

行政院第3444次院會

提升客家軟實力推動情形


客家委員會

報告人：綜合規劃處江處長清松

104年4月16日



客家委員會
Hakka Affairs Council



大綱

一、前言

二、本會經費編列概況

三、提升客家軟實力三部曲

四、未來工作重點及展望

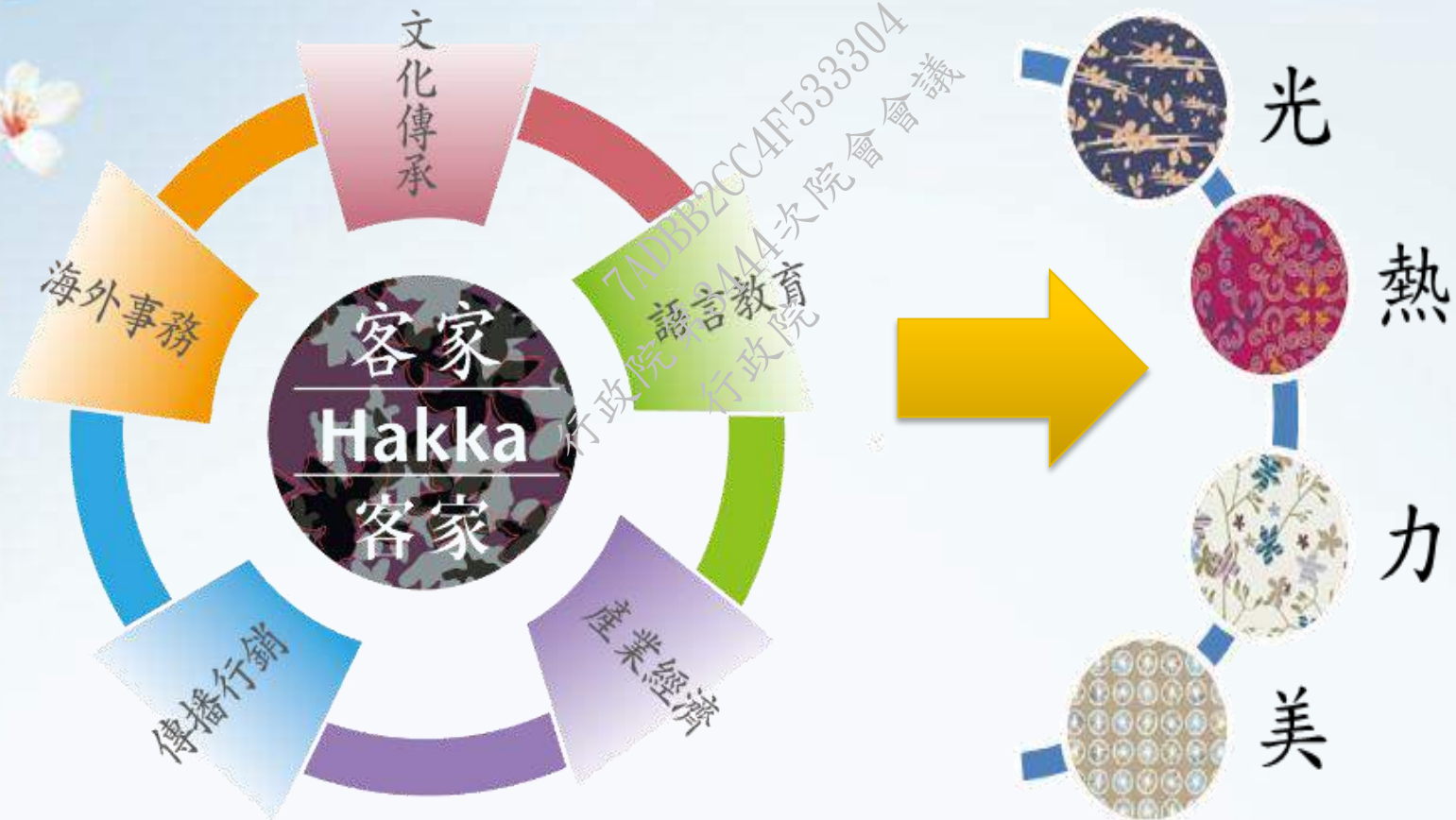


一、前言(1/2)

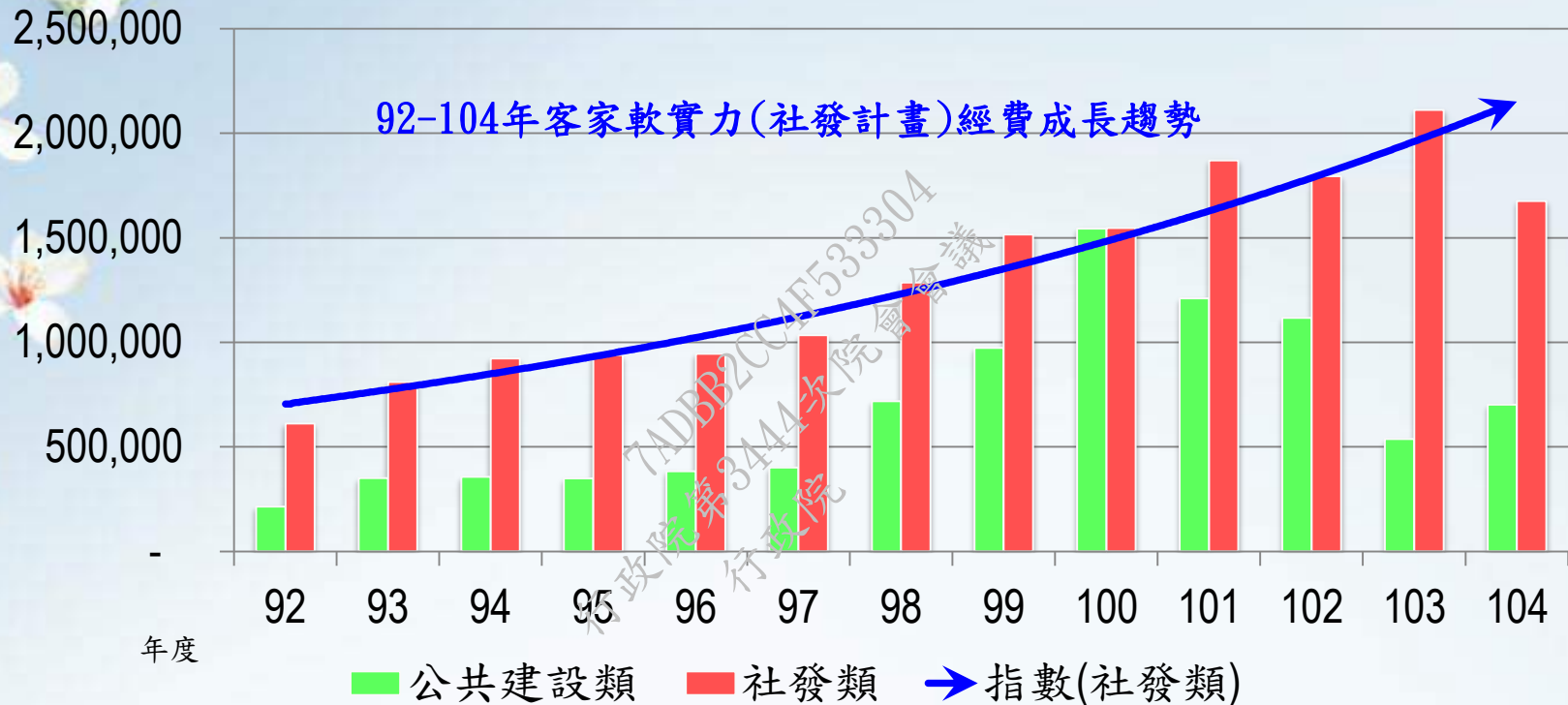
- 客家豐富臺灣的多元文化，客家族群是臺灣發展歷程中不可或缺的一環，也因此豐富了臺灣的多元文化內涵。
- 尊重多元文化發展，為臺灣開啟一條幸福大道

一、前言(2/2)

- 本會歷年來將復育客家語言、傳揚客家文化及繁榮客庄經濟列為重要施政主軸，亦代表了客家軟實力所涵蓋之範疇。



二、本會經費編列概況(1/3)

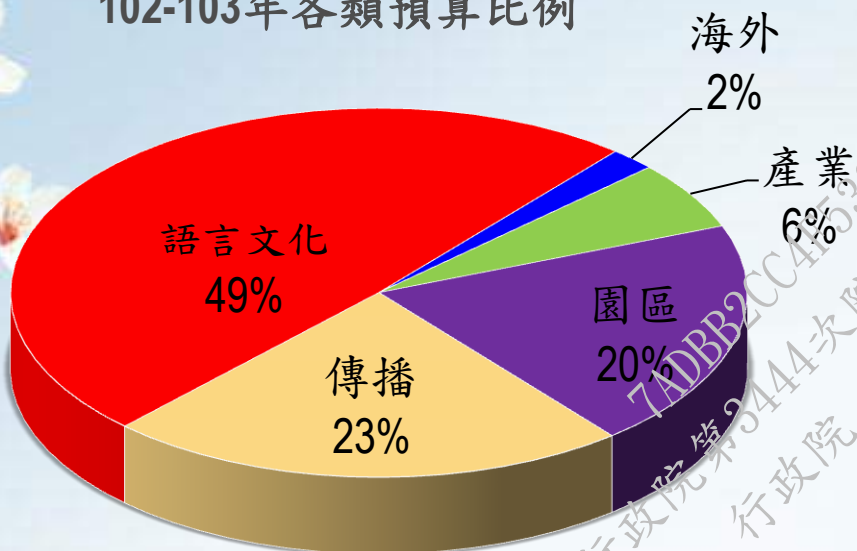


註：

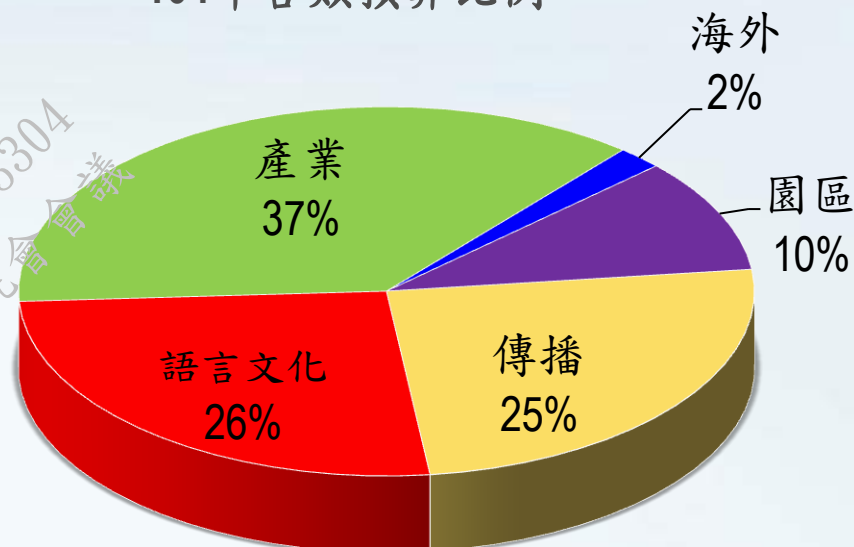
- 本會自105年起已研擬4年期中長程個案新興計畫「青年客家跨域增能計畫」及「客家流行音樂光熱計畫」2項，建請支持，以維持本會社會發展計畫之穩定推動。
- 本會公共建設經費因苗栗、六堆客家文化園區於100年及101年開園營運，及開園營運後之設施擴充所需，爰自99年至102年為經費高峰期。
- 本會以振興客家文化為使命，未來各項客家施政之推展，仍有「社會發展預算逐年遞增」之需要。

二、本會經費編列概況(2/3)

102-103年各類預算比例

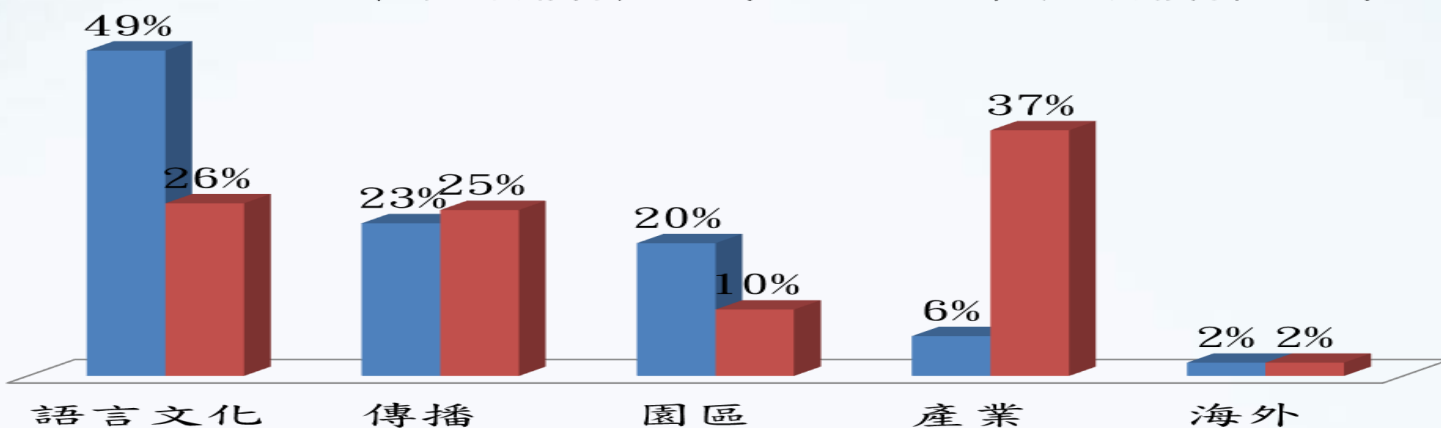


104年各類預算比例



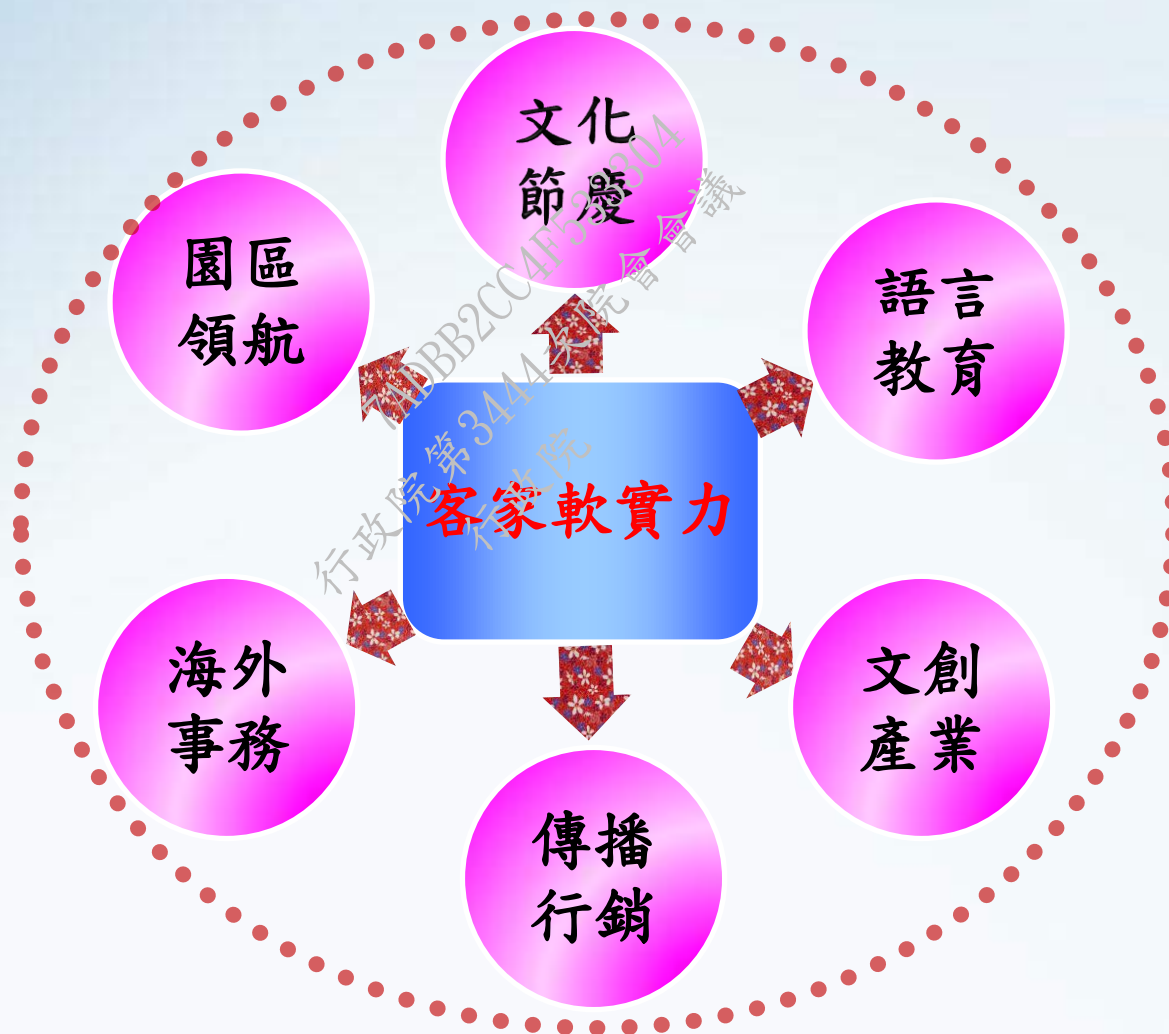
■ 102-103年各類預算比例

■ 104年各類預算比例



二、本會經費編列概況(3/3)

➤ 客家軟實力主要面向





三、提升客家軟實力三部曲

蒲公英隨風飄揚，落地生根並綻放生命

客家豐厚的文化底蘊雖歷經遷徙，仍編織一篇篇美麗感人的樂章，但面對大環境不利客家文化傳承的哀愁，要以**客家三部曲**為策略，提升客家軟實力

看見
客家

創新
客家

永續
客家



第一曲—看見客家

客家節慶、整合行銷是讓民眾親近客家的安排，藉以使大眾看見客家豐富臺灣多元文化之美

- 103年客家節慶，中央地方共創755萬人(主場)次參與
- 103年客家電視節目觸達率較102年提升2.51%
- 104年首部客語卡通播出，收視率達1.46



第一曲—看見客家(1/4)

➤ 結合中央與地方，103年度客庄十二大節慶，20個特色活動，主場參加人次計755萬人

- 竹東天穿日
- 客家山歌比賽
- 六堆祈福尖炮城
- 新埔花燈迎天穿
- 六堆嘉年華

- 苗栗頭份四月八客家文化節

- 客鼓鳴心鼓王爭霸戰

- 雲林詔安客家文化節

- 臺東好米收冬祭
- 國姓搶成功
- 高雄客家文化節

- 苗栗公館客家福菜文化節



1月

2月

3月

4月

5月

6月

7月

8月

9月

10月

11月

12月



- 苗栗火旁龍
- 寶山打中午文化季
- 東勢新丁版節

- 客家桐花祭

- 桐舟共渡歸鄉文化節
- 三義雲火龍節

- 新竹縣義民文化祭
- 【旗艦計畫】

- 新竹縣國際花鼓藝術節

- 客家傳統戲曲收冬戲

第一部曲—看見客家(2/4)

客庄十二大節慶-本會

本會與高屏六堆12鄉區合作辦理「六堆嘉年華暨六堆運動會」，是客家族群唯一的運動會，有「大武山下小奧運」之稱。



本會辦理之「客家桐花祭」，104年規劃以「花現客庄」為主軸，結合14個縣市、112個地方政府、民間團體及學校，推出1,000多場活動，邀請大家同遊客庄，共下閩熱，並編寫浪漫版的桐花祭主題歌曲。



第一部曲—看見客家(3/4)

- ▶ 製播客家形象系列短片：98年起每年以系列短片方式呈現客家文化新意象，已製播《客家好親近》、《客家好趣味》、《客家好愛你》及《來者是客·相遇更有味》等，風格溫馨、幽默詼諧，突破傳統刻板印象，強化大眾對客家文化之認同，帶動製播微電影風潮，98年更榮獲網路票選「臺灣地區10大廣告影片」、101年獲「華文時報金像獎企業形象別佳作」、「年度十大精選行銷類微電影」、「臺灣年度創意十大廣告」等獎項肯定。



第一曲—看見客家(4/4)



➤ 首部原創客語卡通推動情形

- ❖ 103年完成本會首部原創客語卡通《酷客歷險記》全8集製作，內容以6種客語腔調發音，並適度融入客家元素，豐富國內客家卡通資源，收拋磚引玉之效。
- ❖ 前期宣傳以託播主題曲MV、行動發光巴士、辦理試映會、卡通人物見面會、手機APP刮刮樂活動及推出LINE貼圖之方式，帶動話題與收視風潮。



第二部曲 — 創新客家

文化是一門好生意

運用客家文化符碼發展客家文創，導入經紀人概念推展客家表演藝術，扮演點火的角色，讓客家跨出文化加值的第一哩路



第二部曲－創新客家(1/5)

➤ 強化產業優質形象 打造專屬品牌認證

品牌客家

97年迄今，共輔導
549件客家特色商品
，另通過200件商品
認證、3家通路標章
授權，及嚴選16家認
證餐廳



培力客家

97年迄今，培育客家
人才數逾1萬6,000人
次，輔導及帶動創業
或就業人數近2萬人
次



美學客家

97年迄今，輔導業者
達544家次；開發6款
客家文化意象布料；
另舉辦客家創意服飾
設計比賽



第二部曲－創新客家(2/5)

➤ 創新產業行銷策略 推廣客家五感體驗

食在客家

自101年度起，運用培訓、輔導及行銷之三合一機制，完成輔導認證3家「示範餐廳」與13家「認證餐廳」

玩在客家

分期推動客庄5大區域產經整合，首期推辦臺3線-「茶產業」，輔導完成12家茶文化體驗商家，並串連規劃6條套裝遊程；廣續推動六堆地區，以「醞生活產業」為主軸，辦理14家客家產業亮點業者輔導

買在客家

自97年起，陸續舉辦好客連年2008~09臺灣客家博覽會、第1屆客家特色商品國際展、臺灣客家魅力嘉年華及臺灣客家產業博覽會等活動計132場次，吸引近240萬人次參觀，協助1,580家次客家業者營運展售



改造後



第二部曲－創新客家(3/5)

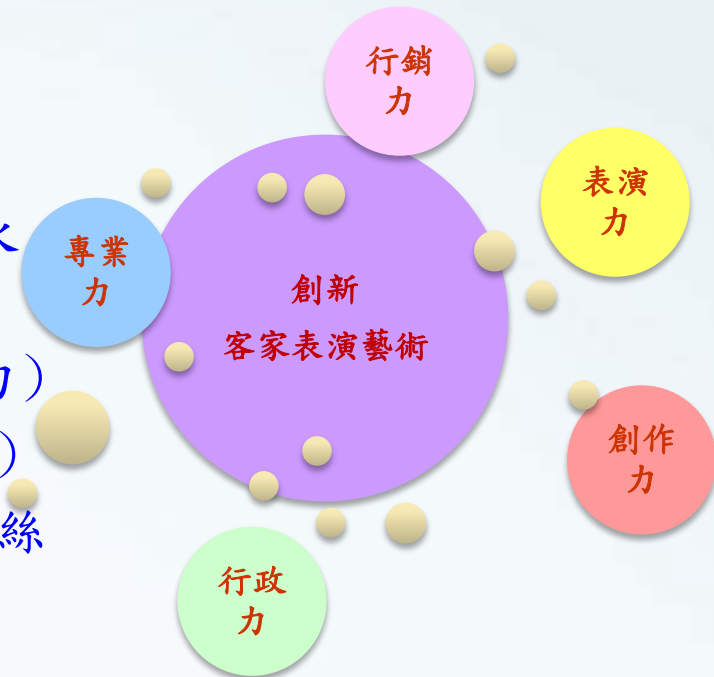
▶ 輔導客家藝文團隊，建立經紀人制度

❖ 目的

- 政府發揮點火功能，提升藝文團隊專業水準，培養欣賞客家藝文人口，協助藝文表演團體朝自給自足方向經營，不需長期仰賴政府經費挹注。

❖ 作法

- 洽接及統籌演出與行政事務(行政力)
- 有計畫性地提升演藝團隊/個人專業水準(專業力)
- 長遠性培養表演藝術創作團隊(創作力)
- 建立演藝團隊/個人分級機制(表演力)
- 形象打造、推廣行銷及經營觀眾和粉絲社群(行銷力)



第二部曲—創新客家(4/5)

客家文化生活環境營造成果

97年至104年3月底止「客家文化生活環境營造計畫」核定661案；另為提升客家文化館舍營運功能，推動社區參與館舍活化，核定補助221案



◆ 常民生活場域的營造
- 花蓮吉安客家縱谷第一庄

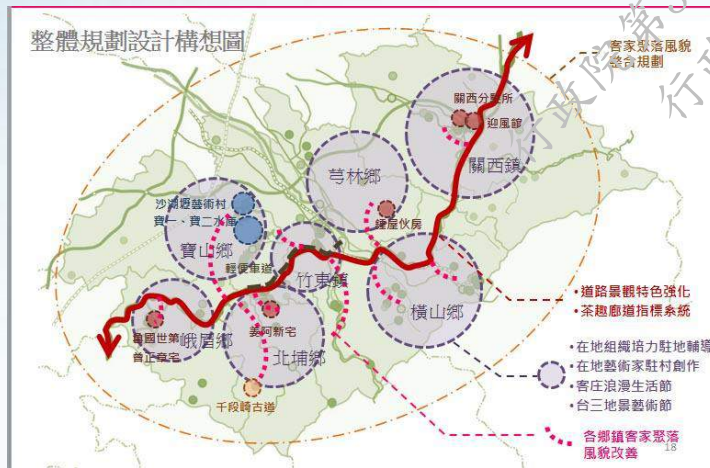


◆ 蕭如松藝術園區活化經營



第二部曲—創新客家(5/5)

- 跨部會合作—與農委會、內政部合作
 - ❖ 本會生活環境營造與內政部「均衡城鄉發展推動平臺」及行政院農業委員會「農村再生跨域合作機制」進行跨部會資源整合。
- 跨縣(市)資源整合—結合「客庄區域產經整合計畫」輔導成果辦理



資源盤點

產業資源：
農業、觀光業、在地特色產業

景觀空間：
聚落景觀、產業景觀、公共空間、歷史及特色建築、古道...

人的資源：
族群特徵、人口組成、在地人物及地方組織...

文化資源：
歷史、民俗節慶、文化及產業活動、古蹟及歷史建築、文化館舍...

自然資源：
地理環境、水文、動物...



◆ 新竹縣客家茶趣廊道（臺3線）跨域整合規劃案

第三部曲—永續客家

推動多年期藝文團隊扶植計畫、客家技藝樂學、蒲公英行動計畫、政策與學術策盟聯盟、南北客家文化園區雙燈塔發光計畫，期待發揚簡約利己、熱情利他精神，培植客家新世代人才，鼓勵青年投入志願服務，形塑大器客家，促成客家永續發展



第三部曲—永續客家(1/6)

- ▶ 輔導客家藝文團隊成長：102年起首度補助3年期計畫團隊，以支持優質客家藝文團隊進行長期演出及經營規劃。



104年將全新編製客家大戲「婆媳風雲」再登國家戲劇院演出。

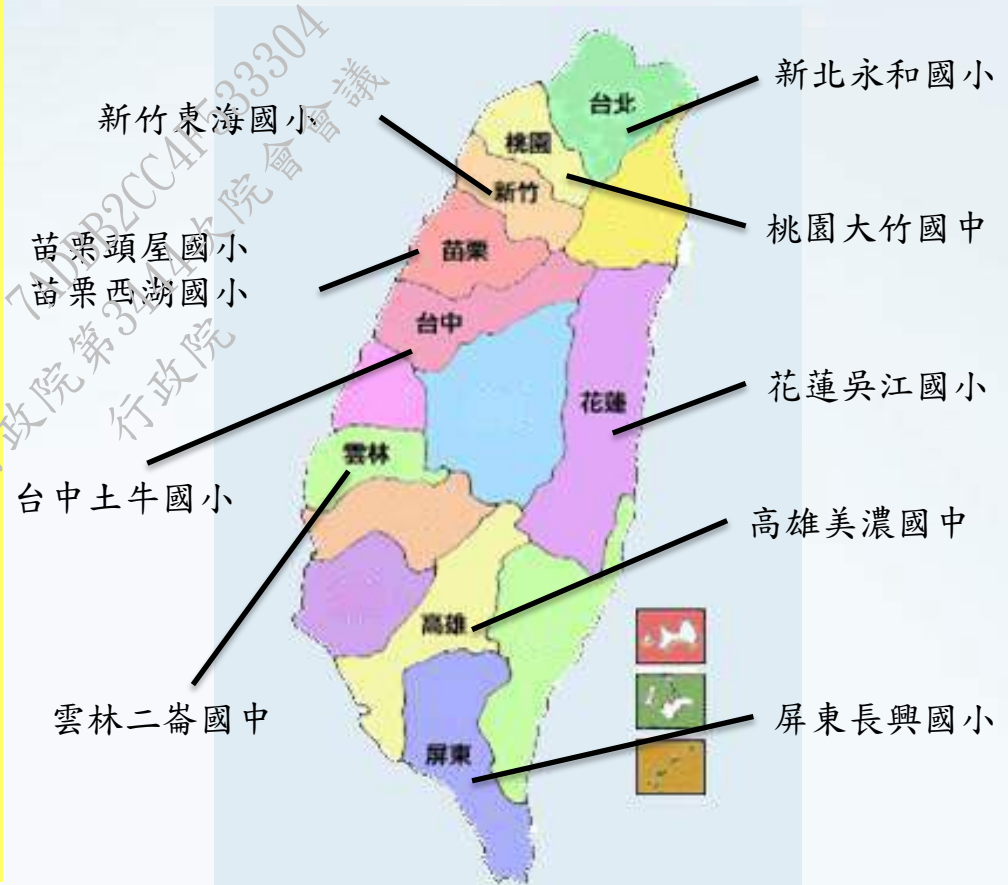


榮興客家採茶劇團103年5月，「莎士比亞全球國際學術研討會」，製作演出客家大戲「背叛」。

第三部曲—永續客家(2/6)

10所參與試辦學校

▶ 客家文化技藝樂學試辦計畫，客語學習不中斷：104年1月至2月於寒假期間辦理，提供深入體驗學習族群文化與技藝的機會，自然融入課程中，讓客家語言及傳統技藝在校園廣受接納及使用，吸引學生學習客語及傳承客家技藝的興趣。



第三部曲—永續客家(3/6)

- 籌組客家青年志工團，為激起客家青年的熱情，實現「找回青年傳承客家」之目標，特融入「社會企業」概念，以志願服務形式，鼓勵青年朋友投入客家事務，藉由甄選「蒲公英行動計畫」，串聯參與之青年，呼應行政院「為青年人找出路、為老年人找依靠；也為弱勢者提供有尊嚴的生存環境」。



第三部曲—永續客家(4/6)

- ▶ 建構政策官學合作平台：本會與國內三大客家研究重鎮—國立中央大學、交通大學及聯合大學簽署合作備忘錄，為客家政策官學合作，奠定厚實的學術基礎與倡議平臺。



第三部曲—永續客家(5/6)

南北客家園區的設立

➤ 客家基本法第13條

推動全球客家族群連結，建設臺灣成為全球客家文化交流與研究中心



六堆客家文化園區

(屏東內埔-30公頃)

100年10月22日開園

定位-全方位客家文化體驗園區，
為客家田園生態環境體驗及環教
場域



苗栗客家文化園區

(苗栗銅鑼-4.32公頃)

101年5月12日開園

定位-全球客家文化與產業的交流
及研究中心，為「學術為體、展
示為用」的博物館型文化園區

第三部曲－永續客家(6/6)

苗栗客家文化園區

- 作為客家表演藝術演出交流平台，規劃南北園區客家主題展示。



- 收藏中西文客家圖書1萬5千餘冊，進行海內外客家研究，建置客家文資數位典藏資料約10萬多筆。

藝文展演

研究典藏

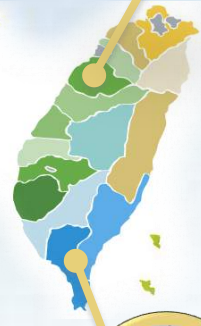
產業推廣

入園人次

- 建置南北園區好客美食餐廳、好客等路區，作為客家產業展銷平台，帶動周邊區域旅遊經濟產值。



- 南北園區自開園至104年3月底止入園民眾逾678萬人次。
- 103年度遊客平均滿意度為92.46%。



六堆客家文化園區



四、未來工作重點及展望



光

找回青年傳承客家，激起客家青年的熱情，傳承與發揚客家文化。

統合語言、文化、科技與通路，發揮傳播與行銷客家綜效。



熱

整合學術能量，打造世界客家學術研究重鎮。

客家文化全球在地化，在地全球化，展現創新力與穿透力。



力

打造富麗客庄，結合地方政府發揮綜效，落實世界客家新都願景。

深化苗栗及六堆兩園區的特色亮點，發揮園區雙燈塔之角色。



美

找回失傳延續客家，保存客家傳統音樂、技藝及人才培育。

豐富並強化客家節慶活動特色與內涵，透過活動融入文化傳承與教育的意義。

簡報完畢

承蒙您 恁仔細



歡迎大家同遊客庄，立即體驗客家文化
就從2015客家桐花祭開始

►播放2015客家桐花祭影片

