

## 府城孔廟文創商品與文化傳承關聯性之探究

蘇展平<sup>1</sup>

### 摘要

本研究旨在探討府城孔廟文創商品與傳統儒學文化之相互關聯性。藉由深入分析府城孔廟歷史背景和文化特色，進而了解文創商品如何傳承儒學道統文化。

本研究聚焦於商品設計的文化元素，包括符號、故事、與典儀，以及其如何在商品中被重新詮釋與呈現。透過設計案例分析和相關訪談，本研究將評估文創商品在儒學文化傳承中的實際影響，以及府城孔廟對在地文化連結之貢獻程度。本研究不僅有助於深入了解文創商品在文化傳承中的作用，同時也為府城孔廟及儒學文化保存提供實際的建議。

**關鍵字：**文創商品、文化元素、孔廟

---

<sup>1</sup> 臺灣海洋大學航管系博士生。



## 壹、緒論

### 一、研究背景

臺南市孔子廟是臺灣第一座府學，建於鄭經執政時期。鄭氏接受諮議參軍陳永華的建議，於明永曆十九年（1665年）在東寧天興州寧南坊鬼仔埔建置了「先師聖廟」和明倫堂，完成「廟學」形態。清康熙二十三年（1683年）巡道周昌與知府蔣毓英修建已逐漸侵毀的先師聖廟，在中央設立大成殿，並懸掛康熙御筆「萬世師表」，東西兩廡祭祀先賢先儒，改名為「先師廟」，次年置臺灣最高學府-臺灣府學，使臺南孔子廟擁有「全臺首學」的美稱。

孔子堪稱是中國最偉大的教育家，在其與世長辭的第二年，魯哀公將孔子故居改為廟祠，產生了所謂的孔子廟。唐代以後，逐漸將儒家先賢及孔子弟子列入廟中祭祀。唐貞觀時期，廟學制確立，詔令全國州縣官學建置孔廟，也因此成為各大城鎮的特殊文化建築。日治時期，孔子廟曾多次被移作為其他用途，例如日軍屯駐所、公學校校舍等。直到日大正六年（1917年）才由臺南仕紳出資，解體復修。日治時代之後，原孔子廟「廟學」制度的功能也逐漸喪失，變成一民間信仰及儒教建築。如今臺南孔廟的形貌是民國七十四年（1985年）歷經四年的時間大幅修建完成的（府城歷史與古蹟，2008）。

孔子廟如今雖然不再是儒生學習的府學所在，但卻是文化保存的重要場所：除了工作文化觀光景點外，定期舉辦的藝文活動以及祭孔大典，都是文化承傳的寶貴資產。他不僅是臺南人的光榮，也是臺灣人共同的驕傲。故綜合以上資訊可知，臺南孔廟為府城最具代表性之一級古蹟，其本身具備儒家悠遠歷史傳承與深遠的文化意涵，在歷史文化及文化觀光發展之上，更是具有不可忽視之重要性。

### 二、研究目的

文化創意產業可分為兩種，一種是與地方傳統、在地生活息息相關的，可



以稱為社區型文化創意產業；另外一種則是包括了傳播媒體與設計產業等，具有大量生產、傳播特質的通用型文化創意產業（許毓容，2004）。故分析如何讓數位典藏品與文化創意產業與相關設計相互結合，進而創造出可觀的文化產值，將可打造出我國下一個黃金產業新契機。本研究主要有以下三個目的：

#### 1.探究府城孔廟文創商品的設計理念與文化元素運用

透過分析府城孔廟所推出的各式文創商品的設計理念、主題概念以及所融入的文化元素，了解這些商品在視覺設計、造型設計等層面上如何呈現孔子思想及中華文化的內涵。並檢視商品設計團隊是如何將傳統文化資產轉化為當代文創商品的過程。

#### 2.評估文創商品對於傳承孔廟文化的實際貢獻

除了商品設計本身之外，本研究更將深入評估這些文創商品在實際運作上對於傳承孔廟文化價值觀、孔子思想理念的貢獻程度。包括檢視商品的行銷推廣、教育解說、消費者認同等層面，探討文創商品能否真正發揮傳遞文化內涵的功效。

#### 3.提出改善建議促進文化傳承與創新共生發展

根據府城孔廟文創商品的研究結果，本研究將綜合歸納出目前在文創設計及文化傳承層面上的優缺點，進而提出具體可行的建議方案。旨在促進文化資產的永續發展，使傳統文化內涵能夠透過創新的文創產品行銷模式更容易為現代人所接受，並強化文化觀光產業的發展。

### 三、研究方法

本研究是以科技部-府城古蹟數位典藏之專案計畫執行成果，為本研究之介紹主軸，搭配數位典藏相關資料介紹與分析，其主要探討主軸，即是探索將臺南孔廟之數位內容轉化成各類型之文創商品，本研究預計分二個階段進



行，首先針對數位典藏與府城孔廟等各種相關文獻資料做出整理；接著針對府城古蹟數位典藏計畫—臺南孔廟之數位內容轉化成文創商品之部分，進行相關設計內涵之探討，最後得到本論文之研究結果。

## 貳、文獻探討

### 一、數位典藏發展文化創意產業模式分析

我國推動數位典藏計畫，除了可以將文化資產做有效之保存以外，更希望透過數位典藏之工作，進而將多元之數位典藏品應用於教育學習、學術研究與文化創意產業之結合，進而將我國隱含於社會當中的文化資產，加以有效的發掘與利用。因而透過數位典藏的彙整與後續增值利用，將可促使文化創意產業加以發展。因而唯有根植於我國文化傳承之的數位內容，才能永續經營，而數位典藏近年來，所產出的豐沛文化資源，正可提供我國數位內容產業與文化創意產業發展所需的文化根基（數位典藏產業商業模式之探討，2005）。

數位典藏執行至今，已經累積了豐富且多元之數位典藏內容與素材，其多元之數位典藏素材，即代表著多元的數位智慧財產與崇高的學術價值，透過文化創意產業之開發與應用，即可將這些數位典藏之相關素材加以轉化成各類商品，進而創造出豐厚之文化產值，而這種將無形的文化資產與學術價值，加以橋接到實際商品具有產業價值的轉化過程，即是所謂的商品化與產業化（李德才，2009）。



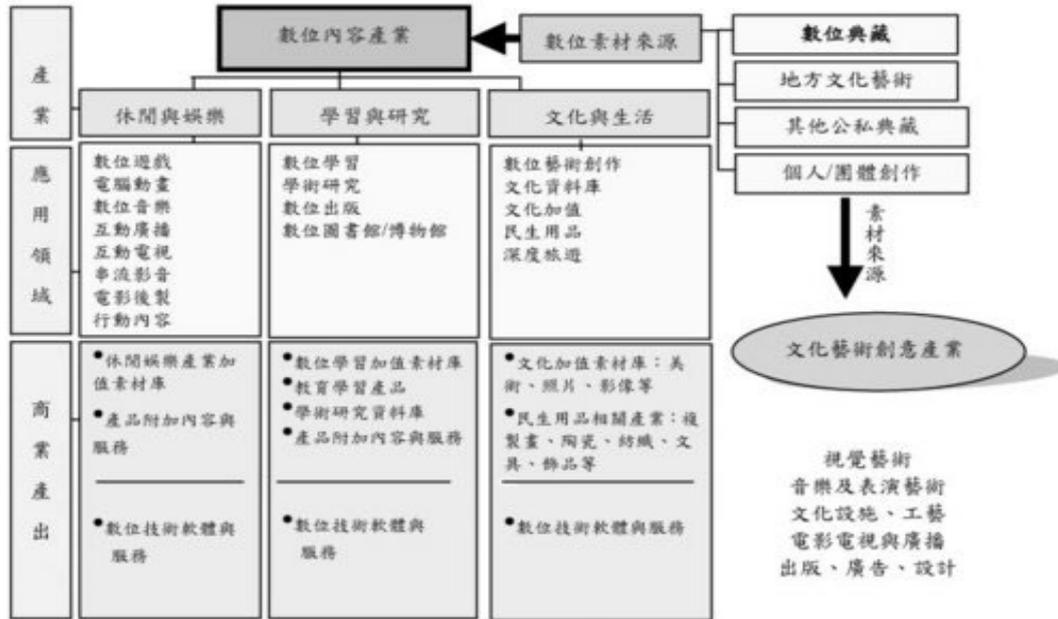


圖 1：數位典藏產業應用與商業產出（資料來源：《數位典藏產業商業模式之探討》）

當數位典藏素材之內容與應用模式漸趨多元之今日，實體應用與虛擬應用之層度也漸趨多樣，因而不同的應用層次也導致了不同商業模式的興起，故我們即可將數位典藏產業之應用模式區分為五類：

表 1：數位典藏產業商業模式（資料來源：《數位典藏產業商業模式之探討》）

數位典藏產業商業模式		
應用類別	定義	應用形式
數位內容產業加值素材庫	將數位典藏之數位物件進行切割與加值，作為數位內容產業產品設計的素材	應用於數位學習、動畫遊戲腳本、相關藝術設計等多方面應用
整合性產品	將數位典藏之數位物件以整合形式提供研究、教育及大眾使用	各種類型之教育資料庫與知識庫皆是

文化加值產品 與文化創意產業	將數位典藏的數位物件經過加值後變成一般大眾可以使用的產品	將數位典藏之數位物件與理念，透過包裝設計與創意加值之後，變成大眾可使用之民生商品
數位產品附加 內容服務	在媒體通路及應用平臺型態的數位產品中，植入數位典藏加值內容	如數位電視、電腦桌布下載、微軟MSN音樂服務、PDA結合電子書、中華電信MOD...等
數位技術軟體 及服務	1. 將一般物件進行數位化的技術與服務 2. 數位物件管理及產品化階段所需技術及服務	包括了數位典藏掃描軟體開發、掃描器工具之開發、資料庫檢索與資料庫系統開發...等

### 參、孔廟文創商品開發

#### 一、孔廟數位典藏建置

本研究團隊執行過多件科技部數位典藏計畫，本團隊已經針對臺南市七大一級古蹟、臺南十大經典建築與臺南二級古蹟之建築及其器物為主體，分別對每一個古蹟進行數位化工作，其數位化之內容包括：數位照片、數位環景、數位影音、及眾多文字編輯等相關數位內容建構，近年來則是將這些數位內容轉化成各式文創商品。

(1)府城七大古蹟網站首頁：

計畫網站入口首頁，提供計畫指導單位、執行單位及著作權等宣告資訊。



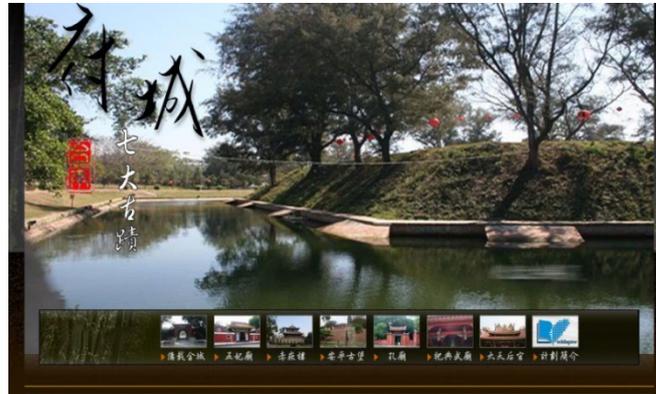


圖 2：府城七大古蹟網站首頁。（資料來源:府城七大古蹟網）

### (2)府城孔廟數位典藏資料庫（搜尋介面）

府城古蹟數位學習網以資料庫搜尋形式，讓使用者可以點選特定的古蹟或想要查尋的數位典藏類別（影音、環景或圖像）。



圖 3：數位典藏資料庫-搜尋介面。（資料來源：府城古蹟數位學習網）

### (3)數位典藏資料庫（圖片資料庫）

使用者除可快速的查詢到古蹟的圖像及相關後設資料之外，同時本資料也提供橫向查詢參考資料的功能。於圖像的左方可直接點選和本圖像相關的影音



及環景參考資料。



圖 4：數位典藏資料庫（圖片資料庫）。（資料來源：府城古蹟數位學習網）

#### (4)府城七大古蹟電子書

整合電子書功能供免費線上閱讀，製作古蹟電子書並整合至數位學習平臺，提供使用者免費使用。



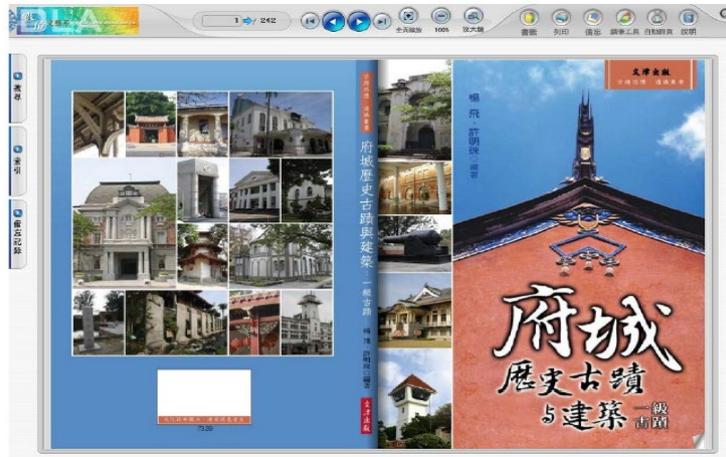


圖5：府城古蹟電子書。（資料來源:府城古蹟數位學習網）

本計畫團隊除了建構數位典藏之數位內容之外，近年來也以數位網路平臺為基礎，透過古蹟數位典藏成果網站、數位典藏數位學習平臺及實體數位典藏技術訓練，以數位典藏內容輔助教學及混成教學的方式引導對數位典藏議題有興趣的學習者，不論在古蹟知識、數位典藏技能及未來對於數位典藏的參與，都能有完整的認識及了解，讓數位典藏工作能更深入到社會的各個角落，並也朝著結合設計，開發多樣文化創意商品。

## 二、孔廟數位內容導入文創商品開發

臺南孔廟即是臺灣第一座孔子廟，直至清末它還是臺灣官辦最高學府-臺灣府儒學所在。他的建築規制龐大，兼具樸實的地方風格，在臺灣孔廟建築中獨樹一格。自永曆二十年（1666年）首建完成起經清代歷任治臺官員之整修與增建，至乾隆四十二年（1777年），知府蔣元樞建泮宮石坊，又將大成殿西側原海東書院改建學署止，是臺南孔廟的巔峰時期，從清乾隆年間「重修臺灣府學圖」，可見孔廟最盛期之配置。此時的孔廟建築群共包含四條南北軸線，基本上是依循傳統文廟「左學右廟」的原則建築。自西而東，分別以學署、大成殿、明倫堂、朱子祠為主體，南方泮池所在的大塊半圓空地將四個院落圍繞起來，其規模形制實已



超越一般孔廟的格局。



圖 6：府城古孔廟-全臺首學（本研究者拍攝）

臺南孔廟今佔地 9,000 多平方公尺，現存建築物十五棟，是臺灣孔廟中建築物最多者。今日所見規模為延續日治時重修後的面貌，即以前殿、後殿及左右護龍將大殿包圍在中央的寺廟格局，其平面如回字型。前殿是為大成殿，左廂置鄉賢祠與名宦祠，右廂設孝子祠與節孝祠；回字中央即典祀孔子牌位的大成殿，左右各設東、西廡，東廡後方是禮器庫，西廡後方是樂器庫；後殿置崇聖祠，左耳房為以成書院，右耳房為典籍庫。左學部分今存門廳謂入德之門，中有明倫堂；最左一院落的最後方僅存文昌閣；孔廟最南邊是泮池所在，泮池與學廟之間有一東西軸線之建築，由東至西，依序是泮宮石坊、東大成坊、禮門、義路、西大成坊，外以東、西大成坊及圍牆為界；另外東大成坊旁有一建物，今作為紀念品服務處，並設臺南文廟管理委員會及簡報室於此。（府城歷史與古蹟：一級古蹟，2008）



圖7：府城古孔廟-大成殿（本研究者拍攝）

今日的臺南孔子廟，雖然不再是學生學習的場所，但卻是中華儒學文化保存之重要場域：其場域不但傳頌孔子精神，更是每年舉辦藝文活動以及祭孔大典之重要場合。故臺南孔廟，更是臺南古蹟建築與傳統文化之經典代表。

故本計畫團隊即不斷地思索，要如何將此府城孔廟蘊含之文化加以創意包裝，故本團隊即先利用孔子為本次商品之設計主軸，設計一系列文化圖騰與製作相關文創商品。

並考慮現階段市面上諸多之文創商品，都是偏向於傳統紀念品之性質，很多都是如同：馬克杯、太空瓶、鑰匙圈……等傳統文創商品，但對於3C系列之文創產品的開發較為少見，故本團隊即針對此趨勢，不但開發傳統文創商品，更開發出「孔子MP3」之3C文創商品。現階段已開發設計完成之商品如下：



圖 8：孔子創意圖騰。（資料來源:府城古蹟數位典藏團隊）



圖 9：孔子創意圖騰。（資料來源:府城古蹟數位典藏團隊）



圖10：孔子造型mp3。（資料來源:府城古蹟數位典藏團隊）





圖 11：孔廟祈福御守-每日三省吾身。（資料來源:府城古蹟數位典藏團隊）



圖 12：論語創意手工書。（資料來源: 府城古蹟數位典藏團隊）

#### 肆、結論與建議

當數位內容要發展成文化創意產業時，其最重要之目的與內涵，即是要學會說故事，一件具有故事性與話題性之商品，將可以觸動消費者的共鳴與感動，當消費者認同此故事之時，即會觸發其購買的意願與動機。因而設計與銷售文化創意商品的要點，即是要學會說故事，更具體的說，就是要透過完整的故事論述，將文化創意商品背後的文化意涵加以深刻的表達，進而引發大眾之共鳴與認同，促使大眾更加願意加以購買此商品，如此一來，典藏單位將可獲得實質之產值獲利，整體文化創意產業市場也將能更加蓬勃發展。

### 參考文獻

1. 李德才 (2007)。《數位典藏教戰手冊》。臺北：行政院國家科學委員會 & 數位典藏與數位學習橋接計畫。
2. 林榮泰 (2005)。文化創意，設計加值。藝術欣賞，1(7)，26-32。
3. 許毓容 (2004)。主題式意象轉化於文化商品造形之研究〔未出版之碩士論文〕。成功大學工業設計學系碩博士班。
4. 陳正茂、林寶琮 (1990)。《中國文化史》。臺北：文京。
5. 楊飛、許明珠 (2008)。《府城歷史與古蹟：一級古蹟》。臺北：文津出版社。
6. 楊飛、林昭銘、蕭靜玫 (2003)。數位文化行銷：以臺南孔廟為例。文化行銷、創意產業研討會。
7. 蔡永橙、邱志義 (2007)。《數位典藏技術導論》(中央研究院資訊科學研究所 & 計算中心策畫)。臺北市：國立臺灣大學出版中心 & 中央研究院。
8. 經濟部工業局 (2006)。《2006 文化創意產業發展年報》。臺北：經濟部工業局。
9. 府城七大古蹟網 (2024 年 3 月 2 日)。取自  
<http://da.sju.edu.tw/thmda/main.htm>
10. 臺灣經濟研究院 (2020)。文化創意產業產值調查與推估研究報告。文化創意產業產值調查與推估研究案。
11. 中華民國圖書館學會 (2005)。《數位典藏產業商業模式之探討》。中華民國圖書館學會會報，75，63-74。
12. 數位典藏與數位學習成果網 (2024 年 3 月 3 日)。取自  
<http://teldap.tw/Introduction/introduction.php>



## **An Exploration into the Correlation Between Cultural and Creative Products and Cultural Inheritance in Confucius Temple in Fucheng**

Zhan-Ping Su<sup>2</sup>

### **Abstract**

This study aims to explore the correlation between the cultural and creative products of Tainan Confucius Temple and traditional Confucian culture. By delving into the historical background and cultural characteristics of Tainan Confucius Temple, it seeks to understand how cultural and creative products contribute to the inheritance of Confucian traditions.

The study focuses on the cultural elements embedded in product design, including symbols, stories, and rituals, and how these are reinterpreted and represented in the products. Through case analyses and interviews, the research evaluates the practical impact of cultural and creative products on the transmission of Confucian culture and assesses the contribution of Tainan Confucius Temple to local cultural connections. This study not only enhances understanding of the role of cultural and creative products in cultural heritage but also provides practical recommendations for the preservation of Tainan Confucius Temple and Confucian culture.

**Keywords: Cultural and creative products, Cultural elements, Confucius Temple**

---

<sup>2</sup> PhD student, Department of Air Traffic Management, Taiwan Ocean University

