

# 記憶與技藝的創新：從關係人口之視角

## 探討藺編工藝創新與地方復振的構築及影響

劉芳晴\* 黃世輝\*\*

國立雲林科技大學設計學研究所

\* lj20141217@gmail.com

\*\* hwangsh@gemil.yuntech.edu.tw

### 摘要

本研究以關係人口之視角，探思苑裡台灣藺草學會之成立，並推廣藺編工藝，帶動地方復振之構築與影響。研究目的為：(1) 探討學會關係人口之類型與地方連結之向度；(2) 梳理學會關係人口引動設計創新藺編工藝之衍展；(3) 分析設計力介入藺編創新所形塑之影響與未來亟待改變之歸因；(4) 復興藺編工藝及吸納關係人口帶動地方復振之模式。研究結果歸攝出：(1) 社造運動影響藺編工藝復振，是促成關係人口增加的契機；(2) 協力關係人口多為專業設計者，對藺編的價值認同與「地方連結」是形塑定著為在地的堅強羈絆；(3) 關係人口引動藺編工藝創新之迸發，驅動設計力拓展工藝與地方復振之效益；(4) 深化品牌轉型與未來立足藺編永續價值之亟需；(5) 藺編工藝的振興帶動地方復振，產生引動關係人口進入地方的磁吸效應，形塑地方品牌建構發展的循環影響。

關鍵詞：關係人口、地方連結、苑裡藺編工藝創新、台灣藺草學會、地方復振

論文引用：劉芳晴、黃世輝 (2023)。記憶與技藝的創新：從關係人口之視角探討藺編工藝創新與地方復振的構築及影響。《設計學報》，28 (1)，1-24。

### 一、緒論：研究背景、動機與目的

1994 年昔時文化建設委員會與台灣省手工業研究所，協同日本國立千葉大學、台灣學者群、地方業者、文史工作室、地方社區協會等組織，共同研提擬定「社區總體營造政策」，並隨著政策之推行，逐步建構起社區、文化與工藝之連結，亦促動社造政策下工藝產業之發展。2002 年「文化創意產業政策」發軔推廣，許多社區工藝經營亦漸次轉化，原本傳統手工藝開始搭配現代設計，轉譯出工藝精品的模式。此外，許多社區亦開始搭配觀光與體驗行銷等模式，將文化創意產業導入社區。地方工藝產業由 1980 年起始逐漸衰退，隨著社區總體營造與文化創意產業政策之加持，再加上設計業界與設計教育界的注入，促使地方工藝得以成為振興地方經濟、傳承文化記憶的關鍵（諸葛正，2013）。而發展迄今，近三百年歷史的藺草編織工藝，在某種程度上，亦是載承與見證通霄、苑裡、大甲等台灣在地藺草編織工藝、文

化與經濟興衰發展的重要歷史。1960、70年代是藺草編織工藝產業在台灣興盛的黃金時期，但隨著1980年代後期產業重心轉移；再加上東南亞、大陸、韓國等廉價帽蓆工藝品的傾銷而迅速沒落。

1993年苑裡山腳社區發展協會成立，2003年隨著社區總體營造政策的推廣，也著手將昔日沒落之藺編工藝，訂為產業活化的目標，並逐步在社區進行推展；2009年山腳社區發展協會成立「台灣藺草學會」，積極招募專業經理人才，主要希望透過設計創新與推廣傳承，更廣度地推動在地社區與藺編工藝產業振興之冀盼。過往論及「台灣藺草學會」之相關研究多以藺草編織工藝、工藝師、社區組織社會企業、地方文化創意產業等相關議題為主<sup>1</sup>，少有以「關係人口」之視角探究台灣藺草學會推廣藺編工藝創新與地方復振之關係為切入點。而關係人口進入地方的擾動或移居，是現今高齡少子、地方人口流失、產業退化之危機中，另一項為地方注入活水、帶動地方復振與發展的可能；此外，關係人口與地方連結情感向度之牽繫，往往成為關係人口是否能定著於地方的重要關鍵。再者，參與學會之關係人口含括眾多設計專業相關人員，除了內部設計師、外部業界設計師之外，亦包含社造運動起始便進入苑裡的大學設計教育界之師生，在這之中設計專業者長期浸潤地方，運用設計創新驅動地方工藝產業革新。藉由關係人口因喜愛藺編工藝進入地方，其所產生之地方連結的情感向度，成為一種環面循環鏈結（藺編工藝與組織吸引關係人口進駐，關係人口進而投入地方工藝產業創新與在地發展，也因此吸納更多關係人口關注藺編工藝與帶動地方振興），或可成為一個全新的角度，探見關係人口介質地方工藝產業之創新，更成為苑裡在地之移居者形塑實踐地方發展振興之行動者。

故此，本研究以關係人口之視角與探索思維，解析台灣藺草學會實踐於復振苑裡藺編工藝的關鍵要素，並探索因投入藺編工藝而吸納關係人口進入苑裡，致力提升苑裡藺編工藝產業與推廣藺編工藝之美，為地方小鎮所帶來的影響。其研究目的為：（1）探討學會關係人口之類型與地方連結之向度；（2）梳理學會關係人口引動設計創新藺編工藝之衍展；（3）分析設計力介入藺編創新所形塑之影響與未來亟待改變之歸因；（4）復興藺編工藝及吸納關係人口帶動地方復振之模式，並期以此提供地方、社區產業培育關係人口與地方振興之參考。

## 二、文獻探討

### 2-1 關係人口：定義、階段與類型

「關係人口」一詞最早是由日本「ソトコト」編集長指出正一、「東北食通信」編集長高橋博之相繼提出，該詞有「交流以上、定居未滿」之意，亦指在地方人口減少、高齡少子化時代，對地方事務「有關心也有關係」的人（謝子涵，2020）。根據日本總務省網站資料顯示，「關係人口」意涵不是遷徙的「定居人口」或來觀光的「交流人口」，而是與該地區或地區人民有不同交往關係的人，但當該地因人口減少和高齡化而面臨社區發展推動人才短缺等問題時，在這些地區創造變革的人力資源開始進入該地區，其中這些群眾主要是年輕人，又被稱為「關係人口」，並在該社區發展中發揮主導作用（總務省，2018）。另一方面，大谷博（2019）也提出「關係人口」的重要性在於，此人口群貌既不是定居者，也不是短期的交流者，但卻是能與地方和當地人進行多元交流的人，並且「關係人口」是能與外界建立關係的關鍵。

陳玠廷（2021）亦述及，「關係人口」是一群以多元形式持續與地方產生互動關係的群眾，因制度性的策略設計漸次讓外地群眾對故鄉之外的地方產生認同，進而影響其移居的意願與行為。進一步來說，

理想的關係人口是指原先便已投入在地實踐的工作者或組織，除了長期投注地方事務的經營，更因其傾注而帶動地方創新的價值和連結，吸納更多新利害關係人，創造出潛在移居地方的關係人口。此外，關係人口注入地方的擾動，除了為地方帶來創新活水之外，更能刺激在地居民，重新發現地方創新價值與認同，形塑無論是對在地群眾與移居者都相當重要的鏈結與意義。

日本關係人口建構的可能性可區分為幾個階段，這些階段說明關係人口形成是因著人們對於地方的情感或定居的意願等而逐步成形，其原因可為：（1）隨著購買地方特產產生好感；（2）願意納稅給故鄉；（3）頻繁造訪當地；（4）參加在地活動或志工行動；（5）漸漸把地方當成是第二個故鄉，甚至展開移居行動。此移居之路徑相當多元，甚至構築出兼顧「參與」和「興趣」的新在地人口群（謝子涵，2020）。日本 SOTOKOTO 創造未來的 SDGs 線上雜誌，《新·關係人口入門》的特輯中，以 2020 年日本國土交通省曾針對三大都市圈（東京、中部及近畿地區）約 30,000 名 18 歲以上居民為例進行線上調查，發現約有 23% 的目標群眾是關係人口。此項研究顯示，在大城市及其周邊存有龐大的關係人口群，其中更有許多「區域關係人口」密切地往返於城市與地方之間，而其中關係人口群的樣貌可分為 4 種類型（ソトコト | 未來をつくる SDGs マガジン，2021）：

1. **愛好／消費型**：是指進行觀光、購買當地土產、飲食，或是愛好當地環境和活動等人，大致而言，從涉及的總人數來看，多數的關係人口樣貌皆屬於此類，約佔一半以上。
2. **參與／交流型**：參與和當地人的交流、節日、研討會或社區體驗計畫等活動的人，該關係人口來到地方並不是為了觀光，而是為更接近地方，屬於四種類型中第二多的群眾。
3. **工作型**：大多數來到地方主要是因為遠距辦公，或為了副業、兼職工作。但近年來，隨著聯合辦公空間與共享辦公室的增加，此類關係人口數亦逐步成長。
4. **直接貢獻型**：此類群眾在關係人口比例中最少，但可被視為是「真正的關係人口」，他們大多是實際參與在地及社區的實踐者，例如：在社區中創建產業，以及進行規劃與管理社區發展等事務。

透過上述梳理，「關係人口」可視為是一群與地方有極密切的關係，甚至是相當關注、頻繁往返於地方之群眾，或是逐漸以定居地方的想法邁進。這群人對地方事務之熟悉與關懷，或許並不下於在地居民，而這些「關係人口」便是日本地方創生政策中，極力推展的新群體，是極具潛力發展為在地定居的未來新住民。簡言之，關係人口可包括對地方的投入者、關懷者、支持者、購買者、定期捐獻者、志工者、設計者、經費給予者、移居者……等涉入深淺程度不同的關係人，亦即整體社會的支持體系。

## 2-2 地方連結：本質與向度

1963 年首次出現針對人與地方之間情感連結（bond）的研究（Hammit, Kyle, & Oh, 2009）。連結（bonding）一詞最早用以討論幼童對於父母的強烈情感，後由學者引之形容人們對於特定地方的感情，此種情感連結在人文地理研究中常以「地方感（sense of place）」稱之；在環境心理領域則稱為「地方依戀（place of attachment）」或「地方連結（place bonding）」（周紓帆、鄭佳昆，2003）。「地方連結」是指因著「特定地方的條件」和「特有的人」而衍生為人與地方的連結；「地方連結」亦意味著「人和特定地方之間強烈的情感羈絆，無論是暫時的，或是恆久的」（Hammit, Backlund, & Bixler, 2006）。Graefe 與 Dawson（2013）也提出「地方感」（或稱地方連結），是個人或團體與特定的地方相關聯的意義、信念、符號、價值感和感受的集合，當人們體驗當地的環境時，便開始賦予該地獨特的意義和價值，此意義與價值也會隨著人和特定地方直接或間接的互動而逐步演繹。

人跟在地的關係，是由淺而深，而人跟地方因著連結與互動所衍生的價值觀，亦是從「不認識」當地價值到「認同」當地的價值，因著「關係逐漸深化」，而建構出對於在地的認同。當群眾因著漸次造訪，甚至長期浸潤於地方，隨著時間與經驗的積累，便逐漸發展出在地記憶與情感記憶的共構，形成人與地方連結的羈絆。

Hammitt 等人（2006）將地方連結由淺至深勾勒出 5 個向度：

1. **地方熟悉感 (place familiarity)**：是指人進入地方的初始階段，與在地開始建立連結所產生的記憶與印象，包括愉快的記憶、成就的記憶、認知與環境的意象，也因環境與心理上的熟悉過程，形塑了人與地方的連結。這些連結都與記憶相關，且隨著停留在地方時間的長短，刺激人對於在地空間的知識與地方情感增長的熟悉度。例如：經常造訪當地，對於該地相當熟悉，甚至可以畫出當地的簡略地圖，其了解當地某種程度就跟了解自己身體一樣。
2. **地方歸屬感 (place belongingness)**：與地方的從屬關係或歸屬感，在層級上比熟悉感更多了社會聯繫，因在「歸屬」中表達了人與在地相連並屬於在地的「成員身份」。而除了熟悉感，更重要的是，地方歸屬感也揉雜了個人與地方的社會參與和公共環境的精神聯繫，此關係亦是人對地方依戀最重要的來源，成為人與地方互動中所凝塑個人與環境和其他人的共同連結，因為他們知道，他們屬於那個地方。譬如內心對於地方充滿喜歡的情感，覺得自己與當地有聯繫，是「屬於當地的一份子」，甚至認為有沒有任何其他地方可以取代對該地的情感。
3. **地方認同感 (place identity)**：是超越情感依戀並且融合了對於特定地方的態度、價值觀、思想、信念、意義與行為的凝聚。認同是一種「識別」的過程，關乎個人對於自我身份的認知，也透過與他者、環境、事物等，成為了解自我的延伸。同理，地方認同亦是個人藉由與地方互動、連結的過程，所延伸對自我的價值認同。例如：當地在心目中是相當「特別」的存在，深深地受到地方的「吸引」，對於當地有相當「強烈的認同」，認為此地對自己而言相當重要，就像是自己生命的一部分一樣。
4. **地方依賴感 (place dependence)**：指居住者感知到個人與特定地方之間連結的強度，對於依賴的感受也與該地能滿足個人需求和目標潛力相關，且當一地方能滿足個人多種需求時，這樣的滿足便更容易嵌入人對於地方的依賴。雖然地方依賴感仍包含熟悉感、歸屬感與地方認同等要素，但地方依賴感仍需要在地其他特殊性要素與資源才能產生。比方說，該地對自己而言是「最棒的」，沒有任何其他地方可以與該地比較，且相較於其他地方，這個地方更是讓自己感到「滿足」。
5. **地方根植感 (place rootedness)**：是描述一種非常強大和集中的鏈結，其本質意義上，如同身處於「家」一般的絕對安全和舒適。「地方」對於人的意義，是人從出生、成長、生活、了解到死亡之前，透過在此地的繁衍，成為個人、家庭、社區，以及超過社區的下一世代的人，代代經歷於此，並且也透過根植於此的生活而塑造了地方，是一種根深蒂固的情感元素。例如：認為該地對於自己而言是「唯一」的存在，如同處在「家」中一樣安全和舒適。

當關係人口因喜好、觀光消費、交流參與或是洽公等頻繁往返特定地方，也隨著與地方的交流逐漸加深，形成人與地方情感的羈絆，恆久連結於個人與地方的生命中。在日本國土交通省所進行的問卷中，也呼應了關係人口對於地方連結的深切情感。根據數據顯示有超過 50% 的關係人口願意移居到地方，雖然各類型的關係人口對於移居地方的程度有所差異，但從每一類型的關係人口中，皆可看見「人與地方」之間或淺或深的情感連結，也顯見關係人口的思維與參與地方的方式正逐漸發酵（ソトコト | 未來をつくる SDGs マガジン，2021）。

## 2-3 地方復振：形成、意義與推衍

地方復振之形成，若以日本為例，可見於 1955 年起始，日本政府因國內總人數持續減少、高齡人口快速增長，如何維持未來競爭力，以及國家發展之隱憂，藉由國家政策或民間自主之力的推動，積極介入營造地方之振興與發展的改革行動（劉芳晴，2019）。此行動不僅有 1988 年當時日本首相竹下登所倡議的「鄉土創生事業」政策，用以促進人口與記錄在地美食與旅遊景點，並透過改造地方場域，逐步翻轉地方成為地域性品牌的建構，使得默默無名的地方，因著復振活動與政策之推展，建立起地方自信、自性與自治力（行政院國家發展委員會，2017）。此股振興地方之力量，也因 2014 年的日本首相安倍晉三所推動的地方創生政策而達到高峰，並成為日本的國家戰略計畫。

1960 年代，美國除了以經濟援助台灣外，亦將社區發展的概念引入，嘗試提升台灣的自治力。1965 年行政院將社區發展列為社會福利七大項措施之一；1968 年內政部提出具體的「社區發展工作綱要」，但直至 1980 年代初期，台灣才開始有民間自發性社區運動，如 1987 年成立新港文教基金會，與 1994 年由當時文化建設委員會提出「社區總體營造」概念，並陸續推動地方發展及相關人才培訓等活動（周芳怡，2016）。此外，亦有 2005 年行政院所推動的「健康社區六星計畫」、2010 年「農村再生計畫」等協助地方社區營造之推展。這些政策推動與執行，重點皆是鼓勵在地群眾關心所在之社區，並藉由人、文、地、產、景等主題工具或途徑，以營造或強化群眾對於在地認同感，逐步建立組織形式（劉芳晴，2019）。政府銜接過往社區營造計畫發展為基石，同時借鑑日本經驗推動台灣地方創生，並於 2019 年定為台灣地方創生元年，展開新的地方振興政策的推動。

故此，政府推動地方復振的核心，既往溯今皆以強化在地群眾關心、認同、自主投入社區發展為基石，以提振地方文化、產業，建立地方自信及自主發展力，並形塑地方組織構築地方品牌的影響力。換言之，復振地方須由地方內部凝聚、著力而起；繼之推衍向外，吸納外部群眾（關係人口）認同地方、甚至加入地方。而台灣地方創生政策之推展，其中的基本要項「創造工作、留住人才」，便清楚揭示應以營造健康社區為本，提升建置地方產業，才能留住在地人才，甚至創造關係人口定著地方。因此，本研究認為 2005 年推動「健康社區六星計畫」之要點：（1）「人文教育」：培養凝聚社區意識、強化社區組織運作、落實社區終身學習；（2）「產業發展」：推動產業轉型升級、促進在地就業機會；（3）「社福醫療」：發展社區照護服務、落實社區健康營造；（4）「社區治安」：建立社區安全維護體系、落實社區防災系統、建立家暴防範系統；（5）「環境景觀」：社區風景營造、社區設施及空間活化；（6）「環保生態」：推動清淨家園工作、加強自然生態保育（行政院，2006），此六大面向不僅是做為社區健全多元發展評量指標，用以提升社區六大面向之建置與自主運作、營造社區永續成長之模式外，更是地方復振孕育關係人口的重要準繩。

## 2-4 關係人口、地方工藝與地方復振之連動

外館和子（2019）以日本茨城縣為例，提出工藝發展在地復振的可能—茨城縣為日本漆產量第二大地區，尤以西北部之大子町為大宗，但該地除了產漆，相關漆藝製作等產業並不興盛，直至工藝家移居大子町，以當地之漆進行創作，並販售當地所產出之作品與漆碗，因而開啟大子町漆工藝復振地方之路。此外，茨城美術館於當地舉辦漆作品展覽會時，大子町亦提供創新的漆藝作品參與展出，而逐漸吸引京都漆藝家的注意，開始使用茨城漆進行創作，甚至移居至大子町。可鑑此發現，地方之發展和工藝家之創作在表面上雖看似無直接關聯，但事實上卻有密不可分之關係，其更因地方工藝的興盛，不僅開啟地方產業的復甦，更藉此吸納多樣的關係人口進駐茨城縣，甚至移居當地，使當地的工藝發展提升，並吸

引關係人口進入地方，成為引動地方復振的極佳案例。

台灣工藝產業能落實於在地，與昔時行政院文化建設委員會（簡稱：文建會）於 80 年代起所推動之「文化建設十二項計畫」有相當大的關係。當時由於十二項計畫中的「文化中心擴展計畫」與「社區文化發展計畫」，使得社區總體營造的觀念與作法得以進入地方，發揮由「中央走向地方」、「由下而上」之社區發展精神得以實踐。當時文建會所推動之「文化產業化」目標，則是將文化、藝術活動或產品做為地方產業來發展，以促成振興地方之經濟活動；同時，將在地居民所認同與珍惜之傳統、文化、自然環境等藉由認知與再建置之基礎上，提升為具有「生產價值」的在地重要資源（文化環境基金會，1999）。2002 年隨著「文化創意產業政策」的擬定，結合 1980 年代後產業出走的浪潮，傳統手工藝之發展亦趨向轉型為「文化創意產業地方社區化模式」，其經營方式亦由早期傳統傳承教學，逐步結合創意設計走向高價文化工藝精品之創作與販售發展，更因為文化創意產業的政策與相關組織的支持，設計業界與設計教育界亦壯大注入，促使地方工藝成為振興地方經濟、傳承文化記憶的關鍵（諸葛正，2013）。

2005 年社區工藝扶植計畫發軔推展，是屬於「台灣生活工藝運動」的一環，該計畫的重心是引導在地工藝家結合大學，一方面可於地方社區推動工藝學習；另一方面則研發新的工藝產品，並創造新的工藝產值；而其精神性訴求，亦是冀盼挖掘在地所獨有之生命樣態與價值，找出自我根源於本土的文化價值（黃世輝、高宜滂、劉秋雪、顏雯涓，2014；薛恭貴、羅雙慧，2007）。社區工藝扶植計畫是借重於在地工藝的技術，並結合在地特色，以社區發展協會為凝聚中心，推廣工藝生活運動（黃世輝等人，2014），其規劃方向是以社區已有之原生工藝，導入創意產品設計方向，並針對社區特色或主題，將社區工藝技藝、人力與文創產品設計師統合進行開發。2006 年苑裡山腳社區發展協會便以提升蘭草編織工藝品的價值與市場接受度之考量，向國立台灣工藝研究發展中心爭取參與專案計畫，亦希冀能在人才認證、產品創意與自有品牌三面向能夠有所提升與發展（薛恭貴、羅雙慧，2007），也使其成為培育轉化在地蘭編工藝轉進設計創新的孵化器之一。

苑裡山腳社區發展協會由 2003 年隨著社造政策的推廣，將當時夕陽產業蘭編工藝定為產業活化目標，並積極進行社區推展；更於 2009 年成立台灣蘭草學會，廣募各地專業人才，透過創新設計與傳承，形塑地方社區與蘭編工藝產業振興的構築及影響。因此，本研究以台灣蘭草學會推廣苑裡蘭編工藝創新與地方復振之關係為切入點，藉由參與蘭編工藝之關係人口，及其參與角色、定位，與地方連結所帶來的影響，汲引為評估台灣蘭草學會推動苑裡地方復振績效的重要判準。

## 三、研究設計

### 3-1 個案擇定、訪談與比較研究

本文爰以個案研究法，針對台灣蘭草學會從成立迄今等相關事件與活動進行脈絡梳理，從中整理出台灣蘭草學會透過推廣蘭編工藝等相關活動，所培育出之關係人口群；繼之，以半結構式訪問提綱為本，採一對一方式進行訪談，受訪者含括台灣蘭草學會理事長（TC）、學會經理人 5 位（TMW、TME、TMC、TMJ、TMX）與外部參與之 7 位關係人口，如表 1 所示，訪談期間分別為 2021 年 3 月 25 日、2021 年 4 月 19 日、2021 年 11 月 17~18 日、2022 年 1 月 21~28 日，以及 2022 年 2 月 10 日。

此外，本研究於 2020 年 6 月起，便持續針對台灣蘭草學會與苑裡蘭草文化館進行田野調查、觀察訪

談，故本文亦含多次田調與觀察之紀錄。最後以比較分析法，針對文獻資料所梳理之論點，佐以上述關係人口受訪者之觀點進行交叉比對，並加以彙整出受訪者之「關係人口類型」與「地方連結」之情感向度。另外，亦以受訪關係人口視角，深入探究台灣藺草學會推動工藝產業活化與地方振興之貢獻，研提出藺編工藝吸引關係人口建構地方復振之模式。

表 1. 外部關係人口受訪者

受訪者	參與內容	受訪日期
UH	大學設計教育者，因接觸觀樹基金會有機米包裝設計進入苑裡。	2021年4月19日
UY	大學設計教育者，因參與社區工藝扶植計畫，深入培力學會提升藺編設計創新。	2021年11月17日
MSI	苑裡藺草文化館工作者，曾擔任藺編工藝師認證考試評審。	2021年11月18日
DH	設計公司創辦人，2009年因策展台灣設計師週進入苑裡，協力藺編工藝設計創新。	2022年1月24日
DC	設計師，2009年參與台灣設計師週進入苑裡，創作藺編工藝設計作品《蓆凳·惜凳》。	2022年1月28日
CC	苑裡返鄉青年，曾參與學會舉辦的工藝師認證考試與體驗課程。	2022年1月28日
CIL	自2018年起陪伴、輔導學會進行社區工藝扶植計畫與推展。	2022年2月10日

資料來源：本研究彙整

### 3-2 研究步驟與架構

首先依據文獻探討關係人口之形成、定義與類型，及地方連結引動關係人口進入地方之情感意涵與羈絆，並以關係人口之孕育形成地方復振之立基。接續，以日本地方工藝產業振興促動地方復振之案例，揭櫫地方工藝復振，不僅帶來地方產業鏈之復甦，亦可藉此磁吸關係人口進入地方，為地方帶來全新活水的可能。再者，透過台灣藺草學會相關資料蒐集，及文獻所梳理之問題點擬定訪問提綱進行訪談，並根據訪談結果加以分析、彙整與比較，最後提出研究結果。本文之研究架構，主要以「關係人口」、「藺編工藝」與「地方復振」三者之間的連動進行梳理；並以歷時性表列分析與訪談內容之萃擷、歸納，分析台灣藺草學會在推動藺編工藝活動中，所引動之關係人口樣貌與地方連結之向度，此「關係人口」之界定是以日本相關文獻，對於關係人口涉入地方之深淺階級而定，以及在這些關係人口群與地方互動中，所形塑為促動地方復振之契因。

## 四、研究分析與討論

### 4-1 藺編工藝之溯源與台灣藺草學會成立沿革

藺草編織工藝最早可溯源於 1727 年（清雍正 5 年），由當時道卡斯婦女蒲氏魯禮（雙寮社，現今大甲建興里）和訥斯烏茂地（日南社），於大安溪下游發現野生藺草並加以編織製作為草蓆、籠頭等各種實用生活用品，而在沿海番社快速發展起來。1765 年（清乾隆 30 年）雙寮社道卡斯婦女所編織之草蓆，因其所織就之質地堅韌耐用、有極佳的透氣性與吸水性，且因便於摺疊與方便攜帶，進而引起漢人注意，促使漢人開始向原住民婦女學習製作的方法，於是編織藺草蓆的技術便漸漸地由雙寮社的原住民部落傳入大甲街與苑裡庄等漢人村落；其後也在當局政策的推動下，促使藺草編織的商品逐步朝向規模化的方向發展（黃世輝，2020）。1901~1945 年日治時期，大甲仕紳合資創設「元泰商行」，成立大甲第一家藺草帽行，首創台灣草帽最早外銷的紀錄。1945~1971 年間隨著政府推廣手工業政策，積極爭取美國外

銷市場之推波，使得帽蓆市場活絡，外銷韓國、菲律賓、日本亦為數不少。直至 1971 年苗栗縣帽蓆產銷合作社因漏稅官司纏訟而結束，相關受累公司倒閉，再加上社會變遷及工商業發達，婦女多湧進工廠賺取較多工資，帽蓆產業漸步入蕭條（苑裡鎮志編纂委員會，2002；黃世輝，2020）。1981 年起隨著台灣經濟結構的轉型，苑裡蘭編工藝因著產業外移更加速消逝；再加上高齡少子、青壯人口大量流失等環境面影響，更相形地方文化產業與小鎮沒落之危機。

2001 年山腳社區發展協會與政府及民間單位合作，開始推展蘭編工藝產業計畫。2003 年爭取政府多元就業開發方案，由慈護宮出借場地，在一樓社區活動中心展開蘭編人才培訓計畫，並透過政府扶植地方工藝所進行的相關計畫，在苑裡逐步帶出多元關係人口群進入地方，也成為引動地方復振發展之契機。2006 年因申請台灣工藝研究發展中心社區工藝扶植計畫，由前葉理事長拜訪聯合大學楊老師，以設計教育專業協助蘭編工藝創新。2007~2020 年間，則與台南藝術大學陸老師陸續合作編纂蘭編工藝書籍《紀錄·編蘭人》與《日日學》。2009 年成立「台灣蘭草學會」，希望藉由蘭編專門組織之設立，吸引非僅於苑裡各地專業人才加入，運用設計創新與傳承拓展蘭編工藝之廣度，2014 年成立蘭編品牌「臺灣手蘭」，販售學會所屬工藝師編製之蘭編產品，亦於 2017 年於網路商店 Pinkoi 開館，以自有品牌進入網路通路。2016~2022 年間，將原台中新社花海展館「農村好生活館」移至山腳社區重新組裝，由慈護宮提供土地，安置展館成為學會專屬的蘭編工藝展覽、教學、解說等多功能的藝文空間，2022 年重新整修，命名為「農村工藝生活館」並重新開幕（TC，2021.3.25 訪談紀錄；黃世輝，2020；薛恭貴、羅燮慧，2007）。

茲以上述文獻與訪談資料，可歸納出山腳社區發展協會與台灣蘭草學會之發展特點：（1）推動社造運動促成蘭編工藝復振影響；（2）兩組織運作定位異同，成就蘭編產業的軟硬體建置；（3）學會成立擴大多元人才投入，亦促使跨域關係人口進駐；（4）擅長運用舊建築空間活化再利用，打造自有展館，結合體驗教學與歷史建築導覽複合功能，吸引遊客的注目；（5）推動自有品牌、拓展多元通路，擴大蘭編工藝發展能見度。此外，山腳社區推動社造的內外部優勢亦是促成蘭編工藝復興之要因，其內部優勢在於山腳社區發展協會、台灣蘭草學會、慈護宮管理委員會三組織關係良好，且因著組織成員互有重疊的靈活性，易形成共識、減少競合，而能整合內部資源；外部優勢則有眾多外部協力單位與資源（政府資源、計畫案、大學設計教育教師等）挹注，運用社會資本擴張蘭編產業的能見度。

## 4-2 台灣蘭草學會關係人口類型與地方連結向度

本研究爰用日本 SOTOKOTO 創造未來的 SDGs 線上雜誌文本（2021），對於關係人口所成形的階段，針對認同地方價值並進入到地方的關係人口群，由淺至深劃分為四種類型：（1）愛好者；（2）頻繁造訪者；（3）參與當地活動或工作的行動者；（4）移居者。此外，亦引用 Hammitt 等人（2006）所界定之地方連結五層面，透過訪談結果勾勒出 12 位訪談者介於當地之關係人口樣貌與地方連結之向度，解析如表 2、3；因本次 13 位受訪者中理事長為在地主事者，故不在此列。

表 2. 學會經理人之關係人口類型與地方連結向度

受訪者	職務	價值認同或工作定位	關係人口類型	地方連結向度
TMW	傳統與創新的橋接者：傳統工藝創新開發設計者，是外部設計師與工藝師之間的橋樑。	工藝文化根植於家族與自己的生命，此工作亦肩負傳承台灣在地工藝文化之意義。	參與當地行動者（3級-中深）：迄至2021年工作已有5年，每日通勤，未移居苑裡。	地方熟悉感~地方認同感（第1~3向度）：喜歡小鎮步調；了解苑裡比自己家鄉更深。

資料來源：訪談紀錄文本／本研究彙整

表 2. 學會經理人之關係人口類型與地方連結向度 (續)

受訪者	職務	價值認同或工作定位	關係人口類型	地方連結向度
TME	熟閑社造與合作經濟的通路溝通者：擔任經銷、客服、通路拓展與溝通。	工作價值是向群眾推廣蘭編之美；移居到本地的生活經歷，不僅能理解本地人與外地人思維的不同，更成為傳遞苑裡文化給外地人的溝通橋樑。	移居者（4級-深）：大學教授引薦，進來學會工作，迄至2021年已有5年。	地方歸屬感～地方認同感（第2～3向度）：對苑裡有極深的歸屬感，投注的關係很深，很像第二個家。
TMC	北漂返鄉的工藝愛好設計師：昔日北漂青年，蘭編布袋設計兼任活動展覽視覺設計師。	因大學畢製初次接觸到蘭草，熱愛編織工藝，因此希望將蘭編工藝帶回故鄉苗栗。	移居者（4級-深）：因工作移居苑裡，只有假日返回苗栗，迄至2021年工作有1年多。	地方依賴感（第4向度）：因著喜歡蘭編工藝的技術而來到苑裡移居。
TMJ	創新蘭編產製設計師：蘭編創新複合媒材與產品後製加工設計師。	從事蘭編工作是家族記憶與生命情境的延續。	移居者（4級-深）：返鄉在地青年，迄至2021年工作已有8-9年。	地方根植感（第5向度）：在家鄉工作，環境、人都是熟悉的。
TMX	擔負蘭編工藝推廣之繼任者：肩負前理事長之使命，主要負責組織運作與推廣之發聲。	蘭編曾是家族的記憶情懷，隨著加入學會，才驚覺產業沒落亦是生命情懷的消逝。	移居者（4級-深）：因學會尋找青年人參與社區產業而加入，迄至2021年工作已有9年。	地方根植感（第5向度）：苑裡在地人，相當熟悉地方。

資料來源：訪談紀錄文本／本研究彙整

表 3. 外部參與者之關係人口類型與地方連結向度

受訪者	職務	價值認同或工作定位	關係人口類型	地方連結向度
UH	協助工藝傳承創新的大學設計教育培力者：參與愛蘭工藝獎評審、學會內外工作坊講師、編纂蘭編書籍。	疼惜傳統工藝、創造無限價值。	頻繁造訪、參與當地行動者（2～3級-中）：因接觸觀樹基金會有機米包裝設計進入苑裡山腳社區。	地方熟悉感～地方歸屬感（第1～2向度）：苑裡的語言、飲食等都跟自己家鄉很親近，感覺很親切。
UY	協助工藝傳承創新的大學設計教育培力者：參與愛蘭工藝獎評審、引進設計師合作創新蘭編工藝，帶領大學生進入社區接觸蘭編。	以設計創新加值蘭編工藝，只要任何對這個社區有幫助的訊息，一定主動提供。	頻繁造訪、參與當地行動者（2～3級-中）：2006年因參與學會社區工藝扶植計畫，深入社區培力，密切合作至2018年，但常回去探訪。	地方熟悉感～地方歸屬感（第1～2向度）：與山腳社區的情誼就像老朋友，也像自己的娘家，曾想過移居當地。
MSI	推動蘭編文化為使命的工作者：2017年進入苑裡蘭草文化館，曾擔任學會舉辦工藝師認證考試評審，透過觀光連結與學會合作推廣蘭編工藝。	為地方服務，致力推廣蘭編工藝原鄉在苑裡，透過導覽解說與手作課程，推動傳遞苑裡蘭編工藝價值的文化使命。	移居者（4級-深）：苑裡返鄉青年，2016年投入苑裡農會體系工作迄至2021年已有6年。	地方根植感（第5向度）：守護蘭編是使命所在，不僅家族長輩皆會蘭編，所住的房裡社區更是最早推動苑裡蘭編發展的地方。

資料來源：訪談紀錄文本／本研究彙整

表 3. 外部參與者之關係人口類型與地方連結向度 (續)

受訪者	職務	價值認同或工作定位	關係人口類型	地方連結向度
DH	<b>協力工藝定義時代潮流之價值</b> ：曾長期擔任台灣工藝研究發展中心課程講師，負責Yü品牌專案，受UY邀請而開啟與學會之合作。	苑裡這個地方給了我一「設計師必須要腳實實在地踩在土地上」。它們那裡有台灣原創的東西，是真正為生活服務。	<b>頻繁造訪、參與當地行動者 (2~3級-中)</b> ：2009年因策展台灣設計師週進入苑裡，爾後頻繁造訪、協力蘭編工藝設計創新。	<b>地方熟悉感~地方歸屬感 (第1~2向度)</b> ：與社區是非常長遠的關係，不是一天到晚在一起，但是像是朋友。
DC	<b>強調生活化蘭編民藝價值之設計者</b> ：自2009年參與台灣設計師週創作迄2016年間，陸續協助學會進行蘭編設計開發。	如果它們有任何需要我的地方，基本上一定會去參與。	<b>頻繁造訪、參與當地行動者 (2~3級-中)</b> ：2009年因參與台灣設計師週進入苑裡，創作蘭編作品《蓆凳·惜凳》。	<b>地方熟悉感~地方歸屬感 (第1~2向度)</b> ：對學會很有感情，像戰友，曾關注苑裡反風車運動。
CC	<b>參與蘭編工藝課程之返鄉者</b> ：苑裡返鄉者，在山腳社區進行餐飲經營與藝術創作。	想了解苑裡文化，透過課程學習確實比較了解蘭編。學會人都很好，也很認真推廣。	<b>愛好者 (1級-淺)</b> ：2019年參與第一屆蘭編工藝師認證考試與體驗課程。	<b>地方根植感 (第5向度)</b> ：苑裡是自己的家鄉。
CIL	<b>以社區工藝扶植計畫參與陪伴者</b> ：2018年起，以社區工藝扶植計畫陪伴、輔導學會。	學會是我們很重要的社區夥伴，因此我很看重它們，我希望這是未來被人家看到的一個很用心在地發展的社區。	<b>頻繁造訪、參與當地行動者 (2~3級-中)</b> ：協助社區夥伴參訪學會，協助申請蘭編作品參展文博會等。	<b>地方熟悉感~地方歸屬感 (第1~2向度)</b> ：喜愛蘭編、當地氣候、人情純樸、和善。

資料來源：訪談紀錄文本／本研究彙整

此外，藉由訪談內容進行深入歸納、萃擷，並彙整表 2、表 3 分析之關係人口樣貌與地方連結向度，可發現參與台灣蘭草學會之關係人口具以下特點：

- 多元專業設計藝術工作者傳承蘭編技藝與創新**：深入當地參與蘭編復振之學會經理人，多屬於 3 級以上關係人口，外部協力者為 2 級以上之關係人口，不論內外皆含專業設計藝術工作者。其中內部可見承接傳統與創新的開發者、揉和複合媒材的後產製設計師、熱愛工藝的視覺與活動展覽設計師，包含產品創新設計、推廣視覺設計等，再加上外部設計教育、設計師、政府計畫專案者深入社區培力，其除了引進設計創新力，亦帶動青年學子接觸蘭編工藝，培育新血傳承力。此亦呼應當初學會成立宗旨便是希望引進多元專業人才推廣蘭編文化復興（見表 2、表 3）。
- 移住或頻繁造訪與對蘭編之價值認同是影響地方連結的關鍵**：關係人口對於「地方連結」的情感向度，若以是否移居、頻繁造訪當地與對地方的認識為判準，其「地方連結」多屬第 1 向度「地方熟悉感」以上；但若以對於蘭編工藝之價值認同或工作定位呼應地方情感視之，則關係人口對於地方連結的情感，可達第 2 向度「地方歸屬感」以上，如 UH、UY、DH、DC、CIL 之外部關係人口。其中 UH、CIL 約 1 年造訪一次，對於地方有熟悉感，但對於蘭編連結地方的情感則可達第 2 向度；TMC 甚至因熱愛蘭編工藝，而產生如 Hammitt 等人（2006）所述及的「地方依賴感」（與特定地方的依賴感受，與該地能滿足個人需求和目標潛力相關）。此外，關於青年返鄉者是否該劃定為關係人口確實頗有爭議，但若以地方振興之角度探討，則青年返鄉對於地方連結的「根植感」（第 5 向度）必是提振地方發展不可或缺的情感動力（見表 2、表 3 與訪談紀錄）。其訪談內容如下：

從事這項工作很有台灣意義，且因同住海線才發現自己母系長輩以前都接觸過類似的編織，來到學會後透過對長輩們的編織記憶，發現蘭編與自己的過去是有連結 (TMW)。很喜歡這個編織技術來到這裡，透過移住更了解當地的生活型態 (TMC)。苑裡好像有點變成了第二個家，對這邊的歸屬感其實蠻深的 (TME)。參與蘭編課是因為這是家鄉的文化，母親曾提及苑裡以前家家戶戶都在編，大家對於蘭編都有共同的記憶 (CC)。

3. **成為本地與外地人、傳統與創新的溝通橋樑**：透過關係人口移居到地方的生活經歷，或是因為長期以設計教育與設計創新而投入地方培力，不僅了解本地人與外地人不同的思維，更透過引薦外地設計師，成為傳遞蘭編文化與帶動傳統蘭編走向設計創新的溝通橋樑。此亦呼應陳玠廷 (2021) 與大谷博 (2019) 所提出的論點，理想的關係人口是已投入在地的實踐者 (如上述之學會關係人口)，因傾注於蘭編復振之經營，而帶動地方創新的價值與連結，甚至吸引更多關係人口關注地方，為地方帶來創新活水，其訪談紀錄如下：

因不是苑裡人，所以有時可以比較快跳出來，因為自己是從初識到熟識，很能理解初次接觸不熟悉蘭草的客人的心情 (TME)。2009 年引介大學同學進入山腳社區，舉辦設計師體驗苑裡傳統工藝工作坊，透過與工藝師互動產生設計創新蘭編工藝之作品 (UY)。

4. **人力吃緊須互為幫補、彼此關係團結緊密**：學會經理人的工作雖各有專職，但在人力資源不充足的情況下，亦須支援幫補彼此的工作，但也可見在人力吃緊的情況下，更顯彼此的互動緊密與團結，其訪談紀錄如下：

學會組織其實人力沒有很充足，雖然通路主要是我負責，但比如像課程、外出教學就必須互相協助，網路通路也是大家一起經營 (TME)。他們的人力經費應該是申請勞動部的培力計畫，經費不可能每年都給一樣，可能逐年的增減，所以人力可能會縮減 (CIL)。

5. **主事者的熱情成就組織運轉的動力**：許多外部的關係人口當初接觸台灣蘭草學會，皆因前葉理事長之邀約或因受其理念之感動而加入。前葉理事長對於蘭編的熱情、尊重專業、積極尋求各樣資源挹注，成為學會成立初期運轉和發展的最大動力；此亦呼應 Hammitt 等人 (2006) 之論點，「地方連結」是因著「特定地方的條件」和「特有的人」而衍生人與地方的連結，其訪談紀錄如下：

理事長與社區都蠻尊重專業的建議，像愛蘭工藝獎就採用我們建議的兩階段評比，而葉理事長也以《蓆凳·惜凳》的獲獎鼓勵、刺激蘭編阿嬤們，雖然傳統技藝很重要，但是創意更重要 (UY)。葉理事長是個非常有號召力的領袖，非常謙恭、務實，但也有一定的理想性，我非常受他的感動 (DH)。最大的印象是葉理事長對蘭草有極大的熱情，他蠻常找我參與協力，不管是工作坊、計畫、講師、開發商品設計 (DC)。葉理事長思想、理念相當開放，能合作十幾年，也是因為他相當謙和，會不斷請教、邀請協助 (UH)。

#### 4-3 關係人口引動設計創新蘭編工藝之衍展

山腳社區發展協會自 2006 年參與社區工藝扶植計畫起始，便積極尋求提升蘭編人才認證、產品創意與自有品牌之建置，除了加強社區與設計相關學校合作，並鼓勵青年參與蘭編創作、設計、施作，培養蘭編傳承人才外，更希望透過設計專業提升蘭編產品藝術與創意價值，亦以設計美學的培養蘭編工藝師之創意量能 (薛恭貴、羅變慧，2007)，其中無論是透過政府計畫、設計教育者輔導協力，抑或是引介外部設計師創新開發蘭編產品，皆可見設計創新引動苑裡蘭編工藝振興之衍展，其振興的脈絡參見表 4。

表 4. 台灣蘭草學會關係人口運用設計創新引動蘭編工藝振興之脈絡

時間	事件
2006~2016年	透過愛蘭工藝獎比賽媒合外部設計師、學生與工藝師合作，提升工藝師設計創新的創作量能。
2009~2010年	聯合大學楊○英老師引薦設計師胡○宗進入山腳社區，促成設計與工藝交融，運用設計創新建構地方傳統工藝的新可能，所創作之作品於2010年點心設計邀請展「原力五十」中展出。
2012年	設計師賀○右以蘭草編織與傳統榫接工法製作而成的作品《蓆凳·惜凳》，獲得台灣文創精品獎，亦於上海國際時尚家居展展出。
2013年	聯合大學工業設計系學生孫○閑與台灣蘭草學會合作，參與日本無印良品MUJI AWARD設計競賽，以蘭編創新設計作品《蘭暖簾》獲得銅獎。
2014~2016年	參與勞動部勞動發展署培力就業計畫「打造蘭草產業國際藝術村」，引進設計創新蘭編產業。
2014年	文化部村落文化發展計畫一「引蘭風潮—創建蘭草文化永續發展新契機」。
2015年	與旅英服裝設計師陳○彥合作編織蘭編時尚禮服，突破傳統工藝迸發新裝。
2015年	學會工藝師劉○雲與亞洲大學劉○均老師合作《甜心趴睡枕》，榮獲2015年台灣國際創新發明暨設計競賽之設計組金牌獎。
2018年	時裝設計師周○穎與故宮聯名合作，以故宮文物為設計靈感，和學會工藝師吳○卿合作，將〈雕橄欖核舟〉運用設計轉譯為蘭編霹靂腰包，該系列作品亦於紐約時裝週展演。
2019年	參與泰國清邁設計師週「台灣生活工藝」特展。
2020年	台北時裝週與設計師黃○堯合作特製手袋系列，以手工融合當代時尚，呈現嶄新詮釋。
2021年	蘭編作品受邀參與英國倫敦工藝週展出。

資料來源：受訪者 UH 提供資訊；MUJI 無印良品，年代不詳；楊依恣，2013；盧怡安，2015；潘雲蘭，2019，頁 93；訪談紀錄文本／本研究彙整

透過上述表 4，綜觀台灣蘭草學會因設計專業背景之關係人口介質設計力創新蘭編工藝之脈絡，其中可見幾項重要推行：

1. **大學設計教育關係人口注入設計培育驅動蘭編創新之效應**：自 2006 年起，前葉理事長便廣邀設計教育者，如聯合大學楊○英老師、台南藝術大學陸○暉老師投入社區培力，借重設計專業導入開設工作坊、講座，使外部喜愛蘭編者體驗設計創新傳統蘭編之美，亦驅動內部工藝師構思傳統蘭編結合設計加值創新之效益。此外，大學設計教育關係人口亦常帶領青年學子關注地方，運用設計創意突破傳統蘭編的形式而帶來全新體現，如聯合大學學生與學會合作獲獎作品《蘭暖簾》。
2. **愛蘭工藝獎不僅著墨於傳承，更冀盼融入設計創新基因**：愛蘭工藝獎之舉辦，除藉比賽促使蘭編工藝人才或愛好者不斷投入創作、增進傳承，更以此媒合設計者、設計學生與工藝師的合作，將設計創新融入與傳統工藝的對話，透過合作突破傳統蘭編形式，激發工藝師的創作動能。此比賽設立宗旨意涵亦可見吳美依、鄧教東（2019）之論述，而愛蘭工藝獎分為傳統與現代蘭編兩組，主要便是希冀透過傳統比賽項目傳承蘭編技法，亦藉由現代蘭編賽事導入設計創新基因。
3. **時尚服裝設計轉譯蘭編工藝新高度**：台灣蘭草學會突破傳統蘭編織物之想像，與時裝設計合作，運用創新設計轉譯傳統工藝，促成蘭編禮服、〈雕橄欖核舟〉蘭編包、台北時裝週手袋系列等提升蘭編工藝的嶄新高度。而蘭編禮服之成型便是由苑裡蘭草文化館轉介促成（潘雲蘭，2019），亦可見台灣蘭草學會與各關係人口（組織）之良好互動，成就合拓蘭編工藝創新之影響。
4. **積極尋求跨域設計合作成就蘭編傳統新量能**：除上表 4 可見台灣蘭草學會積極尋求設計教育投入，以促動傳統蘭編工藝創新，潘雲蘭（2019）亦敘及，學會前葉理事長於 2011 年起，便與多間設計公司合作，透過跨域導入開發多元兼具美感與功用的創新蘭編產品，如 113 工坊黃○芬設

計師與 GRGreenRoom Ideas Cooperation 合作，將藺編與植鞣皮結合開發全新系列商品。

5. **參與國際設計活動、國際展覽提升藺編推廣可見度**：學會除了積極與設計相關專業工作者、設計教育與青年學子合作，亦積極參與國外展覽，將藺編工藝之美推廣至國際。

#### 4-4 設計力介入藺編創新所形塑之影響與未來亟待改變之歸因

學會長期引進設計關係人口協助藺編工藝創新，透過訪談內容之深入歸納、萃擷，亦可發現藺編工藝因設計力介入所造成之影響，與台灣藺草學會之亟待突破、轉型之歸因：

1. **設計創新獲獎作品多非銷售主力**：設計創新藺編作品雖帶來傳統技法上的突破，卻也因作品單價高而無法產生實質的銷售收益，多成為到國內外展覽時呈現藺編技法之展品，其訪談紀錄如下：

《藺暖簾》、《蓆凳·惜凳》、《甜心趴睡枕》都是訂製品，有下單才會製作，因此這些雖是得獎作品，但因工時長、單價高使得其售出不多。這些作品最後都是到國內外展覽，以展現藺編技法為目的（TMX）。

2. **短期合作帶來收益、創新觀念之擾動與產品改良應用之長遠發酵**：商業合作藺編設計案多為短期一次性合作，且少因此再深入合作或引進其他資源，但卻是學會營收的重要收益來源之一，合作所產生之創新構思亦可應用於其他藺編產品之改良，並仍可產生後續發酵影響。訪談紀錄如下：

短期的合作多是一次性的，像時裝或是跨域的藺編開發案，如寵物用品、鼓棒。在媒體或網路上看到的合作，可能在產品完成、展覽，有媒體的版面後就結束，沒有更深的合作或引進其他資源。而與產業合作的藺編創新設計開發雖多是短期，但其中產生的新 idea 卻可以讓我們拿來進行其他產品的改良，而且短期合作的客製打樣收益也是我們營運的重要來源（TMX）。

3. **設計教育多為長期合作夥伴，學子參與孕育成為推廣藺編新種子**：設計教育者多以長期耕耘、引進學子進行研究，亦以設計教育之新觀念導入，為學會帶來深遠影響。此外，許多學生因著研究、工讀、專題設計等機會接觸學會，甚至加入學會成為推廣藺編工藝的新種子。此處訪談紀錄如下：

設計教育者多願意長久耕耘，除有長期的合作，也引導學生來做研究，或將教學新觀念導入幫工藝師們上課。許多學生因學校的案子或工讀接觸，後來成為我們的員工，這是吸收新種子的途徑（TMX）。

4. **設計協力工藝地土翻新，原力策展引進設計力持續導入**：當初聯合大學楊○英老師引薦設計師胡○宗進入山腳社區，亦因此引進許多專業設計師以設計力突破傳統藺編工藝，而在原力五十策展後，許多設計師如胡○宗、賀○右、劉○均等仍陸續參與培力，成為藺編設計創新之孕育者。這些雖然無法以時間長短量化設計力所帶來的影響，卻不可因此忽視眾多設計者所投注之心力，以及對於學會、工藝師之思維、信心所帶來的突破，其訪談紀錄如下：

工藝需要在時代潮流中找到定位才能永續，設計力是驅動變化的第一步。傳統工藝如同土地，地力恢復需要多人關切、認識與翻土，當初楊老師帶學生實習，以政府計畫留下優質年輕人；陸老師以創作者、編織藝術傳承出發；我們大批設計師進入衝擊工藝帶來新詮釋，也為此努力翻土，不該因投入時間長短而忽略了設計者的努力（DH）。亞州大學老師劉○均、設計師賀○右，都是當時因原力五十策展進入苑裡，之後也都成為培

力蘭編創新的夥伴 (TMX)。後來有很多設計師都回去山腳社區做他們自己的品牌，或社區請他們回去 (DH)。關於合作的收穫不太是系統性的長期耕耘，收穫是因人而異，如工藝師解決你的問題，產生信心、技術的提升，這無法量化，是感受，比較難界定 (TMX)。設計力的展現其實是最顯著的，甚至可能刺激工藝家，激發她們跳脫原有編法、思維 (DH)。

5. **蘭編禮服的轉捩迴響成就信心的肯認與建立：**蘭編時尚禮服的製作打破大眾對於傳統工藝侷限之想像，其所帶來之迴響不僅成為大眾對於蘭編工藝創新的肯認，亦從中建立工藝師對自我角色之轉化與信心之建立，其訪談紀錄如下：

舒淇的蘭編禮服打破大家對於傳統蘭編工藝的侷限，也帶來很多跨域設計合作，像後來的紐約和台北時裝週的合作。製作這件禮服沒有賺錢，但它帶來的迴響是：我們也做得到創意與創新，還有建立了工藝師阿姨們的信心，她們受到媒體表揚、採訪，促使她們突破了原本自覺是工人、小螺絲釘的想法 (TMX)。

6. **內外設計力標定蘭編產品新定位，持續進修引進更多設計資源：**學會將設計力運用於蘭編產品的計畫共分為內部與外部兩種定位。與外部設計師、公司、商業專案合作，多以展現蘭編技藝、突破傳統、參展、表揚等定位提高蘭編能見度；而內部則以學會設計師可即時針對客戶、通路需求改良蘭編產品，並持續透過內部設計師之精進、社會資本引進更多設計資源與學會合作，此部分的訪談紀錄如下：

運用設計創新改良蘭編產品可分(內部)：產品改良符合現在生活、改良製程降低成本；(外部)設計跨界合作突破蘭編傳統、參加國內外展覽、表揚、台灣優良工藝比賽提高蘭編能見度。我們內部有設計師，聽到顧客意見或通路需求，就會進行產品改良。另外我們設計師 TMC 本身是服裝設計領域，所以不僅可以改良我們的包款，也引進時裝領域的老師和從業者與我們合作，像 2020 台北時裝週的包包合作 (TMX)。學會的設計師也會來參加工藝所的商品開發工作營 (CIL)。

7. **蘭編人才短缺、工時成本太高：**蘭編工藝與台灣傳統工藝相仿，存在著繼任人才短缺之困境；而蘭編產品多為純手工製作，其因為工時長，導致銷售成本居高，不易進入一般消費市場。目前學會亦吸取經驗、積極培育基礎工藝師，簡化複雜工法，透過以片材產製，取代手工之高成本，此部分的訪談紀錄如下：

參與政府新南向的相關計畫，如工藝中心紡織學的合作，也是因為現在工藝產業都面臨沒有接任承接的人才。像甜心枕很多人問，但成本高，工時長，加上備料加工，成本就要一萬九，大家聽到售價就打退堂鼓。但如果是香奈兒的包，消費者就不會問價格 (TMX)。蘭草最大問題在於普及性不高了，當然和技術、材料有關，這就導致願意投入人更少，造成推廣、傳承不易。它的人工是很高的比例，whole piece 商品在市場上就會很侷限。在當時我試圖解決這個問題，降低它的技術門檻，《蓆凳、惜凳》就是把蘭編變成單元件，回歸材料的本身，先讓大家熟識，才有機會擴大產業的基底、提高需求 (DC)。我們也在培養一些基礎工藝師投入產業，簡化蘭編為片材，透過車縫、剪黏、整燙取代手工的高成本 (TMX)。

8. **深化品牌轉型與導入商業經營的重要性：**工藝師所編織之蘭編產品有極高的技術與品質，但因學會組織的屬性，對於市場與商業模式之涉足、識認缺乏，從而無法了解市場、創造需求。故學會

如何典範轉移，以品牌概念發展行銷策略與市場新詮釋，導入商業經營，以品牌價值進行累積，才能觸動消費者認同，其訪談紀錄如下：

近年來工藝中心扶植的重點也在於品牌，認為我們技術能力到了，但因沒有品牌價值，所以消費者才不買單（TMX）。學會、協會型態很難做品牌，要讓它能轉變成商業、獨立運作，年輕人進來能夠維生。工藝產業最後能不能發展，最重要的還是在經營面，當經營夠好時，就不斷需要設計力在當中。雖然我們講了很多蘭編的歷史、工藝價值，但你必須用品牌的形式跟消費者溝通，因為知道價值的人就會肯定（DH），這須要更有組織性去設計與推廣，它們對於市場和商業理解還不太夠。支持蘭編的作法不是以支持傳統文化的角度，而是讓它回到生活，回歸到需求。站在市場和商業的基本核心就是創造需求，創新只是方法，核心的關鍵是品牌，有品牌概念意識，才能策略發展，以品牌架構著墨蘭編的市場性與可能的詮釋，才能想辦法累積，品牌的核心就是累積（DC）。

9. **主事人、參與人、消費人環扣鏈結之挑戰：**針對蘭編產業之未來發展，主事領導者須對蘭編未來有明確之方向、糾結資源、創造各方專業進入之環境，才能藉此發展蘭編軸心、串連商品開發脈絡。而學會所面對之挑戰亦含缺乏專業行銷人、營運人，以及是否能留下對蘭編喜好、有熱情之消費人不斷光顧。故此，主事人、參與人、消費人之環扣鏈結致為關鍵，其訪談紀錄如下：

要做這樣的事領袖很重要，他的感召力、對未來的方向明確，有足夠的權威能擺平各方聲音，把所有資源糾結在一起，創造設計師能夠進去的條件，他很關鍵，領頭人非常重要（DH）。今天主事者若有沒有拉出軸線，串連商品脈絡，就不會有人記得你做出來的東西，缺乏行銷、營運的人，這些都是最核心（DC）。參加課程的都是對編織藝術有興趣的外地人，想了解蘭草編織，大多只來一次，並不是對在地蘭編有熱情的人（CC）。目前會蘭編技藝的工藝師多為 50~60 歲以上阿姨，而熟嫻蘭編技藝需要 3~4 年，以目前而言手編人才很少（UH）。

10. **以未來觀點重塑蘭編工藝永續價值：**於多元材料選擇之現代，手工編織之意義與價值為何？蘭草材質之獨特性與現代生活契合處為何？誠如 DH 所言，重塑工藝於現代之價值須立足於未來角度，並考量、回歸材質之特性；而未來生活的更高價值在於友善環境、環保永續，蘭草皆蘊含這些特質，如何應用且重新轉譯而落實，是著墨於蘭編工藝重塑永續價值者不得不深思，此部分的訪談紀錄如下：

現代多元材料的選擇中，手工的意義跟價值在哪裡？須要經過梳理（DH）。蘭編工藝的價值為何？手工是否只存在於在地懷舊的情感，那麼置放於現代的推廣如何兼具，或是找出新價值（UH）？要重塑工藝在現代的價值，必須站在未來的角度，思考什麼是未來工藝，與我們嚮往、追尋的未來社會價值是否吻合，以此落實建立。未來在於永續、環保再生的產業，懷舊的市場太小，應追尋未來的價值重塑蘭編在現代生活與未來價值的契合處（DH）。很多拿蘭草來做所謂的文創，並沒有真正實質發揮它的材質優勢（DC）。

#### 4-5 台灣蘭草學會帶動關係人口、構築地方復振的影響

台灣蘭草學會之成立與推動蘭編工藝產業傳承與創新之歷程，不僅吸引關係人口加入組織齊心協力，透過訪談資料之彙整，更可由受訪者參與台灣蘭草學會，協助拓展蘭編工藝復振之觀點，探見台灣蘭草

學會之歷程，並不斷地吸引不同關係人口進入地方。此外，藉由訪談結果以「社區健康六星計畫」六大項目為衡量指標，探見台灣蘭草學會因深耕蘭編工藝文化復興，對苑裡小鎮所帶來的改變、貢獻與引動地方復振之影響，其影響歸納如下：

1. **蘭編工藝扎根教育（人文教育）**：深入推廣蘭編工藝扎根於當地國中小學教育，使在地孩童對於蘭編工藝與苑裡更有連結，也更了解家中長輩從事這份工作的珍貴，其訪談紀錄如下：

我們跟當地的國中小有一些配合的課程，使小朋友對蘭草編織更有連結、更曉得自己的阿嬤或者是家裡的人，曾從事這份難得的工藝（TMW）。全力支援山腳國小在蘭編課程所需的技術與材料，引導小朋友先從種植蘭草開始認識蘭編原料，再傳授兩股編、三股編的編織原理，將工藝從小扎根（TC）。

2. **多元經營模式結合教育、商業推廣與技藝傳承（人文教育+產業發展）**：近年來學會以複合經營的方式結合教育、技藝傳承、創新設計與商業推廣，積極開發創新蘭編商品，不僅帶動關係人口藉由購買商品、參加體驗活動、認證課程，亦跨域到公家、民間企業組織舉行蘭編講座，以多元經營策略提升蘭編可見度與傳承，亦產生在地居民對於蘭編文化之凝聚與認同，其訪談紀錄如下：

有時會辦理學校、企業講座，甚至到政府單位做教育訓練，就是讓我們可以把工藝再繼續傳承（TMJ）。辦課程是讓消費者可以快速了解蘭草產業的方式，這些課程很大的程度是幫助客人或者是來參訪人們能夠了解蘭草的特性，及編織珍貴的部分（TME）。他們做這些就是讓這項文化產生新的凝聚、貼近居民（CC）。

3. **促動蘭編產業鏈與地方發展之復興（產業發展）**：學會投注蘭編文化產業復興，除帶動傳統帽蓆行的營運，也促動新創品牌「蘭子」發展的契機，更因產業推廣帶動觀光等產業復興，為在地增加生計。此外，學會與周邊組織關係良好，除山腳社區發展協會、慈護宮，亦與苑裡蘭草文化館進行觀光連結，也邀請館內人員擔任蘭編工藝師認證評審，集結眾人之力推動蘭編產業振興。另外，學會在 2021 年與台中纖維工藝博物館合作推廣蘭草文化，也將蘭編之美跨域傳遞，其訪談紀錄如下：

蘭草編織可見度提升後，不只我們，社區阿姨們也開始重視、開始種草，或是帽蓆行開始成立自己的品牌，他們的兒子也回來接手，希望可以把技藝再傳承（TMW）。蘭子她在聯合大學的時候就跟我們合作，大學畢業後來當專案經理。傳統的帽蓆行的經營，也跟我們的推廣有關係，加上蘭子不一樣的經營，它們比較注重設計、有設計的內涵在裡面（TC）。大家都有共同的目標共識，希望蘭編產業更好，所以若有客人想進行蘭編深度之旅行，會推薦客人不只參觀文化館，也參訪學會，使客人能完整了解蘭編產業。曾有客人洽詢陶藝結合蘭編的異材質課程，但因學員人數太多文化館無法承接，所以引薦對方跟學會洽詢，後來課程開在學會。我們如果有接觸到的案子無法承接，也會推薦對方到學會試試（MSI）。今年纖維工藝博物館想辦展覽，主軸是蘭草，提供一個區塊要展覽我們的作品（TC）。因為學會是做蘭編，所以產業一定會有發展，增加遊客，也會增加週邊其他餐飲等的工作機會，也讓當地人有更多生計的可能性（CIL）。

4. **創新蘭編導入醫療照護，深入關懷當地（社福醫療）**：不只山腳社區，在苑裡其他社區亦利用蘭草編織之獨特，導入老人醫療照護，以手作課程刺激腦部，更藉此喚起過往當地老人家們從事該項工藝之記憶。此外，學會亦曾與當地政府配合創新開發蘭編復健產品，其訪談紀錄如下：

苑裡當地政府單位，希望我們做一些小東西，當作病患復健時的產品，或是開課程刺激

復健等 (TMJ)。新富、武田、水波社區也開設老人藺編課程，運用手作刺激腦部避免退化，也喚回老人家從事藺編的記憶 (TC)。

5. **持續地方空間景觀社造建置 (環境景觀)**：學會除了推動藺編工藝創新傳承，亦積極投入在地社造、空間、環境景觀的改善，與慈護宮、山腳社區發展協會申請經費投入在地綠化，以及後山藺草文化步道整治工程，串連藺草生態、在地人文古蹟、藺編工藝產業文化，亦協助蔡氏古蹟修護及維護文化資產的保存；另外也開設社區導覽課程建構在地知識，此部分的訪談紀錄如下：

爭取山腳國小圍牆內縮 9 公尺，提供居民人行散步道，透過慈護宮與山腳社區發展協會的投入，運用申請水保局經費投入在地綠化美化。建設後山藺草文化步道的工程連結藺草生態與產業的文化意象，步道包含後山生態公園、學會前面土地，以及山腳國小派出所的藺草產業文化意象牆，協助蔡氏古蹟修復。社區導覽包含歷史建築與地方產業介紹，參與者很廣，包括樂齡者、友達基金會成員，有興趣民眾，導覽範圍包括蔡氏古蹟、山腳社區後山生態公園、山腳國小日式歷史建築等 (TC)。山腳社區有專用人行步道，結合山腳國小學校社區化，社區學校化，整體生活機能很好 (UH)。它們運用水保局的計畫進行環境設施的改善 (CIL)。

6. **積極投入藺草復育、維護社區環境 (環保生態)**：學會每年在後山生態公園處以自然農法種植藺草，且藺草田種植對在地生態有極佳幫助；此外山腳社區亦自主成立環保義工隊，定期維護社區環境清潔，其訪談紀錄如下：

每一年在後山生態公園種藺草。藺草不用農藥，而且種植景觀也不輸水稻 (TC)。我們有在復育藺草，生態種植等等，所以會比較了解如何讓藺草長得更好 (TMC)。山腳社區自組環保義工隊，維持社區環境 (TC)。

至於「社區治安」之部分，受訪者 TC 言及，山腳社區治安頗佳，無論是山腳國小或是附近歷史建築皆 24 小時開放，山腳國小亦導入「學校社區化、社區學校化」之特點，歡迎群眾隨時進入校園，且此也歸功於當地居民有意識地守護。但以推動藺編工藝發展是否帶來社區治安改善之評估，其他受訪者皆認為並不明顯，亦無相關事證可供判準，故不列入評斷。

## 五、結論與建議

### 5-1 結論

#### 1. 推動社造振興藺編工藝，組織分立拓展藺編創新

在台灣藺草學會成立之前，山腳社區發展協會便將藺草產業活化設立為社造目標，積極推廣藺編工藝復振，並藉以凝聚社區居民意識與價值觀；此外，因推展過程意識到藺編產業復興無法只靠社區的力量，需要專業人才加入，故於 2009 年成立台灣藺草學會，擴大產業發展的專業性，廣納多元關係人口進入社區；再加上山腳社區發展協會、台灣藺草學會、慈護宮管理委員會三組織成員的共識、同心與緊密合作，主動參與民間組織與政府工藝相關計畫案的扶植，而構築出完整的軟硬體建置。另一方面，透過舊建築活化再利用為館舍與展覽、販售據點，及成立自有品牌「臺灣手藺」，拓增至全台各大百貨、飯店、網路通路的推廣與策略運作，亦擴展了苑裡藺編工藝產業由傳統提升為創新的可見度。舉辦愛藺工藝獎與藺編工藝師認證課程，不僅活化工藝師的創作動能、吸引眾多藝術設計專業人士加入、提升藺編

工藝創新，更形塑關係人口群深化為參與在地的行動者。

## 2. 協力關係人口多為專業設計者，對蘭編的價值認同與「地方連結」是形塑定著在地的堅強羈絆

參與台灣蘭草學會多為第二級以上之關係人口，並含許多設計專業者，如學會內部經理人 TMW、TMC、TMJ 均為設計師；外部協力者 UH、UY 為大學設計教育者、DH、DC 為專業設計師（可參見 4-2 節，表 2~3）。這些關係人口也因是否移居苑裡，以及與在地互動頻率之多寡等因素，而影響其地方連結之情感向度。經理人 TME 與 TMC 隨工作移居苑裡，再加上 TMC 因熱愛工藝，滿足個人需求和目標潛力，故兩者的地方連結情感向度可達 3~4 級（地方認同感、地方依賴感）。經理人 TMW 與外部關係人口 UH、UY、DH、DC、CIL 雖未移居苑裡，但 TMW 因工作之故，每日通勤往返，與在地互動的頻率高過其他外部關係人口，故對地方的熟悉感與認同感亦高過於他人，到第三級「地方認同」情感向度。UH、UY、DH、DC、CIL 造訪當地的次數並不多，對於地方有熟悉感，但若以蘭編連結地方的情感則可達第 2 級「地方歸屬」情感向度。TMJ 為苑裡在地人，對於地方的熟悉、認同與依賴，並沒有因為離開家鄉而沖淡，反而因家族世代從事蘭編相關產業，加入學會工作便成為傳承家族記憶與生命情境的延續，加乘為根植地方的強烈情感，此根深蒂固的感情更是地方復振不可或缺的動能。藉此分析顯見，關係人口對於蘭編工藝的價值認同與因移居或造訪互動所產生之「地方連結」是形塑定著在地的堅強羈絆。

## 3. 關係人口引動蘭編設計創新之迸發，驅動設計力拓展工藝與地方復振效益

台灣蘭草學會因設計專業背景之關係人口導入設計創新驅動蘭編工藝振興，而發展出五項重要推行：（1）大學設計教育培力驅動蘭編創新效應，除外部群眾可體驗設計創新傳統蘭編之美，內部工藝師更因此得以反思傳統蘭編結合設計加值創新之效益。此外，帶領青年學子關注地方，不僅蘊含蘭編工藝傳承之意義，更為地方帶來新關係人口之活水，在他們心中注入「地方連結」與關注蘭編之情感；（2）愛蘭工藝獎之舉辦不僅意在傳承，更藉由媒合設計者、設計學子與工藝師的合作，融入設計創新與傳統工藝的對話，突破傳統蘭編形式，激發工藝師的創作動能，也透過現代蘭編賽事導入設計創新基因；（3）蘭編工藝跨域時裝設計，除以創新設計轉譯傳統工藝，提升蘭編工藝的新高度，蘭編禮服之成形由苑裡蘭草文化館轉介，亦可見學會與各關係人口（組織）互動良好，才能成就合拓蘭編工藝之影響；（4）除了尋求設計教育驅動蘭編創新，前葉理事長也積極尋求與外部設計公司、設計專業者合作，透過設計導入開發創新蘭編產品；（5）透過參與國際設計活動、展覽不僅提升蘭編之可見度，更因此吸引眾多關係人口進入地方，將蘭編能見度推廣至國際。

## 4. 獲獎作品非銷售主力，設計力長短期導入各有不同效益，轉型深化品牌概念與立足未來蘭編永續價值之亟需

台灣蘭草學會長期引進設計力介入蘭編工藝創新所帶來之影響有：（1）設計創新導入之蘭編作品雖獲獎，但因成本單價過高多非銷售主力；（2）短期合作多為一次性，但可帶來收益、創新觀念之擾動與產品改良應用的長遠效益；（3）設計教育關係人口多為長期合作夥伴，許多學生因接觸學會，成為加入推廣蘭編工藝的新種子；（4）設計教育關係人口引薦設計師協力蘭編工藝創新，即使原力五十策展後，許多專業設計師仍陸續參與培力，成為蘭編設計創新之孕育者；（5）蘭編時尚禮服打破大眾對於傳統工藝侷限之想像，其迴響成為民眾對於蘭編工藝創新的肯認，以及工藝師信心之建立；（6）學會運用內部與外部設計力標定不同蘭編產品之開發定位，亦透過內部設計師持續進修且引進更多設計資源。此外，藉此研探亦發現台灣蘭草學會亟待突破、轉型之歸因：（1）繼任傳承蘭編人才短缺，工時長、成本太高；（2）深化品牌概念與導入商業經營之重要性；（3）主事人、參與人、消費人環扣鏈結之挑戰；（4）立足未來觀點重塑蘭編工藝永續價值。

### 5. 復興蘭編工藝吸引關係人口共構地方復振，是四環面的磁吸效應模式

台灣蘭草學會投注地方復振之影響是由社造起始便投入，以細水長流之著力投注於社區發展、營造長遠影響，雖於「社區治安」未見其相關事證，但透過蘭編工藝振興吸引關係人口建構地方復振之構築（構：以社造投注對於蘭編產業復興之架構；築：吸引多元關係人口進駐協力築夢踏實），並透過不斷投注的熱情、創新與傳衍，形塑地方軟、硬體建置之發展影響。關係人口、蘭編工藝、工藝創新與為地方復振努力的持續建構宛若四個不同的環面，各自流動與牽引著在地發展的命脈與生氣。而在學會推廣策略及衍變，藉由活化苑裡蘭編工藝產業的願景下，而產生：（1）透過蘭編工藝的發展可以吸引淺、中、深的關係人口進駐；而關係人口，如遊客、體驗者、專業設計者、教育工作者的投入，也帶動了蘭編工藝的提升與創新；（2）蘭編工藝的振興，帶動地方復振的建置，如在地人文環境、硬體設施的改善；另外，也使原本逐漸沒落的蘭編文化產業，隨著地方的復振而興發；而蘭編產業提升、蘭草種植面積擴大，也為在地環境生態帶來好的保護。再者，因著地方復振所帶來的效應，亦成為孕育蘭編工藝發展的養分；（3）更甚者，受到地方復振影響，帶動更多關係人口進入地方，如青年返鄉，或是吸引更多淺、中度關係者，投入關注地方、協助地方事務；深度關係者也極可能成為移居在地的新住民。另一方面，當關係人口不斷地進入小鎮，不僅帶來觀光資源的經濟效益、亦容易形成地方品牌的建構，為地方產業發展帶來更多影響；（4）此外，地方復振的評核指標之一，便是希望為地方創造安居生養、就業的機會，以留住「人口」投入地方。故此，更可視地方復振的判準之一便在於「關係人口」的提升。參見圖 1 所示。

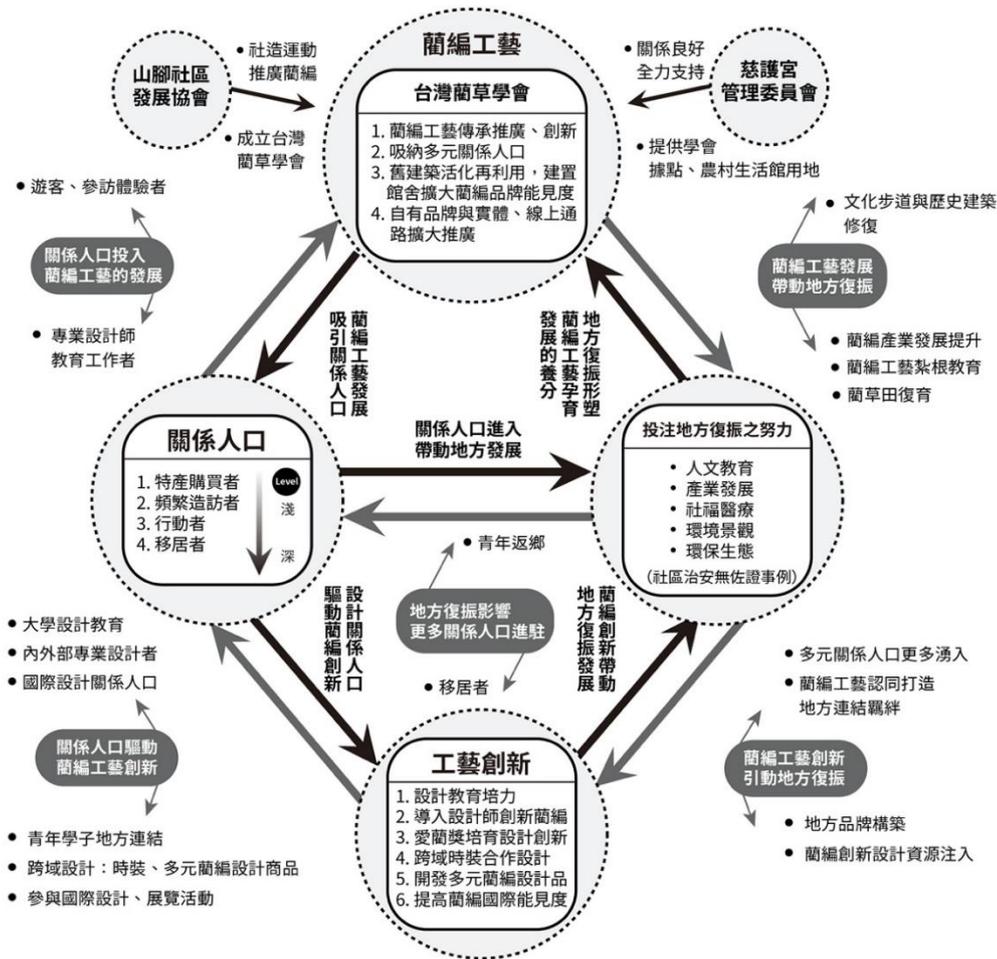


圖 1. 蘭編工藝、關係人口與地方復振模式

(圖片來源：本研究繪製)

## 5-2 建議

本研究以苑裡台灣蘭草學會推動蘭編工藝創新，吸納關係人口構築地方復振之個案，研探學會核心關係人口之樣貌與地方連結之向度，及其影響關係人口對於地方認同與情感之連結；更透過參與學會內外之關係人口的視角，解析台灣蘭草學會發展蘭編工藝活化之脈絡、經營、設計創新，並帶動地方復振之影響，期望以此提供地方、社區產業組織培育關係人口與地方復振之策略與模式參考。另外，本研究也針對台灣蘭草學會之現況與苑裡蘭編工藝振興提出相關建議：

1. **尋求組織獨立運作轉型之未來**：學會的人力資源是以政府計畫案經費補助聘僱，故較為吃緊，其中不僅顯示學會目前收益仍未達可自由聘雇人力之充裕；另一隱憂是設若缺乏經費補助，則相關人員與組織營運、策略當如何因應等問題，也是影響學會關係人口能否深植在地的關鍵之一。而除此之外，也可見學會主力推動工藝師認證課程與擴大眾多通路建置的經營方式，除拓展「臺灣手蘭」之識別度、吸納多元關係人口關注、購買與投入，亦是增進組織收益的重要來源。本研究認為學會在未來，勢必要尋求不倚靠政府計畫經費、組織收益平衡、獨立運作之轉型。
2. **品牌概念深化，以商業經營立足未來重塑蘭編價值**：台灣蘭草學會成立之出發點非以營利為目的，但設若為提升蘭編普及、深入民眾生活之遠景，則須深化品牌概念之軸心，找出蘭編商品開發之重心，以商業經營之策略，立足未來回歸蘭草材質特性與現代生活之契合處，才可能重塑蘭編工藝於現代生活之價值。欲推展至此，除了上述提及組織獨立運作之轉型外，更牽涉到主事人、參與人與消費人的鏈結，以推衍、構思組織營運環扣的關鍵。
3. **蘭編組織合作結盟型態之可能**：苑裡從事蘭編工藝復振的主要組織，除了台灣蘭草學會，另有苑裡蘭草文化館，以及曾在學會擔任經理人，爾後獨自成立自有品牌的「蘭子」。透過多次田調、觀察與彙整訪談者的觀點，可發現台灣蘭草學會與「蘭子」在品牌經營與推廣策略上多有重疊，但學會更著墨於「教育傳承」，以開設蘭編工藝師認證課程、在地中小學蘭編教育紮根、在地社造之持續建置與推進，及蘭編工藝紀錄文本之推廣。反觀苑裡蘭草文化館的定位，是透過觀光、場域，吸引群眾對蘭草文化產生興趣，大量吸引初階關係人口進入地方；而「蘭子」的品牌策略與經營或可視為是創新型態的帽蓆行，以商業行銷與創新蘭編設計商品為主力。此三組織過往在苑裡並無密切合作之連結，2022年蘭子聯合台灣蘭草學會共同提出地方創生提案，亦可見在地組織體認合作結盟之重要性。若三者能以人才、文化形象事業、商品販售、觀光推廣的合作型態結盟，或可創造、實踐出另一個全新蘭編文化產業之興盛，亦可透過其自身不同的屬性、量能，擴大建構出苑裡蘭編工藝、關係人口，以及地方復振的磁吸效應。

提出後續研究建議：（1）台灣蘭草學會目前正積極籌備未來十年計畫，希望將蘭草文化產業的能見度放到世界視野，打造蘭草國際藝術村之願景，故此學會未來的策略與組織經營之動向，仍值得繼續研探；（2）關係人口群以第一級愛好者為最多，該類關係人口與台灣蘭草學會之推廣、行銷等策略息息相關，礙於篇幅，對於此群類之觀點仍待更多探究；（3）在苑裡亦有其他社區發展協會、苑裡社區大學推廣蘭編課程，及返鄉青年組織「掀海風」透過在地小旅行與體驗教學等活動介紹苑裡蘭編工藝，若能擴及研究這些組織之發展、經營策略、組織核心關係人口之類型與地方連結之向度，並透過組織推展，吸納多元關係人口之關鍵，將有助於更大幅度地探見、凝塑地方產業吸引關係人口共構地方振興之樞紐與模式。

## 誌謝

本文承蒙台灣藺草學會的黃理事長、博駿、佳瑜、采瑩、宥均、晨瑜、苑裡藺草文化館伊瑄、國立臺南藝術大學陸佳暉教授、國立聯合大學楊敏英教授、唐草設計股份有限公司創辦人胡佑宗老師、家務室賀丞右老師、國立臺灣工藝研究發展中心林靜汝小姐、工藝師認證課程學員陳小姐等許多協助與建議，特致謝忱。同時亦為提供本文修訂建議的主編和審查委員們致上真摯謝意。

## 註釋

<sup>1</sup> 陳怡方 (2017) 曾敘及，在 1990 年代前，極少以藺草編織工藝為學術研究。但近來不同領域的研究者對於藺草編織工藝投入關注，其中論及台灣藺草學會之相關研究，其切入之視角多以藺草編織工藝、工藝師、社區組織社會企業、地方文化創意產業等相關議題為主。

## 參考文獻

1. Graefe, D. A., & Dawson, C. P. (2013). Rooted in place: Understanding camper substitution preferences. *Leisure Sciences*, 35, 365-381. <https://doi.org/10.1080/01490400.2013.797712>
2. Hammitt, W. E., Backlund, E. A., & Bixler, R. D. (2006). Place bonding for recreation places: Conceptual and empirical development. *Leisure Studies*, 25(1), 17-41. <https://doi.org/10.1080/02614360500098100>
3. Hammitt, W. E., Kyle, G. T., & Oh, C.-O. (2009). Comparison of place bonding models in recreation resource management. *Journal of Leisure Research*, 41(1), 57-72.
4. MUJI 無印良品 (年代不詳)。MUJI AWARD 04 結果發表。取自：<https://reurl.cc/Dmvl7R>  
Ryohin Keikaku CO., Ltd. (released date unknown). MUJI AWARD International Design Competition in China 04. Retrieved from <https://reurl.cc/Dmvl7R> [in Chinese, semantic translation]
5. ソトコト | 未来をつくる SDGs マガジン (2021)。教えて！小田切先生！国土交通省のアンケートから繙く、関係人口のイマ。特集 | 新・関係人口入門 |。取自：<https://sotokoto-online.jp/social/1155>  
Sotokoto | Creating Future SDGs Magazine (2021). *Teaching! Mr. Odagiri! Based on a survey by the Ministry of Land, infrastructure, transport and tourism and recent relational demography*. Retrieved from <https://sotokoto-online.jp/social/1155> [in Japanese, semantic translation]
6. 大谷博 (2019)。「関係人口」へ取り組む地域。徳島経済, 102, 50-64。  
Otani, H. (2019). Areas working on “Relational Demography”. *The Tokushima Economy*, 102, 50-64. [in Japanese, semantic translation]
7. 文化環境基金會 (1999)。臺灣社區總體營造的軌跡。臺北市：文建會。  
Cultural Environment Foundation. (1999). *The track of community empowerment in Taiwan*. Taipei: The Council for Cultural Affairs. [in Chinese, semantic translation]
8. 外館和子 (2019)。工藝創作作家與地方創生～以日本茨城縣為例。2019 亞太漆藝 x 地方創生論壇論壇手冊 (頁 4-5)。南投縣：國立臺灣研究發展中心。  
Todate, K. (2019). Craft creators and local creation – Take Ibaraki prefecture, Japan as an example. 2019 *Asia-Pacific Lacquer x Local Creation Forum Handbook* (pp. 4-5). Nantou: National Taiwan Craft Research

- and Development Institute. [in Chinese, semantic translation]
9. 総務省 (2018)。關係人口とは。網址：<https://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/about/index.html>  
Ministry of Internal Affairs and Communications. (2018). *What is relational demography*. Retrieved from <https://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/about/index.html> [in Japanese, semantic translation]
  10. 行政院 (2006)。台灣健康社區六星計畫推動方案 (核定本)。取自：  
<https://www.penghu.gov.tw/userfiles/file/aa.pdf>  
Executive Yuan. (2006). *Taiwan healthy community six-star project promotion program* (Approved version). Retrieved from <https://www.penghu.gov.tw/userfiles/file/aa.pdf>. [in Chinese, semantic translation]
  11. 行政院國家發展委員會 (2017)。「設計翻轉、地方創生」計畫規劃作業指引。行政院國家發展委員會，未出版。  
National Development Council. (2017). “*Design reversal, placemaking*” program planning operation guidelines. National Development Council, Unpublished. [in Chinese, semantic translation]
  12. 吳美依、鄧教東 (2019)。編·故事—苑裡的婦女與繭草。人類與文化，45，1-39。  
Wu, M. Y., & Deng, J. D. (2019). Weaving story - The women and the rush in Yuanli. *Humanity and Culture*, 45, 1-39. [in Chinese, semantic translation]
  13. 周芳怡 (2016)。社區總體營造運動 20 年之回顧與展望。載於詹淑評 (編)，*社區 X 營造—政策規劃與理論實踐* (47-68 頁)。臺北市：唐山出版。  
Chou, F. Y. (2016). Community X Construction—Policy planning and theoretical practice. In S. P. Jhan (Eds.), *The review and prospect of the community empowerment movement in the past 20 years* (pp. 47-68). Taipei: Tonsan. [in Chinese, semantic translation]
  14. 周紓帆、鄭佳昆 (2003)。探索地方改變對地方連結之影響—以花博新生公園為例。造園景觀學報，20 (1)，1-21。  
Chou, S. F., & Cheng, C. K. (2003). Exploring the influence of place changing on place bonding- A case of Xincheng park. *Journal of Landscape*, 20(1), 1-21. [in Chinese, semantic translation]
  15. 苑裡鎮志編纂委員會 (編) (2002)。苑裡鎮志下冊。苗栗縣：苗栗縣苑裡鎮公所。  
Yuanli District Chronicle Book Committee. (Ed.) (2002). *Yuanli district chronicle book volume II*. Miaoli: Yuanli Township Office. [in Chinese, semantic translation]
  16. 陳怡方 (2017)。手工藝知識與技術的意義與價值—以苑裡繭草編織的「物質特性」為例。臺東大學人文學報，7 (2)，29-66。  
Chen, Y. F. (2017). The knowledge and skill of crafts as intangible heritage. *National Taitung University College of Humanities*, 7(2), 29-66. [in Chinese, semantic translation]
  17. 陳玠廷 (2021)。地方創生、關係人口與青年返鄉的觀察筆記。台灣經濟論衡，19 (2)，47-53。  
Chen, J. T. (2021). Di Fang Chuang Sheng, Guan Si Ren Kou Yu Cing Nian Fan Siang De Guan Cha Bi Ji. *Taiwan Economic Forum*, 19(2), 47-53. [in Chinese, phonetic translation]
  18. 黃世輝 (2020)。臺中市登錄傳統工藝—繭草編保存維護及調查計畫。臺中市文化資產處期末報告書 (案號：1080007)，未出版。  
Hwang, S. H. (2020). *Taichung city registered traditional craft - Rush weaving preservation, maintenance, and investigation project*. Cultural Heritage Department of Taichung City (No. 1080007), Unpublished. [in Chinese, semantic translation]
  19. 黃世輝、高宜滂、劉秋雪、顏雯涓 (2014)。透過工藝推動社區發展之研究—以台灣工藝研究所的

- 社區工藝計畫為例。載於吳孝寧、陳思安、蘇之涵、吳碧霜（編），*落地生根：台灣社區營造的理論與實踐*（129-141 頁）。臺北市：唐山出版。
- Hwang, S. H., Kao, Y. F., Liu, C. H., & Yan, W. J. (2014). A study of craft based community empowerment – With cases study of community craft projects. In S. N. Wu, S. A. Chen, J. H. Su, & B. S. Wu (Eds.), *Rooting on the ground: Theory and practice of community empowerment in Taiwan* (pp. 129-141). Taipei, Taiwan: Tonsan. [in Chinese, semantic translation]
20. 楊依恣（2013）。*胡佑宗 VS 賀丞右台灣在地的設計情感*。取自：<https://reurl.cc/Dmvlb5>
- Yang, Y. M. (2013). *Hu You Zong VS Hi Cheng You Tai Wan Zai Di De She Ji Cing Gan*. Retrieved from <https://reurl.cc/Dmvlb5> [in Chinese, phonetic translation]
21. 劉芳晴（2019）。*以社會設計之底蘊探論臺灣地方創生之實踐*（未出版之碩士論文）。國立臺中科技大學，臺中市。
- Liu, F. C. (2019). *Examining local revitalization practices in Taiwan from a social design perspective* (Unpublished master's thesis). National Taichung University of Science and Technology, Taichung, Taiwan. [in Chinese, semantic translation]
22. 潘雲蘭（2019）。*使命契合觀點探討社區型社會企業之影響力—以台灣蘭草學會為例*（未出版碩士論文）。私立法鼓文理學院，新北市。
- Pan, Y. L. (2019). *An analysis on the impact of community-based social enterprises from fit for purpose aspect: A case study focusing on Taiwan Yuan-Li handiwork association* (Unpublished master's thesis). Dharma Drum Institute of Liberal Arts, New Taipei City, Taiwan. [in Chinese, semantic translation]
23. 諸葛正（2013）。工藝產業社區化的過程與意義。*台灣工藝*，49，12-17。
- Chuko, C. (2013). The process and significance of community industry of crafts. *Taiwan Crafts*, 49, 12-17. [in Chinese, semantic translation]
24. 盧怡安（2015）。*蘭時尚*。取自：<https://reurl.cc/7Ryd15>
- Lu, Y. A. (2015). *Lin Shih Shang*. Retrieved from <https://reurl.cc/7Ryd15> [in Chinese, phonetic translation]
25. 薛恭貴、羅燮慧（2007）。*工藝紮根發新苗：社區工藝扶植與發展計畫專輯*。南投縣草屯鎮：國立臺灣工藝研究所。
- Syue, G. G., & Luo, S. H. (2007). *Crafts take root and grow new seedlings: Community craft support and development project album*. Nantou: National Taiwan Craft Research and Development Institute. [in Chinese, semantic translation]
26. 謝子涵（2020）。從日本地方創生「人口目標」，看「關係人口」與國土發展的連動性。*新社會政策*，68，67-75。
- Hsieh, T. H. (2020). From the perspective of “population goals” in Japan, look at the linkage between “relational demography” and national land development. *New Society for Taiwan*, 68, 67-75. [in Chinese, semantic translation]

# Innovation of Memories and Craft: Examining the Facilitation of Rush Weaving Craftsmanship and Local Revitalization from the Perspective of Relational Demography

Fang-Ching Liu\*    Shyh-Huei Hwang\*\*

Graduate School of Design, National Yunlin University of Science & Technology

\* lj20141217@gmail.com

\*\* hwangsh@gemail.yuntech.edu.tw

## Abstract

From the perspective of relational demography, this study explored the role of Taiwan Yuan-Li Handiwork Association in facilitating local revitalization through rush weaving. The goals of this study were (1) to examine the types of the association's core relational demography and the dimensions of place bonding, (2) to analyze the development of rush weaving craftsmanship with design innovation by the association's relational demography, (3) to find the influence of designer intervening in rush weaving innovation and the attribution of urgent change in the future, and (4) to clarify the model of attracting the relational demography to local revitalization through the renaissance of rush weaving. The following findings were identified: (1) the influence of community development provides an opportunity for the relational demography to increase; (2) the relational demography of the association primarily consists of professional designers, whose value identification with rush weaving and place bonding with Yuanli shape their strong bond with the region; (3) the relational demography of professional designers have driven the innovation of design to stimulate the rush weaving craft and local revitalization; (4) deepening of the brand concept transformation and sustainable value based on the future is in urgent need; (5) the local revitalization facilitated through the renaissance of rush weaving attracts the relational demography into Yuanli, forming a cycle of local brand building and development.

**Keywords:** Relational Demography, Place Bonding, The Innovation of Yuanli Rush Weaving Craft, Taiwan Yuan-Li Handiwork Association, Local Revitalization.