



當邊界消失， 「破格」讓文化更能有機生長。

由於海外求學與任職經驗，我在國外管理飯店產業的同時，也時常關注全球文化創意產業的發展。推及臺灣，2002年文化創意產業在臺灣各地全面啟動，2008年納入國家發展重點計畫，2010年正式公布《文化創意產業發展法》，19年來，在文化創意產業的這條路，臺灣逐漸累積出一股原生文化力量。

來到臺北市擔任客家事務委員會主委3年多的日子裡，每每為推出更好的文化內容，與市府同仁們還有各界的文化工作者共同努力，一年又一年，文化提案不斷地推陳出新，就是希望客家文化推廣工作可以更多元、更具深度。

我思考著，客家文化在文化創意產業的大架構下，如何為臺灣文化底蘊增添更多的厚度？

臺北市客委會催生、養成的「後生文學獎」進入IP產業（Intellectual Property，智慧財產權）一直是我的心願，多年的育成，客家年輕朋友的文學作品越見文化底蘊，我期待未來有機會將這些文學作品以更多元的形式延伸，或許是電影、影視、紀錄片、微電影、動漫或是舞臺劇……讓文化為我們提供更優質的內容，讓客家更深度地扎根。

於此，本期的客家文化季刊也特地規劃一系列的IP產業深度報導，特別邀請《茶金》製作人湯昇榮以自身打造諸多成功影集經驗，分享如何透過戲劇，打造臺灣原生文化與客家IP，進而為客家文化帶來更多認同、創造文化價值。

《茶金》為2021年備受矚目的戲劇之一，電視劇推出後大受歡迎，除了讓許多觀眾開始想學客語，也發行諸多周邊商品，如：口罩、茶具組、糕餅禮盒、電視劇小說、創作全紀錄等，並將位於花蓮的布景保留，舉辦「茶金戲劇經典場景特展」，2個月內即湧入3萬人次的看展人潮。不只是客家族群，廣大的收視觀眾開始對客家文化有了更多的接觸與認識，我們感受到客家文化推廣更細緻與多元的延伸性。

本期報導裡，我們得以看見文化進入創作者們的作品，透過受訪者的經驗分享，在動畫、繪畫、遊戲、漫畫……不同的載體，勾勒出客家文化跨領域IP多元的可能性。更進一步，當IP作品成形，如何行銷、推廣？觸及更廣大的族群？出版社、策展人、品牌的創辦人，在訪談中，為我們指出一條又一條精采的文化路徑。

不墨守，誠如本期的設計，特別以「破格」的設計巧思，讓讀者深刻感受框架與邊界已逐漸消失，文化產業化、產業文化化，像是一種生生不息的善循環，有機生長，不設限就有無限的可能。