

壹、前言

一、計畫緣由：我國近年來積極推展文化創意產業，全力推動產業再造計畫，期帶動文化創意產業發展，加強扶植文創產業、型塑生活美學及培育文化素養等，更提倡以觀光服務業為就業引擎，提振地方發展觀光產業。本會為繁榮客庄，訂定客家特色產業發展計畫第2期（97至102年度）中長程個案計畫，積極協助開發創新的客家文化，輔導客家文化產業創新發展，使客家產業成為高附加價值且能跨越族群的文化創意產業，以提升客家文化的創新價值。泰國在文化創意產業、觀光旅遊及產業國際行銷等方面，均有傲人與亮麗的成績，為此，汲取泰國成功經驗與具體作法，足以收事半功倍之效，並避免閉門造車、以管窺天之窘境。同時，加強與泰國客屬團體之連結，足以提供本會推動客家事務之具體建議。

二、考察目的：

- （一）本會為中央主管客家事務專責機關，對海外客家社團付出關懷與支持，責無旁貸，尤其應提供客語與客家文化傳承之必要協助，同時，聽取客家社團對本會之期待與建議，作為未來施政之參考。
- （二）本計畫藉由考察泰國地方特色產業輔導及行銷計畫，汲取泰國經驗，期作為本會推動客家特色文化產業及輔導相關業者之施政參考。

三、主辦單位：行政院客家委員會企劃處

四、實施期程：98年12月2日至98年12月6日，為期5日。

五、考察成員及人數：

本次考察共計3人參加，人員如下：

- （一）領隊：鍾簡任視察青柏。
- （二）成員：企劃處吳專員克億、綜合處徐科員臺瑾。

貳、泰國暨城市簡介

一、歷史背景

泰國是一個君主立憲的國家，多世紀以來，一直是東南亞地區宗教、文化和多種民族的匯集地。泰境當地居民由多種民族組成，包括有泰人、蒙人、高棉人、寮國人、中國人、馬來人、波斯人和印度人，因此泰人體型、五官輪廓各異，而膚色深淺也有很大差別。泰國人口約 6,544 萬人，而華裔血統的泰人約占泰國總人口五分之一強，因此被稱為華僑最多的國家。全國人口大約有八成與農業攀上關係，農業直接或間接受到宗教的節日和儀式的影響，所以泰國是極具文化特色的國家。泰國主要官方語言為泰語，多數泰人信奉佛教，少部分信奉回教。

泰國與緬甸均源於傣族，緬甸稱為大泰、泰國稱為小泰，緬甸經常入侵泰國，在大城朝代時泰國為緬甸所滅，統治了 25 年，後為鄭信王收復淪陷的泰國，並成立了吞武里王朝。泰國近代王朝的歷史包括了四個朝代：素可泰朝代、大城朝代、吞武里朝代、卻克里朝代。現今泰國的首都曼谷為泰國第四個朝代的第 一任國王拉瑪一世，因國防因素遷都於此，泰國也因此得到安定。

二、泰國的發展

(一) 政治體制

泰國原為君主專制，1932 年 6 月 24 日革命後，改行君主立憲，實施民主國會制度，但直至 1946 年才有正式憲法，採三權分立，立法權屬國會，行政權屬內閣，司法權屬各級法院，泰王為國家元首且極具影響力。現任國王蒲美蓬(KING BHUMIBOL ADULYADEJ 1946--)登基迄今，是拉瑪九世國王。訪泰期間恰逢 12 月 5 日，泰皇

蒲美蓬 83 歲華誕。蒲美蓬深受泰國人民愛戴，於華誕期間泰國人民穿著黃色衣服為其祝壽，穿粉色衣服則是為泰皇健康祈福，整個泰國充滿祝壽歡樂的氣氛。



(大街小巷可見為泰皇祝壽之立牌)

泰國最高行政機關為國務院，總理由眾議院議長提名，經由參眾兩院議員通過後奏請泰王任命，國務院下設國防、外交等十四部。國會由參、眾兩院組成。參議院係地位尊崇備以諮詢之議事機關，可對眾院通過法案提出意見或予否決，但如眾院仍再以半數通過，則亦應接受。參議員係由總理於各階層社會賢達中推薦人選後請泰王任命，參議員必須不屬任何政黨，任期四年。目前參議院共有 260 席，每二年更換三分之一。眾議院則有 393 席，任期四年，全係由民選產生，為中央主要之立法與民意機構。

(二) 國家發展目標—願景 2020 (Vision2020)

泰國前總理塔克信來自企業世家，自 2001 年上任以來，努力打造成為「國家 CEO」，把治理國家視同「企

業」一般，實施各項改革措施，包括建立國營資產管理機構，以重整不良金融資產，設置鄉村基金及獎勵「一村一產品」(OTOP)運動等，改善偏遠鄉村人民生活，以縮短社會貧富差距。

2003年泰國通過國家經濟社會委員會(NESDB)之「願景 2020」(Vision 2020)提案，列為國家長期發展戰略目標。該提案內容涵蓋國家未來理想的 7 項「夢想」(Seven Thailand Dream)，其中包括：使泰國成為市場最有商機的世界領導者(World Leader in Niche Market)；推動適合泰國發展的產業，利用發展泰國具競爭優勢的產業成為世界市場領導者，具體目標如下：

- (1)「世界廚房」：發展泰國成為世界食品加工及保健食品中心。
- (2)「世界醫療服務中心」：吸引外國人前來就醫及保健養老。
- (3)「東方底特律」：發展汽車暨零組件及其相關產業。
- (4)「亞洲觀光資源」：擴大發展清邁及普吉島等地及開發泰緬東寮邊界觀光。
- (5)「亞洲熱帶服飾流行中心」：包括泰國絲綢、皮革製品及珠寶服飾品。
- (6)「世界電腦動畫及圖形設計中心」：發展電腦軟體與資訊科技。
- (7)「世界木製傢俱及裝飾品市場集地」：包括提倡一村一產品(OTOP)運動。
- (8)「世界級國際學校」：促進社會文化及國民智識與全球同步發展，以改善競爭力。
- (9)「世界橡膠及橡膠相關產品製造中心」：利用豐富天然資源創造產業競爭優勢。

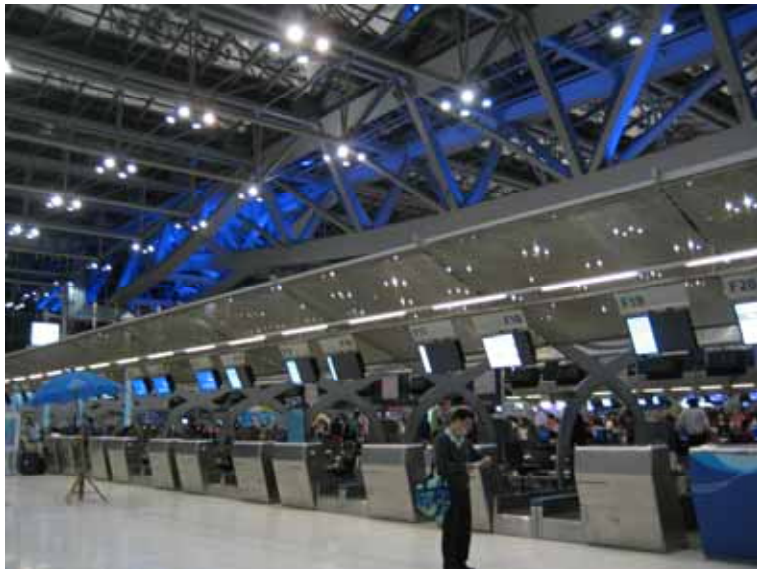
(三) 泰國城市

1、曼谷 (Bangkok)

據天下雜誌 398 期刊載，泰國人的天使之城曼

谷，這個包納了四百座佛寺的曼谷王朝首都，在全球化的時代，也是最能代表亞半球多元價值的創意之都。著名的《旅遊休閒》雜誌 (Travel+Leisure) 每年推選全球最佳旅遊城市，曼谷連續六年蟬聯亞洲第一、全球第三。西方人形容曼谷是「來了就不想走的東方城市」，每年近 1,400 萬觀光客中，歐美旅客就占去三分之一。曼谷能夠在亞半球脫穎而出，成為西方人最嚮往的東方城市，主要因為有四大優勢支持——地理、價格、文化創意和價值觀。

(一) 地理優勢：國際熱點地位難取代



(泰國曼谷蘇旺那普國際機場)

曼谷是東南亞第二大門戶，南來北往、東去西返，曼谷是必經的中繼站。不偏南不偏北的地理優勢，讓曼谷成為二十九個國際機構的亞洲總部，尤其是聯合國的次級組織，亞洲總部幾乎都設在曼谷。根據國際會議協會 (I C C A) 統計，曼

谷每年平均舉辦 70 次大型國際會議，在亞洲城市中排名第四，僅次於香港、新加坡和北京。除了北京，其他三個城市的平均國民所得，是曼谷的好幾倍。

(二) 價格優勢：老少咸宜且物超所值

根據美世人力資源顧問公司 (Mercer Human Resource) 針對全球 143 個城市進行的生活費用調查，曼谷排名第 129 名，是全球最容易生

活的大都會。當各大城市為M型社會衝突苦惱時，曼谷提供了應有盡有的價格選擇，消弭了貧富落差過大可能出現的矛盾對立。全球化的大都會多半是商旅貴族才享受得起的王公型城市，曼谷卻是一座最普羅的消費者城市。八百萬人口的曼谷，八百萬個微笑。

（三）文化創意優勢：整廠輸出全球

泰國政府是用「整廠輸出」的概念，在推廣曼谷的文創產業。例如泰國菜，政府提撥創業貸款，凡泰國人在國外開餐廳，只要經過政府認證，就可以獲得低利貸款，條件是要買泰國材料。目前全球已有兩千多家獲得泰國政府認證的泰式餐廳。泰國政府還補助餐廳訓練廚師，讓各地的泰國菜廚師到曼谷受訓。利用整廠輸出的手段，泰國制定了全球泰式美食、按摩、SPA 等生活產業的曼谷標準。

（四）價值觀中立：快樂做自己



（曼谷市區著名的四面佛）

曼谷最擅長利用對比的價值觀來賺觀光財。白天拜佛寺，晚上看色情。曼谷人總愛說「mai pen rai」（沒關係），反正有土就有米，有水就有魚，不需要為生存掙扎。曼谷是一個努力讓居民和旅客快樂的城市。它沒有悲壯的抗爭歷史，王朝來來去去，也沒有留下什麼心理創傷。立國八百年，從沒有發生饑荒。

曼谷在亞洲的城市發展中，擁有多項紀錄，包括「亞洲第一個有電車的城市、世界最大的舞台：在曼谷的 Siam Niramit 劇院」、「世界最高機場塔台：在曼谷蘇旺那普新機場，高 132 公尺」、「擁有汽車比例全東南亞最高：二十歲以上的泰國人，每 3 人就有 1 輛車」、「SPA 密度最高的城市：有將近 400 家 SPA 水療中心」及「亞洲政變最頻繁的城市：實施民主憲政 75 年，發生 20 次政變，平均每 3 年半就有 1 次」。



(曼谷市區高樓大廈林立)

2、清邁 (Chiang-Mai)

清邁位於曼谷北方 700 公里，地處海拔 300 公尺高的山谷，素有「北方玫瑰」之稱。清邁是泰國的第二大城，也曾是泰國史上第一個獨立國家——藍納泰 (Lanna Thai) 王朝的首都、宗教、文化及貿易中心，亦保有許多的文化遺產，又有「藝術建築之寶殿堂」之稱謂。由於夾處於泰、緬邊界，使得清邁融合了兩國的文化而形成獨特的色彩，又因位處喜馬拉雅山末端形成的山脈丘陵環抱，使得它與外世隔絕，當地的許多傳統文化、建築、服裝，乃至於美食、工

藝，至今仍有一分與泰國中南部截然不同的風貌，沿街傳統的商店有著早期 5、60 年代的臺灣風情，使人心生親切而顯得魅力十足。

今日的清邁人口大約 150 萬人左右，市中心是位於重建過的塔佩門東邊的塔佩路，特別是加崙巴特路（ Charoen Prather Road ）和昌康路（ Chang Klan Road ）附近，旅館、客棧和商店四處林立。清邁是泰國

主要高品質手工藝品製作中心，市區商場或夜市就可以買到製作精美的古物、銀飾品、高山部落鴉片煙管、刺繡、泰絲、棉製品、織籃、青瓷、銀器、家具、漆器、木雕及紙傘等。



（手工製作銀器）



（手工織布）

參、考察重點及行程

一、考察重點

(一) 客家社團

- 1、聽取對本會施政之具體建言。
- 2、了解客家社團現狀、語言文化推廣與傳承之困境。
- 3、未來規劃與展望。

(二) 文化加值產業推廣單位

- 1、組織架構、人力運用、經營管理與行銷策略。
- 2、如何從價值鏈角度進行特色產業加值，塑造地方特色產業賣點。
- 3、如何傳承發展特色產業，推動知識經驗，以及建立資源整合平台，發揮整體綜效，並導入國際視野，刺激特色產業創新。
- 4、結合周邊觀光、文化景點與文化產業發展之情形。
- 5、未來營運及發展方向。

二、考察行程

臺北—桃園中正機場—駐泰國臺北經濟文化辦事處—泰國臺灣客家同鄉會—泰國客家學研究會—泰國臺灣商會聯合總會—泰國創意設計中心—HARNN & THANN—清邁博桑傘村—清邁木雕工藝村—金湯普森泰絲博物館—藍象廚藝學院—札都甲週末市集—曼谷機場—桃園中正機場—臺北。

日期	天數	行程內容	地點	交通工具
12/2 (三)	第 1 天	啟程→泰國曼谷機場→駐泰國臺北經濟文化辦事處→泰國臺灣客家同鄉會→泰國客家學研究會→夜宿曼谷	曼谷	飛機、公共巴士

12/3 (四)	第 2 天	曼谷→泰國臺灣商會聯合總會→泰國 創意設計中心→HARNN & THANN→夜宿 曼谷	曼谷	公共巴士
12/4 (五)	第 3 天	曼谷→清邁機場→博桑傘村→清邁木 雕工藝村→夜宿清邁	清邁	飛機、三輪 車、嘟嘟車
12/5 (六)	第 4 天	清邁→曼谷機場→金湯普森泰絲博物 館→藍象廚藝學院→夜宿曼谷	曼谷	捷運、公共 巴士
12/6 (日)	第 5 天	曼谷→札都甲週末市集→桃園機場	曼谷	飛機、公共 巴士

肆、考察內容

一、駐外單位及客家社團

(一) 駐泰國臺北經濟文化辦事處

1、時間：2009 年 12 月 2 日下午 3 時

2、地點：曼谷駐泰國臺北經濟文化辦事處

3、簡介：泰國於 1975 年 7 月 1 日與中共建交，我國於同日中止與泰國之外交關係，並關閉駐泰大使館及領事館。臺泰斷交後，為維持與泰國之實質關係，經與泰方達成協議，臺泰分別在曼谷及臺北設立辦事處。我駐泰新機構「華航代表辦事處」於 1975 年 9 月 10 日在曼谷成立，1980 年 2 月 14 日易名為「駐泰國遠東商務處」，1991 年 9 月復易名為「駐泰國臺北經濟貿易中心」，1992 年 5 月 26 日復易名為「駐泰國臺北經濟貿易辦事處」，1999 年 8 月 23 日再度易名為現在之「駐泰國臺北經濟文化辦事處」。泰國駐華機構於 1976 年 2 月在臺北成立，正式名稱為「泰航行政辦事處」，1992 年 9 月 7 日更名為「泰國貿易經濟辦事處」。

4、與談人員：駐泰辦事處曾副代表永光、許組長芬娟、

鄒組長元孝、連秘書周慶、張俊均先生、泰國臺灣客家同鄉會陳會長錦和、葉榮譽會長金銘、鄧榮譽會長子亮、副理事長葉雲火、本會鍾簡任視察青柏、吳專員克億、徐科員臺瑾



(與談人員合照)

5、座談紀要

(1) 駐泰辦事處曾副代表永光及相關同仁親自接待，曾副代表永光除表達歡迎之意外，基於行程匆促，相關接洽事已交待秘書組全力配合，更希望下次參訪時，給予辦事處同仁更充裕的準備時間。

(2) 另外，有關泰國臺灣客家同鄉會預定於 99 年 4 月中旬組團來臺，參訪瞭解臺灣推動客家事務之情形部分，由於這次參訪意義不同，期讓親中社團了解臺灣保存客家文化之努力與績效，藉以平衡兩岸客觀資訊，希望客委會及辦事處共同協助，圓滿達成，另本次參訪行程中若有

任何需求，辦事處同仁將全力配合。

(3) 另外，辦事處建議客委會舉辦之海外客家教師研習班，能夠延伸至泰國，藉以推動泰國客家教學，向下扎根。

(4) 本會鍾簡任視察青柏除向辦事處協助相關行程表達謝意外，並轉達本會黃主任委員的問候之意，今年本會舉辦之全球客家文化會議，泰國共派了101位的參訪團，陣容浩大，本會同時表達感謝之意。黃主委對泰國客家社團之動

態，也表示高度的關注。有關客家社團組團參訪臺灣部分，相關建議將向本會主委報告。



(贈送本會出版品予曾副代表永光)

(二) 泰國臺灣客家同鄉會

1、時間：2009 年12月2日下午4時30分

2、地點：曼谷同鄉會會所

3、簡介：泰國臺灣同鄉會於2000年11月9日在曼谷市成立，原名為「旅泰臺灣客屬聯誼會」，主要宗旨是「凝聚客家鄉親，傳承客家文化」，為與泰國各地

區的臺商聯誼會有所區隔，於2002年4月改名為「泰國臺灣客家同鄉會」。9年來，泰國臺灣客家同鄉會即致力於臺、泰客家文化交流、客家藝文傳承與發揚、客家鄉親聯繫與服務，同鄉會現已成為泰國地區最活躍之臺僑社團之一，並與泰國當地客家僑團——泰國客家總會、泰國豐順會館、泰國客屬商會、泰國大埔會館、泰國興寧會館、泰國惠州會館、泰國梅縣會館結為兄弟會。同鄉會經由成員熱心參與，奉獻心力，團結一致，已形成一股相當的凝聚力，現在有更多泰國臺灣客家鄉親願意承認自己是客家人，同時在各種聚會或場合，鄉親們多使用客語為主，讓旅居海外的客家人備感親切與溫馨，旅泰的臺灣族群中，客家鄉親一直保有勤儉的傳統美德及硬頸的精神特質，在各行業中有很多佼佼者，對泰國社會貢獻良多，獲得泰國人民的尊重及讚賞，也為兩國民間建立深厚友誼。

4、與談人員：泰國臺灣客家同鄉會陳會長錦和、葉榮譽會長金銘、鄧榮譽會長子亮、本會鍾簡任視察青柏、吳專員克億、徐科員臺瑾

5、座談紀要

(1) 陳會長錦和表示，在泰國的客家人約有 100 萬人，僅次於潮汕僑民 400 萬人，大部分居住在曼谷市及其周邊。歷史最悠久的泰國客家總會已有 130 多年，散布於全泰固有 33 個客家會館，會員人數約有 3 萬多人。目前，旅居泰國的臺灣客家鄉親約有 5 千人，大多數從事工商業，有工業氣體、印刷、包裝、快遞、瓷器、

機械、五金、運動器材、紡織、電子等，多數分布在曼谷市周邊地區。旅泰客家鄉親人才濟濟，有好多位擔任泰國臺灣會館、臺灣商會聯合總會、各地區臺商聯誼會、泰國中華國際學校教育基金會和校董會、扶輪社、獅子會等的主要領導人。

- (2) 同鄉會特別致力於推動客家文化的傳承與發展，並與國立中央大學客家學院合作，設立泰國臺灣客家書院，積極推展有關客家歷史與文化的研究與探討。初期，將舉辦客家歷史與文化、客家歌謠、客家美食研習班，以後將陸續開辦客家美術與書法、英語與電腦等研習班。
- (3) 臺灣家鄉於 2009 年 8 月 8 日遭逢莫拉克颱風侵襲，所帶來的超級豪雨，使臺灣南部遭受 50 年以來最嚴重的水災及土石流，造成鄉親的生命與財產極大損失。同鄉會在短短幾天內就籌集捐款 88 萬泰銖，呈報駐泰臺北經濟文化辦事處，並於 8 月 28 日將善款交泰國紅十字會轉中華民國紅十字會總會，統籌救災及災後重建之用。
- (4) 臺灣有全球唯一的客家電視台，但是在海外就無法收視，因此建議應能夠透過宏觀電視或與海外的華語電視台合作，定時播放台灣客家電視台的精采節目，也可以讓客委會的政策讓海外鄉親了解；同時，亦可讓客家子弟利用電視客語教學，學好客家話。如此，客家文化傳播的影響，將極為深遠。另外，建議客委會，能

夠兩年或一年舉辦一次全球客家會長研習班，或者與國立中央大學、國立交通大學、國立聯合大學的客家學院配合，讓全球客家社團的領導人，能夠更深入瞭解客家文化的內涵、風俗習慣、文化、精神…等。

(5) 葉榮譽會長金銘建議本會六堆客家文化園區環境應善加經營，避免引起民眾負面印象；全球客家文化會議期間之隨車服務人員態度良好又提供便民服務，值得稱許。鄧榮譽會長子亮表示亞洲商業學院每星期四、五、六有空閒教室，建議能夠作為辦理培訓客語教師課程空間，以充分利用空間，建請客委會協助與支持。

(6) 本會鍾簡任視察青柏表示會將相關意見轉達本會各業務單位參考，並及時提供海外鄉親之各種服務。

(三) 泰國客家學研究會

1、時間：2009年12月2日下午6時

2、地點：曼谷紅螞蟻餐廳

3、簡介：古會長柏生找了7、8位朋友成立了「泰國客家學研究會」，經費完全自籌，會裡聘用了7個人長期作蒐集、整理資料的工作，然後把相關資料翻譯成泰文散發出去。

4、與談人員：泰國客家學研究會古會長柏生、蕭副會長任祥、梁副會長漢釗、泰國臺灣客家同鄉會陳會長錦和、黃創會會長員教、本會鍾簡任視察青柏、吳專員克億、徐科員臺瑾



(與談人員合照)

5、座談紀要

- (1) 古會長表示，他是祖籍廣東梅縣的第三代華人，在曼谷土生土長。他的祖父古榮華 1895 年就來到泰國，祖父及父親古耀蘭都從事皮革生意，「從 1900 到 1948 年間，是廣府人來到泰國最多的階段，一個枕頭、一張草蓆，就來了。」對於一直心繫祖國的古榮華、古耀蘭，父職輩的人生宗旨也因此經歷了從「落葉歸根」到「落地生根」的掙扎，最後終於無奈決定在異邦落戶，成為千千萬萬的華僑之一。後來有次到北京經濟管理學院，無意中看到牆上有張地圖，就要旁人指出梅縣的位置，結果「看到那個父、祖輩所來自的地方，竟然激動得心跳呢！」於是開始追本溯源，尋找古姓的來源，結果發現 99% 的古姓人士都是客家人，這下激起了興趣，愈查就愈認同自己客家人的身

分，於是開始自習中文，甚至改變生活方式。古會長有次去參加世界客裔懇親大會，發現其他地方的客裔都有自己的相關資料，就是泰國沒有，更加堅定了他要為泰國客家文化做一點事的決心。

(2)「泰國客家研究會」最主要的工作，就是把研究所得介紹給下一代的客裔。古柏生認識到第三代的泰國客裔早已不會說華語，更遑論客語，於是他們就把有關客家人的中文書籍翻譯為泰文，免費送給全泰各地的客家會館，並且廣泛舉辦講座，介紹客家文化、傳統等。泰國的新生代客家人不會講母語，並非父母之過，而是一個時代所造成的結果。但現今客家子弟應以先賢前輩作榜樣，以青出於藍更勝於藍的精神，將傳統客家文化傳承發揚下去。

(3) 本會鍾簡任視察青柏對古會長及研究會同仁致力於整理及研究泰國客家相關文物及史料之精神，表達敬佩之意，本會願意與研究會共同努力建構客家人在泰國奮鬥過程之完整資料，以傳播客家文化予下一代。

(四) 泰國臺灣商會聯合總會

1、時間：2009 年 12 月 3 日上午 10 時

2、地點：曼谷泰國臺灣商會聯合總會所

3、簡介：1992 年 3 月 29 日於 Landmark Hotel，由余名譽總會長聲清先生正式宣布成立，並於同年 5 月 29 日舉行第一屆理事就職典禮。其主要宗旨在促進商機，增進會員福祉，積極從事國民外交，擔任經貿橋

樑。總會長任期一屆二年，得連任一次。每年五月舉辦會員大會，會務經費主要來自理監事的捐款贊助，總會以公司法人為會員體，無個人會員。轄下有 15 個地區臺商會，各地區分會會員則為總會當然會員，免繳會費。15 個地區分會，依序是北柳、北區、北欖、吞武里、亞述、碩力、拉加邦、春武里、是隆、泰北、泰南、曼谷、普吉、萬磅及羅勇臺商會。會所位於曼谷市中心，有捷運電車經過，附近百貨公司及各大飯店林立，交通方便。

4、與談人員：泰國臺灣商會聯合總會張總會長峰豪、余名譽總會長聲清、劉副總會長泳賢、葉總幹事美珠、泰國臺灣客家同鄉會陳會長錦和、本會鍾簡任視察青柏、吳專員克億、徐科員臺瑾



(與談人員合照)

5、座談紀要

(1) 張總會長表示，歡迎客委會同仁前來訪問，個

人本身亦是來自彰化的詔安客，只是不會講客家話而已。

- (2) 總會得知 8 月 8 日臺灣因莫拉克颱風所帶來的超級豪雨，使得南臺灣遭受 50 年來最嚴重的水災及土石流，情況至為淒慘。因此立即於 8 月 11 日率先發函籲請捐款賑災，獲得全體會員鄉親的熱烈響應，共募得款項 1,298 萬 8,100 泰銖，充分展露旅泰臺商鄉親精誠團結，關懷家鄉的情懷。
- (3) 有商機的地方，就有臺商的蹤跡；有臺商聚集的地方，就有臺商會的組織，臺商鄉親應善用泰國及亞洲甚至全世界的臺商會，發揮精誠團結的力量，共同打拼，達成「立足泰國、放眼世界、成就臺灣」的目標。
- (4) 余名譽總會長聲清表示，泰國是世界上「臺商」名字之起源，也是臺商會之發源地，在泰國臺商約有 14 萬人，包括客家、閩南及其他族群，在此，族群團結合作，生活與工作不分彼此，對政黨屬性予以尊重，且能和平共處，實為其他區域華人社會之表率。
- (5) 本會鍾簡任視察青柏對總會熱情接待表示感謝，並對臺商在全世界扮演外交尖兵之角色，協助國家推動外交業務，表達敬佩之意。
- (6) 本會鍾簡任視察青柏並表示，臺商向全世界推展之模式，足以作為本會向海外推廣客家文化仿倣之對象，個人之前中美洲考察發現，臺商會之會長具客籍身分占多數，亦是本會推廣客

家文化之助力，同時，本會明年度相關服務海外鄉親預算，將予以增加。相關海外鄉親之建言，本會將納入作為施政參考。



(贈送本會出版品予泰國臺灣商會聯合總會)

二、文化加值產業推廣單位

(一) 泰國創意設計中心 (Thailand Creative & Design Center, TCDC)



(泰國創意設計中心招牌)

泰國創意設計中心於 2005 年底開幕，企圖將曼谷推向世界時尚版圖，提供專業設計者新的想法，亦造就許多年輕的設計師，一般大眾也能藉由該展場獲得更多關於時



(內有豐富藏書的圖書室)



(VIP 閱覽室珍貴的藏書)

質，會員可以進入該實驗室內，了解最新的設計材料，激發設計靈感。

創意設計中心的另一側為展覽館，展覽館又分為兩個空間，一為常態性的展示空間，以設計產業的時空概念，展示近代設計產業的歷程與各時代的代表作品，例如美國的可口可樂、日本的隨

尚或設計的知識與訊息。

這個座落於曼谷的黃金地段，藏身於 Emporium 百貨公司六樓的設計中心，空間的設計與規劃，除了圖書室、材料實驗室，也包括了多媒體室與展覽館。查詢書籍庫存上，也可在每個書櫃使用觸控式的電腦尋找。在軟體設備上，看到除了基礎設計的各類書籍外，也延伸居家日常用品的設計書籍，例如服裝、家具、SPA、園藝等及各式各樣的設計原稿。設計師可以運用不同設計元素、知識與素材，進而創造出具風格的自主創意。在材料實驗室內，牆面上一格一格地陳列了設計材



(材料實驗室內)

身聽、世界大戰下的產物—Burberry 風衣及 Volks Wagen 金龜車等，藉由充滿創意的陳列方式與說明，讓參觀者直接感受創意與設計的歷程與氛圍。另一個展覽區為主題展覽館，提供各式與設計有關的主題展覽。本展覽區雖不大，但設計本身已充滿了創意與美感，相當具有國際水準。



(展覽館內)

「泰國創意設計中心」不以成果展覽式或成果發表式的方式來呈現泰國創意設計之成果，而是創造一個充滿創意設計的歷史進程與表現的氛圍，讓置身其中之人感受與創意設計同步，自然地鼓勵及刺激創意設計的靈感與成果。



(展覽館內)

(二) HARNN & THANN



(HARNN&THANN 招牌)

HARNN&THANN 是泰國第一個專業生產 HOME SPA 產品的品牌，也是第一個將泰國 HOME SPA 產品推向國際化的品牌；HARNN 承襲傳統、運用新的技術，於 1999 年開始生產製造及出口純植物精油皂和居家 SPA 產品，堅持使用最優品質的天然素材、強調原創性並重視環保，保留傳統知識和工藝；而 HARNN 成立於 2002 年，最初是為了製造具國際水準的高品質的 SPA 產品及護膚產品而生，屬於現代感很強的系列，且突破一般既有印象中 HOME SPA 產品都是女性專屬的概念，此系列亦受到許多男性消費者的喜愛。



(店內商品)

HARNN 於 2003 年在日本大放異彩，以天然素材和傳統手工藝的優良原創性產品和包裝設計，贏得日本工業設計促進協會的優良設計大賞(G-Mark Award 2003 from Japan Industrial Design Promotion Organization)。之後，更陸續獲得 Five Star OTOP Award from Thailand in 2003 及 A prestigious Prime Minister Export Award in 2004 等多項大獎。目前全世界超過 30 個國家都看得到他們的產品蹤跡，連臺灣的諸多百貨公司均設有專櫃。

位在 Siam Paragon 4 樓的「Harnn Heritage Spa」，



(店內陳設)

是間以黑色及深咖啡色為主軸 SPA 館，挑高的空間，搭配了酒紅色的尊貴氣息，走中國式的低調奢華風，但是 SPA 的療程及產品，則回歸原始，強調天然素材、原創性並重視環保，更將流傳在泰國及中國民間的各式養身、護理祕方，融入 SPA 療程內，讓顧客從頭到腳，從心到靈，完全領受頂級呵護。

(三) 金湯普森泰絲博物館 (Jim Thompson House)



(金湯普森泰絲博物館大門)

金湯普森先生其實是一位美國人，在第二次世界大戰後期來到泰國，並振興了泰國絲織工業。金湯普森的成就，在他停留泰國的 25 年期間，為他贏得了許多成名的“傳奇美國的泰國”。他貢獻了泰國發展絲綢業，金湯普森被授予命令的白象，其成功故事在泰國已成為戰後亞洲最流行的傳說。

博物館址是金湯普森的住宅，由他一手建造完成，是一座很典型的純泰式宅院。館中的展出項目是金湯普森生前的收藏品，包括亞洲各地的藝術品，如中國的青花瓷器、東



(金湯普森泰絲博物館一隅)

埔寨的石雕人像、中國的彩色陶器、木雕的緬甸人像和其他許許多多令人驚歎的古董器物。



(金湯普森泰絲博物館一隅)

1967年，金湯普森與朋友到馬來西亞金馬倫高原度假。在那裡，他走失在周圍的叢林中，再也沒有回來。自此，幾乎沒有變化的宅院，即使在今天，迷人的泰式房子，仍然是遊客到曼谷一個關鍵的時刻。牆上的房子略向內傾斜增添了幻想的高度和優雅，彎曲的屋頂，呈現泰國傳統特色的房屋。房子由一個複雜的

六種傳統泰國式住宅，柚木結構從泰國各地業主購買。宅第在1959年完成，原始建築圖草稿，是由金湯普森和他的泰國建築師擬定。

(四) 藍象廚藝學院

學院座落在曼谷都心的捷運 Surasak 站旁一座令人炫目的百年歷史建築裡，藍象餐廳的主廚們引領學員親身體驗及探索泰國皇家料理的烹調世界。藍象廚藝學院內有完整專業的廚房器材設備，



(藍象廚藝學院外觀)

讓每位學員都能親手練習烹調泰國料理。一般一日的課程會從參觀曼谷當地的傳統市場開始，由藍象的廚師指導學員們來認識如何選購上課所需的泰式烹飪食材。課程結束後，每位學員們將會被邀請到藍象餐廳內，輕鬆歡愉的品嚐當日親手烹調的美味傳統泰式餐點。課程結束後，藍象將會頒發結業證書給每一位畢業學員，並贈送廚房圍裙作為紀念品。

藍象能
在世界各地
設立餐廳不
走味的最大
的原因，除
了所有的外
派主廚都要
是泰籍之
外，最重要



(國際學員實際操作)

的是他們有自己的生產線、控制上游原料，從米（A級茉莉香米、糯米、菰米）、米粉、椰奶、到四種咖哩（綠、紅、乾、馬散麻）、辣椒醬等調味，所有產品註冊藍象品牌、控制品質，有自己的貿易公司、控制進出口成本，從頭到尾一手包辦。藍象成功的關鍵，在於成功地將泰國料理推銷至歐盟，透過該體制，行銷至歐洲大陸各大國家。今日，擁有二十多年歷史的藍象餐廳，在曼谷、貝魯特、莫斯科、杜拜、巴林、倫敦、巴黎、哥本哈根，將泰國佳餚版圖從亞洲、歐洲、延伸到中東擁有共12家店，並持續地擴張其事業版圖。

藍象餐廳為了品質的管制更成立藍象廚藝學院來培訓泰式料理專門人材，除了讓泰國美食可以發揚光大，

更可以讓美食得以流傳下去，現在更不藏私，讓有心的人更可以來學習傳統泰國料理，一次課程費用約 2 萬泰



銖，現在臺灣也有報名的窗口，專人幫有興趣者處理好一切相關問題。

(鍾視察與學院師傅交流互動)

(五) 博桑傘村 (Bo-Sang Village)

清邁的油紙傘工藝有二百多年歷史，以青竹製成，顏色鮮豔、圖案多樣，包括花草、動物、人物和風景，傘面除圓形外還有方形，極富有民族特色風格，吸引不少遊客購買，其中以「傘村」博桑村 (Bo sang) 出產的最著名，當地不少農民都會在農閒時製作油紙傘，也有專門的作坊。

1941 年，博桑村村民組織了合作社，名為博桑製傘合作社有限公司

(Bo Sang Umbrella Making Cooperative Ltd.)，負責人是 Jamroon

Suthiwiwat。製造



(曬骨架)

不同大小的紙傘 (包括 14 吋、16 吋、18 吋、20 吋，另

有 35 吋和 40 吋的大傘)。約在 1957 年，泰國北部工業推廣中心 (Center for Industrial Promotion for the North) 協助村民，教他們改良技術。

每年 1 月或 2 月均會舉行「花傘節」，是清邁最受歡迎的節目之一，吸引不少遊客參觀。節目於博桑村主要街道上演出，村內各處都會以油紙傘裝飾。有為製傘工匠和傘畫師而設的花傘比賽，勝出者會得獎。另有當地女性表演「大傘舞」和撐傘腳踏車表演，同時舉行「博桑小姐」選美。



(半成品)



(塗上顏料)



(紀念品小舖—帶動商機)

(六) 清邁木雕工藝村 (Baan Tawai)

Baan Tawai 村為清邁 OTOP 計畫之一。從 2004 年開始，在政府整體推動 OTOP 計畫下，泰國旅遊部與清邁省及當地縣政府共同提撥泰銖二千萬，在 Baan Tawai 成立 OTOP 示範村。



(木雕村觀光指引)

Baan Tawai 是一個位於清邁省 Hang Dong 的村落，當地交通便利，具有文化特色，早以木雕聞名，是泰北著名的木雕中心，產品包括木板雕刻、漆器、編織物、銀飾、古董木雕、描金木雕等。當地木雕師傅早已遠近馳名，包括佛像雕刻、廟宇門牆雕刻、教堂建築及水果雕刻等各項技藝均極擅長。



(木雕師傅工作場)

木雕村以柚木雕刻著名，居民常用柚木雕刻大象等動物圖案放置門前裝飾。由於環保趨勢，現在該村藝術家回收各地棄置的二手木材，利用空地儲藏。目前使用雕刻材料約有 50% 柚木，50% 雜木，柚木材質較硬，價格較貴，雜木如鳳凰木等材質較軟，價格較便宜。

木雕村在政府輔導下將 215 間店面進行整修，除將原來鐵皮屋頂改成木片灰瓦，提升古樸視覺質感，同時進行公共設施的改善，包括道路橋樑整修、燈光改善、導覽牌設立、牌樓興建、活動中

心及簡報設備補助、導覽車購置等。為凝聚村民向心力，在活動中心前面設立一整體意象的木雕塔，由全村雕刻家共同雕刻半年才完工。



(七) 札都甲週末市集 (Chatuchak Weekend Market)

東南亞

最大的跳蚤
市場札都甲
週末市集

(Chatuchak /

(機器輔助木雕創作) Jatujak

Weedkend

Market), 位於
曼谷北區、可



(木雕村商品街)

(市集入口處)

搭捷運往北線最後一站 Mor Chit 站下車步行入內。總面積佔地 14 頃，約莫 8 個足球場大小，號稱總攤位超過 1 萬 5,000 家攤販店家，而且周邊還在持續擴增當中，目前

已被列入金氏世界紀錄最大的跳蚤市場。營業時間其實每天都開放，但以週末的上午 9:00 到下午 7:00 聚集的攤販商品最多。市集裡販售的各式商品都會比外面便宜約 2-3 成。除了背包客行家、觀光團客外，這裡也是當地人喜歡的尋寶樂園。

整個市集區分為 27 個區域業種，除了「寵物用品、水族」、「植物園藝區」與「書籍收藏」區域劃分為較為明顯外，食品、飾品、服飾、鞋子、時尚配件、生活雜貨、家具、古董、手工藝品、陶瓷作品，以及各式按摩店家等，可說一應俱全。

札都甲週末

市場是買泰國工藝品與家飾品最合適的場所，需要特別注意的是同款商品，在不同店家有不一樣的質感與價格，建議貨比三家；如果購買古董，則需要跟店家要一份許可證，以免被海關攔下。這裡每一區的角落都有泰式料理路邊攤與飲料攤，提供道地美食風味。



(特色手工藝品)



伍、考察心得與建議

一、考察心得

(一) 客家社團部分

1、根據統計，有華人血統者占泰國人口近五分之一，數位泰國總理更是客家人士，但中華文化在當地已斷層約 60 多年，有華人血統者常不會說華語，客家文化幾乎毫無發展。客家族群雖在泰國已邁入第 3 代，即便部分年輕人有客語能力，但多數對客家文化的理解十分粗淺。華語學習人口近 10 年雖有成長，但成長和中國大陸經濟成長、泰國客家後裔想參與中國市場有關，與文化關係不大。面對泰語主流文化的影響，華人為了生存競爭，必須學習泰語，然而下一代卻忘了母語，客語學習環境就像熱帶雨林一樣，一天一天的消失與減少，最後整個族群被同化而不自知，或許有一天，在泰國華語或客語將變成一種文化遺址，讓人敬仰。惟大環境均以泰語作為溝通工具，開設客語生活學校似乎沒有市場與可能，家庭成為文化與語言傳承的最後堡壘，父母教導子女說母語，讓下一代客家人傳承客語，因此，建構一個客語學習環境，可以說是傳承客語可能途徑之一。另外，透過山歌、撮把戲、民俗節慶、客家傳統食物…等等的休閒活動或研習，讓客語自然呈現、自然融入生活當中，使客語成為生活的一部分，而不是一種刻意學習的技藝，如此，客語傳承才有希望。客家語言文化在海外流失情形頗為嚴重，本會作為中央主管客家事務專責機關，對於海外客家語言、文化傳承工作，有一種責無旁貸的使命，相關師資的培養、教材的供應或是經費的補助，應有長遠的規劃。

- 2、泰國臺灣客家同鄉會是由旅居泰國的臺灣客家僑胞組成，會員中擔任公司負責人、經商比例相當高，足見客家人相當打拼，也相當優秀。此外，同鄉會也與當地其他社團互動良好，進而結為兄弟會，此狀況在其他國家幾無所聞。惟現有社團之功能仍侷限於聯誼性質，參與社員均是在當地事業有成的中上階級華人，影響之層面與廣度仍限制在少數人，未能普及低下階層，對於客家語言文化傳承之功能，著墨未深。因此，應加強與海外客家社團之聯繫與有效輔導，以彰顯其文化傳承之功能。本會可透過海外教師研習或交流等活動，進一步培養客語師資，亦可結合資深或退休社團幹部的力量，共同推動海外客語學習環境，以保存文化傳統。另外，海外社團有一種被重視的渴望，對於相關部會長官或同仁來訪，有一種他鄉遇故知般溫馨的感覺，因此，政府部門定期訪問僑團，給予社團支持與鼓勵，應可落實服務僑民工作。
- 3、泰國客家學研究會華路藍縷為客家人在泰國的奮鬥歷程留下紀錄，並肩負客家文化傳承工作，其精神令人敬佩。學術研究是一條漫長孤獨的路，這些文化工作者，無怨無悔的為客家付出，著實應為這群文化耕耘者喝采。然而，臺灣努力建置成為全球客家學術研究中心的企圖時，應透過學術平台之建立，挹注經費與人力，深化當地客家研究之根基，研究之主題不限於族譜或遷移史之探討，應求多元而豐富，涉獵音樂、戲曲、方言、飲食、禮儀…等等項目，如此，才能夠拼湊完整客家意象與概念。
- 4、泰國臺灣商會聯合總會之會員除為事業版圖開疆闢土

外，並身負外交尖兵之重任，又在國家有難的困境中，挺身而出護衛國家，其處境非國內民眾所能體會，其只見成功的身影，卻不見失敗的落寞，國人同胞，應給予最誠摯的肯定。在泰國的臺商，生活在富足的國度裡，融入當地的生活與社會，生活條件甚至比臺灣還好，因此，在地的臺商，不論先來後到，均未有在歐美不同膚種的國度裡，遭受排斥或歧視之現象，況且經濟條件優渥，往往左右當地政治，並與泰國代表處接觸頻繁，相互依賴，不但沒有思鄉之苦，甚至沒有臺商想回臺灣發展事業，這種情況與其他東南亞國家是不同的，因此，在泰國的臺商組織是東南亞國家裡最具規模的，而且實力雄厚。

（二）文化加值產業推廣單位

- 1、泰國創意設計中心之角色，提供設計者與相關科系學生得到設計養分，以提升國民設計意識，並與世界接軌，提高國人邁向國際新視野。臺灣創意設計中心從2002年起啟動文化創意與數位內容產業的發展，契合一個世界的趨勢，也就是「文化、創意、設計、數位」將會是世界各國競爭的新戰場。文化創意需要許多的介面與技術來轉換轉化，才有進入商品化的可能，透過行銷與市場的操作經營，才能產生其價值鏈，其中文化元素已成為全球設計產業角力的武器。臺灣雖然市場規模不大，但應該善用自身的優勢，文化與生活型態的多元、製造技術的專業、人才供給充足、許多創意的發明或專利等等，足以搭起創意經濟的溫床，讓社會中的藝術家、工藝家、設計師、行銷人員、製造管理人員等有交流、對話與激盪的平台，以協助臺

灣文化性或藝術性的創作開創出產值效益。

- 2、HARNN & THANN 為泰國文創產業象徵產業之一，泰國政府利用「整廠輸出」的概念，在推廣曼谷的文化創意產業。THANN 堅持使用最優品質的天然素材、強調原創性並重視環保，保留傳統知識和工藝，開發 SPA 成為一種產業，其中已透露一種訊息，那就是生活中充滿著無限的可能，商機在生活周遭不經意處發生，另外，所謂的成功，其背後一定有一個看不見的哲學，而且透過一群人的堅持與默默的付出，總有發光發熱的一天。THANN 將 SPA 發展國際品牌之經驗，可作為本會建立「臺灣客家」品牌之參考，客家擁有多元而豐富的內容，而且有獨特的生活哲學，只要推動研發工作，運用新的技術，即可創造各種可能的成果。
- 3、金湯普森泰絲博物館除建築風格具傳統泰國元素外，陳設文物及資料有系統整理，更具說服力的是館內充滿的文化故事，中國的青花瓷器、柬埔寨的石雕人像、中國的彩色陶器、木雕的緬甸人像，都有他的故事，器皿及床櫃也有其主人的故事，另外，各種語言的專業導覽，可以看出其用心之處。臺灣客家文化之館舍興建或整修時，應有其特色或文化上的意義，型塑全臺灣獨一無二的特色，館舍類型也許是舊倉庫、煙樓、名人故居、辦公廳舍或舊車站等，觀光客想看的是本來的面目，而非規格化或標準化的產品，另外，其經營方式，可委託民間社團或基金會辦理，以企業化的概念永續經營。
- 4、藍象廚藝學院推動泰國菜及料理國際化的地位，功不可沒，在政府優勢的支持下，型塑其獨特的料理地位，

其對品質之要求與堅持，使得學院成為泰國料理廚師的搖籃。客家菜若要推廣於全世界，其層次應脫離「鹹」、「肥」、「香」的特質，食材除傳統材料，如福菜、梅干菜、客家酸菜(水鹹菜)、金桔醬、樹子(破布子)、醬冬瓜、紅糟(糟母)…等外，並應嘗試新的食材；另將舊有的客家食材與烹調方式，加入現代飲食需求予以變化運用，藉以帶動並創造客家美食多元面貌。政府應有系統與計畫的推動，更可結合大專院校相關科系及餐飲業者的力量，一起研擬可行性方案。

5、博桑傘村發展以油紙傘為地方產業，透過行銷與宣傳，發展成為遠近馳名觀光、文化景點，其成功之處來自社區居民有效組織與參與，帶動產業的形成。綜觀其產品內容，其精緻度與選擇性仍有改善空間，惟其已成為國際性知名的工藝聚落，不論其國際宣傳、觀光配套措施或社區組織自律等，都有其成功過人之處。臺灣客家鄉鎮高雄縣美濃鎮同樣以製造油紙傘聞名全臺，產品的多樣性與精緻度絕對不輸給博桑傘村，唯一缺乏的是團結的社區組織合力推動，相關的行銷宣傳、產品研發、設計包裝等工作，仍需強而有力的公部門與私部門共同努力推動，以團隊合作的方式，群策群力的方式，建構產業的基礎內容。

6、清邁木雕工藝村的人民長久以來以木雕維生，經過政府專業的輔導，成為 Baan Tawai 成立 OTOP 示範村，更吸引外國觀光客前來消費，帶動地方經濟成長。綜觀其產品內容，仍以佛像或佛教相關產品為大宗，可見泰國人善用其宗教資產，開發相關商品，形成獨特的產業，惟細看商品，大致還算粗糙，而且單價亦不

高，可是該村仍可透過觀光發展成為木雕產業，不但帶來就業機會，亦可帶動地方經濟收入，值得借鏡。臺灣客家鄉鎮苗栗縣三義鄉也以木雕聞名全臺，其產品的多樣性與精緻度絕對不輸給木雕工藝村，然而，近年來大陸廉價商品進駐販售，抹煞了創作者工作機會，另外鄉內之交通規劃、社區組織、店面招牌、產品品項等等，限制了市場的規模與能量，殊為可惜，若透過社區居民自覺運動，加以公部門協助妥善的規劃，相信能夠脫胎換骨。

- 7、札都甲週末市集迎合了曼谷老少咸宜且物超所值的價格優勢，在這裡可以買到所要食品、飾品、服飾、鞋子、時尚配件、生活雜貨、家具、古董、手工藝品、陶瓷作品等各地特色商品，惟其空間的規劃、清潔的維護、商品的擺設等，仍有改善的空間，然而，若定位廉價商品市集，則可迎合中下階層的需求，在臺灣，街頭到處商店林立，各地夜市，如士林夜市、公館夜市，亦是外國觀光客必到的景點，惟販賣之商品，各地夜市均大同小異，無法形成獨特的特色，殊為可惜。

二、建議

(一) 客家社團部分

- 1、加強與海外客家社團的合作交流：為加強與海外客家社團的合作交流，本會可多利用網際網路科技之便利，將臺灣刻正推動中的各項客家文化政策訊息，即時傳遞到海外，如此才能把臺灣建設為世界客家文化中心，落實成為重建客家族群自信及臺灣族群和諧的對話平台。也可利用傳播媒體之途徑，與海外的華語電視台合作，定時播放臺灣客家電視台的精采節目，

除讓海外鄉親了解政府政策外，亦可讓客家子弟利用電視客語教學，學好客家話。如此，客家文化傳播的影響，將極為深遠。另外，國內外客家社團透過互訪或聯誼，增進情感交流及文化融合。

2、**結合當地客家社團辦理客語教學活動**：海外客家族群面對僑居地主流社會強勢文化，要維持華人及客家的族群認同實屬不易，致使客家逐漸產生萎縮及隱形的現象，引發新一代客家族群的認同危機。客家語言不僅是溝通工具，更是探索族群歷史和文化發展的終極密碼，若放任客家語言的流失，則海外客家的版圖亦將隨之縮減、消滅。本會近年來推廣客家語言之傳承不遺餘力，如編印客語教材，建構哈客網路學院等數位學習平台，故建議協助或結合當地客家社團辦理客語教學活動，對於師資的培養、教材的供應或是經費的補助，應有長遠的規劃，以推動海外客語傳承。

3、**結合國內客家院所推動海內外客家研究交流**：本會為中央客家事務專責機關，積極推動各項客家學術研究工作，藉以型塑客家學術研究環境及整編客家研究社群，建構客家知識體系，特別是推動補助大專院校發展客家學術機構工作之成就非凡，自2003年開始，國立中央大學、國立交通大學及國立聯合大學相繼成立「客家學院」，並有國立高雄師範大學、國立屏東科技大學及國立屏東教育大學等3所學校設立客家相關研究所，且國立臺灣大學等13所大學院校亦已成立客家研究中心。在泰國相關客家研究尚在起步，建議國立中央大學、國立交通大學及國立聯合大學規劃提供現有資源與力量，推動臺、泰客家研究交流，以建構

泰國客家知識體系。

- 4、**結合相關部會力量共同推動海外僑民服務：**海外僑民需求千頭萬緒，非僑委會、外交部等單位之力量所能及，客家亦占海外僑民一部分，因此，建議中央有一個專責機關，統合各部會之資源與力量，及時提供必要之服務，另外，更應避免以社團屬性劃歸權責單位，此舉易造成海外僑民無所適從的感覺，甚至影響政府的形象。此外，曼谷駐泰國臺北經濟文化辦事處站在第一線為海外僑民服務，建議將海外鄉親之需求，及時提供相關部會資訊，並得到最迅速及完整的服務，因此，建議相關部會建立一套機制，甚至標準作業程序，共同推動海外僑民服務。

(二) 文化加值產業推廣單位

- 1、**結合相關部會力量共同推動特色商品輔導：**泰國 OTOP 商品在輔導過程中，會依各商品品質、市場需求性、設計感、實用性等將其等級範圍區分為 1 至 5 顆星，然後再依等級給予不同的促銷輔導措施，同時，透過國家整體力量，大力行銷，這個做法值得我國借鏡。我國現在進行特色商品輔導工作之部會，包括經濟部、行政院文化建設委員會、行政院農業委員會及本會，亟需建立整合平台，資源共享，並透過各式教育輔導生產業者經營、管理理念，達到產品升級之目的。目前，雖已有「地方產業發展基金」本著「一鄉一品」之精神，在「地方需求、中央補助」的推動軸心架構下，以匯聚政府輔導資源之總體能量、強化資源運用之總合效率，藉以平衡城鄉經濟發展，完整勾勒臺灣地方特色產業整體發展藍圖，惟仍以被動方式

執行，缺乏整體願景的規劃，以及主導性的政策指引各部會的方向前進。

2、**客家菜料理制度性推廣**：泰式料理學校原本只是餐廳，於營業之外，亦開放料理教學，並將教學過程包裝成為一個情境式的體驗課程。在臺灣，由於各種料理百家齊鳴，餐飲業者也不會冒險單獨經營客家菜料理，而忽略顧客的各種需求，因此，客家菜料理面臨多重的經營困境，另外，囿於市場規模限制，餐飲學校也不可能專教客家菜料理課程，據此，客家菜料理的推廣過程中，應建立制度性推廣模式，結合官方、學界及業界力量，各自努力，競合分立，除了官方的支持外，學界及業界研究開發，建立標準食譜與食材，內容除注重傳統元素外，應兼顧市場機制與營養學觀念，豎立獨特的招牌。另外，學界及業界規劃體驗課程，也是推銷客家菜料理另一種選擇。

3、**客家文化與文創商品相結合**：泰式美食、按摩、SPA等文化創意產業的輸出，都與泰國文化相結合。客庄地區及其周邊結合不同各式各樣的文學、音樂、藝術展示的活動，積極將客家文化與產業推廣至國際舞台，讓客家文化、藝術和產業具有更高的能見度與話題性。本會規劃與輔導客家傳統商品，亦結合各界文化創意產業領域的專業人士的投入，透過創意創新設計與包裝，積極輔導協助文化工作者創造新一代客家商品，讓客家商品的傳統醬菜、客家花布、各式各樣的陶瓷和木雕與藍衫布料，蛻變成爲具有現代感的文化特色商品，惟其品項內容及參與廠商數量，仍應朝向擴大辦理為要。

4、故事包裝特色商品與文化館舍：金湯普森泰絲博物館的成功經營鼓舞了客家館舍經營之未來走向，臺灣客家庄有許多舊倉庫、煙樓、名人宅第、辦公廳舍或舊車站等，規劃經營時，應以使用者立場著手，儘量滿足觀光客的好奇心，即使是平凡房舍或設施，透過豐富而簡單的陳設，導入名人故事，將可活化館舍之生命力。另外，專業導覽的用心，很容易讓顧客感覺到，顧客之間的口耳相傳，遠勝於實質的廣告行銷，因此，專業導覽的規範與訓練，維繫著館舍永續經營的命脈。

陸、結語

- 一、泰國對於未來，已描繪國家發展目標—願景 2020，作為政府施政主軸，一切政府資源與力量，緊扣著願景目標前進，國家有了目標與願景，就有進步的動力，泰國願景 2020 項目從食品加工及保健食品、就醫及保健養老、汽車暨零組件、觀光資源、熱帶服飾，到電腦軟體與資訊科技、木製傢俱及裝飾品、社會文化及國民智識等，種類包羅萬項，反觀國內，應凝聚國人共識與智慧，共同勾勒出臺灣的願景。
- 二、曼谷與清邁在城市發展中，巧妙地運用本身的優勢與利基，創造社會的進步與繁榮，更與國際化接軌，吸引更多的外資與觀光客前來投資與消費，良性循環的結果，人民充分就業，社會財富逐漸累積，國家更富強。國人的智慧與資質，絕對不輸泰國人民，國內城市利基也不輸曼谷與清邁，惟創造一個良性循環的環境，實為當務之急。
- 三、考察期間走在曼谷或清邁街頭，隨處可遇到遠來的外國觀光客，曼谷或清邁國際化程度遠遠超過臺北，雖然與其優越的地理位置有關，但社會環境的氛圍，更是吸引外國觀光客前往的原因；回程的班機，雖然有許多外國觀光客搭乘，惟僅限於到臺北轉

機，過境而不入國門，因此，臺灣應積極建立外國觀光客到訪的理由，不論是觀光、洽公或會議，臺灣應找到外國觀光客不來會後悔的特色。

四、此次赴泰參訪客家社團及文化加值產業推廣單位一案，在鍾簡任視察青柏的細心叮嚀及督導下，順利完成行程規劃及行政作業，在泰期間亦承蒙駐泰國臺北經濟文化辦事處及泰國臺灣客家同鄉會等鼎力協助，讓5天4夜的行程圓滿結束且收穫良多，在此一併致謝。