

2006 年文化創意產業與地方發展策略

研究生學術論文研討會

鄉村型社區資源整合模式與網絡建構策略：

以高樹元氣館產業交流平台為例

邱俊榮

中華民國 94 年 2 月 13 日

摘要.....	2
壹、緒論.....	4
貳、概念界定與研究方法.....	5
參、文獻回顧.....	9
肆、高樹鄉自然與人文地理環境及其發展困境 ..	10
伍、屏東縣地方產業交流中心之分析.....	17
陸、實地調查與深度訪談分析.....	21
柒、建議與結論.....	26
參考書目	32

鄉村型社區資源整合模式與網絡建構策略：

以高樹元氣館產業交流中心平台為例

邱俊榮¹

摘要

近數年來，在全球化浪潮衝擊下的台灣地方產業正面臨著經濟弱化、人口外移的窘境，政府決策當局乃於民國九十二年度研議「地方產業交流中心」計畫，以「社區」為中心，整合地方資源，建構產業與社區的網絡關係，以協助經濟弱勢區域之復甦，開創地方活化的新契機。

「地方產業交流中心」計畫應溯自民國八十五年在台灣各地蓬勃發展的社區營造運動，由於台灣各地鄉鎮市積極推動社區文化，帶動地方文化創意產業的興起；近年來，政府更積極提倡社區資源的整合模式，建構產業與社區網絡的夥伴機制，俾運用地方的文化與生態資源改變舊有鄉村型社區的體質，蛻變成為另一番全新的社區面貌。

本研究擬以屏東縣高樹鄉為研究個案，探討鄉村型社區資源整合模式為何？應如何建構社區與產業之「互蒙其利」的網絡關係？溪流三面環繞的屏東縣高樹鄉，與外界的交通原本甚為不便，屏東縣政府乃透過第三部門協助成立「屏東縣地方產業交流中心—高樹元氣館」，做為一個創意產品或創意資訊交流的知識平台，同時也為高樹鄉居民提供一個可以討論創意產業的公共場域；該館的核心目標為：企圖以加工產品研發、行銷與展售屏東鮮果品牌行銷、產業研發與升級、人才培育與訓練、旅遊資訊中心、區域活化中心等，運用在地的資源與網絡的建構突破當地發展的困境，積極的改善當地社區體質，並以此為起點拓展鄰近鄉鎮

¹國立本文作者為中央大學客家政治經濟所碩一研究生:邱俊榮。

產業經濟發展。

本文以利害關係人為分析觀點，擬針對屏東縣政府決策者，以及高樹元氣館之負責人進行深度訪談；並且輔以參與觀察方法，針對入館民眾進行深度訪問，以了解其對於「屏東縣地方產業交流中心—高樹元氣館」在社區資源整合模式與網絡建構策略上的優劣與建議，以作為日後各鄉鎮市整合社區資源與網絡建構的參考依據。

關鍵詞：社區、資源整合、網絡、產業交流平台、高樹元氣館

壹、緒論

台灣各地現正興起了各項鄉鎮市區的發展活動，其中最為人關注的就是「地方產業交流中心」的設立了，許多人對於這個中心設立的目的以及為何要設置在當地感到很疑惑，並且懷疑地方產業交流中心是否有設置的必要？國家對產業交流中心的經費補助是否徒然？而且近日來遭媒體抨擊，而這些媒體的抨擊究竟有無道理？這些都是大家所關注的事宜，台灣日報一曾為了這樣的議題而訪問現任文建會的主委「陳其南」先生，素有台灣社區總體營造重要推手之稱的他，在訪問的內容中提及地方產業交流中心是中央補助地方的建設計畫，各中心的所有權和營運責任均屬於地方政府，且此計畫於今年94年由經濟部移交文建會繼續推動，文建會從文化產業的角度切入，正進一步輔導各產交中心的軟體內容開發規劃，並依據改善空間設計與營運管理，未來各中心可依其特質逐步轉型為 OT (Operate-Transfer)、自行經營或委外經營方式。

而且這項計畫擁有專屬的專業輔導團隊，成員主要來自於大專院校相關科系老師，包括高雄大學、屏東科技大學、雲林科技大學、逢甲大學和業界精英，地方產業交流中心的設置地點和規劃設計團隊經過嚴格評選，展示內容和推廣活動也都有團隊負責輔導和追蹤。

地方產業交流中心是地方空間改造的新模式，大多數的民眾都不太清楚其計畫目標的定位以及發展，首先，在公共建設領域，以舊建築再利用的方式設置「地方產業交流中心」，計畫本身即有突破性的意義，五個案例都是將地方殘破荒廢的閒置空間重新活化及再利用，與過去文建會已經在全國各地陸續完成「閒置空間再利用」示範點、「歷

史建築修護」與「地方文化館」等計畫屬同一類型。文建會這些計畫已經創造了台灣地貌改造和建築設計的新型態，避免了舊建築的毀滅，也減少鋼筋水泥新建築的氾濫，更拓展了台灣舊建築設計建造的特有技術和經驗，這個趨向在未來的空間專業領域將具有一定的歷史意義，而屏東、宜蘭、新竹、彰化、南投這五個地方產業交流中心的設計和建造品質則為此一系列工程之典範。

雖然前述的願景都相當的不錯，可是由近兩年來看地方產業交流中心的設置並未帶來預先所期盼的獲益，甚至九十二年為當地地方政府所選定的地方也並未獲得太大的改善，產業交流中心迄今完工至今已經超過一年了，投資的人卻興趣缺闕，終將關門大吉，現只剩下屏東產業交流中心高樹元氣館仍有實質上營運，但是營運的情況卻也是岌岌可危，要如何能夠改善其現狀並且依據當地真實的情況給予建議就成為了本文所必要探究之觀點，並且希望由這一些觀點的論述下能夠進一步去發展地方產業。

貳、概念界定與研究方法

一、概念界定：資源整合與網絡建構

了配合 2008 國家發展重點計畫一新故鄉社區總體營造，各地方均以不同的主題切入社區，鄉村社區營造是鄉村聯盟與整合架構的新機會，唯有以村民需求與發展為方向，以鄉村為核心提出區域發展、永續利用、福祉生活的鄉村計畫，全面運用政府資源，協助農民面對鄉村發展的課題。

推動鄉村社區資源整合工作，「人」是非常重要的關鍵，鄉村社區組織是推動鄉村

社區過程中最基本的要素。然而，過去由於社區資源整合的概念未能在利害關係人的意見之間取得一個完善的平衡，致使鄉村社區資源整合之力不足。如何透過組織共同規劃與推動社區的發展，是值得商榷的。

地方產業交流中心最主要的目的地就是帶動當地以及鄰近社區的經濟活絡發展，在二十世紀後期有一些學者專家開始論述一些不同的觀點，Gilloth and Meier(1989)表示地方經濟發展的主要目標是增加多樣化的工作機會給予當地的居民，為了要執行這些行動，地方政府及社區團體組織需要採取主動的領導而非被動的方式，Shaffer and Summer (1989)則將其定義為社會制度持續的衍生收入及就業機會，以保障地方經濟狀況之能力，其強調地方產業的發展不僅需要在短期內能有效的使用當地資源為當地的居民產生利益，工作以及收入之增加，同時必須認同社區在長期面對內外變化仍然能夠適時的調整，以維持地方持續的發展

Shuman(1989)則主張在全球化的潮流之下，地方日漸喪失了經濟主控權之際，地方應該盡量避免依賴以外銷為主的發展，減少需要長距離運的的資源、食物、用品、能源及原料。

換言之，創造一個自我依賴的社區，才不會讓地方的經濟面臨失控，所以Shuman(1989)認為應該要增加社區的能量以及輔導地方的產業運作，讓地方減少對中央補助的需求以及依賴，他更明確的說道：唯有地方能夠體認向中央政府爭取更多的權利，比爭取對地方的補助款項更為有益當地的產業經濟發展，學者更指出昔日的經濟理論已經不合乎現時的經濟情況，他提出經濟發展思維分為四個階段，第一階段是由產業革命到1970年代，製造業是基礎產業部門，服務業為非基礎(依賴)部門，第二階段是

1980年代將生產者服務業納入基本的部門，第三階段是1990年代初期，認同消費服務業，例如：觀光、運動、文化、教育學習事業也能夠為社會帶來實質上的經濟收入，一直到了1990年後期直至今日則進入了所謂的第四個階段，將所有的服務業併入基礎的部門，並且強調其能夠為地方帶來豐碩的收入，且促進經濟的發展不再只是資訊科技或者一些傳統的產業，只要是一般大眾化的服務產業也能夠為當地帶來財富，他更提出了「新地方化」的論點，認為避免當地收入的外流跟增加當地的財富是視為同等的重要，新地方化也將經濟、自然環境、人文環境以及社會的公平正義融入了地方產業發展的思維之中，他指出的新地方化策略包含：(一)鼓勵地方自有(二)鼓勵地方自己掌控財務(三)增加地方性的工作以滿足需求。

各國的地方政府也積極的在推動地方產業文化的發展，例如美國在1970年代再發展計畫，1980年代社區發展補助專案(community development block grant)、1990年代企業社區(enterprise community)及培力專區(empowerment zone)，英國也在1980年代開始推動企業專區(enterprise zone)、1990年代更推動了「地方交換及交流策略」(local exchange and trading schemes)，希望以此來增加地方的現金，因為當時的經濟非常的衰壞，日本也在1980年代推動「地方產業振興中心」的計畫，並且在高速公路以及一些重要的交通要道之下設立村、鎮的產業中心，命名為「道之驛」計畫，以閒置空間再利用的方式也是屢見不鮮，可是大多數卻是屬於都市再造計畫，但法國政府在1970年代卻利用當地舊有的建築改建成為展示十九世紀藝術品之美術館，並且在開館之後多達千萬的人次觀賞，改變了地方原有的產業特色，這些計畫無非是利用當地特有的產業資源以及人文素質結合政府之產業計畫來減少當地人口以及收入的流失，並增進當地社區發展及收入

以達到發展地方經濟之標的。

綜觀上述的理論無非是從幾個觀點來探究出發的：(一)減少地方對中央政府之補助以及各項的依賴(二)根據當地現有的文化以及產業加以發展(三)減少當地人口以及收入之流失並且為當地開拓經濟的發展以增加居民的收入及就業(四)加強當地經濟自有以及發展的能力(五)減少中央對地方的權限並增加地方所能夠自由支配的項目(六)地方產業經濟的發展必須考慮到社區團體、當地居民以及第三部門團體之間的意見。

二、研究方法

本文係依據地方文化產業發展的理論概念和利害關係人的角度來剖析高樹元氣館之設立以及目標，收集當地特有的人文及地理資源來探討發展的方向，因此本文的研究重點依序為下列敘述：

- (一)從高樹鄉社區迄今之地理環境以及人文環境來研究探討在地區域所面臨的發展窘境。
- (二)檢視目前高樹鄉如何配合當地社區經濟來發展當地的文化產業。
- (三)根據高樹鄉之發展政策擬定以及受訪者的訪問內容來分析政策之利害關係人。
- (四)針對目前高樹元氣館所面臨的問題加以探索實證分析解決之道。

本文將以當地相關單位、居民以及鄉里人士的深度訪問收集觀點並且親自參訪高樹元氣館所舉辦之活動來觀查其中真實的景象，並且希望由這些訪談的過程當中，找到真

正屬於當地發展的方向，本研究於民國 95 年 1 月 17 日至 1 月 27 日著手於訪談之調查，並且從這些訪談當中選取出一些本研究相關的問題要點，進行探討研究。

參、文獻回顧

自民國 86 年迄今，對地方產業之研究發展方面的碩博士論文共計有二十五篇，內容的研究大至上可以分為幾個方向：

- (1) 以文化祭活動本身的角度去切入當地產業的意向（如陳世達，92；阮亞純，92）
- (2) 以社區營造的角度去營造地方之產業（如李乾銘，92）
- (3) 以地方產業的發展對於社區發展本身的意義（如郭曜棻，92）
- (4) 以建築的角度去切入地方產業之研究（如歐樹柎，92）
- (5) 以經濟發展方面的概念去看待地方產業之發展（如劉潤南，92）
- (6) 以宗教的角度去切入地方產業之發展研究（如吳秋薇，91）
- (7) 以當地居民的態度去看待地方產業的發展（如鍾東儒，92）
- (8) 以政體理論去分析地方之產業發展（如劉銘緯，92）
- (9) 以社會網絡還分析地方產業的發展以及用行銷的概念去研究地方產業的發展。（如蔡翼如，92）

本文研究方向是以地方產業交流中心平台為一個出發點去探究政策利害關係人對當地經濟發展以及地方產業之振興，因此，與上述論文較契合之處是以經濟發展與當地

居民本身的態度看待地方產業的發展這兩個方面，但是本文研究擬以建立一個優良體質的地方產業交流中心為主要的探討方向，並且輔以當地居民與相關主辦單位意見來進一步的研擬如何增進地方產業交流中心平台之功能，並且將其功能之運用拓展至當地全縣之鄉鎮，這是與上述論文在探討當地經濟發展的層面有所不同的地方。例如：許仲川（2000）的《從地方產業網絡觀點檢視高雄多功能經貿園區規劃與推動》；阮亞純（2003）年的《以節慶活動振興地方產業之研究：以屏東縣黑鮪魚文化觀光季為例》；陳世達（2003）的《地方產業發展之策略研究—以彰化縣田尾鄉花卉產業為例》等，研究的方向是以地方產業發展的角度或者是地方文化活動的角度去切入研究的主題，與本文的研究雖有契合之處，但是可以很明顯的看出本文研究與上述研究區別之所在。

本文除了自地方產業交流中心研究之功能面進行改善之外，還提供當地利害關係人之意見為主要建議的方向，並且希冀藉由這一些研究的論點，來提供當地產業交流中心與其他同樣面臨相同問題之產業交流中心做一些相對性的比較，並且能夠自本文研究的論點之中得到一些能夠使當地產業交流中心改善之觀點，誠為本文研究所希望之目標。

肆、高樹鄉自然與人文地理環境及其發展困境

一、自然環境

高樹鄉位於屏東平原之東北端，東經 120°33'(新南村)至 120°43'(新豐村)、北緯 22°46'(廣興村)至 22°53'(新豐村。東連中央山脈與三地門鄉為界；西以荖濃溪，北以濁

水溪與高雄縣美濃鎮、六龜鄉、茂林鄉隔河為界，南以隘寮溪(新南勢溪)與里港鄉、鹽埔鄉為鄰。除東面連接山地外，其餘三面，皆有溪流圍繞，全鄉面積共九十二平方公里。

高樹鄉與里港間，原無河流阻隔，交通可以暢通。民國十九年，因為日人未整治淡水溪，乃將隘寮溪及武洛溪杜塞，另自目前高樹大橋以下開鑿新河道，引導前兩溪之河水洩入土庫二層溪，而造成現今阻隔之情況。

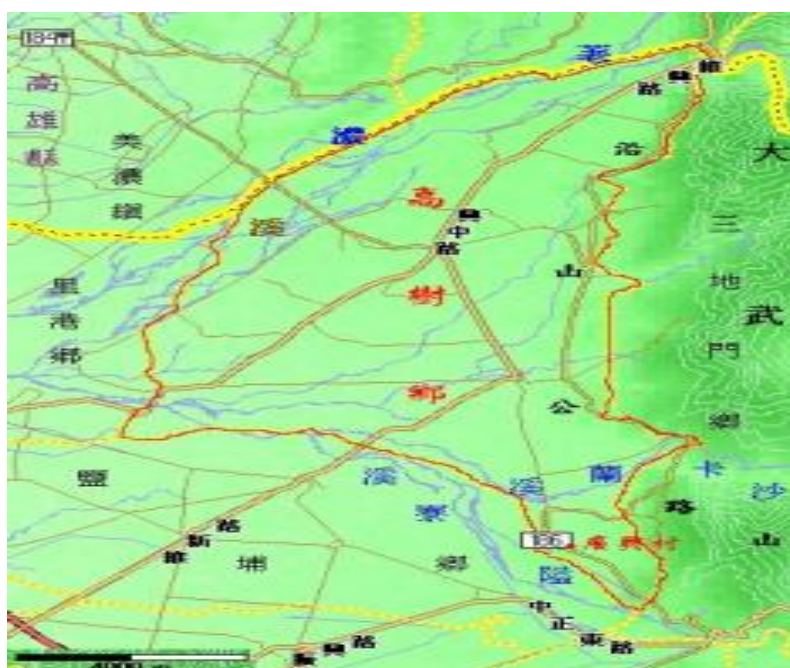
本鄉地形，東南面屬恆春丘陵之一部份；其餘皆為下淡水溪水系諸河川沖積而成之肥沃平原。本鄉之氣候屬於熱帶性氣候，每年平均氣溫約為攝氏二八度。全年氣溫變化不大，四季劃分不甚顯著。年平均降雨量約 2500 公厘。其中五至九月為雨季，降雨量最多，每年颱風季節，因東邊中央山脈阻擋，故風勢不大，鄉人俗稱颱風尾（如圖一）。

近年來隨著鄉村型社區的發展，有很多的鄉村因此而提升了在產業、觀光以及休閒類的收入，例如：屏東縣一車程鄉因為海洋生物博物館的建立以及政府與媒體的大力宣傳之下，不論國內外的旅遊觀光客都日益增加，也為當地帶來了許多的就業機會以及衍生下的收入，以及台灣最美的公園—墾丁，擁有豐富的海洋資源景觀以及完美的生態環境，使得長久居住在城市的民眾在休閒的假日紛紛湧入了這個休閒的勝地，不僅只在全台灣打響了名號，也在眾多國外旅客的宣傳下拓展了它的知名度，因此，從近年來的觀光人數來看幾乎是有增無減。但是，有很多的鄉鎮也很積極的去效仿這樣的經濟倍增計畫，可是卻只能夠在專業的方向著力，忽略了當地自然環境的發展限制及方向，造成了假日期間人煙稀少的景象，所以從自然環境的優劣之中去獲取一個適合的發展方向是很重要的。

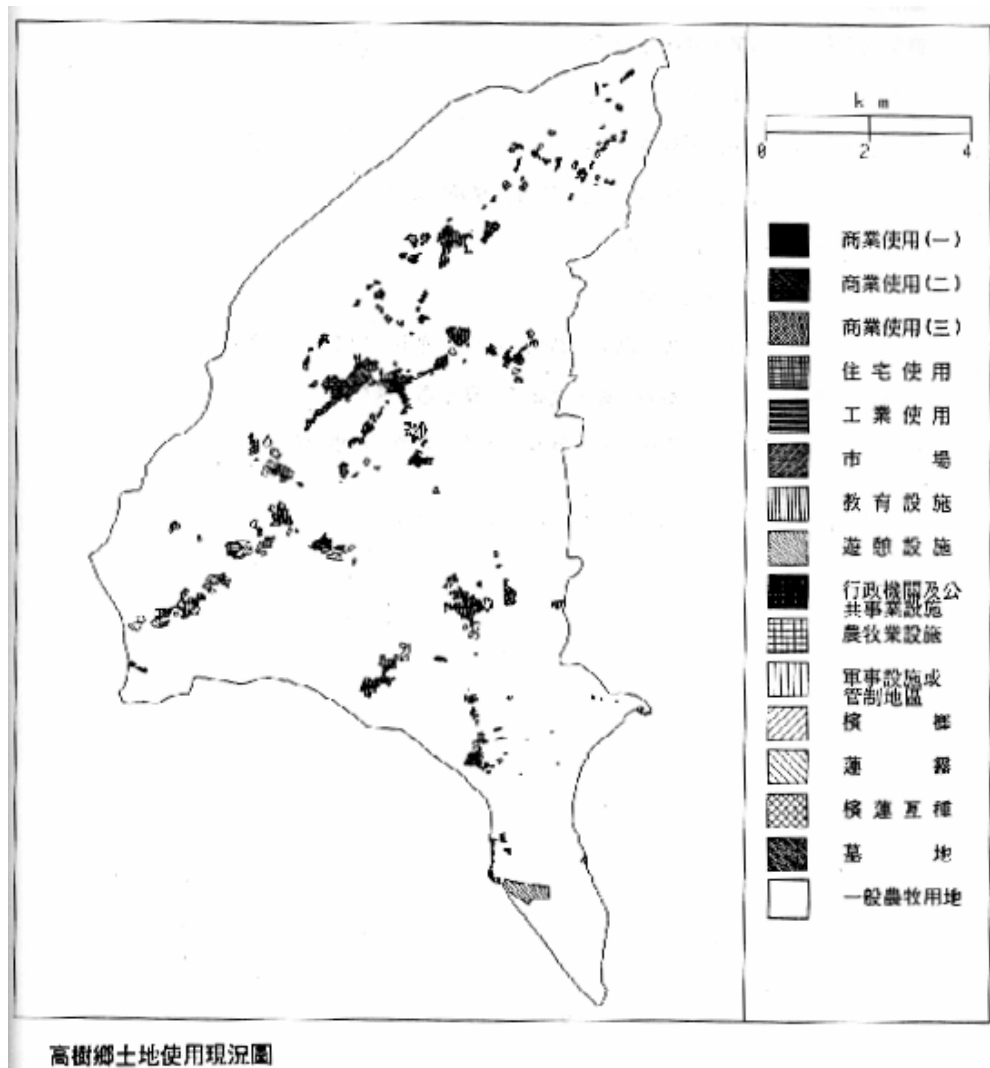
二、土地使用狀況

高樹鄉的土地利用大多數還是停留在第一級產業為主(如圖二)，多數的農民皆以栽種稻米、蓮霧、檳榔...等一些農作物為主，鮮少種值一些高經濟價值的作物，這也是因為當地交通以及氣候的限制，使得當地的居民多以種植耐儲存，可以長途運送的農作物為主，零星的市場以及商業使用地大多是以青菓批發中心；或者是貨品的集散之地為主，因此土地的利用並未完善，市場只存在於比較多數人集中之地，貨物的流通速度仍屬緩慢，遊憩設施更為短少，這也影響了日後觀光客是否願意到此地觀光的一個很重要的條件，教育設施也顯得零星分散，可能會讓當地的居民為了求學而離開當地，再者，各項設施也過度的分散，當地居民與外來的旅客在使用上也甚感不便，根據鄉長王先生表示：「早期的高樹鄉因為沒有一個完善的規劃政策，以致於當地的發展是隨著人口聚集的多寡變動，因此長期來就呈現了今日發展的情況，因為人口聚集的所在地過於分散，所以為了考量當地居民的需求，所以就將教育設施、公共行政機關以及其它的設施分設於人口聚集的地區，雖然這是一個很不合宜的經濟考量，但是為了顧及當地的居民，也只好分散設置，但是少數居住在人煙稀少的鄉民卻又不能享有這些公共及休閒設施的福利，而造成了今日的景象，近年來規模較大的設施也是因為這個原故所以無法拓展，這實在是一件很令人困擾的事宜。」(請參見訪談稿一)，殷章甫在 93 年出版的《土地經濟學》中提及：如果公共設施若分散於一個區域之間，那麼他所得到的成效是非常低的，可是公共設施若太過於集中在一個人口聚集的地區，那麼對於那些居住在分散區域的民眾就喪失了公平正義，所以最好的方法就是利用都市重劃的計畫來獲取公共設施的土地使用權，並且在這些公共設施建設完備之後，推廣普及至其它區域，如此一來才能

夠解決這樣的問題。



圖一：高樹鄉之地理環境



圖二、高樹鄉土地使用現況圖一出處：高樹鄉公所

三、社會經濟狀況

如表二所列示的資料，第一級產業—農林漁牧礦的比例雖然連年在減少當中不過大致上還是占全鄉的第一位，金融工商服務業與服務業在這四年中呈現增長的情形，其它的職業都為持在一個微幅的波度之間，因此，第一級產業仍是當地鄉鎮所占大多數的職業，而服務總業這個部門的比例也一直在增加之中，可想而知，服務業的比例已經越來越重了，因為這個世代是服務業的世紀，服務業的範圍甚廣，諸如：觀光業、餐飲業、

娛樂事業、健身中心...等都是屬於這個範疇，所以，屏東縣高樹鄉也順應了這個職業的潮流在發展，所以，高樹鄉仍有很大的發展潛力。

表二、高樹鄉 90 至 93 年各項就業人口調查表

業別、項目\年度		90	91	92	93
農林漁牧業	人口數	22647	18860	16306	16311
	占總產業%	77.54	64.97	56.78	57.62
礦業	人口數	3	4	2	2
	占總產業%	0.010	0.013	0.001	0.001
製造業	人口數	993	755	2096	28
	占總產業%	3.4	2.6	7.3	7.8
水電煤氣業	人口數	29	87	57	56
	占總產業%	0.1	0.3	0.2	0.2
營造業	人口數	321	261	345	368
	占總產業%	1.1	0.9	1.2	1.3
商業	人口數	871	1533	1137	1373
	占總產業%	2.98	5.28	3.96	4.85
運輸倉儲	人口數	613	377	258	906
	占總產業%	2.1	1.3	0.9	3.2
金融工商服務業	人口數	867	2554	3974	3428
	占總產業%	2.97	8.8	13.84	12.11
服務業	人口數	2864	4597	4542	5835
	占總產業%	9.91	15.85	15.82	12.92
總計	人口數	29208	29028	28717	28307
	占總產業%	100	100	100	100

資料來源：90、91、92、93年屏東縣統計要覽。

四、發展困境

台灣各縣市的人口大多因為工作機會的原因所以遷住別的縣市去尋求較好的工作，屏東縣的居民也不例外，每年外移的人口逐漸的增加當中，其中又以鄉村之地為多，大多數的青年於外地求學後，為了能夠尋找更好的工作，因此選擇遷移至較近的大都市（例如：高雄縣市）就業，或者是北上至北部的縣市就業，高樹鄉也是屬於鄉村移民的例子，台灣經過了美越戰後以及十年建設這兩個本土的工業革命時代之後，大多數的人都已經將土地變賣而往城市裡求生活，在加上國家發展建設需要大量的土地來拓展交通要道的關係，有些居住鄉村的居民不得不將土地變賣轉求他職，因此，鄉村的自給自足已經寥寥可數了，如表二所顯示高樹鄉人口外移的結果是非常的明顯的，且逐年在增加當中，社會增加率由九十一年年底的-4.49 一直到九十四年 11 月的-11.37，再再的都連年縮減，這對一個鄉村的發展是非常大的限制，因此防止當地居民外流的要務幾近迫在眉睫。

表二、屏東縣總人口與高樹鄉人口之比較

	總計	總人口密度	高樹鄉	人口密度	社會增加率
土地面積(平方公里)	2776.6003		90.1522		
人口/平方公里					
91/12	906178	326.48	29028	321.99	-4.49
92/12	903772	325.61	28717	318.54	-7.07
93/12	900199	324.33	28307	313.99	-10.34
94/11	898446	323.70	28157	312.33	-11.37

資料來源：屏東縣政府主計處。

伍、屏東縣地方產業交流中心²之分析

屏東縣依照行政院經濟部商業司於民國九十二年度依據擴大公共建設振興經濟暫行條例，以全新的視野的「產業型態」訴求，並於全台選定五個縣市設立「地方產業交流中心」示範計畫點，屏東縣即是其中之一。地方產業交流中心是為了增加當地就業多樣性的變化，並且扶植當地經濟弱化為目標，經由產業交流中心將當地的農產品以及其它的商品包裝精緻化及行銷後，換取產品全新的面貌以達到商品銷售的佳績。

一、屏東縣地方產業交流中心的定位

經過中央、地方政府、產業單位以及民間團體協調討論過後，考慮屏東縣地方的自

²以下所述有關屏東縣地方產業交流中心之運作概況，係參考高樹鄉地方產業交流中心經營管理計畫本資料由屏東縣恆春鎮圖書館所提供，謹此致謝。

然、人文以及產業資源，決定於屏東縣最北端的鄉鎮—高樹鄉，做為地方產業交流中心的設置地點，除了考量當地特殊的農業發展條件之外，當地的水質優良有利於出產優良農產品。因此屏東縣政府研擬推展「元氣產業」為高樹鄉當地所發展的主題，在旅遊業以及飲食業蓬勃的發展之下漸漸的帶動了「生機飲食」、「有機蔬果」、「能量餐飲」...等健康的新飲食文化，而屏東縣最為人印象深刻的就是它的好山好水，以及肥沃無污染的土質，而所謂的元氣產業就是運用這樣的自然環境下，生產出這些健康的食糧。

二、屏東縣地方產業交流中心的功能：

（一）加工產品研發：

屏東縣地方產業交流中心具有高科技的技術研發團隊，將初級的農產品加工及研發成現時各式精緻的商品，同時也研擬產品開發的技術，為求產品極至的完善。

（二）行銷與展售：

屏東縣地方產業交流中心擁有專業的行銷顧問人員，藉由這些專業人員的引導，更能夠帶動產品的行銷，亦擁有專業的展售人員，務必將產品最詳細完善的內容一一的詮釋，讓現場參觀購買的民眾更能夠了解產品的內容。

（三）屏東鮮果品牌行銷：

產業交流中心配合相關的農業單位創造了「吉園圃」的鮮果品牌，精密的控管鮮果的品質，並且保證其品質的優良，藉由這個響亮的鮮果品牌，提高全台灣的知名度。

（四）產業研發與升級：

當地除了有完善的產品加工及產品的研發之外，也有專業的產業研發與升級的技術

人員，這些專員除了支援產品加工以及研發之外，更進一步去拓展產業的研發與升級。

(5) 人才培育與訓練：

為了能夠延續如此完善的計畫，地方產業中心也具備了後備人才培育與訓練的課程，除了能夠將現行的研發技術與行銷方法傳承下去，更追求訓練人才的自我發展，使地方產業中心的機能更加的完備。

(6) 屏北旅遊資訊中心：

屏東縣的旅遊景點大多數皆集中在屏東縣的南端，卻忽略的屏北景點之美，因此地方產業交流中心憑藉著對屏北產業的熟悉度開發屏北的旅遊景點。

(7) 區域活化中心：

屏北的鄉鎮發展大多遲緩，甚至有停止的現象，為了防止情況繼續的惡化屏東縣地方產業交流中心也肩負了活絡區域的角色，由區域與區域之間的 相互交流下，開啟鄉鎮發展的大門。

三、旗艦產業—元氣產品真正的意涵

地方產業交流中心最重要的設施為元氣館，此所謂的「元氣」的定義是在食衣住行育樂等生活面，因為使用了這項產品，會對人產生各種健康、安全或生活品質提昇的改變，稱之為「元氣產業」(Power Land)。這非常的適合屏東縣這樣清心的環境下所推展出的商品，運用當地現有的農業資源—水果、稻米、蔬菜、水資源為奠基，發展出各式各樣的健康飲食，例如：水果醋、米酒、生機蔬菜、山泉水、精力湯...等，都是現代國人最喜愛也最期盼得到的天然食飲，並且以這些農產品為交流的產物，積極的開發出新

的飲食風氣，並藉由這些商品的銷售以及產業的結合互動以及交流之下，為地方經濟帶來更多發展的新契機，並藉由當地產業中心所創造之「高樹價值」，逐一的推展至屏東縣所有的鄉鎮，達到改善全縣經濟體質的目標。

四、未來的發展方向及目標

屏東縣著名的農產品種類繁多，但是缺乏統整的觀念，所以散布在各個區域，所以農產品的統合以及品牌形象的推展就變成了非常重要的鏈結，因此，各地網絡是否建構完善也成了這項工程不可或缺的地方，所以，藉由屏東縣產業交流中心—高樹元氣館的計畫推行之下，便能夠活化這些網絡，並且能夠在特殊的時節舉辦特定的產品展售會(例如:屏東縣在95年初舉辦的花菓博覽會)，將屏東縣各地著名的產品聚集在一個展覽的會場，如此能夠讓外縣市以及外地的旅客更了解產品的特性，也能夠增加該項產品的銷售，也能夠在這些展覽的會場中舉辦一些相關的產品活動，更能夠增加其知名度，更可以藉由電視、報紙、網路、廣播、記者等媒體單位大力的宣傳來達到功效，單獨的產品可能無法拓寬銷售的局面，產品之間的互助互益就能夠帶來銷售相乘的效果，同時藉著屏東縣當地所設置的文化單位(例如:屏東縣文化局，屏東縣文化園區)在假日所舉辦的假期活動促銷會更能夠為當地帶來觀光的人潮。

陸、實地調查與深度訪談分析

此訪問調查依據地方產業中心的專業人員、相關單位、協辦單位下發現了一些癥結點，這些問題無形中延緩了地方產業交流中心的計畫進行，本研究歸納出來的一些問題如下，並且根據這些問題給予一些建議：

一、中央對地方產業交流中心的補助不如地方預期：

屏東縣地方產業交流中心的規劃計畫結束後，並無後續的營運人事及相關經費編列，這與地方當初的預期不同，地方認為在產業交流中心完工後相關的活動費用支出應該由中央來補助完成，並且由中央來輔導各項的活動計畫以期地方產業中心的營運軌道能夠正常延續，但是，中央卻認為活動費用的產生不應該由中央全盤的接受，因為當地舉辦活動自然會為當地帶來收入，產業中心應該要運用這些活動下所得到的經費再舉辦更多的活動，因為當地的收入並未回饋於中央，所以中央認為並不能永無止盡的為產業中心籌措經費。從這兩個觀點來看，各方的說法並無錯誤，站在地方的觀點來看—因為地方產業交流中心初期並未有太完善的計畫依循，例如：加工研發以及產業研發的人員並不是一開始就有配置的，而且專業的技術團隊本來就要仰賴中央的人事編列，才能夠支援研發的進展，如果一開始都未有如此的計畫，那麼自發性的投入人員一定是非常的稀少。再者，中心的人事經費也並無充足的來源，一般中央只提撥固定性的金額，但是地方產業中心的人事並非簡單的系統，因此造成了人事經費上的短缺，一旦一個環節的部門缺少了必要的工作人員，很有可能就會導致長久的計畫失敗，這是非常重要的議

題。人才的培訓費用也需仰賴中央的補助，通常在人才培訓的期間，並不會有任何的產能，因此，培訓的期間是不太可能產生任何的經濟效益的，必須等到人才培訓完成以及投入計畫之後，才會有顯著的經濟效益，所以中央若是延宕了這筆費用的補助的話，也可能導致中心成立不能夠長久下去，況且，地方政府的經費來源更為的拮据，也不可能為中心補助多大的款項。

可是站在中央的觀點來看，若中央無止盡的為產業中心所辦的活動經費全盤補助，那麼會造成產業中心的效能低落，每個活動都要尋求中央政府的預算補助，對其它單位的補助比較之下也顯得不公平，況且活動之後當地應該會產生一些額外的收入，產業中心應該利用這筆額外的收入來舉辦更多的活動，來吸引更多的觀光旅客，至於在人事的經費方面，中央以往本來就只固定提撥人事的金額，這點在任何的單位都沒有什麼太大的差異，所以要求中央增補對地方人事經費的支出稍嫌過度，至於人材培訓方面，中央已經在特殊的職訓中心培育了一些專業的人員，地方產業中心可以尋求完訓的人員，並且再初步得訓練即可，並不需要額外的再培訓一支專業的團隊來支援。

二、地方產業發展目標與中央所期望的目標發生衝突：

地方產業交流中心認為發展當地的產業實為首要，因為高樹鄉的農產品雖然種類繁多，但都缺乏合理的配置及行銷，所以致使當地的農產品滯銷，甚至價格低落，因此，先發展當地的產業經濟狀況是非常必要的，而且地方產業交流中心認為，必須要將高樹鄉當地的產業交流體系發展完善之後，才能夠逐步的推廣至屏東縣各地，如果高樹鄉未能發展的完善，那麼其它鄉鎮在其帶領之下也不會有漂亮的成果，更何況一個體制不完

全的產業交流中心要如何能夠影響鄰近的區域呢？屏東縣地方產業中心決定初期先傾向於單區的發展，等待一定的時間過後，中心機構有充足的能力能夠解決產業發展與活動的問題，在連結其它區域的發展才能夠更快速的複製其成功的經驗，避免發生重頭摸索的情形，這些意見似乎也是合情合理。

但是，中央卻認為這樣的做法實為不妥，因為發展產業中心的機能至完善，需要一個很長的期間，若是產業中心獨立發展的話，那麼勢必需要耗費相當多的人力和經費，這非常的不適宜經濟方面的考量，況且，高樹鄉產業交流中心發展完備之後才去連結其它區域的發展，一定又需要花費相當多的資金。屏東縣近年來人口外移日趨嚴重，若是等到產業中心的功能完善後才來發展鄰近的其它區域，那麼當初設置這個中心的主要目標—防止人口外移，增強縣市的金融自有能力，也將宣告失敗，所以中央認為在產業交流中心發展的期間，就應該要連結鄉鎮，並且結合其各有特色的產品，來達成產品交流的目的地，並且根據這些商品的特性研擬一些配套的銷售措施，積極的推廣至外縣志，以利地方經濟的發展。

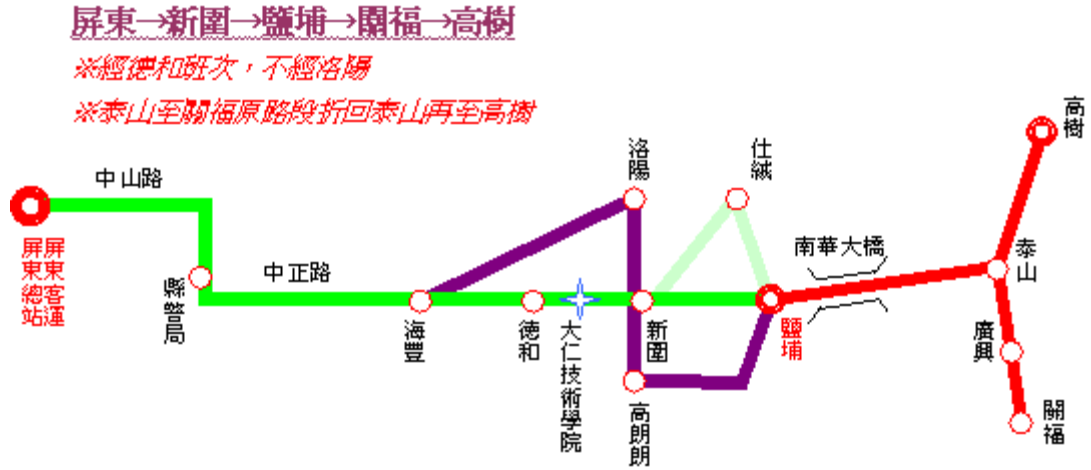
三、地方產業交流中心的場地設置不如預期完備：

當初，地方產業中心的專業人員、相關單位、中央機關在考量地方產業交流中心的時候並未將交通的因素放在很重要的位置，而比較偏向於經濟弱化嚴重的區域，所以在高樹鄉高樹村興中路的位置設立了這個機構，但是因為高樹鄉地處屏東偏北的區域，一般來說，經由外縣市的道路通往高樹鄉的交通並不是太過於順暢，且要經過一段的時間才能夠到達目的地，而且，產業中心也未跟旅遊業者或者是運輸業者達成協議，讓大眾

運輸交通工具能夠直達當地，現有的交通工具更不能夠直接開往目的地(如圖三)，需要繞道經過其它的區域才能夠進入高樹鄉，一趟程車的時間就將近要花費一個小時的時間，一般外地的居民若非有重要的事情，大多不會拜訪此地，如果一開始就有考量到這一些問題，那麼對於入鄉交通的問題就可以減輕至最低，況且當地的交通原為不便，當地一般的居民前往市區就需要耗費很多的時間，更何況是前來觀賞的外縣市民眾，交通的發展對一個弱化的鄉鎮是非常必要的，而且依交通路線來看，高樹鄉元氣館位在一個很偏僻的交通位置，屏東縣其它區域的居民也都不太瞭解其所在的位置，因此，地方產業交流中心應該跟運輸業者或者是旅遊業者研議一個配套的措施，讓假日通往高樹的班車車次增加，並且另設專班車次提供外來的旅客搭乘。

就場地的面積來說，產業交流中心只適合辦公使用，並無足夠的空間讓任何的活動在此舉辦，還需要另借其它的場地使用，鄰近也沒有太著名的地標可以租借場地，這對一個觀光旅客是一個很頭疼的問題，一般觀光客若不熟悉當地的環境，一定會尋找醒目的地標，場地的租借也需要考慮到交通上面的問題，進一步的觀察，停車場也是一個很重要的設施，這些都是中心成立之初尚列入考慮的範圍，所以相關的單位勢必要對此項因素得到一個解決的方法。

圖三、高樹公車路線圖－資料來源：屏東客運



四、投資計畫礙於經費與投資廠商的不足而無法全面落實：

然而，屏東縣地方產業交流中心雖然有很多計畫正在推陳出新中，可是卻鮮少投資者對其計畫感到興趣，這可能是因為投資者對投資的標的不清楚，或者是不了解計畫的內容，更有可能是因為投資人對當地的地理以及人文環境的不熟悉，所以不敢貿然的進行投資，所以，產業交流中心應該在醒目的場所（例如：公司單位、公眾場合、商業交易之地...等）公告其計畫的內容，分項列序計畫裡短程、中程以及長程的目標，並且務必詳盡敘述在計畫下能夠獲取的利益報酬以及風險評估，如此投資人才會對其計畫感到安全，並藉由投資者本身的能力去對這些多樣的計畫予以投資，這比求助於中央的補助來的實際一些，因為中央政府必須考量到每個年度的稅收而予以地方經費的補助，地方經費的提列並不一定能夠完全的獲得所有的金額，因此，不足或短缺的經費就有賴地方產業交流中心的智慧了，如何開發投資者以及如何增加旅客的人數必然是地方產業交流中

心第一順位的考量。

投資的廠商並不一定侷限於當地的業者，產業交流中心應該利用現在便利的資訊流通來找到合適的廠商，並且主動去挖掘這一些投資機構，因為大多數的廠商並不一定能夠得到投資的相關訊息，這些必須依靠產業中心的專業人員解說或者傳達，訊息的傳達在這個時代已經非常的普遍了，從上古的紙墨書信一直到現在的 E-mail、電話、手機、電腦通訊軟體...等，商機時時都唾手可得，若中心的人員能夠積極的從這一些方面著手，一定可以省下很多的時間與心力。

柒、建議與結論

根據上述的文獻與實證調查結果，茲提出下列政策建議，以供決策當局參考：

一、以原中心為輔，另尋一個閒置的交通要點位置再佈局：

在前述的實例研究中曾經提及到交通的不便利性，地方產業交流中心本身的位置就設立高樹鄉位置不便之處，因此在這裡提供了以下的建議：

對於前往地方產業中心的旅客，交通是一個很重要的因素，如果地方產業交流中心的活動參與者只限制在高樹鄉當地的居民，那麼它的功能性就會變的非常的薄弱，當初，政府機關與民間團體及相關人士的商議之下是希望將，高樹元氣館塑造成一個地方產業的交流平台，奈何中心的設置地點交通異常的不便，這樣不但阻礙了屏東縣各地鄉

鎮前往交流，且讓中心的設立變成了當地鄉鎮的活動中心，這與當初的期盼有相當大的差異，但是，當地的交通又不是一時一刻能夠改造的，若要等到周邊的交通興盛起來，地方產業交流中心的意義已經失去了，因此在這邊建議主管單位應該要在近期協議尋找一個閒置的交通要道，並在其中設立分部，將活動的舉辦以及產品交流的事宜都集中在分部處理，總部則規劃其中的詳細細節，這樣一來原本設立在當地的高樹元氣館不但不會失去它的功能，還可以藉由分部的活動宣傳，增加館內的知名度，而不在只是當地居民參觀休憩的場所。

二、推動與鄰近鄉鎮的夥伴關係，進行產品的交流與行銷：

地方產業中心成館至今並未有新的商品樣式出現，這是因為缺乏了商品的研發與包裝，以至於產品的能見度到現在還是頗低，因此，地方產業交流中心應該在近期開展產品的研發與包裝，並向各界的專業人員請求支援，研擬如何在最短的期限之內將產品的行銷包裝過程改進完善，並且積極的與鄰近的鄉鎮產品進行積極的交流，在不同的產品特性之間進行改造搭配，務求縣內鄉鎮一同發展，在經費有限的情況下做最有效率的推廣，如此一來才能夠增加產品的知名度，再者，地方產業中心應該要聯合縣內的文化創意活動一起推展產品的能見度，更可以跟文化创意產業進行商品研發的交流，如此不但有展售的平台，又可以和當地的文化作緊密的結合，這樣不僅可以創造產品有更大的經濟價值，也讓產品本身蘊含著當地的文化概念，相輔相成不失為一個捷徑。

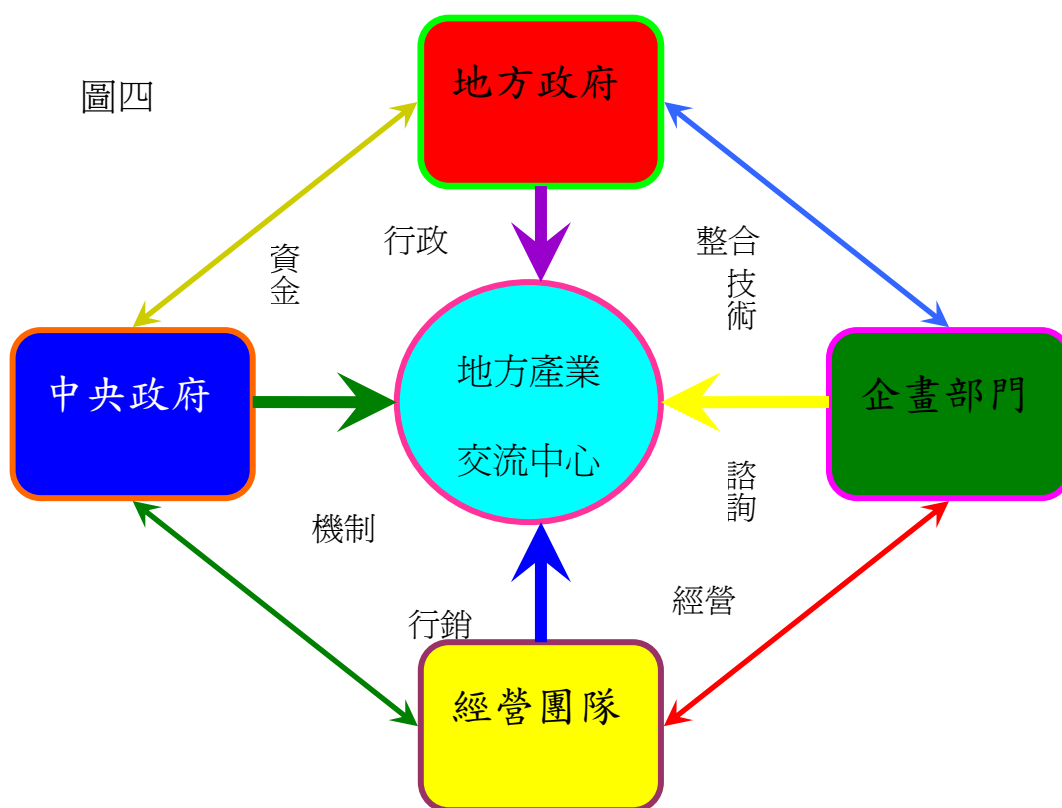
三、地方政府應督促地方產業交流中心的營運狀況

地方產業交流中心本身就是擔任著縣內各地鄉鎮繁盛的角色，因此，活動的交流與營運狀況並不能太過於草率，地方政府也不能夠漠視地方產業交流中心的營運情況，因為中心設立之初缺乏了很多的資源，不論是人事上或者是計畫的規劃上等，都需要地方政府從旁協助，並且將地方產業交流中心的體質改善到其可以自行經營才較適合，因為日後鄉鎮的發展與否，可能就要看待地方產業交流中心的發展是否能夠承接全縣鄉鎮的需求，營運之初需要大眾媒體的大力宣傳，這個部份就是地方政府能夠接手的部分，以往一個不知名的景點或者是觀光所在可能因為媒體的報導之後而脫胎換骨，成了人人爭相前往的地方，就如同其它縣市在適當的時機都會增加縣市內所有著名處所的曝光率，地方政府可以根據這些縣市的經驗在適當的時機宣傳縣內的地方產業交流中心的內容。

四、中央對地方的授權有待擴大

地方產業交流中心的各項計畫都有待於中央及地方的考核過後才能夠進行，本例的實證與理論的探究中提及中央與地方的政府機關應該適當的授權予以產業交流中心，因為一個計畫的形成需要一段不短的時間，如果各項計畫都要經過中央與地方的審議之下才能夠通過，那麼不但在決議的過程之中耗費了更多的時間，再加上如果計畫的實施本身有時效性的問題的話，等到中央與地方審核通過之後，縣內的發展可能已經往不同的方向發展了，原定的計畫只能在原地打轉不能夠再被實行，況且，在實證研究裡中央與地方的意見又相左，在這樣的情況之下一個好的計畫到最後只會成為中央與地方爭議的話題，因此就如上一段文字中敘述到的是地方政府應該扮演著監督的角色，而中央應該

釋放更多的權利給予地方政府以及地方產業交流中心本身，否則在這樣延宕的時間裡，不能夠避免的人事經費以及經常性的支出將日積月累，反而造成資源的浪費，在本研究裡發現：中央政府、地方政府、經營團隊與企畫部門為這次主要的四個角色，因此規畫出如（圖四）中的角色職務扮演，如果各方都能夠善盡自我的職責那麼一個好的計畫就能夠很順暢的在縣內執行。



在全球化的經濟潮流之下，台灣各地方產業都面臨著弱化的危機，因此，每個國家都在積極的推展出一套發展的脈絡，在專業人士多年的研究之下終於誕生了產業交流中心這個產物，在外國產業交流中心的這一個機構由來已久，例如英國在 1980 年代推動企業專區(enterprise zone)與日本也在 1980 年代推動「地方產業振興中心」的計畫，都是

類似產業交流中心的功能，雖然台灣在這一方面起步比較晚，但是在推行數年後相信國內的成績一定不會輸給其他的國家，在實證分析的討論之中，我們也發現從古至今的貿易內外銷的經濟基礎理論已經不合時宜了，現在發展出一個運用當地的文化產業資源來創造當地財富的法則，這項法則的運用考驗著現在台灣在未來以後的發展，沒有一個國家能過躲避過時代的洪流，只有培養當地產業雄厚的基礎，才能夠有機會去發展國家的經濟。

地方產業交流中心就是運用各地在財務上與環境上的缺乏，但是產業卻蘊含著無限的能力的情況下所設置的機構，而且地方產業中心強調利用當地的資源去開創當地的就業以及生機，這與 21 世紀下發展的新經濟論點不謀而合，加上現在強調地方財務自主的觀念越來越強烈，單只倚靠中央的補助已經不足以讓一個地方的產業生存下去了，所以現在台灣全縣市都再積極的改善縣內的體質並且希望在適當的時機內將地方的資源文化推展至國內外，複製國外成功的經驗，將區域內的發展提升至另外一個境界。

接下來是強化地方產業中心的功能的議題探討，在前述實例中亦曾提及地方產業交流中心的設置不僅僅只是為了當地社區的發展，而是要以此地的交流平台為縣內的開端，近而推展至全縣市內的發展遲緩的鄉鎮，因此在這裡比較建議的是各鄉鎮與地方產業交流中心密切的合作，以及相關發展資訊的交換，並且務求縣內各鄉鎮縣市皆能夠並行的發展，以避免時間延宕讓其他區域的發展機會失去或者是相關經費因為時間過長而產生浪費的情形，況且，地方產業交流中心創立初期的目標是如何去利用以及連結縣內各鄉鎮的產品特色，並且整合這些產品的特色包裝成全新的商品形式展售，因此初期不需要有太多的展售中心的設立，地方產業交流中心可以運用各鄉鎮所在的市集進行意見

的交流與產品的展售，利用當地現有的場地來進行產品之宣傳，這樣一方面可以達到產品轉型資訊之宣傳，一方面又能夠對當地市場流動之產品作研究分析，這樣不但在產品特性的研究上省下了非常多的時間，也能夠在成本預算方面的控制達到一個較少的支出，等到產品連結與研發到了一定的水準之後在輔以地方文化創意活動的宣傳，也就能夠在國內的市場占有一定的知名度。

地方產業交流中心是設立當地產業發展的希望，因此在考量當地的資源整合與網絡建構策略的計畫時，若能夠多從利害關係人的角度去分析產業交流中心的發展方向與改善目標，地方產業交流中心的功能一定能夠更加的完善，希望經由本文之初步的探討之下能夠為現在的地方產業交流中心做一個較衷心的建議，也希冀在本文的初步的研究之下，能夠讓國家在對產業交流中心的計畫審核時，能有另一方面的思考，讓地方產業交流中心不但能夠帶動地方產業之發展，並且也讓台灣的經濟可以更向上一層的飛越。

參考書目

壹、中文部份

一、書籍

丘昌泰. (2004). 公共政策 (第二版 ed.) 巨流圖書股份有限公司.

屏東縣高樹鄉. (1981). 屏東縣高樹鄉志 (1981st ed.). 屏東縣高樹鄉 .

殷章甫. (2004). 土地經濟學，五南出版社.

屏東縣政府. (2004). 高樹鄉地方產業交流中心經營管理計畫(初版)，屏東科技大學農村規劃系.

二、期刊論文

陳世達. (2003). 地方產業發展之策略研究—以彰化縣田尾鄉花卉產業為例. 全國碩博士論文

阮亞純. (2003). 以節慶活動振興地方產業之研究—以屏東縣黑鮪魚文化觀光季為例. 全國碩博士論文

吳秋薇. (2002). 台灣地方產業融入社區營造的模式. 全國碩博士論文

郭曜荼. (2003). 全球化下地方文化產業壟斷邏輯之實踐:以九份為例.

全國碩博士論文

郭曜荼. (2003). 全球化下地方文化產業壟斷邏輯之實踐:以九份為例.

全國碩博士論文

歐樹枏. (2003). 產業複合體及其空間聚集之研究. 全國碩博士論文

劉潤南. (2003). 馬祖觀光事業發展策略之研究. 全國碩博士論文

鍾東儒. (2003). 東勢居民對產業文化認同之研究. 全國碩博士論文

劉銘緯. (2003). 論金門產業發展及其永續性—政體理論之實踐. 全國

碩博士論文

蔡翼如. (2002). 社會資本、地方發展網絡與空間組織之研究-以烏來鄉

為例.全國碩博士論文

蔡翼如

三、網站

屏東客運公司. (95/1/20). 往高樹方向之公車路線圖及時刻表., 95

from <http://www.ptbus.com.tw/index.htm>

屏東縣政府. (2004/11). 屏東縣政府統計資料. Retrieved 11, 2004

from <http://web.pthg.gov.tw/countroll/index.htm>

貳、英文部份

一、書籍

Besser, T.,L. (1999). *Community involvement and the perception of success among small business operation in small towns : Journal of small business management*

Blair, J.,P. (1995). *Local economic development: Analysis and practice* (1995th ed.)Thousand Oaks:SAGE.

Blakery, E.,J. (1994). *Local planning local economic development :Theory and practice* (second ed.)Thousand Oaks: SAGE.

Giloth, R. & Meier, R.. (1989). *Special change and social justice: Alternative economic development in Chicago* (3th ed.) Newbury Park Ca: Sage.

Lutz, M.,A. (2002). *Social economic justice and the common good* (2002nd ed.)International Journal of Social Economic.

O'Doherty R K Diirrschmidt, J Jowers. (1999). Local exchange and trading schemes : A useful strand of community economic development policy. *Environment and Planning A*, (v.31), 1639-1653.

Shaffer, R and Summer, G. (1989). *Community economic development in community development in perspective* (1989th ed.). Iowa state university press: