

文化產業與地域活化模式研究— 以陶瓷文化和鶯歌鎮產業為例

柯秋華* 黃庭鍾**

摘要

文化產業發展與地域活化模式的結合，進一步發展地方獨特文化資源，使文化與經濟產生互動效益，並進行不斷創新與學習，期以達到文化本身經濟衍生的效果。本研究以鶯歌鎮陶瓷產業為研究對象，採用質性訪談探討廠商在演化過程中，是否扮演行動者角色帶動產業經濟發展。在知識經濟快速發展之下，藉由歷史的支援並運用政策性角度思考，佐以文獻分析方式和觀察法如何改善產業發展，再以PETRE六力分析方式作為現今經濟與制度的分析基礎。研究結果發現地方與政策未能產生互信關係，且地方官員對於陶瓷產業的認同度不足，無法廣為建立起文化產業與地域活化的經濟效益。其次，則是業者行銷理念無法自我提升到國際產業地位，未來將可針對此兩點進行改善，也希望藉由此研究結果給予相關單位作為地方文化產業永續經營參考。

關鍵詞：地方文化、陶瓷文化、陶瓷產業



* 經國管理暨健康學院健康產業管理研究所學生

** 經國管理暨健康學院健康產業管理研究所助理教授 / 通訊作者

Cultural Industry and Region Activation Pattern Research - Take Ceramic Culture and Yingge Town Industry As Example

Chiu-Hua Ko

Ching Kuo Industry of Management & Health
Graduate Student Dept. of Health Industry Management

Ting-Chung Huang

Ching Kuo Industry of Management & Health
Assistant Professor Dept. of Health Industry Management

Abstract

The culture industrial development and the region activation pattern's union, further develops the place unique culture resources, causes the culture and the economy has the interactive benefit, and carries on innovates unceasingly and studies, the time achieves the effect which the culture itself economy grows. This research take the Yingge Town ceramics industry as the object of study, uses the nature interview discussion manufacturer in the evolutionary process, whether to play the mover role to lead the industrial economic development. Under the knowledge economy fast development, pondered because of the historical support and using the policy-type angle how assists to improve the industrial development by the literature analysis mode and the method of inspection, takes nowadays the economical and system's analysis foundation again by the PETRE six strength analysis mode. The findings discovered that the place and the policy could not have the mutual confidence relations, and the magistrate regarding the ceramic industry's approval insufficiency, is unable to establish the economic efficiency which widely the cultural industry and the region activate. Next, is the entrepreneur sells the idea to be unable to promote to the international industrial status, in the future might aim at this two spots to carry on the improvement, also hoped that the affiliation findings give the Coherent units to continue forever from this as the place culture industry to manage the reference.

Key word: Place culture, Ceramic culture, Ceramic industry

第一章 緒論

一、研究動機

文化(三橋俊雄, 2007)是一種生活習慣的累積, 多方面探究下發覺其創作、用途、耕種、知識、標誌、記憶及精神等文化, 可產生變化生機無限的文化設計商品。文化是一種以知覺顯現在生活層面, 形成一種主張、主義和方式, 狹義僅止於展演或文史工作, 廣義包含人類食衣住行育樂, 文化產業的目的為改善生活品質, 創造文化經濟, 建立精神價值, 擴大文化視野, 這才構成為文化產業或文化活動之稱(馮久玲, 2002)。

文化產業係以特定區域為主, 因地緣關係產生密不可分, 而衍生自然的產業, 地方文化產業近年已被認定可作為城市的發展, 尋求多元化的工作和生活型態(古宜靈、廖淑容, 2003), 透過文化消費發展地方獨有特色, 使文化與經濟互動效益最大, 不僅著重文化本身的經濟衍生效果, 具有文化產業延續必要之創作資源, 達到永續經營的目標。

地方產業群聚政策是都市區域發展的重要現象, 由文化廠商的群聚和完善環境的形成, 可降低產業風險, 激盪文化創意。群聚(Porter, 2001)係指相互關聯產業、專業供應商、其他關聯性產業與制度等集中於某一地理範圍, 相互競爭且合作成一自主單位的關係(Bassett et al., 2002)。通常由一地理區域最相近的群體互相連接, 組織一套特別的運作制度, 彼此間互具共通性、互補性。地方文化產業群聚政策(陳政均, 2003)的概念來解釋廠商的空間聚集, 強調社會文化聚集力量, 此力量強化了三個非交易性依賴的過程, 一為面對面接觸過程, 二為社會與文化的互動過程, 三為知識與創新的強化過程, 其非交易性強化過程更是影響經濟與組織的重要因子(Storper, 1999)。

在我國悠遠的歷史中, 陶瓷是物質文明和精神文明發展的重要標誌之一。陶器發展史對人類重大的意義, 在文人和工匠的努力下, 逐漸發展完善, 已成為大眾的必需, 文人賦予她思想, 工匠賦予她生命。這個原本僅與生活相關的器物, 竟成了一代又一代的精神追求, 功能由單一變多元, 由實用趨向藝術, 隨著人類需求而改良, 內容外型逐漸充實和實用美觀, 亦是一件價值不斐的藝術品的境界(宋龍飛, 2003)。

陶藝研究(蕭富隆, 1995)曾指出: 「陶瓷業在台灣的發展變遷, 以民營為主體的產業架構, 並時常隨著大眾生活需求異動而改變其供給策略, 台灣窯業發展, 早期以北投、鶯歌、苗栗及南投為製陶重鎮, 較有競爭力的是鶯歌、苗栗、南投等三地, 苗栗陶業以當地天然瓦斯當燃料, 使得燒陶更加便利, 以裝飾陶瓷帶動苗栗陶業, 創造該地經濟起飛。不久, 天然瓦斯普及全台, 鶯歌陶瓷業也因而技術突破, 陶瓷業業績也一路遙遙領先。

鶯歌陶瓷產業于 1992、1993 年間達到巔峰, 主要是建築業迅速發展, 造成市場對建築陶瓷和衛生陶瓷需求量過大, 但至 2001、2002 年又開始下滑, 除了與房地產有關外、更與不同空間層級所造成的社會環境、國家政策、產業外移等因素皆有密切關係(陳政均, 2003)。對於鶯歌鎮陶瓷產業發展之廠商群聚變化情形與歷程(陳玉珊, 2005), 加上今面臨產業外移情形, 更需加入人力的投資和建立公眾的形象, 推動在地的文化觀光產業, 避免造成降低成本惡性循環競爭, 創新學習是首當其要。

台灣陶藝發展脈絡中可見民間充滿熱情, 但官方卻不積極, 直至 1982 年台北市美

展自第十屆開始增設陶藝項目，加入美展行列，為此陶藝界大感振奮與鼓舞，隨即于當年12月由藝術家主辦「我們的陶藝家談陶藝發展」座談會，此時才漸漸得到官方的重視(台灣陶藝發展史之三，2006)。

文化創意產業係以地方原有文化傳統或風貌特色，在地性創造具有社區特色及精神獨特的文化活動，並以手工、創意、體驗、故事性等因素，來創造公共效益，是地方文化、生活與歷史的結晶的產業(林姿儀、曾憲嫻，2007)，創造高度附加價值之重要產業之一，將成為我國未來經濟成長之動力；陳其南在文建會主導社區總體營造，引進「在地化」、「文化產業化」、「產業文化化」的概念，進行一連串文化策略與地方策略規劃的過程，重新思索專業規劃應如何面對新處境與提供新的規劃論述能力，坦討「在地」或「地域」社會轉變與其所代表的意義(黃哲淵，2004)。以地方精神的創意，不僅帶來地方榮耀，也可轉化為地方發展的基礎，成為一種的產業，所以文化等同是產業的一種，以「文化產業化，產業文化化」的政策，強調地方產業文化不是一般工業的經營方式，經由地域空間環境的塑造，或自發性特質衍生之產業，作為觀光發展的模式(黃世輝，2001)。

文化產業期望商品的附加價值(吳思華，2007)，增加產品利潤，復甦地區經濟，讓民眾對文化產生共識與社會凝聚力量，使居民願投入更多心力在文化發展，如美濃鎮、埔里酒廠、三義木雕街、鶯歌陶瓷老街等，其中之一的鶯歌陶瓷老街是北部地區知名度最高，具有觀光發展潛力的地區，政府投注經費建設，以陶瓷觀光產業與社區整體營造的方式整合，雖吸引眾多的觀光人潮，卻無法達到預期觀光效益，是值得學界重視的研究案例。

文化在都市資本生產與地方認同與積極經濟作用的結合，可使文化活動和文化產業成為都市在聲與強化觀光經濟效益的主要發展策略，陶瓷不只是地方產業更要融入當地居民的生活，如現今推動的社區總體營造規劃亦是帶動地域活化與地方文化產業的再造(Zukin, 1995)。

地方文化產業的界定就是強調在地性、獨特性、創新性，它是根源於地域而反映地方文化內涵與刺激地方文化發展作用的對象，地方觀光產業係以地方特色作為地方行銷的策略，各國基於提升觀光文化經濟價值，積極著重於開發或維修有經濟價值的古蹟的重建，都市意象重塑為導向的城市，鶯歌陶瓷產業近年來提升為地方文化產業，就具有在地性與空間依存性，具備了地方文化產業的特質，已與當地人生活結合，形成經濟與地方文化產業特性明顯的區域活化模式，以社區總體營造為出發點，期望達到社區文化產業永續經營(李倩如，2003)。

空間乃是地域的呈現，權力佈署與運作不可或缺的場所，當權者利用生產再生產差異，創造並延續了社會與空間的區隔以維繫他們的權力，空間不只是讓歷史重演的舞台，事實上它也參予了社會事件的生產，是讓空間的形式與配置過程扮演再生產方式與社會制度維繫的重要角色(Soja, 1996)。

地域是連續發展的過程，或是分解與取代的過程，為一歷經時間於空間中，參加演化而成，在空間中的各個時間點都銘刻該時間點下生產的空間，歷經時間的變遷，而成為地區或地方注下標記(Sauer, 1962)，從此點檢視鶯歌陶瓷，成為人民的文化記

憶庫，成為一種獨特的消費類型與城市空間。學者認為透過文化與地域的結合，讓民眾認識本土與地域的重要性，文化傳統與地方實務在文化地域裡是具關聯性和一致性，然而各個文化地域皆會有自主性呈現不同的文化體差異，文化地域色彩的加強，根源於地域的傳統(郭炳宏，1992)，如何保留傳統，結合產業與地域活化功能是本研究所探討的問題。

二、研究目的

研究目的以探討傳統陶瓷產業的定位所面臨的危機如何轉型，了解以鶯歌陶瓷產業的歷史發展脈絡為分析背景如何轉化為文化產業的發展契機及永續性，進行鶯歌鎮當地陶瓷文化產業與地域活化現象關係分析，著重於鶯歌陶瓷廠商間互動如何擴散與轉化，及其未來與陶瓷文化產業發展模式相連性，作為地方發展奠定基礎的基石，日後提供政府與民間單位的參考。

三、研究內容

本研究主要探討以地方產業與地方文化產業群聚情形，在地方、國家與全球化的影響與衝擊，進行地方文化產業與地域活化的研究，本研究佐以相關理論文獻為基礎，工業發展、工商普查服務等進行分析鶯歌陶瓷產業之發展條件與競爭力，並回顧鶯歌的沿革、地形、氣候、人口、教育、產業、地方文化資產等蒐集相關理論，以質化方式深度訪談取得相關資料整理分析，了解鶯歌陶瓷產業結構，研發生產創意模式，進行地方產業連結互動，開啟文化產業與陶瓷活化系統。

四、研究對象

本研究範圍以鶯歌鎮陶瓷產業為主要研究對象，以陶瓷產業分為日用陶瓷、建築陶瓷、衛生陶瓷、仿古藝術陶瓷、精密工業陶瓷的業者代表進行訪談方式，並進行深度訪談及收集資料整理分析。

- (一)日用陶瓷：日常生活所用之餐飲容器、廚房用品等陶瓷製品，如碗盤、紅甕、罐、杯具等。
- (二)建築陶瓷：精心設計各種建築所需的磚材，種類、大小設計近年繼續研發超大尺寸及質地與紋飾的磁磚，扮演美化建築空間的角色。產品包括馬賽克、丁掛磚、石英磚等及早期使用較多之紅磚、瓦、琉璃瓦等。
- (三)衛生陶瓷：主要為浴室、廁所等的陶瓷製品，包括馬桶、小便斗、洗手台、浴缸…等衛生設備，種類繁多，造型紋飾各異其趣，還不斷研發生產。
- (四)仿古藝術陶瓷：鶯歌的仿古陶瓷是在仿古中加以變化和創新，將傳統造型與紋飾轉型應用成新形式產品，現代陶藝傾向個人創作藝術風格，亦歸屬為藝術陶瓷。
- (五)精密工業陶瓷：是鶯歌明日之星，製品涵蓋的範圍自電器陶瓷、砂輪、耐火緣瓷器、電阻器、碳化矽棚板、高低壓礙子、紡織絲導、火星塞、濾水器、壓電蜂鳴器、耐火瓷管、氧化鋯坩堝、醫療用陶瓷、積層陶瓷電容器種類繁多，目前更應用至太空科技、光學材料及醫療器具，機械零件等，是陶瓷另一創意發展產業。

第二章 文獻探討

一、陶瓷文化

陶器的發明於西元前七千年左右在人類文化發展史上，對人類的文明促進，更有悠久長遠的影響。初以實用目的生產，隨著人們的需求而漸次增加其實用兼具美觀、藝術等內容，以繩紋陶、印紋陶、彩陶、黑陶、白陶等延續了幾千年，至漢代半陶半瓷式的作品，進入瓷器階段，以唐代三彩陶、宋代青瓷、明代青花瓷等都達到爐火純青的境界，開啟東西方貿易，為陶製品達到發展史上的顯著時代，但清宣統以至民國初，內憂外患之下，遂使陶瓷輝煌歷史湮滅(李知宴，1996)。

就「文化創意產業發展法」說明(文建會，2008)，以文化、藝術、美學、創作為核心之文化創意產業，結合知識經濟力量，透過智慧財產的形式與運用，具有創造財富與就業機會潛力，以及全球多樣性消費需求，將帶動另一波經濟成長，並促進整體生活環境提升的行業。我國面臨高度工業化後，以大規模製造業的生產型態，已逐漸需往更高科技產業方向外，建立更能適應知識經濟時代之新產業型態，並以知識為基礎的產業競爭力，以低度管理，高度輔導、地方性為主要考量原則。

台灣陶瓷發展史，在民國以後可分為縱向和橫向發展，縱向以本身的原始陶瓷文化，直接受到中國悠久陶瓷發展影響，橫向受到日據時代的日本近代陶瓷的影響，六十年代後受到世界性現代陶藝發展所影響(台北縣政府，1997)。

台灣陶瓷發展分為五個階段(謝東山，2002)：

- (一)土器時代：以新石器時代就出現的彩陶、黑陶、白陶等陶器為主。
- (二)粗陶器時代：以漢民族遷入後，因生活所需而製作的磚瓦缸盆碗盤等代表。
- (三)石陶器時代：日據時期所引進之較高溫陶器。
- (四)瓷器時代：光復後引進日本技術開發而成的外銷瓷器。
- (五)創作陶藝時代：現代陶藝萌芽於民國五十年代，民國六十年代摸索學習中，於民國七十年代蓬勃發展，從傳統實用陶瓷為基礎，融入作者本身的理念，創作個人風格的陶藝作品，呈現更多樣化的面貌。

二、文化產業的定位

(一)文化產業的形成

文化產業的建立是生產和顧客價值鏈，藉由雙向間的多重運用與結合，呈現多元化產品風貌，多重運用及滿足顧客多元需求、生產價值鏈和顧客價值等四大面向，文化產業屬於中小企業規模，利用其有限資源，整合地方的人文特色、地理風貌等因素，開創出具有差異性的產品或服務，文化產業是文化產業化，具有當地特色，無法由其他國家或地方取代，所以是以文化為主體，進行產業的手段，加上國家正面支持與地方積極規劃開發，將文化理念價值化來獲得利潤，如開發的文化產品具有投入高成本，低複製成本的特性，一旦上市受到歡迎，就為地方文化產業帶來無限商機。

(二)台灣文化產業之探討

台灣從早期農業社會，至今資訊快速傳播，技術、管理及工程能力等逐漸同質化，模仿能力提升，造成文化產業失去其獨特性的競爭力，中國大陸、越南等廉價人力的

加入，對整個經濟型態與市場造成極大的威脅，目前台灣文化產業首重本土化生根的觀念，政府政策必須投入，選定重點發展項目，及優先順序，設定發展目標與最終績效評估，重點式發展以有限的資源進行文化產業開發，將地方文化特色傳播至世界各地，為地方帶來繁榮，更要結合地方的人力與空間，進行規劃開發之事宜，地方文史的蒐集與記錄，整理具有歷史價值的古蹟或典故，吸引更多具有獨特性地方文化產業吸引的因素，達到文化產業價值化的光環(漢寶德，2003)。

文化產業故名思義即是以地方文化為內涵的產業，只由一個地方或社區所表現出來的文化生態，強調文化在地性，創造人類經濟活動的型態，由當地居民共同參與發展出的文化產業(楊敏芝，2001)，地方文化產業亦是社區總體營造理念下，促使社區活化之重要策略，居民充分學習，參與社區事務，才能順利推展文化產業。

文化產業儼然成為地方經濟活化的重要策略，文化與地方發展極為密切關係，希望中央政策地方化，1995年行政院文化建設委員會舉辦之文化產業研討會中，正式提出文化與產業結合的概念，希望帶動地方產業在傳統經營及行銷方式有所變革，為了平衡城鄉發展，農委會積極推動農村文化發展計畫，增強社區凝聚力，改善農村文化環境及經濟效益，所以產業文化活動是一種結合鄉鎮特產及地方文化，由當地居民主導將傳統發揚並賦予創新具有經濟效益的文化活動(林美萍，2003)。

三、鶯歌陶瓷文化

(一)鶯歌陶瓷文化

據文獻記載，鶯歌陶瓷創始於清嘉慶九年，日據時代日本人的調查記錄，福建省泉州府惠安縣磁灶人吳鞍於嘉慶九年到了鶯歌大湖兔子坑(桃園縣龜山鄉兔子坑村)，見到桃園台地山麓黏土適合做陶，便開創窯業。後因漳州及泉州人爭鬥，移到炭腳(大湖)。咸豐三年(1853)，紛爭轉到現今尖山埔。此時族人吳岸、吳粟也到鶯歌，使得吳姓陶業旺盛起來，民國十年，據台日本人成立「尖山陶器生產販賣組合」進行較具規模生產，民國二十八年(1939)是發展轉捩點，日本人研發空間大，煙囪高，易升溫的「登式窯」，取代傳統蛇窯。民國三十八年(1940)後並發展出「瓦斯單窯」以天然瓦斯取代老式薪柴與煤炭，同時又引進「隧道式窯」以重油為燃料，發展一日千里，民國五十一年(1962)進軍日本大阪參加國際博覽會中國館陶瓷展覽，於國際大放異彩，此時鶯歌陶瓷已是台灣陶瓷的代表。(徐文琴、周義雄，1993)。如表 2-1 所示：

表 2-1 鶯歌陶瓷發展史

年代	代表性組織	貢獻與改變
1921年(大正十年)	產業組合法通過成立「尖山陶器生產販賣組合」	打破吳姓家族陶業獨佔局面
1931年	日本在台推動「工業化運動」	是鶯歌陶瓷發展轉捩點，日本人發展出「登式窯」取代傳統蛇窯傳統廚用具粗陶之外，增加工業)

品開發

1945 年	鶯歌鎮成為台灣陶瓷的工業中心	因鄰近大都會台北，有便捷交通，快速的技術傳遞，並發展出「瓦斯單窯」取代老式薪柴與煤炭時有引進「隧道式窯」。
1962 年	參加日本大阪「國際博覽會」	打開陶瓷外銷的局面
1968 年	政府禁燒生煤，北投陶業遷移至鶯歌設廠	鶯歌陶業迅速向鎮外地區發展
1969 年	第二次石油危機	為了降低生產成本，引進新式自動化窯爐
1983 年	國內經濟快速起飛	工廠數目激增
1984	受到台北市工作室現代陶藝的影響，現代陶藝大受歡迎	現代陶藝由個人工作室生產方式被工廠大量生產取代

資料來源：徐文琴、周義雄，1993 本研究整理

當時的開發已奠定今日聚落發展的基礎，歷經日制時期至光復，因交通之便、地緣關係等經濟效益產生，使得鶯歌地區陶瓷蓬勃發展；光復以後鶯歌轉型成以窯業為主的工業鎮，建築業的全盛時期，鶯歌可以說是全臺灣最有錢的鄉鎮，老一輩的還津津樂道。當時因為大量生產建築用的磁磚和衛生陶瓷，為鶯歌當地帶來了繁榮和財富，在最景氣的時候，曾經有一千多家的陶瓷廠，如今只剩不到百家。

鶯歌陶瓷產業的品質已達國際水準，而精雕細琢的仿古藝術陶瓷更是馳名中外，一條觀光聞名的鶯歌老街，鶯歌陶瓷產業發展歷史悠久，陶瓷產業與當地居民結合形成特有的地方文化資產與陶瓷生活文化。

(二)陶瓷發展方向

鶯歌已其多樣化的陶瓷製品，歷經時代變遷，光復後因人力財力大量投入，無論是技術純熟或設備改良之下，使得陶瓷製作更精緻美化，愈趨國際化水準，觀光局乃於一九九五年將鶯歌鎮定位為「鶯歌國際陶瓷城」，並於一九九六年完成「鶯歌國際陶瓷城綱要計畫」，將鶯歌發展分為短、中、長期，期使鶯歌陶瓷產品推向國際舞台，並以三年時間推動鶯歌鎮尖山埔路、中山路、文化路陶瓷街地方產業整合工作，並輔導成立「台北縣鶯歌鎮陶瓷文化觀光發展協會」，於二〇〇〇年鶯歌陶瓷博物館開館啟用，結合教育、展示、典藏及文化推廣之功能，預期帶動鶯歌陶瓷文化及休閒觀光消費人潮。然而鶯歌陶瓷經濟發展近年來未獲得預期效益，陶瓷博物館參觀人數逐年下滑，觀光事業無法達到預期的繁榮，其因為甚少相關單位檢討行銷策略與管理，公

私部門責任歸屬未釐清，造成合作機制不佳(吳俐璇，2003)。

一個目的地總體吸引力是「個別獲益的相對重要性」乘以「人們感覺到目的提共個別獲益的能力」的積，因為吸引遊客選擇觀光的概念有三，一為觀光地之決定，另二為從觀光中所得到的感覺和獲益，所以觀光產業的持續和延伸如同以總體吸引力像磁力般的吸引遊客，創造觀光經濟效益，所以研究目的所提的陶瓷產業所面臨的危機要如何轉型必須加以思考改進之處(Mayo, Jarvis, 1981)。

在歷史傳承方面，鶯歌陶瓷發展占台灣整個窯業中，保存最完整，從早期移民時期所生產的粗陶，日據時期的石陶器，光復後所繼續發展的瓷器產品，這是最具有代表性台灣陶瓷展史的縮影，陶瓷業者勇於創新、挑戰的精神，占地緣之便離台北市很近，資訊蒐集快速方便，自動化生產鏈，具體落實在生產面，因而成為台灣陶瓷文化的重鎮。

(三) 鶯歌陶瓷目前面臨的問題

在經濟環境的變動下，天性勤奮的鶯歌人是否仍在外移和歇業的矛盾下擺盪？雖因1990年產業外移，產業對象轉至中小企業為主，至1995年陶瓷產業大幅衰退，造成陶瓷面臨空洞化與夕陽化的危機瀕臨危機(謝淑芬，2005)，鶯歌陶瓷產業因為國家政策轉變，離不開陶瓷的新生代鶯歌人，如能有效利用人力資源充分開發土地，相信本鎮將來經濟繁榮，地方建設之碩果必指日可期，使得鶯歌鎮陶瓷產業得以順利轉型為觀光為主的定型產業(陳政均，2003)。

根據台經院產經資料庫及經濟部統計處之統計資料顯示(陶瓷業貿易調查預警速報，2009)，主因國內經濟持續衰退、房市景氣陷入低潮，進出口方面，98年1月份陶瓷製品業進口金額為新台幣4.2億元，較去年同月衰退42.13%。目前全球經濟陷入低潮，美國金融和經濟災難，對於全球建築業和建材業的衝擊可謂不小，要如何在低迷之中，尋求危機化為生機，就是本研究如何把鶯歌鎮的陶瓷產與地域進行活化的訴求。

相關研究(李倩如，2003)顯示，鶯歌陶瓷嘉年華已從政府文化政策介入下，逐漸從地方自發性活動轉向為縣政府與陶瓷博物館舉辦的官制活動，造成地方政府與中央政府和地方社群間的衝突，導致地方文化產業運作受限。

因為了解鶯歌陶瓷占台灣整個窯業的地位，保存也是最完整的因素之下，下一章節將會對整個台灣陶瓷重鎮—鶯歌鎮的沿革、地形、氣候、人口結構、教育現況、陶瓷產業等更深入的介紹，以利於本研究之進行，此處不再贅述之。

第三章 鶯歌鎮沿革、地形、氣候、人口結構、教育現況、陶瓷產業

本研究討論與陶瓷文化相關之議題，所以就以台灣目前最具代表性的鶯歌鎮為例，就其鶯歌鎮的沿革、地形、氣候、人口結構、教育現況、陶瓷產業這六大面向進行了解其陶瓷產業的淵源與生態，以此進行陶瓷產業更一層分析之參考依據。

一、沿革

(一) 大漢溪

大漢溪原名「大嵙崁溪」，全長135公里，是淡水河的第一大支流，西元1685年泉州人陳瑜墾殖鶯歌臨近大漢溪的南靖、二甲九(現今的二橋，俗稱渡船頭)一帶，成為鶯歌開發最早的地點(今澤正秋記，1997)。

(二)大漢溪流域的改變

在台北盆地形成前，古大漢溪在今天石門一帶出海，沖刷出「舊石門沖積扇」，由於地殼變動抬高，形成今桃園台地，因改變河道，轉彎斜穿過鶯歌一帶，西流入海(張德水，2002)。

(三)鶯歌的淵源

直到乾隆五年(1742)鶯歌首度見於文獻記載「重修台灣府志」內文中，同治十年(1871)的「淡水廳志」，「二甲九」也浮出檯面(今澤正秋，1997)。

鶯歌庄屬於台北州海山郡的管轄(張挺立，2001)，位境內西南端，鶯歌一帶是原住民凱達格蘭族的漁獵之所叫作「龜崙社」，清朝康熙二十三年(1684)，廣東客家人呂氏兄弟開闢現今的鸚哥石附近小山坡的「建德里」，次年，泉州人陳瑜拓墾「南靖厝」，臨近大漢溪的南靖、二甲九(現今的二橋，俗稱渡船頭)，也是漢人移民之始。

光緒二十年(1874)甲午戰爭前夕，邵友濂擔任台灣巡撫時，鶯歌屬淡水縣海南堡南雅廳所管轄，南雅廳共有五十二莊，鶯歌境內就包括「鶯歌石莊」、「橋仔頭莊」、「二甲九莊」、「尖山莊」、「南靖厝莊」、「阿四坑莊」、「牛灶坑莊」、「大湖莊」等，各里區劃的雛形，大概於此時奠基如表 3-1 所示(劉英純，1997)。

大字別是台灣總都督府實施街庄制度於大正九年(1920)，除了山地及東部以外將原先作為地理單為之街庄和土名，為了避免混淆，改成大字、小字，便於將地籍(番地)、戶籍(番地)為一體，具備獨立的地籍及戶籍條件，沿用到 1945 年，台灣光復政府將大小字改制為地段、小段制度，近年政府辦理地籍圖重測，全面刪除小段之制度(今澤正秋，1997)。

表 3-1 大字別名稱沿革

大字別	舊別稱	沿革
阿南坑	阿南坑庄	由原阿南坑庄、阿四坑庄及茶山莊合併為一庄。來此居住從事開墾者名為呂阿南，因為這個緣故，所以而得名。
鶯歌	鶯歌石庄	由原鶯歌石莊、南靖厝庄及牛灶莊合併為一庄。依據舊誌上鶯歌石的這個記載，後來地名改稱的結果成為鶯歌。
南靖厝	南靖厝庄	開拓當時，因最初移往此地的人是由中國大陸南靖地方遷來的，執是之故而得名。
尖山	尖山庄	由原尖山莊及尖山埔莊合併為一庄。有一座獨立山於此地，後來轉為用做地名。
二甲九	二甲九庄	最初來此居住的一個人，測量自己開墾的水田面積為二甲九分，因為這個緣故而得這個名稱。
橋子頭	橋子頭庄	有道路從東邊的尖山庄貫通此地的中央而至於西邊的中庄，而這道路在此地兩端的分界線剛好都有橋，所以而得名。

大湖 大湖庄 此地的中央低窪而平坦，而周圍是山岳環繞，地勢宛然如一大湖般，而此被稱之為名。

資料來源：鶯歌鄉土誌-樹林鶯歌史話，本研究整理

(四)鶯歌地名的由來(張挺立，2001)

1. 『好天就塊(鶯)，下雨就膏(歌)』的諺語，因為鶯歌早期生產陶瓷，早期用煤、柴燒窯時，煤煙四散，天空總是灰濛濛，每逢下雨，地面變得又濕、又黏，地板泥濘不堪，所以傳頌著此諺語。

2. 地名歌(洪英聖，2003)

東北山坡一塊岩，早期鄭軍來屯田，狀如鶯歌山壁懸，人人稱奇成特點。

鶯歌莊有尖山埔，鄭軍草鞋多黏土，原來不是普通物，居然可以製陶瓷。

鶯歌陶瓷甲天下，阿南坑裡有煤礦，燒陶製磚鶯歌鎮，歷代產品看不完。

鶯歌石為鶯歌地名之由來，於鶯歌車站北方十町的山綠蔭石中突出一大岩石，形狀宛然如鷹。今稱為鶯歌石，原來是稱為鷹哥石。鶯與鷹同音，遂將鷹歌書寫為鶯歌。

(五)歷史背景

1. 『三天好天就演戲，三天壞天就借米』

製陶過程的「曬坯」十分重要，拉坯後入窯前，必須先曬陶、陰乾，若是遇到雨天則無法燒陶，天候就會影響產量，所以就流傳著這樣的諺語。

2. 「看到煙囪，鶯歌就到了」

早年鶯歌鎮窯場林立(張挺立，1995)，煙囪滿佈是老一輩鶯歌人難忘的景象，如今存在鶯歌鎮的老煙囪僅剩七支，沉默地見證鶯歌兩百年的製陶歷史。

二、地形

鶯歌地形自西南向東北呈現坡面形狀向下延伸，平地不到 1/3，以丘陵山坡地為多，總面積為 21.1248 平方公里。位於台北縣西南方，東與樹林鎮，西鄰八德市，南與三峽鎮、大溪鎮互鄰，北與龜山鄉、樹林鎮相連。

三、氣候

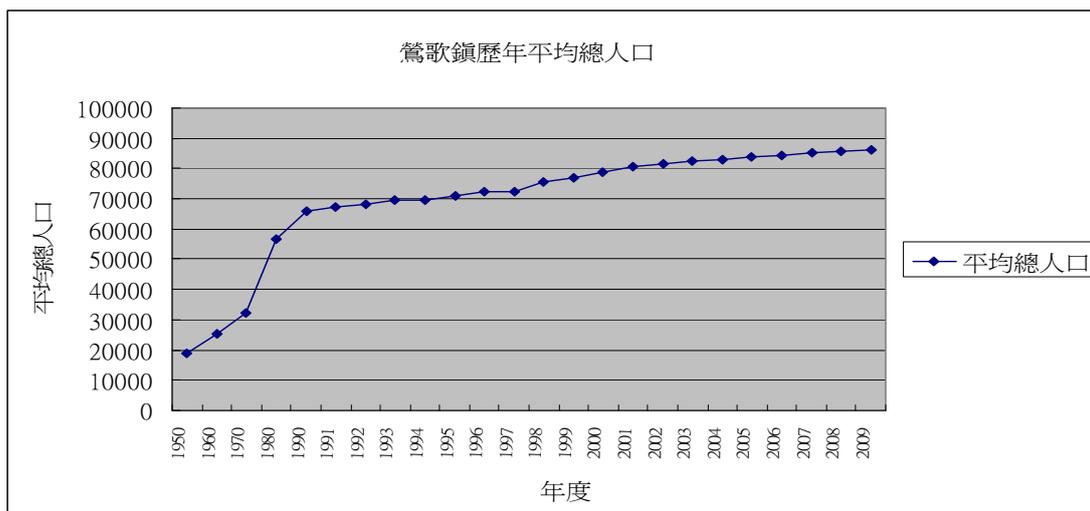
鶯歌氣候方面，七月的月均溫約 29°C，一月的均溫約 15°C，年平均雨量約為兩千多公釐，全年與日照約 150 天左右，日照時數約一千五百小時，山區多霧。

四、人口結構

(一)、人口成長

自 1948 年始，鶯歌鎮的人口數一直都呈現出成長的情形。雖然在 1949 年時，有所謂的「外省移民期」出現，但對鶯歌鎮當地的人口成長並未有太大的影響。

1972 年天然氣管線接通至鶯歌鎮，陶瓷工廠數也隨之增加，造成當時陶瓷業蓬勃發展，相對的也製造了就業機會。(馬有成，1998)。



資料來源：鶯歌鎮戶政事務所，《年度統計表》，1948-2009 年度 4 月

五、教育現況

鶯歌地區目前教育現況為小學有鶯歌、二橋、中湖、鳳鳴、建國、永吉、昌福國小；國中則有鶯歌、鳳鳴、尖山國中；一所高職為 1997 年鶯歌高職創立，是全台灣第一所設立陶瓷科系的縣立技職學校，更是全國第一座結合地方物產資源特色的學校，是鶯歌地區的最高學府。鶯歌地區本身並無大專院校，就近的高等學院，是龜山鄉之私立銘傳大學或是三峽地區之國立台北大學，目前成人教育則有各級學校之進修部、松年大學或各社團、農會辦理之研習班。

六、陶瓷產業發展背景

鶯歌鎮於前清時代、日據時代所從事的產業以農為主，陶瓷為輔，至台灣光復後陶瓷與農業平分秋色，近一、二十年間陶瓷業才完全取代農業成為鶯歌地方產業代表(傅茹璋，2002)，如表 3-2 所示。

表 3-2 陶瓷產業發展

時期	年代	業者代表	經營方式	生產方式	備註
萌芽期	前清時代	吳姓業者	獨占買賣生產	人工生產	極端封閉作法，只雇用同鄉同姓陶器師傅
發展期	日據時代	吳姓業者 益成記-陳培然 王龜生陶藝工廠- 王龜生 王泉記-王萬好 銘窯-王漢騰	資金投入	早期人工 生產後為 新式動力 機械生產	1939 年因人力缺乏，引進新式動力機械，提高生產效率

興盛期	光復後	吳姓業者 益成記-陳培然 王龜生陶藝工廠- 王龜生 王泉記-王萬好 銘窯-王漢騰 市拿陶藝-許自然	資金及技術密集投入	機械式生產	1970年引進天然瓦斯品質改善，大量外銷，發展高經濟價值的陶瓷藝術品
轉型期	1995年後	市拿陶藝-許明亮 台華陶瓷-陳進賢 漢聲陶瓷-林三江 宜品陶瓷-蘇逢棋 傑作陶瓷-許元國 富貴陶瓷-陳金蓮 吉洲陶瓷-許朝宗 煥臣陶瓷-魏美惠 宜龍陶瓷-陳正雄 上層窯房-余維和	以中小企業和個人獨資為主	陶藝個人工作室興起，自產自銷，陶業融合多元化經營方式	1980年後工資上揚，勞力短缺，造成營運成本提高，加上技術無法突破、市場飽和等因素，1995年陶瓷產業大幅衰退，大型建築陶瓷產業大量外移，所以積極發展地方文化產業

資料整理：本研究整理

七、地方文化產業及古蹟(鶯歌文化觀光網)

(一)地標----鶯歌石

鶯歌石為鶯歌地名之由來，處於山丘之中，於鶯歌車站北方十町的山綠蔭石中突出一大岩石，形狀宛然如鷹。

(二)龍脈----尖山

尖山堆(劉英純，1997)位於鶯歌鎮西端的獨立小山，海拔 128 公尺如倒碗形，早期適合燒製大型陶器的原料，老窯場設立在其邊，使它成為早期鶯歌陶瓷的發展重地。

(三)公廟----碧龍宮

碧龍宮又稱「龜公廟」，主供奉背面似八卦的「龜公石」，又稱「八卦祖師」。

(四)歷史長都----文化路

東鶯里文化路沿著鐵道路線，埋藏著許多歷史的沉積。從蛇窯、火車站、農會、公所、成發居、派出所舊址、古鐘樓、汪洋居、益成記、左斜轉到陶博館，延伸至三鶯大橋下，再到鶯歌最早開發的「南靖厝」。

(五)陶瓷櫥窗----尖山埔路

尖山埔路因尖山堆得名，百年前移民到尖山埔墾殖與做陶日漸沒落沈寂。民國 89 年民間與官方合作規劃的形象商圈完工開幕，成為熱門觀光景點。

(六)碼頭----二甲九鳶山

陸上交通不發達，大漢溪河運是鶯歌主要的動脈，民國 50 年代後，渡口也不存。

(七)文藝復興餘味---謙記商行

謙記商行與炭埕（已拆除），「謙記商行」鶯歌唯一的一座「巴洛克」式建築，同時也刻劃著煤炭運輸集散的興衰。

(八)神風特攻隊冥想之地——尖山黃厝與其他古厝掃描

尖山黃厝係建構完整之防禦性民宅代表，汪洋居為限定古蹟，成發居為縣定歷史建築，以建屋者「陳發」諧音為名，尖山黃厝於尖山路，中湖游厝位於中湖里金包珠游家，其古厝護龍山牆取蝙蝠簡型與古幣，象徵福庇子孫、財富滿盈之意，永吉蕭厝是閩南三合院建築，步雲居(2009年因鳳鳴都市計畫即將拆除)傳統閩式三合院建築，二橋許厝為百餘年三合院古厝，其牆身大部份為泥土攪稻草的「土角厝」，尖山卓厝屋前山牆有各式交趾與剪黏藝術品，可見早期對藝術的品味（尖山路卓厝巷）。

(九)廟宇(謝嘉梁，1997)

碧龍宮原稱「龜公廟」，早期祭拜「龜公石」的居民都神奇的病癒，此處為白天觀景與夜晚觀星視野最佳的地點(張挺立，1995)。宏德宮是全省第一座供奉孫臏的廟宇，故又稱「孫臏廟」。文化路福德宮耆老指出此廟建於130年以前，是鶯歌鎮中心最老的土地公廟，是本地的信仰中心。尖山埔福興宮興，是製陶發源地「尖山埔」的信仰中心。大墓公廟民國10年鶯歌段南下列車由於上坡又超載，引起重大傷亡，因此政府截『彎』取『直』修鐵道時有很多墳墓無人認領，全部遷此供祭拜，其大墓公碑文「大正十年辛酉鶯桃鐵道改築沿道發廢墳收枯骨建堂以納之鶯歌庄誌」相傳太靈驗。

(十)傳統節慶

陶神祭典(農曆9月9日)是鶯歌的特殊人文信仰，傳說羅文、羅明兄弟擅長手擠條、手拉坯，為早期製陶業者所祭拜。龜公生(農曆3月16日)是碧龍宮所供奉的八卦祖師龜公生日，也是鶯歌全鎮大拜拜。土地公廟會文化路福德宮每年農曆1月15日、8月15日會演「尙公戲」(為保儀大夫演的戲)。農曆2月2日是土地公生日，為福德正神演戲前都會向各里民收「丁錢」，做為演戲開銷用。

(十一)老窯煙囪

現存窯址中除芭樂埔「蛇窯」及重慶街「古隧道窯」外大都是「四角窯」，無奈的見證陶瓷發展過程。

(十二)遺址及景觀(謝嘉梁，1997)

1. 二甲九渡口(已淹沒在大壩底) 2. 輕便台車道與礦坑(民國50幾年以後到70年間陸續被拆掉) 3. 古鐘樓(已坍塌) 4. 鶯歌山林古道 5. 煤礦台車山洞(僅遺留此山洞供憑弔) 6. 百年大榕樹(文化路217巷底) 7. 鶯歌舊公所(文化路217巷旁) 8. 和成一廠(僅開放戶外參觀)曾創下世界最長隧道窯的紀錄。 9. 湖山片廠(僅開放戶外參觀)(中湖里龜山交界處) 10. 鶯歌舊火車站

(十三)鶯歌陶瓷博物館

全國首座陶瓷專業博物館(劉英純，1997)，共耗時十二年興建，于2000年11月26日鶯歌鎮成立台北縣立鶯歌陶瓷博物館，並開館營運，館內共分為六部門，目的即致力於展現台灣陶瓷文化，激發社會大眾對陶瓷文化關懷，提昇陶瓷產業與地方形象，藉由國際性陶瓷競賽獲邀請世界各國陶藝家展覽，舉辦國際工作營，提供多元文化資訊，促進國際交流。

第四章 研究方法與流程

一、研究方法

本研究以質性方式分析，選擇鶯歌鎮陶瓷業者為研究對象，進行深度訪談方式，在於建構地方產業創新系統及產業與地方互動情形，口述資料整理結合，以文獻分析、觀察法、田野調查法，透過相關理論與文獻回顧、鶯歌陶瓷產業轉變過程、發展、現況等資料運用邏輯歸納法，透過開放且彈性訪談方式，分析過去的史蹟與探究文化足跡，並進行產業六力分析如圖 4-2 以評估陶瓷產業在 P 政治 (Political)、E 經濟 (Economic)、S 社會 (Social)、T 技術 (Technological)、L 法律 (Legal) 與 E 環境 (Environmental) 之 PESTLE 的情境下會發生的衝擊、評估及改善之處，佐以鶯歌陶瓷文化產業發展模式如圖 4-3 所示進行調查，以在地生活產業面向作更細項的個別分析，以瞭解文化產業與地域活化模式對鶯歌陶瓷文化產業的影響。

(一)文獻分析方式

從產業歷史角度切入收集相關文獻、完整的文化發展、產業概況描述等進行整理歸納分析，從傳統陶瓷業發展做定義，並進行文化產業定義解釋與分析，在推廣文化內涵所創造出的顧客價值與文化價值，對地方經濟發展的影響。

(二)觀察法

根據研究目的，對研究現象或個人進行有系統觀察，並依觀察對象做客觀的解釋與敘述，本研究者實地觀察鶯歌鎮陶瓷產業文化，從中了解並體驗文化活動，探究如何將文化產業推廣，促進地方發展。

(三)深度訪談法

此研究方法由於定性研究重視「主觀性」與「參與性」，偏重個案研究，經由深入訪談，可挖掘到定量研究無法查覺或分析的現象，進而產生深入又有創意的研究價值；(榮泰生，2008)由研究者透過開放訪談性的發問問題、辨識資料並記錄觀察和蒐集樣本，這種方法常運用到自然、社會、民俗、語言、行為、藝術、文學等各領域，本研究擬定鶯歌地區陶瓷產業之廠商進行面對深度訪談，訪談對象依陶瓷產業種類之不同，從廠商中挑選代表性商家，以面訪方式進行，將訪談資料彙整、分析，以建構方式提出對鶯歌陶產如何創新與地域活化。

1. 準備訪談大綱 2. 電話邀約確定實施時間 3. 擬定訪談大綱並傳真內容給業者 4. 正式訪談 5. 訪談資料彙整

(四)產業六力分析法

產業六力 (Industry 6 Force Analysis) 分析的合作觀點 PESTLE 互動分析，是修正波特五力分析 (Porter's 5 Force Analysis) 之產業分析模型。波特五力分析以企業為核心，探討五個外在影響力對於企業本身競爭力影響，五項影響因素包括競爭者、供應商、買家、潛在競爭者與替代性技術 (Porter, 2000)。產業六力分析是以一國某一產業為核心，探討影響該產業競爭優勢之六種外在因素，包括 P 政治 (Political)、E 經濟 (Economic)、S 社會 (Social)、T 技術 (Technological)、L 法律 (Legal) 與 E 環境 (Environmental) 之 PESTLE。在產業六力分析中，整體經濟為產業發展第一影響力，由於國家產業發展有諸多不同面向，產業發展應該著重於公平式或重點式，端賴國

家的整體經濟目標考量(產業科技資訊室—David, 2008)。

二、研究對象

本研究以縣府工商登記之鶯歌鎮陶瓷工廠為對象，進行本研究論述之主體。

三、研究流程

研究進行之研究步驟與流程，鶯歌陶瓷文化產業發展模式如圖 4-2 所示：

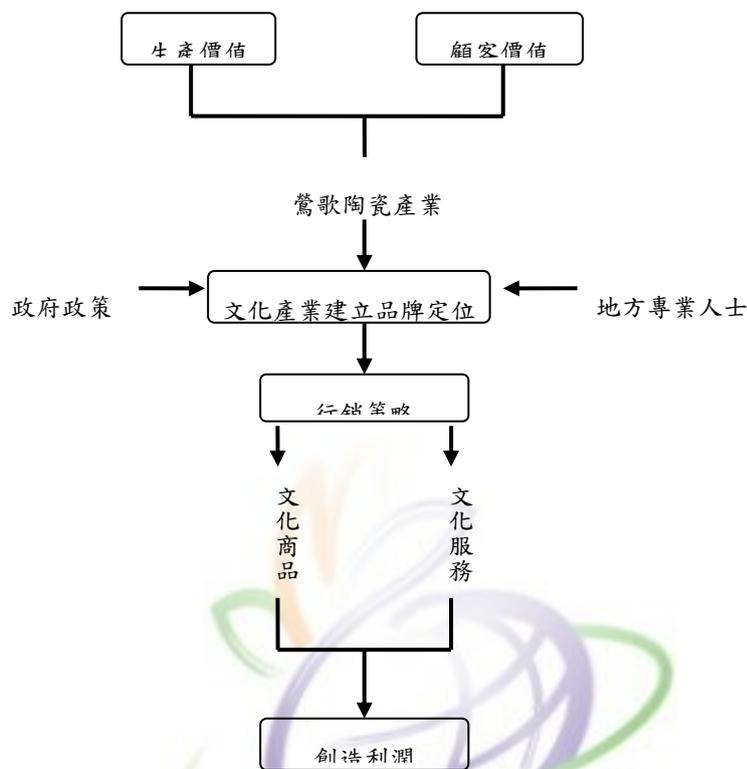


圖 4-2 鶯歌陶瓷文化產業發展模式

第五章、研究結果與分析

一、訪談記錄(詳見附錄二)

捏陶雕塑協會秘書長林顯堂先生說：「陶瓷產業會沒落得這麼快速，這要追溯於早期開放大陸進口，其實對市場還不會造成威脅，主要是業者不守規矩，一味相信外國月亮比較圓的心態，當時很多訂單還是可以留在台灣，因為鶯歌都是以小型或微型企業為主，一個老闆經營就可以養活好多家子的生活，那時候很多貿易商看到廠商外移，他的訂單也開始陸續轉移至大陸，結果是整個產業都垮了，為了生存整個微型或小型企業只好關門解散，減輕企業的壓力(A011)；目前產品國際化是一定，韓國、泰國、日本、大陸陶瓷產品皆有在鶯歌的市場販售，不要刻意排斥，因為有比較品質才能達到國際水準，要生產符合民生需求又有高品質國際化的產品。(A012)；地方或中央為了配合款分配均勻，無權重之分，但地方重點發展卻常因為預算或經費不足，推展地方產業時有無力之感。鶯歌陶博館常展覽高單價藝術品，忽略本土化生活化的陶瓷展覽，沒有這些陶瓷品，如何突顯這些高檔藝術陶瓷呢？還好地方發展協會或民意一再向政府反映之下，近兩年陶博館就有推出一系列配合地方產業的活動或節目，如胭脂紅系列或今年青花瓷系列

(A014)；政府觀念必須改變，輔導對象必先鎖定大企業，景氣復甦時，雖可應徵更多的人力投入產業，不景氣時，這些大企業最先裁員、放無薪假等，反觀小型或微型企業，業者還可自行吸收，會是撐到最後的一根稻草，民意代表或縣議員之類，常會因為選票的問題，無法全力配合(A015)。政治因素的介入，其實早期陶瓷館不能建在老街附近，停車位之不足就是其中原因，應該規劃興建在鶯歌郊區鳳鳴或中湖一帶，腹地又廣，又可資源平均分配，亦可帶動老街至郊區尖週邊的經濟脈絡，總之，是可以活化陶瓷產業與地域的互動關係，反正基層選舉一日不改善，地方產業就要靠自己，最後只能明白的說陶瓷產業是可以更輝煌騰達的(A016)；興建陶神廟，但文化局員卻訝異陶神廟是啥？雖然陶瓷老街很有名氣和特色，可是若要常來逛，老人家總先開口說又要去花錢，若有座廟讓他有心靈寄託再消費，就可以增加出門的機率，提升消費的意願(A017)。」

鳳鳴國小家長會長游如淵先生對鶯歌發展的歷程說：「因為建築業蓬勃發展，忙到忙碌的時光已經離我們而去，年輕人鶯歌只有尖山埔路及文化路才有陶瓷生產，四週山坡丘陵地以採煤為主，所以鶯歌的古道非常的多，也就是最好的見證(A021)；地方發展有偏跛於固定地方，以鳳鳴地區為例，因為早期外移鶯歌工作的人口，幾乎選擇鶯歌市郊鳳鳴地區落地生根，因為鳳鳴地處桃園與鶯歌交界處，這裡的人口幾乎以製陶為生，景氣蓬勃時需要大量人力，所以此地區的人口密集不輸鶯歌鎮最繁榮的市中心人口，但是公設發展卻落後，當地居民不成比例可供使用的休閒運動地方，皆因政府機關未積極開發及重視地方平均發展鳳鳴地區所至(A022)；仿製品就大量低價銷售，對創作者沒有保障，消費者就等著價位下跌時再購，還有民風保守，製陶技術都是靠經驗或祖傳方式研發，很少有技術交流或討論的機會，在產業外移的時段，很多訂單都是請鶯歌業者研發設計後，貿易商直接大陸下單，這是智慧財產權的落實保障的後果(A023)。產品價值與顧客價值結合，需要族群團結的力量才能自救，提升文化價值，創造經濟利潤(A024)。」

鶯歌鎮第十三屆鎮民代表葉文祥先生對於目前陶瓷產業生態說：「陶瓷產業由最初的傳統粗躁的陶瓷，慢慢轉型為精緻藝術陶瓷，近幾年因為工資高漲，製造工廠幾乎都轉移至大陸或越南等低工資的國家生產(A031)；比較注重休閒的生活，業者也以休閒和觀光結合為觀光陶瓷(A032)；建築陶瓷還一路成長，因為少子化的影響，提升生活品質，一棟建築物花費重於高品質與人性化的設計，衛生陶瓷也因而開發更多的客製化陶瓷(A033)。業者的提升與成長是非常需要，行銷的方式不再是以往的單純方式了，店家必須做功課的地方。對於顧客的需求是要深入了解，甚至藉用顧客滿意度調查，來找出顧客的喜好與要求，店家的使命感不再只是批發回來，單純的買賣了(A034)。業者須一堆土做的產品可以讓它有價值，如何把陶瓷賦予生命化，並且要詳細的介紹與解說，吸引顧客購買意願，所以業者的提升與成長是非常需要(A035)。對於顧客的需求是要深入了解，甚至藉用顧客滿意度調查，來找出顧客的喜好與要求，店家的使命感不再只是批發回來，單純的買賣了(A036)。」

傑作陶藝董事長、縣立鶯歌陶瓷博物館諮詢委員、萬能科技大學兼任講師許元國先生說：「台灣陶瓷的特色，要有創意、文化性、產業性都要兼顧，一般來講台灣文化和中國

文化重疊性很高，要在台灣文化當中去找一些跟有差異性的素材是不容易，藝術家或作家都有自己的創意，價位奇高，但消費者不會買，所以業者更該考慮文化、創意、產業這三項去努力(A042)。台灣的參與迎神賽會水準較低，中輟生、吃著檳榔穿拖鞋遊街，不倫不類的，哪妳看日本的話，是非常漂亮，他們整個迎神賽會是整個社區的民眾參與，當地民眾參與遊行是以美為訴求(A044)；第一個積極本土文化觀念去找創作素材，第二個是創作但不可違背市價，需看得懂的然後注重要有產業化，量產的談行銷而不靠卑劣的銷售手段(A045)。業者不透過正常行銷手段去銷售?而完全採用銷售技巧，對鶯歌陶瓷產業，永遠沒辦法提升?那就跟東南亞一樣，去參觀完東西後出價，一折兩折；導遊還告訴你直接出一折，台灣現在是先進國家!到這地步真正的收藏家還不敢買呢?會覺得這東西沒保障，對價格更沒保障(A046)! 鶯歌石擁有百多種，可以把這個地方弄成蝴蝶谷，整個鄉鎮的行銷，商品要多重組合!不能夠只是來看陶瓷啊!根據研究顯示很多活動參加動機是家庭聯誼，可賞生態旅遊又可以看陶瓷、精緻祖師廟可以泡溫泉，就等政府與民間去開發更多的觀光資源，這樣才能發揚光大(A047)! 有約束力，提供經費開行銷管理課程，需有多少人參加，或是修多少時數才有學分證書之類，達到教育的目的(A048)。」

嘉寶自然工業股份有限公司管理部林黃錚副理：「陶瓷產業技術常受到仿冒的威脅，銷售業者的管理概念鬆散，未積極為產業建立起短、中、長期的經營目標，只期待有銷售利潤就可以滿足，所以造成價格波動很大(A051)。」

財團法人自然技術研究鄭孝忠所長：「陶瓷嘉年華會，我覺得很棒，活動期間老街周邊道路幾乎是擠得水洩不通，代表還有吸引力，可是看陶瓷店家老闆一直喊苦，也不知是活動內容沒有傳達給消費者，喚起他們對本土產業的喜愛，還是另有其因，那就要跟主辦單位討論(A061)。」

三洋窯業公司王世智廠長說：「本國勞工皆不願意從事夕陽產業，所以現場粗重工作以外勞為主，為了減省成本，生產線直接生產製品，製造過程順利的話，產量會增加，那成本就會降低，若是庫存量太多時，公司的生產線就停工來消耗庫存，目前的生產方式正符合目前不景氣中求生存方式(A071)。產品的開發與設計，有專業研發部門，不斷提升從40×40mm 到 120×120mm，都是研發的進步，現在產品以國內銷售為主，只有部份外銷，以目前國內瓷磚產量幾乎一半是仰賴進口，若是這些進口量全部轉為國內訂單，我想國內的瓷磚業者應該是每日都有工作量(A072)。政府對我們應該有照顧吧！因應建築業的不景氣，政府不是有低利貸款等政策嗎？刺激消費，讓建築業復甦，還有都市計畫案的開發，這些都要政府才有能力推動，政府也是盡量拯救不景氣而更加努力(A073)。」

鎮民代表會副主席卓建國先生說：「價格與產量以台灣的生產狀況根本比不上，目前台灣的衛生陶瓷或是建築陶瓷以進口為大宗；台灣就以小量多樣式的客製化為主(A081)；商家在營業管理方面過於短視，第一大陸貨充斥，是失望之恥，無法看到鶯歌陶瓷文化，

第二要賣文化，就要讓你的產品賦予故事等附加價值，商品才有價值，第三要推動不二價商店，那就要政府的全力輔導或獎勵金制，把賣場與當地文化商品加以區隔，那是商家必需有的共識 (A084)。台北縣又要升格為新北縣，那鶯歌鎮的區長或管理者是政府直派人員就任，這又可能重蹈覆轍，因為又都是對陶瓷一知半解的人，我只能說鶯歌陶瓷萬劫不復了(A085)。鶯歌鎮長舞弊、貪瀆等事實都已進入法律途徑處理中，鎮民風單純保守，鎮長婚喪喜慶必出席，他才會一再連任，但鶯歌地方文化產業卻漠視無認真推動，以公所的陶瓷觀光課雖然美其名是有管理陶瓷的頭銜，陶瓷管理是小之又小的一小部份，由此可佐證政治領導人物對於地方文化產業的重要了(A086)。陶博館未與地方結合的事情更多，新建的陶瓷公園，使用的是鶯歌鎮地，但鎮民入園還要收費，對鶯歌陶瓷沒有多大助力，所以我更敢大聲說請陶博館關門(A087)。」。

訪談對象背景

訪談對象姓名	訪談對象資歷
A01 林顯堂	鶯歌文史工作室、鶯歌鎮捏陶雕塑發展協進會秘書長、鶯歌鎮捏陶雕塑發展協進會理事、芸豪堂負責人、芸谷賞陶典藏館負責人、芸谷賞陶精品店負責人
A02 游如淵	鶯歌正義社社員、鶯歌鎮長鳴協會理事、鶯歌鎮鳳鳴國小家長會長、磚窯廠負責人
A03 葉文祥	三永陶瓷有限公司 負責人、祥奕建材行 負責人、救國團鶯歌團委會總幹事、鶯歌鎮第十三屆鎮民代表、鶯歌後備軍人輔導中心秘書
A04 許元國	傑作陶藝有限公司董事長、台北縣立鶯歌陶瓷博物館諮詢委員、萬能科技大學兼任講師
A05 林黃錚	嘉寶自然工業股份有限公司產銷管控中心副理、嘉寶自然工業股份有限公司管理部副理
A06 鄭孝忠	嘉寶自然工業股份有限公司生產技術研發部經理、財團法人自然技術研究所 所長
A07 王世智	三洋窯業公司廠長
A08 卓建國	鶯歌鎮鎮民代表會副主席

資料來源：本研究整理

二、結果以產業六力分析，產業六力(Industry 6 Force Analysis)分析的合作觀點PESTLE互動分析，如表 5-2 所示：

表 5-2 產業六力分析(Industry 6 Force Analysis)

※粗體字表示優勢條件

政治 Political	<ol style="list-style-type: none"> 1. 台北縣政府推動發展觀光計畫「三鶯陶瓷暨文化園區計畫」。 2. 行政院提出「挑戰 2008 國家發展重點計畫」，在「觀光旅客倍增計畫」中，開發鶯歌新興套裝旅遊路線及新景點。 3. 政府對陶瓷產業預算配合款，未積極全力投入開發與輔導。 4. 政府機關送禮為率先使用當地陶瓷產業，樹立愛用國貨，推動地方產業的觀念。
-----------------	--

	5. 政府外交時未積極以國內地方產業進行置入性外交。
經濟 Economic	1. 勞工基本法實施，對廠方不利，又開放大陸進口，破壞市場價格，影響產業生態。 2. 為了生存結合三峽人文特色，形塑陶瓷文化特色小鎮，建構三鶯文化雙子城，規劃「三鶯一日遊」的計畫。
社會 Social	1. 政府機關與民間對於古蹟保存缺乏積極性，等到古蹟被拆後，或經過時間的摧殘不堪，才意識到需保存。 2. 鶯歌聯外交通普及化，客運、鐵路、高速公路、機場快速聯絡道，形成南來北往及便力的交通網絡。 3. 鶯歌廟宇鎮民以陰間(大墓公)信仰為主，有別於其他鄉鎮的信仰，通常因廟而繁榮富裕，鶯歌陶瓷卻是以地方產業聞名於世，非常另類。
技術 Technological	1. 產品品質差異明顯，個人工作室與大工廠互不相連結，讓技術無法交流提升。 2. 對於國內陶瓷價位還是介定於高單價的定位，常會國內接單卻送至大陸生產，再進口國內販售，現在為了求生機，都以把單價大幅下降，可以高品質低價位與大陸競價了，如故宮販售的紀念「仿翠玉白菜」，只是不給鶯歌業者估價機會，直接大陸下單。 3. 提供工藝研究場所，普設學術研究機構，落實學校單位與陶瓷業者交流，達到產學技術合作。 4. 藉由科技的進步普設行銷網絡，結合陶瓷業架設國際化網站進行行銷。
法律 Legal	1. 成立「鶯歌陶瓷藝術協會」、「中華民國釉藥研究協會」等民間團體遵從法令規定，為宣揚鶯歌陶瓷不遺餘力。 2. 鶯歌陶瓷對於專利權屬的確立，未有效落實與執行。
環境 Environmental	1. 提升陶瓷文化地位，強化陶瓷老街、陶瓷博物館、陶瓷博覽會的週邊硬體設備，吸引再回流顧客群。 2. 社區再造意識抬頭，因應挑戰與轉型，必須形成「學習型區域」，強化地方文化素養，才能提升經濟成長。 3. 環評委員極力阻止三鶯捷運的通過，認為會破壞三鶯橋下生態環境。 4. 老街業者對於展示場地設計，不惜重金裝潢出高品質的展示空間，讓遊客宛如置身藝術天堂，以達國際水準極具地方特色的老街。 5. 推動鶯歌環河建設，及美麗家園行動策略，闢建環外道路，減少觀光產業交通阻塞的壓力。

資料來源：本研究整理

第六章、結論與建議

本章首先將根據本研究之理論建構與實證蒐集資料進行分析，並將分析結果敘述說明本研究，闡述本研究對理論與實務的意涵與貢獻，並針對研究中所產生的研究限制作一一探討，並提出後續本研究之建議。

一、研究結論

(一)近期產業發展現況

依本研究初步蒐集資料顯示，目前鶯歌鎮八萬多人民約有 70%從事與陶瓷相關行業，在登記一千多家工廠中有 80%以上為陶瓷製造業，最主要鶯歌陶瓷產業興盛，在於早期鶯歌鎮境內含有豐富的黏土及煤礦可供製作陶瓷，隨著技術不斷改進，資金大量投入，加上建築業蓬勃發展所需工業與建築業用陶瓷需求量過增，造成鶯歌鎮民幾乎投入陶瓷行列，于 1992、1993 年間達到發展巔峰，1994 年房地產平穩轉為下滑現象，1998 年有藝術陶瓷開發又有攀升趨勢，2002 年後開始下滑，廠商有些外移大陸或低廉價勞工的國家投資生產，年輕人轉移至鄰近龜山鄉工業區、桃園市、八德市或三峽樹林等地投入其他行業，目前鶯歌的陶瓷廠幾乎是夕陽行業。

千年藝術的傳承 台灣產業的沒落 消費族群的改變 歲月無奈的結束

這是由一家陶瓷業界知名又生意鼎盛的商家，加上中山路擴寬及高架橋設立後，在當年陶瓷蓬勃發展時，但風光稍縱即逝，經歷過繁榮至今蕭條沒落的心情寫照，此陶瓷商家已結束營業並在店家門口貼上碩大的海報，自我陶侃及其對陶瓷產業感傷的心情寫照(中山路 290 號)。

(二)陶瓷產業經營問題

1. 大型企業在當地銷售點不多，其產品大多為建築類或工業陶瓷，不需要在當地設店面，獨立擴張業務部門及海外市場，與當地銷售者無密切互動。
2. 中小型企業有設店面也會擴張銷售地點，自立品牌接受訂單，或轉介其他下游廠商製造。
3. 店面銷售可分為
 - (1)自產自銷，除了銷售生產的產品，也依其理念不同而兼售其他工廠的產品。
 - (2)OEM 方式接單發包其他廠商製造，賺取中間的價差。
 - (3)零售商以批發工廠的產品，開店營利，完全沒有生產部門。

因為大型企業其本身財力資源雄厚，可以自行經營管理策略銷其產品，中、小型企業及店面銷售商因為各自經營，規模、資源受限，無法突破現況，以管理策略方式進行鶯歌鎮陶瓷產業業者大聯盟。

二、研究建議

(一)發展文化創意產業

1. 傳統文化積極保存其核心價值，以不失其風貌，作為了解地方文化產業的起源。
2. 善於利用高科技、高資訊化的資源，進行國際化行銷。
3. 以獨特性、創意性的文化商機，吸引顧客再回流意願。
4. 融合教學課程，以創意平台的建立，提供學子教學體驗。
5. 地方誌的蒐集與整理，把失傳已久的歷史故事找回，利用故事館的方式呈現，培

訓志工為文化產業傳承服務。

6. 產業重整聯盟，進行管理策略行銷，減少同業競爭，增進彼此商業利潤。

7. 呵護陶瓷文化永續之流傳，這地方的獨特性文化，居民必須擁有的觀念。

(二)政府機關與政策

1. 拯救產業需從長計議

地方與中央政府對鶯歌地方產業必須從長計議，如何輔導產業配合政令宣導，各處設點巡迴展示，促進行銷管道，增加產業收入，進而刺激廠商積極跟進開發與生產，等同提升地方產業生產力，挽救沉寂已久的陶瓷產業復甦。

2. 行銷陶瓷文化之價值

提升陶瓷文化和創造商品之價值，首重於行銷管理策略之應用，才能達到經濟效益。

3. 以置入性行銷國際的方式

如何行銷至國際化，政府必須在外交方面規劃，各國元首長來訪時，必須安排參觀陶瓷文化，事前的傳播媒體的規劃，建立印象之旅，拓展國際化之交流。

4. 影視產業行銷方式

海角七號、博物館驚魂夜的成功打響國內屏東、美國紐約博物館的知名度，遊客絡繹不絕等例，高雄市政府 2009 年 6 月 1 日成立「拍片支援中心」，由市府提供統合性支援及產學交流的園地，所以鶯歌政府可以用獎金鼓勵的方式吸引影視的拍攝，取景於鶯歌鎮陶瓷業或古蹟等，藉以創造文化價值，提升商業利益。

5. 台北縣立鶯歌陶瓷博物館與地方需結合

鶯歌陶瓷博物館隸屬台北縣府管理，地方政策與縣府政策無完全落實於鶯歌鎮，以新開發的陶瓷公園坐落於鶯歌土地，但鶯歌鎮民確無法使用，因為入園必須收費，這就是政府與地方機制未密切結合之處。

6. 一鄉鎮一特色

經濟部中小企業處 OTOP(ONE TOWN ONE PRODUCT)輔導計畫，以台灣各鄉鎮為主，精選在地特色，發展出具有歷史性、文化性、獨特性極為一致的地方特色產品。

(三)地方

1. 催生捷運三鶯線動工

台北縣藝文發展協會爭取捷運線及早動工，連署破五萬人(自由時報，2009.5.31)，五月起發動連署行動，協會統計目前連署人數超過 5 萬人，光昨天三峽、鶯歌兩地連署人數就破萬人，顯示地方期盼捷運甚深，以三鶯樹總人口數 35 萬比有捷運的淡水與土城還多，陳情書會轉交立委等人全力催生捷運動工。

2. 整修當地百年老廟

老街幾乎會因廟而繁榮興盛，唯獨鶯歌老街當初規劃改造時，沒有列入興建具代表性的陶神廟，若是家中有老人家，他們出門主要是到廟宇，祈求平安順道走一走，這一趟出門幾乎是全家總動員，而且不會受到經濟風暴影響減少出門的意願，雖然陶神仍然輪流寄居於爐主家中，救急之下先以文化路的百年土地公整建維修為要，讓遊客到此一遊有所心靈寄託之處。

3. 社區總體營造機制啟動

社區營造因應社會演變(卿敏良、梁晉誌、蔡毓珊、石宗偉、蔡東籬，2009)，剛開

始以社會運動方式尋求解決台灣後工業化時代，所面臨長期累積等社會公平與經濟分配之問題，藉由社區自我能力提升力量的社區改造，從草根運動走向官學社區合作的模式，鶯歌鎮的陶瓷產業在 2005 年北縣社造中心與文化局尋找陶瓷為工具進行媒介，以踩街方式「迎陶神」的活動，對社區對地方文化更具有凝聚力，參予過程每個人德心情轉換，情緒波折讓每個人更深入的體認地方產業的歷史與淵源，所以社區的力量亦是地方文化產業再造的主力。

4. 縮減產業數位落差計畫

因應金融海嘯全球化不景氣，經濟部以地方產業為輔導對向，進行縮減產數位落差的計畫，以阿里山奮起湖為例，地方產業以群聚的方式，由政府輔導產業以 e 化的方式，再度把產業融入地方文化特色，加以結合行銷，為地方產業再創新商機；所以陶瓷產業也可比擬此計畫，向相關單位提出縮減產業數位落差計畫，由政府監督、輔導和補助，為產業尋求生機。

5. 建構三鶯文化園區

配合大學城開發，結合大漢溪自然生態與山河休憩軸帶，以產業小鎮具體活化，人文、史蹟、文化產業串聯建構三鶯文化產業園區，帶動觀光產業發展。

三、研究限制

研究過程盡量力求完整有依據及原則性，過程中還是有一些問題有待改善，如人力、物力、財力、時間上的限制，可能產生研究上的偏差，提出對本研究若干建議，供後續研究者進行相關研究時之參考。

(一) 研究限制

1. 探究文化產業時必須提出地方相關數據，進行研究分析，這些資料有時必須從政府機關申請，礙於法令規定，在時間與人力上是一大考驗，有時申請收到的資料與研究不符，又要再度申請，造成研究進行的不便。
2. 訪談約好時間後，常會有一些不可抗拒的因素，如依約前往時，來電告知臨時取消或到了訪談地點，卻因有客人談生意，可能一等候就是一個小時以上，甚至更久，因而取消，這些都是研究者必須耐心考驗之處。
3. 訪談大綱有時未必能盡訪談者所要表達的意願，所以事前能先就訪談者的經歷先進行溝通，再進行修改大綱，以利訪談進行順利。

(二) 後續研究之建議，

探究對象以陶瓷文化和鶯歌鎮為例，由於研究時間與資源的限制，僅限於相關文獻加以敘述和田野調查方式進行陶瓷業者口述訪談，整理為文字資料，但訪談過程會有不適當的解讀當事者所要表達的心意，加上受訪對象一些無法掌控的因素，如當日的情緒或長久的記憶是否有被遺忘、扭曲、過度渲染等情形，亦會造成研究的準確性，所以希望後續研究可以改變其他的方式，讓蒐集的資料更趨完整、準確。

參考文獻

- 三橋俊雄，2007。第三屆地方資源活用與地域振興亞洲國際研討會。國立雲林科技大學。
- 古宜靈、廖淑容，2003。文化產業政策專區的趨勢與問題。都市計劃，31，2，91-111。
- 馮久玲，2002。《文化是好生意》。台北：臉譜出版。
- Porter, M., 陳美岑譯，2001。全球化競爭優勢。城邦文化。
- 宋龍飛，2003。土與火的交集-台灣陶瓷藝術。傳統藝術，28，7-12。
- 蕭富隆，1995。南投陶兩百年專輯。南投縣政府。
- 陳政均，2003。地方產業結構變遷與創新學習能力之研究-以鶯歌藝術陶瓷產業為例。台北大學都市計畫研究所。
- 文建會，2008。文化創意產業發展法。http://www.cci.org.tw/file/gov_support/
- 陳玉珊，2005。文化產業學習型市鎮發展之研究-以鶯歌陶瓷文化產業為例。立德管理學院休閒管理研究所。
- 台灣陶藝發展史之三，2006。陶藝教育資源網。
<http://www.cnartedu.org/tyjyzy/Article/HTML/142.html>
- 林姿儀、曾憲嫻，2007。振興地方文化產業的商店街組織運作機制之研究。全國社區營造學術研討會論文集。
- 黃哲淵，2004。地域性住宅風貌的營造過程—以第一屆宜蘭厝為例。國立台灣科技大學建築研究所。
- 黃世輝，2001。社區自主營造的理念與動機-黃世輝研究論文集。建築情報季刊雜誌社。
- 吳思華，2007。台灣製造文化創意向前走，文化建設委員會。台北：允晨。
- 吳俐璇，2003。台灣地區推動地方觀光行銷策略之研究—以鶯歌地方觀光發展為例。台灣大學建築與城鄉研究所。
- 陶瓷業貿易調查預警速報，2009。台灣經濟研究院。第25期
- 李倩如，2003。中央與地方文化政策形塑下的產業空間變遷：鶯歌陶瓷老街個案。銘傳大學媒體空間設計研究所碩士班。
- 李知宴，1996。中國陶瓷文化史，初版。台北：文津出版社。
- 台北縣政府，1997。《陶色，1997台北縣陶藝展創作專輯》。台北：台北縣立文化中心。
- 謝東山，2002。《台灣當代陶藝發展史》。台北：台北縣立鶯歌陶瓷博物館。
- 漢寶德，2003。城市文化的產業化。國家政策論壇，2卷，5期。
<http://www.npf.org.tw/monthly/00205/theme-111.htm>
- 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。台北大學都市計畫研究所博士論文
- 林美萍，2003。遊客對產業文化活動效益認知之研究-以白河蓮花節、左鎮白堊節、麻豆文旦節為例。
- 徐文琴、周義雄，1993。《鶯歌陶瓷史》。台北縣板橋市：台北縣立文化中心，1993年6月，8-11。
- 謝淑芬，2005。地方產業文化活動對遊客知吸引力與滿意度之研究—以鶯歌陶瓷老街為例。第二屆台灣地方鄉鎮觀光產業的發展與前瞻學術研討會。
- 今澤正秋記，1997。《鶯歌鄉土誌-樹林、鶯歌史話》。P2-6。台北縣：海山文教工作室。
- 張德水，2002。《台灣政治、種族、地名沿革》。P166-167。台北：前衛出版社。
- 今澤正秋記，1997。《鶯歌鄉土誌-樹林、鶯歌史話》。P4-5。台北縣：海山文教工作室。
- 劉英純，1997。《陶醉鶯歌》。P19-24。台北：中華民國人文科學研究會。
- 馬有成，1998。《文化、產業與生活》。北縣文化，62，P20-27。台北：台北縣立文化中心。
- 台灣歷史文化地圖。<http://thcts.ascc.net/view.asp>
- 張挺立，1995。《鶯歌巡禮》。P19-24。台北：鶯歌鎮公所、鶯歌文史工作室。
- 張挺立，2001。《戀戀鶯歌》。台北：鶯歌文史工作室。
- 洪英聖，2003。《台北縣地名探索-情歸故鄉(叁)》。P224。台北：時報文化出版。
- 張挺立，1995。《鶯歌巡禮》。P80-86。台北：鶯歌鎮公所、鶯歌文史工作室。
- 劉英純，1997。《陶醉鶯歌》。P54-55。台北：中華民國人文科學研究會。
- 鶯歌鎮戶政事務所，2009年2月。《年度統計表》，人口統計。
- 劉英純，1997。《陶醉鶯歌》。P52-53。台北：中華民國人文科學研究會。
- 傅茹璋，2002。新經濟時代地方文化產業發展之研究—以鶯歌陶瓷文化產業為例。規劃學報，29，39—57。
- 中湖國小、鶯歌陶瓷博物館，2002。《台北縣老寶貝文化資產》。台北：台北縣立鶯歌陶瓷博物館。
- 谷春泉，1996。《台灣陶瓷博覽會鶯歌陶瓷之旅紀念專刊》。台北：眾喜。
- 汪弘玉，2000。《新陶瓷器時代》。台北：台北縣陶瓷文化觀光發展協會。
- 黃仲光，2001。《鶯歌陶瓷嘉年華會》。台北：台北縣陶瓷文化觀光發展協會。
- 榮泰生，2008。《企業研究方法》。台北：五南。
- 產業科技資訊室—David，2008，9月30日。產業六力分析與產業互動模式。財團法人實驗研究科技政

- 策研究與資訊服務處。 http://cdnet.stpi.org.tw/techroom/analysis/2008/pat_08_A045.htm
- 劉英純，1997。《陶醉鶯歌》，P44-45。台北：中華民國人文科學研究會。
- 鶯歌文化觀光網。http://www.creamics.tpc.gov.tw/Culture Tourism/Index.aspx
- 謝嘉梁，1997。《台北縣鄉土史料(上冊)》，P374-376。台北：正中。
- 謝嘉梁，1997。《台北縣鄉土史料(上冊)》，P377-378。台北：正中。
- 葉重新，2007。《教育研究法》。台北：心理。
- 自由時報，2009.5.31。台北都會生活，B5版。
- 卿敏良、梁晉誌、蔡毓珊、石宗偉、蔡東籬，2009。《閱讀北縣社區生命力：台北縣社區總體營造成果》。P12-17，台北：台北縣政府文化局。
- Bassett, K., R. Griffiths, and I. Smith, 2002. Culture industries, culture clusters and the city :the example of natural history film-making in Bristol. *Geoforum*, 33, 165-177.
- Knight, R., 1995. Knowledge-based development : policy and planning implications for cities. *Urban Studies* 32, 2, 225-260.
- Mayo, E. J&Jarvis, L. P, 1981. The psychology of leisure travel:effective marketing and selling of travel services.
- McCarthy, L., 2003. The Good of the Many Outweighs the Good of the One-regional Cooperation instead of Individual Competition in the United States and Western Europe. *Journal of Planning Education and Research*, 23, 1, 140-152.
- Porter, M. E., 2000. Location, Competition, and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy. *Research and Practice*, 14, 1, 15-34.
- Sauer, C., 1962. *Land and Life: A Selection from the Writing of Carl Sauer*, ed. J. Leighley. University of California Press, Berkeley.
- Soja, E., 1996. *Postmetropolis: Critical studies of cities and regions*. Malden:Blackwell Publishers.
- Storper, M., 1999. The resurgence of regional economics, ten years later:the regions as nexus of untraded interdependencies, *Economic Geography Reader*, New York:John Wiley & Sons, Ltd.
- Zukin, S., 1995. *The cultures of cities*, Cambridge, MA:Blackwell.

