

第 308 場工商講座活動紀要刊登網站

主辦單位：中華民國工商協進會

時 間：110 年 7 月 15 日(星期四)下午 2 時

主 題：台灣地方創生策略與案例分享

主講人：中信金融管理學院陳美伶教授

茶籽堂創辦人趙文豪

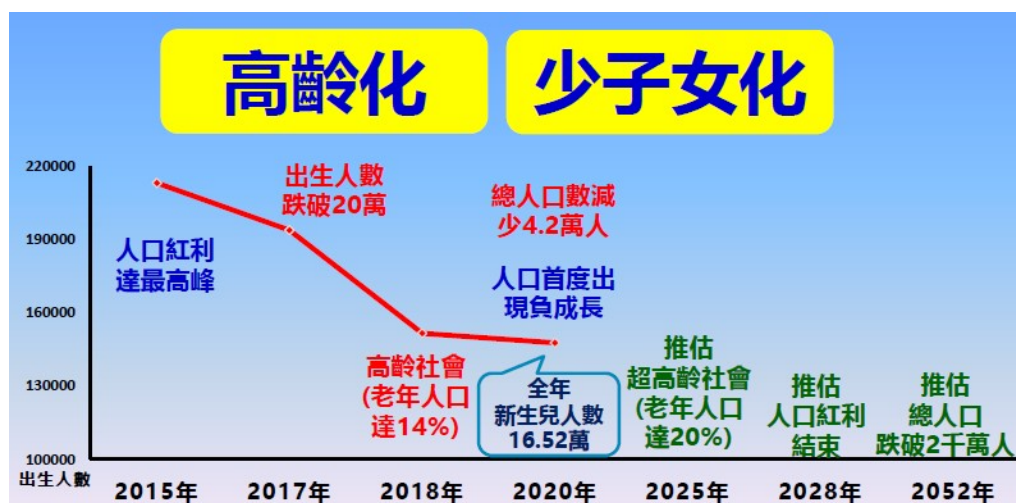
摘要：

壹、台灣地方創生策略與案例分享(陳美伶教授演講部分)

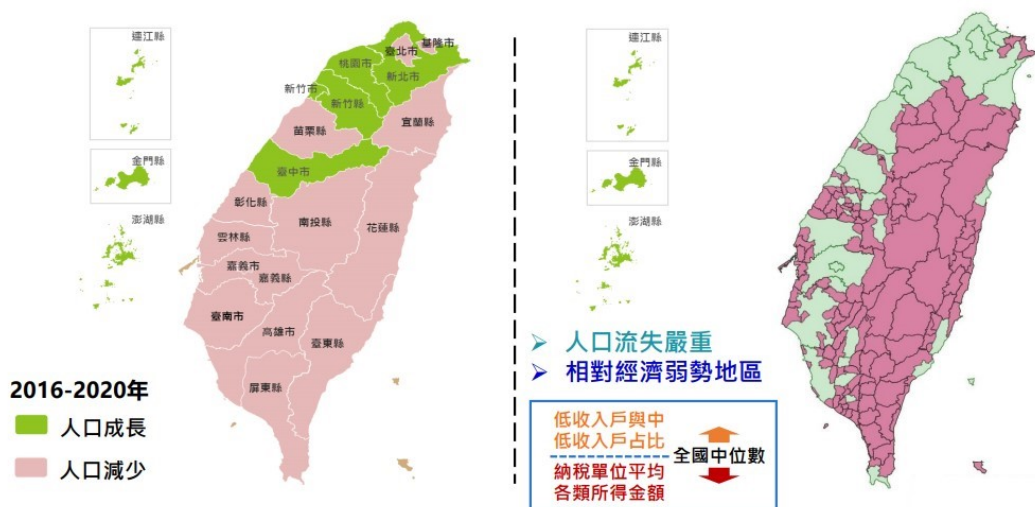
一、地方創生

(一)地方創生緣起

1. 「地方創生」一詞源自日本的漢字，日本前首相安倍晉三在任期間，有鑒於日本日趨嚴重少子女化及高齡化情況而產生地方消滅危機，因此於 2014 年推出「地方創生」國家級計畫。
2. 台灣的發展在許多方面與日本類似，2017 年台灣出生人數跌破 20 萬，2020 年人口首度出現負成長，2021 年 1 至 6 月較 2020 年同期出生人數減少 5,151 人，台灣已進入世界衛生組織所定義的高齡社會。



3. 台灣人口分佈及經濟發展呈現城鄉失衡，中南部與東部許多縣市都呈現人口外移與經濟下滑的問題。



4. 日本 2014 年開始推動地方創生，有些作法台灣可以借鏡，但不能模仿抄襲，因為雙方人口密度與國土面積相距甚多，台灣需要創造自己的地方創生案例。
5. 為面對我國總人口減少、人口過度集中大都市，以及城鄉發展失衡等問題，行政院於 2018 年 5 月 20 日成立「地方創生會報」，由中央部會、地方政府及關心地方創生領域的民間企業負責人與學者專家組成，並由國發會負責統籌及協調相關資源，落實推動地方創生工作。
6. 行政院宣示 2019 年為台灣地方創生元年，設定「以人為本、人口回流」、「地方特色 DNA」、「科技導入、數位經濟」三個大方向，希望逐步達成均衡台灣的目標。

(二) 如何推動地方創生

1. 地方創生五支箭

- (1) 國發基金投資創生事業，將企業社會責任與地方創生做結合，形成生命共同體。鼓勵企業投入資源、協助地方找出特色並加以產業化，可以均衡區域發展，並創造就業機會。

- (2) 科技導入利用人工智慧、虛擬實境、雲端運算等數位工具，縮短城鄉落差，達到區域平衡的效果。
- (3) 結合產官學研社的力量共同參與地方創生。
- (4) 整合統籌部會創生資源分配，避免錯置及浪費。
- (5) 建立良好的品牌形象，有助於將產品銷售到國外。

2. 地方創生資料庫 (Taiwan Economic Society Analysis System, TESAS)

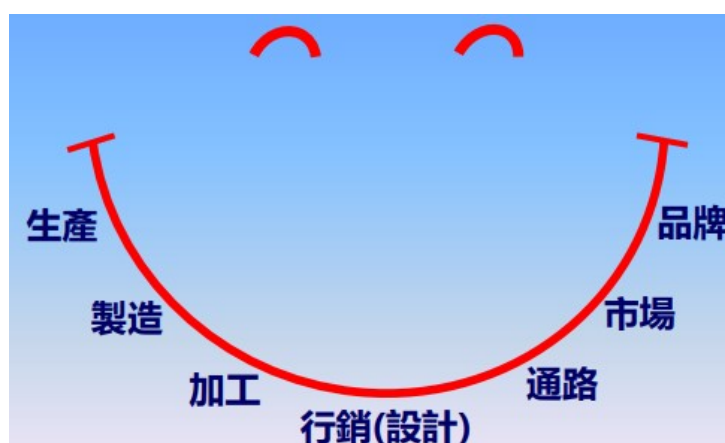
國家發展委員會為協助各界規劃地方創生提案及評估成效，建置了地方創生資料庫 (TESAS)，整合中央政府、地方政府與民間各類統計資料及地圖資訊，以掌握與追蹤台灣各地人口流動、經濟發展及地方建設狀況。



(三) 在推動地方創生前政府已有社區總體營造、農村再生及一鄉一產業等計畫下，為什麼還要推動地方創生？

1. 地方創生不是觀光導覽，而是為體驗旅遊教育創造附加價值。
2. 地方創生的產業 DNA 不僅是農業，它可以是工業、商業、科技業。
3. 地方創生要強化軟體、整合系統、軟硬兼施，不可成為硬體蚊子建設的幫兇。

4. 地方創生的產業鏈 — 微笑曲線



(四) 地方創生案例分享

1. 用烏金點亮官田

- (1) 菱角又稱龍角、龍腳及扁蝠，台南官田為台灣最大的產區，有 402 公頃(占 93%)，產量約 4800(噸/年)。
- (2) 由於產量大，每年廢棄的菱角殼數量也多(約有 500 噸)，約 80 個 20 呎的貨櫃體積。菱角殼難以自然分解，許多農夫自行焚燒解決卻造成空污與火災的風險。
- (3) 2016 年官田區公所與成功大學正式簽訂 10 年的產學合作研究開發，致力於菱殼炭的開發。在研究團隊的努力下，終於取得碳化系統的認證及相關產品的專利。
- (4) 菱殼炭的功能有去味、除溼、改善土壤及淨化水質，臭氣吸附效果比坊間竹炭高出 100 倍，成本卻更低廉，進一步加工，可以做成頭巾、口罩、袖套等產品，用途很多。



2. 烏山頭能源牧場發電雞

- (1) 烏山頭能源牧場的負責人薛連豐從營造業起家，2年多前，他為了食安和健康概念，在烏山頭水庫附近興建全台第一座「農光合一」的太陽能溫室農棚生態飼養古早雞，打出 3D 農業新思維。
- (2) 發電雞生長在太陽能板的屋頂底下，擁有適當的日照，屋頂太陽能發電可賣電，這種農電共生的環境下，太陽能供應牧場的所需電量，同時給予雞隻適當的日照及陰涼。



3. 一片葉子撐起一個部落-粳發粳粽品牌行銷

- (1) 假酸漿又名毛束草，在原住民部落的空地隨處可見，在原住民傳統習俗中，假酸漿的葉片能發揮類似保鮮膜的功用來包覆保存食物，是很重要的一項民俗植物和日常的食用野菜。
- (2) 阿粳(a-bai)，是原民部落中常見的食物，類似漢人的粽子，將糯米、小米或高粱裹入內餡再以假酸漿葉包覆，最外層則包上川燙軟化過的月桃葉，以棉繩綑綁後煮熟。

- (3) 秬種人食品創辦人將台東原住民美食「阿秬」打造成精緻的文創品牌以地方創生作為思考架構，盤點原住民部落的環境、文化與資源，打造出「秬發秬粽」的品牌，成功將阿秬推廣出去。



4. 甘之如飴樂在其中的合習聚落

- (1) 合習聚落的前身是民國 36 年三峽開設的第一間外科醫院「愛鄰醫院」，醫院歇業後的原建築由甘樂文創在 2017 年部分承租，成為三峽地方創生的據點。
- (2) 甘樂文創嘗試透過合習聚落串連資源，讓工藝職人、良食店鋪、社區學校和企業夥伴可以合作，職人透過教學傳承文化，而學生透過學習獲取技能，建構出成熟的社區支持系統，促進社區產業發展。



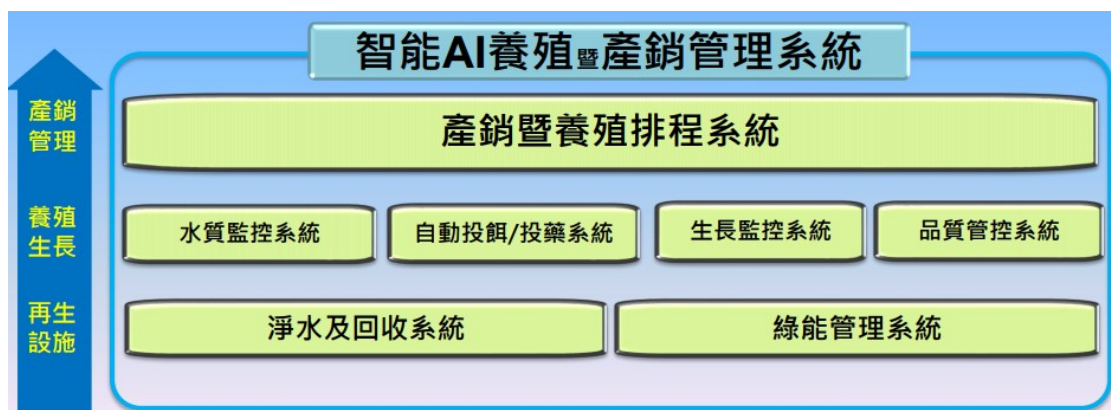
5. 吳郭魚的華麗轉身-台灣鯛

- (1) 吳郭魚以前沒有人愛吃，都是土味，經濟價值比較低；台灣鯛是改良過的吳郭魚品種，比一般吳郭魚成長時間快3成、體型更大，增加可食用及產品附加價值。
- (2) 台灣鯛富含高蛋白質與低脂肪、肉質鮮嫩多汁且無暗刺與土腥味，加入種苗繁殖、養成、飼料配方及加工四大技術，優化養殖環境，成功培育優質魚種。



(3) 台灣鯛的科技導入

透過遠端監控掌握魚池溫度，打造自動投餌及投藥系統以降低人力，整合汙水處理系統及綠能管理系統，有效創造再生循環。



6. 林木剩餘資材再利用的木酢達人

- (1) 木酢達人陳偉誠執行長承襲上一代的製炭技術，研發、生產一系列對環境無毒無害的多樣化保養

及清潔木酢產品，透過推廣木炭、木酢之循環經濟概念，帶動湖口新綠色循環產業。

- (2) 2017 年木酢達人開始推展數位化的商業模式，透過網路外銷到香港、澳門、馬來西亞等地，同時參與新竹湖口老街社區改造，協助老街商家進行數位轉型。



7. 南投竹山-天空的院子

- (1) 天空的院子創辦人何培鈞退伍後至竹山深山將老屋整修成一棟民宿，何創辦人後來透過與南投文化局的合作，邀請到音樂家馬修連恩蒞臨，後來馬修連恩還出版了「天空的院子」同名創作專輯，並入圍金曲獎，民宿終於被看見。
- (2) 何創辦人也積極振興地方產業發展，結合當地風景和人文特色，試著為竹山城鄉解決發展失衡的問題，讓竹山青年不再繼續外流。

天空的院子
El Patio Del Cielo



8. 環保天燈淨化平溪

- (1) 平溪天燈活動已躍上國際舞台，每年吸引數百萬國內外遊客前來體驗，但產生的垃圾及可能造成

火災的隱憂是一直是大眾關注的問題。

- (2) 永續天燈是新創公司文化銀行研發，將原本由鐵線支架與膠帶製成的傳統天燈，改為全紙漿，讓天燈穩定升高至 300 公尺後即完全自燃。將傳統文化注入新科技的思維，讓環境永續發展。



9. 金山-汪汪地瓜園

- (1) 金山汪汪地瓜園創辦人賴家華在地經營 15 年，主打控窯體驗及地瓜商品，後來在新北市政府農業局及金山區公所舉辦金山甘藷節活動推廣下，汪汪地瓜園的控窯體驗成為炙手可熱的親子旅遊活動。
- (2) 2019 年賴家華打造汪汪地瓜園產業故事館，將產品品牌化，目標透過汪汪地瓜園的產品及通路，帶動整個地瓜產業發展，未來要吸引國際旅客前來，將控窯體驗、特色產品推廣出去，也創造更多生計，促進當地年輕人返鄉就業。



10. 台東關山、米國學校 & 痴愛玉

- (1) 為推廣關山米與讓民眾體驗稻米處理過程，關山鎮農會休閒旅遊中心將舊碾米廠改建成米國學校。米國學校設有水稻文物館、米食DIY教室、米雕教室、農產品展售中心，除了可以參觀製米器具與不同種類稻米之外，還可以預約DIY，親自體驗製米過程。



- (2) 痴愛玉的老闆吳佩甄父親是種植愛玉的農民，返鄉後為了推廣在地傳統愛玉產業，除了自己種植愛玉，還改建老屋開了這間店。店內的愛玉是台東關山的特有種，結合傳統與創意，老闆研發出玫瑰造型的愛玉，可以用紅茶、啤酒及咖啡等搭配，讓人對這道點心感到驚豔。

11. 花蓮洄遊吧、魚刺人咖啡&漁場鍋物

花蓮在地資源稀少造成青少年人口不斷外流，活化多元空間經營，讓在地青年看到機會，打造在地品牌。

- (1) 洄遊吧

建立雲端平台，透過資訊視覺化促進消費者對海洋的環境與資源利用有更深入的認識，並用心規劃一系列體驗活動，帶領大家認識花蓮七星潭。

(2) 魚刺人咖啡

魚刺人咖啡店開在七星潭附近，有得天獨厚的觀海景觀，店內主打雞蛋糕，擺設走文青風格，也有多樣化的主題商品。



(3) 漁場鍋物

漁場鍋物三代目店主是來自臺北的年輕人阮振吉，希望挽回新城保安林旁的小漁村，透過就地販賣的新鮮漁獲將人潮引入這個漁村，協助地方找到永續的經營方式。

貳、茶籽堂品牌介紹(茶籽堂趙文豪創辦人演講部分)

一、品牌歷程

(一) 公司背景

捷順企業有限公司成立於 1992 年，原以茶籽加工代製業為主，近年以政府大力推動的文化創意產業為利基點，轉而朝向創立自有品牌，憑藉本身深厚技術及對產業的了解，開發具有地方文化特色的茶籽相關系列產品，將原為廢料丟棄的茶籬(茶籽榨油後的殘渣)，運用創意並透過產品設計創造二次經濟價值。

(二) 二代傳承

公司創辦人趙志明研發的液態茶籽碗盤洗潔液大

受好評，第二代趙文豪接手父親事業，創辦品牌「茶籽堂」。

(三) 品牌形象化

與設計公司合作將品牌形象化，打造新的包裝，新的文創形象結合優質商品大受好評，開始進駐松菸誠品等文創基地，也被選為 2014 年金馬獎指定貴賓禮。



(四) 發展茁壯

1. 目前已在永康設置品牌概念店，並於誠品生活 4410、光點生活等各店設置直營專櫃。
2. 超過兩百家飯店民宿指定為合作品牌。
3. 已有 9 個獲獎殊榮、3 屆金馬獎指定貴賓禮及 1 次國家殊榮。
4. 獲得美國 B 型企業認證(2016~2021)。

二、苦茶油復興之路

(一) 起心動念

2013、2014 年台灣爆發黑心油品事件，開始讓趙文豪動念發展台灣本土的高品質苦茶油。

(二) 苦茶油產業問題

1. 原物料：市面上的苦茶籽約有 90%仰賴進口，只有 10%來自台灣。
2. 產地：農村社區人口老化，生產力下滑。

(三) 解決方法

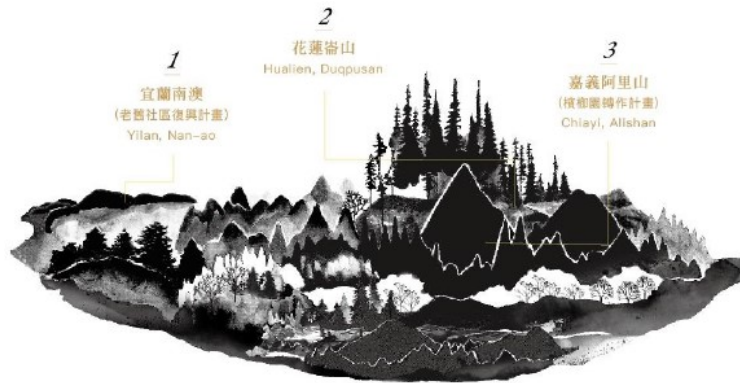
好的苦茶油需要好的苦茶籽，而要種出好的苦茶籽，則需要長期穩定的社區力量支持，為了讓苦茶

樹也能在台灣四處萌芽，趙文豪攜手專業人員組成「農業規劃團隊」，耗費約 10 個月的時間，走訪全台各苦茶樹產地、拜訪農民，並尋找合適的農場。

三、茶籽堂推展的計畫與成果

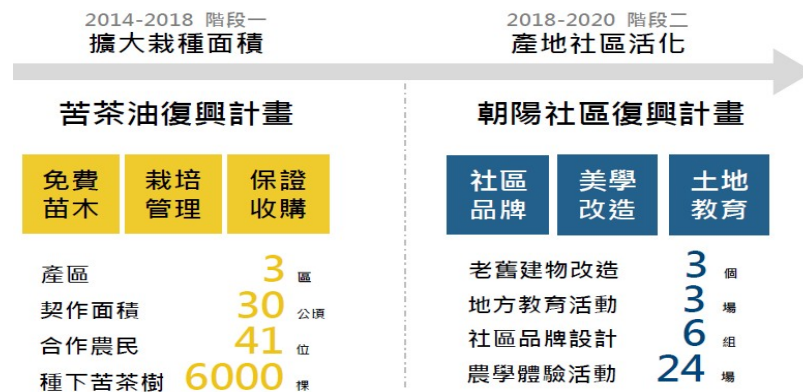
(一) 階段一：擴大栽種面積-苦茶油復興計畫

苦茶栽種成熟期約 5 年，一開始很少農民配合，茶籽堂對合作的農民提出免費苗木、教授如何栽培管理及保證收購等誘因，慢慢在地得到名聲，在宜蘭南澳、花蓮崑山及嘉義阿里山都有產區。



(二) 階段二：產地社區活化-朝陽社區復興計畫

1. 本著回饋土地的初衷，開展朝陽社區的地方創生計畫，先從國外考察開始，包括荷蘭的循環農業、日本的藝術和文化祭、義大利的葡萄酒和橄欖油莊園，取經之餘，也投入研究南澳在地歷史與風土。
2. 協助建立社區品牌，改良農產品包裝到社區美學改造，將廢棄停車場進行重整，改建為有自然美感的漁港和公園。並與許多設計與藝術界人士合作舉辦活動，開設土地教育課程，讓在地的孩子更認識自己生長的土地，建立起地方認同感。



(三) 計畫之合作夥伴

1. 藝術/創業駐村聚落

透過循環建材改造，將眷村區轉變成為藝術家、創業家駐村之地。

2. 實驗教育場域計畫

提供實驗教育自學團，規劃一個適合小朋友成長受教育的空間與計畫。

3. 生態環境改造計畫

透過環境美學、生態、山林步道整體規劃與改造，讓朝陽社區成為親子生態教育的最佳場域。

4. 公民電廠計畫

打造社區 100%使用自然能源，透過自營電廠讓社區能源自主。

趙文豪最後對農業的英文「Agriculture」加以詮釋，說明「Agriculture」這個字由「土地 Argi」和「文化 Culture」兩個字組成，茶籽堂經營的是農業，但是要不斷去了解產品背後所蘊含的土地及文化價值，公司要永續發展，需要重視在地的美好價值，未來為大眾創造更多美好的願景與想像。

因疫情因素本場講座採線上直播進行，截稿為止線上直播累計觀看有 573 人次。



陳美伶教授透過線上直播發表專題演講。



范秘書長(中)、陳教授(左)及趙創辦人(右)共同主持 Q&A 互動交流。