

## 六堆創意導覽：遊程設計與文化創意之「人文地產景」概念 分析

陳運星<sup>1</sup> 侯惠香<sup>2</sup> 張宛甄<sup>3</sup>

### 摘要

客家委員會一直以來積極推廣客家語言、客家文化、客家文化產業，許多「客家特色產業」，如客家特色小吃、客庄景點、客家民俗祭儀文化，漸漸地被發掘出來，日常生活方面的客家文化商品與服務的產業聯結鏈帶，漸漸地為臺灣人民所認識，例如：桐花祭、客庄十二大節慶。其中，最能直接行銷與推廣客家文化的方式，莫過於透過實地導覽解說的方式，讓民眾能夠直接體驗客家文化，藉此使觀光客能從旅遊行程的體驗過程中接觸客家文化，更能使當地居民凝聚著客庄聚落的客家精神。本文嘗試羅列六堆客家地區的「人、文、地、產、景」來區分不同旅遊資源，作為分析六堆創意導覽的依據，從中找出各地區具特色且能吸引旅客的自然景觀歷史文化、地方產業等，並做出團客旅遊或散客旅遊之「創意導覽」概念分析。本文的研究方法是採用文獻分析法與田野調查法，搜集關於導覽解說的文獻，作為學理根據，透過實際參與、觀察、分析六堆客家地區目前執行的遊程設計方案中的文化創意點子，建構出「創意導覽」的基本概念與元素，提出「六堆創意導覽」的未來可能發展型態，以作為中央或地方政府推行文化創意產業與文化觀光行銷施政的參考。

**關鍵詞：**六堆、創意導覽、遊程設計、文化創意

---

1 國立屏東大學文化創意產業學系副教授

2 國立屏東大學文化創意產業學系研究生

3 國立屏東大學文化創意產業學系研究生

通訊作者：陳運星，E-mail: yschen@mail.nptu.edu.tw

投稿日期：2017/09/14 接受日期：2018/03/30

## 壹、緒論

### 一、研究動機

文建會（文化部前身）於 1994 年提出「文化產業化、產業文化化」目標，2002 年提出一種結合媒體、設計、都會型活動產業和流行文化的「文化創意產業」，做為文化政策的主軸。藉由選擇具有客家特色的景點、文化節慶、旅遊型態，產生「文化－創意－產業－觀光－行銷」產業連結鏈，透過文化觀光將客家文化與相關產業結合，帶動周邊經濟的發展。如 2001 年開始的「桐花祭」，是目前客家節慶中最具效益的文化節慶活動（陳運星，2015）。

「客庄 12 大節慶」中，「客家桐花祭」、「六堆嘉年華」及「傳統戲曲收冬戲」三項活動是由客家委員會（簡稱客委會）主辦，其他九項活動多由地方縣市政府和鄉鎮公所舉辦。其原因在於公部門握有公權力，且在人力、物力與相關資源上，較地方發展協會或組織完善，得以長期整合並推動相關活動。因此，由客委會整合其他臺灣客家縣市重要文化節慶，扎根客家文化、活化客庄發展、帶動相關經濟發展的客家文化節慶政策。同樣秉持「中央統籌、企業加盟、地方執行、社區活化」的營運方式，透過專案補助方式，中央與地方協力合作，希冀能夠依循客家桐花祭的成功經驗來打造客家文化與經濟產業新紀元，開創客家文化的新局（俞龍通，2012）。

2008 年文建會（文化部前身）提出「磐石計畫」，意即地方發展與文化發展的堅固基石，統合新故鄉社區總體營造與地方文化館的第二期計畫，目的在於營造可永續發展的文化環境，是整合區域性的發展政策。其中，地方文化館第二期計畫以文化生活圈的概念，協助地方整合人、文、地、產、景、物等資源，其包含某一區域內的居民文化參與、文化據點及文化活動與服務，呈現該區域的多元特色，透過地方文化環境的再建構，使區域文化品質得以提升（陳郁秀、林會承、方瓊瑤，2013）。

六堆客家地區擁有豐富的旅遊資源，客家聚落中的生活方式、歷史文化、夥房建築、民俗信仰…等深具客家精神，從社區營造的角度出發，透過社區資源盤點，將「生活」、「生態」和「生產」體系中的「人、文、地、產、景」重新整合（王本壯，2016；黃鼎倫，2015），作為六堆遊程規劃的基礎，使不同資源得以整合、運用。在資源盤點的過程中，除了重新認識六堆地區，還能增進地方民眾對社區的參與及認同感，以串聯六堆地區的歷史人文、景觀生態與產業發展脈絡。隨著民眾對於旅遊品質要求的提升，其旅遊型態不再是走馬看花，而是對於旅遊景點的歷史文化、生活方式、特色產業等有更深入認識的文化觀光。因此，六堆客家地區擁有很好的觀光利基，可將不同資源進行整合，規劃出符合遊客需求的遊程體驗，遊程中結合導覽解說與體驗活動，有助於遊客認識客家文化，形塑六堆特色，活絡地方經濟。

## 二、研究目的

本文的研究目的有以下兩點：

### (一) 盤點六堆客庄社區資源：

本文將社區營造的「生活」、「生態」與「生產」資源，區分「人、文、地、產、景」五大面向，重新盤點六堆客家地區擁有的資源，作為遊程規劃的基礎，串連六堆客家地區的歷史文化脈絡，並了解不同資源在整合與應用上所面臨的困境。

### (二) 實際田調六堆客庄的遊程設計，建構六堆創意導覽的發展型態與政策方向：

透過實際參與、觀察、分析六堆客家地區目前執行的遊程設計方案，試圖尋找其中的文化創意點子，結合社區營造的「生活」、「生態」與「生產」資源，進而構思「創意導覽」的基本概念與元素，以建構出「六堆創意導覽」未來可能的發展型態。

## 貳、文獻探討與研究方法

### 一、遊程設計的定義

依據美洲旅行業協會對遊程的解釋：「遊程是事先計劃完善的旅行節目，包含交通工具、住宿、遊覽及其它相關服務」。由於遊程產品無法事先體驗與觸摸，必須以各種不同的方式將遊程具體化，以吸引遊客的興趣，進而願意購買該遊程產品。因此，在設計遊程時必須有多方的考量（容繼業，1996）。

遊程是由規畫者事先規劃的旅遊行程表，其依據各國不同的旅遊資源、氣候條件、風俗民情等，安排合適的觀光景點與交通食宿，進而設計出符合消費者實際需求的行程，使消費者有最佳的遊程體驗（江東銘，2007）。

另外，遊程規劃可區分為狹義與廣義。狹義的遊程規劃係指旅遊產品本身的設計，而廣義的遊程規劃，除旅遊產品本身的設計外，還包含行銷 4P 的觀念，即產品 (product)、價格 (price)、通路 (place) 與推廣 (promotion)(陳瑞倫，2014)。

遊程被視為旅遊業的商品，旅行業者對此商品進行包裝設計，將無形的遊程具體化，使顧客更了解商品的內容物（如：行程內容與參觀景點、交通工具、食宿等）。當顧客對於遊程商品有較清楚的認知時，才能降低遊程前與遊程後的期望落差，減少遊程後的客訴事件，使顧客願意再購買其他遊程產品。是以，遊程規劃上並沒有最好的遊程，唯有針對目標顧客的實際需求，找出合適的行程安排，進而設計出目標顧客滿意的行程規劃。

本文將六堆地區以人、文、地、產、景為分類，並以此作為遊程設計的依據，再針對不同的遊程類型（如：六堆文化歷史之旅、六堆景觀生態之旅、六堆產業體驗等）、不同的旅遊空間（以鄉或堆來規劃，如：萬巒鄉、佳冬鄉、美濃區或先鋒堆、左堆、右堆）、不同的旅遊天數（如：一日遊、二日遊、三日遊等）、或不同的遊客（團體或散客）等，進而規劃出符合不同遊客需求的遊程體驗。除行

程規劃外，藉由相關圖片、影音、網頁、手冊等，並於遊程中適當的搭配導覽解說與產業體驗，增加遊客對導覽解說的參與度，解說員與遊客能有更多的互動，而遊客對於產業的親身體驗，不僅是推廣當地產業，亦達到寓教於樂之效果，使遊程不再是走馬看花，而是兼具深度與廣度的文化觀光。

陳孟君（2008）碩士論文《應用地理資訊技術建置南部客家地區之休閒旅遊憩點查詢系統》，研究者針對南部客家地區之休閒旅遊資源做深入調查，透過地理資訊系統建置一套完整的資料庫及查詢系統。羅秋珍（2012）碩士論文《屏東客庄文化觀光旅遊發展之研究》，研究者以研究屏東地區客家鄉鎮的文化觀光旅遊發展為場域。從問卷調查中，歸納出遊客前來屏東客庄是為了解客庄歷史文化、體驗客家生活與風俗民情，亦是重遊客庄的因素；質性訪談結果發現，屏東客庄面臨經濟環境不佳、政策資源不足、缺乏規劃等劣勢，導致文化觀光旅遊發展成效不彰。宋慶財（2008）碩士論文《屏東縣六堆客家地區觀光休閒產業競爭優勢與發展策略之研究-資源基礎理論的觀點》，研究者以屏東縣高樹、長治、麟洛、內埔、竹田、萬巒、新埤、佳冬等八個客家鄉為研究範圍，以資源基礎理論的觀點探究屏東縣六堆地區觀光休閒產業競爭優勢與發展策略，透過 SWOT 分析客家產業。

是以，地理資訊技術的應用對於六堆客庄社區的資源盤點有其助益，透過地理資訊系統查詢六堆地區所擁有的資源，並與田調所得資源結合，建構六堆地區「人、文、地、產、景」的旅遊資訊及旅遊景點，以及不同旅遊型態的路線查詢等，形成六堆地區的旅遊網絡。而六堆地區的客庄歷史文化、客家生活體驗與風俗習慣等，多為遊客造訪與重遊客庄之原因，但也造成同質性過高，各堆不易區隔的問題。因此，藉由歸納各堆的資源，透過 SWOT 分析找出各堆的優勢與不足之處，不但整合六堆地區的資源，亦能區分各堆的特色。

## 二、遊程規劃原則

遊程是一種無形的產品且無法事先體驗，應依照不同的顧客族群來量身訂做，打造合適的遊程規劃，才能將遊程產品售出。因此，在規劃遊程時有些重要的事項必須列入考量，如下列八點（容繼業，1996；鍾任榮，2011；陳瑞倫，2014）：

### （一）安全合法原則

遊程規劃中，應注意所安排的景點或旅遊設施的安全性，以及活動業者是否有合法證明與旅客是否投保意外險等。

### （二）最適原則

規劃遊程時，對於不同目標族群的消費能力要有基本的認知，才能將遊程產品定位並安排合適的行程活動。

### （三）可行性原則

遊程規劃時，要考量不同景點的特性，並留意實際操作時可能會碰到的問題。例如：行程安排太緊湊，使景點無法完全參觀或只能走馬看花，降低對遊程的滿意度。

#### (四) 穩定供給原則

有些行程會因為季節或氣候無法穩定供給導致行程變動，影響消費者對遊程的滿意度，且易產生紛爭。

#### (五) 物超所值原則

不同的消費者對於遊程安排有不同的滿意度，因此遊程必須依照不同的族群需求來規劃，體驗後而有物超所值之感。

#### (六) 風險掌握原則

遊程規劃的行程景點或路線的風險是否容易被掌握，若有突發狀況，其替代方案是否容易安排。

#### (七) 合時宜原則

由於不同景點有其適合的旅遊季節，因此旅遊時間的安排與景點停留時間皆須妥善安排，避免停留時間太短，只能走馬看花；停留時間太久，又顯得乏味。

#### (八) 獲利原則

遊程規劃除了要能符合消費顧客的需求外，藉由不同類型遊程產品的推出與銷售，使旅行業者獲利並達到企業所訂定的目標。

本文在遊程設計上以安全為優先考量，並留意套裝遊程的路線是否容易掌握，與可行的替代方案，客庄產業的體驗則需考量時間性與季節性，使實際執行時能提供遊客最佳的經驗而有物超所值之感。對於客庄節慶活動參與及生態景觀觀賞的活動空間與動線的妥善安排，使遊客能更深入的認識客家生活、體驗客家文化，進而行銷客家產業。

### 三、創意導覽定義

由於導覽解說或解說導覽並沒有統一的定義，而國內學者吳忠宏認為導覽是屬於解說的一種方式，因此導覽解說不應視為同一意涵，並將解說定義為：解說是在不偏離主題的前提下，將相關的資訊傳達給遊客，使其了解不同現象背後所代表的意涵，進而對所描述的事物產生不同的看法（吳忠宏，1999）。

解說除了傳遞訊息外，還具有教育意義。透過不同的解說媒介，使解說員與遊客有更多的互動，並對該地區的自然環境、人文地景及歷史文化賦予意義，讓遊客有豐富的遊憩體驗。當遊客對此地的自然與文化資源有更多的認識時，能降低遊客在活動中對環境的影響，使資源得以保育、保存下來（張明洵、林珮秀著，2012）。

因此，解說不僅是一種溝通模式，還能利用各類型的解說媒體或體驗活動將該區域的自然和人文環境特性傳達給造訪此地的遊客，使遊客對此地有新的體驗，不但認識周邊環境，也對環境產生關懷與保護（楊明賢，2012）。

綜言之，解說除了扮演訊息的溝通傳遞外，還深具教育性質，使民眾對於周邊的自然與文化資源有更多的認識，藉由解說過程中意義的賦予，體驗不同的環

境氛圍，使地區的自然、人文資源得以保存，讓解說不再是你說我聽的單向接收資訊，而是解說員與遊客在經驗與知識的雙向互動交流。

賴聲川在《賴聲川的創意學》一書中提到，在「創意模式」的情境下，看似平常的人、事、物及生活中的遭遇、經驗、感受、情緒等都可能相互連結，利用想像力將這些事物連結起來，進而造就新的意義，因此「創意模式」即「連結模式」（賴聲川，2006）。吳忠宏認為解說的新趨勢在於「意義的創造 meaning making」，其重要性在於使遊客瞭解來該景點的意義，讓遊客對該地方有深刻的體驗並與其經驗產生共鳴，進而與所造訪的地方產生意義的連結。因為一般遊客不若專家學者具相關專業知識或經過長時間研究觀察，能自然地對所參觀的景點或該地的歷史文化產生各種意義的連結（吳忠宏，2004）。

本文將創意解說定義為：「透過不同的解說模式，將造訪地的自然景觀、歷史文化介紹給參觀的遊客，過程中融入體驗活動並與遊客的生活經驗連結，增進遊客與導覽人員的互動，使遊客瞭解來此地的意義，並產生地方認同感。」。

葉正洋（2014）碩士論文《文化觀光資源運用於遊程設計之研究—以佳冬鄉為例》，研究者以「佳冬鄉遊客服務中心」為研究對象，將研究分為三部分：一、調查現有佳冬鄉文化觀光資源，並由現有旅遊調查報告中，了解國人對於旅遊型態的偏好；二、運用文化觀光資源於遊程設計，將遊程區分為系列遊程與客製化遊程；三、選出半日與一日的客製化遊程各一個，遊程體驗後以問卷為分析依據，作為日後相關遊程設計的參考。

本文將六堆地區以社區營造的「生活」、「生態」與「生產」三部分，將「人、文、地、產、景」資源重新歸納，再根據不同類型遊客的需求，將不同類型的旅遊資源進行系統性整合，並從中尋找能引起遊客注意的旅遊吸引物（Tourism Attractions），規劃出適合不同遊客的遊程體驗。六堆地區皆具客家歷史文化背景，但各地區有不同的地方產業及景觀生態，然而，一般遊客在無解說的情形下，不易對眼前的自然環境、人文景觀、特色產業等產生意義的連結，常以走馬看花的方式參觀所造訪的景點。是以，遊程中必須適時的帶入導覽解說，讓遊客能了解參觀景點的發展脈絡，與地方的民眾有更多的互動交流，增進旅遊的深度與廣度。

#### 四、文化創意

聯合國教科文組織（UNESCO）對文化下定義為：「文化是一系列關於精神與物質的智能，以及社會或社會團體的情緒特徵，除了藝術和文學，它還包括了生活型態與共同生活方式、價值系統、傳統與信仰」（陳澄巧，2006；楊正寬，2016）。

文化在不同的面向而有不同的意義，其所描述的概念可分為：一、文化代表具有價值意義的物品、行為、特質，甚至是鑑賞力。二、文化指涉一種「生活方式」或「所作所為」，即某特定族群的行為，依地點、語言、宗教、種族或其他

共同特點和習慣為分類。三、文化為形成各種社會、經濟和政治目的的來源。四、若文化為一種資源，創意工作者可將文化資源轉化為文化商品(Rosamund Davies & Gauti Sigthorsson 著；齊克用譯，2016)。是以，文化的意義是一種創造、生成、轉化的動態過程，除了受社會脈絡與社會關係所影響，也會隨著不同的時空背景，產生新的社會脈絡與社會關係，進而刺激生產和消費的循環(李天鐸，2011)。

「創意」來自傳統知識與新知的融合，在舊與新之間，必然存在漸進的過程。而創意的本質在於將舊有的物象，經由整理、增強或降低其不合宜的部分，為既有的物象創造新價值，使文化產品具備應用性，而讓大眾普遍接受(黃光男，2011)。當創意作為一種思考型態與心智模式，人們透過思考與創造力，使創意具有實用性的功能，藉由某種方式來解決某種特定問題，進而轉換成財富和經濟的價值(俞龍通，2008)。

我國「文化創意產業發展法」第三條：「本法所稱文化創意產業，指源自創意或文化積累，透過智慧財產之形成及運用，具有創造財富與就業機會之潛力，並促進全民美學素養，使國民生活環境提升之下列產業：一、視覺藝術產業。二、音樂及表演藝術產業。三、文化資產應用及展演設施產業。四、工藝產業。五、電影產業。六、廣播電視產業。七、出版產業。八、廣告產業。九、產品設計產業。十、視覺傳達設計產業。十一、設計品牌時尚產業。十二、建築設計產業。十三、數位內容產業。十四、創意生活產業。十五、流行音樂及文化內容產業。十六、其他經中央主管機關指定之產業。前項各款產業內容及範圍，由中央主管機關會商中央目的事業主管機關定之。」

文化創意可說是以創意方式來詮釋不同的文化面向。透過創意發想，將既有的文化特質重新詮釋，因應不同的時空環境而有不同的呈現，以合乎大眾普遍需求的模式，將文化產品行銷推廣，但不失其文化傳承的本質，即仍保有文化的內在價值。嚴長壽在《我所看見的未來》中提到「懂得詮釋比擁有什麼更重要」，而六堆地區大多保有客家的歷史文化、生活方式、夥房建築、民俗信仰、節慶等，從遊程設計與客庄創意導覽方面著手，透過文化觀光，將客家文化傳達給不同的民眾，以文化特色加值地方行銷，進而帶動地方產業經濟，使創意引領經濟，創意帶動文化(陳放、武力著，2012)。

莊麗香(2006)碩士論文《六堆客家文化創意產業行銷策略及成效之研究》，研究者以六堆的前堆、中堆、後堆、先鋒堆等四堆，透過訪談該四堆的社區推展客家文化團體、地方基層行政人員及六堆客家文化創意產業業者等，了解六堆客家文化創意產業的內涵、行銷策略的運用與成效，及產業行銷推廣面臨的問題。

在社區營造中，人力資源是社區資源調查的核心，六堆客家地區若要進行「人、文、地、產、景」之資源整合，地方政府、基層人員與地方民眾的參與則扮演重要角色，在資源整合過程中，發掘各堆特有的資源，再依遊程類型安排合適的遊程景點，以該景點的歷史文化背景等為導覽解說內容，透過故事行銷推展觀光，規劃相關文創產品，促成產、官、學、民之合作。

## 五、研究方法

本研究的研究途徑 (approach) 如下：

由遊程的定義入手，進而分析遊程設計的相關內容、要素和原則，再從遊程設計的原則找出文化創意點子，才回溯了解目前六堆地區導覽中，那些具有文化創意的導覽，把他歸類分析呈現出來。本文的限制不是做廣義的遊程規劃，而是狹義的遊程設計；其次，本文不做消費者偏好與消費者行為分析，只在於導覽部分的創意解說進行著墨，進而做出創意導覽相關的分析，根據導覽解說相關文獻的學理依據為標準。

本研究的研究方法 (Research methods) 有二，如下：

### (一) 文獻分析法

文獻研究法係指研究者經由廣範資料的蒐集和閱讀，建構出適合該主題的理論架構基礎，以及用以解釋說明該研究主題的相關背景（林淑馨，2010）。

本文以鄉志與地方刊物來了解六堆地區的歷史背景與發展脈絡，並找出相關的行程景點，再透過遊程設計與導覽解說的相關文獻，分析遊程設計與導覽解說的相關內容，並以此作為學理依據，歸納出與六堆地區相關的文化創意導覽。

### (二) 田野調查法

田野調查研究法被定義為：「研究人們日常生活自然行為模式。田野工作者進入他們的世界，直接學習 (learn first) 有關他們如何生活、如何說話和行動，以及他們為何感到迷惑和痛苦」（林淑馨，2010）。

本文透過實地踏查了解六堆地區的文化與自然觀光資源，並以人、文、地、產、景為分類，參與六堆客家地區的遊程活動，並分析六堆客家地區目前執行的遊程設計方案中的文化創意點子，建構出「創意導覽」的基本概念與元素。

## 參、六堆客家地區景點與產業

### 一、六堆文化景點

六堆客家族群先民來臺拓墾，曾面對艱困的生存環境，以及當時不穩定的生存因素，雖處於劣勢，直到康熙 40、50 年代，臺灣推動「水田化運動」，客家人發揮「開埤作圳」的水利專長，終於由佃農身份漸漸提升到小地主的社會地位。憑著先人智慧有組織的組合、經營，逐步改善了原鄉族人及家人的經濟，嘗田、嘗會的組織更累積大筆財富。對於重視教育的客家族群，伯公祠、敬字亭、夥房、宗祠、書院則一一應運而生。

客家聚落多由家族發展而來，具有強烈的內聚力，宗族的組織建立在生活中的相助、宗族基金的贊助以及救災恤族機制的設置等等，累積共有財產較多時，即成立「蒸嘗田」以供祭祀用。「蒸嘗田」又稱為「嘗會」，而凝聚客家族群早期的方法就是組織各種「嘗」與「會」，「嘗」即為祭祀公業、嘗會，由同姓宗族所

組成；「會」則指神明會，為不同姓氏人士所組成。在六堆地區嘗會的土地都是租予宗族派下的子孫耕作，故又稱之為「嘗田」，當然租穀就比一般人還低。客家先民用「組織化」的方式置產與墾耕，當嘗會累積足夠資金，才會開始建立宗祠，通常管理嘗會的人大都由族人公推，受族人敬重的長者。每年分春、秋兩季舉行祭祖典禮，一則聯絡族人感情，一則公告嘗會收支，尤其在秋季還有「食嘗」、「看戲」等活動。國民政府開始推行三七五減租、土地放領等政策，使得嘗會的土地大為減少，加上農業產值往下跌，務農子孫愈來愈少，嘗會產權複雜，所以實際上大都已無任何活動或管理人管理。（洪瑞福，2008）

伯公祠在六堆處處可見，庄頭庄尾、田頭田尾、水頭水尾都有伯公守護著，尤其每一個鄉鎮一定有座開基伯公或開庄伯公祠，祂見證村庄幾百年來的成長。柵門伯公更是早期聚落的守護神，保護著當地居民，也是當時村落範圍的界定。早期伯公祠是以一顆石頭表之，待居民生活穩定成長，碑石化胎式伯公祠成為客家聚落重要的祭祀圈；經過時代的演變，小祠、閩式三面壁式小廟漸漸取代舊式的伯公祠。無論伯公祠型式演變如何，祂對六堆客家聚落具有深厚意涵，客家人對伯公的情感有如自家人般。每逢伯公生日，村庄內一定熱鬧非凡，由此可見客家聚落的伯公在居民心目中有著非凡地位。

敬字亭又稱為聖蹟亭、惜字亭、敬聖亭、文筆亭或字紙亭，早期每逢初一、十五都會有人挑著大竹簍，大街小巷收集字紙。再將收集到的字紙整理好，送到敬字亭焚化，此種敬字惜紙的習俗，實為客家人重視文風的特質。敬字亭大部分皆以三層六角型建築居多，第一層即為基座，為焚化後紙灰燼的聚集處；第二層為焚燒字紙的爐口，敬字亭的橫額通常置於爐口上方；第三層則供奉神明牌位，如「倉頡聖人、至聖先師、文昌帝君」。由敬字亭可表現出客家人的人文氣質，但由糶糴村達達港旁的六角型敬字亭、以及西勢村的文筆亭都是在竹田鄉內，是否也說明敬字亭的設立與當時富庶的生活有所關聯。（曾彩金，2015）

時代變遷，早期的建築逐漸消失，惟有在六堆客家仍可見到完整的聚落型式。倒牽牛式防衛性設計、家族的夥房（伙房）、宗祠、書院，這些都是客家聚落特有的生活功能建築。聚落建築格局倒牽牛的設計，是早期要削弱入庄敵人的勢力所設，主要為達到防衛效果。聚落的夥房，大都以同姓家族為主，但也有兩姓共祀的祖堂。客家夥房將古代祭祀「門、戶、中（土地龍神）、灶、井」五神靈信仰融入住宅格局，以鑾頭派的風水觀建立，皆期望子孫能有所成。

屏東平原內埔鄉內有座三級古蹟天后宮，在天后宫旁有一座全臺唯一的「韓昌黎祠」，是清朝時期六堆客家地區的文教中心，也是客家子弟受教講學之所。萬巒鄉五溝水庄內有一座「觀海山房」，仿巴洛克式建築的外貌，是於大正十年時整修的，內部格局仍為傳統中國建築。山房乃山中書房之意，為當時財力雄厚的劉氏族人劉清元先生所建，劉先生號海山，父子三人一門三貢生，就創辦了「觀海山房」學堂，聘請他們的老師來指導，栽培自家及六堆子弟。

客家紅瓦夥房建築為集居型的聚落，除了屏東佳冬蕭宅曾獲得李乾朗先生選為臺灣十大傳統民居外，在六堆其他地區仍保有非常完整的夥房建築。六堆聚落隨處可見的人文景觀，與現代西式建築充斥的都市，產生很大的視覺、文化性差異。因差異性可產生極大的文化創造力，可見六堆客家聚落具有非常可觀的文化觀光潛力。

## 二、六堆自然生態

臺灣第二大平原為屏東平原，主要由旗山溪、荖濃溪、隘寮溪、東港溪以及林邊溪等網狀河流沖積而成的梯形沖積平原。高雄六龜的新威、杉林的月眉河階都是因為河流侵蝕堆積而成；而沖積扇平原主要分布在六龜、美濃、高樹、內埔、萬巒以及新埤等鄉鎮內。所以六堆聚落大都分布在海拔 100 公尺以下的沖積扇平原，唯有高雄美濃、六龜和杉林等鄉鎮交界處的大貢山為海拔 823 公尺為最高，美濃與杉林交界的月光山也有 650 公尺。沿海地區的客家聚落只有佳冬、新埤兩鄉，而佳冬因養殖抽取地下水過度，部分地區形成地層下陷。由山區到沿海地區都有六堆聚落的分布，因早期客家聚落保守民情，故自然生態即與聚落被同時保存下來。

高雄美濃雙溪樹林位於美濃鎮東北隅美濃溪上游，日治時期日本人於 1935 年在此設立「竹頭角熱帶樹木園」，在此引進、蒐集、培育熱帶珍貴及有經濟價值的樹種；光復後因無人為干擾，於此生長的原生樹種及臺灣次生樹種的進入，漸成為物種豐富的自然生態公園。

屏東萬巒大橋位於東港溪與佳平溪匯流處，此處泗溝人稱之為「二合水」。於人文來說，它含有吉祥意調，村莊神明盛事都會聚集至此；於自然生態而言，無論是植物相、鳥類、魚類等物種都非常豐富。夏季雨季來臨時，大水雖然會將河中生態襲捲殆盡，但是大水帶來的肥沃泥土，卻又會快速的恢復生態樣貌。

六堆區域因為人為破壞少，加上地形差異大，自然生態相對豐富，是值得行銷的生態旅遊據點。

## 三、六堆文化創意產業（文化觀光行銷）的可能

六堆客家地區近幾十年來，田裡稻作已由檳榔產業替之，養殖戶有豬、羊、雞、鴨等，仍維持舊有農村生活環境。各鄉鎮內也都有少數製造產業，例如竹田鄉就有許多製作醬油的工廠，豆油伯醬油也在竹田驛站設立觀光工廠，增加竹田驛站旅遊據點。近年立體壁畫的活躍，美崙咖啡因牆面一幅壁畫一夕走紅，讓許多人聞名而至。目前咖啡館外圍的牆面，陸續增畫了不少圖案，小小村落的地方產業是否也在不斷提升中。根據筆者多次的觀察、訪談，曾風光一時的美崙咖啡，雖增加一面老夫子的牆面與許多鄉村的繪圖，但遊客對其新鮮感已逐漸消失。美崙咖啡是美崙村的一個小據點，其空間有限，無法容入大量遊客來訪，又因無與附近景點做結合，故僅能作單一景點休閒旅遊。

六堆各鄉鎮的學校或社團協會都會不定期辦活動，例如走讀庄頭、鐵馬之旅等，帶領學生或外地朋友在庄內做文化觀光遊程。先提升自家人對自己文化的認識，建立正確觀念，達到對自己文化認同的共識。

六堆文化創意產業（或六堆文化觀光行銷）的建構，如何可能？筆者認為有兩個面向需要思考：

#### （一）分析目前六堆遊程導覽的困境

六堆地區擁有豐富的人文資源與景觀生態，但相關部門並未針對所擁有的資源進行有效規劃與整合，而部分公部門網頁缺乏景點介紹與行程安排，且多數景點缺乏人員或非人員解說，若僅由地方協會或組織單一力量來推動，則六堆地區遊程導覽推廣的成效有限。

#### （二）建構六堆創意導覽未來可能的發展型態

六堆地區大多為客家族群，其生活習慣、信仰、人文等較為相似，若無法將各地區做區隔（如：各鄉或各堆具特色的人文歷史、景觀生態、產業體驗等），則對多數遊客而言，易視為單一客家地區，導致導覽解說的內容也大同小異。

### 四、六堆觀光資源盤點

根據鍾王壽主編（1973）的《六堆客家鄉土誌》、曾彩金總編纂（2001）的《六堆客家社會文化發展與變遷之研究》（叢書）、劉盛興主編（1997）《六堆客家鄉土人物誌》、李孟哲主編（2012）《前堆夥房簷頭下：夥房廳下宗族史》以及其他六堆文獻與六堆鄉鎮網路資料（屏東縣政府民政處，2017；屏東縣長治鄉公所，2017；屏東縣內埔鄉公所，2017），並結合王本壯〈認識社區資源盤點〉《開枝散葉：臺灣社區營造捕夢網》，加上筆者的田野調查與觀察，以構成社區的「生活」、「生態」與「生產」三個面向，初步盤整六堆客家地區各堆鄉鎮較具有特色的「人、文、地、產、景」（如表1）：

#### （一）生活資源：

1. 人：社區資源調查的核心即是人力資源，包含社區人口的組成特色、社區人物典範與其他具綜合性、特殊地位或聲望的社區人物。六堆客家地區除人口統計數據外，包含六堆義民領袖、各堆鄉鎮的重要人物家族發展、職業或專業等分類的重要知名人物，以及因職位而有影響力的個人或團體。

2. 文：社區文化資源則以社區歷史探源與現況、社區共同生活方式、社區風俗習慣與節慶儀典，以及其他重大事件或藝術文學等重要經歷皆可列入。六堆客家地區除了人文歷史變遷外，包含各堆鄉鎮的文化概況、文史或特殊議題團體、風俗習慣、節慶活動與歷史事件等。

#### （二）生態資源：

1. 地：社區地理資源多以社區的自然資源為主，主要指非人為建構的環境空間，如地貌、地質及其構成元素、有生命的生物體系以及天然災害現象等。六堆客家地區除了地理環境風貌，包含動、植物等生物系統及天然災害。

2. 景：社區景觀資源則以感官可觀察的人文環境空間，包含都市型環境空間、鄉村型環境空間、時間軸與空間軸綜合的景觀資源以及與居民相關的環境景觀。六堆客家地區則以各堆鄉鎮的景觀資源概況，包括建築空間、聚落伙房、歷史建築、古蹟、寺廟等。

(三) 生產資源：

產：社區產業資源是社區居民得以維生的要素，以產業分級為調查方式，產業活動與社區發展息息相關，若僅以經濟利益為考量，則可能造成生態破壞，影響社區居民安全。六堆客家地區各堆鄉鎮的產業概況，包括農漁工商及服務業等一、二、三級產業資源，與其他可提供居民生計的活動。

跨越高雄市與屏東縣的六堆地區，無論在文化、生態以及產業都相當豐富，可惜無法將彼此作一相關連結，大部分都由民間團體辦活動吸引遊客參與。在此，將六堆各地較具有特色的人文地產景，作一盤點，來瞭解六堆地區文創產業的潛力點，如下：

表 1 六堆觀光資源盤點

	居民結構（人）	文化歷史（文）	地理環境（地）	地方產業（產）	景觀生態（景）	優勢	缺點
前堆 （長治、麟洛）	<ul style="list-style-type: none"> <li>●至 2016 年底，長治鄉人口數為 30,159 人；麟洛鄉人口數為 11,125 人。故前堆總人口數為 41,284 人。</li> <li>●族群多數為客家人，年輕人多數在外工作。</li> <li>●火燒庄抗日總理徐慶昌（1859-1916）（麟洛）。</li> <li>●六堆出生的第二位進士—張維垣（1827-1892）（長治）。</li> <li>●心胸寬大的事業家—徐敬修（1838-1895）（麟洛→內埔）。</li> <li>●促成長治開發與發展的邱永鎬（1668-1742）。</li> <li>●六堆抗日英雄—邱鳳揚（長治）（1830-1898）</li> <li>●發起「屏東救護院義渡會、文生翁養德院」熱善好施的馮安德（1889-1950）（麟洛）。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●倒牽牛式完整客家聚落以及各個時代的夥房建築、圍屋型夥房格局。</li> <li>●敬字亭、開庄伯公，客家最真誠的信仰。</li> <li>●家族慎終追遠的建築「宗祠」。</li> <li>●人神聯姻，閩客互稱親戚的王爺奶奶。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●長治鄉北臨鹽埔鄉，東鄰內埔鄉，西鄰屏東市，西北連九如鄉，南接麟洛鄉。主要道路國3及臺24線。</li> <li>●麟洛鄉西接屏東市，東鄰內埔鄉，北連長治鄉，南面竹田鄉。主要道路國3及臺1線。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●國家級的農業生物科技園區。</li> <li>●長治鄉第一座社區公園「河瀾寮三角公園」。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●生態園區。</li> <li>●歷史的遺跡，俘虜營。</li> <li>●乙未戰爭最慘烈之役「火燒庄」。</li> <li>●內設私塾的長興村庄頭邱屋夥房群。</li> <li>●長治老潭頭做工精細華美的曾屋夥房。</li> <li>●老田尾「忠實第」的邱家夥房。</li> <li>●三堂四橫屋的新屋家馮屋夥房。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●擁有六堆豐富的人、文佚事與夥房建築、客家宗祠等。</li> <li>●閩客聯姻的「王爺奶奶」活動，已吸引遊客參與意願。</li> <li>●前堆有國3道路通過，交通非常方便快捷。</li> <li>●農業生物科技園區的設置，逐漸吸引遊客的造訪。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●鄉鎮內沒有遊程的規劃路線，也沒有路標指引。</li> <li>●年輕族群外移，鄉鎮出現老化現象。</li> <li>●鄉內各景點、產業，並沒有發展平台予以推廣或建立品牌。</li> </ul>
後堆 （內埔）	<ul style="list-style-type: none"> <li>●至 2016 年底，人口總數為 55,181 人。</li> <li>●客家居民約佔 60%，住區分佈西南邊；閩南居民約佔 35%，住區分佈東北邊；其他族群約佔 5%。年輕人多數在外工作。</li> <li>●發起修築隘寮溪堤防（昌基堤防）的總理邱毓珍（1863-1944）。</li> <li>●苦讀出身的進士—江昶榮（1841-1895）。</li> <li>●抗日名士—丘逢甲進士（內埔）。</li> <li>●盡責治水的鄉長—鍾幹郎（1885-1969）。</li> <li>●貢獻良多的實業家—鍾桂蘭</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●族群爭奪水權，所設立的「古今埔碑」。</li> <li>●縣定古蹟天后宮、昌黎祠、懷忠門。（三級古蹟）</li> <li>●保鄉衛民的忠勇公祠。</li> <li>●莫以成敗論英</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●北有隘寮溪與三地門鄉、鹽埔鄉、長治鄉、麟洛鄉相接。南繫東港溪為界，與萬巒鄉遙遙相對，東鄰山地與瑪家鄉為鄰，西與竹田鄉比鄰。主要道路縣</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●六堆客家文化園區。</li> <li>●臺灣第一座大型觀光啤酒廠「龍泉啤酒」。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●樹屋及李氏宗祠。</li> <li>●龍頸溪溪畔公園。</li> <li>●椰子文化產業公園。</li> <li>●六堆文化園區</li> <li>●和興村的曾家圍龍屋。</li> <li>●內埔老街聚落夥</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●後堆腹地廣大，人文薈萃，聚落古蹟皆有保存。</li> <li>●六堆文化園區為國家級產物，通常為六堆旅遊的第一站。</li> <li>●擁有縣定古蹟的天后宫、昌黎</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●內埔曾推展老街遊程，但因遊客不多，造成商家開店販售意願不高。</li> <li>●鄉內雖有夥房、景點等人文地景，但因為私人區域</li> </ul>

（續後頁）

(接前頁)

居民結構（人）	文化歷史（文）	地理環境（地）	地方產業（產）	景觀生態（景）	優勢	缺點
(1891-1976)。 ●忠黨愛國的政治家—劉兼善 (1896-1980)。 ●「德行興家、醫術濟世」的醫生教育家—徐傍興博士 (1909-1984)。 ●補修「昌黎祠」的教育家邱國禎「歲進士」 (1832-1900)。	雄的杜君英史蹟。	道 187 線。		房群，林屋、鍾屋。 ●忠心崙聚落夥房群，謝屋、徐屋、鍾屋。 ●豐田老街夥房聚落。	祠、懷忠門等，也是當地居民的信仰中心。 ●內埔老街與豐田老街都具有濃厚的客家特色。 ●擁有臺灣第一座大型啤酒廠「龍泉啤酒」。	或景點區過小，分散各處。 ●鄉內景點沒有推廣，也無規劃路標指引。
中堆（竹田） ●至 2016 年底，人口總數為 17,351 人。 ●族群多為客家人，年輕人多數在外工作。 ●創辦「麟洛河義渡會、曾裕振公祖祠（宗聖公祠）」的副總理曾寶琛 (1862-1940)。 ●多產科學論文與作品的作家李開榜博士 (1914-1999)。 ●萬家鄉醬園的創辦人—吳文華 (1919-1995)。	●早期六堆重要運輸地點「竹田驛站」。 ●六堆信仰中心「忠義祠」。 ●倒牽牛式的二崙聚落。 ●呈現客家文物的「客家文物館」。	●位於屏東中心，北臨麟洛鄉，東鄰內埔鄉、萬巒鄉，西鄰萬丹鄉，南接崁頂鄉、潮州鎮。主要道路臺 1 線及屏 85 線。	●六堆客家文物館。 ●豆油伯觀光工廠。 ●閩雞養殖場。	●運輸米糧的達達港。 ●日式建築的竹田驛站。 ●饒富古意的二崙老街、美崙老街。 ●福田村「武魁」、 「文魁」陳家夥房。 ●二崙老街聚落。 ●美崙老街聚落。	●日式建築的竹田驛站為臺灣鐵路旅遊據點之一。 ●屏東縣客家文物館所舉辦的活動，可帶動遊客的前往。 ●二崙老街與美崙老街將客家聚落生活，小而美的展現出來。	●竹田驛站已成為頗有名氣的景點，周遭卻無適當的商圈，也無平台將其品牌化與推廣。 ●二崙與美崙聚落的文化與美，未受到鄉公所完整的規劃與重視。
左堆（佳冬、新埤） ●至 2015 年底，佳冬鄉人口總數為 19,905 人；新埤鄉人口數為 10,058 人；總人口數為 29,963 人。 ●族群多為客家人，年輕人多數在外工作。 ●抵禦割臺抗日總理蕭佐生。 ●甲午抗日開倉施米的副總理張海華	●守護家園的褒忠門。(三級古蹟) ●抗日遺跡「步月樓」。 ●重視倫理風水	●佳冬鄉於屏東縣西部中段偏南沿海，東及東南鄰枋寮鄉，東北連新埤鄉，西北連林邊鄉，西	●淡水、鹹水養殖。 ●香蕉、黑珍珠蓮霧種植。	●建功親水公園。 ●聚居式集體防禦聚落—羅家夥房、蕭家古厝。 ●文風世家，二進多護龍的張家夥	●佳冬啟南老街，讓遊客體驗客家聚落的人文生活。 ●左堆的人文地產景皆為豐	●社區人士雖用心規劃推廣，但地方政府方面似乎無推廣意願。 ●路標指引過

(續後頁)

(接前頁)

居民結構（人）	文化歷史（文）	地理環境（地）	地方產業（產）	景觀生態（景）	優勢	缺點
(1840-1899)（新埤）。 ●佳冬杏林世家鼻祖的林其忠（1888-1973）。	的「楊家宗祠」。（三級古蹟） ●客家豪門大宅「蕭家古厝」。（三級古蹟） ●「做福拜新丁」百年福廠的搭建。	南濱臺灣海峽。 ●主要道路臺1線及臺17線。 ●塭子地層下陷景觀。 ●新埤鄉東連來義鄉，南接佳冬鄉、枋寮鄉二鄉，北與潮州鎮、萬巒鄉，西與崁頂鄉、南州鄉、林邊鄉等為界。主要道路臺1線及縣道185.187.189線。		房。 ●張家商樓 ●日本神社遺址 ●啟南老街	富，也有因產業而導致地層下陷的景觀。	小，導覽人員僅蕭家內才有。 ●對於鄉內稍有名氣的景點或產業，卻沒有任何共同平台系統，予以聯繫或推廣。
右堆（美濃、高樹） ●至2016年底，美濃區人口數為40,399人；高樹鄉人口數為24,882人；總人口數為65,281人。 ●族群多為客家人，年輕人多數在外工作。 ●開拓美濃，總理：林豐山，副總理：林桂山兄弟。 ●趁夜突圍援救兵、解除番害的楊快盛（高樹）。 ●首開粵人在臺科舉的學者，黃驥雲進士（接前頁）（美濃）。 ●例證力辯奪得舉人的謝天申（1795-1842）（美濃）。 ●地方教育與文化的推手—溫慕春	●防風防水的大路關石獅子。 ●國家三級古蹟「瀾農莊敬字亭」。 ●美濃東門城樓。 ●保鄉衛民的「忠勇公」。 ●見證村莊開拓的「開庄伯公」。 ●高樹恩公廟。	●美濃區鄰高雄市六龜區，西壤旗山區，南接屏東縣里港鄉，北臨高雄市杉林區，東南鄰屏東縣高樹鄉。主要道路臺28線及縣道181線。 ●高樹鄉北鄰高雄市六龜區，東鄰三地門鄉，西鄰里港鄉，西北	●屏東縣地方產業交流中心「高樹元氣館」。 ●紙傘工藝坊。 ●美濃民俗村。 ●錦興行衫店 ●原鄉緣	●大路關主題樂園。 ●菸樓。 ●鍾理和故居。 ●老庄18姓夥房。 ●雙桂第林家夥房。 ●美濃老街夥房群。 ●美濃客家文物館 ●鍾理和紀念館。 ●竹仔門電廠（國定古蹟）獅子頭	●美濃紙傘、民俗村、文物館等將觀光產業帶動，路標指引清楚，各個園區皆大力宣傳，成為六堆觀光首站。 ●美濃四周環山的農村景緻，成為都市遊客的最愛。 ●大津瀑布、黃蝶翠谷等，都是知	●高樹鄉與美濃區皆屬山城，但高樹鄉的觀光推廣效果不彰。 ●高樹的元氣館展覽，沒有建立品牌及行銷特色。 ●鄉內族群呈現老年化現象，人才出現斷層。

(續後頁)

(接前頁)

居民結構（人）	文化歷史（文）	地理環境（地）	地方產業（產）	景觀生態（景）	優勢	缺點	
(1891-1988)（高樹）。 ●臺灣鄉土文學先驅－鍾理和 (1915-1960)。		連高雄市美濃區，南接鹽埔鄉。主要道路臺22、27線及縣道181.185線。 ●大津瀑布。雙溪樹林、蝶翠谷、雙溪熱帶樹木園、美濃中正湖。	紙傘文化村 ●美濃農業白玉蘿蔔、橙香番茄。	水圳。	名的旅遊景點。		
<b>先鋒堆</b> （萬巒）	●至2016年底，總人口數為20,609人。 ●族群多為客家人，年輕人多數在外工作。 ●張丙之亂先鋒第一人，總理黎應揚。 ●解救大路關，總理林錦祥。 ●主編「六堆客家鄉土誌」－鍾王壽(1902-1979)。 ●「堵攔式水壩」的發明家－林捷昌、林讚昌兄弟。 ●創設「觀海山房」學堂的劉海山及長子劉秉淵、次子劉秉均，一門三貢生名聲遠播。	●見證萬巒拓墾的仙人井。 ●早期全臺最大的伯公廟「福攸宮」。 ●保持完整的五溝聚落。 ●祈求好收成的「先帝廟」。 ●戲曲之神「西秦王爺」。	●位屏東縣轄的中部，東與泰武、來義兩鄉為鄰，西以竹田鄉為界，北鄰內埔鄉，南接潮州、新埤。主要道路縣道185線。 ●神聖清洗最佳水域「二合水」、擁豐富水生植物的「三合水」。 ●優美「水流東」風水地理。	●林海鴻創辦「海鴻飯店」打響萬巒豬腳街。 ●吾拉魯滋部落咖啡產業館。 ●可茵山可可莊園。	●鹿寮范家古厝。 ●五溝水「玉帶水」風水觀的聚落群，劉氏宗祠、鍾家古厝、劉家古厝等。 ●萬巒李氏宗祠。	●萬巒豬腳街已成為全臺知名飲食街道之一。 ●萬巒聚落是座非常完整的客家聚落。 ●東港溪與佳平溪環繞萬巒鄉，使得萬巒鄉生態非常豐富。	●產業缺乏集群鏈結，無共同的發展平台系統，整體的競爭力弱。 ●鄉內文化、生態資源豐富，沒有品牌及行銷的推廣機制。

表 2 六堆義民領袖

屆	大總理	副總理	時間	事由
一	李直三 (竹田)	侯觀德 (內埔)	康熙 60 年 (1721 年)	朱一貴之亂
二	侯心富 (內埔)	缺	雍正 10 年 (1732 年)	吳福生之亂
三	曾中立 (內埔)	缺	乾隆 51 年 (1786 年)	林爽文之亂
四	賴熊飛 (佳冬)	鍾麟江 (內埔) 劉繩祖 (內埔)	嘉慶 05 年 (1800 年)	蔡牽之亂
五	鍾麟江 (內埔)	黃觀光 (○○) 劉乃昌 (內埔)	嘉慶 11 年 (1806 年)	蔡牽之亂
六	曾偉中 (內埔)	李定觀 (內埔)	道光 12 年 (1832 年)	張丙之亂
七	曾應龍 (內埔)	鍾里海 (內埔)	咸豐 03 年 (1853 年)	林萬掌之亂
八	鍾召棠 (內埔)	缺	同治 02 年 (1863 年)	戴萬生之亂
九	李向榮 (內埔)	蕭光明 (佳冬) 鍾發春 (內埔)	光緒 21 年 (1895 年)	抗日時未實戰
十	邱鳳揚 (長治)	鍾發春 (內埔) 林宜三 (萬巒)	光緒 21 年 (1895 年)	乙未戰爭

從筆者所製作的「表 1 六堆觀光資源盤點」，得知六堆內的「人、文、地、產、景」，皆有其特色，提供地方導覽人員在做創意導覽與遊程設計時，或是地方文化產業人員在做文化創意商品與服務時，作為參考。「表 2 六堆義民領袖」，屬「人」的分類項目，皆是已逝世可蓋棺論定之歷史人物，為清楚呈現歷屆領袖所屬地區與相關之歷史事件，藉由地方與人物聯結，顯現六堆故事性的張力，故在本文中獨立列出，六堆大總理與副總理於清朝至日治時期，因戰亂事件而固守家園的六堆組織之領袖，其故事性與六堆景點應可相互呼應，可提供導覽者於不失真下進行創意解說。

## 肆、創意導覽分析

### 一、六堆客家地區遊程設計與導覽成效

六堆客家地區近幾年來，各鄉鎮內成立了許多對文史、生態、藝術等方面的協會組織。大家在各自領域上發揮所長，將各鄉鎮的環境地理、文化歷史皆一一予以記錄，開始吸引許多對客家文化歷史有興趣的遊客前往參觀。

隸屬客委會的六堆文化園區常於園區內辦理展覽劇場、教育與活動等課程，在 2017 年的活動課程有 3 月份的「來作客-客家生活體驗」、「農事學堂體驗課程」，屬於生活體驗課程；4 月份的「伯公您好神」、「點燃螢火·閃爍六堆」，有

文化體驗以及生態活動；參與的民眾熱絡，每場也都有專業人員帶領導覽解說，生動活潑的體驗活動，時間掌控不宜過長，都得到正面的評價。

六堆地區也有許多客家協會的組織，以 2013 年屏東縣的客家協會共有 250 個單位組織，其中學術文化團體共有 51 個單位、社會服務團體有 40 個單位、社區發展協會共有 113 個單位，這些社團單位不定期會舉辦活動，可是大部分都是對內的參觀旅遊活動，只有少數會有對外設計的地方性活動。例如：

(一) 麟洛鄉「屏東縣大戇牯環境保育協會」舉辦的自行車之旅，利用地方自行車步道沿路介紹鄉內的文化、生態景點，讓參與人士在行進之餘還能了解地方佚事，得到不錯的旅遊效果。

(二) 佳冬「左堆鄉村人文旅行服務站」在 2017 年也參與六堆運動會活動之一，辦理「左堆人文地理探索之旅」及「六堆各堆聚落及伯公文化差異探索之旅」，經由導覽解說員的詳盡介紹，讓遊客對六堆地區印象也增進不少。

以上所呈活動導覽效益，因無進一步做過質性或量化的調查與分析，故無法作為未來參考依據。

經由訪談得知「佳冬鄉遊客服務中心」組織，曾將佳冬鄉的客家夥房、客家聚落、地層下陷景觀以及當地閩、客、平埔及原住民的聚落文化等文化資源統整，推出『佳冬趣味遊』旅遊活動。以臉書社團做為行銷管道，加上 DM 的宣傳，舉辦了半日遊、一日遊等文化觀光活動，開始將左堆的文化資源轉向了文化經濟。雖無公部門的協助，但因有旅行社的配合，才開始漸漸有了產值，協會組織方能繼續經營。

上方活動(一)「麟洛鄉自行車之旅」，原活動由遊客騎自行車，沿著國三下方自行車道前進，再帶入車道附近的景點進行解說，最後回到原點共進午餐。此活動可謂「輕裝旅遊」，適合學生、上班族群人士，旅程簡短皆為當地生活地景，如何讓自行車遊客願意融入此遊程內，則需要善用導覽解說來加強遊程內涵：

1. 除了騎車，有時在導覽景點過後以行走牽車來帶動，讓遊客有時間來沉思、消化解說內容。
2. 有獎徵答是人人皆愛的活動，於解說當下或遊程過後，皆可以此活動提高遊程的熱潮。
3. 請當地耆老略說一二，也可以提升遊客對當地人文生活的另一番認識，更貼切感性的產生地方情感。

無論是深度旅遊或輕裝旅遊目前皆為時下最夯的旅遊方式，但仍不脫離遊程與導覽解說。遊程的規劃以安全為優先考量，解說為將當地資源的訊息作一溝通，主要目的是要讓遊客對此地的自然、文化資源得到更多的認識，進而降低遊客在旅遊活動中對環境的破壞，深具其教育性。創意導覽則是利用創意將遊程與解說結合，讓看似平常的生活物件，變成一件有趣、令人感動的事物，並能吸引遊客的再次造訪。

## 二、遊程設計與傳統導覽的困境

六堆聚落大都分布在海拔 100 公尺以下的沖積扇平原，也有高於 500 公尺以上的區域，如美濃、杉林、六龜等，無論人文或地景都有豐富的資源，所以在遊程設計上並無太大的問題。

遊程上的導覽無疑要透過解說來完成，解說、教育和宗教都是屬於傳統的口語溝通，人們從教導者述說的內容與回答問題間來學習，而當講解歷史遺跡的解說員發展主旨和論點時，他們的選擇應該使我們瞭解價值是隨著時間而改變的。我們也應該知道和感受觀眾詮釋歷史事件的多樣化（Larry Beek, Ted Cable 作；吳忠宏譯，2000：43、89）。

傳統的解說方式，大部分會透過故事化，因為如此才會使得解說更有深度且生動。但是，同樣的文化歷史，都是採取同樣模式且不分年齡程度的導覽解說，只會讓人倦怠與不易消化之感。因此，六堆客庄都是同樣的客家文化歷史，假若都是採取同樣模式且不分年齡、程度的導覽解說，也會讓人產生欠缺新鮮感，且不易帶動「回頭客」之多重回流。

目前，六堆地區所面臨的遊程設計與導覽困境，就我們的田野觀察，大約如下：

- （一）同樣是南四縣客家族群的生活空間，相似度極高的宗教信仰及歷史文化氛圍，六堆各鄉的特色如何各自呈現呢？
- （二）六堆客庄的遊程設計與導覽解說，大都採取同樣的觀光模式，且各堆的市場區隔性不大，不易讓遊客產生新鮮感，如何帶動「回頭客」之多重回流呢？
- （三）屏東地處熱帶地區，氣候炎熱，來六堆客庄遊玩以散客居多，如何設計擁有知性、感性且精緻又舒適性的創意導覽呢？
- （四）陸客或外國觀光客之團客，在高雄都會旅遊後，直接就到墾丁國家公園旅遊並住宿，鮮少能將其帶入屏東市區及六堆客庄，就連國家級的六堆客家文化園區，都難以吸引之。應如何改善此一長期困境？

六堆地區所面臨的遊程設計與導覽困境仍在研究探討中，筆者即針對以上四點將收集之資料予以分析整理，盼能有所助益。

## 三、創意導覽的效益

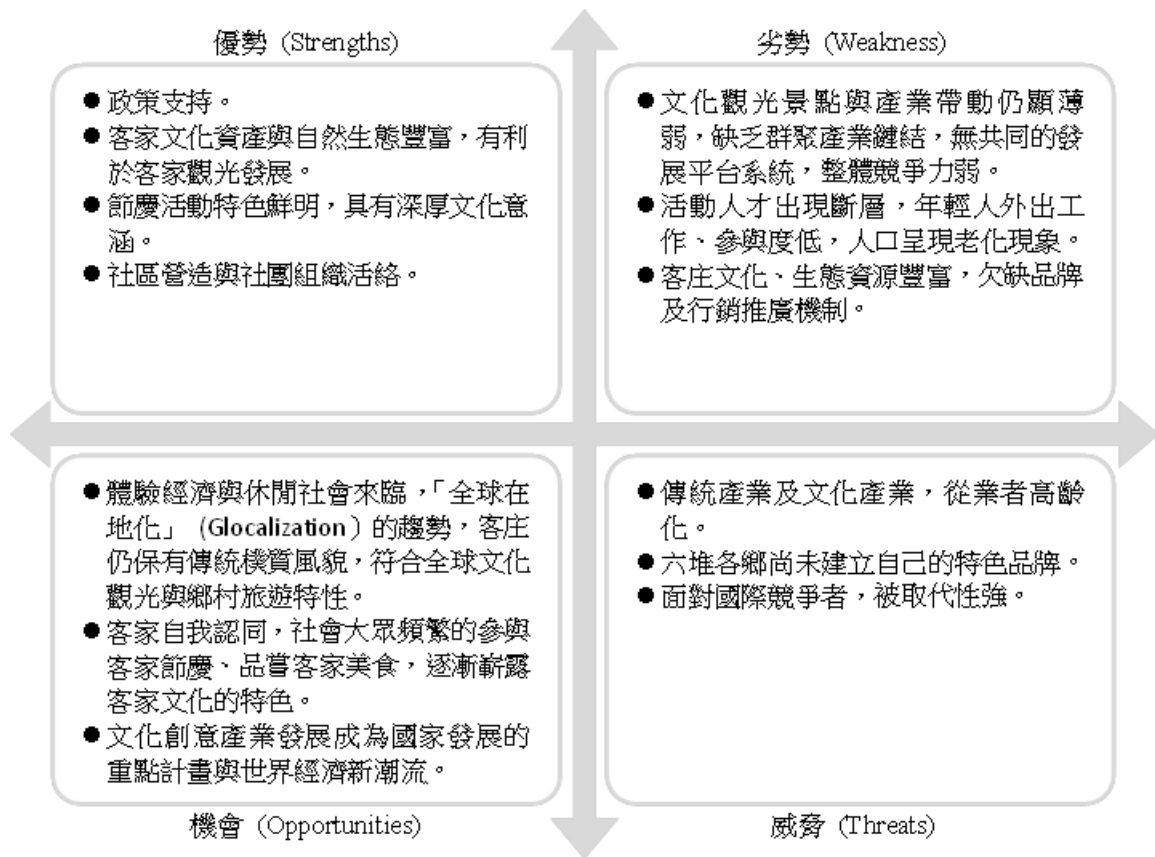
六堆客家人、文、地、產、景皆為豐富，希望透過文化價值加值產業，以產業效益傳播文化價值。而要達到經濟效益首重由外而內的思考，從觀光客的角度來看所有活動的安排，擬定周詳的旅遊服務品質提升計畫，最基礎的觀光旅遊的設施規劃與引導更是關鍵（俞龍通，2012）。

創意產業就是一種與經驗有關的產業，其經濟活動主要源自於創作的樂趣和目的，創意產業與旅遊業密切相連，因為一個繁榮的文化景象就是一個引人入勝的目的地（Rosamund Davies & Gauti Sigthorsson 著；齊克用譯，2016）。創意導覽也是創意產業的一環，然而創意只是曇花一現，並無法永續經營。而創意

(Creativity) 創新 (Innovation) 截然不同的，「創意」可能會快速吸引消費者的好奇和注意，但「創新」必需要了解消費者長期的內在需求，並且不斷創新（李文龍，2009：28）。由此可知，筆者認為：一套完善的創意導覽，就是導覽解說人員透過與旅遊業者簽訂旅遊契約，加上結合其他產業的異業結盟以形成產業鏈，不斷的經驗累積，展演出吸引消費者好奇的創意點子以及激發出消費者長期內在需求的創新作法，運用旅遊來做串連，提供消費者節點、路徑、旅遊方式的多元選擇方案，因時、因地、因人、因事、因物的不同而有所變化且推陳出新。

依據表 1、表 2，六堆觀光資源盤點（人、文、地、產、景），筆者將六堆客庄觀光旅遊，以六堆為例，作 SWOT 的分析如下：

表 3 六堆觀光旅遊 SWOT 分析



當今行政區域劃分，右堆的美濃屬於高雄市美濃區，不在屏東縣內。位於屏東縣屏東平原上的六堆客家地區，其人文、聚落、產業、景觀…等，皆各有其獨特性，「表 3 六堆觀光旅遊 SWOT 分析」，主要是呈現出六堆客家遊程發展的優缺點及其潛在機會，於劣勢與威脅中，看見族群的老年化、社區未品牌化、更無平台的推廣、開發…等；於優勢與機會中，得知有政策的支持、社區營造與地方社團的活絡、節慶活動的推展、客家美食的獨特…等。由此得知：人口老化為鄉鎮內最嚴重的問題，但這也是一般鄉村常見的問題，也因人口老化，所以對平台、

推廣、開發等事情，較無能力解決，若僅依靠政府的推廣、支援，也無法完全解決現有問題。如果能以樂齡學院方是提升銀髮族能力，銀髮族也能成為鄉村的一大助力，也可成為遊程與解說的創意體驗方式。

臺灣社區總體營造已發展多年，我們要如何以遊程設計與文化創意注入新能量呢？進而導引出具有創意點子與創新作法的文化觀光遊程。社區總體營造雖已深耕多年，僅有社區蹲點團隊，卻少有設計與文化創意背景專家，在產品、服務表現上難有驚豔之處。筆者希望此一篇文章，帶入不同角度觀點，賦予六堆地區更多社區營造與文化創意設計新的未來及可能性。

## 伍、結論

本文透過社區營造的概念，將「生活」、「生態」和「生產」體系中的「人、文、地、產、景」，來盤點六堆客家地區的資源，作為遊程規劃的基礎。透過文獻與田調過程，可知六堆地區擁有豐富的資源，而客庄歷史文化的認識、體驗客家生活與風俗民情是遊客造訪客庄地區的主要原因，若能規劃不同遊客類型的遊程體驗，適時結合導覽解說，則能增進六堆地區的文化觀光。然而，六堆客家地區卻也導致同質性過高，各堆不易區隔的問題，且人口外移、老化，使得伙房建築等缺乏修繕與維護，加上相關部門未能將資源做有效的規劃整合與行銷，影響遊客的重遊意願，導致六堆客家地區發展受限。我們不禁要深思：在保留客家傳統文化及提倡客家文化創意產業的革新過程中，應該如何在傳統與創新之間取得一個「文化平衡點」呢？這是二十一世紀客家文化創意產業的時代課題。(陳運星，2014)

是以，筆者初步地建構出「六堆創意導覽」的未來可能發展型態與政策方向，大概地歸納出結論如下：

基於提升六堆客庄的文化創意產業與文化觀光行銷，相關的產、官、學界應簽訂合作契約書（初步先期可從計畫書、意向書或備忘錄來做...）。針對六堆客家地區的「人、文、地、產、景」作為遊程區分，規劃出團客旅遊或散客旅遊之好幾套優質的完善的「創意導覽計畫」，讓有志於開發六堆客庄旅遊的導覽解說員、導遊、領隊，甚至是旅遊業者或社區營造工作者，透過與旅遊業者簽訂「六堆客庄旅遊之定型化契約」，加上結合屏東地區其他產業的異業結盟，不分閩南族群、客家族群、原住民族、外省族群的屏東在地特色產業都可共享文化經濟成果，以形成「文化創意產業鏈」。再運用「六堆客家文化之旅」來做串連，設計且展演出吸引國內、外的旅遊消費者之好奇的「創意點子」，試探且激發出旅遊消費者長期內在需求的「創新作法」。若政府部門能在適當的、適時的時間點，推出政策性與制度性力量的介入，不斷的修正客家政策之「制訂、實施、評估」三部曲，以達到實務經驗的累積，方能提供國內、外的旅遊消費者，關於六堆客

庄不同節點、路徑、旅遊方式的多元選擇方案，而有效的因應與反映出因時、因地、因人、因事、因物的不同，將其所建構出的「六堆創意導覽」的藍海策略，並逐步地一一落實文化經濟策略並實踐之。

本文將上述田調結果所得的困境，做以下幾點的初步建議：

### 一、以人、文、地、產、景作為遊程區分

知性的人文之旅、感性的地景之旅，或者融合各堆相關特色產業的綜合之旅。

### 二、以不同的空間作為遊程區分

將六堆區域以「堆」作為區隔空間之導覽解說，因為「堆」區域不大，可依遊客年齡、程度規劃好適當路線，騎自行車導覽是一項不錯的選擇。甚至進入聚落，可採用步行方式，讓遊客感染客家聚落的人文氣息。

### 三、以不同的時間點作區分

#### (一) 尋找季節的特色

六堆地區人文地貌雖不變，但環境氛圍卻會隨著四季更替而有所改變。

#### (二) 加強節慶的熱鬧

無論政府單位辦理的節慶活動，或者地方的宗教慶典、祈福、完福活動，只要適當的行銷，總會吸引遊客前來觀賞。

#### (三) 提升自然生態的品質

六堆客家皆傍水而居，河蜆、候鳥、各種鳥類、水生植物、自湧泉等，皆出現在不同的時間點上。

#### (四) 區分旅遊時間的長短

將六堆客庄的人、文、地、產、景，區分出半日遊、一日遊、二日遊等不同套裝遊程規劃。

### 四、以來訪遊客作區分

#### (一) 團客

要先了解其年齡、教育、性別…等，才能規劃好行程以及解說的方法。

#### (二) 散客

目前到六堆地區旅遊者，大部分屬於此類遊客，與其讓他們走馬看花，倒不如在重要景點設置蹲點解說員，增加遊客對此景點的好評。

臺灣老一輩的遊客，出遊通常會有購買伴手禮的習慣。年輕一輩多少也受些影響，但偏向喜購買有特色的產品。六堆區域產業皆為不同，各鄉鎮的產業皆有其特色，故在各鄉鎮的產業地區或旅遊區域，可以將在地飲食與產業配合，設計出在地特色的產品，以行銷社區進而提升社區產值。

## 謝誌

本文是 106 年客家委員會補助大學校院發展客家學術機構計畫：「六堆創意導覽：以左堆遊程規劃與實作分析為調查案例」的研究成果之一，作者特此申謝。

## 參考文獻

- 六堆客家鄉土誌編纂委員會（2001）。六堆客家社會文化發展與變遷之研究（叢書）。屏東市：六堆文教基金會。
- 文化創意產業發展法。全國法規資料庫。2010年2月3日，取自 <http://law.moj.gov.tw/LawClass/LawContent.aspx?PCODE=H0170075>
- 王本壯（2016）。認識社區資源盤點；收錄於王本壯、李永展、吳碧霜等著「開枝散葉：臺灣社區營造的捕夢網」（頁75-100）。臺北市：唐山。
- 江東銘（2007）。旅遊業管理與經營。臺北市：五南。
- 吳忠宏（1999）。解說專業之建立。臺灣林業，25（6），41-47。
- 吳忠宏（2004）。解說的新趨勢：談「意義的連結」在歷史文化場域之應用；收錄於傅鳳琴企畫編輯「解說的藝術」（頁20-37）。臺東市：史前文化博物館。
- 宋慶財（2008）。屏東縣六堆客家地區觀光休閒產業競爭優勢與發展策略之研究——資源基礎理論的觀點。國立屏東科技大學客家文化產業研究所碩士論文，未出版，屏東。
- 李天鐸（2011）。文化創意產業讀本：創意管理與文化經濟。臺北市：遠流。
- 李文龍（2009）。秒殺創意：Know Why 限界突破 困境不敗。臺北市：寶瓶文化。
- 李孟哲（2012）。前堆夥房簷頭下：夥房廳下宗族史。臺北市：行政院客家委員會。
- 林淑馨（2010）。質性研究：理論與實務。新北市：巨流。
- 俞龍通（2008）。文化創意客家魅力：客家文化創意產業觀點、策略與案例。臺北市：師大書苑。
- 俞龍通（2012）。亮點客家：臺灣客家文化創意產業之路：創新、整合、國際化三部曲。臺北市：師大書苑。
- 屏東縣內埔鄉公所。內埔鄉簡介。2017年12月18日，取自 [http://www.neipu.gov.tw/cp.aspx?n=44CF145F398D8AD8\\_](http://www.neipu.gov.tw/cp.aspx?n=44CF145F398D8AD8_)
- 屏東縣長治鄉公所。長治鄉發展史。2017年12月18日，取自 [http://www.pthg.gov.tw/towncgt/cp.aspx?n=BE08D260D1CAC152\\_](http://www.pthg.gov.tw/towncgt/cp.aspx?n=BE08D260D1CAC152_)
- 屏東縣政府民政處。屏東縣市歷年來戶數及人口。2017年10月1日，取自 [http://ppts.cc/fmvlQx\\_](http://ppts.cc/fmvlQx_)
- 洪瑞福（2008）。屏東平原客家族群開發史結案報告。行政院客家委員會臺灣客家文化中心籌備處主辦、屏東縣客家文化協會承辦，未出版。
- 容繼業（1996）。旅行業理論與實務（第三版）。臺北市：揚智文化。
- 張明洵、林珮秀著（2012）。解說與環境教育。新北市：華立圖書。
- 莊麗香（2006）。六堆客家文化創意產業行銷策略及成效之研究。國立高雄師範大學成人教育研究所碩士論文，未出版，高雄。

- 陳孟君 (2008)。應用地理資訊技術建置南部客家地區之休閒旅遊憩點查詢系統。國立屏東科技大學客家文化產業研究所碩士論文，未出版，屏東。
- 陳放、武力 (2012)。創意是什麼 (第二版)。臺北市：海鵠文化。
- 陳郁秀、林會承、方瓊瑤著 (2013)。文創大觀 1：臺灣文創的第一堂課。臺北市：先覺。
- 陳瑞倫 (2014)。遊程規劃與成本分析 (第二版)。臺北市：揚智。
- 陳運星 (2014)。客家文創：美濃錦興行藍衫產業之個案分析；收錄於周德禎主編「文化創意產業之個案與故事」(頁 165-185)。臺北市：五南。
- 陳運星 (2015)。躍上國際・世界的客家——以文化經濟學論客家產業。新北好客都秋季刊，16-21。
- 陳滢巧 (2006)。圖解文化研究。臺北市：易博士文化。
- 曾彩金 (2015)。六堆文化講義彙編。屏東市：屏縣六堆文化研究學會。
- 黃鼎倫 (2015)。社造與文創動能之實務析論。屏東縣：鳴昇彩色印刷有限公司。
- 楊正寬 (2016)。文化觀光：原理與應用。新北市深坑區：揚智文化。
- 楊明賢 (2012)。解說教育 (第三版)。新北市：揚智文化。
- 葉正洋 (2014)。文化觀光資源運用於遊程設計之研究——以佳冬鄉為例。國立屏東科技大學客家文化產業研究所碩士論文，未出版，屏東。
- 劉盛興 (1997)。六堆客家鄉土人物誌。屏東市：屏縣文化。
- 賴聲川 (2006)。賴聲川的創意學。臺北市：天下雜誌。
- 鍾王壽 (1973)。六堆客家鄉土誌。屏東縣：常青。
- 鍾任榮 (2011)。旅遊行程規劃：實務應用導向。新北市：前程文化。
- 羅秋珍 (2012)。屏東客庄文化觀光旅遊發展之研究。國立屏東科技大學客家文化產業研究所碩士論文，未出版，屏東。
- Larry Beek, Ted Cable (1998/2000). Interpretation for the 21st century: fifteen guiding principles for interpreting nature and culture.  
吳忠宏 (譯)。21 世紀的解說趨勢：解說自然與文化的 15 項指導原則。臺北市：品度。
- Rosamund Davies & Gauti Sigthorsson (2013/2016). Introducing the Creative Industries: From Theory to Practice.  
齊克用 (譯)。透視創意產業——從理論到實務運用。臺北市：臺灣金融研訓院。

附 錄  
【 合 作 備 忘 錄 】範例

立備忘錄人：

\_\_\_\_\_（以下簡稱甲方）

\_\_\_\_\_（以下簡稱乙方）

雙方茲為現有之成果及未來相關合作事宜，特議定本合作備忘錄（以下稱本備忘錄），以資遵循。

壹、雙方同意合作辦理「六堆 XX 遊程」套裝行程（附表），並同意簽訂本合作備忘錄。

貳、本備忘錄有效期限自 年 月 日至 年 月 日止，乙方若於有效期限前退出「六堆 XX 遊程」套裝行程計畫，本備忘錄效力亦告終止。

參、經營模式：

（一）雙方擇定固定旅遊日期，並準時出發。

（二）不可設定最低成行人數之門檻限制，且不得推卻旅客之報名。

（三）除因天災或其他不可抗力因素導致無法繼續行駛外，乙方不可無故停止「六堆 XX 遊程」。

（四）甲乙雙方需相互配合，做相關的宣傳行銷活動。

（五）甲乙雙方除相互配合旅遊行程外，其盈虧分配於簽訂合約後另行商議。

肆、本備忘錄規定事項效力及於甲乙雙方所合作辦理之所有「六堆 XX 遊程」套裝旅遊行程，內容若經修正及調整，以甲方所記載之最新資料為準。

伍、經甲乙雙方分析該旅遊產品市場反應，績效不佳，由甲方重新設定套裝行程計畫。

陸、乙方已詳閱並同意配合甲方所訂定之「六堆 XX 遊程」工作計畫（附件）；

甲、乙雙方應各本職責嚴格遵守。

柒、本備忘錄正本 2 份，由甲乙雙方各執 1 份正本。

甲 方：

乙 方：

代表人：

代表人：

地 址：

地 址：

電 話：

電 話：

中 華 民 國

年

月

日

# **Liu Dui Creative Guide: “People, Culture, Land, Industry and Landscape” Conceptual Analysis of Itinerary Planning and Cultural Creativity**

Yun-Shing Chen<sup>1</sup> Hui-Hsiang Hou<sup>2</sup> Wan-Jhen Jhang<sup>3</sup>

## **Abstract**

Hakka Affairs Council has been actively promoting Hakka language, Hakka culture and Hakka cultural industries. There are many Hakka characteristic industries such as Hakka feature snacks, Hakka scenes and Hakka folk rituals having found gradually. With introducing Hakka cuisine, Hakka blue blouse, Hakka Huo Fang, Hakka folk beliefs to the public, other associated industries regarding Hakka cultural goods and services are known to people in Taiwan, Hakka Tung Blossom Festival and Twelve Hakka Festivals for example. The most common way to market and promote Hakka culture is guide interpretation. People can experience the Hakka culture directly. Guide interpretation let tourists involve in Hakka culture and local residents gathered the Hakka spirits. The study lists “people, culture, land, industry and landscape” in Liu Dui area to divide into different tourism resources as the basis of Liu Dui creative guide. Then, find out the characteristic and attractive landscapes, histories and local industries in each area. The different tourism resources can plan several excellent and perfect “creative guide plan” for group tour or individual tourist. The research methods include literature analysis and field research to collect documents of interpretation as the basis of the study. The purpose of this study is to structure basic concept and element of creative guide, by finding out the cultural and creative ideas of itinerary planning in Lui Du. The study pointed the development pattern of Lui Dui creative guide in the future, which is taken as reference for central or local government to promote cultural and creative industry and marketing of cultural tourism.

**Keywords: Liudui, creative guide, itinerary planning, cultural creativity**

---

1 Associate Professor, Department of Cultural and Creative Industries, National Pingtung University

2 Graduate Student, Department of Cultural and Creative Industries, National Pingtung University

3 Graduate Student, Department of Cultural and Creative Industries, National Pingtung University

Corresponding Author: Yun-Shing Chen, E-mail: yschen5310@gmail.com