

【新竹縣地方創生輔導計畫】教育訓練

2019 年，台灣正式進入地方創生元年。

一路走來，各地豐沛的能量也漸漸走出屬於地方的生存之道，為了能有效的利用地方創生系統，協助機關及鄉鎮市公所發展地方創生事業的計畫，新竹縣地方創生輔導計畫將辦理一系列的教育訓練課程，邀請到具有豐富實戰經驗的講師，以「品牌」、「觀光」以及「農業」三大面向作為主軸，藉由分享團隊在地深耕的歷程，利用實際的案例帶領參與者一同走入地方，拉近我們與地方創生的距離。

- 活動日期：109 年 7 月 23 日(四) 09:00-14:00
- 新竹縣政府前棟三樓第二會議室

流程說明			
時間	流程	人員	備註
09:00-09:30	報到入席		
09:30-09:50	開場、貴賓致詞	計畫主持人開場：羅傑 貴賓致詞	
09:50-10:00	合照時間		
10:00-10:50	【課程 1-品牌】 從地方被看見開始	主講人： 合方共創董事合夥人陳彥佑	演講 40 分鐘 Q&A 10 分鐘
10:50-11:00	中場休息		備茶點
11:00-11:50	【課程 2-觀光】 地方文化風情的串聯	主講人： 島內散步共同創辦人 魏兆廷	演講 40 分鐘 Q&A 10 分鐘
11:50-13:00	中午休息時間		提供餐盒
13:00-13:50	【課程 3-農業】 農村前線生存戰	主講人： 台青蕉團長 王繼維	演講 40 分鐘 Q&A 10 分鐘

【課程 1-品牌】從地方被看見開始

|主講人|



合方共創董事合夥人

Charles 陳彥佑

陳彥佑曾擔任瑞士品牌公司大中華區董事合夥人，並任職於康師傅、誠品書店與奧美公關。專長為品牌策略規劃、品牌設計管理、行銷公關推廣等，協助傳統產業轉型及許多新創建立品牌



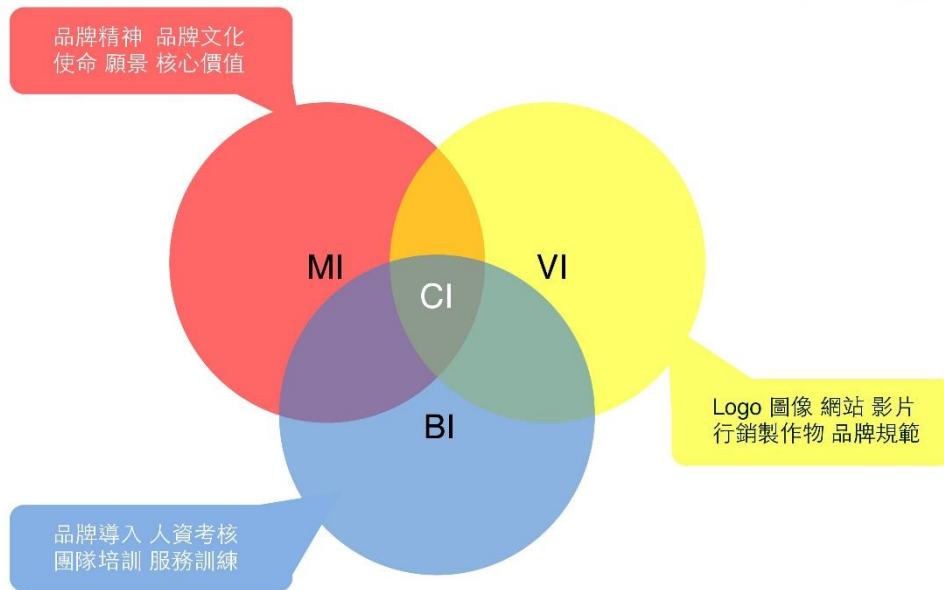
合方共創品牌顧問

Nina 趙悅寧

CoFound 合方共創品牌顧問，擁有豐富的品牌經驗，擅長企業識別系統發展、專案管理與顧客關係維繫、設計與創意發展以及品牌審計與管理。

|課程大綱|

地方如何從田野調查到品牌策略規劃，從挖掘、詮釋地方 DNA，到建構能代表地方的印象並擦亮共同記憶，讓吸引力與知名度能創造多方共益。



6

品牌設計的四大步驟 Four Steps of Branding



11

Phase 1
Strategy
策略分析

- 了解事業結構與長短期目標
- 訪談品牌的管理階層與相關人員
- 進行標竿分析
- 舉辦品牌研討會
- 梳理與確認品牌基礎
- 命名與註冊協助

Phase 2
Concept
設計概念

- 優化或發展logo
- 發展字體、用色、圖像的設計規劃

Phase 3
Implementation
應用發展

- 品牌圖像購買或拍攝
- 事務用品（名片、信封信紙、文件格式等）
- 網站設計
- 社群媒體設計（微信、微博、FB、IG等）
- 海報與廣告模版設計
- 銷售用品設計（資料夾、案例等）
- 展會設計示意
- 公司簡介與型錄設計
- 影片（公司簡介片 / 廣告 / 微電影）
- 招牌系統設計
- 店頭用品
- 產品包裝
- 產品識別
- 印刷品設計

Phase 4
Management
延伸管理

- 發展品牌手冊，供管理層與品牌經理使用
- 品牌訓練

【課程 2-觀光】地方文化風情的串聯

|主講人|



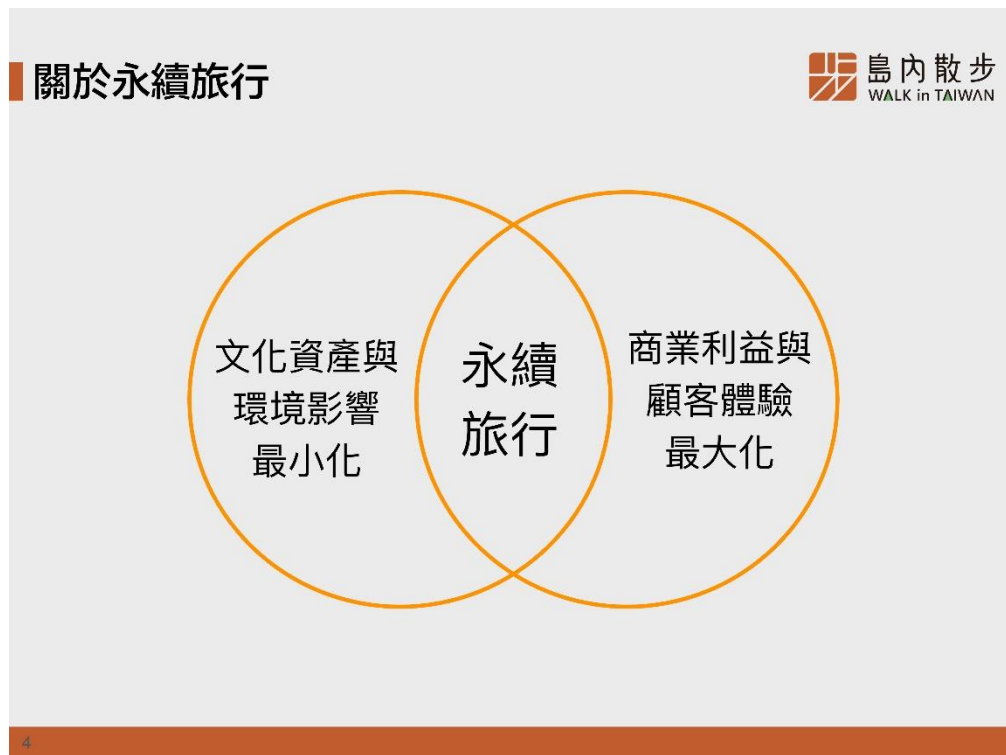
島內散步共同創辦人

魏兆廷

魏兆廷曾當過幾年老師，後來踏入旅遊業，參與執行許多在地的小旅行，設計超過 100 場島內小旅行，擔任超過 200 個社區旅行設計顧問，為台灣商業小旅行先驅。

|課程大綱|

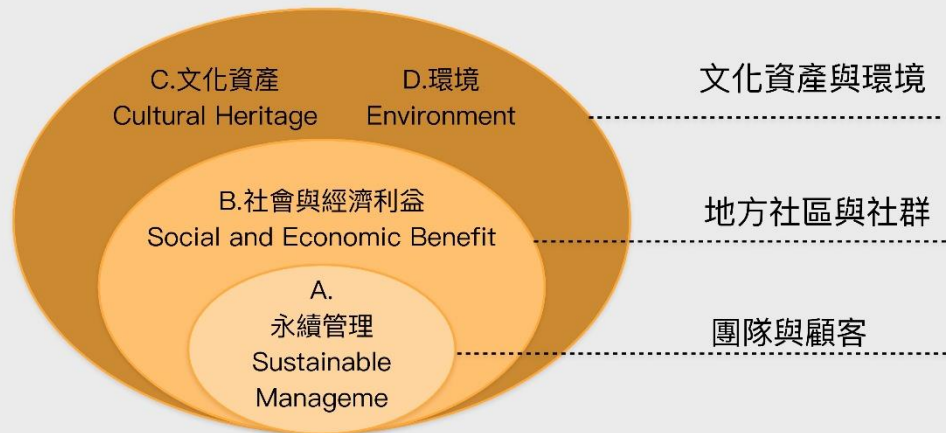
如何整合體驗經濟與共享經濟的思維，讓大家重新看見地方的文化價值，走內行人的路，打造讓在地人自信、讓旅人憧憬的地方經濟與農村休閒度假模式



全球永續旅遊委員會

Global Sustainable Tourism Council(GSTC)

依照聯合國SGDs目標12.b，訂定旅遊業者準則(Tour Operator Criteria)



傳統社區資產調查

日本的宮崎清教授主張將社區營造議題區分為
「人」「文」「地」「產」「景」

- 「人」社區居民的需求的滿足、人際關係的經營和生活福祉之創造著名的歷史人物，住在社區中的文學家、藝術家、工藝師或特殊專長 人物等。
- 「文」社區共同歷史文化之延續，藝文活動之經營以及終身學習等有特色的生活文化、風俗習慣、節日慶典、歷史故事、民間傳說或文化活動。
- 「地」地理環境的保育與特色發揚，在地性的延續地理環境、氣候條件或動、植物生態等。
- 「產」在地產業與經濟活動的集體經營，地產的創發與行銷等農、林、漁、牧、工、商等產品或產業活動。
- 「景」「社區公共空間」之營造、生活環境的永續經營、獨特景觀的創造、居民自力營造等。具特色的自然景觀或人文古蹟、歷史建築。

為什麼要做田野調查？

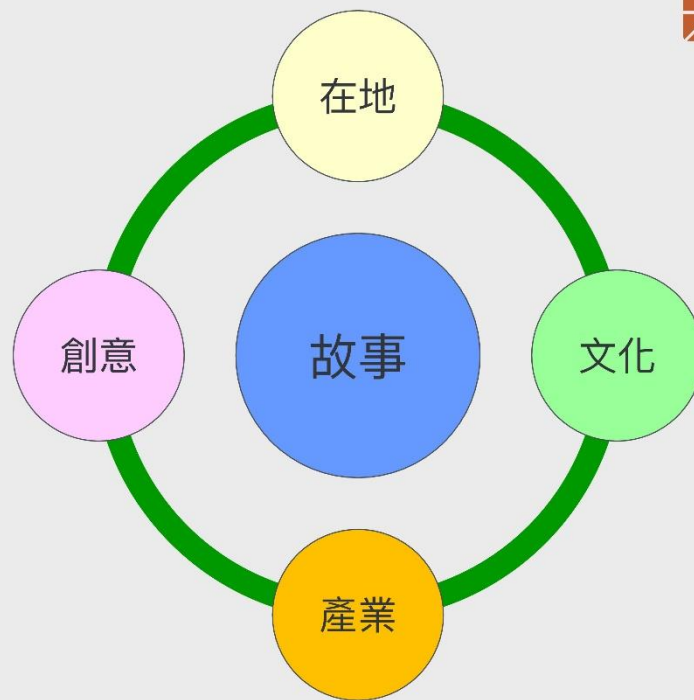
1. 盤點資源：人文地產景
2. 分析問題：解決問題根本
3. 永續方案：獨特性/能動性/關鍵合作夥伴

田野調查的方法

1. 資料分析 建立初步認識描繪輪廓
 - 一手資料：書信/文件/日記/檔案...
 - 二手資料：論文/書籍/期刊/報導...
2. 深度訪談 補充/應證/細節/觀點
 - 地方頭人
 - 其他 ex.地方居民、專家...
3. 參與觀察 五感體驗/客觀判斷/創新觀點

田野調查與我有什麼關係？

- 運用搜集來的素材，設計出獨一無二的小旅行
- 資源盤點的過程中，找出可以合作的在地夥伴
- 釐清地方真正問題，不只是旅行，是政策創新



|主講人|



台青蕉樂團團長

王繼維

王繼維長期投入於食農產銷開發、社區小旅行、樂團演出及音樂製作；專長為社區文化生態調查、自然農法香蕉園。

|課程大綱|

隨著產業沒落、人口外移，昔日香蕉王國風光不再。老王成立台青蕉團隊、研發香蕉蛋糕，也自己種香蕉，行銷地方香蕉產業與文化，期望帶來新的一片光景。

【我的工作由家鄉來定位】



1.現在的旗山是什麼狀況？

- 從現在的旗山來想想
- 從目前現在的工作來看看旗山需要什麼

2. 一個基金會的開始，走入社區的過程

- 從生涯來看，夥伴的生命歷程，走入旗山的角落。
- 成長的過程遇見了什麼？教育改革、文化消失、親子問題、地方性
- 從私人到公共的過程看地方產業發展
- 台灣農村的思考-地方學的建構

3. 為何要成立旗山的品牌-台青蕉

- 台青蕉是什麼？
- 為什麼要解決產業問題
- 解決的什麼產業問題又長出什麼產業問題
- 如何持續經營產業內容
- 人的經營和產業持續的搭配

4. 從旗山的美好到世界的連結

- 鄉村的本位在哪？
- 台灣創生的定調是什麼
- 在農村第一線需要面對和準備好的是什麼
- 結語

5. Q&A