第三章　研究分析

第一節　新埔鎮背景環境

一、 客家人的移民歷史

客家文化源遠流長，古意濃厚。史料記載，客家先民是古代中原為躲避戰亂及自然災害而大規模遷移南方的漢人，他們歷盡艱難險阻，有組織地整村整族群體遷徙，閩粵贛三省交界地區，成了他們最主要的落腳處。歷史上經過五次大遷徙的客家人，因閩粵地區生存空間困頓，明末清初始陸續大批移民來台。經過三百多年的發展，現今台灣約有四百萬客家人，佔台灣總人口數的五分之一，他們遍佈全省各地，北部的桃竹苗三縣市及高屏地區的六堆，是台灣客家族群的主要聚落區。

身為台灣三大族群的客家人，予人簡樸、奮發及努力打拼的印象，這項特質也反應在客家飲食上。客家菜特點的形成，與客家先民早年的生活環境及物資缺乏有很大關係。其因地域、氣候及農作物等因素，使各地區發展出風味不同的客家飲食特色；換言之，客家族群長期在遷徙中漂泊，對於吃雖不十分講究，但卻非常有其特色，同時從中反映了客家人生活的智慧，與勤勞刻苦、節儉堅毅的特質。客家族群，因困苦的生存方式，造就了能幹的客家婦女，在窮困艱辛的環境中，為求一家溫飽，不得不自行生產或向大地尋找各種食物，並加以變化，或曬乾醃製儲存以備不時之需。柿餅（圖 3-1）也是在這樣的背景下，所創造出來的。

「唐山過臺灣」的艱辛過程，不但塑造了臺灣客家人的內聚力，也開啟了臺灣客家的新視野：面對臺灣多樣化的自然山川與多元、險惡的族群處境，必須更加落實因地制宜的移民本色，因而以全然不同於中國原鄉的方式，打造了風貌殊異的客家新故鄉。臺灣客家先民因地制宜之生存智慧，發展形成了新的客家社會，整合了原鄉的地域差異，不但擴大了客家族群的寬廣度，也回頭肯定了原鄉

的文化價值。例如，新竹縣的客家文化，就是融合了四縣、海陸、饒平等地區的客家先移民與道卡斯族原住民、泉州福佬等多元文化而成。

圖 3-1：新埔柿餅

朱盈珍 攝（2005）

二、 新埔的地理環境

1． 地理位置

新埔鎮（圖 3-2）位於新竹縣東北方，東接關西鎮，西臨竹北市，南接芎林鄉，北接湖口、楊梅及龍潭等鄉，全鎮面積佔地 72 餘平方公里，土地肥沃、氣候溫和，平地及山坡地的農業均為發達，鎮民多以農業為主，誠實簡樸、克勤克檢，因祖先多來自粵省海丰，故以客語為主要方言。

圖 3-2：新埔鎮地形圖

國立交通大學國際客家研究中心（2001）

2． 開發軌跡

新埔舊稱「吧哩嘓」，位於鳳山溪流域中游，原為平埔族打獵的荒埔。乾隆年間，枋寮新埔相繼成庄，由於開發時間較早，到了嘉慶年間，新埔商業極盛，幾乎與竹塹城不相上下。

3． 舊農產、新復興

從保存完整的家祠以及被列為古蹟的廟宇（圖 3-3）及古厝群建築，就可看出客家文化過去輝煌時期的端倪，象徵過去繁榮風光的古蹟已成為人們心中的記憶，而柿餅、水梨以及新式的客家米食、花卉生態等農遊景點，隨著公路的普遍開通，以及國內週休二日旅遊的日盛，新埔風潮才正要以文化、商業、休憩觀光的新面貌重新開啟中。

圖 3-3：新埔義民廟

新埔鎮公所全球資訊網（2001）

4． 地形

新埔鎮民以務農維生，包括柿餅、水梨以及觀光休閒農場等產業活動，均是受到當地天然地形與特殊的九降風氣候型態影響。新埔主要為丘陵地形，凹凸不平的丘陵凹陷處，當地人依地形群聚而居，形成特殊的「窩湖」聚落景觀，近年新埔極力發展精緻觀光農業，這些聚落也逐漸發展出各具特色的農遊點，如九芎湖及箭竹窩等休閒農場。（註：凹地中較寬廣的稱為「湖」；兩山間狹隘的凹地稱為「窩」）。

5． 氣候

此地氣候乾燥少雨，每年 9 至 12 月旱坑里區會出現乾燥的九降風，使得新埔鎮旱坑里自然的地理與天候條件，完全符合柿餅製作過程中最重要也最需要的曝曬（圖 3-4）、乾燥及脫水等要件，所以才能製作出口感十足的「新埔柿餅」。

圖 3-4：新埔旱坑里曬柿場

朱盈珍 攝（2005）

6． 客家風、宗廟情

新埔鎮居住百分之九十的客家人，生活簡單，刻苦又耐勞，在建築方面亦有獨特的形式，鎮民日出而做，日落而息，耕田而食，鑿井而飲，為保守淳樸的族群與鄉鎮。這些固有的客家傳統文化經過文風鼎盛、人文薈萃走到農業的沒落，在劉家祠堂、和平老街以及雙塘屋等積極保存的客家古蹟中都依稀可見往日光環。除了這些華麗三合院建築，走在新埔鎮上，飄香的傳統客家菜香依舊，從空氣中似乎仍可見傳統客家市鎮歷久彌新的風情（新竹縣枋寮國小全球資訊網，2003）。

三、 九降風

新竹風聞名全台，積極推動中的風力發電，就是拜風所賜。常在氣象報告中聽到幾級風，風按照強弱的程度來分級數，依據地面或海面上物體被風吹動之情形加以估計，目前已經擴展到 17 級。以新竹來說，冬天的時候常常會吹著九級風，風速達到每秒 20.8 到 24.4 公尺，已經強到可以吹倒煙囪，損壞建築物。新竹之所以成為風城，與地理位置有密切關係。台灣和中國大陸相隔著台灣海峽，而到了新竹這一段，距離對岸的泉州只有 170 公里，是台灣海峽最狹窄的地方，形成一個地理上的瓶頸，而這個區域剛好又是季風很盛行的地方，當強烈的季風從東北方吹來，通過這個瓶頸的地域時，風因為被擠壓而變得更加強猛，正是竹風有名的原因。

所謂季風是指隨著季節大規模改變方向的風。冬天的時候，海洋的空氣比陸地的空氣暖和，因海洋的暖空氣上升，與陸地的冷空氣交流，所以冬天的季風是從陸地吹向海洋的冷風；到了夏天情況就正好倒反過來。因為亞洲有全世界最大的陸地，所以季風以亞洲的南部和東部最為顯著。台灣位處亞洲季風區內，夏天吹軟弱溫煦的西南季風，冬天則吹強勁冷冽的東北季風，所以無論是短時間的天氣變化或長時間的氣候狀況，均受到季風很大的影響。受台灣海峽擠壓的強風，

從新竹海濱灌入整個新竹地區，而新竹特珠的地形卻讓這股強風進入陸地之後，不但沒有減弱，反而變得更強。新竹的地形，從西邊的海濱往內陸依順序是平原、丘陵地、山地，北、東、南三面則是高山環抱，活像一個大畚箕，而朝海邊的開口很大，像是畚箕的口，所以又被稱作畚箕嘴地形。風就是從這個畚箕嘴灌進來，遇到丘陵後，活動空間變小，風也更加被壓縮而變得更急；再加上三面都有高山阻擋，把風都留在新竹，強風只好在大畚箕裡轉圈圈。

「九降風」一詞，最早出現於清康熙三十三年的《台灣府志卷七‧風上志》。內文中稱九月則北風初烈，或至連月，俗稱為九降風，即與九月起風有關。「九降風」一吹，天氣就轉涼來。竹風從古時候就很有名了，在清朝紀錄台灣風俗的書上提到：「竹塹多風，蘭地多雨，諺謂竹風蘭雨。」竹風，指的就是新竹一帶冬天都吹著猛烈的強風，常常可以達到九級，跟輕度颱風差不多。一旦強風刮起，停在路邊的機車被風吹倒了；田裡的稻穗被風打落；漁民也因為風浪太強而無法出海。新竹十分有名的米粉、柿餅、烏魚子以及風力發電（圖 3-5），都是因風而帶動的產業。新竹地區地景複雜，台地、平原、丘陵、高山和森林錯落分佈。大致上來說，北部的新豐、湖口及新埔地形屬湖口台地，西南方的寶山、峨眉、北埔和部分的新竹市為丘陵地帶，而東南方的五峰、尖石和部分的關西、橫山為山岳地帶，整體形成所謂畚箕嘴地形，三面高而一面開口向海，故每當季風一起，在地勢影響下風力更形猛烈，橫掃新竹平原，由上述原因可知為何新竹是風的故鄉。

圖 3-5：新竹湖口的風力發電機群

行政院國家科學委員會（2004）

四、 新埔柿餅業的發展

新埔舊稱「吧哩嘓」，位於鳳山溪流域中游，原為平埔族打獵的荒埔。乾隆年間，枋寮、新埔相繼成庄，開發時間較早；嘉慶年間，新埔的商業到達極盛期，幾乎與竹塹城不相上下。因為曾經有過輝煌時期，所以新埔的文化史蹟非常豐富，家祠多而保存完整，古厝群建築之美可說冠於全台，而水梨甜、粄條香 Q，柿餅之鄉遠近馳名。秋陽高清風爽，每年的農曆九月初，新埔這個地區都會因特殊的地形，颳起著名的九降風，隨著秋風的搖曳，伴隨著本地柿子的產季，孕育出新埔的特產：柿餅。臺灣地區生產的柿子大致分五種；次郎柿（圖 3-6）、四周柿（圖 3-7）、石柿（圖 3-8）、日本富有柿（圖 3-9）與牛心柿（圖 3-10）。日本富有柿外型最大，纖維較少，是近年來引進栽培的新品種，不過因纖維少只適合當脆柿食用。次郎柿、四周柿較罕見，牛心柿外型中等，產量為全台居冠，水份多、甜度差適合製作脆柿，也有苗栗部份地區用來製作柿餅，不過除了外觀稍大較美外，甜度與 Q 度都較差，難以打開市場。而北埔及峨眉地區所栽種的品種為石柿，石柿子甜度高、纖維多、口感佳、肉質細緻，最適合用於製作柿餅，只可惜外型較小不美觀。

圖 3-6：次郎柿

圖 3-7：四周柿

圖 3-8：石柿

圖 3-9：日本富有柿

圖 3-10：牛心柿

柿餅加工之歷史，在新埔鎮流傳已久。勤奮的客家子民利用當地乾旱的地理條件與九降風，把削了皮的柿子讓風慢慢吹乾，也利用太陽的輻射熱與不同的光波來讓柿子慢慢成熟（圖 3-11），而做出了好吃又極富營養價值的自然食品。黃橙橙的柿子置滿於棚架上，加上秋陽與九降風，是結合自然與應用自然的綠色環保觀念最佳寫照。現代人注重衛生觀念，除了承傳先人的智慧，更結合現代科學方法，製造出品質優良好的產品－柿餅、柿干及柿霜。

圖 3-11：曬柿子

朱盈珍 攝（2005）

第二節　柿餅的製作過程

台灣柿子主要的產地包括新竹、苗栗、台中、嘉義及台東等地，其中竹塹地區的柿餅產區大多集中在北埔鎮和新埔鎮旱坑里一帶，每年九至十二月的柿子產季一到，處處可見金黃色的柿子整齊的擺放在竹篾接受日照洗禮。竹塹地區能成為重要的柿餅加工區，主要歸功於當地特有的九降風，特殊的地理環境強化了東北季風的效應，配合乾燥少雨的氣候條件，天然的烘乾效果滿足柿餅製造過程最需要的乾燥條件。

青綠色的澀柿因含有單寧，連蟲都不敢咬，可是若將之削皮，再經日曬、捻壓、風乾後，澀味即可去除。柿餅的製作過程全靠人力，前後約需一個星期。柿餅加工流程繁瑣，先將新鮮柿子洗淨及削皮，再置於網架風乾，利用新埔地區獨

特的九降風，使之風乾成型。傳統柿餅製作過程如下：首先選擇熟度七至八分左右的青柿，然後清洗、削皮、去除果蒂後，置於圓形篩子上日曬，使之產生再生皮；次日將柿子翻面繼續日曬風乾；第三天再日曬後加以燻硫以防表皮發霉，並用手將之捏扁；第四到六天繼續日曬、捏壓；第七天燻硫後，即變成橙的柿餅。隨著科技的進步，現在的業者仍堅持採用日曬法的已經很少，大多採用烘乾機取代日曬，成功率高、產量大，只是風味與口感略為遜色。現代人相當重視養生之道，依柿餅所含成分而言，對降低血壓及咳嗽潤肺方面頗有助益，同時滿足口腹之慾且兼收養生之效。

經由削皮、日曬及脫水等程序精製的柿餅，不僅原有的營養成分被保留下來，更增添香甜的風味，並能長時間保存。當柿子經過重重加工程序，呈現僅餘 50% 半濕果乾狀時，即一般所稱的柿餅。一般而言，柿餅成品含水量約在 45 %，甜度介於 45～50 度之間，色澤金黃美麗。若再行乾燥至僅存約 30% 時，即為柿干；柿干的含水量為 31%～38% 之間，甜度介於 55～60 度之間，其色澤呈紫黑、質硬，外觀一層白色如霉粉末包裹，其實白色的粉末是柿餅於低溫保存時，由內往外釋出的葡萄糖，附著表皮產生的葡萄糖結晶，一般稱為柿霜（圖 3-12）。在精製柿餅成柿干的過程中，由於酵素的作用，柿子本身內含的蔗糖成分幾乎歸零，僅餘果糖及葡萄糖等醣類成分。而柿干表面狀似發霉般的白色碎屑粉末，事實上是葡萄糖外溢的自然結晶現象，稱為柿霜粉。除了柿餅可直接食用外，柿干常被用來配合中藥材燉煮雞湯，治療氣喘一類的毛病，柿霜粉更被視為昂貴的中藥藥材，有強化肺部機能的功效。此外，新鮮的柿葉用鹽水洗淨後，撕碎以開水沖泡，具稱亦能止咳化痰。曬乾後的柿皮加冰糖煮水，即為坊間流行可降血壓之柿子茶；甚至乾的柿蒂加水煮開都有治療打嗝、去除脹氣的作用。

圖 3-12：柿干

朱盈珍 攝（2005）

柿餅製作流程圖

步驟一：新鮮的柿子先經過挑選、分裝，送至加工廠等待處理。

圖 3-13：新鮮柿子

朱盈珍 攝（2005）

步驟二：去除多餘的柿蒂是整理柿子的第一道手續。

圖 3-14：去柿蒂

新鎮公所全球資訊網（2005）

步驟三：柿子必須先一個個送上機器，去除外側硬皮。

圖 3-15：柿子機去皮

朱盈珍 攝（2005）

步驟四：再經由手工去皮、整型。

圖 3-16：手工整理柿

朱盈珍 攝（2005）

步驟五：初步處理好的柿子整齊擺放，等待日曬。

圖 3-17：柿子上架

朱盈珍 攝（2005）

步驟六：傳統的作法是全程採用日光自然曝曬。

圖 3-18：傳統日曬柿子

朱盈珍 攝（2005）

步驟七：經過重重手續，柿子依保留水分的多寡，成為柿餅或柿干。

圖 3-19：柿餅及柿干完成品

朱盈珍 攝（2005）

第三節　擬定視覺設計策略與步驟

設計的活動過程中包含一些行動方案或計劃，這些方案或計劃包含了設計師的設計策略，其過程有分析、構想草圖及比例模型等，是一個持續進行的複雜程序，設計師可以將所訂定的設計方針及計畫，轉化至最後的設計決策中。設計策略的應用可避免冗長的決策程序，因此設計師必需有效的善用設計策略，而設計師在解決設計問題的方法上，也因所採用不同的設計策略而有所差異（Jones，1980）。

各學者及學派對於設計策略之定義皆有其不同的立場，以視覺傳達設計而言，是針對產品策略、產品定位、SWOT 分析、品牌定位、廣告策略、企業策略及市場背景等之全面性瞭解，並透過消費者生活型態族群定位之深度認知，訂定出符合目標消費族群之設計策略。設計策略可當成企業設計人員或設計事物依循的指導方向，反應出企業在未來市場行銷與技術進步的動向，同時用以協助產品、傳達、環境及識別設計的規範準則，並根據企業的設計因素與資源的評估，提出因應市場、技術、環境趨勢的設計目標與方向，可作為針對企業策略而產生的設計理念與作法（李新富，1996）。

依 Cooper & Press 的設計策略（圖 3-20），可瞭解企業在市場中的定位及企業產品線的分佈，建立設計語言。故本研究提出擬定設計策略與步驟的建議如下：

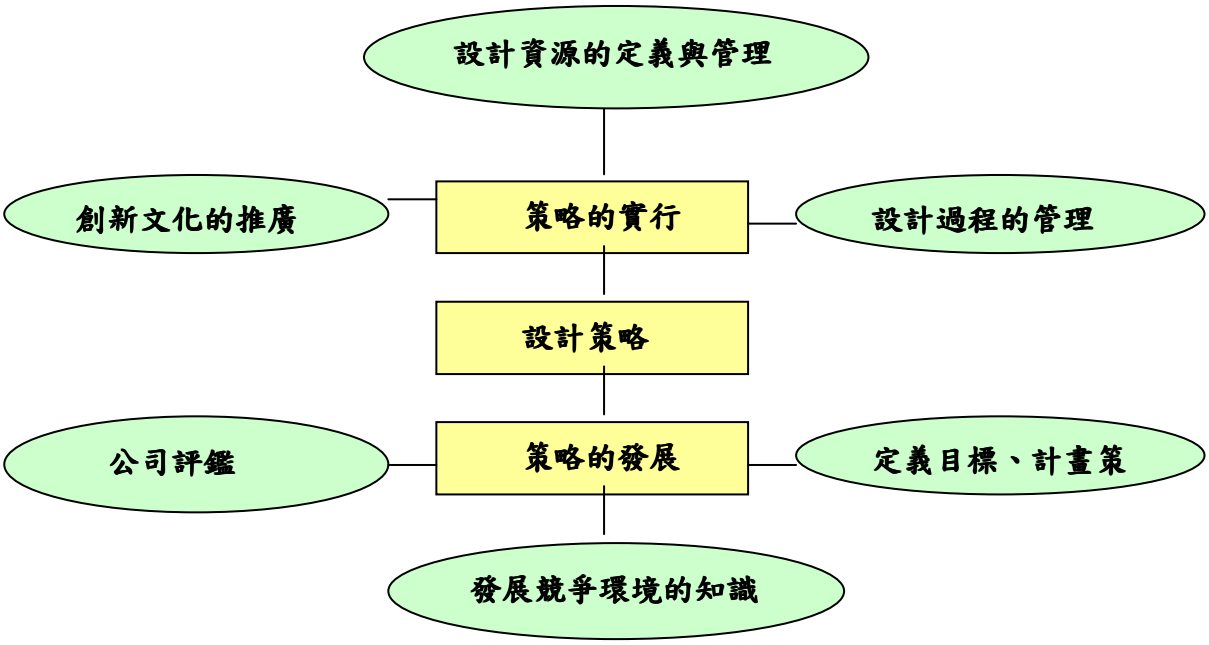

圖 3-20：設計策略主要元素與發展步驟

引用余宏毅之 Cooper & Press（1995）

一、 展開全國地方特色產業調查並提出相關的輔導政策

對地方特色產業輔導的深度與廣度，需經由對當地產業特性與成熟度深入調查，才能有效針對其不足處提供必要的協助。進行跨部會整合或協調，擬具全國性的地方特色產業輔導政策，並與各地方政府達成理念與方向的共識，使地方特產的輔導上有具體的貢獻，並強化與地方間的互助及互動關係。因此透過地方政府有系統的進行地方產業調查，普遍瞭解具潛力或代表性的地方產業發展現況，分析特色產品的價值作為未來各部會輔導與推廣的依據。

由於地方特色產業有許多不同的種類，而且從不同面向來觀察也具有不同的代表性，因此在進行全國性地方特色產業分級調查時，應針對各種可能的地方特色產業設立評估與輔導指標。以建立標竿型的地方特色產業，做為其他地方特色產業的典範。針對地方特色產業調查得出的結果，依其產品特色的品質、成熟度

等加以分級，分為適合外銷或是適合內銷的特色產品，進行不同階段的輔導規劃。

二、 中央與地方分工合作擬定分級發展策略

近年來政府已重新調整產業政策，並針對具有特色或群聚關係的地方文化特色或產業，協助轉型以繁榮地方經濟，並增加就業機會，促進社會穩定和諧。由於地方產業分布於全台各縣市，因此地方政府最能了解地方發展現況與需求；由地方政府參與輔導計畫，而中央政府擔任資源整合的角色，建立資訊與資源分享平台，整合各部會的資源，提高分工效率。且在行政院 2008 國家發展重點計畫中，已明示加強「發展創意型地方特色產業」，且實施地方產業視覺形象設計計畫之徵選（圖 3-1），以期透過視覺設計之創意思考，配合產品形象改善，同時整合地方特色與資源，讓地方上的文化傳承與經濟發展同步齊飛。

「地方產業視覺形象設計計畫」作業流程圖

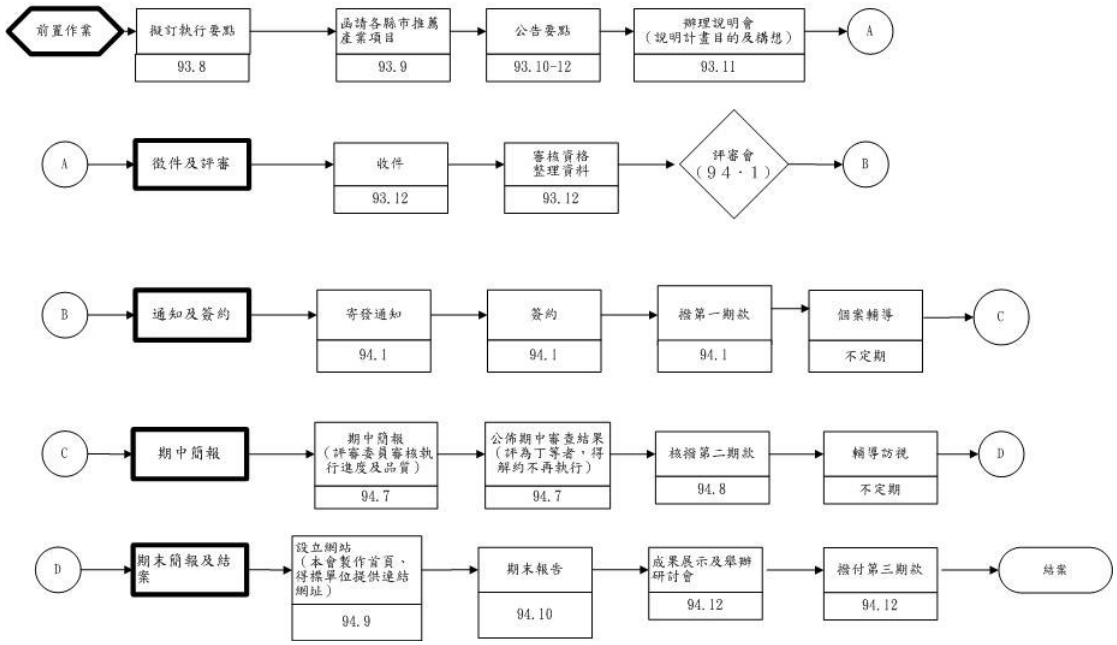

圖 3-21：地方產業視覺形象設計計畫作業流程圖

文建會（2002）

三、 推廣地方特色產業邁入國際化

產品具備好的品質及創意，才能具有國際競爭力。要使地方特產具備國際競爭力，須瞭解產品在經濟市場中的定位及產品線的分佈，並建立設計語言，進而藉由產品品牌視覺形象設計及國際行銷以立足全球。在全球化的浪潮下，透過地方特色產業建立屬於自己的特色，再結合美學元素，更可將地方特產行銷國際，在國際市場下取得一席之地。此外，利用國際交流活動的舉辦，形象廣告的推動以拓展國際知名度，吸引國外消費者注意，也是擴大地方特色產業商機的重要策略。泰國政府藉由義大利設計師的協助，賦予地方特色產品國際角度的形象包裝，便是很好的例子。（文化創意產業專屬網站，2006）

經由上列建議，設計師可以塑造新的消費文化與生活方式。建築與設計家 Marcel Breuer 曾說，「設計雖然要對顧客負責，但也必須要有對抗顧客的勇氣。」中小企業更須認知設計附加價值高。設計思考落實在企業組織，設計師被要求能夠幫助計畫產品製造及市場行銷策略，同時更要讓商品能夠吸引消費者的目光。從消費者角度來看，品牌等同於體驗及品味，提升消費者生活的美感經驗，就是設計的使用者體驗因素。以設計思考來說，應該讓工作或是企業組織富有創造力，不能被狹隘的角色控制住，必須找出一條實踐的道路。

設計是一種有形的服務業，不論是產品設計、視覺傳達設計或空間設計，都和我們的物質生活及精神生活息息相關。具體來講，它是生活文化的一環，肩負著提昇生活品質與文化水準的任務。設計資源更要跨領域的整合，透過多種管道增強與國外設計學術機構交流，並舉辦國際性研討與參與國際性創作展演，提昇研究視野；同時擴大人文、藝術、管理及資訊等知識體系之探討，強化異質設計思維空間，引領創新風格。

台灣產業正站在轉捩點上，引進設計策略創新管理的精神，具有正面意義。隨著產品上市時間急迫與人才短缺，各企業如何將設計價值鏈中，設計工作與資源做最好的安排，將成為企業獲利的重要關鍵。也因此，設計策略的擬定與管理儼然成為企業競相導入之學。現代設計所涉及的相關學科非常廣泛，它是藝術與工學的整合，同時和生理學、心理學、社會學、商學及管理學等有密切的關係；更重要的是，設計有一定的目的、方法和程序，並不像純粹藝術家的創作一般，設計應是感性和理性並重。