之從業人，幾乎都是臺灣人。此也說明過去從臺灣渡海移民至西表島者人數之多，頗讓人驚訝。

西表島礦工人數一覽表（1908-1926）

| 年別 | 臺籍礦工人數 | 當地礦工總數 |
|--------------|--------|---------|
| 1908年（明治41年） | 250人 | 1,300餘人 |
| 1917年（大正6年） | 150人 | 860人 |
| 1922年（大正11年） | 250人 | 1,300餘人 |
| 1926年（大正15年） | 400人 | 2,000人 |

³⁶ 洪沢敬三是日本明治、大正時期著名企業家洪沢栄一之孫，東京大學畢業後進入橫濱正金銀行擔任要職，1944年擔任日本銀行之總裁，1945年擔任幣原內閣之大藏大臣。因對於文化、生物及民俗等頗有接觸，並多有研究，著有《南島見聞錄》（昭和八年刊）等，在日本國內曾任日本民族學協會會長、日本人類學會會長等。參見日本廣辭典編輯委員會編，《日本史人物辭典》，（東京：山川出版社，2007年），頁430-431

³⁷ 三木健，《西表炭坑概史》，（那霸市：三榮社，1976年4月），頁189。

³⁸ 引自三木健，《西表炭坑概史》，（東京：八重山文化研究會，1976年4月），頁36；原文請見洪沢敬三，《南島見聞錄》收錄於《祭魚洞雜錄》（東京：郷土研究社，昭和8年）。

資料來源：根據三木健，《西表炭坑概史》，頁 27、185-189 製成。

從上表亦可看出，大正六年（1917 年）時，礦工人數雖有減少，但大正十一年（1922 年）和大正十五年（1926 年）則呈現持續增加的現象。礦工人數的增加，也說明隨著工商業快速的發展，煤礦的需求亦大幅增加之狀況。特別是日本進入大正時期以後，因受到第一次世界大戰（1914 年-1918 年）以及日俄戰爭後帶動國內重工業發展的影響，煤炭需求量大增。除了明治四十一年（1908 年）成立的八重山煤礦外，之後八重山於大正七年（1918 年）成立沖繩煤礦、大正十年（1921 年）成立琉球煤礦、大正九年（1920 年）成立先島煤礦、昭和元年（1925 年）高先煤礦陸續成立，帶動八重山礦業活絡的現象。期中又以八重山煤礦、沖繩煤礦與琉球煤礦規模最大。臺灣人正式投資在西表礦業者是在大正年以後之基隆出生的謝景，該礦場雖無法與八重山煤礦、沖繩煤礦與琉球煤礦規模相比，而其所屬之礦工人數每年雖有差異，但仍維持在五十人至二百人之間。

為宣揚企業業主在西表島增資一千萬投資礦場，以及臺灣人加入西表島開發礦業之行列，昭和十三年（1938 年）九月八日的《海南時報》，特以「統一業界形成霸業」為標題，對此有大篇幅的報導：

增資一千萬 向西表資源開發邁進

南海炭礦株式會社³⁹於昭和十一年，吸收名古屋資本採掘埋藏量極為豐富的西表島的煤炭。創立該公司之董事長是名古屋工業界的傑出人才山內卓郎，其就任後擔任中京財團之大股東，組織資金三百萬之股份，立即進行西表資源的開發。另外，星岡氏和丸野氏亦開始加入，吉澤、謝景、林頭等諸位，亦買下所有礦區及建物一切之附屬設施。在白濱設置該公司的西表礦業所，專注於業務的擴張。昭和十二年，由仲谷、加藤兩位經營之昔日武谷坑及崎山

³⁹ 南海炭礦是自明治十九年（1886 年）三井物產公司採炭以來，在西表島相繼開發中小炭坑，一時之間形成同行爭奪之態勢。進入昭和時期以後，星岡礦業所和河野合名公司合併，設立成資本金 300 萬圓之新公司。昭和十一年（1936 年），此新公司正式稱為南海炭礦。日本名古屋企業家東海水泥公司山內卓郎即任為社長。該公司在名古屋，礦業所在西表島，辦事處在那霸。該公司增資為一千萬圓後，於昭和十二年（1937 年）再收入武谷坑、崎山坑、丸三炭礦，形成業界的龍頭。參見三木健，《寫真集 西表炭坑》，（那霸市：ひるぎ社，1986 年），58-59 頁。

坑後，如今便可見到西表煤礦界雄姿，從西表開拓大局的角度來看，可形成與該公司合作的趨向，資本金額增為一千萬後，形成各方對西表資源開發投入大量的資本，將不會再見到昔日資本與勞力不足的貧困窘境。而形成西表寶庫和南海煤礦公司積極拓展事業之發躍時代。該公司新造船艦第一南海九重一千八百噸，往返於名古屋、大阪、神戶、那霸西表之間，從事於該公司所產煤礦的搬運以及各種貨物的輸入，對於本縣（沖繩縣）航路的改善頗有助益。該公司今後各項產業活動的拓展，對於本縣產業的發展均有極大的影響。⁴⁰

指出名古屋工業界的傑出人才山內卓郎，為開發西表島的煤炭，組織資金三百萬之股份，進行西表資源的開發。加入此投資者有星岡氏和丸野氏，另外有吉澤、謝景、林頭等諸位，亦買下所有礦區及建物一切之附屬設施。該項投資金額增為一千萬後，形成各方對西表資源開發投入大量的資本，必將會帶動沖繩縣產業的發展。

至於該記事所報導的謝景是何人？擁有多大的礦場？根據昭和十三年（1938年）八月二十三日《海南時報》中指稱，於當年（昭和十三年）正值五十歲壯年，出生基隆的謝景，是在大正五年（1916年）來到西表島，經營昔日三谷礦的礦區，工作非常努力，且具經營頭腦。謝景將該礦區炭層分為上、下、本層等三層不同方式經營。勤奮努力後，成為擁有共計三十餘萬坪之礦場，從業員有五十名，月產量兩百噸。另外，謝景在昭和二年（1927年）發掘三十六萬坪的銅山，並擁有該採掘權。昭和十一年（1936年），與南海炭礦公司合併，承包炭礦之經營。由於礦業經營有道，事業有成，因此被日本新聞界視為業界不可忽視之企業家，期待今後能更為活躍外，對於謝景照顧礦工的態度，特別以「如同家人般對待」的文字形容。⁴¹

謝景所屬這些礦工來此的經歷及在此的工作情況如何？真的是如同家人般被照顧嗎？出生於臺灣淡水，在昭和十三年（1937年）至昭和十八年（1943年）曾

⁴⁰ 《海南時報》，（昭和 13 年 9 月 8 日）。

⁴¹ 《海南時報》，（昭和 13 年 8 月 23 日）。

因經招募礦工而有在西表礦坑工作經驗的礦工楊添福有如下的敘述：

我早年曾在該礦場工作，最初是六十四人，之後也有小孩帶到此礦場工作，多的時候有達到一百人程度，如是之結果，變成該礦場臺灣籍人數最多，最多時達到有四百至五百名勞工。⁴²

此說明謝景所經營的礦場，為能增加生產能力，除雇用一般的礦工之外，更有從臺灣招募幼童來此擔任礦工。

臺灣礦工增加的原因，除了因為受到第一次世界大戰以及日俄戰爭後帶動日本國內重工業發展的影響，煤炭需求量大增，礦工的需求量也隨之提高外。工資方面，應該也是誘因之一。根據佐藤金市的調查指出，在西表島礦工的工資比其他地區高出許多。從臺灣來的採礦工人，來到此地工作的目的是企圖工作一段時間，有相當的儲蓄後返回臺灣，⁴³亦即抱持掏金賺錢的目的來到此地。工資的支付方式視採量多寡計算，平均一噸的採礦量可得到 2 圓 50 錢。是以工資多寡並無一定。因此，許多礦工是在親朋好友勸誘下，航渡到此從事採礦之工作。⁴⁴

其次，楊添福另指出：

礦工當中有人有注射嗎啡的習慣，因被列為重勞動，是以公司提出許可證明，允許注射嗎啡。其目的是為能忘記辛苦的工作。倘若為公司提供越多的勞力，就能換得越多的嗎啡，服的勞力少獲得的嗎啡就少。不注射嗎啡的人，來到西表島工作後，不久就會返回臺灣。但注射嗎啡的人，則會永遠留在西表島。再者，這些注射過嗎啡的人，雖離開西表島，經過四、五年後，因為想要嗎啡之關係，會再回到西表島。另外，他們所賺的錢，多以工資換取嗎啡。倘若是賺到一元，其中三十錢購買嗎啡，另三十錢是作為飯錢用。⁴⁵

由此可知，謝景對於從臺灣渡海來此的鄉親，深怕他們受不了採礦的辛苦，於是想到極為惡劣的手段，利用在臺灣被臺灣總督府嚴厲管制，在西表島可藉由因重

⁴² 三木健，《西表炭坑概史》，（東京：八重文化協會，1976年4月），頁52-53。

⁴³ 佐藤金市，《西表炭坑覺書》，頁33。

⁴⁴ 根據陳蒼明口述得知，陳蒼明原在基隆從事採礦工作多年，因受到弟弟的勸誘下，前往西表島從事採礦工作，參見三木健，《西表炭坑夫物語》，頁70。

⁴⁵ 三木健，《西表炭坑夫物語》，（那霸市：ひるぎ社，1990年11月），頁50-51。

勞動而被允許的嗎啡來控制臺灣人。因此嗎啡對於礦工而言，是一個「看不見的枷鎖」。對於《海南時報》中指稱謝景對待礦工是「如同家人般對待」，應是極大的諷刺吧。

另外，根據昭和十三年（1938年）八月二十二日的《海南時報》，對於經營海南礦場的陳樹根有如下的報導：

陳樹根出生於基隆，今（昭和13）年32歲。臺北第二師範學校畢業後，進入基隆第一公學校及壽公學校任職。昭和9年退職，航渡至西表島，去（昭和12）年6月經營海南炭礦東坑（昔日武谷坑），完全與田地無關。其夫人是基隆高女畢業，是謝景炭礦主人之女。東坑有礦區二十五萬坪，礦工現有二十名，如同家人般對待。⁴⁶

指出生於基隆的陳樹根經營擁有二十五萬坪的海南炭礦東坑（昔日武谷坑），該礦場擁有二十名礦工，陳樹根對待礦工相當友善，「如同家人般對待」。是否違背事實，值得讓人思考。

四、臺灣人與八重山住民互動之情況

任何移民都是人口的再分配，人口的再分配影響到人口、社會、經濟、政治等特質。特別是移入者擁有特殊的背景，對當地整個社會結構（Structural context）會帶來相當大的衝擊。⁴⁷臺灣人航渡至八重山尋求未來的新天地與新希望，是否真能如預期所想像，這似乎是有落差的。雖然沖繩縣政府為實行「產業振興十五年計畫」鼓勵臺灣人渡海移民至八重山，但臺灣人到達該島後，並非是昔日所想像那美好的新天地。其中與當地住民因文化差異而發生相當多摩擦與紛爭的案例。

隨著航渡至八重山墾殖，臺灣人除將墾殖技術帶至該地外，也將墾殖工具帶至該地，其中最重要一項是牛隻。於是自昭和八年（1933年）年開始，由八重山石垣島名藏移墾的臺灣人，以自家用之名義率先引進三十頭牛，並利用這群牛隻

⁴⁶ 《海南時報》，（昭和13年8月22日）。

⁴⁷ 蔡宏進、廖正宏，《人口學》，（臺北：巨流圖書公司，1987年），頁209。

作為繁殖之用。⁴⁸由於生產工具的引進，促使八重山墾拓順利進行，農業也蓬勃發展，以稻米栽培及芋頭澱粉類等製作為目的的臺灣農民，約有六百名渡海移民至八重山。⁴⁹此舉讓當地住民大為驚慌恐懼，認為倘若與當地農家相比，過去採用鋤、鋤等工具的當地農民，平均僅有耕種四、五反步（筆者按：1反=10畝=991.7平方公尺）農地能力，與從臺灣移民至該地墾殖後，每戶引進一頭牛，可開墾四、五町步（筆者按：1町=10反=9,917平方公尺），應如何相比？⁵⁰過去並不重視副業栽種的當地住民，見到臺灣人除耕種田地外，更積極拓展蔬菜、鳳梨、茶葉等的栽培，以及飼養豬、雞等家畜和家禽，以作為其他的現金收入，豈能不引起當地住民的騷動與對立。⁵¹根據劉金福指出，甚至於有激烈的當地住民，對於臺灣人生產的農作物以及臺灣人開設的商店，採拒買的強烈態度，引起臺灣人的恐懼，深怕受到傷害，為能相互保護，迫使採取團體行動方式活動。⁵²

再者，由於耕作地的流失，因此造成沖繩縣八重山青年人口外流的威脅，⁵³日後八重山必將成為臺灣人所占領，⁵⁴甚至驚恐擔心自己家族的次男、三男會陷入無田地可耕種的窘境。⁵⁵郡民於是發起拒絕臺灣人移入運動，並進一步召開郡民大會，展開禁止臺灣人移入八重山之運動。於是在昭和十二年（1937年）八月六日之《先島朝日新聞》、昭和十三年（1938年）十月三十日之《先島朝日新聞》以及昭和十四年（1939年）十月八日之《海南時報》針對從臺灣引進牛隻的問題，提出相當激烈的抗議；如疾病會隨牛隻引進而帶入等負面報導。對於臺灣人引進牛隻一事，林發等一行人不論如何向住民解釋說明，水牛已在臺灣接受過檢驗，都無法得到認同。⁵⁶甚至已從臺灣利用大喜丸船隻運至石垣島的水牛 47 頭，也被縣

⁴⁸ 林發，《沖繩パイン産業史》，頁 19。

⁴⁹ 林發，《沖繩パイン産業史》，頁 31。

⁵⁰ 西表信，《南嶋昭和誌》（那霸：月桃舎，昭和 57 年），頁 31。

⁵¹ 西表信，《南嶋昭和誌》（那霸：月桃舎，昭和 57 年），頁 31。

⁵² 西表信，《南嶋昭和誌》（那霸：月桃舎，昭和 57 年），頁 34。

⁵³ 《海南時報》，（昭和 12 年 5 月 11 日）。

⁵⁴ 林發，《沖繩パイン産業史》，頁 31。

⁵⁵ 林發，《沖繩パイン産業史》，頁 31。

⁵⁶ 林發，《沖繩パイン産業史》，頁 32。

政府採取斷然拒絕入境之強硬態度。⁵⁷由於當地住民的偏見，衍生禁止移入態度，此舉對於剛成立的大同拓殖株式會社，極欲在此尋求新天地，擁抱大志，拓展事業者而言，所造成勞動力不足問題，無疑有相當大的打擊。

由於語言與生活方式的不同以及沖繩人對於臺灣人的排斥⁵⁸等因素，促使從臺灣移民至八重山的臺灣人，與八重山住民之間的衝突經常發生。根據《海南時報》，昭和十五年（1940年）九月二十日以「粗暴的臺灣人 堅決給予放逐」為標題，對於臺灣人在八重山與當地住民發生的衝突情形有如下的記載：

本籍臺中州北斗郡二林街二林二四五，現住所石垣島町字名藏二四三番地，從事農業之宋清統（三十五歲），因所飼養的雞被石垣町字登野城二八七之平田正雄（二十四歲）所飼養的狗咬死而大怒，於九月六日正午左右，在字名藏御嶽後方田畦處，將平田所飼養的狗撲殺。平田對此極為憤怒而彼此發生口角後。因過於激動，於是攜帶長二尺八寸，直徑一寸三分的棍棒，毆打腰部及右前脛，該受害者全部治癒約須五天時間，右側腰部的打傷症，右側脛骨骨膜炎，因此向八重山官署檢舉，此正嚴厲的調查中，此種粗暴不良臺灣人的結果，遭到遣送臺灣。⁵⁹

指出臺中州北斗郡出生時年三十五歲的臺灣人宋清統，因與二十四歲的石垣島當地住民平田正雄因故發生口角，而對平田正雄施暴。其結果除遭到輿論嚴厲譴責外，也被日本政府遣送回臺灣。但從上述的文字報導亦可看出，當地的記者在記載或報導臺灣移民的相關事件時，所使用的用語是非常情緒化的。

再者，臺灣人初到此地開發時，為能開發此地山野，首先會砍伐山林，在約一個月的時間乾燥處理後，進行焚耕，是此地的耕種模式。⁶⁰但在砍伐後的雜木，經常成為臺灣人與當地住民之間爭執的原因。例如，在《海南時報》，昭和十五年（1940年）九月二十九日，以「又是臺灣人 極為粗暴的傷害事件 期望斷然處

⁵⁷ 《先島朝日新聞》昭和 13 年 10 月 30 日。

⁵⁸ 當時臺灣人與朝鮮人均被日本人稱為「三等國民」。他們從入小學開始就受到不平等之待遇，例如臺灣學生成績如何優秀，也沒有辦法被在校的老師或校長任命為班長或是副班長。參見西表信，《南嶋昭和誌》（那霸：月桃舍，昭和 57 年），頁 34。

⁵⁹ 《海南時報》，（昭和 12 年 5 月 11 日）。

⁶⁰ 林發，《沖繩パイン産業史》，頁 38。

置」為標題，對於臺灣人在八重山不當之行為有如下的記載：

...二十六日上午十一點左右在嵩田山林內檢集薪木時，大川農事改良組合長前盛健（三十七歲）及另二人，被非常粗暴不講道理的以棍棒對其頭部、背部及手毆打而受到重傷，因此產生極為淒慘的虐待事件。犯人其中的三名於翌日二十七日向八重山之官署檢舉，目前正嚴厲地調查當中，被害者前盛健因正逢應召軍人在外擔任勤勞之服務，卻遭到此事件，可說是再度發生臺灣人的傷害事件。現在郡民激動的心情達到極點，輿論高漲要將惡質的臺灣人遣返臺灣，並希望調查單位要堅決如是的處置。另外，八重山署除對此進行嚴格的調查外，並對此給予嚴厲的處罰，對於惡質的臺灣人應堅決遣離石垣島為應有的方針。其次，本日上午在武道場將邀請各字⁶¹會長、青年團長、報社等團體進行懇談。⁶²

記載昭和十五年（1940年）9月，居住在石垣町當年三十七歲的大川農事改良組合長前盛健及另二人，為阻止大同拓殖株式會社之佃農陳朝宜、林塗等四人撿拾雜木，於是發生口角衝突，由於語言不通之關係，進而演出械鬥，造成前盛健等人頭部、背部以及手部等多處受傷。⁶³大同拓殖株式會社方面，雖有大坪社長，林發等人立即向當地住民賠罪致歉，但事件發生翌日，當地住民仍有數百名青年男女闖進大同拓殖株式會社以示報復。經由林發除將關係者四人交由警察法辦，另致贈被害者醫療費、慰問金，並由大同拓殖株式會社負責人林發出面指稱願承擔一切責任，且保證今後不再發生後，才平息此事件。⁶⁴

⁶¹ 大字（平假名：おおざ）為日本在明治時代開始使用的區劃單位，其上層的區劃為市町村，下層的區劃為小字。台灣日治時期也曾使用過大字和小字的區劃。（詳見台灣日治時期行政區劃）日本在明治時代開始實施市町村合併時，將許多原本的村級行政區合併為新制的市町村行政區，便出現了許多村合併後，組成一個轄區更大的村，而原本的村名，就改成為大字。例如：○○村與其他村合併共同組成新的△△村時，新的地址變成為「△△村大字○○」。而原本在舊有的村級行政區下的更小的行政區單位，便成為小字。現在已有許多地方不使用大字，甚至在最近的平成大合併中，有許多市町村合併時，同時廢除了大字的使用，地址的登記由原本的「▽▽市大字○○字□□」改成「▽▽市○○字□□」，沖繩縣則有許多地方直接將大字改為「字□□」。

⁶² 《海南時報》，（昭和15年9月29日）。

⁶³ 《海南時報》，（昭和15年9月29日）。

⁶⁴ 林發，《沖繩パイン産業史》，頁38-43。

另外，沖繩政府雖鼓勵臺灣人渡海來到八重山墾殖，但日人對於臺灣人在該地的任何舉動，仍是相當注意。限於管見，無法找出更具體的文獻做佐證，但從昭和十八年編印之《沖繩縣史料》一書中可得知概略：

管下在住臺灣人共計二二八戶、一〇二五人，有逐年增加之傾向。特別是在宮古、八重山兩郡，過去因在該島開發，臺灣勞動者無限制移入至此，其結果使得該郡地區商業及各產業等方面建立了基礎。本縣在住臺灣人當中：

本籍住居 臺中州能高郡埔里街牛眠山一二六二

住 居 八重山郡石垣町字登野城七一

思想要注意⁶⁵人民 林有財

當年四十一歲

此人被列入特要臺乙正進行監視中者，但目前致力於家庭事業，沒有任何被懷疑之處，與其他臺灣人一樣正進行特別查察當中，在治安上並沒有值得注意的特別地方。⁶⁶

該紀錄是針對臺中州出生的墾殖者林有財，因被列為思想要注意的人民，因此受到調查。雖然沒有懷疑之處，但仍進行特別查察當中。從記載可知，日人表面雖是歡迎臺灣人能利用其墾殖技術渡海來到八重山協助日人開闢此地區。但日人對於來到此地開發的臺灣人，其實仍是抱持相當不信任，以及採警戒的態度，隨時對其進行監視。⁶⁷

在八重山的臺灣前輩，有鑑於臺灣人與當地住民衝突情況頻頻發生。為此在八

⁶⁵ 所謂思想要注意人，一般是指有反日思想需要監視之人物，日人在據臺時期掌握相當多此類名單，收錄在《外務省記錄》，(檔號：4.3.1-3)中。參見卞鳳奎，《日治時期臺灣籍民在海外活動之研究(1895-1945)》(臺北：樂學書局，2006年7月)，頁47。

⁶⁶ 沖繩縣史料編集所，《沖繩縣史料》近代1 昭和十八年知事事務引繼書類(沖繩：沖繩縣教育委員會，1978年3月)，頁611-612。

⁶⁷ 對於林有財為何會被視為要被監視之人物，根據芳澤佳代女士口述，戰前當地人對到石垣島開墾的臺灣人，其實很有偏見，如果有任何告發事件，多是因為當地琉球人不滿臺灣人至此地移民，造成當地住民威脅，因此政府有不實的指控所致。2008年10月12日於芳澤佳代女士家中訪問。再者，2008年10月12日筆者與水田憲二先生共同走訪石垣島，前往訪問福本貞子女士(廖見福之女，戰後改日本姓福本)時，福本貞子女士誤以為筆者是日本人，顯示出不與我二人與談的態度，得知是來自臺灣，就非常樂意接受訪談。此似乎說明昔日臺灣人與當地住民之間的互動情況。

重山的臺灣人，為能敦親睦鄰，促進團結，相互扶持為旨趣，於是在昭和十五年（1940年）十月二十日，以八重山郡在住臺灣出生者組織「八重山臺友會」。為能瞭解該組織，特將該日新聞記事之全文翻譯如下：

八重山臺友會誕生

作為天皇國民之新發足點

既報

以八重山郡在住臺灣出生者，組織成八重山臺友會，於日前二十日上午十一時開始於大同拓殖株式會社工廠內召開創立總會，會員出席者共一百一十一名，到場致詞來賓有東恩納支廳長、高嶺署長、山口町長、島袋農學校長、各字會長、警察署員等四十餘位。議程有向國旗敬禮、遙拜宮城、奉唱國歌、默禱、報告成立經過、審議會則、推薦會長、宣言、臨習官致詞、來賓致詞等，下午一點半儀式結束，移往祝宴區，該會一致推舉八重山支廳長及警察署長為顧問，並堅持努力推行減私奉公盡忠報國之精神，以實踐皇國之國民，進而會員之間以及郡民之間達到融合親敦之目的。為此在家奉戴大麻，每日早晨遙拜宮城，對皇軍表示感謝，行默禱之禮，於四大節日及興亞奉公日時，懸掛國旗以示實行之意。有鑑於時局，應順應國策，以下各事項宜確實執行：

- 一、於興亞奉公日之時，禁止在料理屋飲食店飲酒作樂，各家庭中亦應謹慎飲酒。

- 二、買賣物品禁止有壟斷之行為。

- 三、物品超過公定價格時，禁止販售。

- 四、租金及運費超過標準金額時，不可收付。

- 五、應對恤兵國防軍事援護之事業有深刻的認識與了解，並積極的給予協助。

- 六、努力勵行標準語的學習及勵行。

- 七、實行會員相互扶助救濟弔慰等事項。

- 八、協助郡民公共事項，另外，八重山臺友會之會員共計四一九人、一〇五戶，主要幹部如下所示：

- 。會長 林發

- 副會長 邱鳳
- 事務理事 劉金福、林有財
- 理事 曾興祥 曹清權 洪朝東
- 幹事 廖見福⁶⁸

但當中值得注意的是，八重山臺友會雖是以八重山郡在住臺灣出生者組織而成，但應對恤兵國防軍事援護之事業有深刻的認識與了解，並積極的給予協助。是以可知該會雖是促進敦親睦鄰而設，但在日本統治之下，其所扮演的角色，仍須與日本政府相互配合。

五、結論

首先，從本文中可得知，林發、謝元德、詹奕候等人，在航渡石垣島發展之前，在臺灣都是事業有成之士，且均有從事開發鳳梨事業的經驗，更是在商場中共同打拚事業的戰友。是以在離開臺灣另闢事業版圖之時，仍會相互扶持，共同打拚，因此才會有大同拓殖株式會社的成立。

其次，從以上敘述得知，來到八重山墾拓之少數臺灣移民，或因無法適應此地酷熱的天候、颱風襲擊；或因受到毒蛇或瘧疾；或因產業經營不善等因素，而放棄墾拓遠離該地，但大多數的臺灣人仍能堅持毅力，發揮臺灣人不畏艱難開墾之精神，在當地持續奮鬥而事業有成；如林發、曹清權、林有財、曾興祥、洪朝東等多人，其精神頗值得後人敬佩。即使在日本的出版品中，也有對他們的勤奮讚譽有加，例如在《臺灣人士鑑》一書中對於生於員林郡社頭庄社頭的蕭友聯，在大正五年（1916年）社頭公學校畢業後開始從事土地開墾，昭和九年（1934年）七月赴沖繩石垣島發展，後擔任大同拓殖株式會社重要幹部，由於他頗有經營理念，懂得如何將事業拓展至南洋和日本等地。對他在沖繩縣所開發之製茶製糖、鳳梨栽培、罐頭製造或製米事業等，以「業績頗佳、將來必有指望」的字句推崇

⁶⁸ 《海南時報》，（昭和 15 年 10 月 23 日）。

備至。⁶⁹

另外，從本論文中得知，在西表島從事煤礦工者最多時約有 2,000 餘人，其中臺灣人有 400 人。可知臺灣在日治時期因擔任礦工或相關從業員而移民至西表島者人數相當多。他們遠離家鄉辛苦渡海來到該島，從事每日不見天日的工作外，又必須對抗惡劣的工作環境，與瘧疾等病害搏鬥，卻僅是企圖能求得溫飽。更令人痛心的是，這群移民者辛苦在該島打拚，卻被人以極為殘酷，令人髮指的手段，使用嗎啡來控制這群礦工，使其無法抵抗。這些臺灣人在戰後因遭到遣返而回臺，但隨著時光的逝去，此段辛酸移民過程卻無人知曉，頗令人遺憾。

其次，從本論文中可看出，移民至八重山的臺灣人，依出生地不同而顯現出其地域性。移居石垣島從事墾殖或是農業開發者，多是來自臺灣的臺中等中部地區。過去因有農業開發之經驗，所以渡海來到八重山的石垣島，將過去墾殖經驗帶到該島，且這些農業移民墾殖後多能適應當地生活。來到西表島之臺灣移民，所從事的工作仍與過去工作有關；即礦業相關工作或事業，而這些人多是居住在淡水、基隆等地，屬於臺灣北部地區。

最後，就日治時期臺灣人在國境內之移動的議題來說，以本文移民人數僅涉及數百人至千人之情形，雖然討論臺灣人移民與空間移動有其範圍的限制，但是，日本統治期間，臺灣人在八重山諸島的開發，可謂功不可沒，對於當地具有極大的貢獻，更是不爭的事實。

⁶⁹ 臺灣新民報社編，《臺灣人士鑑》（臺北：臺灣新民報社，昭和 12 年），頁 185。

徵引文獻

一、檔案文獻

《臺灣總督府公文類纂》：

《製茶職工清國人上陸特別ノ件訓令一二八號》，(檔號：250-7)。

《臺灣人關係雜件在外臺灣人事情關係》，(檔號：4.3.2.2-2)。

臺灣拓殖株式會社調查課編印，《本島人の南洋移民事情》，昭和 15 年 6 月，(國立中央圖書館臺灣分館藏)。

外務省通商局監理課，《福建省事情》，大正 5 年 6 月印製。

外務省外交史料館藏，〈盤谷在住朝鮮人及臺灣人ノ動靜ニ關スル件〉，《臺灣籍民ノ動靜及取調一件》，(檔號：3-8-6-34)。

株式會社華南銀行マニラ駐在員整理，《比島に於ける臺灣籍民に關する調査》(株式會社華南銀行マニラ，昭和 16 年)，國立中央圖書館臺灣分館藏。

《臺灣日日新報》各年。

《海南時報》各年。

二、近人著作：

大田修吉，〈臺灣籍民の南洋に於ける活動狀況〉，《臺灣經濟年報》，(東京，臺灣經濟年報刊行會，1942 年)。

林繼文，《日本據臺末期(1930-1945)戰爭動員體系之研究》，(臺北：稻香出版社，1996 年 3 月)。

矢內原忠雄著，周憲文譯，《日本帝國主義下之臺灣》，(臺北：帕米爾書店，1987 年)。

名昌喜作，《臺灣銀行四十年誌》，(東京：臺灣銀行，1939 年)。

近藤正己，《總力戰と臺灣日本植民地崩壞の研究》，(東京：刀水書房，1996 年)。

臺灣總督府外事部編，《臺灣の南方協力に就て》，(臺北：臺灣總督府外事部，昭和 18 年 4 月)。

吉川利治，《近現代史のなか日本と東南アジア》，(東京：東京書籍株式會社，1992

年)。

石原昌家，《大密貿易の時代—占領初期沖繩の民衆生活》，(東京：晚聲社，1982年)。

李光真，〈最古老的農業移民--石垣島的臺灣村〉，《光華》17卷3期，民國81年3月，頁102—106。

朱惠足，〈作為交界場域的「現代性」：往返於沖繩八重山群島與殖民地臺灣之間〉，《文化研究》第5期，2007年10月，頁49-86。

曹永和，〈華人在石垣島發展之事例〉，收錄曹永和著《臺灣早期歷史研究續集》(臺北：聯經出版公司，2000年)，頁287-292。

黃智慧，〈人群漂流移動史料中的民族接觸與文化類緣關係：與那國島與臺灣〉，《國立臺灣大學考古人類學刊》第52期，民國86年9月，頁19-41。

Taiwanese Immigrants to Yaeyama during the Japanese colonial period

*Pien, Feng-Kwei**

Abstract

Emigration describes the movement of humans who leave their original place of habitation to live or work in other distant lands due to various motives and purposes. Taiwan has been under several regimes, so several ethnic groups from different eras have traveled to Taiwan for business. Among the historical periods that characterize Taiwan, the Japanese period has had the greatest impact as a result of their method of modernizing and ruling the island.

Although Japan gained many resources from Taiwan during its colonial tenure, it also implemented many important policies in order to expand land use and strengthen its sovereignty. With the Japanese colonization of Formosa, Taiwan became not only a supply depot of goods and labor, but also a new frontier for settlement to siphon off soaring population pressures in Japan.

During Taiwan's colonial period, the administration in Taiwan started to implement an immigration policy to accept Japanese settlers in order to resolve the problems of overpopulation which soared after the Meiji Restoration.

In reviewing the history of exchange between Taiwan and Japan we find in this period very dynamic levels of interaction covering intellectual and scholastic exchanges and commercial and business activities.

Yet, studies in this period are limited on the emigration of Taiwanese to Yaeyama— an island located between Taiwan and Okinawa just 240 kilometers off the

* Assistant Professor, Institute of Oceanic Culture, National Taiwan Ocean University

Taiwan coast. Conservative estimates have it that about 400 Taiwanese, covering 86 families, immigrated to the isle of Yaeyama. Many Taiwanese settlers left the island due to extremely hot weather, typhoons, vipers, malaria, futile agricultural plans, and other factors. However, most Taiwanese immigrants clung on to the end and eventually the intrepid spirit of these settlers triumphed over all difficulties.

This study probes this endeavor, the special laws issued by the administration in Taiwan, the immigration process to Yaeyama, the development of Yaeyama, the lifestyles and interaction of Taiwanese with local habitants, and the manner in which Taiwanese immigration influenced and promoted the industrial progress of Yaeyama.

Keyword : Yaeyama, Ishigaki-jima, Iriomote-jima, Taiwanese, Overseas Emigration, the Japanese colonial period

收稿日期：98.11.18

接受日期：99.12.28

開漳聖王的文化地理詮釋*

潘朝陽**

論文摘要

在中國大地上存在的眾神譜系，有三種類別，一是天地之神、一是祖先、一是聖賢英雄。其中甚多屬性於聖賢英雄的崇祀。開漳聖王是聖賢英雄類型的神祇崇拜。無論上述哪一類神祇，均在大地上產生明顯的人地關係和空間結構，均屬文化地理的重要課題。

中國民間宗教的神祇也具有下述兩個文化意義，一是祂經常是一個族群譬如閩南泉州人、漳州人或粵東閩西客家人的守護神，是他們的聚落的神聖中心；一是祂在大地空間中的移動反映了文化擴散播遷的現象，譬如佛教從印度源生而在東亞發達，就是顯例。

筆者依據文化地理的上述三項內容而詮釋開漳聖王陳元光崇祀現象。祂的造神史分成前後兩階段，前一個階段屬於陳元光以歷史人物從中原的光州領導群眾遠徙閩南漳州之武裝拓殖史，這個階段表徵了漢民族由內陸的中心向海洋的邊陲開展的空間動線；後一階段則屬於陳元光成為開漳聖王引領漳州人從大陸渡海而來臺灣的航海拓殖史，這個階段表徵了漢民族從大陸原鄉邁進邊陲海島的文化播遷行動。前後兩階段的開漳聖王造神運動，都呈現兩個含意，一是中華文化的從

* 本文初稿宣讀於「固始與閩臺淵源關係研討會 2010 年會」(河南固始：河南信陽師院歷史文化學院主辦，2010 年 10 月 24 日)。

** 臺灣師範大學國際與僑教學院東亞文化系、地理系合聘教授兼院長。

中心向邊緣的擴散；一是中華文化從大陸性向海洋性的邁進。

關鍵字：文化地理、民間宗教、陳元光、開漳聖王、神聖中心、文化擴散、文化傳播、中心與邊陲性

一、前言

開漳聖王的崇拜現象對三個地區有其深厚關係，一是陳元光的祖籍地，依據不甚詳細的史書載記，陳元光是初唐河南光州（今固始）人，他之成神，則與閩南漳州有關，其緣由乃是地方史籍說陳政陳元光父子奉唐朝之命，率軍遠從光州出發，萬里迢迢來到當時仍屬荒野之區的閩南、閩西以及粵東一帶平定少數民族的叛變，¹一方面武力鎮壓驅逐土著，一方面進行漢族拓殖，其中心點就是今日的福建漳州，他戰死後經當地的造神運動而上升成為「開漳聖王」，既是當地的守護神，其廟宇自然成為當地聚落的神聖中心。再者，明清以降，閩南、閩西、粵東的漢人大舉渡海來臺開發拓殖，漳州人正是這股漢人移民浪潮的主成份之一，在臺灣開拓史地的結構和內容中，提出了積極的貢獻，而他們隨身攜帶供奉的重要神祇正是開漳聖王。換言之，原本屬於河南光州的中原人士，居然歷經一千數百年後，與海峽這一岸的海島臺灣結下了深厚的文化因緣。由此證明中國人的文化擴散播遷的動力之強和空間之廣，是不能輕忽的。

本文的主旨就是以文化地理的空間觀點詮釋開漳聖王崇祀現象。陳明此神從陳元光轉升為開漳聖王之造神史，在漳州和在臺灣的文化地理之意義。本文先闡

¹ 如果審閱中國地圖，會驚異於陳政、陳元光父子武裝集團，如何能以福建漳州一帶為目的地而一步到位？因為光州（今固始）是在河南東南地區的淮河上游，他們必須用走的方式，以西北東南軸線，面向東南方，而走過湖北省與安徽省之交界區，再走進江西省，然後翻越武夷山，從閩北入閩中最後才到閩南。這個遙遠路途，在初唐時期，絕非一月兩月可以行軍完成，可見當時必定已有一個地理大結構，那就是中原漢民族已經形成往南方大移民的浪潮。陳政陳元光的事蹟，宜從這個大結構中去加以理解，陳氏父子的南下行軍，在統治者的史觀而言，就說這是受唐朝指派南下福建討伐少數民族的叛變，而若是站在民族移民史的史觀，則陳氏父子的南征乃至開漳聖王的造神史，其實是漢民族大舉南移實邊的大海中的一個浪花。

述神祇的三大意義，一是祭法規約，一是神聖中心，一是文化擴散，然後再詮釋開漳聖王在漳州和在臺灣的文化地理現象。

二、祭法規範的崇祀神祇標準

當代新儒家唐君毅先生論及中國人傳統宗教有「三敬」，即「敬天地、敬祖先、敬君師聖賢」。此三種敬拜形成了中國傳統的「天地君親師」之教。敬天地就是「敬天地乾坤之德」、「敬天地造生承載萬物之德」；敬祖先就是「敬自然生命的本源」；敬君即「敬人的群體生活的表現」；敬師與聖賢就是「敬人格、人文世界」。²

唐先生此三敬所祭祀者包含自然世界的天地、生生代代左昭右穆的先祖、人文教化世界中的文明本身以及創制人文教化世界的聖賢先師。當然，這聖賢先師實亦含容有大義功勳的歷代英雄豪傑。

民間宗教祭祀的對象有三，即天神、地祇、人鬼，前兩者屬於自然崇拜，譬如太陽月亮星辰為天；五嶽大江巨澤為地；而石頭大木等為自然庶物，皆屬之。後者則屬靈魂崇拜，是人死後而成神的宗教推思和信念。三敬崇祀中的天地是生命賴以存養發展的大自然空間和環境，這方面表現為天神地祇。崇祀中的祖先則象徵生命的生態延續不已，是時間的拓深；而崇祀聖賢先師與英雄豪傑，則是世人虔誠崇拜歷代於國家社會和文明有大功大德的人物，列祖列宗和聖師英傑皆屬人鬼，祖先是家族之神，從天子的太廟至百姓的宗祠，是中國人祖先崇祀的顯明景觀，而有大功德於國家社會和文明的「人鬼」卻不是孤魂野鬼、魑魅魍魎，乃是仁愛忠義貫日月的精魂，此種鬼魂恆往上升揚成為重要神祇，在中國歷代廣受崇敬。

上述的聖賢先師英雄豪傑之祀，早在漢時已經確立了規範，〈祭法〉曰：

夫聖王之制祭祀也：法（按：法者功也。）施於民，則祀之；以死勤事，則祀

² 唐君毅：〈中國之宗教精神與形上信仰—悠久世界〉，《中國文化之精神價值》（臺北：正中書局，1972），頁310-344。

之；以勞定國，則祀之；能禦大災，則祀之；能捍大患，則祀之。³

古代的統治者規定了五項規範，合於此規範的人鬼才能成爲崇祀立廟的對象，一是有功德於民；二是爲公義而死；三是有安邦定國的大功勳；四是爲庶民防患了大災難；五是保衛庶民使其不受苦楚。換言之，中國自漢以來，民間廣泛崇拜的神祇，並非漫無標準，而是必須有非常偉大不朽的功德，甚至爲公義而犧牲了性命，這樣的人物，方能成爲萬民馨香崇祀的神明。

學者王夢鷗指出〈祭法〉的內容大多節錄《國語·魯語》的文句而予以顛倒其次序。清代崔述疑是《國語》抄錄此文，而姚際恒則認爲正好相反。也有人認爲〈祭法〉出自漢儒之手，而西漢成哀之世，已有人徵引本篇，可證此漢儒，亦是早於成哀之經師。王氏認爲此篇文句顛倒〈魯語〉的原文，可能是有意爲之，因爲〈魯語〉強調的是上古各氏族崇拜有功於人的神祇，其主旨是崇功報德，而《禮記·祭法》則但引以爲事例，列敘古代有這種祭禮，蓋欲借爲大一統的漢帝國管制宗教之規範。⁴

上述有兩個重點，一是五項成神的標準，很早就已存在，早在周封建時代或更早的氏族時代就發展出這樣的祀神規範；一是漢朝是大一統的帝國，統治者管制民間的宗教神祇崇拜，是非常重要的，所以〈祭法〉並非一篇簡單的反映時代的文獻，它其實亦是漢朝官方的重大文教憲章和法規。在此宗教憲章管制下，民間宗教給予鬼魂立廟崇祀，必須合乎上言的五項標準，往往泛濫於歷代民間的雜七雜八的神祇，一概視之爲「淫祀」，其廟被視之爲「淫祠」，正直的嚴守儒家禮教的地方首長一定會「禁淫祀」、「毀淫祠」。⁵

這種宗教崇祀的原則，一直延續到清朝均遵循不替，《嘉慶會典》就規定了五

³ 見：《禮記·祭法》（《小戴禮記》）。

⁴ 王夢鷗：《禮記今註今譯》（臺北：臺灣商務印書館，1992，第5刷），頁737。

⁵ 所謂「淫祀」，出自《禮記·曲禮下》：「非其所祭而祭之，名曰『淫祀』，淫祀無福。」所以行淫祀之祠廟，就是「淫祠」。史上多載名臣常有「毀淫祠」之舉，譬如武周名相狄仁傑就曾在吳楚之地大毀淫祠，只保留大禹、吳太伯、季札、伍子胥四賢之祠而已，見《新唐書·狄仁傑傳》。然而，所謂淫祠，只是沒有受到朝廷或官方認可的民間崇祀，其中多有依民間宗教而存在發展的崇拜性，故禁不勝禁。

項祭法：社稷神祇則以祀；崇功報德則以祀；護國佑民則以祀；忠義節孝則以祀；名宦鄉賢則以祀。如果有任何人物死後欲納入祀典，須由地方長官或士紳耆老層層往上提報申請，最後由皇帝批准方可成神。⁶

這五個清朝時期的原則，除了第一點屬於自然神崇拜之外，另四點均屬聖賢先師英雄豪傑型崇拜，時至當代，清朝會典上的規範，起碼在臺灣的民間宗教崇祀現象中，亦以此型神祇最多，筆者在一篇論文中稱之為「聖賢型神祇」，包括關公、天后、保生大帝、岳王、朱子...等皆屬之，而被筆者歸類於「鄉土型神祇」者，其實亦有甚多合乎聖賢英傑之事蹟，如清水祖師、開漳聖王...等，換言之鄉土守護神何以被地方居民歷代馨香敬拜，乃是由於此神在該地方曾有一番造福於地方的重大功德，亦即合乎〈祭法〉或《大清會典》的標準。⁷

三、神祇與神廟是地區的神聖中心

神祇及其廟宇還有一個與地方空間非常有結構性關聯的內涵，中國亦不例外。宗教現象學家麥西亞·伊里亞德（Mircea Eliade, 1907-1986）提出一個重要觀點，即世人藉神祇崇拜而達到「聖顯」（hierophany）的作用，此所謂聖顯是讓俗世的某物、某區、某空間轉升成為帶有神聖性的狀態，這轉升為神聖性的某物可能是自然物的神山崑崙、神聖泰山石、神樹建木，亦可能是人文物的神殿、聖城、火塘、寶劍、佛塔；這轉升為神聖性的某區則往往是宗教教主成道的地區，譬如耶路撒冷、麥加、湄州、祇樹給孤獨園...等；這轉升為神聖性的某空間，則多屬神祇坐於其上而接受香火供奉之所在，譬如神龕、廟庭、聖墓...等及其氣氛所及的周圍空間。⁸

在大地上聖顯會有一個空間性現象，即神祇的聖顯於大地，必有一個聚焦作

⁶ 李添春（原修）、王世慶（整修）：《臺灣省通志·人民志·宗教篇》（臺北：臺灣省文獻委員會，1971），頁 281。

⁷ 潘朝陽：〈臺灣民俗宗教分布的意義〉，收入氏著《臺灣漢人通俗宗教的空間與環境詮釋》（廈門：廈門大學出版社，2008），頁 17-62。

⁸ 伊利亞德（Eliade, M.）：《聖與俗—宗教的本質》（楊素娥譯，臺北：桂冠圖書公司，2001），頁 61-64。

用，也就是會以神聖物的神祇本身以及神廟、聖物為空間中心，圍繞著這個神聖中心而在大地上產生聖化、淨化的作用和現象。譬如臺灣的媽祖娘娘（或稱為媽祖婆、天后、天上聖母）每一年的出巡和遶境，就是典型的動態的神聖中心對其周圍的空間之聖化、淨化的宗教現象。宗教神祇崇祀的聚焦形成大地上的神聖空間以及神聖中心，在中國的大地上是非常明顯的，城市鄉村等大小聚落中的神廟、宗祠其實就是神之聖顯，此聖顯建構了聚落空間之神聖中心，有此神聖中心，世人居住其中方有屬於他們自己的世界之安全感和歸屬感。⁹

重要崇祀的神祇廟宇成爲一個聚落的神聖中心的實例甚多，大陸大多數的血緣家族村落均以宗祠爲村的神聖中心。在臺灣，具有一定規模的血緣家族村落甚少，以同鄉共同開發建立的雜姓地緣村落則是主要的形式，它是以大家共同崇祀的神祇之廟宇爲神聖中心，譬如筆者曾經研究的臺灣苗栗縣公館鄉石圍牆莊，是一個典型的客家人共同防禦、建置、生活、耕作的集村，它就是以關帝廟爲神聖中心。¹⁰

四、宗教是文化擴散傳播的重要現象

文化地理學指出一個重要的文化觀念和現象，稱爲「文化擴散」(cultural expansion) 或「文化傳播」(cultural diffusion)。茲簡單闡明之。古代文化中心是文化成長、壯大、創造以及革新的地方，學者稱此爲「文化發祥地」或「文化起源地」(cultural hearth)。文化是會運動的，在文化中心形成的觀念、知識、技能、器具等，會從這個中心或源地向外進行擴散傳播，於向外擴散傳播的過程中，這些觀念、知識、技能、器具等，有些在擴散傳播達到的地區或被改進或被消滅，兩種狀態皆有，而有些或在擴散傳播達到的地區發揚光大卻在發祥地消滅掉。且

⁹ 關於神聖中心的相關論述，可參考下列文獻：Eliade, M., "Sacred Places: Temple, Palace, Center of the World", *Patterns in Comparative Religion*, Lincoln and London: University of Nebraska Press, 1996, pp.367-387. Yi-Fu, Tuan: *Space and Place*, Edward Am • ld Press, 1977, pp. 85-100.

¹⁰ 潘朝陽：〈石圍牆庄的建庄及其神聖空間〉，最早發表於「第一屆臺灣本土文化學術研討會」（臺北：臺灣師大人文教育研究中心，1995），後收入氏著《臺灣漢人通俗宗教的空間與環境詮釋》（廈門：廈門大學出版社，2008），頁 156-172。

還有一個現象，就是在擴散傳播達到的地區，不必然是所有的人都接受這個遠從發祥地傳過來的文化，極可能只是部分人受其影響而已。再者，文化擴散傳播亦不限於古代文化中心向四周世界之擴散傳播，在現代化浪潮下，許多新事物和新知識紛紛從歐美工業先進國挾其強大武力和文化力而向廣大的亞非拉美國家和區域擴散傳播。¹¹

上述文化擴散傳播現象的例子極多，譬如佛教源發於印度恆河，向外擴散傳播，現在印度已沒有本生的佛教，¹²而在中國、東北亞和東南亞卻廣為流行；又如中國禪宗傳到日本，日本禪僧發展出深富禪味的花道、茶道以及了脫塵凡的禪院庭園，但在中國雖然有禪淨土雙修的佛寺但根本沒有日本式禪文化的庭園設計。

中國民間宗教在中國大地上的動態存在是最典型的文化擴散傳播現象。眾神譜系中的大多數神祇均具有文化擴散傳播的情形，以關帝崇拜言，從其祖籍的山西運城的祖廟可以普及於全國許多地方，包括中國最後一個納入版圖的臺灣，乃是可能分布關帝廟最為密集的地區，且早於明鄭就已立廟。¹³又譬如媽祖信仰，從林默娘成神的福建莆田湄州之祖廟出發，天后宮（或媽祖廟）竟可播殖到日本，而中國南方的澳門，葡萄牙人稱其為 Macau 就是「媽閣」的廣府話語之音譯，而媽閣也者即媽祖廟是也。臺灣是媽祖崇拜最興盛之島，可以說臺灣人的最偉大守護神就是媽祖婆，澎湖首府馬公之地名其實是「媽宮」一詞的轉字，而媽宮也者，就是媽祖宮，其廟庭始建於明，距今已四百多年，據史籍所言此廟始建於明神宗萬曆二十年（1592 年），在民國八年（1919 年）重修時，掘得「沈有容俞退紅毛番韋麻郎」古碑。由此觀之，澎湖天后宮的創建是在荷蘭韋麻郎據澎湖之萬曆三十二年（1604 年）之前所建。¹⁴上述旨在說明供奉神祇的廟宇是乃文化擴散傳播的

¹¹ 請參閱 H. J. 德伯里：《人文地理—文化社會與空間》（王民、程玉申、王發曾、李悅錚譯，北京：北京師範大學出版社，1988），頁 108-110。

¹² 印度本生的佛教，自釋迦牟尼創立之後，雖然興盛一時，孔雀王朝甚至以為國教而非常繁榮，可是隨時推移，最終還是不敵印度原有的婆羅門教，亦不敵後來的伊斯蘭教。但無論如何，印度存在著從外面歸返反哺的佛教，譬如達賴喇嘛流亡印度帶來的藏傳佛教，又或如臺灣的人間佛教在印度的弘法傳播。

¹³ 以省區為範圍，海峽兩岸省區內最多關帝廟分布者，應屬臺灣，多達 356 座。據仇德哉：《臺灣廟神傳》（臺灣斗六：信通書局，1981 第 3 版），頁 6。

¹⁴ 王乾同監修，蔡平立纂撰：《馬公市志》（澎湖：馬公市政府，1984），頁 697。

明證，早於明萬曆朝或明鄭時代，中國人就已在臺灣海峽的澎湖列島或在臺灣本島立足，他們在大陸恭請媽祖和關帝隨船庇佑，自然在澎湖或臺灣島上成了這批最早來住的中國人的守護神。

五、開漳聖王在閩南漳州

與閩南和臺灣文化地理甚有關係的開漳聖王陳元光，是怎樣的一位神祇？首先，必須知道正史上的陳元光事蹟非常稀少，依據今河南省固始縣「史志研究室」的說法大體是這樣的：唐高宗總章二年（669年），江南道泉州、潮州之間山民擾亂，朝廷命朝議大夫陳政領嶺南行軍總管事，率府兵 3600 名、軍校 123 員，前往閩南鎮撫。陳政初戰得勝，但隨之軍士水土不服，疾疫甚厲，因而退守九龍山。唐室增援，陳政兄陳敏、陳敷領「五十八姓」軍校以及前次入閩府兵的眷屬，再加上其他軍民等 5000 人前往閩南增援，陳政子陳元光亦陪其祖母隨軍前往。這批從河南南下的軍隊的戰略是「相視山原，開屯建堡」，寓征戰於農墾之中。此種軍與民合一而隨征隨墾的軍事，其實就是武裝移民拓邊的行動。儀鳳二年（677年）陳政卒，陳元光襲父職，繼續邊地的戰伐和開墾，他提議於泉、潮兩州之間創立州縣，垂拱二年（686年）開建漳州，首任刺史，後世漳州人尊奉陳元光為「開漳聖王」。¹⁵

謝重光考據地方傳說或地方志書中的陳元光記載，認為其中許多記載是虛構出來的，並非信史，且長久據說是陳元光的著作《龍湖集》實屬後人假託之偽作，謝氏在其專著中運用考據獲得一個結論，說陳政、陳元光不是如地方傳說在初唐高宗武后時期奉旨領軍從光州南征閩南粵東一帶，而是其先祖早就從中原南墾而落籍在漳州的當地豪族，陳氏其實是在閩南粵東本地以豪族的武力打擊當地的少數民族，這些民族被鄙稱為「蠻獠」。¹⁶但是宗教中的造神史，並非考據歷史學上的議題。其存在性，是神話的存有而非信史的存有，但在神話系統中，卻亦有甚

¹⁵ 戴吉強主編：《固始移民史料簡編》（鄭州：河南人民出版社，2010.09），頁 54-55。

¹⁶ 關於其中詳情，參閱謝重光：《陳元光與漳州早期開發史研究》（臺北：文史哲出版社，1994.11）。

多神祇實亦具有部份的在世實在性，最明著的例子譬如《三國志》中的蜀漢大將關羽（關雲長），是在三國時代血肉實存的特出人物，可是廣受明清以降萬民崇奉的那一尊武聖大神，卻是源發於《三國演義》中的「桃園三結義」的關公，是在《演義》中而非在《志》中生發造神史而在中華大地上降臨了這尊最重要最崇高的忠義大神「關聖帝君」；曾經以血肉身軀活於漢末和三國的關羽，只是造神史或宗教史中的一個表層，深層的關帝，則是文學小說給出的高度精神。因此，關聖帝君的信史存有性究竟實在如何，千萬崇信者實不在意。祂的深層存有而且深受中國人焚香崇拜，是神祇系統中的神的身份呈顯，而非信史中的血肉身軀之存在，這才是宗教造神史中的神祇之「在世存有」。

筆者在本文中就是如同上述的關聖帝君觀點而看待的陳元光乃是「開漳聖王陳元光」，至於陳元光究竟是不是河南光州（今固始）人士或者甚至懷疑是否真有陳元光其人，有何重要？縱然謝重光的考據而獲致的信史上的結論正確無誤，卻也反映出閩南或漳州早在初唐甚至更早的時代，早已有不在少數的中原漢族南來拓墾定居，換言之，已經存在很多的「陳元光們」，「固始光州陳元光」僅僅是這個漢族大南遷拓墾史中的一個神化之象徵。基於上述，筆者下述的史事，是造神史系統中的「開漳聖王陳元光」，因此基本上，筆者在敘事上取一般及傳統論點來看待固始光州之陳元光。

《維基百科》的有關敘述如下：

陳元光（唐高宗顯慶二年，西元 657 年～睿宗景雲二年，西元 711 年），唐光州人（今河南固始），福建漳州人和臺灣的漳州籍移民後裔，都崇祀陳元光，尊其為「開漳聖王」。

據聞陳元光十三歲時隨其父「嶺南行軍總管」陳政出征福建。唐高宗儀鳳二年（677 年）四月，陳政死，陳元光襲父之職，代父領軍，朝廷封其為「玉鈴衛翊府左郎將」，平定了廣東陳謙以及閩南閩西一帶「蠻獠」苗自成、雷萬興等部族的「寇亂」，陳元光因功晉為「正義大夫」，詔封為「嶺南行軍總管」。

唐初的閩南一帶，特別是今漳州地區屬於「地極七閩，連境百粵」，是從中原南

來的漢族與當地少數民族混居的文化地理區。陳元光認識到「兵革徒威於外，禮讓乃格其心」，且「誅之不可勝誅，徙之則難以盡徙」，「功愈勞而效愈寡」。於是奏請朝廷在此區域設郡立縣，唐垂拱二年（686年），武則天下詔，准奏於該地區創設漳州，轄漳浦、懷恩兩縣，漳浦附州為縣，任命陳元光為「漳州刺史」兼「漳浦縣令」。

此後陳元光文武兼治，平定閩粵三十六寨，建堡屯兵，安定邊陲。大體北至泉州，西至汀州，南至潮州這一大片閩南閩西以及粵東地區，進入文治安定的社會，百姓獲得平和的生活。

唐睿宗景雲二年（711年）年尾，苗自成、雷萬興之子復於潮州聚眾反，陳元光率輕騎出戰，為敵將藍奉高殺死。陳元光死後，因其有功於地方，漳民崇祀之而成為漳州的守護神，尊稱為「開漳聖王」，清時，漳州人大批移民臺灣，所以臺灣的漳籍人士亦在其開墾地區廣設開漳聖王廟予以崇祀，因而成為臺灣漳籍聚落的神聖中心。¹⁷

如上所述，唐初時代的閩南閩西粵東一帶，少數民族被稱為「蠻獠」。¹⁸而北方漢族卻亦已不斷南遷進入此區，與當地少數民族相混居，難免由於種族差異的矛盾以及生活方式和文化內容的不同，而產生衝突，陳政和陳元光父子以中原政權的唐朝名義和武力，從北方率領軍隊部曲前來這個福建邊陲荒野地理區征剿平定少數民族進而保護從外移入的漢族，此種現象乃是典型的文化擴散傳播。換言之，我們可以在心中構劃出一張文化擴散傳播的地圖，此地圖表示中原文化從河南固

¹⁷ 此段敘述大體見：《維基百科·陳元光條》（<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/E9%99%B3%E5%85%83%E5%85%89>）。紙本記載陳元光多不完全，相對而言，維基的記載反而較為周詳，故本文採用之。譬如馬書田敘述的開漳聖王史，與維基所言類似但較簡單，只增加一種說法說陳元光是唐末五代十國的開閩聖王王審知的部將，因開漳有功而成神。但總體言，缺乏系統深入的敘述。見馬書田：《華夏諸神·俗神卷》（臺北：雲龍出版社，1993.10），頁140-142。

¹⁸ 中國史上中原人士鄙稱嶺南之人常以「蠻」、「獠」等帶有禽獸、蟲類之偏旁的字眼，甚至對於南遷世居的漢人亦如此鄙薄，譬如《六祖壇經》記曰：「祖言：『汝是嶺南人，又是獠，若為堪作佛？』」能曰：『人雖有南北，佛性本無南北。獠身與和尚不同，佛性有何差別？』」（見《六祖壇經·行由品》）依此，可證隋唐時期，中原人士目南人為「獠」，已是一種族群的歧視，陳元光征剿的「蠻獠」，大概應屬南方的少數民族或當地歷史久遠的土著，而非從北方南遷的漢族。

始延伸到福建漳州，它顯示的意義是中華文化由中原人士早自唐朝初期，也就是第七世紀和第八世紀之際，已經從黃河流域擴散傳播到大陸東南沿海的閩南。¹⁹

清光緒年間增修的《漳州府志》敘及漳州建置有曰：

（漳州）唐初隸嶺南道，總章二年（高宗年號，669年），泉潮間，民苦「蠻獠」之亂，僉乞鎮師以靖邊方。迺以左玉鈐衛翊府左郎將陳政統嶺南行軍總管事，出鎮綏安。儀鳳二年（高宗年號，時武后已經擅權，676年），政卒，子元光代領其眾。會廣寇陳謙等結連諸蠻攻潮州，守帥不能制，元光以輕騎討平之，開屯於漳水之北（即今雲霄），且耕且守。嗣聖三年（684年）²⁰，元光請於泉潮間建一州以抗嶺表。朝廷以元光父子久牧茲土，令其兼秩領州，並給告身郎，屯所建漳州郡，並置漳浦縣屬焉。漳為州自此始。²¹

此段所言與前面引用的《維基百科》所述者出入不大，但我們可以從《漳州府志》的〈建置篇〉看到，大體於高宗武后時期，以政治穩定考量，放手讓陳政、陳元光父子在閩南閩西粵東一帶，全權治理地方，儼然是當地的小皇帝一般，具有實質統治的大權。我們也可以發現陳元光採取的方式是打擊地方少數民族維護移民邊陲的漢族，而他運用的方式就是寓農於軍、寓軍於農的屯制。看起來是有實效的，故可進一步設州置縣而使該地區漸從蠻荒邁入文治。²²

¹⁹ 關於以陳政為主帥的南征閩南之軍民移墾、陳元光的開漳史事以及開漳聖王的成神和神話發展史，目前最集中且周詳的研究和撰述見尹全海、崔振儉主編：《固始移民與閩臺文化研究》（北京：九州出版社，2010.09）。收於此書中的論文對於陳元光暨開漳聖王之說法，大體都一樣，並沒有超越《維基百科》的敘述。各家說法均突出初唐陳氏父子乃至家族的南向征伐，實為一種中原地區某地方譬如光州固始某家族以及地緣性人民集團的移向東南邊陲少數民族之區的武裝拓殖。

²⁰ 按西元683年唐高宗崩，太子哲即位，年號弘道，尊武后為太后，684年改年號為嗣聖，但武后於二月廢這個新皇帝為廬陵王，立皇弟旦（就是以後的睿宗），改元文明，武后旋視朝，改年號為光宅。這一連串的事都發生在西元684年，而685年的年號是垂拱元年。因此《漳州府志》所言「嗣聖三年」似乎有誤。姑且置於西元684年。

²¹ [清]沈定均、陳鴻翊纂修《（增修）漳州府志》·〈卷之一 建置〉（朱商羊影印版，臺南：登文印刷局，1965）。

²² 漢族以軍農合一的屯制移墾邊區，是一種行之久遠的制度。明清渡海來臺拓墾開發的閩粵漢人

在同一本《漳州府志》中如此敘述與開漳聖王陳元光有關的威惠廟：

威惠廟，祀唐侯也。先在漳浦之雲霄，今廟在郡城北門外，歲春秋二仲祀社稷山川竣事，乃致祭焉。儀禮與社稷同。唐將軍陳元光廟嗣聖間建於雲霄，²³宋建炎四年（南宋高宗年號，1130年）始建今所。自五代暨宋累封「靈著順應昭烈廣濟王」，淳祐間（南宋理宗年號，1241年-1251年），春秋致祭，明正祀典，改封為「昭烈侯」，春秋致祭，〔……〕文云：「某年月日某官敢昭告於昭烈侯唐將軍陳公：惟公開創漳邦，功載有唐，州民允賴，廟食無疆。惟茲仲春（秋），謹以牲醴庶品，用伸常祭，尚饗。」〔……〕

漳浦縣威惠廟在縣治西門外。

按屬邑皆有威惠廟，獨載漳浦，志開漳之所自始也。²⁴

依此，開漳聖王的祖廟始置於漳浦雲霄，清時祖廟在漳州府的郡城北門外，也就是在龍溪。換言之，自陳元光領導中原漢族在漳州地區開墾並且建立城邑聚落之後，開漳聖王就順理成章成為漳州人的聖賢英傑之神祇，是最重要的鄉土守護神，同時，在漳浦的祖庭威惠廟也就成為漳州區域的神聖中心。而更重要的記錄表現了漳州府所有城市鄉莊等大小聚落皆崇祀開漳聖王，皆有威惠廟，換言之，在漳州除了祖廟是大的漳州府空間的神聖中心之外，於漳州府轄的許多大小聚落也有其小空間範圍的神聖中心，那就是在大小聚落中的威惠廟。

筆者索閱清光緒年間增修的《泉州府志》，只得一座「威武陳王廟」，在縣治東，崇祀陳元光。除此之外，並無另外的陳元光神廟。²⁵再索閱明朝修纂的《八閩

亦多以屯墾為其方法，明鄭在臺灣南北就是以既軍且農的營屯為其開拓據點，留下新營、左營...等地名，又清朝時期，漢人墾戶結合官方，在沿山一帶廣設隘線向高山原住民爭地，其隘防，實亦一種以民間武裝力量護衛農墾的屯制，甚至亦設有「番屯」，由平地原住民（平埔族）的屯丁防止高山原住民（譬如泰雅族）的出草而能安全地拓殖農田。

²³ 按陳元光戰死是在唐睿宗景雲二年，所以雲霄威惠廟不可能設置於武后擅權的嗣聖年間。

²⁴ 《（增修）漳州府志》·〈卷之八 祀典·威惠廟條〉。

²⁵ [清]章倬等人纂修：《（增修）泉州府志》·〈卷之十六 壇廟寺觀〉（朱商羊影印版，臺南：登文印刷局，1965）。

通志》，則漳州府的龍溪縣有一威惠廟；漳浦縣有一威惠廟之外，而在非漳州府轄而是興化府的仙遊縣亦得一威惠廟。除此之外，八閩其他城邑均無陳元光的廟祀。

26

由此證知開漳聖王崇祀與福建其他區域沒有關係，此神祇僅僅屬於漳州地緣之鄉土性非常明著。此神祇可以說是以合乎《禮記·祭法》的標準而成爲漳州的地區保護神，也是漳州的神聖中心，亦是漳州文化歷史與中原文化歷史連結的最重要節點。換言之，在歷史長河中，中原的固始以陳元光而與沿海邊區的閩南漳州之間存在了一條文化之臍帶，而陳元光在漳州的文化意義就是以其功德而將中原文化播殖在這個沿海邊陲地區，使此地區亦納入中國文化的系統中。

六、臺灣的開漳聖王及其文化地理

臺灣自古以來本屬於主要航線之外的西太平洋海島，越洋航路發達之後，臺灣才逐漸納入東亞海運的輻輳點位置。明中葉後漸有閩粵人民越洋來墾，明鄭更有大批軍民隨延平王鄭成功泛舟來臺。清朝時期，大量閩粵人民源源抵臺拓殖。移民以閩南、閩西、粵東爲主，以行政籍言，則是福建的泉州府、漳州府、汀州府；廣東的嘉應州、惠州府、潮州府。

明清航海來臺移民，橫渡臺灣海峽是一個充滿危險之旅；登陸之後在陌生荒野之地拓殖，也充斥疾疫、械鬥、「番害」、水旱天災等急難，因此，移民多於家鄉求取家鄉守護神的神牌、神像或香袋隨身攜帶，漂洋過海及荒野開墾時，祈請神祇以其無邊神力予以庇佑。在臺灣一旦墾闢有成建屋安棲之後，遂正式築建廟宇，而在廟殿中莊重供奉他們從原鄉帶來的守護神。以泉人而言，他們多有保生大帝、清水祖師、王爺等主要神祇崇祀；以汀州客人而言，則以定光古佛爲主祀神；以粵東客人而言，則多以三山國王、三官大帝、五穀大帝的崇拜爲其標誌；而漳人就是以開漳聖王的信仰爲主。因此，在臺灣，我們只要發現某種神祇的廟宇所在，就大體可以判斷該所在就是哪一個地緣籍貫的移民來此拓墾落戶建莊。

²⁶ [明]黃仲昭修纂：《八閩通志》(下)·〈祠廟〉(福州：福建人民出版社，1991)，頁365-418。

譬如淡水鎮有一座鄞光寺，供奉定光古佛，此寺始建於道光二年（1822年），是汀州客家人從閩西武平的祖廟分香來臺的守護神，當年由淡水汀州客家羅可斌、可榮兄弟捐地，大戶張鳴岡、胡焯猷等人募款而建造者，此座廟宇其實就是汀州會館，是汀州特別是永定的客家人移墾淡水一帶的證明，也是汀州客家在淡水地區的神聖中心。²⁷

同樣的道理，開漳聖王的崇祀所在就是漳州來臺開發的移民聚居的地區之證明。謹以兩座開漳聖王廟略加明之：

其一是臺北市士林區芝山巖惠濟宮，《淡水廳志》只短短幾字說：「在芝蘭堡，芝山獨峙，上祀開漳聖王」。²⁸按清時臺北盆地八芝蘭（即芝蘭堡，今臺北市士林區）屬漳人墾闢居住之區，其中有一海拔約 50 公尺的小山丘，後稱芝山巖，由於臺北盆地漳泉兩籍移民發生激烈的分類械鬥，此區漳人遂在芝山巖上建築了兩座寺廟，一為佛教的觀音佛寺，一為崇祀開漳聖王的惠濟宮，其時是乾隆十七年（1752年）。²⁹位於這個芝山巖頂上的惠濟宮遂成為臺北盆地漳人非常重要的神聖中心，是他們的鄉土守護的象徵，也是他們與祖籍漳州相連繫的一個文化結絡點。

另一佳例，則是漳州籍人群在宜蘭開發帶出來的開漳聖王崇拜現象。

漳人開發宜蘭，宜從吳沙事蹟說起。姚瑩曰：

吳沙者，漳浦人，久居三貂（今臺北縣貢寮鄉三貂角），好俠、通番市有信，番悅之。民窮蹙往投者，人給米一斗、斧一柄，使入山伐薪抽籐自給。人多歸附。〔……〕沙既通番久，嘗深入蛤仔難（筆者按：即噶瑪蘭，今之宜蘭），知其地平廣而腴，思入墾，與番割許天送、朱合、洪掌謀，招三籍（筆者按：即漳、泉、粵）流民入墾；並率鄉勇二百餘人，善番語者二十三人，以嘉慶元年（1796年）九月十六日進至烏石港（筆者按：位於今宜蘭縣頭城鎮海邊）南，築土圍墾之，即頭圍也。沙雖首糾眾入山，而助之資糧者，實淡水人柯有成、何繪、

²⁷ 此段內容取材自淡水二級古蹟鄞山寺，田野實察可在該寺獲取相關的記錄，廟柱、長生祿位、碑記均可資取，甚至可斌、可榮兩兄弟的浮屠型的墓地亦在廟的右側。

²⁸ [清]陳培桂：《淡水廳志·祠廟》（臺北：大通書局，不注明印刷年份），頁 153。

²⁹ 引自《維基百科·芝山巖惠濟宮》，<http://zh.wikipedia.org/zh/>

趙隆盛也。沙所召多漳籍，約千餘。泉人漸乃稍入。粵人則不過數十，為鄉勇而已。初入，與番日鬥，彼此殺傷日眾。沙使人給番曰：「我奉官令，以海賊將據蛤仔難盡滅諸番，特來堵賊；且護番墾田，足眾糧而已，非有他也。」番性愚，不事耕墾；間有耕者，用力苦而成功少，故視地不甚惜。得沙言，疑信者半；鬥又屢敗，以為漢人有神助，稍置之。番社患痘，沙出方施藥，全活甚眾，德之。

二年（1797年），沙死，子光裔無能，姪吳化代理其事。復有吳養、劉胎先、蔡添福附之，漸開地至二圍、湯圍（筆者按：今宜蘭縣礁溪鄉），亦時有鬥爭。四年（1799年），乃與番和。沙與化皆能約束其眾。番既聽墾，亦不復侵擾。番喜，益進墾至四圍。是時，漳人益眾，分地得頭圍至四圍辛仔羅罕溪；泉籍初不及二百人，僅分以二圍菜園地，人一丈二尺；粵人未有分地，民壯工食，仰給於漳。〔……〕³⁰

依上所述，我們了解嘉慶之初年，由活躍於臺北縣貢寮地區的漳浦人吳沙領導，以漳人為主群體再加上少數泉人以及更少數的客家人，組成了開墾集團，從三貂角順著東北海岸進入蘭陽平原的北端之烏石港，展開了蛤仔難的開墾，第一個聚落即頭圍（今宜蘭縣頭城鎮）。數年內就開拓到今宜蘭市的北邊郊區。可以說，這個拓墾運動是今臺北縣地區的漳人往東臺灣的拓進，是漳人從臺北出發進展到蘭陽平原的文化擴散傳播。

前已述論，中國人的文化擴散傳播之重要象徵即其崇祀的鄉土守護神，所及之處往往建立其神廟而馨香祭拜。吳沙以及其吳氏宗族和廣大的漳人開發宜蘭，當然也不例外。

吳沙開拓頭圍始於嘉慶元年，可是次年他就病逝，事業由姪子吳化承繼。開漳聖王廟在頭圍隨漳人的集聚，而在楊古在、林仕、蔡光明、沈秀福等耆老的領

³⁰ 〔清〕姚瑩：〈噶瑪蘭原始〉，收入於〔清〕陳淑均：《噶瑪蘭廳志》（臺北：大通書局印刷，不注明年份），頁 371-372。

導下，創建起來，稱威惠廟，俗稱王公廟。³¹

可以說頭城威惠廟正是漳人在宜蘭開發的第一個神聖中心，是他們在宜蘭拓殖運動中的最重要守護神，此神祇的進駐噶瑪蘭，不但讓開蘭的漳人強烈依靠崇祀守護神之心靈與臺北原鄉連上了線，也由於聖王的「開漳」之性質而與大陸原鄉的漳州連上了線。

臺灣開漳聖王廟，如果依據仇德哉的統計並且參酌《臺灣省通誌·卷二人民志·宗教篇下》的資料，³²我們可以大體上進行一個空間分布的分析。

首先我們發現全臺最多開漳聖王廟的縣（含市）份是宜蘭縣，其境內有 20 座聖王之廟，占全臺灣 56 座聖王廟的 35.71%，顯示蛤仔難的開拓者是開漳聖王守護的漳人及其子孫。而比率次之的縣（含市）份則是臺灣北部的桃園縣，有 10 座聖王廟，占 17.9%，此數據亦顯示了桃園縣區域實為漳人及其子孫在臺灣西部或北部開拓發展的主要地方。除了上舉宜蘭和桃園之外，較多聖王廟的縣份則是臺灣北端的新北市（也就是臺北縣），包括臺北市，有 9 座，占 16.07%，此數據近於桃園，顯示新北市與臺北市也是漳人及其子孫重要的居棲地區。

新北市、臺北市和桃園縣是接連為一塊的臺灣北部區域，其開漳聖王廟合計占全臺的 33.97%，此比率已與宜蘭的比率十分接近了，而事實上，臺灣島的頭部就是由新北市、臺北市、宜蘭縣、桃園縣整合為一的，其開漳聖王廟合占全臺的 69.68%，換言之，漳人當年渡海來臺開發其新天地時，根本是以北部臺灣，也就是臺灣島的頭部為其主要地理區。除此之外的臺灣各地，在中部的臺中縣市、南投縣竹山一帶，南部雲林、嘉義一帶，有相較而少數的開漳聖王廟，其在這個中南部的存在，也反映漳人在臺灣中南部一帶的拓殖區乃是邊緣區位的色彩，因為大多數嘉南平原與彰化雲林的平原精華區已屬泉人開拓的區域。

審視新北市和臺北市的開漳聖王廟的分布，則臺北市內的內湖區、士林區各

³¹ 引自：《臺灣寺廟專欄·宜蘭威惠廟》，<http://tw.myblog.yahoo.com/rex-3600/article?mid=1066>。據該網頁資料說修築北宜高速公路（蔣渭水高速公路）時，工作人員多會來此威惠廟祭拜開漳聖王，求神祇庇佑；而近年復興起來的頭城搶孤的宗教活動，亦是在頭城威惠廟舉行的。

³² 同注 12，仇德哉，前揭書，頁 93-98。李添春：《臺灣省通志·卷二人民志·宗教篇下》（臺北：臺灣省文獻委員會，1971.06）。

有一座；新北市內的新店區、中和區、雙溪區、貢寮區、金山區各有一座，而萬里區有三座。它們的區位明顯地分布於周緣較靠山地或丘陵的位置。此現象告訴我們漳人在臺北區域的發展地理條件，實比不上泉人，後者早佔有河口以及下游平原地帶，而漳人只有在較崎嶇邊陲的地理區發展。

審視桃園縣的開漳聖王廟的分布，則桃園市、八德市較平坦的地區各有一座，而在山地的復興鄉有一座，另外則集中在近山地的臺地區域的大溪鎮有五座，另外則是靠海的大園鄉有兩座。基本上，我們也可以發現桃園縣區位較優的區域，是泉人已經優佔，漳人則只能在條件較差的區域開拓墾闢；大溪舊稱大姑崁或大料崁，是大漢溪的上游河階面，近原住民泰雅族出沒的地理區，因此，只有漳人或客家人的移民才可能因為生計而深入此區發展，泉籍人群早於通都大邑立下根基，因此相對之下，內山的大溪鎮是漳籍人群立足地帶，開漳聖王廟自然較為興盛。

宜蘭縣市則分布均勻開漳聖王廟，宜蘭市有四座，頭城鎮有一座，礁溪鄉有三座，壯圍鄉有六座，五結鄉有三座，而以上這些鄉鎮市的區位，其實是連結成一個大區域，也就是大體上是蘭陽平原的「溪北區」，是整個噶瑪蘭開發階段的前半段歷史地理區，如此密集的開漳聖王廟顯示這個北半部的溪北之蘭陽平原，的確屬於漳人的大本營，所以開漳聖王在這個地區香火鼎盛的崇拜，正好證明了漳人對開漳聖王的深沈宗教情感，同時也標明出他們的神聖中心是這些分布在城市和鄉村中的開漳聖王廟，而在溪南區，其開拓的族群已較複雜，甚至包括了從臺中豐原一帶由其領袖潘賢文率領千里跋涉、翻山越嶺而來墾殖的岸里社巴宰海族，所以開漳聖王的崇祀就被沖淡了不少。

七、結論

中國大地上流行數千年的民間宗教崇拜現象，正如本文所述，有聖賢先師英雄豪傑的尊崇追思的含義，亦因為此崇拜的意義，其神廟所在遂成為中國人聚落所在的神聖中心，其神祇成為聚落得以淨化安寧的守護神，而隨著中國人的移民

之足跡，他們原鄉的守護神亦隨之而成爲文化擴散傳播的重要象徵。

開漳聖王陳元光，早於初唐即從中原率領軍隊部曲南遷開漳，成爲中原文化擴散傳播到閩南的重要神聖代表。由於他在漳州區域的深化關係，因此不僅是漳州區域色彩極濃的地方性守護神，更成爲漳州人群移墾臺灣的最主要神聖護衛者，臺灣漳人與開漳聖王廟有高度的地理區位相關性，開漳聖王廟主要分布在臺灣島頭部的新北市、臺北市、宜蘭縣、桃園縣，換言之，這個地理區也就是臺灣漳州人群及其子孫最主要的拓墾、生活以及安身立命的區域，除了臺灣島的頭部，漳人亦於臺灣腰部的中南區域有所拓殖，但其區位相較於泉人，亦屬邊緣，譬如山區的南投。

開漳聖王的神話史，其實就是一部漢民族從中州河南逐步遷移海島臺灣的移民史，前半段是從中原循陸路遷至邊陲且臨海的閩南漳州，此階段的陳元光仍屬人而非神，且此段移民動線顯示的是漢人從中心往邊緣的空間移動；後半段是從漳州渡海遷至海島的臺灣，此際陳元光已經成爲守護神開漳聖王，由漳籍移民敬奉之迎渡黑水溝來臺拓殖，此階段移民動線顯示的是漢人明著的海洋性格，且以此開放進取的海洋性格將邊陲的臺灣轉變爲創造動態型的臺灣，在東亞空間中扮演著承東至西、接南續北之十字路的輻輳區位角色。

徵引文獻

【古籍】

〔漢〕《禮記·祭法》。

〔漢〕《禮記·曲禮下》。

〔唐〕《六祖壇經》。

〔北宋〕歐陽修：《新唐書·狄仁傑傳》。

【地方志】

〔明〕黃仲昭：《八閩通志》（下）·〈祠廟〉（福州：福建人民出版社，1991）。

〔清〕沈定均、陳鴻翊：《（增修）漳州府志·卷之一 建置》（朱裔羊影印版，臺南：登文印刷局，1965）。

〔清〕沈定均、陳鴻翊：《（增修）漳州府志·卷之八 祀典·威惠廟》（同上）。

〔清〕章倬（等）：《（增修）泉州府志·卷之十六 壇廟寺觀》（朱裔羊影印版，臺南：登文印刷局，1965）。

〔清〕陳培桂：《淡水廳志·祠廟》（臺北：大通書局，未注明印刷年份）。

〔清〕陳淑均：《噶瑪蘭廳志》（同上）。

〔民國〕李添春、王世慶（等）：《臺灣省通志·人民志·宗教篇》（臺北：臺灣省文獻委員會，1971）。

〔民國〕王乾同、蔡平立：《馬公市志》（澎湖：馬公市公所，1984）。

【史料】

戴吉強（主編）：《固始移民史料簡編》（鄭州：河南人民出版社，2010）。

【專著】

仇德哉：《臺灣廟神傳》（斗六：信通書局，1981）。

王夢鷗：《禮記今註今譯》（臺北：臺灣商務印書館，1992）。

尹全海、崔振儉（主編）：《固始移民與閩臺文化研究》（北京：九州出版社，2010）。

伊利亞德（Eliade, M.）：《聖與俗—宗教的本質》（楊素娥譯，臺北：桂冠圖書公司，2001）。

馬書田：《華夏諸神·俗神卷》（臺北：雲龍出版社，1993）。

唐君毅：〈中國之宗教精神與形上信仰—悠久世界〉，《中國文化之精神價值》（臺北：正中書局，1972）。

謝重光：《陳元光與漳州早期開發史研究》（臺北：文史哲出版社，1994）。

H. J. 德伯里：《人文地理—文化社會與空間》（王民、程玉申、王發曾、李悅錚譯，北京：北京師範大學出版社，1988）。

潘朝陽：

1. 〈臺灣民俗宗教分布的意義〉，《臺灣漢人通俗宗教的空間與環境詮釋》（廈門：廈門大學出版社，2008）。

2. 〈石圍牆庄的建庄及其神聖空間〉，《臺灣漢人通俗宗教的空間與環境詮釋，2008》。

Eliade, M. "Sacred Places : Temple, Palace, Center of The World" , Patterns in Comparative Religion, Lincoln and London: University of Nebraska Press, 1996.

Yi-Fu, Tuan. Space and Place, Edward Arnold Press, 1977.

【網頁】

「維基百科·陳元光」，<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/>

「維基百科·芝山巖惠濟宮」，<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/>

「臺灣寺廟專欄·宜蘭威惠廟」，

<http://tw.myblog.yahoo.com/rex-3600/article?mid=1066>

The Cultural Geography of the Sacred King-Developer of Zhangzhou

*Pan, Chao-Yang**

Abstract

There are three types of gods in Chinese multi-theist genealogy: the gods of heaven and earth, ancestors, and saints or heros. Chen Yuanguang, the “Sacred King, Developer of Zhangzhou” belongs to the third category. All three god-types are important cultural-geographic phenomena since they reflect significant spatial structures of human-earth relationships.

There are also two ways to understand these gods in Chinese folk-religions. First, they are often the tutelary gods and the sacred centers for certain ethnic groups or communities. Second, their migrations reflect the extension or spreading of certain cultures in an area; the development of Indian-originated Buddhism in East Asia is a significant case in question.

This article examines the phenomenon of the worship of Chen Yuanguang from the aspects stated above. The apotheosis of him involved two stages. In the earlier stage, Chen was the leader of an armed colonization from Guangzhou (in the Central Plain) to Zhangzhou in Southern Fujian. This movement shows the migration route of Han people from central inland to the coastal areas. In the second stage, Chen became the “Sacred King, Developer of Zhangzhou” by leading Zhangzhou's people into colonizing Taiwan. This stage signifies Han people's cultural migration from the continent to the

* Professor, Department of East Asian Culture & Development; Department of Geography, National Taiwan Normal University.

boarder islands. Both stages stand for two aspects of Chinese culture: its extension from center to boarder and its development from continent to the ocean.

Keyword : cultural geography, folk religions, Chen Yuanguang, Sacred King-Developer of Zhangzhou, sacred center, cultural diffusion, cultural transmission, center and periphery

收稿日期：99.12.16

接受日期：99.12.28

海洋教育中的文化思考： 一個人文地理學的觀點

郭大玄*

論文摘要

海洋教育的文化思考，其價值在通過本土、區域、全球的各種尺度的想像與認同，可以提供學習者完整的、開放的、包容的學習內容，以幫補全人的教育中的不足，讓國民更加喜愛親近海洋、認識海洋、關懷海洋。本文首先說明海洋的屬性與海洋文化的特徵，其次從人文地理學的觀點檢視臺灣海洋文化的獨特性，最後從人文地理視角對海洋教育提出一些思考。

關鍵字：海洋教育、海洋文化、地域性、全球性

* 臺北市立教育大學歷史與地理學系副教授

一、前言

近年來「海洋文化」的論題已受到社會與學界相當的重視。教育部亦將於 100 學年度於九年一貫課程綱要中，將海洋課程列為重大議題，安排於教學課綱中。其基本理念是希望全體國民具備充分認知海洋、善用海洋的能力；強化國民對整體自然環境的尊重及相容並蓄的「海陸平衡」思維。教育部期望通過向海洋延伸的教育政策，讓全體國民能以臺灣為立足點，並有能力分享珍惜全球海洋所賦予人類的寶貴資源。這顯示海洋教育已被視為全民教育。

然而把各種科目都冠以「海洋」的主題，不見得就能彰顯海洋教育的內涵與精神。從學科領域來看，過去關於海洋的討論通常是將其劃歸於海洋自然科學和海洋工程技術領域。不過，隨著全球化的興起，其他社會科學如歷史學、地理學、考古學、社會學、經濟學和文化學等也逐步介入對海洋的研究。面對國民教育，海洋教育的實施，除了知識的傳授，其核心部分無非就是在型塑一種精神、一種意識、一種態度，讓海洋成為生活中的一部分。基於此，本文擬從近代人文地理學的視角，對當代臺灣海洋教育提出一些思考。在內容上，本文首先說明海洋的特徵、屬性，並回顧國內相關海洋文化的研究；其次從地理學的觀點檢視臺灣海洋文化的獨特性，最後針對海洋教育的文化層面提出一些思考方向。

二、海洋的屬性與海洋文化的相關研究

1、海洋的屬性

就海洋本身來看，其自然環境的特性至為鮮明，不過因為人類活動疊加其上，海洋的社會與文化屬性乃延伸而出。故一般將海洋屬性分為海洋的自然屬性、海洋的社會屬性與海洋的文化屬性三種。

(1) 海洋的自然屬性。海洋的自然屬性是指海洋及其所聯繫陸域的自然條件，包括地質、地貌、氣候、水文、化學環境、生物生產力、自然災害等。海洋

的自然屬性主要是滿足人們的生存功能性需要，如海洋為人類提供豐富的食物與各種資源等。然而，隨著社會科學技術的進步和發展，人們不再僅僅滿足於海洋的生存功能需要，而開始更多地關注海洋環境保護、海洋可持續性發展、海洋考古等。長久以來，海洋的自然屬性是自然科學探討的對象，但海洋環境的保護、海洋的永續發展等則與海洋社會與海洋文化等層面有一定的聯結，故通過海洋社會與海洋文化可以考察社會政治經濟因素、意識形態以及社會文化對自然海洋所造成的影響，從而進一步解決海洋自然環境和永續發展等一系列問題。

(2) 海洋的社會屬性。海洋的社會屬性是指與海洋開發利用保育有關之社會組織與社會經濟發展條件。人與其建構之社會組織是海洋開發利用的主體。人與社會的社會屬性連帶的使得海洋本身也具有顯著的社會性。例如，海洋開發利用保育的觀念往往是在社會不斷發展的過程中形成的，它反映了社會發展進步的狀況與人們的思想觀念的不同；又如海洋開發利用保育之行爲，往往會受到社會因素與技術進步的影響和制約，因此也改造了人與海洋的關係。

(3) 海洋的文化屬性。海洋的文化屬性是人與海洋互動中，對海洋的認識、反映、利用的結果。從文化地理的觀點來看，文化就是人們的生活方式，是一個群體在一個地方，以他們所共有的生活系統和當地的自然環境互動之後，經由一段歷史時間逐漸型塑建構出來的生活型態。因此，海洋文化是一種緣於海洋而生成的文化，是一種與海洋息息相關的生活方式，是人們對海洋本身的認識、利用和因有海洋而創造出來有關精神的、行爲的、社會的和物質的生活內涵。海洋文化不是獨立存在的，它總是與區域或國家的整體文化形式緊密聯繫在一起，並且藉著一個區域或國家的整體來展現。

海洋文化的特徵十分複雜。目前學界對於海洋文化的特徵眾說紛紜，有從社會經濟的觀點出發者，認為重商性、開放性、外向性是海洋文化的主要特徵；有從文化差異觀點出發者，認為多元性、相容性是海洋文化的主要特徵；也有從海洋文明史的角度出發，認為開放性、多元性、原創性和進取精神是海洋文化的特徵。綜合各家說法，多元異質、開放包容、開拓進取應是海洋文化中共同的重要特徵。

從以上海洋所具有的屬性來看，海洋絕不僅僅是自然現象和客觀存在，它是集社會、政治、經濟、歷史、地理、文化等於一身的綜合性現象。因此除了從海洋自然科學、海洋工程技術科學等角度對它進行深入探討外，實有必要從文化學、歷史學、地理學、環境學、人類學等多學科或跨領域來對它進行探討。

2、海洋之文化課題的相關研究

從廣義的海洋文化研究來看，光復以後，臺灣各學術領域從事於與海洋有關的文化研究為數不少，有從地理、歷史、教育、民俗傳說、信仰、語言與民俗方面著手，亦有以海洋文學藝術、港埠漁村變遷、生態保育、海洋法律與政治等為主軸進行討論，內容紛雜繁複。

不過，對於以海洋的文化課題作為主軸進行探討的文獻，數量仍不多。主要有：莊萬壽（1997）從歷史觀點探討臺灣海洋文化，指出臺灣在荷據、明鄭時期海洋文化已然發軔，而各式各樣與海洋有關的神話與信仰的建構，不斷的豐富臺灣海洋文化的內容。黃聲威（2000）參考前人說法，從經濟面向（漁業文化、食魚文化）、航運面向（航海文化、船舶文化）、政治面向（海權文化）、精神面向四個面向探討海洋文化的內涵。戴寶村（2004）從海洋史的角度出發，具體提出關於海洋文化研究的新課題包括：海洋生態與科學、海洋生業（漁業）、國家海洋政策、海洋貿易、海岸港口、海船航具建造與演進、航海技術演進、海外移民、海權與海軍、海上非法勢力、海外國家的往來、海洋思想與文化、海外領地與本島離島關係等。李東華（2005）則由海洋發展史中的海洋觀、沿海地區島嶼之社會經濟與文化發展、航海活動、海外拓殖、華僑華人與華裔、外來文化的移入與被殖民等相關問題看「海洋文化」的內涵。潘朝陽（2005）則從文化擴散的觀點指出漢人在臺灣的移墾與開發，即是中國文化的擴散史，這個歷史與海洋的關係密切相連，不可分割。

陳國棟（2006）從「文化」的角度提出「海洋文化」乃人類與海洋互動所產生的生活內容，包含心靈對海洋的想望、記憶與描述。故海洋文化的研究可分為漁場與漁撈、船舶與船運、海上貿易與移民、海岸管理、海岸防禦與海軍、海盜

與走私、海洋環境與生態（海洋的利用與關懷）、海洋人文與藝術活動等七個範疇。他並指出由於「海洋文化」的每一個面向都具有獨特的專門性，因此研究者必須建構相關的海洋科技、產業知識，或海洋文史知識。他的多元特性說，不只指出海洋文化研究的各種範疇，亦突顯了跨領域和科際整合研究的需要。陳國棟（2006）更進一步提出海洋人文教育的初步架構，建議採用人文藝術的方式（如文學、美術工藝、音樂、影像、傳說故事與親海生活）來描述、歌頌（詛咒）海洋的自然及人文現象。他認為海洋人文教育的實施，需由學校教育與社會教育雙管齊下，才能讓海洋人文成為全民關心的議題。

另外，黃麗生（2010）從時間脈絡與文化意識面向指出光復迄今臺灣海洋文化研究大致上經歷了三個不同的階段，分別是：（1）1990 年以前，以傳統中華文化為基礎的海洋文化研究。其中又以中央研究院人文社會科學研究中心所屬「海洋史專題研究中心」所推動之「中國海洋發展史」計畫最具代表性。他們的研究連結了「海洋中國」的文化意識和歷史縱深，在內容上涵蓋了大陸沿海、臺灣、海外華人，主題多樣且豐富；（2）1990 年以後以本土意識為核心的研究階段，強調以臺灣本土為中心價值的臺灣海洋歷史、海洋文學，以及由此延伸出的海洋生態、海洋環境保護等之研究。若摒除其中較受非議的「去中國化」的政治意識形態，本階段的海洋文化研究對於臺灣特有的海洋環境、鄉土文化意識的重視，有其一定的貢獻。（3）2005 年以後之跨領域、跨區域為主的海洋文化研究。無論是由海洋或海事的角度的角度，與海洋相關之人文活動受到學界的重視，反映出「海洋文化研究」的多元視角，及其跨領域、跨區域研究的特性，而有別於之前的以特定政治意識型態考量的「海洋文化」。

三、臺灣海洋文化的獨特性

在地理環境上，臺灣不同於中國其他地方，是少數不屬於黃河水系、長江水系或珠江水系的地理條件孕育了臺灣人不屈不撓、勇於打拼的個性，這些條件均為臺灣海洋文化的型塑提供了一個可實現的

環境。從明鄭時期以來開始的跨海移民，到二十世紀 60 年代經濟全球化發展，使得臺灣海洋文化得到了極大的滋潤與成長，過程中，無論是過去之內向的移民，或是近代的外向的經濟發展，都是臺灣海洋文化最有貢獻的建構者。

1、獨特的地理環境

臺灣的自然環境可用「四面環海」、「多山丘陵」來概括。環海、多山成就了臺灣作為一個獨特文化區存在的底蘊。山與海的互動，建構了一方人民生活的舞臺，也同時保持了物種與資源的多樣性。「多山丘陵」的意義不僅在於說明山地丘陵面積占全臺灣土地面積 69%的事實，另一方面亦表明了在這個島嶼上可耕地的有限性。丘陵與臺地南北綿延，長久以來是茶葉、果樹等經濟作物主要產地；而分佈在海岸島之周緣的平原（如嘉南平原、屏東平原、蘭陽平原）或盆地則是臺灣農業的穀倉，社會文化與經濟發展的重心所在。臺灣海岸線長達 1139 公里，但海岸甚為平直，缺少彎曲，天然港灣不多。由於構造運動擠壓，以及受不同的氣候狀態與岩層軟硬差異，使臺灣的海岸地形景觀豐富多樣：北部海岸海水侵蝕明顯，海岬與海灣連綿排列，是最著名的岬灣海岸分佈地區；東部太平洋岸，屬上升的斷層崖海岸，以陡峭的山壁的海崖為主要特徵，海崖之下，波浪直襲海岸，為侵蝕後退海岸；南部海岸珊瑚礁發育良好，特別是恆春半島海底珊瑚礁以及海階最具代表；臺灣西部多平直的沙岸，海岸線附近水淺，沙洲、瀉湖與濕地隨處可見，其間又有許多的人工海埔地，故西部海岸景觀以濕地、沙丘與海岸沖積平原等最具代表。從地理上看，臺灣由於幅員不寬，河川流域面積普遍狹小，河川水流一路向西、向東流入臺灣海峽與太平洋，而這種河水奔流入海與大海交互作用的結果，帶來了早期沿海港口城市在臺灣西部的出現，其所形成的經濟、文化也由此向內陸地區輻射，再擴及全島。

「四面環海」是臺灣海洋文化構成的另一個重要地理環境特徵。由於受到板塊構造運動、季風、海流等因素影響，臺灣的海洋自然環境十分複雜。臺灣東側濱臨太平洋，海底斜坡以 1：10 的坡度急降，在離岸約 50 公里處的太平洋海底深度已超過 4000 公尺；西面隔臺灣海峽與中國大陸遙遙相望。臺灣海峽北窄南寬，

最窄的處只有 130 公里，最寬可達 250 公里，平均寬度約 200 公里，水深平均約 100 公尺，屬亞洲大陸棚的東限之內。這樣的距離和深度，讓早期閩粵移民來臺墾殖得以實現，並為之後的歷史發展與兩岸貿易提供了良好的空間場域。

臺灣海域附近主要洋流有黑潮、黑潮支流、大陸沿岸流。高溫、高鹽的黑潮源於赤道以北的太平洋，主流流經臺灣東部，分支流入臺灣海峽。故臺灣東西兩岸全在暖流包圍之中，使臺灣成爲一個熱帶的島嶼。而黑潮及其支流所帶來的高溫高鹽海水，與北方南下之中國沿岸流相遇後，構成臺灣周圍海域豐富的生產力，成爲魚貝介類良好的繁殖、棲息場所，底棲、上中層洄游性魚類及貝介類均甚豐富，形成良好漁場。在臺灣南部海域，由於暖流水來自大洋，除沿岸有沙泥外，一般海域內含沙量少，水色清澈，透明度高，因而使得恆春半島海域成爲優良珊瑚分布區。此外，流經澎湖附近之黑潮支流，因離岸較遠泥沙含量少鹽分高，色呈墨色，有如溝狀，故文獻稱爲「黑水洋」或「黑水溝」¹，素有「海洋之險惡所」之稱。歷史上，唐山過臺灣即常因區內洋流強勁、海底地形多礁石、淺灘與漩渦，深度變化較大，加上受季風與冷暖洋流交會之影響，波濤洶湧，易起海霧，致大小船難不斷，傷亡慘重。即使到現今，船隻技術設備精進許多，但航行於此海域中之海運航空交通仍深受影響。

2、原住民文化與移民文化的多元內涵

臺灣是一個具有多元文化特性的地理區，而這種多元文化的形成與地理環境、族群結構、政治演變等關係密切。臺灣土地面積雖然狹小，但地形複雜多變，加上不同移民跨海先後拓墾，以及外國勢力跨海入侵，這些都對臺灣區域文化的形成具有重要作用。

臺灣的族群構成較爲複雜，主要由原住民族與漢民族所組成。原住民與漢人均含有眾多的支系。臺灣的原住民族的語言多屬於南島語系 (Austronesian language

¹ 《臺灣縣志》：「黑水溝為澎廈分界處，廣約六、七十里，險冠諸海，其深無底，水黑如墨，湍激悍怒，勢如稍窪，舟利乘風疾行亂流而渡，遲則波濤衝擊，易致針路差失」。澎湖以西，漸近大陸，水色轉赤，此乃因大陸沿岸為紅土丘陵地，水土流失嚴重，紅土層沖蝕後流入海中，染紅了海水，故稱「赤水洋」，表示已接近大陸沿岸地方。

family)，因而也是南島民族 (Austronesian) 之一支。近年來，語言學、考古學及文化人類學家相繼發現，臺灣原住民在臺灣的活動已有數千甚至上萬年之久，他們所使用的語言，不僅相互間有極深的關係，並且跟太平洋、印度洋島嶼上的許多種語言亦有緊密關係。而臺灣作為南島語系的北緣，它是全世界南島語族成員最密集的地方，包含有泰雅族、賽夏族、布農族、鄒族、邵族、排灣族、魯凱族、卑南族、阿美族、雅美族、噶瑪蘭族及太魯閣族等 12 大族，以及漢化較早的平埔族等。目前臺灣原住民族所說的南島語，能辨識出的二十多種不同的語言，不僅含有眾多古老的語言要素，並保留了南島語的古音，可說是世界僅存且是全世界南島語族成員相對密集和語言種類相對較多的地域，這顯示了臺灣南島語言在整個南島語系中佔有重要的地位。

荷蘭曾統治臺灣 38 年，其對臺灣地域文化的構成亦具有相當的影響，特別是對南部臺南附近番社之原住民的教化方面。荷蘭人入臺後，除了在臺南附近之新港（今新市）、蕭壠（今佳里）、麻荳（今麻豆）、大目降（今新化）等番社設立教堂和學校外，也為原先一直沒有文字的原住民創造了一套羅馬拼音文字，即所謂的「新港語」，這是臺灣原住民族有文字的開始。這些新港文字一直使用至嘉慶年間（1813 年左右）。除了荷蘭人外，對臺灣影響最深遠的外國文化當屬日本。日本統治殖民臺灣半個世紀，臺灣經歷了前所未有的殖民地化，其對臺灣文化發展影響至為深遠。日本殖民臺灣後，即開始進行同化政策，積極消弭蓬勃興起的民族運動。1937 年更展開「皇民化運動」，推動「日本精神振興」，除推行日語，鼓勵臺灣人在生活方式上與日本人一樣外，亦要求改漢姓為日本姓氏、「正廳改正」²、全島普設神社、並強制「神社參拜」等，藉此有計劃的切斷臺灣與中國的一切文化關係。不過，日本殖民臺灣的時期也將西方現代化的元素引進臺灣，並體現在守法令、守時間、重效率、講衛生等生活作息上，其對於臺灣的現代化的發展具有一定的作用。

對早期移墾或後來之移民到臺灣島上的漢人，長期以來一直被視為是一個「離

² 所謂「正廳改正」，就是廢棄臺灣人傳統祖先神主牌位的設置與信仰，將正廳改供奉日本天神的神龕，企圖從根本改造臺灣人為日本人。

散族群」³。漢人的移民來臺背景紛雜，有的是因為原鄉貧瘠人稠，生活不易，有的或因戰禍逼迫，以致離鄉背井來臺等。然而，從人地關係的視角來看，臺灣海洋文化的構成與這群移民關係致為密切。歷史上，一波波漢人飄洋過海來到臺灣，他們在這塊土地上進行了一系列組織化、制度化以及技術的創新。漢族移民來到臺灣，除了帶來自身底層的民俗文化，包括家庭、家族、宗族、社會的組織以及人神關係的宗教信仰，另一方面也帶來了上層的儒家文化與法政制度等，使以儒學為核心的中華文化，很快的在臺灣落地生根，並延播發展。

臺灣地處中國大陸東南沿海，在世界最大海洋與最大陸塊之間，也在太平洋花采列島的軸心位置，與大陸沿海地區比較，臺灣特殊的地理位置，使得它有更多機會吸收不同文化。清末，臺灣文化就透過海洋與世界相聯繫。在歷史的演變過程中，外來的文化通過海洋不斷的注入，疊加在既有的文化之上，使臺灣文化在中華文化的基礎上出現變異，孕育出具有開放與流動特性的臺灣海洋文化。這也是臺灣的海洋性文化能夠從中國沿海區域中突顯出來，成為在中華文化中極具區域特色的重要因素。

3、濃烈的商業性格

臺灣所具有之海洋地理環境，不但讓臺灣成為各樣文化匯聚遞嬗之所，也孕育著臺灣成為一個重視貿易的社會，所謂的「臺商」無論在歷史上或現今社會均扮演重要的角色。

文獻記載，宋末明初，閩南沿海居民即已透過漁業和貿易活動，藉著小規模的交易，在臺灣開啓「漢蕃交易」，讓臺灣捲入了大陸商品經濟的體系，成為中國社會經濟活動的延長。荷據時期，臺灣是歐亞貿易網絡的轉運中心之一⁴。在清代，臺灣和大陸之間已形成經濟區域分工的現象，通過臺灣西部沿岸港口，臺灣的農

³ 「離散族群」之英文源於希臘文，本指紀元前被擄掠到巴比倫的猶太人。「離散族群」是一種嵌入寄居地社會的暫時性或永久性的聚眾。

⁴ 1624年蘭人佔領臺灣後即以臺灣作為與中國大陸貿易的據點，攫取各種重要貿易貨物，包括有臺灣的狩獵物、農產品和海產品、中國的生絲綢緞等商品，以交換其他來自歐洲、日本及南洋等處的貨物，形成以臺灣為轉運地的多角貿易關係。

產品賣到大陸，換取大陸的手工業產品，臺海之間的貿易十分發達。在清末開港之前，外國勢力還未進入臺灣，執海峽兩岸海上貿易和航運業牛耳的是以「郊商」為主的臺商，他們有組織、有系統的經營兩岸商業貿易，隨著郊商綿密商業網絡的鋪建，臺灣的商業社會經濟空間結構也逐步形成。開港之後，外國商業資本進入臺灣，在控制了臺灣對外貿易的同時，也帶動了臺灣與世界的連結，從而改變了過去以中國大陸為範圍，南洋、日本為輔的貿易形式。

到了二十世紀 60 年代以後，臺灣進入工業社會，傳統的製造業生產鏈與資本主義的全球化發展發生連結。臺商秉著刻苦耐勞的勇於打拚的精神，不斷將商業資本投向歐美國家、中國大陸與東南亞，創造了巨大的經濟利益。這種大規模的海洋貿易其影響層面，不僅只是臺商個別層面的事，更牽動著臺灣全體的利益。

在中華文化的區域文化結構中，臺灣的海洋文化極具商業精神是不爭的事實。雖然自明清以來迄今，因種種因素臺灣歷經多次不同形式的「海禁」或「鎖國」，試圖將臺灣阻攔在世界潮流之外。但是，臺灣商人在長期的經濟活動中，所表現的海洋文化特質，也讓臺灣成爲一個市場取向的海洋臺灣。

4、具有明顯的農業特性

臺灣海洋文化一直具有明顯的農業特徵。這裡所說的農業特徵是指海洋文化構成中與農業生產具有明顯的連結，因而形成彼此依靠的關係。從過去到現在，臺灣在通過海洋的對外貿易中，糖、茶、米與水產養殖等農業生產項目均扮演著重要的角色，在本質上表明了臺灣海洋文化構成中的農業特性。

清代開港之前，臺灣與大陸的貿易主要以米、糖為主。即至 1860 年開港後，受國際市場青睞，茶、樟腦取代米、糖，成爲出口大宗。農業貿易在帶來的豐厚利潤的同時，也改變了臺灣農業的生產結構。當時北部丘陵臺地成爲茶葉主要種植區，甘蔗種植以高雄、屏東一帶爲主要的種植地區，其他平原地區則以稻作生產爲主。日據時期，日本殖民政府爲減少母國蔗糖外匯支出，以及補足日本國內糧食不足，大量輸出臺灣的稻米與蔗糖到日本。這種以糖、米等農產爲主的出口貿易一直持續到光復以後。光復初期在生產相對減退，人口暴增，又有沈重國防

支出的情勢下，糖、米的出口仍成爲重要的外匯來源。

近年來，在國際市場的需求下，動物性農產品與花卉等農產品出口已取代米、糖，成爲出口大宗。而捕撈與養殖規模持續擴大，養殖技術日新月異，其除了作爲糧食的補充外，亦轉而成爲外貿的重要生產項目。目前，臺灣漁牧產品出口占農產品出口的比重已超過 80%。臺灣海洋文化具有鮮明的農業性由此可見。

四、海洋教育中的文化思考

海洋教育的目的，就是讓學生能多認識海洋，多接觸海洋，多關心愛護海洋，進而讓海洋成爲生活中的一部份，以達到「知海、親海、愛海」的目標。以往海洋教育的教學過於偏向知識性的傳授，導致學生徒有海洋的知識，卻仍與海洋有一段情感上的距離。海洋如同陸地景觀，其在人類世界中有其特定的深遠意義，它存有一股無法化約爲自然與社會文化的內涵。海洋是這些自然與社會匯集在一起所呈現的現象，甚且局部建構了特定的世界。

因此，關於海洋探討實有需要從一個綜合性，跨領域的視角來進行，而一個文化取向的思考或許能爲海洋教育打開了一扇窗，幫助我們完成「知海、親海、愛海」的教育目標。以下試從海洋文化的地域性、海洋文化的想像與認同與海洋文化的全球性三方面提出討論。

1、海洋文化的地域性

一方水土孕育一方文化，一方文化影響一方經濟、造就一方社會。從地理研究的角度來看，任何文化的構成與其所在之地域有密切的關連，海洋文化亦不例外。地域性是海洋文化構成的一個重要面向。島嶼與依附在大陸的沿海地區其所構成的海洋文化往往不盡相同。大陸沿海地區的海洋文化構成與其所連結的廣大腹地有關，而獨立於海洋中之島嶼其獨特的地理特徵決定其在海洋文化發展中具有獨特的意義。臺灣位於中國大陸東南沿海，有著上千年的歷史，包括舊石器時期的文化遺址如長濱文化，以及新石器時期的大坌坑文化遺址，再加上地理環境

的特殊、族群構成的多樣性與多元外部力量的作用等，因而有著不同於大陸沿海的海洋文化。顯然的，這種地域性的構成是人與自然環境相互作用的結果。換言之，海洋文化它既建立於自然環境之上，卻又是不同人文活動的結果。這種人文活動使得海洋文化在不同的時段、不同的技術層次和不同的文化團體中，形成不同的文化內容。每一個文化內容的發展階段，既是上一個發展階段的結果，又是下一個發展階段的開始和條件，其豐富與複雜可想而知。

因此，我們若明白臺灣海洋文化的地域性，那麼便有助於學習者知道我們確實擁有不同的海洋和社會文化積累，而這一切內容都會決定我們如何看待自己、省思自己與看待世界的態度。

2、海洋文化的想像與認同

海洋本身既是一種自然空間也是一種文化空間。海洋之所以也是一種文化空間，乃是因為在這個空間裡，我們融入了情感，賦予它意義。其如同陸地環境一樣，在人文地理學者的眼中，海洋文化本身就是人類想像與認同的範疇。這想像來自於海洋對人們情感的召喚力，是人類社會文化活動的結晶。人們藉著對海洋的想像，並透過傳播，使一定區域範圍內的人們形成「想像的共同體」，從而建構出特定的海洋文化。

海洋文化既是一想像的共同體，而形成此一共同體的成分應該是意識、情感與記憶，相對來說，語言、地理界線、族群等並非是絕對條件。換言之，認同有很大一部份是取決於人如何想像這些海洋的事物及彼此的關係。在臺灣的海洋文化構成中，存有大量關鍵性的海洋地景與符碼，如跨海移民、熱蘭遮城、媽祖、海禁鎖國、烏魚黑金、黑鮪魚祭、兩岸貿易、茶、樟腦、麥寮石化工業、蘭嶼、漁港、行郊、鯤鯓、牽罟、流刺網、石滬、黑潮、黑水溝、瀉湖、珊瑚礁、颱風、小三通、兩岸直航、臺商等，他們都摻合著居住在這塊土地上人們的層層自我屬性的認同，或作為媒介來傳遞內心的感受。這些海洋地景與符碼乃是以人們的身體和心靈為對象，通過想像彼此聯繫起來，建構成為某種集體認同，形成特有的臺灣海洋文化。這些認同無論是主觀的或是受教育學習而獲得的，都有可能隨著

時間歲月而改變，但他們不但不會成為海洋文化構成的阻礙，反而有助於建構我們對海洋空間的感受，並有助於塑造我們對自身的感受，進而具體表現為對海洋的認識、觀念、思想、意識、態度，以及由此而生的生活方式（包括經濟結構、法規制度、衣食住行習俗和語言文學藝術等）。顯然的，海洋空間終究因為人們的想像與認同而成為有意義的空間，並在其中不斷生發存有意義，使原本知識性的海洋空間轉化成涵蘊人文與生命意義的海洋空間。

海洋的想像與認同是個人的，但也是社會的與文化的，想像與認同有助於我們理解真實的海洋世界，在一定程度上還塑造了「我們的」海洋世界。通過想像與認同，可以幫助學習者歡喜接觸海洋，有接觸海洋才得以認識海洋，唯有認識海洋才能對海洋有所關懷。從這個角度來看，海洋教育若能建構在關於海洋的想像與認同上，自然有助於達成「親海、愛海、知海」的教育目標。

3、海洋文化的全球性

與傳統本土教育最大的不同是，海洋教育的核心不只是關注海洋空間之主體性與特殊性，它表達了面對世界態度的概念。海洋作為一種地理空間，它可以是空間暫停的產物，成為地方感的來源；另一方面，因它具有不穩定、開放與多樣等屬性，故也可成為流動的空間，因此，海洋存在於本土、區域、全球各種尺度之中。海洋的想像與認同，可以是個人以主觀、獨特的方式體驗認同海洋，形成特殊的區域生活方式，鑲嵌於地表上；其實這種想像與認同也可以連結於全球，成為全球網絡的一部份。實際上，也唯有將臺灣的海洋文化置放連結於全球脈絡中，才能夠全面性的深刻了解其本質。對於臺灣的海洋文化我們應該有這樣的認識，那就是臺灣海洋文化的形塑不單只是「內在」特徵的結果，在很大程度上，臺灣海洋文化的形成乃是全球網絡系統的產物；臺灣的海洋文化有其地域性與獨特性，而它又是透過過去和當前的全球連結網絡塑造出來的。

關於海洋教育的文化思考，本文提出海洋文化因具有地域性，故有差異性的存在，而這差異性通過想像與認同，可以形塑我的海洋，同時也可將其連結於世界，成為世界的海洋。換言之，海洋教育的文化思考可以建構「在地與全球」、「自

我與他者」的對話，學習者可以透過自我主體（我的海洋）以及關心他者（世界的海洋）來彼此對話，其結果可以讓學習者會以不同方式詮釋自己，或者讓世界替自己說話，讓海洋成爲「我們」的海洋。

五、結論

海洋教育的實施，除了培養國民「知海、愛海、親海」的態度，也是讓國民通過海洋教育尋找海洋文化的想像與認同，尋找一種無法被取代的價值，尋求一種思維的轉變，以回應海洋熱情的呼招。

海洋文化是海洋教育的核心，海洋教育又是海洋文化塑造的平臺。其實，人與海洋互動之後，「海洋」的概念已經不再只侷限於「自然海洋」，「海洋」可以成爲人們經濟活動的場所、政治權力的範圍，也可以是信仰發展的要素，進而產生了海洋法政、海洋經濟、海洋文化、海洋文學、海洋美學等範疇。所以，「海洋的內涵」不僅僅指稱自然範疇的海洋，它也包括了文化社會範疇的海洋，本土與全球關係相容並蓄的海洋。

因此，海洋教育的文化思考，其價值在通過本土、區域、全球的各種尺度的想像與認同，可以提供學習者完整的、開放的、包容的學習內容，以幫補全人的教育中的不足，讓國民更加喜愛親近海洋、認識海洋、關懷海洋。

徵引文獻

- 方力行，〈海洋性格的文化海洋的內涵教育〉，《研考雙月刊》，第 24 卷第 6 期（臺北：2000），頁 37-39。
- 行政院海洋事物推動委員會編著，《海洋政策白皮書》，臺北：行政院發展考核委員會，2006。
- 曲金良，《海洋文化概論》，青島：青島海洋大學出版社，1999。
- 曲金良，〈發展海洋事業與加強海洋文化研究〉，《中國海洋大學學報》（社會科學版）第 2 期（青島：1997），頁 35-37。
- 李東華，〈從海洋發展史的觀點看海洋文化內涵〉，《海洋文化學刊》，第 1 期（基隆 2005），頁 265-268。
- 吳靖國，〈海洋教育中的海洋意識〉，《促進校園海洋意識工作坊手冊》，基隆：國立臺灣海洋大學，頁 1-5，2008。
- 吳靖國，〈我國中小學海洋教育的發展與省思〉，《2009 年海洋教育國際研討會》，基隆：國立海洋大學，2009。
- 吳建華，肖璇，〈關於海洋文化學研究對象的思考〉，《中國海洋大學學報》（社會科學版）第 5 期（青島：2007），頁 27-29。
- 林滿紅，〈茶、糖、樟腦業與晚清臺灣〉，《臺灣銀行研究叢刊第 115 種》，臺北：臺灣銀行經濟研究室，1978。
- 林滿紅（2008），〈逐漸浮現的太平洋〉，《海洋文化學刊》，第 5 期，（基隆：2008），頁 1-16。
- 林柏良、葉雪茹、陳美珍編，《海洋傳奇：見證打狗的海洋歷史》，高雄：高雄市政府海洋局，2005。
- 莊萬壽，〈臺灣海洋文化之初探〉，《中國學術年刊》，第 18 期（臺北：1997），頁 303-316。
- 郭大玄，《臺灣地理》，臺北：五南圖書公司，2005。
- 黃麗生，〈臺灣地區海洋文化研究的特色與展望〉，《海峽兩岸海洋文化專題學術研討會》，基隆：海洋大學，2010。

- 黃聲威,〈淺談海洋文化〉(上),《漁業推廣》,第 170 期(臺北:2000),頁 39-49。
- 黃聲威,〈認識海洋文化的特質〉,《農訓雜誌》,第 18 卷第 1 期(臺北:2001),頁 46-51。
- 陳國棟,〈海洋文化研究的多元特色〉,《海洋文化學刊》,第 3 期(基隆:2006),頁 17-18。
- 陳國棟,〈海洋人文教育芻議〉,《教育資料與研究雙月刊》,第 70 期(臺北:2006),頁 99-104。
- 張弘明編著,《海洋臺灣與海洋文化》,臺北:洪葉文化事業有限公司,2006。
- 葉世明,〈文化自覺與中國現實海洋文化價值取向的思索〉,《中國海洋大學學報》(社會科學版),第 1 期(青島:2008),頁 18-22。
- 經建會,《都市與區域統計彙編》,臺北:經建會,2008。
- 劉盛佳主編,《中國地理》,臺北:中國文化大學出版部,1997。
- 蔡泰山,〈媽祖與海洋文化發展關係〉,《國立歷史博物館館刊》,第 15 卷第 1 期(臺北:2005),頁 90-95。
- 潘朝陽,〈文化地理學觀點中之海洋與文化〉,《海洋文化學刊》,創刊號(基隆:2005),頁 277-290。
- 戴寶村,〈臺灣海洋史的新課題〉,《國史館館刊》,復刊第 36 期(臺北:2004),頁 23-41。
- P. Cloke, P. Crang, M. Goodwin 編著,王志弘等譯,《人文地理概論》,臺北:巨流圖書公司,2006。
- 教育部(2008),國民中小學九年一貫課程綱要重大議題(海洋教育),取自 http://140.117.12.91/data/files/class_rules/sea.pdf。
- 黃智慧,〈人群漂流移動史料中的民族接觸與文化類緣關係:與那國島與臺灣〉,《國立臺灣大學考古人類學刊》第 52 期,民國 86 年 9 月,頁 19-41。

Cultureal Thinking in Ocean Education: A Viewpoint from Human Geography

Guo, Da-Xuan *

Abstract

Cultural thinking in ocean education can offer imaginations and identifications for students through different scales. It can also build an integrated, open, and inclusive learning content in ocean education, and help students attain a greater affinity to the ocean and an understanding of it. The purpose of this article is to try to explain the attributes of the ocean and the culture it composes, and then, to survey the ocean culture in Taiwan from the viewpoint of human geography. Finally, this paper attempts to raise some thoughts on ocean education.

Keyword : Ocean Education, Oceanic Culture, Regional Character, Global Character

收稿日期：99.12.16

接受日期：99.12.28

* Associate Professor of Dept. of History and Geography, Taipei Municipal University of Education.

地方文化創意產業與地區文化行銷 —以臺南市為例

馬群傑* 陳亭卉**

論文摘要

文化創意產業乃當代各國致力發展的新興產業，我國自 1997 年起亦著手於文化創意產業發展，確立「文化產業化、產業文化化」的概念；2002 年政府提出「挑戰 2008：國家發展重點計畫」，使我國文化創意產業與地方發展有了更明確的方向。臺南市既為臺灣文化古都，也是臺灣歷史發展中，各個時期與種族的交會之地，不僅具備良好的文化發展潛力，市政府近年來也積極從事文化創意產業發展計畫。為期地方文化產業的適切推展與發揚開創，倘能借鑑地區文化行銷思維，進行地區文化創意產業發展條件分析，則應更足推衍出切合地方特質的文化發展政策。是故，本研究以文化產業發展趨勢與面臨挑戰為基礎，經由文獻整理彙整出文化人力資源、文化意象活動、文化產業經濟等地方文化發展核心構面；續以臺南市文化產業之發展歷程調查，瞭解當前地方文化產業發展現況。具言之，本研究選擇以臺南市作為個案探討焦點，由此進行地方文化創意產業與地區文化行銷共通理念的結構性探究。研究結果除對地方文化產業政策發展課題提出相關政策建議外，並思考若能建立一實質的公眾參與平台，讓各群體進行意見交流，進

* 國立臺南大學行政管理學系副教授，北京大學政府管理學院博士後
E-Mail: ccma@mail.nutn.edu.tw

** 國立臺南大學行政管理學系碩士

而對市民作地區文化行銷，俾有利於府城文化產業之推展。

關鍵字：文化創意產業、地區文化行銷、文化人力資源、文化意象活動、文化產業經濟

壹、緒論

文化的生成是經由人類的群聚性，在歷史進展中為生活而創造出的設計，並在某特定時間內，成為人類行為潛在的指針 (Kluckhohn and Kelly, 1945)；文化範疇包含知識、信仰、藝術、道德、法律、風俗，以及其他能力與習慣，此皆為人類在歷史過程中創造的總成果 (Tylor, 1871)。文化在歷史演進中，貫穿人類發展的脈絡，也是後代檢證並考據歷史的重要項目。此外，每一種文化的崛起都是由無數的文化要素組成，其牽動著社會的運作模式，且政治、經濟與人群生活等都會因文化產生變動，這便是文化的整體性。文化另一個特質為文化多樣性 (cultural diversity)，根據聯合國教育、科學、文化組織 (United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization, UNESCO) 的解釋，由於文化的多元性質，它具備發展的潛質，其是經濟成長的驅動力，人類智慧、情感、道德以及精神上的領航者，也被認定是最具能量的當代議題¹。

文化產業是二十世紀末許多國家經濟發展的新方向²，其發展基礎來自於當地

¹ 根據聯合國教科文組織對文化產業的說明，定義為：結合創作、生產與商業的內容，同時這內容在本質上，是具有無形資產與文化概念的特性，並獲得智慧財產權的保護，而以產品或服務的形式來呈現。從內容來看，文化產業也可被視為「創意產業」(creative industries)；在經濟領域中，稱之「未來性產業」(future oriented industries)；或在科技領域中，稱為「內容產業」(content industries) (國家文化藝術基金會，2002)。

² 在全球化與各國經濟型態轉變的影響下，美國、中國、新加坡、香港、澳洲、紐西蘭等，也提出以文化為主軸的產業政策，文化產業儼然進入了全球競爭的時代，亞洲地區更是處於一個高度競爭的狀態 (Kolter, 1999)，一些文化重鎮紛紛爭取具文化產業概念的世界博覽會與奧運會，作為城市發展重要的里程碑 (國家文化藝術基金會，2002)。以城市發展為重心的文化產業也在全球化的浪潮下，大幅提升在國家經濟發展的重要性。行政院經濟建設委員會在 2002 年，委託財團法人國家文化藝術基金會研究之「2002 文化創意產業概況分析調查」中，引介各國文化產業、創意產業的發展概況，並參酌國際文化產業的定義與本土發展需求，將臺灣的「文化創意產業」

文化、歷史文物與地方特色，經由系統性政策的推展，結合政府與民間的力量，凝聚文化產業發展的共識，從而促進經濟成長。自 2001 年底政府將文化產業正式列入「挑戰 2008：國家重點發展計畫」之後，賡續於 2010 年 1 月 7 日經立法院三讀通過文化創意產業發展法，由此地方文化發展特色的重要性首受關注，並始見將文化創意產業與城鄉及區域均衡發展概念結合，正式列入法定條文中³。臺南市是臺灣五個直轄市之一⁴，也是臺灣最早開墾的地區，臺灣諺語「一府二鹿三艋舺」就是在形容清領時期三個大城的繁榮盛況。至今市轄範圍仍保存許多寶貴之文物資產。然隨著地方經濟發展的轉型與變遷，國內經濟重心分別向北南轉移至臺北與高雄兩大都會，由此臺南市乃思發展獨有的地方特色產業。

臺南市為臺灣歷史古蹟與文化發展的重要據點，其文化產業發展具有不可取代性，因此，基於當前臺南市政府以文化特性為地方產業發展政策核心的基礎，深入探究當前地方文化產業維護與創新所面臨到的重要課題，應是推展臺南地方文化創意產業政策的首要之務⁵。

再者，Kotler（1999）認為：地方發展策略包含城市設計、管理基礎建設、政府間的合作、與基礎建設同步發展、加強地方安全、提高教育水準、創造地方吸引力、當地人等九項要素。臺南市政府文化局于 2000 年 1 月 1 日成立，為推展臺南的文化及觀光產業，2007 年 4 月 20 日正式更名為「臺南市政府文化觀光處」，專司文化保存推展與觀光發展兩大主軸。臺南市政府此舉目的雖為文化與觀光產業之推展，但在政策推展的過程中，並未見確實的民間參與機制導入，相關文化

（cultural creative industries）定義為：那些來自創意與文化積累，透過智慧財產權的生成與運用，有潛力創造財富與就業機會，並促進整體生活提昇的活動。

³ 第二條 政府為推動文化創意產業，應加強藝術創作及文化保存、文化與科技結合，注重城鄉及區域均衡發展，並重視地方特色，提升國民文化素養及促進文化藝術普及，以符合國際潮流。

⁴ 行政院於 98 年 6 月 29 日審查完成，並於 7 月 2 日第 3150 次院會通過台北縣單獨改制直轄市，以及台中縣市、高雄縣市、台南縣市合併改制直轄市案，預定於 99 年 12 月 25 日改制完成。由此我國乃有台北市、新北市（由台北縣升格改制）、台中市（由台中縣市合併升格改制）、新高雄市（由高雄縣市合併改制）與新台南市（由台南縣、台南市合併升格改制）等五個直轄市。

⁵ 文化產業發展政策面向眾多、定義亦多有紛歧，本研究將於其後深入探討。然為統合研究意旨，研究乃將文化工業、文化產業與創意產業等多元政策概念整合，綜以文化創意產業政策論之，俾切合本文研究焦點與國內實務發展趨向。

政策時見在頒布實行之後，民眾才有瞭解的機會。推展地方政策需結合多元群體的需求，將有限資源作最佳配置，取得各群體之共識，針對地方發展與地區行銷策略的規劃進行優先排序，是當前國內進行地區行銷策略研究的重要課題（馬群傑，2005）。由此，地方能否藉由地區行銷的策略方法，將地方發展與文化建設適切結合，進行地區文化行銷，乃成臺南市政府在推展地方文化創意產業政策時，另一項應深刻思索的焦點課題。

基上所述，本研究範圍設定在臺南市 2002 年至 2007 年在文化產業政策的推展，有鑑於臺南市文化產業多以文物與古蹟為發展重點，因此本研究將文化資產、古蹟等展演活動（即文化展演設施產業）作為研究重點。臺南市政府訂 2007 年為「文化觀光年」，也宣示了文化行銷為施政主軸之一，基此，本研究藉以討論該年度市府在地方文化產業發展上的成效，之後並期針對文化產業發展的構面課題進行解構探究。

貳、文獻探討

一、文化創意產業的內涵

（一）文化產業發展背景

文化工業 (Cultural Industry) 一詞，最早在廿世紀中，由 Horkheimer 和 Adorno (1947, 1997) 所提出，經由法蘭克福學派與批判政治學派為首的悲觀主義論述，以及多元主義與文化民粹主義為首的樂觀主義論述兩大流派，針對「大眾文化」 (popular culture) 和「階級化」不斷辯證，悲觀主義論述對於文化具有崇高的理想性，認為文化等於「高等文化」 (high culture)，不像一般大眾文化受制於市場、統一形式的低文化 (low culture)，應保存高文化的藝術價值；樂觀主義論述則著重在文化產業的多元性，認為民主社會的文化不應該存在階級制度，主張文化的民主化，普及於社會大眾的生活之中 (楊敏芝，2003)。當時，Horkheimer 和 Adorno 秉持烏托邦式的觀點，大力批判大眾文化過於俗氣，認為文化已遭商品化，任人買賣；在他們的觀念裡，文化和工業是相反的概念，將二者放在一起，乃是為求

批判當代文化生活的侷限。此後，該詞彙被法國社會學家 Morin (1962) 等以及政策制定者所採用，並逐漸以複數型態的「文化產業」(cultural industries) 稱之，希望展現文化產業複雜型態之外，亦彰顯文化產製的各種運作邏輯 (Hesmondhalgh, 2002)。無論如何，悲觀與樂觀主意論述二大流派之間的辯證，影響了以後的文化政策—1980 年代以前，世界各國發展文化政策皆基於文化及藝術的「教化」功能，致力於保存文化資產及古蹟、關懷藝術人文發展；1980 年代起，英國率先引領了一革命性轉變，即是將文化視為一種「產品」，人類也成為該項產品的「消費者」，並以「創造財富」為目的。

造成文化政策方向轉變的因素，可歸納為文化性和政治性兩個因素 (劉新圓，2004)。其中來自文化本身的因素，是由於資本主義盛行以及後現代主義的興起改變了整個社會的價值觀，傳統的文化功能—教化，已經失去其意義，因此，改變文化政策的目標，才足以符合大眾的需求；政治性因素則是「新公共管理」(new public management) 的風行使得政府必須打破傳統官僚僵局，以企業化的成果與績效導向來服務民眾，擬定明確目標來改善政府效能。由此，文化政策開始受到市場考驗，提升文化的附加價值便成為文化政策的首要目標。

承上，文化政策方向的轉變促成文化產業興起，文化產業正式發展於 1997 年，英國工黨政府首相 Blair 將文化創意產業納入國家重要政策，並成立文化傳媒體育部門 (The Department for Culture, Media and Sport, DCMS)，任命 Chris Smith 為部長，並以「以文化及體育活動改善生活品質，追求卓越，並積極發展觀光、文化與休閒產業」為宗旨。其中文化部門的範疇包含藝術、博物館、美術館、建築、歷史環境及圖書館。同時，英國政府並通過立法，於文化傳媒體育部門下設立創意產業專案小組 (Creative Industries Task Force)，將創意產業 (creative industries) 視為重振英國經濟的重要發展方向。1998 年，英國創意產業專案小組提出第一份創意產業報告，將創意產業定義為「來自個人創意、技巧和才能的活動，透過知識產權的產生與運用，創造財富和就業機會」。根據此定義，於 2001 年，將創意產業分為十三大項：廣告、建築、藝術及古董市場、工藝、設計、流行設計與時尚、電影、軟體遊戲、音樂、表演藝術、出版、軟體與電腦服務業、電視與廣播。

英國政府的積極推動，加上許多產業本身已達成熟階段，至 2005 年，英國的創意產業創造 608 億英鎊的附加價值，可謂是相當豐碩的成果，因而成爲目前世界最具代表性的文化產業指標。

(二) 文化創意產業的定義與範疇

世界各國在推動文化產業政策時，所採取的名稱與範疇皆不盡相同（表 1、表 2），我國採用「文化創意產業」（The Cultural and Creative Industry），係指源自於創意與文化積累，透過智慧財產的生成與運用，有潛力創造財富與就業機會，並促進整體生活環境提升的活動（國家文化藝術基金會，2004）。有別於「文化工業」與英國「創意產業」偏重於個人創意生成與文化輸出以及經濟面的考量，臺灣以「文化創意產業」爲名，意在兼顧文化積累與經濟效益（孫華翔，2003）。

依據「挑戰2008：國家發展重點計畫」，所謂文化創意產業即是「文化產業化」，以推展文化創作的消費市場，「產業文化化」以文化內涵強化創意設計動力，提高產品的附加價值。創意文化產業的範疇有：

1. 文化藝術核心產業：如音樂、舞蹈、戲劇等表演藝術；繪畫、雕塑、裝置等視覺藝術；傳統民俗藝術等。
2. 應用藝術：如流行音樂、服裝/家具/廣告/平面設計、出版、手工藝品、影像與廣播製作、遊戲軟體設計、文化資產的活用等等。
3. 創意支援與周邊創意產業：支援上述產業之相關部門，如展演經紀、展演設施經營、舞台設計、出版行銷、廣告企畫、影音/媒體、流行文化包裝等等。

進一步說明，「挑戰 2008：國家發展重點計畫」中所提出的「文化創意產業發展計畫」，將文化、藝術及設計等相關產業，自分屬不同領域的行業整合統籌在「創意產業」的範疇之下，以「創新」成爲知識經濟的核心，納入國家發展的重點計畫。期藉由相關計畫的推展，以提升我國經濟產值與就業人口，同時創造精緻多元的文化特色（文建會，2003）。

文化經過產業化的過程，形成文化創意產業的出現，在人類對文化消費的需求日益增高後，確實爲許多文化創意產業發達的國家填補財政赤字，也促使城市

環境空間的改變。文化創意產業所提供的文化產品與文化服務，說明了文化創意產業的組成：「內容」與「載體」（陳逸杰等，2006）（圖 1），其中包含五個概念：所在、技術、行銷、消費、回饋（圖 2）。「所在」意指一種文化或個人的創意根基，實體上可說是實質的活動空間如古蹟與歷史遺址，虛體上則可表示一個屬於地方空間的文化脈絡；「技術」則是抽象內容到載體形成的過程，實體上指涉專業技術人才及產業製造基礎，虛體則沉潛於市民社會中的技術史脈絡；「行銷」則作為一種晚期資本主義的符號消費，在過程中仍保持其文化性，符合「文化產業化、產業文化化」的精神；「消費」型態則已不再限於符合人類基本生活需求，而是展現個人品味與生活型態的表徵；「回饋」－雖然文化創意產業成爲一種新經濟，目的仍著重於文化與環境的永續性，最終回饋到人類的生活中，產生回饋的循環。

從文化產品的角度，內容與載體的關係就像是電影劇情和電影院的關係；從文化服務的角度，則像是創造力和人（人是載體）；而文化產業則是內容與載體結合的共構關係。換句話說，「內容」得以經由結合「載體」，被具體化地呈現；在這個立論基礎下，文化創意產業可依其屬性分成三大類：純藝術生產、傳統藝文生產，以及大量複製之藝文生產等（陳逸杰等，2006），如表 3。換言之，文化創意產業具備知識經濟的特質，也就是創新型經濟、網路化經濟、學習型經濟、以及綠色經濟（張宗傑，2008），試圖將人類無形的資產轉化爲有形的物質或無形的精神表徵，並加以推廣與銷售。基於這些發展背景，近年來世界各國率多以之作爲首要發展的新興產業。

表 1 臺灣與各國文化創意產業範疇比較

| 國 家 | 產業名稱 | 產業範疇 |
|-----|--------|--|
| 臺 灣 | 文化創意產業 | 視覺藝術產業；音樂與表演藝術產業；工藝產業；文化展演設施產業；電影產業；廣播電視產業；出版產業；建築設計產業；廣告產業；設計產業；設計品牌時尚產業；數位休閒娛樂產業；創意生活產業。 |
| | 數位內容產業 | 數位遊戲；電腦動畫；數位學習；網路服務；內容軟體；數位影音應用；行動應用服務；數位出版典藏。 |
| 美 國 | 版權產業 | 文學出版產業；音樂及戲劇產業；電影產業；廣播及電視產業；攝影產業；電腦軟體產業；視覺及繪畫產業；廣告服務業；版權服務業。 |

| | | |
|-----|--------|---|
| 英國 | 創意產業 | 廣告產業；建築設計產業；藝術品及古玩產業；工藝產業；設計產業；設計師時尚產業；電影產業；互動式休閒軟體產業；音樂產業；表演藝術產業；出版產業；軟體及電腦服務業；電視與廣播產業。 |
| 韓國 | 文化內容產業 | 出版產業；電影產業；動作漫畫產業；線上遊戲產業；影音光碟產業；電視廣播產業；廣告產業；角色造型產業；藝術精品產業。 |
| 香港 | 創意產業 | 廣告產業；建築產業；藝術品、古董及工藝品產業；設計產業；數位娛樂產業；電影與錄影帶產業；音樂產業；表演藝術產業；出版產業；軟體與電腦產業；電視與廣播產業。 |
| 澳洲 | 版權產業 | 報紙出版產業；期刊出版產業；書籍出版產業；唱片及影片錄製；網路服務業；資料處理服務業；商務美術服務業；電影及電視產業；廣播產業；音樂及藝術表演產業；藝術創作；攝影產業；部分版權產業；批發及零售版權產業。 |
| 紐西蘭 | 創意產業 | 廣告產業；建築設計產業；藝術品及古玩產業；工藝產業；設計產業；設計師時尚產業；電影產業；互動式休閒軟體產業；音樂產業；表演藝術產業；出版產業；攝影產業；軟體及電腦服務業；電視與廣播產業。 |
| 中國 | 文化產業 | 出版產業；廣告產業；娛樂產業；廣播電視產業；報刊產業；影音產業；電影產業。 |

資料來源：魏裕昌（2005）本研究整理

表 2 臺灣與各國文化創意產業定義之比較

| 定義來源 | 定義 | 比較說明 |
|----------|---|---|
| 臺灣 | 「文化創意產業」(cultural & creative industries) 係指那些來自於個人創意與文化積累，透過智慧財產權的生成與運用，有潛力創造財富與就業機會並促進整體生活環境提升的活動。因此，文化創意產業的核心價值在於文化創意的生成，而其發展關鍵在於具有國際競爭力的創造性與文化特殊性。 | N/A |
| 聯合國教科文組織 | 結合創作、生產與商業的內容，同時這內容在本質上，具有無形資產與文化概念的特性，並獲得智慧財產權的保護，而以產品或服務的形式來呈現。從內容來看，文化產業也可以被視為創意產業 (creative industries)；或在經濟領域中，稱之為未來性產業 (future oriented industries)；或在科技領域中，稱之為內容產業 (content industries)。 | 與聯合國文化產業的定義相比，臺灣與聯合國在產業定義上相近的部份，皆重視產業內容的創意性與文化性，並透過智慧財產權保護與應用的機制；此外，臺灣強調在產業發展上，兼具經濟性與提升整體環境；唯聯合國特別強調其定義同時為創意產業、未來性產業與內容產業相同的概念。 |

| | | |
|------------------|--|--|
| <p>英國、紐西蘭、香港</p> | <p>英國名「創意產業」，為那些源自於個人創意、技能和才幹的活動，通過知識產權的生成與利用，而有潛力創造財富和就業機會。</p> | <p>臺灣與英國在產業定義上相近的部份，均重視個人創意、技能與才幹等，智慧財產權的保護與應用機制，並強調經濟效益；但於產業內容的核心價值部分，臺灣則強調如何具有文化積累。二者皆重視經濟與就業開創。</p> |
|------------------|--|--|

資料來源：財團法人國家文化藝術基金會（2002）本研究整理

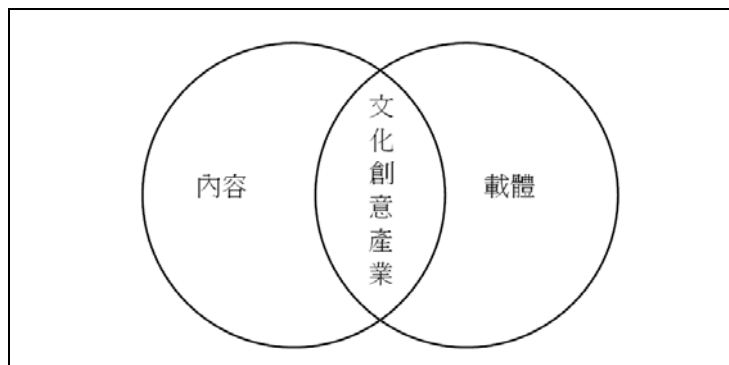


圖 1 內容、載體及文化產業關係

資料來源：陳逸杰等（2006）

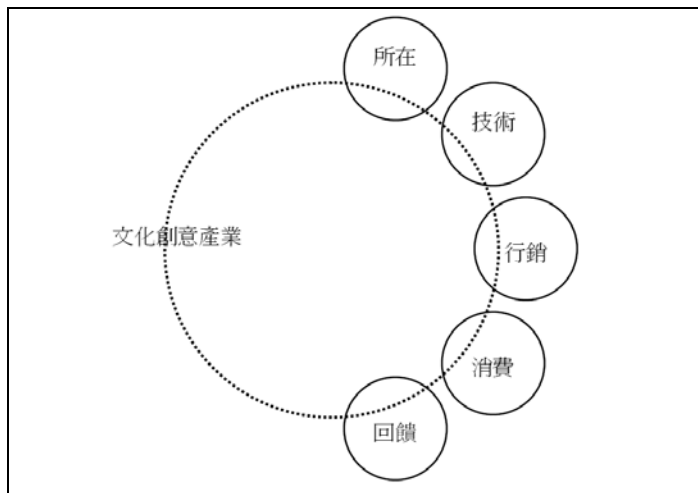


圖 2 文化創意產業的構成

資料來源：陳逸杰等（2006）

表 3 文化創意產業分類屬性概念

| 項目 | 生產者 | 生產屬性 | 產質產量 | 消費族群特性 |
|-----------|-------------------|--|------|-------------------------------------|
| 純藝術生產 | 藝術家 | 自發性、多元性發展、高原創性、具社會批判性價值、高文化價值、高實驗性、高差異性、高美學價值、創作的基礎不在於利潤 | 質菁量寡 | 菁英階級：個人收藏 大眾社群：隸屬於公共財，展示於博物館、美術館 |
| 傳統藝文生產 | 地方工藝匠師 地方藝文工作者 | 生活經驗、技術的傳承、高藝術性、具個人、地域之獨特性、具地方特色、高文化價值 | 質精量少 | 較高之文化涵養 較高之經濟收入 重視精神層次 |
| 大量複製之藝文生產 | 跨國或在地之文化組織、公司或企業 | 全球化、寰宇性、具藝術應用性 | 質優量多 | 一般之經濟收入 提升生活品質 提升文化涵養 消費大眾 |

資料來源：陳逸杰等 (2006)

(三) 體驗經濟的趨勢

Pine 與 Gilmore 在 1999 年提出了「體驗經濟」(experience economy) 的概念，他們將人類經濟發展分成四個階段來解釋，第一階段是以農業為主的「農業經濟」，第二階段是以商品為主的「工業經濟」，第三階段是以重視服務品質的「服務經濟」，第四階段則是強調使用者體驗的「體驗經濟」。四個階段經過比較便可充分了解體驗經濟的意義 (表 4)，學者認為所謂體驗是企業以服務為舞臺、以商品為道具，環繞著消費者創造出讓消費者難忘的活動 (Pine II & Gilmore, 1999)；換言之，體驗來自於消費者個人的心智，以自己的美感經驗創造企業所創造的活動的價值。

進言之，體驗經濟顛覆了古典經濟學中生產者與消費者的定位，在體驗的經濟階段下，消費者同時也是生產者，即當消費者提出需求時，就已經在指引企業生產，企業成為服務業，提供消費者客製化的產品與服務 (閻書孝, 2007)；而消費者透過體驗的利潤，獲得心智與精神上的滿足，成為活躍的一方。藍世明 (2004) 認為，體驗經濟強調「體驗」是來自於個人的心境與活動的互動，不應只是一種

單純的銷售關係與消費行為；其重點即在於，人們真正想要的並非是產品本身，而是一個令人滿意的經驗與記憶（Abbott, 1995）。因此體驗經濟的內容著重企業所提供的體驗服務與體驗活動，他們所行銷的產品就是「體驗」。

「體驗行銷」(experiential marketing) 概念由 Schmitt (1999) 提出，主張消費經驗是可以被塑造的，行銷人應跳脫產品特性，跳脫和競爭對手永無止盡的功能標榜競賽，注重創意的發想，以消費者的立場去創造一份全新的體驗；同時也強調，「體驗行銷」有別於傳統行銷，主張消費者同時具備理性與感性的思考，而非只有理性選擇消費與否。體驗行銷的核心是為消費者創造不同的體驗形式，簡明地歸納為五種 (Schmitt, 1999)：(1) 感官經驗 (sense)；(2) 情感體驗 (feel)；(3) 思考 (think)；(4) 行動 (act)；(5) 連結性 (relate)。利用以上五種體驗的形式，用創意和影響力使消費者產生知覺、情緒、使消費者動腦思考、將體驗帶入人們的生活中、並讓消費者個人與活動產生連結性，如此一來，消費者便對該品牌、該活動產生認同感與信賴感，達到體驗行銷的目的。

由上所述，「體驗」所以能與消費者的情感相互連結，原因在於「體驗」與社會文化的潛質有著密不可分的關係，經由創意轉化與情感連結，展現在人們心中的價值。由於體驗經濟主張一種以「親身經歷」為市場消費的新核心價值，因此，其要求讓消費者投入設計的「體驗」商品或活動中，並讓消費者的身心成為消費過程中重要的「消費對象」，最後並使「文化」在消費過程中扮演有史以來的增值的關鍵性角色。只要文化產業中的生產者注重販售產品與服務，則「體驗經濟」概念即可在任何產業加以發揮。

由上對體驗經濟趨勢的描述，「文化創意產業」可視為體驗經濟下的產物，其基於文化的豐富性和多樣性，透過創意的發揮和包裝，行銷那些充斥在人們生活週遭的物品、景象、甚至是氛圍，藉此滿足人們在知覺和情感上的需求。再者，文化創意產業本身就是經濟的一個組成部分，它的充分發展不僅能優化國家產業結構，有利於繁榮經濟，提升人民的生活品質，對社會的整體進步皆有所幫助（吳思華，2004a，2004b）。綜言之，在體驗經濟的趨勢下，文化創意產業的發展即以人的需求為導向、文化的出發點、創意的考量而為之的經濟策略；此外，體驗經

濟就是一種創意產業，它不但改變了服務過程和消費習慣，也讓消費者有機會透過消費來學習。由此，「文化」這個元素，乃在不斷消費的體驗經濟發展過程中，扮演了關鍵性的角色（孫瑞穗，2008）。

表 4 不同經濟階段的區分

| | 第一階段 | 第二階段 | 第三階段 | 第四階段 |
|------|------------|-----------------------------|---|---|
| 經濟產物 | 初級產品 | 商品 | 服務 | 體驗 |
| 經濟模式 | 農業 | 工業 | 服務業 | 體驗 |
| 經濟功能 | 採掘提煉 | 製造 | 提供 | 展示 |
| 產物性質 | 可替換的 | 有形的 | 無形的 | 難忘的 |
| 主要特徵 | 自然的 | 標準化的 | 客製的 | 個性化的 |
| 供給方式 | 大批儲存 | 生產後庫存 | 按需求配送 | 時限內展示 |
| 賣方 | 交易商 | 製造商 | 提供者 | 展示者 |
| 買方 | 市場 | 使用者 | 客戶 | 客人 |
| 需求要素 | 特點 | 特色 | 利益 | 獨特感受 |
| 說明 | 動物、礦物、蔬菜等。 | 把初級產品當原料，透過大量儲藏、生產與配送到商店販賣。 | 按客戶需求進行客製化的無形行動，客戶通常會認為這樣的服務比純粹商品還有價值，而商品在此只是一種工具或媒介。 | 企業提供感性的力量，讓顧客留下難以忘懷的愉悅回憶。所以體驗是，當展示消失的時候，其價值仍在消費者心中存留。 |

資料來源：Pine II & Gilmore (1999) 本研究修改整理

二、地區行銷與地方文化產業

(一) 地區行銷

1970 年代開始，許多歐美國家認知到產業結構的改變，中央政府資源有限，以致於對地方事務的反應不足，地方政府發覺自我籌措財源的重要性，地方自治的時代因此來臨。加上全球化的催化，城市必須主動向外競爭各項資源，於是發展城市特色就成了爭取資源的利基。事實上，早於 Kotler (1999) 闡述「地區行銷」一詞前，地區行銷的案例早在 1850 年代，美國西部的地方特色吸引拓荒者前往開墾，自此牛仔文化、槍戰、電影情節，可謂是當時美國的最佳代名詞。1990 年代，英國與法國的海灘飯店以廣告吸引大量的觀光客前去，也是風靡一時 (Rainisto,

2003)。地區行銷是地方發展的經濟策略中很重要的一部分，而「地方發展」乃是以一地區的自然環境與發展潛力，延伸為一套系統性的長期行銷策略；「地區行銷」則是設計一地區以滿足其目標市場。

地方發展隨著全球化與地方治理，逐漸成為經濟成長與永續發展的主要方向；而地區行銷也在此趨勢下，有愈來愈多的學者投入研究，本研究整理國外學者研究以及定義地區行銷意涵之相關文獻（表 5），以探詢地區行銷理論發展的脈絡。行銷概念從販賣商品到塑造形象，從實質商品到一個地區，從供給到需求，地區行銷並非政府的一個部門或一個民間團體的力量就能達成，而是融合公眾的力量，以地方整體需求為考量，所進行的地區改造。綜合多位學者研究地區行銷的成果，「地區行銷」是以地方整體需求為發展基礎，結合公眾參與的力量，創造地區價值與地區形象，以活化經濟與社會效果的全方位地方發展工具。

表 5 地區行銷意涵綜觀

| 學者 | 年代 | 「地區行銷」意涵 |
|------------------|------|--|
| Schudson | 1984 | 地區行銷是地方產業由「銷售」到「行銷」，由「供給導向」到「需求導向」的轉型。 |
| Kotler | 1993 | 地區是一個市場導向的企業，以地方特色與潛力為基礎，創造具有地方吸引力的產品；結合公私組織與利害關係群體的需求，以行銷地區來活化地方經濟。 |
| Holcomb | 1993 | 以城市形象切入，地區行銷在建構城市的新意象，推展城市新風貌，結合經濟與社會需求以滿足人們的需求。 |
| Fretter | 1993 | 地區行銷不只是行銷一個地方，而是有規劃的將地區塑造成他們理想中的模樣；規劃基礎設施能夠確保地方活動能夠符合需求。 |
| Ashworth & Voogd | 1993 | 地區行銷是創造與消費者需求有關的地方活動，使經濟效益最大化。 |
| Phlio & Kearns | 1993 | 地區行銷的範疇包含社會與經濟活動，往往由地方政府擬定政策，但其推展需公部門與私部門的協力合作，將地區形象行銷出去，以達經濟發展之目的。 |
| Ward | 1998 | 地區行銷的行為就是將地區商品化，打造地區形象以吸引遊客和投 |

| | | |
|-----------------------|------|---|
| | | 資者，爭取地區的優勢與競爭力。 |
| Waitt | 1999 | 利用指標性的活動或事件來進行地區行銷，真正的利潤不在經濟活動的剩餘價值，而是地方的自尊與榮耀感。 |
| Gotham | 2002 | 將城市行銷視為製造業，創造城市的圖像及符號，塑造城市的獨特性，並提倡慶典行銷與城市文化形象，結合觀光業，具體實行城市行銷。提出城市行銷的四個重點：消費者導向、建立品牌價值、公私參與、文化商品化。 |
| Stubbs et al., | 2002 | 公私部門間的夥伴關係能夠促進地區行銷策略的完整性，整合發展共識以規劃長程與短程目標，達到地區行銷的目的。 |

資料來源：本研究整理

所有的行銷概念都是以創造附加價值來解決顧客的問題、滿足顧客的需求為基礎，它提供的是服務，而不是產品本身。地區行銷（Place Marketing）亦然，在區域經濟發展趨勢中，各個城市間爭取有限資源，以提高競爭力，生產適合當地居民需要的產品，也唯有如此，才能達成地區行銷的目標。換言之，「地方」即是一個市場導向的「企業」，該地區中的各行各業、非營利組織、乃至於政府，都是該企業的員工，同時也是參與者、利害關係人。根據 Kotler (1999) 的研究，成功的地區行銷，是居民與產業都喜愛 (pleased) 週遭的環境，且造訪者和投資者的期望也能夠吻合，達成目標市場的需求；而地區行銷的目標市場有四 (Kotler et al., 1999)：

1. 造訪者：(1) 工作因素造訪者；(2) 觀光客、旅行者。
2. 居民和僱工：(1) 專業工 (科學家、醫生等)；(2) 技術工；(3) 行政工；(4) 有錢人；(5) 投資者；(6) 創業家。
3. 企業和工業：(1) 重工業；(2) 無污染工業、高科技產業、服務業等；(3) 創業家。
4. 出口市場：(1) 國內其他地區；(2) 國際市場。

為滿足這些目標市場的需求，需明確規劃地方政策與建設，而地方投入更需公私部門的協力合作，始能確保完善的地方發展政策，因此，Kotler (1999) 闡明

地區行銷過程中的四個主要行動角色：地方角色、區域角色、國家角色、國際角色，足以說明，一個地區的行銷是需要公私共同規劃、全民參與，而各個角色間的意見回饋與協力合作也更顯重要。以圖 2-6 闡明四種角色。成功地區行銷要素包括：地方優勢、勝出策略、整合行銷與資訊科技、管理傳播流程、區域主義和全球化的矛盾、人才招募與有效管理（Kotler, 2003）。地方政府必須掌握及了解地方的優劣勢及城市所具備之競爭力，面對市場競爭導向，地方發展勢必走向商品與服務結合的全球經濟，藉著地區行銷促進地方發展、活化經濟效果。

由於全球化效應的衝擊，地方意識抬頭，降低中央政府的保護，地方所須承擔的責任與來自其他地方的競爭將更為直接（劉坤億，2003）。因此，提升市場導向的地區競爭力與發揮企業性地方發展的主要精神（汪明生，1998），將有助地方面臨全球化的挑戰。而地方發展的整體性評估（圖 3），首要注重經濟所得與物質消費之「地方生產力」與兼顧人力資源引進和產業結構調整之「永續發展能力」（馬群傑等，2007），以保障民眾之自然、經濟、社會與環境福祉。公眾參與的立基是以公共利益為出發點，結合社會、政治、經濟力量，以利於公共政策的推展，同時確保公民權的伸張；而當前的地方發展趨勢，係以地方特色為基礎，推展地方文化以帶動經濟效果、增強地方競爭力。

| | |
|---------------------|--|
| ※地方角色 | |
| 公部門 | 私部門 |
| ✓ 市長、城市管理者 | ✓ 每一位市民 |
| ✓ 事業發展部門 | ✓ 具領導力的企業 |
| ✓ 都市規劃部門（交通、教育、衛生等） | ✓ 房地產業者 |
| ✓ 觀光局 | ✓ 財務機構（銀行與保險公司） |
| ✓ 議會 | ✓ 電力、天然氣、通訊公司 |
| ✓ 新聞局 | ✓ 商務及其他當地企業 |
| | ✓ 飯店業和零售業者（旅館、餐廳、百貨公司、零售 商、展覽及會議中心） |
| | ✓ 旅行社 |
| | ✓ 人力資源組織 |
| | ✓ 建築設計師 |
| | ✓ 運輸業者（計程車、鐵路、航空業） |
| | ✓ 媒體（報紙、電台、電視） |
| ※區域角色 | ✓ 區域經濟發展部門 |
| | ✓ 地方政府和州政府 |
| | ✓ 區域性的觀光局處 |
| ※國家角色 | ✓ 政府的政治領袖 |
| | ✓ 內部投資部門 |
| | ✓ 國家觀光局處 |
| ※國際角色 | ✓ 大使館和領事館 |
| | ✓ 內部投資部門 |
| | ✓ 經濟部門對區域或城市具體發展的連結 |
| | ✓ 國際企業與地方的連結 |

圖 3 地區行銷過程中的主要角色

資料來源：Kotler et al. (1999)

(二) 地方文化產業

在國外興起「地區行銷」之地方發展理念，拉近國與國、城市與城市的距離後，許多城市因成功塑造地區形象與特色，加強了區域經濟的成長。國內藉由經營地方文化產業以促成地方發展的概念便基此情勢推展衍生。換言之，未來將是一個「地方」與「文化」結合的時代（陳其南，1998）。本研究在進行檢閱地方文

化產業的文獻後，嘗試整理地方文化產業的定義、特性、範疇、功能、發展程序等五個部分，檢視地方文化產業的內涵。

1. 定義

國內學者對地方文化產業的研究眾多，多強調產業的地方性與代表性，並以地方認同感為產業發展的要件。許世雨（2007）曾定義地方文化產業為：突顯居民生活、地方意義及文化感，並追求文化與經濟目的之兼顧，具備歷史性或獨特性的產業。蔣玉嬋（2004）則是著重於地方文化產業的操作型定義，從四個角度談地方文化產業：（1）在本質上，地方文化產業具備獨特性、創造性、內發性、自主性，它是少量的、合作的、具有地方的風味；（2）在內容上，地方文化產業包括社區的景觀風貌、歷史遺跡、文化活動、藝術家、工藝產品等，可以是原生也可以是被創造的，但必定來自於當地的資源，同時它也可以是一種無形的、環境氣氛的感受；（3）行為取向上，它是非營利的，強調產品的價值、精神內涵，分享、學習與體驗；（4）地方文化產業的結果產出，必須能活化社區，提升生活環境與品質，讓居民產生愛鄉情懷，強調人的主體性。

2. 特性（許世雨，2007）

- （1）在地化：強調產業發展的地理依存性，以地域性、地方意象為其發展特質，蘊含地方歷史文化的獨特性與豐富性（廖桂敏，2004），以及集體的記憶和共享的價值。
- （2）內發性發展（endogenous development）：強調以地方為主體，將在地的文化資產，如文史、人力、產業、景觀等素材，作為產業發展的資源，自主地創造出適合固有自然生態系統的發展方向與方式。
- （3）文化意含：綜合物質、社群、精神三方面，運用創新思維，審視隱含文化因素，尋求一個符合現代的新形式。使地方文化產業帶有「鄉土」味道，以及對歷史、土地和人的感情。
- （4）產業特質：增加在地人的就業機會，並提供居民教育訓練的機會。

3. 範疇

由於地方文化產業具有「地理依存性」（geography dependency），經由地域空

間環境的塑造，或由其自發性特質所衍生之產業，以「地方意象」(image of place)、「特色」(unique)作為資本主義市場的籌碼(周金玉, 2007)。楊敏芝(2003)、周金玉(2007)和許世雨(2007)對地方文化產業的特質將其範疇分為三大類，整理如下(表6)：

(1) 地方傳統文化產業

過去地方傳統文化產業為提供當地居民日常生活使用的，大多為以傳統技法、沿用傳統材料、手工製造，在該地區會有許多人從事該種行業，例如苗栗縣三義鄉木雕、內灣客家米食等。這類傳統手藝因具有歷史記憶與文化特質，能滿足初到此地的人的興趣與好奇心，引發共有的感受和價值。這類地方文化產業成為第三世界國家在長期受到資本主義剝削或帝國文化殖民下，所發展出具生存性、特殊性、抵抗性的文化策略。

(2) 地方觀光文化產業

以地方特色作為地區行銷的賣點，發展無煙囪工業(觀光產業)。基於地方觀光文化產業的經濟價值，世界各國興起一陣以重塑都市意象、活化古蹟保存的潮流，發展觀光產業以振興地方發展，提升地方經濟。例如杜拜、德國魯爾工業區。

(3) 地方文化活動產業

以在地的文化活動為主體，例如廟宇祭祀慶典、傳統戲曲、民間習俗，以及現代文化藝術活動，以常設、年度、永久性建築物或以動態性場所為展演空間。強調持續性的固定主題與時間、在地化與特色化，同時注重活動成效的累積性與未來持續性發展。近年來，地方文化活動產業已成為地方經濟振興及文化生活素質提升的主要動力。

4. 功能(蔣玉嬋, 2004)

- (1) 使社區安居樂業
- (2) 發掘、保存地方的文物史蹟與文化資產
- (3) 作為反思全球化，提振社區競爭力策略
- (4) 順應全球文化經濟趨勢
- (5) 作為文化創意產業基地

5. 發展程序（于國華，2003）

- (1) 發掘地方或區域的內在潛力
- (2) 宣傳文化產業的訊息
- (3) 為文化產業的推廣找出並移除限制
- (4) 為文化產業探索地方性、區域性、國際性市場
- (5) 為文化產業推動教育訓練計劃
- (6) 推廣文化產業的策略必須要能面面俱到

表 6 地方文化產業的類別與特徵

| | 類別 | 內容 | 空間模式和特徵 |
|--------|----------|---|---|
| 地方文化產業 | 地方傳統文化產業 | <ul style="list-style-type: none"> * 古蹟 * 歷史遺產 * 原住民的產品 * 地方傳說與習俗 * 傳統建築 | <ul style="list-style-type: none"> ◎ 地方擴散發展 ◎ 地方凝聚力和歷史記憶 ◎ 鑲嵌地方性 |
| | 地方觀光文化產業 | <ul style="list-style-type: none"> * 地方風景點 * 自然景觀 * 歷史景觀 * 旅遊事業 | |
| | 地方文化活動產業 | <ul style="list-style-type: none"> * 地方文化慶典 * 民俗文化活動 | |

資料來源：修正自周金玉（2007）

三、結合地區行銷理念之地方文化產業發展

英國文化人類學者 Harvey（1989）曾提出文化為都市的「財富創造」策略，他認為文化政策是解決都市問題的普遍策略，文化本身就是一種經濟力量、成長產業及財富資源，實質上超越了經濟策略（楊敏芝，2001）。臺灣地方文化產業近幾年來有日益活絡的趨勢，各地皆以在地的民俗慶典、工藝產品、歷史建築、自然資源為產業核心發展觀光事業。例如九份老街、宜蘭童玩節、蘭雨節、馬祖芹壁、臺南七夕十六歲藝術節等皆是國內以地方資源作為地區行銷的案例。地區行銷為城市經營管理導入行銷概念，目的在突破地方發展的困境，在全球化的浪潮

席捲下，創造出差異化的城市格局，為城市打造新的形象與新的經濟模式型態。

在公共政策的制定上，地方文化產業的相關政策必須尊重地方文化傳統，成為推廣文化產業的觸媒，加強企業生存發展的潛力、協助聯繫各部門的參與以及溝通之間的歧見；公部門在這裡扮演相當重要的角色，必須對文化經濟體質與需求條件有全盤了解，以開放態度接受超越區域性傳統和既有社會藩籬的更新，而地方政府與中央政府因層級的不同在地方文化產業的政策方針上也各自扮演不同的角色（表 7）（于國華，2003）。

另一方面，臺灣的第三部門由於其參與式的公益本質，為現代公民社會的重要組織，因此第三部門參與地方文化產業發展的實例比比皆是，其在地方文化產業發展的功能與角色，經許世雨（2007）歸納應針對以下九點加強促進之：發揚公民意識與公民能力；文化與產業兼顧；發掘地方或區域的潛力與優勢；促進政府、第三部門與社區三贏的局面；提升第三部門的經營專業；產品之分類、升級、全球化；建構地方文化產業鏈；國際、地方交流與相關案例參考；跨部門、跨學科的研究。除政府與第三部門的努力外，尚需民間團體與在地產業或文化相關產業的支援，在公眾凝聚的共識基礎下，落實由下而上的發展方式，促進地區活化，展現獨特的地方特色並創造顯著的經濟效應。

表 7 促進城市與地方文化產業的政策方針架構

| | 都市發展政策 | 經濟發展政策 | 文化發展政策 |
|----------|--|---|---|
| 地方層級 | <ul style="list-style-type: none"> * 促進閒置建物的彈性使用 * 預留彈性空間以備都市革新使用 * 保護和發展高品質的公共空間 * 提升在地生活品質 * 在改造破敗市區成為較佳的住宅區之同時仍能避免社會階級暗示 | <ul style="list-style-type: none"> * 將文化產業列入地方經濟發展政策、方針與計畫 * 組織地方／區域性的文化產業群 * 催生在地文化產業的萌發 * 吸引國外文化產業前來投資 * 監督地方／地區性文化產業發展與成效 | <ul style="list-style-type: none"> * 支持在地文化機構、生活和事件（活動） * 吸引並留住文化工作者和該領域的名人 * 組織圓桌會議 * 形成當地文化和經濟參與者的合夥關係 * 移除文化和經濟間的藩籬 |
| 區域性、國家層級 | <ul style="list-style-type: none"> * 排除管理上的障礙 * 鼓勵實驗性的都市發 | <ul style="list-style-type: none"> * 鼓勵文化產業相關產品與服務的輸出 | <ul style="list-style-type: none"> * 創造合作網絡 * 鼓勵終生性創意教育 |

| | | | |
|--|--|--|---|
| | <p>展計畫</p> <p>* 喚起人們並轉換成最佳行動（徹底實踐）</p> | <p>* 排除管理上的障礙</p> <p>* 供應必須的風險資本予文化產業</p> <p>* 提供財務上的獎勵予新興的文化產業者</p> | <p>與訓練</p> <p>* 加強大學的人文藝術角色</p> <p>* 對於其他政策領域遊說文化的重要性</p> |
|--|--|--|---|

資料來源：于國華（2003）

參、文化創意產業發展課題

國外的文化創意產業政策大多是由獨立單位擬定與執行，如英國的文化、傳媒與運動部門、日本的文部省等；我國目前雖有「文化及觀光部組織調整案」，亦即規劃自民國 101 年起將目前尚未統一的文化事權整併成立文化部，作為推動文化創意產業的專責單位⁶。然目前文化創意產業相關計劃仍由跨部會小組推動，以地方文化產業相關的文建會執行計劃切入，文建會在文化創意產業的推動上，將子計畫規劃為三部份：「人才培育」－加強文化人力資源的培育以提升文化創意產業的國家競爭力、「環境整備」－規劃設置創意文化園區以提供人才進駐交流、「文化創意產業扶植」－提供文化界與投資者有關租稅、貸款融資及法律諮詢服務，並協助生產具有藝術文化特色的生活產品，建立行銷推廣機制，讓創意產品產生實際產值及經濟效益。

由上文中于國華（2003）所提之促進程式與地方文化產業的政策方針架構（表

⁶ 依據行政院組織改造說明，文化是國家的重要實力之一，「文化國力」成為衡量國家競爭力的重要指標，各國均積極於提升國家的「綜合國力」。又文化事務涵蓋範圍已從狹義的藝文推廣工作大幅拓展，以及文化國力之展現不僅要讓人民生活品質提升，更期藉由國際交流讓世界各國瞭解臺灣在地的文化與價值，尤其在我國外交處境艱困之現實局勢下，結合政府機關國際宣導交流等資源與能量，以文化突圍，創造臺灣新形象，進而發揮臺灣軟實力。因此，規劃將教育部所屬偏重文化屬性之博物館等機構，以及新聞局出版產業、廣播電視產業、電影產業、國際傳播及交流等業務移入文化部，發揮事權統一與資源整合綜效，以奠基更豐厚蘊實的文化量能與競爭力。此外，行政院組織法業於 99 年 2 月 3 日經總統令修正公布，其中第 3 條第 13 款已明定設文化部，現已由行政院文建會、教育部及行政院新聞局等機關，組成文化部組織調整規劃分組，依行政院訂頒之「行政院及所屬各機關組織調整作業原則」，檢討規劃職掌業務，將於近期研擬完成該部組織調整規劃報告（初稿），並預訂於 99 年 4 月間經由行政院組織改造推動小組審查後，據以研擬文化部組織法草案函請立法院審議。

7) 得知，文建會推動地方文化產業三個子計畫的雛形，在文化發展政策上強調人力資源與公眾參與的發展與實踐、在經濟發展政策中著重產業發展政策與經濟成效、在都市發展政策上則是傾向都市建設與再生；爰此，本研究將當前文化創意產業發展的課題大致區分為三個面向：文化人力資源、文化意象活動與文化產業經濟，此三個發展面向多散佈於各產業政策研究中，本研究嘗試整理歸納相關文獻，作為文化產業發展之考量。

一、文化人力資源

文化創意產業是一個高度知識密集的產業，有別於傳統代工生產將生產成本投注於自動化機器，文創產業的生產成本來自於創意的發想和知識的累積，因此必須高度依賴人力資源與素質。跨入知識經濟的時代，一項產業的智慧資本愈顯重要，即包含人力資本、組織（結構資本）、關係資本等三項無形資產，並藉由知識流動最大化來創造產業的利潤來源，其中人力資本位居樞紐，為知識經濟產業最重要的生產因素（周宜芳譯，2007）。

文化創意產業的人力資源開發，經本研究整理可分為培育和發展二方面來探討。在人才培育方面，人才培育政策在各個推動文創產業的部會組織皆有所見長，或負責經費補助、或制定政策，但藝術教育的人才培育目前仍未有完整而系統的規劃，吳國淳（2008）依專業知能、態度、及人格特質，將藝術專業人才的培育歸納為四個範疇：（一）地方文化資源規劃與管理的能力；（二）社會教育、藝術專業及地方文史工作知能；（三）對「接近人群並關懷大眾生活品質」的工作具強烈興趣；（四）創意與獨特風格的展現。此外，政府人才培育政策並非由地方團體所主導，而是由上而下的層級指導，實忽略居民參與的關鍵力量；因此文化人力資源的培育應善用地方資源，方能達到人力資源的永續性。在文化人力資源的發展方面，國內欠缺能協助創意獲利的經營管理人才，或扮演創意與生意之間橋樑的中介人才；文化創意產業的發展初期，許多創意與藝術工作者皆是一人分飾兩角的情形，既創作也談生意，但進入成熟階段，必須有具人文素養的產業工作者進入，才能在文化品牌的「產業化」階段，帶來起飛的助力（鄭秋霜，2007）。

在「文化資本」(Cultural Capital) 觀念愈來愈受重視的趨勢下，將文化結合創意成爲新型態的產業結構，人力資源的培育與開發勢必是我國文化創意產業的重要課題之一。在學校教育培育文化藝術人才之際，若以文化創意產業爲未來發展方向，創意工作者與文化產業經營管理並重，加強產學合作；另一方面，政府需致力於解決知識經濟時代的人力資源問題，例如知識取得、轉業問題等，以實施就業補助、職業訓練、勞動所得稅減免、學校教育的改造等方案（李誠，2001），有效處理當前的文化人力資源發展問題。

二、文化意象活動

韋伯辭典中將「意象」解釋爲：「一種在群體中普遍被接納的心智概念，以及對某些事物的基本態度和定位」⁷。關於都市意象最早在 1960 年 Lynch (1960) 指出其三項特性：(一) 凡一種實用的意象需有一物體，且具自我表明的特徵，而能予以分辨認識。(二) 意象一定要有一型態與其他物體相關連。(三) 物體不論在現實或情感上均要有意義，而此意義爲主體與客體間對應的關係，與場所或形式本身無關。范盛保 (2008) 將「文化意象」定義爲對某社群的意中之象。由此可見，一個城市的文化意象，是在依附內容的載體中顯現，而其內容是對人的情感上有影響力與意義的。

一個具有魅力的城市著重整體經營，因此政府開始了解到運用文化產業得以扭轉地方意象與地方經濟的潛力 (Stevenson, 2002)。探索一個族群或城市意象的方式可藉由親身體驗、地方事件、傳播媒體以及口耳相傳等方式 (蔣曉梅, 2001)；而「文化意象」的塑造之所以吸引人，是透過「述說」形式來加以表達，不管是以文字話語書寫或以視覺呈現來述說 (鄭印君, 2007)，皆是基於文化情境與脈絡中蘊含的豐富性與多樣性，透過創意與創新方式轉化成文化意象的輸出。就文化意象的行銷方面，一個城市在進行行銷活動時應有主軸，可以以建築、古蹟等靜態建物來表現，也可以以「活動、節慶」來展現，各縣市都可以藉由整體設計

⁷ 原文為：A mental conception held in common by member of a group and symbolic of basic attitude and orientation toward something.

找出城市本身特色 (劉大和, 2002)。

不論用哪一種形式展現城市的文化意象活動，文化意象都在現代的城市發展中扮演非常重要的角色，其規劃為協助地區作明確定位的核心要素 (Stevenson, 2002)。因此，文化意象的塑造可說是展現地區形象以行銷城市文化產業的成果。

三、文化產業經濟

文化經濟作為提昇地區魅力、創意傳遞與文化觀光的能力，在全世界已是不可或缺的地位，以文化為主的經濟政策甚已橫跨地區發展、觀光、就業等領域。文化產業是一種體驗經濟，Pine II & Gilmore 定義體驗經濟為農業、工業、服務業之外的第四種經濟產物，也就是企業在提供服務之餘，與消費者建立一種個人化、值得記憶的聯繫時，就是在展示一種體驗 (閻書孝, 2007)。換言之，文化經濟效果除了在財務收入和國家 GDP 的成長上，也在體驗者的心裡，人類經由消費行為獲得的滿足，不僅呈現在物品的價值和心理的滿足感，而是一種記憶和體驗。

當進入文化經濟的發展階段時，人們對於消費產品開始要求美感、創意、獨特性等要求，文化與經濟的結合受到政府、產業界、學界的矚目與觀察研究，可見藝術文化在當代經濟的影響力，可說是當代資本主義經濟發展的核心動力 (劉維公, 2008)。但許多社造工作者和文化界人士都認為文化經濟的發展應預防文化產業化與觀光結合後，文化過度消費的後遺症；文創產業的最終使命並非是從觀光客身上獲利，而是保存與活化文化的價值 (卓怡君, 2005)。許多地方政府以財務為發展文化創意產業的切入點雖屬無可厚非，但經濟效果若成為引導文化產業的唯一力量，那麼文化產業的初始立意必然消逝。爰此，要強化文化引導產業發展的力量，必須以提升一般民眾的「鑑賞力」、以提升文化消費的質與量為目的，對經濟面向輸出品味能力、對社會面向輸出集體認同、對生態面向輸出文化觀光，方能產出文化創意產業所需動能 (劉維公, 2010)。

即便文化與經濟仍然在各自的領域中論辯，甚至是一對立的領域，但文化對經濟的發展而言是一關鍵性的元素；然在現今世界各國發展文化創意產業政策中，透過文化的創意轉化與重塑所創造的經濟效果，甚而所創造的就業機會，文

化經濟的重要性昭然若揭。德國 Hessen 政府的文化經濟報告中即指出：投入文化經濟是有回收價值的；同時也提出文化經濟與既有經濟體系、官方政策之間的關係（圖 4）（閻書孝，2008），政府的文化政策應以支援企業為方針，既有產業則需結合創意發想與技術創新，將其成果回饋至文化經濟上。

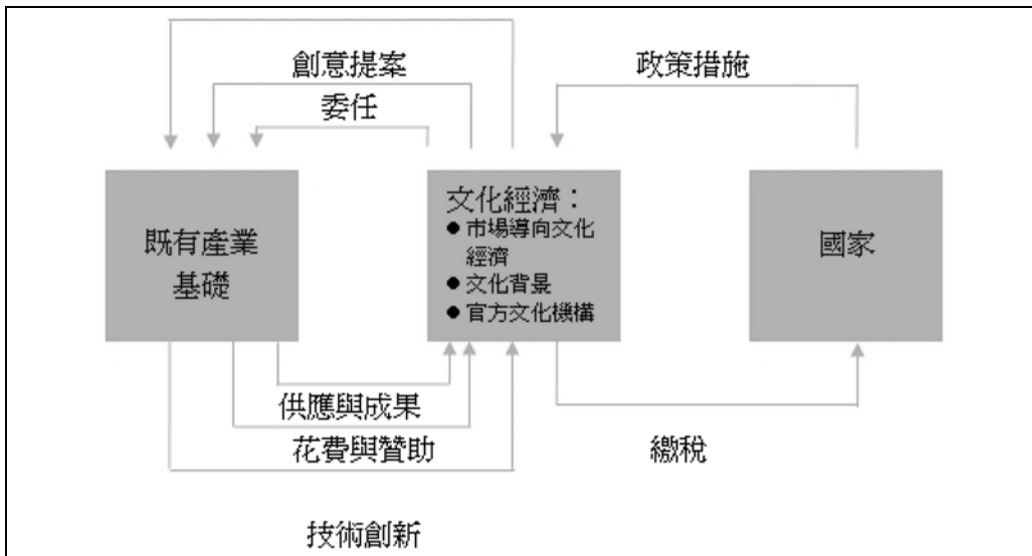


圖 4 文化經濟與既有經濟體系、官方政策的關係
資料來源：閻書孝（2008）

綜上所述，文化產業的發展課題歸納為三個層面的資本型態，皆是以文化的內涵為基礎，三者並重，在地方發展政策上扮演了核心的角色。林博文（2003）曾指出，一個地方要創造能夠留住世人目光的地方特色，通常會採取三種策略：（1）公共設施的強化：例如建築、古蹟、藝術、文化吸引力、商業中心等；（2）特殊事件：例如奧運的舉辦，或是特色節慶，吸引觀光客、媒體，以獨有而豐富的特色為城市創造可觀的財富；（3）人：除了以上二項之外，最容易讓人留下印象莫過於當地居民，一個治安不佳的城市會留下讓人負面的刻板印象。將此三項地區行銷策略用以延伸推廣至地方文化產業的發展，亦是地方發展的重點工作。

肆、臺南市文化創意產業概況

一、臺南市文化創意產業發展分析

(一) 臺南市文化創意產業統計

臺南市在文化觀光事業推展過程中，舉辦文化節慶內容可說相當豐富，古蹟經營收入也呈現倍數成長；文化觀光局規劃八大文化園區：安平港國家歷史風景區、臺江生態文化園區、赤崁文化園區、孔廟文化園區、五條港文化園區、民生綠園文化園區、鎮北坊文化園區、東安坊文化園區等，結合旅遊套裝行程，行銷臺南文化風貌。2003年，發行府城觀光護照，藉以吸引觀光人潮帶動商機；2003年迄2007年11月共計售出133,080本。2007年的公共造產收入達7500萬元，較2001年的3755餘萬元，成長幅度達99.73%，所推動的公共造產事業績效評比已連續七年蟬聯省轄市級第一名（臺南市政府，2007）。由經濟部所發行的文化創意產業年報較地方文化統計較有具體而系統性的方法，自2003年起每年出版之外，內容尚對各產業與縣市有明確的統計，本研究將臺南市的文化創意產業發展概況，整理如下頁圖表，冀以作一明確之比較。

另一方面，都市發展局實施「好望角專案計畫」、「府城拆牆計」、「府城入口意象改善計畫」、「海安路藝術造街」等都市意象改造，在重要道路的街角、機關、公園等公共空間進行空間改造，並實施多處公共場域、學校圍牆拆除，形塑優美、具穿透性視野的公共環境。這些城市空間改造的計畫，目的都在使臺南市擁有一個優質的居住空間，也可以提高臺南市對遊客的吸引力，增進文化觀光產業的發展（臺南市政府，2007）。

表 8 2002~2006 臺南市文化創意產業家數統計

| | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 |
|-----------|------|------|------|------|------|
| 視覺藝術產業 | 187 | 189 | 177 | 169 | 156 |
| 音樂與表演藝術產業 | 11 | 11 | 14 | 17 | 24 |
| 工藝產業 | 569 | 555 | 545 | 550 | 476 |
| 文化展演設施產業 | 4 | 4 | 7 | 6 | 8 |
| 電影產業 | 19 | 21 | 19 | 19 | 18 |
| 廣播電視產業 | 37 | 37 | 37 | 34 | 37 |
| 出版產業 | 72 | 77 | 83 | 80 | 83 |
| 建築設計產業 | 154 | 145 | 163 | 164 | 174 |
| 廣告產業 | 357 | 376 | 414 | 429 | 450 |
| 設計產業 | 61 | 81 | 101 | 103 | 109 |
| 設計品牌時尚產業 | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A |
| 數位休閒娛樂產業 | N/A | 451 | 419 | 427 | 403 |
| 創意生活產業 | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A |

資料來源：經濟部工業局（2004、2007）。本研究整理。

※N/A: Not Available

表 9 2002~2006 臺南市文化創意產業營收總額統計

單位：新台幣千元

| | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 視覺藝術產業 | 222,643 | 193,673 | 186,806 | 221,004 | 232,063 |
| 音樂與表演藝術產業 | 1,167,776 | 7,709 | 43,574 | 37,774 | 5,014 |
| 工藝產業 | 1,276,154 | 1,391,608 | 1,419,903 | 1,496,742 | 1,273,332 |
| 文化展演設施產業 | 1,614 | 1,602 | 7,246 | 13,424 | 4,912 |
| 電影產業 | 56,707 | 144,327 | 197,290 | 280,116 | 306,181 |
| 廣播電視產業 | 1,655,595 | 1,849,859 | 1,939,330 | 1,949,053 | 1,585,832 |
| 出版產業 | 847,313 | 1,306,227 | 1,169,721 | 896,638 | 794,659 |
| 建築設計產業 | 601,971 | 575,890 | 806,658 | 925,278 | 1,012,286 |
| 廣告產業 | 814,958 | 1,006,494 | 1,115,264 | 1,301,133 | 1,192,588 |
| 設計產業 | 170,702 | 252,467 | 339,230 | 328,521 | 322,861 |
| 設計品牌時尚產業 | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A |
| 數位休閒娛樂產業 | N/A | 697,519 | 693,630 | 728,294 | 698,986 |
| 創意生活產業 | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A |

資料來源：經濟部工業局（2004、2007）。本研究整理。

表 10 2002~2006 臺南市文化創意產業家數及營收總額統計

單位：家；千元新臺幣

| | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2002~2006 成長比率 |
|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------------------|
| 家 數 | 1,863 | 1,947 | 1,981 | 2,000 | 1,940 | 4.13% |
| 營 收 總 額 | 7,340,177 | 7,427,373 | 7,919,918 | 8,179,104 | 7,449,339 | 1.49% |
| 每家平均營收 | 3,940 | 3,815 | 3,998 | 4,090 | 3,840 | -2.6% |

資料來源：經濟部工業局（2004、2007）。本研究整理。

（二）臺南市文化創意產業在意象、人力與經濟三構面現況

1. 文化意象活動

一個城市的文化產業所呈現的文化意象活動可以展現出該城市的樣貌，文化意象活動規劃在地方發展中扮演了一個重要的角色，同時在發展形象再造策略過程中，也是協助地區作明確定位的核心要素（Stevenson, 2002），因此本研究從文化意象活動的藝術活動與辦探討臺灣地方文化產業發展的概況。

表 11 中，本研究針對 2002 到 2006 七縣市所舉辦的藝文展演活動方面所做的統計，臺北市所舉辦的活動個數與出席人次居冠，其次，2006 年臺南市的活動個數雖居第四，但出席人次（12,540 人次）僅次於臺北市（26,861 人次），可說明臺南市所舉辦之藝文展演活動相對其他縣市較有吸引力，具備民間參與之潛力；若能透過多元群體的協力合作，發展有效的行銷及公共參與網絡，當能推廣臺南市之文化產業。

表 11 2002~2006 年臺閩地區藝文展演活動個數與出席人次統計

| | 2002 | | 2003 | | 2004 | | 2005 | | 2006 | |
|-----|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| | 活動 個數 | 出席 人次 | 活動 個數 | 出席 人次 | 活動 個數 | 出席 人次 | 活動 個數 | 出席 人次 | 活動 個數 | 出席 人次 |
| 臺北市 | 4,013 | 24,122 | 3,598 | 12,279 | 4,329 | 12,522 | 5,591 | 20,412 | 5,697 | 26,861 |
| 高雄市 | 1,226 | 1,308 | 1,338 | 9,140 | 2,077 | 13,405 | 3,349 | 12,761 | 3,501 | 11,617 |
| 臺中市 | 1,375 | 1,900 | 1,259 | 12,170 | 1,262 | 18,328 | 2,798 | 10,366 | 3,620 | 11,249 |
| 臺南市 | 1,854 | 3,162 | 1,684 | 2,233 | 1,690 | 3,446 | 2,445 | 8,895 | 3,121 | 12,540 |
| 新竹市 | 1,216 | 1,900 | 1,642 | 1,009 | 1,827 | 1,092 | 2,423 | 2,229 | 2,736 | 3,277 |
| 嘉義市 | 721 | 814 | 548 | 689 | 665 | 1,203 | 862 | 1,076 | 877 | 1,113 |
| 基隆市 | 256 | 665 | 243 | 923 | 464 | 1,493 | 755 | 1,720 | 817 | 1,182 |

資料來源：行政院文化建設委員會（2008）。本研究整理。

2. 文化人力資源

文化創意產業是一項結合不同產業的發展模式，藉由政策的推動與民間創意能量發揮，進而對經濟轉型與民眾生活型態產生關鍵性的影響。而人才為創意能量的來源，配合產業發展，有效運用適當的人力資源，為提高文化創意產業發展空間的要素，因此，培育文化人力資源的力量更顯其重要性。根據行政院主計處的調查，自 2002 年起至 2006 年，臺灣整體文化創意產業的就業人數依序為 162436 人、167443 人、185758 人、195684 人、207785 人，2003 年起較前一年之成長幅度 3.08%、9.38%、5.34%、6.18%。由此統計可以了解，文化創意產業的就業人口在 2002 年 5 月，政府提出「挑戰 2008：國家發展重點計畫」之後，翌年文化創意產業的就業人口成長近有一成，此後兩年仍維持正成長。

一個城市大專及以上的就業人數佔總就業人數的比例愈高，可說其地方文化創意的人力資源愈充實，得以提升文化創意的素質。表 12 為 2002 年與 2006 年臺灣大專及其以上就業人口數與總就業人口數之比率，藉此觀察近年來促進文化產業創意素質提升的情形。臺北市就業者之高等教育程度（63.47%）與四年間的增減幅度（7.45%）皆為七縣市最高，臺南市則是排名第六（43.29%）與第五（5.84%），雖仍為逐年增長的趨勢，但其文化人力資源的培育仍稍嫌不足。人力資本的大量流動能夠加速文化交往、技

能和知識的傳遞以及新思想的產生 (許焯權, 2005); 在與其他縣市比較後, 臺南市就業者之高等教育程度與其增減幅度則顯相對薄弱。

表 12 2002 年與 2006 年就業者之高等教育程度結構

| | 2002 | 2006 | 增減幅度 |
|-----|-----------|------|-------|
| 臺北市 | 56.02% 63 | .47% | 7.45% |
| 高雄市 | 38.06% 44 | .14% | 6.08% |
| 臺中市 | 43.43% 50 | .50% | 7.07% |
| 臺南市 | 37.45% 43 | .29% | 5.84% |
| 新竹市 | 39.73% 45 | .92% | 6.19% |
| 嘉義市 | 45.63% 48 | .97% | 3.34% |
| 基隆市 | 29.88% 35 | .10% | 5.22% |

資料來源：行政院主計處 (2008)。本研究整理。

3. 文化產業經濟

文化產業所創造的價值不只在文化傳承, 附加的經濟效益與帶來的就業機會, 除了能夠打造一個新的城市意象之外, 往往也能夠造就科技之外的經濟成長; 此外, 發展文化產業所帶動的就業機會與產值的增加也極具發展的潛力 (楊開忠, 2006)。以下就表 13 中, 臺北市、高雄市以及臺灣五個省轄市 2002 與 2006 年的文化創意產業空間分布情形進行探討。

在營運家數方面, 2002 年臺北市、高雄市、臺中市、臺南市、新竹市、嘉義市、基隆市之文化創意產業家數分別為 13485 家、3554 家、3118 家、1863 家、739 家、615 家、588 家, 所佔全國總數之比例分別為 30.23%、7.97%、6.99%、4.18%、1.66%、1.38%、1.32%; 迄 2006 年, 該七縣市之文化創意產業家數分別為 14511 家、3657 家、3608 家、1940 家、874 家、780 家、640 家, 家數佔全國比例則為 28.04%、7.07%、6.97%、3.75%、1.69%、1.51%、1.24%。大致上, 臺北市的文化創意產業家數約佔全國三成, 臺南市的營運家數在七縣市中排名第四, 在省轄市中僅次於臺中市。其次, 在營收總額方面, 2002 年七縣市之文化創意產業營收總額依序為 276,290,803 (千元新臺幣)、20,099,656 (千元新臺幣)、17,203,527 (千元

新臺幣)、7,340,177 (千元新臺幣)、5,569,898 (千元新臺幣)、2,203,699 (千元新臺幣)、2,027,062 (千元新臺幣)，所佔全國文化創意產業營收總額之 63.50%、4.62%、3.95%、1.69%、1.28%、0.51%、0.47%；直到 2006 年，營收總額為 335,979,034 (千元新臺幣)、22,717,888 (千元新臺幣)、24,333,651 (千元新臺幣)、7,449,739 (千元新臺幣)、12,002,925 (千元新臺幣)、2,918,696 (千元新臺幣)、2,519,871 (千元新臺幣)，佔全國總額之比例分別為 59.25%、4.01%、4.29%、1.31%、2.12%、0.51%、0.44%。由此可觀察出，臺北市文化創意產業營收皆超過全國一半以上，各縣市營收皆為正成長，然僅臺南市成長幅度 (1.49%) 低於 10%，新竹市則是以倍數成長 (115.5%)；進一步觀之，新竹市的文化產業營運家數於四年間皆較臺南市少，然其營運總額於 2006 年成長超過臺南市之營收總額，此可了解臺南市的文化產業面臨開拓上的困境。

表 13 2002 年與 2006 年文化創意產業之空間分布情形

單位：家；千元新臺幣

| | 家數 | | | 營收總額 | | |
|-----|--------|--------|--------|-------------|-------------|---------|
| | 2002 | 2006 | 成長比率 | 2002 | 2006 | 成長比率 |
| 臺北市 | 13,485 | 14,511 | 7.61% | 276,290,803 | 335,979,034 | 21.60% |
| | 30.23% | 28.04% | -2.19% | 63.50% | 59.25% | -4.25% |
| 高雄市 | 3,554 | 3,657 | 2.90% | 20,099,656 | 22,717,888 | 13.03% |
| | 7.97% | 7.07% | -0.9% | 4.62% | 4.01% | -0.61% |
| 臺中市 | 3,118 | 3,608 | 15.72% | 17,203,527 | 24,333,651 | 41.45% |
| | 6.99% | 6.97% | -0.02% | 3.95% | 4.29% | 0.34% |
| 臺南市 | 1,863 | 1,940 | 4.13% | 7,340,177 | 7,449,739 | 1.49% |
| | 4.18% | 3.75% | -0.43% | 1.69% | 1.31% | -0.38% |
| 新竹市 | 739 | 874 | 18.27% | 5,569,898 | 12,002,925 | 115.50% |
| | 1.66% | 1.69% | 0.03% | 1.28% | 2.12% | 0.84% |
| 嘉義市 | 615 | 780 | 26.83% | 2,203,699 | 2,918,696 | 32.45% |
| | 1.38% | 1.51% | -0.13% | 0.51% | 0.51% | 0% |
| 基隆市 | 588 | 640 | 8.84% | 2,027,062 | 2,519,871 | 24.31% |
| | 1.32% | 1.24% | -0.08% | 0.47% | 0.44% | -0.03% |
| 全國 | 44,615 | 51,752 | 16% | 435,127,808 | 567,028,232 | 30.31% |

資料來源：經濟部工業局 (2003, 2007)。本研究整理。

伍、討論與建議

一、臺南市文化創意產業現況討論

在臺南市政府將文化產業列為市政發展方向後，臺南市規劃出八大文化園區，由此展現每個區域的特色和主題，促進文化與觀光產業發展。再觀之臺南市政府於 2004 年將文化局改為文化觀光處之舉，以及近年來臺南市政府文化觀光處籌劃發行「府城觀光護照」、徵選「府城十大伴手禮」等文化行銷活動的推展。綜上，臺南市的地方發展已界定以觀光與經濟融合之文化創意產業發展為導向，將現有的文化資源加以行銷規劃，希冀帶來人潮與經濟繁榮。此亦可視為一種由觀光帶動文化消費的地區文化行銷政策走向。然在此政策行銷過程之中，仍有需進行檢視之處，經由本研究分析，乃將相關發現論述如下。

(一) 中央與地方文化發展政策的落差

由中央的文化政策來看，「文化創意產業推動計畫」中創意園區的設置與「新故鄉社區總體營造計畫」中地方文化館的辦理，主管單位皆為中央單位文建會，在二者與地方市政的發展方向不盡相同。臺南市整體文創產業發展計畫缺乏通盤規劃與互動商討，乍看之下是一嚴密的產業推動網絡，實際則是將地方文化產業屏除在中央推展的文化創意產業之外，地方多為配合者之角色，如此一來便與「由下而上」的目標背道而馳；再者，文創產業依產業別有不同的主管機關，不同政策間或有業務重疊的情形，中央也必須花費時間成本在不同單位間協調溝通。基此可見，文化創意產業的政策如多頭馬車，中央、地方、民間三者呈現彼此拉距的情勢，此不僅將弱化地方發展的效能，公共政策的執行成效也未能彰顯。

(二) 地方文化行銷構面未能兼顧

經由文獻探究發現，文化產業的發展課題可歸納為三種構面的資本型態；再觀之文建會推動地方文化產業三個子計畫的雛形，在文化發展政策上強調人力資源與公眾參與的發展與實踐、在經濟發展政策中著重產業發展政策與經濟成效、在都市發展政策上則是傾向都市建設與再生。由此可見，地方文化產業發展乃以文化內涵為基礎，在文化產業發展三構面並重的前提上，成為地方文化發展與地

區文化行銷政策的核心角色。然在中央與地方文化政策的分歧之下，臺南市的地方文化產業統計僅有少部分（文化中心所舉辦的藝文活動、政府主辦之節慶活動）呈現於臺南市政府文化觀光處的施政成果中，對於整個地方文化產業發展情形、都市建設與再生規劃，以至人力資源現況等，較少見具系統性的整理與統計資料匯整編列。基此，在地文化產業發展僅著重在於建設與節慶活動上，缺乏系統化資訊的匯整，文化產業的整體發展乃將缺乏完整而明確的策略資訊基礎，導致地方文化行銷的三構面資本型態發展有所失衡。

（三）臺南市的文創產業的實質成長問題

從文創產業 2002 至 2006 的發展觀之，臺南市的文創產業一直未有實質的成長，平均每家數產值與較相近的高雄市與臺中市，皆少於一半以上；除社會環境和人口結構的差異外，臺南市交通設施未如高雄與臺中市的完善，亦未能以本地特色創造文化與觀光價值，例如運河整治工程以及創意文化園區的延宕。進言之，文化產業的發展在策略上應強調資源的整合與地方發展計畫的結合，將文化產業落實在地方上，為居民帶來地方意識認同感的建立、地方意象的確立，甚至是地區的吸引力所帶來的衍生性消費經濟（廖淑容等，2000）；因此，產業成長有限的現況，應回到政策面與制度面來探討，目前的政策是否符合民眾需求，將政策制定過程納入廣大民意與不同部門的建議，使其更臻完善。

二、臺南市文化創意產業發展之問題因應

（一）文化政策目標的釐清與調整

依劉新圓（2004）所論，文化政策方向乃受文化性和政治性因素影響。由此，政策制定者應改變文化政策的目標，才足以符合大眾的需求；政治性因素方面，則應督促政府部門打破傳統官僚僵局，以企業化的成果與績效導向來服務民眾，擬定明確目標來改善政府效能，此才足達成提升文化附加價值的地方文化發展目標。

(二) 創造地方文化產業的差異性

政策規劃者應創造地方文化產業的差異性。臺南市每年依當地的傳統民俗與古蹟文物固定舉辦府城行春、媽祖文化節、鄭成功文化節、端午扒龍洲、七夕十六歲藝術節、孔廟文化節等特色節慶，擁有八個地方文化館，可見得臺南市的文化創意產業多以在地的文化資源為基礎，是以文化觀光為目標發展的城市。2006年起，臺南市立文化中心更將每年十月舉辦之原「館慶藝術季」與臺南人劇團舉辦之「府城戲劇節」結合轉變為「府城藝術節」，2008年在市立文化中心、臺南人戲工場、臺南大學藝術學院、誠品書局藝文空間、成功大學藝文中心、以及國立臺灣文學館等地舉辦各種形式結合文化創意的慶典，結合了臺南市的文化人力資源與空間資源，為文化、創意與藝術的總和。整體而言，臺南市的文化創意產業蘊含的多樣性極其豐富，然而，由於國內舉辦文化藝術節慶的縣市眾多，節慶內容節目應以當地特色或活動為主，避免同質性過高的問題。

(三) 地方發展應考量地方文化產業之成長與規劃

應將完整的文化創意產業納入地方發展政策之中。近年有關地方發展的研究多以提升城市競爭力為研究焦點，臺南市以文化創意產業帶動文化觀光在國內算是較具規模的縣市，已然呈現地方特色與觀光產業的雛形，然社會各界對臺南市文化產業發展仍未有明確的共識，例如非營利組織多主張加強人力資源培育，政府部門則是將焦點置於建設與意象活動的舉辦，而一般產業則多以經濟的成長為目標。實際上，臺南市發展文化創意產業的整體、具體目標與進程仍未見諸於地方政策中，此為尚待突破與改善之處；再者，若能對民間文化產業的營運情形擬訂一套有效、系統性的統計方法，定期作一地方性的文化統計，除了紀錄地方文化產業的發展外，也能對產業情況作一初步衡量，俾利於文化產業的發展。

三、後續研究課題建議

(一) 公眾參與對地區文化創意產業政策之必要性

在全球化和民主化的潮流下，由於地方文化產業的特性具備地方性與文化性，因此地方發展更有賴於公眾參與歸納出一套適合當地環境與居民的發展模

式，在地方的發展上以在地的居民與利益團體所凝聚的共識為基礎進行相關政策的制定，使各地方建立屬於自己的文化特色。由在地居民與利益團體所凝聚的共識乃經由互動分享與價值的思辯而產生，在過程中各社群形成一個網絡，在此商議平台上不僅能降低各界的歧見，在以民主的方式與面對面的對話下，參與者也會對公共事務產生責任感，提升公民對社會的回應性。

由於公眾參與的過程包含「治理」(governance)的概念，公共政策不只是由政府制定，政府主要的責任在於社會與政治的互動，以制定更多解決問題的政策；而所有的政策必然是政府與其他部門互動之後的結果，由包含民間企業、非政府組織在內的民間社會各種力量共同的投入和參與，和政府部門形塑新的治理格局(鍾京佑，2003)。因此，在地方文化創意產業政策與城市文化定位上，地方政府與民間團體若得建立一實質的公眾參與商討機制，由市民、在地的民間團體、政府、社區大學與大專院校等共同商議，擬定地方文化事務變革或改善的目標與做法，各不同群體將更得適切籌劃或監督已達成協議的都市文化創新策略，此種地區文化創意產業政策的公眾參與行動，也將有助於提升公民對社會的回應性。

(二) 導引多元群體參與地方文化發展與行銷

現代多元社會下，因存在多元價值觀，當由社會各界群體共同參與公共事務的決策時，需考量到個體協調與群體認知，透過「公共儀式」(public rituals)場合中的溝通，形塑出共通的認知，對多元社會的群體認知衝突予以有效化解(馬群傑等，2006)。另一方面，相關的規劃行動難免因牽涉到利益與認知的衝突而引發各種因資訊落差產生的問題，直接或間接地導致民眾對地方發展認知不足與認知不清的問題，因此透過公眾參與的形式充分瞭解民意需求與認知差異應是地方發展的重點工作。

針對地方文化創意產業的發展，臺南市政府若能進行地方文化發展事務之「內部行銷」，藉由在地居民實質參與地方文化事務，確切了解地方多元群體的認知需求。換言之，透過舉辦地方公聽會、公共論壇、圓桌會議等地方公眾參與的典型形式，地方民眾將更能完整分享與討論地方發展的政策資訊與產業發展方向。令方面，若能藉由集體決策的舉辦，促使來自多元群體的參與者有更多機會了解其它

群體的思維與立場，進而進行理性的商議，此不僅有助於公眾參與的落實，對城市文化遠景、文化發展方向、文化決策形成、乃至於文化行銷政策成果取得，都將有所裨益。此除足落實企業型政府所要求的效能、顧客導向與問題導向的治理理念，且經由公私部門間的夥伴關係緊密聯繫，將更能促進地區行銷策略的完整性，整合發展共識以規劃長程與短程目標，達到地方文化發展與行銷的目的(Stubbs et al., 2002)。

徵引文獻

一、中文部分

- 于國華（2003）。〈文化「創意」產業－十年來臺灣文化政策中的「產業」發展〉。
《典藏今藝術》，第 128 期，頁 46-49。
- 文建會（2008）。政府資訊公開。2008/12/7/，取自：
<http://www.cca.gov.tw/public.do?method=find&id=82>。
- 行政院文化建設委員會（2008）。《推動文化創意產業之系統規劃研究報告》。行政院文化建設委員會編印。
- 行政院研究發展考核委員會（2010）。行政院籌設「文化部」之辦理情形。2010/10/1/，
取自：<http://www.rdec.gov.tw/ct.asp?xItem=4485858&ctNode=14598&mp=14>。
- 吳思華（2004a）。〈文化創意的產業化思維（上）〉。《典藏今藝術》，第 136 期，頁
114-117。
- 吳思華（2004b）。〈文化創意的產業化思維（下）〉。《典藏今藝術》，第 137 期，頁
134-137。
- 吳國淳（2008）。〈運用地區文化資源培育社會藝術教育人才之策略初探〉。《兩岸
四地視覺藝術教育研討會論文集》。中國：香港美術教育協會。
- 李誠（2001）。〈知識經濟時代的人力資源政策〉。《知識經濟與政府施政研討會論
文集》。臺北：財團法人國家政策研究基金會。
- 汪明生（1998）。〈政府與地區企業性轉型與發展下的公共事務管理教育〉。《中國
行政評論》，第 7 卷，第 4 期，頁 55-76。
- 汪明生、馬群傑（2007）。《地區行銷理論與實證－公共事務管理觀點》。臺北市：
巨流。
- 卓怡君（2005）。〈文化、經濟如何共榮？〉。《書香遠傳》，第 22 期，頁 50-51。
- 周宜芳譯（2007）。Dominique Foray 著。《知識經濟學（L' econom ie de la
connaissance）》。臺北：天下文化。
- 周金玉（2007）。〈都市觀光與地方文化產業的連結〉。《萬芳學報》，第 3 期，頁 23-35。
- 林博文（2003）。〈地區行銷與智慧資本－「宜蘭經驗」的省思〉。《行政管理學報》，

第 4 期，頁 57-74。

范盛保 (2008)。〈愛爾蘭的文化意象與主體意識－兼論愛爾蘭文化·產業〉。《瞭解當代愛爾蘭民主政治學術研討會論文集》。臺北市：外交領事人員講習所國際會議廳。

孫瑞穗 (2008)。《體驗經濟時代》。臺北：經濟新潮社。

財團法人國家文化藝術基金會 (2002)。《文化創意產業概況分析調查》。臺北市：行政院經濟建設委員會。

財團法人國家文化藝術基金會 (2004)。《文化創意產業實務全書》。臺北市：商周。

馬群傑 (2005)。《多元社會下地方公眾發展認知與共識策略之研究－以高雄都市行銷為例》。國立中山大學公共事務管理研究所博士論文。

馬群傑、陳建寧、汪明生 (2007)。〈多元社會下公眾參與地方發展之決策研議：互動管理的實證分析〉。《政治科學論叢》，第 31 期，頁 39-86。

許世雨 (2007)。〈臺灣第三部門推動地方文化產業現況之分析〉。《亞洲研究》，第 55 期，頁 170-190。

許焯權 (2005)。〈香港文化創意產業及創意社群研究〉。《2005 年藝術與文化學術研討會論文集》，國立臺灣藝術教育館、國立中山大學藝術管理研究所主辦。高雄：中山大學。

陳其南 (1998)。〈最有魅力的資產－陳其南教授談地方文化的建立〉。《師友》，第 367 期，頁 4-8。

陳逸杰、韓文仁、周邵寰(2006)。〈文化產業推動機制之探討〉。《立德學報》，第 4 卷，第 1 期，頁 4-21。

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

楊敏芝 (2003)。〈文化產業理論思潮初探與發展省思〉。《環境與藝術學刊》，第 1 期，頁 29-49。

經濟部工業局(2003)。《2002 台灣文化創意產業發展年報》。經濟部工業局編印。

經濟部工業局(2007)。《2006 台灣文化創意產業發展年報》。經濟部工業局編印。

- 臺南市政府（2005）。《臺南市地方永續發展策略推動計畫》。臺南市政府編印。
- 臺南市政府（2005）。《臺南市府城都市憲章》。臺南市政府編印。
- 臺南市政府主計處（2006）。《臺南市重要施政指標》。臺南市政府主計處編印。
- 臺南市政府都市發展局（2006）。《臺南市都市發展年報》。臺南市政府都市發展局編印。
- 劉大和（2002）。〈臺灣發展文化創意產業的思考〉，《知識臺灣電子報》，臺北：臺灣經濟研究院。
- 劉坤億（2003）。〈地方治理與地方政府角色職能的轉變〉。《空大行政學報》，第13期，頁233-268。
- 劉新圓（2004）。文化產業政策的形成。2010/10/1/，取自：
<http://old.npf.org.tw/PUBLICATION/EC/093/EC-R-093-009.htm>
- 劉維公（2008）。文化經濟時代的藝術文化基金會角色。2008/9/11/，取自：
<http://www.enpo.org.tw/nyc/1/archives/2008/2079.html>。
- 劉維公（2010）。創意臺灣的前瞻規劃與對策研究。2010/10/1/，取自：
<http://www.cepd.gov.tw/m1.aspx?sNo=0001083>。
- 蔣玉嬋（2004）。〈地方文化產業營造與社區發展〉。《社會發展季刊》，第107期，頁241-252。
- 蔣曉梅（2001）。《都市意象研究－以臺南市為例》。國立成功大學建築研究所博士論文。
- 鄭印君（2007）。〈動畫與跨文化神話意象中的文化創意－以聖鬥士星矢為例〉。《文化創意通識學程電子報》，桃園：清雲科技大學通識教育中心。
- 鄭秋霜（2007）。《好創意，更要好管理》。臺北市：三采。
- 閻書孝（2007）。論三種產消磨式的比較－MW、美學體驗經濟與長尾效應（一）。2008/9/10/，取自：<http://botschaftkkw.pixnet.net/blog/post/3843935>。
- 閻書孝（2008）。Hessen 文化經濟－第一份 Hessen 文化經濟報告。2008/9/11/，取自：<http://botschaftkkw.pixnet.net/blog/post/3843935>。
- 鍾京佑（2003）。〈全球治理與公民社會：臺灣非政府組織參與國際社會的觀點〉。

《政治科學論叢》，第 18 期，頁 23-52。

藍世明 (2004)。《從體驗行銷觀點探討連鎖雜誌咖啡館之消費情境因素研究—以臺中市為例》。朝陽科技大學企業管理系研究所碩士論文。

二、英文部分

- Abbott, L. (1995). "Quality and Competition," New York: Columbia University.
- Adorno, T. and Horkheimer, M. (1997). "The culture industry: Enlightenment as mass deception." In P. Du Gay (Ed.) *Production of culture/Cultures of production* (pp. 105-111). London: Sage Publications. (Reprinted from *Dialectic of enlightenment*, 1947, London: Verso).
- Ashworth, G. J. and Voogd, H. (1993). "Marketing and Place Promotion" in R. Gold and Stephen V. Ward (ed.) *Place Promotion*.
- British Columbia Ministry of Municipal Affairs. (1999). "Public Private Partnership: A Guild for Local Government". Retrieved date: 2010/10/19, from www.marh.gov.bc.ca/LGPOL.
- Fretter, D. A. (1993). "Place Marketing: A Local Authority Perspective." in Gerry Kerns and Chris Philo(ed.). Oxford : Pergamon.
- Gotham, K. F. (2002). "Marketing Mardi Gras: Commodification." *Spectacle and Political Economy of Tourism in New Orleans, Urban Studies*, pp.39.
- Holcomb, B. (1993). "Revisioning Place: De- and Re-constructing the Image of the Industrial City" in Kerns Gerry & Chris Philo(eds), *Selling Places :the City as Cultural Capital, Past and Present*. Oxford: Pergamon Press. pp.133-143.
- Kluckhohn, C. & Kelly, W. (1945). "The Concept of Culture." In R.
- Kotler, P., Haider, D. H. and Rein, I. (1993) . "Marketing Places. Attracting investment, industry and tourism to cities, states, and Nations." New York: Maxwell Macmillan Inc.
- Kotler, P., Haider, D. H. and Rein, I. (1999). "Marketing Places Europe," *Financial*

Times Prentice Hall.

Lynch, K. (1960). "The Image of the City." Cambridge, M.I.T., Press.

Pine II, B. J. and Gilmore, J. H. (1999). "The experience economy: work is theatre & every business a stage." Boston: Harvard Business School Press.

Rainisto, S. K. (2003). "Success factors of place marketing: A study of place marketing practices in northern Europe and the United States." Doctoral dissertation, Helsinki University of Technology.

Schmitt, B. (1999). "Experiential Marketing: A New Framework for Design and Communications." *Design Management Journal*, Vol.10, No.2, pp.10-16.

Schudson, M. (1984). "Advertising, the uneasy persuasion: Its dubious impact on American society." New York: Basic Books.

Stevenson, D. (2002). "The Potential of Cultural Industries." The Cultural Industries and Practices Centre(CIPS), University of Newcastle.

Stubbs, B., Warnaby, G. and Medway, D. (2002). "Marketing at the Public-Private Sector Interface." *Town Centre Management Schemes in the South of England*. Elsevier Science, 19(5), pp.317-326.

The Department for Culture, Media and Sport. (2008). Department for Culture, Media and Sport Annual Report 2008. Retrieved date: 2008/10/19, from <http://www.culture.gov.uk/>

Tylor, E. B. (1871). "Primitive Culture." London: Murray.

UNESCO. (2000). What do we understand by Culture industries? In "Culture trade and globalisation". Retrieved date: 2009/10/9, from <http://www.unesco.org/culture/industries/trade/index.shtml>

Watt, G. (1999). "Playing Games with Sydney: Marketing Sydney for the 2000 Olympics." *Urban Studies*, 36(7), pp.1055-1077.

Ward, S. V. (1998). "Selling Places: The Marketing and Promotion of Towns and Cities." London: E & FN Spon.

Local Cultural Creative Industries and Cultural Marketing: the Case of Tainan City

*Ma, Chun-Chieh** *Chen, Ting-hui***

Abstract

While cultural industries have become the newest industries of many countries in recent years, Taiwan started to focus on the plan of this latest trend in 1997. In order to make a specific declaration of cultural industries, the government of Taiwan announced the program “Challenges in 2008”, which included what cultural and creative industries are and how to make them operational in six years. Enhancing the soft power of Taiwan’s local, unique and creative resources are the basis of creating cultural goods. Since Tainan is the oldest city in Taiwan, it possesses several historical assets and traditional sites, thus making the potential for cultural industries stronger there. The purpose of this study is to discover the cultural-human resources, cultural-image activities and the cultural economy in Tainan, since these are the essential factors underpinning the capability of cultural and creative industries to take on future challenges. Through understanding the policies and local history characterizing Tainan, we can realize better the situations and problems Tainan’s cultural industries would experience and what actions to take in response to them.

Keyword : Cultural Creative Industries, Place Cultural Marketing, cultural human resource, cultural image activity, cultural economy

* Associate Professor, Dept. of Administrative Management, NUTN
Postdoctoral Fellow, School of Government, Peking University.

** Master, Dept. of Administrative Management, NUTN

馬群傑、陳亭卉：地方文化創意產業與地區文化行銷－以臺南市為例

收稿日期：99.12.16

接受日期：99.12.28

國立臺灣海洋大學《海洋文化學刊》稿約

- 一、本學刊刊登與「海洋文化」有關，並未曾在國內外出版之專題論文、研究討論以及相關論述。
- 二、本學刊為半年刊，全年徵稿，歡迎海內外學者賜稿。全文（含本文、圖表、註釋、徵引文獻）以 2 萬字為原則。
- 三、來稿將由本刊編輯委員會送請至少二位專家學者審查，審查採雙匿名方式。編輯委員會並依審查意見議決是否採用刊登。接受刊登之著作，作者須自負第一校稿之責。
- 四、來稿務請按照本刊〈論文撰寫體例〉寫作。論文一經採用，若格式不符，本刊有權刪改。未獲刊登之著作，本刊將儘快通知作者，但恕不退稿。
- 五、論文涉及版權之部份，作者須自行負責，本刊不負法律責任。
- 六、文稿中圖片以黑白印刷為原則，若需彩色印刷，圖幅印刷費由作者負擔。
- 七、業經本刊刊登之論文，非經本刊同意，不得翻譯、翻印或轉載。
- 八、著作人投稿於本刊物，經本刊物收錄後，著作人需簽署「著作授權同意書」，同意授權本刊物得再授權國家圖書館『遠距圖書服務系統』或其他本刊物授權之資料庫業者，進行重製、透過網路提供服務及授權用戶下載、列印等行為，並得酌作格式之修改。
- 九、本刊不付稿酬。來稿如獲刊登，將贈送作者當期學刊二本，抽印本二十本。
- 十、來稿請用真實姓名，並附服務單位、職稱、通訊地址、電話、傳真、以及 E-mail 電子郵件信箱地址。
- 十一、來稿請利用下列通訊方式，以電子檔及書面稿寄交本刊編輯委員會：

電子檔請寄至：**culture@mail.ntou.edu.tw**

書面稿（信封註明「海洋文化學刊文稿」）請寄至：

20224 基隆市北寧路 2 號 國立臺灣海洋大學 海洋文化研究所

「海洋文化學刊」編輯委員會 收

《海洋文化學刊》論文撰寫體例

壹 稿件之版面規格依序爲：

中文篇名、中文姓名、中文摘要、中文關鍵詞、本文、徵引文獻
英文篇名、英文姓名及職稱服務單位、英文摘要、英文關鍵詞

貳 論文篇名與作者姓名之說明：

來稿請於「中文姓名」之名右上角加註「*」號，並於當頁之下，說明作者服務單位及職稱。如須說明論文之補助或宣讀情形，則先於「中文篇名」之右上角加註「*」，亦於當頁之下說明。此時「中文姓名」右上角，則應註爲「**」的記號。如論文作者不止一人，則以「**¹」「**²」...註記。

參 論文撰稿格式

- 一、每篇論文均須包含前言、結論，無論長短，視爲一節。各章節請自擬小標題。各章節下使用符號請依一、(一)、1、(1)等序表示。
- 二、書刊名、篇名之符號：中文書名、期刊名、報紙、劇本、學位論文爲《》；論文篇名、詩篇爲〈〉。單指一書中某篇文章時，兩者並用，如《史記》〈項羽本紀〉。
- 三、獨立引文，每行低三格。
- 四、文稿內引用文字之註釋請勿放於行文中，應詳列出處於註文內。注釋之體例，請依下列格式：

1、引用專書

王夢鷗，《禮記校證》(臺北：藝文印書館，1976)，頁 102。

[美國]孔恩(Thomas Kuhn)著，王道還編譯，《科學革命的結構》(臺北：遠流出版事業公司，1989 增訂版)，頁 10。

2、引用論文

王叔岷，〈論校詩之難〉，《臺大中文學報》，第3期(1979.12)，頁1-5。

余英時，〈清代思想史的一個新解釋〉，《歷史與思想》(臺北：聯經出版事業公司，1976)，頁121-156。

3、引用古籍

[宋]司馬光撰，《資治通鑑》(南宋鄂州覆北宋刊龍爪本)，卷2，頁2上。

[明]郝敬撰，《尚書辨解》(臺北：藝文印書館，1969《百部叢書集成》影印《湖北叢書》本)，卷3，頁2上。

4、引用報紙

丁邦郭，〈國內漢學研究的方向和問題〉，《中國時報》，2002.3.24，第11版。

5、再次徵引

(1) 引用之同本書只需在第一次出現時寫明出處，以後則可省略。如：

¹ 王叔岷，〈論校詩之難〉，《臺大中文學報》第3期(1979.12)，頁1。

² 同前註。

³ 同前註，頁3。

(2) 如果再次徵引的註不接續，可用下列方式表示：

⁸ 王叔岷，〈論校詩之難〉，頁5。

6、引用外文文獻，書名採用斜體；篇名則採用“”。

(1) Lewis Mayo, "The Order of Birds in Guiyi Jun Dunhuang," *East Asian History*, 20 (2000.12), pp. 45-48.

(2) Jaroslav Prusek, *The Lyrical and the Epic: Studies of Modern Chinese Literature* (Bloomington: Indiana University Press, 1980), pp. 109-110.

(3) Tsi-an Hsia, "Aspects of the Power of Darkness in Lu Hsun," in Hsia, *The Gate of Darkness: Studies on the Leftist Literary Movement in China* (Seattle: University of Washington Press, 1968), pp. 146-162.

五、註碼請以全篇作一計算單位，使用同一順序，放在註句或段落標點之右上角。

六、文內數字以採用阿拉伯數字為原則，如：年、月、日，及部、冊、卷、期數等等。

七、文末請附「徵引文獻」，分為「傳統文獻」和「近人論著」為原則，皆以作者姓氏筆劃或英文字母排序，其格式例示如下：

1、傳統文獻：

[漢]司馬遷，《史記》，北京：中華書局，1969。

[三國·吳]韋昭注，上海師範學院古籍整理組校點，《國語》，上海：上海古籍出版社，1978。

[宋]楊傑，《無爲集》，《景印文淵閣四庫全書》，臺北：臺灣商務印書館，1983。

2、近人論著：

王 力，《漢語詩律學》，香港：中華書局，1976。

陳 捷、陳清泉譯，〈元朝怯薛考〉，收於箭內互著，陳捷、陳清泉譯，《元朝怯薛及斡耳朵考》，臺北：臺灣商務印書館，1963。

王叔岷，〈論校詩之難〉，《臺大中文學報》第3期(臺北：1979)，頁1-5。

Hanan, Patrick, "The Missionary Novels of Nineteenth-Century China," *Harvard Journal of Asiatic Studies*, 60:2 (2000), pp.413-443.

Hymes, Robert P., and Conrad Shirokauer. *Ordering the World: Approaches to State and Society in Sung Dynasty China*. Berkeley : University of California Press, 1993.

Jia, Jinhua, "The Hongzhou School of Chan Buddhism and the Tang Literati," Ph.D. diss., University of Colorado at Boulder, 1999.

Wang, John C.Y., "Early Chinese Narrative: The Tso-chuan as Example," in Andrew H. Plaks, ed., *Chinese Narrative: Critical and Theoretical Essays*, Princeton: Princeton University Press, 1977.

肆 教育與社會科學論文撰稿格式：按 APA 格式

Oceanic Culture Journal

NO.9

December. 2010

Contents

【Articles】

| | | |
|------------------------|--|----|
| <i>Pien, Feng-Kwei</i> | Taiwanese Immigrants to Yaeyama during the Japanese colonial period | 1 |
| <i>Pan, Chao-Yang</i> | The Cultural Geography of the Sacred King-Developer of Zhangzhou | 29 |
| <i>Guo, Da-Xuan</i> | Cultureal Thinking in Ocean Education: A Viewpoint from Human Geography | 51 |
| <i>Ma, Chun-Chieh</i> | Local Cultural Creative Industries and | 69 |
| <i>Chen, Ting-hui</i> | Cultural Marketing: the Case of Tainan City | |

Oceanic Culture Journal

*N*o.9
December. 2010

Editorial Board

Editor-in Chief *Lin, Ku-Jung*

Editorial Board *An, Chia-Fang* *Wu, Chih-Hsiung*
Wang, Kuan-Hsiung *Tang, Shi-Yeoung*

English Editor *Cassim*

Assistant Editor *Chang, Hsin-Ni*

Calligrapher *Tong, Yang-Tze*

Distributor *President Kuo-Tien Lee*

Publisher *Institute of Oceanic Culture, National Taiwan Ocean University*

Address *2 Pei Ning Road, Keelung 20224 Taiwan*
Republic of China

Phone *886-2-2462-2192#2010*

Fax *886-2-2463-4695*

Website *<http://ntouioc.ntou.edu.tw/>*

Article titles and full papers appear at

<http://ntouioc.ntou.edu.tw/>

Other physical medium editions NO

Journal first issued on December 2005 (bi-annually since 2008)

E-mail *culture@mail.ntou.edu.tw*

GPN *2009404176*

ISSN *1994-8123*

Subscriptims *Wunan BookStore*
350NT

All rights reserved; no part of this publication may be reproduced, or transmitted in any form or by any means, or without either the permission of the publishers, or the authors.

