

# 公私協力推動客家節慶活動之研究： 以 2016 東台灣客家美食料理比賽為例

吳柏諺\*

## 摘要

近年來，各級政府透過舉辦「節慶活動」的方式結合觀光行銷與地方產業，節慶活動的辦理不僅可以短時間內吸引大量的人潮，亦可使地方的特色產業推廣出去。基此，客家委員會在辦理節慶活動時，也藉由客家節慶活動為地方行銷，並以活絡客庄經濟與產業為目標。

為推廣客家飲食文化及行銷客家飲食文化產業，自 2013 年開始客家委員會開始舉辦全國的客家料理比賽，到 2015 年則開始由地方政府主辦，並分為北、中、南、東四區辦理。2016 年東區由客家委員會與台東縣政府共同主辦，活動名稱為「2016 東台灣客家美食料理比賽」，並以「廚神遇阿婆」為主題，象徵東部客家人的在地化與二代移民特性。

本研究以 2016 東台灣客家美食料理比賽為研究對象，以公私協力理論為研究基礎，運用協力過程的四大面向：初始環境、協力過程與結構、協力互動限制、協力產出與課責探討，另以活動參與者的觀點，檢視其協力的成效。研究者亦親身參與觀察 2016 東台灣客家美食料理比賽辦理過程，以及深度訪談 5 位公部門、4 位私部門人士與 4 位活動參與者。探討客家節慶活動在推展的過程中，公私部門之間的運作模式，並理解此一公私協力所產出的成果，提出未來舉辦相關客家節慶活動之建議。

關鍵字：公私協力、節慶活動、客家文化、東部客家、客家美食料理比賽

---

\*國立臺東大學公共與文化事務學系公共事務研究碩士，電子郵件：[e0933424836@gmail.com](mailto:e0933424836@gmail.com)。

## 壹、前言

自 1980 年代客家運動風起雲湧，客家文化開始從壓抑中解放，客家飲食文化也從庶民的日常生活文化轉變為一項產業。節慶活動亦隨著時代的潮流，開始出現不同的各種型態，各級政府開始展積極辦理各式節慶活動，結合客家飲食文化的節慶活動亦隨之而起。

目前各級政府為推動地方觀光普遍皆以「節慶活動」方式結合地方產業發展地方特色，例如客家委員會舉辦的客家桐花祭、花蓮縣鳳林鎮公所舉辦的客家文化節等。節慶活動的辦理不僅可以短時間內吸引大量的人潮，亦可使地方的特色推廣出去，客家委員會在辦理節慶活動時，也藉由客家節慶活動為地方行銷，並以活絡客庄經濟與產業為目標(行政院研究發展考核委員會，2013)。

為推廣客家飲食文化及行銷客家飲食文化產業，自 2013 年開始客家委員會開始舉辦全國的客家美食料理比賽，到 2015 年則開始由地方政府主辦，並分為北、中、南、東四區辦理。2016 年東區由客家委員會與台東縣政府共同主辦，活動名稱為「2016 東台灣客家美食料理比賽」，並以「廚神遇阿婆」為主題，象徵東部客家地的在地化與二代移民特性。

客家美食料理比賽並非單純僅有料理比賽的活動項目，周遭亦舉辦客家美食製作體驗、客庄市集、料理秀、客家文物展覽、客家藝文表演等活動項目，儼然已經成為一場客家美食的嘉年華，從全國記者會宣布活動正式展開，在到初賽，以及宣傳與跨縣活動，最後到活動當天的決賽與系列活動，整個活動為期兩個月。藉由每年固定舉辦成為一年一度的節慶活動，不僅帶動地方餐飲產業發展外，也使客家飲食文化得以推廣與厚植。

綜觀相關文獻資料，探討公私協力發展節慶活動的研究甚多，然而目前國內針對客家飲食文化產業及公私協力相關的節慶活動研究文獻寥寥可數，劉還月(2001)指出，東部的客家研究缺乏有系統的調查與記錄，對於東部客家人基礎資料研究仍缺乏完整。因此當前在東部客家研究中，仍然大多著重在實質面或地區性的研究，例如語言、宗族或移民歷史等，尚少研究對客家飲食文化產業及節慶政策面做進一步探討。

故藉由本研究探討 2016 東台灣客家美食料理比賽是如何建構以公私協力治理的方式推動辦理，並想瞭解客家美食料理比賽活動對地方產生的效益。藉公私協力相關理論及研究文獻為基礎，試圖建構出一套本研究個案的公私協力關係模式，本文擬定從公私協力的理論觀點出發，並以個案研究的方式，

回答出本研究之研究問題：(1)2016 東台灣客家美食料理比賽籌辦前，構成公私協力的初始環境背景？(2)公私部門變成夥伴關係後，辦理 2016 東台灣客家美食料理比賽的協力運作結構與過程？(3)2016 東台灣客家美食料理比賽公私協力運作過程中遭遇到的問題與衝突？或是順利合作的原因？(4)探討 2016 東台灣客家美食料理比賽的課責與效益？(5)對未來舉辦客家節慶活動及客家飲食文化與產業之政策建議？

本研究藉「2016 東台灣客家美食料理比賽」之經驗，採用公私協力治理觀點，探討推動客家節慶活動過程中，公部門與私部門協力運作的模式及產生的效益，更要描繪出符合公私部門雙方需求的協力模式建議，為東台灣客家研究提供政策面的參考資料，也為日後推動以公私協力模式辦理客家節慶活動作為政策之參考。

## 貳、節慶活動的展現

### 一、當代台灣的節慶活動

節慶活動隨著時代的潮流與社會的變遷，已有不同的風貌，除了固有的傳統節慶活動外，一些根植於地方傳統文化的節慶活動藉著改良，以及行銷包裝，產生新的面貌，此外更有新興的新形態節慶活動，結合地方的歷史、地理、人文與產業，藉著文化行銷方式，以推廣地方產業，促進地方發展的地方新型態節慶活動，儼然已成為台灣節慶活動的新趨勢。Hobsbawm(1992)認為節慶的產生有「創立」和「誕生」兩種形式，一是出於人類刻意製造、建構而成；二是在一段時間內無形中形成(轉引自方偉達，2016)。

節慶活動的定義，Getz (1991)認為節慶活動是在一般例行活動之外，在經費贊助與組織運作兩者配合之下所形成的一種非經常性的發生或一次性的特殊活動，並具有以下特徵：對社會一般大眾公開、主要目的是針對某一個特定主題慶祝或展覽活動、舉辦的頻率可能是每一年一次或數年舉行一次、事先決定活動時間、節慶活動本身並不擁有硬體建築或結構、活動設計可能包含多個活動內容、舉辦活動地點相同。

節慶活動從傳統節慶，隨著社會變遷到今日的新形態節慶活動，節慶活動的類型呈現多元的發展。陳柏州與簡如邠(2004)依據台灣地方新興節慶的類型與效益，共分為藝術文化節慶、產業促銷與社區營造的節慶和創新傳承民俗祭典節慶三大類(表一)。「2016 東台灣客家美食料理比賽」歸屬於產業促銷與社區營造的節慶活動，產業促銷與社區營造的節慶主要是行銷地方產業，以文化包裝地域特色的新型態節慶。地方政府透過新型態節慶，得以達

到行銷地方與提昇地方的經濟效益。

表一 新型態節慶的三大類

類型	目的	案例
藝術文化節慶	以發展觀光的文化節慶與藝術展演，以國際視野為觀，做東西文化的交流。	宜蘭國際童玩藝術節、花蓮國際石雕藝術節、台東南島文化節等。
產業促銷與社區營造的節慶	行銷地方產業，以文化包裝地域特色，結合社區總體營造。	白河蓮花節、麻豆文旦節、新埔柿餅節等。
創新傳承民俗祭典的節慶	將傳統節慶予以創新，賦予新意義、新觀念和新作法。	高雄內門宋江陣文化季、台中媽祖文化季等。

資料來源：台灣的地方新節慶，陳柏州、簡如邠，2004，台北縣：遠足文化

Getz(1999)依據節慶活動的內容分類，可分為：文化節慶、藝文活動、商貿及會展、競賽或教育科科學事件、休閒事件、政治或政治事件、私人事件(表二)。本研究個案主要為競賽活動，但周邊活動亦包含商貿及會展、休閒、藝文等活動內容。

表二 節慶的內容分類

活動內容	說明	實例
文化節慶	包括節日、宗教節慶、歷史紀念活動。	乙未客家戰役文化季、宜蘭頭城搶孤、端午節
藝文活動	音樂會、表演、文藝展覽、授獎儀式。	金曲獎頒獎典禮、客家大戲、貢寮海洋音樂祭
商貿及會展	展覽會、展銷會、博覽會、會議、廣告促銷、勸募、籌募活動。	亞太城市高峰會、慈善晚會、綠色博覽會
競賽、教育科學事件	研討班、專題學術會議、學術討論會、學術大會、比賽競技。	台東國際鐵人三項競賽、國際學術研討會
休閒事件	遊戲與趣味體育、娛樂。	電競比賽、關渡賞鳥季、台灣國際蘭展
政治、政治事件	就職典禮、授勳儀式、貴賓觀禮、群眾集會、紀念日	總統就職典禮、國慶大典、二二八和平紀念日
私人事件	個人慶典如周年紀念、家庭假日，社交事件如舞會、同學、聯誼會。	婚禮、同學會、作忌日

資料來源：*Festival, Special Event and Tourism*, by Getz, D.,1991, New York: Van Nostrand

在節慶活動的功能上，陳其南(1995)認為節慶活動具有加強社區意識、凝聚地方共識等功能，透過整個節慶活動的籌劃到舉行的過程中提供社區民眾重新認識人與人的關係，以及與社區環境和文化之間的關係的機會，節慶活動同時可作為間接達成其它各項各奢總體營造的內容之策略，例如協助地方特有產業開發與推償、地方文化重新包裝等。游瑛妙(1999)則認為節慶活動具有地方經濟開發、觀光開發及增加觀光收益、提供民眾休閒遊憩的機會、保存文化傳統與藝術、形象塑造、社區營造與凝聚力、信仰與心靈寄託、各種商品的促銷、教育與意識宣導、提高活力與能見度、促進文化發展與提升民族情感等功能。

隨著社會的變遷，許多節慶活動的規模日益擴大，產生新的質變，並產生許多經濟及觀光發展上的功能，不在僅限於傳統民俗活動的形式，公部門對於節慶活動的主導比重也漸增(行政院研究發展考核委員會，2013)。辦理地方節慶活動具有宣傳與廣告的性質，可以宣傳地方特色及行銷在地觀光，更能為政府機關首長作「政績」宣傳，以提升選民支持及凝聚地方意識。目前台灣各級政府機關皆熱衷於辦理節慶活動，因節慶活動可在短時間內吸引人潮，可以為首長宣揚政績，也可增加當地產業經濟發展的機會，並藉著活動凝聚當地居民，宣傳地方特色，匯集觀光人潮，型塑地方形象。節慶活動便在政府的政策運作之下，已具有發展觀光與活絡經濟產業的多元功能。

節慶活動已不再僅是以往民俗慶典的形式，現代的節慶活動朝向多元化的發展，尤其是加入地方經濟與產業的發展促進，使得節慶活動更顯多樣貌，此外藉著節慶活動來凝聚地方意識、提供休閒遊憩、促進文化發展、提升經濟產業、教育宣導與自我成長、行銷地方及觀光發展等多項功能，如今節慶活動的功能也非單一，而是兼具各種功能。

## 二、 當代的客家節慶活動

客家委員會辦理客家節慶活動是為了發揚台灣客庄許多具有文化歷史傳承的節慶，達成扎根客家文化、活化客庄發展、行銷客庄觀光、帶動當地經濟發展等目標，同時具體實踐產業文化化、文化在地化、行銷客庄、帶動觀光之政策目標(行政院研究發展考核委員會，2013)。因此客委會辦理及協助各式活動時，所強調的是發展各地方的客庄特色，保留客家文化，讓大眾認識客家歷史與藝術，也為了提振地方產業活動，使原本固有產業或新興產業得以發展，連帶促進地方經濟發展、繁榮客庄，並促使客家文化重新深耕，振興地方產業。

在《99年至100年全國客家人口基礎資料調查研究》(行政院客家委員會, 2011)中, 客家民眾對於行政院客家委員會未來推動客家文化的具體建議方面, 其中認為「多舉辦客家相關文化的活動」(37.1%)比率占最多, 而「客家美食推廣活動」(7.8%)也占前三名。具體建議如: 鼓勵客家民眾多使用客語、舉辦客家文化活動、客家文物展、客家美食小吃、教唱歌謠等延續客家的文化, 並讓客家人與非客家人都可以認識客家文化, 而這些活動應該要具有整體的規劃。

近年新興的客家慶典, 更是形塑出來的客家意象, 運用嘉年華會式的祭典方式包裝呈現, 才逐漸被社會大眾所認同(黃玉晴, 2016)。客委會自2009年起, 透過對各直轄市及縣市政府、鄉、鎮、市、區公所、立案民間團體等單位補助, 整合行銷的方式串連各地的客家傳統節慶, 每月至少一節慶, 並兼顧北、中、南、東地區平衡的原則下, 以客家文化內涵、精緻度、在地特色為優先, 除納入原本由客委會主辦的「客家桐花祭」、「六堆嘉年華」和「客家傳統戲曲收冬戲」三大活動外, 亦選出各具地方特色的客家代表節慶活動(行政院研究發展考核委員會, 2013)。

然而, 除了具有悠久歷史的傳統客家節慶活動外, 近年來亦有一些客家節慶活動是政府所創新舉辦, 其中「客家桐花祭」即是新創節慶活動最明顯的典型代表之一。桐花祭是客委會成立後, 首次成功推動的大型創新客家節慶活動, 結合了客家文化、創新創意、地方行銷、產業宣傳於一體(孫煒, 2018)。有別於傳統的客家節慶活動, 透過創新的文化包裝來達成活絡產業、文化振興、地方凝聚、促進觀光等政策目的。

透過舉辦各式客家節慶活動, 達到客家文化的傳承與振興, 不僅讓客家族群延續客家文化, 增進客家文化認同, 也讓非客家人認識客家文化, 藉以將客家文化發揚, 也能促進客家產業之經濟效果。

## 參、公私協力理論探討與分析架構

### 一、公私協力的發展與意涵

公私協力的理論發展成熟, 於1980年代在英美地區開始興起, 並廣泛使用, 美國雷根政府大量削減政府的權力與規模, 結束過去萬能政府的時代, 並大力倡導公私協力, 同時間的英國也面臨經濟不景氣與預算赤字, 契爾夫人擔任首相大力推動公私部門合作, 透過公私部門協力的方式推動都市更新, 解決都市中心衰敗的形況。英美兩國的地方政府以不同以往的創新方式來解決公共問題, 公私部門的關係由陌生轉變成競爭合作, 政府部門開始主動尋

找私部門參與協力合作，於是「合作關係」(cooperation)與「協力關係」(partnership)便產生，政府的改造因而更具效率與品質，政府的服務不再只強調公平性原則，並更能提供符合民眾需求的高服務品質服務，公私部門間的合作基此開始盛行並普遍被使用(簡莉莎，2003)。

台灣在解嚴之前，政府的自主權相當高，私部門少有公開管道可以影響公共政策(吳英明，1996)。1980年代台灣經歷了政治民主化、經濟自由化、社會多元化等體制變遷，在受到全球化的浪潮下，也不免轉變公私部門的組合型態，1990年代依據新公共管理的理論與精神，開始展開政府再造與政府改造，政府的角色與定位始得轉變，私部門對於政府影響力漸增，公私部門間協力合作提供公共服務(孫煒、蕭全政，2013)。

國內外學者們對於公私協力的看法不一，尚未有一個明確的定義共識，對公私協力的名詞也未統一，在80年代公私協力概念興起時，認為公私協力即是政府部門與民間企業、非營利組織或社區等私部門共同分享彼此資源，例如Calvin Bradford(1983)認為，公私協力提供了新經濟發展的可能性，分享整個社區、政府與私部門的資源。到90年代後公私協力理論的又更進一步發展為動態的合作過程，除了資源共享外，亦強調目標建構、平等互惠、功能定位、互相信賴、責任分擔等，對於公私協力的過程與論述有了細膩的定義，例如吳濟華(1994)認為，公私協力即是公私部門在協力互動過程中，形成平等互惠、共同參與、責任分擔的關係；公私部門在處理公共事務的過程，公私部門基於平等地位，透過雙向水平的方式建立共識，形成相互依賴、共生共榮的關係。爾後，公私協力理論的發展更趨於成熟，各學者對於公私協力的每一個環節定義也更於明確精準。

綜觀國內外學者對公私協力的理論觀點，可整理出以下重點：其一公私協力的必須是針對一項公共服務、公共事務或公共問題而產生協力的關係；其二公私部門皆基於共同的目的與目標；其三公私部門間須共同合作、互相溝通、分享資訊與資源、彼此信賴；其四公私部門須共同面對產出的結果與責任。本研究依據所研究之主題將公私協力做出以下的界定：「公私部門具有共同目標，以互信關係為基礎彼此依賴，互相分享資源、專業服務、權力、策略、資訊與功能，透過權責分工各司其職，並共同承擔責任、共創與共享成果。」

## 二、形成公私協力的要素

公私協力的治理具有來自不同部門組織的參與者，在共同的目標下彼此

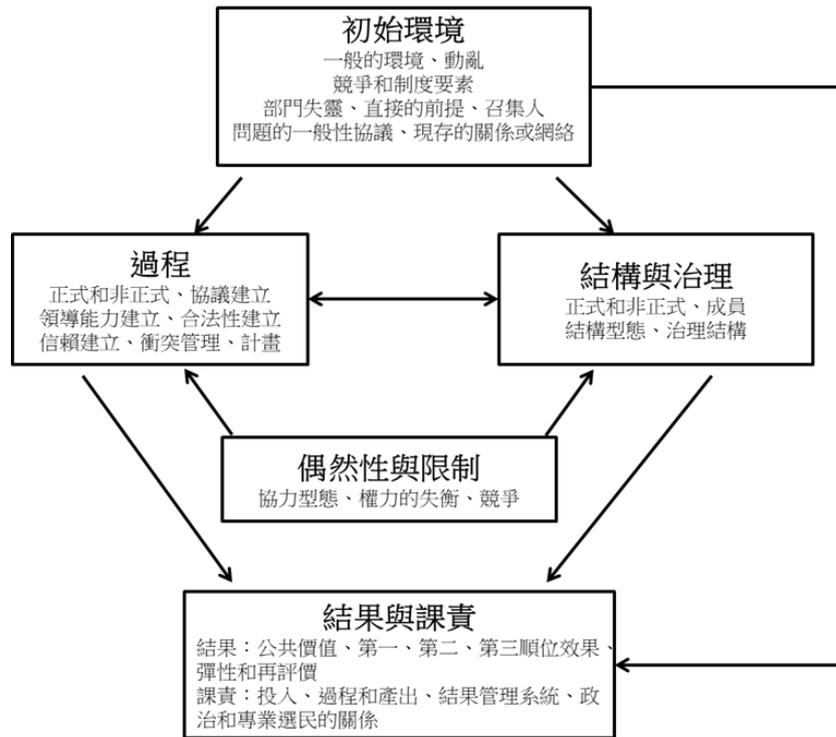
相互合作與依賴，形成一政策網絡。吳信慧與陳定銘(2010)在客家節慶活動的政策網路關係研究中認為，政策網路是一群具有自主性多元行動組織，透過彼此資源互賴與權力交換互動合作所建立關係，為完成共同利益而組成，將政策網路的形成提出四個構面要素，分別為(1) 確認網路利益關係人及資源：即公私部門部門之間，藉各擁有不同的權責、資源成為互賴關係，成為利益共同體與政策網絡，因此網絡建構前須確認主要網絡參與者及擁有重要資源為何；(2) 互動模式建構：公私部門間彼此溝通方式與配合需求是否充足即具公平合理；(3) 信任關係建構：公私部門之間的資訊是否公開透明，及共同決策與合作機制是否具備良好信任關係；(4) 夥伴關係建構：公私部門雙方合作的滿意度、遵守彼此承諾、合作穩定性、預期目標結果與個別組織願景的達成等作為夥伴關係建構的要素，影響未來是否持續合作意願。

協力的要素可作為形成協力網絡的指標，更能用於分析政策網路成員協力運作的過程與互動程度，Martha Blue-banning, Jean Ann Summers, H. Corine Frankland, Louise Lord Nelson & Gwen Beegle (2004；轉引自陳恆鈞、張國偉，2005) 提出了六項影響協力運作的重要因素，分別為(1)溝通 (communication)：公私部門之間資訊流通的完整正面，影響列運作的品質與效率，可分為組織內與組織外的溝通，兩者皆可再分為正式與非正式溝通；(2) 承諾 (commitment)：個人對某特定組織的認同與投入態度的對強度，組織承諾可分為情感性承諾、持續性承諾及規範性承諾；(3)公平 (equality)：參與協力的成員之間，在資源分配或決策上是否具公平性，可分為分配公平、程序公平及制度公平；(4) 技巧與能力 (skills & capacity)：意指協力參與者所具備的智慧、知識與技巧，如領導者的領導統御能力、專業人員的專業技術能力等；(5)信任 (trust)：指成員對彼此的規則、誠實、合作有所期待，且具共有的規範與價值，形成成員彼此間的信任程度；(6) 尊重 (respect)：指看待他人或自己的正面評價，包括能力、正要性與價值。

### 三、公私協力的運作架構

2016年東台灣客家美食料理比賽在辦理的過程中，涉及到中央到地方及全國到地方的不同公私部門，也跨越不同區域，在實務運作上涉及的夥伴關係多元且複雜。目前跨部門治理相關的文獻中，大多數研究仍著重於單一個案的政策面分析，能夠清楚整合跨部門治理相關概念之研究仍屬少數(劉麗娟，2015)因此，本研究以 Bryson, J. M., Crosby, B. C., & Stone, M. M. (2006) 的「理解跨部門協力架構」(A Framework for Understanding Cross-Sector Collaborations)作為理論架構基礎(圖一)，陳定銘、陳樺潔、游靖宇(2012)指

出，「理解跨部門協力架構」是一個完整協力治理模型，從政治、經濟、社會、組織、政策與非營利組織等要素探討協力，並考慮各項協力的要素，完整描繪出協力運作的動態過程。



圖一 理解跨部門協力架構

資料來源：“The Design and Implementation of Cross-Sector Collaborations : propositions from the literature,” by Bryson, J.M., Crosby, B. C., & Stone, M, M., 2006, *Public Administration Review*, 66(S1), 44-55.

Bryson et al. (2006)的跨部門協力架構，從協力網絡形成前的初始環境為出發，即是指跨部門治理行形成之前，網絡的初始狀態與組織間的關係；接著是協力的過程面向，協力之初有關協議的型態與內容，將會影響協力運作的結果；其三是治理與結構，包含成員關係、結構組成與治理結構等正式與非正式的治理機制；而在協力互動的過程中會有偶發事件與限制，會影響影響協力的過程、結構、治理與結果；最後是協力所產出的結果與課責，產出的部分包括公共價值、第一、第二、第三順位的效果及再評價，課責部分則是依循投入、過程和產出，使用多樣性的方法來蒐集資料，建立在政治和專業選民關係的管理系統。

本研究探討公私部門如何共同協力合作，並達成客家節慶活動所產生的外部效果，分析客家節慶活動政策的環境背景、協力過程與結構、協力的限制及產出正負面成果等因素。基此，將採用 Bryson 等人的理解跨部門協力架構作為本研究架構的基石，並融入其他學者對公私協力之論點後，進行調整提出修正的協力運作架構。

## 肆、研究個案：2016 東台灣客家美食料理比賽

### 一、客家文化的復甦

客家人在台灣算是弱勢的族群，尤其在一些客家人口較少、較分散的客家地區，客家的語言與文化逐漸地受到福佬族群的影響，這些被福佬人同化的客家人被稱之為「福佬客」，客家人面臨語言與文化的嚴重消失問題，亦因為過去國語化政策推行與福佬沙文主義的影響，客家文化漸處邊陲。

直至 80 年代受到全球化、民主化與本土化的影響，台灣的政治、經濟及社會都逐漸開放，開始展開一連串的客家運動，從《客家風雲雜誌》的創辦指出客家的問題與危機，凝聚客家族群意識，後來順勢發起了「1228 還我母語運動」，萬人在台北大遊行，爾後相繼有各種客家社團、學術研究、傳播媒體等紛紛興起(王保鍵，2011)，客家文化蓬勃發展且日益備受重視，到政黨輪替後 2001 年「行政院客家委員會」成立，2010 年通過「客家基本法」，2017 年通過條文明定「客語」為國家語言，客家文化面臨的消失危機，逐漸受到重視，並受到政府在政策上的支持，時至今日客家文化的發展呈現多樣貌，藉由各種多元的客家節慶活動、美食、音樂、戲劇、藝文、電視、廣播等各式各樣的方式呈現，展現客家文化的活力。

### 二、東台灣客家文化的背景

長久以來，東台灣的客家學術研究一直少有著墨與關注度明顯不足。東部客家文化<sup>1</sup>擁有獨特的「二次移民」的特性，日治時期開始有大量的客家人移入東台灣，在日本的國勢調查中記載，1915 年到 1940 年間漢人在東部地區急遽增加，尤其是客家人的遷徙，客家人口增加八倍，1940 年後漢人的人口已超越東部所有原住民的總和(黃靖嵐，2008)。由於當時西部的客庄多位於丘陵地區，土地少且過度集中、土壤貧瘠、人口過多、樟腦與茶葉

---

<sup>1</sup>通常「東部客家」，指的是花蓮和台東的客家人，不包含宜蘭(馮建彰，2000)，然而本研究認為，宜蘭地區客家族群雖然歷史發展較早，但亦有花東地區客家族群二次移民的特性與歷史，故將宜蘭視為本研究東部客家的範疇。

產業衰退，以及風災、水災、地震等災害，形成了西部客庄向外遷徙的推力，再加上地廣人稀的東部成為了當時人口東移的拉力，客家人大量的移入東部開發。在戰後國民政府時期，苗栗八七水災後有一批客家人因來到東部謀生、種植香茅，此外亦有因親友的介紹，或經濟因素來東部工作的客家人。

綜觀東部客家的歷史，不過一百多年的時間，發展的歷程與三百多年前就開始移墾的西部有很大的不同，來到東部的客家移民，以農業移民佔大多數，且大多屬於本島客家二次移民。東部的客家族群歷經了二代移民的歷史，遷徙到東部接觸到不同的族群與文化，使得東部的客家文化與西部客家文化相比，具有不同的樣貌與特色。東部因為地形的關係形成了屏障，使得東部宛如桃花源般，從最早定居的原住民，到後來的客家人、閩南人、外省人等，不同的族群為生活共同合作，彼此融合，甚至通婚，早期初來到東部開墾的客家人也會和原住民以物易物交換生活所需物資，這樣的文化密切交流下因而形成東部特殊的文化樣貌。在東部很少有單純的客家聚落，大多是原住民與客家人或其他族群混居，客家文化經歷二代移民到東部後，原有對西部客庄的記憶與文化隨著下一代的立業成家已逐漸模糊，逐漸地在本地化，產生許多東部特色的客家文化特性。

客家人移居到東部後，為了適應東部的環境逐漸在地化，蘇祥慶(2012)指出，東部客家族群的在地化具有「依附」與的現象：(1)「依附」指昔日客家族群受國家政策限制所導致的空間區位決策，戰後隨著人口流動與都市發展，族群混居之情形日漸普遍；(2)「隱身」指客家族群與在地原住民因互動與學習導致族群識別度的模糊，隨戰後歷經社會經濟變遷與都市化之影響，今日已少見得以藉由聚落型態、外觀等空間配置辨別居民族群屬性之聚落。

未來如形塑東部的客家文化，透過政策的規劃、客家節慶活動的舉辦，或藉由客家飲食文化與產業，來建構東部的客家意象，凝聚下一代的客家族群意識，發展與串聯東部的客家族群與文化意象，是本研究重點。

### 三、客家飲食文化產業與節慶化

客家飲食文化是客家文化建構中重要的要素，客家飲食文化從日常生活的庶民文化，後來逐漸產業化，成為客庄地方特色產業，透過客家的飲食所傳遞的文化價值，讓我們可以藉此理解客家的社會、文化、飲食歷史脈絡與特性。

自 1980 年代客家運動興起開始，客家飲食逐漸備受重視。賴守誠(2006)

指出,1951-1982 年間客家菜主要是作為移民鄉愁的抒發與記憶的回顧;1983 到 1991 年間客家菜開始呈現具有現代化意義的面貌,客家菜被共同認知是客家民俗文化的核心要素;1992-1999 年間客家飲食受到消費文化影響,被商品化、多樣性、符號性、經驗性、波動性所穿透。客家飲食在現代資本主義及現代消費文化下,從日常生活的飲食文化,轉變為一飲食文化產業的消費模式。

1994 年行政院文建會展開「社區總體營造」,連帶影響各級政府展開推動「產業文化化」及「文化產業化」,文化相較於產業,文化處於上位的概念,產業則是文化的基礎,相較於文化是處於下位的概念,因此是先有產業才發展出文化(張世賢、汪家源,2006);在 2001 行政院客家委員成立後,客家飲食文化產業更是大受受到政策上的支持,客家飲食的相關產業,如客家食品公司、客家餐廳等快速增長,一些國內食品大廠開始推出標榜客家特色的產品(如梅干扣肉罐頭、客家粿粽等),客家餐廳數量亦呈現倍增,許多經營者基於興趣投入客家餐飲市場或其他餐飲業轉型成客家餐廳。客家飲食文化產業即是文化產業化、產業文化化的代表,客家飲食文化是存在於一般客家民眾的日常生活當中,然而將客家的飲食文化帶出家門,透過文化動機賦予產業增值發展成文化產業的形式,從家常料理或鄉村社群為主的市場走向大眾消費市場的商業運作模式,使客家料理在消費主義下與日式、韓式、泰式等其他料理競爭,客家料理隨著社會變遷在現代消費文化下逐漸崛起,成為消費者的選擇之一。

在客家飲食文化產業的節慶化方面,賴守誠(2010)指出 1994 年文建會以新的政策手法,引導個地方建立屬於自己的文化特色,積極推動「社區總體營造」與「產業文化化、文化產業化」作為文化政策的行動主軸。許多地方的產業文化工作者即在此過程中,結合政府部門的資源,型塑與建構各式各樣的產業文化活動。各地以各家族群為主的地區,舉辦了各式各樣結合「客家文化」與「在地產業的推廣活動,其中最具知名度的是客家桐花祭,客家飲食文化也迅速擠身這一系列台灣本土文化真興在造的文化工程中。借助「活動」設計與「節慶」營造,可以將客家飲食文化帶入經過對象化、實體化及商品化等樞紐車站的產業化快捷軌道,這正是台灣客家飲食文化近 20 年還最為引人注目的發展途徑。

客家委員會在未成立之前,客家飲食的推動力量來自於各個民間組織或地方政府單位(賴守誠,2010),例如苗栗銅鑼鄉舉辦杭菊柿餅節推出客家風味餐、高雄美濃舉辦黃蝶祭活動中推廣美濃板條等。客委會 2001 年 6 月成

立後，陸續舉辦各式客家飲食文化節慶活動，或將飲客家食文化結合再客家節慶活動當中的一環。客委會在客家家飲食文化政策的走向，亦從早期的注重烹飪製作與產品，逐漸轉變重視餐廳經營、行銷、觀光、消費等層面，不僅兼顧傳統，亦要強調創新的開發(賴守誠，2015)。客委會延續客家飲食文化方面文化命脈的方式，不僅將客家飲食文化「產業化」與「企業化」，更積極推動客家飲食的「精緻化」與「高級化」(賴守誠，2008)。

#### 四、2016 東台灣客家美食料理比賽發展背景與內容

客家委員會舉辦客家美食的比賽活動自 2013 年開始到 2016，已是第四年舉辦，過去前兩次的客家美食料理比賽皆是全國統一辦理，2015 開始則由各地方政府主辦，以期待活動更能展現地方客家飲食文化特色。2016 年的客家美食料理比賽主題訂為「客家  $\alpha$  堵着創意  $\beta$ ...當有藝思」，意即當客家傳統食材  $\alpha$ ，與創意廚藝  $\beta$  相遇時，激發全新多元文化火花，並將全國分為北、中、南、東四區辦理，客家美食料理比賽並非單純僅有料理比賽的活動項目，周遭亦舉辦客家美食製作體驗、客庄市集、料理秀、客家文物展覽、客家藝文表演等活動項目，成為一年一度的客家美食嘉年華，本研究將針對東區的活動做個案探討。

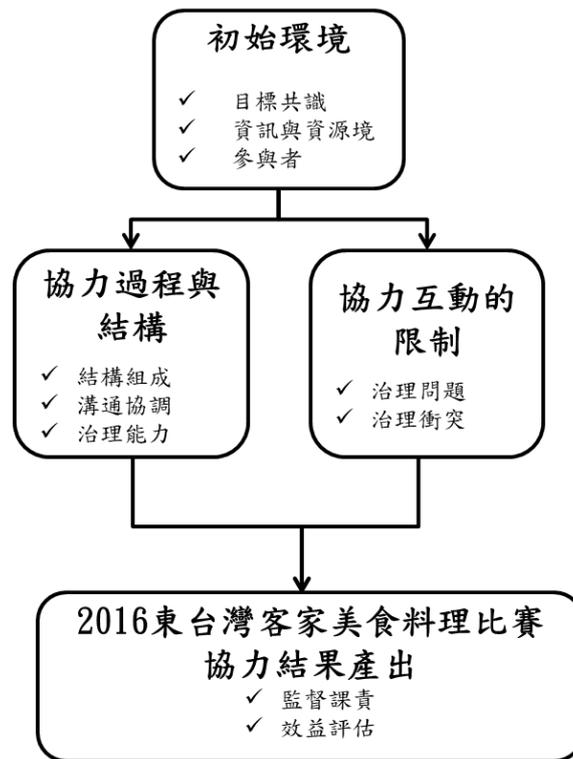
為提升東台灣客家文化的認同與三縣市客家美食產業的提昇，2016 東台灣客家美食料理比賽活動由台東縣承辦，主題定為「廚神遇阿婆~客家好煮藝」，為開展東台灣的客家好客特色產業，並發揚東部客家文化之獨特性，結合台東縣、宜蘭縣、花蓮縣之力，齊來推展宜花東三縣市的客家料理美食。藉東台灣客家美食料理比賽吸引更多人投入創發客家新料理、融入客家飲食，將客家美食結合三縣市客家飲食文化產業的發展。

2016 東台灣客家美食料理比賽由台東縣主導串連三縣市的客家料理業者，促進交流與集體共識，發展三縣市的客庄美食品牌意識，並透過與在地的客家社團組織與民間力量共同協力合作展現東部客家風情與行銷客家餐飲業者，透過此活動，帶動消費熱潮與商機，並經由社群經營資訊與贊助廠商的合作，增加東部客家飲食文化產業的露出機會，提升消費者對東部的客家美食之印象與能見度，同時活動計畫以在地食材融入客家元素、打造成全新的客家餐飲文化，未來更期許串聯東部客家飲食文化產業達到可推動的「客家飲食文化廊道」，進而以飲食、在地文化特色促進東台灣客家聚落的蓬勃發展。客家美食料理比賽並非單純僅有料理比賽的活動項目，周遭亦舉辦客家美食製作體驗、客庄市集、料理秀、客家文物展覽、客家藝文表演等活動項目。

## 伍、 研究方法與設計

本研究除了藉由半結構式深度訪談、文獻分析法外，再藉由研究者的參與型觀察法，實際觀察與記錄 2016 東台灣客家美食料理比賽的協力運作過程與狀況，藉由主觀與客觀的感受加以分析，交織出本研究之目標。

本研究以 Bryson et al. (2006)的「理解跨部門協力架構」作為研究架構基礎，並加入陳定銘與吳信慧(2010)的「政策網路形成構面」及 Martha Blue-Banning et al. (2004；轉引自陳恆鈞、張國偉，2005)的「影響協力運作的重要因素」等論點，型塑出本研究公私部門協力運作的分析架構(圖二)，並區分為「初始環境」、「協力結構與過程」、「協力互動的限制」、「協力結果產出」四大主構面<sup>2</sup>，各主構面又在分再分為次構面，如表三表示。



圖二 本研究公私協力運作的分析架構

資料來源：本研究整理

<sup>2</sup>本研究架構參照陳定銘與吳信慧(2010)的「政策網路形成構面」及 Martha Blue-Banning et al. (2004；轉引自陳恆鈞、張國偉，2005)的「影響協力運作的重要因素」後，將 Bryson 等人 (2006) 原本提出的「理解跨部門協力架構」中的過程、結構與治理合併為「協力結構與過程」，偶然性與限制修改為「協力互動的限制」，結果與課責修改為「協力結果產出」。

表三 本研究架構引用之理論

構面	次構面	引用之理論
初始環境	目標共識	<ul style="list-style-type: none"> <li>理解跨部門協力架構：召集人、一般性協議形成</li> <li>影響協力運作的重要因素：承諾</li> </ul>
	資訊與資源	<ul style="list-style-type: none"> <li>理解跨部門協力架構：部門失靈</li> <li>政策網路形成構面：確認網路利害關係人及資源</li> </ul>
	參與者	<ul style="list-style-type: none"> <li>理解跨部門協力架構：現存的關係或網路</li> <li>政策網路形成構面：確認網路利害關係人及資源</li> </ul>
協力過程與結構	結構組成	<ul style="list-style-type: none"> <li>理解跨部門協力架構：正式協議的建立、合法性建立、計劃、治理結構</li> </ul>
	溝通協調	<ul style="list-style-type: none"> <li>理解跨部門協力架構：信賴建立</li> <li>政策網路形成構面：互動模式建構、信任關係建構</li> <li>影響協力運作的重要因素：溝通、信任</li> </ul>
	治理能力	<ul style="list-style-type: none"> <li>理解跨部門協力架構：領導能力建立、正式與非正式</li> <li>政策網路形成構面：互動模式建構</li> <li>影響協力運作的重要因素：技巧與技能</li> </ul>
協力互動限制	治理問題	<ul style="list-style-type: none"> <li>理解跨部門協力架構：突發的計畫、協力型態</li> </ul>
	治理衝突	<ul style="list-style-type: none"> <li>理解跨部門協力架構：權力的失衡</li> <li>政策網路形成構面：互動模式建構</li> <li>影響協力運作的重要因素：公平、尊重</li> </ul>
協力結果產出	監督課責	<ul style="list-style-type: none"> <li>理解跨部門協力架構：投入、過程和產出、結果管理系統、政治和專業選民的關係</li> </ul>
	效益評估	<ul style="list-style-type: none"> <li>理解跨部門協力架構：公共價值、第一、第二、第三順位效果、彈性和再評價</li> <li>政策網路形成構面：夥伴關係建構</li> </ul>

資料來源：本研究整理

基於上述各次構面引用之理論內涵，以 Bryson et al. (2006)的理解跨部門協力之協力模型為理論基礎，結合陳定銘與吳信慧(2010)政策網路形成構面及 Martha Blue-Banning et al. (2004；轉引自陳恆鈞、張國偉，2005)的影響協力運作的重要因素，再更進一步的定義出本研究架構中，如表示表示。

表四 本研究各次構面之定義

構面	次構面	本研究次構面定義
初始環境	目標共識	協力治理未形成前，成員對與環境的認知與態度，並且如何構成協力治理的共同點與初步的協議共識，對其共同目標認同的強度，其中是否有倡議者連結建立共同的目標，形成協力治理機制的基礎。
	資訊與資源	理解各部門所擁有的資源與資訊，藉以檢視其缺乏的資源與資訊，因而產生部門失靈需要與其他部門協力合作，彼此交換資源與資訊解決部門失靈，達成共同完成目標。
	參與者	確認協力網絡中公私各部門的主要參與者與其角色定位，例如領導者、執行者、中介者等，以及各部門間在協力治理網路形成前的關係或現有網路。
協力過程與結構	結構組成	利害關係人所建立的協力網絡的結構，結構型態與特性，網路成員間的互動形式，網路成員的工作任務分工，及網路結構受環境的影響。
	溝通協調	指雙方訊息的傳送與接收，影響溝通協調包括資訊是否完整正面流通，公私各部間的溝通的流暢度與品質，意見是否被採納認同或傳達，公私各部門間彼此信任的程度，對其他部門是否有信心。
	治理能力	是否有倡議者在不同層面提供正式與非正式的領導能力，倡議者的資源整合與協調能力，協力治理中正式與非正式的治理機制，是否有良好合作機制，各部門是否能提供所協力所需的資源與技能，並能彼此配合。
協力互動限制	治理問題	即網絡發展問題與限制，協力網絡隨者時間發展的過程中，可能產生網路發展、目標任務、成員互動等的突發狀況問題，以及協力網路中關鍵的成員面對突發事件時的解決能力。
	治理衝突	造成的協力夥伴產生衝突的因素，協力互動的過程中產生衝突、權力失衡，公私各部門間分配資源、決策與目標認知上在主觀認知上是否具公平性，協力網絡的關鍵者如何運用資源與策略處理衝突與失衡。
協力結果產出	監督課責	評斷協力過程中的投入、過程與產出，藉以檢視協力夥伴責任與策略的必要性，藉由自我課則、相互監督，為協力的結果提出改進之處。
	效益評估	跨部門協力所產生的結果、效益與價值，協力產出結果的滿意度與達成度，亦包含協力的過程的效果，協力結束後的態度。

資料來源：本研究整理

本研究為更理解本研究個案所帶來的效益，以參與者的角度與觀點理解本研究公私協力的過程感受，並用以檢視公私協力推動客家節慶活動之成效，利用三角驗證法，輔以交叉比對公私部門的訪談內容。並將訪談大綱分為三個構面，一是客家節慶活動參與，二是客家產業與文化再現，藉以比較與理解參與協力的公私部門與活動參與者之間的認知是否有落差。

表五 本研究參與者訪談構面內容界定

構面	內容界定
初始環境	參與客家節慶活動前，對當前的環境的看法，諸如政策、產業、文化的面向，以及包含以往的經驗，藉以理解對當前客家環境背景的看法和本研究個案的契合度。
客家節慶活動參與	參與客家節慶活動過程中，所感受到的體驗與認知，理解參與者對參與客家節慶活動的動機及參與的觀感。
客家節慶活動效益	參與客家節慶活動過程後，對本活動的評價、結果與效益的評估，藉以理解活動效益是否與參與者感受到的一致。

資料來源：本研究整理

訪談對象分為公部門、私部門及參與者，其中公部門與私部門將以公私協力之架構進行訪談，以理解協力之初始環境、過程與結構、互動限制及結果產出四大面向訪談；參與者則以初始環境、客家節慶活動參與客家節慶活動效益共三大面向進行訪談，以理解活動不同面向之效益，並回頭檢視研究個案公私協力之成效，規劃訪談 5 位公部門、4 位私部門人士與 4 位活動參與者，受訪名單如下表：

表六 本研究訪談對象

部門	訪談對象	訪談原因	
公部門	中央政府	客家委員會產業經濟處課長	活動主辦單位
	地方政府	台東縣政府民政處客家事務科長	活動主辦單位
	地方政府	宜蘭縣政府縣長秘書	協助宜蘭地區宣傳及比賽團體邀約
	地方政府	宜蘭縣政府客家及多元族群事務科	協助宜蘭地區宣傳及比賽團體邀約
	中央政府	行政院東部聯合服務中心客	協助花蓮地區宣傳及比賽

		家組專員	團體邀約
私部門	非營利組織(在地)	台東縣客家文化發展協會理事長	協助活動策畫與執行
	企業	承辦廠商公關公司專案人員	負責活動策畫與執行
	非營利組織(在地)	關山德高社區發展協會理事長	協助活動執行
	非營利組織(全國)	台灣客家美食交流協會理事長	本次活動專業諮詢與提供評審
參與者	文化工作者	客語薪傳師 A	熟悉地方文史工作者並有參與活動
	文化工作者	客語薪傳師 B	熟悉地方客家文化並有參與活動
	參與者	在地客家餐廳業者 A	參與比賽活動
	參與者	在地客家餐廳業者 B	參與比賽活動

資料來源：本研究整理

## 陸、公私協力推動客家節慶活動之解析

本研究客家節慶活動之個案「2016 東台灣客家美食料理比賽」從 2012 年開始舉辦，迄今已經邁入第四年，在辦裡的方式從中央單位主辦開始，至今演變成中央單位與地方政府共同主辦，辦理形式已趨定型。以下將以本研究之架構，針對公私協力推動客家節慶活動的過程分析。

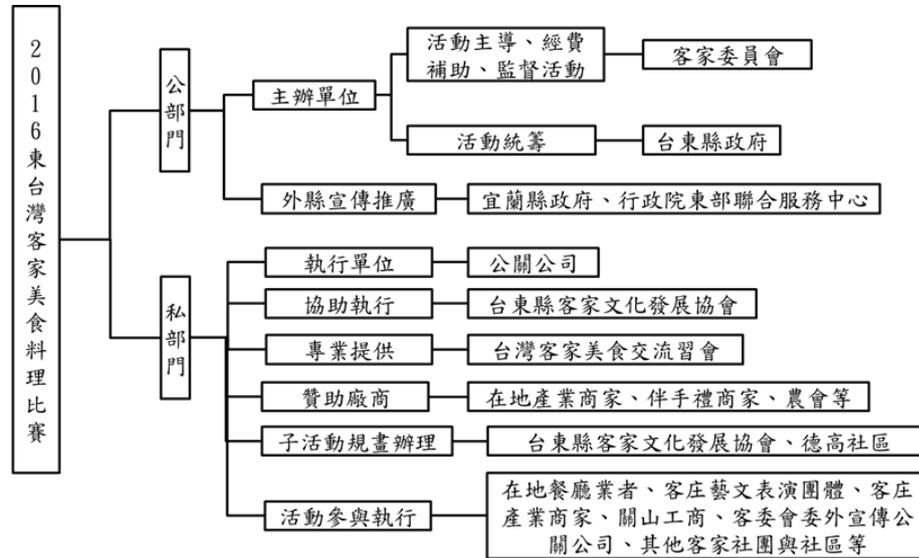
### 一、初始環境分析

促成節慶活動舉辦的關鍵因素是客家委員會在飲食文化方面的政策推動方向，「大眾化」是舉辦客家美食料理比賽的政策因素，為了要將客家飲食文化推廣成為庶民美食，更要扶植飲食產業發展，改變了以往由中央統一辦理的模式，由中央主辦下放到地方主辦。而將宜蘭、花蓮與台東做為劃為全國客家美食料理比賽的東區，則是因為東台灣擁有類似的二次移民文化背景脈絡，並具共同的「米食文化」作為東部客家飲食文化的特色，故期待透過活動來凸顯東台灣的客家特色，並傳承與發揚客家文化，吸引遊客前來東部客庄，活絡地方經濟。

在資訊與資源方面，公私各部門依其角色功能提供活動所需資訊與資源，互相交換與共享彼此的計畫內容、情報、專業、物力、人立，而在經費的部分，則是由上而下供給，使經費能挹注到地方，客委會為主要經費來源，縣



綜觀參與協力的部門、公私各部門所具備資訊與資源供給、公私各部門參與協力的角色定位，總結歸納出以下 2016 東台灣客家美食客家美食料理比賽活動的組織架構圖(圖四)。



圖四 2016 東台灣客家美食客家美食料理比賽協力組織架構圖

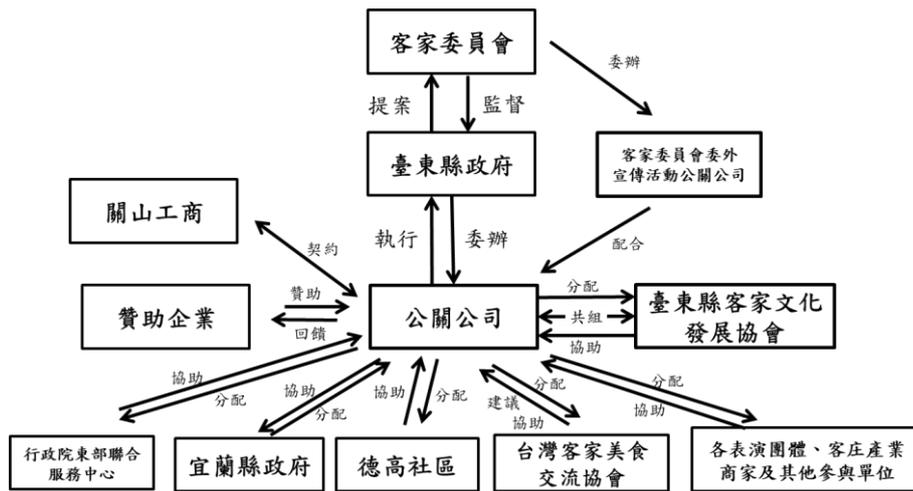
資料來源：本研究整理

## 二、 協力結構與過程

2016 東台灣客家美食料理比賽的協力運作結構與過程，可以發現協力的互動與溝通是由上而下進行，上層是客委會與縣政府，中間是公關公司，下層是其他參與協力的公私部門，整體而言，彼此之間的互動溝通皆流暢，資訊也皆公開透明，各部門之間大多能彼此信任，不僅能勝任自身的工作，也皆能滿意其他部門的工作，然而由於活動初期因期程的壓力，加上經驗不足，使公關公司在初期與縣政府及其他部門之間的關係並不佳，彼此缺乏信任，直到公關公司撤換負責的人員關係才有所改善。

### 1. 結構組成

客委會提出活動方向與申請計畫後，台東縣政府向客委會提案後核准後由客委會監督活動如期執行，縣政府再委外給公關公司辦理活動，公關公司代表活動主辦單位縣政府向各公私部門連結合作。公私協力的結構組成屬於由上而下推動，最上層級是客委會負責監督活動如期如計畫進行，台東縣政府則是主活動負主要決策，公關公司代表縣政府與其他各部門溝通協調，其他公私各部門依其角色、功能與專長協助活動(圖五)。



圖五 2016 東台灣客家美食料理比賽協力各部門互動模式

資料來源：本研究整理

## 2. 溝通協調

溝通的模式由上而下，初期因缺乏信任與工作期程壓力，且缺乏合作的經驗，導致公關公司與縣政府及其他部門不睦，後期調整內部組織才改善，部門間彼此的信任程度也連帶提升。在資訊流通方面，皆公開透明，各部門之間訊息皆能充分傳達。

## 3. 治理能力

客委會主導活動方向，台東縣政府主辦活動，公關公司安排活動細節，各部門對其自身工作皆能夠勝任，也能配合其他部門的工作皆感到滿意，籌辦初期雖有執行上的困難，然而活動期程越接近各部門越能上手，整體而言，各部門對彼此皆感到滿意。

## 三、 協力互動的限制

2016 東台灣客家美食料理比賽公私協力運作過程中遭遇到的問題與衝突上，包括協力治理過程中部門內部分工狀況、部門間互動的問題、活動執行的突發危機與活動參與者認知上的落差等問題等，大多數的問題皆能獲得解決，透過部門內部組織調整、上級長官出面協調、部門支援代替工作、部門共同合作化解危機等方式。在部門之間的衝突上，在活動推動的初期，公關公司負責與其他部門溝通的負人員溝通上出現問題，導致與縣政府或其他協力的部門之間產生衝突，而台東縣政府的決策反覆也是造成部門間的衝突的原因，縣政府的決策反覆與迎合長官，導致底下配合的部門不滿，然而大多數的部門皆表示能順利合作無衝突，由於活動協力網絡形成前的初始網路

關係，各部門有合作默契與交情，且對活動皆具有共同目標，加上作為中介的公關公司擔任縣政府與其他部門之間的潤滑劑，使活動能夠順利推動而無衝突。

### 1. 治理問題

治理過程產生的部門內部分工的問題、部門間互動的問題、活動執行的危機處理、緊急狀況的應變或參與者對活動認知落差的問題等，大多數的問題均能獲得解決，可以是部門內部組織調整、長官協調、部門支援、部門共同合作等解決方式。

### 2. 治理衝突

初期因公關公司對口溝通不良而與其他部門產生衝突，台東縣政府的決策反覆與迎合長官也造成部門間的衝突，而公關公司需出面協調，解決部門間的衝突。而大部分的公私部門間是無衝突，是因過去擁有合作經驗、對活動的共同目標、公關公私位居中介潤滑化解衝突等因素。

## 四、 協力結果產出

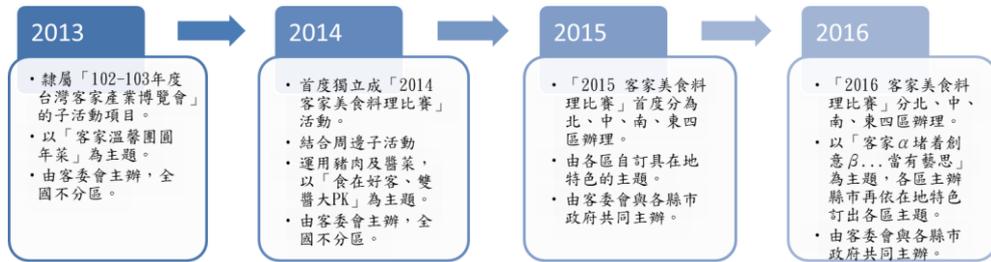
在課責方面，未來客委會的預算與政策走向將影響後續辦理客家美食料理比賽活動的協力模式。而橫跨三縣，又針對客家飲食文化與產業的節慶活動，對台東縣內而是第一次，活動規模也有別於過去縣內其他節慶活動還要來得盛大，然而跨縣的活動仍然須考量到交通問題，畢竟宜、花、東三縣幅員狹長且遼闊，可能會影響到外縣的參賽意願，另外由於是比賽活動，其公平性的問題也需注意。探究公私部門對於活動協力模式的滿意度，可發現公私各部門皆一致感到高度滿意，因過往客家節慶活動皆是相同協力模式，早已習慣於此類的協力模式，然而一些部門對於未來改變協力模式然有期待，未來若能擴大參與的部門，增加企業與客家社團參與，或以客家社團為主來執行活動，使活動規模更大，且更具客家文化味道與塑造文化認同。

在效益方面，各部門對於活動達到預期目標效益看法不一，探究原因與部門在此協力結構中位居的層級與角色有關，參與活動執行第一線的部門及活動的參與者對於活動達成的效益較多負面，而位居中央的客委會與全國性的台灣客家美食交流協會，則對活動有高度正面的評價，因由上而下的協力結構關係，使上層的部門較無法體認到第一線的實際狀況。對協力合作的成效，公私部門透過協力合作來共享資源並共創效益，且透過委外的方式讓公私部門間減少許多交易成本，合作更具彈性，各部門皆表達未來願意繼續合

作，協力具有高度延續性。

## 1. 監督課責

活動辦理四年來，協力模式影響部門間夥伴關係(圖六)，未來客委會的預算與政策影響協力模式，收歸中央統一辦可讓資源集中規模更盛大，但執行上也較繁雜；維持地方舉辦則能兼具在地特色對客委會來說也更省力，卻也造成資源打散的問題，此外活動總預算的多寡也決定中央或地方舉辦，。



圖六 歷年辦理客家美食料理比賽節慶活動之演進

資料來源：本研究整理

公私各部門對於此次的協力模式一致感到滿意，因過往客家節慶活動皆是相同協力模式，各部門早已習慣，尤其是地方的公私部門，如台東縣政府與在地客家社團，較安於目前的協力模式。然而各部門對於未來協力模式改變仍有期待。

## 2. 效益評估

公私各部門皆表示未來願意繼續合作，協力具有高度延續性，部門間也形成合作默契，透過資源互補共創利益，然而在活動目標達成上，各部門看法不一，客家委員會及台灣客家美食交流協會認為活動有達到預期目標，宜蘭縣政府、行政院東部聯合服務中心、台東縣客家文化發展協會、公關公司、德高社區認為活動部分達到預期目標，台東縣政府則認為活動完全沒有達到預期目標，其中認為未達到效益的原因有：活動缺乏延續性、客家產業不興效益有限、無法帶動客家飲食產業活絡、在地民眾的參與不足等因素。

## 五、未來辦理客家節慶活動及客家飲食文化與產業之政策建議

在政策走向方面可以朝向「精緻化」與「庶民化」的雙軌化推動，使客家飲食文化與產業更有效推動，也減少參賽者對於公平性的質疑。未來在東部客家業務的推廣上，藉東部共同的客家文化背景特性，形塑東部客家共同

品牌，而在節慶活動的辦理期程上，思考節慶活動政策的延續性，使活動的效益不會隨著活動辦完而結束，達到更高、更永續的效益產出，或朝向小而精的方式，改變過往大型節慶活動的模式，舉辦小型活動，也可藉由社團自主提案來達成政策目的，更能擴大在地參與並兼顧客家文化的落實。此外，透過公部門內跨單位的合作，使活動辦理上業務整合，解決資源重置的浪費，活動效益更加乘。

## 柒、 結論與建議

### 一、 研究結論

近年來客家意識的提升，以及政府政策的推波助瀾之下，各級政府開始舉辦各式客家節慶活動。然而東部目前所舉辦的客家大型節慶活動，多以創新傳承民俗祭典與藝術文化類的節慶活動為主，以產業為主題的客家節慶活動在東部較為缺乏，2016 東台灣客家美食料理比賽即是以客家飲食產業為主題的活動，正好彌補客家產業活動不盛的環境背景。

過去的客家環境背景形成辦理客家節慶活動的成因，在 2016 東台灣客家美食料理比賽尚未舉辦前，協力關係尚未形成之前，由於過去客家節慶活動與客家飲食文化與產業的背景因素，影響 2016 東台灣客家美食料理比賽的辦理，影響的層面包括公部門與私部門參與的動機、對活動的目標形成，是公私協力推動客家節慶活動之初目標共識建構的重要成因，目標共識的建構將關係到後續協力的過程與結構的組成，因此節慶活動辦理之前的活動背景形成的目標共識將成為協力治理機制的基礎。

藉由公私部門互動的模式，可發現 2016 東台灣客家美食料理比賽的協力治理方式是「由上而下」的進行，活動辦理的源起，起因政府的政策的推動，造就由上而下的協力方式。私部門雖然亦可向上提供意見，然而最終決策還是要以台東縣政府為主

雖然 2016 東台灣客家美食料理比賽的互動模式是由上而下進行，下層部門的意見無法平等的與上層溝通，然而對於整體協力運作的過程皆呈現高度的滿意程度，且未來具有高度的持續合作意願，探究其原因，初始網絡的正式與非正式的互動關係影響後續協力合作的意願與滿意程度，各部門或部門之間的成員，過去都曾有合作的經驗，或私人交情存在。

公部門的委外促使各部門間互動更具彈性，公部門與公部門之間的溝通，透過私部門為中間橋樑，減少「交易成本」，溝通與互動更具有彈性。兩個

互不隸屬關係，或是層級相等的公部門，時常會因為本位主義，各有各的業務範疇，而無法共同協力合作，變成各自為政，公部門之間的溝通，時常要透過公文往返，經由上級長官同意，或是經由更高層級的公部門整合，才能進行合作關係。2016 東台灣客家客家美食料理比賽，打破過往互不隸屬的公部門互動與溝通的圭臬。在公部門與私部門之間的互動亦有同樣效果，公關公司代表台東縣政府與其他參與協力的私部門互動溝通，儘管過程中縣政府與私部門可能出現意見不同的地方，然而位居中介的公關公司則扮演潤滑的角色，居中協調使活動能順利推展與保持合作，使公部門與私部門之間減少衝突的發生。

比較節慶活動開始前的態度、經過活動辦理過程、再到活動結束後的態度。在公私協力的模式方面，在台東縣內因為一直以來客家節慶活動辦理的公私部門協力皆是相同的模式，公私部門早已形成合作默契，加上台東縣政府客家科編制規模不大，雖有期待能擴大部門協力參與，然而整體而言協力的模式與架構較無變化，也安逸於現況。而到中央層級後，則受到政策與經費預算因而產生協力模式轉變，具全國性的台灣客家美食交流協會對中央客委會政策的倡議也具高度影響力，未來在改變協力模式上，公部門的客委會或私部門的台灣客家美食交流協會皆表達高度的變動性，牽動的未來節慶活動的協力模式。

研究中也發現，2016 東台灣客家美食料理比賽在整體的政策大方向是對的，然而活動淪為形式，為了辦活動而辦活動，失去長遠與周延的整體計畫與效益評估，則失去政策原先的目的了，亦有深度不足的問題。透過節慶活動的方式帶動文化與產業的發展，確實為地方帶來經濟效益，為地方帶來觀光人潮與收入，但卻也是個雙面刃，活動熱鬧的舉辦，但卻內涵不足，缺乏深度與廣度，僅是為其政績宣示而舉辦節慶活動，若政府無法體認將文化與產業向下扎根、充實教育文化功能與經濟產業提升，節慶活動的辦理將會逐漸失去效益，無法達到政策目的。

## 二、 研究建議

台東縣政府辦理客家節慶活動時，固定由一間公關公司合作，活動辦理逐漸與在地需求脫節，造成政府失靈的情況發生，未來若能持續擴大客家社團的參與，或是鬆綁《政府採購法》委外招標時廠商的限制，開放客家社團競爭承辦，可使節慶活動更具有在地性與文化性，同時也要重視基層客家社團經營與企劃人才的培育，使具備大型活動的執行能力。未來可再擴大協力夥伴基礎，加入更多不同類型的參與者，可增加更多在地社團、社區、客語

老師、民眾與客家餐廳業者的參與，可以提升對活動的參與感，讓活動的效益可以更影響在地社區與產業，活動的內容較能符合在地需求與在地特色，節慶活動才能更具有長久性，也可與企業合作，解決辦理節慶活動時經費緊縮的狀況，互相共創效益。

委外的協力模式仍是公部門有效率執行活動的最佳選擇，未來仍保有委外的模式是必要的，同樣由委外的私部門負責承辦活動，尤其對台東縣政府客家科來說小單位要辦大型活動是一大負擔。然而可以改變公部門居高臨下指揮的態勢，私部門未來可採取更平等互惠的互動方式，尊重私部門的立場，讓彼此之間的溝通更順暢，公部門可釋放權力給私部門，讓私部門的意見可以充分被討論，也要建立平等溝通的管道或平台，或可由民間團體直接向公部門提案爭取經費主辦，或由公部門與私部門共同組成活動工作小組，使活動辦理過程更符合在地特色與民眾的需求。

2016年東台灣客家美食料理比賽跨及宜蘭、花蓮與台東三縣，此一節慶活動形式是東部少有的，由其在客家節慶活動方面更是唯一，由於東部的客家文化特質相似，跨越東台灣三縣的客家節慶活動辦理方式，打破行政區域的合作機制，串聯東部客家團體與產業，有助於打造東部客家品牌，強化東部客家文化的形象，共同行銷東部的客家文化與產業。因此，未來可建立一長久的合作形式，建構東部客家相關部門的跨部門合作機制，搭建溝通的平台，不僅是在客家節慶活動方縣的合作，亦可涵蓋客庄經濟、產業、文化的交流合作，更重視地方基層客家事務人才的培育，合作的層級包含客委會、縣政府與鄉鎮市公所或其他公部門，在私部門的部分包含企業、非營利組織、客家社團、在地商家或個人等，中央與地方垂直與水平的整合，並透過資源與資訊的共享，以長期正式及非正式的合作機制，讓資源妥善利用不浪費、重置，彼此之間創造多贏的局面。

在節慶活動的辦理上，從短時間的節慶活動，轉變成長時間的政策規劃，使政策目標達成上更具效果，也更具延續性。亦可與在地客家文史工作者或客家餐飲業者等諮詢，對節慶活動進行評鑑與修正，尤其針對產業方面的節慶活動，更應觀注產業市場的動態，例如客家料理餐廳數量增長數、業者推出創新客家料理成效、來客數量增加評估等，做為檢視節慶活動效益的指標。本研究雖是針對客家節慶活動探討其公私協力模式，但仍具有一定的通則性，可提供其他類型的節慶活動與公私協力在政策上做為參考。

## 參考文獻

- 方偉達(2016)。節慶觀光與民俗。台北市：五南圖書。
- 王保鍵(2011)。台灣客家運動與《客家基本法》。國立台灣大學國家發展研究所博士論文，未出版，台北。
- 行政院研究發展考核委員會(2013)。我國大型地方節慶活動發展策略之研究。行政院研究發展考核委員會委託之專題研究成果報告(編號：RDEC-RES-101-007)，未出版。
- 行政院客家委員會(2011)。99年至100年全國客家人口基礎資料調查研究。行政院客家委員會委託研究報告，未出版。
- 吳信慧、陳定銘(2010)。苗栗縣客家桐花祭政策網絡關係之研究。載於江明修(主編)，客家城市治理(271-318頁)。台北市：智勝。
- 吳英明(1996)。公私部門協力關係之研究：兼論都市發展與公私部門聯合開發。高雄市：復文圖書。
- 吳濟華(1994)。推動民間參與都是發展—公私部門協力策略之探討。台灣經濟，208，1-15。
- 孫煒(2018)。臺灣地方文化活動契約委外的績效觀感：客家節慶利害關係人的角度。行政暨政策學報，66，1-38。
- 孫煒、蕭全政(2013)。全球化潮流下台灣公私部門組合型態的制度性安排。政治科學論叢，58，109-138。
- 張世賢、汪家源(2006)。公私合作提供可持續觀光服務之研究-2005年台北縣鶯歌陶瓷嘉年華個案探討。公共事務評論，7(1)，99-115。
- 陳其南(1995)。社區總體營造與文化產業發展。台灣手工業季刊，55，4-9。
- 陳恆鈞、張國偉(2005)。協力模型之初探。法政學報，19，50-51。
- 游瑛妙(1999)。節慶活動的吸引力予參觀者對活動品質的滿意度分析—以第十一屆民藝華會為例。台灣省政府交通處旅遊局委託靜宜大學觀光事業學系研究，未出版。
- 馮建彰(2000)。台灣東部客家與產業訪談紀錄。載於張維安(主編)，台灣客家產業經濟導論-訪談紀錄。南投縣：台灣省文獻會，113-175。
- 黃玉晴(2016)。尋找客家文學：以客委會「桐花文學獎」發展為例。載於張維安、陶振超(主編)，跨界思維：臺灣與全球客家的政策對話，新竹市：交通大學，133-156。
- 黃靖嵐(2008)。東部客家？花蓮玉里兩個客家社區的族群關係與認同之研究。國立中央大學客家社會文化研究所碩士論文，未出版，桃園市。
- 劉還月(2001)。台灣客家族群史·民俗篇。南投縣：台灣省文獻委員會。

- 劉麗娟(2015)。老人福利之供給分析初探：跨部門治理觀點。 **福祉科技與服務管理學刊**，3(1)，115-130。
- 賴守誠(2006)。現代消費文化動力下族群飲食文化的重構：以台灣「客家菜」當代的休閒消費轉型為例。 **國家與社會**，1(1)，167-213。
- 賴守誠(2008)。食物的文化經濟與農鄉發展：義大利慢食運動及台灣客家飲食運動的個案比較。 **農業推廣學報**，24，45-72。
- 賴守誠(2010)。台灣客家飲食運動的緣起、建構與發展：文化經濟取向的社會分析。載於江明修(主編)， **客家城市治理**(145-175 頁)。台北：智勝文化。
- 賴守誠(2015)。從家常菜到精緻料理-客家美食產業的發展。 **新北好客都**，27，4-9。
- 簡莉莎(2003)。以公私合作模式推動工業區再生可行方式之研究。國立臺灣大學建築與城鄉研究所碩士論文，未出版，台北。
- 蘇祥慶(2012)。花東縱谷北部客家鄉鎮的歷史淵源與當代社會特性簡述：以吉安鄉為中心。 **東台灣研究**，18，95-125。
- Bryson, J.M., Crosby, B. C., & Stone, M, M.(2006).The Design and Implementation of Cross-Sector Collaborations:propositions from the literature. **Public Administration Review**,66(S1),44-55.
- Bradford, Calvin. (1983) .Private Sector Initiatives and Public Sector Accountability: A Case Study of Contracting with City Venture Corporation. **Journal of the American Planning Association**, 49(3), 326-335.
- Getz, D. (1991). *Festival, Special Event and Tourism*.New York: Van Nostrand Reinhold.

# **A Study on the Public-Private Partnership of Hakka Event :**

## **A Case Study of 2016 East Taiwan Hakka Cuisine award**

Wu Bo Yan\*

### **Abstract**

In the recent years, The governments at all levels promote tourism marketing and local industries through the holding of "festival activities". The handling of festivals not only attracts a large number of people in a short period of time, but also promotes the local specialty industries. Therefore, when conducting the festival activities, the Hakka Affairs Council also promotes local marketing through Hakka festivals and aims at activating the economy and industry of the Hakka settlement.

Since 2013, the Hakka Affairs Council has started the national Hakka Cuisine award, in order to promote Hakka food culture and marketing Hakka food culture industry. Until 2015, it began to be hosted by local governments and divided into North, Central, south and East districts. In 2016, the activities of the Eastern District were co-sponsored by the Hakka Affairs Council and the Taitung County Government, The activity was titled "2016 East Taiwan Hakka Cuisine award " and the theme of " Chef meets Aunt" symbolizes the localization of the Hakka in Eastern Taiwan and the cultural characteristics of the secondary migration.

This study takes the activities of the "2016 East Taiwan Hakka Cuisine award " as the research object. With public-private partnership as the theoretical foundation and The four aspects of the public-private partnership were combined: initial conditions, process and structure, interactions constraint and outcomes. In addition, take the perspective of the participants in the activity and examine the effectiveness of

---

\* Master of Public Affairs, National Taitung University, Email:e0933424836@gmail.com.

public-private partnership. The author also personally joined in and observed the process of the 2016 East Taiwan Hakka Cuisine award as well as had deep interview of 5 public department personnel , 4 private department employees and 4 activity participants. To explore the mode of operation between the public and private department in the process of promoting Hakka festival activities, and understand the results of this public-private partnership and propose future proposals for Hakka festivals.

Keywords: Public-private Partnership, Festival Activities, Hakka cultural, Hakka of eastern Taiwan, Hakka Cuisine award