探討旗山老街在文化生活圈的發展策略

黃鼎倫¹ 謝秋華² 高華聲³

摘要

本研究從文化是生活圈中最重要的資產,文化資產為居民所共享的概念 出發,依人、文、地、產、景五大面向盤點旗山的文化資源與旗山文化行銷 現況調查。從中了解旗山老街特色及其對在地的影響,進一步發現旗山老街 的價值與文化行銷的困境,並提出旗山老街未來發展之建議,期能以旗山老 街的魅力帶動社區產業發展,建構更美好的旗山文化生活圈。

經由文獻回顧、田野調查、SWOT分析、深度訪談等研究方法之交叉檢 驗,將資料整理歸納分析後發現豐富的文化底蘊是旗山老街永續經營的利 器,依研究結果提出建議如下:一、文化是生活圈中的核心價值,所有決策 應以保存旗山文化為最高原則。二、以文化價值創造產值。三、以主題式的 設計串聯景點讓遊客深入社區旅遊。四、文化行銷策略應以文化的傳承為 主。五、政府與各組織資源要充分整合。

關鍵字:文化生活圈、旗山老街、社區產業、文化行銷

^{&#}x27;大仁科技大學文化創意產業研究所 副教授

²大仁科技大學文化創意產業研究所 研究生

³大仁科技大學文化創意產業研究所 副教授

Discussion on the development of Chishan Old Street in terms of Cultural Living Perimeter

Ting-Lun Huang¹ Chiu-Hua Hsieh² Hwa-Sheng Gau³

Abstract

This study is based on the concepts of culture, the most important assets of our perimeter including cultural assets should be shared with the community as well. This paper is to investigate the Chishan culture assets in the following respects: residents, culture, location, products and landscape, also the marketing of Chishan culture. Through the survey, we recongnized the characteristics of Chishan old street and understood how they influenced on local residents. Forthermore, we found the values of Chishan old street and the difficulties of its cultural marketing; we also summit the suggestions about the possible further developtment of Chishan old street in the future. This study is expected to distinguish the features of Chishan old street and that would accordingly promote the development of community industry as well as contribute to a better Chishan cultural living perimeter.

By ways of literatures review, field investigation, SWOT analysis, intnerviews and data analysis, this paper concludes that the abundant culture assets of Chishan old street is an effective implement of sustainable management of Chishan old street.

Accordingly, based on the findings of the related research, this study provides the suggestions as following:

- 1. Culture is the core value of living circle, decisions should be made in light of the reserve of Chishan's culture.
- 2. The industry's values are created from culture's value.
- 3. Connecting local tourist attractions with theme-based design enable tourist to have a profound traveling in Chishan .
- 4. The culture marketing strategy should focus on the subjects of local culture.
- 5.Local government should firmly integrate its management with the sources of different NGOs.

Keywords: cultural living perimeter, old street, community industry, cultural marketing

壹、前言

假日斑旗山老街,和來往遊客擦身而過的熱鬧景象,會有種過年的錯 覺。旗山老街有「老」的味道。街上有建於清道光的天后宮,有日治時代留 下來的巴洛克式街屋、石拱圈亭仔腳、火車站……;有友善的商家,有賣著 當季蔬果的婆婆,有漫步的遊客。台灣的老街早期是聚落市集,雖然形成因 素各有不同,但都是當時人口匯集,商業活動頻繁的地方,也蘊藏在地的特 殊文化與豐富的地方產業。對於全球重視文化資產的今日,老街無疑是 最 好的「傳家寶」在時代變遷下多數老街面臨拆除的命運,倖存下來的彌足珍 貴,旗山老街能保存下來,保有部分的舊建築風貌,都要歸功於文史工作者 的奔走與呼籲。

老街是社區居民生活共同的記憶、蘊藏著居民對土地的情感及歷史的陳 跡也是地方保有地區性文化特質,提升社區產業競爭力的重要資產之一。透 過社區總體營造,凝聚居民共同記憶與情誼,讓老街得以保存;運用文化資 產發展地方文化觀光,活絡老街的生命;也藉著文化的加值,及多元經營的 創意,打造出具有魅力的老街,讓老街永續經營。在全球化的趨勢下,產業 競爭越來越激烈,如何保有地區性的文化特質,提升社區產業競爭力,營造 社區居民豐富的文化生活圈是一大挑戰,老街再造無疑是地方追求經濟成長 的最佳撰擇。

豐富且集中的古蹟與歷史建築是旗山老街得天獨厚的文化特色,不同的 點構成豐富的文化生活圈,在這個圈域裡所有的文化資產為居民所共有。行 銷旗山的文化特色建構更美好的文化生活圈是旗山老街發展的方向。本研究 目的如下:

- (一)探討旗山老街在文化生活圈域的價值。
- (二)瞭解旗山老街現況並分析其文化行銷的優劣差異。
- (三)綜合研究結果,從文化生活圈的觀點提出旗山老街未來發展之建議。

貳、文獻回顧

一、文化生活圈

「文化生活圈」依生活圈概念,再置入文化,也就是說在這個圈域裡,居民所從事的文化活動。亦即指依地區內居民各種不同的文化性活動差異而劃分出來的一種圈域及其體系,在該空間範疇內的居民常從事著極具地方特質而易於他地的文化性活動(辛晚教,1995)。因此在文化生活圈中最重要的元素就是文化,不同地區有不同文化,依此發展出地方的獨特性。

2007年政府推動「磐石行動方案」,藉由在地居民的共同參與,透過社區營造的推動,整合特定地域之文化生活資源,滿足圈內民眾各項生活所需。「磐石行動方案」是一項經由社區營造的擴大與深化,透過空間整理與地方人士共同經營之方式,提升生活品質的政策。

從專家學者對文化生活圈的見解及各縣市提出的文化生活圈計畫,可理解長期推動社區營造的團隊正串起社區與社區之間的連結,形塑新的文化生活圈。以文化的深度與生活空間的廣度而言,其場域比起社區營造來得寬廣。文化生活圈以社區為據點,整合區域內有形與無形的文化資產,需要居民的文化參與政府部門的推動及地方文化據點合作,才能創造在地化、永續性的生活環境。

二、老街

各地的「老街」在明末清初時並不老,是當時最熱鬧的地方。台灣光復之後,工業化與都市化改變了社會結構。讓古市街逐漸失去競爭與發展的條件,走向沒落凋零。1987年戒嚴令解除後,沒落的古市街成為都市人眼中彌足珍貴的空間,而開始大有「老街」的稱號,且開啟再發展的腳步(羅敏儀,2003)。老街文化是一種集體生活所產生出來的文化,如習俗、信仰、產業等,是老街長時間的生活方式和居民的活動(許瓊丹,2009)。這些文化的積累造就老街獨特的在地文化。

台灣的都市缺少具有故事性背景的歷史性建築或空間場域,缺乏集體記憶的居住環境與生活空間,但地方上有許多具有歷史、文化、藝術價值的古建築物,這些傳統聚落、市街、寺廟等都紀錄著當地發展的歷史與居民活動

的軌跡,如何將資產保存並結合地方產業與文化生活,是重要的課題(黃鼎 倫,2007)。在全球重視文化資產的今日,老街是珍貴的文化資產,最好的 「傳家寶」。

三、社區產業

地方產業、文化產業、地方文化產業、地方特色產業等,都和「社區產 業」具有相同內涵。社區產業是可以創造社區公共效益、增進生活福祉、永 續經營之產業,其範疇包括具在地特色及精神的文化活動、創意商品或服 務。依地域特色及產業性質,社區產業在分類上可歸納成歷史文化資產、鄉 土文化特產、民俗文化活動、地方自然休閒景觀、地方創新文化活動、地方 文化設施六大類(辛晚教,2000)。

社區是居民生活的場域,產業是居民經濟的命脈。在地居民運用在地資 源,透過集體經營的方式形成地方特色並創造經濟價值即為社區產業。社區 產業無法像工廠生產線般的大量生產,但能以具有在地特色的文化吸引大 眾,並誘過不斷創新,走出自己的產業特色。在地文化因產業而被保存下來, 社區也因產業帶動經濟發展而使社區居民的向心力凝聚起來,發揮互信互助 的精神,認同在地文化,因此人與人之間的情感凝聚,人與環境的互動是社 區產業的基礎,即社區營造的精神也能表現在社區產業發展上。

四、文化行銷

文化是一門好生意,一個生動的主意。透過文化產業化,產業文化化才 能把文化事業視為生意(馮久玲,2002)。既然把文化視為一種生意,就得講 求行銷策略。文化可以是一種商品,如書籍:文化也可以是一種行銷工具, 如新車發表會上的時裝表演秀,銷售的商品是車子,但透過時裝表演秀引起 消費者的注意;而且文化商品必須具在地文化的元素才能引起共鳴;文化的 獨特性才是競爭的優勢(鄭自降,2005)。社區產業雖然具有獨特性、在地性, 但通路不廣,難以訂價,其發展有限。透過文化行銷,達到文化認同,有效 行銷該地產業為當務之急。文化進入行銷範疇後,其成功之要素為與文化創 意產業結合、發展文化商品、推廣策略的運用,如利用數位行銷、觀光旅遊 行銷、節慶活動行銷、故事行銷、體驗行銷。

參、研究方法

本研究採行質性研究中的文獻分析法、深度訪談法、田野調查法和企業管理理論中的 SWOT 策略分析,幫助本研究了解、透析研究問題。其中深度訪談涵蓋產、官、學、非共十名受訪者。

表一: 訪談名單

組織類型	代碼	訪談機構	受訪者	訪談日期
公部門	A1	旗山區公所	課長	103.12.19
	A2	湄洲里	里長	103.12.31
非營利 組織	B1	旗山形象商圈促進會	理事長	103.12.26
	B2	旗山生活文化園區	總監	104.1.4
	C1	榮記肉圓	老闆	104.1.7
產業界	C2	枝仔冰城	經理	104.2.10
	СЗ	iHERE 當地小茶館	老闆	104.2.22
	D1	旗美社區大學喜悅山水社	副會長	103.1224
學者專家	D2	尊懷文教基金會	執行長	103.1224
	D3	屏教大	助理教授	104.2.25

肆、旗山文化資源盤點

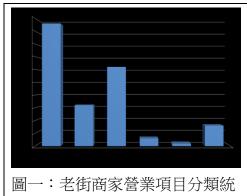
旗山位於高雄市中央,東毗美濃、西連田寮、南接屏東縣里港鄉、北鄰杉林。 2010年12月25日高雄縣市合併後的旗山區,包含21個行政里,面積94.6122 平方公里,人口約4萬4千人,為原高雄縣第三大鎮。茲將旗山生活圈的文 化資源依旗山老街和人、文、地、產、景分類盤點如下:

一、旗山老街

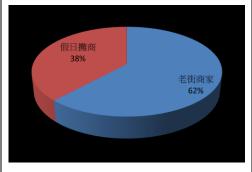
旗山老街横跨太平里、大德里、湄洲里、從旗山火車站開始、沿著中山 路、復新街、華中街,是旗山文化資產分布最多的地區,遊客聚集的地 方。經由現地盤點共分古蹟、歷史建築、老街建築與商家等、內容如下:

- (一)、古蹟:旗山鎮農會、旗山天后宮、旗山國小、舊鼓山國小。
- (二)、歷史建築:旗山碾米廠、原旗山上水道、旗山火車站、旗山亭仔 腳(石拱圈)。
- (三)、老街上的建築:仿巴洛克式建築、福德祠、洪厝、莊厝、吳家老 厝、蕭宅。
- (四)、老街上的商家: 枝仔冰城、地方小吃、香蕉美食、文創商品、農 特產品、假日攤商、現代商店、在地商家。

綜合整理老街所開設的商家業種類別與假日臨時進駐之攤商數 量,可以歸納出以下「老街商家營業項目分類統計圖」與「假日攤 商數量與老街商家店數比例圖」。



計圖



圖二:假日攤商數量與老街商家店 數比例圖

二、其他社區文化資源盤點

- (一)、人的社區資源:包括過去與現在對地方有卓越貢獻者、文化技藝者、地方傳藝、生活風俗等專業人士例如柯旗化、石橋亨。也包括地方組織例如旗山區社區發展協會、旗美社區大學、旗山形象商圈促進會、尊懷文教基金會、喜悅山水社、蕉城美術協會、蕉城雜誌社、五色鳥工作室、旗峰詩社、蕉心鄉土文藝社、八吶吶設計工作室、蕃薯文史工作室、旗美文史工作室、蕉城e文藝工作室、高雄市政府旗山區社會服務福利中心、旗山區兒童早期療育發展中心、高雄市社區大學、旗山文化藝術協會、旗山鎮教育會、高雄市傳承培育發展協會等。
- (二)、文化資源:包括地方節慶、地方產業季、歷史故事、民間傳說、 文化活動、祭典等、傳統技藝等:媽祖信仰、陣頭文化一素蘭陣、地方 傳說(例如十八奇女、旗山天后宮媽祖顯靈、旗尾山開闢糖廠鐵道、噴 石飛砂傳奇、符仔仙紅頭成軼事、馬神傳奇、瘋蔣破地理、五龍山鳳山 寺由來、雜姓公廟的由來等)。
- (三)、地景資源:包括聚落、歷史建築、古蹟、古物、遺址等,例如旗 山橋、聖若瑟天主教堂、旗山糖廠、石頭護岸、武德殿、鼓山公園和孔 廟、青果合作社大樓、旗山地景橋、蕉香園、五龍山鳳山寺、伯夷山莊。 另外,關於自然景觀資源則有旗尾山、中寮山等。
- (四)、產業資源:包括地方產業、農林漁牧加工品、工藝品等足以呈顯在地特色者,例如香蕉產業、中寮社區的無絲薑農產品加工及月桃葉編織、南新社區的酵素。

因	內	S優勢	W 弱 勢
		S1 旗山為九鄉鎮之門戶。	W1 旗山市街腹地狹小,周邊
	應 部	S2 旗山街區文化資產豐 富	停車空間不足。
		而且集中。	W2 社區傳統產業無法轉,面
	策 \ 分	S3 假日街區封街,讓遊客能	臨瓶頸壓力。
		有舒適的逛街空間	W3 美食當道,歷史建築未能
外	略人析	S4 街區中有多元的飲食、特	成為焦點。
	部	色小吃及伴手禮。	W4假日攤商易造成市容 雜
	分	S5 香蕉是旗山獨特的地方產	亂之負面印象。
	析	業。	W5 遊客集中在一個區段
О	O1 文創產業方興未艾	SO1 開發以香蕉為主題的文	WO1 以故事行銷為商品加值
機	O2 台灣休閒旅遊蓬勃	創商品,結合文化創意產業	WO2 提供單車旅遊路線 , 發
	發展。	提升社區產業競爭力。	展街區巷弄觀光。
會		SO2 串聯老街景點,形塑	WO3 利用網路行銷,提高知
		社區歷史博物館形象。	名度,擴展產業通路。
T	T1 地處市郊,與高	ST1 連結不同社區特色,規劃	WT1 結合政府部門、地方產
威	雄市内其他景點行	具體化文化廊帶新的生活。	業組織、地方文化館、社區
	銷競爭較居弱勢。	ST2 舉辦產業文化活動。	協會等的力量推動 地方文
脅	T2 政府政策與在地居	ST3 凝聚共識,以保存旗 山	化觀光。
	民的不同意見	文化為原則。	

三、關於旗山文化資源 SWOT 分析、交叉比對與相關因應策略如下表:

伍、旗山文化行銷活動與分析

一、旗山文化行銷活動現況

(一)節慶活動行銷

旗山具體將社區的文化資產轉化為商品,向目標市場推廣而舉辦的節慶 活動,近年來較顯著的活動有香蕉文化節與旗山燈會。

(二)文化觀光旅遊行銷

自從實施周休二日的制度後,民眾休閒意願明顯提高,注重生活及旅遊 品質的提升,有文化特色的觀光景點,也能吸引消費者前往。目前旗山在觀 光旅遊行銷以旗山區公所、旗山生活文化園區、尊懷文教基金會所辦理的活 動最具特色。

(三)人文故事行銷

在旗山生活文化園區設有香蕉故事館介紹旗山歷史、香蕉的相關文化。 而 2012 年由高雄市立歷史博物館推動的文化運動也選錄旗山 13 篇具在地特 色的故事。透過故事讓大家更有興趣了解旗山。

(四)美食行銷

旗山老街的美食頗負盛名,可以在小火車站買一份5元的店家導覽圖,不僅有詳細的美食介紹也有折扣優惠。另外在2014年12月14日旗山商圈店家自發性辦理「第一屆金猴獎旗山優質美食評鑑」,讓旗山美食除了美味外也有嚴格的衛生安全把關。

(五)網路行銷

在旗山轉運站、小火車站、旗山生活文化園區可以看到「猴子皮皮」,這是旗山形象商圈促進會的吉祥物,由賴亦揚老師設計的。旗山老街APP提供的美食地圖包括美食小吃、伴手禮,還有單車旅遊地圖、影音導覽、住宿、停車、GPS交通指引和當地店家優惠訊息、廁所位置,讓遊客來到旗山老街能有更好的旅遊品質。



圖三:旗山老街 APP

二、旗山文化行銷 SWOT 分析

綜合上列所述,歸納旗山文化行銷 SWOT,然後進一步交叉分析比對整 理出因應策略如下表:

因	内	S優勢	W 弱 勢
	\ 13	S1 能不斷創造新話題引起遊	W1 小火車站辦理活動的空
	應部	客注意。	間有限,影響參觀品質。
		S2 鼓山公園、孔廟、旗米廠、	W2 缺少現場導覽解說人員
策分		武德殿重修工程陸續完工,	,少了互動關係。
マ プ		為旗山的旅遊景點帶來更多	W3 為了辦活動而辦活動,但
外略析			缺乏在地文化元素。
外部		元的選擇。	
		S3 政府投入經費行銷旗山。	W4 社區深度旅遊交通不方
分		S4旗山APP下載軟體,提供	便,不適合自由行的遊客。
析		遊客更多的旅遊資訊。	W5 旗山文宣宣傳品放置地
		S5 老街商家能配合行銷活動	點不多,取得不易。
		,有錢出錢,有力出力。	W6 旅遊地圖太複雜。
О	O1 喜歡旅遊美食節目	SO1 善用網路行銷 與不同網	WO1 培訓老街商家成為導覽
機	的消費者不少,透過	路社群連結,以建立口碑。	志工,也能為顧客解說旗山
	節目的報導能迅速打	SO2 針對主要消費客群做異	的文化。
會	開商家知名度,吸引	業結盟,擴大行銷通路,吸	WO2 以主題式規劃不同的生
	消費者慕名而來。	引更多遊客。	活圈並繪製生動易懂的文化
O2 不同於都市生活型		SO3 藉由人物訪談及事件整	觀光地圖。
	態,體驗農村生活是	理,蒐集文史資料,引入生	
	旅遊新形態。	動的故事,行銷旗山新的文	
		化形象。	
Т	T1 欠缺經費補助時,	ST1 研發創新新的文化商品	WT1 持續辦理香蕉文化節,
威	大型活動難以辦理。	吸引消費者。	行銷旗山獨特產業。
	T2 高雄市區觀光景點	ST2 串聯旗山老街古蹟、老建	WT2 在老街設置小型觀光巴
脅	的行銷方式多元,能	築,結合媒體文宣、觀光行	士,讓遊客能深入社區體
	見度高,對旗山的觀	銷等手法,塑造社區博物館	驗。
	光行銷造成威脅。	新形象,達成吸引遊客前來	
	T3 成功的行銷活動容	觀光消費的目標。	
	易被模仿複製而失去		
	吸引力。		
		'	

陸、結論與建議

一、結論

- (一)旗山老街的價值
 - 1.經濟價值:從漸增的觀光人潮可以明顯觀察到老街商家的成長,旗山老 街能創造有形與無形的產值,具有經濟價值。
 - 2.觀光價值:到旗山老街觀光不用門票,是一種結合知性與休閒的旅遊方式,符合國人觀光旅遊的期待。因此旗山老街具有觀光的價值。
 - 3.歷史文化價值:從文化歷史的發展來看,旗山老街像一座社區博物館, 具歷史文化價值。
 - 4.藝術價值:旗山的古蹟、歷史建築獨特的美具有藝術價值。
- (二)旗山老街與社區資源整合行銷的困境
 - 1.旅遊的動線設計不夠清楚:規劃指標明確的單車動線,避開人潮。
 - 2.導覽解說方式與內容缺乏特色:文化導覽解說活動除了加強解說內容的 趣味性外,所使

用的解說設備也應改善。

3.老街觀光與社區旅遊的連結不強: 訪談結果顯示遊客至旗山老街大部分 只是走馬看花,

少了社區體驗的意願。

- 4.文創商品的設計尚未具有代表性的商品:旗山是香蕉王國,香蕉是旗山 獨特的地方產業,以香蕉為主題的文創商品已經慢慢增加,但是尚未有 代表性的作品。
- 5.停車問題:旗山受限於狹長的地形,街上無法供應足夠的停車空間給遊客所衍生的交通問題也極待解決。
- 6.各組織溝通不足:旗山各組織蓬勃發展,不同意見與聲音也多。

二、建議

(一)所有決策應以保存旗山文化價值為最高原則

旗山的古蹟是結合很多人的力量與努力才得以保存下來,這些舊驅殼的 再利用要能與現代常民生活融合卻又不能失去其原有的元素,在保存與發展 之間保有在地的文化價值應該是地方發展最重要的決策,也才能掌握競爭的 優勢。

(二)以文化價值創造產值

1.設計具有文化特色的商店招牌

老街雖然熱鬧,但除了吃吃喝喝之外,文化特色未能彰顯。因此用足以 代表旗山的事物設計老街商店招牌街面看起來富含旗山意象,除了美化 街道也建置自己的品牌形象。

2.文化融入美食之推廣

將老街的美食與文化結合,讓遊客在享受美食之餘也能了解旗山的在地 文化:

- (1)讓店家也能成為解說員:品嘗美食是到旗山老街主要活動之一,因此如 果店家也有解說旗山文化歷史的能力,無形中也能行銷旗山的文化特 伍。
- (2)店面的情境佈置能有屬於自己的故事或是旗山的故事: 如此當遊客在滿 足口腹之慾時,透過用餐環境的氣圍,在視覺上也能接觸到旗山的文化。
- (3)社區風味餐與酒家菜的推廣:在老街上看不到旗山社區的飯湯、香蕉 湯、香蕉餐與過去的酒家菜,而這些具有旗山在地文化特色的餐飲值得 開發推廣。

(三)結合文創產業設置文創商品專賣店

目前文創商品的販售地點在旗山火車站。但車站本身空間有限,其中一 半空間規書靜態的展覽,遊客一多即讓車站顯得擁擠,要仔細欣賞這些文創 商品的時間與空間受到限制,也降低購買意願。另外在武德殿也有假日文創 市集,因此除了發展多元的文創商品外也可以設置商品專賣店,將旗山的文 創商品集中販售,讓遊客有更好的購買空間。

(四)以主題式的設計串聯旗山文化生活圈景點讓遊客深入社區旅遊

旗山景點很多,也各有特色,可惜不容易聚焦,反而讓遊客無所適從。 如果能以主題式的設計,串聯各景點,將文化觀光活動拓展至巷弄、社區之 間,建立新的生活圈連結,本文研究提出幾個主題式的行程設計如下:

- 1.宗教信仰生活圈:旗山天后宮、福德祠、聖若瑟天主教堂及其他社區廟 字。
- 2.石拱圈懷舊:石拱圈是全台獨一無二的古蹟,可惜幾乎拆除殆盡。因此 可以將散落在其他巷弄碩果僅存的石拱圈整合為獨立的觀光行程,讓遊 客更了解石拱圈的變遷。

- 3.老屋巡禮:從老街的仿巴洛克式建築、鼓山下的日式建築、老街北段的 土埆厝、閩式建築,再搭配名人故事,也可以是有趣的行程。
- 4.老產業探秘:如古伯豆芽菜、旗山製冰廠、製麵廠。
- 5.地景生活圈:如卵石護岸、地景橋、糖廠。
- 6.歷史建築生活圈:旗米廠、旗山火車站、武德殿、旗山生活文化園區。

(五)文化行銷策略應以文化的傳承為主

不管是故事行銷或是網路、媒體行銷,除了希望能創造更高經濟效益之外,也要思考這些商品是否能將旗山的文化傳遞給消費者,旗山的文化也也 能透過消費者傳承下去。

- 1.文化商品內容應該是地方的歷史文化故事且能讓遊客與地方的記憶產 生連結引起共鳴。研究者在參加「郊遊攬勝暑期社區之旅」,透過導覽 解說聽到的故事並不多,因此應先蒐整旗山的故事充實文化商品的內 容。
- 2.定期舉辦節慶或產業文化活動,除了呈現地方特色也能讓社區居民有 參與感,認同地方的文化。因此旗山的香蕉文化節仍有其舉辦的價值存 在。
- 3.文化體驗活動可以讓遊客深刻體認一個地方的文化。舉辦一日農夫活動讓遊客體驗在地生活、參與社區風味餐的製作、觀察蕉農在香蕉園的工作與香蕉的成長。因此體驗性的行銷活動可以體驗不同文化呈現的內涵也能傳承當地的人文特色。

(六)政府與各組織資源的整合

旗山老街的文化觀光活動是地方發展的指標,目前主要推動單位為區公所、旗山形象商圈、旗山生活文化園區、社區組織等。加上旗米廠和武德殿開幕,旗山老街的觀光旅遊活動更豐富。經由政府與居民的合作,這些文化資產被保留下來並再利用。地方政府扮演整合、協調地方資源、引導與補助民間組織的角色,其他相關單位扮演文化活動企劃與執行的角色,彼此共同合作,才能運用旗山文化價值創造產值,帶動地方發展。

參考文獻

一、書籍

- 1. 六月(2004)。**蕉城相思雨。**台北:城邦文化。
- 2. 吳錫德 (2011)。**台灣製造文化創意向前走**。台北:允晨。
- 李易駿(2008)。當代社區工作—計劃與發展實務。台北市:雙葉。
- 4. 李聲吼(2010)。社區產業的經營發展策略與運作之探討一以鄉村型社區 **為例,據變時代中多元與活力的社區工作研討會手冊**。台北:實踐大學 社會工作學系與中華民國社區發展協會。
- 5. 沈文台(2002)。**台灣老街圖鑑。**台北:城邦文化。
- 6. 辛晚教、古官靈、廖淑容(2005)。文化生活圈與文化產業。 台北市:詹氏書局。
- 7. 林炎旦 (2011)。**文化創意產業理論與實務**。台北:師大書苑。
- 8. 曾旭正(2013)。**台灣的社區營造。**新北市:遠足文化。
- 9. 黄沼元 (2010)。**台灣的老街。**新北市:遠足文化。
- 10. 黄俊英(2001)。**行銷學的世界**。新北市:天下遠見。
- 11. 旗山鎮誌編纂委員會(2006)。**旗山鎮誌**。高雄:旗山鎮公所。
- 11. 鄭自降、洪雅慧、許安琪(2005)。文化行銷。台北縣:國立空中大學。 二、期刊
- 1. 古官靈、辛晚教(1997)。文化生活圈與文化設施發展之研究,《都市與計 劃》第二十四卷第一期第 43-68 頁。
- 2. 古官靈(2005)。文化政策與文化產業的反思。立德學報。
- 3. 屏東縣政府(2013.6)。**文化生活 72 期**。屏東:屏東縣政府。
- 4. 林曉薇(2010)。地方文化館第二期計畫之評估研析。 研考雙月刊第34卷第3期
- 陳其南(1998)。歷史文化資產—保存與地方社區產業發展。歷史月刊, 123 , 14-21 。
- 黄世輝(2002)。 社區自主營造的理念與機制。 台北: 建築情報。
- 7. 黄鼎倫、邱俊豐(2008)。**論我國文化資產保存法與社區發展的關係**。高 醫誦識教育學報。第二期,191-205。
- 8. 蔣玉嬋(2004)。**地方文化產業營造與社區發展**。社區發展季刊。 107 , 241-253 。

9. 蔣玉嬋(2006)。地方文化館與地方文化產業之研究一以新竹市玻璃工藝博物館為例。

博物館季刊,20(3),81-97

10. 盧思岳(2006)。**從社區產業看社區營造**。社區營造研習教材-心訣要義 篇。台北市:內政部。

三、論文

- 1. 江錫聰(2007)。**文化創意產業之視覺設計探討—以新莊老街意象為例。** 輔仁大學,新北市。
- 2. 何榮亮(2000)。**傳統工藝價值在產品設計應用之研究-以漆器為例**。雲林 科技大學
- 3. 余文雄(2005)。**新化老街再利用之經營管理策略研究。**國立台南大學, 台南市。
- 4. 余冠瑩(2012)。**旗山地方意象書寫之研究**。國立高雄師範大學,高雄市。
- 5. 李建國(2013)。**論老街文化創意產業之經營發展-以臺南新化老街為例。** 大仁科技大學,屏東縣。
- 6. 林世淵(2008)。**社區營造推動社區產業之研究~以南投永興社區為例**。 國立暨南國際大學。
- 7. 洪榮傑(2009)。「**地方文化館」執行都市行銷策略所產生之效益研究-以高 雄市愛河文化生活圈為例**。南華大學,嘉義縣。
- 8. 許瓊丹(2009)。**老街文化之再發展課題研究---以三峽老街為例。**國立台 北大學,新北市。
- 9. 連森裕(2004)。**社區營造規劃之視覺形象設計研究--以竹南中港老街再造 為例。**國立臺灣師範大學,台北市。
- 10. 陳景華(2012)。南屯老街的文化觀光研究。中興大學,台中市。
- 11. 游步廣(2010)。**當代旗山文化資產保存運動之研究(1990~2011)**。國立 高雄師範大學,高雄市。
- 12. 黄也瑜(2001)。**誰是社區的主人---從太平老街再造看台灣的社區營造。** 國立雲林科技大學,雲林縣。
- 13. 黄心怡(2001)。**生活行為地景之研究以苗栗縣社區環境營造為例**。國立聯合大學,
- 14. 黄鈴芫(2013)。文化特色活化地方產業發展---以雲林縣西螺鎮延平老街 為例。南華大學,嘉義縣。

- 15. 黃瓊瑩(2001)。高雄縣文化生活圈發展策略之研究。國立中山大學碩士 論文,高雄市。
- 16. 楊敏芝 (2002)。地方文化產業與地域活化互動模式之研究-以埔里酒文 **化產業為例**。台北大學都市計畫研究所博士論文。
- 17. 蔡柏儀(2013)。認知地圖中的記憶空間與地方意象---以南投縣竹山鎮林 **圮埔老街為例。**南華大學,嘉義縣。
- 18. 魏文彬(2010)。北埔老街觀光發展興起與變遷--歷史人文、古蹟建築、 **產業經濟之分析**。國立交通大學,新竹市。
- 19. 羅敏儀(2003)台灣老街發展之社會經濟分析--以北台灣為例。國立臺 北大學,新北市。

四、網路資料

1. 地方文化館第二期計畫(修正計畫核定)(97年至104年)。網址:文化部 (2013)

file:///C:/Users/user/Documents/

- 2. 文化部地方文化館第二期計畫補助作業要點(2014)。網址: http://www.moc.gov.tw/
- 3. 文化部地方文化館—旗山生活文化園區。網址: http://superspace.moc.gov.tw/
- 4. 王本壯(2008)。**淺談文化生活圈**。北投健康城市電子報,2009年12 月。網址:http://www.ptcf.org.tw/
- 5. 台灣世界遺產潛力點。網址:文化資產局http://twh.boch.gov.tw/
- 6. 林會承(2008)。聚落與聚落保存漫談。網址:文化部資料庫 http://cscp.tier.org.tw/
- 7. 柯坤佑(2001)。**身歷旗境·感動幸福新旅程。**網址:高雄市政府港都 e 學苑 https://elearning.kcg.gov.tw/
- 總土教學一旗山鎮。網址:教育部數位教學資源入口網。檢索日期: 103.7.25

http://content.edu.tw/

- 9. **旗山區公所。**網址:http://cishan88.kcg.gov.tw/
- 10. 變更旗山都市計畫(第二次通船檢討)案計畫書。網址:高雄市民政局全 球資訊網。

檢索日期:2014.7.25。http://cabu.kcg.gov.tw/