

臺北市政府客家事務委員會

性別統計及分析專題報告-客家文化產業交流計畫實施情形分析

壹、前言

為與各地客家鄉鎮市區村（聚）落與社區結合，打造客庄文化產業平臺，展現客家青年返鄉推動文創成果，帶動整體客庄產業發展，邀請市民參與客家商品展售會，增進對客家文化的理解與深化，打造臺北客家產業品牌。

因此每年客家文化產業交流計畫都會出版「全臺客家產業故事手冊」及辦理「小禾埕市集」展售會。有關手冊部分，彙編全臺各種客家產業的採訪故事，發行至少 20,000 份，手冊內容規劃大綱，以採訪客家產業故事為主。另有關展售會部分，邀請全臺客庄產業於臺北市花博公園（臺北市中山區玉門街 1 號）擺攤，販售特色客家商品。

為促進性別平等，108 年度手冊內容著重在發掘有關性平的客家議題，以及訪問優秀的客家女性工作者。另外小禾埕市集展售會特別邀請客家女性業者參與活動，讓市民朋友了解並彰顯客家文化蘊含的性平精神。

貳、客家文化產業交流計畫辦理情形

一、全臺客家產業故事手冊辦理情形

臺北市並非客家文化的原鄉，但因為經濟發展等原因，臺灣各地居民紛紛北上發展，各地客庄的有志青年也不例外。在變遷快速的大都市發展產業及文化，實數不易。

其中為了解女性在客家產業中的投入狀況，客庄產業手冊本年度除了以「臺北」為主要分類依據，並加入促進客家文化性別平權的觀念，邀請優秀的女性工作者作為手冊訪談邀請對象的參考。

全臺客家產業故事手冊印製數達2萬冊，是臺北市推廣全臺客家產業的重要宣傳方式，分送臺北市相關客家場館以及店家等，手冊發送規劃如下：

地點	數量	備註
臺北市客家文化會館	4,000	每間 1,000 本
臺北市客家藝文活動中心		
臺北市客家圖書影音中心		
臺北市客家文化主題公園		
臺北市旅遊服務中心	5,500	共 11 座，每間 500 本。
臺北市政府服務台	1,500	
誠品書店	2,200	含敦南店、信義店、松菸店、南西店、臺大店、臺北車站捷運店、東湖店、士林店、美麗華店、站前店、忠孝 SOGO 店，共 11 家，每家 200 本。
紀州庵文學森林	500	
參與推廣之特色店家	1,800	共 6 家，每家 300 本。
臺北市創意市集展售發送	1,000	紅樓市集、東西好市集
小禾埕市集 發送	2,000	
臺北市客家義民嘉年華 發送	1,500	
總數	20,000 (本)	

二、「小禾埕市集」展售會辦理情形

規劃「臺北客庄小禾埕市集」於9月28、29日在圓山花博公園，廣邀全臺各地72攤客家名店，將客家經典名店集結一市，發揮都會客家產業平臺的功能，客家名店中也不乏客家產業的女性工作者。



參、計畫實施概況

一、全臺客家產業故事手冊實施概況

邀請在臺北音樂、藝術、工藝、戲劇、美食領域的客家職人做專訪，更著重在發掘客庄產業女性工作者以及女性相關主題，其中封面主視覺設計以彰顯客家女性為主。

另外特別規劃介紹今年的主題—有關客家女性的「客家寬褲」與「禾埕」，讓產業故事手冊除了各店家的產業資訊介紹外，也有關於客家女性的相關主題，打破對客家既有的刻板印象，讓客家女性在工作上的努力得以呈現。

採訪主題及店家關於客家女性的部分如下：

採訪主題	說明
「客家寬褲」與「禾埕」	<p>近幾年的流行元素不乏從過去取經再改良的復古經典，奶奶衣櫥內 50 年代的典雅碎花衫、厚墊肩、寬鬆自然的寬褲不僅不突兀，甚至變得獨特更具時尚代表性。說到剪裁復古非「寬褲」莫屬。你知道寬褲的由來嗎？來看看客家「大襠褲」如何在新舊時代引起風潮！</p> <p>更藉由客家寬褲的介紹，逐步帶入並突顯客家女性在客家文化的重要性。客家婦女吃苦耐勞，歷</p>

採訪主題	說明
	<p>史上不乏傑出的客家女性，古代「女子無才便是德」的價值觀無法限制其發展，時代壓迫卻管不了客家女性的「舌頭和腳丫」，所以客家婦女普遍未屈就「纏足」的風氣。</p> <p>以山歌唱出心聲，不被時代牽制藉由歌聲談論傳統禁忌的七情六慾，不以保守含蓄的方式模糊帶過，如歌詞「恁好風光無心賞，趕赴山前會情郎」，講的是未婚女子私會情郎的心境，這種自主性在過去文化對女權壓抑下是不曾展現的。</p>
戲偶子劇團	<p>團員由國內投入傳統布袋戲數十年的藝師及熱愛親子偶戲的年輕人共同組成，「戲偶子」取客語諧音「小孩子」之意，劇團也是台灣唯一專業為兒童、親子演出的客家布袋戲團。</p> <p>戲劇上看見客家文化的面貌是崇尚自然，並且與自然共存共榮的樣子。其中主角是一個小女孩，以小女孩為主角的戲劇並不多，戲偶子的團長希望透過主角小女孩展現客家女性堅毅、能幹且自由自在的樣子，無所謂性別的刻板印象，戲劇裡面它呈</p>

採訪主題	說明
	<p>現的小女孩常常不穿鞋，一樣爬樹、探險去追求自己的冒險。過去客家女性參與農作、操持家務，工作比男性繁重，掌握一家的命脈，所以團長想要突顯客家婦女強悍、勇敢的面貌，並且跳脫傳統戲曲中女性嬌弱的印象。</p>
卓也藍染	<p>致力於尋回屬於臺灣的傳統色，從種植藍草等染色植物開始，結合現代染色技術研發全新的圖案與技法，甚至也開發食物染劑；讓傳統工藝重新與時代接軌。創辦人鄭美淑更是位主要投入藍草復育及產業復興的女力創業家，有農學碩士學位的鄭美淑認為休閒農業成功的三大要件：生活、生態與生產三大條件，在卓也獨缺生產，於是2000年文建會（文化部前身）正準備推廣藍染教學，鄭老師投入學習，以「臺灣藍」出發，將「客家藍染」作為臺灣表徵帶上國際舞台。考究「藍染」技術歷史悠久，常聽到對客家的描述便是「篳路藍縷，以啟山林」，描述客家先民胼手胝足開墾的模樣，事實上藍染的染料「藍靛」會揮發獨特「芳藍」氣味，具</p>

採訪主題	說明
	<p>有防蟲、抗瘴氣的作用，故在開墾採集時期大量被使用，被視為客家主流文化。</p>
二本貓樂團	<p>樂團主唱賴予喬是一位個性鮮明的女歌手，平時非常關心性平運動，帶領樂團以母語呈現獨特的音樂，其風格讓人耳目一新。</p> <p>歌曲中融合法文、客語、閩南語等語言，讓我們發覺客語和法文的發音、聲調毫無違和感。創作大膽跳脫客家傳統歌謠的框架，展現客語迷人之聲，首張創作專輯「光亮徬徨的閃耀年紀」獲得第二十八屆金曲獎最佳客語專輯獎以及最佳客語歌手獎的肯定。</p> <p>客語融合法文、河洛語以及新興樂風，除了語言融合的嚐試外，在音樂與文化元素的重新組合搭配，也都有自己的一套見解，成為專屬於二本貓的客家歌曲，也讓賴予喬在舞台發光發熱。</p>

二、小禾埕市集實施概況

7月15日辦理店家遴選會議，選出72攤正選店家，針對活動當日各店家攤位負責人性別進行調查，藉此探討女性在客家產業的角色及定位。

客家美食			
序號	狀況	店家名稱	備註
1	入選	吉鄉糕粽	收益前 15 店家
2	入選	花東粽穀客家美食坊	收益前 15 店家
3	入選	貓狸客家美食坊	收益前 15 店家
4	入選	范媽客食	收益前 15 店家
5	入選	海瑞貢丸	收益前 15 店家
6	入選	艾帛克客家擂茶	收益前 15 店家
7	入選	哈客愛養生軒	收益前 15 店家
8	入選	三立冰品	收益前 15 店家
9	入選	海星食品	
10	入選	東寶黑豬肉	
11	入選	星月傳承工坊	
12	入選	鼎烽飯食之家	
13	入選	稻香客家米食	
14	入選	粿夫人客家米食	
15	入選	客家宋媽媽美食	
16	入選	喜麥福養生工坊	
17	入選	江記豆腐乳	
18	入選	南庄老張媽	
19	入選	誼豐生鮮行	
20	入選	阿娟姐客家鹹菜	
21	入選	苗栗佳樂蛋糕	
22	入選	邱記麻糬	
23	入選	美濃啖糕堂	

24	入選	品三仙	
25	入選	海晟食品商行	
26	入選	桂花品東西	
27	入選	藝桐饗宴	
28	備取	古早味	
29	備取	林家食品	

客家農特產			
序號	狀況	店家名稱	備註
1	入選	土豆康烘培坊	收益前 15 店家
2	入選	新味醬油	收益前 15 店家
3	入選	米發發甜酒釀	收益前 15 店家
4	入選	唐婆醋	收益前 15 店家
5	入選	姜太公柿餅	收益前 15 店家
6	入選	柿外仙境	
7	入選	桑葚緣園藝社	
8	入選	桑姆蕾可	
9	入選	花蓮晴盛蜂場	
10	入選	蜜王養蜂園	
11	入選	銀龍食品行	
12	入選	新城風糖	
13	入選	天然王客家香茅油	
14	入選	溫伯力生物科技股份有限公司	
15	入選	長樺米	
16	入選	天賜糧源	
17	入選	大茶壺農特產	
18	入選	怡農茶園	
19	入選	新竹縣北埔鄉南埔社區發展協會	
20	入選	吟軒茶坊	
21	入選	埔產金線蓮茶	
22	入選	園林春	
23	入選	美東手工醬油	

24	入選	珍釀活醋	
25	入選	五峰農場	
26	入選	大埔良作	
27	入選	果然好醋	
28	備取	關西李記醬油	
29	備取	全家牧場	

客家手工藝			
序號	狀況	店家名稱	備註
1	入選	上家下屋 天然手工坊	收益前 15 店家
2	入選	三義丫箱寶	收益前 15 店家
3	入選	貝果媽	
4	入選	綺緣雨利行	
5	入選	寶島燻樟	
6	入選	杉林葫蘆藝術	
7	入選	昌黎硯	
8	入選	琉戀璃品	
9	入選	鍾林工作室	
10	入選	大自在工作室	
11	入選	新埔柿染坊	
12	入選	茅鄉炭坊	
13	入選	樺泰漆器	
14	入選	舞陶有限公司	
15	入選	漆飾結髮	
16	入選	紙天空藝術	
17	入選	東方纏	
18	入選	Winwing 翼想天開	
19	備取	檜樂園	
20	備取	花手巾植物染工坊	

肆、性別統計及分析

一、全臺客家產業故事手冊性平統計分析

有關 108 年度本會彙編的全臺客家產業故事手冊，統計主題、還有參與店家之負責人的性別以及工作內容是否與女性有關，統整資料如下：

手冊各章主題	篇	綜合比例
主題包括女性 或與女性議題相關	4	57%
主題不包括女性 或與女性議題無關	3	43%
合計	7	100%

從以上相關數據進行統計資料分析，分析結果有關綜合比例為：負責人包括女性或主題與女性相關占 57%，负责人不包括女性或主題與女性無關占 43%。

二、小禾埕市集性別統計分析

有關 108 年度本會辦理小禾埕市集展售會，參與店家之負責人的性別統整資料如下：

小禾埕市集攤位	攤位數	綜合比例
攤位負責人包括女性	43	60%
攤位负责人不包括女性	29	40%
合計	72	100%

從以上相關數據分析，小禾埕市集展售會參與店家高達 60% 為女性負責人，可了解女性在客家產業上的投入及重要性。

伍、總結

客家文化產業交流計畫在每年發行 20,000 份的「全臺客家產業故事手冊」以及「小禾埕市集」，加入女性相關主題並發掘優秀的客庄產業女性工作者，除發揮都會客家產業平臺功能，更推廣性別平等之友善產業環境，促進性別平等觀念，對促進性別平等有正面影響的。

未來除了在手冊方面可以繼續著重客家方面的性平相關議題，以及挖掘更多優秀的客家女性外，亦可統計歷年來展售會攤位負責人的女性參與情形，藉此了解女性在客家產業的參與狀況。