

# 地域特色產業形象再造 —以基隆和平島平寮里石花凍 包裝設計為例

莊育鯉\*

## 論文摘要

和平島座落于基隆港東北，為北臺灣最早有西方人足跡與漢人入墾所在，是北臺灣歷史發展最早的地方之一。早期島上漁業發達，吸引各地的外來移民，形成獨特的傳統漁村聚落。和平島的漁村生活型態變化如同多數的臺灣臨海村落，近年來由於漁場日漸枯竭、近海漁獲量日趨減少、經濟壓力驅使、地方發展不足、區域民眾工作所得偏低、漁村就業困難、人口外流嚴重、漁村文化與漁業技術缺乏傳承，遂使得漁村發展漸趨沒落，因此，漁村經濟型態的轉型發展儼然成為未來必然的趨勢。和平島區域擁有多元豐富的自然地理與人文資源，舉凡海蝕景觀、古跡遺址，以及發展沿革由來已久的漁村生活型態，有其特殊的產業及人文風貌，形成當地豐富的經濟命脈發展的資源，這些都是和平島漁村經濟轉型發展的優良條件。

本研究著眼于海洋文化創意與地域文化的符碼圖像化轉換，以基隆和平島當地氣候、地理資源、歷史故事、傳統人文、種族風俗所發展出的海洋文化活動為

---

\* 國立臺灣海洋大學海洋文創設計產業學系助理教授。

基礎，探討海洋文化創意產業與地方特色產業之關聯性，以及海洋文化創意如何在地域特色產業發展中，有效結合地方資源創新發展；並藉由和平島地方的海洋特色資源，分析地域特色相關產業文化之特色，且進一步提供多元性的特色價值轉化之建議。期望以地方特色產業為基底之產業發展型態，能更強調產業發展的環境或是地域相關性，亦即，以地域性、地方意象為其發展的特質，從而衍生出地方多樣豐富的歷史文化、集體記憶與其他群體共用之價值。

**關鍵字：**和平島、特色產業、石花凍、包裝設計

## 一、研究動機與目的

地域特色產業的發展，是地方經濟發展重要的基石，與提升地方生活品質的具體表現，具有增加地方就業機會，充裕地方財源，累積原有地方產業的技術與文化，同時可凝聚地方居民的共識、地方人際關係的維繫，形成區域特有風俗、文化，是地方精神與地方認同實質結構與象徵（田中章雄，2008）。面對大型產業的生產快速化與低價的競爭，地方產業面臨轉型的壓力，利用地方的自然環境、文化與特色產業作結合，以「產業」及「特色」為出發點，作為地方產業發展的主軸，強化地方的核心特色，並喚起地區居民對自我地方特色產業的重視，是有效創造當地特色產業之經濟價值的重要發展模式（板橋區產業經濟部產業振興課，2010）。

和平島地區屬由來已久的漁村生活型態有其特殊的產業及人文風貌，傳統產業的轉型與發展必須以新形象建立與創造價值為導向，從地區性的符號意象認同產生與產業的價值創造最能符合目前和平島產業生產型態與產業轉化的實際情況。本研究以和平島石花凍包裝視覺設計為個案，探討地方特色產業之視覺傳達，期望透過此初探性研究來發現以包裝設計帶動地方文化產業視覺設計之價值創新

的歷程，有效創造當地特色產業之經濟價值，達到地方特色產業永續經營發展之目的。

## 二、文獻探討

### (一) 地方與產業

#### 1. 地域感

近年資訊流通更為迅速，產業全球化的趨勢範圍不斷擴大，地域感（sense of place）的概念似乎仍難有一個明確的定義與界定，但是生活成長的環境有著多元、複雜多變的面向，是個人的生命歷程記憶，區域生活的型態的展現。因此地域感的產生被視為是集體記憶的結果，也就是透過住民共同生活所產生的群體記憶，來創造共同認同的空間或地方記憶。

地方是人群、環境、生活、社會與文化歷史所組成，是個人與群體在所熟悉的生活環境中的成長生活經驗累積，人對於長期所處的區域空間的情感與記憶有主觀和情感上的依附。地域感（sense of place）的產生也是由地域環境、生活文化與社會結構的時間經驗累積而來，同時也是指地域中具有可意識與對應之獨特特色，或可意識到的具有意義的地方特殊意象（Creswell，2004）。地域感不僅是人文存在的經驗、區域情感投注的依靠目標，更具備了意識型態、個人行為與社會結構性制度的多面向，同時也是記憶、認同的面向，是生活方式的整體總和（李進益，2006）。地域中的群眾對場域（Land）有了長時間接觸、認識、經驗、關心，從抽象、中性、無意義的空間轉成具象、有感情、有意義，經過長期感受而對地方產生深刻的感受，進而產生記憶（圖1）（商工局產業振興課，2009）。而地域感的產生，是一段時間上的經歷和經驗的過程，所產生情感和象徵上的意義，有對於實質、社會、文化與活動設施等環境的依賴構面，同時有著土地、情感、自我實現的認同與社會連結的深厚意義（翁靜茹，2014）。

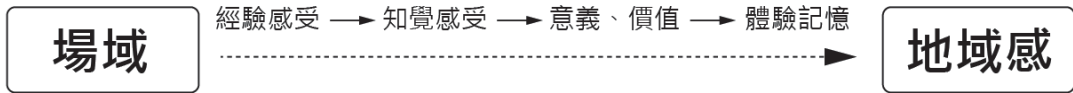


圖 1 場域演變地域感的經驗變化  
(商工局產業振興課, 2009)

## 2.地方特色產業

地方特色產業是地方居民賴以為生的產業，是地方經濟的依靠，藉由創造該地產業的附加價值，將地方原有的資源加以整合，創造屬於該地方之核心特色（洪文忠，2007）。地方特色產業是地區經濟發展的主要基礎，可穩定的創造就業機會，增進地方經濟來源。對於地方的社會組織型態上有著凝聚互信、互助的依賴基礎、連結當地人際關係，形成特有的風土、文化與民情，不但是地方生活的重要支柱，也是社會安定力量與地方精神的象徵。地方產業的發展的盛衰攸關地方經濟基礎的奠定與人文風格的形成，也與社會結構的健全發展息息相關。

地方特色產業的意涵具有歷史性、文化性、獨特性、唯一性、商品化、當地生產、產品發源地、產品專門生產地、群聚現象等特性。地方特色產業的形成主要是以地方的特色、地方的條件及地方的人才來發展地方產業，其特點在於結合當地的自然資源、人文資源且將其具有獨特性的產品，經群聚效益規劃發展而成（余政龍，陸定邦，&羅募旋，2010）。

地方產業具有穩固地區經濟發展基礎，創造就業機會，充裕地方財源，累積既有地方產業技術，連結當地人際關係，凝聚互信、互助基礎，並形成特有風土、文化與民情，不但是地方生活的重要支柱，也是社會安定力量與地方精神的象徵。因此，地方產業的發展攸關地方經濟基礎的建構與人文風格的形成，也與區域社會整體結構的健全發展的重要成因（經濟部中小企業處，2005）。

### 3.地域特色發展目的

文化資源是人類生活行為創造的有型化及其轉化。特定區域性的文化符碼隱含各種意涵，是一種生活型態演變的累積，多方面探索區域性文化符碼的各種意涵，可產生多樣性的文化符碼經濟活動（Griswold，2012）。

地域意象是一系列物質感官與心理喚醒的情境脈絡的總和，包含：傳達訊息的建立、主觀經驗的產生與感知的偏好。地域產品內容的豐富人文內涵會在消費者與產品間產生吸引、聯繫與滿足的迴圈互動。地域產業的利基在於地域生活文化所發展出的個別獨特性，及其多樣且在地化特質。再與地方印象融合符碼元素的屬性、評價與態度後，所顯現出區域的差異性，讓消費者產生對地域認知與知覺經驗的產生，進而產生對地域符碼的意義知覺與確認（圖3）（平山弘，2007）。

地域產業的設計與開發，有助於提升居民生活品質與地域文化層次，區域符碼的功能在於將地域中被認知與使用中的資源，強調文化價值與開發具有地方特色的產品創新產品價值，而地域中待開發與未被活用的領域與特色中，隱藏不同的價值可能性與待開發的機會，地域產品的開發應用可以發掘尚待認知的地域特色能量，並提供設計領域潛在的應用價值（圖2）（財團法人北海道市町村振興協會，2008）。

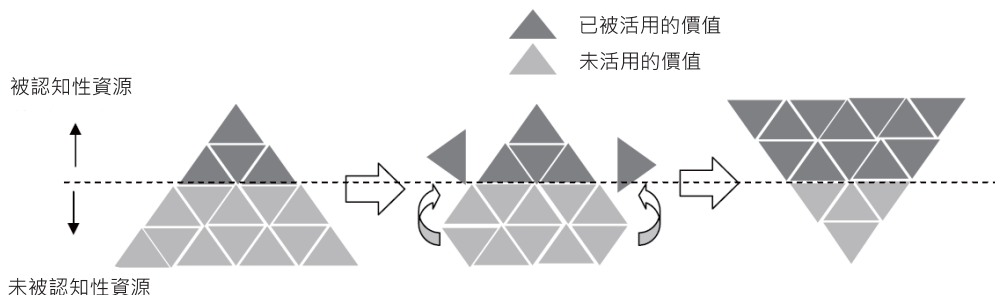


圖2 地域資源開發未被活用的資源價值產出  
（財團法人北海道市町村振興協會，2008）

#### 4.地方產業發展對地方經濟之重要性

地方文化最核心的深度意義就是差異特質的產生，就是獨特性，與別人不同，因為具有獨特性與唯一性，透過地方策略性的行銷模式或文化產業特色的營造，讓地方的產業有消費的可能、有文化消費的利基（陳建勳&管倖生，2006）。地方產業在發展的程式上，特色產業的明確展現是地方特質的最佳表現，尋找出地方特色並凸顯其價值才能使其商品更具吸引力。換言之，發展地方特色產業的策略，應強化地方的特色來突破發展自我困境，發展出不同於其他地方特色的競爭優勢。同時產業連結的形成有著良好的生產優勢，可以利用在地特色的區域優勢來降低交易的成本，使產業發展訊息快速的傳遞，群聚模式的發展對於資源缺乏的地方微小型產業來說，提供了商品或服務的群聚化的經營模式，有著特色資源的共用機會，提升地方產業對外整體的競爭力。

臺灣地方產業的發展模式，大多都以微小型規模方式，而且都長時間的逐步變革與更新發展，是地方最基層的經濟發展，主要是結合當地自然資源，利用當地的原材料及勞動力為主，屬於傳統產業或勞力密集產業；或是具有悠久的文化傳統或歷史典故的產業，具有獨特特色的地方產業。產業的類型相當多樣化，主要形成因素以地方的特色、地方的條件及地方所擁有的資源來發展地方產業(表 1)（蘇秀婷&黃世輝，2013）。各類型的特色產業因有不同的發展背景與方式，在不同類型產業分別有不同的發展策略。

表 1 臺灣地方特色產業分類

分類	意涵	例子
自然景觀	臺灣的地表因特殊地貌，變的豐富且多變性，它所發展出的地方產業，並成為地方擁有的特色。	泛舟、溯溪、溫泉、冷泉，如北投溫泉產業、烏來溫泉產業等。
農產品及其加工品	臺灣早期以農業為主，利用當地氣候與地形的優勢，發展出的特色農產品，及農畜	如大甲芋頭產業、白河蓮花產業、屏東椰子產業、新竹貢丸產



莊育鯉：地域特色產業形象再造－以基隆和平島平寮里石花凍包裝設計為例

	產品加工形成的特色產業。	業及金門貢糖產業等。
工藝產品	利用當地物料及當地特殊地理條件下，發展出的獨特工藝產業。產品融入地方獨特的文化內涵，使產品具有獨特性，是文化與工藝的結合體。	如鶯歌陶瓷產業、三義木雕產業、白米社區木屐產業、美濃紙傘產業、埔裡紙業及竹山竹器產業等。
節慶活動	利用地方文化和活動作為基礎，將地方文化提升成產業的開發。藉由文化活動與產品銷售，做為振興地方的經濟活動，保存地方特有的文化資產。	如大甲媽祖進香繞境活動，宗教文化帶動成為振興當地文化藝術、經濟發展的基礎。

(蘇秀婷&黃世輝，2013)

## (二) 和平島

和平島位於基隆市的東北端，西臨基隆港區，東有八斗子漁港與八斗子對峙，和平島原名社寮島（圖 3），是一座與本島間以海溝相隔的孤島，今島上築有和平橋與本島相連，早期島上漁業發達，吸引各地的外來移民，形成獨特的傳統漁村聚落。島上終年受到強烈東北季風吹襲以及東北角海浪拍打侵蝕影響造成和平島上擁有多元豐富的自然地理資源，海蝕景觀、特殊岩石景觀，島上的數百年的地形演化的積累形成奇特的地質景觀而成為關注的焦點，近年來已發展成北部地方民眾休閒遊憩的熱門場所。



圖 3 和平島地理位置

和平島四周範圍約四公里，主要為二千萬年前大寮層 (Taliao Fm) 沉降海岸 (圖 4) 的塊狀砂岩與砂岩、葉岩互層組成 (何春蓀, 1975) (圖 4)。由於地殼的變動擠壓拉扯，區域內岩層節理發育很好，在地形的主要特徵上包含岩壁深海區、海階深海區與海蝕平臺區。和平島河口處由於河流與海浪侵蝕，海蝕平臺很普遍，向海緩傾，低潮時面積達萬余平方公尺，高潮時大部分沒入水中。海蝕臺地相當發達且向外傾斜緩和，地層走向與海岸線斜交，形成北高南低、山嶺 (「龍仔山」) 直通海岸的地形特徵。由於大寮層組成的抗蝕能力不一，常年受到強烈風浪與豐沛雨水所引發的海蝕作用，以及海岸線因長期受東北海岸強烈海流效應作用，因此海蝕地形特別發達，創造出海岬、海溝、海蝕崖、海蝕平臺、蕈狀石、豆腐岩等珍貴特殊的特殊地質景觀，成為地方特色景觀發展的基礎，也創造了和平島多樣性的地景文化 (圖 5)。

區域	臺灣北部	臺灣中北部	臺灣中部	臺灣中南部	臺灣南部	臺灣最南端
時代	基隆-臺北-桃園	新竹-苗栗	臺中-彰化-南投	嘉義-臺南	臺南-高雄	高雄-屏東
更新世	麻荖山層 (觀音山層)	通霄(楊梅)層	崑崙山層	六雙層 二重溪層 荖下寮層	三井頁岩	六雙層 六龜礫岩
上新世	卓蘭層	卓蘭層	卓蘭層	六重溪層 淡水溪層	北寮頁岩 竹頭崎層	馬鞍山層
	錦水頁岩	錦水頁岩	錦水頁岩		古浮坑層 南勢崙砂岩 南勢崙頁岩	
晚期	二閣層	桂竹林層	魚藤坪砂岩	烏嘴層 中寮層	茅埔頁岩 隘寮脚層 鹽水坑頁岩	墾丁層
	大樹層		十六份頁岩	關刀山砂岩	糖恩山層	
	南莊(五堵)層	上福基砂岩 東坑層 觀音山砂岩	南莊層	南莊層	糖恩山層	馬山層
中期	南港砂岩 南港 湊合層	瑞芳層	水裡坑層	連邦層	長統坑層 紅仔仔層 三民頁岩	龍水層 (砂岩為主)
	石底層	野柳層			大寮層	
早期	野柳層	碧靈頁岩	大坑層			
漸新世	木山層	汶水層				
	五樹山層	蚊子坑層	粗坑層			

圖 4 臺灣西部麓山帶第三紀及更新世地層對照表 (何春蓀, 1975)



莊育鯉：地域特色產業形象再造－以基隆和平島平寮里石花凍包裝設計為例



圖 5 和平島海蝕地形景觀


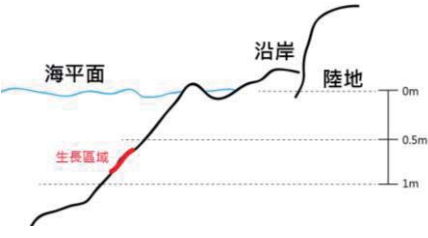
( 資料來源:<https://rojash.pixnet.net/blog/post/48094167> )

### (三) 石花菜

臺灣北部與東北部海岸有著岩岸、礫灘、珊瑚礁和各種灣岬地形、海蝕地形。東北海域位於熱帶與溫帶交接之亞熱帶地區，其東海陸棚隨著季節的變化、黑潮（Kuroshio Water）支流等交會而有不同之海流彙集，帶來不同的海洋生物與多樣化的海洋生物群聚與大型藻類相當繁盛（陳世一，2001；黃淑芳，2000）。石花菜是一種生長在潮間帶淺海礁石上的紅藻植物，是臺灣北部與東北角海域最具經濟價值的藻類，主要分佈在溫帶海洋環境，喜歡在無遮蔽物的岩石上生長，特別是

在無污染的棲地生長特別茂盛，和平島及東北部海域的石花菜以經濟性品種的鳳尾石花菜（安曼司石花菜 *Gelidium amansii*）為主要品種。

表 2 安曼司石花菜 *Gelidium amansii* (黃淑芳, 2000)

型態與特性	外觀	生態分佈
紫紅色藻體，高 10~30cm，羽狀分支，小支對生或互生，分支有曲折或平直，匍匐枝為假根絲狀。藻體單軸型，頂端細胞生長，細胞壁含有豐富的洋菜藻膠。		

(黃淑芳, 2000)

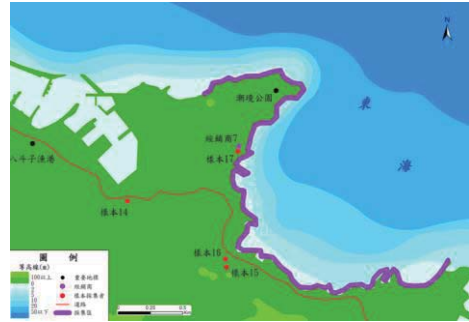
石花菜在高溫時會溶解出瓊脂(Intille et al.)，而在常溫 35°C 時則凝固成膠凍，提煉的藻膠含量相當符合經濟效益。除製成和平島及東北角海域地區石花凍（日本稱寒天、中國大陸沿海稱其凍菜、涼菜及洋菜）及石花冰的飲品外，也具有極高的食品添加與工業用途。

和平島及東北角海域地區向來為石花菜重要出產地，和平島主要採收的地點在目前和平島公園外側東北角，八斗子區域則分佈在潮境公園附近區域(圖 6)(林柏成, 2010)。

莊育鯉：地域特色產業形象再造—以基隆和平島平寮里石花凍包裝設計為例



和平島採集地分佈圖



八斗子採集地分佈圖

圖 6 和平島、八斗子地區石花菜採集業者分佈圖

從日據時代開始，采石花菜就是東北角海岸漁村傳統的家傳副業來，用以補貼家用，採集者多以特製潛水裝備和工具在石花菜分佈的岸邊或潛水採集。石花菜屬紅藻植物門，生長於海邊礁岩上的石花菜，每年產季為 3-10 月，其中盛產於 4-5 月。經濟性石花菜採集的時空路徑為：早上先在家中附近的水泥地整理、曝曬石花菜，之後整理採收的裝備，步行或搭船至採收地下海採收石花菜，採集時間長約 3.5 至 4 個小時（圖 7），返回後因熱天氣下石花菜濕藻很容易變質，採收業者在上岸後會將當日採集到的石花菜平鋪於家前廣場（林柏成，2010）（圖 8）。

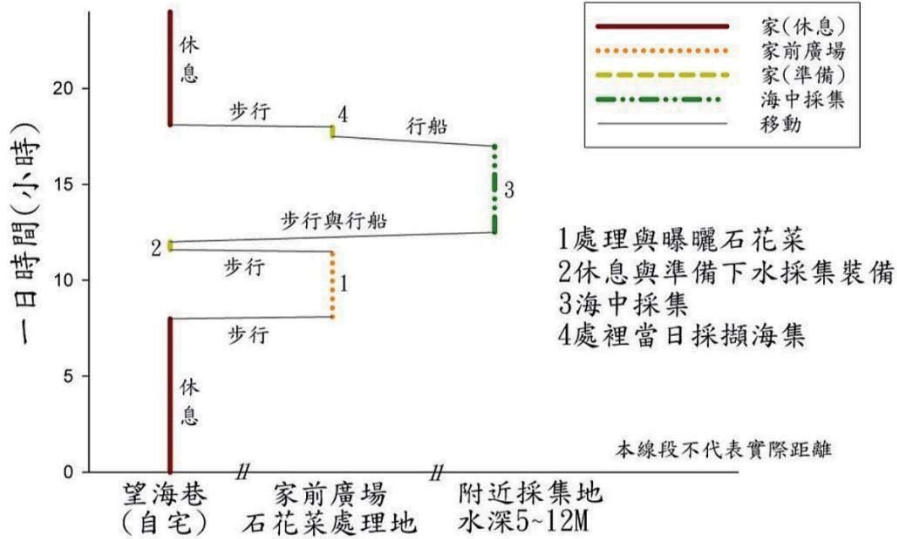


圖 7 北海岸石花菜採收業者一日時空路徑圖  
(林柏成, 2010)



圖 8 石花菜採集過程  
(資料來源：

<https://ourisland.pts.org.tw/%E9%97%9C%E9%8D%B5%E5%AD%97/%E6%B5%B7%E6%B4%8B%E7%94%9F%E6%85%8B>)

藻體中內含的藻紅素，在剛採收上岸時呈現紫紅色或黃紅色，帶有腥味，必



莊育鯉：地域特色產業形象再造－以基隆和平島平寮里石花凍包裝設計為例

須先去除所附著貝殼、岩石與土砂等夾雜物，再經過晴天曝曬、浸淡水等反復過程 4-5 次，藻體即呈現淺土黃色，乾燥後即加以收藏（圖 9）（林福蔭， 2007）。



圖 9 石花菜曝曬過程

（資料來源：

<https://ourisland.pts.org.tw/%E9%97%9C%E9%8D%B5%E5%AD%97/%E6%B5%B7%E6%B4%8B%E7%94%9F%E6%85%8B> )

東北角海岸地區冬季受東北季風影響海況不佳，石花菜採集工作寒冷又危險，石花凍的採集業者，主要銷售方式會在住家前擺設攤位，販賣成品石花菜。夏季時則會熬煮成石花凍飲料販賣（每斤石花菜約可熬煮出 25 公升石花凍）（圖 10）。



圖 10 石花凍製作過程

（資料來源：[http://blog.xuite.net/joey\\_yeh/blog/213741808](http://blog.xuite.net/joey_yeh/blog/213741808)）

#### （四）包裝視覺訊息

符號的建立是以人類的思考模式、情感經歷與生活經驗為基礎，透過可溝通



的邏輯模式，在人與人、人與社會、空間與時間之間透過有意義的圖像進行資訊傳遞（俞建章&葉舒憲，1992）。社會的文化演變，符號的交換與運用在訊息傳遞的觀點上，有著生活經驗分享、資訊意義的交換與社會互動的菜單現（張正宜，2012）。

包裝被視為「無聲的銷售員」，人們透過五感：視覺（83%）、味覺（1%）、觸覺（1.5%）、嗅覺（3.5%），與聽覺（11%）來進行體驗（Selame & Selame，1988）。透過不同類型的造形、品牌名、圖案、色彩、附加產品訊息、輔助包材、材質、結構、容量等設計項目的整合，創造包裝視覺上的差異化，可提高消費者對於商品的關心與注意（王韋堯 & 周穆謙，2010）。有效的包裝視覺設計項目整合（專有的色彩、獨特的圖形、個性化的字體、便利的結構設計），能讓消費者在進行購買決策過程中引起短期注意力，能有效察覺商品特質與差異，消費者產生最直觀的印象和認識產品，進而促使消費者進行經濟交換的模式行為產生（圖 11）。

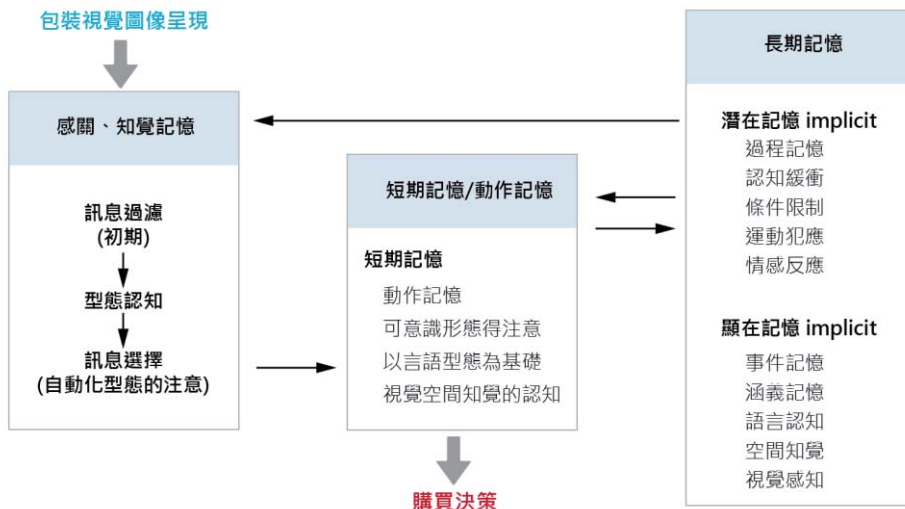


圖 11 購買決策過程的注意力認知

包裝設計是賦予商品視覺最直接的要素，是呈現給消費者的第一印象，也是

消費者的購買決策過程中最重要的引導指標，特別是地域特色消費產品以外地的觀光客或購買用以送禮之民眾為主要的消費對象，其包裝外觀的視覺展現應不同於一般的消費性商品。

現代包裝很重要的一個功能是「價值」的呈現，地域特色產業商品系由於其特殊的產品風味、獨特的製作方式、特定的產物文化或精緻的加工技術，而吸引人們的注意與喜好，遂成為區域上獨具特色的代表性產品（胡淑慎&連德仁，2009）。除了以呈現商品之在地特質或地方產業文化特色外，同時應能呈現當地之地理景觀、特殊風俗習慣及區域生活文化，來做為地域特色產業商品包裝視覺發展的主軸，發展較佳的地方商品整合效果，是地域特色產業商品視覺設計發展不可或缺的重要發展程式。

### 三、產品包裝設計製作發展

#### （一）石花凍圖騰意象轉換與設計

地方性的外顯符號形式承載了地方文化內涵，可以透過感知、想像與理解的符號認知過程來深入瞭解社會學及文化理論，深入分析地方性的本質以及構成地方性的因素、關係及機制等。文化為一連串個人與社會之間的外部化、客觀化、內部化過程中被生產出來，並以文化、環境、物質與活動等產物具體化呈現這些內外互動的生產過程，而這些文化產物能以線條、造型、質感、色彩、材料等元素組合成具有使用功能、象徵意義與區域美學的文化象徵系統（廖世璋，2005）（圖 12）。

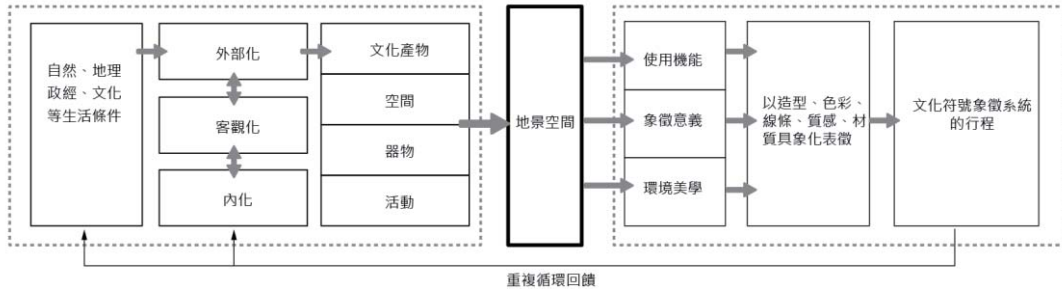


圖 12 區域圖案符號系統的生產過程

## (二) 設計發展

本研究即透過地景文化探索與地域象徵商品表現兩個階段，加以探討及研究（表 4）。第一階段主要是瞭解和平島與石花凍產業各個不同面向的文化地景，從研究、分析與實際調查體驗來認知和平島的自然環境、歷史人文與特色產業的相關地景文化構面；再從相關的文獻資料搜集與分析，彙整出有關和平島的石花凍產業意象元素，歸納出屬於和平島石花凍特色的實質認知意象、抽象情感意象以及整體意象等構面以進行包裝元素的轉換與設計之探討。

表 4 和平島地域特色象徵商品設計過程

第一階段 / 地景文化探索			第二階段 / 地域象徵商品展現	
現場觀察	訊息收集	整理分析	概念產出	包裝設計表現
體驗與理解			理解與表現	

第二階段再依歸納所得，進行和平島地域象徵商品石花凍的包裝設計。在設計方法上，採用多空間設計模組（multi space design model）設計方法，其主要的特點是將田野調查後的資料以常用的 KJ 法為主軸，但在分類上先以物理空間與心理空間的需求做結構性的脈絡發展，在設計發展上分別設定設計要素的抽出、分

莊育鯉：地域特色產業形象再造—以基隆和平島平寮里石花凍包裝設計為例

類、結構化與分解追加等四個步驟（加藤健郎，佐藤弘喜，佐藤浩一郎，&松岡由幸，2018；松岡由幸，2013）。特別是設計要素的結構化是設計脈絡的核心主軸，協助設計者在設計思考過程中整理、使用與發想的便利性。本研究運用此多空間設計模組，以和平島地形與其特色產業的石花菜符號再現為主要發展，同時將地景文化的隱喻圖示屬性轉換成符號意象的產品，藉由和平島與石花菜的各種自然環境、歷史與人文活動與過往的記憶建構和平島石花菜象徵符號式的商品包裝設計轉換（圖 13）。

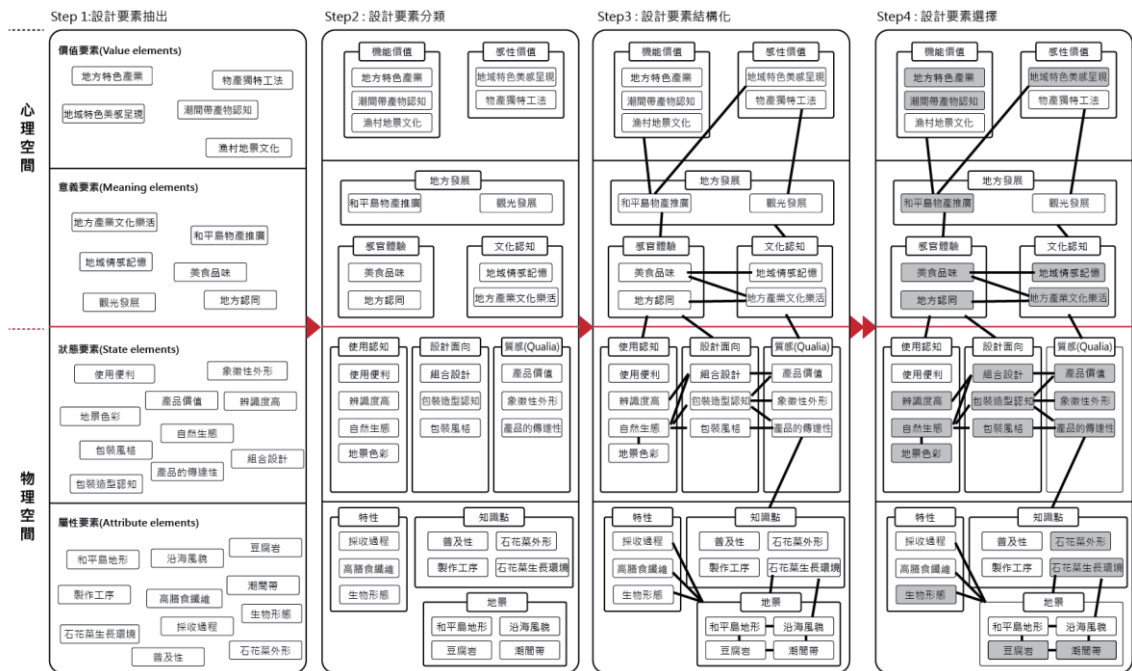


圖 13 多空間設計法的設計展開

### （三）設計製作與意象組合

地方的意象符號是一套多面向的地方符號系統，承載了地方知識、象徵與價值，而透過地方符號系統可達成相互間的溝通、交換與共鳴。因此，經由上述「多

空間設計法」的設計展開可知，「物理空間」中石花菜的「生物型態」、「成長環境（潮間帶）」具有高辨識度，且能引起美食品味與地方認同等心理；此外，和平島的「山海地景」、「豆腐岩」分別為石花菜的「生長地域」、「採收環境」，能引起共同的地方情感記憶，呈現地域特色的感性價值，本研究遂嘗試結合這些地方意象加以轉換為圖像符號，以完整呈現出石花凍的視覺型態、內容與意義，提供可參考的地方意象符號發展認同（圖 14）。

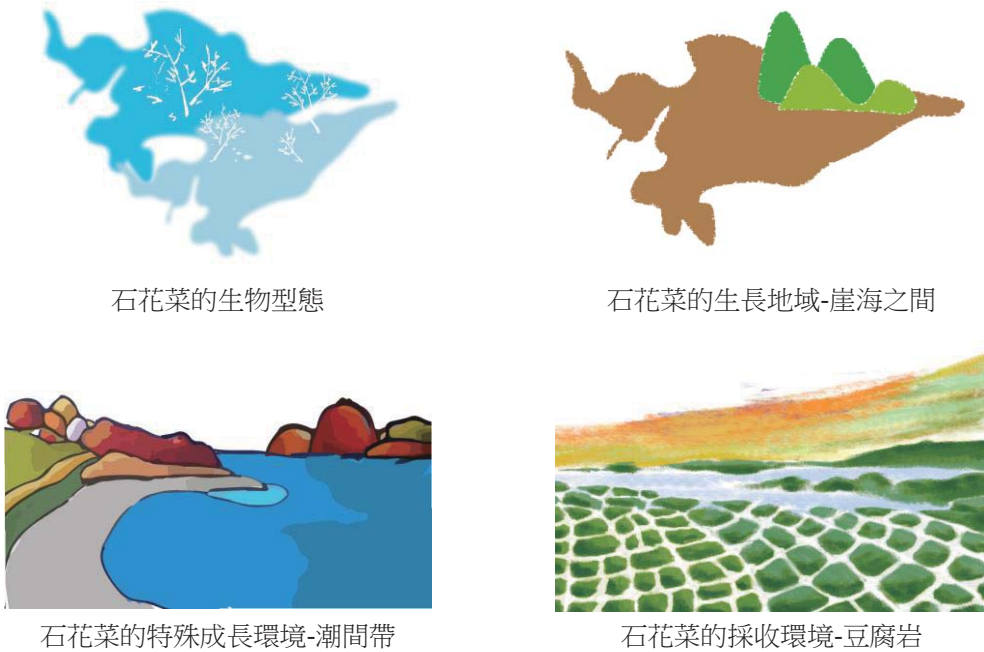


圖 14 和平島石花菜意象符號發展

地方意象與符號是地方整體環境與生活方式所表現出來的脈絡意識，是一種有意向性的論述「再現」(representation) 與承載地方文化意義的符號系統，不同面向的符號閱讀將獲得不同的意義與價值。本研究在包裝設計主意象的符號建構上，嘗試分別由上列圖 14 中「外顯」之生物型態元素與「內隱」之產品地景文化



莊育鯉：地域特色產業形象再造－以基隆和平島平寮里石花凍包裝設計為例

元素（生長地域、成長環境、採收環境）等兩種視角及層面切入，重新整合既有的石花凍符號意象，讓主意象符號能引起地域情感的共同記憶與更多元而深入的符號經濟價值運用（圖 15）。



圖 15 和平島石花凍提袋與杯蓋設計組合

然而，地方符號系統具有多層次的特徵，符號接收者對於符號象徵秩序的閱讀方式會有其偏好的接受模式，尤其是在地生產者，其本身受到地方文化意識型態的影響，在包裝設計的選擇上展現出對自身生活空間地域感的偏好傾向。本研究為產學合作案，業主為和平島當地平寮里里長，裡長在和平島上長期生活，在地方上有一些特定活動的路徑，對於石花菜這項在地特色產業，除所經驗到採集生產的特定空間產生特定的地域感外，也在各個生活經驗歷程之中，逐漸建構出對於和平島整體地方的感覺結構，因而選擇以石花菜成長環境（潮間帶）的象徵表現為包裝設計的意象製作（圖 16）。



圖 16 和平島石花凍廠商選定圖樣

#### 四、研究結論與建議

##### (一) 研究結論與討論

臺灣四面環海，由海洋孕育而生的文化為地域發展特色之一，這種文化是融合各地區的環境特質和海洋生活型態所發展出的不同特色的海洋文化。和平島漁村是沿岸生活聚落型的傳統漁村，具有多重樣貌的海洋文化展現。近年由於漁撈設備高度科技化，衝擊了小漁村舊有的經濟產業，生活經濟型態的轉換已成為沿海漁村普遍存在的問題。在振興地域產業發展時，漁業發展的經驗脈絡和漁村歷史與人文特色是海洋文化符碼轉換中的重要基石，透過地方特色符碼的轉譯設計，對漁村文化與特色產品的文化符碼與意義進行圖像的新定義與塑造，轉換漁村文化資源之價值性及可用性，將能突破產業弱勢的經濟限制，強化地域文化與價值創造之間的關係，應是今後地域產業發展的重要取向。本研究嘗試將和平島的地域特色產業石花凍的特色符碼轉換設計成新圖騰，並延伸至相關產品的視覺應用，期望能提升產品的文化意義與象徵意涵，創造漁村生活價值提升的新思維。

## （二）後續研究之建議

本研究僅以單一個案，探討地方文化特色在設計與運用過程中，所運用之資源、設計表現與價值創造的相關聯性，未來建議在針對漁村文化類似的相關研究時，不單只是將文化資產轉換為新圖騰而已，而是在新圖騰出現後，還能見到各項有形載體的多面向呈現，以及以遠端傳播的電子載體形式文化特色再現。同時，在這些不同層次的轉換效益上都可以再作進一步的深入探討。

徵引文獻

Tim Creswell, *Place: A Short Introduction* Jun (Chichester: Wiley-Blackwell 2004), pp16-49。

Wendy Griswold, *Sociology for a New Century Series (4th ed.)*, ( New York: SAGE 2012), pp15-37。

Intille, S. S., Tapia, E. M., Rondoni, J., Beaudin, J., Chuck Kukla, S. A., Bao, L., & Larson, K. (2003). Tools for Studying Behavior and Technology in Natural Settings. UbiComp 2003, LNCS 2864, pp. 157–174, 2003.

王韋堯，周穆謙，〈包裝可尋性及其設計差異區辨要素探索〉，《設計學報》，第 15 卷第 3 期 (2010.9)，頁 21-47。

加藤健郎，佐藤弘喜，佐藤浩一郎，松岡由幸，《デザイン科学概論：多空間デザインモデルの理論と実践》（東京：慶應義塾大学出版会，2018），頁 43-53。

平山弘，《ブランド価値の創造-情報価値と経験価値の観点から》（京都：晃洋書房株式會社，2007），頁 15-61。

田中章雄，《事例で学ぶ地域ブランドの成功法則》（東京：光文社，2008），頁 76-98。

何春蓀，《臺灣地質概論-臺灣地質圖說明書》（新北市：經濟部中央地質調查所，1975），頁 73。

余政龍，陸定邦，羅募旋，〈地方特色產業設計程序研究—以白河鎮蓮產業為例〉，《中華民國建築學會「建築學報」》，第 72 期 (2010.6)，頁 129-146。

李進益，〈地方博物館內/外的「地方感」差異：以南方澳漁村為例〉，《新竹：國立交通大學碩士論文》，(2006.9)，頁 4-19。

松岡由幸，《創発デザインの概念》（東京：共立出版，2013），頁 81-102。

板橋区産業經濟部産業振興課，《地域ブランドの発掘・活用による地域活性化

- に関する調査研究》（日本岐阜：日本印刷株式会社，2010），頁 3-6。
- 林柏成，〈台灣北部石花菜屬（*Gelidium* spp.）海藻採集的時空特性與永續經營研究〉，《台北：國立中國文化大學 碩士論文》，（2010.9），頁 55。
- 林福蔭，《希望的海》（台北：周大觀文教基金會，2007），頁 108-109。
- 俞建章，葉舒憲，《符號：語言與藝術》（台北：久大文化，1992），頁 221-280。
- 洪文忠，〈以地方特色產業作為地域振興之策略研究〉，《高雄：國立中山大學 碩士論文》，（2007.9），頁 5-10。
- 胡淑慎，連德仁，〈當代印文化符號應用於東方茶飲料包裝設計之研究〉，《商業設計學報》，第 13 期（2009.10），頁 77-96。
- 翁靜茹，〈基隆八斗子漁村再生策略之研究〉，《基隆：國立臺灣海洋大學 碩士論文》，（2015.9），頁 11-17。
- 財団法人北海道市町村振興協会，《地域資源を活かした地域活性化策に関する調査研究報告書》（北海道：財団法人 北海道市町村振興協会，2008），頁 51-66。
- 商工局産業振興課，《地域ブランドづくりのためのデザイン-IT 活用ガイド》（北海道：北海道經濟部商工局産業振興課，2009），頁 6-23。
- 張正宜，〈文化符碼轉譯之竹具造形設計〉，《台北：國立臺灣師範大學 碩士論文》，（2012.9），頁 16-24。
- 陳世一，《基隆漁業史》（基隆：基隆市政府，2001），頁 34-43。
- 陳建勳，管倖生，〈以設計帶動地方文化產業創新之相關議題研究的初探〉，《設計研究》，第 6 期（2006.7），頁 128-138。
- 黃淑芳，《台灣東北角海藻圖錄》（台北：國立臺灣博物館，2000），頁 130-131。
- 經濟部中小企業處，《中小企業白皮書》（台北：經濟部中小企業處，2005），頁 127-148。
- 廖世璋，《地方文化產業研究》（高雄市：巨流圖書，2016），頁 245-276。



airiti  
海洋文化學刊 第二十七期 (2019.12)

蘇秀婷，黃世輝，〈地方產業設施的服務設計〉，《設計研究》，第 9 期 (2013.7)，  
頁 109-118。

# **Makeover of Local Featured Industries- A study on Gelidium Jelly Package Design on Heping Island, Keelung**

*Chuang, Yu-Li\**

## **Abstract**

Heping Island locates northeast to Keelung Port and is one of the first places where the Westerners and Han Chinese reclaimed in North Taiwan. In recent years, Heping Island has issues similar to most of Taiwan's coastal villages: fish resources exhaustion prevailing low income of the inhabitants, employment difficulties and serious population outflow. Due to these problems, the development on Heping Island gradually declines. Thus, the economic transformation has become a priority and an inevitable trend for the place. The Heping Island has a variety of rich natural geographical and cultural resources, including coastal erosion landscape, historic monuments, cultural activities formed by the local climate, geographical resources, historical stories, traditional humanities and ethnic customs on Heping Island and discusses how these factors transform cultural graphic images which are applied to package design. At the same time, the article to shall examine the correlation between marine cultural and creative industries and how the image of the former is developed and applied in the development of regional characteristic industry based on the diversity of rich historical

---

\* Assistant professor, Bachelor Degree Program in Oceanic Cultural Creative Design Industries, National Ocean University.

airiti  
海洋文化學刊 第二十七期 (2019.12)

culture, collective memories and the shared values of the local residents.

Keywords : Heping Island, Local featured Industry, Gelidium jelly, Package Design

收稿日期：108.11.21