

## 香之緣與業-新港香藝地方文化館之案例研究

郭漢鎧<sup>1\*</sup> 成宇光<sup>2</sup> 王龍德<sup>3,4</sup> 李世宏<sup>5</sup>

<sup>1\*</sup>國立虎尾科技大學休閒遊憩系所 副教授

<sup>2</sup>國立台中教育大學英語學系 副教授

<sup>3</sup>國立虎尾科技大學休閒遊憩所 碩士生

<sup>4</sup>圳頭窯藝術空間 執行長

<sup>5</sup>國立虎尾科技大學通識教育中心兼任助理教授

### 摘 要

隨著時空變遷，台灣特有的香及金紙產業，已逐漸沒落成夕陽產業，而製香過程中所展現的獨特工藝價值也隨之日漸隱沒。民國九十三年新港香藝地方文化館創建，以傳統製香工藝與休憩產業相結合的經營模式，企圖為臺灣傳統香藝文化另闢新境。在近十年的經營之後，確在保留傳統香產業及擴展香藝文化內涵上，奠定了相當經營規模。本研究擬從休閒產業質化研究輔以量化分析的面向，剖析香產業文化的在地意涵，並以「新港香藝地方文化館」所提出的在地性、產業性、文化性、知識性及教育性之文化創意概念，分別客觀評析香藝館在保存香之傳統文化資源中所扮演的角色，企圖了解香在現代生活與休憩行為間依存的脈絡，並探索香藝多元的文化意義與其新創再生的契機。同時，亦可提供「新港香藝地方文化館」建立永續經營模式之參考依據，為其勾勒出短、中、長期的有效經營方針與策略。

本研究以遊客問卷及訪談方式，調查收集質性研究資料。經 SWOT 質性解構分析新港香藝地方文化館內部資源之優、劣勢及外部環境的機會與威脅，再以 TOWS 矩陣交叉分析萃取出新港香藝地方文化館之短、中、長期經營的策略。問卷的量化解析則以描述性統計分析新港香藝文化館遊客的基本屬性及旅遊特性，再以獨立樣本 T 檢定及單因子變異數分析(One-way ANOVA)個別檢測上述屬性及特性對新港香藝地方文化館參訪動機認知之差異性。分析的結果將提供「新港香藝地方文化館」規劃更具前瞻性的創意經營策略，促進香藝文化產業發展成新港鄉獨具深層文化意涵特色及經濟效益的地方休閒產業，具體落實「文化延伸、衍生文化」的文創永續發展概念。

**關鍵字：**地方文化館、休閒產業、傳統文化資源、經營策略、永續發展



## 壹、前言

社區營造而發展地方資產形成地方特有文化,已是未來觀光業、文化創意產業、生態社區永續發展首要條件,循此一軌跡規範與制定文化政策才能符合永續經營的目的與未來性。因此在這範疇為了將這些一系列有效連結,即發展地方文化館,就如前文建會主委陳郁秀〔1〕表示建立地方文化館的特色:(一)由地方社區的人士策劃與經營,才能夠發揮當地特色與文化特質,這樣所發展的產業才能實際與地方結合而落實生根。(二)形成地方文化訊息發散的源處,並與其他文化館做連結,互動而突顯地方文化館的特質。諸此之外,「地方文化館」設立至始至成的行動是異於過往由上而下,非將資源集中於興建文化館舍硬體的作法,而是將資源投注於既有的空間加以修繕整理,以協助地方及再激發社造居民主動充實軟體建設與永續經營〔2〕,同時也是保存鄉村、自然與環境品質、傳統魅力和特色、文化資源,其反應出一個國家真正的文化與國力〔3〕,也說明文化是可以延伸與衍生的一創意產業。

民國八十三年推動「社區總體營造」以社區認同自己的鄉土,透過回溯過去去感受自然遺留下來的文化環境景觀,同時由尋憶過程建立自信心、尊嚴與榮譽感。社區總體營造外在行動之長期的經驗,以及進行推展「地方文化館計劃」的過程,實際發現許多被視具保存意義與價值的文化資產,這些行動顯示另一意義也說明充分促進社區民眾參與的熱忱,凝聚地方共識與整合社區資源,具社區生態博物館的精神與性質與展現地方文化的特色。實際上,經營地方文化館是個複雜的議題,形塑歷程中,社區意識與地方特色發展的概念常常扮演著發動機的角色,不過因政治、經濟、宗族、利益等複雜關係牽引,往往公部門的期望與在地居民意識間產生互動的角力〔4〕,使得多元不均落差的互動過程會導致「公與在地」兩者所期望的趨勢與結果產生「名不符實」的現象〔5;6〕,所以為使公與私部門兼顧保存地方文化與振興地方觀光並

永續經營,已是地方文化館積極思考的問題〔7;8〕。

文化藝術不僅為文化與藝術原本的範疇,其實也可以發展成為具商業價值的產業,其價值在於創意、想像力和美質,這如以商業生產消費和創意知識兩大層次論述〔9〕以及與許多學者〔10;11;12;13〕的看法大同小異,說明以技術媒介和商品形式再次呈現具文化之形與物,此重新生產的過程就可以稱之文創,其創造和再製生產過程中對社會福利與工作創造有潛藏效益的事業,均為文化產業,這與陳其南〔3〕說法相似,其實都在解說是以文化波及效果漸次使文化消費參與成為必要的休閒模式與一種生活格式,才具生命力與維繫地方文化永續的元素〔14〕,然而不只這樣對於文化藝術產生價值的見解而已,其實是多元的。文化藝術產生可以於生活整體架構產生有限與無窮的價值,不過沒有經計劃推動發展,及可能無法衍生商業與經濟效益,可見文化策劃也可驅使經濟發展的原動力〔15〕。實現文化策劃就必須行動推展文化產業,藉由推展過程中所形成居民認同的社會效益及文化生產傳播營造出魅力的生活圈,這樣的生活圈具備歷史性、生活故事性、社會認同性、獨特性及經濟性,進而自然活絡區域或生態博物館概念之行動觀光的收入和文化衍生具產值的經濟效益〔16〕,這也是文化產業所期許達成目標策略之一〔9〕。建立地方文化館最佳的意涵是執行文化產業的催化劑,是一個媒介與轉植發揚光大的平台,除強化地方本身需具備相當的文化資源外,建立公私部門良好的合作關係、共同找尋未來發展的方向與情境,落實文化政策與文化產業生根發展基礎〔17〕。諸此形成了地方文化空間,如何將文化產業化振興與幫助相關產業活絡,實在需要有計劃〔18〕、分析與策略〔19;20〕,再經執行方能實現。活絡地方文化產業與文化館之後,如何永續經營,其管理效能扮演興衰的重要主因,其一些相關研究可以作為研究參考,如郭敏慧〔21〕探討縣市政府如何使地方文化館更有特色及其策略、楊宜晨〔22〕分析台灣地區文學博物館永續經營的可行性及其實務探討、陳慶坤〔23〕分析私立博物館的行銷策略,研究實務市場環境的變遷與調整營運方向、社



區文化創意產業創造者與傳播者的角色及永續發展經營的途徑、翁淑英〔24〕探討出台灣私立博物館如何面對永續經營的問題、〔25〕分析美濃客家文物館經營策略，勾勒經營策略藍圖，將美濃地區規劃為生態博物館而永續經營。然每個地方文化館有不同的地方特色，互相間仍有些不同的特質，唯實際分析研究才能有助於地方文化館的未來發展。

所以本研究以問卷及訪談調查收集質性資料方式進行解構分析地方文化館存在的意義與發展的方向，同時也以 SWOT 與 TOWS 矩陣分析經營策略，重新思考新港香藝地方文化館的定位與成長的經營方向，並再激發出社區營造之行動力妥善規劃地方文化館及多元發展之永續經營。

## 貳、研究方法

### 研究地點與園區配置

研究地點為嘉義縣新港香藝地方文化館，坐落於嘉義縣新港鄉菜公村 23-6 號，全區規劃面積 9977 平方公尺。園區建築配置區分為：香藝文化館、製香演藝場、香藝庭園餐廳、香藝主題民宿、馨香館、香料植物休閒區。香藝地方文化館內配置分為：(一)文化香：展示世界上用香文化，使參訪者認識各種不同的香與香料運用。(二)生活香：以食、衣、住、行、育及樂，來詮釋香應用在生活上具有多元的用途。(三)藝品香：展現「香」之珍貴原料。(四)原味香：展示和介紹用於傳統製香的原料，也陳列西方芬芳原料並解說其內容。(五)手做香：為 DIY 教室，體驗製香製作與打造屬於自己的藝術品。(六)情境香：綜合介紹香應用的範圍，試以現代手法模擬古代用香之情懷。(七)特展區：展覽活動區。(八)製香迴廊：兩側即以香的製作為展覽，讓參觀者了解與認識傳統製香的技藝。(九)新港香：販售區與香藝市集。

### 研究時間與取樣對象

研究時間於民國 98 年 7~8 月；取樣為隨機方式，對象來自新港鄉在地居民、參訪「新港香藝地方文化館」的遊客及「新港香藝地方文化館」的經

營者。

### 研究方法

使用「深入訪談」與「遊客問卷調查」兩方式紀錄分析，並將這些以 SWOT 與 TOWS 矩陣比較解析經營策略的內容。訪談對象為經營者與在地居民。問卷對象為新港香藝地方文化館的遊客。至於深入訪談程序以三階段式進行：分別為訪談前、正式訪談、訪談後三階段。(一)訪談前：先以電話、公文、E-mail 或親自禮貌性前往拜訪，自我介紹並說明本研究主題與目的。取得受訪同意後提供訪談大綱，在確認訪談時間與地點。(二)正式訪談：訪談時再次說明研究主題與訪談目的後，徵詢受訪者是否同意錄音？訪談對話中以不同的問題切入相同的主題，以確認受訪者回答之一致性。訪談內容採多元取向的選擇，以求客觀避免偏頗，且符合訪談蒐集資料的廣泛性。(三)訪談後：感謝受訪者的協助，並請受訪者同意訪談內容如有不足或疏漏，能否以電話或第二次的訪談。訪談進行原則皆以同步錄音方式記錄過程，訪談內容大致依循訪談大綱，訪談過程中，如遇有受訪者提出特殊論題，雖未在訪談大綱內，但如對主題有助益者，會依當時內容持續提問。關於問卷分析之研究運用方法包括：(一)信度分析(Reliability Analysis)說明問卷所測結果的可信度與穩定性，即測量問卷內容的一致性。當 Cronbach  $\alpha$  係數大於 0.7 為高信度值，其值高於 0.5 即具有可信度，小於 0.35 為低信度值，應予以拒絕〔26〕(Guieford 1965)。(二)描述性統計(Descriptive statistic)說明遊客之基本屬性及各項旅遊特性分配狀況。(三)獨立樣本 T 檢定性別對新港香藝地方文化館之參訪動機認知是否存在著差異。(四)單因子變異數分析(One-Way ANOVA)檢視遊客基本屬性與旅遊特性間是否存在差異。

訪談內容的設計，依據研究的目的與問題，針對新港香藝地方文化館經營策略元素之探討。訪談題綱設定以解構新港香藝地方文化館的優勢、劣勢、機會和威脅四部份為主要訪談的內容，同時以互動的方式激發受訪者提出有效的建言。由互動式開放的建言訪談中找出對於新港鄉香藝地方文化館內在資源及外在環境之影響的因素，並整理訪談



後之資料，以 SWOT 分析與 TOWS 矩陣解析新港鄉香藝地方文化館經營優劣互動發展的構面與永續經營的策略。

## 參、結果與討論

隨機便利抽樣進行實際到訪遊客之問卷調查，總計發放訪談問卷數量合計 250 份，問卷經篩選去除無效問卷後，彙整得有效問卷共計 200 份，有效問卷數佔總樣本數之 80%。信度分析之各構面  $\alpha$  值分別為選擇到新港香藝地方文化館參訪動機認知之相關值為 0.776 顯示量表之設計是具有高可信度。

### 遊客基本屬性

個人屬性使用敘述性統計分析，針對受訪者之性別、年齡、教育程度、職業、居住地、每月平均所得、婚姻狀況等七項目進行描述。

(一)性別：在有效樣本中，男性有 76 人，占樣本數的 38%；女性有 124 人，占樣本數的 62%。

(二)年齡：依據問卷中的分項，其中人數以年齡層「31-40 歲」的 71 人最多，占樣本數的 35.5%；「21-30 歲」的 54 人，占樣本數的 27%；「41-50 歲」的 33 人，占樣本數的 16.5%；20 歲以下的 32 人，佔樣本數的 16%；51 歲以上的 10 人，占樣本數 5%。就年齡層分析發現以 31 歲~40 歲者居多，其次則為 21 歲~30 歲。

(三)教育程度：大學 86 人，佔樣本數的 43%；高中職以下 61 人，佔樣本數的 30.5%；專科 30 人，佔樣本數的 15%；研究所以上 23 人佔樣本數的 11.5%。顯然，參訪遊客分佈在不同的教育程度，其中大部分為大學及高中職居多。

(四)職業：依據問卷中的分項，其中人數以職業類別為「學生」的 50 人，占樣本數的 25%最多；其次是「工、商業」的 49 人，占樣本數的 24.5%；再其次「服務教」的 45 人，占樣本數的 22.5%；「軍公教」的 34 人，只占樣本數的 17%；「家庭主婦」的 10 人，占樣本數的 5%；「自由業」的 7 人，占樣本數的 3.5%；「其他」的 4 人，占樣本數的 2%；「農林漁牧業」的只

有 1 人，占樣本數的 0.5%。

(五)居住地：依據問卷中的分項，其中人數以居住地為「北部」的 75 人最多，占樣本數的 37.5%；其次是「中部」的 74 人，占樣本數的 37%；再其次為「南部」的 48 人，占樣本數的 24%；最後是「東部」的 3 人，占樣本數的 1.5%。

(六)平均所得：依據問卷中的分項，其中人數以每月平均所得為「二萬(含)~四萬」的 75 人最多，占樣本數的 37.5%；其次是「無固定收入」的 63 人，占樣本數的 31.5%；再其次「四萬(含)~六萬」的 32 人，占樣本數的 16%；「二萬元以下」的 16 人，占樣本數的 8%；「六萬元以上」的 14 人，占樣本數的 7%。

(七)家庭狀況：依據問卷中的分項，其中人數以「未婚」101 人最多，占樣本數的 50.5%；其次是「已婚」的 93 人，占樣本數的 46.5%；再其次「離婚」的 5 人，占樣本數的 2.5%；「其它」1 人，只占樣本數的 0.5%。

### 遊客參訪動機認知分析

由表 1 顯示動機認知最高的前 5 項依序為「爲了要休閒遊憩」(平均值 4.17)、「爲了要度過美好的家庭旅遊時光」(平均值 3.96)、「爲了要和朋友培養感情、增進友誼」(平均值 3.88)、「爲了健康」(平均值 3.87)、「爲要了解製香產業」(平均值 3.83)，這些資料也間接說明目前國人面對繁忙的工作壓力，爲了舒緩緊張的生活，大都會藉由週休假日從事戶外遊憩的活動。這些不同屬性遊客參訪動機認知變異分析結果(表 2)：顯示年齡、職業及家庭狀況於爲了要度過美好的家庭旅遊時光屬性下顯著差異，其餘在 5%信賴水準下未達顯著。這些顯著與臨界差異之各別分析包括：(一)屬性「爲了要度過美好的家庭旅遊時光」顯示不同年齡層在此旅遊動機認知上有顯著差異，進一步比較分析發現「21~30 歲」、「50 歲以上」較同意參訪，而「20 歲以下」則較不認同。(二)據職業的不同也以「爲了要度過美好的家庭旅遊時光」屬性顯示差異，其職業中的農林漁牧業的個數只有一個平均數爲 5，影響差異性較大，也是問卷結果特別之處。(三)



不同家庭狀況於「爲了要度過美好的家庭旅遊時光」參訪動機認知呈顯著差異，發現「已婚」、「其他」均同意因「爲了要度過美好的家庭旅遊時光」動機認知而參訪，其中「未婚」、「離婚」的遊客則較不認同。

## SWOT 分析與 TOWS 矩陣分析

根據訪談資料分析及遊客問卷分析綜合整理比較，結果以內外部環境爲基礎而範疇條列式，如圖 1 將香藝地方文化館分成(一)內部資源分析其優勢與劣勢。(二)外部環境分析其機會及威脅。做一系統分析論述說明。前述新港香藝文化館的內部資源與外部環境分析結果，再透過 TOWS 矩陣分析(如表 3)，初步規劃香藝地方文化館經營策略，其中 SO 表示利用機會維持或形成更好的優勢；WO 表示利用機會克服劣勢；ST 表示利用優勢避免或弱化威脅；WT 表示減少劣勢降低威脅。

## 肆、結論與建議

透過如 Robertson [27] 研究城鎮維持活力之質性紀錄與分析問卷衍生說明之結果執行四種交叉性比對方式，可以發現替選機會與經營策略，說明如下：

一、SO 策略：(一)SO1：結合新港鄉整體觀光發展，因交通便利易於包裝香藝地方文化館成爲旅遊主要行程，同時藉整體規劃旅遊必需之食、衣、住、行滿足外客的需求、特色與品質，也是帶動香藝地方文化館與新港當地觀光發展。(二)SO2：香藝地方文化館因宗教與經濟而深入社區脈絡，呈現與眾不同的在地特色，這些皆是當地居民共同的記憶與社區意識復興之最佳元素。(三)SO3：推廣香藝與舉辦成果展，延續香藝教育。(四)SO4：提升香產業至多元的構面，其一促使轉型創意設計爲主之產業，也就是將香之傳統爲基礎，多元的創意帶動生機、轉機及成爲地方文化特有產業。(五)SO5：運用傳播媒體主動行銷宣傳，自開館以來，因這樣推廣宣傳的效果，維持良好的績效，所以此應持續運用媒體達到推廣的效果。

二、ST 策略：(一)ST1：產業異質之同業建立合作關係或結盟，即結合附近旅遊景點如頂菜園鄉土館、板陶窯等具異質特有的旅遊點相互搭配結合爲知性的行程，豐富旅遊的深度。(二)ST2：藉由活發生動產出製香產業之教學素材，增廣對香製作過程的了解與吸引更多的遊客，近年來香多自大陸進口，促使許多製香師傅不再從事製香的工作，如將製香情境推展爲一藝術的範疇，除留住專業師傅外，也此地方文化題材更加永續經營。(三)ST3：提供專業人力服務與政府合作多元就業方案，能提供在地人就業機會，更培訓更多專業導覽人員，延伸社區營造的基礎與影響力。

三、WO 策略：(一)WO1：充分結合當地的人力、物力及財力，使參與居民更有榮譽感，發揮香藝文化館在地性的功能。(二)WO2：同時結合附近新港鄉有奉天宮周邊景點有新港鐵路公園、頂菜園鄉土館、板陶窯等景點，使成爲國內套裝旅遊之一的選項，促進當地休閒觀光的發展，將可提升香藝地方文化館的訪客數量與頻率。

四、WT 策略：(一)WT1：透過網路數位化整合資源，藉由網路資訊傳達。(二)WO2：館內部的展陳不斷更新使館不因時間而仍具競爭力，經常性維護管理而保持館之新鮮感，也使遊客維持良好的參訪體驗。上述分析總結如表 3。

以TOWS矩陣分析有效的策略，進而提出短、中、長期規劃的目標，作法如下：

(一)短程目標的規劃：因休閒觀光的趨勢，獎勵推動傳統產業轉型，同時推展創意產業的設計，將傳統產業與文化設計結合。其短程的規劃重心在實現「文化觀光化」及「文化產業化」爲目標。

(二)中程目標的規劃：落實「文化資產保存」爲目標，將製香傳統產業數位化典藏保存，且不斷研發技術符合時代的需求，展現台灣傳統產業文化與眾不同的軟實力與永續經營的企圖心。

(三)長程目標的規劃：透過長期累積的社區共識及其特有之文化資產，將新港香藝地方文化館爲



主軸，輔助異質、同質產業結盟，建立合作生產生態鏈之關係，隨時代而創新與永續經營。

上述分析總結如表 4。

建議新港香藝文化館想創造生機，必須定位清楚，其一可彰顯因香藝印象形成鄉之地方特色，如 Schofield [ 28 ] 所研究一樣將此類香藝自然規劃成一另類文化休憩，同時串連整合地方資源，延伸「在地方文化生活圈」的概念並加以發揚在地社區意識，同時建立分享資源、人力支援、互動式推廣教育、共同宣言及網路傳媒等共享互助機制，有如社區總體營造過程由下而上民主化方式進行建構社區環境成爲生態博物館，並將生態博物館形成的元件與模式逐一實踐與建立 [ 29 ; 30 ]，以這樣的核心價值，研擬適合現況或未來發展，綜合提出下列參考與方向：(一)除原有的導覽解說外，舉辦 DIY 體驗，可利用寒、暑假期間開辦親子 DIY 或學生體驗活動營，此不僅可以傳承技藝，也可以往下扎下香藝文化推廣教育的工作。(二)爲使香藝文化生活化，每年可舉辦「香藝產品創意開發競賽」，邀請新銳設計師參與設計生活商品，將產業結合生活美學，並將創作與知名創意行銷合作，藉由商業合作打造香藝生活實用的價值與特有文化之流。(三)文化藝術結合製香產業，以香藝品創意設計產業爲導向的知識經濟發展及兼顧傳承，達到「文化延伸、衍生文化」的積極目標。(四)推廣旅遊教育套裝行程，規劃將文化、休閒、產業結合的香藝文化之旅，爲地方產業帶來新的經濟發展。(五)以新港香藝文化館傳統的製香工藝技術，策劃出香藝的文化內涵爲主題核心，藉由各式傳媒解說香之憶與業，帶動文化傳承之觀光與休憩永續發展。

## 謝辭

由衷感謝國立虎尾科技大學教學發展中心以教學卓越計畫協助研究過程，本報告才得以順利完成，同時撰寫的心得也豐富教學上相關的內容。感謝大學部學生黃琪芳積極幫忙完成問卷及訪談，才有今日報告的成果。

## 參考文獻

1. 陳郁秀 2003. 文化創意產業發展計畫。台北市：行政院文化建設委員會。
2. 吳密察 2003. 文化創意產業之規劃與推動，研考雙月刊 第236期。
3. 陳其南 1995. 社區總體營造與文化產業發展。「文化·產業」研討會暨社區總體營造中日交流展論文集，頁4-7。
4. 林陽杰 (2001). 社區博物館的籌建與發展—以南投縣牛屎崎鄉土文史館爲例，碩士論文，彰化師範大學藝術教育研究所。
5. 莊孟榮 2000. 探討北投溫泉博物館的形塑過程與居民參與機制，碩士論文，雲林科技大學工業設計系。
6. 蔡姍姍 2002. 博物館公辦民營以委託基金會營運模式之研究—以台北當代藝術館爲例，碩士論文，南華大學美學與藝術管理研究所。
7. 傅朝卿 2003. 台灣古蹟與歷史建築保存修復與再利用的困境與期待。建築學報69: 42-49.
8. 鄭伊峨 2005. 文化與觀光之間—前清打狗英國領事館觀眾研究，碩士論文，台南藝術學院博物館學研究所。
9. 古宜靈、辛晚教、廖淑容 2005. 文化生活圈與文化產業。台北市：詹氏書局。
10. Harvey, D. 1988. The condition of postmodernity. Blackwell, Oxford.
11. Wynne, D. (eds) 1992. The cultural industry: the arts in urban regeneration. London UK, Avebury.
12. Thrift, N. 2000. Performing cultures in the new economy. Annals of the association of American Geographers 90(4): 674-692.
13. Scott, A. J. 2004. Cultural-products industries and urban economic development: prospects for growth and market contestation in global context. Urban Affair Review 39(4): 461-490.



14. 謝明娜 2008. 歷史建築再利用為地方文化館之經營策略研究—以桃園縣大溪藝文之家為例, 碩士論文, 國立台北教育大學藝文產業設計與經營研究所。
15. 李錫東 2009. 文化策劃實務。台北市: 字河文化出版有限公司。
16. 黃世輝 2004. 地方文化館的發展與地方知識的詮釋。台北市, 中華民國博物館學會。
17. 廖淑容、周志龍、古宜靈 2000. 文化產業生根與地方發展. 都市與計畫 27(3): 117-139.
18. 吳思華 1996. 策略九說—策略思考的本質。台北市: 麥田出版社。
19. 陳兆仁 1997. 地區性產業發展規劃與策略之研究—以金門為例, 碩士論文, 中興大學都市計畫研究所。
20. 黃瓊瑩 2001. 高雄縣文化生活圈發展策略之研究, 碩士論文, 中山大學公共事務管理研究所。
21. 郭敏慧 2005. 縣市文化局執行地方文化館之計畫研究—以台中縣為例, 碩士論文, 南華大學美學與藝術管理研究所。
22. 楊宜晨 2005. 台灣地區文學博物館經營管理之研究, 碩士論文, 南華大學美學與藝術管理研究所。
23. 陳慶坤 2003. 私立博物館經營與管理---兼論樹火紀念紙博物館, 碩士論文, 國立台灣師範大學美術系在職進修研究所。
24. 翁淑英 2005. 台灣私立博物館永續經營策略探討—以鳳甲美術館為例, 碩士論文, 台南藝術學院博物館學研究所。
25. 王秀美 2004. 地方文化館經營策略之規劃研究—以美濃客家文物館為例, 碩士論文, 國立台南藝術學院博物館研究所。
26. Guieford, J. P. 1965. *Fundamental statistics in psychology and education*. 4th.ed., McGramn-Hill, N.Y.
27. Robertson, K. A. 1999. Can small-city downtowns remain viable? A national study of development issues and strategies. *Journal of the American Planning Association* 65(3): 270-283.
28. Schofield, P. 1996. Cinematographic images of a city- Alternative heritage tourism in Manchester. *Tourism Management* 17(5): 333-340
29. Davis, P. 2004: Ecomuseums and the democratization of Japanese museology. *International Journal of Heritage Studies* 10(1): 93-110.
30. Ohara, K. and Yanagida, A. 2005. Ecomuseums in Miura Peninsula – A case study to build network model.- pp.41-48 “Museum and Citizenship” M. Maggi (ed) *Museo e Cittadinanza*, QR IRES. No.108.



表 1 參訪遊客動機認知分析(N=200)

測量變數	平均數	標準差	順序
1.爲了要休閒遊憩	4.17	0.651	1
2.爲了健康	3.87	2.212	4
3.爲了要度過美好的家庭旅遊時光	3.96	0.772	2
4.爲了和朋友培養感情、增進友誼	3.88	0.793	3
5.爲要了解製香產業	3.83	0.796	5
6.因爲宗教活動(新港奉天宮)	3.32	0.938	8
7.無(有)意安排純粹好奇而來	3.60	0.868	6
8.只是順道參觀而已	3.43	0.974	7

表 2 不同屬性遊客參訪動機認知分析(N=200)

屬性	性別		年齡		教育		職業	
	T值	P值	F值	P值	F值	P值	F值	P值
1.爲了要休閒遊憩	-0.653	0.515	0.394	0.813	0.460	0.710	0.506	0.829
2.爲了健康	-1.236	0.218	1.090	0.363	0.286	0.835	0.617	0.742
3.爲了要度過美好的家庭旅遊時光	-0.486	0.628	6.464	<b>0.000*</b>	0.525	0.665	2.736	<b>0.010*</b>
4.爲了和朋友培養感情、增進友誼	-0.528	0.598	2.340	0.057	0.726	0.537	1.518	0.163
5.爲了要了解製香產業	-1.482	0.140	2.253	0.065	0.422	0.737	0.718	0.656
6. 因爲宗教活動(新港奉天宮)	-0.611	0.542	1.949	0.104	1.092	0.354	1.050	0.398
7.無(有)意安排純粹好奇而來	1.583	0.115	0.560	0.692	0.655	0.580	1.638	0.127
8.只是順道參觀而已	0.852	0.395	1.009	0.404	0.661	0.577	0.307	0.950



表2 (續)

屬性	居住地		所得		家庭狀況	
	F值	P值	F值	P值	F值	P值
1.爲了要休閒遊憩	0.533	0.660	1.275	0.281	1.524	0.210
2.爲了健康	0.195	0.900	0.729	0.573	0.385	0.764
3.爲了要度過美好的家庭旅遊時光	0.308	0.820	1.905	0.111	3.541	<b>0.016*</b>
4.爲了和朋友培養感情、增進友誼	0.976	0.405	1.667	0.159	0.243	0.866
5.爲了要了解製香產業	0.758	0.519	0.904	0.463	1.534	0.207
6.因爲宗教活動(新港奉天宮)	0.461	0.710	1.851	0.121	0.735	0.533
7.無(有)意安排純粹好奇而來	0.590	0.623	0.536	0.709	0.449	0.718
8.只是順道參觀而已	0.330	0.804	0.845	0.498	0.482	0.695

\* $p < 0.05$ 呈顯著性

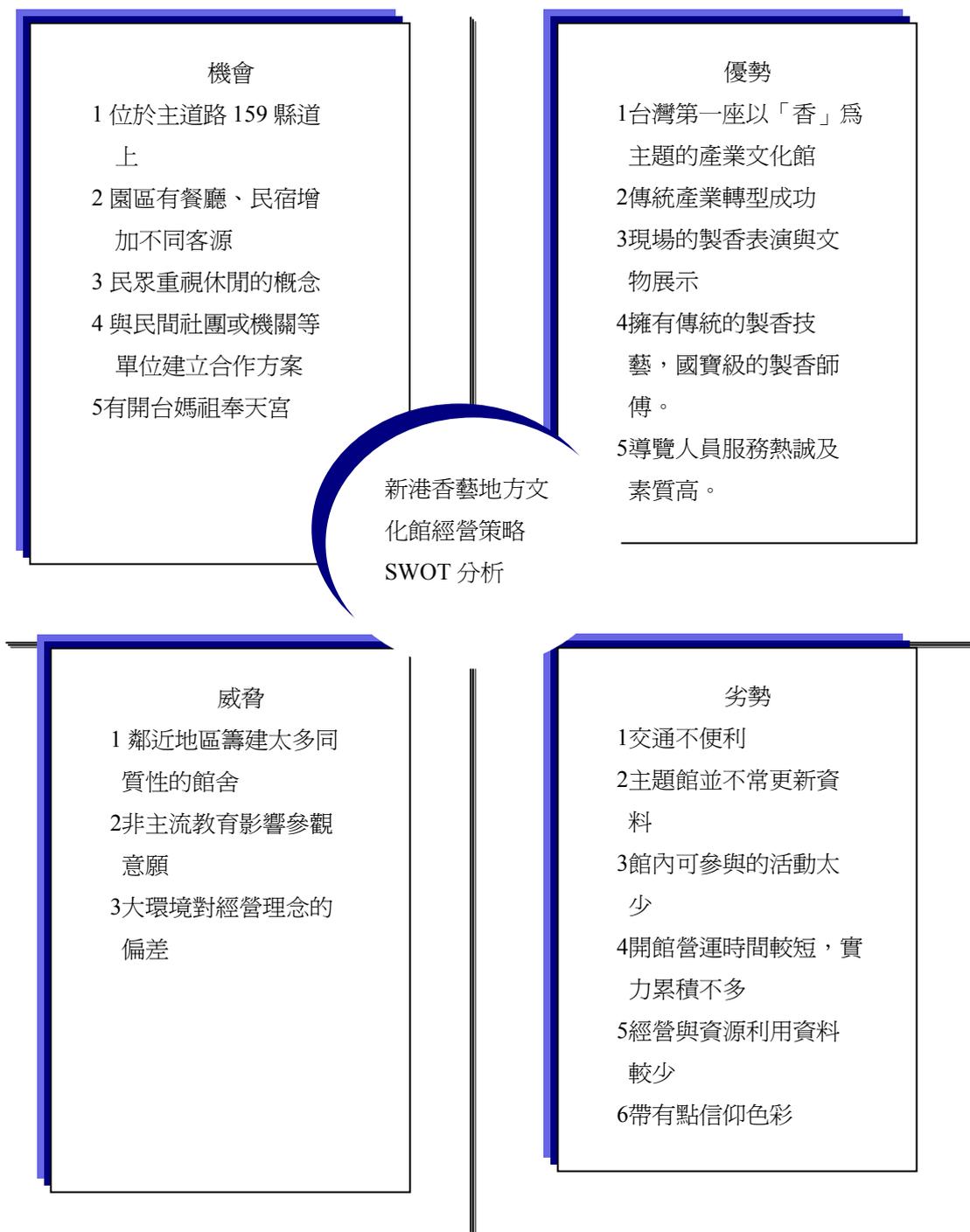


圖1 經營新港香藝地方文化館SWOT分析圖

表 3 新港香藝文化館經營策略 TOWS 矩陣分析表

<p>策 略</p> <p>內 部 分 析</p> <p>研 擬</p> <p>外 部 分 析</p>	優勢 (S)	劣勢 (W)
機會 (O)	SO 策略 (運用優勢—利用機會)	WO 策略 (克服劣勢—利用機會)
<p>1.位於主道路 159 縣道上</p> <p>2.園區有餐廳、民宿增加不同客源</p> <p>3.民眾重視休閒的概念</p> <p>4.與民間社團或機關等單位建立合作方案</p> <p>5.有開台媽祖奉天宮</p>	<p>1.結合新港鄉以觀光發展為施政方向，作為民眾參觀旅遊的行程</p> <p>2.香藝文化館深入社區脈絡，發揮在地特色</p> <p>3.辦理評鑑工作、舉辦成果展</p> <p>4.促進創意設計為重點的產業發展</p> <p>5.運用傳播媒體，主動行銷宣傳</p>	<p>1.與當地的人力、物力及財力充分結合</p> <p>2.結合國內旅遊，促進當地觀光發展</p>
威脅 (T)	ST 策略 (發揮優勢—避開威脅)	WT 策略 (改善劣勢—避開威脅)
<p>1.鄰近地區籌建太多同質性的館舍</p> <p>2.非主流教育影響參觀意</p> <p>3.大環境對經營理念的偏差</p>	<p>1.產業異業、同業結盟建立</p> <p>2.作為製香產業教學的素材</p> <p>3.提供專業人力服務</p>	<p>1.透過網路數位化整合資源</p> <p>2.館內部的展陳不斷更新以提升競爭力</p>



表 4 新港鄉香藝地方文化館短、中、長期經營之規劃、目標與策略

階段性	目標	經營策略
短期 (1-3年)	文化觀光化	1.以香藝地方文化館為核心帶動新港鄉觀光發展。 2.與媒體建立良好關係，達到宣傳效果。 3.結合國內旅遊，促進新港觀光發展 4.館內展陳不斷更新以提升競爭力。
	文化產業化	1.促進香藝文化相關創意設計為重點產業的發展。 2.充分結合當地的人力、物力及財力，突顯在地文化的特色。
中期 (3-5年)	文化資產保存	1.製香產業數位化與保存。 2.舉辦成果展，整合成果形成休閒社造之資源。
長期 (5-10年~未來)	永續經營	1.凝聚社區共識及文化資產，共同營造新港鄉香藝地方文化館成為台灣香藝文創之重鎮。 2.發展新港社區之套裝行程，推動異業、同業產業互相結盟的共生策略，發展永續經營。



# Destiny and Karma of Incense: A Case Study of Hsin-gang Incense Craftsmanship Gallery

Han-Hwang Gwo<sup>1\*</sup> Yu-Kuang Cheng<sup>2</sup> Tony Ong<sup>3,4</sup> Shih-hung Lee<sup>5</sup>

<sup>1\*</sup> Associate, Dept. of Leisure & Recreation National Formosa University

<sup>2</sup> Associate, Dept. of English National Taichung University

<sup>3</sup> Master Student, Dept. of Leisure & Recreation National Formosa University

<sup>4</sup> CEO, Ong Art Space

<sup>5</sup> Adjunct Assistant Professor, Center for General Education National Formosa University

## Abstract

With the passage of time, incense and traditional Taoist paper money craft industries that once characterized Taiwan have declined. With the demise of the old industry, the unique craftsmanship of incense-making has also become obscure. Hsin-gang Incense Craftsmanship Gallery (known as Gallery hereafter) was established in 2004. This art landmark intends to open up a new frontier for Taiwan's traditional incense-making by a management mode combining traditional craftsmanship with the tourist and recreation industries. This study explores the locality significance of incense-making from a perspective of quantitative along with qualitative dimension. This paper makes good use of the concept raised by the Gallery: i.e., a concept of cultural innovation in aspects of locality, industry, culture, knowledge, and education. It comments in an objective manner on the preservation of incense-making tradition and its role of interaction with local community and clubs. This study intends to understand the role of incense played in contemporary people's life, recreation, and leisure. It explores multi-cultural significance of incense-making craftsmanship and its turning point of rebirth and renovation. This paper moreover offers the Gallery a sustainable model as well as effective direction and strategy for short-, middle-, long-term management.

Qualitative data are gleaned from survey questions and interviews with tourists. The authors analyze strengths and weaknesses of the Gallery's resources, along with opportunities and threats of its outside environment by means of SWOT method, then use TOWS matrix analysis and obtain short-, middle-, long-term management strategy of the Gallery. Descriptive statistical data are used to analyze tourist characteristics of the Gallery and background information of its tourists. The authors use independent sample t-test and one-way ANOVA procedures to investigate grouping differences of the afore-mentioned factors with respect to motivation of tourists and their knowledge about the gallery. Results will afford the Gallery an innovative management strategy of great insight, thus helping the Gallery develop its incense-making industry with deeper cultural significance and become an economically effective local leisure and recreation industry. The Gallery can thus realize the sustainable concept of cultural innovation—continuing local culture and thus instigating multi-cultural development.

**Keywords: craftsmanship, cultural innovation, community, locality, sustainable**

---

Department of Leisure and Recreation National Formosa University,  
No. 64, Wunhua Road, Huwei, Yunlin, 63208, Taiwan.  
Tel: +886-5-631-5895  
Fax: +886-5-631-5887  
E-mail: ghh0426@nfu.edu.tw

