

行政院客家委員會 102 年度獎助客家 學術研究計畫成果報告

客家文創產業文化脈絡與經營特色之析探：
以客家企業家為例

執行單位：國立政治大學公共行政學系

計畫主持人：江明修 特聘教授

（國立中央大學客家政治經濟研究所合聘教授）

中 華 民 國 一 〇 二 年 十 一 月

本報告係接受客家委員會獎助完成

目次

提要.....	3
圖目次.....	4
表目次.....	5
第一章 緒論.....	6
第一節 研究動機.....	6
第二節 研究目的與問題.....	8
第三節 研究流程.....	9
第二章 相關文獻檢閱.....	10
第一節 文創產業.....	10
第二節 企業家創新精神.....	27
第三章 研究設計與實施.....	29
第一節 樣本描述.....	29
第二節 研究架構.....	32
第三節 研究方法.....	33
第四章 研究分析.....	36
第一節 客家經驗.....	36
第二節 文化脈絡.....	53

第三節 經營特色.....	62
第五章結論與建議.....	72
參考文獻.....	74
附錄一、研究訪談題綱.....	77
附錄二、客家經驗之文本編碼.....	78
附錄三、文化脈絡之文本編碼.....	113
附錄四、經營特色之文本編碼.....	178

客家文創產業文化脈絡與經營特色之析探：

以客家企業家為例

提要

本研究緣於當前客家文創產業雖然日漸發展，然而，一般社會大眾對客家人的最主要印象仍僅止停留於刻苦耐勞、勤勞節儉等刻板印象；事實上，客家企業家在其創業與經營歷程中，深受其本身客家底蘊與文化脈絡之影響，並以客家傳統文化元素為本，進行創造性轉化，使之成為當代客家文化創意產品的基石，甚而將之演繹為文化傳承、創新，以及促進客庄經濟發展之重要根源。

具體言之，本研究針對客家企業家，以及其文創產業進行深度觀察，嘗試從客家企業家從事文創產業的創業故事與個案資料中，淬煉出客家文化底蘊與脈絡對其事業經營之影響，期能增進吾人對客家企業家及其事業之文化底蘊與商業發展特色，有更進一步地了解，甚而能發現台灣客家企業家在文化傳承和創新產業方面的主要貢獻與影響所在。

關鍵詞：客家、企業家、美學經濟、文創產業、文化脈絡、創新

圖目次

圖 1：研究流程圖	9
圖 2：台灣從 OEM 到 OBM 經濟發展示意圖	21
圖 3：台灣美學元素與經濟價值進化過程	22
圖 4：美學元素與經濟價值關聯性示意圖	24
圖 5：美學與經濟價值的商業模式示意圖	25
圖 6：文創產業 3-S 模式	26
圖 7：研究架構	32
圖 8：客家文創產業文化脈絡與經營特色—開放性編碼	34

表目次

表 1：文創產業類別、內容與範圍	11
表 2：四種經濟型態的差異對比表	15

第一章 緒論

本章分就研究動機、研究目的、研究問題與研究流程敘述之。

第一節 研究動機

文創產業一詞，源自 2002 年行政院「國家發展十項重點計畫」之一的「文創產業發展計畫」，結合英文 cultural industries(文化產業)和 creative industries(創意產業)，簡稱「文創產業」(蘇昭英，2011)；而文創產業的概念提出，源自於 1997 年英國工黨新政府，迄今全球已有無數個國家包括芬蘭、澳洲、韓國、乃至於中國皆將其視為國家發展的重點產業。而 2012 年政府成立文化部，更期以建構文化軟性實力，落實發展高附加價值的創意經濟，提升國家總體經濟發展。

再者，依據英國智庫－The Institute for Government 所做的研究，也指出「企業創新」及「文化」是衡量一個國家軟實力發展的指標之一(文化部，2013)。顯然一個國家、民族或區域的文化力量，已成為經濟發展深層的生命力、創造力和凝聚力，在當今所有國家或區域經濟發展的差別中，都可找到深層的文化動因，經濟與文化相互支撐，也可以說，人類經濟發展的文明史，就是一部文化與經濟相互交融的歷史(韓庆华等，2010：46-47)。文化是生活的總體展現，文創產業所發展出的創意經濟樣貌，正是以文化內涵為底蘊基礎所發展出具有「美學」設計之經濟活動(詹睿然、張文誠，2007：10)。

傳統客家文化之優美與客家人的勤儉精神，是一般社會大眾對客家的印

象。客家人因其各種環境條件之所限，致使客庄產業多為傳統產業，隨著時代變遷產業結構的轉變，客庄產業面臨轉型問題，也影響了客庄經濟發展。客委會近年來積極針對客家庄產業進行包裝、銷售以及通路營建等輔導措施，並提出客庄產業政策（例如產業創新研發計畫、客家文化加值產業計畫等），企圖深化客家產品的差異性與文化價值，進以推動客家特色產業精進計畫，協助具有企業化經營潛力者，協助其經營改善。然而，事實上，提振客庄產業經濟所牽涉的層面相當廣泛，不單只是產品銷售而已，而是如何能針對客庄經濟、文化以及人民的生活品質等層面整體提升，並產生實質的影響與效益。

緣此，當前客家文創產業發展趨勢尚方興未艾，本研究擬以客家文創產業文化脈絡及其經營特色進行研究，針對客家企業家在文創產業領域之初探與微型觀察，透過各別創業歷程之個案書寫，觀察客家脈絡，對其從事文創產業之影響、創新特色及其發展策略，期能增進吾人對客家企業家在美感、文化創意與商業發展，有更進一步了解，甚而能發現台灣客家企業家在文化和創新方面的主要貢獻所在，以期提供政府相關部會協助客庄經濟發展之相關政策建議，亦期能對廣大有心戮力於客家文化與客庄經濟振興者，進行對話，為本研究之動機。

第二節 研究目的與問題

當前對企業家研究最具影響力的美籍奧地利經濟學家約瑟夫·熊彼得（J.A. Schumpeter, 1883—1950）提出「創新」是企業家最重要的精神之一，也可以直接或間接地促進經濟的發展。本研究擬針對客家企業家及其文創產業，加以探究，並進行相關個案之書寫，觀察客家文化脈絡如何影響文創產業之創立，以及如何影響其經營特色與發展策略。

職是之故，本研究目的臚列於下：

- （一）客家企業家之文創產業的創新特色及其發展策略。
- （二）客家企業家之客家脈絡對其從事文創產業的影響。
- （三）客家企業家之文創產業的經營特色及其相關啟示。

基於上述研究目的，本研究欲探討的主要問題如下：

- （一）就美學面而言，客家企業家的客家脈絡，對其產品的設計和創新有哪些影響？其中運用的客家元素或客家意象有哪些？
- （二）就文化面而言，客家企業家的客家脈絡對其在創業與事業經營有何影響？
- （三）就經濟面而言，客家企業家之文創產業經營特色為何？有何啟示？

第三節 研究流程

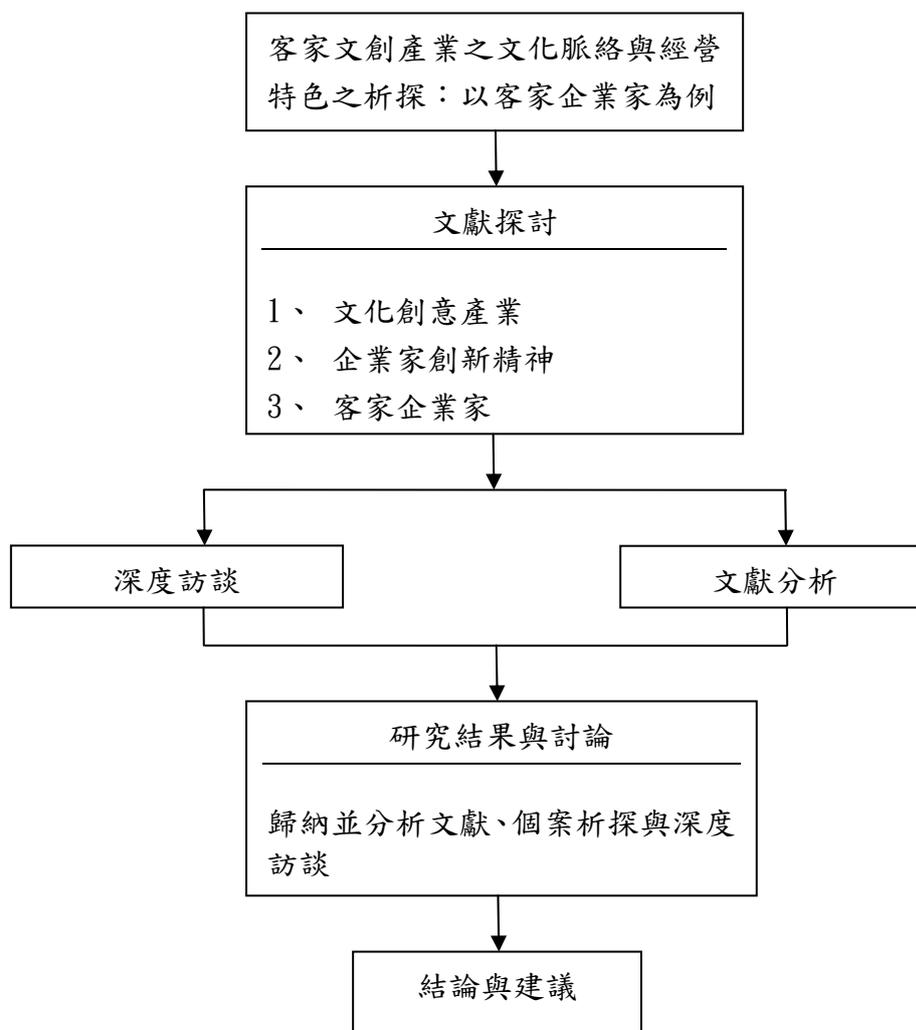


圖 1：研究流程圖

資料來源：本研究整理。

第二章 相關文獻檢閱

1994 年澳洲「創意之國」文化政策報告首度提出創意產業概念，繼而在 1998 年英國文化媒體與體育部(DCMS)確立以「創意英國」做為振興國家經濟的定位；2001 年韓國成立「文化振興院」負責推動韓國文化內容產業，我國亦於 2002 年將「文創產業」正式納入國家發展重點之一，2010 年訂定《文創產業發展法》，2012 年將文建會升格為「文化部」，以文化經濟力厚植國力；而聯合國教科文組織(UNESCO)與貿易發展會議(UNCTAD)也持續關注全球文化產業的發展，顯見推動文創產業已成為全球趨勢（李兆翔，2009）。

第一節 文創產業

壹、台灣文創產業的定義與範疇

2010 年政府為促進文創產業發展，制訂並頒佈《文創產業發展法》，其主要目的在於建構具有豐富文化及創意內涵之社會環境，運用科技與創新研發，加強藝術創作及文化保存、文化與科技結合，健全文創產業人才培育，注重城鄉及區域均衡發展，重視地方特色，提升國民美學素養及促進文化藝術普及，並積極開發國內外市場，帶動產業轉型升級，以符合國際潮流，增強國家文化創意軟性實力。

依據《文創產業發展法》第三條，將文創產業定義為「源自創意或文化積累，透過智慧財產之形成及運用，具有創造財富與就業機會之潛力，並促進全民美學素養，使國民生活提升之產業。」而在此定義下，文創產業次產

業類別為 15+1 類，詳如表 1。

表 1：文創產業類別、內容與範圍

	產業類別	產業描述
1	視覺藝術產業	凡從事繪畫、雕塑及其他藝術品的創作、藝術品的拍賣零售、畫廊、藝術品展覽、藝術經紀代理、藝術品的公正鑑價、藝術品的修復等之行業均屬之。
2	音樂與表演藝術產業	凡從事音樂、戲劇、舞蹈之創作、訓練、表演等相關業務、表演藝術軟硬體(舞台、燈光、音響、道具、服裝、造型等)設計服務、經紀、藝術節經營等行業。
3	文化資產應用展演設施產業	凡從事文化資產利用、展演設施(如劇院、音樂廳、露天廣場、美術館、博物館、藝術館(村)、演藝廳等)經營管理之行業。
4	工藝產業	凡從事工藝創作、工藝設計、模具製作、材料製作、工藝品生產、工藝品展售流通、工藝品鑑定等行業。
5	電影產業	凡從事電影片製作、電影片發行、電影片映演，及提供器材、設施、技術以完成電影片製作等行業。
6	廣播電視產業	凡利用無線、有線、衛星或其他廣播電視平台，從事節目播送、製作、發行等之行業。
7	出版產業	凡從事新聞、雜誌(期刊)、圖書等紙本或以數位方式創作、企劃編輯、發行流通等之行業。
8	廣告產業	凡從事各種媒體宣傳物之設計、繪製、攝影、模型、製作及裝置、獨立經營分送廣告、招攬廣告、廣告設計等行業。
9	產品設計產業	凡從事產品設計調查、設計企劃、外觀設計、機構設計、人機介面設計、原型與模型製作、包裝設計、設計諮詢顧問等行業。
10	視覺傳達設計產業	凡從事企業識別系統設計(CIS)、品牌形象設計、平面視覺設計、網頁多媒體設計、商業包裝設計等行業。
11	設計品牌時尚產業	凡從事以設計師為品牌或由其協助成立品牌之設計、顧問、製造、流通等行業。
12	建築設計產業	凡從事建築物設計、室內裝修設計等行業。
13	數位內容產業	凡從事提供將圖像、文字、影像或語音等資料，運用資訊科技加以數位化，並整合運用之技術、產品或服務之行業。
14	創意生活產業	凡從事以創意整合生活產業之核心知識，提供具有深度體驗及高質美感之行業，如飲食文化體驗、生活教育體驗、自然生態體驗、流行時尚體驗、特定文物體驗、工藝文化體驗等行業。
15	流行音樂及文化內容產業	凡從事具有大眾普遍接受特色之音樂及文化之創作、出版、發行、展演、經紀及其周邊產製技術服務等之行業。
16	其他經中央主管機關指定之產業	從事中央主管機關依下列指標指定之其他文創產業：一、產業提供之產品或服務具表達性價值及功用性價值。二、產業具成長潛力，如營業收入、就業人口數、出口值或產值等指標。

資料來源：本研究整理自文化部網站：<http://www.moc.gov.tw/law.do?method=find&id=264>。

貳、台灣文創產業的發展歷程

綜觀台灣從「文化產業」到「文創產業」的發展歷程，經歷幾次重要轉折。首先，「文化產業」在 1990 年代成為「文化政策」，及至 2002 年政府提出「挑戰 2008：國家發展重點計畫」，文創產業遂成為國家經濟發展的轉型支柱。2010 年《文創產業發展法》完成立法，確定文創產業的「15+1」項，成為目標明確的產業政策。

文化部（原文建會）在 1995 年「文化產業研討會」中首先提出「文化產業化」與「產業文化化」之構想，此一「文化產業」概念，亦成為當時的文化政策以及「社區總體營造」的核心。從政策擬訂到執行實施等相關細節，皆由各地方政府主動參與規劃及執行，地方政府由被動轉為主動的角色，協助社區及地方資源整合、凝聚社區共同意識，無形中建構各區域文化差異與特色之在地文化特質，間接帶動地方區域小規模經濟之成長，且其所蘊釀的文化經濟力量不斷地持續成長。

隨著全球化與科技化兩股力量的推進，台灣傳統製造產業在產能及產值上都遭遇其產業發展的瓶頸，全球新經濟型態已轉變為以「創新」為主之知識經濟型態，以及「全球思考、在地行動」的雙重影響之下，而以「文化經濟」取代「高勞力密集經濟」，則被視為是提振國內經濟的對策方法。

因此，政府為貼近此一產業趨勢脈動，2002 年正式將「文創產業」列為「挑戰 2008：國家重點發展計畫」其中一項，首次將抽象的「文化軟體」視為國家建設的重大工程，期待藉由結合藝術創作和商業機制，創造具本土文化特色之產品，藉以增強人民的文化認同與創造產業的附加價值。

依據中華經濟研究院就文創產業之產值、營收、家數推估研究報告，2002年文創產業產值為 3,055 億元，而至 2011 年文創產業產值為 6,654 億元，成長幅度達 54.09%，顯見文創產業的推動對於提高台灣產業附加價值與創造就業機會有正面的影響與助益（文建會，2004；文化部，2013）。

參、文創產業的內涵特性

文創產業不是傳統的生產業，也非既往傳統產業鏈生產與消費之間的單純關係，而是一種自生活美學、傳統經驗、區域獨特元素中的新形態產業，文化是生活的總體展現，文創產業正是以文化內涵為底蘊基礎（詹睿然、張文誠，2007：10）所發展出具有「美學」思考之經濟活動。

「美學」這個字，兩百多年前在德文是 *aesthetika*，即是官能的意思（郭奕伶，2004：68），可以說，「美學」就是視覺、嗅覺、聽覺、味覺、觸覺等五感官能之美好體驗與感受。不過，以往人們對於美學的認知較偏重於藝術或設計上的審美，但是，其實「美學」並非哲學家或藝術家的專利。從五感體驗的觀點來看，「美學」實際體現在一般社會大眾的日常生活當中（詹偉雄，2005：53），亦即每個人每天在生活中所經歷之美好感覺，或能引起心情愉悅之一切情境、體驗、感受或事物等，其實就是一種「美學」的展現（胡哲源，2007：13）。

由此推論，「美學」建構並表徵於文化與生活方式上，在某種程度是銷售生活型態（Life Style）的體驗與氛圍。可以說，當一地的生活方式，可以透過商品，使另一地域的人們也能體驗，即達到文化體驗。因此，如何將在地或既有的資源整合並運用最大化，是創造經濟價值的基本條件，而這樣的

體驗過程也成為構成文創產業之內涵與特性(詹睿然、張文誠,2007:6-14)。

另一方面,從媒體報導,李仁芳定義文創產業為:「以創意整合生活美感之核心知識,提供具有深度體驗與高質美感的經濟」(郭奕伶,2004:68);而施百俊(2009:38)也認為文創產業亦即將美感生活經驗與產業發展結合的商業活動,也可以說,文創產業就是以美感創造產品(或服務)價值的商業模式。

不過,回歸從「以人為本」的觀點來看,文創產業並不只是專注強調於獲利的商業活動,或是外在風格改變,也不是意識形態,而是生活裡的公民美學意識與社會文化價值,決定文創產業的發展,因此,「文化」才是文創產業的重要基礎,讓經濟活動能夠具有美學的思考,並期能在文化延續的脈絡與產業群聚裡,耕耘出以台灣本土為源,且走向全球的文創產業力(吳翰中、吳琍璇,2010:286-287)。

一、體驗經濟「心」趨勢

1998年約瑟夫·派恩(B. Joseph Pine II)及詹姆斯·吉爾摩(James H. Gilmore)所著述的《體驗經濟時代》(The Experience Economy)一書中,將經濟型態分為四個階段:農業經濟、工業經濟、服務經濟、體驗經濟,如下表1。從表1得知,經濟價值從初級產品到商品再到服務和體驗的演進過程(Joseph & Gilmore, 夏業良、魯煒(譯),2003:36)。農業經濟與工業經濟提供有形之產品,進入服務經濟以後,強調顧客之客製化的需求與服務的提供。不過,在消費社會下,商品是在容易被取代的,產品是有形的,服務是

無形的，但是，「體驗」卻是令人難忘的，因此，形成第四種經濟型態——「體驗經濟」的興起。這階段的企業經營猶如創造體驗舞台的策展演出（experience stager）企圖把提供的服務（services）或商品（goods）精心設計猶如一場展演，在過程中並注入創造顧客感覺的元素，以期能夠帶給顧客感知與感動的獨特之個人體驗（Joseph & Gilmore，1999：11-12）。

表 2：四種經濟型態的差異對比表

資料來源：引自 Joseph & Gilmore，1999：6；Joseph & Gilmore，夏業良、魯煒（譯），2003：37。

經濟產物	初級產品	商品	服務	體驗
經濟結構	農業	工業	服務	體驗
經濟功能	採掘提煉	製造	提供	舞台（Stage）
產物的性質	可替換的	有形的	無形的	難忘的
主要特徵	自然的	標準化的	客製的	個性化的
供給方式	大批儲存	生產後庫存	按需求配送	一段時間內展示
賣方	交易商	製造商	提供者	演出者 （Stager）
買方	市場	使用者	顧客	賓客
需求要素	特點	特色	利益	感覺

雖然，體驗經濟名稱上又有文化經濟、風格經濟等語彙，不過，其本質上都與美感體驗相關，因此，「體驗經濟」又稱為「美學經濟」（林家旭，2009：28），台灣所稱「文創產業」或「創意生活產業」等亦都是美學經濟的範疇（高曰萍，2005：8）。楊瑪利（2009）認為台灣未來應該發展的方向，也是全世界的大趨勢，繼第三波知識經濟後，第四波正是創意、文化為基石的文創產

業趨勢。

二、文創產業興起的關鍵因素

1. 資本主義影響形成大眾消費社會

資本主義在十六、七世紀的歐洲萌芽，至今已成為全世界絕大數國家人民賴以維生的生活方式，即便在不同的國家有其不同的風貌，但是資本主義的核心理念即以「私有財產制」為基礎，肯定個人自由，鼓勵進行「自由競爭」(free competition)，打破中世紀封建社會世襲的階級制度，形成「個人主義」(possessive individualism)的有利發展條件，使得某些事物不再只是貴族才能擁有，一般社會大眾平民百姓也有機會可以持有。

在這股解放的社會氛圍影響下，促使愈來愈多人們願意以自己更多的勞動來賺取更多的金錢，在消費市場裡盡情採購其自己喜愛的商品或從事自己喜愛的活動等，用以彰顯自我的身分地位或是凸顯個人的風格等，亦即體現自我尊嚴、自我實現之光榮感的象徵意義，以致形成「大眾消費社會」，也間接助長「文創產業」的興起現象（詹偉雄，2005：30-32）。

2. 消費趨勢由「功能消費」逐漸轉向「符號消費」

文創產業迅速發展的另一個原因，就是財富的增加（Joseph & Gilmore，夏業良、魯煒（譯），2003：36）。近代研究消費現象的社會和文化學者都指出，中產階級的購物熱潮，其消費的標的是附著在商品的「象徵符號」，並非僅以使用功能為唯一的考量，亦即表示人們的消費行為正由「功能消費」轉

向「符號消費」的明顯趨勢（詹偉雄，2005：29）。

其實，隨著人們的生活水準提高，消費者在選購產品時，「低價」或「功能」已經不是主要考量，反而更重視的是產品所帶給消費者的「感覺」。同時，消費者亦會賦予其所擁有這個產品之「意義」，即使消費者需要支付較高的代價（金錢／時間）才能取得，也仍然會滿心的喜悅。

不過，「符號消費」代表影響消費者的消費行為主要強調「感覺」和「意義」的層面，摻揉個人的生活風格等。因此，產品的「價格」並非是消費者購買產品之關鍵因素，而是消費者對該產品所產生的「價值」認同。舉例來說，「7-11 City Coffee」和「星巴克咖啡」，雖然，City Coffee訴求的是「便宜」與「便利」，而星巴克的咖啡所訴求的是「生活」與「質感」。但，其實這兩者咖啡都有大批的消費者支持，純係因為每個人對消費的感覺和意義／價值的不同；又如「無印良品」、「UNIQLO」或「ZARA」等國際服飾品牌，同樣地都獲得不同消費價值取向的消費者之青睞。

另外，再舉「GARMIN 衛星導航器」之案例，其帶給消費者的不僅僅是導航功能，而是消費者從出發地到抵達目的地之導航體驗的過程，導航器成功的帶領消費者抵達探訪的目的地，使消費者的想望得以實現。消費者因為擁有導航器而獲得滿足，導航器對消費者的意義不僅是個產品，而是間接提升消費者對「行」的能力，也帶給消費者更多美好的生活體驗，這就是一種「符號消費」的意涵。

換言之，當消費者的消費行為由「功能消費」轉向「符號消費」，生產者

的產品策略以消費者的「心靈佔有率」取代產品的「市場佔有率」，即已宣告新經濟趨勢—文創產業時代的來臨。

3. 市場競爭激烈使得產品「美感價值」脫穎而出

由於技術的快速發展以及競爭愈來愈形激烈，驅使企業不斷追求獨特的賣點（Joseph & Gilmore，夏業良、魯煒（譯），2003：36）。進入微利時代，市場競爭激烈的環境下，使得各家廠商所製造的產品其品質與價格已無分軒輊，「美感」成了產品脫穎而出的唯一方法（Postrel，閻蕙群、陳俐雯譯，2004：39-40）。

就文創產業觀點來說，當消費者消費一種物品的「功能」轉變成消費「符號」，且現代人經由購買、消費來建立個人風格，所以，商品的「美感」也就相對的重要（胡哲源，2007：15）。可以說，「美感」是讓消費者購買東西（付費消費 / 使用）的真正原因，「美感」讓商品產生了較高的價值，當商品滿足了消費者（觀眾、閱聽人、客戶）的需求，他們心甘情願支付的代價，在文創產業中，那多出來的附加價值，就是「美感的價值」（施百俊，2009：42）。

較早提出「美感價值（Aesthetic Value）」一詞的美國《紐約時報》專欄作家維吉尼亞·帕斯楚（Virginia Postrel）指出，美感價值是人們與身俱來的本能，美會讓人自動感到愉悅，美的效果是立即的、視覺的以及情緒層面的，美的愉悅本身就具有品質和實質，事物的外觀和感覺會觸動人類內心深處的本能。換句話說，這裡所指的「美感（Sense of beauty）」¹並非技藝的美學專

¹美感就是令人愉悅的感覺，構成美的這些元素特性能與我們每個人內心潛藏的基本形式（集

利，而是人們透過感官來溝通的一種方式，不須經由言語，從人、地、物的外觀和感覺，便能引起反應的溝通藝術（Postrel，閻蕙群、陳俐雯譯，2004：28-43）。

設計（創作）的好壞，不是由設計者單方認定的，而是要使用者，也就是消費者（觀眾）使用欣賞了以後才做出評價，整個設計（創作）才得以完成，創作者與受眾必須協作，產生共鳴，設計才能產生美感價值（施百俊，2009：146）。許多全世界的領先企業都致力於運用設計創造價值，尤其是將體驗設計（experiential design）與情感設計（emotional design），當作市場上熱銷產品的關鍵，甚至尋求具有文化認同、表現文化特色的產品，世界各國亦發展出強調自己文化特色的設計風格（林榮泰、林柏賢，2009）。

當前設計的價值已經從「這是好設計（創作）」，轉換到個人及情緒層面「我喜歡這個設計（創作）」（Postrel，閻蕙群、陳俐雯譯，2004）。商品客製化後會自動轉變為一種服務，客製化服務可以是一種展示正面體驗的好方法，當商品和符號客製化以後，它們的經濟價值就自然而然的遞進升級（Joseph & Gilmore，夏業良、魯煒譯，2003：129-131）。

4. 全球化加速文創產業興起與發展

全球化為文創產業的交易提供舞台，一個國家的文化特色與生活方式，很容易隨著傳播媒體與跨國公司傳遞，隨著全球雙邊或多邊自由貿易協定的

體潛意識)相共鳴，使人感動、進而產生美的驚駭感。這裡所謂的「集體潛意識」，心理學大師榮格指出有些每個人心裡「共有」的潛意識，或許來自於共同的生活經驗、文化背景，或許來自於遠古人類的心裡殘餘，只要被某種象徵召喚了，就會活躍起來(施百俊，2009:40)。

簽署，市場上商品的流動限制較少，趨近於自由流通的狀態，且大眾運輸交通的便利，人員的流動與文化活動的交流愈趨頻繁，無形中就形成區域與區域之間的生活型態與生活方式之交互影響等。

文創產業是以文化和生活方式為基礎開展一連串的經濟活動（詹睿然、張文誠，2007：10），比方說，韓劇在台灣的播出，觀眾透過每齣戲劇的寫實畫面，瞭解韓國人的飲食文化，如通常韓國人在生日那天，習俗上會喝海帶湯；韓國人的每一餐幾乎都會有泡菜等。影響所及，現今台灣韓式餐館林立、台灣人在飲食上，也接受泡菜、海鮮煎餅或韓式烤肉等韓式料理的種類。

三、從 OEM/ODM 到 OBM 的轉型

從台灣社會的微型觀察，「學美」在台灣現階段社會中盛行，反映台灣由 OEM（Original Equipment Manufacturing）委託代工，純製造業經濟體轉向 ODM（Original Design Manufacturer）設計代工，製造業經濟體轉型至 OBM（Original Brand Manufacture）自創品牌經濟體（詹偉雄，2005：30），再來，透過文化增值設計產業，提升產品的「附加價值（value added）」，亦即所謂自創品牌，正是目前努力的方向，可塑造推銷台灣生活風格的「經驗產品」（林榮泰，2005：26-33）。

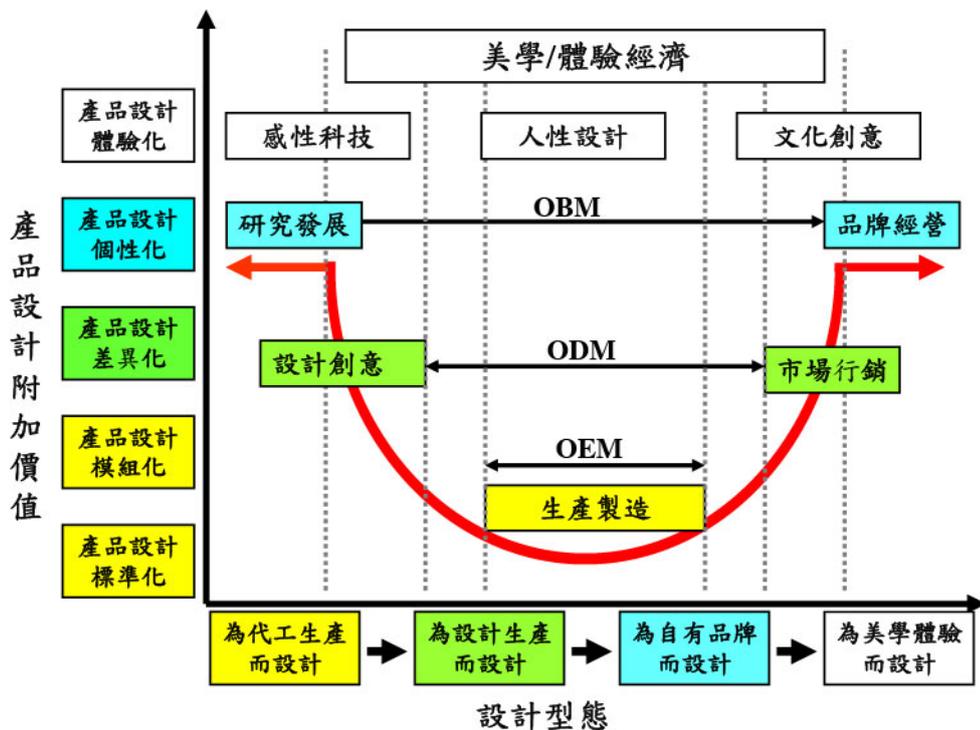


圖 2：台灣從 OEM 到 OBM 經濟發展示意圖

資料來源：引自林榮泰、林伯賢，2009：83。

從圖 2 台灣經濟發展 OEM 到 OBM 階段來看，OBM 強調的是「品牌的經營」與「研究發展」，產品設計的附加價值著重在差異化、個性化及體驗化，其設計型態主要是為美學體驗而設計。文創產業往往需要跨領域整合，美學與經濟、科技與人文及文化與創意等（施百俊，2009：17），從圖 2 中，亦指出「感性科技」、「人性設計」以及「文化創意」是形成文創產業的主要面向。

文創產業強調體驗產物之設計、管理及消費者的感知與感覺（Clarke，2010），可以說科技是設計思考之本，講求「感性科技」；人性是設計思考之

始，注重「人性設計」；文化是設計思考之源，追求「文化創意」。因此，現代的設計師必須融合「感性科技」與「人性設計」的設計思考，營造一個具有「文化創意」的人性化組織與生活環境（Brown，吳莉君譯，2010）。

四、創造美學與經濟的價值連結

台灣美學元素與經濟價值的演化過程，如圖 3 所示，最早是「開拓者」的年代(可泛指民國 30~40 年次出生族群)，李仁芳指出從前台灣人民相信「勤奮的力量」，因此，在這階段，台灣人民的文化背景與生活方式，養成具刻苦耐勞特質，勇於開拓新市場的性格，並認為創造經濟價值的方法就是有訂單就接下生產，只要多工作就可以多賺一點錢，可以改善生活，當時台灣人民的感覺結構—「增產報國，台灣錢淹腳目」。

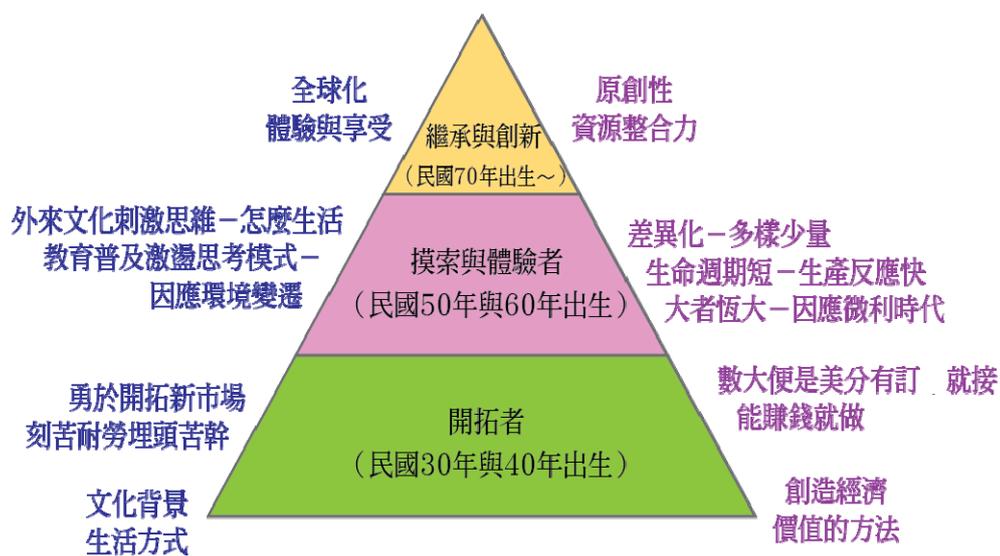


圖 3：台灣美學元素與經濟價值進化過程

資料來源：引自詹睿然、張文誠，2007：9。

接著，1996年經濟合作開發組織（OECD）提倡知識經濟後，強調「知識就是力量」，進入「科技的力量」時代，亦即「探索與體驗者」的年代（可泛指民國50~60年次出生族群），在這階段，一方面仰賴前人積累的經濟穩定基礎，一方面受到教育及資訊的普及與外來文化的影響，再加上科技的進步，使得創造產品或體驗的方式更多樣化。為因應生產環境逐漸邁入微利時代，因此，採用多樣少量的差異化生產方式，以創造更高的附加價值。

2006年大前研一建議台灣盡快進入以「感覺（Sense）與生活（Live）」為核心的產業階段，以發展「美麗的力量」新時代，換言之，即進入「繼承與創新」的年代（可泛指民國70年次以後出生族群），也就是文創產業的型態。在這個階段，整個文化背景與生活方式進入全球化，國與國的界線模糊，透過資訊快速流通，可以享受與體驗許多不同的生活方式，且在全球化下，資源取得容易，但是，該如何將資源整合，並在前人累積的基礎下，從自身的文化為根源出發，進行原創性產品、服務與體驗設計開發等。創意源自於文化，源自於生活，是這個階段創造經濟價值所應努力的重要課題（詹睿然、張文誠，2007：8-9；吳翰中、吳琍璇，2010：7-9）。

在上圖3中，顯示美學元素建構於文化與生活方式上，藉由文化認同衍生出經濟價值。從產業面來說，生產型態與市場定位明確就能與美學元素進行經濟價值的連結，其三者之關聯性如圖4所示，並以設計能力編碼出商品的符號與意義，經由不斷的研究開發，最終有機會取得倍數獲利之經濟價值。

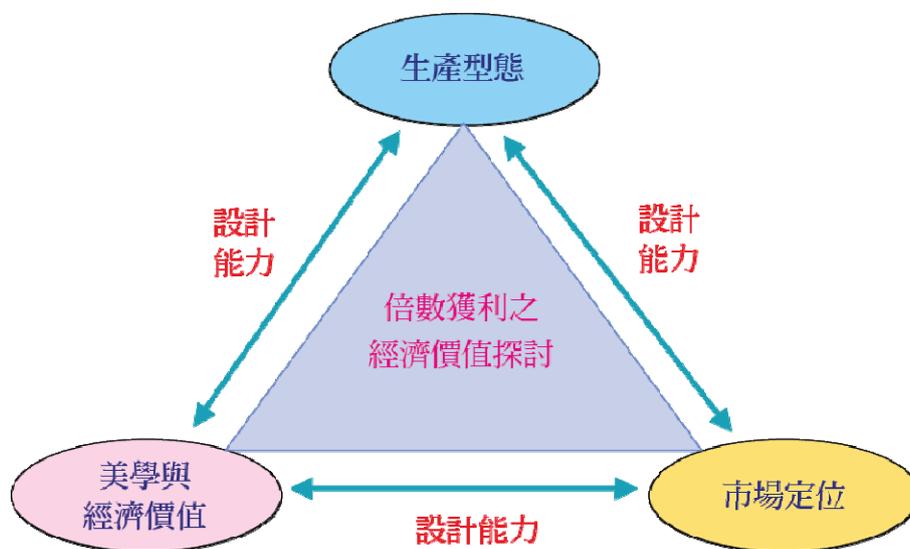


圖 4：美學元素與經濟價值關聯性示意圖

資料來源：引自詹睿然、張文誠，2007：15。

若進一步從商品設計型態來看，美學與經濟價值連結的商業模式（Business Model）如圖 5 所示。在圖 5 中，從美學／文化為根基出發，中間包含產品外型設計、機構設計與包裝設計等投資，以及之後產品的成品、服務與定價等，最後導入市場銷售，這些階段亦即顯示從美學元素到經濟價值衍生的過程。而在這每一階段中，對於投入的資金或人力會因不同的設計型態之市場定位而有所不同，當然，其預期獲利幅度亦不相同。

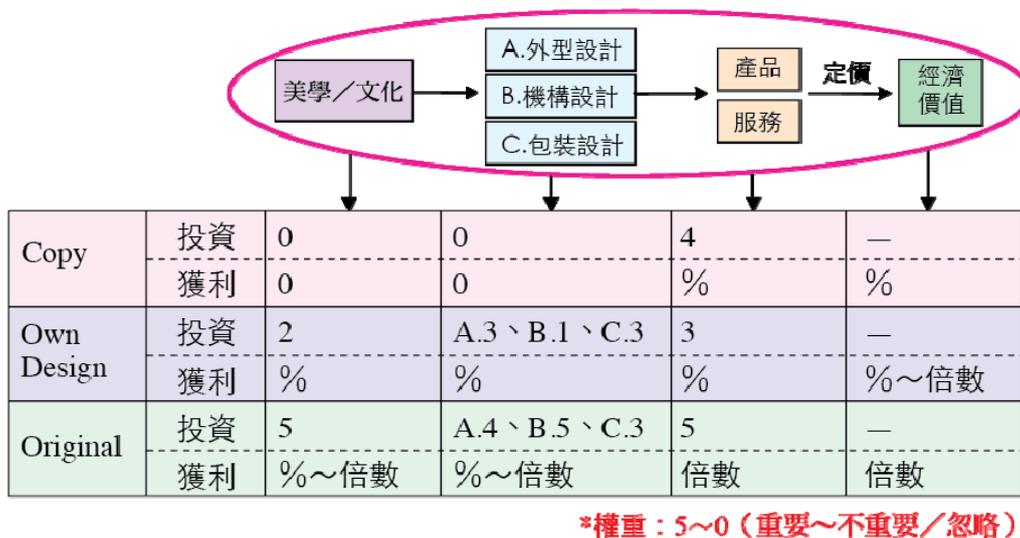


圖 5：美學與經濟價值的商業模式示意圖

資料來源：引自詹睿然、張文誠，2007：22。

在以複製（copy）為設計型態的業者，其在產品或客戶服務的部分，投入的程度相對較其他階段較多，但是其經濟價值就可能僅有百分比（%）的提升；另以自家設計（Own Design）為設計型態的業者，在初期美學／文化元素上即有一些投入，但較強調外型與包裝的設計，使得產品樣貌與客戶服務方面有一定的水準，其預期獲利能力可以從百分比（%）到倍數的提升；再來，以原創品牌（Original Brand）為設計型態的業者，屬於文化、生活的融合與開創者，在初期美學元素或文化意涵的投入比重較高，對於產品的機構設計²以及對產品之服務相較於外形設計更為重視，其預期獲利幅度可以呈現倍數的成長。

² 機構設計是將各零件完整設計及符合成品功能之技術設計工作，而這其中往往牽涉到許多機械的創新設計，因此，機構設計是一重視技術開發的工作，亦是發展精密機器設計的基礎。

不過，一個品牌的經營之所以會成功，顧客的支持乃是最主要的因素(詹睿然、張文誠，2007：15-22)，因此，「如何讓顧客驚喜」是美學元素與經濟價值連結的臍帶。在圖 6 文創產業 3-S 模式中，說明企業經營必須在「讓顧客感到滿意」(Satisfaction) 以及「讓顧客產生物超所值的感覺」(Sacrifice) 的基礎下，進而創造顧客令人難忘的感覺「顧客感覺驚喜」。在文創產業型態下，企業的經營方式不再是問顧客我們做得如何 (how we did)，而是重視顧客想要什麼 (what you want) 以及顧客會記住什麼 (what you remember)，主要是強調顧客的感覺。當產品或服務與經濟價值連結的同時，其實，亦是回歸至美學，文化與生活方式的創新發展 (Joseph & Gilmore，1999：96)。

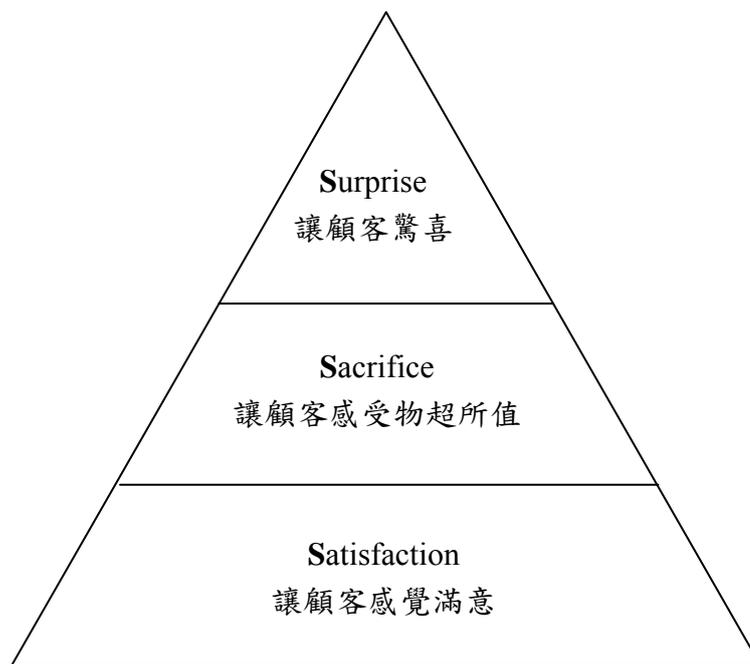


圖 6：文創產業 3-S 模式

資料來源：引自 Joseph & Gilmore，1999：97。

第二節 企業家創新精神

如前述，「文化」和「創新」是文創產業的基礎，而企業家精神，即在於不斷地「創新」。從管理大師彼得·杜拉克到蘋果創辦人賈伯斯，都指出企業家是「創新」的推手，也是影響現代社會經濟成長的主要動力。事實上，「創新」這個名詞的出現，可以追溯到1912年熊彼得在其所著的《經濟發展理論》（*The Theory of Economic Development*）一書中，首次提出「創新」及「創造性破壞」的概念（劉錦秀譯，2003：59-65）。

熊彼得認為企業家是將生產要素重新組合（new combination）與實現的創新者，創造新的生產函數，使各項生產要素在不同的組合下，可以獲得更多的產出。因此，「創新」是企業家的本質特徵，亦是最重要的企業家精神之一（引自袁捷敏，2006：83）。簡言之，從熊彼得的觀點，「創新」是判斷企業家的唯一標準，並將企業家與單純經營者明顯區別（劉錦秀譯，2003：61）。

熊彼得提出「創新」的概念，可以透過下列五種途徑達成：（一）採用一種新的產品（也就是消費者還不熟悉的產品）或產品的一種新功能品質；（二）採用之前未使用過之全新的生產方法；（三）開闢一個新市場；（四）獲得原材料或半製成品的一種新供應來源；（五）實行一種新的企業組織型式，比如創造像托拉斯般的壟斷地位，或者是打破壟斷地位（何畏、易家詳譯，2001：62）。

熊彼得更進一步指出「創造性破壞」的觀點，經濟創新的過程是企業家

創造性地破壞市場的均衡，改變經濟結構的過程。「創造性破壞」是資本主義的本質和事實，當景氣循環到谷底的時候，使得某些企業家被淘汰，不得不退出市場，而另一些企業家則是「創新」生產組合，創造出市場新的需求與動能，帶動景氣提升，生產效率提高。所以說，每一次的經濟蕭條，都可以帶來技術革新的可能。企業家「創新」就是不斷的淘汰舊的技術和生產體系，並建立起新的生產體系，亦即破壞舊的結構，創造新的結構（袁捷敏，2006：83）。

這種經濟結構的創造和破壞的過程，並不是透過削價競爭或是著重於企業的邊際利潤和產量，而是創新價值的競爭。而當前新經濟趨勢—文創產業正是從文化的根源出發，以人為本，強調體驗與情感的設計，並以創新商品或服務的美感體驗與美感價值為核心競爭力。

因此，「文化」和「創新」乃本研究關注的焦點議題。申言之，本研究以客家企業家為例，從文創產業及熊彼得企業家創新精神的觀點，觀察其客家文化底蘊與脈絡對其創發文創產業事業之影響，以增進吾人對客家企業家在美感、文化創意與商業創新等方面，有更進一步的了解。

另一方面，本研究亦探索文創產業的新經濟價值與發展趨勢，希冀通過企業家創新的力量，讓經濟活動能夠具有美學的思考，不能只是單方面交給設計師與藝文工作者，並期能在文化延續的脈絡與產業群聚裡，耕耘出以台灣本土為源，且走向全球的文創產業軟實力（吳翰中、吳琍璇，2010：286-287）。

第三章 研究設計與實施

第一節 樣本描述

本研究針對客家企業家在文創產業領域之初探與微型觀察，並採用立意抽樣（purposive (judgmental) sampling）方法，由研究者判斷選擇最有用、最具代表性的樣本進行觀察（Babbie,2010: 193）。基於此，本研究以「客家」、「企業家」與「文創產業」為立意抽樣之取樣依據。本研究之樣本描述，如表 2 所示。

表 2：樣本描述

編碼代號	研究對象	企業特色
個案 A	九○軒企業創辦人	九○軒原是苗栗三義地區一家三代傳承的木雕店，1995 年加入客家傳統美食，例如：月光餅、艾草粄、菜包、麻糬等，並針對現代人的美感體驗，重新設計產品規格與創新包裝，讓傳統客家美食跳脫舊框架，展現具現代食尚的美感價值，成為遊客至三義之最佳伴手禮之一；另並於 2005 年成立「居○堂」茶屋，以庭園景觀餐廳形式，提供客家米食，例如粄條、水晶餃、蘿蔔糕等，將文化創意與美學設計融入日常生活中的具體實踐。
個案 B	薰○草森林企業創辦人	薰○草森林是一個追夢和圓夢的企業。從兩個女生想要在山種一畝薰衣草田的紫色夢想開始，以「我們很快樂，也要你快樂」為出發，如今「薰○草森林」成立 10 年，旗下已有「薰○草森林」、「香○鋪子」、「心○芳庭」、「緩○民宿」、「桐○村」及「好○生活」等獨立品牌，10 餘家的連鎖分店和數百位員工，年營業額逾億元。

(接續上頁，表 2)

編碼 代號	研究對象	企業特色
個案 C	小○文創志業 企業創辦人	從 2005 年創辦「天○的院子」民宿、2011 年成立「小○文創志業」，以其家鄉南投竹山為基地，將文創、餐飲、觀光、旅遊、設計、行銷等結合，運用協力設計、在地生產及協力銷售等創新商業模式，集結外部專業資源導入各場域聚落，讓竹山鄉鎮能夠有更多思考與創意注入，提高在地傳統觀光旅遊產業的競爭力，讓鄉鎮在地的創新服務或者創新產品能夠發掘出更大的市場，進而找出文創產業與鄉鎮產業之間永續的應用模式。
個案 D	山○蓉咖啡 企業創辦人	山○蓉咖啡是深處在苗栗客庄原鄉，用園藝打造的一個咖啡空間，亦是當地第一家咖啡休閒產業。10 幾年來，僅在周末假日營業，且採用不供餐的方式經營，以同業相互推薦的共生合作機制，讓來喝咖啡的客人，也有機會到其他商家消費，進而帶動當地休閒產業與區域經濟的均衡發展。
個案 E	異○宣言 企業創辦人	2003 年成立迄今，以追求和美生活為目標，秉持一份人文堅持、一個創意觀點、一種原創思維，透過素顏華美的設計精神，與設計價值的具體演繹，融入日常生活中的物件與場域，具體提供消費者各人文場域之體驗，開發原創生活用品，例如：食器、家飾、文具、紙製品...等，並跨界經營餐廳、飯店、旅行社等，以東方人文底蘊，透過設計、人文、藝術與創意，扮演實踐五感六覺美質生活的橋樑，實現對美好生活的想望。其經營之事業體有：「the○南園-人文客棧」、「the○概念店」及「異○風格旅行社」等。
個案 F	台○客藍 品牌創辦人	台○客 2008 年成立迄今，已是台灣本土知名的時尚工藝品牌，以「本土」、「人文」及「時尚」為品牌概念，汲取客家人勤奮、樸實、重視知識、生活融入自然的傳統精神，透過多媒材的應用，有機地融合了東洋、西洋、南洋風格，將深厚的人文意涵，置入在機能與美感中，簡、雅、實、尚，是一個以文化論述為基礎的陶瓷工藝品牌，彰顯當代台灣的多元文化意象。2010 年底將工房遷至苗栗公館鄉，建立長期生產的基地，希望能將苗栗的陶瓷工藝再度振興。

(接續上頁，表 2)

編碼 代號	研究對象	企業特色
個案 G	京○宇 企業創辦人	有別於市場上的手搖茶飲，京○宇以「Taiwanese Tea House」的概念出發，「一杯真正的台灣茶」的堅持，以「100%台灣產茶葉」為原料，並且每一杯都堅持用「紫砂壺現泡」的方式，以實驗室概念的專業茶吧台，將台灣茶原始自然的風貌呈現出來，以風土、工藝、傳承，打造台灣茶的時尚新風貌，期待大家能感受台灣茶的魅力。
個案 H	小○企業 創辦人	小○座落在台北鬧區，卻隱身在巷弄中，將童年舊宅改造為一美食、品茶、空間、美學的生活體驗，專賣中式茶飲、懷石料理、各種生活器皿與棉麻服飾。結合廚藝、花藝、陶藝、茶藝及書法的創新組合，以日本茶道精神呈現台灣茶的風韻，強調「手感」與「慢活」，常吸引日本遊客造訪。
個案 I	中○藍 企業創辦人	從網路創業到實體店鋪，在地生產在地製造，以「中○藍」自創品牌，用傳統與現代的審美，重新定義藍染，成為台灣第一家民間藍染研發設計專賣店，銷售點遍及海內外。近年，更致力於藍印花布的改造與創新花色研發，亦獲 2010 年經濟部中小企業處頒發新創事業獎—優質獎之肯定。
個案 J	駿○實業—美 角品牌事業 創辦人	駿○實業成立 20 多年，累積深厚紡織成衣製造的專業知識與資源，從早期的商品代工到近年以「美角 MeiGa」自創品牌，將布織品開發設計成各式各樣的家飾品、布包、時裝等，銷售足跡已遍布世界各地。此外，並與行政院客委會合作，開發生產新的桐花花布，發展客家特色系列商品。
個案 K	學○文創志業 企業創辦人	學○文創志業成立於 2006 年，是華人世界第一所文化創意育成機構，從事「文化創意跨界學習」。其名稱出自《禮記》〈學記〉篇，指的是教人和學習各占學問的一半，以建立跨界交流與學習的平台為核心理念。自成立以來，開辦了數千堂文化創意跨界課程，提供心靈至技能的美學通識教育課程，期待開啟台灣文化美感學習運動。

第二節 研究架構

本研究架構主要從客家企業家的客家脈絡，以及熊彼得企業家創新精神之概念，進以了解對其等從事文創產業之影響。其次，從「文化力」、「創新力」、「美學力」及「經濟力」，進一步了解客家企業家之文創產業的創新特色，以及其等創新商業發展策略；亦期能較深入關注客家文創產業議題，甚而能發現台灣客家企業家，在文化和創新方面的主要貢獻所在。

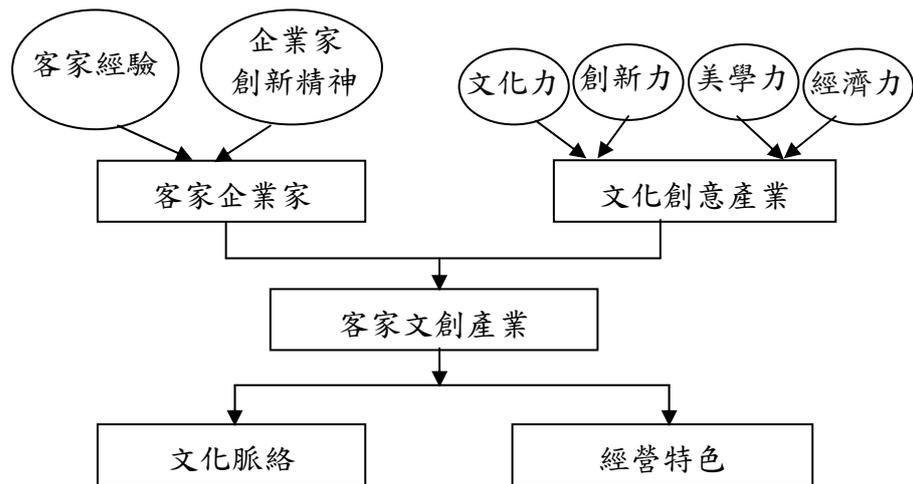


圖 7：研究架構

資料來源：本研究整理。

第三節 研究方法

壹、資料蒐集方法

一、文獻檢閱

文獻分析，基本上，又分為資料蒐集與資料分析兩個階段。在第一階段中，研究者預先蒐集與研究主題有關的期刊論文、專書、專書論文、碩博士論文及研討會論文等資料。接著，進入「分析」的階段，在該階段中，強調從大量蒐集的資料當中，整理出秩序、結構，或是詮釋出個中蘊含的意義（李政賢譯，2006：146-148）。故本研究首先從文獻檢閱，了解文創產業及企業家創新精神意涵，並進一步歸納為客家經驗、企業家創新整合及文創產業面向等，以形成分析架構。

二、深度訪談

深度訪談是受訪者與訪談者共同建構意義的過程，以敘說故事的方式，重構受訪者的經驗和歷史，並共同創建一個彼此都能理解的資訊（陳向明，2007：243）。本研究為蒐集客家企業家之客家脈絡與其所從事文創產業之較完整、且具脈絡性的資料，針對一客家經驗、企業家創新精神及文化脈絡、文化創意面向等，擬定訪談題綱，進行深度訪談。並採用 MAXQDA 進行資料搓揉分析，進一步瞭解客家企業家在文創產業領域之各面向影響。

貳、資料分析方法

從本研究的分析架構以及個案訪談內容，歸納分析客家企業家之客家脈絡，對其創業及從事文創產業之影響。藉由訪談文本，利用 MAXQDA 軟體之譯碼系統，建立編碼與次級編碼，並透過檢視工具（visual tools）將各面向因素之比重，以簡單的圖形呈現開放性編碼，如圖 8 所示。

基本上，本研究採紮根理論(grounded theory)方法，將資料由下而上淬煉而成概念。首先，經由文獻檢閱與研究架構鎖定本研究編碼方向，其後，透過深度訪談 11 位不同領域的客家企業家，以獲得基礎的資料來源，從而衍生出可與研究架構對話的次級編碼，進而歸納彙整理出「客家經驗」、「文化脈絡」及「經營特色」三項主軸編碼。

Code System	個案A	個案B	個案C	個案D	個案E	個案F	個案G	個案H	個案I	個案J	個案K
客家經驗											
成長歷程	35	24	9	63	10	25	31	30	15	15	11
客家文化	16	5	4	18	11	9	10	9	11	10	7
社群網絡	9	9	11	23	8	13	6	6	3	1	3
文化脈絡											
文化底蘊	17	3	7	2	14	10	6	9	2	9	4
美感價值	21	32	9	18	22	11	30	17	2	9	8
客家意象	14	7	5	1	20	5	6	1	4	12	1
創業經驗	54	19	10	23	18	11	41	35	27	36	7
經營特色											
商品創新	8	26	18	5	9	6	15	15	6	12	4
在地抓爬	9	5	34	8	7	3	1	2	2	3	2
文化行銷	5	4	8	3	2	2	12	4	2	4	2
社會影響	19	16	27	10	7	3	10	2	1	7	14

圖 8：客家文創產業文化脈絡與經營特色—開放性編碼

整體言之，就其開放性編碼而言，首先，「客家經驗」主軸編碼包含了：「成長歷程」、「客家文化」及「社群網絡」三項次級編碼。就成長歷程的編碼而言，主要探討客家企業家的成長背景、家庭經驗、社會經驗，以及人格特質、生活態度等；客家文化的編碼，則有助於了解客家企業家所具有之客家文化底蘊的特性，對其事業經營的影響；社群網絡的編碼，則有助於了解其所建立的社會網絡、人脈關係或人脈存摺等對其創業的影響。

其次，「文化脈絡」主軸編碼包含：「文化底蘊」、「美感價值」、「客家意象」及「創業經驗」四項次級編碼，用以觀察客家企業家從事文創產業之文化脈絡背景等。文化底蘊係指客家企業家在創業過程中與客家文化的交互影響；美感價值主要探討客家企業家於其事業中所展現之提升商品或服務在美感與價值層次的創新；客家意象主要在探討其商品或服務所蘊涵之客家元素及其表現的手法；創業經驗主要在了解客家企業家創業的過程，以及其中的生意哲思等。

「經營特色」主軸編碼則包含了：「商品創新」、「在地抓爬」、「文化行銷」及「社會影響」四項次級編碼。商品創新，著重於客家企業家之創新思維與經營特色；在地抓爬，乃指與在地文化結合之特色；文化行銷，強調客家企業家在商品或服務提供中所傳遞的符號意義；社會影響，主要探討客家企業家其所從事之文化創意事業對文化傳承、地方發展及就業機會等之影響，有助於了解其對文化與創新之貢獻所在。

第四章 研究分析

第一節 客家經驗

客家企業家從事文創事業深受其成長歷程中的家庭生活、學習階段以及社會經歷等影響。緣此，本研究乃分就客家經驗中的「成長歷程」與「客家文化」及「社群網絡」析探之。

壹、成長歷程

美國學者杜威（John Dewey,1859-1952）指出「教育即生活」，生活是經驗繼續不斷的重組與改造，而一般認為個人生命的成長經驗歷程之學習與累積，對其往後的人生影響重大，尤其是在價值觀的形成、情感、知識、行為及態度等重要面向。因此，從「家庭經驗」、「求學經驗」、「社會經驗」及「人格特質」歸納成長經驗歷程對客家企業家從事文創產業產生的影響。

一、家庭經驗

「家庭」對每個人的成長與發展具有重要的影響作用。本研究受訪之客家企業家，雖是來自不同的家庭背景，不過大部分均認為從小生長在客家庄的家庭經驗所形成的客家認同，對其後來創業與事業經營產生很大的影響。

爸爸媽媽用口頭講的客家諺語給我鼓勵非常大，比如說：我媽媽常常講說：「我們不是桐油罐，一輩子裝桐油」。這句話的意思，就是裝油桐花的那個罐子，第一胎是有毒的，第二胎是有種味道的，所以裝了桐油後，那罐子就不能再裝別

的東西，代表說一個人一輩子就這樣子，沒有重新去思考，沒有重新去做你想要做的事，比如說：上班，就每天上班上班，不去思考我怎麼上班，怎麼樣把事情做好，怎麼把你的人生改變，所以，我們不能像那個裝桐油的罐子一樣，一輩子只能做一件事情，因此，我會看那麼多書，去做一點別的事，也就是這個原因，我從二十六歲就開始創業，就自己當老闆，想辦法買地。（個案A 紀錄：22-22）

創業時，家裡的環境不是很好，完全沒有辦法幫忙什麼啦！能幫忙的就是我們客家話講的「寧賣祖中田，莫忘祖宗言」，我媽媽講的那些話，我都想得起來。媽媽講的那些諺語對我幫助很大，就是老祖先累積下來的一些很經典，非常經典的。我在高中時加入雕刻生產的時候，跟一些年紀大的歐巴桑一起做加工，我就很喜歡跟我祖母、媽媽在一起聽這些諺語，那就是智慧的累積，對創業幫忙非常大。所以，我受客家這些很經典的諺語影響很深，我都隨時隨地會想到這些諺語，真的真的真的。（個案A 紀錄：26-26）

傳統的客家女性，奉獻、刻苦的這種家庭教育，對我成長以來，我從做百貨到嫁人，再出來做事，我覺得都有深刻影響的。（個案H 紀錄：2-2）

從個案訪談紀錄中，觀察客家企業家在其家庭成長經驗中，大多以家中尊長做為其學習與效法的對象，可以說，是一個長期的、潛移默化的、培養的傳承過程，有助於形成其個人或事業經營上的獨特風格與企業文化。

我以前看我媽媽在村庄的時候，包括我外公也是，都會一直去幫忙村莊的人，我外公一直到80歲還在廟裡工作，我覺得她（我媽媽）就是把大家的事，都當成自己的事，所以，那時候，我就覺得我們做很多事情，就是要跟當地有一些連結。所以，我們公司做了很多跟當地有關的東西。（個案C 紀錄：198-198）

我為什麼要一直提我爸的故事，因為我爸爸在那個年代，他也是扮演一個改變者。（個案D 紀錄：104-104）

家裡面雖然有傭人，可是吃飯以前，我們還是要去排碗筷；吃手作的東西，過程一定是一起做，像是包餃子，並沒有像現在很多小孩子完全沒有接觸廚房，我覺得我多跟媽媽，家庭主婦兼職業婦女的這種生活模式，是我們小時候看到的面面俱到的生活模式，從小就有榜樣可以學習。（個案H 紀錄：14-14）

另一方面，客家企業家所展現的堅韌性格與勤儉精神，往往也受到其早期家庭生活經驗的影響。

在我們成長過程當中，我們累積的是什麼，就是勤勞，勤勞這是一定的。然後就是那種韌性，這也是我自己常在講的，客家人特別有韌性，這個韌性就是說，可以克服很多的逆境，韌性散發出來的就是我遇到事情就不屈不饒，我就是勇往直前。所以這個地方，今天如果不是我的話，很難。因為我自己這樣子經營，我知道它的困難點在哪裡，不是每個人都可以，我的韌性就很強。你無法想像，我今天早上八點的時候，我已經把我的水池都整理好了，那個對工作的韌性，我覺得我是非常的強的。這個過程當中，如果不是因為韌性，很容易偷懶，很容易放棄，所以我很清楚什麼力量讓我這樣。（個案D 紀錄：394-394）

我覺得客家人有一個韌性，很韌，很有韌性，知道自己生活不是很好，但是會很努力的慢慢調整，然後不怕挫折，而且能夠堅持，我覺得這個在我媽媽的個性裡面，我就能看到。雖然小時候家境不是很好，但是看到媽媽很認真、很認命地在做這些事情，一步一腳印地慢慢耕耘，也希望這個家能夠更好，那就是常遇到挫折，但是她不會退縮。在這樣的文化脈絡成長之下，我就變得比較獨立，因為我家裡經濟環境不好，變得能夠獨立的時候，我就喜歡到外面去打工。（個案D 紀錄：14-16）

基本上，家庭教育關係著個人的習慣、行為、態度、學習與品格之發展，亦對客家企業家的美感啟蒙，發揮重要的影響作用，對於其後來選擇投入從事文創產業，必然存在著一定的關聯性，當然，也對其事業發展產生直接或間接地助益。

重要的歷程應該就從小開始吧~就是玩美的東西。我覺得人生每個過程，都有它階段性的影響，比如小時候媽媽就會買好東西給我，其實這也有很重要的關係，我們家生活還算不錯，爸爸是醫生，所以用的東西、唸的學校，各方面都是培養好氣質的一個地方，念私立小學，就會教女孩子該有的一些行為舉止，或者一些素雅的培養，所以我想可能是一種從小累積的，父母的教育。（個案H 紀錄：1-7）

在那樣的生活環境中，五感就被開發的很好，你眼睛看到的，像媽媽時常插花、

畫花的稿；聽覺上，我爸爸跟哥哥都是聽古典音樂的，我到初中的時候自己也開始聽這個音樂；然後，味覺上，更不用說了，媽媽是燒了一手好菜；嗅覺，家前面有院子，院子裡種花養魚，觸覺也是，我是學美術、時尚的。讓我們從小就是五感都被開發完整，也有把我們對於五感的要求提到最高，看到的是最漂亮的東西，吃到的是最好吃的東西，因為五感是家教來的，美感是最好的家教。（個案H紀錄：14-14）

從小耳濡目染，我的祖父種蝴蝶蘭，養公雞、養鵝不是要拿來殺的，是拿來當寵物的，那很好玩的，我從小就看著祖父帶著公雞在外面，那是不能殺的！我外祖父家那更不得了，一進去就是一個很大的庭園，以前人的院子很大，裡面種葡萄、種嘉德利亞蘭，在四、五十年以前種嘉德利亞蘭，那是品味非常高的。外祖父家有一個房間是我舅舅的休息室，我有很多個舅舅，他們的休息室有手風琴、風琴、吉他、曼陀鈴、有電唱機，我媽媽回娘家時，（舅舅）他們就是彈曼陀鈴，我媽媽彈風琴，現在想起來那畫面好美，從小就這樣耳濡目染下來。就是說，美是一種慢慢累積的。美感與生俱來有，但是，還是要啟發，所以要累積。（個案A紀錄：175-177）

另者，隨著時代變遷與科技不斷地進步，現代的生活形態和農業時代已經大不相同。但是，客家企業家自幼所接受的家庭勞動教育，讓其在生活體驗中培養出服務、學習、勤勞、溝通、獨立自主以及解決問題的能力。

我母親的時代，就是我們小時候，哪有像現在買黑○牌香腸，買南○市場的蘿蔔糕，要買就買的，以前通通都要自己做，真的是坐在那裏，要把肉塞到香腸的皮裡面去，再掛起來；粽子也是自己做，包子也是自己做，餃子也是自己做，所以我覺得很多事情其實我們從小就有動手做。我覺得回復手作，心手是相連的，你手有做，你的心就有服務心。（個案H紀錄：2-2）

以前小時候，回來就要顧牛，小學兩三年級，下課回家之後就要顧牛，那時候很小的心靈就會埋怨。每次顧牛，我爸就會看，牛的肚子扁扁的就會被我爸修理。有一次感受特別深，牛沒有吃飽，我就會被我爸罵，我心裡就在想人不如牛啊！牛沒有吃飽，我們就會被打，我肚子也很餓，小時候回家肚子也很餓，沒有東西可以吃，還要去顧牛，心理就覺得一直不太平衡。後來，才認知到沒有辦法，因為是農業的社會，牛是我們生財的器具，我們能夠養活我們自己，家裡就靠那幾頭牛，所以也理解，那種抱怨就平衡了。（個案D紀錄：36-36）

我在大立煤礦上班的時候，我家有八分地的田，有一次下班回來，那時候是夏天，我爸在跟人講話，那個牛在發脾氣，沒有耐心，就自己走了，我就跳上去，當我爸跟人講完話回來，那畝田已經被我打好了，我爸就跟人家說我的女兒很厲害，能文能武。（個案D 紀錄：76-76）

我十八歲的那一年，我就會開車了，南庄女性開車大概是我第一個。（個案D 紀錄：244-244）

在我們的年代來講，我只知道累了，要休息了，休息完，不累，我再繼續做。遇到困難了，我就會想辦法去找資源，想辦法解決，解決掉就沒事了，遇到新的問題，我同樣再去面對，不要去選擇逃避，惟有把它解決掉才算了事。（個案J 紀錄：81-81）

同時，客家企業家在客庄質樸的人文與自然環境的陶冶下，養成其對於生活美學的感知能力，亦或是影響其日後從事文創產業的起點，甚或能開創出其事業經營的特色。

我住在苗栗的鄉下，對那個土地的感受力是很強的，我會覺得這一片土地孕育出我們這樣子的一個人，那時候我們家是種稻米的，我懷抱感恩、感謝有這樣的一片土地，所以這片土地我們要怎麼做不會讓它受傷，因此，我們薰草森林不斷做的就是種樹。開發的過程中，只要遇到樹，我們一定避開，或是幫樹做一個平台，不會把那棵樹砍掉，我們一直在做的是，希望這塊土地能夠更好。所以，我覺得就是從小在這個土地，感受到客家人就是很刻苦耐勞為這片土地在經營，那種感受是對我影響很大的。（個案B 紀錄：144-144）

園藝我比較能夠得心應手。因為我從小在山林之間長大，我跟大自然的感覺會比較緊密一點，跟大環境跟植物會比較緊密一點。陶也是美跟生活的一部分，我這邊也會用很多陶來裝，但是我比較擅長的還是植物。（個案D 紀錄：274-278）

我自認我的美學是來自我自己去看，自己吸收，對於環境、植物、山林的那個，我認為是我從小在這個環境裡面所得到的。（個案D 紀錄：394-394）

我們都是很傳統的農家子弟，住在花蓮的鄉下，好山好水才會培養出我這麼有靈氣的小孩子。我們是跟大自然接觸，其實心靈是很簡單的，當我們在看東西的時候，我們並不喜歡太複雜的東西，愈簡單的東西可能就愈美。我們接觸的都一

些大自然的東西。(個案J紀錄：89-89)

二、求學經驗

從個案訪談記錄中，觀察客家企業家求學的經驗，奠定其日後不論是進入職場，或是創業，乃至於從事文創產業之豐富的學養基礎、專業能力以及創作的文化論述基底。

以前建○的時候，國文老師要求是很嚴厲的，我在建○的時候我要背古文觀止，我真的整本古文觀止背完，後來要我背成語典，我也把整本成語典都背完了，就是受他們的影響。(受訪者E：108-108)

「採菊東籬下，悠然見南山」我小時候背這些東西，它有一些畫面，我不想只是為了聯考，我是一個理性、感性兩邊的人，感性的部分，可以在我理性的生意上，得到商業成果。(受訪者E：62-62)

我在台灣最高學歷只有唸到化工，我是工專畢業的，之後到上海我想把我的學歷提高，所以我去唸華東理工。我在台灣是唸化工，所以我做這個會比較懂一點，不要想騙我，因為我是實驗室出來的，我去唸化學工程碩士，華東理工師範是十大名校。(受訪者I：126-126)

我哥哥念哲研所，看了很多西方思潮的書，包含很多馬克思主義的書，就覺得說，很多時候，畫畫可以去關心這個社會，需要去找到一些如何去關心社會的方法。那時候很多哲學的言論上，批判整個社會的不公不義的事情，所以他們自然而然會去喜好這個東西，然後去念哲學思想。他覺得是好的東西，就跟我講說：「你畫畫、做陶瓷，永遠就只是個陶工。你腦袋都沒裝東西，要不要去唸個東西，再回來做比較好？」某種程度上是為了他的存在價值去支撐他，因為畫畫，畫到最後，會因為不知道要怎麼繼續下去，創作這種東西，其實到了一個狀態它會變很虛無，它需要一點有一點理論、有一點書籍的養分，讓他知道原來可以朝這個方向去走。所以說，文學、史學、哲學，文史哲不分家，其實它本身就是跟繪畫是分不開的。(受訪者F：120-122)

就如同，跟很多人的求學過程一樣，除了課堂的學習之外，參與課外活

動的經驗，也為客家企業家帶來不同的跨界學習歷程，使其有機會進入不同的領域體驗學習，進而摸索出自己的興趣與價值取向，甚至影響其後來的創業。

大學二年級喝的那一杯茶，是我到現在還記得那個味道，那時候我表哥泡給我喝的，我表哥用的是很講究的器具啊~茶葉啊~或怎麼泡，所以那時候他泡茶給我喝的時候，確實很好喝。當時，我喝到的時候，就覺得說這應該有調味吧~怎麼可能說是自然的香氣，就像蘭花香這麼好聞，喝下去還甜甜的。還有果膠質的口感，我真的不敢相信，就是一般好一點的高山茶都有啦，但是因為我從來沒喝過，那時候就覺得，天啊！這世界居然有這麼好的東西！後來我就進入台灣茶的世界。
(受訪者G：16-18)

我大學開始經歷了氣功，道家的氣功。每年都會去中國找個師父學，其實這個氣功是打坐、靜坐。但這靜坐的過程中，改變了我很多原來比較封閉的思考方式，所以，漸漸地我也不想要再走法律這條路，因為法律如果不計較就打不贏，法律就是公認的你死我活。(受訪者G：144-144)

在日本求學階段，跟美學的關係，對顏色、色彩、比例、剪裁、材質、質感，都還滿喜歡，有空就會去參加一些活動，大概就是這樣的關係，讓我對美的東西都還滿有興趣的。(受訪者H：1-1)

就是愛打籃球，學校老師都覺得我是怪咖，我是合唱團團長，唱一唱我又去打籃球比賽，他們都覺得我這個人真怪，動跟靜之間。(受訪者E：114-114)

建○影響我很多，也教了我很多，我覺得是態度。(受訪者E：121-121)

不過，從訪談紀錄中也發現，並不是所有的客家企業家在求學過程均一路順遂，是一般人眼中的品學兼優的好學生，但卻也因為這個緣故，使其往往能比別人更早發現自己的興趣所在，進而全心全力投入興趣專長的培養，養成其自主學習的能力，而從閱讀中汲取新的知識，也經常是影響其後來創業，進入文創產業之路的開始。

就還沒開竅，所以功課就一直不好，然後畫畫也有興趣，因為小時候就喜歡在課

本上亂塗鴉，所以我讀到藝專，選了陶瓷組後，做了陶瓷覺得還滿有趣的，因為可以做成實用的東西。（受訪者F：46-46）

以前父母親講的，兩種人「忠臣、孝子」，兩件事「耕田、讀書」，以前覺得讀書實在有點累，所以我情願耕田，就是工作。（受訪者A：22-22）

我從高中開始就很喜歡看一些設計的書，包括室內裝潢之類的，我就很喜歡看這些，像我去書店都是看這些，到現在還是喜歡看這些書，包括一些裝潢、材料的書，可是像一些管理、或是市場走向的書，我就沒有辦法去看，看這些字我就覺得很煩，我就喜歡看圖。（受訪者A：225-225）

三、社會經驗

離開學校，進入社會工作或是海外的學習經驗，對客家企業家來說，更是另一階段重要的自我發展學習歷程。美國心理學家阿爾伯特·班杜拉（Albert Bandura）在其「社會學習理論」中，強調觀察學習或模仿學習，而引發自我的行為或態度的學習，換言之，是一種「建模」（modeling）形塑的過程。因此，社會經驗對客家企業家從事文創產業產生很大的統整動力，可以說有助匯總其創業的理念、理想與經營方針，甚而形成決策力與行動力等。

我退伍之後我就去台達電，我很幸運碰到鄭○華，我跟在鄭先生旁邊，他給我太大的發展空間了，比如說李國鼎、孫運璿的紀錄片，一般企業家是不會去做那些事，所以等於說我碰到一位很具國際視野的老闆。因為是這樣，所以回過頭來，我是希望用國際的思維來做 The ○，它其實是要把台灣的美學經濟提升，我其實想要做的是這樣事情。（受訪者E：321-321）

我在日本學的，我在日本工作了兩年，那時候也是服務業，所以這一塊有學到，很開心有這樣的經歷，好險不是一畢業就回來，我覺得有那兩年工作的經驗，對我來講也是很重要，因為是服務業。（受訪者H：293-293）

築夢計畫，我去日本3個月，那3個月給我很大的啟發是，人家年輕的陶藝家都出來擺攤，去市場跟消費者去互動，所以我回來就積極去找所謂的市集、商業市集這種地方，找自己的消費客層，找自己對於經營陶瓷的方向。（受訪者F：321-321）

不管是書籍也好，或是藉由出國的機會，看到就在我的腦子裡面，我不會馬上就把它忘掉，看了之後會在我的腦子裡面從新思考，我有沒有可能用這樣的模式來做，或者說有沒有可能在我的環境裡面，學習他這樣子的作法。(受訪者D:394-394)

四、人格特質

人格特質亦是俗稱的「個性」或「性格特點」。雖然，人格特質是與生俱來的，但亦深受家庭教育、學校教育或是社會經驗等外部因素的影響，可形成每個人在個性上以及行為上的差異性，稱之為個體差異性。

跟性格是有關係的，什麼樣的環境培養出什麼樣的性格，每一家庭塑造出來的孩子就是不一樣。(個案J 紀錄：81-81)

在這樣的文化脈絡成長之下，我就變得比較獨立。(個案B 紀錄：16-16)

我很勇於挑戰我自己。(個案D 紀錄：412-412)

我寧願慢，也不要推出去東西很糟糕，包括拍的照片，我也是都要挑過。他要拍兩天，我就陪他拍兩天，他說你可以不用陪，我說你拍的時候，我直接就可以挑，就是比較龜毛啦！(個案A 紀錄：149-149)

再者，舉凡個人價值觀 (value) 和偏好 (preference) 等，事實上也充分表現在其人格特質上，直接或間接地影響客家企業家之行事風格。而客家企業家的堅韌性格實深受客家經驗的影響，同時也反映在其工作表現與處事態度。

就是你想要做不一樣的事情。(個案B 紀錄：122-122)

我覺得很多事情沒有所謂不可能的，就是說你是不是勇敢的去創造，我覺得勇敢在我的字典裡面是與生俱來的，沒有什麼好怕的，膽子很大，那時候就創造綠山莊的一個奇蹟。(個案D 紀錄：135-135)

不管怎樣的挫折，不管是人跟人之間溝通的挫折也好，或是天災，不可預測的挫折，我覺得這都是一個考驗。人的生活當中不可能都沒有問題，不可能都很順遂，反正一定要讓自己不要放棄，然後一直勇往直前的走。我覺得這樣子，不管再大

的困難你都可以克服。(個案B 紀錄：68-68)

我不是因為要賺多少錢，才來做這個事業，我覺得快樂的是這個過程，這個過程我有沒有創造一個新的東西出來，這個過程我有沒有打一場漂亮的仗，我喜歡的是這個過程，享受到的也是這個過程。這個過程如果做得很好，很用心的去做，經營的很費力的話，勢必後面開出來的果子一定是甜美的，如果這個過程做得不好，那一定不會有很好的結果，我其實是很享受這個過程，不管是我們在開發一個新的東西也好，或者遇到一個變遷也好，我都很願意去面對。(個案J 紀錄：87-87)

從訪談中，也可以發現擁有夢想力和執行力，當是影響客家企業家創業的主要驅動力，也對其日後從事文創產業產生決定性的關鍵推力。

我覺得有夢想，就會走出很不一樣的路，然後做出很不一樣的事情。很多事就是你要有心做，你要那個熱情，很重要，你跟著夢想走，你就會去做。(個案B 紀錄：124-124)

我每一棟房子都是按照我自己的想法，我很多夢，當我做夢的時候，我不會做空的夢，我不會做白日夢，我一定會實踐。這一棟等於是我的樣本，我蓋完之後，有一種新的想法，我又想要完成它，所以，每一間感覺都很不一樣。(個案D 紀錄：193-193)

貳、客家文化

在傳統客家社會中，客家婦女往往扮演賢妻良母的角色，注重家庭倫理，促進家庭和諧關係，其為家庭、家人犧牲奉獻的精神，使其自然成為家中的主幹。

客家社會男人是很大男人主義的，其實一個家的扶持是靠女人的，表面上是男人是一家之主，但事實上，一家之柱是女人。(個案D 紀錄：340-340)

在傳統的客家生活裡面，傳統女性都會比較保守，就是一直依照傳統跟文化在走。(個案B 紀錄：14-14)

傳統客家婦女從小接受「四頭四尾」的家庭教育，即「家頭教尾、田頭地尾、灶頭鍋尾、針頭線尾」³，就是裡裡外外、大大小小的事都要做好（薛雲峰，2008：142），從「為人女」到「為人妻」、「為人媳」、「為人母」多重角色的學習與適應，肩負家務與經濟的雙重責任，充分展現其刻苦耐勞、自重自立與勤儉的精神。

客家女生耐磨，韌性高，吃苦耐勞，就是因為先天的環境下，教導我們什麼事都要做。（個案I 紀錄：110-110）

就客家文化裡面，家庭主婦張羅大家吃飯，張羅所有工廠裡的人吃飯，張羅所有親戚吃飯，那個過程其實是很不輕鬆的。（個案K 紀錄：2-2）

也使得客家企業家在自小耳濡目染及潛移默化之下，深受女性持家之美德傳承的影響。

我的祖母是一個寡母，她以繡花養活四個兄弟，所以，我從小就看著我的祖母，看著家庭裡的倫理，傳統客家女性奉獻、刻苦的這種家庭教育，對我成長以來，從做百貨到嫁人，再出來做事，我覺得都有深刻的影響。（個案K 紀錄：2-2）

我覺得我多跟媽媽，家庭主婦兼職業婦女的這種生活模式，是我們小時候看到的面面俱到的生活模式，從小就有榜樣可以學習。（個案K 紀錄：14-14）

相較於現代生活環境的改變，傳統客家人的家族觀念非常濃厚，家族的建立是希望藉由家族的力量加強血親成員之間的互相照顧與扶持，形成一個個家族或是凝聚力極強的宗族，成為客家人非常重要的族群特質之一。因此，宗族文化，不僅是家族延續的力量，也進而營造出濃厚客家味的客庄生活環境。

³ 「家頭教尾」：就是要客家女性養成黎明即起，勤勞儉約，舉凡內外整潔，灑掃洗滌，上待翁姑、下育子女等各項事務，都料理得井井有條；「田頭地尾」：就是播種插秧，駛牛犁田，除草施肥，收穫五穀，不使田地荒蕪；「灶頭鍋尾」：就是指燒飯煮菜、調製羹湯、審別五味，樣樣都能得心應手，學就一手治膳技能，兼須割草打柴以供燃料；「針頭線尾」：就是對縫紉、刺繡、裁補、紡織件件都能動手自為（引自陳運棟，1978：19）。

家族在我們那個年代很排斥，在我爸那一年代是希望家族是互相保護的；在我們這個年代會覺得家族妨礙個人自由太多，所以會想要打破。家族本身就是一種血緣的凝聚，客家人很重視家族，而且輩分很明顯，就是一種血緣上的一個作用。家族是一種人跟人，因為血緣的關係而有那種情感關懷，大家會互相關係、互相照應，義不容辭地來做這些事情，這種東西是我們現在所缺乏的。（個案F 紀錄：335-337）

我阿公還小的時候，我阿公的姊姊，就是我的姑婆，因為我阿公還小，姐姐要嫁的時候，感覺沒有很妥當，就簽了契約，就入贅，我伯父的父親入贅到翁家，契約就寫二十年，二十年滿的時候，我祖父也長大了，就可以自己獨立，二十年後才還給張家，很有趣。我祖父還小，就由這個姐姐帶大，因為我曾祖母很早就過世了。這也是客家人的精神，不會散掉，大家都會來幫忙，我覺得客家人社區、宗親很親近。我覺得這樣的感覺非常的有情份，姐姐要嫁了，弟弟還小，只好就契約二十年，把弟弟扶養長大。（個案D 紀錄：58-64）

從小是生長在一個極其安全的環境。（個案E 紀錄：21-21）

另一方面，客家人因為早期受限於環境、生活條件等因素，養成惜物愛物的生活習性，也因而從珍惜物質的生存體會中，得出敬天法地的生態環保思想，或許看似儉嗇，實則隱藏有珍愛地球的理念。再則，也因而養成靠山吃山、隨遇而安的樂天性格。

我們客家並不是神，是因為我們的環境跟人家不一樣，比如說：我們在山上種水果，可算是中長期投資，種下去一年才能採收，這是長期的，而種菜，則是一季才能收成，所以說是中長期的投資，不像其他族群，比如說：住海邊的族群，今天要吃魚，他們只要隨便一撈就有魚獲，即使是今天晚上撈光了都沒關係，明天去海邊隨便一撈又有魚可以吃，所以，長期下來人的習性會受環境慢慢影響改變的，我們客家人哪有吝嗇，只是說，如果把錢花完了，要等上將近一年才有收成，所以，如果不省一點錢來花到時喝西北風，慢慢地別人就對我們客家人產生一種誤解。（個案A 紀錄：4-4）

為了生存，也往往得到其他想像不到的收穫，下則東方美人茶的故事，一方面彰顯了勞動美學，再方面則呼應了民間哲理，即：天公有好生之德，也就

是：天道酬勤。

以東方美人來說，東方美人是夏天的茶，夏天採收的茶，那你知道夏天烈日，然後要在採茶，一個很優秀的採茶工採得快，品質又好的，一天只能採20斤的茶葉。20斤的茶葉一天只能產出3~5斤的乾茶成品。一般的茶，是春茶和冬茶，可是東方美人茶就是要夏天做，那大概只有客家人願意在夏天烈日採茶。(個案G紀錄：138-138)

我有聽過一個很趣的故事，你知道膨風茶的名字，為什麼叫膨風茶？因為東方美人這個茶是一個有趣的茶，就是說茶樹在茶園的時候被害蟲咬了，有一種蟲叫小綠葉蟬，小綠葉蟬咬過之後，因為小綠葉蟬的唾液會造成特殊的發酵，它才會帶有果蜜香，那一開始茶農覺得說茶葉被咬了就算了，就不要做了就砍掉了，等它再重新長葉子就好了，可是客家人覺得很可惜，因為客家人太節儉了，硬是把這樣的茶拿去做，採收後去做成，結果發現有果蜜香，真的很好喝！然後去跟人家說，被蟲咬過的茶葉，有多好喝多好喝，沒有人信，大家就說，你膨風啦！這才是膨風茶的名字由來，所以這個茶，真的是源自客家族群。(個案G紀錄：224-224)

客庄文化底蘊中，或許有一種「官本位」的集體文化伏流，不管從事何種職業別，長輩往往最看重的子弟就是會讀書考試的兒孫，因為經由考試得到公教職是許多客家家庭的願望，也或使得不少客家家族技藝無法延續，也因此較少對客家文創、設計等專業之形成，以及客家文創專業人才之培育積極鼓勵。

我們客家斷層，像客家的父母親，他們會希望小孩子做穩定的職業，比如說是老師、公務人員等，不希望他來做這種東西(設計/創業)，會來創業的人就是中年失業的，或是家裡負擔因素，年輕的客家孩子，基本上書都讀得很好，書讀不好的，大概十八歲就學得一技之長，很少願意讓他來當藝術家，更不會讓他來當店員，然後慢慢轉成設計師。(個案I紀錄：104-104)

確實，客家人原本主要以山林為業，但是到了現代，已經大量的移居城市，一方面從事也往往轉為非農工業，經濟條件大有改善，再者，其進入城市的第二代、第三代也已經件件薰染都市風格，不再以勤儉持家為傲，相較而言，

新生代的城市客家後生在文化多元與異質性的混搭下，反而產生了與其父執輩所不同的文化取向與風貌，對傳統客家文化轉型為當代人可接受的普世文創產品之基本元素而言，奠立了較堅實的產銷底基。

現代人不較不像以前客家在山裡面生存，必須要刻苦耐勞，要比較硬頸的精神，我們是生活在都市的小孩，我自己是比較喜歡創作，喜歡生活吧~也沒有像我爸媽一樣節儉，我媽媽非常的節儉，純正的客家人。(個案H 紀錄：214-214)

他們(父母親)一天到晚叫我省吃儉用，但是我就不喜歡過這樣的日子，該吃該用的，我還是會用我的水準去用，但是，他們不是，他們真的很省吃儉用，甚至有錢也捨不得花，吃得好簡單、好簡單。對我來講，我喜歡生活有品味跟質感，所以我會要求這一塊比較多一點。(個案H 紀錄：216-216)

客家人就賺錢，守著錢不捨得花，這樣就沒辦法創造生活的質感。(個案D 紀錄：348-348)

我覺得客家人勤勞是有，但是對於生活態度是可以調整的，不要死做。為什麼說旅遊豐富整個生活，因為你的眼界開了之後，你看了很多之後，你會有衝擊的，這個衝擊會帶給你重新再反思，就是客家人只知道死做，不知道生活享受，享受也不是吃吃喝喝，我所謂的享受是反射到你生活的品質上面。我到英國我就覺得英國人為什麼生活環境條件可以這麼好，每家每戶種那麼多的花，所以我受到英國的刺激很大。(個案D 紀錄：261-261)

我覺得說，客家人，不是只局限在那麼的角落，我們是可以大開大拓的，這個東西(紡織織品)我本身就非常喜歡，也就是因為我的喜歡，我才會更賣力的在這個領域上去把它耕耘。

客家文化是相當具有廣度與深度的，因此，不同世代與不同人口變數下的客家意涵，亦有所不同。所幸許多新生代的客家創業家均能以最大彈性與包容度來面對其所熟知的客家味，也從而產生相當有力與厚實的客家認同，並從中得到許多經營與美學設計的啟發。

我覺得那個東西(客家)是我很核心的競爭力(個案E 紀錄：62-62)

客家文化對我來講，是客家血統在我身上，我在做很多事情的時候，我有很堅強的意志力，然後我客家人的承諾，從來到現在沒有讓人失望過。（個案E 紀錄：31-31）

當然有(客家的認同)，不是說我身上沒有客家的感覺，就代表我不認同客家。（個案H 紀錄：230-230）

我是客家人，我是很自豪的客家人，我是自豪的客家一份子，我覺得客家人的意志力，跟客家人對人的尊敬、尊重，愛物惜物，節儉我全部都有。（個案E 紀錄：21-21）

我覺得是我的客家態度吧！（個案C 紀錄：198-198）

比如說：南園讓聯合報現在非常有面子，因為本來那裏是一個破舊的地方，現在他們很高興，會樂於帶他們的客人去，說以前創辦人留下來的，現在由 The one 幫我們經營，就是創造一個共存共榮很好的一個機會點，所以我覺得在公司的管理上面，是客家影響比較大。（個案E 紀錄：31-31）

我自己帶頭去考，我去年跟六個幹部去考，所以我現在有國際領隊執照，我就決定這件事要這樣做，我就會帶頭去做，所以這個就是我們客家人的意志力很驚人，我的團隊跟著那意志力也很驚人。（個案E 紀錄：74-74）

客家人的隱性色彩，讓世世代代客家人離開原鄉後大都採取如此保守的生存哲學，看似為異鄉的隱士，實則普遍均或多或少帶有一種寄人籬下、被歧視與被排斥的傷痛，然而，也因而促使其族群性格產生了二元對立的矛盾性，平時力求容忍，以順民為本，但是當忍無可忍、退無可退時則往往又成為激進的革命份子，所以，其文創產品也往往蘊藏著一種矛盾美學或混亂平衡之秩序感與失序感。

客家人是比較隱性的激進，不是那種顯性的激進。客家人很隱性，在政治運動上也是這樣子，政治運動或社會運動上都屬於推手型，不是在上面，也不是跑最前頭的那一種。（個案F 紀錄：339-339）

平時很安靜，講到革命，客家人又是熱血沸騰，但是做生意，要和人合作的，就很難。（個案D 紀錄：338-338）

叁、社群網絡

基本上，「區域共生合作機制」也是一種社群網絡。而此一共好之社群網絡關係，對客家企業家之事業經營確實有相當的影響，並創發其文創產業之特色。

我有很多生產界的朋友，就直接跟他們買來配置。台灣有的我通常不種，我就用買的就好了，何必自己種。我覺得這樣的分工，你讓生產者也能夠生存。(個案D 紀錄：282-282)

都要我自己去整合的，自己去挑、去看，這牽涉到關係好到足以信任，才會把這個品牌給你用，長時間的經營吧! (個案H 紀錄：127-127)

也不是說我們育成的，有些本身就已經成立了，但是我們投資他(微型創業者)。(個案F 紀錄：18-18)

我們最近一直在做一些企業的連結，希望大家可以再把這些市場集合起來，然後買當地的東西，這是一個現階段在竹山鎮還蠻有可能的整合。(個案C 紀錄：190-190)

雕刻也是一樣，我自己刻的就我自己刻的，今天不是我自己刻的，我到那邊就跟師傅溝通，你這應該要怎麼做怎麼做，因為我在那邊有一定的份量了，雖然不是我的徒弟，但我就開始教他們，你這樣刻不對，應該要怎麼做，要怎麼做才會比較好，到現在他們已經很有名氣了，所以這個朋友的關係就很好了，也因此，我三義的味道就保存了。(個案A 紀錄：207-207)

另一方面，客家企業家亦從社群網絡中學習並獲得新知與技術，對其從事文創事業有相當大的助益。

我在日本工作了兩年，那時候也是服務業，很開心有這樣的經歷，好險不是一畢業就回來。我覺得有那兩年工作的經驗，對我來講也是很重要的，因為是服務業。(個案H 紀錄：293-293)

我們公司，因為學生一些創意，讓我們有更多不一樣的可能性。（個案C紀錄：588-588）

對客家企業家而言，建立人際關係的社群網絡，就是其「人脈存摺」，對其在創業階段以及企業經營方面，可以產生關鍵的影響與幫助。

就朋友，自己的朋友(口耳相傳)。我從來沒有想過要創業，就是因為愛做菜，朋友一直來吃覺得不好意思，就問說要不要開始收錢，我就說可以啊~就從禮拜六、禮拜天做起，所以真的是分享，這個空間也是分享。（個案H紀錄：160-168）

當初我們到新社要種薰衣草，要開一家咖啡館，王伯伯是我們的地主。他知道我們年輕人沒有錢，所以就不收租金，等我們有賺錢再收。然後，也收很少，後來，又成為我們的合作夥伴，就一起種薰衣草。（個案E紀錄：98-98）

我這個困境(創業)就是資金、本身的能力，以及有沒有人幫忙。（個案A紀錄：239-239）

我們從一百五十萬創業，三個同學一直針織，到現在我們是八千萬的公司，說來不是那麼容易，但是很多幫忙啦~還有過程中的員工。（個案E紀錄：62-62）

客家企業家所擁有的客家特質與社群網絡交互影響，有助於其創業以及事業經營等面向，並形成和諧的企業組織文化及永續發展的能量。

端午節的時候我們(南園)包客家粽，餡料是客家粽，然後包得像一個錐形的像個禮物，結果那天進來九百多個人，現場員工根本來不及現場包，所有的員工call家人來幫忙，全部都是員工的爸爸、媽媽在幫忙都是客家人。那時候我覺得我的人生是很有價值。（個案E紀錄：173-173）

我主張的尾牙就是家庭日，不是吃吃喝喝，員工可以帶爸爸、媽媽跟男朋友或先生，一個人可以帶三個，一個家庭就是一加三的概念。我會去謝謝員工的爸爸、媽媽，謝謝你們的小孩在這裡幫助我，我們的文化都是這樣，不浮誇。我覺得為什麼會影響我現在的想法，我認為是因為我是客家人，我不想要做那種譁眾取寵，我要做得很紮實，這就是一種精神，這也是台灣中小企業，很多慢慢長大的重要的一個關鍵。（個案E紀錄：175-175）

第二節 文化脈絡

「文化脈絡」是企業家事業成功的關鍵之一。每當提到「文化脈絡」時，一般人往往只會認為是傳統的客家文化，但實際上，凡是所有傳統與當代、農村與都市的客家生活經驗，皆可納入「文化脈絡」的範疇中。因此，本研究將客家企業家之「文化脈絡」，分就「文化底蘊」、「美感價值」、「客家意象」及「創業經驗」析探之。

壹、文化底蘊

客家企業家一方面受益於其所依存之客家文化底蘊，另一方面，在商品（服務）設計上亦能勇於創新，又不失其本。

以前客家的服飾，都是咖啡、深藍、灰，都是很暗色系，很少用亮麗的顏色，我就想誰說客家一定要那樣，我就想顛覆，所以現在客家花布每一件都是特別的亮麗。這是另外一個面向的客家人，客家人都很內練，不敢秀出來，其實內心是很熱情的、很好客的，這樣的感覺可以深沉的反映到客家的心裡面去。（個案J 紀錄：21-21）

裡面整個空間的部分：我們用了很多客家花布，燈罩的竹簍子是小時候我在溪邊抓蝦用的簍子，還有一個外面的燈罩是我小時候抱的涼枕。我拋出很多客家美感，還有客家文化，我們生活中常用到的一些東西。（個案B 紀錄：10-10）

有創意的客家料理，但是也要有傳統的，就是它呈現的方式是有現代的美感，但是裡面要有客家的文化精神，整個就是希望透過，做這樣的事情可以來推動美的部分，客家文化美的部分。（個案B 紀錄：22-22）

我是用一個國際化的思維，去嘗試著做一個品牌，但是我充分的用文化力、設計力，來放在我各個系統裡面，所以會讓覺得我們的確做得比人家精緻。（個案E 紀錄：31-31）

審慎地考察，客家企業家在從事文創事業時，實難謂不深受其客家脈絡之影響。

我的曾祖父就在這裡開發，我們世代就是住在這個地方，一直累積、累積，要累積才能說讓我們後代的生活更好。如果說我心動，我想要賺錢，就去找了別的地方，也許我有賺到錢，但是我覺得我們沒辦法累積文化的厚度，或者是說商業的厚度就沒有辦法累積。我認為休閒產業也是文化產業的一種，它必須要有一些文化的根基，才会有這樣的條件可以發展。（個案D 紀錄：1-1）

此外，客家企業家也常強調多元文化之兼容並蓄，與跨文化吸收與學習的重要性，並認為可體現在其事業經營上。

我雖然發展的是客家文化，我自己也是客家人，但是，我會覺得如果今天我的品牌用一個台語（美角）的名字的話，我會有一個包容性。我不會去排斥不同種的文化，我要先愛別人的文化，人家才會愛我的文化，所以，我不在乎它是不是客家話、閩南話。（個案B 紀錄：9-9）

因此，相較於「經濟資本」，「文化資本」當是客家企業家在從事文創產業之最重要的基底與核心價值。

創意要從文化的各個面向去取得題材，所以文化成為創意發想的一個泉源，同時它也是可以被運用的資本、新資本，不是說土地的資本、人力的資本，文化成為一個體驗經濟時代、美學經濟時代的一個資本。（個案K 紀錄：22-22）

我覺得這樣才可以走出一個文化品牌，其實我講文化、文化，是因為我知道文化是好生意，文化本身就是競爭力跟差異性，客家人會做那件事、不會做那件事，而閩南人會做那件事、不會做那件事，然後過去都是美好年代，帶著你的記憶，不管是苦還是樂，轉到現在的生活就會很好玩。（個案E 紀錄：70-70）

我一直主張台灣要往品牌的事業走，要走創意生活產業，因為我們要販賣的其實是我們整個的生活態度，跟主張。我覺得這才是推展客家文化，或者是賣商業文化很重要的東西，因為你賣的是一種生活主張，一種態度（個案E 紀錄：138-138）

貳、美感價值

客家企業家受到客家經驗與企業家創新精神的雙重影響下，分別發展出其文化創意產業的創新特色。從「符號消費」的趨勢來看，創造商品或服務的附加價值，在於消費者對商品或服務體驗的「感覺」，以及其被賦予的「意義」。基此，客家企業家在商品或服務的設計上，也試圖營造讓顧客心情愉悅的美好情境、五感體驗等，進以形成「美感價值」。

我蓋好這棟房子之後，種了很多的花，我爸就這樣跟我講說：「你真的是很沒有志氣，一天到晚不是種花就是種菜」。直到這裡被媒體披露，很多人潮來了之後，我爸終於體悟為什麼我拈花惹草，這些人潮不是因為咖啡而來的，是因為環境而來的。（個案C 紀錄：168-168）

客家菜這麼好吃，可是怎就沒有帶有一點美感在裡面。我覺得傳統跟現代應該要有一點點連結，因此，就想說，如果我們做比較現代感覺，然後呈現又有美感，一個人一個套餐，可以吃到三種以上的客家料理，把最好吃的客家料理都放到套餐裡面，在一個很好的環境。（個案B 紀錄：8-10）

一開始會選擇做木雕的原因，第一是因為自己喜歡木雕，第二是因為我覺得可以賣給人家一個美美的東西，帶給人家幸福，那時候我就說我「販賣幸福」，我跟我客人說，我賣東西給你，你很幸福，你買東西回去，看你很高興耶。這就是為什麼，我很喜歡做這個行業的原因，我可以創作出很美的東西，讓人家擺在家裡，然後，我到他家看這個東西時，我也很開心。（個案A 紀錄：30-30）

燃燒薰衣草節，那是每年的節慶我們做出不一樣的活動，每個活動都是跟著我們的價值主觀，就是經營理念在走的，我們希望來的客人，透過我們的服務，參與我們的活動，然後透過體驗，在心裡面有一些發酵，一些感動，有很好的回憶，下次還會再來。（個案B 紀錄：114-114）

因此，也可以說，「美感價值」是消費者選擇商品（服務）的主要關鍵因素，而非僅以「價格」或「功能」作為消費價值的取向。

有一個記者要來採訪，就在門口問我爸爸賣咖啡的在哪裡，因為當時這邊還沒有名字，我爸就把他帶到另一個咖啡 Bar，那個記者就說不是這裡，味道不對。然後我爸就問說：「你要找的咖啡館是種很多花的嗎？」記者就說：「對對對」，我爸就說：「那是我女兒開的，可是我女兒的比較貴，這邊比較便宜」。(個案 D 紀錄：242-242)

種薰衣草的時候，我們在那邊許願，之後春末夏初的時候都沒有下雨，所以，那一年的薰衣草也長得特別好，於是就幫那裡取名為「許願樹」。後來因為覺得許願可以幫助我們，所以也發許願卡給客人，很多客人是因為願望成真了，就再回來。(個案 B 紀錄：28-28)

這個杯子一年為什麼可以賣四、五萬個，因為它就是客家人硬頸精神，怎麼搖都不會倒，對客人來講那就是一種文化的故事，對實用者來講，這是一個很特別的杯子。(個案 E 紀錄：62-62)

另一方面，在美感價值的核心型態引領下，客家企業家也非常重視顧客的感覺，理解顧客想要什麼 (what you want) 以及顧客會記住什麼 (what you remember)，創造令顧客難忘的感覺。換言之，「讓顧客驚喜 (surprise)」是美感價值與經濟價值連結的臍帶 (Pine II & Gilmore, 1999: 96)。

原來她們看到這些產品會想要尖叫，這就是我想要的。因為可以感動到她們，她們從來沒看過什麼是客家花布，原來普通的一塊花布可以變成這麼多的產品出來，所以，對她們來講，也是一種震撼，感動到她們的心坎裡了。(個案 J 紀錄：21-21)

我們想要幫很多的女生圓夢，讓他們能夠辦得像海外那樣的婚禮。(個案 B 紀錄：40-40)

進一步來說，當前設計的價值，已經從設計的形式，轉向到「以人為本」的設計。因而客家企業家乃致力於提升商品或服務的美感價值，強調其體驗與情感的設計。

京○宇在做的事情就是說，我們要怎麼把茶的主題，環環相扣在每一個消費者的五感之中，比如說：一個開放式的吧台，用紫砂壺這樣泡，它是一個視覺，茶香是聞

的到的，那是個嗅覺，內用的客人，還有茶葉薰香的體驗。(個案 G 紀錄：63-63)

我們做了很多手作的東西，因為我認為手感的東西跟大量製造、印刷，是完全不一樣，沒有人會想像我一樣認真，一張一張自己寫，常常會被人家笑，為什麼要做這麼沒有經濟效益的東西，浪費多少人力和時間，可是我說那個就是我的堅持，我要用手創跟手作的東西去感動別人，包括我的開幕邀請卡，每一張我都是用宣紙手寫的，寫了 500 張，所以每個客人接到我的手帖，都開心到不行、感動到不行。(個案 H 紀錄：45-45)

幫助和分享，讓客人來這邊可以體驗，這裡的感覺是自然的，可以讓你忘掉煩惱的地方，我們想要經營的是這個。(個案 B 紀錄：134-134)

在美感價值核心型態下，客家企業家試圖自創品牌，除了強調「品牌的經營」外，另亦在產品設計的附加價值上著重其差異化、個性化。具體言之，主要是以文化創意及美學體驗為設計，更重要的是注重產品或服務之品質的核心概念，進而能創造顧客的品牌忠誠度。

內部討論歸納出一個很重要的東西，在專業上的品質是擺第一的，不管做農、做食品...品質怎麼保持，是最重要的。第二個就是產品要有品味。產品給人家的感覺上要有品味。品味是什麼? 品味就是不能講得太白，不能講得什麼都沒講，就是生活層次上的品味這種東西，不能講太多，也不能沒有講，要講的讓人家知道一點點、看得懂一點點，就覺得它很優雅，就需要一些設計。(個案 F 紀錄：433-433)

叁、客家意象

客家企業家以客家意象與精神，透過商品或服務為媒介，試圖融入文化和創意，結合傳統與現代的表現方式，傳遞客家味的生活以及簡樸與樸實的精神。

我賣木雕時，招牌顏色是白色的，為什麼我要換成藍色，因為我媽媽是屏東的客家人，她跟我講說，以前穿的衣服是藍色的，我就想用我們客家藍衫的那個藍色，所以現在我的手提袋，我的招牌通通都是藍色。(個案 A 紀錄：93-93)

台○藍全名是台○客家藍，以台灣客家為主軸，藍色其實是我突顯南部穿藍布衫的那個意象。（個案F 紀錄：212-212）

所謂客家設計，當初一開始我們比較關鍵的是，什麼是客家？從它的造型、房子、建築、服飾，其實都是很樸實，很簡單，沒有過分的裝飾。其實這剛好呼應到整個這個時代的生活需求，不要太過於繁複，就簡單。我們就是取其簡單的造型、簡單的顏色，讓東西更明顯被知道你的意圖、你的用途、你的想法。所以，簡單的造型杯，一個木把，就覺得整個活了起來，就會有溫度，就不會那麼呆板。（個案F 紀錄：412-412）

那個地方是一個客家的村莊，所以說我們的餐點，就要做客家料理，好吃的客家料理。客家料理的部分有很傳統的，也有一些創意的部分，就是我們師傅還有做一些比較不一樣的餐點，但是他也是一樣用客家的元素在製作。來到這邊用個餐，也會覺得你吃到的客家料理就是吃到整個客家的文化。（個案B 紀錄：28-28）

其實，我們家的設計，有幾項跟客家非常有關係。如：「一衣多穿」，我們家的背心不只是單面穿，絕對是可以雙面穿的。（個案A 紀錄：101-101）

The○有能力去設計客家的產品，譬如我們有一個賣得最好的杯子，那一年賣四、五萬個，那是真的從客家精神發想來的，我開車載著我們的設計師去苗栗三四天，去銅鑼、公館，去找我們客家的想法。後來點子來自於我們執行長（客家人）像不倒翁，怎麼推都不倒，都站在那邊，就是從客家人的意志力，去設計那個不倒翁，結果沒想到是大紅。（個案E 紀錄：27-27）

我們家的設計有幾項元素跟客家非常有關係，如：一衣多穿等，我們家的背心絕對不是只能單面穿，絕對是雙面穿，我們家的包包絕對是兩面都可以用。而且打開來看，這兩面沒有讓你看到任何的翻折，而且我故意用不同的花色，全部打開，這樣一翻，是不是就很符合客家精神，就完全就不一樣了，我們冬天的外套也是這樣子。我幫三峽客家文化園區設計的制服，他們現在穿是紅色，但一翻面就變白色，很客家精神，而且我們家一條裙子，可以當裙子、可以當上衣、可以當披肩。就是多功能，客家人勤儉，這就是客家精神有放進去，所以用一樣的價錢，可以買到三種，像這種包包就是兩種功用，坊間可能也有，但是不多，我們每樣商品都要這樣。（個案I 紀錄：98-100）

一般來說，「客家花布」代表著傳統客家記憶及客家美感的圖騰象徵，反映過去「花布」在客家的生活性、實用性與重要性。而「桐花」則被建構成現代

客家文化的新符碼，客家企業家以美感設計，將「桐花」與「客家花布」混搭，呈現客家花布不同的新樣貌、新感覺，並賦予其現代常民文化生活的新時尚與新流行。

花布對客家來講是一個很特殊的文化，因為花布算是一個比較便宜的材料，布料有分很多種，如果以客家人最常用的比較好的布就是花布了，可是以閩南來講是綢緞，他們的生活跟我們又不一樣，因為客家生活本來就比較刻苦，所以花布對客家人來講比較是日常生活上使用的衣服材料。（個案J紀錄：17-17）

客委會想開發一塊屬於客家的花布，那要用什麼元素，因為那時候客委會已經開始在推桐花季，所以就想用桐花的元素來開發成客家花布，來代表客家新文化的一環。（個案J紀錄：17-17）

客家企業家亦運用豐富的客家文物作為發想元素，並以現代的審美細節，重新詮釋傳統物件，藉以擺脫一般人的刻板印象。

那是鳳仙包，它的構思是來自於客家服飾，採用鳳仙的造型來搭配，它整個都是布，它那個包的話，你認真看一下我們客家藍衫的斜肩，它是不是也是這樣彎下來，我不可能去貼一個斜肩的樣子，太俗了，所以我就化繁為簡，用一個線條帶下來，有那個意象這樣就ok。其實，我們的元素是來自於傳統客家文化裡面去把它抓出來的。（個案J紀錄：63-63）

我希望這個文化不僅是客家人接受，是希望大家都可以接受的東西，為什麼我們的產品看起來不是那麼的傳統，我可能只點到、取到它的元素，我還是希望走時尚、走大家可以接受的路線。（個案J紀錄：89-89）

換言之，當商品或服務在傳統客家元素與現代設計的交互影響中，其所欲體現的不僅是客家勤儉精神的文化感知，更展現了客家記憶、客家美感和現代生活的大交會與大混搭。

肆、創業經驗

就客家企業家的創業過程言之，其所顯現的就是企業家的創新整合精神。進一步來說，客家企業家企圖引入新的產品，進而開闢出新的市場，此正與熊彼得所提出的企業家創新組合的說法，不謀而合。

我們做了一個很小的市場調查，就是網路在賣什麼東西，我後來發現藍染這個東西，網路上有賣，剛好我在上海看到有工廠專門做這種藍染東西，在日本它的價格很貴，大概有十倍到二十倍。我在網路上看到日本這種東西很貴，台灣沒有，然後大陸是它的產地，然後我就心裡想說：好，我就去拿三萬塊錢做個本錢，去上海批一些東西回台灣賣。（個案I紀錄：2-4）

我們創業的時候會有一個心情，就是理想。「京」就是中文裡面很大的量詞單位，幾億幾兆幾京，我看到的茶道是茶樹種植，然後採收是不是茶青再製作，茶葉經過再沖泡，這過程其實要所有的環節都很完美的組合，才會有一杯好茶，所以這是「京」的由來；那「盛」就是茂盛器皿的意思，意思就是說，我們從一個顛覆台灣茶的印象的一個容器開始，我們希望打造一個符合現代人生活習慣，美學的一個平民文化，所以這是「盛」；那「字」就是說，過往的我看書啊-或者是別人跟我講的茶道都太強調人了，可是茶葉其實是農產品，天氣如果不好，再厲害的師傅都沒辦法做出好茶，「字」就是上下思考的空間，意思就是說，當我們喝到這杯好茶的時候，要感念它跟土地的契合。（個案G紀錄：28-28）

再者，當客家企業家獲得一種新的原料或素材，也可能會直接或間接地影響其創業歷程與事業經營的轉型。

2000年我們公司在面對轉型，當時客委會想開發一個屬於客家的花布，辦活動或季節慶典的時候拿來用。我也去看過國外的先例，我就想說這個花色也不錯，我就加碼。一次就做出兩種不同的材料質感，一種是普通做頭巾等、慶祝節慶活動用的布料；另外一種是做更高檔，可以做成商品的布料。我就跟它賭，如果我賭贏了，我可以在這條一直延續推下去，這個對我來說，是個開始。（個案J紀錄：17-17）

我看到很多像色彩研究機構，像十四個國家都有定期發表，台灣就沒有，我們會做到體制外的跨界學習。(個案K 紀錄：18-18)

另外，在商品或服務的創新組合中，客家企業家以其價值理念及客家脈絡，創新精神與行動力，掌握「變」與「不變」的平衡，持續深耕文創事業，帶給消費者不同的五感體驗與美感價值，將文化與創意的結合，透過商品或服務體現於常民日常生活，實踐對美好生活的想望。

我學到我爸爸很會變。我有兩種性格，一種就是我很穩定，比方說山○蓉15年來，價格不變、營運時間不變，有很多是沒有改變的；另外一個部分，我又很會變，在我的環境當中，我又很喜歡改變。(個案D 紀錄：402-402)

我跟我爸說：「你的那個水池閒著在那邊，我來把它變成花園，好不好？」我爸爸就說：「台灣有人做嗎？」我說：「沒有」。我爸爸最喜歡台灣沒有人做的東西，他就說：「台灣沒有人做，那就給你做」。(個案D 紀錄：240-240)

第三節 經營特色

壹、商品創新

從熊彼得企業家創新精神的觀點，可進一步分析客家企業家將原有的資源整合進行商品的創新組合，為產品尋求創新意義，進而發展其文創產業之特色。其實，商品的創新是創新產品意義的再設計(呂奕欣 譯, 2011:60-71)。從個案訪談紀錄中，錄歸納客家企業家的商品創新途徑並舉例說明如下：

一、採用新生產方法的商品創新：

個案 I 除了設計研發創新花色（如：三色玫瑰、三色條紋等）及彩色藍印花布外，亦致力於生產技術的研究，重視環境的永續發展。

一般來說做布料是很不環保，因為它需要大量的水去染，但是這個不需要，因為它是純植物的。(個案 A 紀錄：49-49)

個案 H 則回復「手作」的生產方式，與市場明顯做出區隔、差異化，無法複製也難以模仿，創造出其獨特之有溫度的文創特色。

我們的茶葉包裝，都自己手寫再包裝的，這些陶藝家在別的地方也看不到，茶也是我們自己找茶農，也不是大量改良場出來的東西。(個案 H 紀錄：194-196)

包括連茶葉的包裝，裡面的小○二字也是我寫的，我們做了很多手作的東西，因為手感的東西跟大量製造、印刷的，是完全不一樣。也有很多人複製我們的東西，像是日曆，寫一張然後去複製，沒有人會像我一樣很認真一張一張自己去寫，常常會被人笑，為什麼要做這麼沒有經濟效益的東西，浪費多少人力和時間，可是我說那個就是我的堅持，我要用手創跟手作的東西去感動別人。(個案 H 紀錄：45-45)

此外，個案 C 和個案 J 雖採傳統產業的製造生產模式，但是，在其生產過程中，透過設計增值，運用時尚的創意概念，進行商品的創新。

我們的製造過程是傳統產業的製造模式，都是用人工機器這樣子組合起來，可是產品可以走時尚，傳統和時尚是不衝突的，時尚是哪裡來，是「設計」，所以說，產業是傳統沒有錯，可是產品是可以走時尚的。(個案 J 紀錄：53-53)

像幸福腳步便當，我不會做這些設計的東西，可是我就是帶學生去看這邊有一間家庭竹工廠，我就看到同學問老闆，老闆你比較容易浪費的東西是什麼，老闆就指旁邊那些窗簾，大家要裁切長度都不一樣，那學生就從那些容易浪費的材料，去設計出一個便當盒。(個案 C 紀錄：588-588)

二、開闢新市場的商品創新：

一般的「藍染」工藝較常運用在女裝、配件及生活小物等，但是，個案 A 亦試圖開發藍染的男裝新市場。

「藍染」這塊市場，我從第一個人做，到現在的三、四家。很多男生來跟我要藍染，但是我們只有幫藝人，還有一些主播做中國風。不過，台灣的市場有一半是男生，我覺得這次我可以把男生的市場做出來，這一塊之前是沒有人做的。(個案 I 紀錄：93-93)

此外，相對於台灣教育的體制化，個案 K 參照國外的學習模式，在台灣開辦第一家美感教育的育成學習機構，以開發強調文化創意、美學生活和設計的跨界教育新市場。

很多優秀的學生，甚至台灣人，甚至覺得說，我要去到美國念書、到日本唸書，或是到法國去念書是個夢，但是我們在台灣造就了一個類似機構。(個案 K 紀錄：18-18)

我看到很多像色彩研究機構，有些在十四個國家都有定期發表，台灣就沒有。(個案 F 紀錄：18-18)

三、獲得新供應來源的商品創新：

在個案 C 和個案 H 中，客家企業家以其自身背景以及社群網絡的關係，進而取得較具稀有性、獨特性之貨品、材料及設計之途徑，進而發展成商品或服務的核心競爭力。

這些陶藝家在別的地方也看不到，茶也是我們自己找茶農，也不是大量改良場出來的東西。(個案 H 紀錄：196-196)

我們大量的讓一些青年進來，比較容易讓這邊的竹子走出去，要不然變的就是傳統的老工藝家，可能沒有一些新線條的想像。(個案 C 紀錄：2-2)

四、實行新企業組織型式的商品創新：

個案 C 在其創業之初，即以推動「區域共生合作機制」的理念經營，帶動新產業的在地連結，進而促進了原鄉之休閒產業的興起。

我做的一個動作是分流，我把我山上的客人分流到鎮上來支持我鎮上做的事情，我在鎮上整合的一些概念，對我們的一些客人來說，你以前修院子去要談一些文化，可是你們現在會在鎮上做一些產品，一些你們的想法，所以我的客源比較像是社會學家，不會像是一般的觀光客啦！他們會很支持我們，你看我們辦路跑可以很多人來，那就是我們在社群上的一個動員，在網路平台我們公司的業務在網路上做這些行銷，告訴大家我做了什麼。(個案 C 紀錄：219-220)

我們用了一個很簡單的方式，我不是用錢，我也不是教他們賺錢，他們就因為來我這邊以專長換宿之後，我發現他們的一些概念，跟做出來的產出很好，我的企業很喜歡，我公司本身七年了，我們已經有一些市場經驗，我一年有九萬多個遊客以及網路的社群，我就直接跟這些換宿的年輕人說，如在我公司內部創業，我跟你分享我的市場，產品放到我這邊直接銷售，那這中間你都不用擔心，因為我

公司內部的人員可以幫忙你做行銷做企劃，而你只需要保持你的熱情繼續下去。
(個案C 紀錄：21-21)

貳、在地抓爬

事實上，文創產業強調「心靈占有率」，運用共同的生活經驗、文化元素，以融入商品或服務的設計中，一旦與人們的生活記憶相互共鳴時，就會產生感動人心的商機效應。因此，當今各國或區域經濟發展的差異性，往往是來自於在地文化力量的深層感動。

很難把薰衣草森和桐花村做一個連結，因為畢竟是不同的品牌，每一個品牌想要呈現的品牌個性是不一樣的，「桐○村」的品牌個性就是「在地」，客家人想要來圓夢的概念。因為覺得這一個地方有很多的油桐花，就是覺得這個名字很適合這個村落的感覺。(個案B 紀錄：10-10)

我就想我們是一個友善的鄉鎮，歡迎你們青年來到這裡，所以我們企業需要做的是給青年們一個環境，那參與完以後，覺得做這個事情也很有熱情，我們就鼓勵他們要不要在我們竹山，在我們公司底下做一個小工作室，做一個創業的模式，如果願意就留下來。(個案C 紀錄：278-278)

換言之，文創產業並不只是追求獲利的商業活動，而是以文化內涵為本源之啟動，某種程度是在銷售與傳達一種文化的體驗與氛圍。

台灣特別文化意象的元素，都是我們要拿來用的元素，既然要發展文創這一塊，一定是先是拿台灣的文化來用。(個案J 紀錄：7-7)

我們規劃出竹山80有個我覺得在竹山生活應該要去的地方，竹山有琉璃石、篆刻、書法這些公益家的家，還有竹博物館、天空的院子等等，我們會幫他規畫好，下午的時候是要有系統的去生活，不能自己去亂玩，那這些點，是我們覺得來竹山生活應該要去的點，然後，勾選出想要去的地方，我們公司會幫他跟這些公家約好時間，他下午的時候，就去那些地方，而這邊下午就不開放，就是你真正的工作只有1/3，另外的2/3就是在竹山生活，下午就是去認識這些生活場域。(個

案 C 紀錄：209-209)

因此，在文化延續的脈絡下，客家企業家所開創的商品或服務，亦深受其在地文化的影響，進而發揮文化與經濟協力之相乘作用。

我的曾祖父就在這裡開發，我們世代就是住在這個地方，一直累積、累積，要累積才能讓我們後代的生活更好。如果說我心動，我想要賺錢，就去找了別的地方，也許我有賺到錢，但是，我覺得我們沒辦法累積文化的厚度，或者是說商業的厚度，就沒有辦法累積。(個案 D 紀錄：1-1)

我沒有特別去強調是客家的圖案，其實是布塊花色其中之一，因為竹山，採茶的行業很多，所以這些媽媽會有很多花布的需求，所以我就到這些老店去選這些東西，可是我們很多東西是跟竹子有關，是因為是竹山的產業。(個案 C 紀錄：201-201)

再者，文化是經過長時間的醞釀，源自於對生活周遭、經驗與記憶流轉的結晶。因為，文化的延續性與影響性，使得客家企業家在開創商品或服務的同時，自然也融入其對文化的感知。也可以說，在文創產業的發展趨勢下，商品或服務的本身就是「文化的故事」。進一步來說，雖然，全球化可推波文創產業的興起，而「在地全球化」(locabalization)的概念，事實上，已漸成為文創產業發展的主要驅動力。

回到我們 The○的觀點，我們是長到什麼地方就用那個地方的元素，照我們的系統去長出來。(個案 E 紀錄：165-165)

我們南○就是在地，我們每個文化都是在地，鼓勵是用地地的員工。(個案 E 紀錄：76-76)

觀光對我們來講是市場機制，我要讓大家學著怎麼生活，在一個地方，去了解當地真正可貴的地方，那這樣子才能看到真正比較深入的東西。(個案 C 紀錄：370-370)

整個鄉鎮就像是一個生活產業或是實踐學習產業，或甚至我們是個友善的鄉鎮，

我們會去接待來自不同的國際青年。(個案 C 紀錄：170-170)

在經營特色上，除了體驗與情感的設計元素外，客家企業家亦強調自己國家、族群或區域之文化特色的設計風格，並尋求具備文化認同與可表現文化特色的產品或服務。客家企業家充分運用在地的自然、人文與社會資源，對其從事文創產業有直接地幫助與發展。

我這兩年都主張減碳料理，就是從在地裡面，找出感動的東西來做菜，不一定一定要飛機運進來的名貴食材，這東西最近也是大家都在講這些事情。於是乎，在南園周邊很容易就找到客家的一些東西，可能就是我說的，客家多多少少還是影響我，比如說，南○晚上有一道菜，是永遠不變的材料，就是板條。(個案 E 紀錄：45-45)

我從那個「幸福腳步便當」，最早向劉奶奶買花布，到現在我民宿用的床套組，整個整個床套組，到現在劉奶奶 82 歲了，她現在還是在車我的床套耶！我都跟她下訂單，每一年幾乎都跟她下 20~30 件，然後生產，所以這些東西就變成當地的在地的採購資源。(個案 C 紀錄：190-190)

就影響的層面而言，不僅是對自我的認知、商品或服務設計的元素，而人和自然，與人和人之間的關係，亦成為文創產業發展之文化力、創新力、美學力及經濟力的串連與背景。

我的小學同學歡迎我回來，送我一大卡車的木頭，因為，他是伐木的原住民。那個木材是當地的，全部都很大隻，大概有 60~70 年樹齡的尺寸。他送給我的時候，隔壁有一個原住民就跟我說，那個樹是他小時候種的樹，而 60 年後，我用得到他小時候種的樹，我覺得那個關係、那個感覺非常棒。(個案 D 紀錄：120-120)

兩年半我把公司就是成立在竹山鎮上，因為我發現我們在山上，我們跟竹山買的東西越來越多，所以我那時候想說我們是不是能夠跟當地的產業產生一些連結，從產品的設計、創意到可行性，所以那時候才變成租了公司，樓上空房間太多，去學校演講的時候就趕快跟同學說要不要來竹山玩。因為我覺得我到學校的機會蠻多的，所以就很想帶這些年輕人到竹山瞭解，讓他們了解我做的一些事情，所

以這些輕人最後轉出來這些產品，我就說他可以，他一定會去相信，你說採購，這四年來買得很久了，這些商家都因為學生當時的設計就沿用到現在。（個案 C 紀錄：608-608）

我們自己花最多時間，就是來自於說我們是一個完全的在地性，所以在地的行業、在地的經濟，我們最在意的事情是，到底留給在地什麼?!（個案 C 紀錄：167-167）

參、文化行銷

在文化創意與經濟價值鏈結的商業發展模式中，商品或服務所欲傳達的品牌故事與品牌精神，可以說，即是文化行銷。

不管是客家文化的部分也是，當你靜下來的時候思考，就會有很多美的東西進來，會一直浮現在你的腦海裡，那這些東西透過跟專業的討論，透過我跟建築師，還有跟同事，因為我們是一個團隊，跟同事們大家一起討論之後，我們就有一個很好的想法，就是說要做的是有創意的客家料理，但是也要有傳統的，它呈現的方式有現代的美感，但是裡面要有客家的文化精神，整個就是希望透過，做這樣的事情可以來推動美的部分，客家文化美的部分。（個案 B 紀錄：22-22）

我常跟別人說全世界最好的茶是台灣茶，為什麼？就是說英國茶它很多是調味的，當然它調味也是有一定的難度，它調了各式各樣的味道進去，但是如果茶自然就會有各式各樣味道的時候，你何必需要調味呢？我其實是把京盛宇定位為一個目前在當代台灣茶產業的一個指標。（個案 G 紀錄：159-160）

事實上，在文化行銷的過程中，客家企業家經常透過商品或服務，將在地元素，透過文化行銷賦予新的詮釋，並以其地域性或區域性環境脈絡為基礎。傳達一種在地特色的文化創意與生活美學的概念和體驗。

我為什麼會用山芙蓉的名稱，你看看裡面這幾句：「山野間到處都有山芙蓉的蹤跡，清晨，潔白純淨」最後面那一段「原本就生長在那裡，常常沒有被注意到，在秋的季节裡面，每一天山芙蓉心花怒放，等你來訪」上面那一段是「尋常道路間，貧瘠的土地上，不乾或汙染，山芙蓉美麗嬌艷依舊」這個的意思就是告訴人家說，

它其實是很常見的一種花，但是很多人都不會去注意到它。我自己的耐力，我覺得跟山芙蓉很像，所以我當下就覺得說用「山芙蓉」，很多人不了解山芙蓉，我藉這個機會來介紹這個花。（個案D 紀錄：219-219）

很堅持的，因為我想讓大家覺得只有苗栗三義做的才是客家米食，有這樣的地方特色。（個案A 紀錄：127-127）

換言之，透過文化行銷，除了讓消費者尋求共同生活經驗的文化認同與感動外，亦讓來自不同國家、地域及族群的消費者，在接收商品（服務）符號的同時，進而了解與欣賞不同族群的思維、生活方式，也可以說，進以達成多元文化的體驗。

我是希望說這個文化不僅是客家人接受，我今天走的是希望大家都可以接受的東西，為什麼我們的產品你看起來不是那麼的傳統，我只可能點到、取到它可能的元素。我還是希望走時尚、走大家可以接受的路線，我希望我今天去愛別人文化的時候，我做出這麼漂亮的東西，別的族群，或者是國外人士，看到我們台灣的東西，就會想到客家桐花，然後也會喜歡我們的東西。把自己家的東西拿出來跟大家分享，這也是客家人的特質，把這個東西做好之後，分享給不同族群、分享到世界各地去，跟大家一起分享我們客家的這個優質文化。（個案J 紀錄：89-89）

我們台灣有這麼多的飲料市場，可是為什麼沒有人用台灣的茶做，我覺得這是不可思議的事情，如果我們能夠帶動一個風氣，把台灣茶這個原料，變成大家都想喝的飲品時候，它一定是個指標，大家都想說它很成功，那一定會有很多人用台灣茶去做飲料，手搖茶會開始慢慢用台灣茶做原料，即使它要去調味也沒關係，因為它用的是台灣茶的原料，要有很多人做，才能夠把台灣茶這個產業注入活水。（個案G 紀錄：232-232）

我們夫妻倆想說，最基本的我們自己來做，我們雖然是小小的兩個人，但我們要做到全台灣，我老婆就跟我岳母講，我們要做到全台灣，讓總統來吃、讓外國人來吃，他們還笑我們神經病，我說真的，到時候電視台會來採訪，所以，我就做客家米食。因為我也沒辦法做政府，去推廣什麼的，只有我自己的力量，所以，我就很認真的把事情做好，事情做好，就可以把文化推廣出去。（個案A 紀錄：75-79）

肆、社會影響

從個案訪談紀錄中，可以看出有些客家企業家以「美的社會教育」作為事業經營的核心價值，這正與文創產業的發展理念是一致的。換言之，文創產業並不只是一項獲利的商業活動，或是外觀的風格改變，而是公民美學意識與社會文化價值的協力經營與積累。

我的價值呢？我一開始就不以營利為目的，我不是要在這個地方獲得多少報酬，所以，15年後的今天，我還是一直繼續種我的花，繼續維持我的環境，因為我的價值告訴我，我要做的就是一個正面的影響。我要讓真正想要來的人，能夠真正的有改變，哪怕是一點點的改變。這個是我的堅持。（個案D紀錄：303-303）

我覺得我現在在做的不單單只是說，開放提供給人家喝咖啡，我覺得是一種美的教育，美的社會教育。（個案D紀錄：225-229）

臺灣教育體制內，對於美感教育這一塊做得不夠，智能部分、體能部分就做得很夠，可是美能部分就非常不夠，所以會覺得說，台灣要做美學經濟、創意經濟，其實市場上需求的動能是不夠的。如果沒有這個需求，好的設計就不可能被賞識跟消費。（個案K紀錄：16-16）

那個環境如果有把它醞釀出來，我覺得是可以讓學生找到一個自己的發展空間，因為你看我們這樣的一個操作，這些的創意跟想法，事實上已經開始變成，這些學生有私立的、有國立的，有分數高、有分數低，但是當大家一起進來的時候，從當地一起解決問題的時候，從路跑跟產品，我都覺得說已經不是分數的階級，而是大家都有一個自己的臉孔。（個案C紀錄：371-371）

再者，客家企業家經常並不特別以汲汲營利為其企業目標，而是持著「分享」的精神，將社會企業之概念延伸應用在文創產業的經營。

美學跟公益是一體兩面。（個案K紀錄：66-66）

我們現在在做一個小的模式就是，我們開始鼓勵一些中大型企業，鼓勵他們採購當地的東西，直接做採購的動作。（個案C紀錄：43-43）

我們會把收到的路跑報名費用三分之一捐給協會，協會就用這經費製作「樂學券」給當地比較弱勢的小朋友，這些小朋友就會來協會領券，再到附近商家換東西吃，那商家再拿券到協會換錢，就有點第三方支付形式。（個案 C 紀錄：67-67）

文創是要可以解決當地的問題，要不然它流於設計的形式啦！所以要能夠去解決當地的問題，我願意去談這樣文創的體驗是什麼？如：我覺得路跑活動，不是只有路跑，而是去支持當地的一些能夠解決問題的資源，從文宣寫說「在每一次路跑的結束之後，都是當地下一次美好的開始。」讓跑者去了解原來我來這邊跑，也就是讓跑者知道，這一次所繳的報名費用，主辦單位會把這樣的資源轉換照顧到當地很多的事情。所以，我覺得它整個型態上是做一個資源傳遞的中介者，透過路跑這個媒介。（個案 C 紀錄：258-258）

其所欲體現的不僅止於公益或一種文化行銷的影響力，而是其所形成之「文化力量」，用以增進台灣社會生活的品質，並創造出美好文化的體驗，為台灣社會帶來正向的改變、影響和前進的動力。

我們還會讓你看一些在台灣很創新的能量，產生出來的特別的產品有很深的意義，不是只有純粹的產品，可以把我們的觀光客屬性拉得更高，讓人們可以進到沒落的鄉鎮裡面，可以去看到努力的方向，可能從歐洲來的客人，覺得你這個想法很好，我也一起來幫你解決你這邊的問題，那資源可能已經不是從客人進來消費，而是還讓這個場域找到一些國際的資源、未來的協助，因而台灣傳統的觀光反而把社會創新變國際化了，然後變成國際接軌的可能的教材或案例，讓國際從學習的角度，進入到台灣鄉鎮，這就是我指的可能這些觀光客都會變成社會學家啊！（個案 C 紀錄：260-260）

我們公司會帶這些個人的青年工作室，跟大家一起創業，一起成立。（個案 C 紀錄：260-260）

夢想資助計畫是十五萬，就是先寫計畫書來，審核之後，經過第二次複試面談，我們覺得可行，就會資助十五萬元，幫助年輕人跨出第一步，很多人想要創業，就是覺得自己沒有很多錢去跨出那一步，所以我希望在我們的能力範圍下，可以去幫助年輕人。（個案 B 紀錄：96-96）

從上述分析，吾人可以了解，客家企業家確能立基於傳統，也勇於轉型與創新傳統。

第五章 結論與建議

從客家企業家創業過程的「濃描述」(thick description)⁴中，本研究發現客家企業家從事文創產業，深受其客家脈絡的影響，同時，也形成其獨特的客家文創之美學經濟，亦可作為創新傳承客家文化的有效途徑之一。茲就其分在美學、文化與經濟三個面向之意涵，總結性地綜述如下：

首先，「傳統就是創新」，為客家企業家從事文創產業的設計思考，做了最佳的註解。進言之，客家企業家在客家脈絡、人格特質以及企業家創新精神的影響下，以時尚創意將客家傳統物件重新組合，賦予商品或服務新的意義，並塑造出新的附加價值。

另者，客家文創產業可以作為承傳客家文化的創新途徑之一。客家企業家的客家經驗與人格特質，對其在創業與事業經營上，有顯著影響。復次，在客家文化之創造性傳承與轉換的過程中，客家文創產業之影響，主要可表現在下列三點：(一) 客家經驗有助於客家企業家之創新整合能力；(二) 客家經驗有助於客家企業家美感的養成與顯現；(三) 豐富的客家文化與客庄環

⁴ 「濃描述」(thick description) 的翻譯在學界有多種，包括厚描、稠密的描述以及深度描述等。此一質性研究方法論，由美國人類學大師克利弗德·紀爾茲 (C. Geertz)，1973 年在其所著《文化的詮釋》中，借用英國哲學家吉爾伯特·賴爾 (G. Ryle) 概念，認為研究者除了對研究對象的行為或現象進行詳實描述外，應再指出或說明該行為或現象的目的或意義，亦即要能夠分辨出該行為或現象在文化脈絡中的意義層次，而非僅止於表面描述 (thin description)。

境等脈絡，可作為商品或服務設計的創意發想元素。另外，客家企業家充分運用客庄在地的自然、人文與社會資源等，並推動「共生合作」的概念，進而使其經營之文創產業成為帶動文化進步與創新的力量。

最後，緣於經濟與文化的往往相互支撐，客家企業家也以客家文化脈絡為其創業底蘊，輔以「在地全球化」的概念與創新精神，逐漸形成深具市場與美學價值之客家文創產業，更已成為台灣之文創產業進軍國際的標竿之一，這不僅可以說是文創產業所發展出深層的生命力、創造力與文化力的力證，更是族群文化特色有助於或宜求助於經濟動能的體現。

綜言之，客家企業家成長於客家庄，就好比是開在客家原鄉山野中挺秀的油桐樹，客家企業家內化其客家經驗，活化其文化底蘊與脈絡，不斷地進行跨族群、跨文化與跨域之學習，徜徉在傳統與現代的相互搓揉中，逐漸開展出深具族群混搭特色的客家文創產業，其影響所及，不只是帶動了客家文化的現代化轉型與進階，更是有助於台灣整體文化多元樣貌與美學經濟實力之帶動，甚至使其有益於人類文明之提昇，進而使得客家與台灣成為世界之發光體。簡言之，客家企業家及其文創產業確實具體啟動了文化創新與美學經濟的漣漪，也創立了具有台灣與客家特色的標竿產業。

參考文獻

- 于國華、吳靜吉 (2012)。台灣文創產業的現狀與前瞻。二十一世紀。133，82-88。
- 文化部 (2013)。2012 台灣文創產業發展年報。台北：文化部。
- 文建會 (2004)。文化政策白皮書。台北：行政院文化建設委員會。
- 何畏、易家詳 (譯) (2001)。經濟發展理論：對於利潤、資本、信用、利息和景氣循環的考察 (J. A. Schumpeter 原著) (初版)。台北：貓頭鷹。
- 李兆翔 (2009)。他山之石：澳大利亞創意產業觀察。載於林炎旦 (主編)：文創產業策略研究。台北：師大書苑。
- 李政賢 (譯) (2006)。質性研究：設計與計畫撰寫 (Catherine Marshall & Gretchen B. Rossman 原著) (初版)。台北：五南。
- 吳莉君 (譯) (2010)。設計思考改造世界 (T. Brown 原著) (初版)。台北：聯經。
- 吳翰中、吳琍璇 (2010)。美學 CEO (初版)。新北：繆思。
- 吳思華 (2007)。型塑孕育文創產業的生態系統：台灣製造文化創意向前走。台北：允晨文化。
- 林家旭 (2009)。從美學經濟觀點論服裝設計創新模式。紡織綜合研究期刊，19 (4)，27-41。
- 林榮泰、林柏賢 (2009)。融合文化與美學促成文化創意設計新興產業之探討。藝術學報：表演類 (革新版)，85，81-105。
- 胡哲源 (2007)。美學經濟下的企業價值創造之研究。國立政治大學科技管理

- 研究所碩士論文，未出版，台北。
- 施百俊（2009）。**美學經濟密碼**（初版）。台北：商周。
- 袁捷敏（2006）。企業家簡論。**商場現代化期刊**，**487**，82-83。
- 郭奕伶（2004）。新奢華主義感官消費正流行：產品只是道具，情境才是主角。**商業週刊**，**859**，68。
- 夏業良、魯煒（譯）（2003）。瑟夫·派恩（B. Joseph Pine II）、詹姆斯·吉爾摩（James H. Gilmore）著。**體驗經濟時代**，台北：城邦文化。
- 陳向明（2007）。**社會科學質的研究**（初版）。台北：五南。
- 楊瑪利（2009）。文創加身就能聚財 你是否就差文創這一味？。**遠見雜誌**，**278**，16。
- 詹睿然、張文誠（2007）。由「設計加值邁向設計創價」—尋找福爾摩沙之**美學經濟元素**。新竹：工業技術研究院產業經濟與趨勢研究中心。
- 詹偉雄（2005）。**美學的經濟：台灣社會變遷的 60 個微型觀察**（初版）。台北：風格者。
- 閻蕙群、陳俐雯（譯）（2004）。**風格美感經濟學**（V. Postrel 原著）（第一版）。台北：商智文化。
- 劉錦秀（譯）（2003）。**熊彼得：知識經濟的創造性破壞**（根井雅弘原著）（初版）。台北：商周。
- 蘇昭英（2011）。**文創產業**。2011年7月22日，取自：
<http://taiwanpedia.culture.tw/web/content?ID=3971>。
- 薛雲峰（2008）。**快讀台灣客家**（初版）。台北：南天。
- 韓慶華、盧希悅、王傳榮（2010）。論文化與經濟的相互融合—把握文化經濟

發展的歷史新機遇。山東大學學報，2010（1），46-51。

Bakker, G. (2010). Global experience industries: The business of the experience economy. *Business History Review*, 84(3), 625-626.

Clarke, A. (2010). Creating experiences in the experience economy. *Tourism Management*, 31(3), 448.

Pine II, B. J. & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy : Work is theatre & every business a stage*. Boston Massachusetts : Harvard Business School Press.

附錄一、研究訪談題綱

訪談題綱	分析面向
<p>目前報章雜誌及媒體有很多關於貴公司的採訪報導，不過，緣於同樣具有客家背景的關係，讓我們更想了解的是，您從小到大的一些成長故事，或是人生中重要轉折階段的一些生命故事。因為，這些故事的累積，或許對您創業，有其間接或直接的助益。是否可以和我們分享一些人生階段重要歷程的轉變與影響？</p>	1,2
<p>請問您所創辦的文創事業最大的特點為何？其文化脈絡與經營特色各為何？</p>	2,3
<p>請問您如何將「文化」、「創新」和「美學」相連結，進而開展出傳遞台灣在地美好價值之文化創意事業？</p>	1,2,3
<p>我們都知道創業的過程，總是酸甜苦辣。是否可以和我們分享您在這過程中的一些心路歷程或是所領悟之生意哲思？（例如：文化創意的設計、行銷、財務管理...等）</p>	2,3
<p>您認為您本身具有之客家精神或特質有哪些？而這些客家脈絡，對您在從事文化創意事業上的經營產生了那些影響？</p>	1,3

【備註】分析面向標示說明：「1」代表客家經驗；「2」代表文化脈絡；「3」代表經營特色。

附錄二、客家經驗之文本編碼

本研究依研究問題與目的以及分析架構，將客家經驗之文本分為成長歷程、客家文化及社群網絡等面向，並依據受訪者之意見表達與文本進行編碼作業，其編碼內容如下：

Document	Code	Begin	End	Segment
個案 A	客家經驗\成長歷程	2	2	會喔會喔，客家的成長歷程背景，事實上，對我創業「九鼎軒」及「居鳩堂」影響很多。
個案 A	客家經驗\成長歷程	4	4	我十幾歲當兵的時候，第一次離家，跟很多來自各地的人在部隊裡相處，因為我唸書也是在苗栗，沒有離開過苗栗
個案 A	客家經驗\成長歷程	4	4	當兵時才發現別人對我們客家人的印象，就是很小氣、很吝嗇、很節省又很怕死，但這完全不是我們客家人的習性，所以，當時我就解釋給他們聽，不過這也只有少數人知道。
個案 A	客家經驗\成長歷程	6	6	我們客家才不吝嗇，我們客家人最好客的，真的最好客了，比如說：以前帶朋友回家，一定把最好的東西，殺雞、殺鴨最好的拿給朋友，是最好客的，怎麼會是最吝嗇，只是說，物質上這方面是量入為出這樣子，所以說，我覺得我們客家人是樂觀進取。
個案 A	客家經驗\成長歷程	8	8	我就是從小對這美很有感覺，非常有感覺，我兒子很像我啦，我兒子從小學三、四年級年級，就是很小的時候，他的衣服就自己買了，我們買的衣服他都不穿，我幾乎差不多也是這樣。
個案 A	客家經驗\成長歷程	10	10	小時候我們家就做木雕，我印象很深刻的就是說，比如說：我今天會做這個事業，就是小時候我祖父的家，光是從客廳要到廁所那一段路，就有一個竹籬笆，種了很多蝴蝶蘭，你看多美，走去廁所的時候，就有竹籬笆蝴蝶蘭，所以，我從小就耳濡目染。
個案 A	客家經驗\成長歷程	10	10	我退伍回來二十幾歲，那時候買摩托車，那時候一般人買摩托車，一台大概三萬塊就不錯了，可是我偏偏就要買一台五萬塊的，cc 數一樣喔，我就要買 125cc.五萬多的那一台。我太太那時是我的女朋友，就問我說，你為什麼買這台，我說這輛車很漂亮，很適合我，我騎起來很舒服。那種回饋給我的舒服，帶給我的那種快樂，不是說差這一兩萬塊，所以，那時候，我心裡就開始有萌芽說，做東西要做漂亮的。那個時候不懂什麼叫什麼，可是我就懂得「附加價值」，因為我唸商的，我念普通高商的，我就懂得這附加價值會比較高，同一樣一台摩托車，情願分期付款多花幾萬塊，比如說每個月繳個三千塊，我願意，因為它回饋給我的不只這個，不是錢的問題，所以說，那時候，美學經濟就開始在我心中有初步的萌芽。
個案 A	客家經驗\成長歷程	12	12	那個時候，我就知道，東西做漂亮一點的話，它的附加價值會比較高，同時，我也體認一件事情，不單單只是漂亮就好，它還要具有實用性。

個案 A	客家經驗\成長歷程	14	14	不實用光是美也沒有用，完全沒有用，那也是從那台摩托車得到的靈感。比如說:它的開關，設計的顏色很漂亮，一看就知道這是開關，按的什麼燈的那些東西，用顏色來區別，所以，它很實用，用起來很方便，然後又很美，所以我情願多花這個錢。如果這東西很美，可是不實用，消費者在購買時可能還會考慮一下，所以說，這些體會就是從我生活經驗裡面慢慢地一直累積到現在
個案 A	客家經驗\成長歷程	20	20	從小的生活經驗，對我創業有幫助，幫助非常大。
個案 A	客家經驗\成長歷程	22	22	以前父母親講的，兩種人「忠臣、孝子」，兩件事「耕田、讀書」，以前覺得讀書實在有點累，所以我情願耕田，就是工作的意思
個案 A	客家經驗\成長歷程	22	22	爸爸媽媽用口頭講的客家諺語給我鼓勵非常大，比如說:我媽媽常常講說:「我們不是桐油罐，一輩子裝桐油」。這句話的意思，就是裝油桐花的桐油的那個罐子，第一胎是有毒的，第二胎是有種味道的，所以裝了桐油後，那罐子就不能再裝別的東西，代表說一個人一輩子就這樣子，沒有重新去思考，沒有重新去做你想要做的事，比如說:上班，就每天上班上班，不去思考我怎麼上班，怎麼樣把事情做好，怎麼把你的人生改變，所以，我們不能像那個裝桐油的罐子一樣，一輩子只能做一件事情，因此，我會看那麼多書，去做一點別的事，也就是這個原因，我從二十六歲就開始創業，就自己當老闆，想辦法買地。
個案 A	客家經驗\成長歷程	24	24	以前就像這種的天氣，那時我們沒有瓦斯，就是燒柴，隔壁鄰居歐巴桑就會相邀去撿枯枝，然後你也會邀隔壁鄰居一起去，那有些人看到這種天氣，會想說不要去好了，怕下雨，不要去好了。有些比較有挑戰精神的人，就會想說，沒關係那我去看看，可能不會下雨，敢去的人，回來就就是肩膀上一擔木柴，不敢去的人，就一家子在那邊愁，發愁著說，明天家裡的柴火可能不太夠，後天可能柴火不夠，所以，敢去挑戰的人，就會有回報，而不敢去挑戰的人，就待在那邊愁。
個案 A	客家經驗\成長歷程	26	26	創業時，家裡的環境不是很好，完全沒有辦法幫忙什麼啦!能幫忙的就是我們客家話講的「寧賣祖中田，莫忘祖宗言」，我媽媽講的那些話，我都想得起來，就是媽媽講的那些諺語對我幫助很大，就是老祖先累積下來的一些很經典，非常經典的，還有就是我在高中時加入雕刻生產的時候，就跟一些老歐巴桑他們做加工，我很喜歡跟我祖母、媽媽在一起聽這些諺語，那就是智慧的累積，對創業幫忙非常大，所以，我受客家這些很經典的諺語影響很深，我都隨時隨地會想到這些諺語，真的真的真的。
個案 A	客家經驗\成長歷程	28	28	比如說我做木雕的時候，我祖母叫我不要做，我祖母那時候已經八十幾歲了，他說我們家已經做三代人了，都沒有什麼賺到錢，我看你改行好了，我說不行，我還是要挑戰，我一定要挑戰，這就是客家精神。
個案 A	客家經驗\成長歷程	30	30	我當兵的時候在男工處做的東西和這個完全不一樣，那時行政院希望男工處把我留下來繼續工作，我說不好啦，留下來做這個不是我喜歡的，那個都是一些很硬的鐵的東西，所以，我就回家做木雕賣給人家，對我感覺比較好。
個案 A	客家經驗\成長歷程	34	34	我高中時就跟我老師說我要開店，我要開一個怎麼樣怎麼樣的店，我就一直跟他們講，所以我二十幾歲就開始準備，還不到三十歲就開始買地。

個案 A	客家經驗\成長歷程	36	36	我想辦法借錢買地開「九鼎軒」，「九鼎軒」開了兩三年，那時候，我就跟我太太講說我四十歲還要開一個比這個大好幾倍的店，當時我太太就說，你這個店會倒不會倒、開不開的成，還不知道，你就說還要再開一個店?我說，本來就是要這樣，你必須要有一個計畫，就像我剛剛講的，我們客家人不是很怕死的人，我是有計畫的，我就開始準備用些錢投資，四十歲我就開第二家店「居鳩堂」，那我現在就要開始籌劃我六十歲的店，因為我現在五十到六十歲，我要做一場六十歲以後的創業夢。
個案 A	客家經驗\成長歷程	103	103	從我十幾歲出來做的每一件事，他們都很放心、很支持，像我說我要買地做木雕，他們都很放心，只會擔心做的起來或是做不起來而已。
個案 A	客家經驗\成長歷程	113	113	客家人說的硬頸，但我是擇善固執
個案 A	客家經驗\成長歷程	115	115	是堅持，對自己的一種感覺、生活態度的堅持。
個案 A	客家經驗\成長歷程	117	117	所以就是這樣跌跌撞撞啦!
個案 A	客家經驗\成長歷程	149	149	我寧願慢，也不要推出去東西很糟糕，包括拍的照片，我也是都要挑過。他要拍兩天，我就陪他拍兩天，他說你可以不用陪，我說你拍的時候，我直接就可以挑，就是比較龜毛啦!
個案 A	客家經驗\成長歷程	159	159	我是戰後嬰兒期出生的人，我看到的東西就是一種很多文化融合在一起的文化，我想要做的就是我小看到的閩式建築、日式建築、巴洛克建築，看到很多東西，西式、歐式，也包括我們客家人，所以我想做的是像美國、像英國也有像客家的元素在裡面
個案 A	客家經驗\成長歷程	167	167	我自己想，自己設計，你看到這所有房子、所有庭園每一棵樹都我自己種，你看那些盆景我十幾二十歲種到現在都三十幾年了。
個案 A	客家經驗\成長歷程	169	170	客家人的堅持，不只是所謂的刻苦耐勞，為了一份信念的堅持，真的。
個案 A	客家經驗\成長歷程	169	169	從生活經驗的領悟，就像種盆景一樣沒辦法速成，沒辦法像種花一樣很快就開，它一定要經歷三年、五年、十年、三十年，那種慢，才能等待。我從年輕脾氣很暴躁，到最近心境開始轉換，那種等待，才能忍耐。但，有些事情要有還是要有爆發力啦!可是還是有忍耐，想想以前在山上種水果，要一年才有辦法收成。所以說，種盆景，我就想說:好吧，慢慢來!
個案 A	客家經驗\成長歷程	173	173	不只是修修剪剪，還要換盆，還有很多學問的，我從這邊感受很多，所以才想去做庭園。
個案 A	客家經驗\成長歷程	175	175	從小耳濡目染，我的祖父種蝴蝶蘭，養公雞、養鵝不是要拿來殺的，是拿來當寵物的，那很好玩的，我從小就看著祖父帶著公雞在外面，那是不能殺的!
個案 A	客家經驗\成長歷程	175	175	我外祖父家那更不得了，一進去就是一個很大的庭園，以前人的院子很大，裡面種葡萄、種嘉德利亞蘭，在四、五十年以前種嘉德利亞蘭，那是品味非常高的。外祖父家有一個房間是我舅舅的休息室，我有很多個舅舅，他們的休息室有手風琴、風琴、吉他、曼陀鈴、有電唱機，就是放黑膠的那種，我媽媽回娘家時，他們就是彈曼陀鈴，我媽媽彈風琴，現在想起來那畫面好美、好夾喔!從小就這樣耳濡目染下來。
個案 A	客家經驗\成長歷程	175	175	我就喜歡種樹，花對我來講，我比較沒那麼喜歡，但我就喜歡種樹，又是一種耳濡目染，就是說美是一種慢慢累積的。
個案 A	客家經驗\成長歷程	177	177	美感與生俱來有，但是，還是要啟發，所以要累積。

個案 A	客家經驗\成長歷程	177	178	生活不是錢賺多賺少，第一身體健康最重要，但是，住的環境我也覺得很重要，所以，美感的推廣也是很重要。
個案 A	客家經驗\成長歷程	181	181	基本上來講自己要認真啦!又想到以前媽媽常講的話,膝蓋如果不長肉,你去拿肉貼,也貼不住,自己要長肉自己要長進;我爸爸也常講的一句話:枝上不長葉,不要怪太陽不照你。所以說,你要一直巴望政府照顧嗎?我剛剛看的那本書,彼得杜拉克他幾十年前寫的「千萬不要巴望政府照顧你」,真的就是這樣,所以,我心理從來沒指望,當然有幫是最好,就像分祖產一樣,我不奢望有祖產,我認真賺錢過生活,那當然有祖產一千萬、五千萬那更好,不過,基本上還是要認真。
個案 A	客家經驗\成長歷程	225	225	我從高中開始就很喜歡看一些設計的書,包括麼室內裝潢之類的,我就很喜歡看這些,像我去書店都是看這些,到現在還是喜歡看這些書,包括一些裝潢、材料的書,可是像一些管理、或是市場走向的書,我就沒有辦法去看,看這些字我就覺得很煩,我就喜歡看圖。我太太她剛好相反,她的書幾卡車都載不完,我連走到她的床頭都會跌倒,她看的書都滿滿的,文學的也看、經濟的也看一些,像剛剛我說的彼得杜拉克的書,她也都看,商周也看。那有時候我們到鄉下的時候,她就會丟那些書給我看,無聊時候我就看,到現在我也會看那些書,她會挑書給我看,會影響我非常,大,
個案 B	客家經驗\成長歷程	6	6	苗栗,還沒開發,一直維持那種很慢的生活,感覺還不錯。
個案 B	客家經驗\成長歷程	8	8	我一直很喜歡到苗栗的山城去旅行,薰衣草森林的夥伴有一個共同的特質,就是喜歡到處去走一走,我覺得苗栗縣是我覺得最棒的山城,每一個小鎮,都有它自己很獨特的部分,到三義看油桐花,或是說到南庄,都是我還滿喜歡去的一個地方
個案 B	客家經驗\成長歷程	14	14	小時候會覺得,希望多去外面看一些東西,所以其實我也很少回家,幾乎都待在外面,但其實還是可以感受到,自己在傳統的文化裡面,而且自己不斷在學習的時候,就會想怎麼不斷地創新
個案 B	客家經驗\成長歷程	14	14	我覺得客家人有一個韌性,很韌,很有韌性,就是說知道自己生活不是很好,但是會很努力的慢慢調整,然後不怕挫折,而且能夠堅持,我覺得這個在我媽媽的個性裡面我就能看到
個案 B	客家經驗\成長歷程	14	14	雖然小時候家境不是很好,但是你可以看到媽媽很認真、很認命地在做這些事情,一步一腳印地慢慢耕耘,也希望這個家能夠更好,那就是常遇到挫折,但是她不會退縮,她還是一樣要很無私的照顧
個案 B	客家經驗\成長歷程	14	14	我在這種環境慢慢長大,在鄉下,在苗栗山城的那種小朋友,小時候那種感覺是很快樂的,沒有什麼煩惱,那我爸爸也是讓我很自在的發展,如果你想要做什麼,他不會說不要。
個案 B	客家經驗\成長歷程	14	14	那時候我在花旗銀行工作,他們覺得那種行業很好,那我曾經跟他們提過想要離職,他們覺得很不高興,媽媽覺得說這麼好的工作為什麼還要這樣,所以我只好偷偷地自己去做自己想要做的事情
個案 B	客家經驗\成長歷程	16	16	在這樣的文化脈絡成長之下,我就變得比較獨立,因為我家裡經濟環境不好,變得能夠獨立的時候,我就喜歡到外面去打工,然後,就是多看一些書,因為我自己喜歡看書。我小時候就會躲在自己房間角落就會開始看書,我弟弟妹妹比較不會,我覺得可能是因為個性。
個案 B	客家經驗\成長歷程	18	18	我有到一個集合住宅裡面去做企劃的工作,那時候就是邊讀書邊打工,邊做企劃。

個案 B	客家經驗\成長歷程	20	20	畢業之後，我就到花旗銀行去工作，工作了七年，這過程當中就想要離職，會覺得這個好像不是我想要做的事情，那時候我心裡面一直想，做這個事情我也不會快樂，然後我每天只想著要下班，我覺得這樣的生活很對不起我自己，於是我就決定找一條路，那時候剛好接觸到香草，我就覺得很喜歡薰衣草。然後，到法國去了一趟，後來就決定要離職了，來到山上種薰衣草，當初就是這樣的一個想法。
個案 B	客家經驗\成長歷程	20	20	我覺得年輕人當你有這樣的一股熱情，你想要做一件事情，你會覺得很強烈，而且你的心理會告訴你要做這件事，這時候你就要去做。那時候去做這件事，大家是很反對的，我也有客家人的包袱
個案 B	客家經驗\成長歷程	24	24	我從小的時候就很喜歡畫圖
個案 B	客家經驗\成長歷程	28	28	大概幼稚園的時候，我就發現我很喜歡畫圖，但是我爸爸媽媽他們不希望我去當畫家，所以我就沒有去考這個部分
個案 B	客家經驗\成長歷程	28	28	在花旗那段時間，我經常旅行的時候，就會帶一本小冊子畫圖，當心裡有感動的時候就趕快把它畫下來，或是心裡有一句話的時候就趕快把它寫下來，就慢慢的培養，那剛開始畫的時候，也不是畫得很漂亮，但是我覺得說畫久了以後，慢慢自己的風格就會出來。還有我覺得就是多讀一些書，我覺得美感是潛在 DNB 就有，每個人都有一個美感，只是說你有沒有被開發出來
個案 B	客家經驗\成長歷程	28	28	我覺得美感的東西，其實在小時候與身俱來的
個案 B	客家經驗\成長歷程	68	68	不管怎樣的挫折，不管是人跟人之間溝通的挫折也好，或是天災，不可預測挫折，但是我覺得這都是一個考驗，人的生活當中不可能都沒有問題，不可能都很順遂，反正一定要讓自己不要放棄，然後一直勇往直前的走，我覺得這樣子，不管再大的困難你都可以克服。可是就是當你遇到困難的時候，就退縮，就覺得這樣不行，這樣不行做，這樣永遠都會停在那裡，甚至是退步。
個案 B	客家經驗\成長歷程	68	68	我們每一年的年底都會為後三年做一個年度計畫，未來三年，要達到什麼樣的一個目標，那我們現在要怎麼做
個案 B	客家經驗\成長歷程	94	94	我覺得我自己從十年前到現在那個心沒有變複雜，剛開始我們到山上過簡單而且很自在的生活，想到自己來種香草，香草可以泡香草茶，就覺得這樣的生活很好，所以慢慢地有客人也想要這樣的生活，想要來這邊住民宿就住民宿，想要來這邊結婚就結婚，一直都有回到初衷，當初的那個心情，到現在我很慶幸自己並沒有比較商業
個案 B	客家經驗\成長歷程	116	116	我希望說放慢速度你的靈魂才跟得上。那也是我在森林裡面隨便寫下來的一句話，變成招牌，沿路的招牌，鼓勵大家，轉個彎就發現幸福，請不要放棄。
個案 B	客家經驗\成長歷程	122	122	就是你想要做不一樣的事情
個案 B	客家經驗\成長歷程	124	124	我覺得有夢想，就會走出很不一樣的路，然後做出很不一樣的事情，因為我一直覺得很多事情，就是你要有心做，你要那個熱情，很重要，你跟著夢想走，你就會去做出它。
個案 B	客家經驗\成長歷程	138	138	我覺得夢想是沒有分年紀的，上次我們去日本，他們是六十歲以後退休，就到東京美英村庄裡面去，蓋一個歐洲的民宿，就在那裏經營民宿，有些是在那裏做藝術家、手工藝，有些人是來開咖啡館的，他們有些人是年紀大了，六十歲來二度就業，有的是年輕人來這邊開麵包店，可是我就會覺得說，人家六十歲都還有夢想，他可以開

				<p>民宿，十年了，七十多歲之後，他想要回東京，也因為年紀大了，要常看醫院，那也太遠，所以要把房子賣掉，賣到了東京去，那我們也是透過介紹才會認識這個主人，我們聊一聊之後，他就託付給我們經營。</p>
個案 B	客家經驗\成長歷程	138	138	<p>夢想並不是只有年輕人，你看到日本，我就希望我以後六十歲的時候，我也要到山上去住，不一定要經營民宿，因為我自己已經在做了，那就希望能夠交棒給年輕的人做，我們慢慢變到老年的時候，就希望薰衣草森林能夠給年輕的人去做。</p>
個案 B	客家經驗\成長歷程	144	144	<p>我住在苗栗的鄉下，對那個土地的感受力是很強的，我會覺得這一片土地孕育出我們這樣子的一個人，那時候我們家是種稻米的，我懷抱感恩、感謝有這樣的一片土地，所以這片土地我們要怎麼做不會讓它受傷，因此，我們薰衣草森林不斷做的就是種樹。開發的過程中，只要遇到樹，我們一定避開，或是幫樹做一個平台，不會把那棵樹砍掉，我們一直在做的是，希望這塊土地能夠更好。所以，我覺得就是從小在這個土地，感受到客家人就是很刻苦耐勞為這片土地在經營，那種感受是對我影響很大的。</p>
個案 C	客家經驗\成長歷程	144	144	<p>我覺得我在這邊工作就是很有那種快樂的感覺啦!</p>
個案 C	客家經驗\成長歷程	198	198	<p>我覺得是我的客家態度吧!</p>
個案 C	客家經驗\成長歷程	198	198	<p>我的個性比較像我媽媽，所以，我的 90 歲外公，現在跟我住在山上，我以前看我媽媽在村庄的時候，包括我外公也是，都會一直去幫忙村莊的人，我外公一直到 80 歲還在廟裡工作，我覺得她就是把大家的事，都當成自己的事，所以，那時候，我就覺得我們做很多事情，就是要跟當地有一些連結。</p>
個案 C	客家經驗\成長歷程	198	198	<p>從我媽媽、跟我外公的角度來說就是在乎大家的生活，所以變成我們公司做了很多跟當地有關的東西</p>
個案 C	客家經驗\成長歷程	198	198	<p>如果只做跟本業有關的事，那就只剩下賺錢了，可是我覺得說除了賺錢，還要連結周遭的情況，所以我說第一個是態度，那第二個是作法上的專業啦!</p>
個案 C	客家經驗\成長歷程	198	198	<p>我的媽媽跟我的外公是客家人</p>
個案 C	客家經驗\成長歷程	371	371	<p>我小時後我爸爸媽媽那個年代吃很多苦，所以，就會跟我們講說，未來應該做什麼樣子比較好，爸爸媽媽是愛你所以擔心你吃苦，所以，我們家裡就是，我小時候爸爸媽媽就會給我一個未來樣子，可是我後來慢慢發現我們對未來並不是那麼有把握，因為時勢跟趨勢變化得太快</p>
個案 C	客家經驗\成長歷程	371	371	<p>等到我們進入學校，我們很著重老師在專業上要給我們的答案，所以我們從小國中高中到大學就是，課堂上的答案，很容易從黑板上、從老師的驗證告訴來的，所以學生在學習就變成是，我只要在教室有答案會給我，可是，後來我發現教育很重要的東西是在於，老師的專業要變成自己的學習，自主性的學習，就是應該自己去學會找答案的能力，而不是 focus 在老師告訴我們的答案的專業上，學生知道要去找知識的那個主動性是很重要，那個教育才會產生價值，學生如果不主動學習，那他離開學校他就不學習，因為老師沒有在他身邊告訴他答案，所以如果我們在學校的養成，變成大量的答案都是老師告訴我們的時候，最後的反省就會出現在進入社會，因為進入社會的時候，是一個完全開放的社會，我們人很少去思考</p>

				一個過程，通常給一個答案，給一個框框的型態，全部都一味的去追隨這些，我們不太知道未來會變成一個怎麼樣，因為沒有人會來告訴我們未來，就變成好像我的未來就只能照整個社會的制度，就是考不考研究所、投履歷，這件事情本身沒有不對，而是學生沒有去想考這個研究所，為什麼要考這個高普考，為什麼要投這個履歷，學生沒有去想，所以導致到最後就臉孔不變的一樣阿，你自己沒有答案，然後沒有自己去找未來的那個能力的動力，我就覺得說，其實很可惜
個案 C	客家經驗\成長歷程	510	510	台灣早期從代工生產到製造，那個時候產生了很多創業家庭，也讓台灣的經濟產生一些改變，可是我覺得從那個時候回過頭像我們這樣現在這樣，為什麼現在的青年比較有一點點回到一個在地性的思考，談的不是一個創業，他覺得他產的可能不是一個產值的規模跟大小，為什麼，因為你看在我們這一個年代也產生很多的疑惑，我們是從上一個年代的辛苦而獲得物質的享受的一代，可是我們也開始有點焦慮的就是說，這些所生產大量的產值裡面，到最後我們在這麼小的土地產生的付出的代價，比如說是一些汙染的問題，或者是一些貧富差距的問題，或者是以企業導向這樣子去做，所謂的這種競爭，這種的良性的競爭，或者是一種惡性的競爭循環，我們是在享受上一代的這些創業是在物質上，可是我們的一個比較大的疑惑，一直是在於，以前那些傳統的做法，在台灣資源那麼小的情況下，所產生的這些負面的影響，對我們來說，在這麼小的島上，我們還能夠留哪一些有用的東西給更後代的人。
個案 D	客家經驗\成長歷程	14	14	我從小在這裡長大，幾乎沒有接觸到美的事物，我不會接觸，那就是我的老家，那個山裡面。
個案 D	客家經驗\成長歷程	18	18	我們家有七個姐妹，女兒中我是最小的，我再下去有一個弟弟，我這個弟弟的想法完全和我不一樣，我當時建議說這個房子不要拆掉，整修就好，整修但是內部做的很現代，但是我的弟弟聽不下去，他就認為說，舊的房子就是沒有價值，就是要拆掉。
個案 D	客家經驗\成長歷程	18	18	我喜歡老的東西，我認為老的東西有感覺，有人的氣味在裡面
個案 D	客家經驗\成長歷程	34	34	我從小在這裡長大，姐妹那麼多，在姐妹當中就我一個人跟我姐妹的想法很不一樣，我一直在追求美的境界，不斷的追求。
個案 D	客家經驗\成長歷程	36	36	以前小時候，回來就要顧牛，小學兩三年級，下課回家之後就要顧牛，那時候很小的心靈就會埋怨。每次顧牛，我爸就會看，牛的肚子扁扁的就會被我爸修理。有一次感受特別深，牛沒有吃飽，我就會被我爸罵，我心裡就在想人不如牛啊~牛沒有吃飽，我們就會被打，我肚子也很餓，小時候回家肚子也很餓，沒有東西可以吃，還要去顧牛，心理就覺得一直不太平衡。後來，才認知到沒有辦法，因為是農業的社會，牛是我們生財的器具，我們能夠養活我們自己，家裡就靠那幾頭牛，所以也理解，那種抱怨就平衡了。
個案 D	客家經驗\成長歷程	36	36	我常會問我爸爸說，以前小孩子的時候，是怎樣進入這裡面生活，和我的爺爺。我爸就會跟我說，他還很小的時候跟著阿公來開墾，他說這裡面全部都是大樹，他就跟我形容一個感覺，走進樹林間軟軟的，就表示落葉的落葉層非常的厚，才有彈性。所以這裡面全部

				都是樹林，我的阿公的爸爸，我曾祖父就開始帶著我的祖父開發。以前我的老家在獅頭山那邊，那是我們翁家的一個祖居地。剛進來的時候就慢慢的開墾，開始砍掉樹木，開山墾土，當時還是清朝
個案 D	客家經驗\成長歷程	44	44	我的阿公做了很多事，種茶也有，也有開過一家雜貨店。
個案 D	客家經驗\成長歷程	50	50	我祖父還在外面有開一間小店，當時我還很小，還有一點點記憶，家裡就耕一點點的田
個案 D	客家經驗\成長歷程	66	66	到了我父親的時候，一八九五，就日治時代的時候，我們這個地方的產業有了改變，有重疊。日本人來這邊設學校，蓬萊國小，很多原住民會講日本話。
個案 D	客家經驗\成長歷程	68	68	小時候我就很擅長去拔一些野薑花、姑婆芋，種在破碗裡面，那個時候我就會這麼做。
個案 D	客家經驗\成長歷程	70	70	很小的時候我就會採花，我也會折油桐花，油桐花最不耐放，還有百合，我小的時候，野百合到處都是。
個案 D	客家經驗\成長歷程	70	70	我就在想，為什麼我很小的時候就那麼愛花，我自己也會覺得很疑惑，我就會問我弟弟的女兒，當時念小學五六年級，你會不會想要採花來插，或是拔一些植物回來種，她說不會啊~一點感覺都沒有。所以，我就認為那個是個人因素，並不是每個生長在鄉下的小孩都有這樣的一個行為，但是我不知道這個就叫做興趣
個案 D	客家經驗\成長歷程	70	70	念完國中之後，大家都跑去念商，都跑到中壢、桃園去念商，建教合作，我因為有姐姐住在台北士林，所以我就到士林念士林高商。高商畢業之後，我爸爸媽媽住在南庄這個地方，我弟弟在外面讀竹南高中，我媽媽就一直很希望我回來，可以就近照顧。
個案 D	客家經驗\成長歷程	74	74	因為當時很多煤礦，這個煤礦多半都是外地人來開的，其中大立煤礦是台北人來開的，因為它原本就在北部就有自己的煤礦，都是閩南人，煤礦的老闆、工作人員都是閩南人，我媽媽也是閩南人，所以，很多歐巴桑都會來找我媽媽，跟我媽媽的感情也非常好，我那時候畢業，我媽媽就問說，我能不能在裡面工作，她就跟董事長張經理講，就這樣子，我高商畢業就回來大立煤礦做了三年，家裡也都照顧的到，我記得我的薪水一個月是四千五，我開始有了收入之後，我就很享樂，我就開始買了音響，那時候很流行二聲道、四聲道音響，我就開始分期付款就買了音響，我開始改變生活的條件，那時候還沒有柏油路，我又分期付款買了偉士牌的機車，我就有了交通工具，生活品質我就靠我自己慢慢的改善，家裡的電器用品，就得到了一些改善。
個案 D	客家經驗\成長歷程	74	74	我記得七點播報新聞，那時候只有台視跟中視，兩台，沒有報紙，我所有的資訊必須透過七點的新聞播報，所以七點我一定要聽這個新聞。我爸爸有一次就很火大，因為他的房間就在客廳旁，就起來罵我說：「三更半夜，還不睡覺」，才七點喔~所以我當時就想如果有能力我一定要獨立。
個案 D	客家經驗\成長歷程	76	76	我跟我爸爸的感情又非常好，我爸爸說我最像他。
個案 D	客家經驗\成長歷程	76	76	我在大立煤礦上班的時候，我的家有八分地的田了，有一次下班回來，夏天的時候，我爸就跟人在講話，那個牛在發脾氣，沒有耐心，就自己走了，我就跳上去，我爸跟人講完話回來，那畝田已經被我打好了，我爸就跟人家說我的女兒很厲害，能文能武。

個案 D	客家經驗\成長歷程	80	80	從小我的阿公就很會做生意，頭腦就很好，很會做生意
個案 D	客家經驗\成長歷程	82	82	以前我們家住在下面，住茅草屋，後來我爸爸想要自己蓋房子，他就跟了一位師傅學，學了三個月，我爸爸就自己蓋了這個房子。當時很苦，根本就沒有錢可以買材料，很可憐，我爸爸常常會跟我描述這個過程，要去國有林偷砍樹，蓋房子要做樑，好天氣不敢去，因為有巡山員，一定要等到颱風天，才趕去砍樹
個案 D	客家經驗\成長歷程	86	86	當時蓋這間房子的時候，是我們這個村莊最好的房子，因為那個牆壁有彩繪，有畫龍鳳，還有寫了一些對聯，那個漆到現在都還好好的。
個案 D	客家經驗\成長歷程	96	96	這棟房子是一九五五年蓋的，我爸爸做過很多工作，有伐木，那時候我爸爸就會跟原住民租土地，因為原住民的保留地不能賣，我爸爸就去租，然後在那上面種樹，因為那一陣子三十年就可以砍伐了，所以我爸爸就做這個伐木，他有一次有一個機緣，開礦，那是改變整個蓬萊村，算是一個改變者，當時這邊都還沒有煤礦，有個外地人就是閩南人，來到這個地方就跟我爸爸講，這個地方有煤礦，閩南人就開了這個煤礦、挖了這個煤礦，但是一直都沒有賺錢，挖了幾深、幾尺一直都沒有賺錢，然後就要賣給我爸爸，這個地方的人都笑我爸爸是傻瓜，礦場沒有了礦還要跟人家買，我爸爸就是執著，想說那個閩南人老闆說有礦，那我就試試看。我爸爸就不知道花了多少錢，跟他買了這個礦的權利，我爸爸就開始開挖，完全都是靠人力，挖了不知道幾尺就看到了礦脈，礦脈是以大小論，很大喔，人就一直挖，我爸爸挖到礦脈就開始賺錢了，賺到了錢我爸爸就買了兩頭牛。
個案 D	客家經驗\成長歷程	98	98	就買了兩頭牛，娶了孀孀，我的叔叔也開了一間小雜貨店，在蓬萊村的街上開了一間小雜貨店。
個案 D	客家經驗\成長歷程	100	100	我爸爸前一個老婆因為難產過世，可是家裡要煮三餐，媳婦的工作就由兒子來代勞，所以我爸爸常會講兒子當作媳婦用，就是要煮三餐。那時候剛好戰爭，台灣光復，我媽媽的先生，在戰爭的時候，因為他是廚師，好像生病死掉，生了我大哥和我大姐，也很可憐，我大姐才剛出生一個多月，所以透過閩南人介紹，介紹我媽媽，我媽媽是桃園大溪人。
個案 D	客家經驗\成長歷程	102	102	我媽媽就帶了哥哥姐姐來投靠我爸爸，我的大哥大姐就跟著我媽媽，來投靠我爸爸。那時候南庄近來沒有車子，要用走路，所以我媽媽從桃園轉坐火車到竹南，然後不知道坐什麼車到南庄，那時候好像是吉普車或是煤炭的車到南庄，到南庄以後就走路進來，走了十公里，一路就一直問到了沒有，到了沒有。我媽媽走到這個地方，馬上就哭了，因為是山上，可是又回不去了，路程那麼遠，所以就跟我爸爸。
個案 D	客家經驗\成長歷程	104	104	大哥三歲，大姐才出生一個多月，就這樣揹著來。
個案 D	客家經驗\成長歷程	104	104	那時候有一種氛圍，就是說傻瓜就可以賺到錢，我比他聰明我一定也可以賺大錢，就因為這樣子，我有印象，我小時後到處都是坑坑洞洞的，人人都想要發財，每個人都到處去挖。我為什麼要一直提我爸爸的故事，因為我爸爸在那個年代，他也是扮演一個改變者。
個案 D	客家經驗\成長歷程	106	106	所以，在那個時候，很多人也受到我爸爸的影響，到處開挖，賺了很多錢。後來我爸爸煤礦也沒有經營了，因為就沒有再挖到煤了。我記憶中，我爸爸很累，養過雞、種過甜椒、甘蔗、地瓜，做很多

				事。
個案 D	客家經驗\成長歷程	110	110	(我爸爸)很有想法的人
個案 D	客家經驗\成長歷程	114	114	打造綠色山莊是我回來的第二年，第一年我回來就先蓋房子，我回來就先住在水泥的這個，那時候我就是想要按照我自己的想法來過生活。
個案 D	客家經驗\成長歷程	114	114	我跟我爸說可不可以給我一塊地，我爸就問要做什麼，我說要蓋房子，我爸就說隨便你蓋，你自己去看。以前這裡的地貌都是田，隔壁的花園也都是田，後來開闢成水池塘，那個池塘很小了，大概我小學的時候，那時候的泥挖一挖全部都要抬出來。我爸爸就把很漂亮的涼亭開闢成水池，這也是一畝田，一個水池，下方也是一畝田，這個是很好的田，因為當時休耕政策，所以田都沒有耕作，雜草叢生，我爸就讓我開發，實踐我的夢想，我每天都在想我這個房子我要怎麼蓋，我自己畫圖我要蓋怎麼樣的房子。
個案 D	客家經驗\成長歷程	124	124	我在台中大概待了七八年，有一家園藝店，不是花店喔~是園藝店，像這樣的園藝店。
個案 D	客家經驗\成長歷程	127	127	園藝店我經營三年之後，我就很想要回到山上來，那才是我真正想要做的事情，我覺得我在都市裡面，那不是我從小生長的地方，我覺得我對那個地方沒有那麼深的情感。另外一個原因就是，我很想要回來照顧老人家，那個時候因為我弟弟在當兵，就很想要回來照顧父母親，我想了很久，我決定要回來，我就把我的園藝店二十八萬頂給我朋友做，我就帶著二十八萬我就回來，所以就蓋了那個房子
個案 D	客家經驗\成長歷程	135	135	我覺得很多事情沒有所謂不可能的，就是說你是不是勇敢的去創造，我覺得勇敢在我的字典裡面是與生俱來的，沒有什麼好怕的，膽子很大，那時候就創造綠色山莊的一個奇蹟
個案 D	客家經驗\成長歷程	137	137	綠色山莊經營了八年，又是我另外一個轉變
個案 D	客家經驗\成長歷程	137	137	綠色山莊那時候很忙，客人來了要陪客人聊天，喝酒，我就覺得那不是我想要過的生活，有一次我一位表姐的兒子、女兒從美國回來度假，因為他們在唸加州大學跟柏克萊大學，暑假的時候，就到綠色山莊來幫我，就跟我說：「阿姨，我看妳好辛苦喔~」
個案 D	客家經驗\成長歷程	152	152	我看很多書，還有去中心上園藝的課。我從書裡面獲得的比較多
個案 D	客家經驗\成長歷程	193	193	我每一棟房子都是按照我自己的想法，我很多夢，當我做夢的時候，我不會做空的夢，我不會做白日夢，我一定會實踐。這一棟等於是我的樣本，我蓋完之後，有一種新的想法，我又想要完成它，所以每一間的感覺都很不一樣。
個案 D	客家經驗\成長歷程	197	197	這個空間就變成我的客廳，招待我的朋友，還沒開放的時候，就在這裡煮咖啡，朋友帶朋友，還了很多客人。我根本沒有時間做陶，有三年的時間，我把我的時間做三等分類，早上我整理花園，下午做陶，晚上看書，那三年是我覺得最快樂的時光。
個案 D	客家經驗\成長歷程	213	213	我表妹說我浪漫的無可救藥，不會想要去賺錢，但是我相信一心想去賺錢，你就失去掉很多。我就是先追求我的理想，當理想實現的時候，水到渠成。
個案 D	客家經驗\成長歷程	219	219	我自己的耐力，我覺得跟山芙蓉很像
個案 D	客家經驗\成長歷程	244	244	我十八歲的那一年，我就會開車了，南庄女性開車大概是我第一個

個案 D	客家經驗\成長歷程	251	251	我覺得客家人勤勞是有，但是對於生活態度是可以調整的，不要死做，就是你說為什麼我對美那麼的敏感。
個案 D	客家經驗\成長歷程	259	259	我也會參加世界露營車大會，不是帳棚，是露營車，這個露營車大會的總會是在比利時，幾乎每一年辦都是在歐洲，亞洲只有三個國家是加入這個組織，只有韓國、臺灣跟日本加入這個組織，也因為這個機會，我會經常性的到國外去，去過波蘭，我去過很多地方。
個案 D	客家經驗\成長歷程	264	264	旅遊給我衝擊，所以我覺得我一段時間就必須要去衝擊一下，讓自己不要自滿、怠惰
個案 D	客家經驗\成長歷程	274	274	園藝我比較能夠得心應手
個案 D	客家經驗\成長歷程	278	278	我覺得因為我從小在山林之間長大，我跟大自然的感覺會比較緊密一點，跟大環境跟植物會比較緊密一點。陶也是美跟生活的一部分，我這邊也會用很多陶來裝，但是我比較擅長的還是植物。植物因為是有生命的，我這麼說好了，它是有生命的、它是有變化的，這是我比較愛的，很多人說你也可以用假花，如果一種花它是一整年都開的，它也不夠精彩，最棒的就是說，這整個大環境的美是因為有變化，要體悟到這一點，因為有變化。
個案 D	客家經驗\成長歷程	278	278	「一年四季有變化」這句話，對我來說，也是很大的啟示，如果沒有變化很多就不會去注意到它，也因為它有變化所以才顯現它的美。所以，如果油桐花一年四季都開花，就沒有人會去在意它，美就是美在它只有在那個季節，一個多月的綻放時間，油桐花很棒，就是一年四季都有它精彩的地方，它其實落葉也很漂亮，它春天的時候葉子長出來，新綠很美，秋季顏色轉變凋謝的時候，它轉變成黃色的時候也很美，所以，油桐花一年四季都有它的可看性。
個案 D	客家經驗\成長歷程	280	280	我喜歡的是變化的，可以讓我隨心所欲，我可以結合它們，然後創造美的具象，有趣的就是我可以把不同的植物，把它配置在一起、組合在一起，就像是這樣的一個感覺，就像那個盆栽的感覺，現在是最沒有花的季節，這個是我覺得有趣的地方。
個案 D	客家經驗\成長歷程	303	303	我一開始就不以營利為目的，我不是要在這個地方獲得多少的報酬，所以，十五年後的今天，我即便以投資報酬率來講是不成正比的，可是我還是一直繼續的種我的花，我繼續維持我的環境，因為我的價值告訴我，我要做的就是一個正面的影響，我要讓真正想要來的人，能夠真正的有改變，哪怕是一點點的改變，這個是我的堅持。
個案 D	客家經驗\成長歷程	342	342	我爸爸，他也是很大男人的，我媽媽要是不在，他也不會煮來吃，就跑去我阿伯那邊吃
個案 D	客家經驗\成長歷程	346	346	人家說客家人省省儉儉，我就不是省省儉儉
個案 D	客家經驗\成長歷程	348	348	我覺得這個社會，你的錢是要拿來活用的，而不是放在銀行，我一直認為是這樣，這個錢是要活用，它才能滾動
個案 D	客家經驗\成長歷程	352	352	錢要拿出來活用才有價值，你藏在銀行哪有價值，它就是一個數字的累積而已。我把我的錢全部花在上面，它轉變了，帶動了一些影響
個案 D	客家經驗\成長歷程	368	368	我覺得所有的最終還是落實在生活，不管你做什麼還是回歸到生活面

個案 D	客家經驗\成長歷程	394	394	如果是說，在我們成長過程當中，我們累積的是什麼，就是勤勞，勤勞這是一定的，然後就是說那種韌性，這也是我自己常在講的，客家人特別有韌性，這個韌性就是說，可以克服很多的逆境，但是反過來說，客家人也缺乏開拓的，就是比較保守，這個是客家人的一個劣勢，優勢當然就是勤儉、韌性，韌性散發出來的就是我遇到事情就不屈不饒，我就是勇往直前。
個案 D	客家經驗\成長歷程	394	394	所以這個地方，今天如果不是我的話，很難，因為我自己這樣子經營，我知道它的困難點在哪裡，不是每個人都可以，那我的韌性就很強，我可以就是說，你無法想像，我今天早上八點的時候，我已經把我的水池都整理好了，那個對工作的韌性，我覺得我是非常的強的。
個案 D	客家經驗\成長歷程	394	394	這個過程當中，如果不是因為韌性，很容易偷懶，很容易放棄，所以我很清楚什麼力量讓我這樣
個案 D	客家經驗\成長歷程	394	394	我的美學應該是說，在我看的過程當中，我吸收了，有些人是看了沒有吸收，我不管是書籍也好，或是藉由出國的機會，看到就在我的腦子裡面，我不會馬上就把它忘掉，看了之後會在我的腦子裡面從新思考，我有沒有可能用這樣的模式來做，或者說有沒有可能在我的環境裡面，學習他這樣子的作法。我自認我的美學是來自我自己去看，自己吸收，對於環境、植物、山林的那個，是我認為我從小在這個環境裡面所得到的。
個案 D	客家經驗\成長歷程	396	396	我覺得我爸爸做事情比較粗糙，我爸爸像我蓋第一棟房子，房子是木造的，浴室是 RC 的，因為地磚我不會鋪，我爸爸就會幫我鋪，可是我看我爸爸鋪的那個就很醜，我就跟我爸講說，我自己鋪好了，我就自己接手來鋪，我就會用我自己的方式很仔細的去鋪。我回想我爸爸的所做所為，我就覺得粗糙，因為我爸爸也沒有經過所謂師徒的訓練，全部都是自己無師自通的，我看到我爸爸這個缺點，我就會去調整，所以在做事情的時候，我常會謹慎自己要很仔細、很用心的，所以我常會覺得在我爸爸教育子女的過程當中，我爸爸從來沒有教我們做事情要用什麼樣的態度，我現在教我女兒的時候，我就會告訴她們，我會這樣教你，是因為我在這個過程當中，我有體悟，你的阿公，我的爸爸並沒有這樣子教導我，所以我必須要告訴你為什麼要這麼做。
個案 D	客家經驗\成長歷程	400	400	我爸爸雖然沒有讀書，但是我爸爸講話非常有內容，有些人講話是拉拉雜雜，不三不四的話，但是我爸爸很幽默，講話又很有內容。
個案 D	客家經驗\成長歷程	402	402	我學到我爸爸很會變
個案 D	客家經驗\成長歷程	402	402	我有兩種性格，一種就是我很穩定，比方說山芙蓉今年十五年來，價格不變，營運時間不變，有很多是沒有改變的。另外一個部份，在我的環境當中我又很喜歡改變。
個案 D	客家經驗\成長歷程	412	412	我很勇于挑戰我自己
個案 E	客家經驗\成長歷程	1	1	我其實是在苗栗出生，但是老家在新竹的關西，我爸我媽都是客家人
個案 E	客家經驗\成長歷程	21	21	我退伍之後我就去台達電，我很幸運碰到鄭崇華，我跟在鄭先生旁邊，他給我太大的發展空間了，比如說李國鼎、孫運璿的紀錄片，一般企業家是不會去做那些事，所以等於說我碰到一位很具國際視野的老闆，因為是這樣，所以回過頭來，我是希望用國際的思維來做 The one，它其實是要把台灣的美學經濟提升，我其實想要做的

				是這樣事情
個案 E	客家經驗\成長歷程	41	41	我對這是很樂觀的。
個案 E	客家經驗\成長歷程	62	62	「採菊東籬下，悠然見南山」我小時候背這些東西，它有一些畫面，我不想只是會了聯考，那我是一個理性、感性兩邊的人，感性的部分，可以在我理性的生意上，得到商業成果
個案 E	客家經驗\成長歷程	74	74	因為這樣我自己帶頭去考，我去年跟六個幹部去考，所以我現在有國際領隊執照，我就決定這件事要這樣做，我就會帶頭去做，所以這個就是我們客家人的意志力很驚人，我的團隊跟著那意志力也很驚人。
個案 E	客家經驗\成長歷程	108	108	以前建台的時候，國文老師要求是很嚴厲的，我在建台的時候我要背古文觀止，我真的整本古文觀止背完，他後來要我背成語典，我也把整本成語典都背完了，就是受他們的影響。
個案 E	客家經驗\成長歷程	114	114	就是愛打籃球，學校老師都覺得我是怪咖，我是合唱團團長，唱一唱我又去打籃球比賽，他們都覺得我這個人真怪，動跟靜之間。
個案 E	客家經驗\成長歷程	117	117	建台影響我很多，也教了我很多，我覺得是態度，是真的。
個案 E	客家經驗\成長歷程	123	123	教官對我都是又愛又恨，我有點像是學生頭，然後又是反動分子，比如他要我們加入國民黨，我就說：「報告教官，愛國何須選黨」所有的男生同學都在底下鼓動，教官當場三條線，說：「下去，我下午請你吃冰」，他拿單子給我填，說我以後一定可以申請中山獎學金，你要怎樣怎樣的
個案 E	客家經驗\成長歷程	160	160	我過去這十幾年來，我跑全世界
個案 F	客家經驗\成長歷程	20	20	我們家一直都是搬遷狀態
個案 F	客家經驗\成長歷程	20	20	我在屏東出生長大，不過在屏東，我出生之後就將近搬了五個地方，我哥哥之前也搬了好多個地方，我們家總共五個兄弟
個案 F	客家經驗\成長歷程	22	22	因為我爸是電力公司主管，輪調輪調輪調輪調，所以我們從小就一直不斷在搬，然後一直到我去國立藝專的時候，才定下來蓋房子
個案 F	客家經驗\成長歷程	34	34	我媽媽的祖父那一代開始做生意
個案 F	客家經驗\成長歷程	38	38	我本身就是學這種東西(陶藝)的，本身是國立藝專美工科陶瓷組，那時候我是第四屆
個案 F	客家經驗\成長歷程	40	40	我哥哥唸美術系西畫組，他說畫圖就像擠牙膏，油畫就像擠牙膏，擠一擠就沒了，什麼都沒留下來，留在畫布上。可是陶瓷燒一燒，燒不好還可以再回收，較實用。所以，他就勸我說：「你不要再去畫畫了，像我們這樣畫畫，顏料潑下去就沒了，可是，你們用泥土，做壞了再摻水混一混，又可以繼續用了。」
個案 F	客家經驗\成長歷程	42	42	我有五個兄弟，高中時有一個先離開(過世)，四兄弟中最大的長子，以客家的觀念來說期望最高，然後慢慢地遞減。長子是期望最高的，所以，長子一定要符合父親的期待，至少期待要保住。所以，我爸要求我大哥跟二哥都讀理工科，老三跟我就比較自由，想要唸什麼就唸什麼，就念了美術這方面，我自己也不擅於讀書
個案 F	客家經驗\成長歷程	44	44	我國中的時候功課比較不好
個案 F	客家經驗\成長歷程	46	46	就還沒開竅，所以功課就一直不好，然後畫畫也有興趣，因為小時候就喜歡在課本上亂塗鴉，所以我讀到藝專，選了陶瓷組後，其實我的分數可以到西畫組的，因為是按照分數填的，做了陶瓷覺得還滿有趣的，因為可以做成實用的東西

個案 F	客家經驗\成長歷程	46	46	不過畢業之後就沒有繼續做(陶瓷)
個案 F	客家經驗\成長歷程	48	48	那時候因為兩個因素，一個是設備很貴，畢業沒辦法馬上成立工作室，又要當兵，兵役的問題。那時想不要這麼早當兵，就選擇繼續唸書。那時候也受了我另外一個哥哥的影響，去唸哲學所
個案 F	客家經驗\成長歷程	50	50	我去考插大，考文化哲學系，我到文化哲學系的時候認識了現在的周先生，我們在那時候認識的
個案 F	客家經驗\成長歷程	72	72	我唸了 2 年之後(文化哲學系)，就去考研究所了，到中央大學哲學所
個案 F	客家經驗\成長歷程	88	88	也間接影響我們在思考傳統東西跟現代東西怎麼去轉化
個案 F	客家經驗\成長歷程	98	98	修生養性，是個人存在的價值
個案 F	客家經驗\成長歷程	118	118	我先去念哲學系，再去念哲學研究所
個案 F	客家經驗\成長歷程	120	120	我哥哥念哲研所，他那時候，文化美術系畢業後，就去考哲研所，因為他們那票人的學思，那時候剛好是在解禁跟沒解禁的環境下，他們接觸了一些禁書很多，看了很多西方思潮的書，包含很多馬克思主義的書，剛好他們是在那個時代，所以他們就覺得說，很多時候，畫畫可以去關心這個社會，需要去找到一些如何去關心社會的方法，所以去念哲學
個案 F	客家經驗\成長歷程	120	120	那時候很多哲學就是言論上很容易批判整個社會的不公不義的事情，所以他們自然而然會去喜好這個東西，然後去念哲學思想。他覺得是好的東西，就跟我講說：「你畫畫、做陶瓷，永遠就只是個陶工。你腦袋都沒裝東西，要不要去唸個東西，再回來做比較好?」
個案 F	客家經驗\成長歷程	122	122	某種程度上是為了他的存在價值去支撐他，因為畫畫，畫到最後，會因為不知道要怎麼繼續下去，創作這種東西，其實到了一個狀態它會變很虛無，它需要一點有一點理論、有一點書籍的養分，讓他知道原來可以朝這個方向去走。所以說，文學、史學、哲學，文史哲不分家，其實它本身就是跟繪畫是分不開的。
個案 F	客家經驗\成長歷程	262	262	唸完中央之後，然後去教書，教了一年，然後再去當兵，然後回來之後是 2002 年，2002 年的時候我先到楊梅
個案 F	客家經驗\成長歷程	270	270	2002 年到楊梅，然後待了 4 年，寫了一個計劃去日本 3 個月，2005 年的 7 月到 10 月我在日本，2006 年我就搬回到屏東，然後 2008 年夏天，我再搬上來坪林，2010 年這個時候我再搬到這邊(苗栗公館)，差不多 2010 年 10 月底的時候，當初江老師問為什麼選這邊，為什麼不選鶯歌?最重要的考量是，客家人的品牌應該在客家人的縣市，而且選擇這邊，就是剛好這邊以前的脈絡，就是做陶瓷脈絡的
個案 F	客家經驗\成長歷程	315	315	這個名稱是我那時候回到屏東的時候，當時的名稱是台客藍手工坊，是我個人的工作室
個案 F	客家經驗\成長歷程	321	321	築夢計畫，我去日本 3 個月，那 3 個月給我很大的啟發是，人家年輕的陶藝家都出來擺攤，去市場跟消費者去互動，所以我回來就積極去找所謂的市集、商業市集這種地方，找自己的消費客層，找自己對於經營陶瓷的方向
個案 F	客家經驗\成長歷程	335	335	家族在我們那個年代很排斥，在我爸那一年代是希望家族是互相保護的；在我們這個年代會覺得家族妨礙個人自由太多，所以會想要打破

個案 F	客家經驗\成長歷程	353	353	2010 年底到公館，這也是個故事，大概是我怎麼到公館的故事。坪林其實是我個人的需求大過公司的需求，我那時候還是維持個人工作室的性質，我比較喜歡安靜的地方，不喜歡吵雜；到山區做陶瓷，也是一種就是以前的希望。當時剛好是周先生跟他合夥的一個朋友住在坪林，那我們先搬到那邊，後來就發現會吵到他，我們就搬到坪林的另外一個地方。到坪林是對客人好，可是對公司不見得好，因為請不到人。雖然有社區幫忙，但那都是臨時性的；所以在這種請不到正式員工的情形下，會覺得滿困擾的，那個困擾就是沒有辦法製造出一個經濟規模。當時我們有一些配合的廠商在公館這邊，譬如說剛剛在裡面那個大姊，她本身就是公館跟我們配合滿久的
個案 G	客家經驗\成長歷程	14	14	我從大學的時代就很愛喝茶
個案 G	客家經驗\成長歷程	16	16	我其實從大學二年級認真喝茶
個案 G	客家經驗\成長歷程	16	16	大學二年級喝的那一杯茶，是我到現在還記得那個味道，那時候我表哥泡給我喝的，我表哥用的是很講究的器具啊~茶葉啊~或怎麼泡，所以那時候他泡茶給我喝的時候，確實很好喝，當時，我喝到的時候，就覺得說這應該有調味吧~怎麼可能說是自然的香氣，就像蘭花香這麼好聞，喝下去還甜甜的
個案 G	客家經驗\成長歷程	18	18	還有果膠質的口感，我真的不敢相信，就是一般好一點的高山茶都有啦，但是因為我從來沒喝過，就是那時候覺得，天啊！這世界居然有這麼好的東西！那後來我就進入台灣茶的世界
個案 G	客家經驗\成長歷程	18	18	我自己去找茶區、找茶壺、找茶葉，然後到處去找，喝來喝去，但我會覺得說，為什麼我的朋友都不喝，只有我在喝，這是一件很吊詭的事，因為它其實很好喝，那為什麼沒有人喝，所以我思考了很多，就是我發現，台灣茶雖然有很多很好的味道，可是傳統茶道讓有些人覺得麻煩
個案 G	客家經驗\成長歷程	22	22	我畢業之後當完兵，流連了一陣子，就去日本幫家裡做事，因為我們家是做貿易，做國際貿易，所以我在日本做事做了一陣子，然後本來也沒有想創業的心，但是就覺得家裡那個有點像是夕陽產業，做農產品的輸出，就覺得很無聊，就想說算了不要做，之後結束就讓它結束好了，反正我爸年紀也大了，然後我就回到台灣
個案 G	客家經驗\成長歷程	22	22	我去哪裡我都帶著茶去，我真的很喜歡喝茶，我真的很喜歡喝茶
個案 G	客家經驗\成長歷程	24	24	取名「京盛宇」，我覺得可能多多少少在淺意識裡面跟日本有關吧！因為我從小到大接觸日本的機會蠻多的
個案 G	客家經驗\成長歷程	26	26	因為爸爸媽媽做貿易的關係，還有我姐姐在那邊讀書，所以我從國中開始就常一個人去日本玩。
個案 G	客家經驗\成長歷程	32	32	其實一般消費者，可能比較不明白說，其實你買茶去跟茶農買不到好茶，你有跑過山地嗎？因為山上是，比如說這邊有很多茶農，就會有好幾家製茶廠，那他是作為這些茶青製作的集散地，那你知道製茶廠一般就是說，可能 20 家茶農找我，茶戶找我做，我覺得比較好的茶葉我就給他買斷，然後比較差的我就收代工費，然後在退給茶農自己去賣
個案 G	客家經驗\成長歷程	32	32	如果你跟製茶廠買是比較有好茶的機率是高的，但是一般的消費者去跟製茶廠買茶的時候，他就不會理你，因為他習慣是批發，因為他們的量太大了，就是出茶的時候可能產季的時候，每天是幾百斤幾百斤的，所以你買個兩、三斤、五斤的時候去找，他不會理你
個案 G	客家經驗\成長歷程	113	113	我從來沒有想要放棄這個東西

個案 G	客家經驗\成長歷程	115	115	每個階段遇到的問題不同，我覺得就是解決，把它解決了，你會發現解決問題是成長得最快的方法，然後解決了，把它做好，真的是會進步
個案 G	客家經驗\成長歷程	120	120	我也一直很喜歡寫文章
個案 G	客家經驗\成長歷程	122	122	剛好又可以寫茶，是一件很快樂的事
個案 G	客家經驗\成長歷程	134	134	客家經驗比較影響我的就是我的那個股東，就是我說的那個製茶老師傅，他是客家人
個案 G	客家經驗\成長歷程	140	140	我們其實去觀察很多生產面的事情，然後才有辦法對茶這麼有了解
個案 G	客家經驗\成長歷程	144	144	我大學開始經歷了氣功，道家的氣功。每年都會去中國找個師父學，其實這個氣功是個打坐、靜坐。但這靜坐的過程中，有改變了我很多原來比較封閉的思考方式，所以，漸漸地我也不想要再走法律這條路，因為法律如果不計較就打不贏，法律就是公認的你死我活
個案 G	客家經驗\成長歷程	144	144	我其實是轉系生，我本來高中畢業是想要念商學院，沒有考好，就考到社工系，然後因為在我們學校商學院很難轉，法律系很好轉
個案 G	客家經驗\成長歷程	156	156	我覺得法律系很有趣，因為它是讓你很多邏輯的思考，那這個訓練對我來說是很有幫助的
個案 G	客家經驗\成長歷程	166	166	我自己在喝茶過程中的時候，我其實覺得很奇怪，台灣明明就這麼多的好茶，為什麼沒有人直接拿來泡就好，還要做那些麻煩的事情
個案 G	客家經驗\成長歷程	167	167	開始喝茶了，開始接觸了這些天然的味道，慢慢的你在喝，吃到這些香精，你會覺得怪怪的，這跟我喝到的，感覺的是不一樣的，味蕾會開始累積你對這些天然食物的味蕾或是記憶，慢慢的你才能夠辨認的出來
個案 G	客家經驗\成長歷程	167	167	像我們這個年紀，其實就是說七年級、五年級、六年級對於茶都有一個好難的印象
個案 G	客家經驗\成長歷程	169	169	這也是寫這一本書很大的原因就是說，茶根本就不難，那都是一些文化人把它講的很難
個案 G	客家經驗\成長歷程	171	171	和表哥表姐去傳統茶行，那傳統茶行會有其他客人在品嚐茶，我就試喝茶，他們會覺得你不懂，但真的是這茶不怎樣。但老闆會把這茶說得多好多好，在盛產茶的茶區，如：阿里山，你只是產地很好，但根本沒做好茶，或是泡的時候沒泡好，或是很高級的茶區，但今年氣候不好，有太多的變因了，但大家在喝茶，不是在喝它的味道，而是喝它的哪個師傅泡的就一定好，哪個茶區的就一定好，這都錯誤的觀念。還有先入為主的觀念，認為這茶一定很貴，它一定是好茶
個案 G	客家經驗\成長歷程	171	171	我相信當你一件事盡力做到最好一定會有人看到
個案 G	客家經驗\成長歷程	192	192	從國中開始，覺得如果文章寫得好會很有成就感
個案 G	客家經驗\成長歷程	194	194	我還記得我高中聯考作文拿到 40 分，滿分是 50 分。我們那個時候的國文聯考滿分是 200 分，選擇題前面好像是 140，然後後面有 10 分是改錯，有 50 分是作文。然後非選擇題我拿了 52 分，那就假設我改錯都對，10 分啦，我作文 42 分。然後國文老師還跟我說，那個作文 40 分以上，幾乎沒有這種人
個案 G	客家經驗\成長歷程	196	196	我就是喜歡寫
個案 G	客家經驗\成長歷程	202	202	我出書之後還回去找國中啟蒙我作文能力的老師，真的是特別感謝他。我這些年來我唯一會記得的老師，就是我國中作文老師，其他

				老師我覺得還好，也很高興他退休了。
個案 G	客家經驗\成長歷程	218	218	就我爸在台灣，他是生意人，那他在做生意時曾經很好，也曾經很不好，那我其實看到的他是一個能屈能伸，那我媽就是一直，因為我媽是客家人，就是一直陪伴在他身邊幫他解決很多，很單純的就是一味的想幫他解決一些難題，那其實我看到的是這兩個面向，我爸就是遇到挫折時就是再做啊~不要放棄啊~可是我媽就是好，就是一直做，直到做到有一天她不想做了
個案 H	客家經驗\成長歷程	1	1	重要的歷程應該就從小開始吧~就是玩美的東西，加上在日本求學階段，跟美學的關係，對顏色、色彩、比例、剪裁、材質、質感，都還滿喜歡，有空就會去參加一些活動，大概就是這樣的關係，讓我對美的東西都還滿有興趣的。
個案 H	客家經驗\成長歷程	7	7	很大，非常大，我覺得人生每個過程，都有它階段性的影響，比如小時候媽媽就會買好東西給我，其實這也有很重要的關係，我們家生活還算不錯，爸爸是醫生，所以用的東西、唸的學校，各方面都是培養好氣質的一個地方，念私立小學，就會教女孩子該有的一些行為舉止，或者一些素雅的培养，所以我想可能是一種從小累積的，父母的教育
個案 H	客家經驗\成長歷程	13	13	那都是基於喜歡，就會去做的一件事情
個案 H	客家經驗\成長歷程	15	15	後來開始學書法、學茶道、學生活的插花、學餐飲，大概就是這些把它結合起來。
個案 H	客家經驗\成長歷程	41	41	就剛講的十年的養成期對我來講非常重要，這就是一個轉捩點
個案 H	客家經驗\成長歷程	43	43	是從三十歲以後才開始學，然後到四十歲才踏出來
個案 H	客家經驗\成長歷程	57	57	其實我不是在苗栗大湖長大的，我是在台北長大的，可是小時候大概有一兩年是給阿婆帶的，所以對我來講，鄉下的回憶也很好。
個案 H	客家經驗\成長歷程	61	61	(不過，您客家話算是說的滿好的)從小父母親在講，一定要講。
個案 H	客家經驗\成長歷程	63	63	家教嚴格
個案 H	客家經驗\成長歷程	86	86	(其實我跟小曼有同感，小時候就覺得客家庄很安全)對，有很好的回憶，懵懵懂懂的，但是給我的影響很大，所以我現在很喜歡自然。
個案 H	客家經驗\成長歷程	88	88	我很喜歡自然，我只要看到山就很舒服，一從公館回到大湖，中間都有人在燒柴火、稻草，所以回到家的感覺就很興奮。
個案 H	客家經驗\成長歷程	92	92	自己插的，比較自然一點，我媽媽說是「小慢流」，她自己是插花老師，她都說我的叫「小慢流」
個案 H	客家經驗\成長歷程	105	105	小時候留下來的，媽媽留下來的大理石，花蓮的
個案 H	客家經驗\成長歷程	109	109	雖然父母親那一代都是客家人，我們這一代越來越不純了，我覺得我沒有很客家人的行為
個案 H	客家經驗\成長歷程	117	117	應該算是自學吧~在台灣學的，三十歲以後就學書法、畫藝、烹飪，但是我從日本取經，然後去看東西，去體驗生活，所以日本給我的影響很大
個案 H	客家經驗\成長歷程	119	119	其實要很用功啦~我上次看到一個世界級的雜誌，來台灣特別報導，雜誌內頁大概有將近十頁台灣的報導，那個藝術總監只有二十九歲，我就很訝異，就問他說，二十九歲如何能當到世界級的雜誌的藝術總監，他講了「用功」這兩個字，我非常非常印象深刻，所以我們都很用功，很用功寫字、畫畫、做菜、插花，大概就是因為這些用功，所以累積出來的能量就不一樣
個案 H	客家經驗\成長歷程	121	121	就突然有一天很喜歡寫字，寫書法，然後就去問了一個長輩，他剛

				好有在寫字，就投入下去，就進入了東方文化的世界裡，從書法就衍生出茶、花藝和烹飪
個案 H	客家經驗\成長歷程	121	121	我媽媽本身是插花老師，有牌照的，我以前在日本念書，就跟我說要不要去找一個日本老師教你插花，我那時候一點興趣都沒有，只覺得學生要打工、念書，不會想要在這個文化上下功夫，那時候對服裝漢設計比較有興趣，對花藝完全沒有感覺。三十歲之後，就和想要寫書法一樣，突然想要學插花
個案 H	客家經驗\成長歷程	123	123	陶藝，我不會做，就只是喜歡，喜歡蒐集陶，喜歡用陶來過生活
個案 H	客家經驗\成長歷程	148	148	就是喜歡烹飪，喜歡這些陶藝，喜歡茶，所以也有教人家喝茶，辦茶會，都有
個案 H	客家經驗\成長歷程	212	212	我喜歡用茶道的方式來過活
個案 H	客家經驗\成長歷程	214	214	現代人不較不像以前客家在山裡面生存，必須要刻苦耐勞，要比較硬頸的精神，我們是生活在都市的小孩，我自己是比較喜歡創作，喜歡生活吧~也沒有像我爸媽一樣節儉，我媽媽非常的節儉，純正的客家人
個案 H	客家經驗\成長歷程	216	216	他們(父母親)一天到晚叫我省吃儉用，但是我就不喜歡過這樣的日子，該吃該用的，我還是會用我的水準去用，但是，他們不是，他們真的很省吃儉用，甚至有錢也捨不得花，吃得好簡單、好簡單。對我來講，我喜歡生活有品味跟質感，所以我會要求這一塊比較多一點
個案 H	客家經驗\成長歷程	218	218	以前的生活就很苦，我還記得我爸爸說小時候還要去放牛，下了課是赤腳回家，住在山上，沒有錢，務農的社會，所以他們都很辛苦、很辛苦
個案 H	客家經驗\成長歷程	224	224	我會講客家話，從小被逼要講客家話，這是很自豪地，一定要講客家話
個案 H	客家經驗\成長歷程	238	238	他們(父母親)都說我好辛苦啊~我說，不會啊~我很開心。他們(父母親)會說，沒有賺錢的，我說，不會啊~過得去就好了
個案 H	客家經驗\成長歷程	252	252	我希望能夠做到和靜清寂的境界，這不是那麼容易，看似簡單的一枝花，好像很容易，其實是不容易的
個案 H	客家經驗\成長歷程	261	261	父母親疼小孩就是這樣子，沒賺錢又很忙，父母親疼小孩都是這樣，即使我跟他們說我很開心，他們還是會認為很累，他們定義的好命應該都不要做事，都在家裡，有人供養妳，每天打扮得漂漂亮亮，出去吃個飯，那個叫做好命
個案 H	客家經驗\成長歷程	273	273	比如說打扮得很舒服，把自己的身體調養好，環境都得很乾淨、整潔，才可以開始一天
個案 H	客家經驗\成長歷程	293	293	我在日本學的，我在日本工作了兩年，那時候也是服務業，所以這一塊有學到，很開心有這樣的經歷，好險不是一畢業就回來，我覺得有那兩年工作的經驗，對我來講也是很重要，因為是服務業
個案 I	客家經驗\成長歷程	19	19	我之前是在出版社當行銷企劃，我之前是賣東西的
個案 I	客家經驗\成長歷程	85	85	我這一輩子除了看她(媽媽)梳包包頭，沒有看過她梳別的髮型，她們穿的衣服只有藍跟白，還有黑的顏色，連紅色都沒看過
個案 I	客家經驗\成長歷程	93	93	男裝本來是不做的，因為我不懂，我們家只有女孩子
個案 I	客家經驗\成長歷程	112	112	我以前在上海讀書，我的碩士是在上海讀的，我對上海，跟它附近的杭州，那種江南的水鄉，我很喜歡
個案 I	客家經驗\成長歷程	114	114	台北、苗栗兩邊跑，我三歲就開始跑了，從我弟弟生下來之後，我媽媽沒有辦法照顧小孩

個案 I	客家經驗\成長歷程	116	116	我老媽媽被我外婆寵壞了，我媽媽連燒開水都不會，因為她是老么
個案 I	客家經驗\成長歷程	118	118	她(媽媽)已經讀到新竹女中了，就知道這是會讀書的孩子，不是會做事的孩子
個案 I	客家經驗\成長歷程	120	120	我媽媽沒有辦法帶兩個小孩子，客家也有媽媽不會炒菜的，我媽媽就是這一種。我弟弟跟我差三歲，我記得我從三歲開始，只要誰要回苗栗，我媽媽就會趕快說，小孩給你託回去，可是我外婆要顧我兩個舅舅家，也有表姊、表哥要她照顧，我去那邊就是多餘的，給人家找麻煩的
個案 I	客家經驗\成長歷程	122	122	我舅舅、阿姨家，每個家我都住過，都是客家家庭，你就會瞭解說，只要隔一陣子誰要回台北，我媽媽就會想說把我放在苗栗太久，也不好意思，就會想說把我帶回來，比如說我舅舅開一個大卡車來送貨，就順便送我回來，一直到國小。國小之後，就是寒暑假，尤其是暑假就像放羊，你也知道不會受到太好的待遇
個案 I	客家經驗\成長歷程	124	124	以前回台北不會講國語，回到客家村不會講客家話，等到好不容易學會了，又忘記了
個案 I	客家經驗\成長歷程	126	126	我在台灣最高學歷只有唸到化工，我是工專畢業的，之後到上海我想把我的學歷提高，所以我有唸華東理工，我在台灣是唸化工，所以我做這個會比較懂一點，不要想騙我，因為我是實驗室出來的，我去唸化學工程碩士，華東理工師範是十大名校。
個案 I	客家經驗\成長歷程	128	128	結了婚，生了孩子之後，那時候就很多工廠移到大陸，我前夫就那段時間也跟著去了，我就帶孩子跟著去
個案 I	客家經驗\成長歷程	130	130	當時我老師叫我把時間濃縮為一年半，我跟他說我有個小孩一歲半，時間不夠，白天還要幫忙我前夫開工廠
個案 I	客家經驗\成長歷程	132	132	我們真的是被客家的觀念害了，他們一直跟我說我應該是唸高中讀大學，出來考公教，真的是害死，我考大學考了四、五次考不上，我只好去唸工專，考二專，他們老師就是從唸藝術大學，藝術大學唸完之後再繼續去唸碩士，藝術碩士，而我就是唸了高中再去唸專科，專科學歷還是不夠，又再繞了一個圈，去唸碩士，最後兩個都有碩士，可是過程太累，所以說，客家人在技職這一塊和美術這一塊要放鬆
個案 I	客家經驗\成長歷程	136	136	這也是客家的東西，我從我外婆的遺物裡面找到這個東西，我根本沒看過我外婆穿過(客家藍衫)，但是，她穿這個大腳褲，我就看過，因為下田方便
個案 J	客家經驗\成長歷程	15	15	我是針對國外的 buyer，假使你是美國的 buyer，任何一個國家的 buyer 來，我只要把你搞好就好，也許你在你們國家是做其他的通路生意，做布料也好，做批發也好，你是我的 buyer，我只要把你弄出來的東西弄出來，把 sample 打出來，價錢你 ok，交期你 ok，那你就把訂單下給我，可是他下訂單也要有一個時間，看你的時間是一個月、兩個月，談判數量、交期，看客人需要，很有規劃的接單方式，排生產流程都會非常的好安排，因為有一個很明確的時間，而且我只要把你的需求處理好，可能一張訂單下來就是幾百萬、幾千萬
個案 J	客家經驗\成長歷程	17	17	我對紡織還耕耘滿深的
個案 J	客家經驗\成長歷程	21	21	我自己本身也是比較感性的人
個案 J	客家經驗\成長歷程	21	21	我也不是那麼傳統的人

個案 J	客家經驗\成長歷程	81	81	跟性格，跟性格是有關係的，其實什麼樣的人做些什麼樣的事，什麼樣的環境培養出什麼樣的性格，每個家庭培養出的小孩都不一樣
個案 J	客家經驗\成長歷程	81	81	在我們的年代來講，我只知道累了，要休息了，休息完，不累，我再繼續做。遇到困難了，我就會想辦法去找資源，想辦法解決，解決掉就沒事了，遇到新的問題，我同樣再去面對，不要去選擇逃避，惟有把它解決掉才算了事
個案 J	客家經驗\成長歷程	83	83	我可能有十幾年時間都沒看過電影、沒有休閒，在我的心中我也並覺得壓力，我會覺得有更重要的事情，比去做什麼休閒這一類的東西更重要，我捨不得把時間花在那裡，因為我把時間花在那裡的話，可能我有更多事，就不能完成，事情通常來講會有順序嘛，比較重要的一定要選擇先處理
個案 J	客家經驗\成長歷程	87	87	走到這邊不能走了，你就要想辦法轉變，不可能不轉變，即使像我今天走了幾年的文創的路線，我也是在尋求轉變，要怎樣轉變得更符合現代的時代，不管是在品質上或風格上，一直都是在轉的，沒有辦法一直 copy 下去，已經不是以前的那個時代
個案 J	客家經驗\成長歷程	87	87	我不是因為要賺多少錢，才來做這個事業，我覺得快樂的是這個過程，這個過程我有沒有創造一個新的東西出來，這個過程我有沒有打一場漂亮的仗，我喜歡的是這個過程，享受到的也是這個過程，我這個過程如果做得很好，很用心的去做，經營的很賣力的話，勢必我後面開出來的果子一定是甜美的，如果我這個過程做得不好，那一定不會有很好的結果，我其實是很享受這個過程，不管是我們在開發一個新的東西也好，或者遇到一個變遷也好，我都願意去面對
個案 J	客家經驗\成長歷程	87	87	我剛做桐花花布的時候，我不知道桐花祭是什麼，不知道這個錢丟下去了會不會有回報，都是未知數，我只是方向對，然後覺得趨勢對，我就下去做，做了之後遇到問題，再去克服
個案 J	客家經驗\成長歷程	87	87	其實我喜歡的是享受這個過程，不是要賺到多少錢
個案 J	客家經驗\成長歷程	89	89	我們都是很傳統的農家子弟，住在花蓮的鄉下，好山好水才會培養出我這麼有靈氣的小孩子
個案 J	客家經驗\成長歷程	89	89	我們是跟大自然接觸，其實心靈是很簡單的，當我們在看東西的時候，我們並不喜歡太複雜的東西，愈簡單的東西可能就愈美
個案 J	客家經驗\成長歷程	89	89	我們接觸的都是一些大自然的東西，我甚至於看到那個很漂亮的草地，我都會不忍心去踩它，會覺得那麼漂亮的草，幹麻去踩它，而且在鄉下會看到路邊好多美麗的花花草草一堆，我會蹲在那邊看它好久，我捨不得把它摘下來，不會有那個舉動
個案 J	客家經驗\成長歷程	91	91	我的美感，應該就是從小自然而然的養成了
個案 K	客家經驗\成長歷程	2	2	我母親的時代，就是我們小時候，哪有像現在買黑橋牌香腸，買南門市場的蘿蔔糕，要買就買的，以前通通都要自己做，真的是坐在那裏，要把肉塞到香腸的皮裡面去，再掛起來；粽子也是自己做，包子也是自己做，餃子也是自己做，所以我覺得很多事情其實我們從小就有動手做
個案 K	客家經驗\成長歷程	2	2	我覺得回復手作，心手是相連的，你手有做，你的心就有服務心
個案 K	客家經驗\成長歷程	2	2	傳統的客家女性，奉獻、刻苦的這種家庭教育，對我成長以來，我從做百貨到嫁人，再出來做事，我覺得都有深刻影響的
個案 K	客家經驗\成長歷程	8	8	客家文化有那麼多層面，我坦白講，因為阿婆過世得早，我媽媽是福建人，所以我並不是對客家文化有這麼深的了解

個案 K	客家經驗\成長歷程	10	10	我覺得，我受祖母有些的影響得比較大
個案 K	客家經驗\成長歷程	12	12	以前工廠跟住家在一起，所以小時候每個人都是工廠裡面的小童工
個案 K	客家經驗\成長歷程	14	14	家裡面雖然有傭人，可是吃飯以前，我們還是要去排碗筷；吃手作的東西，過程一定是一起做，像是包餃子，並沒有像現在很多小孩子完全沒有接觸廚房，我覺得我多跟媽媽，家庭主婦兼職業婦女的這種生活模式，是我們小時候看到的面面俱到的生活模式，從小就有榜樣可以學習
個案 K	客家經驗\成長歷程	14	14	在那樣的生活環境中，五感就被開發的很好，你眼睛看到，像媽媽時常插花，畫花的稿，聽覺上，我爸爸跟哥哥都是聽古典音樂的，我到初中的時候自己也開始聽這個音樂，然後味覺更不用說了，媽媽是燒了一手好菜，嗅覺，家前面有院子，院子裡種花養魚，觸覺也是，我是學美術、時尚的
個案 K	客家經驗\成長歷程	14	14	所以就是讓我們從小就是五感都被開發完整，也有把我們五感的要求提到最高，看到最漂亮的東西，吃到最好吃的東西，因為五感是家教來的
個案 K	客家經驗\成長歷程	14	14	美感是最好的家教
個案 K	客家經驗\成長歷程	14	14	我覺得多元的體驗是很重要的，多元體驗就會有一個綜合的感知，綜效感知的標準，就是品味的高低
個案 A	客家經驗\客家文化	4	4	當兵時才發現別人對我們客家人的印象，就是很小氣、很吝嗇、很節省又很怕死，但這完全不是我們客家人的習性，所以，當時我就解釋給他們聽，不過這也只有少數人知道。
個案 A	客家經驗\客家文化	4	4	客家人給人第一個印象，很節儉、很吝嗇，連我們客家人自己也會講刻苦耐勞等等，但，我的想法卻認為，這並不代表完全就是這個樣子，因為看事情的一面，其實，還有背後另一面的故事，比如說：「刻苦耐勞」對我來講是「未雨綢繆」，不是我們怕死，而是未雨綢繆。就是事情還沒發生之前，我們就先想好了，可以說，看比較遠，人無遠慮必有近憂。
個案 A	客家經驗\客家文化	4	4	我們客家並不是神，是因為我們的環境跟人家不一樣，比如說：我們在山上種水果，可算是中長期投資，種下去一年才能採收，這是長期的，而種菜，則是一季才能收成，所以說是中長期的投資，不像其他族群，比如說：住海邊的族群，今天要吃魚，他們只要隨便一撈就有魚獲，即使是今天晚上賭光了都沒關係，明天去海邊隨便一撈又有魚可以吃，所以，長期下來人的習性會受環境慢慢影響改變的，我們客家人哪有吝嗇，只是說，如果把錢花完了，要等上將近一年才會有收成，所以，如果不省一點錢來花到時喝西北風，慢慢地別人就對我們客家人產生一種誤解。
個案 A	客家經驗\客家文化	6	6	我們客家才不吝嗇，我們客家人最好客的，真的最好客了，比如說：以前帶朋友回家，一定把最好的東西，殺雞、殺鴨最好的拿給朋友，是最好客的，怎麼會是最吝嗇，只是說，物質上這方面是量入為出這樣子，所以說，我覺得我們客家人是樂觀進取。
個案 A	客家經驗\客家文化	10	10	小時候我們家就做木雕，我印象很深刻的就是說，比如說：我今天會做這個事業，就是小時候我祖父的家，光是從客廳要到廁所那一段路，就有一個竹籬笆，種了很多蝴蝶蘭，你看多美，走去廁所的時候，就有竹籬笆蝴蝶蘭，所以，我從小就耳濡目染。
個案 A	客家經驗\客家文化	16	16	我就是為了水晶餃才蓋這一棟房子阿!

個案 A	客家經驗\客家文化	22	22	以前父母親講的，兩種人「忠臣、孝子」，兩件事「耕田、讀書」，以前覺得讀書實在有點累，所以我情願耕田，就是工作的意思
個案 A	客家經驗\客家文化	22	22	爸爸媽媽用口頭講的客家諺語給我鼓勵非常大，比如說：我媽媽常常講說：「我們不是桐油罐，一輩子裝桐油」。這句話的意思，就是裝油桐花的桐油的那個罐子，第一胎是有毒的，第二胎是有種味道的，所以裝了桐油後，那罐子就不能再裝別的東西，代表說一個人一輩子就這樣子，沒有重新去思考，沒有重新去做你想要做的事，比如說：上班，就每天上班上班，不去思考我怎麼上班，怎麼樣把事情做好，怎麼把你的人生改變，所以，我們不能像那個裝桐油的罐子一樣，一輩子只能做一件事情，因此，我會看那麼多書，去做一點別的事，也就是這個原因，我從二十六歲就開始創業，就自己當老闆，想辦法買地。
個案 A	客家經驗\客家文化	24	24	以前就像這種的天氣，那時我們沒有瓦斯，就是燒柴，隔壁鄰居歐巴桑就會相邀去撿枯枝，然後你也會邀隔壁鄰居一起去，那有些人看到這種天氣，會想說不要去好了，怕下雨，不要去好了。有些比較有挑戰精神的人，就會想說，沒關係那我去看看，可能不會下雨，敢去的人，回來就就是肩膀上一擔木柴，不敢去的人，就一家子在那邊愁，發愁著說，明天家裡的柴火可能不太夠，後天可能柴火不夠，所以，敢去挑戰的人，就會有回報，而不敢去挑戰的人，就待在那邊愁。
個案 A	客家經驗\客家文化	26	26	創業時，家裡的環境不是很好，完全沒有辦法幫忙什麼啦！能幫忙的就是我們客家話講的「寧賣祖中田，莫忘祖宗言」，我媽媽講的那些話，我都想得起來，就是媽媽講的那些諺語對我幫助很大，就是老祖先累積下來的一些很經典，非常經典的，還有就是我在高中時加入雕刻生產的時候，就跟一些老歐巴桑他們做加工，我很喜歡跟我祖母、媽媽在一起聽這些諺語，那就是智慧的累積，對創業幫忙非常大，所以，我受客家這些很經典的諺語影響很深，我都隨時隨地會想到這些諺語，真的真的真的。
個案 A	客家經驗\客家文化	28	28	比如說我做木雕的時候，我祖母叫我不要做，我祖母那時候已經八十幾歲了，他說我們家已經做三代人了，都沒有什麼賺到錢，我看你改行好了，我說不行，我還是要挑戰，我一定要挑戰，這就是客家精神。
個案 A	客家經驗\客家文化	36	36	本來就是要這樣，你必須要有一個計畫，就像我剛剛講的，我們客家人不是很怕死的人，我是有計畫的，我就開始準備用些錢投資，四十歲我就開第二家店「居鳩堂」，那我現在就要開始籌劃我六十歲的店，因為我現在五十到六十歲，我要做一場六十歲以後的創業夢。
個案 A	客家經驗\客家文化	67	67	那時木雕生意還不錯，但世界上沒有永遠很好的生意，如同我剛剛所講的我們客家人未雨綢繆的個性，就想要找另外一個別的工作來做，萬一這個生意不好時，還有另一個階梯。
個案 A	客家經驗\客家文化	73	73	我們客家的東西這麼好
個案 A	客家經驗\客家文化	113	113	客家人說的硬頸，但我是擇善固執
個案 A	客家經驗\客家文化	169	170	客家人的堅持，不只是所謂的刻苦耐勞，為了一份信念的堅持，真的。
個案 B	客家經驗\客家文化	14	14	在傳統的客家生活裡面，傳統女性都會比較保守，再來就是一直依照傳統跟文化在走

個案 B	客家經驗\客家文化	14	14	客家人其實都是很簡樸的
個案 B	客家經驗\客家文化	14	14	我覺得客家人有一個韌性，很韌，很有韌性，就是說知道自己生活不是很好，但是會很努力的慢慢調整，然後不怕挫折，而且能夠堅持，我覺得這個在我媽媽的個性裡面我就能看到
個案 B	客家經驗\客家文化	144	144	我住在苗栗的鄉下，對那個土地的感受力是很強的，我會覺得這一片土地孕育出我們這樣子的一個人，那時候我們家是種稻米的，我懷抱感恩、感謝有這樣的一片土地，所以這片土地我們要怎麼做不會讓它受傷，因此，我們薰衣草森林不斷做的就是種樹。開發的過程中，只要遇到樹，我們一定避開，或是幫樹做一個平台，不會把那棵樹砍掉，我們一直在做的是，希望這塊土地能夠更好。所以，我覺得就是從小在這個土地，感受到客家人就是很刻苦耐勞為這片土地在經營，那種感受是對我影響很大的。
個案 B	客家經驗\客家文化	8	8	我一直很喜歡到苗栗的山城去旅行，薰衣草森林的夥伴有一個共同的特質，就是喜歡到處去走一走，我覺得苗栗縣是我覺得最棒的山城，每一個小鎮，都有它自己很獨特的部分，到三義看油桐花，或是說到南庄，都是我還滿喜歡去的一個地方
個案 C	客家經驗\客家文化	198	198	我覺得是我的客家態度吧!
個案 C	客家經驗\客家文化	198	198	我的個性比較像我媽媽，所以，我的 90 歲外公，現在跟我住在山上，我以前看我媽媽在村庄的時候，包括我外公也是，都會一直去幫忙村莊的人，我外公一直到 80 歲還在廟裡工作，我覺得她就是把大家的事，都當成自己的事，所以，那時候，我就覺得我們做很多事情，就是要跟當地有一些連結。
個案 C	客家經驗\客家文化	198	198	我的媽媽跟我的外公是客家人
個案 C	客家經驗\客家文化	371	371	我爸爸媽媽那個年代吃很多苦
個案 D	客家經驗\客家文化	1	1	我的曾祖父就在這裡開發，我們世代就是住在這個地方，一直累積、累積，要累積才能說讓我們後代的生活更好。如果說我心動，我想要賺錢，就去找了別的地方，也許我有賺到錢，但是我覺得我們沒辦法累積文化的厚度，或者是說商業的厚度就沒有辦法累積。
個案 D	客家經驗\客家文化	36	36	當時開墾的時候，那個生蕃，還會下來除草，以前開墾的時候不敢回家，以前的家了不起就是一個茅草屋，他說不敢回家，白天才趕回家。因為原住民要除草，所以就不敢住在家裡，然後就住在田和田之間落差很高，就臨時住在那，搭兩個竹子，用茅草蓋一蓋，就在那邊睡，白天再回家。因為原住民晚上要除草，會殺頭，我祖父那個年代的。
個案 D	客家經驗\客家文化	38	38	荷蘭人東印度公司就是在這個地方有產業，茶葉、樟腦還有香茅油，當時主要三大產業，透過外銷。
個案 D	客家經驗\客家文化	58	58	我阿公還小的時候，我阿公的姊姊，就是我的姑婆，因為我阿公還小，姐姐要嫁的時候，沒有很妥當，就簽了契約，就入贅，我伯父的父親入贅到翁家，契約就寫二十年，二十年滿的時候，我祖父也長大了，就可以自己獨立，二十年後才還給張家，很有趣。我祖父還小，就由這個姐姐帶大，因為我曾祖母很早就過世了。
個案 D	客家經驗\客家文化	63	63	這也是客家人的精神，不會散掉，大家都會來幫忙，我覺得客家人社區、宗親很親近。
個案 D	客家經驗\客家文化	64	64	我覺得這樣的感覺非常的情份，姐姐要嫁了，弟弟還小，只好就契約二十年，把弟弟扶養長大。
個案 D	客家經驗\客家文化	76	76	我是姊妹當中工作最有效率的，動作很快，我說客家人就是這樣子

				很肯做。
個案 D	客家經驗\客家文化	106	106	我記憶中，我爸爸很累，養過雞、種過甜椒、甘蔗、地瓜，做很多事。
個案 D	客家經驗\客家文化	251	251	我覺得客家人勤勞是有，但是對於生活態度是可以調整的，不要死做，就是你說為什麼我對美那麼的敏感。
個案 D	客家經驗\客家文化	261	261	為什麼說旅遊豐富整個生活，因為你的眼界開了之後，你看了很多之後，你會有衝擊的，這個衝擊會帶給你重新再反思，就是客家人只知道死做，不知道生活享受，享受也不是吃吃喝喝，我所謂的享受是反射到你生活的品質上面。我到英國我就覺得英國人為什麼生活環境條件可以這麼好，每家每戶種那麼多的花，所以我受到英國的刺激很大。
個案 D	客家經驗\客家文化	336	336	我覺得客家人有一個個性很要不得，就是胸襟沒有很大
個案 D	客家經驗\客家文化	338	338	平時很安靜，講到革命，客家人又是熱血沸騰，但是做生意，要和人合作的，就很難
個案 D	客家經驗\客家文化	340	340	我這樣不知道是不是會太武斷，我是覺得客家社會男人是很大男人主義的，其實一個家的扶持是靠女人的，表面上是男人是一家之主，但事實上一家之柱是女人。
個案 D	客家經驗\客家文化	342	342	一家之主是男人，可是一家之柱是女人，我覺得客家的社會是這樣子
個案 D	客家經驗\客家文化	342	342	像我爸爸，他也是很大男人的，我媽媽要是不在，他也不會煮來吃，就跑去我阿伯那邊吃，當然這個只是其中一小部分，就是我所觀察的客家家庭結構是這樣子
個案 D	客家經驗\客家文化	348	348	客家人就賺錢，守著錢不捨得花，這樣就沒辦法創造生活的質感。
個案 D	客家經驗\客家文化	392	392	勤勞也不是客家人的專利
個案 D	客家經驗\客家文化	394	394	如果是說，在我們成長過程當中，我們累積的是什麼，就是勤勞，勤勞這是一定的，然後就是說那種韌性，這也是我自己常在講的，客家人特別有韌性，這個韌性就是說，可以克服很多的逆境，但是反過來說，客家人也缺乏開拓的，就是比較保守，這個是客家人的一個劣勢，優勢當然就是勤儉、韌性，韌性散發出來的就是我遇到事情就不屈不饒，我就是勇往直前。
個案 E	客家經驗\客家文化	21	21	我是客家人，我是很自豪的客家人，我是自豪的客家一份子，我覺得客家人的意志力，跟客家人對人的尊敬、尊重，愛物惜物，節儉我全部都有。
個案 E	客家經驗\客家文化	21	21	碰到客家人，從小是生長在一個極其安全的環境
個案 E	客家經驗\客家文化	21	21	我們很低調啦~就是客家人的精神
個案 E	客家經驗\客家文化	31	31	客家文化對我來講，是客家血統在我身上，我在做很多事情的時候，我有很堅強的意志力，然後我客家人的承諾，從來到現在沒有讓人失望過
個案 E	客家經驗\客家文化	31	31	比如說:南園讓聯合報現在非常有面子，因為本來那裏是一個破舊的地方，現在他們很高興，會樂於帶他們的客人去，說以前創辦人留下來的，現在由 The one 幫我們經營，就是創造一個共存共榮很好的一個機會點，所以我覺得在公司的管理上面，是客家影響比較大。
個案 E	客家經驗\客家文化	35	35	我可能是因為客家人的關係，影響到我做事

個案 E	客家經驗\客家文化	49	49	還有我們客家人很喜歡結夥，這也影響到我很多，譬如我們南園一開始大概有四十幾個員工，大概有二十個是台北公司調過去的，所以是二十、二十個比例，那時候在規畫，我就跟縣長講說，一年之內，台北公司十個，另外五十個絕對是新竹的，縣長就很高興，我說，我要在地化。結果，南園營業額上來，現在大概有八十個員工，只有四個是台北公司下去，員工七十六個，全部是新竹當地人
個案 E	客家經驗\客家文化	62	62	我覺得那個東西(客家)是我很核心的競爭力
個案 E	客家經驗\客家文化	74	74	因為這樣我自己帶頭去考，我去年跟六個幹部去考，所以我現在有國際領隊執照，我就決定這件事要這樣做，我就會帶頭去做，所以這個就是我們客家人的意志力很驚人，我的團隊跟著那意志力也很驚人。
個案 E	客家經驗\客家文化	76	76	我覺得客家人常常是這樣，會在很多企業受重用，真的是這樣
個案 E	客家經驗\客家文化	175	175	我主張的尾牙就是家庭日，我們的尾牙不是吃吃喝喝，你可以帶爸爸、媽媽，一個人可以帶三個，就四個，你可以帶爸爸、媽媽跟你的男朋友或先生，一個家庭就是一加三的概念。我會去謝謝員工的爸爸、媽媽，謝謝你們的小孩在這裡幫助我，我們的文化都是這樣，不浮誇。我覺得為什麼會影響我現在的想法，我認為是因為我是客家人，我不想要做那種譁眾取寵，你不會看我辦一個活動，找一些奇怪的人來到處講，很華麗，不會，我要做得很紮實，這就是一種精神，這也是台灣中小企業，很多慢慢長大的重要的一個關鍵
個案 F	客家經驗\客家文化	9	9	我們的經濟能力比較差
個案 F	客家經驗\客家文化	17	17	客家人真的比較重風水沒有錯，像我爸爸那一代非常重視
個案 F	客家經驗\客家文化	36	36	(父母親)都講客家話
個案 F	客家經驗\客家文化	42	42	我有五個兄弟，高中時有一個先離開(過世)，四兄弟中最大的長子，以客家的觀念來說期望最高，然後慢慢地遞減。長子是期望最高的，所以，長子一定要符合父親的期待，至少期待要保住
個案 F	客家經驗\客家文化	335	335	家族在我們那個年代很排斥，在我爸那一年代是希望家族是互相保護的；在我們這個年代會覺得家族妨礙個人自由太多，所以會想要打破
個案 F	客家經驗\客家文化	335	335	家族本身就是一種血緣的凝聚，客家人很重視家族，而且輩分很明顯，就是一種血緣上的一個作用
個案 F	客家經驗\客家文化	337	337	家族是一種人跟人，因為血緣的關係而有那種情感關懷，大家會互相關係、互相照應，義不容辭地來做這些事情，這種東西是我們現在所缺乏的。
個案 F	客家經驗\客家文化	339	339	客家人是比較隱性的激進，不是那種顯性的激進。客家人很隱性，在政治運動上也是這樣子，政治運動或社會運動上都屬於推手型，=不是在上面，也不是跑最前頭的那一種
個案 F	客家經驗\客家文化	348	348	客家文化很重視家族
個案 G	客家經驗\客家文化	136	136	從他(製茶廠的老師傅)身上，我覺得客家人給我那種，我也不是說所有的客家人，就是說很擇善固執，而且，他可能賺了很多錢，因為茶其實是高經濟作物，從米跟茶去思考就是，茶可以一斤賣幾千塊，米只要幾百塊，所以這麼多年做下來，他其實賺了很多錢，可是他的生活還是過得很簡樸。那這個簡樸的態度是，如何讓更多人喝到我的茶，而不是去賣得很貴，當然我可以讓很多人喝到我做的茶，就可以賺到錢，但是不用賣的這麼貴這樣的方式。
個案 G	客家經驗\客家文化	136	136	台灣有很多茶的品項，沒有客家人根本做不出來

個案 G	客家經驗\客家文化	138	138	以東方美人來說，東方美人是夏天的茶，夏天採收的茶，那你知道夏天烈日，然後要在採茶，一個很優秀的採茶工採得快，品質又好的，一天只能採 20 斤的茶業。20 斤的茶業一天只能產出 3~5 斤的乾茶成品。一般的茶，是春茶和冬茶，可是東方美人茶就是要夏天做，那大概只有客家人願意在夏天烈日採茶
個案 G	客家經驗\客家文化	140	140	早期到現在一直都堅持以前那樣做事的方式
個案 G	客家經驗\客家文化	140	140	客家的力量在台灣茶產業有一定的影響力，只是大家可能都不知道這事
個案 G	客家經驗\客家文化	218	218	很堅持可能是符合客家的精神，但是我坦白說我並不覺得這麼直接的影響，但也許有，但我不太能夠深刻的跟你說，我是因為我有一半是客家人
個案 G	客家經驗\客家文化	218	218	我媽就是好，就是一直做，直到做到有一天她不想做了
個案 G	客家經驗\客家文化	220	220	我反而覺得說茶產業跟客家精神是很有關係的
個案 G	客家經驗\客家文化	222	222	沒有他們(客家人)就沒有茶喝
個案 G	客家經驗\客家文化	224	224	我有聽過一個很有趣的故事，你知道膨風茶的名字，為什麼叫膨風茶？因為東方美人這個茶是一個有趣的茶，就是說茶樹在茶園的時候被害蟲咬了，有一種蟲叫小綠葉蟬，小綠葉蟬咬過之後，因為小綠葉蟬的唾液會造成特殊的發酵，它才會帶有果蜜香，那一開始茶農覺得說茶葉被咬了就算了，就不要做了就砍掉了，等它再重新長葉子就好了，可是客家人覺得很可惜，因為客家人太節儉了，硬是把這樣的茶拿去，採收後去做成，結果發現有果蜜香，真的很好喝！然後去跟人家說，被蟲咬過的茶葉，有多好喝多好喝，沒有人信，大家就說，你膨風啦！這才是膨風茶的名字由來，所以這個茶，真的是源自客家族群。
個案 H	客家經驗\客家文化	61	61	(不過，您客家話算是說的滿好的)從小父母親在講，一定要講。
個案 H	客家經驗\客家文化	214	214	現代人不較不像以前客家人在山裡面生存，必須要刻苦耐勞，要比較硬頸的精神，我們是生活在都市的小孩，我自己是比較喜歡創作，喜歡生活吧~也沒有像我爸媽一樣節儉，我媽媽非常的節儉，純正的客家人
個案 H	客家經驗\客家文化	216	216	他們(父母親)一天到晚叫我省吃儉用，但是我就不喜歡過這樣的日子，該吃該用的，我還是會用我的水準去用，但是，他們不是，他們真的很省吃儉用，甚至有錢也捨不得花，吃得好簡單、好簡單。對我來講，我喜歡生活有品味跟質感，所以我會要求這一塊比較多一點
個案 H	客家經驗\客家文化	218	218	以前的生活就很苦，我還記得我爸爸說小時候還要去放牛，下了課是赤腳回家，住在山上，沒有錢，務農的社會，所以他們都很辛苦、很辛苦
個案 H	客家經驗\客家文化	224	224	我會講客家話，從小被逼要講客家話，這是很自豪地，一定要講客家話
個案 H	客家經驗\客家文化	230	230	當然有(客家的認同)，不是說我身上沒有客家的感覺，就代表我不認同客家
個案 H	客家經驗\客家文化	232	232	(客家認同)應該是從父母親的家教吧
個案 H	客家經驗\客家文化	234	234	客家語言那麼重要，包括我下一代，我父母都要求要會講、會聽。我覺得當客家人很好，也多了一個語言
個案 H	客家經驗\客家文化	236	236	從血緣關係，覺得滿好的，客家人有語言天分，所以我語言很好，英文不錯、日文也不錯，大概就是因為我是客家人。有影響到我，

				語言方面的天分
個案 I	客家經驗\客家文化	85	85	我這一輩子除了看她(媽媽)梳包包頭，沒有看過她梳別的髮型，她們穿的衣服只有藍跟白，還有黑的顏色，連紅色都沒看過
個案 I	客家經驗\客家文化	91	91	我是客家人，我在配色部分不大膽，我的顏色是走保守路線
個案 I	客家經驗\客家文化	104	104	我們客家斷層，像客家的父母親，他們會希望小孩子做穩定的職業，比如說是老師、公務人員等，不希望他來做這種東西(設計/創業)，會來創業的人就是中年失業的，或是家裡負擔因素，年輕的客家孩子，基本上書都讀得很好，書讀不好的，大概十八歲就學得一技之長，很少願意讓他來當藝術家，更不會讓他來當店員、然後慢慢轉成設計師。
個案 I	客家經驗\客家文化	112	112	我後來就發現我血液裡面就是聽得懂客家話，廣東話跟客家話就是相同，在上海或者聽江蘇的江南話，就是沒有感情，我們工廠在廣東，廣東話罵人你聽都覺得很熟悉，罵人的話跟客家話很像
個案 I	客家經驗\客家文化	136	136	這也是客家的東西，我從我外婆的遺物裡面找到這個東西，我根本沒看過我外婆穿過(客家藍衫)，但是，她穿這個大腳褲，我就看過，因為下田方便
個案 I	客家經驗\客家文化	136	136	你看他們在縫縫補補過程中，有沒有看到她好省布，而且我小時候每天坐在那邊就是縫，手沒停過
個案 I	客家經驗\客家文化	136	136	你看這是反面，這才是正面，反面折的原因是怕它壓到，這才是正面，正面之後，這個地方再反折，你看這為什麼貼那麼多布，因為她怕它破，我在看這些東西就看到裡面的故事
個案 I	客家經驗\客家文化	138	138	有一點可以確定客家真的是藍衫，可是它藍衫不是真正藍染的衫
個案 I	客家經驗\客家文化	138	138	客家人為了省錢，他們的扣子是用那個拜拜的香弄的，所以扣子進來是沒有盤扣
個案 I	客家經驗\客家文化	170	170	客家人要大富大貴的也很難
個案 I	客家經驗\客家文化	170	170	客家人大概就是中產階級，做個小生意
個案 J	客家經驗\客家文化	87	87	其實我喜歡的是享受這個過程，不是要賺到多少錢
個案 J	客家經驗\客家文化	110	110	客家女生耐磨，韌性高，吃苦耐勞，就是因為先天的環境下，教導我們什麼事都要做
個案 J	客家經驗\客家文化	15	15	第一點我先到大陸，除非是我們全家人都搬過去，我才不會有後顧之憂，要不然我的家庭會出問題，因為有很多例子可以看，這是第一點，因為我們很顧家庭的原因
個案 J	客家經驗\客家文化	15	15	如果你想到這個，就會覺得很可怕，第一點，就是價格，另外一點就是，我那麼小，我到大陸去，我去的時候我同樣是把大陸人培養，很快他們就會來公司裡面畢業、去創業，反回來就是壓力，那我們預計這個時間是八年到十年，那如果我去大陸，勢必我八年後、十年後要回到台灣，那我回到台灣老不老、年輕也不年輕，那我要幹麻，我找不到立基點。再來，我去大陸就一定賺很多嗎，不知道，不知道我就不要去想，我何不就不要去，留在台灣，留在台灣就耕耘、打基礎
個案 J	客家經驗\客家文化	21	21	其實在傳統中人家都覺得客家是很樸素，就是有一點沉
個案 J	客家經驗\客家文化	21	21	以前客家的服飾，都是咖啡、深藍、灰，都是很暗色系，很少用亮麗的顏色
個案 J	客家經驗\客家文化	21	21	這是另外一個面向的客家人，客家人都很內練，不敢秀出來，其實內心是很熱情的、很好客的，這樣的感覺可以深沉的反映到客家的

				心裡面去
個案 J	客家經驗\客家文化	21	21	客家人本來就很好客，「來聊喔~來食飯」（客語），只要有客人來，都殺雞、殺鴨，好的都留給客人吃，自己平常就是吃的非常節儉，就是非常好客
個案 J	客家經驗\客家文化	21	21	我覺得說，客家人，不是只局限在那麼的角落，我們是可以大開大拓的，這個東西(紡織織品)我本身就非常喜歡，也就是因為我的喜歡，我才會更賣力的在這個領域上去把它耕耘
個案 J	客家經驗\客家文化	87	87	我不是因為要賺多少錢，才來做這個事業，我覺得快樂的是這個過程，這個過程我有沒有創造一個新的東西出來，這個過程我有沒有打一場漂亮的仗，我喜歡的是這個過程，享受到的也是這個過程，我這個過程如果做得很好，很用心的去做，經營的很賣力的話，勢必我後面開出來的果子一定是甜美的，如果我這個過程做得不好，那一定不會有很好的結果，我其實是很享受這個過程，不管是在開發一個新的東西也好，或者遇到一個變遷也好，我都很願意去面對
個案 K	客家經驗\客家文化	2	2	我的祖母是一個寡母，她是以繡花養活四個兄弟，所以在我自己從小就看著我的祖母，看著家庭裡的倫理，女性奉獻家庭
個案 K	客家經驗\客家文化	2	2	我母親的時代，就是我們小時候，哪有像現在買黑橋牌香腸，買南門市場的蘿蔔糕，要買就買的，以前通通都要自己做，真的是坐在那裏，要把肉塞到香腸的皮裡面去，再掛起來；粽子也是自己做，包子也是自己做，餃子也是自己做，所以我覺得很多事情其實我們從小就有動手做
個案 K	客家經驗\客家文化	2	2	傳統的客家女性，奉獻、刻苦的這種家庭教育，對我成長以來，我從做百貨到嫁人，再出來做事，我覺得都有深刻影響的
個案 K	客家經驗\客家文化	8	8	客家文化有那麼多層面，我坦白講，因為阿婆過世得早，我媽媽是福建人，所以我並不是對客家文化有這麼深的了解
個案 K	客家經驗\客家文化	10	10	我覺得，我受祖母有些的影響得比較大
個案 K	客家經驗\客家文化	14	14	家裡面雖然有傭人，可是吃飯以前，我們還是要去排碗筷；吃手作的東西，過程一定是一起做，像是包餃子，並沒有像現在很多小孩子完全沒有接觸廚房，我覺得我多跟媽媽，家庭主婦兼職業婦女的這種生活模式，是我們小時候看到的面面俱到的生活模式，從小就有榜樣可以學習
個案 K	客家經驗\客家文化	14	14	就客家文化裡面，家庭主婦張羅大家吃飯，張羅所有工廠裡的人吃飯，張羅所有親戚吃飯，那個過程其實是很不輕鬆的
個案 A	客家經驗\社群網絡	4	4	我十幾歲當兵的時候，第一次離家，跟很多來自各地的人在部隊裡相處，因為我唸書也是在苗栗，沒有離開過苗栗
個案 A	客家經驗\社群網絡	135	135	每天去喝茶的時候，人家還問我說今天有沒有賣出一千塊，其實，我一天賣好幾萬，一早就已經寄貨出去了。
個案 A	客家經驗\社群網絡	151	151	我現在五十歲，我剛好知道以前六七十歲的人的生活，我也知道年輕人到底在想什麼，所以我現在生意可以做的不錯，那到六十歲以後，我還是知道六十歲那些人的生活模式，可是我不了解那些一二十歲的，所以我必須要給年輕人去了解他們，畢竟我們被推到前面去了。
個案 A	客家經驗\社群網絡	177	177	我現在賣東西給人家，不是說我賺到錢很高興，就是我剛剛說的「你很幸福」；我解釋給你聽以後，你買這東西回去看，原來這東西美

				感是這樣，然後，你也會教你小孩欣賞，那就是一種美的觀念了，美的累積了。
個案 A	客家經驗\社群網絡	181	181	桐花祭帶來的那種生意、商機非常大，因為我自己比較敏感，那時候我禮拜一到那銀行去觀察，我就看到每個店家的老闆拿錢進去存，每個老闆我都認識，我就說你生意不錯喔~每一次存款六萬、十幾萬，小小的店可以存這麼多。
個案 A	客家經驗\社群網絡	207	207	雕刻也是一樣，我自己刻的就我自己刻的，今天不是我自己刻的，我到那邊就跟師傅溝通，你這應該要怎麼做怎麼做，因為我在那邊有一定的分量了，在他們不是很強的時候，我就開始教他們了，雖然不是我的徒弟，但我在旁邊就開始教他們，你這樣刻不對，應該要怎麼做，要怎麼做才會比較好，到現在他們已經很有名氣了，所以這個朋友的關係就很好了，也因此，我三義的味道就保存了。
個案 A	客家經驗\社群網絡	239	239	創業的困境就是資金、本身的能力、還有有沒有人幫忙。
個案 A	客家經驗\社群網絡	239	239	講到當年的事情好像自己很神，不是很神，是真的事情。我退伍的時候就想要找一個幫手，我想我上班的話，要找哪一型的女孩子，那我今天要創業的話，我要找哪一型的女孩子，才有一個幫手，還好我知道，我要創業，我找我老婆，萬一我找不到，那也是困境的一種。
個案 A	客家經驗\社群網絡	239	239	資金，必須要有人際關係先去處理，讓旁邊的長輩看到你很認真，你要多少錢，我幫你。
個案 B	客家經驗\社群網絡	16	16	因為我家裡經濟環境不好，變得能夠獨立的時候，我就喜歡到外面去打工
個案 B	客家經驗\社群網絡	18	18	我有到一個集合住宅裡面去做企劃的工作，那時候就是邊讀書邊打工，邊做企劃。
個案 B	客家經驗\社群網絡	22	22	慢慢地，不管是客家文化的部分也是，當你靜下來的時候思考，就會有很多美的東西進來，會一直浮現在你的腦海裡，那這些東西透過跟專業的討論，透過我跟建築師，還有跟同事，因為我們是一個團隊，跟同事們大家一起討論之後，我們就有一個很好的想法，就是說要做的是有創意的客家料理，但是也要有傳統的，就是它呈現的方式是有現代的美感，但是裡面要有客家的文化精神，整個就是希望透過，做這樣的事情可以來推動美的部分，客家文化美的部分。
個案 B	客家經驗\社群網絡	28	28	在花旗那段時間，我經常旅行的時候，就會帶一本小冊子畫圖，當心裡有感動的時候就趕快把它畫下來，或是心裡有一句話的時候就趕快把它寫下來，就慢慢的培養，那剛開始畫的時候，也不是畫得很漂亮，但是我覺得說畫久了以後，慢慢自己的風格就會出來。
個案 B	客家經驗\社群網絡	56	56	我們在做很多事情，其實都是因為我們自己有興趣，很喜歡，覺得很有價值，我們才去投入做這件事情，而不是覺得說那個有市場會賺錢，剛開始我們在做莊園婚禮的時候，也不知道有這個市場，可是這是我們覺得，我們很想做，而且這是很多人的夢想
個案 B	客家經驗\社群網絡	68	68	我們團隊有一個很棒的地方，就是說當遇到困難的時候，就會想說那還有沒有其他的方法可以來解決這件事，這樣的正向思考很好，當覺得這條路不行，是不是有另外的方法，我們可以這樣嘗試做看看，大家討論 ok 了，就這樣做

個案 B	客家經驗\社群網絡	98	98	當初我們到新社種薰衣草，要開一家咖啡館，王伯伯是我們的地主，他說不用租金，整塊地五甲地，剛開始只用了幾百坪，不大，可是我就會覺得他竟然願意用這種方式幫助年輕人創業，知道我們沒有錢，我們大家這樣募集下來也只會有一百八十萬、兩百萬，我們用了一百八十萬，剩下二十萬就是剛開始的時候就會有一些費用產生，就留二十萬慢慢經營。王伯伯會覺得我們年輕人沒有錢，所以就不收我們租金，他說等我們賺錢再收，然後收很少，後來又成為我們合作夥伴，就一起種薰衣草。
個案 B	客家經驗\社群網絡	110	110	就要多出去看，就會學習一些新的東西
個案 B	客家經驗\社群網絡	138	138	上次我們去日本，他們是六十歲以後退休，就到東京美英村莊裡面去，蓋一個歐洲的民宿，就在那裏經營民宿，有些是在那裏做藝術家、手工藝，有些人是來開咖啡館的，他們有些人是年紀大了，六十歲來二度就業，有的是年輕人來這邊開麵包店，可是我就會覺得說，人家六十歲都還有夢想，他可以開民宿，十年了，七十多歲之後，他想要回東京，也因為年紀大了，要常看醫院，那也太遠，所以要把房子賣掉，賣了到東京去，那我們也是透過介紹才會認識這個主人，我們聊一聊之後，他就託付給我們經營。
個案 C	客家經驗\社群網絡	21	21	我公司本身七年了，我們已經有一些市場經驗，我一年有九萬多個遊客以及網路的社群
個案 C	客家經驗\社群網絡	69	69	還可以幫忙做行銷，因為我們自己有七年的客源，
個案 C	客家經驗\社群網絡	136	136	我們上個禮拜 GUCCI 的總監帶了十位幾位設計師來
個案 C	客家經驗\社群網絡	190	190	我們最近就是一直在做一些企業的連結，那希望大家可以再把這些市場集合起來，然後買當地的東西，覺得這是一個現階段在竹山鎮還蠻有可能的整合的
個案 C	客家經驗\社群網絡	219	220	以我的客源比較像是社會學家，不會像是一般的觀光客啦！他們會很支持我們，你看我們辦路跑可以很多人來，那就是我們在社群上的一個動員，在網路平台我們公司的業務在網路上做這些行銷，告訴大家我做了什麼
個案 C	客家經驗\社群網絡	258	258	我覺得路跑活動，不是只有路跑，而是去支持當地的一些能夠解決問題的資源，從文宣寫說「在每一次路跑的結束之後，都是當地下一次美好的開始。」讓跑者去了解原來我來這邊跑，也就是讓跑者知道，這一次所繳的報名費用，主辦單位會把這樣的資源轉換照顧到當地很多的事情。所以，我覺得它整個型態上是做一個資源傳遞的中介者，透過路跑這個媒介，我覺得這是比較不一樣的做法，我是很喜歡這樣子的一個做法，而我們在操作的時候，我也發現很多的社群大家可以接受。
個案 C	客家經驗\社群網絡	280	280	這裡就變成當地青年最能夠認識外面年輕人的地方，因為他們就發現這平常就有人在這裡走來走去
個案 C	客家經驗\社群網絡	371	371	這些學生有私立的、有國立的，有分數高、有分數低，但是當大家一起進來的時候，從當地一起解決問題的時候，從路跑跟產品，我都覺得說已經不是分數的階級，而是大家都有一個自己的臉孔。

個案 C	客家經驗\社群網絡	547	547	我們山上第二個社區的老房子幫忙修完了，那是林文山林叔叔，他們是我們大鞍社區那時候第一批去大陸的台商，台商去大陸創業，他領的是第一期的台胞證的樣子，他在中國也大半輩子，他現在大概也六十幾歲了，中間有好幾次都差點在中國倒閉，可是，他後來說他有善終，他的公司後來也有基金會，然後他以前每一年都要到山上去住我們的民宿，兩年前，他已經真的要退休了，所以他就回來，那當時他就問我說，他想要回到山上把他們的祖厝重新整理，可是他的祖厝也一樣有十幾個兄弟持分，他也想像我這樣買下祖厝，可是他說他以前是做工廠的，他不知道怎麼去規劃跟經營，就問我們可不可以幫他，我就跟他說，如果他重新整理到最後需要經營協助，我的管家都可以借你們用。
個案 C	客家經驗\社群網絡	549	549	那時候我就一直鼓勵他說，林叔叔你要幫忙的地方，你就盡量說，所以，我們現在開始就有客人住他那，昨天晚上也有客人，我昨天晚上也有兩組房客就住他們那邊，他的房子也修的跟院子一樣，就很漂亮
個案 C	客家經驗\社群網絡	588	588	我們公司，因為學生一些創意，讓我們有更多不一樣的可能性
個案 D	客家經驗\社群網絡	70	70	念完國中之後，大家都跑去念商，都跑到中壢、桃園去念商，建教合作，我因為有姐姐住在台北士林，所以我就到士林念士林高商。商校畢業之後，我爸爸媽媽住在南庄這個地方，我弟弟在外面讀竹南高中，我媽媽就一直很希望我回來，可以就近照顧。
個案 D	客家經驗\社群網絡	74	74	我記得七點播報新聞，那時候只有台視跟中視，兩台，沒有報紙，我所有的資訊必須透過七點的新聞播報，所以七點我一定要聽這個新聞。我爸爸有一次就很火大，因為他的房間就在客廳旁，就起來罵我說：「三更半夜，還不睡覺」，才七點喔~所以我當時就想如果有能力我一定要獨立。
個案 D	客家經驗\社群網絡	112	112	我跟我同學，跟我弟弟三個人，就在三合院的客廳閒聊，我就提議有這個想法，我弟弟跟我同學就說好啊~我們三人來打造一個渡假村
個案 D	客家經驗\社群網絡	112	112	我們三個人就各自出資五十萬，我們手上都沒有錢，因為都蓋房子蓋完了，所以我們向農會借錢。
個案 D	客家經驗\社群網絡	120	120	我有一位小學的同學，小我一屆，他說歡迎我回來，就送了我一卡車的木頭，因為他做的是伐木業，原住民，他就送我一卡車的木材，那個木材就是當地的，全部都很大隻，大概有六七十年樹齡的尺寸，他送給我的時候，我們隔壁有一個原住民就跟我說，那個樹是我們小時候種的，他小時候種的樹，六十年後我得到他小時後種的樹，我覺得那個關係、那個感覺是非常棒的
個案 D	客家經驗\社群網絡	127	127	他知道我喜歡園藝，他就跟我說，他出錢，其實他也沒有什麼錢，但是開始有收入薪水了，就去跟會，標會標個二十六萬，後來協助我，等於說我跟他合夥，我就出我的技術，我們二十六萬，就經營了那個園藝店。
個案 D	客家經驗\社群網絡	127	127	園藝店做了三年，錢也差不多還他了，因為有收入，就慢慢的攤還。他等於也是協助我，也是感念當時我那樣幫助他，他現在有能力了，就他來幫助我
個案 D	客家經驗\社群網絡	127	127	我覺得你有能力付出的時候，有一天你就會用到，什麼時候會用到很難說，但是有一天你就可能會用到。我姐夫的弟弟也是因為這樣，我曾經幫助過他，他是我的貴人。

個案 D	客家經驗\社群網絡	127	127	當時就買一隻電刨，蓋房子的時候，全部木板都是自己一塊一塊刨光，晾起來，當要釘的時候，我就請我弟弟和原住民朋友稍微幫忙一下，三~五個月就把房子蓋了起來。
個案 D	客家經驗\社群網絡	141	141	綠色山莊後來由我獨立經營，我弟弟因為我弟媳婦的關係，跑到卓蘭當經理，我的同學就跑去當鄉民代表，後來就當鄉長，後來我自己獨立經營，我自己一個人扛綠色山莊，扛了大概三年的時間，很累。
個案 D	客家經驗\社群網絡	178	178	我很多做陶的朋友，我有去學，我去台中跟我的老師學
個案 D	客家經驗\社群網絡	181	181	我招待朋友就到磚造的陶藝工作室
個案 D	客家經驗\社群網絡	197	197	這個空間就變成我的客廳，招待我的朋友，還沒開放的時候，就在這裡煮咖啡，朋友帶朋友，還了很多客人
個案 D	客家經驗\社群網絡	199	199	我就做陶放植物，擺在那邊就有朋友就會買。
個案 D	客家經驗\社群網絡	215	215	我們這邊很多建築師都會帶團隊過來閒聊
個案 D	客家經驗\社群網絡	259	259	像這次我就跟聯合大學教電機的，客家人，我們兩個去紐西蘭，下次去巴爾幹半島就是認識的幾個朋友，去看一看，都是我們基本的玩咖。
個案 D	客家經驗\社群網絡	259	259	我也會參加世界露營車大會，不是帳棚，是露營車，這個露營車大會的總會是在比利時，幾乎每一年辦都是在歐洲，亞洲只有三個國家是加入這個組織，只有韓國、臺灣跟日本加入這個組織，也因為這個機會，我會經常性的到國外去，去過波蘭，我去過很多地方。
個案 D	客家經驗\社群網絡	261	261	為什麼說旅遊豐富整個生活，因為你的眼界開了之後，你看了很多之後，你會有衝擊的，這個衝擊會帶給你重新再反思，就是客家人只知道死做，不知道生活享受，享受也不是吃吃喝喝，我所謂的享受是反射到你生活的品質上面。我到英國我就覺得英國人為什麼生活環境條件可以這麼好，每家每戶種那麼多的花，所以我受到英國的刺激很大。
個案 D	客家經驗\社群網絡	264	264	旅遊給我衝擊，所以我覺得我一段時間就必須要去衝擊一下，讓自己不要自滿、怠惰
個案 D	客家經驗\社群網絡	264	264	我這一次去紐西蘭，我去拜訪經營民宿的英國家庭，一個媽媽從英國移民到紐西蘭，她種了很多的花，我覺得跟她的特質很像，也是媒體很多報導，也是一個人扛裡面的整個環境，她也是追求生活美學，所以我們兩個手伸出來都一樣，有一雙工作的手。
個案 D	客家經驗\社群網絡	282	282	全部都是我配置的，我現在已經不種花了，生產是另一種方式，需要有人力、需要有場，我現在已經不種了，我現在都是去買，我有很多生產界的朋友，就直接跟他們買來配置
個案 D	客家經驗\社群網絡	284	284	我十五年來都沒有供餐，我一直在傳述這樣子的共生概念，就是說一個區域的發展，如果山芙蓉全盛時期供餐又賣咖啡又經營民宿，我們周邊的人就不用生存了，今天客人來喝咖啡用餐就坐在這個地方，這個地方就不會活絡，我不要賣餐，客人來必須到隔壁去用餐，到隔壁去住，這樣整個地區就活絡起來了，這是一個共生。
個案 D	客家經驗\社群網絡	284	284	還有就是說同業之間互相的推薦，比如說我沒有賣吃的，客人來我就可以推薦你可以去石園、去尚風、去高山青，住宿你可以到哪裡，這樣子的概念互相之間就會互相的推薦，住宿的商家，也可以推薦到這個地方喝咖啡，就可以達到這個區域均衡的發展。
個案 E	客家經驗\社群網絡	21	21	我覺得客家精神啊~我今天只要在外面聽到“你是客家人嗎?”只要一說“是”，這樣什麼都不用交代了，馬上就是自己人

個案 E	客家經驗\社群網絡	31	31	我們去年做了一億五千萬的營業額，很多人幫忙，所以還 ok
個案 E	客家經驗\社群網絡	62	62	我們從一百五十萬創業，三個同學一直針織，到現在我們是八千萬的公司，說來不是那麼容易，但是很多幫忙啦~還有過程中的員工
個案 E	客家經驗\社群網絡	76	76	我們要找一位財務長，渣打分行一位銀行經理來應徵，我也是因為他是客家人，一聊根本就沒有在聊專業，因為他不需要證明了，他已經做到那個位子了，他很全方面，所以就全部聊理念，聊小時後發生的事
個案 E	客家經驗\社群網絡	84	84	我也很少去碰政府，都是他們來找我。像客家桐花杯，也是那時候副主委她說她想要做桐花祭，我覺得這個人滿有理念的，滿想做事情的，我這個人就是認為，你有理念我就跟你談，就客委會，就聊產品開發要注意什麼，後來開發一套桐花祭產品
個案 E	客家經驗\社群網絡	86	86	我會在我決定要做什麼事的時候，不同的場合講出來，但是不會刻意去強求，就是說你像聯合報也是這樣，他本來評估都飯店去經營，結果也是無意中他的特助，幫助你提個案子，我去看發現這個地方不錯，我就寫了計畫案給他，結果我們就第一順位
個案 E	客家經驗\社群網絡	173	173	端午節的時候我們(南園)包客家粽，餡料是客家粽，然後包得像一個錐形的像個禮物，結果那天進來九百多個人，現場員工根本來不及現場包，所有的員工 call 家人來幫忙，全部都是員工的爸爸、媽媽在幫忙都是客家人。那時候我覺得我的人生是很有價值
個案 E	客家經驗\社群網絡	175	175	我主張的尾牙就是家庭日，我們的尾牙不是吃吃喝喝，你可以帶爸爸、媽媽，一個人可以帶三個，就四個，你可以帶爸爸、媽媽跟你的男朋友或先生，一個家庭就是一加三的概念。我會去謝謝員工的爸爸、媽媽，謝謝你們的小孩在這裡幫助我，我們的文化都是這樣，不浮誇。我覺得為什麼會影響我現在的想法，我認為是因為我是客家人，我不想要做那種譁眾取寵，你不會看我辦一個活動，找一些奇怪的人來到處講，很華麗，不會，我要做得很紮實，這就是一種精神，這也是台灣中小企業，很多慢慢長大的重要的一個關鍵
個案 F	客家經驗\社群網絡	50	50	我去考插大，考文化哲學系，我到文化哲學系的時候認識了現在的周先生
個案 F	客家經驗\社群網絡	66	66	我哥那時候美術系有少數幾個是跟學運社團很接近的，所以周先生那時候就弄了個草山學會
個案 F	客家經驗\社群網絡	120	120	我哥哥念哲研所，他那時候，文化美術系畢業後，就去考哲研所，因為他們那票人的學思，那時候剛好是在解禁跟沒解禁的環境下，他們接觸了一些禁書很多，看了很多西方思潮的書，包含很多馬克思主義的書，剛好他們是在那個時代，所以他們就覺得說，很多時候，畫畫可以去關心這個社會，需要去找到一些如何去關心社會的方法，所以去念哲學
個案 F	客家經驗\社群網絡	140	140	就兩個，一個去博物館當行政，一個是在業界，還有一個就是我
個案 F	客家經驗\社群網絡	158	158	2008.2009 年跟周先生合作這個品牌，2011 年的時候，決定把它獨立出來，變成一個世代陶瓷股份有限公司，那也是這個學運世代裡面找合夥、合資的
個案 F	客家經驗\社群網絡	160	160	裡面的股東全是以這個草山學會為主，實際的負責人是周先生，所以，周先生是兩家公司的負責人，就是世代陶瓷跟世代文化
個案 F	客家經驗\社群網絡	168	168	他後來覺得台客藍產品還不夠多的時候，他必須去做滿這一塊，他進了柳宗理的貨
個案 F	客家經驗\社群網絡	174	174	攀高理論，就是說一個比較不知名的跟比較知名的合作時，不知名

				的會被拉高起來
個案 F	客家經驗\社群網絡	321	321	築夢計畫，我去日本 3 個月，那 3 個月給我很大的啟發是，人家年輕的陶藝家都出來擺攤，去市場跟消費者去互動，所以我回來就積極去找所謂的市集、商業市集這種地方，找自己的消費客層，找到自己對於經營陶瓷的方向
個案 F	客家經驗\社群網絡	339	339	客家人是比較隱性的激進，不是那種顯性的激進。客家人很隱性，在政治運動上也是這樣子，政治運動或社會運動上都屬於推手型，=不是在上面，也不是跑最前頭的那一種
個案 F	客家經驗\社群網絡	353	353	到坪林是對客人好，可是對公司不見得好，因為請不到人。雖然有社區幫忙，但那都是臨時性的；所以在這種請不到正式員工的情形下，會覺得滿困擾的，那個困擾就是沒有辦法製造出一個經濟規模。當時我們有一些配合的廠商在公館這邊，譬如說剛剛在裡面那個大姊，她本身就是公館跟我們配合滿久的
個案 F	客家經驗\社群網絡	353	353	當初到公館是，因為苗栗陶瓷協會謝先生，因為那時候我在客家博覽會跟他認識
個案 F	客家經驗\社群網絡	359	359	在實務面上面的供應鏈，從垂直供應來講，這邊還有一些舊有的技術。這邊的陶瓷廠全盛時期有 400 多家，現在剩不到幾家
個案 G	客家經驗\社群網絡	22	22	當時我就跟大學的同學、學長聊我的概念，那大家就說好啊！大家一起投資，就做了建設
個案 G	客家經驗\社群網絡	32	32	我一直在到處喝，那後來有喝到一個製茶廠的茶是長期都品質都很穩定，那我就讓他成為我的股東，變成說我就是在做比較推廣面的事情，那他供應我原料
個案 G	客家經驗\社群網絡	32	32	我一開始為什麼會認識這製茶廠的原因，也是我拜託了很多次才有機會喝到他們的茶，那製茶廠的負責人是四十幾年經驗的製茶師傅，應該說他整個製茶的生涯就是台灣茶的近代史，因為台灣茶在民國七十幾年以前其實是外銷為主，外銷到全世界一百四十多個國家，那七十年之後才轉成內銷，精緻的所謂的烏龍茶，外銷是比較初級的，比較普通啦，所以他其實會做便宜的茶，也會做貴的茶，那你茶賣到全世界各地不是賣台灣的烏龍茶，是賣日本綠茶，賣紅茶，所以等於說他什麼茶葉都會做，如果台灣的茶是可以賣到全世界各地，基本上這個人什麼茶都會做，他一定超有本事的，所以我從身上學到、看到很多的技藝，或者是一些態度，我就覺得說，我應該做一些事情，把這些東西是散播出去的，我做文化面的東西，我也不會做茶，所以，等於說，我就是有他這樣的製茶技術知識，我才有辦法做京盛宇。
個案 G	客家經驗\社群網絡	171	171	很多前輩告訴我，你先把事情做好，錢自然就會得到，不要先去想錢
個案 G	客家經驗\社群網絡	192	192	我以前沒有那麼會說話，我是在這過程中被訓練出來的，因為總是要跟不同的人，包括自己的同事或其他外面的採訪，要能很清楚的把京盛宇的東西講出來。
個案 G	客家經驗\社群網絡	202	202	我出書之後還回去找國中啟蒙我作文能力的老師，真的是特別感謝他。我這些年來我唯一會記得的老師，就是我國中作文老師，其他老師我覺得還好，也很高興他退休了。

個案 H	客家經驗\社群網絡	119	119	其實要很用功啦~我上次看到一個世界級的雜誌，來台灣特別報導，雜誌內頁大概有將近十頁台灣的報導，那個藝術總監只有二十九歲，我就很訝異，就問他說，二十九歲如何能當到世界級的雜誌的藝術總監，他講了「用功」這兩個字，我非常非常印象深刻，所以我們都很用功，很用功寫字、畫畫、做菜、插花，大概就是因為這些用功，所以累積出來的能量就不一樣
個案 H	客家經驗\社群網絡	127	127	都要我自己去整合，自己去挑、去看，這牽涉到關係好到可以信任，才會把這個品牌給你用，長時間的經營吧!
個案 H	客家經驗\社群網絡	160	160	就朋友，自己的朋友(口耳相傳)
個案 H	客家經驗\社群網絡	168	168	我從來沒有想過要創業，就是因為愛做菜，朋友一直來吃覺得不好意思，就問說要不要開始收錢，我就說可以啊~就從禮拜六、禮拜天做起，所以真的是分享，這個空間也是分享。做這
個案 H	客家經驗\社群網絡	228	228	我們親戚比較多在台中，台北的部分就比較少，所以互動就比較少，但是在街上買東西碰到客家人，就會覺得特別的親切
個案 H	客家經驗\社群網絡	293	293	我在日本學的，我在日本工作了兩年，那時候也是服務業，所以這一塊有學到，很开心有這樣的經歷，好險不是一畢業就回來，我覺得有那兩年工作的經驗，對我來講也是很重要，因為是服務業
個案 I	客家經驗\社群網絡	15	15	剛開始有請人家幫忙，後來發現請人家幫忙太貴，大概累積了一個程度，幾個月之後，我又跑到大陸去了，這次去大陸找工廠，我去廣東
個案 I	客家經驗\社群網絡	19	19	那時網路沒有店面，那時候運氣很好，因為 SARS，我們就是剛好運氣就是那一波
個案 I	客家經驗\社群網絡	19	19	我們家的網頁跟別人比較不一樣，是在製造一種意境
個案 J	客家經驗\社群網絡	17	17	我有一些認識的代工幫我們來車這些東西，剛開始是做這一些中國風的包包給對方去銷售，他們也是觀光景點、機場這樣賣
個案 K	客家經驗\社群網絡	26	26	也不是說我們育成的，有些本身就已經成立了，但是我們投資他
個案 K	客家經驗\社群網絡	30	30	我們每一年的成長可以做到三十，算是滿穩定的，所以表示我們自己努力以外，表示市場的需求是存在的
個案 K	客家經驗\社群網絡	50	50	當我來開課，有一半或是整堂課一半的學生是從中南部來，而且還會有香港坐飛機過來

附錄三、文化脈絡之文本編碼

本研究依研究問題與目的以及分析架構，將文化脈絡之文本分為文化底蘊、美感價值、客家意象及創業經驗等面向，並依據受訪者之意見表達與文本進行編碼作業，其編碼內容如下：

Document	Code	Begin	End	Segment
個案 A	文化脈絡\文化底蘊	4	4	客家人給人第一個印象，很節儉、很吝嗇，連我們客家人自己也會講刻苦耐勞等等，但，我的想法卻認為，這並不代表完全就是這個樣子，因為看事情的一面，其實，還有背後另一面的故事，比如說：「刻苦耐勞」對我來講是「未雨綢繆」，不是我們怕死，而是未雨綢繆。就是事情還沒發生之前，我們就先想好了，可以說，看比較遠，人無遠慮必有近憂。
個案 A	文化脈絡\文化底蘊	4	4	我們客家並不是神，是因為我們的環境跟人家不一樣，比如說：我們在山上種水果，可算是中長期投資，種下去一年才能採收，這是長期的，而種菜，則是一季才能收成，所以說是中長期的投資，不像其他族群，比如說：住海邊的族群，今天要吃魚，他們只要隨便一撈就有魚獲，即使是今天晚上賭光了都沒關係，明天去海邊隨便一撈又有魚可以吃，所以，長期下來人的習性會受環境慢慢影響改變的，我們客家人哪有吝嗇，只是說，如果把錢花完了，要等上將近一年才会有收成，所以，如果不省一點錢來花到時喝西北風，慢慢地別人就對我們客家人產生一種誤解。
個案 A	文化脈絡\文化底蘊	6	6	我們客家才不吝嗇，我們客家人最好客的，真的最好客了，比如說：以前帶朋友回家，一定把最好的東西，殺雞、殺鴨最好的拿給朋友，是最好客的，怎麼會是最吝嗇，只是說，物質上這方面是量入為出這樣子，所以說，我覺得我們客家人是樂觀進取。
個案 A	文化脈絡\文化底蘊	10	10	小時候我們家就做木雕，我印象很深刻的就是說，比如說：我今天會做這個事業，就是小時候我祖父的家，光是從客廳要到廁所那一段路，就有一個竹籬笆，種了很多蝴蝶蘭，你看多美，走去廁所的時候，就有竹籬笆蝴蝶蘭，所以，我從小就耳濡目染。
個案 A	文化脈絡\文化底蘊	16	16	我就是為了水晶餃才蓋這一棟房子阿!
個案 A	文化脈絡\文化底蘊	19	19	產品文宣上提到這段故事，客家人從北方遷徙到南方，因為想念北方的水餃，南方沒有麥，只好用番薯粉做出水晶餃

個案 A	文化脈絡\文化底蘊	22	22	爸爸媽媽用口頭講的客家諺語給我鼓勵非常大，比如說：我媽媽常常講說：「我們不是桐油罐，一輩子裝桐油」。這句話的意思，就是裝油桐花的桐油的那個罐子，第一胎是有毒的，第二胎是有種味道的，所以裝了桐油後，那罐子就不能再裝別的東西，代表說一個人一輩子就這樣子，沒有重新去思考，沒有重新去做你想要做的事，比如說：上班，就每天上班上班，不去思考我怎麼上班，怎麼樣把事情做好，怎麼把你的人生改變，所以，我們不能像那個裝桐油的罐子一樣，一輩子只能做一件事情，因此，我會看那麼多書，去做一點別的事，也就是這個原因，我從二十六歲就開始創業，就自己當老闆，想辦法買地。
個案 A	文化脈絡\文化底蘊	26	26	創業時，家裡的環境不是很好，完全沒有辦法幫忙什麼啦！能幫忙的就是我們客家話講的「寧賣祖中田，莫忘祖宗言」，我媽媽講的那些話，我都想得起來，就是媽媽講的那些諺語對我幫助很大，就是老祖先累積下來的一些很經典，非常經典的，還有就是我在高中時加入雕刻生產的時候，就跟一些老歐巴桑他們做加工，我很喜歡跟我祖母、媽媽在一起聽這些諺語，那就是智慧的累積，對創業幫忙非常大，所以，我受客家這些很經典的諺語影響很深，我都隨時隨地會想到這些諺語，真的真的真的。
個案 A	文化脈絡\文化底蘊	69	69	賣別人的文化，對我們來講很難，所以賣自己的文化。客家米食是自己的文化長出來的產品，如果我自己最強的不做，就像孫子兵法裡講的，拿自己最強的打別人最弱的，如果賣咖啡的話，我們對咖啡什麼都不懂，那麼弱，拿人家最強的去打人家，所以，我就選擇做客家米食
個案 A	文化脈絡\文化底蘊	73	73	我們客家的東西這麼好
個案 A	文化脈絡\文化底蘊	83	83	到休息站甚至到機場，都看到大家學我這樣包裝，這樣賣米食。我太太問我會不會生氣，我說怎麼會，本來就是要讓更多人學習這個客家文化。我目錄上就有印為什麼吃菜粿，因為以前的人家，比如說我要從三義搬到頭份去住，跟隔壁鄰居打個招呼，什麼時候要入厝，然後隔壁鄰居就拿糯米來，那時候糯米很少，因為不是主食，就拿糯米來和隔壁鄰居一起做菜粿，表面是大家的一種團聚，藉由做菜粿的時候，大家來聊天，來認識、來了解，所以不論是結婚、入厝也都是端一盤菜粿放在那邊讓大家吃，通常都是清晨三、四點就在那邊做了，所以，真的就是一種溝通的交流。所以，我每一個產品裡面，都有這些典故的由來，就是慢慢去推廣。
個案 A	文化脈絡\文化底蘊	93	93	我賣木雕時，招牌顏色是白色的，為什麼我要換成藍色，因為我媽媽是屏東的客家人，她跟我講說，以前穿的衣服是藍色的，我就想用我們客家藍衫的那個藍色，所以現在我的手提袋，我的招牌通通都是藍色。
個案 A	文化脈絡\文化底蘊	119	119	我和我太太有一種堅持，因為我想做一個地方特色，地方特色做的好的話，不用開這麼多分店，畢竟像台灣資訊很發達，地方很小，開這麼多分店，未必有好處。如果是地方特色的話，今天遊客經過三義，沒來沒買，好像沒有到過三義一樣

個案 A	文化脈絡\文化底蘊	159	159	我是戰後嬰兒期出生的人，我看到的東西就是一種很多文化融合在一起的文化，我想要做的就是我小看到的閩式建築、日式建築、巴洛克建築，看到很多東西，西式、歐式，也包括我們客家人，所以我想做的是像美國、像英國也有像客家的元素在裡面
個案 A	文化脈絡\文化底蘊	159	159	我們客家人是美感很好的人，客家人設計的東西，像窗戶，拉出來就好簡潔，閩式的就要刻很多花、刻很多東西，但我們客家人就沒有，一般印象中老式的建築都是白牆紅瓦，就這些東西；石頭拿去用，也都是些很簡潔的東西，所以，以後我要做的庭園，也是我從小看到的東西
個案 A	文化脈絡\文化底蘊	159	160	我的庭園要有客家味道。
個案 A	文化脈絡\文化底蘊	175	175	我外祖父家那更不得了，一進去就是一個很大的庭園，以前人的院子很大，裡面種葡萄、種嘉德利亞蘭，在四、五十年以前種嘉德利亞蘭，那是品味非常高的。外祖父家有一個房間是我舅舅的休息室，我有很多個舅舅，他們的休息室有手風琴、風琴、吉他、曼陀鈴、有電唱機，就是放黑膠的那種，我媽媽回娘家時，他們就是彈曼陀鈴，我媽媽彈風琴，現在想起來那畫面好美、好爽喔！從小就這樣耳濡目染下來。
個案 B	文化脈絡\文化底蘊	10	10	就裡面整個空間的部分，我們就用了許多客家花布，還有就是燈罩的竹簍子，都是我小時候，我們在溪邊抓溪蝦的簍子。我拋出很多客家美感，還有客家文化，我們生活中常用到的一些東西，還有一個外面的燈罩是我小時候抱的涼枕，叫什麼美人枕。它是一個竹編當抱枕，夏天睡午覺的時候，就覺得很棒。想說用花布紉在旁邊，圍繞起來它就變成一個燈罩了，所以在桐花村的外面就是燈罩，整個鑄鐵的招牌，門面那個地方用鑄鐵的部分，就是希望說它有一點歷史的味道，其實客家文化在臺灣也有很長的一段時間了，所以我就想要用那個來傳達一點點的復古跟現代的感覺
個案 B	文化脈絡\文化底蘊	22	22	有創意的客家料理，但是也要有傳統的，就是它呈現的方式是有現代的美感，但是裡面要有客家的文化精神，整個就是希望透過，做這樣的事情可以來推動美的部分，客家文化美的部分。
個案 B	文化脈絡\文化底蘊	144	144	我住在苗栗的鄉下，對那個土地的感受力是很強的，我會覺得這一片土地孕育出我們這樣子的一個人，那時候我們家是種稻米的，我懷抱感恩、感謝有這樣的一片土地，所以這片土地我們要怎麼做不會讓它受傷，因此，我們薰衣草森林不斷做的就是種樹。開發的過程中，只要遇到樹，我們一定避開，或是幫樹做一個平台，不會把那棵樹砍掉，我們一直在做的是，希望這塊土地能夠更好。所以，我覺得就是從小在這個土地，感受到客家人就是很刻苦耐勞為這片土地在經營，那種感受是對我影響很大的。
個案 C	文化脈絡\文化底蘊	49	49	有一點社會企業的理念，就是企業採購當地的東西越來越多時，那也跟當地的連結越來越多，那當企業的觀念有點轉換的時候，就會變成是說，不是因為成本最低而去採購，而是說去創造當地一些更好的幸福感

個案 C	文化脈絡\文化底蘊	49	49	我的企業開始跟當地的連結越來越多，我覺得越來越好
個案 C	文化脈絡\文化底蘊	136	136	南投四面環山，風吹不進來，所以我們在天空的院子民宿那邊的竹林，都是長得很直，因為風吹不進來的關係，這個特殊的條件，日本的時代會管制這邊的竹材只能運到日本去，可是曾幾何時竹山鎮的工廠都收掉了、沒落了。
個案 C	文化脈絡\文化底蘊	209	209	那下午的一點之後，我們規劃出竹山 80 有個我覺得在竹山生活應該要去的地方，竹山有琉璃石、篆刻、書法這些公益家的家，還有竹博物館、天空的院子等等，我們會幫他規畫好，下午的時候是要有系統的去生活，不能自己去亂玩，那這些點，是我們覺得來竹山生活應該要去的點，然後，勾選出想要去的地方，我們公司會幫他跟這些公家約好時間，他下午的時候，就去那些地方，而這邊下午就不開放，就是你真正的工作只有 1/3，另外的 2/3 就是在竹山生活，下午就是去認識這些生活場域，晚上我們就會帶他去廟口路跑，你會哇!怎麼那麼多人在竹山喔!親眼看見，就會去相信這些事情，因為你親眼去看到啊!他說你們這些是怎麼弄啊!看到那麼多人在廟口，有人說這個有點像在艋舺。
個案 C	文化脈絡\文化底蘊	258	258	我覺得文創是要可以解決當地的問題，要不然它流於設計的形式啦!
個案 C	文化脈絡\文化底蘊	549	549	以前企業比較會做的是大量的複製，就很像整個村莊都是企業的規模，那時候我們就想說如果這就事情是有意義的，應該是要讓當地的居民可以進來參觀，因為我們社區還有一大堆這樣的老房子丟在當地，不要變成一個企業全部把它修完，我覺得那好像是變成一個很諷刺的村莊，自己弄完這件事，像一個集團，然後在談文化，結果當地沒有一個居民理解你在做什麼
個案 C	文化脈絡\文化底蘊	588	588	像幸福腳步便當，我不會做這些設計的東西，可是我就是帶學生去看這邊有一間家庭竹工廠，我就看到同學問老闆，老闆你比較容易浪費的東西是什麼，老闆就指旁邊那些窗簾，大家要裁切長度都不一樣，那學生就從那些容易浪費的材料，去設計出一個便當盒
個案 D	文化脈絡\文化底蘊	1	1	我的曾祖父就在這裡開發，我們世代就是住在這個地方，一直累積、累積，要累積才能說讓我們後代的生活更好。如果說我心動，我想要賺錢，就去找了別的地方，也許我有賺到錢，但是我覺得我們沒辦法累積文化的厚度，或者是說商業的厚度就沒有辦法累積。
個案 D	文化脈絡\文化底蘊	1	1	我認為休閒產業也是文化產業的一種，它必須要有一些文化的根基，才会有這樣的條件可以發展。
個案 E	文化脈絡\文化底蘊	27	27	我們(南園)營收上千萬，門票四百塊，還是很多人會願意預約進去，我們的房子(飯店房間)不收小孩子，照樣每天晚上還是會客滿。就是把那個點做對，那個地方就是我們把文化不斷在用，不斷的文化再用，沒有特別強調客家文化

個案 E	文化脈絡\文化底蘊	31	31	我是用一個國際化的思維，去嘗試著做一個品牌，但是我充分的用文化力、設計力，來放在我各個系統裡面，所以會讓覺得我們的確做得比人家精緻。
個案 E	文化脈絡\文化底蘊	35	35	我可能是因為客家人的關係，影響到我做事
個案 E	文化脈絡\文化底蘊	35	35	The one 的事業體，就像是南園不會因為它在客家庄，刻意的去選它，然後把很多客家文化放進去，就是說在推廣文化、或文化創意的時候，我個人不太認同要不斷的把原住民的圖騰或是客家的圖騰，那種具象式的去做推展，其實全世界推展成功的都是一種生活概念或是生活態度，這種東西才能夠開花結果
個案 E	文化脈絡\文化底蘊	62	62	我的這個杯子一年為什麼可以賣四、五萬個，因為它就是客家人硬頸精神，你怎麼搖都不會倒，對客人來講那就是一種文化的故事，對實用者來講，這是一個很特別的杯子。
個案 E	文化脈絡\文化底蘊	62	62	我很在乎文化裏面抓出東西出來，然後變成我們場域的精神、或是產品設計的主軸，因為那個只有我們有
個案 E	文化脈絡\文化底蘊	62	62	The one 再去做一個國際級的義大利、法國設計風格，我就不想要走那條路線，不想要去做仿真、或仿古，我可以復舊、如舊，但是那個復舊、如舊是可以轉變得復舊、如舊，不是仿古、仿真，那這樣就有機會利用文化拉出很多的東西出來
個案 E	文化脈絡\文化底蘊	62	62	很多東西都是在裡面想出來的想法，再把文化放進來
個案 E	文化脈絡\文化底蘊	70	70	我覺得這樣才可以走出一個文化品牌，其實我講文化、文化，是因為我知道文化是好生意，文化本身就是競爭力跟差異性，客家人會做那件事、不會做那件事，而閩南人會做那件事、不會做那件事，然後過去都是美好年代，帶著你的記憶，不管是苦還是樂，轉到現在的生活就會很好玩
個案 E	文化脈絡\文化底蘊	72	72	夏天畢竟是親子的市場，我就不會隨隨便便去賣冰，所以我們在南園就可能會有市集，把我們小時候那些，有人提扁擔賣東西等。就是要去做，每年做成功了就要一直去昇華，我就不會找咖啡車，直接開進賣咖啡，然後一天收多少錢，我就拒絕這個
個案 E	文化脈絡\文化底蘊	138	138	我一直主張台灣要往品牌的事業走，要走創意生活產業，因為我們要販賣的其實是我們整個的生活態度，跟主張。
個案 E	文化脈絡\文化底蘊	138	138	我覺得下一代的經濟，尤其是台灣的核心競爭力是在市場佔有率，所以我剛講到舊山線的火車，我絕對不會就只是賣門票，不會在火車票上面玩那平安、安康的遊戲，不會。我每個車廂裡面可以有客家文化元素，我的服務提上去，像小二，是我們客家的謝籃，然後一個個的懷石便當放進去，打開來是客家菜脯、豆腐乳，然後在火車上吃，放的是客家的音樂。可是我不會把車廂弄得都是花布，我不會把那麼重的意象放進來。我的茶不會是用端的，是在角落裡面，我們客家人奉茶的精神，我的杯子是有客家圖像，我要讓我的客人自己選杯、自己倒水喝。

個案 E	文化脈絡\文化底蘊	140	140	就是把這些東西放在商業模式裡，那這些東西是心靈佔有率，我覺得這才是推展客家文化，或者是賣商業文化很重要的東西，因為你賣的是一種生活主張，一種態度
個案 E	文化脈絡\文化底蘊	165	165	回到我們 The one 的觀點，我們是長到什麼地方就用那個地方的元素，照我們的系統去長出來
個案 F	文化脈絡\文化底蘊	122	122	創作這種東西，其實到了一個狀態它會變很虛無，它需要一點有一點理論、有一點書籍的養分，讓他知道原來可以朝這個方向去走。所以說，文學、史學、哲學，文史哲不分家，其實它本身就是跟繪畫是分不開的。
個案 F	文化脈絡\文化底蘊	128	128	其實創作對個人來講，是一個你對應在這個世界、這兩個脈絡裡面，創作是屬於個人的關照，然後你在這個世界裡面是屬於一種互動。那這兩個當然不是平行線，是互相交流，然後構成裏頭生命的一個狀態
個案 F	文化脈絡\文化底蘊	128	128	創作，對我而言，是需要慢慢地堆積生活的經驗
個案 F	文化脈絡\文化底蘊	208	208	為什麼他們精神那麼飽滿，就這兩個層面，第一個就是文化論述已經架構起來了，那個架構很清楚，他就是要賣蔣渭水，蔣渭水以前做過的事情，用另一種形式再做；第二個就是常常會有名人來加持，很多文化界的、藝人會過去。所以覺得：「好像來這個地方還不錯，可以認識很多人
個案 F	文化脈絡\文化底蘊	212	212	台客藍全名是台灣客家藍，以台灣客家為主軸，藍色其實是我凸顯南部穿藍布衫的那個意象
個案 F	文化脈絡\文化底蘊	218	218	直接取名台客藍，原本是台灣客家藍，這個名稱 Hakka Blue，本來就是我們客家跟藍
個案 F	文化脈絡\文化底蘊	290	290	以前的人是用碗喝茶，它剛好是兩個碗扣合起來，看起來像一個碗，其實是兩個碗扣起來
個案 F	文化脈絡\文化底蘊	337	337	家族是一種人跟人，因為血緣的關係而有那種情感關懷，大家會互相關係、互相照應，義不容辭地來做這些事情，這種東西是我們現在所缺乏的。
個案 F	文化脈絡\文化底蘊	412	412	所謂客家設計，當初一開始我們比較關鍵的是，什麼是客家?從它的造型、房子、建築、服飾，其實都是很樸實，很簡單，然後也沒有過分的裝飾。其實這剛好呼應到整個這個時代的生活需求，不要太過於繁複，就簡單。我們就是取其簡單的造型、簡單的顏色，讓東西更明顯被知道你的意圖、你的用途、你的想法。所以，簡單的造型杯，一個木把，就覺得整個活了起來，就會有溫度，就不會那麼呆板

個案 F	文化脈絡\文化底蘊	416	416	比較接近於人類生活發展關係較密切的三種材質，一個是陶瓷，陶瓷跟吃的比較有相關；第二個是木器，第三個是織染。陶瓷是我們所學的本能所開始出發，但能不能跨到木器跟織染，其實我一直滿有興趣的。因為喜歡陶瓷的人都會喜歡木頭、喜歡木頭的人也會喜歡織染，我對木頭的喜歡，是跟找複合材質的結合是相同的道理。那織染這一塊，我個人也是覺得植物染這個東西本來就是老祖宗的生活智慧，不耗能，而且不會汙染土地的一種織染方式。所以，如果有機會的話，發展這一塊是很重要的
個案 G	文化脈絡\文化底蘊	136	136	從他(製茶廠的老師傅)身上，我覺得客家人給我那種，我也不是說所有的客家人，就是說很擇善固執，而且，他可能賺了很多錢，因為茶其實是高經濟作物，從米跟茶去思考就是，茶可以一斤賣幾千塊，米只要幾百塊，所以這麼多年做下來，他其實賺了很多錢，可是他的生活還是過得很簡樸。那這個簡樸的態度是，如何讓更多人喝到我的茶，而不是去賣得很貴，當然我可以讓很多人喝到我做的茶，就可以賺到錢，但是不用賣的這麼貴這樣的方式。
個案 G	文化脈絡\文化底蘊	220	220	我反而覺得說茶產業跟客家精神是很有關係的
個案 G	文化脈絡\文化底蘊	222	222	沒有他們(客家人)就沒有茶喝
個案 G	文化脈絡\文化底蘊	224	224	我有聽過一個很有趣的故事，你知道膨風茶的名字，為什麼叫膨風茶？因為東方美人這個茶是一個有趣的茶，就是說茶樹在茶園的時候被害蟲咬了，有一種蟲叫小綠葉蟬，小綠葉蟬咬過之後，因為小綠葉蟬的唾液會造成特殊的發酵，它才會帶有果蜜香，那一開始茶農覺得說茶葉被咬了就算了，就不要做了就砍掉了，等它再重新長葉子就好了，可是客家人覺得很可惜，因為客家人太節儉了，硬是把這樣的茶拿去做，採收後去做成，結果發現有果蜜香，真的很好喝！然後去跟人家說，被蟲咬過的茶葉，有多好喝多好喝，沒有人信，大家就說，你膨風啦！這才是膨風茶的名字由來，所以這個茶，真的是源自客家族群。
個案 G	文化脈絡\文化底蘊	232	232	我其實是把京盛宇定位為一個目前在當代台灣茶產業的一個指標
個案 G	文化脈絡\文化底蘊	263	263	我覺得京盛宇到目前這個程度它應該是文化了，它已經很清楚的定位了，只是它還沒有很多的據點
個案 H	文化脈絡\文化底蘊	37	37	一般茶館就是茶館，我們比較像是生活空間
個案 H	文化脈絡\文化底蘊	105	105	小時候留下來的，媽媽留下來的大理石，花蓮的
個案 H	文化脈絡\文化底蘊	123	123	喜歡蒐集陶，喜歡用陶來過生活
個案 H	文化脈絡\文化底蘊	168	168	做這會帶來很多的利益，不可能，因為你做怎麼多東西，不可能帶給你什麼經濟效益，只是賺到生活、賺到品質
個案 H	文化脈絡\文化底蘊	212	212	我喜歡用茶道的方式來過活
個案 H	文化脈絡\文化底蘊	236	236	從血緣關係，覺得滿好的，客家人有語言天分，所以我語言很好，英文不錯、日文也不錯，大概就是因為我是客家人。有影響到我，語言方面的天分，倒是才華能力都是父母親的遺傳

個案 H	文化脈絡\文化底蘊	252	252	我希望能夠做到和靜清寂的境界，這不是那麼容易，看似簡單的一枝花，好像很容易，其實是不容易的
個案 H	文化脈絡\文化底蘊	259	259	我覺得就是教大家會生活吧，希望大家都生活在跟我一樣的環境，因為生活在小小的器皿、小小的一草一木，讓你生活的很豐富
個案 H	文化脈絡\文化底蘊	281	281	生活有快樂、幸福，小慢這個茶館就是要傳遞這個幸福
個案 I	文化脈絡\文化底蘊	98	98	我們家的設計有幾項元素跟客家非常有關係，如：一衣多穿等，我們家的背心絕對不是只能單面穿，絕對是雙面穿，我們家的包包絕對是兩面都可以用。而且你打開來看，我們兩面沒有讓你看到任何的翻折，而且我故意用不同的花色，全部打開，這樣一翻，是不是就很符合客家精神，就完全就不一樣了。我們冬天的外套也是這樣子。我幫三峽客家文化園區設計的制服，他們現在穿是紅色，但一翻面就變白色，很客家精神，而且我們家一條裙子，可以當裙子、可以當上衣、可以當披肩
個案 I	文化脈絡\文化底蘊	112	112	我後來就發現我血液裡面就是聽得懂客家話，廣東話跟客家話就是相同，在上海或者聽江蘇的江南話，就是沒有感情，我們工廠在廣東，廣東話罵人你聽都覺得很熟悉，罵人的話跟客家話很像
個案 J	文化脈絡\文化底蘊	2	2	我雖然發展的是客家文化，我自己也是客家人，但是，我會覺得如果今天我的品牌用一個台語(美角)的名字的話，我會有一個包容性。我不會去排斥不同種的文化，我要先愛別人的文化，人家才會愛我的文化，所以我不在乎他是不是客家話、閩南話
個案 J	文化脈絡\文化底蘊	7	7	代表台灣特別文化意象的元素，都是我們要拿來用的元素，既然要發展文創這一塊，一定是先是拿台灣的文化來用
個案 J	文化脈絡\文化底蘊	7	7	現在講求的是心靈，那什麼會讓心靈得到滿足，一定是用有很厚的文化蘊底才有辦法讓得到滿足
個案 J	文化脈絡\文化底蘊	17	17	花布對客家來講是一個很特殊的文化，因為花布算是一個比較便宜的材料，布料有分很多種，如果以客家人最常用的比較好的布就是花布了，可是以閩南來講他們都是綢緞，他們的生活跟我們又不一樣，因為客家生活本來就比較刻苦，所以花布對客家人來講比較是日常生活上使用的衣服材料
個案 J	文化脈絡\文化底蘊	19	19	我就想說為了一個活動，這樣不值得，我就想我要把這個東西變成是代表客家，而且是日常生活上用得到的東西，是在市場上普遍可以流通的東西，變成是常態性的東西，我不要它只是節慶而已，因為這樣的話它才可以深入民間，不會因為節慶完了，就丟了、就消失匿跡了，我想讓它變成是時時刻刻在市場上可以買得到，可以拿回家去做一般生活用品都可以，所以我就加碼把布料升級，然後一種是拿來做包包，或者是一些飾品類，就這樣同時下去
個案 J	文化脈絡\文化底蘊	21	21	以前客家的服飾，都是咖啡、深藍、灰，都是很暗色系，很少用亮麗的顏色，我就想誰說客家一定要那樣，我就想顛覆，所以現在客家花布每一件都是特別的亮麗

個案 J	文化脈絡\文化底蘊	21	21	這是另外一個面向的客家人，客家人都很內練，不敢秀出來，其實內心是很熱情的、很好客的，這樣的感覺可以深沉的反映到客家的心理面去
個案 J	文化脈絡\文化底蘊	21	21	客家人本來就很好客，「來聊喔~來食飯」（客語），只要有客人來，都殺雞、殺鴨，好的都留給客人吃，自己平常就是吃的非常節儉，就是非常好客
個案 J	文化脈絡\文化底蘊	89	89	我覺得最美好的，還是我們自己家的東西，把自己家的東西拿出來跟大家分享，這也是客家人的特質，把這個東西做好之後，分享給不同族群、分享到世界各地去，跟大家一起分享我們客家的這個優質文化
個案 K	文化脈絡\文化底蘊	20	20	我覺得最重要的一點，就是大家要認同文化已經是一個資本
個案 K	文化脈絡\文化底蘊	20	20	很多人都把文化跟藝文等同，這是錯的
個案 K	文化脈絡\文化底蘊	20	20	文化是政治、經濟、軍事、社會、教育、宗教、哲學、藝術，文化是講生活裡面，這一些、這一些，剛剛所提到的這一些主題，各個主題裡的人文，倫理道德，今天講一個人文化水準低落，絕對不是講他的藝文環境很差，一定是連他的政治文化也低落，他的選舉文化也低落，那到底低落是什麼呢?低落就是倫理道德
個案 K	文化脈絡\文化底蘊	22	22	(生活層面的倫理道德和精神)對對對，就是這種，大家在談文創產業的時候都還沒有定位清楚。前面有政治、社會、教育、哲學、宗教，沒有這些的題材哪裡來的創意，創意要從文化的各個面向去取得題材，所以文化成為創意發想的一個泉源，同時也可以被運用的資本，新資本，不是說土地的資本、人力的資本，文化成為一個體驗經濟時代、美學經濟時代的一個資本。
個案 A	文化脈絡\美感價值	10	10	我退伍回來二十幾歲，那時候買摩托車，那時候一般人買摩托車，一台大概三萬塊就不錯了，可是我偏偏就要買一台五萬塊的，cc數一樣喔，我就要買 125cc.五萬多的那一台。我太太那時是我的女朋友，就問我說，你為什麼買這台，我說這輛車很漂亮，很適合我，我騎起來很舒服。那種回饋給我的舒服，帶給我的那種快樂，不是說差這一兩萬塊，所以，那時候，我心裡就開始有萌芽說，做東西要做漂亮的。那個時候不懂什麼叫什麼，可是我就懂得「附加價值」，因為我唸商的，我念普通高商的，我就懂得這附加價值會比較高，同一樣一台摩托車，情願分期付款多花幾萬塊，比如說每個月繳個三千塊，我願意，因為它回饋給我的不只這個，不是錢的問題，所以說，那時候，美學經濟就開始在我心中有初步的萌芽。
個案 A	文化脈絡\美感價值	12	12	東西做漂亮一點的話，它的附加價值會比較高，同時，我也體認一件事情，不單單只是漂亮就好，它還要具有實用性。

個案 A	文化脈絡\美感價值	14	14	不實用光是美也沒有用，完全沒有用，那也是從那台摩托車得到的靈感。比如說:它的開關，設計的顏色很漂亮，一看就知道這是開關，按的什麼燈的那些東西，用顏色來區別，所以，它很實用，用起來很方便，然後又很美，所以我情願多花這個錢。如果這東西很美，可是不實用，消費者在購買時可能還會考慮一下，所以說，這些體會就是從我生活經驗裡面慢慢地一直累積到現在
個案 A	文化脈絡\美感價值	14	14	我現在賣的水晶餃，你們注意看這一盒水晶餃裡面，一般市場一盒水晶餃裡面用的內容怎麼樣我不管我不提，光是設計那個盒子，可以讓消費者看到盒子裡面的內容物，然後上面再用三個，比如說有辣椒、蔥、香油給客人，因為光是賣水晶餃一種顏色單一色很醜，我給它擺三個顏色下去，視覺上就很美，讓消費者看了就會很想多看一眼，這多看一眼機會就來了，消費者就會想看這什麼東西怎麼擺這麼美，看起來好方便好實用，回去之後，只要水煮開了丟進去，滾了撈起，就可以吃了。
個案 A	文化脈絡\美感價值	19	19	產品文宣上提到這段故事，客家人從北方遷徙到南方，因為想念北方的水餃，南方沒有麥，只好用番薯粉做出水晶餃
個案 A	文化脈絡\美感價值	20	20	我們要自己另外作一個地方，自己來生產，重新包裝，把這水晶餃這個東西做好來，苗栗難得有樣東西是客家的東西，所以，我很認真地蓋「居鳩堂」來做這個水晶餃，賣這個水晶餃，設計這個水晶餃
個案 A	文化脈絡\美感價值	30	30	一開始會選擇做木雕的原因，第一是因為自己喜歡木雕，第二是因為我覺得可以賣給人家一個美美的東西，帶給人家幸福，那時候我就說我「販賣幸福」，我跟我客人說，我賣東西給你，你很幸福，你買東西回去，看你很高興耶。這就是為什麼，我很喜歡做這個行業的原因，我可以創作出很美的東西，讓人家擺在家裡，然後，我到他家看這個東西時，我也很開心
個案 A	文化脈絡\美感價值	77	77	不同家批貨，我再重新包裝，因為他們就沒有辦法有美的觀念，所以，我重新包裝。
個案 A	文化脈絡\美感價值	85	85	之前菜市場這樣賣沒人買，所以還是要去設計很多，剛剛講到實用，美還要實用，除了剛剛講的水晶餃之外，你看我們的米食，就是市場學裡所謂的方便，我們 100 元可以讓消費者吃到 5~6 樣東西，很實用又方便，又不用去切。比方說，去市場買 100 元一個發糕這麼大，但是，切來吃，要洗刀子、洗粘板很麻煩的，而我這邊同樣 100 元，但消費者可以吃到很多種類的東西，又不用洗刀子，很方便。
個案 A	文化脈絡\美感價值	91	91	我跟我爸爸說我要賣客家米食，他就拿個七、八仟塊給我，你不是要賣米食嗎，那就像市場那樣，買一個玻璃櫃，擺一擺就夠啦!我把錢還給我爸，我說不夠花啦!他問為什麼?我說需要一百萬，他嚇死了，賣那個東西，要花一百萬。所以，我就和他解釋說，賣這個米食，我從裝潢、招牌、色系全部都要換掉。

個案 A	文化脈絡\美感價值	119	119	我和我太太有一種堅持，因為我想做一個地方特色，地方特色做的好的話，不用開這麼多分店，畢竟像台灣資訊很發達，地方很小，開這麼多分店，未必有好處。如果是地方特色的話，今天遊客經過三義，沒來沒買，好像沒有到過三義一樣
個案 A	文化脈絡\美感價值	135	135	宅配生意下滑以後，我太太又開始想辦法了，因為宅配量萎縮以後，要保持業績不能掉，就要加強店裡面的一些產品的設計、廣告和行銷，就是要讓人家知道怎麼去三義買這些東西，所以說：「你來三義，沒有來買客家米食難以結束」就是這樣想出來的。
個案 A	文化脈絡\美感價值	149	149	我寧願慢，也不要推出去東西很糟糕，包括拍的照片，我也是都要挑過。他要拍兩天，我就陪他拍兩天，他說你可以不用陪，我說你拍的時候，我直接就可以挑，就是比較龜毛啦!
個案 A	文化脈絡\美感價值	159	159	我們客家人是美感很好的人，客家人設計的東西，像窗戶，拉出來就好簡潔，閩式的就要刻很多花、刻很多東西，但我們客家人就沒有，一般印象中老式的建築都是白牆紅瓦，就這些東西；石頭拿去用，也都是些很簡潔的東西，所以，以後我要做的庭園，也是我從小看到的東西
個案 A	文化脈絡\美感價值	159	160	我的庭園要有客家味道。
個案 A	文化脈絡\美感價值	175	175	我外祖父家那更不得了，一進去就是一個很大的庭園，以前人的院子很大，裡面種葡萄、種嘉德利亞蘭，在四、五十年以前種嘉德利亞蘭，那是品味非常高的。外祖父家有一個房間是我舅舅的休息室，我有很多個舅舅，他們的休息室有手風琴、風琴、吉他、曼陀鈴、有電唱機，就是放黑膠的那種，我媽媽回娘家時，他們就是彈曼陀鈴，我媽媽彈風琴，現在想起來那畫面好美、好爽喔!從小就這樣耳濡目染下來。
個案 A	文化脈絡\美感價值	175	175	我就喜歡種樹，花對我來講，我比較沒那麼喜歡，但我就喜歡種樹，又是一種耳濡目染，就是說美是一種慢慢累積的。
個案 A	文化脈絡\美感價值	177	177	美感與生俱來有，但是，還是要啟發，所以要累積。比方說:我現在賣東西給人家，不是說我賺到錢很高興，就是我剛剛說的「你很幸福」；我解釋給你聽以後，你買這東西回去看，原來這東西美感是這樣，然後，你也會教你小孩欣賞，那就是一種美的觀念了，美的累積了。
個案 A	文化脈絡\美感價值	191	191	東西很便宜，就沒辦法要求品質，因為品質花的錢是消費者完全看不到的。
個案 A	文化脈絡\美感價值	193	193	我的東西都還是一樣保持媽媽的味道，原味一點一點在做，我們東西的品質，還是十年如一日，不敢說很棒，但是很穩定，至少吃到我東西的人，會說這東西口味沒有變最重要，我還是一樣小鍋維持傳統
個案 A	文化脈絡\美感價值	207	207	我所謂加工不是刻而已還包括塗裝，對我來講，我只是借用他的場地，借用他的手而已，腦還是我的，你這個應該怎麼去處理，怎麼去磨，或是你這個不能碰到等等，所以我的東西，我的原味，三義的原味還保存

個案 B	文化脈絡\美感價值	2	2	我覺得那裏有森林又有湖，湖畔的感覺會覺得更浪漫。所以，我們在湖畔也有特別為客人提供用餐的服務。
個案 B	文化脈絡\美感價值	8	8	客家菜這麼好吃，可是怎就沒有帶有一點美感在裡面。我覺得傳統跟現代應該要有一點點連結，所以我就想說，如果可以在三義，做一個客家菜餐廳，那時候還沒有想到桐花村，就想要做一個客家菜餐廳，讓一個人、兩個人來吃，就可以吃到很多菜，因為一般客家餐廳就是很大盤，即使兩個人來想要吃多一點，也吃不完，一道炒青菜就這麼多，客家小炒也是這麼大盤，想要吃個滷肉，也是這麼大一個。因此，就想說，如果我們做比較現代感覺，然後呈現又有美感，一個人一個套餐，可以吃到三種以上的客家料理，把最好吃的客家料理都放到套餐裡面，一個主要的主菜，小菜部分可以吃到很多種，也可以吃到很多很好吃的薑絲大腸。
個案 B	文化脈絡\美感價值	10	10	在一個很好的環境
個案 B	文化脈絡\美感價值	10	10	就裡面整個空間的部分，我們就用了許多客家花布，還有就是燈罩的竹簍子，都是我小時候，我們在溪邊抓溪蝦的簍子。我拋出很多客家美感，還有客家文化，我們生活中常用到的一些東西，還有一個外面的燈罩是我小時候抱的涼枕，叫什麼美人枕。它是一個竹編當抱枕，夏天睡午覺的時候，就覺得很棒。想說用花布網在旁邊，圍繞起來它就變成一個燈罩了，所以在桐花村的外面就是燈罩，整個鑄鐵的招牌，門面那個地方用鑄鐵的部分，就是希望說它有一點點歷史的味道，其實客家文化在臺灣也有很長的一段時間了，所以我就想要用那個來傳達一點點的復古跟現代的感覺
個案 B	文化脈絡\美感價值	10	10	當然，三義那邊有木雕，所以我們有木雕長桌，大概是六人、七人可以坐的部分，就是希望說，我們到那個地方是一個客家的村莊，所以說我們的餐點，就要做客家料理，好吃的客家料理，但並不是很貴的那一種，雖然說我們整個裝潢下來，用一些木頭就很有質感，初期就很多人會覺得說，這家店應該很貴這樣子
個案 B	文化脈絡\美感價值	12	12	很重要是美感，是要怎樣去呈現出美感的東西，包括整個擺盤也是。
個案 B	文化脈絡\美感價值	28	28	我們常去找地方，有人找我們去看地，你到那裡去，就會覺得這裡美不美，這個好像沒有辦法說用評分的，那個感覺就是你心裡面的那個感受，你在那邊坐了一下，你會覺得好舒服，美的東西會讓你覺得很舒服，如果你覺得它不美，或是那個地方的感覺不好，你就待不久。
個案 B	文化脈絡\美感價值	28	28	來到這邊用個餐，也會覺得你吃到的客家料理就是吃到整個客家的文化。

個案 B	文化脈絡\美感價值	28	28	我們裡面的元素，弄得很自然，像我們在外面的許願樹，就是桐花樹，用幾條木板，就好像是樹，上面就是讓大家去貼，貼你的願望之後，漸漸變得很像是桐花樹了，因為用桐花的許願卡，這其實都是傳遞薰衣草森林當初剛種薰衣草的時候，有一棵許願樹，那我們就在那邊許願，後來那一年的夏天，就是春天剛夏天的時候都沒有下雨，所以那一年的薰衣草又長得特別好，所以我們就覺得許願樹會幫我們，所以我們就幫那裡取名為許願樹，然後就發許願卡給客人，很多客人是因為願望成真了，就再回來。從薰衣草森林傳遞到桐花村去，那桐花村我們也希望來的客人，能夠在我們這裡許願，讓他們夢想可以成真。
個案 B	文化脈絡\美感價值	38	38	那時候我們在經營薰衣草森林，慢慢地很多客人就跟我說，他們好想要來我們那裡住民宿，想要住在薰衣草森林裡，後來慢慢地我們就開始去國外考察，有緩慢的想法就開了「緩慢民宿」。後來又發現客人很喜歡來薰衣草森林辦薰衣草田的婚禮，每一年到了薰衣草節的時候，客人說他們要辦婚禮，要幫他們做薰衣草的婚禮，但是，我們沒有那麼大的空間，因為大部分都是一日遊的客人，所以要辦婚禮的話，應該要有一個很好的場地，所以後來又有人找我們，聊一聊之後，就想要來做一個莊園婚禮的概念，於是就創辦了「心之方庭」。
個案 B	文化脈絡\美感價值	40	40	我們就這樣想，想要幫很多的女生圓夢，讓她們能夠擁有像海外那樣的婚禮
個案 B	文化脈絡\美感價值	42	42	親親餐廳的規劃是只讓情人去的一家餐廳，親親我們翻成法文是 chin，它是乾杯的意思。那「心之芳庭」的法文就做 mocoour，就是我的心，法文的意思。那時候就想說，最浪漫的地方就是法國了，所以取名字要取法文。到法國的每個小鎮都會有人在賣巧克力，所以我們就有一家巧克力專門店，是跟台中一家知名「Chochoco 巧克力」合作，營造一個法國的浪漫氛圍的感覺。
個案 B	文化脈絡\美感價值	44	44	親親餐廳就是找米力來合作，米力是做插畫家，因為我們就希望說，希望這麼棒的插畫家的作品，能夠讓我們來的客人能夠看到，因為我很喜歡他的作品，希望當新人結婚之後，親親我的家就是我的家的概念，希望來這邊用餐，又會想說以後的家也想要這樣，所以裡面有沙發，有餐桌、浴室、還有房間等等，就是把它做成是一個家的概念。
個案 B	文化脈絡\美感價值	46	46	我們最喜歡去的就是日本，每次去就會去看看那邊的婚禮，他們是怎麼在做的，所以我們其實要在做這一塊的時候，我們已經看了很多年了，才慢慢地想到這一塊婚禮的部分，怎麼樣可以做出差異化，怎麼樣跟傳統的婚禮是不一樣的，可是也不是完全複製國外的，希望去國外看到的一些東西，跟自己想要的能夠結合，也希望說來這邊辦婚禮的新人，可以讓他很感動的，怎麼樣讓新人能夠拉長家人朋友給他的祝福，不是只有來吃頓飯就離開了。

個案 B	文化脈絡\美感價值	56	56	我們在做很多事情，其實都是因為我們自己有興趣，很喜歡，覺得很有價值，我們才去投入做這件事情，而不是覺得說那個有市場會賺錢，剛開始我們在做莊園婚禮的時候，也不知道有這個市場，可是這是我們覺得，我們很想做，而且這是很多人的夢想
個案 B	文化脈絡\美感價值	58	58	有很好的回憶，感動再感動，然後那個回憶是美好的回憶，那個回憶你會帶著，放在心上
個案 B	文化脈絡\美感價值	58	58	薰衣草森林有一個信箱，就是讓客人來這裡買了一張明信片之後，把今天的心情寫下來，想要跟朋友分享，或是想要寫給自己都可以，想寄出去的明信片就投到那個信箱。
個案 B	文化脈絡\美感價值	94	94	他們在這邊學習成長，去旅行，學習到很多東西，就會快樂啊！當內化了很多東西，服務客人，就會快樂，所以我們的理念就是「我們很快樂，也要你很快樂」
個案 B	文化脈絡\美感價值	102	102	香草主人的點子發想是，那時候就覺得很多人夢想要當民宿主人，所以我們很多客人想要住新社，因為房間不多，就四間，那想要用甚麼方式，讓有夢想的人來經營呢？後來我們品牌長、企劃長就說，如果一年讓他們來體驗一次應該就差不多，就是說你來體驗一年大概就知道民宿怎麼經營了，開民宿也是很多人的夢想
個案 B	文化脈絡\美感價值	108	108	第一個夢想的企業
個案 B	文化脈絡\美感價值	110	110	其實我們比較沒有去看台灣的企業怎麼樣做，而是自己心裡面想要做的是甚麼，我們從心裡面去想。
個案 B	文化脈絡\美感價值	110	110	因為是薰衣草森林，所以想讓客人從園區進來一開始就體驗淨身儀式，我們用薰衣草加水，加點精油，讓客人一進來就可以噴香香的
個案 B	文化脈絡\美感價值	110	110	為什麼要放小熊，就是覺得說看到小熊就會很快樂，我們的小熊是迎賓小熊，你一來就可以跟他拍照，所以就是那種概念，就是你來這邊會快樂
個案 B	文化脈絡\美感價值	110	110	桌巾要用甚麼顏色，薰衣草就是紫色，紫色配白色就會很漂亮
個案 B	文化脈絡\美感價值	112	112	很多事如果是從人的角度去出發的話，你做出來的東西是會感動人的
個案 B	文化脈絡\美感價值	114	114	燃燒薰衣草節，那是每年的節慶我們做出不一樣的活動，每個活動都是跟著我們的價值主觀，就是經營理念在走的，我們希望來的客人，透過我們的服務，參與我們的活動，然後透過體驗，在心裡面有一些發酵，一些感動，有很好的回憶，下次還會再來。
個案 B	文化脈絡\美感價值	114	114	比如一按薰衣草的味道出來了，你就整個人是放鬆的，然後你就會來到這邊，森林裡面又很舒服
個案 B	文化脈絡\美感價值	116	116	我希望說放慢速度你的靈魂才跟得上。那也是我在森林裡面隨便寫下來的一句話，變成招牌，沿路的招牌，鼓勵大家，轉個彎就發現幸福，請不要放棄。

個案 B	文化脈絡\美感價值	126	126	薰衣草志工日的概念是，因為大家都覺得我們當農夫很幸福，他們也要體驗如何來種薰衣草，我們有二十五個名額是開放給預約的，就是來預約之後，就跟我們一起種薰衣草，我們會送志工一件 T 恤，提供午餐便當，為什麼要吃便當，因為在種薰衣草的農夫，中午一定是吃便當的，我們會有一塊薰衣草田留下來，讓這些志工來開墾，先整土，整理完之後，就挖個洞，把薰衣草種下去，然後再把它蓋起來，這樣子一個人大概也種了十幾、二十顆，還滿辛苦的，而這些志工們種薰衣草的所得，我們把它捐給當地的學校，叫做薰衣草志工日。這是暑假才有的活動，你是一個志工，發心來這邊體驗薰衣草的，那我們給你衣服，也不用你付錢，請你吃便當，也不用你付錢，而你這一兩個小時的體驗所得，我們幫你捐給學校。
個案 B	文化脈絡\美感價值	128	128	我們透過很多的活動來傳達我們想要幫助很多人。
個案 B	文化脈絡\美感價值	130	130	讓他們在這邊可以體驗，很多人為什麼喜歡來，喜歡來也很想種，很想跟我們一樣，當初為什麼想要種薰衣草，他們也想要來種，晚上我們有螢火蟲，我們是幫助家扶中心的小朋友，他們能夠免費來看螢火蟲，他們也能夠感受那種浪漫的感覺，希望這種美好的東西，在他們那種比較弱勢小朋友的心裡也是一個光，這是我們想要做的事情。
個案 B	文化脈絡\美感價值	134	134	幫助和分享，讓客人來這邊可以體驗，這裡的感覺是自然的，可以讓你忘掉煩惱的地方，我們想要經營的是這個。
個案 C	文化脈絡\美感價值	3	3	沒有獎牌也沒有獎盃，但是我們幫你規劃竹山晚上一個最美的路線
個案 C	文化脈絡\美感價值	49	49	有一點社會企業的理念，就是企業採購當地的東西越來越多時，那也跟當地的連結越來越多，那當企業的觀念有點轉換的時候，就會變成是說，不是因為成本最低而去採購，而是說去創造當地一些更好的幸福感
個案 C	文化脈絡\美感價值	75	75	路跑活動跟大家收一點點錢，但是，卻讓大家覺得說你的回饋是在離開之後，因為就像是付完錢了，但對當地來說，卻是剛要做這些好事的開始，我就是說用這些來吸引大家的注意力。
個案 C	文化脈絡\美感價值	81	81	每一次活動的結束，都是下一次美好的開始。
個案 C	文化脈絡\美感價值	209	209	那下午的一點之後，我們規劃出竹山 80 有個我覺得在竹山生活應該要去的地方，竹山有琉璃石、篆刻、書法這些公益家的家，還有竹博物館、天空的院子等等，我們會幫他規畫好，下午的時候是要有系統的去生活，不能自己去亂玩，那這些點，是我們覺得來竹山生活應該要去的點，然後，勾選出想要去的地方，我們公司會幫他跟這些公家約好時間，他下午的時候，就去那些地方，而這邊下午就不開放，就是你真正的工作只有 1/3，另外的 2/3 就是在竹山生活，下午就是去認識這些生活場域，晚上我們就會帶他去廟口路跑，你會哇!怎麼那麼多人在竹山喔!親眼看見，就會去相信這些事情，因為你親眼去看到啊!他說你們這些是怎麼弄啊!看到那麼多人在廟口，有人說這個有點像在艋舺。

個案 C	文化脈絡\美感價值	219	219	公司的主要收入在山上，我們現在山上有民宿，還有餐廳，把工廠改成餐廳，還有山上的旅遊行程，那現在這個學堂已經做到這邊，學堂有文創講座，也是有在收費，所以我們吃、住、玩這些服務都有，我們去年一年有九萬多個遊客付費到我們山上做體驗。
個案 C	文化脈絡\美感價值	258	258	我覺得文創是要可以解決當地的問題，要不然它流於設計的形式啦！
個案 C	文化脈絡\美感價值	260	260	我們還會讓你看看一些在台灣很創新的能量，產生出來的特別的產品有很深的意義，不是只有純粹的產品，可以把我們的觀光客屬性拉得更高，讓人們可以進到沒落的鄉鎮裡面，可以去看到努力的方向，可能從歐洲來的客人，覺得你這個想法很好，我也一起來幫你解決你這邊的問題，那資源可能已經不是從客人進來消費，而是還讓這個場域找到一些國際的資源、未來的協助，因而台灣傳統的觀光反而轉進把社會創新變國際化了，然後變成國際接軌的可能的教材或案例，然後讓國際從學習的角度，進入到台灣鄉鎮，這就是我指的可能這些觀光客都會變成社會學家啊！
個案 C	文化脈絡\美感價值	587	587	幸福腳步便當，讓遊客帶回家，然後外面還有一個劉奶奶的一花布，客家牡丹花的圖樣。
個案 D	文化脈絡\美感價值	114	114	因為當時休耕政策，所以田都沒有耕作，雜草叢生，我爸就讓我開發，實踐我的夢想，我每天都在想我這個房子我要怎麼蓋，我自己畫圖我要蓋怎麼樣的房子。
個案 D	文化脈絡\美感價值	120	120	我有一位小學的同學，小我一屆，他說歡迎我回來，就送了我一卡車的木頭，因為他做的是伐木業，原住民，他就送我一卡車的木材，那個木材就是當地的，全部都很大隻，大概有六七年樹齡的尺寸，他送給我的時候，我們隔壁有一個原住民就跟我說，那個樹是我們小時候種的，他小時候種的樹，六十年後我用得到他小時後種的樹，我覺得那個關係、那個感覺是非常棒的
個案 D	文化脈絡\美感價值	156	156	我用園藝打造綠色山莊，同樣的我也用園藝打造山芙蓉
個案 D	文化脈絡\美感價值	168	168	我當時回來的時候，一天到晚就是愛種花，我把這棟房子蓋好之後就種了很多的花，我爸就說了一句話「你真得很沒有志氣，一天到晚不是種花，就是種菜」我爸就這樣跟我講。一直到山芙蓉披露之後，很多人潮來了之後，我爸終於體悟為什麼我拈花惹草，這些人潮不是因為咖啡而來的，是因為環境而來的
個案 D	文化脈絡\美感價值	168	168	我爸爸同時也受了我影響，我爸就在隔壁的水池，以前是田，我爸就開始打造旁邊的水池，水池上面有很多的泥，我爸就在上面種了很多的花
個案 D	文化脈絡\美感價值	201	201	這就是我擅長的手法，把器皿跟植物做搭配，所以為什麼當時媒體很多報導，就是我把廢棄的東西跟園藝做結合，像我水缸，都是破的水缸。

個案 D	文化脈絡\美感價值	225	225	以現在的來客量，以投資報酬率來說，這個是不划算的，不經濟的，但是為什麼我還是堅持下去，我有我的想法。我覺得我現在在做的不單單只是說，開放提供給人家喝咖啡，我覺得是一種美的教育。
個案 D	文化脈絡\美感價值	242	242	有一個記者要來採訪，就在門口問我爸爸賣咖啡的在哪裡，因為當時還沒有名字，就問我爸爸賣咖啡的在哪裡，我爸就把他帶到綠色山莊，因為綠色山莊那邊也有一個咖啡吧，那個記者就說不是這裡，味道不對。然後我爸就問說「你要找的咖啡館是種很多花的嗎？」記者就說「對對對」，我爸就說「那是我女兒，可是我女兒的比較貴，這邊比較便宜」我爸爸就把那個記者帶過來。
個案 D	文化脈絡\美感價值	242	242	那時候人潮很多，客人人來人往，我爸爸帶了一個斗笠，自備馬克杯就走了進來，說：「你專門賣咖啡，那個咖啡多好多喝，這麼多人來喝」我就趕快弄了一杯咖啡給我爸喝，我爸喝了一口說：「甜甜，我拿給你媽喝」就走出去，我爸也在想，其實咖啡也不是多好多喝，但是可以讓這麼多人來，我爸終於理解了，這些人來是因為環境的原因
個案 D	文化脈絡\美感價值	242	242	我爸就開始受到我的影響，就開始種花，所以其實是互相在影響的。
個案 D	文化脈絡\美感價值	264	264	曾經有一位瑞士人來到這個地方，跟我講，他說你這個地方比瑞士還要更瑞士
個案 D	文化脈絡\美感價值	276	276	我覺得園藝可以直接給人家感受，馬上就是可以感受到的
個案 D	文化脈絡\美感價值	278	278	我覺得因為我從小在山林之間長大，我跟大自然的感覺會比較緊密一點，跟大環境跟植物會比較緊密一點。陶也是美跟生活的一部分，我這邊也會用很多陶來裝，但是我比較擅長的還是植物。植物因為是有生命的，我這麼說好了，它是有生命的、它是有變化的，這是我比較愛的，很多人說你也可以用假花，如果一種花它是一整年都開的，它也不夠精彩，最棒的就是說，這整個大環境的美是因為有變化，要體悟到這一點，因為有變化。
個案 D	文化脈絡\美感價值	278	278	「一年四季有變化」這句話，對我來說，也是很大的啟示，如果沒有變化很多就不會去注意到它，也因為它有變化所以才顯現它的美。所以，如果油桐花一年四季都開花，就沒有人會去在意它，美就是美在它只有在那個季節，一個多月的綻放時間，油桐花很棒，就是一年四季都有它精彩的地方，它其實落葉也很漂亮，它春天的時候葉子長出來，新綠很美，秋季顏色轉變凋謝的時候，它轉變成黃色的時候也很美，所以，油桐花一年四季都有它的可看性。
個案 D	文化脈絡\美感價值	280	280	我喜歡的是變化的，可以讓我隨心所欲，我可以結合它們，然後創造美的具象，有趣的就是我可以把不同的植物，把它配置在一起、組合在一起，就像是這樣的一個感覺，就像那個盆栽的感覺，現在是最沒有花的季節，這個是我覺得有趣的地方。

個案 D	文化脈絡\美感價值	303	303	這中間的癥結點在哪裡，其實就是價值，價值會牽動支柱，我自己這樣一路走過來，我很清楚我的價值在哪裡，也因為我的價值不變，我才會堅持，一定是有一個價值在牽動著你
個案 D	文化脈絡\美感價值	317	317	美的東西很難去複製，美的東西是要從人先教育
個案 D	文化脈絡\美感價值	394	394	我的美學應該是說，在我看的過程當中，我吸收了，有些人是看了沒有吸收，我不管是書籍也好，或是藉由出國的機會，看到就在我的腦子裡面，我不會馬上就把它忘掉，看了之後會在我的腦子裡面從新思考，我有沒有可能用這樣的模式來做，或者說有沒有可能在我的環境裡面，學習他這樣子的作法。我自認我的美學是來自我自己去看，自己吸收，對於環境、植物、山林的那個，是我認為我從小在這個環境裡面所得到的。
個案 E	文化脈絡\美感價值	21	21	我是希望用國際的思維來做 The one，它其實是要把台灣的美學經濟提升，我其實想要做的是這樣事情
個案 E	文化脈絡\美感價值	21	21	The one 會被很多中產階級以上的人接受，因為它對生活有美好的想望
個案 E	文化脈絡\美感價值	21	21	從一個杯子、盤子設計到結合像這一個咖啡屋，到接下來去做南園變成一個飯店，然後我覺得行銷活動不是一天到晚在放煙火的，我要帶著我的客人親自去看世界，我們去年又成立了旅行社，很快就爆紅
個案 E	文化脈絡\美感價值	31	31	我是用一個國際化的思維，去嘗試著做一個品牌，但是我充分的用文化力、設計力，來放在我各個系統裡面，所以會讓覺得我們的確做得比人家精緻。
個案 E	文化脈絡\美感價值	39	39	我們其實做的是應用系統，把它應用在實際上，老百姓的生活
個案 E	文化脈絡\美感價值	45	45	從在地裡面，找出感動的東西來做菜，不一定一定要飛機運進來的名貴食材
個案 E	文化脈絡\美感價值	60	60	我們是這七年來練了很多兵之後，所以這時候我們去提煉東方美人，我們就有很多圖像，東方美人茶可能適合跟我們吃飯的餐瓷，或是我們喝茶的器皿結合在一起，它就不是像我們台灣把茶葉賤價、廉價的賣，它賣的是一個生活態度，這個就很容易鼓舞人家去消費體驗的時候，把它帶走，就不會像是去北埔或是峨眉，人家賣茶的就是一斤多少這樣，它演繹的方式不一樣。
個案 E	文化脈絡\美感價值	62	62	我的這個杯子一年為什麼可以賣四、五萬個，因為它就是客家人硬頭精神，你怎麼搖都不會倒，對客人來講那就是一種文化的故事，對實用者來講，這是一個很特別的杯子。
個案 E	文化脈絡\美感價值	62	62	我很在乎文化裏面抓出東西出來，然後變成我們場域的精神、或是產品設計的主軸，因為那個只有我們有
個案 E	文化脈絡\美感價值	62	62	所以人家會講說，到南園住，每一季都會有很特別的板條，人家是因為你這個主軸回過來談的，那就是變得說它的力量就越來越強大

個案 E	文化脈絡\美感價值	62	62	The one 的東西都是原創的，既可以使用體驗行銷，又可以賣出去做產品銷售，所以人家想要抄襲我們不是那麼容易的，很重要的，很多人會把他的設計拿到我的 The one 來
個案 E	文化脈絡\美感價值	64	64	南園只有二十間房間，很貴，每一間都是上萬的房價，但是還是賣得動
個案 E	文化脈絡\美感價值	66	66	上我們網站之後，選擇想要住哪一間，茶杯可以選要誰的設計作品，比如說:用我們客家人陳 OO 老師的陶，房間裡茶、點心都是用我們陳 OO 老師的陶藝裝盛。他用過之後的感覺，以及他選了也參與了飯店房間的設計，當他一進到我們工藝館，絕對有感動，買物的機率絕對比較高。
個案 E	文化脈絡\美感價值	68	68	等於是讓客人參與，房間進來之後會是怎樣的東西，我們會去做服裝，我們客家人的服裝，怎樣的長袍馬褂做成休閒服
個案 E	文化脈絡\美感價值	74	74	他們三年之後十一加一的人力資源策略，十一個月在南園，一樣做導覽服務客人；另外那個加一的一個月是帶客人出團，配合我三年之後旅行社，我要走國內的精緻文創旅行，因為他已經有合格領隊執照。
個案 E	文化脈絡\美感價值	88	88	那時候就是希望把我們的產品跟這些餐飲，因為日常餐飲還是很重要，就結合在一起，所以其實這是體驗行銷，那客人用完餐之後，通常都會問你怎麼會有這些東西，他就會在樓下買，或是他下次送禮的時候，他就會在樓下挑東西。
個案 E	文化脈絡\美感價值	108	108	南園是君子美人的歌心之境
個案 E	文化脈絡\美感價值	138	138	我一直主張台灣要往品牌的事業走，要走創意生活產業，因為我們要販賣的其實是我們整個的生活態度，跟主張。
個案 E	文化脈絡\美感價值	138	138	我覺得台灣競爭力的產業，剛剛好跟以前講的市場佔有率不一樣，現在以及未來的產業講的應該是心靈佔有率，你先佔了客人多少的心靈佔有率，你的品牌自然就會起來，你自然就會被銷售、被接收。以前不是，以前講的規模經濟是土地、廠房、設備，我們投資多少到一個點的時候，自然就會過關，那個是你要創造多少市場佔有率。
個案 E	文化脈絡\美感價值	138	138	我覺得下一代的經濟，尤其是台灣的核心競爭力是在市場佔有率，所以我剛講到舊山線的火車，我絕對不會就只是賣門票，不會在火車票上面玩那平安、安康的遊戲，不會。我每個車廂裡面可以有客家文化元素，我的服務提上去，像小二，是我們客家的謝籃，然後一個個的懷石便當放進去，打開來是客家菜脯、豆腐乳，然後在火車上吃，放的是客家的音樂。可是我不會把車廂弄得都是花布，我不會把那麼重的意象放進來。我的茶不會是用端的，是在角落裡面，我們客家人奉茶的精神，我的杯子是有客家圖像，我要讓我的客人自己選杯、自己倒水喝。
個案 E	文化脈絡\美感價值	140	140	就是把這些東西放在商業模式裡，那這些東西是心靈佔有率，我覺得這才是推展客家文化，或者是賣商業文化很重要的東西，因為你賣的是一種生活主張，一種態度

個案 E	文化脈絡\美感價值	171	171	因為 The one 在做文創，我們常常在設計上面跟人家做合作，或者是品牌觀念上跟人家合作，甚至有的時候是進貨、進料，那有些菜是很特別的，像我們的豆腐是幸福百年店，他不出貨，我們就跟他拼到底，每天五點就兩個人站在那邊表示誠意，我就是客家人精神啊~他就會發現，你們南園以前和現在不一樣，他也來看，真的是玩真的，現在變成我們的供貨商
個案 F	文化脈絡\美感價值	46	46	做了陶瓷覺得還滿有趣的，因為可以做成實用的東西
個案 F	文化脈絡\美感價值	96	96	所謂的經典一定是會跟現代人對話
個案 F	文化脈絡\美感價值	122	122	創作這種東西，其實到了一個狀態它會變很虛無，它需要一點有一點理論、有一點書籍的養分，讓他知道原來可以朝這個方向去走。所以說，文學、史學、哲學，文史哲不分家，其實它本身就是跟繪畫是分不開的。
個案 F	文化脈絡\美感價值	124	124	我一直是滿想把所謂藝術這種東西能夠不用那麼高深的呈現，因為如果是講創作，它是屬於個人的一種語彙，個人的語言，然後把它轉換成商品的話，它成為公共的語言，就是做一個東西，大家看得懂，直接被理解；如果說，你做了一個別人看不懂的東西，那就是個人的語彙，需要別人來進入到你的創作脈絡裡面才看得懂
個案 F	文化脈絡\美感價值	130	130	我希望創作是一種帶有可被理解的語彙，不是純然是不被理解的喃喃自語
個案 F	文化脈絡\美感價值	208	208	為什麼他們精神那麼飽滿，就這兩個層面，第一個就是文化論述已經架構起來了，那個架構很清楚，他就是要賣蔣渭水，蔣渭水以前做過的事情，用另一種形式再做；第二個就是常常會有名人來加持，很多文化界的、藝人會過去。所以覺得：「好像來這個地方還不錯，可以認識很多人
個案 F	文化脈絡\美感價值	323	323	後來是不斷不斷的在獎項方面受到肯定，然後在市場接受度上，大家覺得台客藍設計的東西還不錯，有小小口碑，所以我們就繼續往這個方向走
個案 F	文化脈絡\美感價值	412	412	所謂客家設計，當初一開始我們比較關鍵的是，什麼是客家?從它的造型、房子、建築、服飾，其實都是很樸實，很簡單，然後也沒有過分的裝飾。其實這剛好呼應到整個這個時代的生活需求，不要太過於繁複，就簡單。我們就是取其簡單的造型、簡單的顏色，讓東西更明顯被知道你的意圖、你的用途、你的想法。所以，簡單的造型杯，一個木把，就覺得整個活了起來，就會有溫度，就不會那麼呆板

個案 F	文化脈絡\美感價值	416	416	比較接近於人類生活發展關係較密切的三種材質，一個是陶瓷，陶瓷跟吃的比較有相關；第二個是木器，第三個是織染。陶瓷是我們所學的本能所開始出發，但能不能跨到木器跟織染，其實我一直滿有興趣的。因為喜歡陶瓷的人都會喜歡木頭、喜歡木頭的人也會喜歡織染，我對木頭的喜歡，是跟找複合材質的結合是相同的道理。那織染這一塊，我個人也是覺得植物染這個東西本來就是老祖宗的生活智慧，不耗能，而且不會汙染土地的一種織染方式。所以，如果有機會的話，發展這一塊是很重要的
個案 F	文化脈絡\美感價值	433	433	在內部討論歸納出一個很重要的東西，在專業上的品質是擺第一的，不管做農、做食品...品質怎麼保持，是最重要的。第二個就是產品要有品味
個案 F	文化脈絡\美感價值	433	433	產品給人家的感覺上要有品味。品味是什麼?品味就是不能講得太白，不能講得什麼都沒講，講太白就好像客家花布、到處都是，就會覺得講太白了，太大喇喇了，就是生活層次上的品味這種東西，不能講太多，也不能沒有講，要講的讓人家知道一點點、看得懂一點點，就覺得它很優雅，就需要一些設計
個案 G	文化脈絡\美感價值	28	28	我發現其實這每一個點，如果不能串在一起的話，是不會有一杯好茶，要大家都串在一起，那「京」就是中文裡面很大的量詞單位，幾億幾兆幾京，我看到的茶道是茶樹種植，然後採收是不是茶青再製作，茶葉經過再沖泡，這過程其實要所有的環節都很完美的組合，才會有一杯好茶，所以這是「京」的由來；那「盛」就是茂盛器皿的意思，意思就是說，我們從一個顛覆台灣茶的印象的一個容器開始，就是說我們希望打造一個符合現代人生活習慣，美學的一個平民文化，所以這是「盛」；那「宇」就是說，過往的我看書啊~或者是別人跟我講的茶道都太強調人了，可是茶葉其實是農產品，天氣如果不好，再厲害的師傅都沒辦法做出好茶，「宇」就是上下思考的空間，意思就是說，當我們喝到這杯好茶的時候，要感念它跟土地的契合。
個案 G	文化脈絡\美感價值	50	50	就覺得說有一個好像滿現代的茶
個案 G	文化脈絡\美感價值	54	54	台灣滿多文創做出來只是一個造型，沒有思考到消費者的使用經驗或整個購買的流程，所以我們會看到很多文創的工作室設計的一款包裝或是器具，然後大量生產，就銷售到各個通路，那售到各個通路的時候，也不知道賣的人是誰，可能很好的東西，但是有一個不是對它很了解的人在賣的時候，它的價值就無法被很好的凸顯出來，這是臺灣文創產業的一個很大的問題。
個案 G	文化脈絡\美感價值	63	63	就是設計的東西，我必須要說的是只有停留在造型，它的創新只有造型，我們可以去思考一下，比如說:星巴克咖啡，你說咖啡真的很好喝嗎?可是為什麼這麼多人想要去，因為它營造的是一種整合的氣氛和氛圍，這才是重點

個案 G	文化脈絡\美感價值	63	63	京盛宇在做的事情就是說，我們要怎麼把茶的主題，環環相扣在每一個消費者的五感之中，比如說：一個開放式的吧台，用紫砂壺這樣泡，它是一個視覺，茶香是聞的到的，那是個嗅覺，內用的客人，還有茶葉薰香的體驗
個案 G	文化脈絡\美感價值	70	70	我覺得本來就是一個消費者的經驗
個案 G	文化脈絡\美感價值	70	70	整個消費者的經驗，而不是說先有個概念，然後就設計一個商品，商品設計出來後才想怎麼包裝它，這剛好是顛倒了，那因為大家的創意是，可能只是他自己的經驗，覺得杯子夠美啊~茶壺夠漂亮啊~夠現代啊~就改造一下線條，那就停留在造型，可是我認為一個很好的設計，設計的思考而不是造型，應該是從市場上到底需要的是什麼開始，就是從觀察消費者開始，比如說，我們雖然說誤打誤撞，台灣沒有精緻的無糖茶飲，台灣有無糖茶飲，但大家覺得一般的無糖茶飲不好喝
個案 G	文化脈絡\美感價值	74	74	應該是要先觀察之後，設計這個東西，這產品出來之後，然後一步一步，讓客人知道怎麼取得它，客人來到之後，要怎麼留住他，那其實這個過程中，客人買完了回家了，其實這整個過程都要把它思考進去，這每個接觸點都應該是要把它思考進去的，然後把我想要的美好的點子，或者是美感，商品的價值都在每一個接觸點去凸顯它，但是台灣的文創產業大部分的思考點就在第一個階段就結束，沒有思考到後面的東西，比如說：有些很好的工作室，他設計了很多很好的產品沒有錯，可是它壽命很短，它可能一開始賣得很好，但是消費者不是傻子啊~就是說，一開始覺得很好，買回去，可是之後就覺得還好，沒有辦法感受到更多的價值或是經驗，只是覺得好看而已
個案 G	文化脈絡\美感價值	76	76	其實很多文創的品牌，找我們賣他們的茶具，我們都沒有賣，我們只有賣一個，只有我覺得是真的很好喝的，所以我有賣
個案 G	文化脈絡\美感價值	78	78	原來的紙杯，或者是那種塑膠杯都沒辦法凸顯出它那種精緻的價值，所以我一定要找一個很棒的、很漂亮的容器，所以，坦白說，我參考了國內外很多的礦泉水的容器，最後選了一個跟我的品牌比較接近的來參考
個案 G	文化脈絡\美感價值	87	87	在一些比較高級的超市會有，一瓶水兩百，它有玻璃的跟寶特瓶的，那我就覺得這個造型很適合，我就買了好幾瓶回去泡個茶裝進去，發現，喔！好美喔！所以就決定茶的瓶子是這樣子，我們自己開模來做
個案 G	文化脈絡\美感價值	89	89	從這個點開始，就是發現，它好美
個案 G	文化脈絡\美感價值	97	97	說真的，漂亮沒有用
個案 G	文化脈絡\美感價值	97	97	漂亮太空談了，所以我們在這個過程中，去思考要怎麼樣讓年輕人，在短時間內找到他喜歡的口味，然後喝茶的感覺，傳統的茶道又講得太玄妙了，誰聽得懂啊~所以我們才發展出香水的概念，前中後味，因為大家不喝茶，可能會噴香水，香水就有前中後味

個案 G	文化脈絡\美感價值	156	156	京盛宇所有的就環繞了兩個字就是「風味」，我所有跟客人說的都是跟味道有關係的
個案 G	文化脈絡\美感價值	159	160	我常跟別人說全世界最好的茶是台灣茶，為什麼？就是說英國茶它很多是調味的，當然它調味也是有一定的難度，它調了各式各樣的味道進去，但是如果茶自然就會有各式各樣味道時候，你何必需要調味呢？就是魚很新鮮你不會去紅燒，魚很新鮮你會清蒸或生魚片，我想說的就是這件事
個案 G	文化脈絡\美感價值	169	169	茶就是生活的飲品，每天要喝的東西，怎麼會難？可是當一些文化人士去論述的時候變成美學啊~有歷史啊~然後服裝又講究啊~器具又要用多棒的才能泡的時候，這就跟現代脫節
個案 G	文化脈絡\美感價值	171	171	所以喝茶並不難是文化人把它講的很難，所以好不好喝要自己說，不要別人告訴你
個案 G	文化脈絡\美感價值	171	171	和表哥表姐去傳統茶行，那傳統茶行會有其他客人在品嚐茶，我就試喝茶，他們會覺得你不懂，但真的是這茶不怎樣。但老闆會把這茶說得多好多好，在盛產茶的茶區，如：阿里山，你只是產地很好，但根本沒做好茶，或是泡的時候沒泡好，或是很高級的茶區，但今年氣候不好，有太多的變因了，但大家在喝茶，不是在喝它的味道，而是喝它的哪個師傅泡的就一定好，哪個茶區的就一定好，這都錯誤的觀念。還有先入為主的觀念，認為這茶一定很貴，它一定是好茶
個案 G	文化脈絡\美感價值	183	183	我的茶很親切沒有距離
個案 G	文化脈絡\美感價值	183	183	京盛宇有太多的內涵是由專櫃人員去傳達的，而不是某個坐辦公室的人員，某種程度上，我真的真心的認為他們比我更重要，因為他們是直接面對客戶的，我想要講的這些消費者經驗，他們如果做得不好，其實都沒有意義，就只是在賣這杯茶而已
個案 G	文化脈絡\美感價值	183	183	我們現在在做的事情是整個消費者的經驗，所以茶泡的是一百分，但你在泡的時候，跟旁邊的人聊天、打屁，那這杯茶就是廢了，就沒意義了
個案 G	文化脈絡\美感價值	198	198	風土、工藝、傳承
個案 G	文化脈絡\美感價值	208	208	就是一個路徑的思考，你有一個創意，要馬上想到說，要怎麼賣，要說什麼樣的故事，然後消費者接收到了，或者是看到了，體驗了，消費者會有什麼樣的感覺，那你可能要再做一點更貼心的東西，讓他能夠再回味，但是消費者可能會抱怨會客訴，這些客訴的問題，都是一開始在規劃的時候，全部都想要進去
個案 G	文化脈絡\美感價值	210	210	回歸到產品的核心價值，茶是很單純的，茶是很親切的，茶是可以讓很多人有相聚的機會的，茶是個媒介，那我就會思考到很多
個案 G	文化脈絡\美感價值	210	210	在思考整個路徑的時候，要回歸商品的核心價值、本質，去做每一件事情那就OK了
個案 G	文化脈絡\美感價值	230	230	不太不適合加盟，因為味道會有差，要維持它的品質，難度是非常高的

個案 G	文化脈絡\美感價值	237	237	茶的本質就是適合寧靜和放鬆，我也覺得這也是現代人生活需要的一個空間，你不見得一定要坐在這裡慢慢喝，你可以買著走路的時候，或者跟朋友出去的時候喝，因為它也是一個自然的飲品，喝起來其實也是很好喝的，反而比那些加奶的，喝起來更沒有負擔
個案 G	文化脈絡\美感價值	253	253	剛剛講的這麼多故事，如果品質不好都是空談，所以一切要回歸到品質好，其實市場上有些茶品牌比我們做的都好，但，他們對於茶的專業就沒辦法再繼續了
個案 G	文化脈絡\美感價值	257	257	我想要的是京盛宇的好茶
個案 H	文化脈絡\美感價值	37	37	一般茶館就是茶館，我們比較像是生活空間
個案 H	文化脈絡\美感價值	39	39	就是有陶、衣服，食、衣、住、行，生活大概就在這個地方，把現代和古典結合的還不錯的一個地方
個案 H	文化脈絡\美感價值	45	45	包括連茶葉的包裝，裡面的小慢二字也是我寫的，我們做了很多手作的東西，因為手感的東西跟大量製造、印刷的，是完全不一樣，也有很多人複製我們的東西，像是日曆，寫一張然後去複製，沒有人會像我一樣很認真一張一張自己去寫，常常會被人家笑，為什麼要做這麼沒有經濟效益的東西，浪費多少人力和時間，可是我說那個就是我的堅持，我要用手創跟手作的東西去感動別人。包括我開幕的邀請卡，寫了一段詩和開幕的時間，我們在做什麼，每一張我都是用宣紙手寫，寫了五百張，所以每個客人接到我的手帖，都開心到不行、感動到不行，這是沒辦法傳遞的
個案 H	文化脈絡\美感價值	51	51	比方創造更多的感動力，讓大家更想來，就是來消費
個案 H	文化脈絡\美感價值	97	97	家的空間真的就是要很舒服，要用很多自然的材質，讓人放鬆的空間氛圍，包括材質，像是牆就用石灰牆，加上稻草、稻殼，像是早期，一進來就有氣溫調節的功用
個案 H	文化脈絡\美感價值	101	101	都是自然的東西，不上油漆，所以早上我們進來就很舒服，而且有香味，就是因為這些自然的材質，我也沒有做任何的夾層。
個案 H	文化脈絡\美感價值	105	105	小時候留下來的，媽媽留下來的大理石，花蓮的
個案 H	文化脈絡\美感價值	113	113	美學是不能複製和量化的，才可以維持它的品質跟水準
個案 H	文化脈絡\美感價值	168	168	做這會帶來很多的利益，不可能，因為你做怎麼多東西，不可能帶給你什麼經濟效益，只是賺到生活、賺到品質
個案 H	文化脈絡\美感價值	182	182	我的特色應該是跟禪比較接近，不急不緩，有一種放鬆，有一種慢活的感覺，常常會有客人說，不愧是“小慢”，因為我們的菜是當場做、茶是當場泡，所以一定要等，慢活的空間
個案 H	文化脈絡\美感價值	210	210	要想菜單，餐飲的搭配、特色、陶怎麼搭，這都是一門學問
個案 H	文化脈絡\美感價值	220	220	喜歡美吧~從喜歡美的東西開始，為出發，因緣際會有這麼多的東西
個案 H	文化脈絡\美感價值	252	252	我希望能夠做到和靜清寂的境界，這不是那麼容易，看似簡單的一枝花，好像很容易，其實是不容易的

個案 H	文化脈絡\美感價值	257	257	茶道的精神就是這樣，當天把庭院最漂亮的花採下來，簡單、樸拙的，而不是插的一堆，或是像花市一樣，盛開的，很艷麗的花，不是
個案 H	文化脈絡\美感價值	265	265	(這是一個很生活禪的空間，但是背景音樂又是比較西方的音樂)這就是對比跟層次，生活不能都是這樣平的，像是器皿有高低，食物也有口感的不同
個案 H	文化脈絡\美感價值	271	271	每天都在調，一進來看到名片擺放的位置對不對，什麼東西擺在哪裡對不對，有沒有灰塵，有沒有手印，這些細節我們都很注重，我甚至都是趴在地上擦地板，我都教我的員工，淨身跟環境一定要做到這個地步
個案 H	文化脈絡\美感價值	279	279	後來也是依照我自己的想法，像我也不一定是泡功夫茶，也有晚茶泡、也有蓋杯泡，也也各種不同的方式，像現在也有下午茶，是用陶藝家的陶藝去呈現不一樣的陶，有時候引用的也不一定是茶，有時候用很好的紫蘇去加氣泡礦泉水，加一點檸檬，就是天然的東西。所以說，生活好不好玩，很好玩啊~不是一層不變的
個案 I	文化脈絡\美感價值	19	19	我們家的網頁跟別人比較不一樣，是在製造一種意境
個案 I	文化脈絡\美感價值	91	91	我們家的衣服穿出去，回客率不能跟說百分之百，但是最少都有八十到六十
個案 J	文化脈絡\美感價值	7	7	以前的人是要物質上的滿足，可是現在物質太充裕，現在講求的是心靈，那什麼會讓心靈得到滿足，一定是有很厚的文化蘊底才有辦法讓得到滿足，膚淺的東西可能只是一個流行
個案 J	文化脈絡\美感價值	17	17	我們就看人家辦櫻花季慶典怎麼辦，那個也是結合一種觀光，在台灣再來沒有製造業要推什麼，一定是推觀光服務這一類，那時候才2000年，可是我們公司就在面對轉型
個案 J	文化脈絡\美感價值	17	17	觀光路線是一條路，再來走服務業也是一條路，走紡織這一塊的話，我們是內行的
個案 J	文化脈絡\美感價值	19	19	我就想說為了一個活動，這樣不值得，我就想我要把這個東西變成是代表客家，而且是日常生活上用得到的東西，是在市場上普遍可以流通的東西，變成是常態性的東西，我不要它只是節慶而已，因為這樣的話它才可以深入民間，不會因為節慶完了，就丟了、就消失匿跡了，我想讓它變成是時時刻刻在市場上可以買得到，可以拿回家去做一般生活用品都可以，所以我就加碼把布料升級，然後一種是拿來做包包，或者是一些飾品類，就這樣同時下去
個案 J	文化脈絡\美感價值	21	21	原來她們看到這些產品會尖叫，那就是我想要的。因為可以感動到她們，她們從來沒看過什麼是客家花布，原來普通的一塊花布可以變成這麼多的產品出來，所以，對她們來講也是一種震撼吧~感動到她們的心坎裡了
個案 J	文化脈絡\美感價值	23	23	你看它的桐花是不是快跳出來，非常的活，可是要達到那種境界，那不是用言語形容，是一種感覺
個案 J	文化脈絡\美感價值	51	51	傳統產業和時尚是沒有衝突的，製造是傳統產業，所謂傳統產業就是紡織業這些，就從人工開始生產，這個算傳統產業的製造方式

個案 J	文化脈絡\美感價值	59	59	目前我們的經營型態，一種型態是客製化的部分，就是 case by case，或者是公司行號的訂購，我所謂的客製化不是個人的，是團體的客製化
個案 J	文化脈絡\美感價值	73	73	為什麼文創的東西價錢會高的原因有很多因素組成，是材料貴，還是製造工資貴，還有一個是設計，加了這些東西，才會變成是最後的價錢，不是因為它是文創。不能因為加了一個文創就要賣貴，也是要有相當的水準，市場上不會去管這是不是文創，而是價值夠不夠
個案 K	文化脈絡\美感價值	2	2	我覺得回復手作，心手是相連的，你手有做，你的心就有服務心
個案 K	文化脈絡\美感價值	14	14	在那樣的生活環境中，五感就被開發的很好，你眼睛看到，像媽媽時常插花，畫花的稿，聽覺上，我爸爸跟哥哥都是聽古典音樂的，我到初中的時候自己也開始聽這個音樂，然後味覺更不用說了，媽媽是燒了一手好菜，嗅覺，家前面有院子，院子裡種花養魚，觸覺也是，我是學美術、時尚的
個案 K	文化脈絡\美感價值	14	14	所以就是讓我們從小就是五感都被開發完整，也有把我們五感的要求提到最高，看到最漂亮的東西，吃到最好吃的東西，因為五感是家教來的
個案 K	文化脈絡\美感價值	14	14	美感是最好的家教
個案 K	文化脈絡\美感價值	14	14	我覺得多元的體驗是很重要的，多元體驗就會有一個綜合的感知，綜效感知的標準，就是品味的高低
個案 K	文化脈絡\美感價值	16	16	如果沒有這個需求，好的設計就不可能被賞識跟消費
個案 K	文化脈絡\美感價值	22	22	(生活層面的倫理道德和精神)對對對，就是這種，大家在談文創產業的時候都還沒有定位清楚。前面有政治、社會、教育、哲學、宗教，沒有這些的題材哪裡來的創意，創意要從文化的各個面向去取得題材，所以文化成為創意發想的一個泉源，同時也可以被運用的資本，新資本，不是說土地的資本、人力的資本，文化成為一個體驗經濟時代、美學經濟時代的一個資本。
個案 K	文化脈絡\美感價值	66	66	其實美學是跟公益是一體兩面
個案 A	文化脈絡\客家意象	16	16	我就是為了水晶餃才蓋這一棟房子阿!
個案 A	文化脈絡\客家意象	19	19	產品文宣上提到這段故事，客家人從北方遷徙到南方，因為想念北方的水餃，南方沒有麥，只好用番薯粉做出水晶餃
個案 A	文化脈絡\客家意象	69	69	賣別人的文化，對我們來講很難，所以賣自己的文化。客家米食是自己的文化長出來的產品，如果我自己最強的不做，就像孫子兵法裡講的，拿自己最強的打別人最弱的，如果賣咖啡的話，我們對咖啡什麼都不懂，那麼弱，拿人家最強的去打人家，所以，我就選擇做客家米食
個案 A	文化脈絡\客家意象	73	73	我們客家的東西這麼好
個案 A	文化脈絡\客家意象	75	75	我那時候 20 幾 30 歲，看到一些 50 幾歲，有體力、有經驗的婆婆媽媽們，不知道要做什麼，閒在那邊，我稱他們為閒置資產，所以，我就找這些人幫我做客家美食，因為，他們最會做。

個案 A	文化脈絡\客家意象	83	83	苗栗一位很有名的楊○○校長和我講說，八十年你曾祖父做木雕，是三義第一家木雕店，帶動三義的木雕產業；現在，你帶動了另一個產業，就是客家米食。
個案 A	文化脈絡\客家意象	83	83	到休息站甚至到機場，都看到大家學我這樣包裝，這樣賣米食。我太太問我會不會生氣，我說怎麼會，本來就是要讓更多人學習這個客家文化。我目錄上就有印為什麼吃菜粿，因為以前的人家，比如說我要從三義搬到頭份去住，跟隔壁鄰居打個招呼，什麼時候要入厝，然後隔壁鄰居就拿糯米來，那時候糯米很少，因為不是主食，就拿糯米來和隔壁鄰居一起做菜粿，表面是大家的一種團聚，藉由做菜粿的時候，大家來聊天，來認識、來了解，所以不論是結婚、入厝也都是是一盤菜粿放在那邊讓大家吃，通常都是清晨三、四點就在那邊做了，所以，真的就是一種溝通的交流。所以，我每一個產品裡面，都有這些典故的由來，就是慢慢去推廣。
個案 A	文化脈絡\客家意象	93	93	我賣木雕時，招牌顏色是白色的，為什麼我要換成藍色，因為我媽媽是屏東的客家人，她跟我講說，以前穿的衣服是藍色的，我就想用我們客家藍衫的那個藍色，所以現在我的手提袋，我的招牌通通都是藍色。
個案 A	文化脈絡\客家意象	135	135	宅配生意下滑以後，我太太又開始想辦法了，因為宅配量萎縮以後，要保持業績不能掉，就要加強店裡面的一些產品的設計、廣告和行銷，就是要讓人家知道怎麼去三義買這些東西，所以說：「你來三義，沒有來買客家米食難以結束」就是這樣想出來的。
個案 A	文化脈絡\客家意象	159	159	我是戰後嬰兒期出生的人，我看到的東西就是一種很多文化融合在一起的文化，我想要做的就是我小看到的閩式建築、日式建築、巴洛克建築，看到很多東西，西式、歐式，也包括我們客家人，所以我想做的是像美國、像英國也有像客家的元素在裡面
個案 A	文化脈絡\客家意象	159	159	我們客家人是美感很好的人，客家人設計的東西，像窗戶，拉出來就好簡潔，閩式的就要刻很多花、刻很多東西，但我們客家人就沒有，一般印象中老式的建築都是白牆紅瓦，就這些東西；石頭拿去用，也都是很簡潔的東西，所以，以後我要做的庭園，也是我從小看到的東西
個案 A	文化脈絡\客家意象	159	160	我的庭園要有客家味道。
個案 A	文化脈絡\客家意象	193	193	我的東西都還是一樣保持媽媽的味道，原味一點一點在做，我們東西的品質，還是十年如一日，不敢說很棒，但是很穩定，至少吃到我東西的人，會說這東西口味沒有變最重要，我還是一樣小鍋維持傳統
個案 A	文化脈絡\客家意象	257	257	作息是跟客家人相同，日出而作日落而息，你看我們很快就下班了，店是七點就關了，我們不做晚餐的生意。
個案 B	文化脈絡\客家意象	2	2	我很喜歡苗栗明德水庫那邊，是因為那裡的湖邊，我自己很喜歡《湖濱散記》那本書，所以當看到那塊地的時候，就覺得~哇!真的是太特別了，因為薰衣草森林幾乎都在山上、森林裡，我覺得那裏有森林又有湖，湖畔的感覺會覺得更浪漫。

個案 B	文化脈絡\客家意象	10	10	就裡面整個空間的部分，我們就用了很多客家花布，還有就是燈罩的竹簍子，都是我小時候，我們在溪邊抓溪蝦的簍子。我拋出很多客家美感，還有客家文化，我們生活中常用到的一些東西，還有一個外面的燈罩是我小時候抱的涼枕，叫什麼美人枕。它是一個竹編當抱枕，夏天睡午覺的時候，就覺得很棒。想說用花布網在旁邊，圍繞起來它就變成一個燈罩了，所以在桐花村的外面就是燈罩，整個鑄鐵的招牌，門面那個地方用鑄鐵的部分，就是希望說它有一點點歷史的味道，其實客家文化在臺灣也有很長的一段時間了，所以我就想要用那個來傳達一點點的復古跟現代的感覺
個案 B	文化脈絡\客家意象	10	10	當然，三義那邊有木雕，所以我們有木雕長桌，大概是六人、七人可以坐的部分，就是希望說，我們到那個地方是一個客家的村莊，所以說我們的餐點，就要做客家料理，好吃的客家料理
個案 B	文化脈絡\客家意象	10	10	客家料理的部分有很傳統的，也有一些創意的部分，就是我們師傅還有做一些比較不一樣的餐點，但是他也是一樣用客家的元素在製作
個案 B	文化脈絡\客家意象	22	22	有創意的客家料理，但是也要有傳統的，就是它呈現的方式是有現代的美感，但是裡面要有客家的文化精神，整個就是希望透過，做這樣的事情可以來推動美的部分，客家文化美的部分。
個案 B	文化脈絡\客家意象	28	28	來到這邊用個餐，也會覺得你吃到的客家料理就是吃到整個客家的文化。
個案 B	文化脈絡\客家意象	144	144	我住在苗栗的鄉下，對那個土地的感受力是很強的，我會覺得這一片土地孕育出我們這樣子的一個人，那時候我們家是種稻米的，我懷抱感恩、感謝有這樣的一片土地，所以這片土地我們要怎麼做不會讓它受傷，因此，我們薰衣草森林不斷做的就是種樹。開發的過程中，只要遇到樹，我們一定避開，或是幫樹做一個平台，不會把那棵樹砍掉，我們一直在做的是，希望這塊土地能夠更好。所以，我覺得就是從小在這個土地，感受到客家人就是很刻苦耐勞為這片土地在經營，那種感受是對我影響很大的。
個案 C	文化脈絡\客家意象	23	24	這整個概念都很簡單，譬如說竹編 QRcode 的設計，他那時候做出來這個產品需要材料，而材料的錢就是我們公司出，因為我們跟當地的商家有連結，所以我就只有辦了一場說明會，講這個產品的概念，那如果竹編 QRcode 可以降低商家的招牌成本三分之二，可是它可以讓你們每一家店透過手機做行銷，所以如果有意願的店家可以跟我們公司聯絡，現在就累積到 20 家商家，有興趣的店家會下訂單，我們就幫他們做客製化。
個案 C	文化脈絡\客家意象	136	136	南投四面環山，風吹不進來，所以我們在天空的院子民宿那邊的竹林，都是長得很直，因為風吹不進來的關係，這個特殊的條件，日本的時代會管制這邊的竹材只能運到日本去，可是曾幾何時竹山鎮的工廠都收掉了、沒落了。

個案 C	文化脈絡\客家意象	201	201	我沒有特別去強調是客家的圖案，其實是布塊花色其中之一，因為竹山，採茶的行業很多，所以這些媽媽會有很多花布的需求，所以我就到這些老店去選這些東西，可是我們很多東西是跟竹子有關，是因為是竹山的產業，所以我大作的就是這樣的環節
個案 C	文化脈絡\客家意象	587	587	幸福脚步便當，讓遊客帶回家，然後外面還有一個劉奶奶的一花布，客家牡丹花的圖樣。
個案 C	文化脈絡\客家意象	620	620	大鞍山城是把一個閒置的製茶的工廠變成一個餐廳
個案 D	文化脈絡\客家意象	1	1	我的曾祖父就在這裡開發，我們世代就是住在這個地方，一直累積、累積，要累積才能說讓我們後代的生活更好。如果說我心動，我想要賺錢，就去找了別的地方，也許我有賺到錢，但是我覺得我們沒辦法累積文化的厚度，或者是說商業的厚度就沒有辦法累積。
個案 E	文化脈絡\客家意象	21	21	我在做 The one 的時候，我完全沒有要去把客家的文化放在我要做的品牌裡面，但是我覺得我是客家人，我是很自豪的客家人，我是自豪的客家一份子，我覺得客家人的意志力，跟客家人對人的尊敬、尊重，愛物惜物，節儉我全部都有。我們公司現在七年、八年了，很多人會說我們怎麼發展那麼快，我覺得是在台灣會說我們是文創產業、品牌什麼之類的，我覺得是客家文化深刻地影響了我企業的文化，我有很多的企業經營的想法，我覺得隱隱約約，因為我流著客家人的血統，影響了我對很多事情的看法。
個案 E	文化脈絡\客家意象	21	21	我其實打造我們公司就是一個很安全的環境，於是我公司員工的流動率就非常低，他們都願意跟著我們 The one 做，所以別人要找他們都找不動
個案 E	文化脈絡\客家意象	21	21	不是僅用客家文化去做全部的事業，所以你不特別看到客家的花布或是什麼的，但是客家的東西可能會在 The one 的系統裡面出現，我們是這樣做的。
個案 E	文化脈絡\客家意象	27	27	The one 有能力去設計客家的產品，譬如我們有一個賣得最好的杯子，那一年賣四、五萬個，那是真的從客家精神發想來的，我開車載著我們的設計師去苗栗三四天，去銅鑼、公館，去找我們客家的想法
個案 E	文化脈絡\客家意象	27	27	我們執行長像不倒翁，我怎麼推都不倒，都站在那邊，就是從客家人的意志力，去設計那個不倒翁，結果沒想到是大紅。
個案 E	文化脈絡\客家意象	35	35	The one 的事業體，就像是南園不會因為它在客家庄，刻意的去選它，然後把很多客家文化放進去，就是說在推廣文化、或文化創意的時候，我個人不太認同要不斷的把原住民的圖騰或是客家的圖騰，那種具象式的去做推展，其實全世界推展成功的都是一種生活概念或是生活態度，這種東西才能夠開花結果
個案 E	文化脈絡\客家意象	45	45	(南園)早餐會有豆腐乳、桔醬、菜包這些東西

個案 E	文化脈絡\客家意象	45	45	我這兩年都主張減碳料理，就是從在地裡面，找出感動的東西來做菜，不一定一定要飛機運進來的名貴食材，這東西最近也是大家都在講這些事情。於是乎，在南園周邊很容易就找到客家的一些東西，可能就是我說的，客家多多少少還是影響我，比如說，南園晚上有一道菜，是永遠不變的材料，就是板條。
個案 E	文化脈絡\客家意象	47	47	每一季我們廚師都要針對板條做一道創意料理，做得滿成功的，就是鮮明度很高。
個案 E	文化脈絡\客家意象	58	58	南園第二期計畫裡面，以後會有一些客家文化的東西在那裏面體驗，比如說我們的惜字亭、敬字亭
個案 E	文化脈絡\客家意象	58	58	我們的 tea house 茶屋，會重現杜甫草堂那種概念，客家人跟喝茶之間的關係，我找的是東方美人茶，我們客家的茶，我要把它做成一個品牌
個案 E	文化脈絡\客家意象	62	62	我覺得那個東西(客家)是我很核心的競爭力
個案 E	文化脈絡\客家意象	62	62	我的這個杯子一年為什麼可以賣四、五萬個，因為它就是客家人硬頸精神，你怎麼搖都不會倒，對客人來講那就是一種文化的故事，對實用者來講，這是一個很特別的杯子。
個案 E	文化脈絡\客家意象	62	62	我很在乎文化裏面抓出東西出來，然後變成我們場域的精神、或是產品設計的主軸，因為那個只有我們有
個案 E	文化脈絡\客家意象	66	66	上我們網站之後，選擇想要住哪一間，茶杯可以選要誰的設計作品，比如說:用我們客家人陳 OO 老師的陶，房間裡茶、點心都是用我們陳 OO 老師的陶藝裝盛。他用過之後的感覺，以及他選了也參與了飯店房間的設計，當他一進到我們工藝館，絕對有感動，買物的機率絕對比較高。
個案 E	文化脈絡\客家意象	68	68	等於是讓客人參與，房間進來之後會是怎樣的東西，我們會去做服裝，我們客家人的服裝，怎樣的長袍馬褂做成休閒服
個案 E	文化脈絡\客家意象	138	138	我覺得客家人是一個很容易交心的一個族群
個案 E	文化脈絡\客家意象	138	138	我覺得下一代的經濟，尤其是台灣的核心競爭力是在市場佔有率，所以我剛講到舊山線的火車，我絕對不會就只是賣門票，不會在火車票上面玩那平安、安康的遊戲，不會。我每個車廂裡面可以有客家文化元素，我的服務提上去，像小二，是我們客家的謝籃，然後一個個的懷石便當放進去，打開來是客家菜脯、豆腐乳，然後在火車上吃，放的是客家的音樂。可是我不會把車廂弄得都是花布，我不會把那麼重的意象放進來。我的茶不會是用端的，是在角落裡面，我們客家人奉茶的精神，我的杯子是有客家圖像，我要讓我的客人自己選杯、自己倒水喝。
個案 E	文化脈絡\客家意象	140	140	就是把這些東西放在商業模式裡，那這些東西是心靈佔有率，我覺得這才是推展客家文化，或者是賣商業文化很重要的東西，因為你賣的是一種生活主張，一種態度

個案 E	文化脈絡\客家意象	173	173	端午節的時候我們(南園)包客家粽，餡料是客家粽，然後包得像一個錐形的像個禮物，結果那天進來九百多個人，現場員工根本來不及現場包，所有的員工 call 家人來幫忙，全部都是員工的爸爸、媽媽在幫忙都是客家人。那時候我覺得我的人生是很有價值
個案 F	文化脈絡\客家意象	212	212	台客藍全名是台灣客家藍，以台灣客家為主軸，藍色其實是我凸顯南部穿藍布衫的那個意象
個案 F	文化脈絡\客家意象	218	218	直接取名台客藍，原本是台灣客家藍，這個名稱 Hakka Blue，本來就是我們客家跟藍
個案 F	文化脈絡\客家意象	270	270	為什麼選這邊，為什麼不選鶯歌?最重要的考量是，客家人的品牌應該在客家人的縣市，而且選擇這邊，就是剛好這邊以前的脈絡，就是做陶瓷脈絡的
個案 F	文化脈絡\客家意象	290	290	這個是客委會要訂的一個伴手禮，這兩個碗，就以前的人是用碗喝茶，它剛好是兩個碗扣合起來，看起來像一個碗，其實是兩個碗扣起來
個案 F	文化脈絡\客家意象	412	412	所謂客家設計，當初一開始我們比較關鍵的是，什麼是客家?從它的造型、房子、建築、服飾，其實都是很樸實，很簡單，然後也沒有過分的裝飾。其實這剛好呼應到整個這個時代的生活需求，不要太過於繁複，就簡單。我們就是取其簡單的造型、簡單的顏色，讓東西更明顯被知道你的意圖、你的用途、你的想法。所以，簡單的造型杯，一個木把，就覺得整個活了起來，就會有溫度，就不會那麼呆板
個案 G	文化脈絡\客家意象	136	136	從他(製茶廠的老師傅)身上，我覺得客家人給我那種，我也不是說所有的客家人，就是說很擇善固執，而且，他可能賺了很多錢，因為茶其實是高經濟作物，從米跟茶去思考就是，茶可以一斤賣幾千塊，米只要幾百塊，所以這麼多年做下來，他其實賺了很多錢，可是他的生活還是過得很簡樸。那這個簡樸的態度是，如何讓更多人喝到我的茶，而不是去賣得很貴，當然我可以讓很多人喝到我做的茶，就可以賺到錢，但是不用賣的這麼貴這樣的方式。
個案 G	文化脈絡\客家意象	136	136	台灣有很多茶的品項，沒有客家人根本做不出來
個案 G	文化脈絡\客家意象	138	138	以東方美人來說，東方美人是夏天的茶，夏天採收的茶，那你知道夏天烈日，然後要在採茶，一個很優秀的採茶工採得快，品質又好的，一天只能採 20 斤的茶業。20 斤的茶業一天只能產出 3~5 斤的乾茶成品。一般的茶，是春茶和冬茶，可是東方美人茶就是要夏天做，那大概只有客家人願意在夏天烈日採茶
個案 G	文化脈絡\客家意象	140	140	有品質
個案 G	文化脈絡\客家意象	140	140	早期到現在一直都堅持以前那樣做事的方式
個案 G	文化脈絡\客家意象	140	140	客家的力量在台灣茶產業有一定的影響力，只是大家可能都不知道這事
個案 H	文化脈絡\客家意象	250	250	茶道也是，從古典、繁複、回到最簡單，道理是一樣的，最高境界
個案 I	文化脈絡\客家意象	91	91	我是客家人，我在配色部分不大膽，我的顏色是走保守路線

個案 I	文化脈絡\客家意象	98	98	我們家的設計有幾項元素跟客家非常有關係，如：一衣多穿等，我們家的背心絕對不是只能單面穿，絕對是雙面穿，我們家的包包絕對是兩面都可以用。而且你打開來看，我們兩面沒有讓你看到任何的翻折，而且我故意用不同的花色，全部打開，這樣一翻，是不是就很符合客家精神，就完全就不一樣了。我們冬天的外套也是這樣子。我幫三峽客家文化園區設計的制服，他們現在穿是紅色，但一翻面就變白色，很客家精神，而且我們家一條裙子，可以當裙子、可以當上衣、可以當披肩
個案 I	文化脈絡\客家意象	100	100	就是多功能，客家人勤儉，這就是客家精神有放進去，所以用一樣的價錢，可以買到三種，像這種包包就是兩種功用，坊間可能也有，但是不多，我們每樣商品都要這樣
個案 I	文化脈絡\客家意象	136	136	我阿婆穿的那個藍衣服裡面，她會縫很多暗袋，這個跟我們大裙衫裡面的暗袋是一樣的
個案 J	文化脈絡\客家意象	7	7	桐花系列、客家系列是「美角」的一部分，美角要發展的是台灣特色的產品，台灣特色產品即使以台灣特殊的花卉，或者特殊的建築，或者是人、事、物、景色都是我們未來要走的
個案 J	文化脈絡\客家意象	17	17	花布對客家來講是一個很特殊的文化，因為花布算是一個比較便宜的材料，布料有分很多種，如果以客家人最常用的比較好的布就是花布了，可是以閩南來講他們都是綢緞，他們的生活跟我們又不一樣，因為客家生活本來就比較刻苦，所以花布對客家人來講比較是日常生活上使用的衣服材料
個案 J	文化脈絡\客家意象	17	17	客委會想開發一塊屬於客家的花布，那要用什麼元素，因為那時候客委會已經開始在推桐花季，所以就想用桐花的元素來開發成客家花布，來代表的是一個客家新文化的一環
個案 J	文化脈絡\客家意象	17	17	我在想我本身是紡織出來，做這個花布太簡單，就提案，就跟客委會展開花布的計畫，從參與花布的設計、生產，到 2006 年才把花布開發出來
個案 J	文化脈絡\客家意象	19	19	我就想說為了一個活動，這樣不值得，我就想我要把這個東西變成是代表客家，而且是日常生活上用得到的東西，是在市場上普遍可以流通的東西，變成是常態性的東西，我不要它只是節慶而已，因為這樣的話它才可以深入民間，不會因為節慶完了，就丟了、就消失匿跡了，我想讓它變成是時時刻刻在市場上可以買得到，可以拿回家去做一般生活用品都可以，所以我就加碼把布料升級，然後一種是拿來做包包，或者是一些飾品類，就這樣同時下去
個案 J	文化脈絡\客家意象	21	21	我的花布是 2006 年差不多三月、四月才開發出來，開發出來我就大量去生產週邊產品，從包包、從購物袋、手機袋，反正大大小小，從簡單先開始生產，然後就鋪到一些觀光景點，或者是一些手工藝品店，那個反應都還滿不錯
個案 J	文化脈絡\客家意象	21	21	以前客家的服飾，都是咖啡、深藍、灰，都是很暗色系，很少用亮麗的顏色，我就想誰說客家一定要那樣，我就想顛覆，所以現在客家花布每一件都是特別的亮麗

個案 J	文化脈絡\客家意象	21	21	這是另外一個面向的客家人，客家人都很內練，不敢秀出來，其實內心是很熱情的、很好客的，這樣的感覺可以深沉的反映到客家的心裡面去
個案 J	文化脈絡\客家意象	43	43	很明顯就可以看得到是用蝴蝶結，不然包包是大同小異，所以曼谷包就有一個識別的系統，那我就是以花布來做一個識別，每個的識別度都各有區分，我不能用曼谷包的樣子來做客家花布包，這就會變得很奇怪
個案 J	文化脈絡\客家意象	55	55	我們還曾經幫台灣駐新加坡的單位，裡面有一個辦公室的人員做制服，用桐花花布幫他們做制服
個案 J	文化脈絡\客家意象	63	63	那是鳳仙包，它的構思是來自於客家服飾，採用鳳仙的造型來搭配，它整個都是布，它那個包的話，你認真看一下我們客家藍衫的斜肩，它是不是也是這樣彎下來，我不可能去貼一個斜肩的樣子，太俗了，所以就化繁為簡，用一個線條帶下來，有那個意象這樣就 ok。其實，我們的元素是來自於傳統客家文化裡面去把它抓出來的
個案 J	文化脈絡\客家意象	89	89	我希望這個文化不僅是客家人接受，是希望大家都可以接受的東西，為什麼我們的產品看起來不是那麼的傳統，我可能只點到、取到它的元素，我還是希望走時尚、走大家可以接受的路線
個案 K	文化脈絡\客家意象	22	22	大家在談文創產業的時候都還沒有定位清楚。前面有政治、社會、教育、哲學、宗教，沒有這些的題材哪裡來的創意，創意要從文化的各個面向去取得題材，所以文化成為創意發想的一個泉源，同時也可以被運用的資本，新資本，不是說土地的資本、人力的資本，文化成為一個體驗經濟時代、美學經濟時代的一個資本
個案 A	文化脈絡\創業經驗	4	4	當兵時才發現別人對我們客家人的印象，就是很小氣、很吝嗇、很節省又很怕死，但這完全不是我們客家人的習性，所以，當時我就解釋給他們聽，不過這也只有少數人知道。因此，這就是我退伍以後為什麼很積極開這家店，我想讓大家知道我們客家人完全不是像他們想的那樣
個案 A	文化脈絡\創業經驗	4	4	我們客家並不是神，是因為我們的環境跟人家不一樣，比如說：我們在山上種水果，可算是中長期投資，種下去一年才能採收，這是長期的，而種菜，則是一季才能收成，所以說是中長期的投資，不像其他族群，比如說：住海邊的族群，今天要吃魚，他們只要隨便一撈就有魚獲，即使是今天晚上賭光了都沒關係，明天去海邊隨便一撈又有魚可以吃，所以，長期下來人的習性會受環境慢慢影響改變的，我們客家人哪有吝嗇，只是說，如果把錢花完了，要等上將近一年才會有收成，所以，如果不省一點錢來花到時喝西北風，慢慢地別人就對我們客家人產生一種誤解。
個案 A	文化脈絡\創業經驗	6	6	我覺得我們客家人是樂觀進取
個案 A	文化脈絡\創業經驗	10	10	小時候我們家就做木雕，我印象很深刻的就是說，比如說：我今天會做這個事業，就是小時候我祖父的家，光是從客廳要到廁所那一段路，就有一個竹籬笆，種了很多蝴蝶蘭，你看多美，走去廁所的時候，就有竹籬笆蝴蝶蘭，所以，我從小就耳濡目染。

個案 A	文化脈絡\創業經驗	10	10	我退伍回來二十幾歲，那時候買摩托車，那時候一般人買摩托車，一台大概三萬塊就不錯了，可是我偏偏就要買一台五萬塊的，cc數一樣喔，我就要買 125cc.五萬多的那一台。我太太那時是我的女朋友，就問我說，你為什麼買這台，我說這輛車很漂亮，很適合我，我騎起來很舒服。那種回饋給我的舒服，帶給我的那種快樂，不是說差這一兩萬塊，所以，那時候，我心裡就開始有萌芽說，做東西要做漂亮的。那個時候不懂什麼叫什麼，可是我就懂得「附加價值」，因為我唸商的，我念普通高商的，我就懂得這附加價值會比較高，同一樣一台摩托車，情願分期付款多花幾萬塊，比如說每個月繳個三千塊，我願意，因為它回饋給我的不只這個，不是錢的問題，所以說，那時候，美學經濟就開始在我心中有初步的萌芽。
個案 A	文化脈絡\創業經驗	12	12	東西做漂亮一點的話，它的附加價值會比較高，同時，我也體認一件事情，不單單只是漂亮就好，它還要具有實用性。
個案 A	文化脈絡\創業經驗	14	14	不實用光是美也沒有用，完全沒有用，那也是從那台摩托車得到的靈感。
個案 A	文化脈絡\創業經驗	14	14	我現在賣的水晶餃，你們注意看這一盒水晶餃裡面，一般市場一盒水晶餃裡面用的內容怎麼樣我不管我不提，光是設計那個盒子，可以讓消費者看到盒子裡面的內容物，然後上面再用三個，比如說有辣椒、蔥、香油給客人，因為光是賣水晶餃一種顏色單一色很醜，我給它擺三個顏色下去，視覺上就很美，讓消費者看了就會很想多看一眼，這多看一眼機會就來了，消費者就會想看這什麼東西怎麼擺這麼美，看起來好方便好實用，回去之後，只要水煮開了丟進去，滾了撈起，就可以吃了。
個案 A	文化脈絡\創業經驗	16	16	我就是為了水晶餃才蓋這一棟房子阿!
個案 A	文化脈絡\創業經驗	20	20	我就是因為發覺水晶餃這個東西是我們苗栗地區，真的就是苗栗地區才有這個水晶餃，一般其他地區並不是水晶餃。其實我這水晶餃，在十五、六年就在「九鼎軒」曾經拿來賣，賣了大概多久我忘了，很短的時間，可能只有一個禮拜，還是幾天，我忘了。我馬上就跟我太太講這東西不能賣，不能在這邊賣，這樣會把我們客家人的這些東西賣壞掉，我們要自己另外作一個地方，自己來生產，重新包裝，把這水晶餃這個東西做好來，苗栗難得有樣東西是客家的東西，所以，我很認真地蓋「居鳩堂」來做這個水晶餃，賣這個水晶餃，設計這個水晶餃，是這個樣子。
個案 A	文化脈絡\創業經驗	20	20	從小的生活經驗，對我創業有幫助，幫助非常大。
個案 A	文化脈絡\創業經驗	22	22	我們不能像那個裝桐油的罐子一樣，一輩子只能做一件事情，因此，我會看那麼多書，去做一點別的事，也就是這個原因，我從二十六歲就開始創業，就自己當老闆，想辦法買地。

個案 A	文化脈絡\創業經驗	24	24	以前就像這種的天氣，那時我們沒有瓦斯，就是燒柴，隔壁鄰居歐巴桑就會相邀去撿枯枝，然後你也會邀隔壁鄰居一起去，那有些人看到這種天氣，會想說不要去好了，怕下雨，不要去好了。有些比較有挑戰精神的人，就會想說，沒關係那我去看看，可能不會下雨，敢去的人，回來就是肩膀上一擔木柴，不敢去的人，就一家子在那邊愁，發愁著說，明天家裡的柴火可能不太夠，後天可能柴火不夠，所以，敢去挑戰的人，就會有回報，而不敢去挑戰的人，就待在那邊愁。所以，我二十六歲就自己做木雕生意，那時家裡經濟不好、能源危機關係，隨時有倒掉被法拍的風險，我退伍後上班個兩年，就自己籌資金自己就要做這個木雕。
個案 A	文化脈絡\創業經驗	26	26	創業時，家裡的環境不是很好，完全沒有辦法幫忙什麼啦!能幫忙的就是我們客家話講的「寧賣祖中田，莫忘祖宗言」，我媽媽講的那些話，我都想得起來，就是媽媽講的那些諺語對我幫助很大，就是老祖先累積下來的一些很經典，非常經典的，還有就是我在高中時加入雕刻生產的時候，就跟一些老歐巴桑他們做加工，我很喜歡跟我祖母、媽媽在一起聽這些諺語，那就是智慧的累積，對創業幫忙非常大，所以，我受客家這些很經典的諺語影響很深，我都隨時隨地會想到這些諺語，真的真的真的。
個案 A	文化脈絡\創業經驗	28	28	比如說我做木雕的時候，我祖母叫我不要做，我祖母那時候已經八十幾歲了，他說我們家已經做三代人了，都沒有什麼賺到錢，我看你改行好了，我說不行，我還是要挑戰，我一定要挑戰，這就是客家精神。
個案 A	文化脈絡\創業經驗	30	30	一開始會選擇做木雕的原因，第一是因為自己喜歡木雕，第二是因為我覺得可以賣給人家一個美美的東西，帶給人家幸福，那時候我就說我「販賣幸福」，我跟我客人說，我賣東西給你，你很幸福，你買東西回去，看你很高興耶。這就是為什麼，我很喜歡做這個行業的原因，我可以創作出很美的東西，讓人家擺在家裡，然後，我到他家看這個東西時，我也很開心啊!所以說，我這個行業不會不想做是這個原因。
個案 A	文化脈絡\創業經驗	34	34	自己創業是民國 76 年，那開「九鼎軒」是民國 78 年，西元 1989 年，1995 年是在做客家美食，然後 2005 年開了「居鳩堂」。我自己人生規劃，因為我十年、十年做一個規畫。
個案 A	文化脈絡\創業經驗	34	34	「九鼎軒」是我十幾二十歲時的規劃，我高中時就跟我老師說我要開店，我要開一個怎麼樣怎麼樣的店，我就一直跟他們講，所以我二十幾歲就開始準備，還不到三十歲就開始買地。

個案 A	文化脈絡\創業經驗	36	36	我想辦法借錢買地開「九鼎軒」，「九鼎軒」開了兩三年，那時候，我就跟我太太講說我四十歲還要開一個比這個大好幾倍的店，當時我太太就說，你這個店會倒不會倒、開不開的成，還不知道，你就說還要再開一個店?我說，本來就是要這樣，你必須要有一個計畫，就像我剛剛講的，我們客家人不是很怕死的人，我是有計畫的，我就開始準備用些錢投資，四十歲我就開第二家店「居鳩堂」，那我現在就要開始籌劃我六十歲的店，因為我現在五十到六十歲，我要做一場六十歲以後的創業夢。
個案 A	文化脈絡\創業經驗	48	48	專業經理人就是我自己和我太太，然後我不喜歡自己小孩在自己這裡上班，我不要。
個案 A	文化脈絡\創業經驗	67	67	那時木雕生意還不錯，但世界上沒有永遠很好的生意，如同我剛剛所講的我們客家人未雨綢繆的個性，就想要找另外一個別的工作來做，萬一這個生意不好時，還有另一個階梯。
個案 A	文化脈絡\創業經驗	67	67	我們夫妻倆上台北的時候，就先看雜誌，去找那種很有名的店，那時去天母一直看，看回來之後，我就想說，他們怎麼這麼簡單的弄一弄，就可以這麼有名，比如說店門口擺的那些花、那些樹，隨隨便便買一個塑膠盆，隨隨便便在門口擺一下，門口擺滿了就叫名店，我說這怎麼會是這樣呢?然後，我就跟我太太講說回去回去，我可以做的比他們好。我太太認為，我講得太誇張，我說我可以做的比他們好，不保證生意會比他們好，這不能誤解，我說我環境可以做的比他們好。
個案 A	文化脈絡\創業經驗	69	69	賣別人的文化，對我們來講很難，所以賣自己的文化。客家米食是自己的文化長出來的產品，如果我自己最強的不做，就像孫子兵法裡講的，拿自己最強的打別人最弱的，如果賣咖啡的話，我們對咖啡什麼都不懂，那麼弱，拿人家最強的去打人家，所以，我就選擇做客家米食
個案 A	文化脈絡\創業經驗	69	69	去市場看那些賣的都會暈倒，給人感覺講難聽一點就是很不入流啦，隨隨便便的，就像剛剛講的一樣紅白袋隨便裝。那個麵包，隨便一點用發酵粉，膨的好大，賣你 30 塊，你說好便宜，我們客家米食賣你 22 元你說好貴，其實我們賣的是真材實料。
個案 A	文化脈絡\創業經驗	73	73	政府一天到晚講說文化文化，光是嘴巴講文化哪有用?
個案 A	文化脈絡\創業經驗	75	75	我們夫妻倆想說，最基本的我們自己來做，我們雖然是小小的兩個人，但我們要做到全台灣，我老婆就跟我岳母講，我們要做到全台灣，讓總統來吃，讓外國人來吃，他們還笑我們神經病，我說真的，到時候電視台會來採訪，所以，我就做客家米食
個案 A	文化脈絡\創業經驗	75	75	一個「文化」要有經濟來加入，不要說介入，光談文化，沒有經濟的話談不下
個案 A	文化脈絡\創業經驗	75	75	我那時候 20 幾 30 歲，看到一些 50 幾歲，有體力、有經驗的婆婆媽媽們，不知道要做什麼，閒在那邊，我稱他們為閒置資產，所以，我就找這些人幫我做客家美食，因為，他們最會做。
個案 A	文化脈絡\創業經驗	75	75	這些婆婆媽媽幫我做客家米食，但是，到過年時，他們會和說家裡要殺雞殺鴨，沒辦法做。

個案 A	文化脈絡\創業經驗	79	79	以前一開始都是我岳母在做，但我岳母沒辦法做這麼多，沒辦法量太多了，所以，只好找同學、找親戚、找他們比較老一輩的長者，就某某做什麼比較好吃，誰做什麼比較好吃，就找他做。因為客家人很會做，也不是每一樣都好吃，會做菜包的，未必會做粽子，所以，我就是找強項。
個案 A	文化脈絡\創業經驗	79	79	後來我就開始想辦法，作多少當天做就算錢給他，本來是日結，後來是一個禮拜結一次，他們就好高興，什麼過年殺雞殺鴨，那是他的事，不給我貨，就沒錢賺，由他自己去衡量，所以說，「經濟」是可以去支撐一個「文化」。
個案 A	文化脈絡\創業經驗	91	91	我跟我爸爸說我要賣客家米食，他就拿個七、八仟塊給我，你不是要賣米食嗎，那就像市場那樣，買一個玻璃櫃，擺一擺就夠啦!我把錢還給我爸，我說不夠花啦!他問為什麼?我說需要一百萬，他嚇死了，賣那個東西，要花一百萬。所以，我就和他解釋說，賣這個米食，我從裝潢、招牌、色系全部都要換掉。
個案 A	文化脈絡\創業經驗	105	105	包括做米食，前半年包括我岳母老婆都希望我不要做。
個案 A	文化脈絡\創業經驗	107	107	不是虧，虧還沒關係，東西賣出去人家還打電話來罵你。
個案 A	文化脈絡\創業經驗	109	109	說你東西為什麼沒信用，放兩天就發霉。就是太信用才發霉，所以說他們這觀念不對，別家產品不需要放冷凍，那是因為放了防腐劑，防腐劑是不好的東西，我偏偏就是不放防腐劑。你不喜歡怎麼樣，所以說客家人很不怕死的，不放防腐劑就是不放，三更半夜還要接電話耶，打電話來罵說:「我現在想喝茶，所有東西都發霉叫我怎麼吃啊?!」我就解釋「是因為我這東西做得很有信用，不用防腐劑，兩天沒吃完要冷凍，你都沒冷凍..」就這樣解釋，接到不敢接，我都想放棄了，但是我沒有放棄。
個案 A	文化脈絡\創業經驗	119	119	我和我太太有一種堅持，因為我想做一個地方特色，地方特色做的好的話，不用開這麼多分店，畢竟像台灣資訊很發達，地方很小，開這麼多分店，未必有好處。如果是地方特色的話，今天遊客經過三義，沒來沒買，好像沒有到過三義一樣
個案 A	文化脈絡\創業經驗	135	135	以前宅配量很多，我都用快遞，早上送下午就到。
個案 A	文化脈絡\創業經驗	135	135	黑貓宅急便台灣全省就連花蓮都可以寄達了以後，我店裡的宅配銷售量就受影響了，因為上班族購買東西的選擇變多了
個案 A	文化脈絡\創業經驗	135	135	以前黑貓宅急便還沒開始的時候，第一個做食品宅配的是我們，那時我們宅配做的很好，一天寄個三、五萬塊。每天去喝茶的時候，人家還問我說今天有沒有賣出一千塊，其實，我一天賣好幾萬，一早就已經寄貨出去了
個案 A	文化脈絡\創業經驗	135	135	黑貓宅急便它們會去推廣、去找店家說，我們幫你賣什麼，所以，上班族就有更多選擇，之後我們的宅配銷售量就被排擠掉了。

個案 A	文化脈絡\創業經驗	135	135	宅配生意下滑以後，我太太又開始想辦法了，因為宅配量萎縮以後，要保持業績不能掉，就要加強店裡面的一些產品的設計、廣告和行銷，就是要讓人家知道怎麼去三義買這些東西，所以說：「你來三義，沒有來買客家米食難以結束」就是這樣想出來的。
個案 A	文化脈絡\創業經驗	149	149	我寧願慢，也不要推出去東西很糟糕，包括拍的照片，我也是都要挑過。他要拍兩天，我就陪他拍兩天，他說你可以不用陪，我說你拍的時候，我直接就可以挑，就是比較龜毛啦!
個案 A	文化脈絡\創業經驗	151	151	我現在五十歲，我剛好知道以前六七十歲的人的生活，我也知道年輕人到底在想什麼，所以我現在生意可以做的不錯，那到六十歲以後，我還是知道六十歲那些人的生活模式，可是我不了解那些一二十歲的，所以我必須要給年輕人去了解他們，畢竟我們被推到前面去了。
個案 A	文化脈絡\創業經驗	167	167	我自己想，自己設計，你看到這所有房子、所有庭園每一棵樹都我自己種，你看那些盆景我十幾二十歲種到現在都三十幾年了。
個案 A	文化脈絡\創業經驗	181	181	基本上來講自己要認真啦!又想到以前媽媽常講的話，膝蓋如果不長肉，你去拿肉貼，也貼不住，自己要長肉自己要長進；我爸爸也常講的一句話：枝上不長葉，不要怪太陽不照你。所以說，你要一直巴望政府照顧嗎?我剛剛看的那本書，彼得杜拉克他幾十年前寫的「千萬不要巴望政府照顧你」，真的就是這樣，所以，我心理從來沒指望，當然有幫是最好，就像分祖產一樣，我不奢望有祖產，我認真賺錢過生活，那當然有祖產一千萬、五千萬那更好，不過，基本上還是要認真。
個案 A	文化脈絡\創業經驗	181	181	桐花祭，有很認真、有關切到我們的生路
個案 A	文化脈絡\創業經驗	193	194	很多人跟我說，你看你最早做，但人家現在鍋爐這麼大，我就一直笑說就讓他們去做，因為我做的事情，是要兼顧這個文化，兼顧這個東西好吃，賺錢也是要賺，但是要細水長流，他們鍋爐做多大，你看他們可以做多久，我就舉例給他們聽，我太太以前也懷疑我說，應該要跟他們一樣鍋爐那麼大，我說不要，我帶你去台北鼎泰豐看，鼎泰豐的生意好不好，好，排隊吃飯等三十分鐘，但你看它的小籠包，也是這麼小小的蒸籠在蒸，難道他的老闆是笨蛋嗎?他可以外面做幌子，裡面用那種大的蒸籠去蒸，一次蒸幾千個幾百個，然後夾在小蒸籠裡面給你也可以，可是東西一定不好吃，因為受熱程度不一樣，一個鍋子這麼大熱的很熱，還沒熟的還沒熟，品質不一樣。所以說，我的東西都還是一樣保持媽媽的味道，原味一點一點在做，我們東西的品質，還是十年如一日，不敢說很棒，但是很穩定，至少吃到我東西的人，會說這東西口味沒有變最重要，我還是一樣小鍋維持傳統，所以，還可以混一點飯吃啦!

個案 A	文化脈絡\創業經驗	207	207	我所謂加工不是刻而已還包括塗裝，對我來講，我只是借用他的場地，借用他的手而已，腦還是我的，你這個應該怎麼去處理，怎麼去磨，或是你這個不能碰到等等，所以我的東西，我的原味，三義的原味還保存
個案 A	文化脈絡\創業經驗	207	207	雕刻也是一樣，我自己刻的就我自己刻的，今天不是我自己刻的，我到那邊就跟師傅溝通，你這應該要怎麼做怎麼做，因為我在那邊有一定的分量了，在他們不是很強的時候，我就開始教他們了，雖然不是我的徒弟，但我在旁邊就開始教他們，你這樣刻不對，應該要怎麼做，要怎麼做才會比較好，到現在他們已經很有名氣了，所以這個朋友的關係就很好了，也因此，我三義的味道就保存了。
個案 A	文化脈絡\創業經驗	239	239	創業的困境就是資金、本身的能力、還有有沒有人幫忙。
個案 A	文化脈絡\創業經驗	239	239	講到當年的事情好像自己很神，不是很神，是真的事情。我退伍的時候就想要找一個幫手，我想我上班的話，要找哪一型的女孩子，那我今天要創業的話，我要找哪一型的女孩子，才有一個幫手，還好我知道，我要創業，我找我老婆，萬一我找不到，那也是困境的一種。
個案 A	文化脈絡\創業經驗	239	239	資金，必須要有人際關係先去處理，讓旁邊的長輩看到你很認真，你要多少錢，我幫你。
個案 A	文化脈絡\創業經驗	239	239	那時真的沒錢、沒人，只有一個人沒錢要買地，錢在哪都不知道怎麼買地，所以，做生意的最大困境就是資金
個案 A	文化脈絡\創業經驗	239	239	那資金為什麼是一個困境?因為被做建築的賺走了，你說市場一直跑，市場一開始是在老街那時候是中正路，我們一開始是做雕刻，後來市場被拉到火車站後這邊比較沒落，想去那邊開店又要買一個房子，這邊房子貸款都還沒繳完，又要去那邊貸款，那邊貸款剛繳完，市場又移到水美街，又要到這邊買房子繳貸款，那邊房子房貸繳完沒錯，但是又閒在那邊養蚊子，這邊又要繳，所以，那時候就發現創業的困難是在資金，然後市場又會跑，所以要克服很多問題，還要很細微去觀察
個案 B	文化脈絡\創業經驗	8	8	我一直很喜歡到苗栗的山城去旅行，薰衣草森林的夥伴有一個共同的特質，就是喜歡到處去走一走，我覺得苗栗縣是我覺得最棒的山城，每一個小鎮，都有它自己很獨特的部分，到三義看油桐花，或是說到南庄，都是我還滿喜歡去的一個地方

個案 B	文化脈絡\創業經驗	8	8	去苗栗的山莊吃到很多的客家菜，就會覺得說，哇~客家菜都好大一盤喔!再來，就是裡面的空間，讓人覺得很暗，而且大部份都是用圓桌，圓桌上面就直接用一個塑膠、紅色的布，就像人家辦桌這樣佈著，吃完飯就收走了那種感覺。也沒有服務，就讓我覺得說，客家菜這麼好吃，可是怎就沒有帶有一點美感在裡面。我覺得傳統跟現代應該要有一點點連結，所以我就想說，如果可以在三義，做一個客家菜餐廳，那時候還沒有想到桐花村，就想要做一個客家菜餐廳，讓一個人、兩個人來吃，就可以吃到很多菜，因為一般客家餐廳就是很大盤，即使兩個人來想要吃多一點，也吃不完，一道炒青菜就這麼多，客家小炒也是這麼大盤，想要吃個滷肉，也是這麼大一個。因此，就想說，如果我們做比較現代感覺，然後呈現又有美感，一個人一個套餐，可以吃到三種以上的客家料理，把最好吃的客家料理都放到套餐裡面，一個主要的主菜，小菜部分可以吃到很多種，也可以吃到很多很好吃的薑絲大腸。
個案 B	文化脈絡\創業經驗	10	10	我就跟我們執行長說，我有這樣的一個想法，客家文化的部分可以更提升，就這樣一個想法。沒想到，剛好有人來找我們說，剛好那一條路上，他們可以出租，他們想要找我們合作，就做木雕的老闆，然後他說說要跟我們合作，所以，後來我們去勘察了那個場地，覺得還不錯，就慢慢把我的概念跟建築師做討論
個案 B	文化脈絡\創業經驗	14	14	那時候我在花旗銀行工作，他們覺得那種行業很好，那我曾經跟他們提過想要離職，他們覺得很不高興，媽媽覺得說這麼好的工作為什麼還要這樣，所以我只好偷偷地自己去做自己想要做的事情
個案 B	文化脈絡\創業經驗	22	22	慢慢地，不管是客家文化的部分也是，當你靜下來的時候思考，就會有很多美的東西進來，會一直浮現在你的腦海裡，那這些東西透過跟專業的討論，透過我跟建築師，還有跟同事，因為我們是一個團隊，跟同事們大家一起討論之後，我們就有一個很好的想法，就是說要做的是有創意的客家料理，但是也要有傳統的精神，就是它呈現的方式是有現代的美感，但是裡面要有客家的文化精神，整個就是希望透過，做這樣的事情可以來推動美的部分，客家文化美的部分。

個案 B	文化脈絡\創業經驗	38	38	<p>那時候我們在經營薰衣草森林，慢慢地很多客人就跟我說，他們好想要來我們那裡住民宿，想要住在薰衣草森林裡，後來慢慢地我們就開始去國外考察，有緩慢的想法就開了「緩慢民宿」。後來又發現客人很喜歡來薰衣草森林辦薰衣草田的婚禮，每一年到了薰衣草節的時候，客人說他們要辦婚禮，要幫他們做薰衣草的婚禮，但是，我們沒有那麼大的空間，因為大部分都是一日遊的客人，所以要辦婚禮的話，應該要有一個很好的場地，所以後來又有人找我們，聊一聊之後，就想要來做一個莊園婚禮的概念，於是就創辦了「心之方庭」。因為臺灣的婚禮，就個餐，新娘穿禮服，穿一下就要換，換完禮服又要送客，而且好像也不是我們的朋友來給我們祝福，好像是爸爸媽媽因為兒子女兒要結婚，他們請了很多人，還有立委要講很久，對不對。還有就是更衣間，就一個樓梯下面小小一間，好朋友來要一起來祝福的時候，就只能一個人進去，拍一下就要出來了，就會覺得結婚怎麼是這樣子。其實，每個人內心都有一種美好的想望，浪漫的因子，美感的因子在心裡，不然你不會覺得對這樣的東西感覺到不對。</p>
個案 B	文化脈絡\創業經驗	40	40	<p>我們就這樣想，想要幫很多的女生圓夢，讓她們能夠擁有像海外那樣的婚禮，有戶外的或是室內的，然後有一個教堂，那個教堂不一定要有宗教的，然後那個比例是漂亮的，我們還去日本、巴里島那些地方去看人家怎麼樣辦婚禮，回來之後，我們想要做的是一個像海外莊園的樣子，也希望說能夠結合婚宴區跟約會區是可以在一起，因為我們去法國，就覺得法國的氛圍很浪漫，我們就要有那個浪漫，然後想結婚的時候就到我們慶典區來結婚，兩個調性是一樣的，就是法國的氛圍，一個是白色建築的那種婚宴、結婚的教堂的那種感覺，一定要有美感在裡面，再透過細節規劃，讓婚禮更幸福，更有愛的感覺。然後，在約會區裡面，就整個是法國城牆的那種概念，裡面還有許願池，還有很多木屋，是那種歐洲的木屋。</p>
個案 B	文化脈絡\創業經驗	44	44	<p>有很多店都是跟一些業界合作，比如說：很多婚禮小物，我們就是跟別人合作，像巧克力也是，也是找「Chochocho 巧克力」，像親親餐廳就是找米力來合作</p>
個案 B	文化脈絡\創業經驗	46	46	<p>我們最喜歡去的就是日本，每次去就會去看看那邊的婚禮，他們是怎麼在做的，所以我們其實要在做這一塊的時候，我們已經看了很多年了，才慢慢地想到這一塊婚禮的部分，怎麼樣可以做出差異化，怎麼樣跟傳統的婚禮是不一樣的，可是也不是完全複製國外的，希望去國外看到的一些東西，跟自己想要做的能夠結合，也希望說來這邊辦婚禮的新人，可以讓他很感動的，怎麼樣讓新人能夠拉長家人朋友給他的祝福，不是只有來吃頓飯就離開了。</p>

個案 B	文化脈絡\創業經驗	56	56	我們在做很多事情，其實都是因為我們自己有興趣，很喜歡，覺得很有價值，我們才去投入做這件事情，而不是覺得說那個有市場會賺錢，剛開始我們在做莊園婚禮的時候，也不知道有這個市場，可是這是我們覺得，我們很想做，而且這是很多人的夢想
個案 B	文化脈絡\創業經驗	62	62	遇到比較大的困難是跟人的溝通。我們常要談一件事情，可是如果共識不太夠，就是我們有一個很好的發想，員工沒有很好的傳達下去的話，在做的過程中共識不夠，我覺得這個是一個問題。但是這不是最困難，最困難是我們遇到了風災，整個薰衣草森林的道路是中斷的。
個案 B	文化脈絡\創業經驗	68	68	我們團隊有一個很棒的地方，就是說當遇到困難的時候，就會想說那還有沒有其他的方法可以來解決這件事，這樣的正向思考很好，當覺得這條路不行，是不是有另外的方法，我們可以這樣嘗試做看看，大家討論 ok 了，就這樣做
個案 B	文化脈絡\創業經驗	68	68	薰衣草森林十年多了，我們就是大家不斷的參與進來，大家共同學習成長，這個過程當中一定有很多的改變，沒有改變這間公司是不會成長的，所以我們就會有很多的改變、改變，大家都要去適應，其實在這樣的過程當中，就會不斷的一直成長，因為知道自己的目标在哪裡。
個案 B	文化脈絡\創業經驗	94	94	我覺得我自己從十年前到現在那個心沒有變複雜，剛開始我們到山上過簡單而且很自在的生活，想到自己來種香草，香草可以泡香草茶，就覺得這樣的生活很好，所以慢慢地有客人也想要這樣的生活，想要來這邊住民宿就住民宿，想要來這邊結婚就結婚，一直都有回到初衷，當初的那個心情，到現在我很慶幸自己並沒有比較商業，所以對於夥伴來講，我把員工當成家人，從第一年到現在，有人找到自己的方向離開去開店，我們也祝福他，他們留在這裡就是我們的夥伴，我就覺得對待他們就像對待自己的家人，當他們需要幫助的時候就要幫助他，當他有基本的溫飽之後，他的學習成長慢慢會到馬斯洛的自我實現。你會覺得，如果你是爸爸媽媽，一定會希望你的孩子是這樣，達到自我實現的目標，所以我一直在做的部分，除了對顧客是以朋友的概念在經營，對我們的夥伴(員工)們是以家人的概念對他們。他們在這邊學習成長，去旅行，學習到很多東西，就會快樂啊!當內化了很多東西，服務客人，就會快樂，所以我們的理念就是「我們很快樂，也要你很快樂」。我們的員工、客人很重要，還有廠商，我們的廠商也是很好，我們也不會給他開票，我們是這個月送貨，下個月我們就付現了，對於廠商，我們也會在尾牙的時候邀請他們來吃飯，那種感覺是朋友，這是互惠的。

個案 B	文化脈絡\創業經驗	98	98	當初我們到新社種薰衣草，要開一家咖啡館，王伯伯是我們的地主，他說不用租金，整塊地五甲地，剛開始只用了幾百坪，不大，可是我就會覺得他竟然願意用這種方式幫助年輕人創業，知道我們沒有錢，我們大家這樣募集下來也只要一百八十萬、兩百萬，我們用了一百八十萬，剩下二十萬就是剛開始的時候就會有一些費用產生，就留二十萬慢慢經營。王伯伯會覺得我們年輕人沒有錢，所以就不收我們租金，他說等我們賺錢再收，然後收很少，後來又成為我們合作夥伴，就一起種薰衣草。
個案 B	文化脈絡\創業經驗	110	110	其實我們比較沒有去看台灣的企業怎麼樣做，而是自己心裡面想要做的是甚麼，我們從心裡面去想。
個案 B	文化脈絡\創業經驗	124	124	我覺得有夢想，就會走出很不一樣的路，然後做出很不一樣的事情，因為我一直覺得很多事情，就是你要有心做，你要那個熱情，很重要，你跟著夢想走，你就會去做出它。
個案 B	文化脈絡\創業經驗	136	136	希望說年輕人，就是要很勇敢的走出那一步，不要只有想，永遠都是想一想，然後做不到，就這樣好了。我是覺得現在年輕人更有自己的想法，當你有這樣想法的時候，就要去做，當再過三年、四年、五年，那個想法就會越來越弱，因為沒有去執行，然後會覺得好像年紀大了。如果到了三十五歲，我可能就不會出來創業了。
個案 B	文化脈絡\創業經驗	138	138	我覺得夢想是沒有分年紀的，上次我們去日本，他們是六十歲以後退休，就到東京美英村庄裡面去，蓋一個歐洲的民宿，就在那裏經營民宿，有些是在那裏做藝術家、手工藝，有些人是來開咖啡館的，他們有些人是年紀大了，六十歲來二度就業，有的是年輕人來這邊開麵包店，可是我就會覺得說，人家六十歲都還有夢想，他可以開民宿，十年了，七十多歲之後，他想要回東京，也因為年紀大了，要常看醫院，那也太遠，所以要把房子賣掉，賣了到東京去，那我們也是透過介紹才會認識這個主人，我們聊一聊之後，他就託付給我們經營。
個案 C	文化脈絡\創業經驗	19	19	我們公司會帶這些個人的青年工作室，跟大家一起創業，一起成立
個案 C	文化脈絡\創業經驗	21	21	我們用了一個很簡單的方式，我不是用錢，我也不是教他們賺錢，他們就因為來我這邊以專長換宿之後，我發現他們的一些概念，跟做出來的產出很好，我的企業很喜歡，我公司本身七年了，我們已經有一些市場經驗，我一年有九萬多個遊客以及網路的社群，我就直接跟這些換宿的年輕人說，如在我公司內部創業，我跟你分享我的市場，產品放到我這邊直接銷售，那邊中間你都不用擔心，因為我公司內部的人員可以幫忙你做行銷做企劃，而你只需要保持你的熱情繼續下去
個案 C	文化脈絡\創業經驗	69	69	我認為這種熱情是創業非常需要的，那不足的部分，我們企業都可以在背後協助

個案 C	文化脈絡\創業經驗	198	198	我的個性比較像我媽媽，所以，我的 90 歲外公，現在跟我住在山上，我以前看我媽媽在村庄的時候，包括我外公也是，都會一直去幫忙村莊的人，我外公一直到 80 歲還在廟裡工作，我覺得她就是把大家的事，都當成自己的事，所以，那時候，我就覺得我們做很多事情，就是要跟當地有一些連結。
個案 C	文化脈絡\創業經驗	198	198	如果只做跟本業有關的事，那就只剩下賺錢了，可是我覺得說除了賺錢，還要連結周遭的情況，所以我說第一個是態度，那第二個是作法上的專業啦!
個案 C	文化脈絡\創業經驗	375	375	我都覺得那真的是要很感謝社會的幫忙，因為我從一路創業以來就得到社會的照顧，只有更努力工作才能回報
個案 C	文化脈絡\創業經驗	588	588	我們公司，因為學生一些創意，讓我們有更多不一樣的可能性
個案 C	文化脈絡\創業經驗	608	608	兩年半我把公司就是成立在竹山鎮上，因為我發現我們在山上，我們跟竹山買的東西越來越多，所以我那時候想說我們是不是能夠跟當地的產業產生一些連結，從產品的設計、創意到可行性，所以那時候才變成租了公司，樓上空房間太多，去學校演講的時候就趕快跟同學說要不要來竹山玩。因為我覺得我到學校的機會蠻多的，所以就很想帶這些年輕人到竹山瞭解，讓他們了解我做的一些事情，所以這些輕人最後轉出來這些產品，我就說他可以，他一定會去相信，你說採購，這四年來買得很久了，這些商家都因為學生當時的設計就沿用到現在
個案 C	文化脈絡\創業經驗	622	622	山上現在大概有三個據點，就是吃、住、玩，我們只做這橫的，因為吃住玩就變成是我前面累積的這一些經驗，就知道說遊客，他來的時候從吃住玩這上面了解他的需求
個案 C	文化脈絡\創業經驗	702	702	設計師需要有一個經紀人，能夠真心幫他們開發的產品，找到最適合的對象
個案 D	文化脈絡\創業經驗	104	104	我為什麼要一直提我爸的故事，因為我爸爸在那個年代，他也是扮演一個改變者。
個案 D	文化脈絡\創業經驗	108	108	綠色山莊，那個地方就是我爸爸種植的地方，我們說到綠色山莊，這個是二十五六年前，我還沒有回來的時候，我爸爸就經常請怪手去挖綠色山莊那個土地，因為旁邊就是河床、荒郊，以前那個就是果園，種了很多種類的水果，我爸爸為什麼有錢可以請怪手，因為我們姐妹都結婚了，過年過節就會拿錢給我爸爸，然後我爸爸有一點就會請怪手。

個案 D	文化脈絡\創業經驗	112	112	是當初他的想法，其實他已經把綠色山莊的地貌都整個差不多了，他有錢就整一點，整了將近有十年的時間，你想想看一個土地如果你不去用它，它很快就會長草了。一直到二十五六年前，我回來的時候，會有比較多時間，經常到河邊那邊呆坐，想說「這麼漂亮的地方，我相信很多外地人也會想要來」，我就動了這個念。有一天晚上，我跟我同學，跟我弟弟三個人，就在三合院的客廳閒聊，我就提議有這個想法，我弟弟跟我同學就說好啊~我們三人來打造一個渡假村，因為在那個年代還不叫休閒產業，就叫渡假村。我們三個人就各自出資五十萬，我們手上都沒有錢，因為都蓋房子蓋完了，所以我們向農會借錢。
個案 D	文化脈絡\創業經驗	114	114	我跟我爸說可不可以給我一塊地，我爸就問要做什麼，我說要蓋房子，我爸就說隨便你蓋，你自己去看。以前這裡的地貌都是田，隔壁的花園也都是田，後來開闢成水池塘，那個池塘很小了，大概我小學的時候，那時候的泥挖一挖全部都要抬出來。我爸爸就把很漂亮的涼亭開闢成水池，這也是一畝田，一個水池，下方也是一畝田，這個是很好的田，因為當時休耕政策，所以田都沒有耕作，雜草叢生，我爸就讓我開發，實踐我的夢想，我每天都在想我這個房子我要怎麼蓋，我自己畫圖我要蓋怎麼樣的房子。
個案 D	文化脈絡\創業經驗	124	124	我在台中大概待了七八年，有一家園藝店，不是花店喔~是園藝店，像這樣的園藝店。
個案 D	文化脈絡\創業經驗	126	126	我有一個姊夫的弟弟，就是現在後○國中的校長，以前我住士林的時候，因為我學校在士林，我在士林一共待了六年，我在士林就已經有就業了，所以我有收入，我姐夫的弟弟當時在念淡江，那時候叫淡江文理學院，我有一點錢就會資助他，他也很感念我，所以他第一份工作，就到台中的全德家商，在那邊教英文，那個時候我有一段時間，我走出婚姻，比較低潮的時候，因為沒有經濟能力。
個案 D	文化脈絡\創業經驗	127	127	他知道我喜歡園藝，他就跟我說，他出錢，其實他也沒有什麼錢，但是開始有收入薪水了，就去跟會，標會標個二十六萬，後來協助我，等於說我跟他合夥，我就出我的技術，我們二十六萬，就經營了那個園藝店。
個案 D	文化脈絡\創業經驗	127	127	園藝店做了三年，錢也差不多還他了，因為有收入，就慢慢的攤還。他等於也是協助我，也是感念當時我那樣幫助他，他現在有能力了，就他來幫助我
個案 D	文化脈絡\創業經驗	127	127	園藝店我經營三年之後，我就很想要回到山上來，那才是我真正想要做的事情，我覺得我在都市裡面，那不是我從小生長的地方，我覺得我對那個地方沒有那麼深的情感
個案 D	文化脈絡\創業經驗	131	131	綠色山莊我們大約整理了半年就開始對外開放，那時候也創造很多的奇蹟。那時候也沒有很多的媒體，就靠本地人拉外地的人進來，開始有了一點的知名度，到了第三年、第四年生意很旺，我們有四棟木屋很多人都定不到。

個案 D	文化脈絡\創業經驗	137	137	綠色山莊那時候很忙，客人來了要陪客人聊天，喝酒，我就覺得那不是我想要過的生活，有一次我一位表姐的兒子、女兒從美國回來度假，因為他們在唸加州大學跟柏克萊大學，暑假的時候，就到綠色山莊來幫我，就跟我說：「阿姨，我看妳好辛苦喔~」就跟我這樣講；然後，綠色山莊經營了八年後，有一個機緣，那個機緣也是因為我爸爸，我爸覺得生意那麼好，房間為什麼不多蓋幾間，我爸就很異想天開，找了鐵工，付了三十萬的訂金，弄了很大的鐵皮屋。現在已經拆掉了，放了二十幾年，每天都想要把它拆掉，雖然那個產權是我弟弟的，我弟弟說要拆掉我也贊同，因為那麼大的龐然大物放在那個地方實在很不協調。
個案 D	文化脈絡\創業經驗	141	141	綠色山莊後來由我獨立經營，我弟弟因為我弟媳婦的關係，跑到卓蘭當經理，我的同學就跑去當鄉民代表，後來就當鄉長，後來我自己獨立經營，我自己一個人扛綠色山莊，扛了大概三年的時間，很累。
個案 D	文化脈絡\創業經驗	145	145	我們一開始從零，然後慢慢擴建、慢慢擴建，所以我是農會的貸款大王，就一直借錢，然後我決定就說，不要經營綠色山莊，也是因為這一棟房子的關係，因為那個時候景氣很好，很多人手上有閒錢，有一天在仙山喝茶的時候，就碰到後來接手綠色山莊的人，我們就談談，是因為他問我附近有什麼土地可以買，當時綠色山莊知名度很高，我就說綠色山莊轉讓給你們經營，我們就這樣一拍即合，所以就由他們接手，我記得是八月三十一號，就是暑假過後的那一天，我就把所有的經營權交給他們，我就跑到墾丁去度假，帶著我的工作人員
個案 D	文化脈絡\創業經驗	168	168	我當時回來的時候，一天到晚就是愛種花，我把這棟房子蓋好之後就種了很多的花，我爸就說了一句話「你真得是很沒有志氣，一天到晚不是種花，就是種菜」我爸就這樣跟我講。一直到山芙蓉披露之後，很多人潮來了之後，我爸終於體悟為什麼我拈花惹草，這些人潮不是因為咖啡而來的，是因為環境而來的
個案 D	文化脈絡\創業經驗	193	193	這個空間是我覺得我善用很好的空間，為什麼我會賣咖啡也是因為這一間房子
個案 D	文化脈絡\創業經驗	205	205	很多遊客就開始進來，一直到有一次媒體來到這個地方，發現台灣竟然有人可以過這樣的生活，因為我那時候比較空閒，所以種滿了花，那面牆上都掛滿了花，媒體一批露之後，那時候媒體有民視、聯合報、民生報都同時來。
個案 D	文化脈絡\創業經驗	215	215	媒體開始報導，就很多人看了報紙來，因為當時我並沒有開放，很多人找不到，當時的媒體有寫陶藝木屋，或者是紫色小屋，因為當時房子是紫色的，陶藝木屋就是因為我當時在做陶，我的房子大概三五年會換一個顏色，我換了顏色很多人就會找不到

個案 D	文化脈絡\創業經驗	217	217	很多客人就找不到，一直到一年以後，我才開始覺得說應該讓這個地方有一個名稱，這個名稱我也想了很久，有仙客來、聖誕紅，有一段時間我在行銷，本來想要稱做仙客來，但是想一想又覺得有一點俗，又想說假日咖啡館，或是村姑咖啡館。一直到有一次秋天的時候，大概就是這個季節，我從南庄開車回來，沿路開滿了山芙蓉花，路邊很多的山芙蓉。
個案 D	文化脈絡\創業經驗	223	223	在九一、九二、九三、九四那幾年創造了最高峰。整個南庄來講，住民宿的客人都會來
個案 D	文化脈絡\創業經驗	240	240	那時候人潮很多的時候，五六百人，只有這個空間，客人又坐不住，後來我就覺得不能這樣，我就把我的工作室開放。有了隔壁空間是因為，我一直很想要有一個空間可以讓我種更多的花，一方面也可以紓解一下這邊的壅擠，讓喝咖啡的人，喝完咖啡可以到隔壁去走動，把位子讓給排隊的人，本來那個空間是一個閒置的水池，早期我在做陶的時候，我會邀一些朋友來熱燒在戶外，後來妄想那個空間已經很久，但是我不敢跟我爸開口，因為我已經佔了我爸那麼大的空間了，有一天，下雨天，我就跟我爸說：「我放一個影片給你看看」就坐下來，我爸爸看了就說好漂亮好漂亮，我就跟我爸講說：「你那個水池閒在那邊，我來把它變成花園好不好」，我爸爸就說「台灣有人做嗎？」我說「沒有」，我爸爸最喜歡臺灣沒有人做的東西，他就說「台灣沒有人做，那就給你做」。我很高興我爸爸同意讓我開闢，我就開始構思那個地方要怎麼用。我找了一位台北的建築師，請他幫我畫了一張設計圖，我就告訴他我想要的感覺，我想要法國有點廢墟的感覺，種滿了藤蔓、植物的感覺，他幫我畫了一張圖，可是我還是覺得用不上，後來那張圖還是沒有用，我還是按照我自己的想法，我就找了我們很熟的朋友，他是做泥水的，一邊做一邊修，就這樣把它做起來。所以我那一間地上會有幾個洞，用來種植物的。
個案 D	文化脈絡\創業經驗	274	274	園藝我比較能夠得心應手
個案 D	文化脈絡\創業經驗	394	394	所以這個地方，今天如果不是我的話，很難，因為我自己這樣子經營，我知道它的困難點在哪裡，不是每個人都可以，那我的韌性就很強，我可以就是說，你無法想像，我今天早上八點的時候，我已經把我的水池都整理好了，那個對工作的韌性，我覺得我是非常的強的。
個案 D	文化脈絡\創業經驗	402	402	我有兩種性格，一種就是我很穩定，比方說山芙蓉今年十五年來，價格不變，營運時間不變，有很多是沒有改變的。另外一個部份，在我的環境當中我又很喜歡改變。

個案 E	文化脈絡\創業經驗	21	21	我在做 The one 的時候，我完全沒有要去把客家的文化放在我要做的品牌裡面，但是我覺得我是客家人，我是很自豪的客家人，我是自豪的客家一份子，我覺得客家人的意志力，跟客家人對人的尊敬、尊重，愛物惜物，節儉我全部都有。我們公司現在七年、八年了，很多人會說我們怎麼發展那麼快，我覺得是在台灣會說我們是文創產業、品牌什麼之類的，我覺得是客家文化深刻地影響了我企業的文化，我有很多的企業經營的想法，我覺得隱隱約約，因為我流著客家人的血統，影響了我對很多事情的看法。
個案 E	文化脈絡\創業經驗	21	21	我其實打造我們公司就是一個很安全的環境，於是我公司員工的流動率就非常低，他們都願意跟著我們 The one 做，所以別人要找他們都找不動
個案 E	文化脈絡\創業經驗	21	21	我退伍之後我就去台達電，我很幸運碰到鄭崇華，我跟在鄭先生旁邊，他給我太大的發展空間了，比如說李國鼎、孫運璿的紀錄片，一般企業家是不會去做那些事，所以等於說我碰到一位很具國際視野的老闆，因為是這樣，所以回過頭來，我是希望用國際的思維來做 The one，它其實是要把台灣的美學經濟提升，我其實想要做的是這樣事情
個案 E	文化脈絡\創業經驗	31	31	也不敢說現在是賺錢，但是它是穩定的前進
個案 E	文化脈絡\創業經驗	41	41	我對這是很樂觀的。
個案 E	文化脈絡\創業經驗	41	41	一定會有對的人跟對的時間點出現，那時候我們再下去就對了。
個案 E	文化脈絡\創業經驗	49	49	我發現客家人去做服務業不錯，因為客家人很親切，發現客家人在東方文化做服務業還相對的好
個案 E	文化脈絡\創業經驗	60	60	我們的團隊不是只有設計師的組成，我們現在這邊台灣一百多位員工，設計師十幾個、行銷做市場品牌的也是十幾個，所以，我們不像一般的設計公司，或是純粹去出計畫案標案的公司，我們是全部整合在一起
個案 E	文化脈絡\創業經驗	60	60	其實很多是我們講出來大家才會知道的，比如說，宜蘭有很好的飯店叫礁溪老爺，礁溪老爺的一些公共設施、一些規畫都是我們 The one 做的。
個案 E	文化脈絡\創業經驗	62	62	我們從一百五十萬創業，三個同學一直針織，到現在我們是八千萬的公司，說來不是那麼容易，但是很多幫忙啦~還有過程中的員工
個案 E	文化脈絡\創業經驗	72	72	就是要去做，每年做成功了就要一直去昇華
個案 E	文化脈絡\創業經驗	74	74	我們遊園部的員工現在三十幾個，他們三年之內，要考取高普考的國際觀光導遊和領隊執照，每個人都要。完成之後，每個人加薪多少，講的清清楚楚
個案 E	文化脈絡\創業經驗	88	88	我們一開始設計這些杯子、盤子，賣這些杯子、盤子，先從創意的商品開始，然後百貨公司有六、七個專櫃，誠品、高島屋全部都是專櫃。賣了兩年之後，才開始開這家店，中山店，那時候就是希望把我們的產品跟這些餐飲，因為日常餐飲還是很重要，就結合在一起

個案 E	文化脈絡\創業經驗	88	88	後來我們在兩廳院也開了店、在內湖也開了一家店，開得差不多的時候我的餐飲團隊也提煉出心得之後，我就把所有小店收掉，就跟我的商品我賣出門道之後，我知道我的客人會買什麼之後，我就把百貨公司七、八家全部收掉，做我的旗艦店，然後就是再去做一個更大的規模。把百貨公司收掉，開這家店，接下來就是這家店長出幾家餐飲，跟商品結合的複合空間，做成功之後，我又再把那些小店，大概八十到一百萬營業額的店全部收掉，去做南園，所以我幹部就這樣一直上來、一直上來，經濟規模就是這樣出來的。
個案 E	文化脈絡\創業經驗	158	158	其實就是一個心靈佔有率跟市場佔有率不一樣的東西，所以這個思維必須要轉。新一代的經濟基本上要有心靈佔有率，才有市場佔有率。以前不是，以前是先講市場佔有率，不會談心靈佔有率。現在完全不一樣的，因為對 3C 產業大家都已經厭倦了，講白一點，這種功能誰都有，只是玩一些小遊戲，大家其實都差不多，所以現在大家為什麼講說要做「慢活」、「樂活」，這就是對這些東西某種程度的反璞歸真
個案 E	文化脈絡\創業經驗	160	160	我過去這十幾年來，我跑全世界，我是從國際產業的經營角度裡面，做宏觀的規劃，放進來之後，才把我們地方上的文化，橋接到這裡該放的地方，變成一個競爭力，所以我們 The one 或是我們後面要走的方式，會是這樣子
個案 E	文化脈絡\創業經驗	169	169	我現在創業快八年了啦~至少現在我們還在的原因了，我覺得現在是一個團隊競爭，我很幸運我幾個同學，或是幾個人才陸陸續續加入我的團隊。所以我覺得，尤其是客家人在創業的時候，應該要有兩個存摺要看，一個是銀行的存摺，另外一個是人脈的存摺，因為我真的覺得 The one 是很多人幫忙做起來的，一直有貴人，真的。所以這兩個存摺一定要墊一下斤兩，我覺得客家人剛好就是很容易親近，所以那個人脈存摺就還滿重要的，但是我不是強調你一定要認識多少客家人的存摺。
個案 E	文化脈絡\創業經驗	169	169	我覺得對年輕人創業來講，大家都會忽略就是說，以為自己可以幹麻、幹麻，可是都沒辦法，自己跟本搞不出名堂，而是要自己跟大家能不能搞出一個名堂來，這是對創業者一個很重要的提醒。像我們公司會長出這些事業體出來，全部都是對的人進來之後，然後有一兩年的合作後，沒有問題才生出來
個案 F	文化脈絡\創業經驗	150	150	台客藍是一個品牌，不是一個公司。當初用台客藍跟周先生合作，是我把這個品牌跟他合作，放在他的世代文化裡面，由世代文化來經營這個品牌
個案 F	文化脈絡\創業經驗	158	158	2008.2009 年跟周先生合作這個品牌，2011 年的時候，決定把它獨立出來，變成一個世代陶瓷股份有限公司，那也是這個學運世代裡面找合夥、合資的
個案 F	文化脈絡\創業經驗	160	160	裡面的股東全是以這個草山學會為主，實際的負責人是周先生，所以，周先生是兩家公司的負責人，就是世代陶瓷跟世代文化

個案 F	文化脈絡\創業經驗	174	174	攀高理論，就是說一個比較不知名的跟比較知名的合作時，不知名的會被拉高起來
個案 F	文化脈絡\創業經驗	176	176	在世代文化跟世代陶瓷，其實世代文化是承租這個建築體，就是說民藝埕是世代文化的，然後裡面分別有很多公司，一樓就是世代陶瓷承租，然後有微型創業的
個案 F	文化脈絡\創業經驗	270	270	2002 年到楊梅，然後待了 4 年，寫了一個計劃去日本 3 個月，2005 年的 7 月到 10 月我在日本，2006 年我就搬回到屏東，然後 2008 年夏天，我再搬上來坪林，2010 年這個時候我再搬到這邊(苗栗公館)，差不多 2010 年 10 月底的時候，當初江老師問為什麼選這邊，為什麼不選鶯歌?最重要的考量是，客家人的品牌應該在客家人的縣市，而且選擇這邊，就是剛好這邊以前的脈絡，就是做陶瓷脈絡的
個案 F	文化脈絡\創業經驗	307	307	剛開始的時候，他們對 Hakka Blue 這個品牌比較沒信心，因為有「台」這個字擺在前面，就覺得是比較 low 的品牌意象，後來因為我們逐步逐步的在很多設計獎項裡面有獲得肯定，然後一直到中央的比賽，連續拿兩年的精品大賞，把台客藍整個的層級推到最高的地方。否則一開始大家就會覺得「台客」兩個字是一種庶民的意思
個案 F	文化脈絡\創業經驗	315	315	這個名稱是我那時候回到屏東的時候，當時的名稱是台客藍手工坊，是我個人的工作室
個案 F	文化脈絡\創業經驗	321	321	築夢計畫，我去日本 3 個月，那 3 個月給我很大的啟發是，人家年輕的陶藝家都出來擺攤，去市場跟消費者去互動，所以我回來就積極去找所謂的市集、商業市集這種地方，找自己的消費客層，找自己對於經營陶瓷的方向
個案 F	文化脈絡\創業經驗	353	353	2010 年底到公館，這也是個故事，大概是我怎麼到公館的故事。坪林其實是我個人的需求大過公司的需求，我那時候還是維持個人工作室的性質，我比較喜歡安靜的地方，不喜歡吵雜；到山區做陶瓷，也是一種就是以前的希望。當時剛好是周先生跟他合夥的一個朋友住在坪林，那我們先搬到那邊，後來就發現會吵到他，我們就搬到坪林的另外一個地方。到坪林是對客人好，可是對公司不見得好，因為請不到人。雖然有社區幫忙，但那都是臨時性的；所以在這種請不到正式員工的情形下，會覺得滿困擾的，那個困擾就是沒有辦法製造出一個經濟規模。當時我們有一些配合的廠商在公館這邊，譬如說剛剛在裡面那個大姊，她本身就是公館跟我們配合滿久的
個案 F	文化脈絡\創業經驗	359	359	在實務面上面的供應鏈，從垂直供應來講，這邊還有一些舊有的技術。這邊的陶瓷廠全盛時期有 400 多家，現在剩不到幾家
個案 G	文化脈絡\創業經驗	18	18	我自己去找茶區、找茶壺，找茶葉，然後到處去找，喝來喝去，但我會覺得說，為什麼我的朋友都不喝，只有我在喝，這是一件很弔詭的事，因為它其實很好喝，那為什麼沒有人喝，所以我思考了很多，就是我發現，台灣茶雖然有很多很好的味道，可是傳統茶道讓有些人覺得麻煩

個案 G	文化脈絡\創業經驗	22	22	我那個時候，沒有想要去找工作，反而是在我這些年喝茶的過程中，我去哪裡我都帶著茶去，我真的很喜歡喝茶，我真的很喜歡喝茶，然後想說，那我來創造一個方式，讓大家可以不用經歷那些困難的過程，就可以直接喝到茶，而且就直接泡出來，所以我們就做了一些建設，就大概是這樣的計畫，而當時我就跟大學的同學、學長聊我的概念，那大家就說好啊！大家一起投資，就做了建設
個案 G	文化脈絡\創業經驗	28	28	我們創業的時候會有一個心情，就是理想。比如說，小籠包就會想到鼎泰豐，肉鬆肉乾就會感覺想到新東陽，所以我們就想要用三個字，那即使這三個字都不同的涵意，是我對茶道的意會跟期待，就是說我自己在學茶的過程中，至少到很多新的茶品牌，剛好是在喝茶開始，最早是王德傳，後來是小茶裁堂，再來就陸續更多，那每個人講的茶道，我都有去喝過他們的茶，那不會說好或不好，他們講的一定是比較完整的，確實我後來發現，比如說，王德傳他那時候在講比較偏歷史面，他們會學茶，他們有悠久的歷史，那想到這樣的背景，是他們有有機的茶園，所以他們強調有機，那甚至有些品牌是在強調製茶師傅的技術，我發現其實這每一個點，如果不能串在一起的話，是不會有一杯好茶，要大家都串在一起，那「京」就是中文裡面很大的量詞單位，幾億幾兆幾京，我看到的茶道是茶樹種植，然後採收是不是茶青再製作，茶葉經過再沖泡，這過程其實要所有的環節都很完美的組合，才會有一杯好茶，所以這是「京」的由來；那「盛」就是茂盛器皿的意思，意思就是說，我們從一個顛覆台灣茶的印象的一個容器開始，就是說我們希望打造一個符合現代人生活習慣，美學的一個平民文化，所以這是「盛」；那「宇」就是說，過往的我看書啊~或者是別人跟我講的茶道都太強調人了，可是茶葉其實是農產品，天氣如果不好，再厲害的師傅都沒辦法做出好茶，「宇」就是上下思考的空間，意思就是說，當我們喝到這杯好茶的時候，要感念它跟土地的契合。
個案 G	文化脈絡\創業經驗	32	32	我一直在到處喝，那後來有喝到一個製茶廠的茶是長期都品質都很穩定，那我就讓他成為我的股東，變成說我就是在做比較推廣面的事情，那他供應我原料
個案 G	文化脈絡\創業經驗	32	32	原來是要跟製茶廠配合

個案 G	文化脈絡\創業經驗	32	32	<p>我一開始為什麼會認識這製茶廠的原因，也是我拜託了很多次才有機會喝到他們的茶，那製茶廠的負責人是四十幾年經驗的製茶師傅，應該說他整個製茶的生涯就是台灣茶的近代史，因為台灣茶在民國七十幾年以前其實是外銷為主，外銷到全世界一百四十多個國家，那七十年之後才轉成內銷，精緻的所謂的烏龍茶，外銷是比較初級的，比較普通啦，所以他其實會做便宜的茶，也會做貴的茶，那你茶賣到全世界各地不是賣台灣的烏龍茶，是賣日本綠茶，賣紅茶，所以等於說他什麼茶葉都會做，如果台灣的茶是可以賣到全世界各地，基本上這個人什麼茶都會做，他一定超有本事的，所以我從身上學到、看到很多的技藝，或者是一些態度，我就覺得說，我應該做一些事情，把這些東西是散播出去的，我做文化面的東西，我也不會做茶，所以，等於說，我就是有他這樣的製茶技術知識，我才有辦法做京盛宇。</p>
個案 G	文化脈絡\創業經驗	34	34	<p>其實茶好不好喝，一定要自己喝才知道，對於很多做茶的人來說，茶是一種藝術品，所以茶要高興賣多少，其實他是可以決定的，而且他可能數量不多啊，那不多他當然要賣貴一點，不然他要怎麼生存，那製茶廠的角度可能就比較不一樣，他可能把茶當作是一種工業商品大量產出，我只要有獲利那我就賣，那你買多我可以，那你買少我不會理你，我經歷過那個找茶的過程，所以決定跟他配合，因為他也做了四十年，所以他對台灣整個產銷管道都很了解，他知道哪邊的茶比較好、比較便宜，就跟他買。</p>
個案 G	文化脈絡\創業經驗	47	47	<p>我們的概念其實就是紫砂壺沖泡，有個吧台，但是我們一開始不知道要怎麼幫它找一個定位，就說我們要內用的方式，原來的台灣茶館是以內用為主，那我就想說好吧~我就先從內用的方式去做，所以是從茶館開始，那好丘賣的價位是我們當初茶館的那個價位，其實那個服務是比較多的，而且客人坐的時間會比較長，加上種種成本，所以當初的價位是落在那邊，後來我們大概做了一年半的時候，花博有找我們去設一個外帶的攤位，外帶的價格，就要跟一般的手搖茶差不多，所以我們做了兩個路線，但是，還是有紫砂壺的沖泡，但是比較便宜一點點，那紫砂壺的價位差不多跟現在這樣</p>
個案 G	文化脈絡\創業經驗	48	48	<p>我們的價位是七十五到一百二十五，那時候是在花博有兩個路線，一個是紫砂壺泡，還是有吧台，另外一個是傳統的大桶茶，屬於手搖茶的那種泡法，但是我們都無糖，重點還是無糖，一直都是無糖</p>

個案 G	文化脈絡\創業經驗	50	50	我們在花博那時候價位就是五十塊，如果以這樣的東西，先別管它是不是紫砂壺泡的，或還是大桶茶，一樣都這個瓶子，出來都賣得超好的。那在內用茶館的時候，我覺得客人有時候要的是空間，或者是點心，不會把焦點放在茶上面，那外帶的時候，客人要方便，也不是說你的茶多好，所以我後來我發現這兩個路線都不太適合台灣茶，所以後來在花博結束後，收到敦南誠品邀約我們到那裡設櫃，然後，剛好我們茶館的房東想要把房子租給 7-11，我們談了一個還不錯的條件，我們就把茶館收了，轉進百貨商場。就重新定位，那在小的空間裡面，我們比較能夠集中焦點，我們就是會泡茶，點心我其實也不會做，在價位、路線，還有服務上重新定位後，才被慢慢的被注意到
個案 G	文化脈絡\創業經驗	52	52	但反而進到百貨商場之後，大家好像一目了然，就這麼小的店，好像看到用紫砂壺在泡茶，其實這樣子反而比較適合我，所以我們這個過程中，其實是跌跌撞撞的
個案 G	文化脈絡\創業經驗	54	54	就是說，太多小工作室，為什麼會是小工作室，就是大家沒有思考清楚，你賣的是不是一個很適合的時機，像茶應該是打造一個消費者的體驗過程，如果今天要打造一個消費者體驗過程的時候，產品或服務的規格必須要拉高一點，那個規格拉高可以是比較多團隊去做一件事，或者是資金多一點，或者是幾個人共用一個工作室，其實那個真的很難，必須要說是創業要有一定的門檻，我當初也想的很簡單，所以我就做了，真的繳了很多學費，才開始獲利
個案 G	文化脈絡\創業經驗	74	74	應該是要先觀察之後，設計這個東西，這產品出來之後，然後一步一步，讓客人知道怎麼取得它，客人來到之後，要怎麼留住他，那其實這個過程中，客人買完了回家了，其實這整個過程都要把它思考進去，這每個接觸點都應該是要把它思考進去的，然後把我想要的美好的點子，或者是美感，商品的價值都在每一個接觸點去凸顯它，但是台灣的文創產業大部分的思考點就在第一個階段就結束，沒有思考到後面的東西，比如說：有些很好的工作室，他設計了很多很好的產品沒有錯，可是它壽命很短，它可能一開始賣得很好，但是消費者不是傻子啊~就是說，一開始覺得很好，買回去，可是之後就覺得還好，沒有辦法感受到更多的價值或是經驗，只是覺得好看而已
個案 G	文化脈絡\創業經驗	76	76	他們(台灣文創品牌)並沒有把各個經驗連在一起，那不是怪他們，而是說台灣缺乏了一個整合的力量，比方說，我不會做器具，但我懂得喝茶，我懂得茶怎麼泡，那如果我們能夠結合，發展一個很好的東西的時候，這個東西就會是很有力量
個案 G	文化脈絡\創業經驗	103	103	如果消費者對它的印象是這樣，那我不如用類似的口吻去解釋它，所以我們是在這個過程中慢慢摸索出來，要怎麼用大家能聽懂的話去介紹它(產品)

個案 G	文化脈絡\創業經驗	105	105	我們有一個很特別的沖泡流程，就是把泡茶這件事標準化，因為傳統泡茶就是每個茶不同的水溫、不同的器具，所以大家就不知道要怎麼泡，所以，我用一個不一樣的方式解決這個問題，那就是我訂了一個 SOP
個案 G	文化脈絡\創業經驗	113	113	我從來沒有想要放棄這個東西
個案 G	文化脈絡\創業經驗	115	115	每個階段遇到的問題不同，我覺得就是解決，把它解決了，你會發現解決問題是成長得最快的方法，然後解決了，把它做好，真的是會進步，所以大概就是到了今年上半年的時候就是出書，七月初進了松菸設櫃，然後開始有大大小小的媒體注意到我們，反正生意就變好了
個案 G	文化脈絡\創業經驗	116	116	從敦南開始就是有一些人開始注意到我們，可是就我剛講的一個消費者的經驗，以前的敦南誠品雖然感覺上很幽美，可是感覺上它那個商場的人潮是不多的，就是消費者接觸點太少了，消費者的接觸點如果多的話，那客源就會很穩定
個案 G	文化脈絡\創業經驗	130	131	松菸的人潮其實滿多的，剛開幕都要等一個小時
個案 G	文化脈絡\創業經驗	132	132	我們泡一杯茶比人家的手搖茶耗時久，然後也比咖啡久，其實用紫砂壺泡，還是受限於一些條件，沒辦法一分鐘多就產出一杯茶，就大概三到五分鐘就一杯，可是有時候客人點單，就是忽然之間積積就積在那邊，所以真的是沒辦法消化
個案 G	文化脈絡\創業經驗	136	136	其實我覺得現在的社會風氣會，有一種就是可能平常就花費很大，所以做了一個生意，就會想把東西賣得很貴，但是他沒有去想說有更多人去觸及到你的商品的時候，自然而然的就會獲利，不需要把東西賣得很貴，比如說:我們下載一個 APP，30 塊還好，可是有一千萬人下載的時候就不一樣了。
個案 G	文化脈絡\創業經驗	140	140	我們其實去觀察很多生產面的事情，然後才有辦法對茶這麼有了解
個案 G	文化脈絡\創業經驗	168	168	味蕾是要訓練的
個案 G	文化脈絡\創業經驗	167	167	像我們這個年紀，其實就是說七年級、五年級、六年級對於茶都有一個好難的印象
個案 G	文化脈絡\創業經驗	183	183	我的茶很親切沒有距離，所以我在管理員工我也是很親切沒有距離
個案 G	文化脈絡\創業經驗	183	183	京盛宇有太多的內涵是由專櫃人員去傳達的，而不是某個坐辦公室的人員，某種程度上，我真的真心的認為他們比我更重要，因為他們是直接面對客戶的，我想要講的這些消費者經驗，他們如果做得不好，其實都沒有意義，就只是在賣這杯茶而已
個案 G	文化脈絡\創業經驗	183	183	京盛宇的核心價值是更重要的，有時候不是說這杯茶泡得多好，當然這是一個必要條件，可是還是有很多更重要的事情

個案 G	文化脈絡\創業經驗	183	183	我都會帶那種很資深的員工去比較高級的餐廳，不是要請他吃飯，而是要讓他感受一下，你看這個東西有沒有好吃，可是你會不會覺得他剛剛哪裡的服務有沒有不好，那處理的不好你下次就不會再來了，有很多再好吃的食物，服務不好也沒有用，我們現在在做的事情是整個消費者的經驗，所以茶泡的是一百分，但你在泡的時候，跟旁邊的人聊天、打屁，那這杯茶就是廢了，就沒意義了，所以就是透過這種方式讓他們知道京盛宇的核心價值在哪裡，在整個管理面就是要環環相扣的，不能有你做的東西很親切、很時尚，但是你的公司很俗之類的
個案 G	文化脈絡\創業經驗	204	204	經營一個企業或一個的理念的重點，在於要找一個對的方法，不是說大家都需要一個很厲害的故事
個案 G	文化脈絡\創業經驗	208	208	就是一個路徑的思考，你有一個創意，要馬上想到說，要怎麼賣，要說什麼樣的故事，然後消費者接收到了，或者是看到了，體驗了，消費者會有什麼樣的感覺，那你可能要再做一點更貼心的東西，讓他能夠再回味，但是消費者可能會抱怨會客訴，這些客訴的問題，都是一開始在規劃的時候，全部都要想進去，一般人可能會覺得說，好大個工程喔！可是我想要講的是，如果你沒有想到這些東西，你貿然創業就很容易失敗，就像我前幾年的例子
個案 G	文化脈絡\創業經驗	208	208	不是說一開始公司的規格一定要什麼行銷人員、美工、業務，不是不是，就是說你就用你的能力，你能夠做的盡量的做，但是隨著你做的這些事情，你就知道你得到的回收和回報，一定比別的沒想到這些東西的團隊高，那你就會有更多的資源，再把這幾個整個路徑想的更完整，做得更好，所以其實是一步一步改善修正，都是這個過程磨練出來的基本功，創業是一個創意而已，而剩下的一百件事情都不是創意
個案 G	文化脈絡\創業經驗	210	210	堅持，然後要思考的很遠，每件事情都要想到，想到問題，但是要怎麼做，回歸到產品的核心價值，茶是很單純的，茶是很親切的，茶是可以讓很多人有相聚的機會的，茶是個媒介，那我就會思考到很多，比如說有人客訴打電話過來，我們不會用那種很官腔的方式，我們就是很親切
個案 G	文化脈絡\創業經驗	210	210	在思考整個路徑的時候，要回歸商品的核心價值、本質，去做每一件事情那就OK了
個案 G	文化脈絡\創業經驗	212	212	我們盡可能讓很多事情變得很簡單，所以我的習慣是我給員工比較高的底薪，我常跟他們說，京盛宇是個新創公司沒有錯，我們的行事風格也不適合要員工推銷很多茶葉，讓員工得到很多獎金，因為我們的概念就是這樣，那麼，如果你需要一個很高的獎金，你就去別的地方做，反而我告訴他們我給你的底薪多一點，這才是我肯定他們
個案 G	文化脈絡\創業經驗	212	212	我一直給員工的觀念是，你表現好我就直接給你底薪，但是我不會讓你強迫我的客人去多買幾包茶葉，我不想讓這種事情發生
個案 G	文化脈絡\創業經驗	214	214	業績不好，有時候是櫃點的問題，比如說敦南的業績就比這邊差，那不是說我敦南的人就比較弱，而是那個商場的問題

個案 G	文化脈絡\創業經驗	230	230	坦白說，不太不適合加盟，因為味道會有差，要維持它的品質，難度是非常高的，我們在台灣不會走加盟，就是全部都直營，那海外的話就看狀況
個案 G	文化脈絡\創業經驗	237	237	我們一開始做就是想要做茶的星巴克，只是說星巴克可能重點在空間，賣的只是空間，不是賣咖啡，一個現代人需要的空間，因為都會的人可能房子都很小，總是在下班後不想要自己先回家，睡一下隔天又要上班，放鬆的，星巴克找到了一個都會的需求。那京盛宇也是可以，就是我找到一個都會人是需要一個寧靜的氣氛，但我可能不是這麼大的空間，但是你會喝了茶之後，自然而然就可以寧靜和放鬆，我不會跟星巴克一樣弄一個這麼大的空間，但是我會找到一個都會人需要的一個點，去把它貫徹得很徹底，因為茶的本質就是適合寧靜和放鬆，我也覺得這也是現代人生活需要的一個空間，你不見得一定要坐在這裡慢慢喝，你可以買著走路的時候，或者跟朋友出去的時候喝，因為它也是一個自然的飲品，喝起來其實也是很好喝的，反而比那些加奶的，喝起來更沒有負擔
個案 G	文化脈絡\創業經驗	241	241	台灣的租金太高了
個案 G	文化脈絡\創業經驗	247	247	學費繳很多，真的
個案 H	文化脈絡\創業經驗	21	21	因為這是我的家
個案 H	文化脈絡\創業經驗	43	43	是從三十歲以後才開始學，然後到四十歲才踏出來
個案 H	文化脈絡\創業經驗	47	47	只有自己會寫，所以我都在寫字，只能說我是寫字家，但是我自己樂在其中，完全不覺得苦，因為自己喜歡寫字就不覺得苦，但是說實在，要講經濟效益，這是完全不符合經濟效益的。
個案 H	文化脈絡\創業經驗	49	49	經濟效益就要從別的地方找
個案 H	文化脈絡\創業經驗	51	51	比方創造更多的感動力，讓大家更想來，就是來消費
個案 H	文化脈絡\創業經驗	115	115	開分店很難，除非有個很棒的得力助手，或是學了很多年，這都是要很多年培養的，不是一朝一夕就可以培養出的人才
個案 H	文化脈絡\創業經驗	119	119	其實要很用功啦~我上次看到一個世界級的雜誌，來台灣特別報導，雜誌內頁大概有將近十頁台灣的報導，那個藝術總監只有二十九歲，我就很訝異，就問他說，二十九歲如何能當到世界級的雜誌的藝術總監，他講了「用功」這兩個字，我非常非常印象深刻，所以我們都很用功，很用功寫字、畫畫、做菜、插花，大概就是因為這些用功，所以累積出來的能量就不一樣
個案 H	文化脈絡\創業經驗	131	131	所以勸一般想要創業的人，不要一開始就打退堂鼓，要熬個幾年才會有成就，人家說教家要十年，七、八年是個雛形，十年才是真正的開始、豐收，所以知道自己要幹什麼
個案 H	文化脈絡\創業經驗	145	145	我四十歲才創業，三十歲到四十歲是養成期，三十歲是在家裡做一個私人的廚房，做了三年多才有了這一家店，所以這個(小慢)的前身還有一個私人廚房
個案 H	文化脈絡\創業經驗	148	148	就是喜歡烹飪，喜歡這些陶藝，喜歡茶，所以也有教人家喝茶，辦茶會，都有

個案 H	文化脈絡\創業經驗	150	150	因為不知道自己能不能一直顧店，所以先從家裡開始
個案 H	文化脈絡\創業經驗	152	152	那時候一個月生意就做起來了
個案 H	文化脈絡\創業經驗	156	156	都沒有發傳單，完全就是口耳相傳，後來要不要，用電話就可以知道
個案 H	文化脈絡\創業經驗	158	158	沒有透過網路，那時候也還沒有網路
個案 H	文化脈絡\創業經驗	166	166	我對空間很喜歡，所以我會一直用不一樣的空間來創作
個案 H	文化脈絡\創業經驗	168	168	做這會帶來很多的利益，不可能，因為你做怎麼多東西，不可能帶給你什麼經濟效益，只是賺到生活、賺到品質
個案 H	文化脈絡\創業經驗	170	170	偶而還是會覺得很累，比如說都是你一個人，從頭到尾都要自己監督、處理，又要去日本進貨
個案 H	文化脈絡\創業經驗	172	172	廚房有助手啦~外場都沒有，外場都還沒有人可以當我的副手，所以自己就要比較辛苦一點
個案 H	文化脈絡\創業經驗	192	192	有自己個人的風格，然後以自然取向的生活為訴求的店，所以我常到日本取經
個案 H	文化脈絡\創業經驗	194	194	創新，就是用比較手感的東西在這個店裡面，然後還有品牌，別人都沒有的
個案 H	文化脈絡\創業經驗	206	206	兩個禮拜換一次菜單，我選的，所以我做很多事，晚上回家還要創作，在想明天要幹麻，要做什麼菜，應該要做什麼活動
個案 H	文化脈絡\創業經驗	208	208	所以我的朋友專門笑我是 super women
個案 H	文化脈絡\創業經驗	210	210	要想菜單，餐飲的搭配、特色、陶怎麼搭，這都是一門學問
個案 H	文化脈絡\創業經驗	212	212	經營哲學就是慢活、自然，然後把茶道的精神放進來
個案 H	文化脈絡\創業經驗	220	220	喜歡美吧~從喜歡美的東西開始，為出發，因緣際會有這麼多的東西
個案 H	文化脈絡\創業經驗	238	238	他們(父母親)都說我好辛苦啊~我說，不會啊~我很開心。他們(父母親)會說，沒有賺錢的，我說，不會啊~過得去就好了
個案 H	文化脈絡\創業經驗	240	240	生活，對，至少我知道我選了一個不錯的空間、好的食物和茶，生活不要要求太高，不要住名宅、不要開名車、不要戴名錶，這樣就ok了
個案 H	文化脈絡\創業經驗	255	255	這是我們家自己庭園的花，然後，也會到路邊剪一剪就有了，當然還是要去花市啦~偶爾花市有好的花就會帶回來
個案 H	文化脈絡\創業經驗	261	261	沒賺錢又很忙
個案 H	文化脈絡\創業經驗	261	261	我很開心
個案 H	文化脈絡\創業經驗	269	269	每個地方排的位置，我每天都在調這個東西
個案 H	文化脈絡\創業經驗	271	271	每天都在調，一進來看到名片擺放的位置對不對，什麼東西擺在哪裡對不對，有沒有灰塵，有沒有手印，這些細節我們都很注重，我甚至都是趴在地上擦地板，我都教我的員工，淨身跟環境一定要做到這個地步
個案 H	文化脈絡\創業經驗	287	287	市場接受度，就慢慢做調整，比如說我們菜單的調整就好多次，怎樣的價位最適合，怎樣的菜色是最適合

個案 H	文化脈絡\創業經驗	291	291	進來的員工，從電話怎麼接，怎麼用話，怎麼掛電話，怎麼把餐好好地送到客人面前，用什麼態度，這都要教的
個案 H	文化脈絡\創業經驗	293	293	我在日本學的，我在日本工作了兩年，那時候也是服務業，所以這一塊有學到，很開心有這樣的經歷，好險不是一畢業就回來，我覺得有那兩年工作的經驗，對我來講也是很重要，因為是服務業
個案 I	文化脈絡\創業經驗	2	2	我們是 2003 年創業，剛開始不是賣賣客家藍染，剛開始是賣一些二手的東西
個案 I	文化脈絡\創業經驗	2	2	我們做了一個很小的市場調查，就是網路在賣什麼東西，我後來發現藍染客家，就是藍染這個東西，網路上有賣，那剛好我在上海，我就從上海回來，我在上海有看到有工廠專門做這種藍染東西，然後這個東西在日本、在日本它的價格很貴，大概有十倍到二十倍
個案 I	文化脈絡\創業經驗	4	4	我在網路上看到日本這種東西很貴，台灣沒有，然後大陸是它的產地，然後我就心裡想說：好，我就去拿三萬塊錢做個本錢，去上海批一些東西回台灣賣
個案 I	文化脈絡\創業經驗	7	7	結果後來去了之後才發現，扣掉車費跟機票就剩幾千塊錢，買現成的買不到東西，我就買了六十公斤的布
個案 I	文化脈絡\創業經驗	9	9	帶布料回台灣，就開始自己做中學，因為本來不是做這個的
個案 I	文化脈絡\創業經驗	11	11	剛開始，就先做旗袍和小孩的衣服，因為那時候小孩才一歲多
個案 I	文化脈絡\創業經驗	13	13	就開始做她的衣服，然後在網路上賣，自己做自己賣這樣子，是這樣子起來的
個案 I	文化脈絡\創業經驗	15	15	剛開始有請人家幫忙，後來發現請人家幫忙太貴，大概累積了一個程度，幾個月之後，我又跑到大陸去了，這次去大陸找工廠，我去廣東
個案 I	文化脈絡\創業經驗	17	17	運氣很好的，我做的全部都賣掉了
個案 I	文化脈絡\創業經驗	19	19	那時網路沒有店面，那時候運氣很好，因為 SARS，我們就是剛好運氣就是那一波
個案 I	文化脈絡\創業經驗	63	63	我們製作，然後批給人家賣，沒有辦法開一整家店，沒有這個錢跟財力
個案 I	文化脈絡\創業經驗	65	65	最主要就是批給別人賣
個案 I	文化脈絡\創業經驗	87	87	我沒有空去學(設計)，我也沒有錢，所以我每次去大陸出差我都買簡體版立彩的書，我就照著上面學，看書學，我自己設計打版，到現在設計還在我手上。打版，我已經花了一年的時間，請我的廠長去上打版的課程，所以他現在會電腦打板，那我就畫個簡圖
個案 I	文化脈絡\創業經驗	89	89	我已經打的版夠多了，我們以前創業太苦了，一個月有十幾個版，每天都在打
個案 I	文化脈絡\創業經驗	91	91	我第一次做藍印花布，就是做旗袍，我用我媽媽的拆掉自己學，然後後面就是中國風，但中國風我們是屬於比較簡樸的，所以很少會看到一件衣服五顏六色

個案 I	文化脈絡\創業經驗	93	93	男裝本來是不做的，因為我不懂，我們家只有女孩子
個案 I	文化脈絡\創業經驗	93	93	為什麼我要做男裝，因為藍染這塊市場好多人做，我第一個人做，做到現在做藍染的有三、四家，還有就是，很多男生來跟我要藍染，但是我都沒有東西給他們，我們只有幫藝人，還有一些主播做中國風，那是少數。台灣的市場有一半是男生，然後我們以前店面是很小很小很小，大概只有前面一點點，我覺得我可以把男生的市場做出來，這一塊之前是沒有人在做的，我不快點來做的話，又沒了
個案 I	文化脈絡\創業經驗	104	104	我們本來要培養畫圖師，可是真的是流動率太快，可能培養個三、五年就要離開，結婚了就離開了
個案 I	文化脈絡\創業經驗	106	106	我覺得我們薪水算高了，只是太苦了，一般小孩子吃不了，我在找一些客家的年輕人來我店裡幫忙，就像這次去屏科大跟他們合作，他們有些是客家小孩子到屏東唸，因為是國立的，比較省錢
個案 I	文化脈絡\創業經驗	112	112	物質條件，上海都比廣東好，廣東雖然是比較苦又熱，還會濕氣重，還會中暑，可是我到廣東，聽廣東話跟客家話，比聽上海話還來得有感情，我寧可去苦的地方開工廠，我也不要在交通便捷、台商多的地方開工廠
個案 I	文化脈絡\創業經驗	126	126	我在台灣最高學歷只有唸到化工，我是工專畢業的，之後到上海我想把我的學歷提高，所以我有唸華東理工，我在台灣是唸化工，所以我做這個會比較懂一點，不要想騙我，因為我是實驗室出來的，我去唸化學工程碩士，華東理工師範是十大名校。
個案 I	文化脈絡\創業經驗	146	146	我們真的是太小了，申請專利，我可能會去挑幾個圖騰申請專利
個案 I	文化脈絡\創業經驗	148	148	一個專利大概要七、八千，我只能挑一、兩樣，我不能挑太多，我如果挑太多樣的話，費用還有時間我沒辦法
個案 I	文化脈絡\創業經驗	152	152	其實是以小東西跟衣服為主，那可是不知道為什麼女生都看衣服，我們家包包什麼一堆。台灣就是這樣子，每次我們家只要是衣服、小東西，大家一定都只看衣服，小東西比較不看，除非是送禮物大家才會看小東西
個案 I	文化脈絡\創業經驗	154	154	我們的東西在誠品賣得非常好，但是因為單價當時設定得太低，誠品的百分比分拉太高，高到我後來發現我每個月都是銷售第一名，可是我們竟然沒有利潤，是打平，我就知道說在誠品賣其實只是一個打知名度，沒有賺錢的狀況下打知名度，我們人手又少，我就決定說我就先試一點點
個案 I	文化脈絡\創業經驗	154	154	我一直很想放棄台灣的零售市場，我們想要做外銷市場，我真的很想做外銷市場，因為太累了，我不適合跟客人面對面
個案 I	文化脈絡\創業經驗	170	170	我們就小小的做，我們做微利的
個案 J	文化脈絡\創業經驗	9	9	全世界都在走這一塊，未開發國家當然是沒有，走到已開發國家，這是一條必經的路，剛好是因緣際會下跟客委會有一個認識，所以走到這邊，也把我帶入了這個行業啦!
個案 J	文化脈絡\創業經驗	11	11	我的前半段就是那種工業經濟
個案 J	文化脈絡\創業經驗	13	13	就是走外銷的那一段

個案 J	文化脈絡\創業經驗	15	15	其實我們的分水嶺應該是在 2000 年的時候，2000 年以前我做的就是紡織外銷，都直接以合作外銷，或者是直接外銷來經營我們的生意，經營的內容，都是以紡織品為主，紡織品或紡織配件，紡織品就是布料，配件的話就有可能像拉鍊、蕾絲等
個案 J	文化脈絡\創業經驗	15	15	我們是 1987 年就開始，在這段時間裡面，台灣的景氣是這樣一直往上的，長到這邊就開始這樣這樣這樣，一直下來，到現在還是下來
個案 J	文化脈絡\創業經驗	15	15	我踏入職場比較早，我差不多 1979 年就踏入職場，那開始創業這段期間，根本都沒有，除了吃飯、睡覺、工作，沒有娛樂，我將近十幾年沒有看過電影，沒有休閒，生意非常好，不用擔心沒有訂單，而且訂單都很大，因為是外銷，非常簡單
個案 J	文化脈絡\創業經驗	15	15	我的感覺是那時候做生意，現在想起來做夢都會笑，這個東西是經濟剛成長的時候才有辦法享受到的
個案 J	文化脈絡\創業經驗	15	15	我是針對國外的 buyer，假使你是美國的 buyer，任何一個國家的 buyer 來，我只要把你搞好就好，也許你在你們國家是做其他的通路生意，做布料也好，做批發也好，你是我的 buyer，我只要把你想要的東西弄出來，把 sample 打出來，價錢你 ok，交期你 ok，那你就把訂單下給我，可是他下訂單也要有一個時間，看你的時間是一個月、兩個月，談判數量、交期，看客人需要，很有規劃的接單方式，排生產流程都會非常的好安排，因為有一個很明確的時間，而且我只要把你的需求處理好，可能一張訂單下下來就是幾百萬、幾千萬
個案 J	文化脈絡\創業經驗	15	15	我是一個貿易商，我可以同時接很多客人，客人接進來之前，我在台灣找很多協力廠商生產，然後我們這邊只要做到控管、品檢品質、包裝、出貨、接單，這樣的動作就完成，這樣就讓我們忙了很久，那個時機也正好就這樣子，你想這樣是不是太容易了，不管是在賺錢上面，或者在這個過程，在安排生產出貨方面種種都非常簡單。然後品項，我就照你要的品項做給你，只要你驗貨 ok，我就沒事，錢就給我啦~那是以前

個案 J	文化脈絡\創業經驗	15	15	<p>1995 年以後，台灣就一直往下走，因為受到東南亞或者大陸便宜的勞工，或者是 WTO 開放種種的衝擊，和人口大量外移、製造業大量外移之後，畢竟我們也要面對同樣的問題，是要留在台灣，還是要去大陸，你必須做一個抉擇，因為我們客人大部分都是外商，他就會問我們你要不要到大陸去設點，然後我們考慮考慮告訴他說，對不起我們不跟你去。我們也是考慮滿久，不想去大陸的原因是什麼，就是歷史告訴我們不要去，因為我們是中小型企業，不是那種很大的企業，再來我們是做貿易、做買賣業，做買賣業的話，第一點我先到大陸，除非是我們全家人都搬過去，我才不會有後顧之憂，要不然我的家庭會出問題，因為有很多例子可以看，這是第一點，因為我們很顧家庭的原因，大環境也好種種因素勢必會造成分隔兩地的後遺症出來，如果今天我要人，我就必須留在台灣，不想家庭受到那麼大的變化，誰也沒有把握會不會出變化，家庭因素是我們考慮要不要去大陸的原因。第二個是能力，是不是我們可能去，再三，有沒有必要去</p>
個案 J	文化脈絡\創業經驗	15	15	<p>其實往前看，台灣最早也是農業社會再走到工業社會，是誰把我們帶到工業社會，不是我們自己走到工業社會、商業社會，為什麼，是因為美國人來台灣投資，有一些美商公司進到台灣來，在加工區，美商來了之後接著就是日商，有大量的加工區裡面，設了很多工廠，有很多畢業的小孩到工廠去上班，就像現在我們到大陸去一樣，然後他們開始從貧窮慢慢的脫困，當你吃飽的時候，你就要更多了，工資也要求、什麼也要求，可是對資方來講，他會受不了，他必須去尋找下一站，那大陸是最好的地方。再反回來講，當台灣被美國日本帶到工業、商業社會的時候，那你回過頭來看是不是美商會退出台灣，當我們的工資什麼都漲起來的時候，他就不能在台灣投資了，是不是要退出去，日本商是不是都要回去，漸漸的外商就一家一家的離開台灣，我們台灣那麼小，兩千萬人口而已，大陸那麼大，那你想我們當初生意為什麼那麼好，是因為大陸那時候沒有生產，還是共產國家，沒有商業行為生產的，我們台灣這麼小，全世界的訂單丟進來，他在一個人要給美國幾億兩億、歐洲幾億，就是把這些人口加一加，台灣兩千萬的人要煮飯給幾億的人口吃，台灣是不是會做死掉，所以每天加班、每天加班，生意會非常好，創造了經濟奇蹟是這樣子來的。你再想去大陸，大陸這麼大，有幾億人口，不要算十三億，算十億就好，十億的人口如果煮給這些主要國家，五、六億的人口時候，是不是他煮的飯太多，然後你們餓的每個人都太飽，價錢一定是崩盤，你這樣子想就好，是不是很簡單</p>

個案 J	文化脈絡\創業經驗	15	15	如果你想到這個，就會覺得很可怕，第一點，就是價格，另外一點就是，我那麼小，我到大陸去，我去的時候我同樣是把大陸人培養，很快他們就會來公司裡面畢業、去創業，反回來就是壓力，那我們預計這個時間是八年到十年，那如果我去大陸，勢必我八年後、十年後要回到台灣，那我回到台灣老不老、年輕也不年輕，那我要幹麻，我找不到立基點。再來，我去大陸就一定賺很多嗎，不知道，不知道我就不要去想，我何不就不要去，留在台灣，留在台灣就耕耘、打基礎
個案 J	文化脈絡\創業經驗	15	15	你要再走到第二階段，你要去找歷史、去找範例，去哪裡找，一定是到比我們更先進的國家去找，比如說日本、歐洲、美國，人家先進的國家是怎麼樣去走出這種狀況的時候，就跑出去玩，去歐洲玩，然後回來，大概就知道要做什麼，因為你去玩的時候，有很多不管是飯店、機場、觀光景點，就會有很多他們當地特色的產品，
個案 J	文化脈絡\創業經驗	17	17	那時候去走走玩玩回來之後，就看到那些國家都有他們代表性的東西、特色東西，我就會將心比心，今天來到日本，我看到日本很漂亮的東西，我想帶回來，而且是一看就知道從日本買的，一看到就知道瑞士的東西、法國的東西、這是英國的東西，為什麼要買，紀念，或者是買了這個東西，你知道這個東西是有什麼故事的，那看了這個之後，回過頭來想，我是不是回到台灣做這一塊，我應該走的是這一塊，我應該怎麼走，一定是找我原來熟悉的技能，那我擅長就是紡織
個案 J	文化脈絡\創業經驗	17	17	我對紡織還耕耘滿深的
個案 J	文化脈絡\創業經驗	17	17	我們就看人家辦櫻花季慶典怎麼辦，那個也是結合一種觀光，在台灣再來沒有製造業要推什麼，一定是推觀光服務這一類，那時候才 2000 年，可是我們公司就在面對轉型
個案 J	文化脈絡\創業經驗	17	17	觀光路線是一條路，再來走服務業也是一條路，走紡織這一塊的話，我們是內行的
個案 J	文化脈絡\創業經驗	17	17	在這個同時，我們又遇到另外一個產業，就是銀髮族的產業，現在我是負責花布這一塊，就是文創這一塊，我先生他就轉到銀髮族那一塊去，也是在因緣際會下就看到人家在展示那種電種帶步車、醫療器材那些東西，就在想說老人社會的來臨，以後這個東西會是市場的需要
個案 J	文化脈絡\創業經驗	17	17	我在想我本身是紡織出來，做這個花布太簡單，就提案，就跟客委會展開花布的計畫，從參與花布的設計、生產，到 2006 年才把花布開發出來

個案 J	文化脈絡\創業經驗	17	17	其實以當初客委會是想說開發一個屬於客家的花布，可以在辦活動，季節慶典的時候可以拿來用，那是客委會的想法，我的想法是我要做生意，我不能去開發一個東西只是為了節慶用，這樣太浪費了，我就賭大一點，我也去看國外的先例，我就想說這個花色也不錯，我就加碼，一次就做出不同的兩個材料質感出來，一種是普通、慶祝，或者做頭巾，一些節慶可以辦活種用的布料，另外一種是做更高檔的布料，可以做成商品的布料，做成產品的布料，我就跟賭嘛，如果我賭贏了，我就可以這條路長長久久一直延續推下去，這個對我來說是個開始
個案 J	文化脈絡\創業經驗	19	19	我們是幫他們(客委會)製造成布，是做成布料再做成商品
個案 J	文化脈絡\創業經驗	21	21	我的花布是 2006 年差不多三月、四月才開發出來，開發出來我就大量去生產週邊產品，從包包、從購物袋、手機袋，反正大小小，從簡單先開始生產，然後就鋪到一些觀光景點，或者是一些手工藝品店，那個反應都還滿不錯
個案 J	文化脈絡\創業經驗	21	21	我覺得說，客家人，不是只局限在那麼的角落，我們是可以大開大拓的，這個東西(紡織品)我本身就非常喜歡，也就是因為我的喜歡，我才會更賣力的在這個領域上去把它耕耘
個案 J	文化脈絡\創業經驗	41	41	(泰國曼谷包)其實那也是當初我們會想說做這一條路的啟示，你想人家一個曼谷包可以打遍世界，就是那幾種款式去延伸
個案 J	文化脈絡\創業經驗	49	49	雖然我今天做的是文創產業，但是實際上是傳統產業，傳統產業本來就是一種根基，而且是需要人力最多的地方。
個案 J	文化脈絡\創業經驗	51	51	傳統產業和時尚是沒有衝突的，製造是傳統產業，所謂傳統產業就是紡織業這些，就從人工開始生產，這個算傳統產業的製造方式
個案 J	文化脈絡\創業經驗	59	59	目前我們的經營型態，一種型態是客製化的部分，就是 case by case，或者是公司行號的訂購，我所謂的客製化不是個人的，是團體的客製化，另外一個就是通路，既有的商品在通路上銷售，比如像機場、景點，我們產品幾乎都有進去做販售。
個案 J	文化脈絡\創業經驗	73	73	為什麼文創的東西價錢會高的原因有很多因素組成，是材料貴，還是製造工資貴，還有一個是設計，加了這些東西，才會變成是最後的價錢，不是因為它是文創。不能因為加了一個文創就要賣貴，也是要有相當的水準，市場上不會去管這是不是文創，而是價值夠不夠
個案 J	文化脈絡\創業經驗	87	87	剛開始是在我姊夫家工作，他家就是從做服裝配件開始，那我們是在那邊做事，然後到 1987 年的時候，我們就自己出來創業
個案 J	文化脈絡\創業經驗	87	87	出來創業之後我們就是走紡織品這一部分，走布料、走織品，就看那時候市場的需求，其實做任何行業就是要轉變

個案 J	文化脈絡\創業經驗	87	87	剛開始那時候，我上班是做服裝配件，但是我就會去想一件衣服才用幾顆鈕扣，一顆鈕扣才多少錢，可是我一個外務出接洽這一家公司，拿回來的訂單的金額可能只有幾千塊；另外一家公司是做布的，一件衣服可能就要用到一碼布，一碼布可能就要上百塊，同樣做那麼幾件衣服，但是拿回來的訂單，可能就好幾萬塊，相形之下，我覺得那個投資報酬率是不對的，慢慢的我就從配料轉到布料，因為你一定會想往附加價值高的地方走，然後就開始去接觸紡織、布料這一類的東西，然後從內銷做到外銷。
個案 J	文化脈絡\創業經驗	87	87	走到這邊不能走了，你就要想辦法轉變，不可能不轉變，即使像我今天走了幾年的文創的路線，我也是在尋求轉變，要怎樣轉變得更符合現代的時代，不管是在品質上或風格上，一直都要轉的，沒有辦法一直 copy 下去，已經不是以前的那個時代
個案 J	文化脈絡\創業經驗	87	87	我不是因為要賺多少錢，才來做這個事業，我覺得快樂的是這個過程，這個過程我有沒有創造一個新的東西出來，這個過程我有沒有打一場漂亮的仗，我喜歡的是這個過程，享受到的也是這個過程，我這個過程如果做得很好，很用心的去做，經營的很費力的話，勢必我後面開出來的果子一定是甜美的，如果我這個過程做得不好，那一定不會有很好的結果，我其實是很享受這個過程，不管是在開發一個新的東西也好，或者遇到一個變遷也好，我都很願意去面對
個案 J	文化脈絡\創業經驗	87	87	我剛做桐花花布的時候，我不知道桐花祭是什麼，不知道這個錢丟下去了會不會有回報，都是未知數，我只是方向對，然後覺得趨勢對，我就下去做，做了之後遇到問題，再去克服
個案 J	文化脈絡\創業經驗	87	87	其實我喜歡的是享受這個過程，不是要賺到多少錢
個案 J	文化脈絡\創業經驗	108	108	從年輕到現在，就像我們的事業，不可能一直都是往上，在經營事業起伏非常多，通常業務都是我在跑，可是當我去面對新的客人、新的產品的時候，我只要有八成的把握，我就敢把 case 接回來
個案 K	文化脈絡\創業經驗	2	2	傳統的客家女性，奉獻、刻苦的這種家庭教育，對我成長以來，我從做百貨到嫁人，再出來做事，我覺得都有深刻影響的
個案 K	文化脈絡\創業經驗	4	4	我做百貨的時候，我們公司是唯一一個百貨公司，每個星期都有給員工上課，每個禮拜給員工上課選考試，我們是第一個去要求開課的公司
個案 K	文化脈絡\創業經驗	6	6	就是知道，教育是一個企業在經營上，很重要的事
個案 K	文化脈絡\創業經驗	6	6	我不再做自己百貨公司的教育，而出來幫所有的公司辦跨界教育，這種不斷吸取新知的一個員工訓練，我在百貨的時候就已經做了，我根本就覺得我在做教育，我在經營學校，廠商也要上課
個案 K	文化脈絡\創業經驗	18	18	做我自己應該做的事，因為我看到很多像色彩研究機構，像十四個國家都有定期發表，台灣就沒有，我們會做到體制外的跨界學習
個案 K	文化脈絡\創業經驗	24	24	我們公司是個育成機構，因為我們代碼就是育成機構

個案 K	文化脈絡\創業經驗	52	52	我是覺得政府並沒有對整個文創產業的重視，我並沒有看到，我有看到起步，但是沒有看到到國際那個樣子的程度，去重用文創產業，我講的是大環境
------	-----------	----	----	--

附錄四、經營特色之文本編碼

本研究依研究問題與目的以及分析架構，將經營特色之文本分為商品創新、在地抓爬、文化行銷及社會影響等面向，並依據受訪者之意見表達與文本進行編碼作業，其編碼內容如下：

Document	Code	Begin	End	Segment
個案 A	經營特色\商品創新	14	14	我現在賣的水晶餃，你們注意看這一盒水晶餃裡面，一般市場一盒水晶餃裡面用的內容怎麼樣我不管我不提，光是設計那個盒子，可以讓消費者看到盒子裡面的內容物，然後上面再用三個，比如說有辣椒、蔥、香油給客人，因為光是賣水晶餃一種顏色單一色很醜，我給它擺三個顏色下去，視覺上就很美，讓消費者看了就會很想多看一眼，這多看一眼機會就來了，消費者就會想看這什麼東西怎麼擺這麼美，看起來好方便好實用，回去之後，只要水煮開了丟進去，滾了撈起，就可以吃了。
個案 A	經營特色\商品創新	85	85	之前菜市場這樣賣沒人要，所以還是要去設計很多，剛剛講到實用，美還要實用，除了剛剛講的水晶餃之外，你看我們的米食，就是市場學裡所謂的方便，我們 100 元可以讓消費者吃到 5~6 樣東西，很實用又方便，又不用去切。比方說，去市場買 100 元一個發糕這麼大，但是，切來吃，要洗刀子、洗粘板很麻煩的，而我這邊同樣 100 元，但消費者可以吃到很多種類的東西，又不用洗刀子，很方便。
個案 A	經營特色\商品創新	109	109	別家產品不需要放冷凍，那是因為放了防腐劑，防腐劑是不好的東西，我偏偏就是不放防腐劑。
個案 A	經營特色\商品創新	135	135	以前宅配量很多，我都用快遞，早上送下午就到。
個案 A	經營特色\商品創新	135	135	以前黑貓宅急便還沒開始的時候，第一個做食品宅配的是我們，那時我們宅配做的很好，一天寄個三、五萬塊。每天去喝茶的時候，人家還問我說今天有沒有賣出一千塊，其實，我一天賣好幾萬，一早就已經寄貨出去了
個案 A	經營特色\商品創新	135	135	食品宅配我們真的是全台灣第一個做的
個案 A	經營特色\商品創新	135	135	宅配生意下滑以後，我太太又開始想辦法了，因為宅配量萎縮以後，要保持業績不能掉，就要加強店裡面的一些產品的設計、廣告和行銷，就是要讓人家知道怎麼去三義買這些東西，所以說：「你來三義，沒有來買客家米食難以結束」就是這樣想出來的。
個案 A	經營特色\商品創新	177	177	美感與生俱來有，但是，還是要啟發，所以要累積。比方說：我現在賣東西給人家，不是說我賺到錢很高興，就是我剛剛說的「你很幸福」；我解釋給你聽以後，你買這東西回去看，原來這東西美感是這樣，然後，你也會教你小孩欣賞，那就是一

				種美的觀念了，美的累積了。
個案 B	經營特色\商品創新	2	2	我覺得那裏有森林又有湖，湖畔的感覺會覺得更浪漫。所以，我們在湖畔也有特別為客人提供用餐的服務。
個案 B	經營特色\商品創新	8	8	如果可以在三義，做一個客家菜餐廳，那時候還沒有想到桐花村，就想要做一個客家菜餐廳，讓一個人、兩個人來吃，就可以吃到很多菜，因為一般客家餐廳就是很大盤，即使兩個人來想要吃多一點，也吃不完，一道炒青菜就這麼多，客家小炒也是這麼大盤，想要吃個滷肉，也是這麼大一個。因此，就想說，如果我們做比較現代感覺，然後呈現又有美感，一個人一個套餐，可以吃到三種以上的客家料理，把最好吃的客家料理都放到套餐裡面，一個主要的主菜，小菜部分可以吃到很多種，也可以吃到很多很好吃的薑絲大腸。
個案 B	經營特色\商品創新	10	10	在一個很好的環境
個案 B	經營特色\商品創新	10	10	就裡面整個空間的部分，我們就用了很多客家花布，還有就是燈罩的竹簍子，都是我小時候，我們在溪邊抓溪蝦的簍子。我拋出很多客家美感，還有客家文化，我們生活中常用到的一些東西，還有一個外面的燈罩是我小時候抱的涼枕，叫什麼美人枕。它是一個竹編當抱枕，夏天睡午覺的時候，就覺得很棒。想說用花布網在旁邊，圍繞起來它就變成一個燈罩了，所以在桐花村的外面就是燈罩，整個鑄鐵的招牌，門面那個地方用鑄鐵的部分，就是希望說它有一點點歷史的味道，其實客家文化在臺灣也有很長的一段時間了，所以我就想要用那個來傳達一點點的復古跟現代的感覺
個案 B	經營特色\商品創新	10	10	最靠近窗戶旁邊的地方，我們用方形的桌子，就是希望打破以前圓桌的概念，兩個人來就坐方桌，或是四個人來也可以坐的那種概念。
個案 B	經營特色\商品創新	10	10	當然，三義那邊有木雕，所以我們有木雕長桌，大概是六人、七人可以坐的部分，就是希望說，我們到那個地方是一個客家的村莊，所以說我們的餐點，就要做客家料理，好吃的客家料理，但並不是很貴的那一種，雖然說我們整個裝潢下來，用一些木頭就很有質感，初期就很多人會覺得說，這家店應該很貴這樣子
個案 B	經營特色\商品創新	10	10	客家料理的部分有很傳統的，也有一些創意的部分，就是我們師傅還有做一些比較不一樣的餐點，但是他也是一樣用客家的元素在製作
個案 B	經營特色\商品創新	22	22	有創意的客家料理，但是也要有傳統的，就是它呈現的方式是有現代的美感，但是裡面要有客家的文化精神，整個就是希望透過，做這樣的事情可以來推動美的部分，客家文化美的部分。
個案 B	經營特色\商品創新	28	28	來到這邊用個餐，也會覺得你吃到的客家料理就是吃到整個客家的文化。

個案 B	經營特色\商品創新	28	28	我們裡面的元素，弄得很自然，像我們在外面的許願樹，就是桐花樹，用幾條木板，就好像是樹，上面就是讓大家去貼，貼你的願望之後，漸漸變得很像是桐花樹了，因為用桐花的許願卡，這其實都是傳遞薰衣草森林當初剛種薰衣草的時候，有一棵許願樹，那我們就在那邊許願，後來那一年的夏天，就是春天剛夏天的時候都沒有下雨，所以那一年的薰衣草又長得特別好，所以我們就覺得許願樹會幫我們，所以我們就幫那裡取名為許願樹，然後就發許願卡給客人，很多客人是因為願望成真了，就再回來。從薰衣草森林傳遞到桐花村去，那桐花村我們也希望來的客人，能夠在我們這裡許願，讓他們夢想可以成真。
個案 B	經營特色\商品創新	38	38	那時候我們在經營薰衣草森林，慢慢地很多客人就跟我說，他們好想要來我們那裡住民宿，想要住在薰衣草森林裡，後來慢慢地我們就開始去國外考察，有緩慢的想法就開了「緩慢民宿」。後來又發現客人很喜歡來薰衣草森林辦薰衣草田的婚禮，每一年到了薰衣草節的時候，客人說他們要辦婚禮，要幫他們做薰衣草的婚禮，但是，我們沒有那麼大的空間，因為大部分都是日遊的客人，所以要辦婚禮的話，應該要有一個很好的場地，所以後來又有人找我們，聊一聊之後，就想要來做一個莊園婚禮的概念，於是就創辦了「心之方庭」。因為臺灣的婚禮，就個餐，新娘穿禮服，穿一下就要換，換完禮服又要送客，而且好像也不是我們的朋友來給我們祝福，好像是爸爸媽媽因為兒子女兒要結婚，他們請了很多人，還有立委要講很久，對不對。還有就是更衣間，就一個樓梯下面小小一間，好朋友來要一起來祝福的時候，就只能一個人進去，拍一下就要出來了，就會覺得結婚怎麼是這樣子。其實，每個人內心都有一種美好的想望，浪漫的因子，美感的因子在心裡，不然你不會覺得對這樣的東西感覺到不對。
個案 B	經營特色\商品創新	40	40	我們想要做的是一個像海外莊園的樣子，也希望說能夠結合婚宴區跟約會區是可以在一起，因為我們去法國，就覺得法國的氛圍很浪漫，我們就要有那個浪漫，然後想結婚的時候就到我們慶典區來結婚，兩個調性是一樣的，就是法國的氛圍，一個是白色建築的那種婚宴、結婚的教堂的那種感覺，一定要有美感在裡面，再透過細節規劃，讓婚禮更幸福，更有愛的感覺。然後，在約會區裡面，就整個是法國城牆的那種概念，裡面還有許願池，還有很多木屋，是那種歐洲的木屋。
個案 B	經營特色\商品創新	42	42	親親餐廳的規劃是只讓情人去的一家餐廳
個案 B	經營特色\商品創新	44	44	親親餐廳就是找米力來合作，米力是做插畫家，因為我們就希望說，希望這麼棒的插畫家的作品，能夠讓我們來的客人能夠看到，因為我很喜歡他的作品，希望當新人結婚之後，親親我的家就是我的家的概念，希望來這邊用餐，又會想說以後的家也想要這樣，所以裡面有沙發，有餐桌、浴室、還有房間等等，就是把它做成是一個家的概念。
個案 B	經營特色\商品創新	46	46	我們最喜歡去的就是日本，每次去就會去看那邊的婚禮，他們是怎麼在做的，所以我們其實要在做這一塊的時候，我們已經看了很多年了，才慢慢地想到這一塊婚禮的部分，怎麼樣可以做出差異化，怎麼樣跟傳統的婚禮是不一樣的，可是也不是

				完全複製國外的，希望去國外看到的一些東西，跟自己想要做的能夠結合，也希望說來這邊辦婚禮的新人，可以讓他很感動的，怎麼樣讓新人能夠拉長家人朋友給他的祝福，不是只有來吃頓飯就離開了。
個案 B	經營特色\商品創新	58	58	薰衣草森林有一個信箱，就是讓客人來這裡買了一張明信片之後，把今天的心情寫下來，想要跟朋友分享，或是想要寫給自已都可以，想寄出去的明信片就投到那個信箱。
個案 B	經營特色\商品創新	102	102	香草主人的點子發想是，那時候就覺得很多人夢想要當民宿主人，所以我們很多客人想要住新社，因為房間不多，就四間，那想要用甚麼方式，讓有夢想的人來經營呢？後來我們品牌長、企劃長就說，如果一年讓他們來體驗一次應該就差不多，就是說你來體驗一年大概就知道民宿怎麼經營了，開民宿也是很多人的夢想
個案 B	經營特色\商品創新	104	104	我們一年給這位「香草主人」五十萬，他不用任何成本，成本都是我們負擔，然後還附給他一個管家，就是小管家，管家要經過徵選，從薰衣草森林所有品牌裡面徵選，徵選的時候和主人一起選，選出一個管家，管家就是支援主人，主人休假的時候，就當主人，所以選出來的管家要很像生活家的樣子，有自己的一些想法。
個案 B	經營特色\商品創新	110	110	因為是薰衣草森林，所以想讓客人從園區進來一開始就體驗淨身儀式，我們用薰衣草加水，加點精油，讓客人一進來就可以噴香香的，是這樣的概念。我們當地的王伯伯他們以前在種一些檳榔時候，要灑農藥的東西，就這樣噴出來，所以他們就幫我們弄一個淨身儀式，只要一按就會噴出薰衣草的味道。
個案 B	經營特色\商品創新	114	114	燃燒薰衣草節，那是每年的節慶我們做出不一樣的活動，每個活動都是跟著我們的價值主觀，就是經營理念在走的，我們希望來的客人，透過我們的服務，參與我們的活動，然後透過體驗，在心裡面有一些發酵，一些感動，有很好的回憶，下次還會再來。
個案 B	經營特色\商品創新	114	114	比如一按薰衣草的味道出來了，你就整個人是放鬆的，然後你就會來到這邊，森林裡面又很舒服
個案 B	經營特色\商品創新	116	116	我希望說放慢速度你的靈魂才跟得上。那也是我在森林裡面隨便寫下來的一句話，變成招牌，沿路的招牌，鼓勵大家，轉個彎就發現幸福，請不要放棄。
個案 B	經營特色\商品創新	126	127	八月的時候，我們有志工日，薰衣草志工日的概念是，因為大家都覺得我們當農夫很幸福，他們也要體驗如何來種薰衣草，我們有二十五個名額是開放給預約的，就是來預約之後，就跟我們一起種薰衣草，我們會送志工一件T恤，提供午餐便當，為什麼要吃便當，因為在種薰衣草的農夫，中午一定是吃便當的，我們會有一塊薰衣草田留下來，讓這些志工來開墾，先整土，整理完之後，就挖個洞，把薰衣草種下去，然後再把它蓋起來，這樣子一個人大概也種了十幾、二十顆，還滿辛苦的，而這些志工們種薰衣草的所得，我們把它捐給當地的學校，叫做薰衣草志工日。這是暑假才有的活動，你是一個志工，發心來這邊體驗薰衣草的，那我們給你衣服，也不用你付錢，請你吃便當，也不用你付錢，而你這一兩個小時的體驗所得，我們

				幫你捐給學校。
個案 B	經營特色\商品創新	128	128	我們透過很多的活動來傳達我們想要幫助很多人。
個案 B	經營特色\商品創新	130	130	讓他們在這邊可以體驗，很多人為什麼喜歡來，喜歡來也很想種，很想跟我們一樣，當初為什麼想要種薰衣草，他們也想要來種，晚上我們有螢火蟲，我們是幫助家扶中心的小朋友，他們能夠免費來看螢火蟲，他們也能夠感受那種浪漫的感覺，希望這種美好的東西，在他們那種比較弱勢小朋友的心理也是一個光，這是我們想要做的事情。
個案 B	經營特色\商品創新	134	134	幫助和分享，讓客人來這邊可以體驗，這裡的感覺是自然的，可以讓你忘掉煩惱的地方，我們想要經營的是這個。
個案 C	經營特色\商品創新	2	2	我們大量的讓一些青年進來，比較容易讓這邊的竹子走出去，要不然變的就是傳統的老工藝家，可能沒有一些新線條的想像。
個案 C	經營特色\商品創新	21	21	我們用了一個很簡單的方式，我不是用錢，我也不是教他們賺錢，他們就因為來我這邊以專長換宿之後，我發現他們的一些概念，跟做出來的產出很好，我的企業很喜歡，我公司本身七年了，我們已經有一些市場經驗，我一年有九萬多個遊客以及網路的社群，我就直接跟這些換宿的年輕人說，如在我公司內部創業，我跟你分享我的市場，產品放到我這邊直接銷售，那這中間你都不用擔心，因為我公司內部的人員可以幫忙你做行銷做企劃，而你只需要保持你的熱情繼續下去
個案 C	經營特色\商品創新	23	24	這整個概念都很簡單，譬如說竹編 QRcode 的設計，他那時候做出來這個產品需要材料，而材料的錢就是我們公司出，因為我們跟當地的商家有連結，所以我就只有辦了一場說明會，講這個產品的概念，那如果竹編 QRcode 可以降低商家的招牌成本三分之二，可是它可以讓你們每一家店透過手機做行銷，所以如果有意願的店家可以跟我們公司聯絡，現在就累積到 20 家商家，有興趣的店家會下訂單，我們就幫他們做客製化。
個案 C	經營特色\商品創新	25	25	我把這個招牌客製化，做一個小鎮文創的竹編 QRcode，之後我把它 show 到網路上，只要給我網址、公司的 logo 跟企業名字，我就可以接訂單，像最近我們又接到台北有兩家公司下訂單，就會從小鎮文創這邊接進來，然後在竹山當地生產。
個案 C	經營特色\商品創新	49	49	我們每星期一、三、六在竹山鎮有夜跑活動，禮拜六是在廟口，因為廟口都有兩三百人，所以後來我們都在廟口辦「廟口開講」，在廟口搭一個舞台，買了兩個五萬多塊的音響，還有現場的音效，就好像廟口的一場 show，然後，我們讓年輕人上台去講夢想，底下兩三百人聽台上的年輕人在上面講要做什麼
個案 C	經營特色\商品創新	55	55	每週一三六晚上八點到十點都有路跑，是常態的活動，已經變竹山的生活現象了，就是你會在禮拜一禮拜三禮拜六，會在鎮上的廟口看到兩三百人集合要去跑步，竹山鎮的人是免費的，但外面來的人是要付費的。
個案 C	經營特色\商品創新	136	136	上個禮拜 GUCCI 的總監帶了十位幾位設計師來我們這邊，然後老師親自帶他到山上，探討他們這一次做的一個 GUCCI 的包包有一個竹子的環節，那個包包是皮做的，但是，上面要用竹節做那個把手，原本那個扣件是在中國大陸生產的，然後剛好有次參加了一個國際論壇提到，我們南投這邊竹山大鞍的竹子的材料的優勢，於是，他們就想用這邊的竹子當 GUCCI 包包的材

				料。
個案 C	經營特色\商品創新	170	170	整個鄉鎮就像是一個生活產業或是實踐學習產業，或甚至我們是個友善的鄉鎮，我們會去接待來自不同的國際青年。
個案 C	經營特色\商品創新	201	201	專長換宿，從去年九月到現在大約快 700 個人了
個案 C	經營特色\商品創新	205	205	我們工作坊是 9:00~12:00，他會來這裡這一樓，提供網路跟桌椅，比如說:喜歡攝影，那來換宿的這四天，就可以拍整個竹山鎮，如:老店或是一些風土或人物，我會跟他約定好你的專長可以做哪一部份的東西
個案 C	經營特色\商品創新	209	209	那下午的一點之後，我們規劃出竹山 80 有個我覺得在竹山生活應該要去看的地方，竹山有琉璃石、篆刻、書法這些公益家的家，還有竹博物館、天空的院子等等，我們會幫他規畫好，下午的時候是要有系統的去生活，不能自己去亂玩，那這些點，是我們覺得來竹山生活應該要去的點，然後，勾選出想要去的地方，我們公司會幫他跟這些公家約好時間，他下午的時候，就去那些地方，而這邊下午就不開放，就是你真正的工作只有 1/3，另外的 2/3 就是在竹山生活，下午就是去認識這些生活場域，晚上我們就會帶他去廟口路跑，你會 哇!怎麼那麼多人在竹山喔!親眼看見，就會去相信這些事情，因為你親眼去看到啊!他說你們這些是怎麼弄啊! 看到那麼多人在廟口，有人說這個有點像在艋舺。
個案 C	經營特色\商品創新	213	213	他們不一定要跑，但是，我們會帶他們去看，因為他們會相信，他說你們這樣子操作都沒有花很多錢，然後那麼多人來，他就會有點自信；那帶他去看山上天空的院子民宿，就會帶她看到一處廢墟修到好的民宿，所以就鼓勵他相信眼前看到的東西，告訴他們年輕人，你未來可以到很多鄉鎮做很多改變，所以他們來我們都會告訴他們一些鄉鎮樂觀跟不樂觀的面向，而他們用專長做的東西，之後會變成我們公司的什麼東西(產品或服務)，但是他們只有 1/3 的時間是用回饋的，其他 2/3 是他們在竹山的生活，所以，對他們來說，其實，生活體驗，是還蠻重要的
個案 C	經營特色\商品創新	219	219	公司的主要收入在山上，我們現在山上有民宿，還有餐廳，把工廠改成餐廳，還有山上的旅遊行程，那現在這個學堂已經做到這邊，學堂有文創講座，也是有在收費，所以我們吃、住、玩這些服務都有，我們去年一年有九萬多個遊客付費到我們山上做體驗。
個案 C	經營特色\商品創新	219	220	我做的一個動作是分流，我把我山上的客人分流到鎮上來支持我鎮上做的事情，我在鎮上整合的一些概念，對我們的一些客人來說，你以前修院子去要談一些文化，可是你們現在會在鎮上做一些產品，一些你們的想法，所以我的客源比較像是社會學家，不會像是一般的觀光客啦!他們會很支持我們，你看我們辦路跑可以很多人來，那就是我們在社群上的一個動員，在網路平台我們公司的業務在網路上做這些行銷，告訴大家我做了什麼

個案 C	經營特色\商品創新	260	260	我們還會讓你看一些在台灣很創新的能量，產生出來的特別的 產品有很深的意義，不是只有純粹的產品，可以把我們的觀光 客屬性拉得更高，讓人們可以進到沒落的鄉鎮裡面，可以去 看到努力的方向，可能從歐洲來的客人，覺得你這個想法很好， 我也一起來幫你解決你這邊的問題，那資源可能已經不是從客 人進來消費，而是還讓這個場域找到一些國際的資源、未來的 協助，因而台灣傳統的觀光反而轉進把社會創新變國際化了， 然後變成國際接軌的可能的教材或案例，然後讓國際從學習的 角度，進入到台灣鄉鎮，這就是我指的可能這些觀光客都會變 成社會學家啊!
個案 C	經營特色\商品創新	278	278	我就想我們是一個友善的鄉鎮，歡迎你們青年來到這裡，所以 我們企業需要做的是給青年們一個環境，那參與完以後，覺得 做這個事情他們自己也很有熱情，我們就鼓勵他們要不要在 我們竹山，在我們公司底下做一個小工作室，做一個創業的模式， 如果願意就留下來。
個案 C	經營特色\商品創新	370	370	現在台灣整個觀光的樣態，休假要排很多行程，排越多，好像 就是越划算，可是卻錯失要休息的更重要的意義，休息是為了 要走更長遠的路，可是我們的休假每次都變得很更忙。所以， 我們的人民如果這樣思考影響我們的觀光樣態，一窩蜂的人走 入觀光業，所有的觀光工廠、所有的民宿，全部都是排很多行 程，可是，很深入的一種互動，花時間去了解當地就變得非常 少，整個旅遊就變得很像失去平衡一樣，如果今天沒有行程、 沒有套裝，好像沒有 DIY，就不能夠叫做很深度旅遊，可是你 到院子(天空的院子民宿)去的時候，明明就會很想要好好放 鬆，留在這邊的時間很久，想要跟自己互動，思考一些東西。 我覺得在台灣應該要有更多不同的觀點，因為人民比較沒有去 思考多種性的呈現，它就變成了一個很大的傾斜，那個傾斜我 有時候都覺得那太極端了，然後，消費者久了也養成了那個習 慣，休假就是一直排行程、一直排，台灣的觀光就變得很淺碟， 很淺碟就是說一個地方停留的時間很短，然後趕到下個點去， 所以對當地的那個了解，都是非常非常有限的。其實，觀光對 我們來講是市場機制，我就覺得要讓大家看學著怎麼生活，在 一個地方，去了解當地真正可貴的地方，那這樣子才能看到真 正比較深入的東西。
個案 C	經營特色\商品創新	588	588	像幸福腳步便當，我不會做這些設計的東西，可是我就是帶學 生去看這邊有一間家庭竹工廠，我就看到同學問老闆，老闆你 比較容易浪費的東西是什麼，老闆就指旁邊那些窗簾，大家要 裁切長度都不一樣，那學生就從那些容易浪費的材料，去設計 出一個便當盒
個案 D	經營特色\商品創新	127	128	那時候左鄰右舍很多人都在看，那時候還沒有人蓋木屋的概念。
個案 D	經營特色\商品創新	201	201	這就是我擅長的手法，把器皿跟植物做搭配，所以為什麼當時 媒體很多報導，就是我把廢棄的東西跟園藝做結合，像我水缸， 都是破的水缸。
個案 D	經營特色\商品創新	221	221	這邊禮拜一到禮拜五不開放，只接受團體預約。我很清楚我要 什麼，那時候來容量，一天五六百人。

個案 D	經營特色\商品創新	280	280	我喜歡的是變化的，可以讓我隨心所欲，我可以結合它們，然後創造美的具象，有趣的就是我可以把不同的植物，把它配置在一起、組合在一起，就像是這樣的一個感覺，就像那個盆栽的感覺，現在是最沒有花的季節，這個是我覺得有趣的地方。
個案 D	經營特色\商品創新	402	402	我有兩種性格，一種就是我很穩定，比方說山芙蓉今年十五年來，價格不變，營運時間不變，有很多是沒有改變的。另外一個部份，在我的環境當中我又很喜歡改變。
個案 E	經營特色\商品創新	21	21	從一個杯子、盤子設計到結合像這一個咖啡屋，到接下來去做南園變成一個飯店，然後我覺得行銷活動不是一天到晚在放煙火的，我要帶著我的客人親自去看世界，我們去年又成立了旅行社，很快就爆紅
個案 E	經營特色\商品創新	47	47	每一季我們廚師都要針對板條做一道創意料理，做得滿成功的，就是鮮明度很高。
個案 E	經營特色\商品創新	49	49	我不是全部都用客家人的料理，不是這樣，我還是要國際化的視野，國際化的視野是減碳料理，不要食材一定要飛機進來，鵝肝什麼之類的，盡可能不要這樣，所以說地方上能夠找到的一些材料
個案 E	經營特色\商品創新	62	62	我的這個杯子一年為什麼可以賣四、五萬個，因為它就是客家人硬頸精神，你怎麼搖都不會倒，對客人來講那就是一種文化的故事，對實用者來講，這是一個很特別的杯子。
個案 E	經營特色\商品創新	62	62	所以人家會講說，到南園住，每一季都會有很特別的板條，人家是因為你這個主軸回過來談的，那就是變得說它的力量就越來越強大
個案 E	經營特色\商品創新	62	62	The one 的東西都是原創的，既可以使用體驗行銷，又可以賣出去做產品銷售，所以人家想要抄襲我們不是那麼容易的，很重要的是，很多人會把他的設計拿到我的 The one 來
個案 E	經營特色\商品創新	66	66	上我們網站之後，選擇想要住哪一間，茶杯可以選要誰的設計作品，比如說:用我們客家人陳 OO 老師的陶，房間裡茶、點心都是用我們陳 OO 老師的陶藝裝盛。他用過之後的感覺，以及他選了也參與了飯店房間的設計，當他一進到我們工藝館，絕對有感動，買物的機率絕對比較高。
個案 E	經營特色\商品創新	138	138	我覺得下一代的經濟，尤其是台灣的核心競爭力是在市場佔有率，所以我剛講到舊山線的火車，我絕對不會就只是賣門票，不會在火車票上面玩那平安、安康的遊戲，不會。我每個車廂裡面可以有客家文化元素，我的服務提上去，像小二，是我們客家的謝籃，然後一個個的懷石便當放進去，打開來是客家菜脯、豆腐乳，然後在火車上吃，放的是客家的音樂。可是我不會把車廂弄得都是花布，我不會把那麼重的意象放進來。我的茶不會是用端的，是在角落裡面，我們客家人奉茶的精神，我的杯子是有客家圖像，我要讓我的客人自己選杯、自己倒水喝。
個案 E	經營特色\商品創新	152	152	客家的菜也可以像懷石料理一樣，一道一道的出，不一定就是菜一上來，大家東挾西挾，它可以就像是客家菜西吃，有很多模式可以做
個案 F	經營特色\商品創新	307	307	剛開始的時候，他們對 Hakka Blue 這個品牌比較沒信心，因為有「台」這個字擺在前面，就覺得是比較 low 的品牌意象，後來因為我們逐步逐步的在很多設計獎項裡面有獲得肯定，然後

				一直到中央的比賽，連續拿兩年的精品大賞，把台客藍整個的層級推到最高的地方。否則一開始大家就會覺得「台客」兩個字是一種庶民的意思
個案 F	經營特色\商品創新	323	323	後來是不斷不斷的在獎項方面受到肯定，然後在市場接受度上，大家覺得台客藍設計的東西還不錯，有小小口碑，所以我們就繼續往這個方向走
個案 F	經營特色\商品創新	412	412	所謂客家設計，當初一開始我們比較關鍵的是，什麼是客家？從它的造型、房子、建築、服飾，其實都是很樸實，很簡單，然後也沒有過分的裝飾。其實這剛好呼應到整個這個時代的生活需求，不要太過於繁複，就簡單。我們就是取其簡單的造型、簡單的顏色，讓東西更明顯被知道你的意圖、你的用途、你的想法。所以，簡單的造型杯，一個木把，就覺得整個活了起來，就會有溫度，就不會那麼呆板
個案 F	經營特色\商品創新	414	414	當初做這個時候，其實一個陶藝創作的狀態，就是說複合媒材的啟發，大家開始做複合媒材這種東西。只是說，複合媒材這種東西，大部分都是僅止於手作，很少把它量化，我們就是試圖把它量化
個案 F	經營特色\商品創新	416	416	比較接近於人類生活發展關係較密切的三種材質，一個是陶瓷，陶瓷跟吃的比較有相關；第二個是木器，第三個是織染。陶瓷是我們所學的本能所開始出發，但能不能跨到木器跟織染，其實我一直滿有興趣的。因為喜歡陶瓷的人都會喜歡木頭、喜歡木頭的人也會喜歡織染，我對木頭的喜歡，是跟找複合材質的結合是相同的道理。那織染這一塊，我個人也是覺得植物染這個東西本來就是老祖宗的生活智慧，不耗能，而且不會汙染土地的一種織染方式。所以，如果有機會的話，發展這一塊是很重要的
個案 F	經營特色\商品創新	433	433	在內部討論歸納出一個很重要的東西，在專業上的品質是擺第一的，不管做農、做食品...品質怎麼保持，是最重要的。第二個就是產品要有品味
個案 G	經營特色\商品創新	47	47	我們的概念其實就是紫砂壺沖泡，有個吧台
個案 G	經營特色\商品創新	74	74	所以我誤打誤撞了，就是台灣沒有這個東西，它是使用者需要的，可是它可能沒有人做
個案 G	經營特色\商品創新	78	78	傳統茶應該是喝熱茶，可是飲品市場是喝冰茶，我知道說我一定要弄一個冰茶的東西
個案 G	經營特色\商品創新	78	78	原來的紙杯，或者是那種塑膠杯都沒辦法凸顯出它那種精緻的價值，所以我一定要找一個很棒的、很漂亮的容器，所以，坦白說，我參考了國內外很多的礦泉水的容器，最後選了一個跟我的品牌比較接近的來參考
個案 G	經營特色\商品創新	87	87	在一些比較高級的超市會有，一瓶水兩百，它有玻璃的跟寶特瓶的，那我就覺得這個造型很適合，我就買了好幾瓶回去泡個茶裝進去，發現，喔！好美喔！所以就決定茶的瓶子是這樣子，我們自己開模來做
個案 G	經營特色\商品創新	97	97	我們在這個過程中，去思考要怎麼樣讓年輕人，在短時間內找到他喜歡的口味，然後喝茶的感覺，傳統的茶道又講得太玄妙了，誰聽得懂啊~所以我們才發展出香水的概念，前中後味，因為大家不喝茶，可能會噴香水，香水就有前中後味

個案 G	經營特色\商品創新	103	103	它瓶身的樣子一開始很多人都說好像香水,好像洗髮精喔~這都是激發我們的想像
個案 G	經營特色\商品創新	105	105	在顧客的消費經驗,是四十歲以上很多甚至是五十歲以上很多人是在家是有喝茶的習慣,所以他們來到百貨商場逛街的時候,他們過去是不可能買飲料的,但是他看到的京盛宇是真的茶葉在天秤上秤重的,它是這樣子的功夫茶,因為平常就有喝,所以我願意買。所以它其實很全客層,那我們現在試著把年齡層再降低。
個案 G	經營特色\商品創新	105	105	我們有一個很特別的沖泡流程,就是把泡茶這件事標準化,因為傳統泡茶就是每個茶不同的水溫、不同的器具,所以大家就不知道要怎麼泡,所以,我用一個不一樣的方式解決這個問題,那就是我訂了一個 SOP
個案 G	經營特色\商品創新	109	109	我們就是很叛逆啊~就是市場上沒有人用煉乳做奶茶,所以我們就用煉乳,我們就不想跟別人一樣
個案 G	經營特色\商品創新	159	159	本身的,本身的,都是自然的,我只有三款茶是調味的,就是花茶,茉莉花茶,白毫方面,其他的都是原味
個案 G	經營特色\商品創新	164	164	台灣茶很耐泡,而且我們有二十一款茶,那二十一款只有一款是調進去,先不管哪一款,原味的就二十幾款
個案 G	經營特色\商品創新	234	234	每個人表現的形式不同,但是我覺得外帶的茶飲還是量最多,目前這些外帶的茶飲百分之九十九的原料都是越南茶,珍珠奶茶所有的原料都是越南茶,越南的紅茶,所以一般消費者會覺得說我喝的就是台灣茶,其實都不是,百分之九十九都不是,目前台灣一年產兩萬噸的茶,兩千萬斤,可是今年進口超過兩千萬斤的茶
個案 G	經營特色\商品創新	236	236	我希望京盛宇是一個指標性的茶品牌,讓大家知道原來台灣茶也可以的,也賺到錢了,也成功了,符合商業模式,打破台灣茶就一定很貴不能做,絕對沒有,這是錯誤的,它確實比國外的茶貴很多,可是相對來說可以讓你省事,不需要調味,不需要買那麼多奶精、糖,那也是成本啊~
個案 G	經營特色\商品創新	253	253	剛剛講的這麼多故事,如果品質不好都是空談,所以一切要回歸到品質好,其實市場上有些茶品牌比我們做的都好,但,他們對於茶的專業就沒辦法再繼續了
個案 H	經營特色\商品創新	37	37	一般茶館就是茶館,我們比較像是生活空間
個案 H	經營特色\商品創新	45	45	包括連茶葉的包裝,裡面的小慢二字也是我寫的,我們做了很多手作的東西,因為手感的東西跟大量製造、印刷的,是完全不一樣
個案 H	經營特色\商品創新	45	45	也有很多人複製我們的東西,像是日曆,寫一張然後去複製,沒有人會像我一樣很認真一張一張自己去寫,常常會被人家笑,為什麼要做這麼沒有經濟效益的東西,浪費多少人力和時間,可是我說那個就是我的堅持,我要用手創跟手作的東西去感動別人
個案 H	經營特色\商品創新	45	45	包括我開幕的邀請卡,寫了一段詩和開幕的時間,我們在做什麼,每一張我都是用宣紙手寫,寫了五百張,所以每個客人接到我的手帖,都開心到不行、感動到不行,這是沒辦法傳遞的。
個案 H	經營特色\商品創新	162	162	很快,消息一下就散發出去了,因為很少人這樣做,早期啦~沒有私廚這個地方

個案 H	經營特色\商品創新	166	166	我對空間很喜歡，所以我會一直用不一樣的空間來創作
個案 H	經營特色\商品創新	182	182	我的特色應該是跟禪比較接近，不急不緩，有一種放鬆，有一種慢活的感覺，常常會有客人說，不愧是“小慢”，因為我們的菜是當場做、茶是當場泡，所以一定要等，慢活的空間
個案 H	經營特色\商品創新	184	184	應該沒有人跟我做一樣的
個案 H	經營特色\商品創新	192	192	有自己個人的風格，然後以自然取向的生活為訴求的店，所以我常到日本取經
個案 H	經營特色\商品創新	196	196	我們的茶葉包裝，都自己手寫再包裝的，這些陶藝家在別的地方也看不到，茶也是我們自己找茶農，也不是大量改良場出來的東西
個案 H	經營特色\商品創新	212	212	經營哲學就是慢活、自然，然後把茶道的精神放進來
個案 H	經營特色\商品創新	287	287	市場接受度，就慢慢做調整，比如說我們菜單的調整就好多次，怎樣的價位最適合，怎樣的菜色是最適合
個案 H	經營特色\商品創新	289	289	我們有小米酒，賣得很好，就是這幾年有慢慢的去培養這些東西，讓它越來越成熟
個案 H	經營特色\商品創新	295	295	是不做作、不繁複的，甚麼時候該介入，甚麼時候不該介入，我們有時候看到的服務，會覺得太多了吧，那種感覺，那就是不知道該切入的重點
個案 H	經營特色\商品創新	297	297	跟泡茶一樣，不能太濃太淡，剛剛好
個案 I	經營特色\商品創新	21	21	我們家的網頁寫很多話、很多文字，可是這就變成一種特色，很多人學也學不像，因為寫不出來
個案 I	經營特色\商品創新	43	43	一般來說，做布料很不環保，因為它需要大量的水去染，但是這個(板藍根)不需要
個案 I	經營特色\商品創新	45	45	它是純植物的，它不需要那麼大量的清水去清洗，它就這樣一直染一直染
個案 I	經營特色\商品創新	91	91	我用版型，我們家的衣服、尤其是牛仔褲的版型可以讓人家穿出高、瘦、美，即使是寬的衣服，也要讓你穿出有線條，這就是我們跟別人不一樣的地方，所以死忠的人很多
個案 I	經營特色\商品創新	91	91	我甚至這兩天已經開始做男裝，我就跟男孩子說，我們家的衣服穿出去，回客率不能跟說百分之百，但是最少都有八十到六十
個案 I	經營特色\商品創新	93	93	為什麼我要做男裝，因為藍染這塊市場好多人做，我第一個人做，做到現在做藍染的有三、四家，還有就是，很多男生來跟我要藍染，但是我都沒有東西給他們，我們只有幫藝人，還有一些主播做中國風，那是少數。台灣的市場有一半是男生，然後我們以前店面是很小很小很小，大概只有前面一點點，我覺得我可以把男生的市場做出來，這一塊之前是沒有人在做的，我不快點來做的話，又沒了
個案 J	經營特色\商品創新	7	7	桐花系列、客家系列是「美角」的一部分，美角要發展的是台灣特色的產品，台灣特色產品即使以台灣特殊的花卉，或者特殊的建築，或者是人、事、物、景色都是我們未來要走的
個案 J	經營特色\商品創新	17	17	我們就看人家辦櫻花季慶典怎麼辦，那個也是結合一種觀光，在台灣再來沒有製造業要推什麼，一定是推觀光服務這一類，那時候才 2000 年，可是我們公司就在面對轉型
個案 J	經營特色\商品創新	17	17	客委會想開發一塊屬於客家的花布，那要用什麼元素，因為那時候客委會已經開始在推桐花季，所以就先用桐花的元素來開

				發成客家花布，來代表的是一個客家新文化的一環
個案 J	經營特色\商品創新	21	21	原來她們看到這些產品會尖叫，那就是我想要的。因為可以感動到她們，她們從來沒看過什麼是客家花布，原來普通的一塊花布可以變成這麼多的產品出來，所以，對她們來講也是一種震撼吧~感動到她們的心坎裡了
個案 J	經營特色\商品創新	21	21	以前客家的服飾，都是咖啡、深藍、灰，都是很暗色系，很少用亮麗的顏色，我就想誰說客家一定要那樣，我就想顛覆，所以現在客家花布每一件都是特別的亮麗
個案 J	經營特色\商品創新	21	21	這是另外一個面向的客家人，客家人都很內練，不敢秀出來，其實內心是很熱情的、很好客的，這樣的感覺可以深沉的反映到客家的心理面去
個案 J	經營特色\商品創新	39	39	我們是走比較年輕路線的，比較現代感，比較抽象的
個案 J	經營特色\商品創新	53	53	產品走時尚，我們的製造過程是傳統產業的製造模式，都是用人工機器這樣子組合起來，可是你的產品可以走時尚，傳統和時尚是不衝突的，時尚是哪裡來，是設計，所以說不衝突。產業是傳統沒有錯，可是產品是可以走時尚的
個案 J	經營特色\商品創新	55	55	布料可以發揮的我們都已經發揮的淋漓盡致，從拖鞋、圍裙、桌巾，反正用布可以做出來的東西，甚至是到行李箱、登機箱、衣服、旗袍
個案 J	經營特色\商品創新	55	55	我們還曾經幫台灣駐新加坡的單位，裡面有一個辦公室的人員做制服，用桐花花布幫他們做制服
個案 J	經營特色\商品創新	87	87	走到這邊不能走了，你就要想辦法轉變，不可能不轉變，即使像我今天走了幾年的文創的路線，我也是在尋求轉變，要怎樣轉變得更符合現代的時代，不管是在品質上或風格上，一直都要轉的，沒有辦法一直 copy 下去，已經不是以前的那個時代
個案 J	經營特色\商品創新	89	89	我希望這個文化不僅是客家人接受，是希望大家都可以接受的東西，為什麼我們的產品看起來不是那麼的傳統，我只能只點到、取到它的元素，我還是希望走時尚、走大家可以接受的路線
個案 K	經營特色\商品創新	18	18	如果今天做室內設計的，不懂時尚，接到一個時尚客戶的話，要怎麼設計。就很多例子，一個雲門舞集要成功，或是一個舞團要成功，需要多少不同的跨界，需要舞台設計、需要燈光設計、需要服裝設計、需要化妝設計、需要導演、需要音樂製作人、需要攝影師、需要海報設計師、還需要宣傳設置、還需要促銷、行銷人員，需要很多人，才可以成就一個林懷民
個案 K	經營特色\商品創新	30	30	我們每一年的成長可以做到三十，算是滿穩定的，所以表示我們自己努力以外，表示市場的需求是存在的
個案 K	經營特色\商品創新	50	50	市場上會想，那種是冷門，不會有人有興趣，可是，事實上，當我來開課，有一半或是整堂課一半的學生是從中南部來，而且還會有香港坐飛機過來，所以我覺得是台灣人的好學心，甚至知道自己真的可以做到
個案 K	經營特色\商品創新	50	50	很多優秀的學生，甚至台灣人，甚至覺得說，我要去到美國念書、到日本唸書，或是到法國去念書，是個夢，但是我們在台灣造就了一個類似機構
個案 A	經營特色\在地抓爬	20	20	我就是因為發覺水晶餃這個東西是我們苗栗地區，真的就是苗

				栗地區才有這個水晶餃，一般其他地區並不是水晶餃。
個案 A	經營特色\在地抓爬	28	28	比如說我做木雕的時候，我祖母叫我不要做，我祖母那時候已經八十幾歲了，他說我們家已經做三代人了，都沒有什麼賺到錢，我看你改行好了，我說不行，我還是要挑戰，我一定要挑戰，這就是客家精神。
個案 A	經營特色\在地抓爬	79	79	因為我也沒辦法做政府，去推廣什麼的，只有我自己的力量，所以，我就很認真的把事情做好，事情做好，就可以把文化推廣出去。
個案 A	經營特色\在地抓爬	83	83	苗栗一位很有名的楊○○校長和我講說，八十年你曾祖父做木雕，是三義第一家木雕店，帶動三義的木雕產業；現在，你帶動了另一個產業，就是客家米食。
個案 A	經營特色\在地抓爬	119	119	我和我太太有一種堅持，因為我想做一個地方特色，地方特色做的好的話，不用開這麼多分店，畢竟像台灣資訊很發達，地方很小，開這麼多分店，未必有好處。如果是地方特色的話，今天遊客經過三義，沒來沒買，好像沒有到過三義一樣，
個案 A	經營特色\在地抓爬	126	126	那種在地特色很重要
個案 A	經營特色\在地抓爬	127	127	很堅持的，因為我想讓大家覺得只有苗栗三義做的才是客家米食，那些住在其他地區的人做的米食，好像就不是米食，你看這多厲害，真的要有這樣的地方特色。
個案 A	經營特色\在地抓爬	129	129	我可以把事業做成這樣，可以養很多家庭，我就很开心。
個案 A	經營特色\在地抓爬	163	163	三義很美。第一美，第二因為我本身三義客家人，雖然通霄也是苗栗，可是我看到一個地很漂亮很美，可是要我去那邊蓋一個客家庭園也是怪怪的，所以我不要，我還是要留在三義，最想把錢花在三義，雖然預算不是很多，但還是要花在三義。
個案 B	經營特色\在地抓爬	8	8	如果可以在三義，做一個客家菜餐廳，那時候還沒有想到桐花村，就想要做一個客家菜餐廳，讓一個人、兩個人來吃，就可以吃到很多菜，因為一般客家餐廳就是很大盤，即使兩個人來想要吃多一點，也吃不完，一道炒青菜就這麼多，客家小炒也是這麼大盤，想要吃個滷肉，也是這麼大一個。因此，就想說，如果我們做比較現代感覺，然後呈現又有美感，一個人一個套餐，可以吃到三種以上的客家料理，把最好吃的客家料理都放到套餐裡面，一個主要的主菜，小菜部分可以吃到很多種，也可以吃到很多很好吃的薑絲大腸。
個案 B	經營特色\在地抓爬	10	10	當然，三義那邊有木雕，所以我們有木雕長桌，大概是六人、七人可以坐的部分，就是希望說，我們到那個地方是一個客家的村莊，所以說我們的餐點，就要做客家料理，好吃的客家料理
個案 B	經營特色\在地抓爬	10	10	很難把薰衣草森和桐花村做一個連結，因為畢竟是不同的品牌，每一個品牌想要呈現的品牌個性是不一樣的，那桐花村的品牌個性就是在地，然後是當地，客家人想要來圓夢的概念，所以我會取名叫桐花村，是因為覺得這一個地方有很多的油桐花，村，就是覺得這個名字很適合這個村落的感觉，所以我們就取名叫做桐花村。
個案 B	經營特色\在地抓爬	28	28	來到這邊用個餐，也會覺得你吃到的客家料理就是吃到整個客家的文化。

個案 B	經營特色\在地抓爬	110	110	我們當地的王伯伯他們以前在種一些檳榔時候，要灑農藥的東西，就這樣噴出來，所以他們就幫我們弄一個淨身儀式，只要一按就會噴出薰衣草的味道。
個案 C	經營特色\在地抓爬	21	21	我們用了一個很簡單的方式，我不是用錢，我也不是教他們賺錢，他們就因為來我這邊以專長換宿之後，我發現他們的一些概念，跟做出來的產出很好，我的企業很喜歡，我公司本身七年了，我們已經有一些市場經驗，我一年有九萬多個遊客以及網路的社群，我就直接跟這些換宿的年輕人說，如在我公司內部創業，我跟你分享我的市場，產品放到我這邊直接銷售，那這中間你都不用擔心，因為我公司內部的人員可以幫忙你做行銷做企劃，而你只需要保持你的熱情繼續下去
個案 C	經營特色\在地抓爬	23	24	這整個概念都很簡單，譬如說竹編 QRcode 的設計，他那時候做出來這個產品需要材料，而材料的錢就是我們公司出，因為我們跟當地的商家有連結，所以我就只有辦了一場說明會，講這個產品的概念，那如果竹編 QRcode 可以降低商家的招牌成本三分之二，可是它可以讓你們每一家店透過手機做行銷，所以如果有意願的店家可以跟我們公司聯絡，現在就累積到 20 家商家，有興趣的店家會下訂單，我們就幫他們做客製化。
個案 C	經營特色\在地抓爬	25	25	我把這個招牌客製化，做一個小鎮文創的竹編 QRcode，之後我把它 show 到網路上，只要給我網址、公司的 logo 跟企業名字，我就可以接訂單，像最近我們又接到台北有兩家公司下訂單，就會從小鎮文創這邊接進來，然後在竹山當地生產。
個案 C	經營特色\在地抓爬	43	43	我們現在在做一個小的模式就是，我們開始鼓勵一些中大型企業，鼓勵他們採購當地的東西，直接做採購的動作。
個案 C	經營特色\在地抓爬	49	49	我自己去算過，我自己山上的民宿，我一年大概是買竹山在地生產的產品約有 60 幾萬，我的耗材、民宿的被單、點心，我都長期跟竹山鎮上的店家買
個案 C	經營特色\在地抓爬	49	49	有一點社會企業的理念，就是企業採購當地的東西越來越多時，那也跟當地的連結越來越多，那當企業的觀念有點轉換的時候，就會變成是說，不是因為成本最低而去採購，而是說去創造當地一些更好的幸福感
個案 C	經營特色\在地抓爬	49	49	我的企業開始跟當地的連結越來越多，我覺得越來越好
個案 C	經營特色\在地抓爬	55	55	每週一三六晚上八點到十點都有路跑，是常態的活動，已經變竹山的生活現象了，就是你會在禮拜一禮拜三禮拜六，會在鎮上的廟口看到兩三百人集合要去跑步，竹山鎮的人是免費的，但外面來的人是要付費的。
個案 C	經營特色\在地抓爬	67	67	我們會把收到的路跑報名費用三分之一捐給協會，協會就用這經費製作「樂學券」給當地比較弱勢的小朋友，這些小朋友就會來協會領券，再到附近商家換東西吃，那商家再拿券到協會換錢，就有點第三方支付形式。
個案 C	經營特色\在地抓爬	69	69	鼓勵大家到竹山來支持這件事情
個案 C	經營特色\在地抓爬	75	75	路跑活動跟大家收一點點錢，但是，卻讓大家覺得說你的回饋是在離開之後，因為就像是付完錢了，但對當地來說，卻是剛要做這些好事的開始，
個案 C	經營特色\在地抓爬	81	81	每一次活動的結束，都是下一次美好的開始。
個案 C	經營特色\在地抓爬	81	81	每一次活動所獲得的資源，就是回到當地下一次的準備

個案 C	經營特色\在地抓爬	136	136	上個禮拜 GUCCI 的總監帶了十位幾位設計師來我們這邊,然後老師親自帶他到山上,探討他們這一次做的一個 GUCCI 的包包有一個竹子的環節,那個包包是皮做的,但是,上面要用竹節做那個把手,原本那個扣件是在中國大陸生產的,然後剛好有次參加了一個國際論壇提到,我們南投這邊竹山大鞍的竹子的材料的優勢,於是,他們就想用這邊的竹子當 GUCCI 包包的材料。
個案 C	經營特色\在地抓爬	136	136	南投四面環山,風吹不進來,所以我們在天空的院子民宿那邊的竹林,都是長得很直,因為風吹不進來的關係,這個特殊的條件,日本的時代會管制這邊的竹材只能運到日本去,可是曾幾何時竹山鎮的工廠都收掉了、沒落了。
個案 C	經營特色\在地抓爬	136	136	你們這邊在材料上的這個身分證要做好,這個身分證就是在當地好的一百種理由是什麼?要自己做功課,沒有這個材料的身分證,就做不出差異化設計的能力
個案 C	經營特色\在地抓爬	167	167	我們自己花最多時間,就是來自於說我們是一個完全的在地性,所以在地的行業、在地的經濟,我們最在意的事情是,到底留給在地什麼?!
個案 C	經營特色\在地抓爬	170	170	整個鄉鎮就像是一個生活產業或是實踐學習產業,或甚至我們是個友善的鄉鎮,我們會去接待來自不同的國際青年。
個案 C	經營特色\在地抓爬	190	190	我們最近就是一直在做一些企業的連結,那希望大家可以再把這些市場集合起來,然後買當地的東西,覺得這是一個現階段在竹山鎮還蠻有可能的整合的
個案 C	經營特色\在地抓爬	190	190	我從那個「幸福腳步便當」,最早向劉奶奶買花布,到現在我民宿用的床套組,整個整個床套組,到現在劉奶奶 82 歲了,她現在還是在車我的床套耶!我都跟她下訂單,每一年幾乎都跟她下 20~30 件,然後生產,所以這些東西就變成當地的在地的採購資源,我覺得就是應該讓企業去想
個案 C	經營特色\在地抓爬	198	198	如果只做跟本業有關的事,那就只剩下賺錢了,可是我覺得說除了賺錢,還要連結周遭的情況,所以我說第一個是態度,那第二個是作法上的專業啦!
個案 C	經營特色\在地抓爬	201	201	我沒有特別去強調是客家的圖案,其實是布塊花色其中之一,因為竹山,採茶的行業很多,所以這些媽媽會有很多花布的需求,所以我就到這些老店去選這些東西,可是我們很多東西是跟竹子有關,是因為是竹山的產業,所以我大作的就是這樣的環節
個案 C	經營特色\在地抓爬	205	205	我們工作坊是 9:00~12:00,他會來這裡這一樓,提供網路跟桌椅,比如說:喜歡攝影,那來換宿的這四天,就可以拍整個竹山鎮,如:老店或是一些風土或人物,我會跟他約定好你的專長可以做哪一部份的東西
個案 C	經營特色\在地抓爬	209	209	那下午的一點之後,我們規劃出竹山 80 有個我覺得在竹山生活應該要去看的地方,竹山有琉璃石、篆刻、書法這些公益家的家,還有竹博物館、天空的院子等等,我們會幫他規畫好,下午的時候是要有系統的去生活,不能自己去亂玩,那這些點,是我們覺得來竹山生活應該要去的點,然後,勾選出想要去的地方,我們公司會幫他跟這些公家約好時間,他下午的時候,就去那些地方,而這邊下午就不開放,就是你真正的工作只有

				1/3, 另外的 2/3 就是在竹山生活, 下午就是去認識這些生活場域, 晚上我們就會帶他去廟口路跑, 你會 哇! 怎麼那麼多人在竹山喔! 親眼看見, 就會去相信這些事情, 因為你親眼去看到啊! 他說你們這些是怎麼弄啊! 看到那麼多人在廟口, 有人說這個有點像在艋舺。
個案 C	經營特色\在地抓爬	213	213	他們不一定要跑, 但是, 我們會帶他們去看, 因為他們會相信, 他說你們這樣子操作都沒有花很多錢, 然後那麼多人來, 他就會有點自信; 那帶他去看山上天空的院子民宿, 就會帶她看到一處廢墟修到好的民宿, 所以就鼓勵他相信眼前看到的東西, 告訴他們年輕人, 你未來可以到很多鄉鎮做很多改變, 所以他們來我們都會告訴他們一些鄉鎮樂觀跟不樂觀的面向, 而他們用專長做的東西, 之後會變成我們公司的什麼東西(產品或服務), 但是他們只有 1/3 的時間是用回饋的, 其他 2/3 是他們在竹山的生活, 所以, 對他們來說, 其實, 生活體驗, 是還蠻重要的
個案 C	經營特色\在地抓爬	219	220	我做的一個動作是分流, 我把我山上的客人分流到鎮上來支持我鎮上做的事情, 我在鎮上整合的一些概念, 對我們的一些客人來說, 你以前修院子去要談一些文化, 可是你們現在會在鎮上做一些產品, 一些你們的想法, 所以我的客源比較像是社會學家, 不會像是一般的觀光客啦! 他們會很支持我們, 你看我們辦路跑可以很多人來, 那就是我們在社群上的一個動員, 在網路平台我們公司的業務在網路上做這些行銷, 告訴大家我做了什麼
個案 C	經營特色\在地抓爬	258	258	我覺得文創是要可以解決當地的問題, 要不然它流於設計的形式啦!
個案 C	經營特色\在地抓爬	278	278	我就想我們是一個友善的鄉鎮, 歡迎你們青年來到這裡, 所以我們企業需要做的是給青年們一個環境, 那參與完以後, 覺得做這個事情他們自己也很有熱情, 我們就鼓勵他們要不要在我們竹山, 在我們公司底下做一個小工作室, 做一個創業的模式, 如果願意就留下來。
個案 C	經營特色\在地抓爬	370	370	觀光對我們來講是市場機制, 我就覺得要讓大家看學著怎麼生活, 在一個地方, 去了解當地真正可貴的地方, 那這樣子才能看到真正比較深入的東西。
個案 C	經營特色\在地抓爬	549	549	以前企業比較會做的是大量的複製, 就很像整個村莊都是企業的規模, 那時候我們就想說如果這就事情是有意義的, 應該是要讓當地的居民可以進來去參觀, 因為我們社區還有一大堆這樣的老房子丟在當地, 不要變成一個企業全部把它修完, 我覺得那好像是變成一個很諷刺的村莊, 自己弄完這件事, 像一個集團, 然後在談文化, 結果當地沒有一個居民理解你在做什麼
個案 C	經營特色\在地抓爬	588	588	像幸福腳步便當, 我不會做這些設計的東西, 可是我就是帶學生去看這邊有一間家庭竹工廠, 我就看到同學問老闆, 老闆你比較容易浪費的東西是什麼, 老闆就指旁邊那些窗簾, 大家要裁切長度都不一樣, 那學生就從那些容易浪費的材料, 去設計出一個便當盒

個案 C	經營特色\在地抓爬	588	588	我就跟這些同學說，你們所設計出來的東西，讓這些行業因為這樣我們跟他買了四年啊!你怎麼會說你的設計是沒有被需要的呢?你讓這些行業產生了一些新的收入
個案 C	經營特色\在地抓爬	608	608	兩年半我把公司就是成立在竹山鎮上，因為我發現我們在山上，我們跟竹山買的東西越來越多，所以我那時候想說我們是不是能夠跟當地的產業產生一些連結，從產品的設計、創意到可行性，所以那時候才變成租了公司，樓上空房間太多，去學校演講的時候就趕快跟同學說要不要來竹山玩。因為我覺得我到學校的機會蠻多的，所以就很想帶這些年輕人到竹山瞭解，讓他們了解我做的一些事情，所以這些輕人最後轉出來這些產品，我就說他可以，他一定會去相信，你說採購，這四年來買得很久了，這些商家都因為學生當時的設計就沿用到現在
個案 C	經營特色\在地抓爬	614	614	最早就是跟跟當地的商家一些阿姨合作，然後就請他們做便當，然後送到我們的民宿裡面
個案 D	經營特色\在地抓爬	1	1	之前大陸梅州市的市長來到這裡之後，一直邀請我過去，到梅州複製這樣的經驗，但，我寧可就是好好的在這裡做，我覺得心有餘力就在這個地方來紮根，除了紮根以外，怎麼樣讓它更遠，要改變一個環境不是兩三天，要幾十年，甚至幾個世代，不要那麼短視，有一點經驗了，就要到別的地方去複製，我認為那樣子沒有辦法累積
個案 D	經營特色\在地抓爬	1	1	我的曾祖父就在這裡開發，我們世代就是住在這個地方，一直累積、累積，要累積才能說讓我們後代的生活更好。如果說我心動，我想要賺錢，就去找了別的地方，也許我有賺到錢，但是我覺得我們沒辦法累積文化的厚度，或者是說商業的厚度就沒有辦法累積。
個案 D	經營特色\在地抓爬	114	114	因為當時休耕政策，所以田都沒有耕作，雜草叢生，我爸就讓我開發，實踐我的夢想，我每天都在想我這個房子我要怎麼蓋，我自己畫圖我要蓋怎麼樣的房子。
個案 D	經營特色\在地抓爬	120	120	我有一位小學的同學，小我一屆，他說歡迎我回來，就送了我一卡車的木頭，因為他做的是伐木業，原住民，他就送我一卡車的木材，那個木材就是當地的，全部都很大隻，大概有六七十一年樹齡的尺寸，他送給我的時候，我們隔壁有一個原住民就跟我說，那個樹是我們小時候種的，他小時候種的樹，六十年後我用得到他小時後種的樹，我覺得那個關係、那個感覺是非常棒的
個案 D	經營特色\在地抓爬	127	127	園藝店我經營三年之後，我就很想要回到山上來，那才是我真正想要做的事情，我覺得我在都市裡面，那不是我從小生長的地方，我覺得我對那個地方沒有那麼深的情感
個案 D	經營特色\在地抓爬	217	217	一直到有一次秋天的時候，大概就是這個季節，我從南庄開車回來，沿路開滿了山芙蓉花，路邊很多的山芙蓉。
個案 D	經營特色\在地抓爬	219	219	我為什麼會用山芙蓉的名稱，你看看裡面這幾句:「山野間到處都有山芙蓉的蹤跡，清晨，潔白純淨」最後面那一段「原本就生長在那裡，常常沒有被注意到，在秋的季节裡面，每一天山芙蓉心花怒放，等你來訪」上面那一段是「尋常道路間，貧瘠的土地上，不乾或汙染，山芙蓉美麗嬌艷依舊」這個的意思就是告訴人家說，它其實是很常見的一種花，但是很多人都不會

				去注意到它。我自己的耐力，我覺得跟山芙蓉很像，所以我當下就覺得說用「山芙蓉」，很多人不了解山芙蓉，我藉這個機會來介紹這個花。
個案 D	經營特色\在地抓爬	368	368	我覺得所有的最終還是落實在生活，不管你做什麼還是回歸到生活面
個案 E	經營特色\在地抓爬	39	39	我們其實做的是應用系統，把它應用在實際上，老百姓的生活
個案 E	經營特色\在地抓爬	45	45	我這兩年都主張減碳料理，就是從在地裡面，找出感動的東西來做菜，不一定一定要飛機運進來的名貴食材，這東西最近也是大家都在講這些事情。於是乎，在南園周邊很容易就找到客家的一些東西，可能就是我說的，客家多多少少還是影響我，比如說，南園晚上有一道菜，是永遠不變的材料，就是板條。
個案 E	經營特色\在地抓爬	49	49	我不是全部都用客家人的料理，不是這樣，我還是要國際化的視野，國際化的視野是減碳料理，不要食材一定要飛機進來，鵝肝什麼之類的，盡可能不要這樣，所以說地方上能夠找到的一些材料
個案 E	經營特色\在地抓爬	49	49	還有我們客家人很喜歡結夥，這也影響到我很多，譬如我們南園一開始大概有四十幾個員工，大概有二十個是台北公司調過去的，所以是二十、二十個比例，那時候在規畫，我就跟縣長講說，一年之內，台北公司十個，另外五十個絕對是新竹的，縣長就很高興，我說，我要在地化。結果，南園營業額上來，現在大概有八十個員工，只有四個是台北公司下去，員工七十六個，全部是新竹當地人
個案 E	經營特色\在地抓爬	76	76	我們南園就是在地，我們每個文化都是在地，鼓勵是用在地的員工
個案 E	經營特色\在地抓爬	165	165	回到我們 The one 的觀點，我們是長到什麼地方就用那個地方的元素，照我們的系統去長出來
個案 E	經營特色\在地抓爬	173	173	端午節的時候我們(南園)包客家粽，餡料是客家粽，然後包得像一個錐形的像個禮物，結果那天進來九百多個人，現場員工根本來不及現場包，所有的員工 call 家人來幫忙，全部都是員工的爸爸、媽媽在幫忙都是客家人。那時候我覺得我的人生是很有價值
個案 F	經營特色\在地抓爬	327	327	國內比較多，走國內零售比較多
個案 F	經營特色\在地抓爬	416	416	比較接近於人類生活發展關係較密切的三種材質，一個是陶瓷，陶瓷跟吃的比較有相關；第二個是木器，第三個是織染。陶瓷是我們所學的本能所開始出發，但能不能跨到木器跟織染，其實我一直滿有興趣的。因為喜歡陶瓷的人都會喜歡木頭、喜歡木頭的人也會喜歡織染，我對木頭的喜歡，是跟找複合材質的結合是相同的道理。那織染這一塊，我個人也是覺得植物染這個東西本來就是老祖宗的生活智慧，不耗能，而且不會汙染土地的一種織染方式。所以，如果有機會的話，發展這一塊是很重要的
個案 F	經營特色\在地抓爬	431	431	我個人也還滿關心客庄經濟，鄉下的一些經營模式。

個案 G	經營特色\在地抓爬	159	160	我常跟別人說全世界最好的茶是台灣茶，為什麼？就是說英國茶它很多是調味的，當然它調味也是有一定的難度，它調了各式各樣的味道進去，但是如果茶自然就會有各式各樣味道時候，你何必需要調味呢？就是魚很新鮮你不會去紅燒，魚很新鮮你會清蒸或生魚片，我想說的就是這件事
個案 H	經營特色\在地抓爬	248	248	一種層次非常高的經濟
個案 H	經營特色\在地抓爬	250	250	茶道也是，從古典、繁複、回到最簡單，道理是一樣的，最高境界
個案 I	經營特色\在地抓爬	98	98	我們家的設計有幾項元素跟客家非常有關係，如：一衣多穿等，我們家的背心絕對不是只能單面穿，絕對是雙面穿，我們家的包包絕對是兩面都可以用。而且你打開來看，我們兩面沒有讓你看到任何的翻折，而且我故意用不同的花色，全部打開，這樣一翻，是不是就很符合客家精神，就完全就不一樣了。我們冬天的外套也是這樣子。我幫三峽客家文化園區設計的制服，他們現在穿是紅色，但一翻面就變白色，很客家精神
個案 I	經營特色\在地抓爬	100	100	就是多功能，客家人勤儉，這就是客家精神有效進去
個案 J	經營特色\在地抓爬	7	7	代表台灣特別文化意象的元素，都是我們要拿來用的元素，既然要發展文創這一塊，一定是先是拿台灣的文化來用
個案 J	經營特色\在地抓爬	15	15	那如果我去大陸，勢必我八年後、十年後要回到台灣，那我回到台灣老不老、年輕也不年輕，那我要幹麻，我找不到立基點。再來，我去大陸就一定賺很多嗎，不知道，不知道我就不要去想，我何不就不要去，留在台灣，留在台灣就耕耘、打基礎
個案 J	經營特色\在地抓爬	45	45	事實上，我們今天不去大陸想留在台灣另一個層面是想把工作機會留在台灣，再來我今天做文創，我希望把這個工作機會留在台灣，我們今天要做那麼多產品，不可能都我做，我一定是放出去，請一些大部分是二度就業的婦女，目前幫我們製造生產包包的都是二度就業的婦女。
個案 K	經營特色\在地抓爬	57	57	(助學計畫)我們現在已經九十幾個了，他們可能是比較偏遠，他們的師資或是資源沒有很好，那我們就資助車錢讓他們把小孩子帶過來，這就是像出國一樣，給他們上課
個案 K	經營特色\在地抓爬	66	66	其實美學是跟公益是一體兩面
個案 A	經營特色\文化行銷	75	75	我們夫妻倆想說，最基本的我們自己來做，我們雖然是小小的兩個人，但我們要做到全台灣，我老婆就跟我岳母講，我們要做到全台灣，讓總統來吃、讓外國人來吃，他們還笑我們神經病，我說真的，到時候電視台會來採訪，所以，我就做客家米食
個案 A	經營特色\文化行銷	79	79	因為我也沒辦法做政府，去推廣什麼的，只有我自己的力量，所以，我就很認真的把事情做好，事情做好，就可以把文化推廣出去。
個案 A	經營特色\文化行銷	83	83	苗栗一位很有名的楊○○校長和我講說，八十年你曾祖父做木雕，是三義第一家木雕店，帶動三義的木雕產業；現在，你帶動了另一個產業，就是客家米食。

個案 A	經營特色\文化行銷	83	83	到休息站甚至到機場，都看到大家學我這樣包裝，這樣賣米食。我太太問我會不會生氣，我說怎麼會，本來就是要讓更多人學習這個客家文化。我目錄上就有印為什麼吃糰粿，因為以前的人家，比如說我要從三義搬到頭份去住，跟隔壁鄰居打個招呼，什麼時候要入厝，然後隔壁鄰居就拿糯米來，那時候糯米很少，因為不是主食，就拿糯米來和隔壁鄰居一起做糰粿，表面是大家的一種團聚，藉由做糰粿的時候，大家來聊天，來認識、來了解，所以不論是結婚、入厝也都是是一盤糰粿放在那邊讓大家吃，通常都是清晨三、四點就在那邊做了，所以，真的就是一種溝通的交流。所以，我每一個產品裡面，都有這些典故的由來，就是慢慢去推廣。
個案 A	經營特色\文化行銷	127	127	很堅持的，因為我想讓大家覺得只有苗栗三義做的才是客家米食，那些住在其他地區的人做的米食，好像就不是米食，你看這多厲害，真的要有這樣的地方特色。
個案 B	經營特色\文化行銷	8	8	如果可以在三義，做一個客家菜餐廳，那時候還沒有想到桐花村，就想要做一個客家菜餐廳，讓一個人、兩個人來吃，就可以吃到很多菜，因為一般客家餐廳就是很大盤，即使兩個人來想要吃多一點，也吃不完，一道炒青菜就這麼多，客家小炒也是這麼大盤，想要吃個滷肉，也是這麼大一個。因此，就想說，如果我們做比較現代感覺，然後呈現又有美感，一個人一個套餐，可以吃到三種以上的客家料理，把最好吃的客家料理都放到套餐裡面，一個主要的主菜，小菜部分可以吃到很多種，也可以吃到很多很好吃的薑絲大腸。
個案 B	經營特色\文化行銷	10	10	我會取名叫桐花村，是因為覺得這一個地方有很多的油桐花，村，就是覺得這個名字很適合這個村落的感覺，所以我們就取名叫做桐花村。
個案 B	經營特色\文化行銷	10	10	客家料理的部分有很傳統的，也有一些創意的部分，就是我們師傅還有做一些比較不一樣的餐點，但是他也是一樣用客家的元素在製作
個案 B	經營特色\文化行銷	22	22	慢慢地，不管是客家文化的部分也是，當你靜下來的時候思考，就會有很多美的東西進來，會一直浮現在你的腦海裡，那這些東西透過跟專業的討論，透過我跟建築師，還有跟同事，因為我們是一個團隊，跟同事們大家一起討論之後，我們就有一個很好的想法，就是說要做的是有創意的客家料理，但是也要有傳統的，就是它呈現的方式是有現代的美感，但是裡面要有客家的文化精神，整個就是希望透過，做這樣的事情可以來推動美的部分，客家文化美的部分。
個案 C	經營特色\文化行銷	23	24	這整個概念都很簡單，譬如說竹編 QRcode 的設計，他那時候做出來這個產品需要材料，而材料的錢就是我們公司出，因為我們跟當地的商家有連結，所以我就只有辦了一場說明會，講這個產品的概念，那如果竹編 QRcode 可以降低商家的招牌成本三分之二，可是它可以讓你們每一家店透過手機做行銷，所以如果有意願的店家可以跟我們公司聯絡，現在就累積到 20 家商家，有興趣的店家會下訂單，我們就幫他們做客製化。
個案 C	經營特色\文化行銷	69	69	鼓勵大家到竹山來支持這件事情
個案 C	經營特色\文化行銷	167	167	我們自己花最多時間，就是來自於說我們是一個完全的在地

				性，所以在地的行業、在地的經濟，我們最在意的事情是，到底留給在地什麼?!
個案 C	經營特色\文化行銷	170	170	整個鄉鎮就像是一個生活產業或是實踐學習產業，或甚至我們是個友善的鄉鎮，我們會去接待來自不同的國際青年。
個案 C	經營特色\文化行銷	213	213	他們不一定要跑，但是，我們會帶他們去看，因為他們會相信，他說你們這樣子操作都沒有花很多錢，然後那麼多人來，他就會有點自信；那帶他去看山上天空的院子民宿，就會帶她看到一處廢墟修到好的民宿，所以就鼓勵他相信眼前看到的東西，告訴他們年輕人，你未來可以到很多鄉鎮做很多改變，所以他們來我們都會告訴他們一些鄉鎮樂觀跟不樂觀的面向，而他們用專長做的東西，之後會變成我們公司的什麼東西(產品或服務)，但是他們只有 1/3 的時間是用回饋的，其他 2/3 是他們在竹山的生活，所以，對他們來說，其實，生活體驗，是還蠻重要的
個案 C	經營特色\文化行銷	219	220	以我的客源比較像是社會學家，不會像是一般的觀光客啦!他們會很支持我們，你看我們辦路跑可以很多人來，那就是我們在社群上的一個動員，在網路平台我們公司的業務在網路上做這些行銷，告訴大家我做了什麼
個案 C	經營特色\文化行銷	258	258	文創是要可以解決當地的問題，要不然它流於設計的形式啦!所以要能夠去解決當地的問題，我願意去談這樣文創的體驗是什麼?如:我覺得路跑活動，不是只有路跑，而是去支持當地的一些能夠解決問題的資源，從文宣寫說「在每一次路跑的結束之後，都是當地下一次美好的開始。」讓跑者去了解原來我來這邊跑，也就是讓跑者知道，這一次所繳的報名費用，主辦單位會把這樣的資源轉換照顧到當地很多的事情。所以，我覺得它整個型態上是做一個資源傳遞的中介者，透過路跑這個媒介
個案 C	經營特色\文化行銷	299	299	我們公司的業務，都會把斗六草屯竹山這些公司，20 個員工以上的，我的公司都有建檔，所以每次只要有活動的時候，或是我要做個產品，我們公司的業務名單大概現在應該有三四千筆，就是公司的文件在裡面，所以我每次下活動開發這個產品，我請同事做好文宣 PDF 檔，然後我就寄出去
個案 D	經營特色\文化行銷	219	219	我為什麼會用山芙蓉的名稱，你看看裡面這幾句:「山野間到處都有山芙蓉的蹤跡，清晨，潔白純淨」最後面那一段「原本就生長在那裡，常常沒有被注意到，在秋的季節裡面，每一天山芙蓉心花怒放，等你來訪」上面那一段是「尋常道路間，貧瘠的土地上，不乾或汙染，山芙蓉美麗嬌艷依舊」這個的意思就是告訴人家說，它其實是很常見的一種花，但是很多人都不會去注意到它。我自己的耐力，我覺得跟山芙蓉很像，所以我當下就覺得說用「山芙蓉」，很多人不了解山芙蓉，我藉這個機會來介紹這個花。
個案 D	經營特色\文化行銷	278	278	「一年四季有變化」這句話，對我來說，也是很大的啟示，如果沒有變化很多就不會去注意到它，也因為它有變化所以才顯現它的美。所以，如果油桐花一年四季都開花，就沒有人會去在意它，美就是美在它只有在那個季節，一個多月的綻放時間，油桐花很棒，就是一年四季都有它精彩的地方，它其實落葉也很漂亮，它春天的時候葉子長出來，新綠很美，秋季顏色轉變

				凋謝的時候，它轉變成黃色的時候也很美，所以，油桐花一年四季都有它的可看性。
個案 D	經營特色\文化行銷	303	303	我一開始就不以營利為目的，我不是要在這個地方獲得多少的報酬，所以，十五年後的今天，我即便以投資報酬率來講是不成正比的，可是我還是一直繼續的種我的花，我繼續維持我的環境，因為我的價值告訴我，我要做的就是一個正面的影響，我要讓真正想要來的人，能夠真正的有改變，哪怕是一點點的改變，這個是我的堅持。
個案 E	經營特色\文化行銷	62	62	我的這個杯子一年為什麼可以賣四、五萬個，因為它就是客人硬頸精神，你怎麼搖都不會倒，對客人來講那就是一種文化的故事，對實用者來講，這是一個很特別的杯子。
個案 E	經營特色\文化行銷	62	62	每一天都有日本人拿著旅遊雜誌，我們很多採訪是國外媒體，他就拿日文版的旅遊雜誌直接跟我們指著要買這個杯子。你等一下可以看，那個杯子放在我們櫃檯旁邊，因為結帳最快
個案 F	經營特色\文化行銷	124	124	我一直是滿想把所謂藝術這種東西能夠不用那麼高深的呈現，因為如果是講創作，它是屬於個人的一種語彙，個人的語言，然後把它轉換成商品的話，它成為公共的語言，就是做一個東西，大家看得懂，直接被理解；如果說，你做了一個別人看不懂的東西，那就是個人的語彙，需要別人來進入到你的創作脈絡裡面才看得懂
個案 F	經營特色\文化行銷	431	431	看到它好像有一點點被人家看到了，然後被大家認同了，然後大家喜歡了，會覺得說，其實客家做品牌不是不行的，只是說要怎麼做
個案 G	經營特色\文化行銷	76	76	以京盛宇來說，我知道台灣有很多好茶，我也找到了，因為我很會泡茶，所以我就用一個年輕人可以接受的方式去傳達它，這樣子結合起來這個力量就會很大，就是各行各業都有專攻的地方，那如果我把這個東西結合起來之後，這個東西就會變得很棒
個案 G	經營特色\文化行銷	105	105	我們當初是想要填補台灣喝茶的斷層，其實我有觀察，五年級、六年級、七年級是比較多的，因為在這三個年級成長的過程中，是台灣咖啡文化入侵的時候，然後台灣茶慢慢走下坡的時候，所以我們一開始的行銷方式，還有形象其實都是鎖定二十五到四十歲
個案 G	經營特色\文化行銷	124	124	書那個擴散的力量其實滿大的
個案 G	經營特色\文化行銷	159	160	我常跟別人說全世界最好的茶是台灣茶，為什麼？就是說英國茶它很多是調味的，當然它調味也是有一定的難度，它調了各式各樣的味道進去，但是如果茶自然就會有各式各樣味道的時候，你何必需要調味呢？就是魚很新鮮你不會去紅燒，魚很新鮮你會清蒸或生魚片，我想說的就是這件事
個案 G	經營特色\文化行銷	192	192	其實我以前沒有那麼會說話，我是在這過程中被訓練出來的，因為總是要跟不同的人，包括自己的同事或其他外面的採訪，要能很清楚的把京盛宇的東西講出來。但是如果可以寫得很有條理的話，這也是一種很好傳達自己理念的方式

個案 G	經營特色\文化行銷	204	204	我覺得故事這個東西，就看你做這個事情的出發點是什麼
個案 G	經營特色\文化行銷	214	214	我在面試員工的那時候就很清楚的跟他們說，我不是要你推銷為主，我是希望你能夠把茶的人文概念好好展現出來，客人覺得好喝你泡的好，他有需要他自然會買，你不需要今天就一定要叫他買，多少錢，多少錢，這不是我要的想法
個案 G	經營特色\文化行銷	226	226	它又叫那個東方美人茶，這個茶最原始的名字應該要叫白毫烏龍，因為夏天的烏龍那個嫩芽長出來的是白白的，所以我們叫它是白毫烏龍，所以膨風茶啊~香檳烏龍，東方美人，都是一些衍伸出來的名字
個案 G	經營特色\文化行銷	228	228	我們也希望能夠把茶文化的年齡層降低
個案 G	經營特色\文化行銷	232	232	我其實是把京盛宇定位為一個目前在當代台灣茶產業的一個指標
個案 G	經營特色\文化行銷	232	232	我們台灣有這麼多的飲料市場，可是為什麼沒有人用台灣的茶做，我覺得這是不可思議的事情，如果我們能夠帶動一個風氣，把台灣茶這個原料，變成大家都想喝的飲品的時候，它一定是個指標，大家都想說它很成功，那一定會有很多人用台灣茶去做飲料，手搖茶會開始慢慢用台灣茶做原料，即使它要去調味也沒關係，因為它用的是台灣茶的原料，要有很多人做，才能夠把台灣茶這個產業注入活水
個案 G	經營特色\文化行銷	234	234	我想的是我要幫茶產業注入活水，但是我沒有財團的資源背景的時候，我只能做一個指標性的品牌
個案 H	經營特色\文化行銷	31	31	媒體很多人來採訪，所以很多日本人
個案 H	經營特色\文化行銷	33	33	日本雜誌有報導，所以會很多日本人來
個案 H	經營特色\文化行銷	35	35	日本客人大概一半以上
個案 H	經營特色\文化行銷	281	281	生活有快樂、幸福，小慢這個茶館就是要傳遞這個幸福
個案 I	經營特色\文化行銷	98	98	我們家的設計有幾項元素跟客家非常有關係，如：一衣多穿等，我們家的背心絕對不是只能單面穿，絕對是雙面穿，我們家的包包絕對是兩面都可以用。而且你打開來看，我們兩面沒有讓你看到任何的翻折，而且我故意用不同的花色，全部打開，這樣一翻，是不是就很符合客家精神，就完全就不一樣了。我們冬天的外套也是這樣子。我幫三峽客家文化園區設計的制服，他們現在穿是紅色，但一翻面就變白色，很客家精神
個案 I	經營特色\文化行銷	100	100	就是多功能，客家人勤儉，這就是客家精神有放進去
個案 J	經營特色\文化行銷	7	7	桐花系列、客家系列是「美角」的一部分，美角要發展的是台灣特色的產品，台灣特色產品即使以台灣特殊的花卉，或者特殊的建築，或者是人、事、物、景色都是我們未來要走的
個案 J	經營特色\文化行銷	21	21	我的花布是 2006 年差不多三月、四月才開發出來，開發出來我就大量去生產週邊產品，從包包、從購物袋、手機袋，反正大大小小的，從簡單先開始生產，然後就鋪到一些觀光景點，或者是一些手工藝品店，那個反應都還滿不錯
個案 J	經營特色\文化行銷	89	89	我希望我今天去愛別人家文化的同時，我做出這麼漂亮的東西，別的族群，或者是國外人士，看到我們台灣的東西就會想到客家桐花，然後也會喜歡我們的東西，這才是我真正想要去做的
個案 J	經營特色\文化行銷	89	89	我覺得最美好的，還是我們自己家的東西，把自己家的東西拿出來跟大家分享，這也是客家人的特質，把這個東西做好之後，

				分享給不同族群、分享到世界各地去，跟大家一起分享我們客家的這個優質文化
個案 K	經營特色\文化行銷	50	50	市場上會想，那種是冷門，不會有人有興趣，可是，事實上，當我來開課，有一半或是整堂課一半的學生是從中南部來，而且還會有香港坐飛機過來，所以我覺得是台灣人的好學心，甚至知道自己真的可以做到
個案 K	經營特色\文化行銷	66	66	其實美學是跟公益是一體兩面
個案 A	經營特色\社會影響	28	28	比如說我做木雕的時候，我祖母叫我不要做，我祖母那時候已經八十幾歲了，他說我們家已經做三代人了，都沒有什麼賺到錢，我看你改行好了，我說不行，我還是要挑戰，我一定要挑戰，這就是客家精神。
個案 A	經營特色\社會影響	75	75	我們夫妻倆想說，最基本的我們自己來做，我們雖然是小小的兩個人，但我們要做到全台灣，我老婆就跟我岳母講，我們要做到全台灣，讓總統來吃、讓外國人來吃，他們還笑我們神經病，我說真的，到時候電視台會來採訪，所以，我就做客家米食
個案 A	經營特色\社會影響	75	75	一個「文化」要有經濟來加入，不要說介入，光談文化，沒有經濟的話談不下
個案 A	經營特色\社會影響	79	79	因為我也沒辦法做政府，去推廣什麼的，只有我自己的力量，所以，我就很認真的把事情做好，事情做好，就可以把文化推廣出去。
個案 A	經營特色\社會影響	83	83	苗栗一位很有名的楊○○校長和我講說，八十年你曾祖父做木雕，是三義第一家木雕店，帶動三義的木雕產業；現在，你帶動了另一個產業，就是客家米食。
個案 A	經營特色\社會影響	83	83	到休息站甚至到機場，都看到大家學我這樣包裝，這樣賣米食。
個案 A	經營特色\社會影響	119	119	我和我太太有一種堅持，因為我想做一個地方特色，地方特色做的好的話，不用開這麼多分店，畢竟像台灣資訊很發達，地方很小，開這麼多分店，未必有好處。如果是地方特色的話，今天遊客經過三義，沒來沒買，好像沒有到過三義一樣
個案 A	經營特色\社會影響	127	127	很堅持的，因為我想讓大家覺得只有苗栗三義做的才是客家米食，那些住在其他地區的人做的米食，好像就不是米食，你看這多厲害，真的要有這樣的地方特色。
個案 A	經營特色\社會影響	129	129	我可以把事業做成這樣，可以養很多家庭，我就很开心。
個案 A	經營特色\社會影響	145	145	員工不一定是客家人，但就是住附近的，有幾個嫁來的閩南媳婦也有。
個案 A	經營特色\社會影響	163	163	三義很美。第一美，第二因為我本身三義客家人，雖然通霄也是苗栗，可是我看到一個地很漂亮很美，可是要我去那邊蓋一個客家庭園也是怪怪的，所以我不要，我還是要留在三義，最想把錢花在三義，雖然預算不是很多，但還是要花在三義。
個案 A	經營特色\社會影響	177	178	生活不是錢賺多賺少，第一身體健康最重要，但是，住的環境我也覺得很重要，所以，美感的推廣也是很重要。
個案 A	經營特色\社會影響	181	181	桐花祭帶來的那種生意、商機非常大，因為我自己比較敏感，那時候我禮拜一到那銀行去觀察，我就看到每個店家的老闆拿錢進去存，每個老闆我都認識，我就說你生意不錯喔~每一次存就六萬、十幾萬，小小的店可以存這麼多，我就覺得這商機很大，因此，給我感覺到真正有幫助就是桐花祭。

個案 A	經營特色\社會影響	181	181	桐花祭，有很認真、有關切到我們的生路
個案 A	經營特色\社會影響	193	193	很多人跟我講，現在他們學我做這個米糕，他們的鍋爐是多大，一次做出來是多少，很厲害
個案 A	經營特色\社會影響	215	215	我碰到很多什麼碩士班、大學生，包括我曾經去東海大學、靜宜大學上課，這些學校的教授叫我去講一些相關美學的東西，講給他們聽，我覺得效果很好。
個案 A	經營特色\社會影響	219	220	我說我高職畢業可以賺到這些錢，我今天如果像你們一樣可以唸到大學畢業應該可以再賺更多錢，因為我就普通高商畢業，我用的是最基本的經濟學市場概要而已，我用的都是經濟學上最簡單的概念...就鼓勵他們，我就一直鼓勵他們，說這些鼓勵他們真的很有用
個案 A	經營特色\社會影響	239	239	我大概十幾年就跟苗栗縣相關政府人員反應，應該可以做一個藝術村，比如說:三義很多農地、農民公設地，苗栗縣政府應該想辦法去取得這些地，然後便宜給我們這些業者，在三十甲或是一百甲的土地上蓋一百間房子，開發文創相關產業，如雕刻、陶藝，或者是繪畫的，相關行業的藝術家可以來這邊進駐，做一個藝術村，然後業者可以很用優惠的價格取得房子，房子是政府設計建設很便宜貸款給你，以後你不做了要拿來賣，要給相關行業才可以，如果以後你真的做起來了，真的是整個國外都會來看，這才是真的在做事啦!
個案 A	經營特色\社會影響	259	259	我想照顧員工他們的生活啦!
個案 B	經營特色\社會影響	10	10	客家文化的部分可以更提升
個案 B	經營特色\社會影響	22	22	慢慢地，不管是客家文化的部分也是，當你靜下來的時候思考，就會有很多美的東西進來，會一直浮現在你的腦海裡，那這些東西透過跟專業的討論，透過我跟建築師，還有跟同事，因為我們是一個團隊，跟同事們大家一起討論之後，我們就有一個很好的想法，就是說要做的是有創意的客家料理，但是也要有傳統的，就是它呈現的方式是有現代的美感，但是裡面要有客家的文化精神，整個就是希望透過，做這樣的事情可以來推動美的部分，客家文化美的部分。
個案 B	經營特色\社會影響	44	44	親親餐廳就是找米力來合作，米力是做插畫家，因為我們就希望說，希望這麼棒的插畫家的作品，能夠讓我們來的客人能夠看到，因為我很喜歡他的作品，希望當新人結婚之後，親親我的家就是我的家的概念，希望來這邊用餐，又會想說以後的家也想要這樣，所以裡面有沙發，有餐桌、浴室、還有房間等等，就是把它做成是一個家的概念。
個案 B	經營特色\社會影響	68	68	我們讓員工有十一天的旅行假，好好去充實自己，當充實自己的時候，解決問題的能力就會增強
個案 B	經營特色\社會影響	94	94	我把員工當成家人，從第一年到現在，有人找到自己的方向離開去開店，我們也祝福他，他們留在這裡就是我們的夥伴，我就覺得對待他們就像對待自己的家人，當他們需要幫助的時候就要幫助他，當他有基本的溫飽之後，他的學習成長慢慢會到馬斯洛的自我實現。你會覺得，如果你是爸爸媽媽，一定會希望你的孩子是這樣，達到自我實現的目標，所以我一直在做的部分，除了對顧客是以朋友的概念在經營，對我們的夥伴(員工)們是以家人的概念對他們。他們在這邊學習成長，去旅行，學

				習到很多東西，就會快樂啊!當內化了很多東西，服務客人，就會快樂，所以我們的理念就是「我們很快樂，也要你很快樂」。
個案 B	經營特色\社會影響	94	94	我們的員工、客人很重要，還有廠商，我們的廠商也是很好，我們也不會給他開票，我們是這個月送貨，下個月我們就付現了，對於廠商，我們也會在尾牙的時候邀請他們來吃飯，那種感覺是朋友，這是互惠的。
個案 B	經營特色\社會影響	96	96	在這樣工作環境之下，你就會很快樂。
個案 B	經營特色\社會影響	96	96	像我們暑假夢想資助計畫，這夢想資助計畫是十五萬，就是先寫計畫書來，審核之後，經過第二次複試面談，我們覺得可行，就會資助十五萬元，幫助年輕人跨出第一步，很多人想要創業，就是覺得自己沒有很多錢去跨出那一步，所以我希望在我們的能力範圍下，可以去幫助年輕人
個案 B	經營特色\社會影響	108	108	第一個夢想的企業
個案 B	經營特色\社會影響	116	116	我希望說放慢速度你的靈魂才跟得上。那也是我在森林裡面隨便寫下來的一句話，變成招牌，沿路的招牌，鼓勵大家，轉個彎就發現幸福，請不要放棄。
個案 B	經營特色\社會影響	126	126	薰衣草志工日的概念是，因為大家都覺得我們當農夫很幸福，他們也要體驗如何來種薰衣草，我們有二十五個名額是開放給預約的，就是來預約之後，就跟我們一起種薰衣草，我們會送志工一件T恤，提供午餐便當，為什麼要吃便當，因為在種薰衣草的農夫，中午一定是吃便當的，我們會有一塊薰衣草田留下來，讓這些志工來開墾，先整土，整理完之後，就挖個洞，把薰衣草種下去，然後再把它蓋起來，這樣子一個人大概也種了十幾、二十顆，還滿辛苦的，而這些志工們種薰衣草的所得，我們把它捐給當地的學校，叫做薰衣草志工日。這是暑假才有的活動，你是一個志工，發心來這邊體驗薰衣草的，那我們給你衣服，也不用你付錢，請你吃便當，也不用你付錢，而你這一兩個小時的體驗所得，我們幫你捐給學校。
個案 B	經營特色\社會影響	128	128	我們透過很多的活動來傳達我們想要幫助很多的人。
個案 B	經營特色\社會影響	130	130	讓他們在這邊可以體驗，很多人為什麼喜歡來，喜歡來也很想種，很想跟我們一樣，當初為什麼想要種薰衣草，他們也想要來種，晚上我們有螢火蟲，我們是幫助家扶中心的小朋友，他們能夠免費來看螢火蟲，他們也能夠感受那種浪漫的感覺，希望這種美好的東西，在他們那種比較弱勢小朋友的心理也是一個光，這是我們想要做的事情。
個案 B	經營特色\社會影響	136	136	希望說年輕人，就是要很勇敢的走出那一步，不要只有想，永遠都是想一想，然後做不到，就這樣好了。我是覺得現在年輕人更有自己的想法，當你有這樣想法的時候，就要去做，當再過三年、四年、五年，那個想法就會越來越弱，因為沒有去執行，然後會覺得好像年紀大了。
個案 B	經營特色\社會影響	138	138	希望能夠交棒給年輕的人做，我們慢慢變到老年的時候，就希望薰衣草森林能夠給年輕的人去做。

個案 B	經營特色\社會影響	144	144	我住在苗栗的鄉下，對那個土地的感受力是很強的，我會覺得這一片土地孕育出我們這樣子的一個人，那時候我們家是種稻米的，我懷抱感恩、感謝有這樣的一片土地，所以這片土地我們要怎麼做不會讓它受傷，因此，我們薰衣草森林不斷做的就是種樹。開發的過程中，只要遇到樹，我們一定避開，或是幫樹做一個平台，不會把那棵樹砍掉，我們一直在做的是，希望這塊土地能夠更好。所以，我覺得就是從小在這個土地，感受到客家人就是很刻苦耐勞為這片土地在經營，那種感受是對我影響很大的。
個案 C	經營特色\社會影響	2	2	我們大量的讓一些青年進來，比較容易讓這邊的竹子走出去，要不然變的就是傳統的老工藝家，可能沒有一些新線條的想像。
個案 C	經營特色\社會影響	3	3	我們從路跑去作出一些收費，去支持當地一些弱勢團體單位
個案 C	經營特色\社會影響	3	3	等於說是幫助一個回鄉的年輕人創業，我們用公司的資源來幫忙，後來辦到這次路跑是第一次首度用收費，一個人將近要 650 塊的消費，這些全部都是由外縣市來的人，而且路跑活動是在晚上七點，所以，這些人是要住到竹山鎮上的，等於說這 500 多人，昨天晚上是住進來在鎮上的，所以，昨天整個鎮上幾乎所有的旅館都客滿了，因為這邊做多就只有兩三家旅館而已
個案 C	經營特色\社會影響	19	19	我們公司會帶這些個人的青年工作室，跟大家一起創業，一起成立
個案 C	經營特色\社會影響	21	21	我們用了一個很簡單的方式，我不是用錢，我也不是教他們賺錢，他們就因為來我這邊以專長換宿之後，我發現他們的一些概念，跟做出來的產出很好，我的企業很喜歡，我公司本身七年了，我們已經有一些市場經驗，我一年有九萬多個遊客以及網路的社群，我就直接跟這些換宿的年輕人說，如在我公司內部創業，我跟你分享我的市場，產品放到我這邊直接銷售，那這中間你都不用擔心，因為我公司內部的人員可以幫忙你做行銷做企劃，而你只需要保持你的熱情繼續下去
個案 C	經營特色\社會影響	23	24	這整個概念都很簡單，譬如說竹編 QRcode 的設計，他那時候做出來這個產品需要材料，而材料的錢就是我們公司出，因為我們跟當地的商家有連結，所以我就只有辦了一場說明會，講這個產品的概念，那如果竹編 QRcode 可以降低商家的招牌成本三分之二，可是它可以讓你們每一家店透過手機做行銷，所以如果有意願的店家可以跟我們公司聯絡，現在就累積到 20 家商家，有興趣的店家會下訂單，我們就幫他們做客製化。
個案 C	經營特色\社會影響	43	43	我們現在在做一個小的模式就是，我們開始鼓勵一些中大型企業，鼓勵他們採購當地的東西，直接做採購的動作。
個案 C	經營特色\社會影響	49	49	我們每星期一、三、六在竹山鎮有夜跑活動，禮拜六是在廟口，因為廟口都有兩三百人，所以後來我們都在廟口辦「廟口開講」，在廟口搭一個舞台，買了兩個五萬多塊的音響，還有現場的音效，就好像廟口的一場 show，然後，我們讓年輕人上台去講夢想，底下兩三百人聽台上的年輕人在上面講要做什麼
個案 C	經營特色\社會影響	67	67	我們會把收到的路跑報名費用三分之一捐給協會，協會就用這經費製作「樂學券」給當地比較弱勢的小朋友，這些小朋友就會來協會領券，再到附近商家換東西吃，那商家再拿券到協會換錢，就有點第三方支付形式。

個案 C	經營特色\社會影響	69	69	我認為這種熱情是創業非常需要的，那不足的部分，我們企業都可以在背後協助
個案 C	經營特色\社會影響	69	69	鼓勵大家到竹山來支持這件事情
個案 C	經營特色\社會影響	144	144	我會感覺到，目前當下的竹山我看到比較多是有一些衝擊，帶給當地的改變，像是路跑啦!
個案 C	經營特色\社會影響	170	170	整個鄉鎮就像是一個生活產業或是實踐學習產業，或甚至我們是個友善的鄉鎮，我們會去接待來自不同的國際青年。
個案 C	經營特色\社會影響	190	190	我們公司真的很小很小，但是我們公司一年要用的東西都可以在竹山買足，那在地企業一定也可以，就只是一念之間，你知道竹山鎮還有一些行業在做生產的材料嗎?他們通通都不知道，因為他們買的是外面其他縣市生產或是中國進來的東西，所以我就跟大家講說，要不要來看這些產品的製作，那如果你願意回來採購，我說這是最直接對當地的幫助，因為直接前進到當地的商家去
個案 C	經營特色\社會影響	190	190	我們最近就是一直在做一些企業的連結，那希望大家可以再把這些市場集合起來，然後買當地的東西，覺得這是一個現階段在竹山鎮還蠻有可能的整合的
個案 C	經營特色\社會影響	190	190	我從那個「幸福腳步便當」，最早向劉奶奶買花布，到現在我民宿用的床套組，整個整個床套組，到現在劉奶奶 82 歲了，她現在還是在車我的床套耶!我都跟她下訂單，每一年幾乎都跟她下 20~30 件，然後生產，所以這些東西就變成當地的在地的採購資源，我覺得就是應該讓企業去想
個案 C	經營特色\社會影響	213	213	他們不一定要跑，但是，我們會帶他們去看，因為他們會相信，他說你們這樣子操作都沒有花很多錢，然後那麼多人來，他就會有點自信；那帶他去看山上天空的院子民宿，就會帶她看到一處廢墟修到好的民宿，所以就鼓勵他相信眼前看到的東西，告訴他們年輕人，你未來可以到很多鄉鎮做很多改變，所以他們來我們都會告訴他們一些鄉鎮樂觀跟不樂觀的面向，而他們用專長做的東西，之後會變成我們公司的什麼東西(產品或服務)，但是他們只有 1/3 的時間是用回饋的，其他 2/3 是他們在竹山的生活，所以，對他們來說，其實，生活體驗，是還蠻重要的
個案 C	經營特色\社會影響	258	258	文創是要可以解決當地的問題，要不然它流於設計的形式啦!所以要能夠去解決當地的問題，我願意去談這樣文創的體驗是什麼?如:我覺得路跑活動，不是只有路跑，而是去支持當地的一些能夠解決問題的資源，從文宣寫說「在每一次路跑的結束之後，都是當地下一次美好的開始。」讓跑者去了解原來我來這邊跑，也就是讓跑者知道，這一次所繳的報名費用，主辦單位會把這樣的資源轉換照顧到當地很多的事情。所以，我覺得它整個型態上是做一個資源傳遞的中介者，透過路跑這個媒介
個案 C	經營特色\社會影響	260	260	我們還會讓你看一些在台灣很創新的能量，產生出來的特別的產品有很深的意義，不是只有純粹的產品，可以把我們的觀光客屬性拉得更高，讓人們可以進到沒落的鄉鎮裡面，可以去看到努力的方向，可能從歐洲來的客人，覺得你這個想法很好，我也一起來幫你解決你這邊的問題，那資源可能已經不是從客人進來消費，而是還讓這個場域找到一些國際的資源、未來的

				協助，因而台灣傳統的觀光反而轉進把社會創新變國際化了，然後變成國際接軌的可能的教材或案例，然後讓國際從學習的角度，進入到台灣鄉鎮，這就是我指的可能這些觀光客都會變成社會學家啊!
個案 C	經營特色\社會影響	278	278	我就想我們是一個友善的鄉鎮，歡迎你們青年來到這裡，所以我們企業需要做的是給青年們一個環境，那參與完以後，覺得做這個事情他們自己也很有熱情，我們就鼓勵他們要不要在我們竹山，在我們公司底下做一個小工作室，做一個創業的模式，如果願意就留下來。
個案 C	經營特色\社會影響	371	371	每個人可以有不一樣的臉孔跟天賦，可是因為沒有讓他可以引發出自己去找答案，自己去對未來有一個很好的負責，你有解決問題的能力，那個環境如果有把它醞釀出來，我覺得是可以讓學生找到一個自己的發展空間，因為你看我們這樣的一個操作，這些的創意跟想法，事實上已經開始變成，這些學生有私立的、有國立的，有分數高、有分數低，但是當大家一起進來的時候，從當地一起解決問題的時候，從路跑跟產品，我都覺得說已經不是分數的階級，而是大家都有一個自己的臉孔。
個案 C	經營特色\社會影響	510	510	對我們來說，在這麼小的島上，我們還能夠留哪一些有用的東西給更後代的人。
個案 C	經營特色\社會影響	547	547	我們山上第二個社區的老房子幫忙修完了，那是林文山林叔叔，他們是我們大鞍社區那時候第一批去大陸的台商，台商去大陸創業，他領的是第一期的台胞證的樣子，他在中國也大半輩子，他現在大概也六十幾歲了，中間有好幾次都差點在中國倒閉，可是，他後來說他有善終，他的公司後來也有基金會，然後他以前每一年都要到山上去住我們的民宿，兩年前，他已經真的要退休了，所以他就回來，那當時他就問我說，他想要回到山上把他們的祖厝重新整理，可是他的祖厝也一樣有十幾個兄弟持分，他也想像我這樣買下祖厝，可是他說他以前是做工廠的，他不知道怎麼去規劃跟經營，就問我們可不可以幫他，我就跟他說，如果他重新整理到最後需要經營協助，我的管家都可以借你們用。
個案 C	經營特色\社會影響	549	549	對，住在他那邊，就是我們這邊民宿有時候人數會太多，就帶過去，住在他那邊我們社區第二個老房子。以前企業比較會做的是大量的複製，就很像整個村莊都是企業的規模，那時候我們就想說如果這就事情是有意義的，應該是要讓當地的居民可以進來去參觀，因為我們社區還有一大堆這樣的老房子丟在當地，不要變成一個企業全部把它修完，我覺得那好像是變成一個很諷刺的村莊，自己弄完這件事，像一個集團，然後在談文化，結果當地沒有一個居民理解你在做什麼
個案 C	經營特色\社會影響	588	588	我就跟這些同學說，你們所設計出來的東西，讓這些行業因為這樣我們跟他買了四年啊!你怎麼會說你的設計是沒有被需要的呢?你讓這些行業產生了一些新的收入
個案 C	經營特色\社會影響	630	630	明天是我們社區團結日要出來去除雜草，我們院子(天空的院子民宿)跟小鎮文創，我們是提供 70 個便當，我們公司出錢，然後請社區的媽媽來做，錢就我們公司付，給明天社區大家除草

				的人中餐，就我們負責回饋
個案 C	經營特色\社會影響	636	636	我常常跟一些當地社區的媽媽講說，她今天如果不去務農，我這邊可以提供一個工作機會給她，我們也有勞健保這些可以提供
個案 D	經營特色\社會影響	168	168	我爸爸同時也受了我影響，我爸就在隔壁的水池，以前是田，我爸就開始打造旁邊的水池，水池上面有很多的泥，我爸就在上面種了很多的花
個案 D	經營特色\社會影響	219	219	我為什麼會用山芙蓉的名稱，你看著裡面這幾句：「山野間到處都有山芙蓉的蹤跡，清晨，潔白純淨」最後面那一段「原本就生長在那裡，常常沒有被注意到，在秋的季節裡面，每一天山芙蓉心花怒放，等你來訪」上面那一段是「尋常道路間，貧瘠的土地上，不乾或汙染，山芙蓉美麗嬌艷依舊」這個的意思就是告訴人家說，它其實是很常見的一種花，但是很多人都不會去注意到它。我自己的耐力，我覺得跟山芙蓉很像，所以我當下就覺得說用「山芙蓉」，很多人不了解山芙蓉，我藉這個機會來介紹這個花。
個案 D	經營特色\社會影響	225	225	以現在的來客量，以投資報酬率來說，這個是不划算的，不經濟的，但是為什麼我還是堅持下去，我有我的想法。我覺得我現在在做的不單單只是說，開放提供給人家喝咖啡，我覺得是一種美的教育。
個案 D	經營特色\社會影響	229	229	美的社會教育
個案 D	經營特色\社會影響	242	242	我爸就開始受到我的影響，就開始種花，所以其實是互相在影響的。
個案 D	經營特色\社會影響	282	282	比較稀有的我就會自己種，比如說這一次我在紐西蘭我就買了很多種球，還有臺灣比較沒有的花卉，我都自己種，台灣有的我通常不種，我就用買的就好了，何必自己種。我覺得這樣的分工，你讓生產者也能夠生存，我有這個概念，共生的概念。
個案 D	經營特色\社會影響	284	284	我十五年來都沒有供餐，我一直在傳述這樣子的共生概念，就是說一個區域的發展，如果山芙蓉全盛時期供餐又賣咖啡又經營民宿，我們周邊的人就不用生存了，今天客人來喝咖啡用餐就坐在這個地方，這個地方就不會活絡，我不要賣餐，客人來必須到隔壁去用餐，到隔壁去住，這樣整個地區就活絡起來了，這是一個共生。
個案 D	經營特色\社會影響	284	284	還有就是說同業之間互相的推薦，比如說我沒有賣吃的，客人來我就可以推薦你可以去石園、去尚風、去高山青，住宿你可以到哪裡，這樣子的概念互相之間就會互相的推薦，住宿的商家，也可以推薦到這個地方喝咖啡，就可以達到這個區域均衡的發展。

個案 D	經營特色\社會影響	303	303	南庄很多經營休閒產業的不一定是南庄人，有很多是外地來的，她們就覺得很簡單，開個咖啡廳，種個花就好了，很多人都這樣講。可是通常一開始的時候種的美美的，可是一兩年後就變了樣，這個是我所看到的。這中間的癥結點在哪裡，其實就是價值，價值會牽動支柱，我自己這樣一路走過來，我很清楚我的價值在哪裡，也因為我的價值不變，我才會堅持，一定是有一個價值在牽動著你。這價值的認定，有些人可能認定的價值是投資報酬率、營收，當營收下降的時候，就結束營業，轉行了，在南庄的有很多這樣的。我的價值呢?我一開始就不以營利為目的，我不是要在這個地方獲得多少的報酬，所以，十五年後的今天，我即便以投資報酬率來講是不成正比的，可是我還是一直繼續的種我的花，我繼續維持我的環境，因為我的價值告訴我，我要做的就是一個正面的影響，我要讓真正想要來的人，能夠真正的有改變，哪怕是一點點的改變，這個是我的堅持。我也沒有因為生意變差了，我的花就種的少，我的品質就下降了。
個案 D	經營特色\社會影響	317	317	美的東西很難去複製，美的東西是要從人先教育
個案 E	經營特色\社會影響	21	21	我是希望用國際的思維來做 The one，它其實是要把台灣的美學經濟提升，我其實想要做的是這樣事情
個案 E	經營特色\社會影響	21	21	因為我一直相信一個公司、或一個組織、一個單位，它真正存在的價值是對社會有正面的影響力，產生所謂的微循環，我們是在這種想法之下去做 The one，所以變成說 The one 會被很多中產階級以上的人接受，因為它對生活有美好的想望，這是 The one 有機會去接觸的，我是這樣去做 The one
個案 E	經營特色\社會影響	21	21	跑中國兩年之後，我發現台灣是個有文化跟文明的地方，所以我要讓台灣更強，如果我有能力，所以我就回來主張要加碼台灣。我現在有很多重要的物件在做，比如說南園要有第二期
個案 E	經營特色\社會影響	31	31	比如說:南園讓聯合報現在非常有面子，因為本來那裏是一個破舊的地方，現在他們很高興，會樂於帶他們的客人去，說以前創辦人留下來的，現在由 The one 幫我們經營，就是創造一個共存共榮很好的一個機會點
個案 E	經營特色\社會影響	49	49	還有我們客家人很喜歡結夥，這也影響到我很多，譬如我們南園一開始大概有四十幾個員工，大概有二十個是台北公司調過去的，所以是二十、二十個比例，那時候在規畫，我就跟縣長講說，一年之內，台北公司十個，另外五十個絕對是新竹的，縣長就很高興，我說，我要在地化。結果，南園營業額上來，現在大概有八十個員工，只有四個是台北公司下去，員工七十六個，全部是新竹當地人
個案 E	經營特色\社會影響	76	76	我們南園就是在地，我們每個文化都是在地，鼓勵是用在地的員工
個案 E	經營特色\社會影響	76	76	所以你說會不會找人的時候因為他的客家身分來錄用，我跟你承認「會」
個案 F	經營特色\社會影響	192	192	微型創業的合作關係，就是說世代文化創意有限公司，它的宗旨就是幫助微型創業去創業
個案 F	經營特色\社會影響	431	431	我個人也還滿關心客庄經濟，鄉下的一些經營模式。

個案 F	經營特色\社會影響	433	433	我發覺，客家文創另外一個比較不容易經營的原因是都很小，每個小的都要單打獨鬥，如果這小的可以互相連做一個連結，我之前有想過一些經濟模式，可是那是很難形的，可是可以透過一些協會來做到
個案 G	經營特色\社會影響	76	76	他們(台灣文創品牌)並沒有把各個經驗連在一起，那不是怪他們，而是說台灣缺乏了一個整合的力量，比方說，我不會做器具，但我懂得喝茶，我懂得茶怎麼泡，那如果我們能夠結合，發展一個很好的東西的時候，這個東西就會是很有力量
個案 G	經營特色\社會影響	76	76	以京盛宇來說，我知道台灣有很多好茶，我也找到了，因為我很會泡茶，所以我就用一個年輕人可以接受的方式去傳達它，這樣子結合起來這個力量就會很大，就是各行各業都有專攻的地方，那如果我把這個東西結合起來之後，這個東西就會變得很棒
個案 G	經營特色\社會影響	140	140	客家的力量在台灣茶產業有一定的影響力，只是大家可能都不知道這事
個案 G	經營特色\社會影響	159	160	我常跟別人說全世界最好的茶是台灣茶，為什麼？就是說英國茶它很多是調味的，當然它調味也是有一定的難度，它調了各式各樣的味道進去，但是如果茶自然就會有各式各樣味道的時候，你何必需要調味呢？就是魚很新鮮你不會去紅燒，魚很新鮮你會清蒸或生魚片，我想說的就是這件事
個案 G	經營特色\社會影響	222	222	沒有他們(客家人)就沒有茶喝
個案 G	經營特色\社會影響	232	232	我其實是把京盛宇定位為一個目前在當代台灣茶產業的一個指標
個案 G	經營特色\社會影響	232	232	我們台灣有這麼多的飲料市場，可是為什麼沒有人用台灣的茶做，我覺得這是不可思議的事情，如果我們能夠帶動一個風氣，把台灣茶這個原料，變成大家都想喝的飲品的時候，它一定是個指標，大家都想說它很成功，那一定會有很多人用台灣茶去做飲料，手搖茶會開始慢慢用台灣茶做原料，即使它要去調味也沒關係，因為它用的是台灣茶的原料，要有很多人做，才能夠把台灣茶這個產業注入活水
個案 G	經營特色\社會影響	234	234	我想的是我要幫茶產業注入活水，但是我沒有財團的資源背景的時候，我只能做一個指標性的品牌
個案 G	經營特色\社會影響	236	236	我希望京盛宇是一個指標性的茶品牌，讓大家知道原來台灣茶也可以的，也賺到錢了，也成功了，符合商業模式，打破台灣茶就一定很貴不能做，絕對沒有，這是錯誤的，它確實比國外的茶貴很多，可是相對來說可以讓你省事，不需要調味，不需要買那麼多奶精、糖，那也是成本啊~
個案 G	經營特色\社會影響	263	263	我覺得京盛宇到目前這個程度它應該是文化了，它已經很清楚的定位了，只是它還沒有很多的據點
個案 H	經營特色\社會影響	259	259	我覺得就是教大家會生活吧，希望大家都生活在跟我一樣的環境，因為生活在小小的器皿、小小的一草一木，讓你生活的很豐富
個案 H	經營特色\社會影響	281	281	生活有快樂、幸福，小慢這個茶館就是要傳遞這個幸福
個案 I	經營特色\社會影響	110	110	我是親輔會的創業工作人，所以我每年的五月份，可能高中或大學的時候五月份會安排很多創業講座，南部學校為優先，南部小孩子比較待得住

個案 J	經營特色\社會影響	7	7	桐花系列、客家系列是「美角」的一部分，美角要發展的是台灣特色的產品，台灣特色產品即使以台灣特殊的花卉，或者特殊的建築，或者是人、事、物、景色都是我們未來要走的
個案 J	經營特色\社會影響	15	15	那如果我去大陸，勢必我八年後、十年後要回到台灣，那我回到台灣老不老、年輕也不年輕，那我要幹麻，我找不到立基點。再來，我去大陸就一定賺很多嗎，不知道，不知道我就不要去，我何不就不要去，留在台灣，留在台灣就耕耘、打基礎
個案 J	經營特色\社會影響	19	19	產品出來後我也快瘋掉了，因為 2006 年的十月，客委會辦第一次的客家博覽會，造成非常大的轟動
個案 J	經營特色\社會影響	45	45	事實上，我們今天不去大陸想留在台灣另一個層面是想把工作機會留在台灣，再來我今天做文創，我希望把這個工作機會留在台灣，我們今天要做那麼多產品，不可能都我做，我一定是放出去，請一些大部分是二度就業的婦女，目前幫我們製造生產包包的都是二度就業的婦女。
個案 J	經營特色\社會影響	49	49	雖然我今天做的是文創產業，但是實際上是傳統產業，傳統產業本來就是一種根基，而且是需要人力最多的地方。
個案 J	經營特色\社會影響	89	89	我希望我今天去愛別人家文化的同時，我做出這麼漂亮的東西，別的族群，或者是國外人士，看到我們台灣的東西就會想到客家桐花，然後也會喜歡我們的東西，這才是我真正想要去做的
個案 J	經營特色\社會影響	89	89	我覺得最美好的，還是我們自己家的東西，把自己家的東西拿出來跟大家分享，這也是客家人的特質，把這個東西做好之後，分享給不同族群、分享到世界各地去，跟大家一起分享我們客家的這個優質文化
個案 K	經營特色\社會影響	6	6	就是知道，教育是一個企業在經營上，很重要的事，我不再做自己百貨公司的教育，而出來幫所有的公司辦跨界教育，這種不斷吸取新知的一個員工訓練，我在百貨的時候就已經做了，我根本就覺得我在做教育，我在經營學校，廠商也要上課
個案 K	經營特色\社會影響	16	16	臺灣教育體制內，對於美感教育這一塊做得不夠，智能部分、體能部分就做得很夠，可是美能部分就非常不夠，所以會覺得說，台灣要做美學經濟、創意經濟，其實市場上需求的動能是不夠的
個案 K	經營特色\社會影響	16	16	如果沒有這個需求，好的設計就不可能被賞識跟消費
個案 K	經營特色\社會影響	16	16	如果一直在教育系統裡面做設計學院，今天一個成功的天才設計師，是要有九十九個非天才的、有品味的經營者，不同面向的去協助他，讓一千個或是一萬個客戶要來採購他的商品，如果我們只是去創造一個人的這種尋找天才的設計教育，那是本末倒置，因往往這個天才沒有進入教育系統，還比較原樸，就是比較原始，但是真正需要幫助他成功的人，跟支持他成功、消費的，這個層面的人不存在，這是台灣最大的問題
個案 K	經營特色\社會影響	18	18	做我自己應該做的事
個案 K	經營特色\社會影響	18	18	如果今天做室內設計的，不懂時尚，接到一個時尚客戶的話，要怎麼設計。就很多例子，一個雲門舞集要成功，或是一個舞團要成功，需要多少不同的跨界，需要舞台設計、需要燈光設計、需要服裝設計、需要化妝設計、需要導演、需要音樂製作人、需要攝影師、需要海報設計師、還要需要宣傳設置、還需

				要促銷、行銷人員，需要很多人，才可以成就一個林懷民
個案 K	經營特色\社會影響	24	24	我們公司是個育成機構，因為我們代碼就是育成機構
個案 K	經營特色\社會影響	26	26	有些本身就已經成立了，但是我們投資他
個案 K	經營特色\社會影響	32	32	政府不只需要我們一家，政府需要很多家，民間有設計能力的，從設計到產品設計，到室內設計、到時尚設計，全方位的設計服務要進入，優質的要進入政府的標案系統
個案 K	經營特色\社會影響	52	52	我是覺得政府並沒有對整個文創產業的重視，我並沒有看到，我有看到起步，但是沒有看到到國際那個樣子的程度，去重用文創產業，我講的是大環境
個案 K	經營特色\社會影響	55	55	其實就是一點一點民間的努力
個案 K	經營特色\社會影響	57	57	(助學計畫)我們現在已經九十幾個了，他們可能是比較偏遠，他們的師資或是資源沒有很好，那我們就資助車錢讓他們把小孩子帶過來，這就是像出國一樣，給他們上課
個案 K	經營特色\社會影響	61	61	社會企業
個案 K	經營特色\社會影響	66	66	其實美學是跟公益是一體兩面