

契約編號：10014005

100 年度西拉雅鄉村旅遊觀光品牌深根計畫
結案報告書

主辦單位 交通部觀光局西拉雅國家風景區管理處

承攬廠商 國立暨南國際大學

中 華 民 國 100 年 12 月 26 日

修正期末報告意見回覆表

項目	審查意見	回應內容
(一)	(1)社區故事書內容編排部分需再加強	社區故事書已放於附錄，並已重新修改圖文編排。
(二)	(1)社區故事書封面美編需再細緻一點	已重新調整過封面美編。
	(2)照片選擇請再確認，有些照片效果不是很好，文字敘述可再感性一點	已更換部分照片
(三)	(1)故事書封面可以再設計一下，可參考拉拉 LOGO 的外型	已重新修正。

計畫執行進度說明：(計畫起始日至結案之各項工作執行情況)

工作項目	執行進度			人力 投注 (人次)	查核內容概述	執行/差異情形說明
	計畫 權重	期末 進度	實際 進度			
品牌執行策略及計畫	2%	2%	2%	5 人	完成轄內資源要素進行分析，並針對上述三大次品牌收集國內外品牌推動之成功案例，導引品牌發展模式等概念，以擬定特等次品牌、社區次品牌、生態次品牌之執行策略及計畫	已 完成。
特等次品牌輔導	17%	17%	17%	10 人	輔導特等次品牌實例操作設計，辦理教育訓練課程(至少 36 小時)，協助示範點完成酒莊申請計畫書	已 完成。
社區次品牌深耕培訓	33%	33%	33%	10 人	擇定 4 處示範區，辦理以社區發展之教育訓練(至少 36 小時)，輔導社區完成自主營造點操作	已 完成。
生態次品牌實例操作	13%	13%	13%	5 人	擇定 1 處示範點為操作對象，駐地輔導營造生態環境教育體驗區並營造具體成果。安排遊客體驗生態教育環境導覽行程	已 於 11/18-11/19 安排遊客(媒體踩線團)體驗入埔生態導覽行程。
品牌監測	15%	15%	15%	10 人	以問卷調查方式分析巴拉雅風景區觀光品牌聯想、品牌形象、品牌忠誠度、品牌知名度及滿意度，完成轄內觀光品牌之問題診斷	已 完成。
辦理國內外鄉村旅遊觀摩交流	20%	20%	20%	20 人	擇定具有實施成效之鄉村旅遊觀摩交流行程	11/18-11/19 已 辦理媒體踩線團「鄉遊巴拉雅」實施成果。 12/8-12/9 辦理「巴拉雅鄉村遊學團」參訪行程。
合計	100%	100%	100%			

註：計畫共 100 分，12 月 26 日已達進度 100%

目錄

目錄	0
第一章、結論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	1
第三節 研究範圍	1
第四節 計畫工作流程	2
第五節 國外品牌推動成功案例	3
第六節 品牌執行策略	6
第二章、農村特色品牌輔導	16
第一節 環境資源要素	16
第二節 國外品牌發展案例	18
第三節 執行步驟	26
第四節 地點診斷與評估分析	30
第五節 執行方法與內容	41
第三章、社區次品牌深耕培訓	52
第一節 環境資源要素	52
第二節 國外品牌發展案例	59
第三節 執行步驟	71
第四節 地點診斷與評估分析	75
第五節 執行方法與內容	79
第四章、生態次品牌實例操作	102
第一節 環境資源要素	102
第二節 國外品牌發展案例	105
第三節 執行步驟	107
第四節 執行方法與內容	109
第五章、品牌監測	152
第一節 調查項目、原則與方法	152
第二節 品牌知名、愛與品牌聯想	159
第三節 品牌意象、滿意、愛與忠誠度	166
第四節 99 年與 100 年之比較	175
第六章、農村旅遊觀摩交流活動	179
第七章、品牌創意思錄	193
第一節 專業經理人之考察與交流	193
第二節 連鎖設置與拉雅農村酒莊之評估	196
第三節 鄉村舖子	220
第四節 市場推廣與旅遊產品強化	221
第八章、結論與建議	222
附錄	226
附錄一 調查問卷格式 A (意象、滿意、愛、忠誠度)	226
附錄二 調查問卷格式 B (知名、愛、聯想)	230
附錄三 社區目 3 營造—海豐孔拼貼課程講義	232
附錄四 生態次品牌工作坊紀錄	236
附錄五 工作會議紀錄	261
附錄六 目 3 營造相關簡章	267
附錄七 酒莊營運計畫書	275
附錄八 2011 鄉遊拉雅—曝光消息	305
附錄九 大埔觀光護照	324
附錄十 社區故事書	3259

第一 章、結 論

第一 節 研 究 背 景 與 動 機

巫拉雅國家風景區面積遼闊，區內「鄉村」聚落型態眾多、遊憩資源豐富，且具有視野遼闊的鄉村田園景觀，如曾文水庫、關子嶺溫泉、烏山頭水庫、梅嶺、虎頭埭、月世界等皆是國內外知名觀光景點，此外並有豐富的農特產品、多元文化及生態資源。因此，以「鄉村旅遊」為發展的主體，並且，是全國第一個以「鄉村旅遊」為觀光品牌的國家級風景區。

為深化「鄉村旅遊」品牌之執行，擬即可進行巫拉雅鄉村旅遊觀光品牌深耕計畫。本計畫乃延續「99年巫拉雅觀光品牌發展定位建議案」之規劃成果，初步以農特產品品牌、社區次品牌、生態次品牌為規劃標的。期透過輔導在地農特產轉型精緻化、強化社區力量並注重社區故事，導引環境教育體驗的導覽行程，並增加旅遊深度以達到休閒教育目的。

第二 節 研 究 目 的

本計畫乃以預先研提農特產品品牌、社區次品牌、生態次品牌之執行策略，並於農特產品品牌中選定一處示範區進行農特產轉型輔導計畫；另，在社區次品牌方面，在轄區內擇定4處社區營造點，進行社區主題營造；生態次品牌則進行巫拉雅鄉村旅遊觀光品牌生態環境體驗等，以循序漸進的方式，形塑巫拉雅獨一無二的發展特色及獨特魅力，提高巫拉雅在旅遊市場的品牌知名度與優勢。

第三 節 研 究 範 圍

本計畫以巫拉雅國家風景區公告劃設之經營管理範圍為界，以風景區涵蓋之15個鄉區，陸域面積88,070公頃，水域面積3,380公頃，總面積約91,450公頃為主要工作範圍，北界為臺南市白河區及嘉義縣大埔鄉；東至臺南市南化區界及臺20線，嘉義縣大埔鄉界、左鎮區東界；南至臺南市新化區界及左鎮區西界；西至國道二號高速公路及烏山頭風景特定區。含5座水庫：烏山頭水庫、曾文水庫、虎頭埭、白河、尖山礮水庫等。

第4節 計畫工作流程

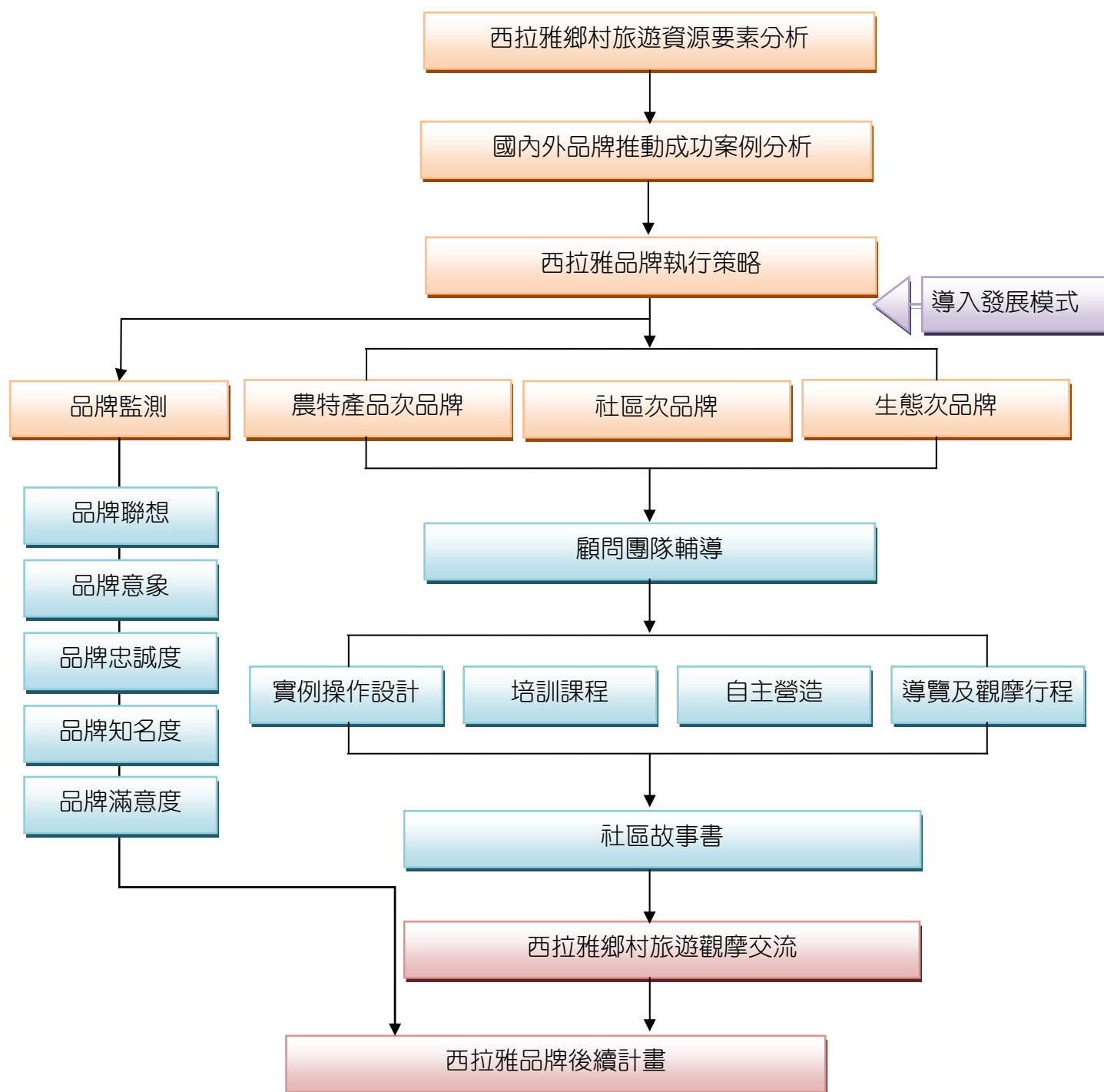


圖 1-1 本計畫執行工作流程
資料來源：本計畫構想

第2 節 國外品牌行銷成功案例

觀光品牌打造之核心議題在於找出明確的品牌定位，和競爭者產生差異化。以本計畫而言，鄉村旅遊為發展主軸，但要發展何種型態的鄉村旅遊，以跟其他類似的旅遊地（如休閒農業區）有所區隔，則為品牌如何定位的問題。本節以國家層級的旅遊地為例，分別列舉其觀光品牌定位之作法。

澳洲以「品牌澳洲 (Branding Australia)」來塑造其國家品牌，藉由「袋鼠」標誌的使用以及所代表親切熱情、活力無限以及積極奮進的樂觀精神來打造品牌澳洲的意義，2005 年更舉辦標誌推廣活動來呈現澳洲產業特質、風景、高品質產品和生活形態的品牌形象，透過不同主題的廣告活動宣傳，大量曝光此標誌以提升國際知名度，國內企業亦陸續採用此標誌作為產品品牌之標誌，協助各項產業的發展，於國際市場推廣澳洲產品與肯定，進而帶動國家形象的提升。



圖 1-2

紐西蘭以其美麗的山景風景與生活環境為觀光資產，作為推動觀光產業主要的競爭優勢，強調永續、共生的經營理念，更是以「百分之百純境紐西蘭 (100% Pure New Zealand)」作為觀光品牌定位的核心，強調紐西蘭的純淨會讓人活的體力充沛



圖 1-3

且有朝氣，並試圖讓全世界的人瞭解紐西蘭是世界上最令人朝氣蓬勃的地方。紐西蘭的觀光品牌定位基礎建立在市場調查結果，亦即他們在市場調查中發現，很多遊客對於紐西蘭的觀感是「獨特美景」、「人民好客」、「鄉村地區保留神話般的色彩」、「沒有污染」，綜合這些特點而創造了上述口號。



圖 1-4

在品牌行銷策略方面，紐西蘭透過爭取主辦國際大型比賽之機會促銷紐西蘭，如 2011 年世界杯橄欖球賽，並以電影行業的影響力促銷帶動觀光產業，如參觀「魔戒」拍攝場景的魔戒之旅，且提供補助以吸引外資來拍攝電影，設立「i-SITE」旅遊服務中心與「Qualmark」旅遊品質評鑑來宣傳強調其觀光品牌。其中值得注意是透過舉辦冬季賽典將劣勢轉變為優勢，淡季轉為旺季，上述目標皆在於使紐西蘭呈現出充滿活力、有創意、獨特與美麗的觀光品牌形象。

泰國則於 1997 年以「奇妙的泰國 (Amazing Thailand)」作為觀光品牌的行銷口號 (圖 1-5)，塑造出泰國旅遊是一趟驚奇的旅程意象，並設計推出八大旅遊主題來行銷旅遊活動，1999 年旅客數量即比預期目標多出 37 萬人，而在這個品牌行銷計畫中，泰式料理、泰國 SPA 等休閒產業，也成功推廣到國際市場，成為泰國之重要觀光吸引力。



圖 1-5

馬來西亞則是在 2007 年開始以「真實亞洲 (Truly Asia)」的品牌口號塑造其國家品牌 (圖 1-6)，透過此口號推動質量、優秀和創新的內涵，強調馬來西亞人的精神，以此口號強調馬來西亞在觀光旅遊業所提供的產品內容，並藉由這樣的品牌行銷策略，提高馬來西亞本身的國際能見度及肯定塑造優質品牌的正面形象。



圖 1-6



圖 1-7

杜拜在 80 年代面臨石油資源匱乏的危機感，轉而將其發展定位為阿拉伯世界的觀光與金融中心，塑造出世界獨一無二的意象，希望成為全球最熱門之旅遊地點，以「旅遊地-杜拜 (Destination Dubai)」為品牌定位，並透過創造性資源來打造其觀光國家品牌，建造了指標性的「帆船飯店」(圖 1-7)，成功的以一個飯店行銷了整個杜拜。「杜拜塔」亦代表新興旅遊景點的興起，此吸引力使得杜拜 2007 年之遊客數成長了兩倍多，將近 700 萬人次。

韓國為了提供全世界旅客更多元、更具吸引力的旅遊產品，於 2007 年進行觀光品牌打造計畫，以全新的觀光口號「Korea Sparkling」來做為韓國的觀光品牌定位與核心精神 (圖 1-8)，期許營造出活力、新鮮、多變的韓國魅力。Sparkling 除了「燦爛的」、「閃亮的」意思之外，還具有「使人能量再生的」、「新鮮的」、「輕快的」的意義，代表透過韓國觀光，便能感受到韓國人及韓國文化的熱情與動感。在品牌行銷策略上，



圖 1-8

則積極地把「Korea Sparkling」用於觀光宣傳物、觀光著名景點及文化活動等與韓國觀光相關的行銷」。此外也針對不同目標進行行銷，例如，韓國觀光公社臺北支社為配合「Korea Sparkling」的誕生，不只透過全國性的公車、捷運、機場、辦公大樓等可外賣處，和主要報紙、業界雜誌等的印刷刊物廣告來對臺灣地區的民眾進行宣傳，更利用韓國觀光宣傳大使～歌手 Rain 所演出的 TV、Radio 宣傳廣告，來提升觀光品牌的知名度。今年(2010)年韓國推出新的觀光品牌口號：「Inspired Korea」，來調整其觀光品牌定位。

西澳(Western Australia)為了扭轉其在整個澳洲之觀光地位，於 1996 年全面推展了整合性的品牌打造計畫 (Brand WA)，該計畫整合了西澳地區所有的觀光產業、政府與觀光團體組織共同參與。該計畫首先進行了嚴密的市場調查分析，以決定品牌之目標



圖 1-9

市場，其次藉由目標市場潛在遊客之意見調查訪談，最後決定了西澳之觀光品牌定位，分別為新鮮 (fresh)、自然 (Natural)、無拘無束 (free)、振奋人心 (spirited)。擬定品牌定位後，便開始設計一系列的 brand 識別元素，期傳達一致品牌定位精神，並提升品牌知名度與品牌聯想。其所設計之視覺標識如圖 1-9，不僅充分反應了品牌定位之精神，也大幅提升了西澳觀光品牌的個性 (personality) 與辨識 (identity)。

其他尚有許多國家觀光品牌定位之案例，如印度之「神奇印度 (Incredible India)」、西班牙之「一切都在陽光下 (Everything Under the Sun)」、法國的「歐洲最佳經營地點 (Europe's Best Business Location)、邁阿密的「南美金融之都 (Financial Capital of South America)」，皆為各國發展觀光所建構之品牌定位。

第六節 品牌執行策略

一、西拉雅國家風景區面臨課題與問題

在 2010 西拉雅國家風景區鄉村旅遊推動計畫調查中發現，西拉雅國家風景區轄區內眾多鄉村聚落，轄內的關子嶺溫泉、曾文水庫、嘉義大圳八日與－、東山咖啡、左鎮月世界及化石、寶日菱角等，全是區內知名的景點與產業，分別檢視其所屬範圍 15 個鄉區，其各鄉區特色、鄉村旅遊產品，綜合分析如下表 1-1，並發現其各區域聚落面臨問題及未來發展的重點。並可將西拉雅轄區分為八個主題區發展，如圖 1-10。

表 1-1 鄉村資源發展課題

分區	發展課題	發展重點
白河區 東山區	1.溫泉產業需精緻化 2.缺乏整合機制 3.缺乏文化意象	1.關子嶺溫泉 2.白河蓮花鄉村風情 3.東山山林社區尋奇 4.六重溪斗埔文化
柳營區 六甲區 寶日區	1.烏山頭水庫水域發展限制 2.美、健康類產品較為關切	1.八日與－紀念園區 2.烏山頭水利建設教育園區 3.西拉雅社子複合園區
大埔鄉	1.受限於水庫主管單位管制及法令限制，無法提升度假旅遊吸引力。 2.美的產品較為關切	1.大埔慢活村 2.湖濱散遊小徑 3.潛力空域活動
玉井區 南化區 楠西區	1.缺少吸引客之核心亮點 2.無法在鄉村旅遊產業具體展現本區水果產業的種類多元及品質優良等特性 3.梅嶺地區發展受限於地月	1.芒果、梅子酒之亮點 2.臺3線果香鄉道 3.梅嶺休閒農業區 5.玉井小鎮風情
左鎮區	1.左鎮化石館規模不足，不易提升旅遊層級定位	1.左鎮化石鄉道
大內區 山上區 新化區	1.斗埔文化不易展現	1.斗埔族博館 2.特有地形展示區

資料來源：鄭健雄（2010）



圖 1-10 全區發展構想
資料來源：鄭健雄（2010）

另外，在西拉雅鄉村旅遊規劃的三大旅遊線中（圖 1-11、1-12、1-13），分別有關子嶺、東山、烏山頭旅遊線；大埔、桶頭、玉井、南化旅遊線；以及左鎮、大內、新化旅遊線，依此對於轄區的資源特色分配而言，可看出，相關發展重點與建議有：

1. 積極發展農特產品特色，可打造更具吸引力的新旅遊據點。
2. 運用轄區內豐富農特產品資源，發展多樣化的農特產品及塑造更具多樣與獨特性。

- 3.凝聚區域社區向心力，培養地方共識。
- 4.區域營造與旅遊吸引力和配合，發展在區域中。
- 5.共同優化社區景觀環境。
- 6.實施品牌策略，提升品牌知名度，如：關子嶺溫泉等。
- 7.塑造生態環境，保育與規劃精彩的生態旅遊路線。



圖 1-11 關子嶺、東山、烏山頭旅遊線
資料來源：西拉雅鄉村樂逍遙

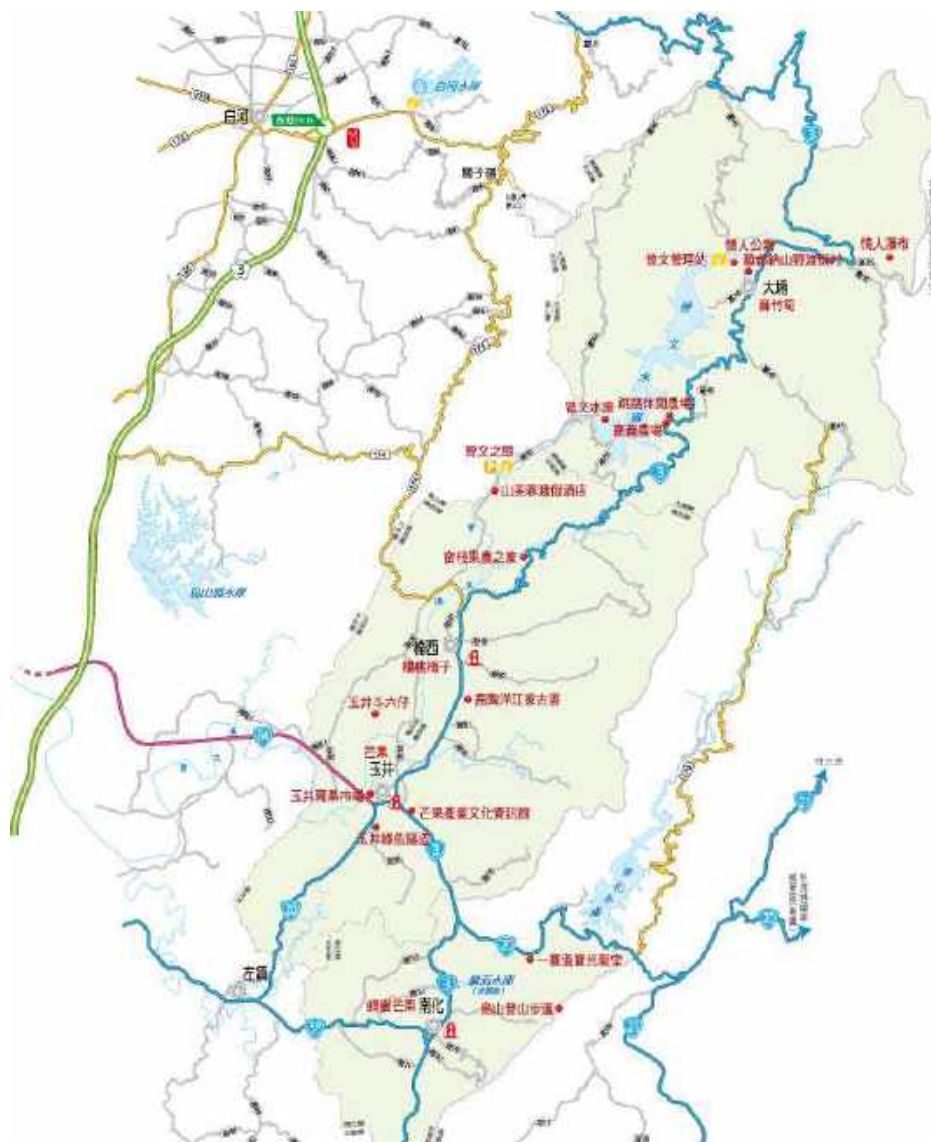


圖 1-12 大埔、楠西、玉井、南化旅遊線
資料來源：西拉雅鄉村樂逍遙

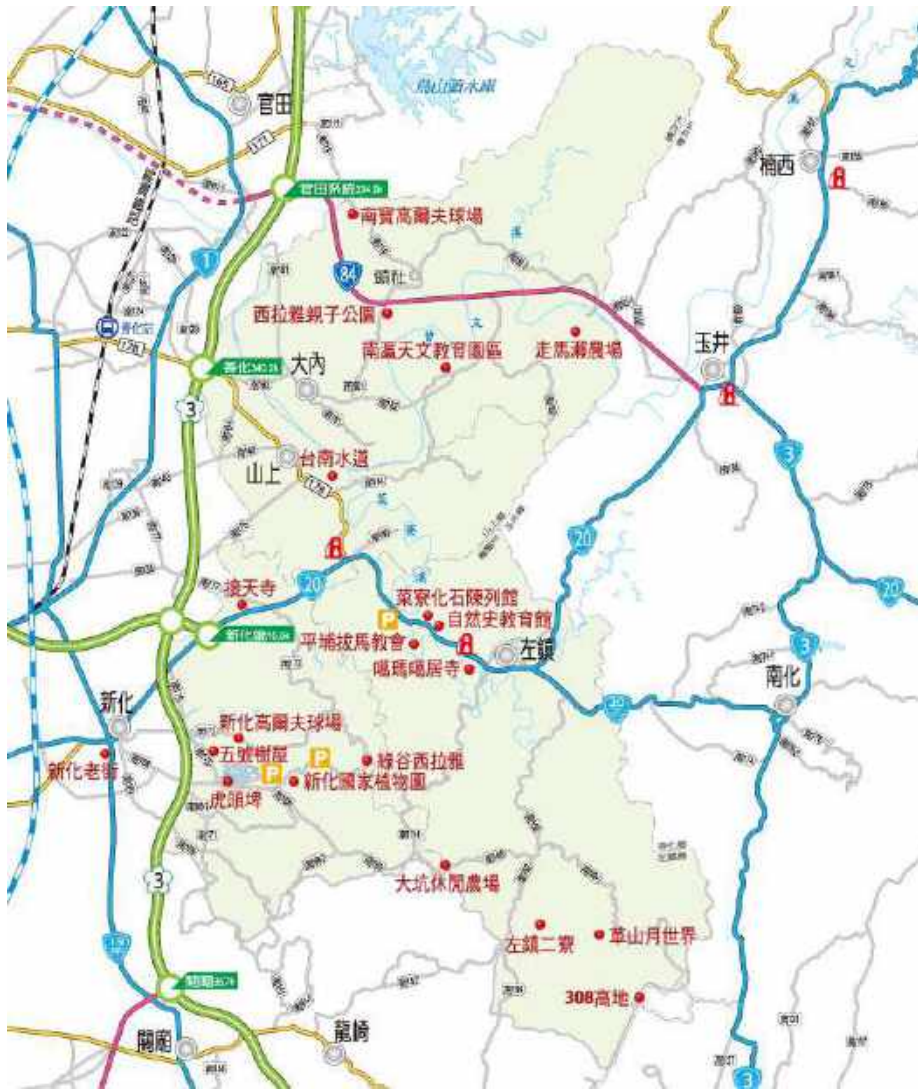


圖 1-13 左鎮、大內、新化旅遊線
資料來源：西拉雅鄉村樂逍遙

並針對發展課題與建議，提出發展推動構想，如下列說明：

- (一) 健全雙向之發展：民間自下而上自願發展鄉村旅遊，政府自上而下輔導監督，以達到雙贏。藉社區發展的力量帶動新興社區發展。
- (二) 融入低碳環保發展理念：呼應國際發展趨勢，在各項軟硬體設施導入之際，充分宣導減碳環保之發展理念，表現過于鄉村的樸素、原味、具有鄉村性的各種面貌。
- (三) 結合社區力量，帶動區域發展：在鄉村旅遊行程的推動上，在地人員的組成以及不斷的旅遊產品創新是發展旅遊最佳的乘動力，因此未來應結合社區的力量

量，由小到大，由少而多，由連成重要的發展力量。建議分階段推動在地社區自主營造，由社區自行挖掘社區資源，並以產業包裝及故事行銷推動社區觀光。

(D4) 兼顧既有產業特色，達成永續發展：兼具原有的產業營運，利用不同行銷的經營模式提升產業附加價值，並在兼具永續發展的原則下，推動結合第三級產業發展模式，除可延續原有的產業發展之外，更可提升經濟效益。

本計畫依據推動構想提出方向如圖 1-14：

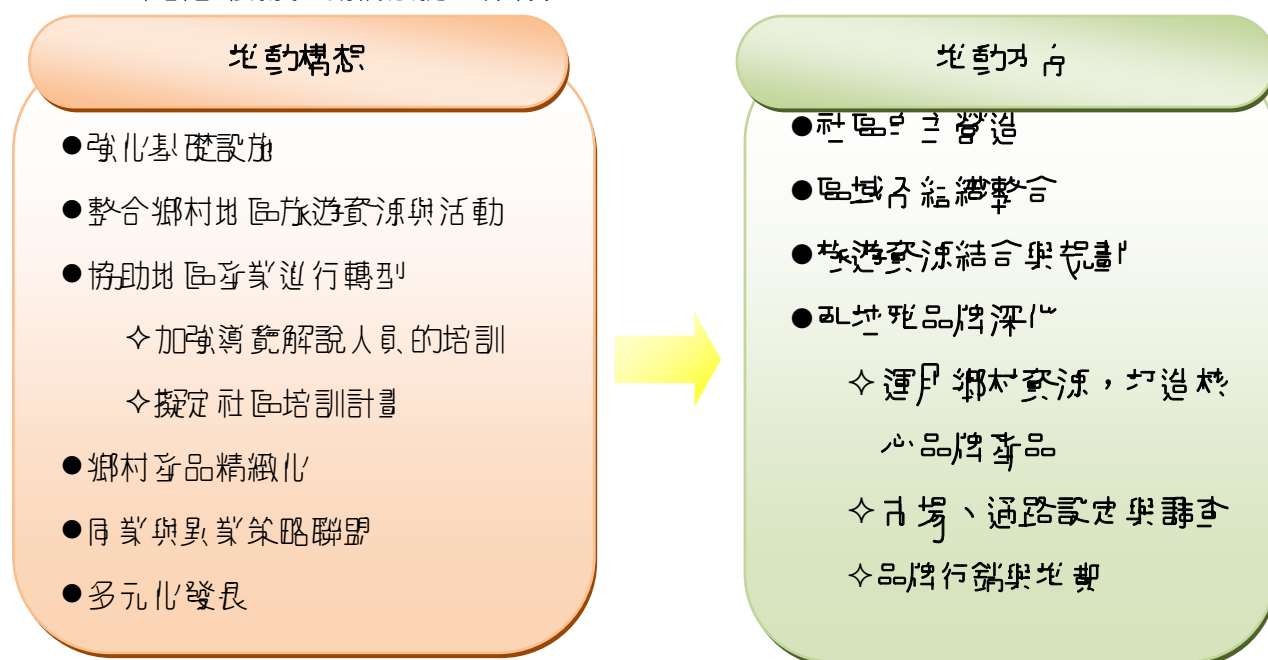


圖 1-14 巴拉雅國家風景區鄉村旅遊推動構想與方向

資料來源：本計畫構想

二、計畫推動

以巴拉雅現行的遊客分析，大部分來自南部或中南部地區，他們所從事的活動性質以家庭休閒為主，因此幾乎都是當日來回，北部地區客源少(僅 14.6%)，然而這群遊客是以旅遊活動為主軸，吸引他們的為鄉村田園風光，停留天數也較長。綜合而言，巴拉雅未來鄉村旅遊之目標市場可能可轉以北部及中部都會區為主，在消費族群方面，可鎖定較年輕之家庭、年輕夫妻及情侶為主，期望能藉此提高遊客之停留天數，以創造更高之觀光收益。中期則可將目標市場鎖定在大陸每日往返遊客，長期目標市場可延伸至東南亞缺乏鄉村資源的國家(圖 1-15)。

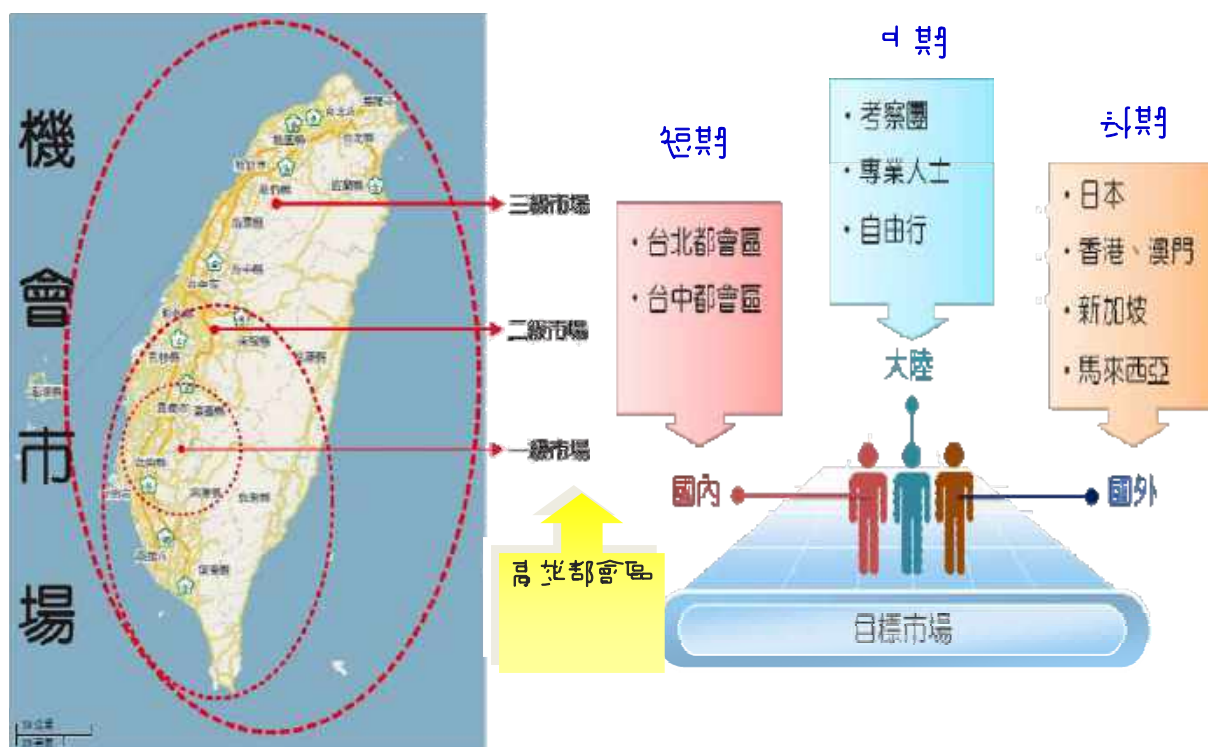


圖 1-15 匹拉雅之目標市場

資料來源：此計畫整理

因此，本計畫在觀光品牌定位設定目標客群，並依照風景管理處將匹拉雅之鄉村旅遊品牌定位：「繽紛、浪漫、歡樂的鄉村渡假區」，(圖 1-16)區隔現有鄉村旅遊競爭者。並帶入「鄉村不一定很傳統，可以加入現代的元素」的理念此帶給國內外遊客獨一無二的鄉村旅遊體驗的重要元素。

—「繽紛」：概念來自於芒果的金黃、蓮花的紅、梅花的白、小車與天空的藍、田野生態的綠，加上社區居民的熱情活力構成七彩繽紛的意象。

—「浪漫」：浪漫的概念建立在東山咖啡、關子嶺溫泉、梅樹下散步、日河賞蓮、烏山頭八日騎腳踏車、五鎮二寮景觀、夜景等浪漫元素的意象，以及遊客對於匹拉雅名稱有「很美、國外」的品牌聯想。

—「歡樂」：在於匹拉雅社區中，可感受到「回家」與家人共享天倫之樂的歡樂氣息。適合全家同遊的旅遊地。

—鄉村渡假區：建立在轄區內包含許多放鬆、體驗的渡假元素，代表遊客走進匹拉雅，好像來到自然的「鄉村遊樂園」一般，可以享受匹拉雅自然及人文景致蘊藏迷人風景，可以目目在目、盡情揮灑、追逐夢想歡樂。



圖 1-16 西拉雅之品牌定位
資料來源：此計畫構想

在西拉雅的發展現況來說，目前西拉雅仍屬於旅遊市場中的新品牌，發展具有優勢也有劣勢，若能掌握優勢克服劣勢，因此，以「雙品牌(co-branding)」策略發展，依其核心資源特色，共建構了十個子品牌，包括「溫泉品牌」、「節慶品牌」、「生態品牌」、「農特產品牌」、「熱氣球品牌」、「平埔文化品牌」、「文化藝術品牌」、「水庫品牌」、「農場品牌」、「社區品牌」(曾喜鵬，2010)。希望透過子品牌扮演西拉雅品牌的主要聯想起點 (main brand associations)，讓遊客對西拉雅的品牌聯有較一致性的正向聯想與加深印象。

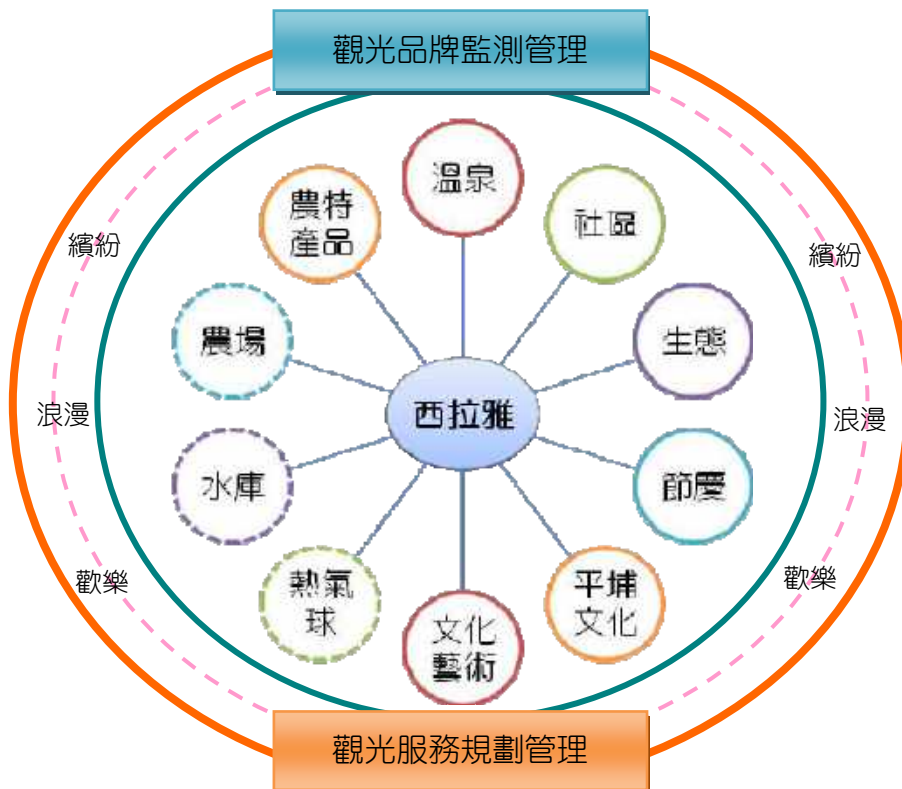


圖 1-17 西拉雅品牌發展架構

資料來源：曾喜鵬 (2010)

而品牌執行的期程，依序分為「品牌規劃期」、「品牌建設期」、「品牌宣傳期」以及「品牌評估期」(曾喜鵬，2010)。視巴拉雅品牌的各期程執行內容，與各階段進行的規劃建設，目前正值「品牌建設期」階段，在品牌發展的規劃上應就品牌發展策略研擬與執行，在觀光服務品質上進行強化；而在鄉村旅遊的規劃方面則應開始選定優先發展地區，積極展開建設。目前本計畫即依計畫目的針對農特產品、生態及社區次品牌研擬發展策略，並選擇優先發展的區域，展開相關建設與輔導內容。

表 1-2 巴拉雅品牌執行期程

	品牌規劃期	品牌建設期	品牌宣傳期	品牌評估期
	2009-2010	2011-2013	2014	2015~
品牌發展規劃	巴拉雅國家風景區觀光品牌發展定位建議案	十大子品牌之發展策略研擬與執行、觀光服務品質的強化、品牌行銷傳播計畫擬定等	展開巴拉雅品牌之媒體傳播(品牌正式啟動)	評估品牌執行成效、品牌定位之修正等
鄉村旅遊規劃	巴拉雅國家風景區鄉村旅遊推動計畫	依據前述計畫結論，選定優先發展地區，積極展開建設	持續進行鄉村旅遊產品之開發與相關建設	持續進行鄉村旅遊產品之開發與相關建設

資料來源：曾喜鵬(2010)

三、品牌執行策略及計畫：

承上述，旅遊地相較於一般產品更複雜，其構成要素涵蓋不斷變化的人文歷史、多樣性的自然景觀、建築物、語言、價值活動系統、行為與服務提供者，而旅遊地的核心產品通常包含自然資源、景觀、文化建築與人，其中部分可能是因遺留或者透過製造而成，並且屬於私人企業所擁有與經營的資產(World Tourism Organization & European Travel Commission, 2009)。在觀光品牌發展程序方面，UNWTO & ETC (2009)建議了三個階段品牌金字塔模型，做為管理者發展一個旅遊地品牌之思考架構，其特色為從第一層之較為具體的屬性特徵，一直到越來越抽象的意象概念。

在巴拉雅國家風景區境內，目前運作良好、發展順利的社區，相關巴拉雅環境生態資源與國內外的品牌相關成功案例，擬訂以下農特產品次品牌、社區次品牌與生態次品牌策略。如表 1-3。

表 1-3 品牌發展策略

	發展策略	細部計畫	優先執行	可配合之相關單位
農特產次品牌	1. 成立農村酒莊 2. 舉辦鄉村遊學體驗 3. 鄉村精品伴手禮開發 4. 打造鄉村旅遊地品牌 5. 休閒農莊區及休閒農場輔導與設置 6. 農特產品服務品質提升 7. 可外教學之教育遊程	1. 輔導與培養示範區，以供後續參考。 2. 打造東山咖啡為亮點。 3. 針對農特產開發相關伴手禮。 4. 結合農特產的製作過程發展鄉村體驗，開發包裝遊程。 5. 目標為大的鄉村旅遊地，增加小的休閒農場與民宿做提升計畫。 6. 與國小、小可外教學結合，辦理遊學、環境教育體驗之包裝行程。	芒果(玉井、五鎮)、咖啡(東山)	各國小、小學 臺南市政府、行政院農委會農糧署
生態次品牌	1. 增種蜜源植物 2. 打造以生態為主的遊學教育中心 3. 以蝴蝶為主打造生態品牌 4. 馬拉雅蝶道營造 5. 持續進行生物調查與監測 6. 結合低碳思維規劃生態旅遊	1. 在生態路線規劃上，可規劃成團體遊客(30人以上)及小眾(15人以下)來進行。 2. 培訓當地居民成為在地導覽解說員，並且輔導在地解說員的解說服務能力。 3. 對於現存之誘鳥與蜜源植物進行大規模之調查與瞭解其分佈位置，並善用 GIS 技術以彙整誘鳥/蜜源植物與對應物種之分佈。 4. 編列點有誘鳥與蜜源植物之維護預算，使得點有之植物能夠保存，並達到應有之功效。 5. 生態遊程地圖路線上設置適當與符合主題之解說設施。 6. 找出轄區內生物多樣性，分析主要強項。	大埔、關子嶺、梅嶺	當地居民、社區發展協會、相關觀光協會組織
社區次品牌	1. 輔導馬拉雅族社區 2. 結合在地特色，發展主題式社區 3. 社區自主營造 4. 農村再生觀光加值計畫 5. 部落客與故鄉書的行銷 6. 將藝術導入社區	1. 輔導或協助轄內社區參與農村的培訓課程。 2. 重點輔導社區，需經層層篩選，讓社區感受到競爭的壓力及被選上的榮耀。 3. 輔導重要遊憩路線上的各景點，成為鄉村休閒亮點。 4. 找出平埔文化的部落，並輔導其文化的發展。 5. 除自主營造外，社區總體規劃及服務能力提升之培訓課程。	關子嶺、南寮、東山、大埔族社區、農村村再生相關社區	行政院農委會水土保持局

第二章、特產次品牌輔導

第一節 環境資源彙集

巴拉雅國家風景區區內包含豐沛的自然資源以及人文資源，本計畫根據現地調查資料以及次級資料整理歸納巴拉雅旅遊地之核心資源做為發展品牌定位之基礎。以巴拉雅的鄉村性以及品牌核心，並將巴拉雅的鄉村旅遊分成自然資源、人文資源及產業資源三大類核心資源，並發展之鄉村旅遊之次品牌，做為本計畫品牌執行策略與計畫之發展構想(如圖 2-1)，資源現況敘述如下，並針對本計畫目的之特產、生態以及社區三大次品牌進行進一步的資源現況分析說明如下。

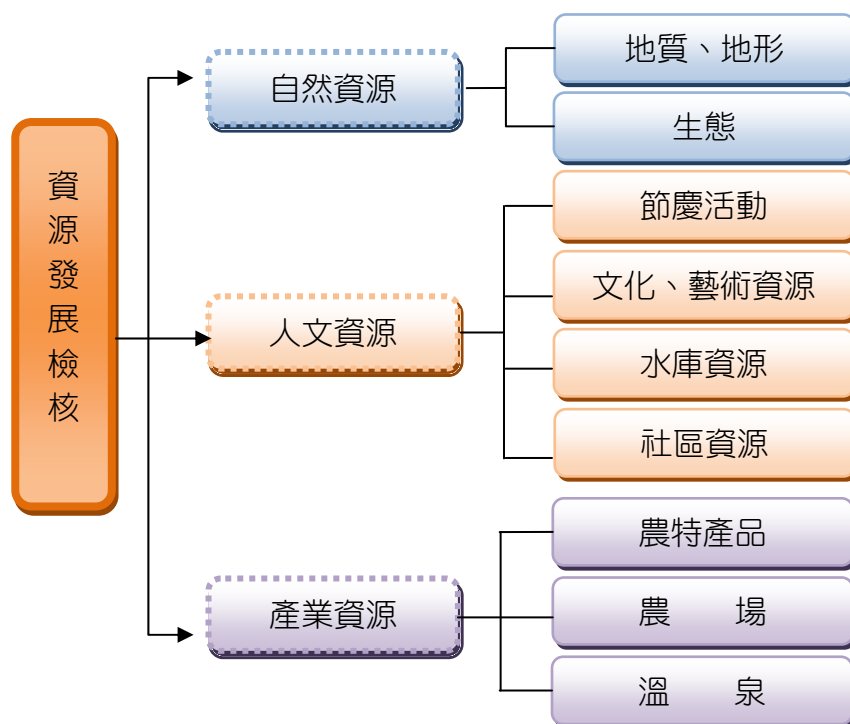


圖 2-1 鄉村核心資源分析架構

資料來源：本計畫整理自曾喜鵬(2010)

一、巴拉雅國家風景區特產概況

巴拉雅國家風景區內包含15個鄉區，其各鄉區特產極為豐富，於每年經常舉辦許多結合各鄉區主要特產及旅遊景點之活動。有關巴拉雅國家風景區範圍內15個鄉區特產種類、主打特產品及各項活動舉辦資訊，如表2-1及表2-2所示。

表 2-1 巴拉雅國家風景區範圍 15 鄉區各季特產種類

鄉鎮別	春	夏	秋	冬	全年
大埔鄉	梅子	百香果、破布子	麻竹筍	楊桃、茶梨	木瓜、竹炭、筍殼魚、肚腰魚、武昌魚
日河區	蝴蝶蘭、蕃茄	蓮子、荔枝、綠竹筍、稻米	柳橙、柳橙、蓮	蓮藕、洋香瓜	木瓜
東山區	蕃茄	龍眼、芒果、荔枝	柳橙、青皮柳橙	洋香瓜	蜂蜜、咖啡
柳營區	西瓜	稻米	菱角	洋菇、甘藷	牛奶、牧草、竹編
六甲區	油菜	稻米、龍眼、蓮子、芒果	柳橙、柳橙、毛豆、菱角	洋菇、蓮藕	筍殼魚
望日區		蓮子、芒果	菱角、柳橙、蓮、酪梨	蓮藕、洋菇	高粱酒
善化區	胡麻油、蕃茄	小西瓜	毛豆、菱角、酪梨	草莓、花生	啤酒
大內區	胡麻油	芒果、荔枝、龍眼、椰棗、鳳梨	酪梨、蓮、枇杷	柳橙、白柚、香蕉、洋香瓜	楊桃、木瓜、番石榴、牧草
楠西區	梅子、蜜棗	芒果、龍眼、鳳梨	番荔枝		楊桃、木瓜、番石榴
玉井區	蜜棗	芒果、破布子、龍眼、荔枝、鳳梨、蓮霧	柳橙、蓮	番石榴、印安棗、鳳梨釋迦、葡萄柚、洋香瓜	木瓜、楊桃
山上區	蕃茄、蝴蝶蘭	無子西瓜、芒果、鳳梨	火龍果	冬瓜	木瓜、番石榴
新市區		無子西瓜、鳳梨	毛豆		
新化區	蝴蝶蘭	番薯、鳳梨、荔枝、綠竹筍			牧草
五鎮區	刺竹筍	破布子、龍眼、芒果	山藥、火龍果		山蘇
南化區	梅子	芒果、龍眼、荔枝	柳橙		楊桃、木瓜、番石榴

資料來源：參考自巴拉雅國家風景區生物資源調查暨生態旅遊開發計畫 (2007)

表 2-2 巴拉雅國家風景區範圍 15 鄉區主打特產及各項活動資訊表

鄉鎮別	主打特產	伴手禮	相關活動	備註
大埔鄉	麻竹筍 小魚魚 百香果	腌筍、酸筍、蒜味筍、醬筍、百香果濃縮汁、百香果冰棒、竹炭加工品	曾文水庫觀光釣(8月)	小魚三寶魚、肚腰魚、武昌魚、筍殼魚
日河區	蓮子 蓮藕	蓮子冰、蓮藕粉、蓮花茶、蓮花衫、蓮花美容產品	日河蓮花季(7-8月) 南寮柳橙節(11月) 蓮潭蓮藕節(12月)	全國蓮子最大產區
東山區	龍眼 咖啡	龍眼乾、龍眼蜂蜜、龍眼冰棒、東山咖啡	東山龍眼季(8月) 東山柳橙節(11月)	龍眼是全國產量第一 柳橙是全國成熟期最早。

鄉鎮別	主 打 農 特 產	伴 手 禮	相 關 活 動	備 註
柳 營 區	斗 奶 白 玉 杏 瓜	斗 奶 冰 棒、斗 奶 饅 頭、 各 種 乳 製 品	柳 營 斗 奶 節(12 月) 柳 營 白 玉 杏 瓜 節(4 月)	全 國 斗 奶 最 大 產 區
六 甲 區	稻 米	越 光 米	稻 米 產 業 文 化 活 動	
望 日 區	菱 角	菱 角 酥、菱 角 糕、日 豐 愛 心 芒 果 禮 盒	降 日 高 樑 酒 節(5 月) 望 日 菱 角 節(9-11 月)	
喜 化 區	胡 麻 油	胡 麻 油	喜 化 啤 酒 節(5 月) 喜 化 麻 油 節 喜 化 花 生 節	
大 內 區	酪 梨	酪 梨 禮 盒、胡 麻 油、烏 梨 醬、陰 烏 梨、牧 草 粉、牧 草 茶	大 內 酪 梨 節(11-12 月) 足 瀨 瀨 牧 草 節 及 草 食 節 (2-3 月)	全 國 酪 梨 第 一 產 區
楠 西 區	梅 子 密 枝 楊 桃	紫 蘇 梅、脆 梅、梅 醋、 梅 酒、楊 桃 汁、楊 桃 醬 漬 果 醬、楊 桃 酒、楊 桃 醋	梅 嶺 賞 梅 季(1 月) 楠 西 楊 桃 節(11 月)	自 稱「楊 桃 之 鄉」
玉 井 區	芒 果	熱 情 小 子 芒 果 禮 盒、芒 果 膏、芒 果 乾、蜜 餠、 土 拔 茶	玉 井 芒 果 節(每 年 七 月 的 第 二 個 星 期 日)	全 國 芒 果 最 大 產 區 玉 井 芒 果 以「愛 心」為 主 打。
山 口 區	木 瓜	冬 瓜 茶、豆 穀 酥	山 口 木 瓜 節(11 月)	
新 市 區	毛 豆	毛 豆 鈴 麵、毛 豆 貢 丸、 壽 味 毛 豆 夾	新 市 毛 豆 節(11 月)	
新 化 區	苺 醬	土 苺 醬、各 種 苺 醬 零 食 製 品	新 化 苺 醬 節(1 月)	
五 鎮 區	破 布 子	破 布 子 湯、破 布 子 漬、 日 二 粗 芒 果 禮 盒、芒 果 濃 縮 汁、芒 果 布 丁 禮 盒、山 藥 拉 麵、山 藥 粉	五 鎮 日 二 粗 節(2 月) 五 鎮 彩 竹 節(12 月)	全 國 破 布 子 最 大 產 區 五 鎮 芒 果 以「日 二 粗」 為 主 打。五 鎮 農 產 品 三 劍 客 為 山 藥、芒 果、破 布 子。
南 化 區	芒 果	南 芝 康 芒 果 禮 盒		芒 果 是 南 化 鄉 最 重 要 的 經 濟 作 物。農 會 自 立 「南 芝 康」品 牌。

資料來源：參考自 西拉雅國家風景區生物資源調查暨生態旅遊開發計畫(2007)

第 二 節 農 產 品 牌 發 展 案 例

一、農特產品牌發展案例：以農村酒莊為例

臺灣自 1980 年代開始推行休閒農業以來，便存在著各種不同的休閒農業產業型態，如休閒農場、教育農園、民宿等。在 2002 開放民間製酒以來，鄉村酒莊更為消費市場喜愛的休閒農業產業型態，經過這幾年的發展，該產業中已有幾個知名度較高的酒莊，例如：苗栗大湖地區農會酒莊、南投信義鄉農會酒莊等。本計畫以信義酒莊為例，是國內

較成功的案例之一。

信義酒莊系為信義鄉農會於 1988 年成立的食品廠，在 921 大地震之後，在農委會及原住民委員會等單位的輔導下，開始研發各種以梅子為原料的產品，並陸續擴大原有食品廠規模，並以「梅子夢工廠」為名對外行銷。整體而言，信義酒莊及其所生產之各種產品在短短幾年內便享有國內外高度之品牌知名度，其成功的品牌行銷策略值得進行深入分析。

在本個案分析中，將詳細說明信義酒莊農會的品牌經營與行銷策略，包含品牌理念與產品定位、品牌符號、產品研發設計策略、品牌通路策略、品牌溝通宣傳策略；此外，由於信義酒莊所有產品之原料、生產製造包裝以及配銷通路等，皆由信義鄉農會所管理，其如何維持原料來源的穩定性、產品研發生產製造所需之技術、以及配銷通路如何選擇等，亦將藉由信義酒莊供應鏈管理之分析加以說明。

（一）品牌定位與理念

自 1980 年政府輔導休閒農業發展以來，市場上及存在著許多農特產品，包含許多私釀的酒品。但由於當時臺灣的社會對於產品的包裝並不重視，更沒有品牌經營的理念，致使遊客常可在旅遊景點購買許多當地的農特產品，但並無品牌名稱，包裝也很簡陋。因此，信義酒莊在經營之初，對於其產品的定位便經過許多思索與討論，主要有兩個考量：(1)假設以生產一般性酒類或農特產品，並無法與公賣局或其他市場上已經存在的許多產品競爭；(2)當時市場上的酒類或其他農特產品，缺乏質感，若以相同的產品在市場上銷售，利潤不高且恐無法經營的持久。

在前述考量下，信義鄉農會最後決定，將酒莊之產品定位在精緻「伴手禮」的層次，並以到訪信義鄉的遊客為目標市場。其次，為能與市場現有產品做出區隔，信義鄉農會秉持永續經營、融入在地原住民文化、以及高品質高附加價值的品牌經營理念。

（二）品牌識別

信義酒莊的品牌識別，可分別從酒莊之命名、包裝禮盒的設計以及產品名稱等三個層面來加以說明。

1. 以「梅子夢工廠」對外行銷

信義酒莊系為信義鄉農會食品加工廠所在地，於 91 年政府開放製酒後，其經營規模亦逐漸擴大，除了販售及釀酒等空間的擴建外，亦陸續以購地方式興建了酒窖、遊

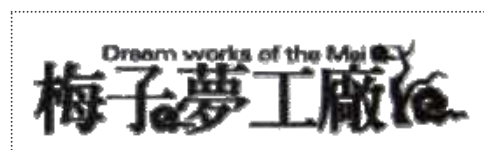


圖 2-2 梅子夢工廠品牌 Logo
資料來源：梅子夢工廠

客中心等設施。為了能營造休閒旅遊氛、凸顯農業資源(梅子)以及產品特色、並與原有精緻高品質的品牌定位結合，經信義鄉農會全體員工之腦力激盪，決定以「梅子夢工廠」為名稱，做為對外行銷宣傳的品牌識別。具體而言，梅子夢工廠僅為對外行銷宣傳的名稱，在實際營運上，信義農會員工仍習慣以食品廠稱之。

2. 獨具特色的產品命名

酒裝販售的產品，命名除了具有當地居住民文化元素之外，產品名稱更有別於其他農特產品較年輕化！

抓得住消費者的目光第一眼的，除了產品的外包裝，更直接的是產品的名稱；成功的產品命名，除了簡潔好記憶，更與產品想傳達給消費者的訊息相輔相成。舉例來說：酒精濃度 50 度的梅醇，口味口感較為濃烈，故命名為「狂野」；另一款喝起來微微酸甜



的梅露，由於是兩種酒類製而成，所以後勁較強，喝了酒好似會讓人「忘記回家」；其餘酒類產品依此類推命名為瑪拉桑、好好說話、梅子跳舞、小米唱歌、一起醉快樂禮盒等。

3. 產品包裝設計

信義酒莊另一項重要的品牌識別，是其產品禮盒的包裝設計，包含容器、包裝禮盒。融入當地居住民的文化元素，結合故鄉化的包裝、圖畫的設計亦包含了信義鄉傳統的在地文化特色，並透過品牌化策略經營；換言之，從命名、符號的設計、文化故事內涵的賦予、包裝等皆經過精心設計。

除了有專屬的圖案與故事性外，產品包裝還有一項特點：「很有趣」。在「狂野」的外包裝上，畫有一根溫度計，測測喝了後的你會有多瘋狂；而「山豬迷路」打開後，內層包裝裡的就是一張迷宮圖，很特別吧！另外，產品包裝外頭，標示著簡單的產品內容說明，亦皆有清楚的英文標示說明，讓你送禮給外國友人，也不怕尷尬。

(三) 品牌行銷

1. 產品策略

在产品研發的過程裡，信義鄉農會酒莊扮演的是後端加工製作的部份，至於前端研發新產品，則是藉由學界的資源，與的教授們配合研發，自民國 86 年起與弘光技術學院建教合作，87 年復和中山醫學院教授群合作開發了健康酵素系列的產品「活力梅汁」、「青春梅果」，復於 89 年取得 ISO9002 認證，並於 92 年與國立中興大學食品系達成建

熟合作關係，除了不斷提升產品的品質外，更研發多樣的產品，以符合市場需求。

早期的加工技術不成熟時，有許多學界教授義務擔任的指導，像是梅精的製成技術，是透過臺灣大學許銘仁教授的日本引進，並輔導員工學習加工的技术；另外，將梅子打成濃梅果汁，則是臺灣大學方教授的貢獻。另一部分，當有加工技術上的問題，研發加工人員便會再請教他們，互相教學相長。

目前仍保持密切互動配合的幾位師資，分別為大學生物系葉學系研究所的柯文義教授、弘光科技大學食品暨應用生物科技系陳玉婷教授，至於產品的功能性評估則由中國醫藥大學負責。

當然，透過農會特產中心的賣場銷售情形與觀察市場需求，亦會反思/創新產品，例如：膏狀的梅精，外出攜帶不方便，因此進一步研發製成膠囊，再創新為梅精V，如此一來不僅外出攜帶方便，怕梅精酸溜口感的消費者，也可以直接吞食。

2. 通路策略

結合產品的市場定位：金字塔頂端的伴手禮，理想是在信義鄉農會酒莊才能購買得到，然而自民國85年的賀伯颱風與921地震後，爾後幾次的天災都嚴重衝擊了信義鄉，首當其衝的就是聯外交通的道路中斷。

遊客沒有辦法進入信義鄉，農會酒莊的產品便沒有對象可以販售，因此，決定對外開放銷售通路。然而，為了找尋適當的銷售據點，農會酒莊可是會親自篩選通路商的喔！前提是要能與酒莊產品的氣質相呼應之通路商，另外，亦從遊覽地區及具有指標性意義的據點認可；目前北、中、南、東部皆有其銷售通路。



3. 宣傳推廣策略

農會酒莊之產品，目前是透過下列3種管道來達成產品之宣傳效益，除了舉辦大型的產業文化活動，亦透過贊助各相關之熱心活動來宣傳，例如：電影海芋七號，同時運用電子商務的能力，提供網路訂購與電話傳真訂購的服務。

配合產業文化，農會每年會透過推廣股來承辦大型的文化活動，最為人知的是持續舉辦近10年的「踏雪尋梅」活動，除了在梅子開花的時節邀請遊客到信義鄉來賞梅，目的是在利用產業活動來吸引



遊客來賞梅花、瞭解梅子，增加其日後會消費購買產品的機會。近3年內，又增加了「滾木桶比賽」、「夫妻賽跑」等活動，於每年約1月初開始「踏雪尋梅」活動，幾乎持續年年都能參與到梅子開花(賞梅)、結果(製梅)、加工製作成品(梅酒、梅精...)的過程，深化了梅子產業的行銷宣傳。再者，運用網路無國界的宣傳方式，透過電子商務的運用，消費者在網路上也直接下單訂購商品，並接收梅子的相關知識，亦可透過電話或傳真訂購，皆有專人親自接單服務。

而信義鄉農會一直自許為「信義鄉產業文化推動者」，97年更與電影產業結合，為國片「海角七號」電影的拍攝地點，增加信義酒莊的全國知名度。其次，不斷曝光的「馮拉桑」更將「秉持健康自然的原則及原料在地化為目標，以高度創意及在地文化經營酒莊」的理念推廣出去。

(四) 供應鏈管理

信義酒莊之產品供應鏈如下圖所示，分成上游之原料物料供應、中游之產品製造包裝及下游之配銷通路詳細說明如下。

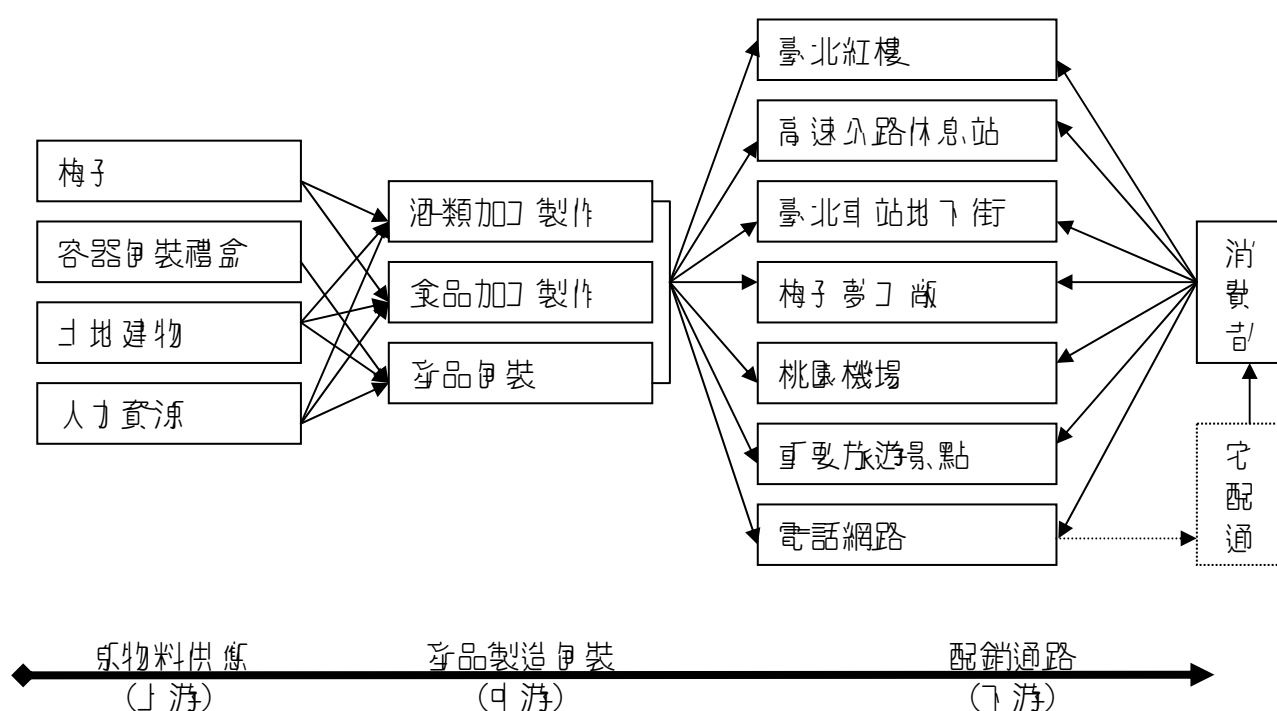


圖 2-3 信義酒莊之產品供應鏈示意圖

1. 原料物料供應

(1) 梅子

信義鄉農會酒莊收購的主要製作物有梅子、巨峰葡萄與小米等，其中用來製酒最主要的原料為梅子，梅子開花的時節約在每年的2月，而在每年的3月便開始即可進行梅子產品的加工製作。— 梅子成熟度的不同，造成不同的梅子加工產品；大約5~6分熟的梅子，用來製作成「腌梅」與「梅精」相關產品，製作「Q梅」則需要約7~8分熟的梅子，另外將梅子打成果醬以製作「梅酒」或是「梅醋」之相關產品的梅子成熟度約為9分熟。

信義鄉農會在每年2月公佈當年所需的梅子產量與收購時間，以利收購這些不同成熟度的梅子。透過農會推廣股召集行銷班（信義鄉共計有16個行銷班）的各班次，將所需的產量分配給各班次，並告知梅子的品種、規格與所需的數量，再藉由班次開班會轉告知各班成員，如此一來，班成員便能夠在規定的時間內繳交足夠的梅子，完成當年度的收購量。農會收購的價格會比一般市面來的低，像是5~6分熟的腌梅其收購價為一斤42~45元（一般市面的價格約為35~36元），而9~10分熟的軟熟梅，收購價可達一斤15~18元（一般市面的價格不會高於10元），藉由與梅農彼此間良好的互動與互相照顧，信義鄉的梅子產業才能永續。

信義鄉為臺灣青梅產量最多的地區，如前所述，現有種植面積約600公頃，每公頃產量約6,000~8,000公斤，因此一年產量約360萬~480萬公斤，而信義酒莊每年生產所需之梅子數量約60萬公斤，產量之供給遠大於需求，加上信義鄉農會係透過農會輔導之行銷班來分配所需數量，收購價格亦高於市價，因此，酒莊生產所需之原料物料可以保持穩定的供應。



(2) 包裝禮盒

信義酒莊之產品包裝是其品牌識別很重要的部份，包裝是由信義鄉農會本身設計，再委外製造。負責整個產品包裝設計的是副廠長，他做的第一件事就是「讓農特產品變年輕了！」他發現既有的農特產品因為包裝與命名不夠吸引人，常被認為是上了年紀才一輩的人才會購買，因此，他開始改變的是「以感覺來為酒類產品命名」，例如：喝起來較濃烈的酒就命名為「狂野」，V 喉酸酸甜甜的就取名為「柔水」，結果大受歡迎。

由於市場的學習力很強，很快地這樣的包裝設計方式就被競爭對手學走了，他開始思考「能夠代表信義鄉獨有的特色是什麼？」有一天，廠長拿著一本原住民的圖冊對

習他：「你看，東庄民的什麼最豐富？就是挖不完的故事和幽默」這句話給了他許多靈感，開始收集有關東庄民大大小小的故事並瞭解東庄民的生活文化。

「以信義鄉當地的東庄民為題材，寫下故事，用文字來包裝產品」讓信義鄉農會酒莊的產品比競爭對手多了－份在地文化味，也更容易讓人辨別屬於農會酒莊獨有的差異性；不僅如此，更以漫畫的方式，為每項產品設計特有的圖章，讓消費者可以將圖章與文字聯想到這發生在信義鄉的故事。

除了每項產品有專屬的圖案與故事性，外包裝設計的部分也採取－樣－包裝的方式，讓消費者－眼就能辨認產品的類別；裝瓶的容器也統－向外某幾家廠商訂製，而設計好的圖章與包裝形式，亦統－委外印刷與製作包裝禮盒的半成品。

(3) 土地建物

早期在梅子還只是純粹輸出外銷半成品物料時，信義鄉農會便已投入梅產品加工的行列，於民國 78 年設立了信義鄉農會食品加工廠，初期佔地並沒有很大，民國 91 年設立梅子酒莊（民國 92 年 6 月成立）時，酒莊原佔地面積為 200 坪，於民國 91 年 7 月經代表會決議通過，增購緊臨酒莊旁土地約 800 坪，做為青梅 CAS 加工廠及大型停車場設備，因此，酒莊面積增加約 300 坪，總計達 500 坪。

信義鄉農會酒莊在擴充的過程中，是－步－步將廠區設置完成，於民國 96 年成立「梅子夢工廠」廠區時，土地的取得都是藉由投入資金來購買，才有至今佔地面積約 3 公頃的廠區。

(4) 人力資源

「梅子夢工廠」廠區裡的每一位成員，都是既有的農會員工，將這些員工們重新簡易編制後，任務分組為行政管理組、行銷企劃組、酒類加工組與梅子加工組。

產品研發的技術與人才，則透過與幾位食品相關科系的大學教授的合作。早期梅子加工延伸到梅精的製作，就是由臺灣大學許銘仁教授由日本引進的技術，並指導農會酒莊裡的研發加工人員，而將梅子打成梅果汁的技術則是透過臺灣大學方教授的指導。另一方面，產品的研發則是與弘光科技大學陳義順教授、大葉大學的柯文義教授和昇東科技大學吳銘昌教授等人合作，經由中國醫藥大學完成產品的功能評估，亦使產品逐漸多元化。

2. 產品製造與包裝

現階段產品製造的部分，幾乎都是由農會酒莊獨立作業完成，酒類產品由廠區內的

「加工廠」進行釀造與製成完成品，梅子相關產品、醬油或是醋，也都是由廠內「CAS 食品廠」研發、加工而成。其中，包括「話梅」、「柑仔糖」、「什軋糖」以及「果凍」四樣產品，是日豐會酒莊本身提供梅子原料，委外製作。

另外，產品外包裝會統一以信義鄉農會的名義，「梅子夢工廠」的品牌對外行銷，如此完成的产品便可以擺放到特設中心的販售架；至於禮盒包裝的部份，則是日豐會員一起將委外製作的产品進行組裝或可裝放产品的包裝禮盒與提袋。

3. 通路配銷

由於信義鄉的交通屢次受到颱風的影響，造成聯外道路中斷，遊客無法進入信義鄉旅遊消費，因此決策對外設置通路，販售農會酒莊的產品。

考慮到產品的市場定位，所以會針對欲販售產品的通路點做篩選，而行銷人員也會實地前往勘查了解：是誰要經營？目前經營的現況如何？同時，亦將「地點(Location)」是否合適納入考量。另一方面，也與具有指標性意義的通路配合，例如桃園中正國際機場、臺北紅樓劇場...等等。

信義鄉農會酒莊所拓展的第一個通路是以「遊客地區」為主，像是南投縣溪頭、日月潭，接著延伸到臺北陽明山、臺北車站地下街...等等，這些都是主要的通路之一。另一階段的通路拓展則為飯店業者，不過初期必須自己去拓展，飯店業者們紛紛主動找上門來，希望能夠取得販售產品的機會，當中也不乏出現銷售不理想的通路點，黃總幹事笑笑的說：「有的時候覺得不好就是必須要結束阿，否則東西會過期阿，那就麻煩了！」直到現在，休息站裡的新東陽門市也可以看見信義鄉農會酒莊的產品。

曾經，家樂福、松青超市與興豐鮮超市...等等的量販業者亦上門洽談過，就連 7-Eleven 亦曾考慮過是否設置通路，就以 7-Eleven 為例來說明，全省大約有 5000 家門市，若每一家接進貨 20 瓶產品，則全省訂單就多達 10 萬瓶，當這 10 萬瓶產品賣掉 7 萬瓶時，對零售商而言：銷售量達 70% 已經是很亮眼的成績了，然而這需要退貨的 3 萬瓶即使回收了，卻也沒有足夠的能力去處理。但是一般飯店業者的訂購量都會控制在需求範圍內，較沒有退貨回收的問題。

另外還有透過網路訂購或是電話訂購，都是可以購得農會產品的方式管道之一。在這個部份，考量送貨之成本，亦搭配「宅配通」配送消費者選購訂購之產品。

第三節 執行步驟

農特產次品牌執行步驟

在西拉雅國家風景區區域範圍內及鄉村資源分佈涵蓋有五大主題，農特產品為西拉雅很重要的核心資源，其中以南化、玉井、梅嶺、左鎮等區域擁有豐富、高品質的農特產品資源，適合觀光農業發展。其根據鄉村旅遊推動計畫成果發現在觀光農業圈內有幾點具有潛力的發展的鄉村旅遊地，分別有：南化（以生態旅遊為核心，建立鄉村旅遊之新興據點）、台3線（以台3線為主要串連軸線，營造台3線果香廊道的鄉村旅遊意象）、梅嶺休閒農業區（結合梅嶺休閒農業區之發展）、玉井小鎮（鄰近地區重要的水果集散批發市場）、左鎮（以芒果為核心產品，藉由建立主題酒庄為鄉村旅遊之新興據點）。依上述優勢，農特產品牌是本計畫最主要發展之次品牌。本計畫以輔導建立農特產品品牌識別為前提，健全與整合完整產業鏈，並輔導發展自有通路。因此，本計畫的實施方法如下說明：

- 1.擇定以芒果酒庄為發展基礎，作為示範區基地，選擇地點。
- 2.輔導農特產品牌，延請專家學者現地勘查及共同研究提出分析報告。
- 3.辦理相關研習課程。
- 4.辦理酒庄觀摩。

一、農村酒庄概述

農村酒庄係依據行政院農委會頒布之農村酒庄輔導作業要點(2002/8/15 訂定)申請設置，該法規規範目的是希望配合政府開放民間製酒政策下，有效利用地區農產資源，結合地方休閒產業及文化特色，發展農村釀酒產業，輔導農村酒庄穩健經營，以提昇農產產品之附加價值（2010，蘇堯銘）。農村酒庄系為政府要協助921震災重建區的農產產業能儘快復甦，並藉酒類產業帶動農產品之價值提升，加速農產經濟之成長，於是初期在南投、臺中、彰化、苗栗四個縣開放水果酒類釀製產業之經營；89年921震災災後重建推動委員會委託農委會成立「農村酒庄輔導小組」，並預定評選災區10處設置農村酒庄輔導起，迄今10餘年來全國接受輔導並通過評鑑之農村酒庄計13家：

表 2-4 接受輔導並通過評鑑之農村酒庄

苗栗縣大湖地區農會酒庄 http://www.dahufarm.org.tw/
南投縣信義鄉農會酒庄 http://www.hsinifa.com.tw/
南投縣埔里鎮農會酒庄 http://www.puli-distillery.com/

臺中市霧峰區農會酒莊 http://www.wffa.org.tw/
南投縣水里鄉果樹行銷班第3班 埤酒莊 http://www.railway-wine.com.tw/
南投縣信義鄉果樹行銷班第1班 玉山酒莊 http://www.truecolor-ad.com/yushan/
臺中市清水區果樹行銷班第7班 樹上酒莊 http://www.shu-sheug.com.tw/
臺中市清水區葡萄行銷班第2班 松鶴農產品酒莊 http://www.shwine.org/
臺中市大安區農會酒莊 http://www.fcic.org.tw/
臺中市東勢區柑橘行銷班第4班 石魯糖酒莊 http://sweetcharm.smartweb.tw/
宜蘭縣瑞濱酒莊 http://www.cjwine.com/
花蓮縣奇萊亞酒莊 http://www.kiraya.com.tw/
彰化縣美柏酒莊 http://www.meipo.com.tw/

資料來源：農糧署

農村酒莊需要依「菸酒管理法」與「菸酒稅法」申請設置取得製酒執照，合法釀製各類酒品，其產製與銷售概與一般民間酒廠沒有多大差異，所以能進一步接受農委會輔導與通過評鑑而獲頒發「農村酒莊」，其特別條件為：

- (一) 經營主體需為立案之農民團體、農企業機構、農產品行銷班、農場與休閒農場，所設置之合法酒類製造業者；有別於一般酒廠無特別規範的組織架構與經營型態。
- (二) 製造酒類的原料需來自在地生產之水果或農產品，目前最主要的為：梅子、草莓、葡萄、李子、桑椹、甘蔗、金棗、百香果、芋頭、小米和稻米，進口水果、果汁與半成品是不在項內的。
- (三) 農村酒莊之經營除了以製酒原料提高水果與農產品之附加價值外，產品主題展現農村產業文化，並透過製酒體驗與參觀結合休閒旅遊，讓酒類文化更深具地方色彩而豐富。
- (四) 為了建立優質品牌與產製優良酒品，農委會農糧署針對農村酒莊進行持續性輔導，並辦理酒莊及酒品評鑑，有效提升產品水準與品牌形象。

目前農村酒莊每年產製酒量約16萬6,000公升，銷售額約近1億2,000萬元，各家酒莊之產量與產值均逐年攀升，而連帶地提高原料生產到結合休閒農業所創造之龐大經濟效益，更難以估計。

二、設置農村酒莊的評估要點

產製技術與行銷能力上的表現傑出也許能夠經營成功的酒類事業，但未具足要件稱

下」農村酒莊，即使也採用在地原料釀製水果酒，但未經申請也未通過酒品與酒莊評鑑，仍然不能稱為「農村酒莊」。設置農村酒莊除了具備需要基本要件外，尚有其他必要整體評估之要項，這些要項也是農村酒莊評鑑作業所規範之重點：

（一）農村酒莊位置、建築與周遭景觀、環境

1. 農村酒莊宜設置於果園或原料生產地附近且能與附近觀光旅遊動線配合。
2. 農村酒莊不得設置於易遭受污染或造成公害之區域。
3. 農村酒莊之建築及其相關設施應有特色與適當的美化，並能與周遭環境融合。
4. 農村酒莊應有適當規劃之聯外道路、停車場，以利遊客參訪。
5. 農村酒莊所坐落之地應依建築法規申請使用執照。

（二）農村酒莊內部規劃、設施配置與機器設備

1. 為設備安置、物料貯存、品質檢驗和展售等需要，以確保產品酒之品質、安全與衛生，農村酒莊廠區應有足夠空間。
2. 農村酒莊之各項建築物應堅固耐用，易於維修，維持乾淨，並應具有能防止生產之酒品、酒類原料及內外包裝材料遭受污染之結構，並應有防止動物與蟲鼠類侵入污染之設施。
3. 需提供農村酒莊各區所需之充足水量，且產用水應符合飲用水水質標準，非使用自來水管，應設置水處理設施。
4. 農村酒莊應具備下列之生產設備：原料洗滌設備、發酵槽（桶）或浸漬槽（桶）、貯酒槽（桶）、過濾設備、充填包裝設備；視實際需要得添加其他相關設備，如：除梗機、破碎榨汁設備、殺菌設備與洗瓶消毒設備等。
5. 農村酒莊內部規劃除了主要為生產之需要外，配合遊客參觀體驗與品酒買酒，相關設施之添購與配置都應一併考量。

（三）品質管制與衛生管理

1. 酒製造業者應制定製程及品質管制標準書，並據以確實執行，以確保產出酒品之品質穩定及衛生安全。
2. 所有酒品製造作業（包括包裝與儲存）應以符合安全衛生為原則；標準製造作業流程中所述之管制項目應確實執行並記錄。
3. 用於製造酒品之機器設備或區域不得供作其他與酒品或食品製造無關之用途，或用於生產其他可能造成酒品污染之產品。

4. 農村酒莊經營者/ 僱對酒類或食品生產流程、品質管制與衛生安全之實質作業有實務經驗或接受相關課程之教育培訓。

(04) 生產技術與人員培訓

1. 農村酒莊僱有曾經參加過政府認可之訓練機構所舉辦之食品或酒品衛生管理講習班至少 14 小時以上，並領有結業證書之專任人員。
2. 農村酒莊僱有曾經參加過政府認可之訓練機構所舉辦食品或酒品檢驗之相關講習班，並領有結業證書之專任人員。

(05) 營運計畫

1. 農村酒莊僱有明確的經營理念及方針，包括創設之淵源與當地人文背景、酒莊之主題及文化、可結合之觀光資源及其配合性、經營目標與發展願景。
2. 農村酒莊僱建立目標市場並確定開發與行銷策略。
3. 農村酒莊僱有包括：產品種類、生產量、生產期之規劃，產品價格、銷售量、配銷區之規劃，產品品牌建立、包裝設計與故事說明，酒品以外其他相關產品(如：餐飲、住宿、伴手禮、農特產品、鄉村遊程設計等)之開發規劃等完整產品策略。
4. 農村酒莊僱備有自生產到銷售整個架構中人員編組、職稱及工作職掌，各項工作之標準作業流程(S.O.P.)與查核準則，專業訓練與課程安排計畫，產品介紹與導覽解說之標準作業等人才資源規劃。
5. 農村酒莊僱就投資內容及經費運用之說明，營運收支效益分析，財務管理流程及報表設計，風險管理機制與保險方案等，規劃完善之財務管理計畫。

三、申請酒莊之流程：

(一) 申請「農村酒莊評鑑」之酒製造業者/ 僱同時具備下列資格：

1. 依法領有主管機關核發之酒製造業許可執照。
2. 依法成立之農林團體或農林企業機構或依本會相關法規登記之農林行銷班、農場或休閒農場。

(二) 符合資格之申請人應檢具下列書面資料，向行政院農委會指定辦理機構(CAS協會)提出申請：

1. 酒莊評鑑申請書。
2. 酒製造業許可執照影本乙份。
3. 各種專門技術人員受訓結業證書影本各一份。(參加過政府認可之訓練機構所舉辦

之食品或酒品衛生管理講習班至少 14 小時以上，以及食品或酒品檢驗之相關講習班，並領有結業證書之專任人員。）

4. 衛生管理、製程作業、品質管制標準書及營運計畫書（含各式品質管制實際執行記錄表- 份）。

5. 取得財政部酒品工廠登記證明文件。（酒製造業許可執照）

(三) 申請農村酒莊輔導應檢具下列資料函送直轄市或縣（市）主管機關，直轄市或縣（市）主管機關應就該申請案件是否符合轄區發展農村釀酒產業之整體規劃初步審查，再轉送本會審查：

1. 設置農村酒莊之營運企劃書。
2. 酒製造業許可執照影本。
3. 申請設廠之相關證明文件影本。

(四) 現場評鑑程序如下：

1. 現場評鑑作業由行政院農委會酒莊輔導小組執行。
2. 申請人於酒莊輔導小組進行現場評鑑時，應備妥與「農村酒莊評鑑」有關之作業程序、生產報表及各項管制標準、記錄報表等書面資料接受審查。並由申請人說明酒莊營運、廠房配置、製程及品質管制概況。
3. 現場評鑑依行政院農委會公布之農村酒莊評鑑表進行逐項查核及評分，包括酒莊位置、建築與風景景觀環境；酒莊內部規劃、設施配置與機器設備；品質管制；人員資格及受訓情形；營運計畫等主要項目。
4. 輔導小組召集人或指定代理人報告評鑑結果，並請申請人確認後簽章。

(五) 申請案件通過現場評鑑後，由指定辦理機構核對製酒場所生產之酒品，全數現場採樣並密封，統一委送政府認可之檢驗機構，就酒精度、醇、鉛、二氧化硫、揮發性酸、異物、風味等項目進行檢驗，其檢驗方法及限量標準依主管機關相關規定及標準辦理。

(六) 申請「農村酒莊評鑑」之業者，通過現場評鑑及產品抽驗合格後，由本會認定之。

(七) 依前點經農委會認定並頒發認定證牌。

第九節 重點診斷與評估分析

一、資源探索

(一) 五鎮區

●地方產業

古鎮地質屬白堊土，由於白堊土土質細密，不利植物根部發育，地上的植物也就生長緩慢，因此在外觀在分量上，就顯得比一般地方的製作小了一號。但也因為生長緩慢，因此其甜度特別高香氣特別濃郁；古鎮的芒果或許比下江玉井好看；秤起分量，古鎮芒果的個頭也小了一些，但古鎮的芒果聞來最是香郁濃味，入口最是香甜可口，因為古鎮芒果生長在白堊土上，而且它富含糖分、蛋白質、粗纖維及維生素 A、B1、B2、C，還有礦物質鈣、磷、鐵、鈉營養成分。此外，芒果還含有胡蘿蔔素、梨酸、芒果酮酸、沒食子酸、芒果甙等對人體有益的成分，是相當可口且營養豐富的水果。（資料來源：古鎮農會）

其他主要農產品有：破布子、山蘇、白豆腐、竹筴，顯然較屬於高經濟作物的還是芒果。古鎮農會自 81 年起開辦了芒果共同行銷班，建立起古鎮芒果口碑。

由古鎮農會輔導於 90 年劃定之光榮休閒農業區，早期運作相當平穩且獲多方資源援助，不少建設是鄰近鄉鎮所難以相比，然因旅遊型態改變，且交通網的調整，該區營運機能頓挫因而降機大不如前，有待新興產業重振經濟。

●交通區位

古鎮主幹道為臺 20 線（南部橫貫公路）可接玉井，由臺 20 乙線（南古公路）可達南化，離國道 3 號高速公路近，交通條件不差；但仍缺少了快速道路之銜接，快捷性較為不足。

●發展空間

古鎮區內農會特產銷售中心結合其輔導的光榮休閒農業區，設置了遊客服務中心、家政班研習教室、日媽媽健康料理餐廳和頗具規模之食品加工場，後因原為處理芒果外銷日本之主要場區，目前因業務中輟而閒置中，其現況經初步會勘結果，適合作為酒莊設置地點。



五鎮協會外觀



五鎮協會內部空間勘察



敞開空間(1)



敞開空間(2)



空間運用討論



拓寬的空間



空曠的閒置場地(1)



空曠的閒置場地(1)



空曠的閒置場地 (3)



新空間

●旅遊資源

車山月世界，從日出到日落，光景變幻莫測，意象多變，深深地撼動人們的心。清晨如海洋一般的雲霧翻騰飄渺，是攝影家及登山者的最愛；而車山 308 高地，位居古鎮、龍崎及內門之三角點，許多人喜歡到此登高望遠，盡覽臺南地區寬闊平原，觀賞『萬山朝掌』的確真氣勢、雲霧飄渺的雲海，看著夕陽為荒涼的月世界灑遍炫麗的色彩，當夜晚來臨遠方的玉井、南化及臺南市區萬家燈火，閃閃亮光，為黑暗寂靜的車山增添無限風光。（資料來源：古鎮耆會）

古鎮萊索化石館於 1981 創立，化石館所表示的化石，種類繁多，數量豐富，內容包含與山頂洞人同時期的「古鎮人」化石，海洋及陸地動物的化石，對研究海陸生物的演化，及古地理環境的變遷，非常有研究價值，為自然科學教育最佳的教材。古鎮區萊索流域地層構造特殊，散佈大量古生物化石，且蘊藏豐富，種類繁多。（資料來源：臺南市政府）

（二）南化區

●地方產業

芒果是南化鄉 35 個果樹產銷班中最重要的經濟作物，目前栽培面積約 1,320 公頃，愛文芒果約 1,000 公頃、金煌芒果約 200 公頃，其他還有木瓜約 100 公頃、蜜棗約 100 公頃。

「南之康」品牌是國內第一批註冊成功的芒果品牌，南之康芒果果色紅潤飽滿、甜度達 14 度以上，2010 年愛文芒果外銷日本約 410 公噸、韓國約 150 公噸，金煌及凱特外銷其他國家約 300 公噸，芒果外銷幾乎佔到全省 50%。國內共有運銷方面供應一、二市約 1200 公噸、三市約 700 公噸、直銷（含超市）約 200 公噸。（資料來源：南化農會網頁）

●交通地位

位於臺 3 線（嘉新公路）與 20 乙線（南五公路）的會處，近臺南市與高雄市交界，交通便利通暢，距非鄰高速公路與快速道路，在旅遊動線的便捷需求上略有不足。

●發展空間

農委會補助興建集貨場 300 坪、外銷芒果密封式空靜設施 210 坪、冷藏室 90 坪、控熟室 80 坪等設施，該集貨場係因應外銷而設，目前使用率高，如要設置農村酒莊則需要另覓場所，或易地興建。

●旅遊資源

轄內有二座水庫，其中南化水庫於 82 年完工後，其賞大集水區所造就之湖光山色，輝映烏山山脈之健康步道，及規劃中自然保育公園（獼猴區）及位於玉山村南橫公路起點之本縣南瀛八景十勝之一勝——景道寶光聖堂等及廟宇，形成一特殊觀光景點。（資料來源：南化區公所網頁）

（三）玉井區

●地方產業

玉井區農產以水果為主，木瓜、荔枝、龍眼、楊桃、西瓜、香蕉、番石榴、鳳梨、芒果為大宗，其中以芒果最具代表性是玉井區最重要的經濟作物；玉井區是臺南市境內芒果最高產量的鄉鎮，栽培面積多達 2,343 公頃，佔全國面積的十分之一，。種植的芒果以愛文品種為主，約佔 45%生產量，其次金煌佔 36%，凱特佔 10.8%，在來

種佔 3%，聖心佔 2%，海頓佔 1.5%，其他品種佔少數。

農作物推廣與時漸進，朝多樣化、精緻化追求高經濟收益，如花卉、鳳梨、蜜棗等作物。

表 2-5 玉井區主要果樹生產數量總表

作物別	生產面積 (公頃)	生產量 (公噸)
芒果	2,000	24,000
番石榴	150	4,500
鳳梨	400	4,800
木瓜	175	10,500
楊桃	60	3,600
印多棗	80	1,600
荔枝	12	90

(資料來源：玉井農會)

● 交通區位

玉井位於臺南市東南，交通網路四通八達，主要對外道路有：

臺 20 線：玉井公路從玉井往左鎮、新化、永寧到臺南，為本區主要交通要道；臺 3 線：從楠西經玉井到南化鄉－連繫各觀光遊憩據點的景觀道路；東西向快速道路（臺 84 線）：從玉井經大內區到北門區，可連接麻豆交流道或走臺－線到新營交流道上中山高速公路；南部橫貫公路：從玉井經北寮（南化區）到臺東縣海端鄉。已建構綿密且快捷之交通網，具極優之區位條件。

● 發展空間

目前與產業有關之空間為芒果分級包裝場與芒果產業文化資訊館，目前預約導覽時間可進行文化知性導覽。馮瀨農場鄰近玉井，曾設酒莊接受農委會輔導，已具產製技術與銷售能力，因內部組織進行整合，產製已斷暫停輔導多年，今年（2011）恢復作業繼續申請農村酒莊輔導與評鑑。

● 旅遊資源

區內雖無知名的旅遊景點，但在大內區內臺南市農會經營之馮瀨農場頗負盛名，多元且完善之設施提供餐飲住宿與體驗活動，豐富之鄉村遊程多年來一直為國內旅遊的指標景點，因鄰近玉井與芒果之魅力結合，多數遊客都以為馮瀨農場頗在玉井；且

斗，南部橫貫公路尚無重大災害時，由斗井進V南橫通往臺東的過程相當熱門，也成就了斗井的旅遊盛況。

二、設置農村酒莊地點

本計畫擬於拉拉雅國家風景區內遴選適合設置農村酒莊之地點，以設置條件要點（產業資源、區位條件、空間利用、人力資源、開發計畫）為主選項進行初選評估，評估區域為斗鎮區、南化區與斗井區，經初步現勘與資源探索所得之資料做綜合分析，分析結果列述如表 2-6：

表 2-6 地點綜合分析

區 別	斗 鎮			南 化			斗 井			備 註
項 目	高	中	低	高	中	低	高	中	低	
水果產量		*		*			*			
鮮果品質	*			*			*			
原料可供應量	*				*				*	
第二原料可供應量			*			*			*	
休閒農業相關產業	*					*		*		
媽媽鄉料理	*				*				*	
交通動線		*			*		*			
旅遊便捷		*				*	*			
景點聯結		*			*		*			
可利用之閒置空間	*					*			*	
可結合之休閒空間	*					*		*		
鄰近同業酒莊	*				*				*	
鄉野文化與典故	*				*		*			
技術養成			*			*		*		
人才培訓	*				*			*		
輔導單位之理念	*				*				*	
在地業者之意願	*			*					*	
合計	11	4	2	3	8	6	6	4	7	

依據上述各項初步評估項目所呈現之權重分析，目前農村酒莊選擇設置區域之排序依次為：五鎮>玉井>南化。五鎮能初評為農村酒莊設置地點的理因，以三個面向分述如下：

（一）產業資源方面

1. 三個區域都是知名的芒果產地，產量品質在伯仲之間，都足以傲稱「芒果的故鄉」，在原料的主要產地設置農村酒莊，以芒果為主題酒品為不二選擇。
2. 玉井農會再芒果內外銷方面有極大之績效，曾有供不應求的現象；南化農會近年也在農委會協助下設置外銷芒果處理工場，全力主推外銷市場；而五鎮的芒果產量在外銷日本市場通路失聯後，僅能推展內銷，乃才有機會將部份產量移為製酒原料，原料之供應在數量與穩定性上較優於其他二區。
3. 農委會輔導農村酒莊的目的，除了協助農民將自產之水果產製酒品以提高經濟效益外，也希望農村酒莊能結合週邊休閒農業資源發展鄉村旅遊，目前三區中只有五鎮區在90年劃定光榮休閒農業區，且仍正常運作中。
4. 佳釀配美酒乃餐飲之最佳搭檔，目前五鎮農會經營之「媽媽日園料理餐廳」成立多年，有機會在農村酒莊設置後結合發展，相互提攜。

（二）區位條件方面

1. 在三區中五鎮的交通網線與旅遊便捷性雖居中，次於玉井，但在快速道路開通後旅遊流量驟減，相關產業之產值急遽下降，農村酒莊之設置有再創產業平臺之機能，藉整體行銷之效能激發其他產業復甦。
2. 五鎮之旅遊景點有草山月世界（觀景）、菜寮化石館（生態、考古）、斗埔族文化（人文歷史、宗教）和日月山景觀（地質教育），概屬於靜態與身心靈體驗之屬性，深受的文化與鄉土典故能提供酒品研發的故事背景，有利於農村酒莊的意象行銷。

（三）空間利用方面

1. 鄰近玉井區有走馬瀨農場（大內區），不僅屬於大型綜合休閒農場，且曾申請酒莊並接受輔導，中斷多年後擬於今年恢復生產，因地理之便也避免同質性產業競爭，玉井再設置新農村酒莊的利基不高。
2. 南化區曾倡議設置農村酒莊，但經地方人士與相關業者評估後，原擬定位置仍以發展生態休閒為考量，且無適宜空間可利用為酒莊廠區。

3. 左鎮農會在芒果外銷日本通路中斷後，原芒果分級包裝及配銷之加工廠目前閒置中，建築新外觀完好，內部空間寬敞，聯外道路完善，連卸貨平臺與輸送設施都俱全，是難得的酒莊設置地點，可提供未來產製酒品與整體營運相當理想的發展空間。

本區主要包括十筆地號，共計 17,820M²(詳圖 2-3 及表 2-7)，主要為非都市土地，其主要使用分區及用地類別為一般農業區特定目的事業用地。



圖 2-3 左鎮農村酒莊地理位置圖

表 2-7 五鎮崑村酒社用地地籍彙整表

鄉鎮		地段名	地段母號	地段子號	面積(M ²)	使用分區	使用地類別
1	五鎮區	菜寮	0359	0000	2,487	一般農業區	特定目的農業用地
2	五鎮區	菜寮	0359	0001	348	一般農業區	特定目的農業用地
3	五鎮區	菜寮	0359	0002	4,427	一般農業區	特定目的農業用地
4	五鎮區	菜寮	0359	0004	1,505	一般農業區	特定目的農業用地
5	五鎮區	菜寮	0360	0002	786	一般農業區	特定目的農業用地
6	五鎮區	菜寮	0363	0000	1,405	一般農業區	特定目的農業用地
7	五鎮區	菜寮	0363	0002	250	一般農業區	特定目的農業用地
8	五鎮區	菜寮	0386	0000	1,804	一般農業區	特定目的農業用地
9	五鎮區	菜寮	0387	0000	1,313	一般農業區	特定目的農業用地
10	五鎮區	菜寮	0386	0004	3,495	一般農業區	特定目的農業用地
面積合計					17,820		

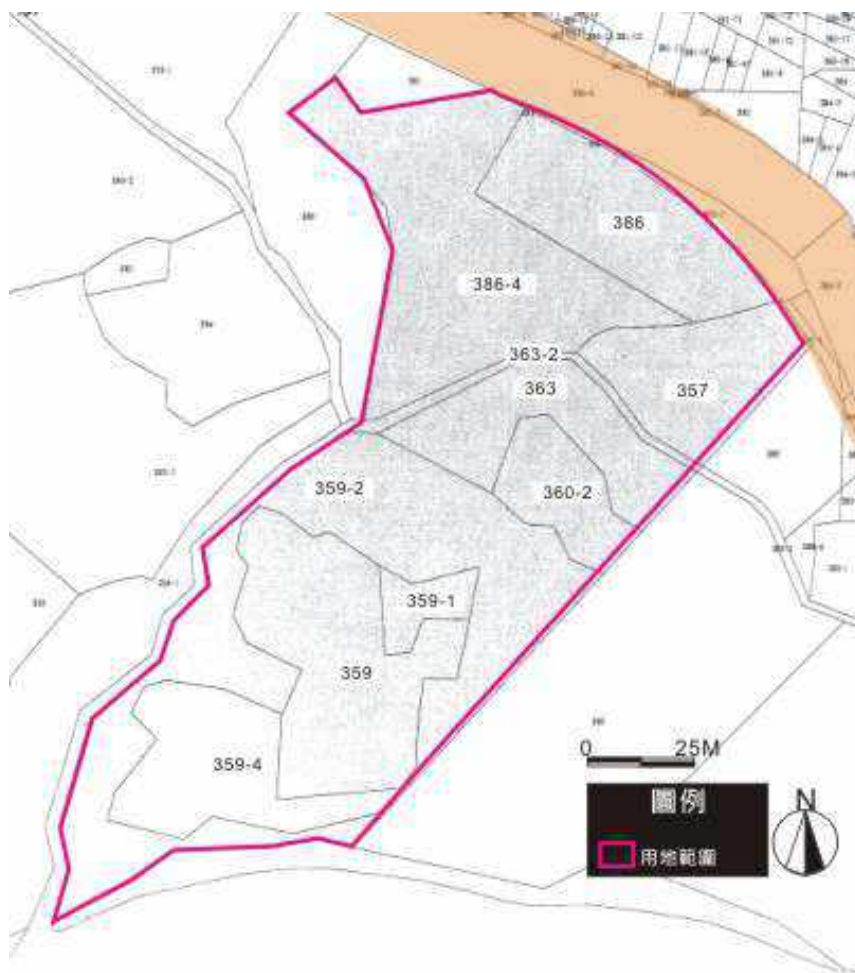


圖 2-4 五鎮崑村酒社地籍圖

(四) 人力資源方面

1. 古鎮農會在農業轉型與經營新興事業上有深刻的體會，面對日漸萎縮的傳統農業，鄉村年輕人以有迎接新局面的準備，訪談中對葡萄酒類技術之養成與接受一系列之培訓教育，都有高度的興趣與決心。
2. 古鎮農會可結合光榮休閒農業區、日媽媽家政班、行銷班與一般農民，在共同理念下結合葡萄酒類事業經營體，以各自專長與能力合作經營，則人力資源之運作上適能發揮極大能量的。

(五) 開發共識方面

1. 古鎮區公所與古鎮農會在本次訪談時，雙方均表達已建立合作經營之共識，未來若發生經費有限的情況會全力相互支援，運用行政與人力之資源協助農村酒莊籌備、建設、申請與營運上之需要，此共識之深刻視為日後成就之希望。
2. 至於古鎮與南化地方人士與業者目前並無如此共識。

第2 節 執行方法與內容

一、輔導課程

(一)上課對象：主要對象為未來成立酒莊之成員，包含各鎮農會及行銷班的學員。
共 20 位。

(二)輔導課程簡介

1.100 年 7 月 29-30 日輔導課程內容

	時間	課程名稱	授課講師
第1天 7月29日（星期五）	08:20-08:45 08:45-09:00	報到及領取講義 開幕－主持人致詞	
	09:00-10:20	農村製酒產業相關法規（上）	尤俊人 行政院農業委員會農糧署 技正
	10:20-11:40	農村製酒產業相關法規（下）	
	11:40-12:00	Q & A	
	12:00-12:30	午 餐	
	12:30-14:20	葡萄酒探索之旅 (Wine Discovery)（上）	劉益善 行政院農業委員會農村酒莊 輔導計畫委員
	14:20-16:10	葡萄酒探索之旅 (Wine Discovery)（下）	
	16:10-16:30	Q & A	
	16:30-18:30	農村酒莊申請流程	藍明鑑 福華大飯店總管理處開發規劃部 專案經理
第2天 7月30日（星期六）	08:30-10:20	農村酒莊營運與發展（上）	藍明鑑 福華大飯店總管理處開發規劃部 專案經理
	10:20-12:10	農村酒莊營運與發展（下）	
	12:10-12:30	Q & A	
	12:30-13:00	午 餐	
	13:00-14:00	酒莊申請計畫書輔導（一）	藍明鑑 福華大飯店總管理處開發規劃部 專案經理
	14:00-15:20	釀酒原料概論（上）	柯文慶 大葉大學生物產業科技學系暨研究所 教授
	15:20-16:40	釀酒原料概論（下）	
	16:40-17:00	Q & A	
	賦 歸		



學員報到情況



學員



主辦單位：臥拉雅國家風景區管理處
王政傑技正致詞



計畫主持人：
國立暨南國際大學鄭健雄教授致詞



尤俊人講師與學員互動



彭明鑑講師與學員互動

2. 1.100 4r 8 月 12-13 日 輔導課程內容

	時間	課程名稱	授課講師
第1天 8月12日 (星期四)	08:45-09:00	報到及領取講義	
	09:00-10:20	農村酒莊設置要點與生产管理(上)	謝昌衛 大葉大學藥用植物與保健學系 副教授兼系主任
	10:20-10:40	休息	
	10:40-12:00	農村酒莊設置要點與生产管理(下)	
	12:00-13:00	午餐	
	13:00-15:10	酒類製造技術概論(上)	陳雪娥 臺灣海洋深層水股份有限公司 顧問
	15:10-15:30	休息	
	15:30-17:00	酒類製造技術概論(下)	
第2天 8月13日 (星期五)	09:00-10:20	品牌行銷推廣－臺灣農產品伴手禮(上)	陳銘福 京邑設計有限公司 創意總監
	10:20-10:40	休息	
	10:40-12:40	品牌行銷推廣－臺灣農產品伴手禮(下)	
	12:40-13:30	午餐	
	13:30-15:10	如何建構優質的鄉村旅遊(上)	葉明鑑 福華大飯店總經理處開發規畫部 專案經理
	15:10-15:30	休息	
	15:30-17:10	如何建構優質的鄉村旅遊(下)	
	17:10-17:30	休息	
	17:30-18:20	酒莊申請計畫輔導(二)	葉明鑑 福華大飯店總經理處開發規畫部 專案經理
	賦 歸		



報到情形



大葉大學 謝昌 衛心師
上課情形



貴賓大葉大學 謝昌 衛心師
精彩講說



上課解說與互動情形



臺灣海洋深層水 陳雪娥心師
精彩講說



陳雪娥心師
下課與學員互動情形



京設計 陳銘福創意總監
精彩講說



陳銘福創意總監
上課與學員互動情形



謝明鑑講師上課情形



謝明鑑講師
上課精彩講說

3. 100 年 9 月 09-10 日 輔導課程內容

	時間	課程名稱	授課講師
第 1 次 9 月 09 日 (星期日)	08:45-09:00	報到及領取講義	
	09:00-10:20	信義酒莊之發展歷程 (上)	郭昭傑 信義酒莊梅子夢工廠 副廠長
	10:20-10:40	休息	
	10:40-12:00	信義酒莊之發展歷程 (下)	
	12:00-13:00	午餐	
	13:00-14:40	酒品品評概論 (上)	陳雪娥 臺灣海洋深層水股份有限公司 顧問
	14:40-15:10	休息	
	15:10-17:00	酒品品評概論 (下)	
第 2 次 9 月 10 日 (星期一)	09:00-10:20	品牌建立與創意行銷 (上)	許柏勳 國立暨南國際大學休閒學與觀光管理學系 助理教授
	10:20-10:40	休息	
	10:40-12:00	品牌建立與創意行銷 (下)	
	12:00-13:00	午餐	
	13:00-15:00	豐村酒莊市場行銷 (上)	許明鑑 福華大飯店總管理處開發規劃部 專案經理
	15:00-15:20	休息	
	15:20-16:40	豐村酒莊市場行銷 (下)	
	16:40-17:00	休息	
	17:00-17:50	酒莊申請計畫書輔導 (三)	許明鑑 福華大飯店總管理處開發規劃部 專案經理
	試 歸		



國立暨南國際大學
許柏勳助理教授精彩解說



臺灣鄉村旅遊協會
林劭潔 秘書長致詞



許明鑑講師



臺灣鄉村旅遊協會 林劭潔 秘書長致詞



學員專心聽講



臺灣海洋深層水 陳雪娥老師
精彩講說



陳雪娥顧問



陳雪娥顧問
上課互動情形



國立暨南國際大學
駱柏勳助理教授精彩解說

謝明鑑講師上課情形

(三) 師資介紹

編號	授課講師	授課內容與簡介
1	尤俊人	行政院農業委員會糧食局 技正
2	柯立襄	大學大學生物產業科技學系暨研究所 教授 行政院農委會農村社區輔導計畫 委員 日本東京小笠原大學食品生物學科 博士
3	劉益亨	行政院農委會農村社區輔導計畫 委員
4	陳雪娥	行政院農委會農村社區輔導計畫 委員
5	謝昌衛	大學大學藥用植物與保健學系 副教授兼系主任
6	葉美秀	輔仁大學設計景觀系所 教授 臺灣大學農業推廣研究所 博士 行政院農業委員會休閒農業區 評鑑委員 臺東縣農會東遊季溫泉渡假村海外住宿示範點景觀意象營造改善 規劃案
7	謝明鑑	福華大飯店總經理處開發規劃部 專案經理 行政院農委會農村社區輔導計畫 輔導暨評鑑委員 行政院農業委員會 評鑑委員 淡江大學經濟系 農委會農村社區輔導小組 輔導委員
8	陳銘福	京邑設計創意 總監 中華平面設計協會 常務理事 世界包裝之星 V 國際設計金獎
9	駱柏勳	國立暨南國際大學休閒學與觀光管理學系助理教授 國立雲林科技大學企業管理 博士 劍湖山世界觀光產業集團 總經理 金牌健身俱樂部(股)公司 董事長

二、辦理酒莊觀摩日期與行程

(一) 參訪目的：與一般參訪行程不同的是，實地參觀農村酒莊建置規模，瞭解酒類製造技術與研發過程，透過實際經營者具體解說吸取實務經驗，並收集酒莊與酒品之相關資料，據以日後發展農村酒莊產業之參考。

(二) 參訪地點：信義鄉農會梅子酒莊、水里鄉自埤酒莊

(三) 參訪時間：100年8月27日

(四) 參訪過程：



酒莊參訪出發



左鎮農會 黃總幹長致詞



酒莊參訪參與情形



學員專心的聽講



信義酒莊 吳昭傑副廠長
專業解說



吳昭傑副廠長
專業導覽信義酒莊



全體參訪人員於地下酒窖大合照



吳昭傑副廠長解說情形



信義酒莊行銷課程



全體參訪人員於車埕大合照

三、小結與建議

製特產次品牌之教育訓練，主要報名的對象有五鎮農會、梅嶺休閒農業區與對製酒有興趣的相關人員來參與。在此次輔導設立酒莊的課程中，共安排了三階段輔導課程，第一階段主題為酒莊設立之基本概論、第二階段主題為酒莊設立之初步規劃、第三階段主題為酒莊行銷計畫，除了讓學員學習設置酒莊之基礎理論，還特別安排到南投縣信義酒莊與耳埤酒莊實際參訪，讓學員深刻感受到如何製酒、行銷、伴手禮之包裝等相關課題。藉由淺入深、理論與實際操作各方面同時進行，帶給學員在設置酒莊方向有更多的想法與觀念。

另在此三階段的課程之中，每一階段都安排一堂「酒莊申請計畫書」之輔導課程，從酒莊的申請流程、申請門檻、用地資訊與評估申請資格，都與各學員詳細講解說明。而學員在課堂上也會對製酒、廠房設置、經費來源與授課的教師做討論，每堂的授課教師與學員皆產生良好的互動。課程結束後五鎮農會與梅嶺地區各撰寫一份酒莊營運計畫書（詳見附錄七）。此計畫書根據農糧署所列出設置酒莊需說明的重點項目來撰寫。因是日農糧署召集評審委員審查是否符合申請要件，所以並無固定的申請書或計畫書格式。此份計畫書為將來設置酒莊之踏出第一步，且建議後續可對製酒過程與評估再進一步辦理相關輔導之課程。除學員撰寫之酒莊營運計畫書外，同時也是製村酒莊輔導委員的授課老師，共同為五鎮設置酒莊相關議題提出相關評估報告，請參見第七章節。

此次參與學員共有 20 位，三個階段教育訓練時數共為 41 小時，已於 100 年 11 月 18 日所舉辦的「2011 低碳旅遊暨品牌營造論壇」中，頒發培訓證書給各個上課之學員，以茲鼓勵。

二份五鎮與梅嶺製村酒莊營運計畫書，需待後續五鎮與梅嶺有酒製造業許可執照、各種專門技術人員受訓結業證書、財政部酒品立案登記之證明文件、等相關資料皆齊全，即可一併送營運計畫申請製村酒莊。

後續建議：

- 1.以撰寫完成之計畫書，申請製村酒莊之設置。
- 2.針對五拉雅轄區內對各區做製特產資源調查，規劃各區獨有的特色，設置五拉雅鄉村舖子。
- 3.針對調查之製特產資源，開發相關伴手禮。
- 4.結合製特產的製作過程，成立製村遊學教育中心，有系列舉辦製村遊學體驗活動。

第三章、社區次品牌深度培訓

第一節 環境資源彙集

本計畫針對轄內各區之社區發展概況說明如下：

(一) 白河、東山

1. 白河信望愛社區關懷協會

位於白河區東北方竹子門附近，信望愛社區成立關懷中心，在社區民衆共同努力下，不僅美化社區環境，還開設課程幫助外籍配偶融入臺灣的生活，發揮了「社區照顧」的功能，凝聚了社區民衆的感情，更進一步協助信望愛社區發展社區產業，例如：手工香皂、檳榔娃娃。

2. 白河汴頭社區

汴頭社區鄰近白河水庫，隨著自行車道的延伸，汴頭社區成為新興旅遊景點。走進汴頭社區，可以發現社區內到處是趣味壁畫，還有可愛的林子內教會，繼而打造為「心靈的故鄉」。聚落內尚保有許多傳統的三合院，近來社區積極推動各種軟硬體建設，讓許多在地的年輕人逐漸回流，並讓此地呈現出相當特別的鄉村氛圍。

3. 白河仙草社區

仙草社區是位在仙草埔，且位於關子嶺下方，為遊客從白河鎮進入當地的必經要道，而當地店家多為鴨缸雞及熱炒店。

4. 白河關嶺社區

關嶺社區以關嶺里為範圍，在觀光發展重點上，以關仔嶺泥漿溫泉區為主要定位，關仔嶺溫泉為世界三大泥漿溫泉之一，未來應以此為核心，提升當地溫泉產業，建立關仔嶺泥漿溫泉之品牌形象。99年要參與巴拉雅國家風景區鄉村旅遊推動計畫的社區自主營造，以「關仔嶺之戀」為主題改善社區環境，也使當地居民更為團結。

5. 東山高林社區

位於東山鄉東北邊，靠邊之拔頭山為堅硬的精思山砂岩經過長期的地質作用，加上雨水的侵蝕，形成不同的造型，巧奪天工。主要景物桫欏、龍眼，配合桫欏節、龍眼節來推動觀光社區的願景。「桫欏節」由社區協會與農會合辦，結合產業的生產過程，塑造更具特色的地景，如培灶。社區利用「培灶」重新

展現地方特色，進而強化本土教育館等主題，此外更利用回收龍眼乾仔及桌面、竹板作佈置，將日斗日昔、藍豬舍整理規劃，除保存原貌並做維護管理，以教育民眾認識古建築，為閒置空間再利用之最佳示範，獲選為第十二屆全國十大推動環境保護模範社區。

6. 東山崙山社區

社區目前僅有一些社團如老人會、媽媽教學之類的活動。而區內位於龜重溪旁的崙山國小，雖然只有一百多名學生，卻靠著熱心的教學團隊及得天獨厚的天然條件，結合社區咖啡產業與綠色資源，設立咖啡教室及人工濕地淨化系統。

7. 東山南勢社區

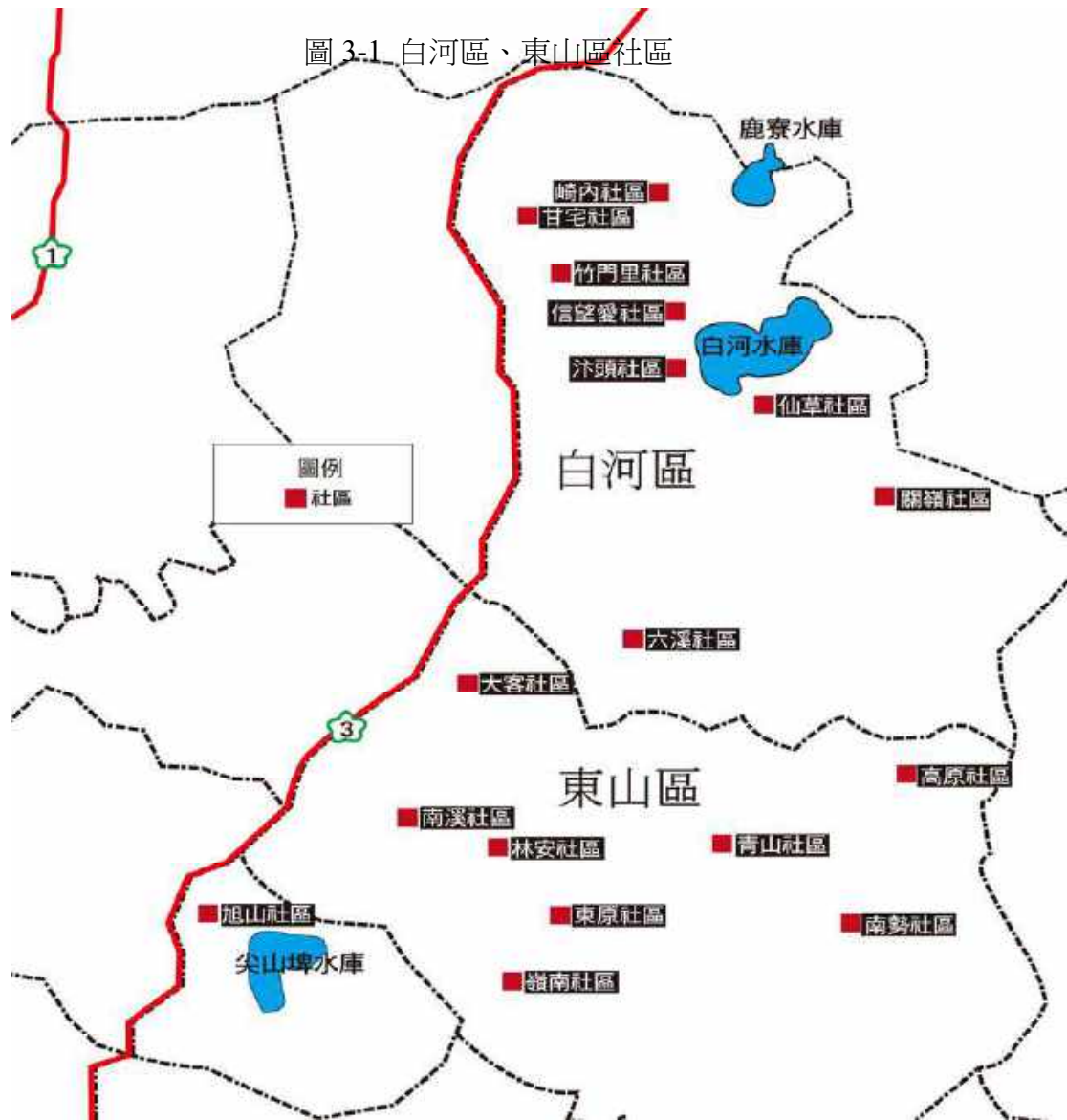
位於東山的南勢社區以咖啡為主要產業，各家咖啡業者都積極推動地方事務，也結合社區辦理咖啡相關活動。

8. 南寮地區

南寮位在臺南市白河區，是個農業村落，主要的作物是青皮檳榔，產期為每年9月~12月，是國內最早上市的檳榔之一，南寮檳榔的外皮綠帶點黃，果味微酸，酸中帶甜，被稱為青皮檳榔。

這是一個動力十足的社區，在侯春輝理事長帶動之下，很多臺南的相關活動都會一起參與。

圖 3-1 白河區、東山區社區



(二) 柳營、六月、望日

1. 大崎社區

社區營造目前第三年，還在持續進行中。村中有一些彩繪及關於烏山頭水庫所轉化出來的公共藝術。

2. 旭山社區

社區內設有媽媽教室，並與社區大學合作舉辦手工藝教學課程（竹編、肥皂、樂器運用...），另有媽媽跳舞、弘人會等活動。



圖 3-2 官田區、六甲區、柳營區社區

(三) 玉井、南化、楠西

1. 玉井入埔社區

近年來入埔社區發展絲瓜產品相當成熟，關懷中心有教學製作絲瓜香皂(材料費 100 元)、香皂 DIY，而且不定期有一些活動如跟弘人的健康相關講座，另外社區內 5-8 月獨角仙的生態還有一些昆蟲及動植物。水保所外教室裡有動植物還有水保相關設施。

2. 玉井三和社區

過去由於農業需求，此社區現有埤圳成為當地主要特色，加上自行車騎乘路線亦常行經社區內，未來社區將加強綠化及自行車道相關設施，強化社區的旅遊服務。

3. 南化南正社區

主要發展竹器相關編織懷藝作品，目前已可上網拍賣並接受 DIY 教學。

4. 南化西埔社區

擁有大石公山及山後溪的蝴蝶、岩山秋海棠、動植物等豐富生態資源。公所利用當地農產-愛仁頂級芒果，推出可製作”烏魚子芒果乾”。

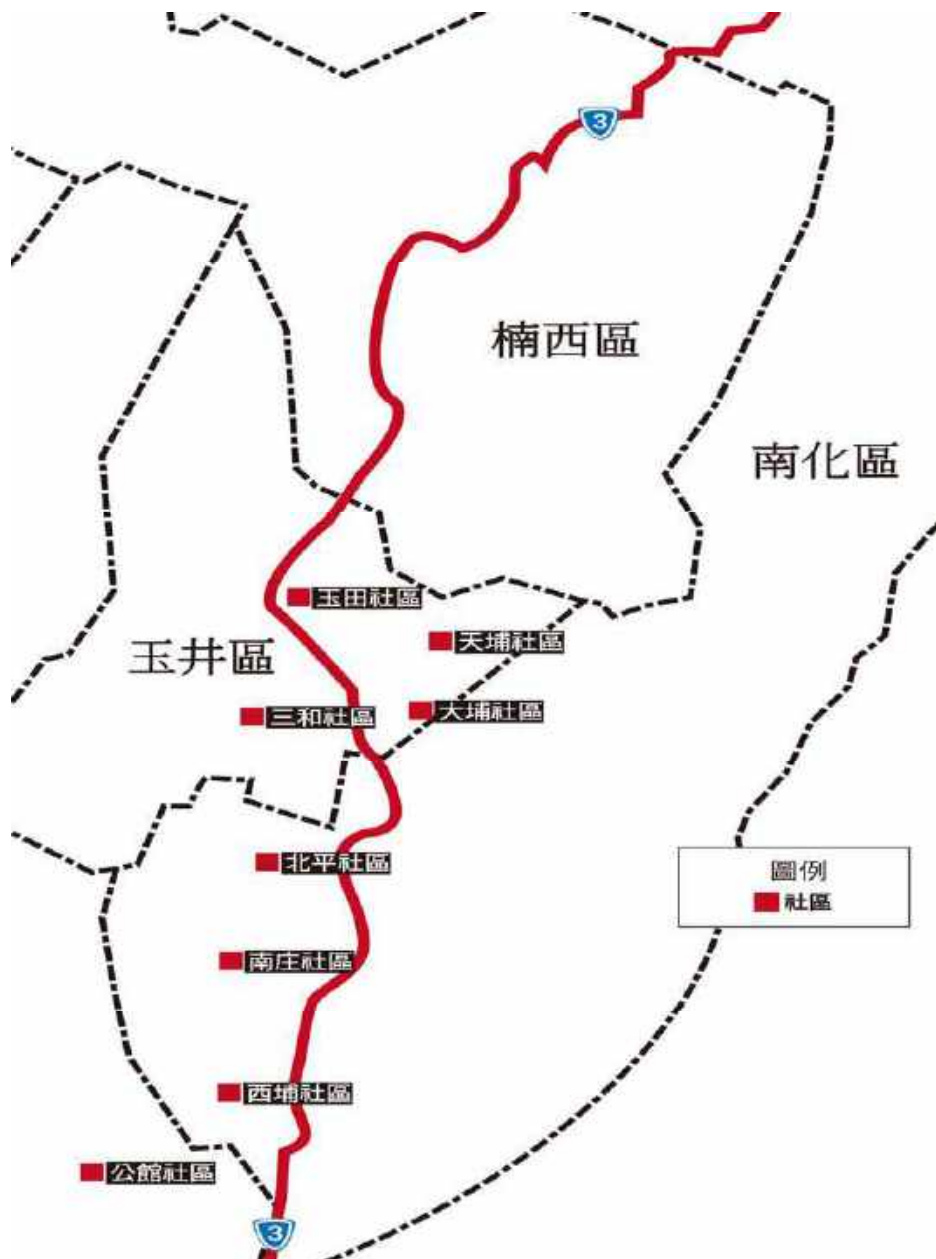


圖 3-3 玉井區、南化區、楠西區社區

(04) 新化、五鎮、大內

1. 新化清水社區

清水社區媽媽發揮傳統醃製技術，並且結合遠東科技大學餐飲系共同合作，以累積的傳統經驗為主，研製出四種口味之破布子，不作任何人工添加物，並力求保持破布子的原味與特殊的口感。除了破布子外，社區還製作了首醬、鹹

式泡菜等食品，並嘗試醃橄欖的生蛋。未來社區組織也將持續將這些食品建立
起生產、包裝、行銷等流程，讓清水社區的特色食品能成功的行銷各地。

2. 新化大坑社區

位於新化鎮近郊的大坑社區，休耕田與林場位於其中，自然景觀特別的豐富，
翠綠茂密的樹林，讓人走在其中忍不住大口呼吸；沿168縣道的路旁，林立許
多特色客家，邀請訪來訪的旅客在樹林裡遠眺山林。

3. 五鎮澄山社區

目前主要社區環境清潔、社區關懷活動（掛餐、醫療服務）、竹編、跳舞
等活動。

4. 五鎮八館社區

社區名稱的由來是取自於日式時代政府人員所居住的地方，為厚林、二寮、
草山3個村莊合成之社區。社區擁有許多特色自然景觀（社區多為水源保護區，
因此保留多處未開發狀態之昆蟲、蜻蜓生態區域）。9-10月為薑黃花、間山花
花季，及過年後有“彩竹季”-用世界地形襯托出竹子由綠轉黃最後轉紅的整個過
程，大約2個禮拜，吸引許多攝影家前來。還有居民利用當地特產烹飪之特色
料理包括竹筴料理、南瓜湯圓、草粿仔(草山)、鱸飯(風味餐)、破布子雞)，
均需預約。

5. 五鎮光榮社區

社區內曾出土很多化石，社區人化石就在社區內出土，社區內有萊寮化石館及
臺南市自然史博物館；五鎮最高海拔不到400公尺，卻能無三里平，配合奇特
的地景、刺竹林、平埔文化及化石等，成就了與眾不同的客家文化特色，
少量多樣的作物、特有的地質，造就出特有的口味，小而美小而雅是五鎮的特
色。

6. 大內曲溪社區

社區擁有許多特色資源點，包括入文館、大普頂聚落、杉樹及登山步道、烘
爐井、竹子筴，目前有提供解說導覽服務。

7. 大內石仔瀨社區

主要社區特色資源點包括百年蘋果樹、信仰中心-石仔瀨入面宮、古井等，目
前設有大內鄉樂齡資源中心，並舉辦許多教學課程（彩繪風箏、老人畫字、CPR
講座、媽媽教學、國樂演奏...）



圖 3-4 新化區、左鎮區、大內區社區

(II) 大埔鄉

1. 大埔弘興社區

弘興社區村民多年來均以務農為主，從事簡單耕種，以種植竹筴和蔬菜為主。北極殿為主要信仰中心，供奉玄天上帝，每逢普渡拜拜，繞境日全村村民參加，有的敲鑼打鼓拿旌旗，抬轎神轎，祈求平安，均傳承古早儀式。此社區由於大型工廠尚未發達，從早期山村到今天都還是以務農為主經濟生活來源。最主要農作物是竹筴，其次是檳榔，近來不少農民從竹炭加工，是目前產業發展的指標。環境景觀方面，嘉義農場、曾文水庫、跳跳農場很具觀光與研究之價值，參與嘉義縣 2008 北回歸線環境藝術行動，因居民的參與，增加社區美觀與特色。

2. 大埔永樂社區

永樂社區位於大埔鄉曾文水庫集水區的西北隅，所在地地歸屬林管處最多，

位置入隸曾文水庫水源保護帶，故土地耕作完全遭到限制，復休學普遍偏低，導致社經地位提升緩慢。正因此，永樂社區保存了完整的生態、林貌豐腴、景觀優美，俯拾即是的花、木、草、石，在充滿寧靜的鄉村氣息，社區居民對環境保護有著深刻的認知與認識，加上傳統聚落保存完好的民俗風情，奠定了社區居民相依相守、共存共榮的親密感，於 2008 年參與嘉義縣北回歸線環境藝術行動。

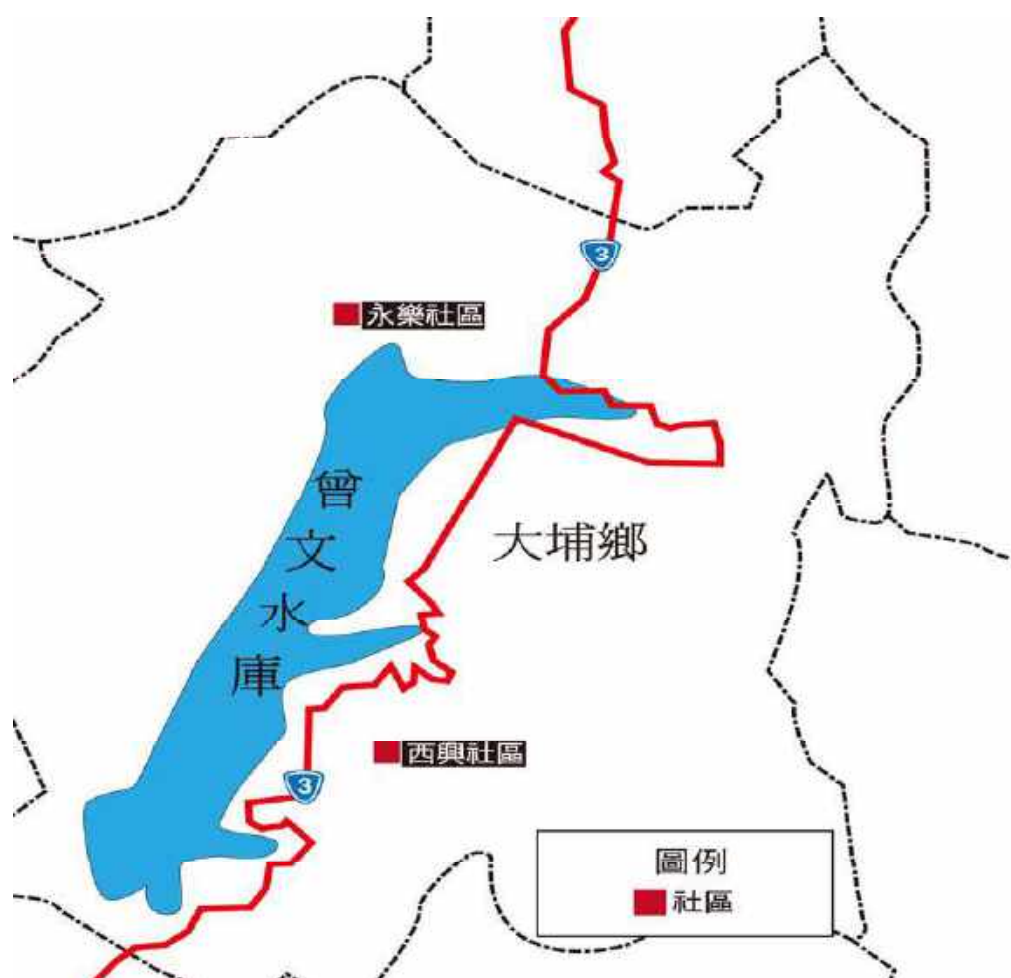


圖 3-5 大埔鄉社區

第二節 地方品牌發展案例

社區與生態旅遊品牌案例

(一) 桃米社區

1. 發展沿革

桃米里位於埔里鎮西南方約 2 公里處，是中潭公路往日月潭必經之地，區內林木遍佈綠意盎然，蜿蜒的桃米坑溪、種瓜坑溪及大小支流，就像母親的臍帶滋養萬物，孕育

桃米豐美的生態樣貌。這個美麗的小山村，歷經 921 大地震的引線，從家園中找到了重建的契機，正一步步朝生態村的夢想前進。

於 921 大地震後，桃米社區在政府、學界、社會、社區居民與非營利組織的跨界合作下，打造出讓人們得以休憩的生態村。區內富有豐日村莊及通步森林、溪流、濕地及生態池等，讓多種動植物生息於此，也富有生態價值最高的濕地，例如草埔濕地、詩涼濕地、碧雲濕地等大小不一的天然濕地，其除了具有生態、環境品質、經濟、教育、觀光及科學研究等多方面的功能與價值之外，也提供灌溉與蓄洪之功能。桃米社區在社區居民積極參與及專家輔導支持下，社區已凝聚共同願景與團結社區的組織，進行產業、社區生活環境、社區特色形象及生態環境的營造與重建。

除了豐富的自然資源外，近年來，桃米社區以生態旅遊為發展基礎，以婦女們及藝術家創作為主，進行文化產品的研發。目前研發大致分為拼布藝術及生態雕塑兩大類，及創作圖騰皆以桃米傲人的青蛙、蜻蜓為主軸，強調在地特色、在地研發，並導入體驗遊程。桃米社區文化產品的開發，不僅是旅遊營運與經濟價值之提升，亦是社區人們開發、情感凝聚的過程。

目前，桃米社區內亦建造了臺灣第一座紙教堂—紙教堂 (Paper Dome)，紙教堂源自於 1995 年阿神大地震後，一位建築師為燒燬的神可憐教會所設計的建築，基於「為社區居民打造一處集會所」的理日，即完成具有集會所與教堂雙重身分的紙教堂。2008 年千人的石柱活動及鉅額的興建經費下，使紙教堂於臺灣再生，農委會特有生物研究保育中心表示：「紙教堂的再生，讓桃米生態村具有一個人文性的地標，更為社區注入了活力與力量」。紙教堂的重建，讓桃米村更具發展性。



圖 3-6 桃米生態村平面圖

從社區營造出發的桃米生態村，一路行來受到各界的支持以及高望的期待；它示範著一種公共參與的模式，亦肩负農村轉型先鋒之責；它積極與國際潮流接軌，亦極力扎根於土地實踐。現今的桃米生態社區(如圖 2-1)正依循著教育學習與行動實踐的目標而努力，不論潮流如何變動，桃米生態



圖 3-7 桃米山小生態

村的自我提昇與深化，仍是面對衝擊與挑戰的唯一路徑。

2. 核心資源

桃米生態村以「好山」、「好水」、「好生態」充分展現在地植根力量。

(1) 山水

桃米生態村的山水以溪流、山巒與農田村莊為代表。溪流以桃米坑溪流及中路坑溪、紅寮坑溪、茅埔坑溪、種瓜坑溪、林頭坑溪等六條河川流經全村。由於保護良好，流水全年清澈，植被鬱閉，河谷幽靜，保持非常自然而原始的風味，是休閒、戲水及生態觀察的好地方。而經由桃米坑山、白鶴山、桃米山各三角點可長望合歡山、埔里、玉山峰、玉山二山；入晴時可見遠山含笑，山巒疊疊，秀氣飄逸，雨入昏昏薄霧輕罩，獨具朦朧含蓄之美，令人忘卻山中的歲月。四合院、村莊舊、竹涼亭、拱橋、稻草埕、石橋散佈於谷地、稻田、蔬菜田、河谷及濕地間，讓人可於農田村莊中流連忘返。桃米山水生態如圖 3-7 所示。

(2) 動物

桃米生態村遍布森林、溪流、濕地及生態池，提供各類野生動物棲息、覓食及繁殖的良好場地。不論是物種數或每一物種之數量都非常豐富，特別是大家最喜愛的青蛙和蜻蜓，可以說是其他地方鄉鎮都比不上的。每年 3 月到 10 月是它們出現的旺季，只要在專業解說人員的帶領解說下，一定可以有趟愉快而深入的生態觀察、學習活動。行政院農業委員會特有生物研究保育中心專家針對當地最具特色的蜻蜓、青蛙及鳥類進行調查，結果如表 3-1 所示。桃米動物生態如圖 3-8 所示。



圖 3-8 桃米動物生態

表 3-1 桃米生態村物種數量

物種	臺灣總種數	桃米種數及占全省種數之比例
蛙類	29	23(79%)
蜻蜓	143	49(34%)
鳥類	450	72(16%)

(3) 植物

桃米生態村各溪流二岸及天然濕地仍保存很多臺灣原生之水生及濱溪植物；溪流源頭山區及丘陵地仍有部分天然森林及次生林，植物種類繁多。桃實日日青、蓮華池鈴木、呂宋梭、南投梭...等都是在其他地方不容易發現的珍貴且



圖 3-9 桃米植物生態

特有種植物。分布全村的濕地常可見到美麗而繁茂的蘆葦、節節菜、八字蓼、細葉雀巢、石菖蒲、黃花水龍、紫荊、臺灣萍蓬草、水芹菜、白花紫蘇草、野薑花、青萍、紫萍、水萍及滿江紅等水生或濕地植物，簡直是觀察學習水生植物的天堂。在較為陰涼的林下、邊坡、河岸也可發現令人喜愛的海金沙、鼎足蕨、過溝菜蕨、密毛小毛蕨、臺灣金狗毛蕨、腎蕨、芒萁...等，桃米生態村的蕨類也是優勢物種之一。

(4) 濕地

濕地是世上生物多樣性最高，生產力最大的生態體系之一，它具有生態、環境品質、經濟、教育、觀光及科學研究等多方面之功能與價值。桃米生態村較大的天然濕地包括有草埔濕地（約 4 公頃）、詩涼濕地（約 1 公頃）碧雲濕地（約 1 公頃）及山中蘭園濕地（約 0.5 公頃）等，小型的濕地則散見於全村各處，這些濕地长期以来除提供灌溉、蓄洪功能外，由於一直保持良好之植物覆被及天然地形，未受到過度的開發或破壞，是臺灣中部地區很有代表性，值得加強保育並提供生態教育、旅遊、研究之寶貴地點。



圖 3-10 桃米濕地生態

新故鄉文教基金會及桃米社區發展協會在行政院農委會之補助，特有生物研究保育中心之專業指導下，已創設、改善或設置解說設施之人工濕地有中路坑濕地、組合畚生態池、茅埔坑濕地公園及草埔濕地等，不僅引進生態工法之觀念，也提供了更多適合生態旅遊及觀察學習的濕地景觀。

(5) 苗圃

在行政院勞委會就業重建計畫及農委會生態觀光示範推動計畫的支持下，社區已凝聚共同的願景與團結社區的組織，一同進行產業、社區生活環境、社區特色形象及生態環境的營造與重建。桃米社區原生植物苗圃，目前已培育苗木 48 種 14 萬株以上。目前已有多處的社區空地、河岸堤防與道路兩側，用苗圃班所栽培的苗木來綠美化。一點一滴，一步一腳印，從培植苗木、綠化桃米，讓綠色家鄉的夢想，逐步實踐，也準備把栽培的苗木及原生苗木的運用經驗推廣到其他社區、機關、學校。要進一步瞭解，可洽購「綠色家鄉-桃米生態苗圃簡介」。



圖 3-11 桃米苗圃生態

3. 旅遊產品與服務

桃米生態村以生態為其核心資源，更進一步將其轉

化或旅遊產品，包含旅遊資訊提供、餐飲服務、住宿設施、解說服務及包裝產品，成為國內最具知名度的社區旅遊典範，並將其旅遊服務之建構說明如下。

- (1) 旅遊資訊提供：建置 桃米生態村專屬網站(<http://www.taomi.org.tw/main.php>)，詳細說明其發展、地理交通、核心資源、旅遊服務等。
- (2) 餐飲服務：利用 桃米生態村特有特色，研發出在地風味餐，共有 7 間餐廳，提供遊客餐飲所需。
- (3) 住宿設施：藉由周遭豐富的生態環境，透過社區加盟，建置 17 間舒適民宿，提供遊客不同感受的旅遊住宿。
- (4) 解說服務：導覽解說就像一本活的索引，一個對土地有深厚感情的解說員，才能帶領外來遊客認識當地的精華。桃米的解說員從單純的家庭主婦、小販、農夫……變成第一線的社區對外窗口，這 24 位解說員透過教育的視窗，重新開啟與家鄉的連結，喚起對土地的珍愛，也對自我有了新的看待。

(二) 99 年關嶺社區自主營造競賽

本區為拉拉雅國家風景區之發展重點，且具有世界級之資源獨特性。此計畫以自主營造方式，凝聚關子嶺地區社區共識，營造溫泉街意象风貌。藉由社區居民及業者自主的力量建立在地溫泉區特色风貌，提升特色泥漿溫泉產業，改善當地環境景觀。

1. 競賽主題：關子嶺之戀 - 主題空間營造競賽
2. 參賽人數：11 人
3. 營造成果

第一名+獨領風騷獎	參賽者：岩頂咖啡
-----------	----------



改善前

參賽店家長期投身於復育蝴蝶及螢火蟲工作，並經營土產及咖啡；比賽時該參賽點可說是全家動員，並自行動手完成整個作品，爸爸切木頭、兒子雕刻、女兒繪圖、媽媽種花；在評審前幾天可說是挑燈夜戰，終於完成整個作品，精神十分難得。



改善後



作品將關子嶺之戀這個競賽主題，反映在一種對自然與人文的依戀上，一種對關嶺過去美好的回憶的追尋上；在自然的依戀方面，表現在一旁的誘蝶植物、螢火蟲復育的相關努力上；而在人文方面，擺放在一旁的關子嶺舊時的遊覽車，是特別從舊鐵櫃搶購而來，想要帶回人們對於關子嶺過去時光的美好回憶。

第二名+最佳創意獎

參賽者：王福康



改善前

參賽者以「網情深茶」主題，以彩繪的方式描繪關子嶺地區的自然人文景色，並利用舊物再利用的方式重新賦予舊物品新生命。段先生亦為當地社區發展協會理事員，因此比賽進行時也負攬起一切的聯絡與招集居民的任務，在比賽剛開始時，他也為當地居民們了解該如何進行，段先生便以帶頭做的精神，率先動手，讓其他參賽者了解該如何做。



改善後



第三名+ 鸚鵡人鯊



改善前

第三名的作品以「雞」旁邊的小池為改造重點，全數由蘇先生獨自一人完成，材料也是由他到山林溪谷中尋找而來，他主要的想法是希望呈現關子嶺的地形地貌。這一個作品也在不斷的重新改造中完成。

參賽者：竹芽子雞園



評審得獎+最佳精神獎



改善前

湘康以鸚鵡雞為主題，由張先生獨自完成，一開始設定的主題即為書信，利用店面三面鐵捲門設計成信紙、信封、門牌，再利用木材自行處理再貼滿整個店面牆上，裡面有許多奪品再利用的有趣創意。在過程上也是所有參賽者中最快完成者，精神可佳。

改造



改善後



佳作+最佳潛力獎	參賽組：早餐店
 改造前 本店為當地唯一一間早餐店，平常也是關嶺社區當地人的聚會所，也有許多小朋友在此聚集，來此的遊客更把這裡當作旅遊資訊站，詢問附近的景點或活動，老闆小姐平常也在學校幫忙；因此在營造時，也以小朋友為改造風格，並動員了小學的小朋友和美術老師們一同完成這個作品。	 改造後 

(三) 臺北市北投區

北投區竹子湖的藝民，由於經過藝術海芋地景比賽的洗禮，對於改造自己藝民的想法與做法都發展得十分成熟。連續三年的營造，很多藝民自然會將第一屆與第二屆的區域或精神做某個程度的串聯，加上北投、陽明山經常舉辦的花季、海芋季等活動，北投區的藝民在求新求變中，對環境規劃營造的概念十分獲得各界以及民眾肯定。

1. 競賽主題：生態(第一屆)、創意生態藝民(第二屆)
2. 參賽人數：20 人
3. 營造成果

2008 年第一名	畫作內容觀摩
-----------	--------

改造前



喜月日高而下俯瞰的地形，創作了兩朵螺旋海寺的地景景觀。海寺淡季正逢夏季，可將海寺移除再放滿山泉水，變成戲水區。整體完成度，設想進去。



改造後

2009 年第一名	名陽苗休閒農莊
改善前 擅以各式立體雕塑的農莊主人，園內大小景物皆出自他手，此次農莊擬改造的面貌每合原有兩池蓮花池造形以及多年累積的海芋雕塑作品，另外因於竹子湖梯田的地形特色，園中亦處上丁樓梯動線稍嫌美中不足，意外與景致的地丁線較不丁整。除了海芋外，也希望打造農莊特色(南瓜與冬瓜)，為園區更增添農莊風味，創造出全新的生命丁。	
2010 年第一名	神神車林
改善目標： 1.以愛麗絲夢遊仙境為主題創造可外休憩空間 2.將童话故事与呈现在真实世界裡资源再利用的環保方式，創造趣味故事丁角 3.藉丁植栽分隔空間、塑造故事丁角，以植栽代替僵硬的設施或牆面 4.將指標系統結合故事情境，並保留原有樹木、使其設施更具獨特性 5.部分造景也能呈現四季的變化	改善後

(04) 臺北市白石湖地區

白石湖地區居民純樸團結，常定期舉辦活動，近年來亦組成社區發展協會，由於有興趣朝向休閒農業發展的店家愈來愈多，遊客數量也有向上昇的趨勢，加上近期產業發展局亦在此投注不少工程項目，已具備朝向整區發展的雛形，並已申請休閒農業區，辦理自主營造活動將可提升組織的運作，更使各農家意識到成立休閒農業區後所需具備的軟硬體設施。

白石湖這邊的農戶比較專注於種植農作物上，吸引遊客也主要是靠農作物的品質，因此對於環境景觀的要求並不像其他地區講究，比較重視機能，相對於在視覺得部分就比較薄弱。但白石湖地區算是很傳統的務農社區，應該保留最道地的農村景致與農產農具，過於產業化的包裝其實是不適合的，針對各家農家的自主營造，對於環境景觀作微整形是最好的方式。

1. 競賽主題：綠色生態休閒

2. 參賽人數：13 人

3. 營造成果

第一名	奪匾－林莉蓮
 before	 After
連瓢蟲都想變身成草莓，連「草莓」的幸福花園！運用各種壽果沾板、鍋蓋、路障等等，改造出招牌、燈箱、農具等等造型，使原本單靜的牆面成為一幅幸福的草莓花園景色。	
	
第二名	石頭錯－呂美露
before	after

 BEFORE	
以漂流木打造人與動物的天堂，將空間自由的與萬物分享；改善原本醜陋的鐵皮屋、鐵欄杆環境，運用漂流木的特質，結合大師畫作，打造開心農場！	
第二名	林家美景-林邱花
before 	after 
利用農村傳統工法，將竹子、樹枝等編織、拼裝成有趣的動物與人偶，並種植花草美化環境，用竹子編成的鸚鵡與用竹筒樹幹做成的臺灣牛為主題，散發出農村的風味與趣味，配合動線設計一連串系列性的景點。並利用竹子包覆現況較醜的白鐵欄杆。	
第三名	日康美色-賞春武
before 	after 
日康美色位於道路旁，以木造小屋的立面做為吸引遊客的據點，建築的部分雖外觀較舊，但仍具鄉村風味，因此不做改變，現況的招牌已破損，而且較無特色，因此計畫利用農村傳統的農具拼裝加工，凸顯出「春」的意象做為吸引目光的焦點，採活動式的設計希望能有搖擺的韻律，更增添趣味性。	
第三名	東林休閒農場-謝明宜
before 	after 
東林農場周遭環境優美好似世外桃源，但農場除了原有的溫室外，只有零星的寮舍而且現況堆放了許多雜物，也不具有服務設施，可以說是從零開始，因此以整理環境並規劃出具服務使用機能的空間為出發點，逐步清理改善，並利用骨董傢俱、碗盤等，營造出客棧的氛圍並提供休憩區，希望遊客可以輕鬆舒適的享受自然與在地農產。	

第三節 執行步驟

一、整體執行步驟

社區旅遊品牌是鄉村旅遊的代表性元素，也是西拉雅區極力發展之次品牌。社區旅遊以往都以內政部主導之社區總體營造為核心，以改善社區環境為目標，但真正成功發展的案例很少，主要原因在於經營管理以及多數旅遊產品並未能吸引遊客，或只吸引少數客群。社區旅遊的發展有兩個重要因素，一是居民的共識，第二是社區必須具有特色，滿足這兩個條件，再進一步充實旅遊服務設施。本團隊於 2010 年初步至關子嶺社區輔導其居民主動參與自主營造活動，發現社區居民反應良好，並且已開始帶動社區活絡與居民的自主推動。因此，本計畫將延續未來年的社區品牌深耕，讓社區自主的居民的力量與共識更加強大，並且，另外配合旅遊線的串連，與旅遊地吸引力相結合，將社區品牌與旅遊線互相呼應，打造觀光地區與社區結合的特殊旅遊地吸引力。實施方法如下：

1. 選定四區社區自主營造地點
2. 舉辦社區自主營造競賽說明會
3. 辦理相關輔導課程
4. 製作社區故事書

經過去年於關嶺社區舉辦環境自主營造競賽後，居民反應多為正面，因此，今年特別擴大舉辦，本計畫選定西拉雅國家風景區內四處示範社區進行環境自主營造競賽，以居民動員自行改造環境，自行設計施工的方式，由輔導團隊駐地輔導；本年度並於活動中並提供教育訓練輔導課程，輔導居民運用在地資源與特色，呈現社區環境景觀新風貌，並發起媒體、部落客行銷社區故事。

二、執行策略

(一) 環境自主營造競賽

自主營造競賽本年度仍邀請本年輔導本區之葉美秀老師團隊舉辦，並增加輔導團隊成員，今年度提供駐點輔導員及教育訓練課程。

1. 輔導策略

(1) 駐地輔導

本次環境自主營造競賽擬安排工作人員 3-4 名，主要負責給予參賽者關於環境營造改善的各式意見，並提供相關案例參考、營造構想建議或施工方式諮詢；在輔導時間的安排方面，本團隊安排 1 名駐點人員長期駐當地直到活動結束，另外 2-3 名輔導人

員則是以一週一次前往當地進行輔導，每次以一至三日，越接近活動結束越密集的方式進行。

(2) 營造教育訓練

在教育訓練方面，將提供參賽地區共計 36 小時營造相關課程與實作輔導，本團隊將邀請相關專業師資到社區進行輔導教學，並於課程中加V營造構想討論與案例分享會，利用居民集合時間宣達相關規定與營造基本要求等。

(3) 輔導團隊成員

本輔導團隊主持人為輔仁大學景觀設計系柴美秀教授所率領的輔導團隊，相關簡介如下：

姓名	輔導職掌	現職	主要學歷	專業年資
柴美秀	主持人	輔仁大學景觀設計系所教授 臺灣休閒農業學會常務理事 中華民國景觀學會秘書 水土保持局農業角地計畫審查委員	臺灣大學農業推廣系學士 臺灣大學園藝系造園碩士 臺灣大學農業推廣系博士	25 年
徐鴻提	輔導員、 協調人員	山桐子工程顧問公司 專案經理	臺北藝術大學傳統藝術研究所(博物館展示組)碩士 輔仁大學景觀研究所學士 中國台灣建築工程科	8 年
陳怡君	教育訓練 講師	山桐子工程顧問公司 資深設計師 社區大學講師	輔仁大學景觀研究所學士	10 年
鄭乃怡	駐點輔導員	輔仁大學景觀設計系大四	輔仁大學景觀設計系	1 年
曾育昂	輔導員	山桐子工程顧問公司 景觀設計師	輔仁大學景觀研究所學士	5 年
王立輝	輔導員	山桐子工程顧問公司 景觀設計師	輔仁大學景觀研究所學士 輔仁大學景觀研究所碩士班	1 年
羅玉雯	輔導員	山桐子工程顧問公司 景觀設計師	輔仁大學景觀研究所學士	1 年

2. 競賽方式

(1) 說明會及報名：本活動共開放二十個名額，參加人員可擇定本區一塊

私人指定區域如畸零地、道路轉角、建築物立面、自家或店面V口區為環境營造基地。

(2) 比賽中：經過報名確認後，在評審日前進行作品的設計及施工，期間會有主辦單位提供的輔導員協助設計以及輔導教學課程，參賽者需積極參與。在競賽結束前主辦單位會安排評審時間，於評審當日在各參賽點進行評審，並由參賽者進行作品解說。

(3) 比賽後：經評審委員選定後，決定佳作與優選作品，擇日進行頒獎。

3. 競賽期程

5 月 舉辦營造說明會，接受報名。

6-7 月 進行自主營造競賽與輔導課程。

8-9 月 自主營造評審與頒獎、參觀

(二) 社區故事冊及社區小故事 撰寫

社區故事冊為本案社區營造成果展現，內容包含營造過程紀錄、社區地圖、社區故事、社區人物誌、營造主題說明、營造點介紹及改造前後等內容，強化社區力量，增加遊客旅遊深度。

1. 社區小故事

社區小故事預計描寫 6 則，計畫挑選本次自主營造競賽中或社區中具有故事性與代表性之參賽人物進行紀錄，由四處參賽區至少挑選一名，並發起發起媒體及部落客行銷。

■ 社區小故事內容：

(1) 人物簡介

(2) 參賽點介紹：簡單的介紹參賽者的營造點或店家的特色

(3) 他(她)的-入：由輔導員以紀錄的方式紀錄受訪者/的-入，讓人們看到當地人-入的生活。

(4) 他(她)的故事：以深入訪談的方式，讓故事主角說說自己的故事，如過人的生活、在當地致力從事的感情、對當地未來的想法...等。

2. 社區故事冊

社區故事冊以本次自主營造競賽的理念與實踐，以及整個環境自主營造競賽過程的紀錄與各參賽點成果為主呈現重點，冊中並挑選具特色之主題與人物進行小故事描寫，發放對象則以一般民眾及遊客為對象，並介紹各社區特色與基本旅遊資訊。

■ 規格尺寸以 B5 全彩印刷，頁數 200 頁

■ 內容初擬如下：

- (1) 計畫緣起與目的
- (2) 各區介紹 (包含社區地圖與特色景點介紹)
- (3) 自主營造的精神與理念
- (4) 自主營造的實踐 (流程與追求成果)
- (5) 營造主題介紹
- (6) 營造過程紀錄
- (7) 參賽點介紹 (依最後得獎成果排序，內容為各參賽點基本介紹、營造理念，及改善前後對照)
- (8) 社區故事與人
- (9) 優惠活動訊息

(三) 教育訓練 – 為賽孔拼貼教學與營造構想討論

1. 課程說明：

本次競賽中將提供輔導課程，以實用技法「為賽孔拼貼」為主題，課程依時段或地點不同分兩班上課，各班上課時間共計 18 小時，分 3 次上課，參賽者可自行選擇方便的時間參與；課程中除為賽孔使用技法的分享外，也會在課程中分享環境自主營造相關案例與方法供參賽者參考與討論，並請參賽者製作一面可放置於營造作品中的作品名牌；參賽者需選擇一班課程全程參與，主辦單位將提供基本材料及適當協助。

■課程中主要完成兩件實作作品 A 及 B，C 作品可視個人進度和需求完成。

■課程內容將隨學員製作進度和需求調整修正。以實作課程為主，若有需要，將刪減非實作之課程。

■課前請學員注意營造課前準備事項，並請輔導員提醒之。

第四章 地點診斷與評估分析

一、地區簡介

巴拉雅國家風景區包含三個子旅遊系統，其中關子嶺遊憩系統包括白河鎮、東山鄉為系統範圍，旅遊資源眾多含蓋白河水庫、崑崙水庫、大凍山系、關子嶺溫泉...等。具溫泉、廟宇及風景等各類文化及宗教觀光型之遊憩活動。目前關子嶺地區富含眾多餐飲住宿地點，極適合開發為國外觀光客旅遊地點，在觀光能見度上也較高，地方景觀也確實有改善必要，地方居民也多從事觀光行業，因此有最強的動機進行環境改造，也是最適合發展推動自主營造的地點。

去年在關嶺社區舉辦第一次自主營造競賽，地方居民反應不錯，因此在今年的選點上，本團隊即以擴大效果的目標選定營造點，在初步選點方面，輔導團隊選定幾處營造選點進行評估與訪查：

(一) 第一階段營造社區選點與訪查

第一階段的營造社區選點管理處建議，本團隊訪查其意願的方式進行，針對關嶺社區、南勢地區、東山地區、大埔社區進行訪查，初步結果如下：

1. 關嶺社區

關嶺社區以關嶺里為範圍，在觀光發展重點上，以關子嶺泥漿溫泉區為主要定位，關子嶺溫泉為世界三大泥漿溫泉之一，未來應以此為核心，提升當地溫泉產業，建立關子嶺泥漿溫泉之品牌形象。當地重要資源包含：

- (1) 關子嶺泥漿溫泉：泡溫泉、在地美食品嚐、SPA、降壓購物、精緻伴手禮
- (2) 紅梨公園、嶺頂公園：賞楓、觀蝶、散步
- (3) 大仙寺、碧雲寺：宗教巡禮、觀景
- (4) 大凍山登山步道：登山健行

關嶺社區目前由關嶺社區協會理事長淑示女士協助自主營造事宜，去年以溫泉街區自主營造的方式，凝聚當地社區發展意識，重新思索本區的空間意象表現手法，此外並藉由培訓課程建構當地的美學概念，逐漸改善溫泉街區新風貌；獲得不錯的效果，初步訪查社區參與意願極高。

2. 175 咖啡公路 - 崑崙地區

從關子嶺出發，沿 175 咖啡公路往南入是另一處值得開發的景點，以咖啡走廊發展方向，包含宗教巡禮、登高賞景、咖啡美食品嚐、古昔咖啡等。東山鄉近年來由於東

山栽種咖啡的盛行，也衍生了許多咖啡周邊料理，除了原有的咖啡豆、咖啡粉等相關副產品外，咖啡雞也成為在地別具特色的料理。東山地處熱帶型氣候，過去變為栽種咖啡創下紀錄，且最近有小車靜鈴濕安，入採斗日照有機栽培管理，使得東山鄉所生產之咖啡有著獨特的「臺灣味」，東山栽植咖啡面積已躍居全省第一，並且。而咖啡產業之盛行帶動休閒旅遊風氣，近年來更有 175 號咖啡公路的誕生。

南寮地區位在關嶺里，算是與關嶺較為接近且位在 175 咖啡公路起點處的地區，以柑橘為當地特產，當地協會「臺南市日河區南寮農村文化產業協會」理司亦積極先且也表達參與環境自主營造之意願，因此選定為本次自主營造舉辦點之一。

3. 175 咖啡公路 - 南夢社區

位於東山的南夢社區以咖啡為主業，目前聯繫的對象為東香貓咖啡園區的林振隆先生，目前積極推動地方事務，因此本次也選定此區為營造地點。希望當以當地咖啡特色為主題創造環境新風貌。

4. 大埔社區

(1) 初步訪談

大埔社區為西拉雅國家風景區管理處希望發展重點，居民本身活力充足，聚理司亦本人及大埔觀光促進協會也 十分熱心於營造事務，可以盡力配合，在景觀問題上，社區街道與環境本身目前因過多招牌及指標，與當地古藝的融合搭配已有些雜亂，然而地方已 經相關單位正在輔導中，社區中並有幾位熱衷於藝術創作居民，在環境營造能量上相信不小，以地區旅遊資源而言，其擁有大埔風景區、曾文水庫、情人公園、湖濱公園、嘉義農場、敏都納安假村等富觀光潛力據點，在營造後相信會有不錯的效果因選定為另一營造執行點。

(2) 居民意願

雖然在訪談時，理司亦表示盡量配合，但在之後的協調過程當地居民參與意願並不高，本團隊雖然之後與發展協會及總幹事聯繫並請之再次接洽，但居民仍無興趣不高，因此只能另尋他處進行營造。

(二) 第二階段營造社區遴選與訪查

因大埔社區在居民意願上無法取得共識，因此本團隊建議另尋具有潛力的地點舉辦自主營造活動，目前最優先考慮者為位於關子嶺旁的仙草埔仙草社區，本社區可具營造資源，創造最大效果。另外，亦與本團隊也獲悉梅嶺地區的居民也有意參與這項活動，

亦提出以供參考，另外五鎮光榮休閒農業區亦有不錯的社區活力，一併提出考慮。

1. 仙草社區

仙草社區以仙草里為範圍，在觀光資源方面，包含轄內大仙司、碧雲司等，香火鼎盛，且位於觀光重點發展區關子嶺下方必經要道上，有不少鸞缸雞戶家於街道上，在環境美化上具有重要性，因此特別選定此區為本次環境自主營造初選參賽點之一。

2. 梅嶺

梅嶺是臺灣最大的梅林區，更成為臺南近郊著名的登山路線，目前規劃有：桃花心木林步道、相思林步道、井仔湖登山步道、觀音步道、五龍步道、梅龍步道、梅峰古道與一線天登山步道，成為臺南旅遊相當受歡迎的旅遊景點。本地遊憩資源豐富，並有基礎建設，但缺乏軟體及配套活動引介，服務據點缺少導覽諮詢及遊憩服務，且本區因用地限制無法發展民宿，遊客至此區域觀光內容缺少停留誘因；依據99巴拉雅國家風景區鄉村旅遊推動計畫，計畫在此設置梅子酒窖。

本地在本次計畫案中，當地「楠西休閒農業促進會」總幹事已表示有意願參與自主營造，當地的休閒農業區亦有不錯的活力，均表示極有意願參與營造活動，因此本團隊也建議考慮在本地進行；但因當地理員目前已進行交接，新任理員與原來組織合作狀況如何尚待調查。

3. 五鎮

五鎮區光榮社區發展協會，社區內曾出土很多化石，五鎮人化石就在社區內出土，社區內有萊寮化石館及臺南市自然史博物館；五鎮最高海拔不到四百公尺，卻地無三里平，配合奇特的當地景觀、刺竹林、斗埔文化及化石等，成就了與眾不同的產業文化特色，少量多樣的作物、特有的地質，造就出特有的口味，小而美小而雅是五鎮的特色。

光榮休閒農業區在早期以計畫型休閒農業區出發，多年的基礎建設有了一些的成果表現，由於臺20號公路穿過五鎮光榮休閒農業區，便捷的交通卻也讓遊客放慢步伐欣賞五鎮之美。五鎮區山區多為白雲土，因此芒果果粒較小，但甜度極高、耐貯藏，成為本區芒果的特色。

光榮休閒農業區的相關旅遊景點都沿著五鎮的主要道路動線，由五鎮驛站開始、化石館、茅廬農莊、傅家奇木、風從山來等，區內更有著名的彌傳佛教的佛司等，讓想體驗斗埔文化、欣賞奇特的白雲地形的遊客可以一飽眼福，配合鄉村旅遊主題，99巴拉雅國家風景區鄉村旅遊推動計畫將此區塊打造為鄉村旅遊驛站之空間，除延續其他規劃報告（發掘巴拉雅國家風景區魅力旅遊資源暨潛力據點敷地規劃案，2009）之推動構

想外，更希望此區未來之功能可以強化鄉村旅遊資訊的溝通平臺，除作為休憩空間外，並提供遊客更完善的旅遊吃、住、賞、玩、買的資訊。至於居民參與意願方面，本區社區活力亦強，目前正在聯絡社區理事是否有參與意願中。

二、選點評估

經過實地訪談與評估後，最後提出地方診斷與評估表如下：

地區	資源豐富	居民參與意願	地方特色	辦理可行性
關嶺	高	高	高	高
五鎮	低	中	低	低
大埔	低	低	高	中
仙草埔	高	高	中	高
南寮	高	高	低	高
南勢	高	高	高	中
梅嶺	低	高	中	低

經由上表的評估與考量，本計畫自營造操作點設定為白河區仙草社區、關嶺社區、南寮地區、東山區南勢村一帶等區位，近來4處，本計畫擬以關嶺為邊地區，其中環境改善效果，並引起周邊社區帶動效果，讓社區間來往互動更為熱絡。一起辦理本計畫之環境自營造，更能擴大自營造效益；以四區分別輔導，一齊競賽的模式進行。



圖 3-11 國道 175 沿線公路環境自營造各參與區分佈

在社區組織的參與方面，本次營造該地參與組織包含關嶺社區發展協會、臺南市白河區南寮農村文化產業協會、東山區南勢社區發展協會及仙草社區發展協會分別代表四區居民共同參與。

第 2 節 執行方法與內容

本案執行內容主要包含兩部份，即環境自主營造競賽及社區故事書兩部份；以下分該二部份說明：

一、環境自主營造競賽

本次環境自主營造競賽預計選定四處社區參與，在競賽開始後提供在地輔導及教育訓練，並於競賽結束進行評審作業，目前已全數辦理完畢，各階段工作分述如下：

(一) 社區初步訪談

本團隊於今年 3 月進行第一次社區自主營造意願訪談，分別於大埔社區、關嶺社區、南寮地區、東山南勢鄉訪問當地社區理事長或社區代表關於在當地舉辦自主營造的意願及可能執行方式，經過解釋執行方式及計畫目標後，僅大埔地區表示當地居民沒有意願參與，在經過多次協調後，仍然無意願參與，因此，本團隊即另尋他處辦理；在經過多方考量後，即邀請關嶺附近之仙草社區一同參與本次活動，也得到當地居民之同意。



(二) 環境自主營造社區說明會

日期：100 年 5 月 11 日

地點：關嶺慈雲宮

參與人員：關嶺地區居民共 18 人

這次說明會討論過程十分順利，居民參與也十分踴躍；在討論主題時，也邀請

居民表示意見，在討論過後；決定本次以三區以相同主題一起舉辦自主營造競賽，至於參賽主題有幾個大方向；首先是去年在關嶺設定的戀愛、浪漫的主題可以繼續延續，但對於愛情，也可以包含關子嶺地區自然生態、懷舊、人文、景觀方面的懷戀；而除了主題外，各參賽者也可依照當地特色在營造上進行表現，如東山以咖啡、南寮以椪柑、店家以自家產品為特色進行表現，因此，本次會議結論以「175 浪漫公路—環境自主營造競賽」為比賽主題。



社區說明會現場



由去年參賽者發表對今年主題看法

(三) 競賽進行與駐地輔導

本次活動從 6 月 20 日開始，至評審日共計有 64 天施工，在駐地輔導方面，本次駐地輔導工作人員安排 3-4 名，主要負責給予參賽者關於環境營造改善的各式意見，並提供相關案例或施作方式諮詢；在輔導時間的安排方面，本團隊安排 1 名駐點人員駐紮當地直到活動結束，另外 2-3 名輔導人員則是以「進-退-進」的方式前往當地進行輔導，每次以 1 至 3 日，越接近活動結束越密集的方式進行。

駐點輔導員已於 7 月 14 日開始駐點於當地並開始密集的與參賽者討論與輔導，主要輔導內容為景觀設計系大四學生及畢業生進行這項工作。



協助繪圖 (no. 18 吳榮軒 杜培豪)



協助裝飾物構思 (no. 7 王福康)



現場討論 (no. 23 東香貓咖啡)



協助施工 (no. 16 竹樹民宿)



細部討論 (no. 21 柑園)



細結討論 (no. 14 李太太之家)



構想討論 (no. 24 仙湖農場)



繪圖協助 (no. 11 紅梨咖啡園)

(04) 教育訓練 — 馮貴元拼貼操作與營造構想討論

地點：關子嶺慈雲宮

講師：陳怡君 (資深自主營造輔導員、馮貴元拼貼老師)

1. 課程簡介：

本次競賽中將提供輔導課程，以實用技法「馮貴元拼貼」為主題，課程依時段不同分兩班上課，各班上課時間共計 18 小時，分 3 次上課，日期及地點如本報名書後所述，參賽者可自行選擇方便的時間參與；課程中除馮貴元使用技法的分享外，並請參賽者製作一面可放置於營造作品中的作品

名牌，輔導團隊則提供基本材料及適當協助。

	A 班 進三	B 班 進四
第一次課程 (7 月 20, 21 日)	示範教學 13:00-16:00 操作練習 16:00-19:00	示範教學 13:00-16:00 操作練習 16:00-19:00
第二次課程 (7 月 27, 28 日)	名牌製作 13:00-19:00	名牌製作 13:00-19:00
第三次課程 (8 月 3, 4 日)	實際操作與營造作品討論 13:00-19:00	實際操作與營造作品討論 13:00-19:00

教育訓練紀錄：

這次活動教育訓練以海峽孔拼貼為主，邀請有多年海峽孔教學經驗的講師陳怡君擔任，進行為期三週各兩天的課程，並由輔仁大學景觀設計系葉美秀教授全程參與分享營造案例的部份；學員反應熱烈表現極優，部份學員甚至參與連續兩天的課程。



第一次上課情形



第二次上課情形



仙草埔的大隻檔



關嶺的粗茶檔



頂咖啡館先生作品



南寮地區居民以當地特有柑桔為主題創作



東山地區居民作品



關嶺李太太與三位孫子 - 一起參與

(二) 自造營造評審

本次環境自造營造競賽評審方式由計畫團隊邀請相關領域專家學者及西拉雅管理處代表組成評審團到各參賽點現場進行評審，並由參賽者在現場進行營造方向及營造主題構想講解，各點停留約 10-15 分鐘，在所有參加點都評分過後，評審進行討論並決定參加名次與合格与否，計畫團隊將擇日進行頒獎表揚。

1. 評審時間：8 月 24 日（星期三） 8:50-17:30

2. 評審地點：175 線淺漫水路環境自造營造競賽各參加點現場

3. 評審委員：

廖源隆 西拉雅國家風景區管理處處長

林劭潔 臺灣鄉村旅遊協會秘書長

葉美秀 輔仁大學景觀設計系教授

林鑑澄 輔仁大學景觀設計系助理教授、建築師

陳怡君 資深休閒農業輔導人員

4. 評審時間：

時間	內容
8:30 ~ 8:50	工作人員準備（集合、車輛安排、工作整理）
8:50 ~ 9:00	評審集合、活動簡介、出發
9:00 ~ 12:00	評審（上場）
12:00 ~ 13:00	休息用餐（關子嶺）
13:00 ~ 17:00	評審（下場）
17:00 ~ 18:00	評審結束，回到管理處討論得獎名單與優選名次



5. 評審結果

4 次評審結果於 24 日，選出 1 名第一名，2 名第二名，3 名第三名，6 名特別獎以及 8 名佳作，共計 20 名合格，5 名未達標準；未達標準之參賽者將於 10/21 複審。評審結果：

獎項	參賽店家或住家	參賽者	獎金	所在地區
第一名	胡班武蘭花之家	胡瓊芳	40,000	關嶺社區
第二名	正福康	段淑云	30,000	關嶺社區
第二名	吳榮華柑桔寮	吳榮華	30,000	南寮地區
第三名	奇異咖啡	朱文嘉	25,000	仙草社區
第三名	寶琴餐飲店	許寶琴	25,000	南寮地區
第三名	南寮活動中心	侯香南	25,000	南寮地區
特別獎	山景土雞埕	王文永	22,000	仙草社區
特別獎	李太太民宿	李錦珩	22,000	關嶺社區
特別獎	岩頂咖啡	簡佳緯	22,000	關嶺社區
特別獎	李萬昌之家	李萬昌	22,000	南寮地區
特別獎	柑康	吳振廷	22,000	東山地區
特別獎	東香貓咖啡	林振隆	22,000	東山地區
佳作	7-11 仙草店	陳美如	20,000	仙草社區
佳作	竹茅土雞埕	蘇石梗	20,000	關嶺社區
佳作	檜木屋	朱哲睿	20,000	關嶺社區
佳作	日月昔	王國鐘	20,000	關嶺社區
佳作	紅梨咖啡館	王清志	20,000	關嶺社區
佳作	竹樹民宿	楊月華	20,000	關嶺社區
佳作	瑪理咖啡	李憲堂	20,000	東山地區

6. 未達標準者之複評

4 次評審後，共有 1 名參賽者未完成或未達評審團標準而未給予佳作，經評審決議後，決定另訂日期限期改善或完工再評的方式進行；若沒有再進行改善加強的參賽者，考量其仍有達部份環境改善之成果，因此決議給予工資補助費 10,000 元整；而針對有

持續改善並完工者，則仍給與佳作獎金 20,000 元整。

4 團隊已於 10 月 21 日於現場會勘並將完工成果向評審評估其合格与否；最後完工者僅參賽編號 6 號的斗街山仔美食與 24 號的仙湖農場持續營造且已經完工，因此給予兩可參賽者補上佳作獎勵；而在評審不合標準之參賽者仍給予工資補助費 10,000 元整。

複評結果：

獎項	參賽店家或住家	參賽者	獎金	所在地區
佳作	斗街山仔美食	吳振坤	20,000	關嶺社區
佳作	仙湖農場	吳侃馨	20,000	東山地區
參加獎	能量桶子雞	曾少鵬	10,000	仙草社區
參加獎	湘康鴛缸雞	張龍封	10,000	關嶺社區
參加獎	祥源民宿	許人齊	10,000	關嶺社區

(六) 環境自主營造成果

參賽編號：1	改善後照片
參賽者：奇異咖啡	
獎項：第三名	
改善前照片：	
	成果說明：在原本雜亂無趣的店家前牆面，增設一處活潑的照片牆。

參賽編號：2	改善後照片
參賽者：能量桶子雞	
獎項：無	
改善前照片：	
	成果說明： 將原本有雜亂的門口改善為較多綠化與可愛擺飾的門口旁空地

參賽編號：3	改善後照片
參賽者：7-11 仙草店	
獎項：佳作	
改善前照片：	
	
成果說明： 將原本無趣的停車場木隔柵改造為歡迎訪客休息的彩色牆	

參賽編號：4	改善後照片
參賽者：山景土雞埕	
獎項：特別獎	
改善前照片：	
	
成果說明： 社區將收藏的各式奇石枯木全數搬到停車場，讓停車場變成一個驚奇的小小博物館	

參賽編號：5	改善後照片
參賽者：竹茅土雞埕	
獎項：佳作	
改善前照片：	
	
成果說明：關子嶺第一大缸出現	

參賽編號：6	改善後照片'
參賽者：山街古	
獎項：佳作(補)	
改善前照片：	
	
改善說明： 將店門改善為懷舊的一景並移除與山街不搭之塑膠裝飾及菜單牌	

參賽編號：7	改善後照片'	
參賽者：福康溫泉美食館		
獎項：第二名		
改善前照片：		
		
改善說明： 將原本雜亂，充滿水泥和破木頭的門面改造為充滿色彩的馬賽克拼貼門面。		

參賽編號：8	改善後照片'	
參賽者：檜木屋		
獎項：佳作		
改善前照片：		
		
改善說明：		

將原本的立面素材，以更細緻、更具特色方式呈現

參賽編號：9	改善後照片'
參賽者：呂月哲	
獎項：佳作	
改善前照片：	
	
改善說明： 將生硬的假石牆改造為木材立面並栽植植栽	

參賽編號：10	改善後照片'
參賽者：湘康鴛缸雞	
獎項：無	
改善前照片：	
改善說明： 壁面以海寶孔拼貼	

參賽編號：11	改善後照片'
參賽者：紅葉咖啡園	
獎項：佳作	
改善前照片：	
	
改善說明： 將單靜的V口改造為有咖啡主題的大石碑	

參賽編號：12	改善後照片'
參賽者：祥源民宿	
獎項：無	
改善前照片：	
	
成果說明： 將原有僅有泥土的空地綠美化，並增設許多有趣的小景在其中。	

參賽編號：13	改善後照片'
參賽者：胡班蘭花人家	
獎項：第一名	
改善前照片'：	
	
成果說明： 將自家住宅庭院改造為精緻的小花園並擴入營造範圍掛滿有趣的裝飾物	

參賽編號：14	改善後照片'	
參賽者/：李日錦軒		
獎項：佳作		
改善前照片'：		
		
成果說明： 改善破舊的民宿，並將範圍擴長至周遭女兒牆並貼滿海寶孔拼貼。		

參賽編號：15	改善後照片'	
參賽者：岩頂咖啡		
獎項：特別獎		
改善前照片'：		
		
改善說明： 店家大量的運用海寶乳拼貼在店內及店外的各處，並在門口擺放裝置藝術品		

參賽編號：16	改善後照片'	
參賽者：竹樹民宿		
獎項：佳作		
改善前照片'：		
		
改善說明： 將原本「滿雜草」的民宿前整理乾淨並整理為充滿大夏回憶的小空間		

參賽編號：17	改善後照片'
參賽者：貴琴餐飲店	
獎項：第三名	
改善前照片'：	
	
改善說明： 將原本充滿鐵皮與塑膠布的店面，以植栽與木材等重新改頭換面。	

參賽編號：18	改善後照片
參賽者：李高昌之家	
獎項：佳作	
改善前照片：	
	
改善說明： 將牆面以細膩的彩繪改善	

參賽編號：19	改善後照片'
參賽者：吳榮華柑桔寮	
獎項：第二名	
改善前照片：	
	
改善說明： 將鐵皮屋打造為極佳的題強烈的柑桔寮	

參賽編號：20	改善後照片'
參賽者：屏東活動中心	
獎項：第三名	
改善前照片：	
	
改善說明： 為社區活動中心新增加美觀活潑的形象V O	

參賽編號：21	改造後照片'
參賽者/：杜康	
獎項：特別獎	
改造前照片'：	
	
改造說明： 將原本空蕩無趣的V口水泥路墩，改造為清新的V口看板	

參賽編號：22	改造前照片'
參賽者：瑞理咖啡	
獎項：佳作	
改造前照片：	
	
改造說明： 將咖啡的主題呈現整個店面V口處	

參賽編號：23	改造後照片'
參賽者：東香貓咖啡	
獎項：特別獎	
改造前照片'：	
	
改造說明：	

為咖啡園門口增設兩隻巨貓，讓遊客可以繼續說說東香貓的故事

參賽編號：24	改造後照片'	
參賽者：仙湖農場		
獎項：佳作(補)		
改造前照片：		
		
成果說明： 將農場門口的空地，改造為對土地致敬的空間，並以裝置與彩繪的方式呈現。		

二、社區故事書編輯

社區故事書編輯主要目的在於做為環境自主營造競賽成果之呈現，包含以下幾項工作項目介紹。

(一) 紀錄與訪談

在環境自主營造競賽開始，本團隊即派遣輔導員駐點輔導並紀錄參賽者營造過程，並給予構想上的協助，並在閒暇時間與參賽者進行營造構想訪談並閒聊平常生活記憶，以較輕鬆的方式與參賽者交往，並紀錄在 175 線各參賽點的社區小故事。



訪談現況

(二) 故事書基本構想

1. 對象：本故事書主要讀者對象為吸引遊客進 V 175 線，訴求是從一個環境目的營造的活動產生的故事，帶領讀者進 V 175 線沿線景點。
2. 整體風格：為表現 175 線多樣化之風貌，故事書風格以簡潔、清爽為主，讓照片與文字自己說話，呈現本區在地居民濃濃的浪漫氛圍。

(三) 內容規劃

本次目的營造競賽之社區故事書，以各參賽點之營造成果為主體，不同於一般的目的營造成果輯僅改善前後對照圖片，而是帶 V 各參賽點的介紹與主人小故事，期望讀者從二十多個參賽點，體會 175 線沿路的生活趣味與當地特色。在書籍架構擬定如下：

目錄

第一篇 175 線的浪漫環境營造計畫

第二篇 21 個社區小故事

1. 仙草埔、關子嶺-

親子打造的奇木小區

彩虹上的自行車休息站

是只雞埤是博物館

關子嶺第一大缸

古街、古景、古味

古人的色彩世界

原味古記憶

回憶的日的日月昔

樹林中的咖啡園

花與蜘蛛的家園

為自行車騎道加油

隱身在生態園區的咖啡館

美麗的記憶

2. 南寮地區-

南寮小區古新包裝

不同風響的小泥牆

最有活力的柑桔寮

集眾人之力打造

3. 東山地區-

友善自在的果園咖啡

往咖啡館的方向營造

東香貓的故事

對土地及文化致敬

(四) 版面設定



故尋書版面：社區地圖



故尋書版面：社區地圖

(二) 社區小故事 遴選

本次除社區故事書外，並另外挑選六處故事性較強烈的自主營造點上網行銷宣傳，目前故事已於 100 年 9 月 23-28 日上網分享，並將有網頁的營造點連結在此 (<http://farming-tw.blogspot.com/>)，以增加讀者與參與店家互動。

目前已上網的小故事包含：1. 竹芽土雞園 2. 紅葉咖啡園 3. 胡班紅蘭花之家 4. 岩頂咖啡 5. 竹樹民宿 6. 東香貓咖啡等六處。
網路畫面如下：



社區小故事 1：竹芽土雞園



社區小故事 2：紅葉咖啡園



社區小故事 3：胡班紅蘭花之家



社區小故事 4：岩頂咖啡



(六) 小結

將 4 次環境自主營造成果，依合約規定以故哥書及網路故哥的方式呈現；故將成果不僅僅是改善成果紀錄據長亦參與者/的營造紀錄與他們的在地經驗與個人特質等有趣的部份分享給讀者；如此一來，即開長了一條不同於一般旅遊網站或旅遊書籍僅提供景點介紹和店家消費方式介紹的途徑認識 175 咖啡公路沿線，而是更活潑更真實的體驗，看到 175 咖啡公路更生活的一面，也看到他們積極的轉變。

(七) 後續建議

評估 4 次品牌執行策略以環境自主營造進行，目前已有初步改善亮點遍地開花之成效，在未來推動相關計畫建議方面，有以下幾點初步建議：

1. 依地方特色進行環境營造並執行舉辦

4 次環境自主營造已可見地方居民特質與地方特色，未來，可依地區規劃，在某一區塊、某一路段，以更執行方式舉辦，並加強營造地點遴選，如此效果將更加明顯；其次，針對各地方特色，如已有具有吸引力的環境特色，則在環境營造競賽的運作方向應鼓勵參與者往這些方向營造，在相關教育訓練則應提供相關課程，甚至邀請地方匠師傳授製作方法，這在營造地方特色上將大有幫助；另外在金額上，也可以提高競賽經費，讓各營造點有較全面且規模較大的改造。最後，未來自主營造競賽建議並配合公共工程之基礎建設一同規劃，才能達到公共與自主營造兩者之最佳效果。

2. 製作社區環境美學教材

針對巴拉雅本地居民、業者、社區發展協會成員及管理處內部職員透過講座、社區互訪、及社區環境美學教材製作等進行環境美學經驗提昇，如此以來在未來推動社區品

牌時也易讓居民與管理處單位達成一致觀念與共識，在環境品質提升上將大有助益。

3. 營造培訓課程輔導

除環境自主營造競賽之外，又適逢當地豐忙時期，教育訓練課程效果有限；建議將來依據當地民衆需求及鼓勵環境營造方向所需工法，進行持續性的營造培訓課程，讓當地居民在平時就逐漸具備環境改善所需能力與知識，並在營造時期能有更好更明顯之成效。

第 9 章、生態次品牌實際操作

第一節 環境資源彙集

一、卧拉雅國家風景區生態環境概況

卧拉雅國家風景區涵蓋 15 個鄉區，具有國家風景區內最豐富的自然資源，其地質地形及生態資源特色如下：

(一) 地質地形

地質地形部分有小火同凍、關子嶺溫泉及車山月世界等三種特殊地形地質自然資源，此外，由於卧拉雅的面積廣闊，因此形成了境內許多具規模的地景景觀資源，例如小車、產業、聚落等。這些資源大多無法從地面上觀賞其美景，需登高處俯瞰才得以顯示出其獨特性。

(二) 生態

卧拉雅國家風景區境內自然資源，有幾項較具知名及代表性的動植物生態景點，如：紅葉公園的楓香樹、槭樹，在 11 月秋後會滿山通紅；赤南部地區最大的賞楓景點，目前生態保育成功，亦培養出一座環狀的賞蝶步道，數量眾多。梅嶺地區是全國最大的梅林區，種植面積有二千餘公頃。另外，還有臺灣山- 短尾水雉(Hydrophasianus chirurgus)、梅嶺與大埔的螢火蟲生態、南化的臺灣獼猴等各動植物生態特色。

彙整卧拉雅國家風景區境內自然資源，以下選出較具知名及代表性的動植物生態景點，分類出植物生態及動物生態，並簡要說明各動植物生態特色如下。

1.植物生態

(2)紅葉植物

位於白河鎮關子嶺枕頭山上，於溫泉區上方山頭興建 20 公頃的紅葉公園，該公園內栽植了 1,000 多株青楓及紅葉植物（楓香樹、槭樹），在 11 月秋後滿山通紅而得名，是南臺灣唯一以變葉植物為特色的植物園，更使得關子嶺紅葉公園成為南部地區最大的賞楓景點。



(3)梅花

為全國最大的梅林區，也是臺南近郊著名的登山路線，每年



的1-2月為梅嶺的梅樹開花期，這時期是梅嶺的旅遊旺季，滿山遍野盡是梅花吐蕊，滿山花海，花開小徑更是旅客賞花的熱門路線，民眾穿梭梅樹下聞香，可說是享受具有柔情的浪漫。梅嶺有多達10餘萬株的梅樹，在海拔800公尺處一帶的二層坪，沿梅樹的步道，種植面積有2,000餘公頃，年產梅子500萬臺斤，經前副總統謝東閔先生賜名為梅嶺，沿用至今。

(4) 桃花心木

新化國家植物園(新化林場)遍植大葉桃花心木，到了每年4月桃花心木落葉期，成熟果實內有上百種菌類，菌類隨著果實在樹枝上爆裂四處飄散，蔚為奇觀，園區內還有柚木、掌葉日合歡、印度黃檀、鐵刀木、相思樹、臺灣欒樹、黑板樹、麻竹、綠竹、刺竹等樹林，橡果區、荔枝區及葡萄柚與咖啡區也相當受到歡迎。位於臺南市新化區，地處於海拔200公尺丘陵，也是虎頭埤水庫的集水區；新化國家植物園佔地300多公頃，對外開放約90公頃，是全臺灣唯一一座低海拔的熱帶林場。



2. 動物生態

(1) 水雉

在臺灣水雉科的項類區有一屬一種，名為短尾水雉(*Hydrophasianus chirurgus*)，其字意為如同雉雞般具有長尾羽的水雉項。水雉科的項類喜歡在浮葉植物上活動，因此有『梨行哥』的稱號。臺灣的水雉，經常棲息在菱角田間，故農民多稱之為『菱角項』，也由於水雉的體態優雅，繁殖時期羽色亮麗，而有『凌波仙子』的美稱。室日復育區位於室日區，是日高鐵贊助成立，臺南政府農業局接管管理後，正式更名為室日水雉生態教育園區。



(2) 蝴蝶生態

紅柴公墓的環狀賞蝶步道，花間盡是忙碌奔躍的蝴蝶，夏末初秋最常見紫斑蝶、淡紋青斑蝶、琉球青斑蝶等11種斑蝶類，小紅紋黑蝶和淡黃蝶數量也不少，大紅紋黑蝶則是紅柴公墓的代表蝶種，數量最多。



(3) 螢火蟲生態

梅嶺的螢火蟲生態區位於嶺頂土地向輔下方的「出水仔」一帶，以黑翅螢數量最大，堪稱是臺南市境內發現有黑翅螢最多的地方，全部是野生螢，每年10月中旬進入螢火蟲季，前後約一個月。每年4月~5月黑翅螢大發的時期，一夜可達數萬隻，漫天閃閃發光，有如「滿天金條」的景象，魅力十足，觀光潛力無限。梅嶺位於巴拉雅國家風景區內楠西鄉灣仔村，舊稱「香煎山」，後來香煎沒落為梅樹所取代。

初夏之際，也是進入埔地賞螢季，山區萬隻螢火紛飛的景象，壯觀撼人，跳跳農場推動螢火蟲復育計畫多年，螢火蟲復育區提供生態觀察據點，嘉義農場則設有螢火蟲復育館，濃密觀光產業策略聯盟各自推出有生態導覽活動，包括自然步道生態解說、夜間賞螢等，讓遊人深入紅花區生態。

大埔鄉全境皆是螢火蟲棲地，除大埔都市計畫區外，沿路皆可觀賞到螢火蟲生態，使得曾文水庫區成為我國重要螢火蟲欣賞地。已被賞螢玩家觀察推許的場所，如曾文水庫大壩前往飛雲瀑布沿線的產業道路，在夏季成為螢火蟲大發處，沿線隨時可欣賞在遶身亂舞的螢火蟲。

(4) 臺灣獼猴生態

臺灣獼猴為群居性動物，為臺灣特有種，活動區域以樹林為主。臺灣獼猴天性聰明而模仿力強，通常在日間活動，清晨和黃昏為其覓食高峰，廣泛分佈於臺灣全島之各海拔山區，海拔高度可由100公尺至3,600公尺左右；棲息環境以濃密之天然林為主，喜出現於裸露之岩石或水源地附近。巴拉雅國家風景區內設有烏山臺灣獼猴保護區位於臺南市南化區與高雄市内門區的分界處，其中位於紫竹山後方山麓地帶棲息的200多隻臺灣獼猴。近年野生動物保育法將之列於珍貴稀有保育類。



第二節 地方品牌發展案例

阿里山頂笨仔聚落(光華社區)

1. 發展沿革

嘉義縣竹崎鄉光華村頂笨仔聚落，是清朝漢人移墾阿里山竹崎地區最高位置之聚落，位於阿里山脈西麓奮起湖的下方，海拔約1,000公尺左右，地形為三面環山一面傾斜的山凹緩坡地，好似奮起湖下的另一個奮起鎮。石埕、三合院宅、古樹、古花轎，動輒以百計；

臺灣農村聚落型態尚稱保存良好的地方已無幾處，頂笨仔聚落卻是箇中尤貴，在這超過1百年的漢人拓墾處，隨處可見仍在居住的三合院宅、百年石埕及仍在耕作中的百年砌石梯田。居民日出而作、日落而息，熱誠體貼、敢言直實，「桃花源」的氛圍在此盡顯。

最能體現百年生活形貌的文化象徵就是三合院宅，而頂笨仔的宅除了尚有部分維持原貌外，最特別的是它們不是空無一人的樣板屋，主人家仍在其中坐臥行止，居民稱這裡的三合院是「有機三合院」，表示它仍是有意義的。從祖先建屋開始到現在，都用著當地的住民，傳承著「寧入土、不入房」的鄉土情感。

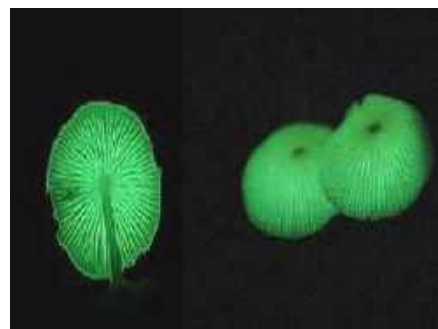
該地有豐富的生態資源與人文景觀，而居民更是小心翼翼地維護著自然環境與保存傳統文化。雖然想讓農村轉型發展觀光產業，但卻從規範與限制最多的生態旅遊著手，除了對相關自然觀察設有嚴格的規範外，全聚落幾乎都是生態保育員，只要山區灰間有不明燈光閃爍，就會互相通報前往瞭解是否有人在林間狩獵。因為在地居民守護環境的深厚情感及用心，自發性推動生態旅遊操作模式，希望在業者自覺及遊客行為合理規範下，讓自然資源及在地產業，永續雙贏。

2. 核心資源

- (1) 八掌溪上游溪谷寬闊的空域經常可以看到許多猛禽在空中盤旋，黑頭

蒼鷹、臺灣松雀鷹、大冠鵟以及對環境要求相當高的林雕都是此地的常客。而嗜食野蜂幼蟲的東方蜂鷹則常常盤踞一瞥

- (2) 螢光蕈又名發光小菇，是口蘑科成員，春、夏間在低海拔竹林內的一些倒竹桿上，偶爾可以發現



散生的個體。在光華地區所發現的螢光小菇，其子實體幾乎都是日曬爛的竹片或竹葉堆中長出，是典型的腐生真菌，但也曾經在闊葉樹的樹幹基部之樹皮上觀察到螢光菌。在夏季連續下雨後放晴的夜晚，就會有頗多的螢光菌子實體冒出，數量多時曾有上百朵的紀錄，構成一幅奇妙的竹林夜光秀。

- (3) 灰貓子森林在食物豐富的闊葉林中，臺灣可見的三種鼯鼠(白面鼯鼠、大赤鼯鼠以及小鼯鼠)成為光華地區全年受夜間生態觀察的最佳主角，其熱鬧程度讓本地人趣稱為「灰貓子森林」。這三種鼯鼠偏好的食物不甚相同，因此可以在本區共域生存。在當地居民的保護下，不但成功遏止了外地的獵人進入該地狩獵，也讓本區的鼯鼠成為臺灣地區種類齊全、數量最多也最容易觀察的生態旅遊資源。



- (4) 螢火蟲在頂笨仔聚落，全年可觀察到 15 種螢火蟲，春天有「黑翅螢」，夏天有「大端黑螢」，秋天有「山窗螢」，冬天還有臺灣特有種的「鋸角掌螢」。春夏之交，夜晚的螢光大道上佈滿成千上萬的螢火蟲，旺盛的生命力讓人為之驚嘆。
- (5) 原始次生林光華地區所倚靠的山頭被居民稱為斗山，雖然聚落周遭的山坡地多已開發，但幸運保留下來的斗山次生林森林空間，則相對有著「生態孤島效應」，這些坡度較陡的區域多半為已有 4、50 年未受干擾的樟楠科闊葉林，對各種動物有磁吸群聚的效果，而豐富的動物資源也反應出植物多樣性的生態風貌。

3. 規劃

頂笨仔聚落從 2006 年開始，配合阿里山國家風景區管理處委託的生態旅遊輔導訓練專業團隊—野 FUN 生態專業小組進行為期 1 年多的生態旅遊發展營造。在社區居民、業者共識提高、執行力強的配合下，專家學者群透過共識會議、公眾論壇、專題演講、訓練研討將生態旅遊正確認知及經營管理方法——傳遞給社區，很快形塑出自然與人互特色兼具的生態旅遊操作模式，是臺灣社區從狩獵到保育的典範、從毀滅轉型休閒產業的範例，也是偏重視環保與生態的旅遊地，因此在 2008 年獲得行政院永續會國土資源及交通分組遴選為績優生態旅遊地。

第三節 執行步驟

巴拉雅可以用訴說生態親情來打動遊客，進而引發他們來學習認同生態及對環境的重視。巴拉雅現行生態活動的規劃已看出有別於其他生態旅遊地的規劃模式，如「蝴蝶遊樂園」及「巴拉雅 好蟀！」蟋蟀國際論壇以及鬥蟋蟀活動，即傳遞出歡樂的精神。其生態品牌之發展構想本計畫擬規劃本區可發展之生態旅遊產品，如透過活動與交流、與社區導覽解說配合或讓區生態踏查地圖形式建立生態品牌識別標識，透過包裝與行程設計，呈現在相關生態產品上，達到品牌知名度之提升。本計畫在生態品牌的實施方法說明如下：

(一)實施案件一：進行當地居民、地方耆老、觀光協會、生態團體之「顯著特色價值」ORV) 解說故事媒材工作坊（第一階段）

(配合巴拉雅國家風景區螢火蟲資源調查及應用案，將於培訓課程結束後邀集所有學員共同討論)

以大埔地區而言，其擁有大埔風景區、曾文水庫、情人公園、湖濱公園、嘉義農場、軟都納夏度假村等富觀光潛力據點。在自然生態方面，其動植物、昆蟲生態豐富，如：佔全臺1/4族群的大冠鰐、五色鳥、小彎嘴書眉、紫斑蝶族群、螢火蟲....等；在植物方面還有族群豐富的光蠟樹林、黃玉蘭、星蘋果、澳洲胡桃林.....等。

活動導入，除邀請螢火蟲資源調查及應用案學員參與討論外，另外亦將由輔導團隊邀請相關團體，針對於該地區之顯著特色價值進行討論。聚集以上各種權益關係人最主要的目的在於透過團體交流與意見交換之方式，我們從中將發掘大埔地區動人的自然與當地居民互動的各式環境解說素材，透過當地居民的生活經驗，讓遊客瞭解到大埔地區之生態特色。

(二)實施案件二：生態旅遊行程設計工作坊（第二階段）

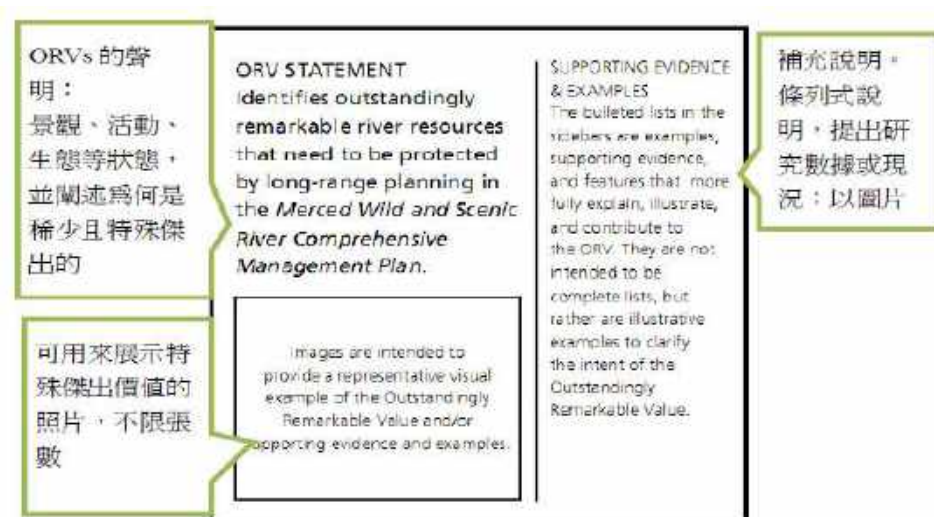
本階段將以第一階段所取得之環境解說媒材，透過生態旅遊公會、旅行社、當地觀光解說協會之合作，共同開發生態旅遊之包裝與自導式行程。透過旅遊專業之包裝，本階段將延續工作坊集體創作之作法，邀請上述之專業人士，對於第一階段所發掘之生態資源特色故事，進行包裝與置入行程設計之內。

邀請講師：野Fun生態旅遊公會總經理--賴鵬智、大埔地區觀光協會室理司

式、自然生態作家（待邀）

(三)實地操作三：編列大埔地區「顯著特出價值」(ORV)據點與踏查地圖（第三階段）

在經過以上故尋工作坊挖掘當地之自然與人互動之環解說媒材之後，輔導團隊對可以很清楚地指認出該地區顯著的生態價值與行銷元素。透過簡單的據點與踏查地圖的編列，遊客可以很輕易地按圖索驥，找到各個生態觀察點。不論是包裝生態旅遊行程，或是自導性導覽行程，均可輕鬆地透過該地圖與生態觀察點之串連，尋訪大埔地區動人的生態棲地。是以下為界定「顯著特出價值」報告之格式，與實質產出。



(四)實地操作四：生態示範點之解說牌與創意活動工作坊（第四階段）

透過專業之包裝與行程設計，本輔導團隊預計發展出具備原創性、差異性、豐饒度、及富美感的生態教育環境導覽行程來刺激觀光客之六感知覺（眼、耳、鼻、舌、身、意），以達到品牌知名度之提升。藉由解說牌與活動之設計，該階段欲使體驗遊客體驗運用六感知覺，瞭解各種不同生態棲地之重要性。

(五)實地操作五：與本計畫之豐亨鄉村旅遊觀摩交流活動串連，引導遊客進入埔地區（第五階段）

本計畫之最終目的，在於塑造具特色之生態示範點，並導客進入埔地區。因此，本計畫之最後，將結合豐亨鄉村旅遊觀摩交流活動，以鼓勵性質的作法，引導豐亨操作生態旅遊之業者、工作者成員、深受旅遊愛好者參與該過程，以利日後之行銷推廣與延續。

第九節 執行方法與內容

(一) 實際操作：生態旅遊潛力現場踏勘

本計畫團隊於七月至到六月間分別走訪：西拉雅國家風景區南化生態園區、大埔地區(情人公園、湖濱公園、及其鄰近地區)、東山（崁頭山步道）三地，採用 Priskin 在 2001 年評估西澳地區以自然取向之旅遊資源發展指標為主要評估工具，採用 22 個指標進行生態旅遊潛力評估。最後，大埔地區出線，成為本計畫之計畫實行區域。詳細評估指標與分析，請詳見實質操作二。

(一) 南化生態園區

 南化生態園區解說牌	 新蓋建築物
 步道	 生態園區
 步道	 步道

(二) 大埔地區(情人公園、湖濱公園、及其鄰近地區)



大埔管理站



大埔管理站內部



情人月橋



情人公園



大埔橋遠眺



情人碼頭

(三) 東山鄉



拔頭山步道



解說牌



(二) 實地考察二：生態旅遊潛力評估與分析

為評估巴拉雅鄉村旅遊觀光品牌深耕計畫『生態次品牌實例操作』乙案欲在目標區域施行，研究團隊採用 Priskin 在 2001 年評估巴拉澳地區以自然取向之旅遊資源發展指標為主架構，評估巴拉雅國家風景區南化生態園區、大埔地區(情人公園、湖濱公園、及其鄰近地區)、東山(拔頭山步道)三地，進行打造生態次品牌之潛力評估。表一採用 22 個指標，由大構面(吸引力、可及性、妥善的設施、環境衰退的程度、以及社會文化面)來評量三地之優勝劣敗，並以強調特色網路之方式來視覺化競爭態勢之優劣。

首先，吸引力構面共由 8 個指標組成，分別為：植物群的多樣性、風景的多樣性、地理 & 地質的特色、寬廣的視野、多樣的遊憩機會、周遭地區的住宿配套、周遭地區的特色美食、以及景點知名度。依據以上 8 項指標來進行評估，南化生態園區各項指標於自然取向之生態旅遊吸引力構面中得分最低，且與周遭各項觀光資源連結度不佳。東山(拔頭山步道)有多樣性較高之植物群落，以及較為寬闊之視野、與地形起伏之地理景觀。但在遊憩競爭力各項指標中，如：多樣的遊憩機會、周遭地區的住宿配套、周遭地區的特色美食、以及景點知名度四項與大埔地區相比，稍顯不足。反之，大埔地區有較佳之相關觀光遊憩配套支援，故在「吸引力」構面中，大埔地區以些微勝出。

在可及性構面¹，共有 3 項指標，分別是：道路形式、車輛等級、以及地理區位。南化生態園區與大埔地區均位於第 IV 等級¹之鄉道道路系統上，而東山(拔頭山步道)則位於 II 等級的產業道路，易達性較佳。

在妥善的設施構面¹，共有 5 項指標，分別是：廁所、座位 & 長椅、垃圾桶、

¹ 依道路等級大致可分為國道、省道、縣道、鄉道及產業道路等五類。

無障礙空間、以及遮蔽物&陰涼處。其中東山（拔頭山步道）屬於低度開發之區域，自然程度較高，樹陰與遮蔽處較多；而大埔地區則比較能夠滿足遊客的多樣遊憩需求。於此構面中，大埔地區勝出。

在環境的衰過程指標中，計有：步道 & 設施毀損的程度、坍方 & 自然的毀損、以及人為建築物。南化生態園區以及大埔地區均為新設之遊憩點，遊憩設施維護之品質在一定之水準範圍之內。而東山（拔頭山步道）則有較多之坍後坍方與未修繕之零碎區域。因此，相較之下，東山（拔頭山步道）雖有較高之環境衰過程度，但未來若積極推展步道型之生態旅遊健行模式，則其潛力將超越前揭地點。

最後，在社會文化構面，研究團隊認為此一指標為生態旅遊活動能否落實之主要構面，計有：當地產業型態、居民支持程度、以及當地相關組織及團體三大指標。其中，南化生態園區為當地產業連結以及居民、各式團體最為缺乏之區域，故研究團隊並不推展打造此區域為生態次品牌之施行場址。而東山（拔頭山步道）鄰近關仔嶺地區，當地居民亦有心經營此一區域，並與該地區其他之步道（如：碧尖步道、劍門山步道、後大埔古道）系統連結，發展獨特的步道型生態體驗。但與大埔地區不同之處，該區域較無專業之觀光、導覽解說團體耕耘其中。相較於大埔地區的觀光導覽協會之長期耕耘，於社會文化構面中，研究團隊較傾向於推展大埔地區為落實打造生態次品牌的場域。

綜合以上之分析以及下表之綜合視覺評量，本計畫，優先推展置大埔地區為施行此次打造生態次品牌之示範區域。而東山（拔頭山步道）及鄰近區域之步道（如：碧尖步道、劍門山步道、後大埔古道）為次要推展區域。詳細內容請見下表。

表 4-1 修改自 Priskin (2001)建立的自 然取向 旅遊資源評估 架構

分類	指標	說明	南化生態園區	大埔地區 (情人公園、湖 濱公園、及其鄰 近地區)	東山 (拔頭山步 道)
----	----	----	--------	------------------------------------	-------------------

分類	指標	說明	青洲山麓地區	大埔地區 (情人公園、湖 濱公園、及其鄰 近地區)	大嶼山 (大嶼山步 道)
多 元 性	植物群 的多樣 性	植物群落的物種 多樣性程度	人為設施較 多，植物群落多 樣性較低，區內 有刻意經營的 生態湖，以及多 種的農作物 (低)	人為活動頻 繁，干擾程度 高，自然度較低 (低)	人為活動程度較 低，植物群落 多樣性較高 (高)
	風景的 多樣性	結合景觀特徵的 多樣性程度	低	高	低
	地理、 地質的 特色	特殊的地理、地 質可作為觀光遊 憩資源的元素	人為景觀居多 (低)	地景元素較多 變化(低)	低
	寬敞的 視野	可以看見寬敞視 野景觀的區域	低	低	視野較無阻擋 (高)
	多樣的 遊憩機 會	可以提供遊客多 樣性遊憩體驗機 會的程度	與鄰近遊憩機 會連結度較低 (低)	區內擁有人埔 地區的社區人 文資源、水庫遊 憩、生態旅遊觀 光(高)	低
	周遭地 區的住 宿配套	當地可提供小型 團體過夜需求 的地點	周遭較無相關 配套住宿機會 (低)	擁有多元之住 宿機會選擇(歐 都納、嘉義農 場、各特色民 宿)(高)	周遭較無相關 配套住宿機 會，距離關仔 嶺還有一段距 離(低)
	周遭地 區的特 色美食	當地可以提供小 型觀光團體體驗 當地美食的機會	低	該地區擁有許 多特色美食， 如：砂鍋魚頭 (高)	該地區鄰近關 仔嶺，擁有一 定的美食體驗 機會(低)
可 及 性	景點知 名度	該景點於臺灣觀 光遊憩系統中， 遊客對其熟悉的 程度	低	高	低
	道路形 式	碎石路、產業道 路、一般道路	一般道路(高)	一般道路(高)	產業道路(低)
	車輛等 級	四輪驅動、二輪 驅動、小型汽 車、各式車輛	各式車輛(高)	各式車輛(高)	二輪驅動、小 型汽車(低)
可 及 性	地理區 位	距離交通樞紐的 位置	位於偏離交通 樞紐之處(低)	尚位於曾文水 庫地區之重要 交通樞紐(高)	較為偏僻(低)

分類	指標	說明	青洲山麓地區	大埔地區 (情人公園、海濱公園、及其鄰近地區)	大埔 (大埔山步徑)
多藝的設施	廁所	所有廁所、淋浴間、更衣室之種類	廁所設施完善(高)	廁所設施完善(高)	廁所設施較為缺乏(中)
	座位/長椅	例如簡單的小康式椅	休憩座椅供應充足(中)	休憩座椅供應完備(高)	休憩座椅供應較為缺乏(低)
	垃圾桶	各行之廢棄物處理裝置、資源回收站	環保設施尚屬充足(中)	環保設施完備(高)	環保設施缺乏(低)
	無障礙空間	任何為殘障人士所設置之設施	中	高	低
	陰涼處/遮蔽物	例如：眺望臺、遮蔽物、以及樹蔭可遮蔽的比率	中	中	高
環境美化的程度	步道、設施毀損的程度	各項外掛設施毀損的程度	低	低	中
	塌方、自然的毀損	因為天然災害所造成未回復之損害	中	低	較多之自然災害未回復區域(高)
	人為建築物	影響觀光遊憩品質之不當人造建築與嫌惡設施	中	中	有與自然環境較不融合之建築，如：廟宇、金爐(高)
社會介入	當地產業型態	當地可支撐觀光遊憩活動之產業類型	與社區地方產業之連結薄弱(低)	地方產業多元(高)	鄰近關仔嶺地區，地方產業之支援尚可(中)
	居民支持程度	當地居民對於發展觀光之態度	薄弱(低)	積極(高)	積極(高)
	當地觀光相關團體或組織	當地觀光相關團體或是組織對於發展觀光之人才支援與支持	未見在地團體(低)	當地觀光組織動員能力強(高)	較不見當地團體之力量，多為外地之登山組織(中)

(三)實際操作三：選定地點之後，針對當地居民、地方耆老、觀光協會、生態團體進行第一階段「觀察地中價值」ORV)解說故事媒材之工作

實施時間：100/6/22 18:00~21:00 (配合匹拉雅國家風景區螢火蟲資源調查及
巡月案，於培訓課程結束後邀集所有學員共同討論)

此次活動，大約有30幾名大埔當地居民參與（活動情況，請參閱下一頁照片）。本分項計畫之行動策略側重於輔導當地居民，自主進行「顯著特色價值」（Outstanding Remarkable Values，簡稱ORV）之意見交流與地方特色之自我發掘，其過程在於挖掘大埔地區的生態、人文、歷史等重要元素，以建立品牌之聯想。匹拉雅鄉村旅遊觀光品牌深耕計畫協理主持人曾永平於2010 與大魯閣國家公園「國際遊客體驗涵」計畫（李英弘 & 曾永平，2010），並擔任計畫共同主持人。該計畫引用「優勝美地國家公園」（Yosemite National Park）的「顯著特色價值（Outstanding Remarkable Values, ORVs）」的操作可用。操作程序在於由研究團隊，以籌組工作坊之形式，邀請內部成員：國家風景區體系內及有興趣之機關之技術專家（technical experts），以及外部成員：各相關機關之技術專家代表（譬如生態研究學術團體、地方耆老、社會人文研究學術團體、原住民團體、非營利組織、及觀光產業等），針對該區域具有區域或全國性稀有（Rare）、獨特（Unique）或典範的（Exemplary）價值進行挑選與確認。該作法不僅較為節省資源，以避免不必要之大規模之資源普查，亦妥適地利用現有有形及無形之文獻資料，以確認當地實質之特色。

以大埔地區而言，其擁有大埔風景區、曾文水庫、情人公園、湖濱公園、嘉義農場、軟都納夏度假村等富觀光潛力據點。在自然生態方面，其動植物、昆蟲生態豐富，如：佔全臺1/4族群的大冠鰲、五色鳥、小掌嘴畫眉、紫斑蝶族群、螢火蟲....等；在植物方面還有族群豐富的光蠟樹林、貢子蘭、星蘋果、澳洲胡桃林....等。

活動當天，除邀請螢火蟲資源調查及巡月案學員參與討論外，另外亦將由輔導團隊邀請相關團體，針對於該地區之顯著特色價值進行討論。聚集以上各種權益關係人最主要的目的在於透過團體交流與意見交換之方式，我們從中將發掘大埔地區動人的自然與當地居民互動的各式環境解說素材，透過當地居民的生活經驗，讓遊客瞭解到大埔地區之生態特色。

第一階段「顯著特色價值」工作坊操作情形(大埔鄉漂流木工作坊)：



解說第一階段工作坊操作流程



參與居民認真聽講



解說第一階段工作坊操作流程



填寫大埔私河景點

在經過以上故鄉工作坊挖掘當地之自然與互動之環境解說媒材之後，輔導團對可以很清楚地指認出該地區顯著的生態價值與行銷元素。是以下為界定「顯著特色價值」報告之格式，與實質产出。

ORVs 的聲明： 景觀、活動、生態等狀態，並闡述為何是稀少且特殊傑出的	ORV STATEMENT Identifies outstandingly remarkable river resources that need to be protected by long-range planning in the Merced Wild and Scenic River Comprehensive Management Plan.	補充說明： 條列式說明，提出研究數據或現況；以圖片
可用來展示特殊傑出價值的照片，不限張數	Images are intended to provide a representative visual example of the Outstandingly Remarkable Value and/or supporting evidence and examples.	SUPPORTING EVIDENCE & EXAMPLES The bulleted lists in the sidebars are examples, supporting evidence, and features that more fully explain, illustrate, and contribute to the ORV. They are not intended to be complete lists, but rather are illustrative examples to clarify the intent of the Outstandingly Remarkable Value.

經過所有在場大埔鄉民的指認，並透過逐字稿之分析(逐字稿請見附錄-)，研究團隊整理出，由當地居民指認，大埔地區之顯著特色價值如下表4-2所示。另外，經由當地居民指認，羅列出指認可於第二階段工作坊之邀請名單，如表4-3所示。

表4-2：由大埔鄉民所指認出，大埔地區顯著特色價值：

項目	What?	Where?	Why?
地質	1. 千層岩 2. 石灰岩 3. 盆地(山高水深) 4. 飛鷹峽谷 5. 地層擠壓皺摺	1. 永興國小至大埔的臺三線 沿途，湖濱公園與情人 公園。 2. 大埔地區 5. 湖濱公園的水庫旁	2. 自來水都有石灰沉澱 5. 了解臺灣地層變動解說的好例子。
水文	1. 曾文溪		
歷史	1. 龍蛟溪傳說 2. 土匪傳說 3. 老兵故事	1. 大埔加油站旁 2. 水源洞 3. 西興莊	
動物	1. 老鷹 2. 臺灣獼猴 3. 五色鳥(水車鳥) 4. 大觀鷺 5. 白鷺鷥、 6. 黑面鷺 7. 帝雉 8. 藍腹鵲山紅頭 9. 蝴蝶 10. 大頭鱧 11. 總統魚(曲腰魚) 12. 獨角仙棲地	14. 虎皮蛙 15. 武昌 烏尾冬仔 16. 松鼠 17. 水庫魚蝦 18. 螢火蟲 19. 山羌 20. 八色鳥 21. 山豬 22. 魚虎 23. 臺灣活眉 24. 雲雀	26. 穿山甲 27. 獨角仙 28. 環頸雉 3. 大埔鄉西興莊 1. 山豬會辨識船隻可讓人親近餵食。 9. 數量占全國 1/4 17. 好吃。

	13. 褐樹蛙	25. 竹雞		
項目	What?		Where?	Why?
植物	1. 蔴竹筍 2. 阿勃勒 3. 山燕、 4. 香蕉 5. 咖啡 6. 特殊蕨類 7. 破布子 8. 木瓜	9. 竹醋液 10. 蜂蜜 11. 無患子 12. 光蠟樹林 13. 老茄苳樹 14. 楓葉 15. 百香果	1. 大埔全鄉 2. 臺 3 線 12 湖濱公園 13 第一莊 15 大埔鄉	1. 居民的經濟作物來員(蔴竹 5-6 月，破布子 6-7 月)，且有代表臺灣參加日本農特品展。 2. 盛開季節 5-6 月 12 獨角仙棲息地 13. 超過 200 年歷史 15. 色香味俱全過去經濟來源
文化	1. 紅花園(鄒竹少女與漢人之愛情故事) 2. 自清朝以來寺廳， 3. 扛厝一條龍 4. 嘉義農場 5. 竹管厝 6. 大埔人文館 7. 採茶 8. 玄天上帝日 9. 水庫節 10. 族群多樣：鄒族、布農、平埔族、越南、印尼、柬埔寨、大陸、泰國	11. 謝公願由來 12. 素人藝術家 13. 北極殿(玄天上帝/有樂團) 14. 早期老榮民開路 15. 日治時期馬場 16. 鹿寮王公廟 17. 大埔老街 18. 割筍 19. 紅花遺址	1. 大埔鄉 5. 大埔莊、大埔莊山下 6. 茄苳腳	1. 本省人與原住民的故事。 2. 當地人民信仰，百年古廟
項目	What?		Where?	Why?

景觀	1.蝙蝠洞	14.馬頭山	1.巢營(土匪洞)	1.登山的好去處。
	2.曾文溪水庫(水庫地形)	15 山豬島	2.馬鞍山(大埔鄉)	2.曾經是亞洲第一大水庫(全國最大)。
	3.賊管洞	16.射兔潭	3.大茅埔	4.斷崖非常美麗
	4.青雲瀑布	17.觀音亭	4.和平莊往茶山方向	6.有開發價值
	5.黑森林	18 同心橋	5.大埔後山	7.景觀特殊與眾不同(7.8)
	6.巨竹林	19 蓬萊仙洞	6.未開發，和平莊	9.大小溪流相互交合為一
	7.攔沙壩瀑布	20 觀星	7.和平莊 129 線道	11.匯聚自風災過後的禮物
	8.大埔拱橋	21 日出晨曦	8.和平莊	25.查某坑故事
	9.情人瀑布	22 燕子崖	9.和平往茶山方向	14.形似馬頭
	10.彩虹橋	23 白馬亭	23.大埔後山	23.可觀看日出(夏天)很美
	11.漂流木	24 飛鷹峽谷	13.第九莊	24 黑鳶棲息地
	12.小三峽	25.查某坑		13.80 年老梅園
	13.江家梅園			
遊憩	1.湖濱公園	11.飛行傘	1.曾文水庫湖畔臺三線	1.遊客唯一的好去處。
	2.情人公園	12.螢火蟲步道	7.漂流木工作坊	2.馬場過去曾有老榮民的故事。
	3.嘉義農場	13.螢火蟲館	8.曾文水庫	4.臺灣百岳
	4.三腳南山徒道	14.水路舞臺	9.曾文水庫	7. 阿里山檜木世界有名，可合法使用且可以節能減碳，回收再
	5.跳跳農場	15.行動故事車	19 湖濱公園	利用
	6.行動釣臺	16.樂團表演	11.白馬亭	10.生態保育
	7.漂流木工作坊 DIY	17.自行車步道	12.湖濱公園六角涼亭旁	18.有歷史典故
	8.釣魚平臺	18. 馬場	16 北極殿樂團	16.國寶級樂團
	9. 觀光遊艇	19 觀光遊艇(遊湖)	18 嘉義農場	20.生態保育
	10 紫斑蝶航道	20.蝴蝶園	20.跳跳農場	

表4-3：推薦專家名單

名單	專長/頭銜	聯絡方式
陳加盛	鳥類專家	歐都那陳協理/常務理事陳宛君可以聯絡到，
李榮忠	蝴蝶生態/鹽水國小老師	須詢問侯美秀女士
陳燦榮	螢火蟲達人/國立自然博物館館主	可詢問：官理事長
鄭明倫	螢火蟲達人/館主的副手	可詢問：官理事長
吳瑪俐	高師大	須詢問侯美秀女士
陳連興	會念古時候的詩歌	須詢問侯美秀女士
陳癸全	西興莊理事長	可詢問：官理事長
劉莊寮		可以聯絡：侯秀美女士
陳廣彥		可以聯絡：侯秀美女士
劉文麒	故事/女人溪	052521376/0911726823
林三桂		0911173665 第一莊/0972301276 第二莊
賴建華	曾文水庫	0921767400

(2)實踐操作：第二階段專家、學者、在地耆老「顯性特色價值」ORV) 解說故事媒材工作坊

第二階段之解說媒材工作坊，已於7月8日，在軟都納渡假村召開。在第二階段之顯性特色價值的工作坊中，我們邀請到鳥類專家陳加誠老師、蝴蝶專家李榮宗老師、鄉民代表陳奎全先生、林三桂老師、軟都納渡假村程婉君協理、仔咪咪漂流木工作室趙梅仔女士、賴建華先生.....等人，共聚一堂來談大埔地區獨具特色的各項資源。詳細逐字稿，請參閱附錄二。

第二階段「顯性特色價值」工作坊操作情形(軟都納渡假村會議室)：



以下為兩次工作坊，所有與會人士所彙整出，大埔地區重要的地質、水文、野生動物、植物、文化、景觀、與遊憩的重要價值。依照生態旅遊之遊憩價值，以及能被商品化之程度，研究團隊目前鎖定以下資源進行路線之探勘、景點之踏查、以及將路線商品化之階段。以下為可發展為大埔當地生態旅遊之各項元素：

(一)地質景觀：大埔地區處於逆斷層與劇烈褶曲帶之間，大部分斷層屬於正角逆斷

層，逆衝斷塊向西北移動，造成顯著地層互狀斷層系統。地質成分則以砂岩、頁岩為主（大埔鄉志，2009，p. 34）。經田野調查與專家意見，研究團隊彙整出三處可以操作生態旅遊行程之地點，分別是：飛鰲峽谷（峽谷地形）、千層（頁）岩地形（永興國小至大埔地區之臺三線上）、以及逆斷層之褶曲帶（湖濱公園小車旁裸露之岩塊）。

(二) 水文特色：該區唯一的水文特色，即為民國 62 年竣工的曾文水庫，集水面積達 481 平方公里，蓄水面積為 17.1 平方公里。目前水庫的遊憩方式為搭乘曾文水庫觀光遊艇（如：山豬、大湖），進行遊湖之體驗；在此行程中，業者提供解說以及山豬島之行程，研究團隊建議可將遊湖與山豬島行程放入生態旅遊之行程設計中，並搭配沿途景觀、地形之解說以增加遊程之豐富度。另外，尚有釣魚平臺可供筏釣，計有白腹、鯉魚、大頭鰱等魚類。

(三) 動物資源：大埔地區生態種類繁多，舉凡魚類即有近 30 種；鳥類則近有 70 種；此外還有兩棲爬蟲類與許多昆蟲種類。經彙整居民與專家意見，可供生態旅遊操作的動物種類為：紅尾鵲、大冠鵲、黑鵲（山鵲）、小雲雀、綠啄花、山豬、螢火蟲、獨角仙等七種當地較為常見之特色種類。其中，紅尾鵲的觀察地點可以訂在跳跳蛙場與西興社；黑鵲類則可於水庫遊艇遊湖時進行觀察；至於小雲雀（其解說媒材於附錄逐字稿中）雲雀常見於草叢、墳墓、曠地等荒僻的地區，邊飛邊鳴升到高空，在地面喜歡棲立於視野良好的石塊，於枯水期的大埔公園與情人公園的草地均可以觀察得到；而綠啄花（鳥類專家陳加誠戲稱為會擦屁股的鳥）則在跳跳蛙場後方「黑森林」地區可以發現，它以桑寄生為主食的最小鳥類，身長約八公分，臺灣特有亞種的身分，比路大而較常見的「紅胸啄花」更珍貴。螢火蟲則為夜間觀察的好對象，生態旅遊行程中可安排於湖濱公園六角亭側邊道路旁螢火蟲步道進行；最後，獨角仙則可於湖濱公園的光蠟樹林中進行觀察。

(四) 植物資源：大埔地區植物相豐富，可搭配動物資源一併納入生態旅遊規劃中（如：光蠟樹與獨角仙）。若以生態旅遊品牌操作面而言，遊客前來大埔地區，可體驗當地農產品之收割與再製作之過程，例如：採收時期為每年 7-9 月的楠竹筍、每年 6-7

月間果實成熟，黃橙色即可採收的破布子，以及麵包果所製作的相關菜餚。以上之方式，可以加深遊客對於當地農產品之印象，對於整體遊程之滿意度提升。

(五)文化部分：彙整兩次工作坊之內容，當地居民及專家提出了許多在地可吸引遊客之文化相關的解說媒材，而其中可以搭配生態旅遊操作的為：紅花園的舊聚落文化（其遺址於曾文水庫枯水期仍然清晰可見）以及浪漫的情人公園日來、大埔沙街巡禮、北極殿拜拜溯源、以及嘉義農場之拜拜沿革。

(六)遊憩相關資源：經指認，有許多屬於當地特色之遊憩資源與景點被歸納出來，可供此次生態旅遊之操作，例如：湖濱公園、情人公園、嘉義農場、跳跳農場、江家梅園、白馬亭、漂流木工作坊DIY、鰲鼓號樂團表演、飛鶴峽谷、環湖遊艇、和平社、小林潭吊橋沿線、大埔拱橋、清泉瀑布、小臺灣三峽。因此，未來行程設計中，可將以上羅列之景點與資源納入品牌打造之過程。

以下為透過工作坊之形式，邀請當地居民、生態研究學者、地方耆老、社及當地觀光產業組織等，針對大埔區域具有區域性稀有（Rare）、獨特（Unique）或典範的（Exemplary）價值進行挑選與指認。該作法不僅較為節省資源，以避免不必要之大規模之資源普查，亦妥適地利用現有有形及無形之文獻資料，以指認當地實質之特色。歸納兩次工作坊後，得到以下可供打造生態旅遊次品牌之月的在地元素：

表 4-4：大埔地區打造生態旅遊次品牌重要資源一覽表

	地質	水文	動物	植物	文化	遊憩
有哪些？ What?	● 千層岩 ● 峽谷 ● 地層擠壓皺摺	● 曾文水庫 ● 山豬島 ● 各式魚種	● 五色鳥 ● 大冠鷲 ● 黑鳶(老鷹) ● 小雲雀 ● 綠啄花 ● 山豬 ● 螢火蟲 ● 獨角仙	● 光蠟樹 ● 阿勃勒 ● 麻竹筍 ● 破布子 ● 麵包樹	● 紅花園 ● 大埔老街 ● 北極殿 ● 嘉義農場	● 湖濱公園 ● 情人公園 ● 嘉義農場 ● 跳跳農場 ● 江家梅園 ● 白馬亭 ● 漂流木工作坊 DIY ● 驚嘆號樂團表演 ● 和平莊小林潭吊橋 ● 小臺灣三峽
在哪裡？ where?	● 永興國小至大埔地區之臺三線上 ● 飛鷹峽谷 ● 湖濱公園水庫旁裸露之岩塊	● 透過觀光遊艇進行遊湖之體驗 ● 釣魚平臺	● 跳跳農場與西興莊 ● 飛鷹峽谷 ● 枯水期的大埔公園與情人公園的草地上 ● 湖濱公園	● 上開植物遍佈大埔地區，而麵包樹、光蠟樹則於大埔公園多有分佈。	● 曾文水庫枯水期之草地上可見紅花園之遺跡 ● 其他景點均散佈整個大埔地區	● 散佈整個大埔地區
為什麼？ Why?	● 地質特殊景觀，請位於臺三線上易達性極高 ● 當地特殊之峽谷地形，且老鷹常盤據上空 ● 活的斷層地質教室	● 曾文水庫特有的水文資源，有別於周邊各聚落	● 佔全臺老鷹種類的 1/4 ● 觀察上開鳥種易達性極高	● 在地特色植物，且兼具農產品之特性，可透過實做體驗，增加整體生態遊程之深度。	● 紅花園為在地鄒族、布農、平埔、漢人、日人混居之史遺跡。 ● 老街與北極殿為當地重要之文化資產。	● 經居民所指認出，現存最重要的遊憩資源。

(二) 實際操作：生態旅遊行程設計工作地點路線規劃

本階段以前兩階段所取得的環境解說媒材，透過與當地觀光解說協會之合作，共同開發生態旅遊之包裝與自導式行程。經日討論，並透過包裝，本階段將前兩階段所發掘的生態資源特色故事，進行包裝與置入行程設計之內。

8月9到8月10日兩天，研習團對與當地觀光協會聯繫，前往進行首段路線探勘。參與人員為：趙梅色、陳高立、趙家瑤、林三桂、林秀雲、杜麗姿、程婉君。以下為該次行程之主要探勘地點與行程設計：

- 8/9 14:30 溪釣(釣魚平臺) -趙梅色、陳高立、趙家瑤
- 8/9 16:00 射乳潭內架翅吊橋沿線、大埔拱橋、清雲瀑布、臺灣小三峽-陳高立、趙家瑤、趙梅色
- 8/9 17:30 湖濱公園的光蠟樹林(獨角仙),水車沿岸草地(小雲雀)-陳高立、趙家瑤、趙梅色
- 8/9 19:30 湖濱公園六角亭側邊道路(螢火蟲) -陳高立、趙家瑤、趙梅色
- 8/9 20:30 夜間DIY:漂流木燈、鑰匙圈製作-趙梅色、陳高立、趙家瑤
- 8/10 05:00 日滿亭-陳高立、趙家瑤
- 8/10 09:30 採收柿竹筍、破布子、及麵包果的地點、紅花蕨遺跡(竹筍苗)- 陳高立、趙家瑤
- 8/10 10:30 柿竹筍DIY-歐都納協助製作
- 8/10 行程-跳跳蛙場與西興村(觀察彩色鳥、綠啄花)、江家梅園、嘉義農場-林三桂、林秀雲、杜麗姿

生態旅遊行程設計工作地點路線點點照片如下：



白濁亭鳥瞰大埔地區



跳跳場蘇崙仁解說員解說



近距離觀察最小型之鳥類-綠啄花



獨特的河階地形



臺 3 線」路旁之千層岩地形



臺 3 線大埔-段古稱「漂密戰道」



大埔鄉訓陪同路助釣魚平臺



山美瀑布



射免潭內葉翅吊橋



路邊之鐘乳石洞



鑰匙圈 DIY



漂流木燈 DIY



柿竹筒 DIY



採收柿竹筒

(六)實地操作六：第二次生態旅遊路線零點與GPS定位

第二次路線探勘之主要任務，在於將主要生態旅遊路線之沿線資源進行詳細調查與資源之GPS定位。本次踏勘於9月7日至9月8日兩天進行，共邀請兩位專家：植物專家蘇崑仁老師、鳥類專家陳加謙老師；以及觀光協會宣明樂理司長、趙梅珍女士隨行。研究團隊本次攜帶Wintec WBT-201型GPS定位器，前往白溝亭步道以及大埔公園及其沿線進行生態旅遊解說點定位。

此外，為了培育在地解說員之生態解說能力，執行團對特地邀請兩位老師，以「大埔鳥類總覽」與「大埔植物辨識、解說」為題，進行專題課程演講。並邀請在地觀光協會成員、大埔國中師生蒞臨軟都納夏度假村會議室一同參與培訓課程。以下為兩日於大埔地區所開設之課程、時間、以及相關路線探勘、定位之詳細行程。

日期	時間	講師	活動名稱	內容說明
09/07	18:30~20:30	陳加謙老師 (鳥類專家)	大埔鳥類辨識，解說	藉此了解大埔地區鳥類的生態與現狀，建構居民對於鳥類的初步認知。
09/07	20:30~21:30	蘇崑仁老師 (植物專家)	大埔植物辨識、解說	藉此了解大埔地區動植物的生態情形，建構居民對於動物植物的初步認知。
09/07	21:30	國立臺灣大學 曾永平老師	提問與討論	透過三位專家學習與大埔關發長協會進行座談，提問藉此讓居民可以更加熟悉在地的資源。
09/08	08:00~11:00	陳加謙老師 蘇崑仁老師 曾永平老師	白溝亭鳥類、動物、植物，實地解說探訪	實地走訪白溝亭，沿途將可供解說的點(動植物等...)，確切的注記下來，製成往後可供導覽解說的媒材。
09/08	11:00~13:00	陳加謙老師 蘇崑仁老師	餐敘交流	實地走訪後針對問題在餐敘時提出，交流

日期	時間	講師	活動名稱	內容說明
		曾永平老師		透過三位專家學者的解答，讓居民獲得更詳細的資訊。
09/08	13:00~14:30	陳加謙老師 蘇崑仁老師 曾永平老師	湖濱公園、情人公園鳥類、動物、植物，實地解說探訪	實地走訪湖濱公園、情人公園，透過近距離的觀察近距離觀察棲息於小車旁草叢區之黑鵝、小雲雀、鷺鷥族群。並於該區試圖尋訪朱鷄、獨角仙之棲地，並將其標注，且將其資訊會整成冊，供往後導覽解說之用。
09/08	14:30	曾永平老師	提問與討論	針對沿途所遇到的一些問題在活動結束後進行一系列的提問與討論。

第二次生態巡迴路線探訪與GPS定位現況：



蘇崑仁老師解說無患子



白馬亭步道沿線之珊瑚礁地形

 趙梅 解說鬱金	 大埔公園涼亭邊之麻豆樹
 於歡都納舉行的鳥類與植物課程	 陳加誠 講師講解大埔鳥類資源
 蘇崑仁 講師講解植物分類	 黃花野百合

(二) 實地操作七：生態導覽地圖之製作、相關解說元素說明與遊程設計

在經過以上生態旅遊潛力現場踏勘、潛力評估與分析、第一階段「顯著特色價值」ORV解說故事媒材工作坊、第二階段工作坊、生態旅遊遊程設計工作坊暨路線探勘、第二次生態旅遊路線探勘與GPS定位之後，本階段的重點在繪製大埔地區之生態旅遊路線與遊程的設計。

以下為最後整理出來，大埔地區生態旅遊行程建議表：

亂世野鄉木棧遊觀光品牌深度計劃 - 生態體驗行程			
行程		說明	時間
日間活動	山豬島尋幽探秘	搭乘遊艇，藉日水面活動體驗曾文水庫的寧靜與生物多樣性。	2 小時
	白馬亭登山步道	白馬亭登山步道為大埔地區生態觀察之好路線。終點可遠眺曾文水庫及大埔地區之全景。	3.5 小時
	跳跳農場生態觀察	拍攝全臺最小鳥類綠頭花、五色鳥巢穴、以及近距離觀察各類蝴蝶	1.5 小時
	漫步湖濱公園、情人公園	近距離觀察棲息於水庫旁車庫區之黑鵝、小雲雀、鸛鵒族群。並於該區試圖尋訪朱鷄、獨角仙之棲地。	1.5 小時
	麻竹筍、麵包果、破布子 DIY	以當地特產之鄉村體驗出發，感受現採、製作的農家感動。	2 小時
	大埔小徑幽徑尋蹤	射乳潭吊橋、月橋沿線、大埔拱橋、茶山瀑布、臺灣小三峽	2 小時
	大埔古街懷古之旅	大埔古街、北極殿、紅花園遺跡、竹筴巷之織成極具歷史意義之大埔古街	2 小時
夜間活動	水庫沿線夜間觀察	沿著湖濱公園六角亭側邊道路觀察螢火蟲、蛙類、以及其他多種爬蟲類	2 小時
	俗咪咪工作室漂流木燈、鑰匙圈製作	利用於當地水庫所撿拾之漂流木製作之燈籠與鑰匙圈，將帶給遊客親身體驗之樂趣與成就。	2 小時
	鰲康號樂團表演	聆聽由社區耆民所組成的鰲康號樂團演奏。	1 小時

透過以上簡單的排列組合，遊客可以很輕易地按圖索驥，拼湊出各種組合的行程。不論是套裝生態旅遊行程，或是自導性導覽行程，均可輕鬆地透過該地圖與生態觀察點之串連，尋訪大埔地區動人的生態棲地。

由於大埔地區易達性較低，若前往大埔地區進行旅遊，執行團隊建議傍晚由古坑達大埔地區，並在該地區過夜（住宿選擇：歐都納渡假村），享受夜間與白天兩種不同組合的大埔風情。以下為一天一夜的行程建議：

時間	活動	行程說明
第一 天		
17:00 V 往 敏都納山 野宴度假村		
17:30~19:00 晚餐時間		
19:00~20:00	小車沿線夜間觀察	沿訶湖濱公園六角亭側邊道路觀察螢火蟲、蛙類、以及其他兩棲爬蟲類
20:00~22:00	色眯眯工作室漂流木燈、鑰匙圈製作	利用於當地小車所撿拾之漂流木製作之灰燈與鑰匙圈，將帶給遊客親子體驗之樂趣與成就。
第二 天		
07:30~08:30 早餐時間（敏都納）		
08:40~10:40	山豬島尋幽探秘	搭乘遊艇，藉由水面活動體驗寧靜小車的寧靜與生物多樣性。
10:50~12:30	柿竹筍 DIY	以當地農特產之鄉村體驗出發，感受現採、製作的農家感動。
12:30~13:30 午餐（沙鍋魚頭）		
13:30~14:00 前往跳跳蛙農場		
14:00~15:00	跳跳蛙農場生態觀察	拍攝全臺最小鳥類綠啄花、五色鳥巢穴、以及近距離觀察各類蝴蝶
15:00~ 離開前往玉井		

透過專業之包裝與行程設計，本輔導團隊預計發展出具備原創性、差異性、豐饒度、及富美感的生態教育環境導覽行程來刺激觀光客之六感知覺（眼、耳、鼻、舌、身、意），以達到品牌知名度之提升。以下為兩天兩夜的行程建議參考。

第一 入		
17:00 V 住 歡都納山 野宴度假村		
17:30~19:30	晚餐時間+歡樂號樂團表演	於晚餐期間聆聽由社區原住民組成的歡樂號樂團演奏。
19:30~21:30	DIY 迷宮 浮空漂流木燈、鑰匙圈製作	利用於當地水車所撿拾之漂流木製作之燈籠與鑰匙圈，將帶給遊客親手體驗之樂趣與成就。
第二 入		
07:30~08:30 早餐時間（歡都納）		
08:40~10:40	山豬島尋幽探秘	搭乘遊艇，藉由水面活動體驗獨特水車的寧靜與生物多樣性。
10:50~12:30	麻竹筍 DIY	以當地最特產之鄉村體驗出發，感受現採、製作的農家感動。
12:30~13:30	午餐（沙鍋魚頭）	享用歡都納劉梓良主廚（胖叔叔）的拿手好菜
13:30~14:30	午後休息	可回房小憩，或梳洗一番，一小時後集合
14:30~16:30	大埔古街懷古之旅	大埔古街、北極殿、紅花園遺跡、竹塹舊町織成極具歷史意義之大埔古街
16:30~18:30	大埔水竹幽徑尋蹤	射乳潭內架翅吊橋沿線、大埔拱橋、茶山瀑布、臺灣小三峽
18:30~20:00	晚餐時間	可選擇大正餐廳
20:00~21:00	水車沿線夜間觀察	沿著湖濱公園六角亭側邊道路觀察螢火蟲、蛙類、以及其他兩棲爬蟲類
第三 入		
07:30~08:30 早餐時間（歡都納）		

08:30~12:30 日 馮亭登山步道	日 馮亭登山步道為大埔地區生態觀察之好路線。終點可遠眺曾文水庫及大埔地區之全景。
12:30~13:30 午餐時間	
13:30~14:00 前往跳跳蛙農場	
14:00~15:00 跳跳蛙農場生態觀察	拍攝全臺最小鳥類綠啄花、五色鳥巢穴、以及近距離觀察各類蜘蛛
15:00~ 離開前往玉井	

*遊客可視體力，自行決定是否參加日 馮亭步道健行。不参加該行程者，可以拜訪湖濱公園、情人公園近距離觀察棲息於水庫旁草叢區之黑鶯、小黃雀、鷺鷥族群。並於該區試鳥尋訪朱鷄、獨角仙之棲地。

接下來，執行團隊整理兩次探勘之成果與GPS坐標，繪製大埔地區生態旅遊路線（詳見圖4-1）。分為紅線：湖濱公園沿線（詳見圖4-2）；以及日線：日 馮亭步道沿線（詳見圖4-3）兩條。搭配前述之生態旅遊行程，可針對於固定地點之植物、建築、以及各項大埔地區之特色景點進行GPS之定位。

以下首先針對於紅線（湖濱公園沿線）部分可經由GPS定位之生態資源進行說明：

名稱 照 經緯度坐標	解說文字
湖濱公園涼亭旁之巨大榕樹  Lat.=120.5847500° Long.=23.2988833°	大埔公園涼亭旁的巨大喬木為榕樹，專家研判應該是日據時代的時候引進來的，年紀很老了。為何稱為「榕樹」呢？有二種說法 - 則來自於其名稱 Rain Tree 意思為「雨樹」另一則為榕樹的果莢受到環境溼度的影響，而會有下垂的現象也就是說當夜晚溼度比較高的時候，榕樹的果莢是下垂的。因此可以透過榕樹的果莢下垂與否來判定是否將要下雨了。
名稱 照 經緯度坐標	解說文字

꽃피리콩  Lat.=120.5843683° Long.=23.2991749°	黃花野百合入名豬屎豆，常在較乾旱之河才地發現該物種，亦為一種綠肥植物。為曾于水庫旁邊之優勢植物。
倒地鈴  Lat.=120.5843699° Long.=23.2991733°	是一種隸屬無忌子科的植物。倒地鈴具備鑑賞價值，不過鑑賞的對象並不是它的花朵，而是其形態仿如氣球一般的果實。在日本入被稱為風船蔓（日語「風船」指氣球）。它會吸引很多小灰蝶前來產卵，打開捲曲的梨子，可以看到小灰蝶的卵、蟲或是蛾的幼蟲。蛾身上會有毛，小灰蝶較耐旱。無忌子科中只有他是爬藤，種子則呈現黑點與白色愛心形狀的巧妙結合。
당귀채  Lat.=120.5841099° Long.=23.2992500°	在野外常見的植物，具有多數鉤刺，藉以附着人身、動物身上，散佈種子。以前大多在當身找到所以叫當帶來。當帶來的嫩葉用開水燙軟消除苦味之後，可以當做蔬菜食用，另外將種子炒黃去皮之後，可以替成麵粉，作成各種烙餅或煎食。

名稱 照例 經濟變遷標	解說文字
福木  Lat.=120.5852816° Long.=23.2989016°	福木目前被日本政府指定為無形文化財的多種傳統染織工藝項目之一；是一種色素多，也是很好的黃色染料，但臺灣本島福木的產量並不算很多，而且多數為觀賞性園藝樹木。它屬於熱帶樹種，日本人特別喜歡在寺廟庭院種植福木，除了它葉色碧綠、樹觀整齊有型，讓人有幽靜莊嚴之感外，最重要的是其落葉甚少，可免於掃地之苦！
水黃皮  Lat.=120.5852916° Long.=23.2989133°	水黃皮是一種海飄植物，不適合種在水庫旁，適合種在海邊，種籽種出來第一對葉子是愛心的形狀，類似白扁豆，若想要種植，只要將豆莢剝開後就很好長。每年有春、秋兩次花期，約為4-5月及9-11月；開紫色的花，花有淡香，花朵密集，邊開邊落，盛開時落英繽紛非常詩情畫意。
阿勃勒  Lat.=120.5869183° Long.=23.2985949°	因為諧音的關係，常常被拿來開玩笑，叫做『阿婆樂』。但其實緣由是它以前叫阿勃勒，因為李時珍在膳寮的時候寫錯就成為阿勃勒。又名黃金雨，花期約在11月，是非常美的行道樹種，尤其在開花時滿株的黃花，一目一目的，非常美麗。將其剝皮後，種在土內，一個星期左右就可發芽。

名稱 照引 經緯度坐標	解說文字
紅瓶刷子樹  Lat.=120.5862683° Long.=23.2986183°	是因為它長得洗好瓶刷子的小刷子而得名，又叫紅千層、金貴樹。其實我們所看到的花是它的花葯，花絲很短，顏色鮮豔，排列稠密，因而整個花葯就像一把刷瓶子的毛刷，矗立於灌叢上面，隨風搖曳，妖艷奪目，風韻獨特，非常美麗，冬季到春季是可見到它的花影。花為此樹的主要特徵。因為有如試筆瓶刷，所以才稱之為「紅瓶刷子樹」。葉有猶如綠油精的味道，可做種蚊之用。
黃鳳凰 	黃柱木開黃花，花期約在每年的六到十月。黃柱木沒開花時，樹形頗似鳳凰木，故入有「黃鳳凰」之稱。花中雌蕊的柱頭為首型故因此而得名。

接下來，針對於白線（白馬亭步道沿線）部分可經由GPS定位之生態資源進行說明。白馬亭位在嘉義縣大埔鄉曾文水庫東側大坑山山頂，海拔約九百〇公尺是嘉義縣前往臺南市的路線，從臺3縣307公里處往上爬全程步行約2-3小時。傳說清朝末年，一名葉姓捕頭率兵前往大坑山區剿匪不幸殉職，而他所騎乘的白馬從此在山區徘徊不去。每日天亮的時候，白馬就在山頂哀嚎不已，山下的村民都隱約可聞。後來大埔鄉以許榮松為感念這匹白馬的靈性與忠心，特在山頂上建蓋白馬亭一座，供鄉民、遊客來此登山眺望。

名稱 照 經緯度座標	解說文字
咬人狗  Lat.=120.6048450° Long.=23.2985033°	咬人狗和咬人貓會咬人的原因，乃是其葉片之表皮細凸出成刺毛狀，會分泌一種似蟻酸之有機酸，皮膚一接觸到它，刺毛便像針一般刺進皮膚，故感奇癢而痛難當。但咬人狗的果實晶瑩剔透，多汁味甜，可供登山客救急時使用。
閉鞘薑(紅粉公婆)  Lat.=120.6050349° Long.=23.2983366°	土地公生日開花，故入稱土地公拐仔，葉子的生長形狀為螺旋狀。在大埔地區，閉鞘薑為優勢物種，隨處可見。閉鞘薑性喜溫暖、濕潤環境下生長，生於疏林下、山穀陰濕地、路邊草叢、山坡、水溝邊等處。
薯蕷(粉薯)  Lat.=120.6052816° Long.=23.2981283°	大埔鄉親兒時的澱粉補充來源。拿來替粉，用水煮10~15斤的粉薯，替不到一斤粉，夏天可以治中暑、消暑，熬熟過後QQ脆脆的，甚至將它搗碎製成粉煎餅，也可用粉沖泡開水飲用，是一種兼具食用和藥用植物。

名稱 照 經緯度坐標	解說文字
觀音'坐蓮  Lat.=120.6065766° Long.=23.2962283°	觀音'坐蓮不是蓮花，也不會開花。那為什麼牠會叫觀音'坐蓮呢？其實它是蕨類，每片葉子的基部有兩片肥厚的合生托葉(stipule)，葉柄基部具蚌殼狀肥厚略木質化的大型托葉，老葉脫落後托葉依然存在，且成對密生於莖上，宛如「蓮花坐」。
麥門冬 	麥門冬是臺灣的低海拔森林中常見的地被植物。亦為舊名人的藥材，能肺燥乾咳、吐血、咯血、肺癰、虛勞吐血、咽喉乾渴、便秘。
海金沙  Lat.=120.6052283° Long.=23.2947433°	世界葉子最長的蕨類，營養葉與孢子葉形狀不同，它們的葉軸很細、柔韌且很長。海金沙屬的蕨葉以無限延生的方式長開，且葉軸會偶合在支撐物上，因此每個蕨葉都會形成分開的藤蔓。依據物種的不同，蕨葉可長到3至12公尺。

名稱 照 經濟價值	解說
金狗毛蕨 	臺灣金狗毛蕨是臺灣特有種，在低海拔山區算是常見的蕨類，喜歡生長在岩壁環境，根莖與葉柄基部的密毛呈現出華麗的金黃色。所以，過去在許多風景區有販售一種叫「金狗毛」的小擺飾貼上兩只人造的眼睛，就金狗毛蕨的地下莖。
無患子 	無患子入稱臺灣的阿嬤的洗潔精。其果實殼含有皂素，具有天然起泡力，為弱鹼性，只要用水搓揉就會產生泡沫，是不錯的清潔劑，且成分天然。
巢蕨 	有一株位於日濤亭的側邊，巢蕨經常寄生於樹幹或岩石上，其根莖粗大而呈匍匐狀，葉部寬大，常圍繞樹幹生長，形成巨大的鳥巢狀收集葉，乍看之下跟鳥巢蕨類似。

根據表4-4(大埔地區打造生態旅遊次品牌重要資源一覽表)，以下針對於大埔地區重要的動物及鳥類資源 (無法以GPS定位) 以及，其他重要的人文、景觀與遊憩特色羅列於下方：

名稱 照	解說
大冠鵟 	大冠鵟的羽冠，生氣或緊張時頭會聳起來，像是印第安人戴的帽子一樣，別名蛇鵟。大埔地區，因長期以來伐密變開發，農藥使用較少，所以蛇類數量頗多，而大冠鵟的數量也同時增加。在山黃麻的樹上，常可見其蹤影。
黑鳶 (𪗇鵟) 	黑鳶像魚，就是我們俗稱的𪗇鵟。全臺灣有四個地方常見其蹤跡，分別是：基隆港、北海岙、曾文水庫，和屏東大埔。大埔即是觀察黑鳶極佳的所在。在水庫邊，它常常撿拾釣客丟棄岸邊的魚為主要食物。
小雲雀 	小雲雀的習性是會在空中鳴唱，常常在雲端唱歌，一面唱一面往下落，所以入俗稱「斗入鳥」。常棲息於枯水期水庫邊的草叢中。其吟唱聲，為臺灣鳥類中獨一無二的。
紅嘴黑鵒 	布農族的聖鳥，入名凱恩斯鳥。傳說中布農族遭遇大洪水，全族躲到玉山高處，但從未攜帶火種而飢寒交迫。此時，凱恩斯挺身而出，取出火種，但全身被燻的焦黑，嘴與脖子因銜取出火種而被燙傷。因此，成為現在紅嘴黑鵒身體的模樣。在歐都納附近，當榕果實成熟的時候可以見到紅嘴黑鵒的蹤影。

名稱 照	解說
綠啄木 	跳跳農場裡有種植幾株南美假櫻桃，在樹上常可見全臺最小體型的鳥類--綠啄木的蹤跡。牠入被鳥類專家戲稱為會擦屁股的鳥，因為它是桑寄生植物最佳的傳播媒介。啄木科的鳥類啄食黏甜的桑寄生果實，但黏液卻覆蓋桑寄生種子，所以為了要將排泄物清除，啄木科的鳥類常有擦屁股的有趣動作出現。看似有趣，這樣的動作卻是自然界中，非常經典的鳥類與植物共同演化的例子。
黑翅螢 	黑翅螢的發生大約在每年的4~6月間。在臺灣的分布廣泛，從南到北皆有分布，常見於低山的山地或丘陵地，在海拔約1400公尺的山區仍可發現其蹤影。發黃綠色的光，亮而明顯。在巴拉雅地區屬於優勢的物種。
大陸螢 	又名臺灣螢，為臺灣目前最常見的螢火蟲。發黃綠光，發光持續時間長，發生期為每年的三到十月。主要分布於都市公園、小水溝、河川荒地及農田地區。
黃裳鳳蝶 	黃裳鳳蝶為熱帶性蝶種，為台灣最大型的蝴蝶，前翅展開可達7公分。在大埔地區最可以發現其蹤影的地方就是跳跳生態農場了。園區內種植許多馬兜鈴屬植物，因此該農場也可以觀察黃裳鳳蝶羽化的過程喔。

名稱 照引	解說文字
大端黑螢 	大端黑螢同時能在白天、晚上活動，晚上會發出快節奏的連續閃光求偶，白天則在竹林中飛翔，靠聲音尋找對象。發光期大多在每年的三到六月份。
獨角仙 	獨角仙入稱雞油龜其實是金龜子的一種，因為常常可以在光蠟樹(白雞油)的樹上發現其蹤跡，因而得名。獨角仙會用頭上最硬的地方將樹皮剝掉，再用如同吸管般的嘴吸取光蠟樹的汁液，因此常在樹上留下一條又一條的痕跡。大埔公園內，有一片佔地廣大的光蠟樹林，沒有獨角仙的巢穴在於林木過密，需經疏伐與復育後，方能成為大埔地區獨角仙之覓食及繁殖地。
青斑蝶 	大埔地區種植許多蜜源植物，如：高山佛手蘭，隨處可見許多不同的蝴蝶種類。類似的種類還有，小青斑蝶和藍小紋青斑蝶。
紅花 	以前鄧族有位名叫「紅花」的少女，愛上大埔青年，當得知族人將血洗大埔後，紅花以自製的「沙撈越」射向情郎家報信，大埔漢人得以逃過一劫，但紅花從此失蹤。紅花像的遺跡在枯水期時尚可發現。

名稱 照 片	解說
北極殿 	大埔的北極殿為當地居民的信仰中心，亦為社區重要的集散地。大埔北極殿於乾隆二十二年（西元1760年），漳州移民隨身攜帶香火，來到舊稱「後大埔庄」的大埔鄉，視為永居地，民國73年因火災重建迄今。
大埔老街 	大埔老街可以搭配自然生態行程來規劃，而來到這裡不妨放慢腳步，可以探訪廟宇、古宅以及老街。走一趟文化之旅。這裡的鄉街小路、傳統雜貨店再加上濃厚人情味的當地人，如此知性與感性兩者兼得好旅程，值得遊客來此感受一下。
山豬島 	搭乘曾文水庫遊艇，可以一探水庫中「山豬島」。在這座小島上的山豬，只要一聽到遊艇的喇叭聲，就會從樹林中衝到岸邊，等著遊客撒餵料給牠們吃，不少遊客第一次看到山豬，都覺得很稀奇。
楠竹筍DIY 	對於都市人來說，這種大支楠竹筍可能連看都沒看過，更不要說親自採了。每年三到十月來到大埔地區，這個大支的楠竹筍正好是可以採收的季節。前來親自體驗如何採楠竹、割筍、製作筍干將會是難忘的農村體驗。
鯢魚潭 	鯢魚潭位於曾文溪上游草蘭溪中攔沙壩所形成的大瀑布。鯢魚是古語「鰻魚」的意思，顧名思義以前在小潭有許多高身鰻魚而得名；由此可以得知大埔地區的水、陸生態資源均非常地豐富。



圖 4-2：大埔湖濱公園生態地圖及解說點定位

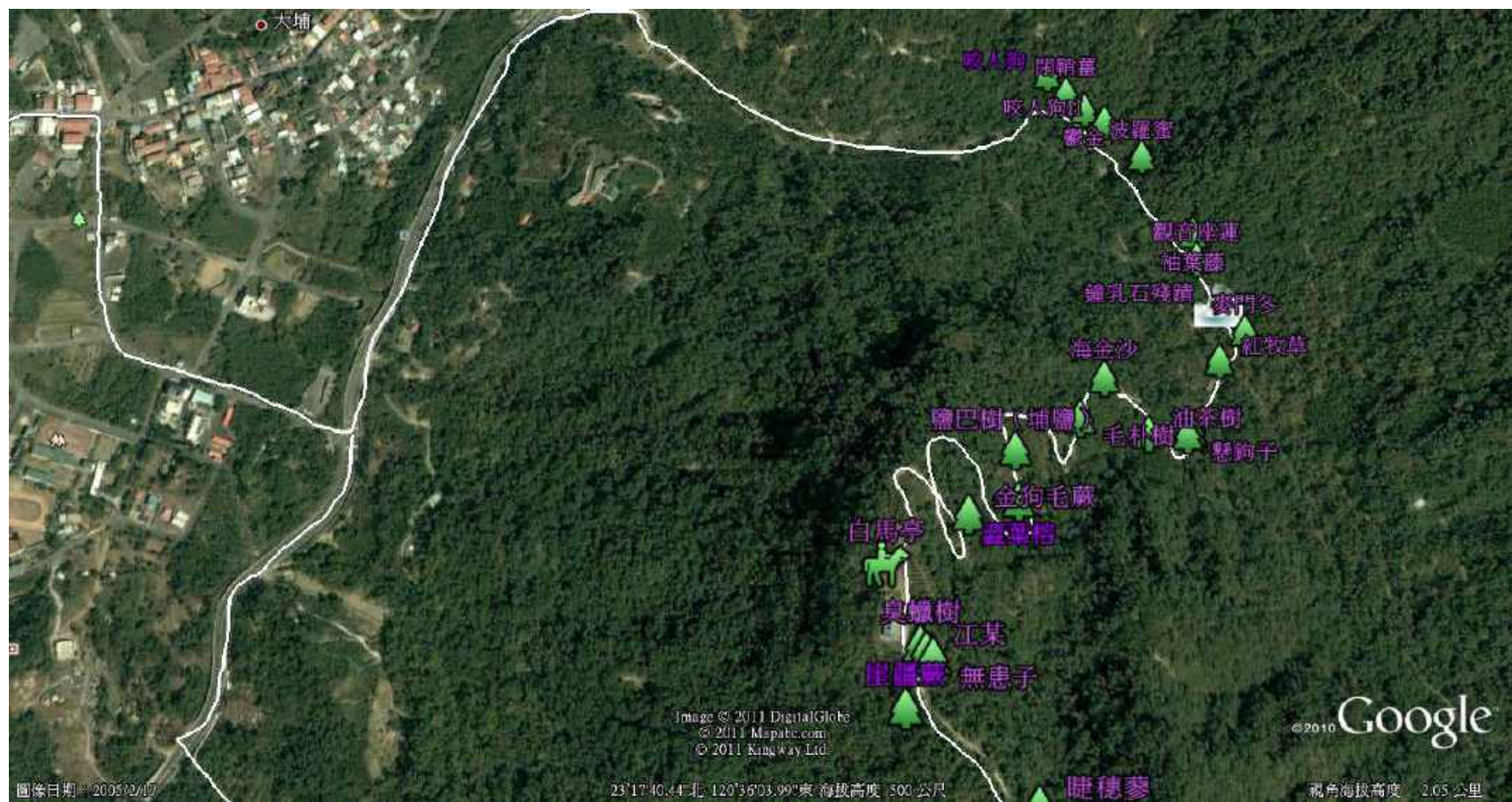


圖 4-3：白馬亭步道生態地圖及解說點定位

(八)實踐操作八：與本計畫之導遊、鄉村旅遊觀摩交流活動目地，引導遊客進入大埔地區

時間：2010年11月18~11月19日

本計畫之最終目的，在於塑造具特色之生態示範點，並導客進入大埔地區。因此，本計畫之最後，將結合國內鄉村旅遊觀摩交流活動，以鼓勵性質的作法，引導國內操作生態旅遊之業者、媒體記者、部落客、深度旅遊愛好者參與該過程，以利日後之行銷推廣與延續。暫訂行程如下所示：

11月18日(五)行程規劃		
時間	活動	地點
13:30-13:50	啟程(集合)	出發至岩頂
13:50-14:30	岩頂咖啡參觀 1. 湯貴孔作品參觀 2. 咖啡農區參觀 3. 喝咖啡	岩頂咖啡
14:30-15:20	南寮4處營造點參觀	南寮地區4處營造點 理哥去做介紹
15:20-16:30	桂康低碳旅遊參訪 1.採小果	桂康咖啡
16:30-17:40	瑞理咖啡 1. 鴛紅雞大餐	瑞理咖啡
17:40-19:10	東山到大埔路程	
19:10~20:10	沿音湖濱公園六角亭側邊道路觀察 螢火蟲、蛙類、以及其他兩棲爬蟲類	小車沿線夜間觀察
20:10~22:00	利用於當地小車所撿拾之漂流木製作之夜燈與鑰匙圈，將帶給遊客親身體驗之樂趣與成就。	色眯眯工作室漂流木燈、鑰匙圈製作
11月19日(六)行程規劃		
時間	活動	地點
07:30~08:00	早餐時間(歡都納)	
08:00~10:00	搭乘遊艇，藉由水面活動體驗『小車的寧靜與生物多樣性。』	山豬島尋幽探秘
10:00~12:00	行動故事車	行動故事車
12:00~13:30	午餐(歡都納：砂鍋魚頭)	
13:30~14:00	前往跳跳生態農場	
14:00~15:00	拍攝全臺最小鳥類綠啄花、紅尾鳥巢穴、以及近距離觀察各類蜘蛛	跳跳農場生態觀察
15:00~16:30	玉井	
16:30~16:50	玉井芒果冰	有間冰舖
16:50	回程	

(Ⅳ) 實際操作Ⅳ：計畫之延伸與後續建議

- 與當地伊羅羅漂流木工作室（負責人趙梅伊女士）合作，結合銅質拓印板與漂流木，創作出兼具解說價值與興趣的解說裝置藝術。此作品於 11/18-11/19 兩日生態旅遊行程中呈現，以符合具體營造之要求。



- 此計畫之另一成果為設計大埔地區生態旅遊小冊，內容規劃除了有大埔地區之生態旅遊路線地圖之外；另有還有透過前項 ORV 所歸納出來之大埔地區獨特的生態特色與各項景點；接著，將所有建議行程一一放入；最後會再整合當地觀光產業者，將各項在地旅遊資訊列於最後，而形成一本觀光護照式的大埔地區生態旅遊小冊。
- 後續生態旅遊操作之延續，當有賴當地居民的投入。因此，培訓當地居民成為在地導覽解說員，將為未來該地區發展生態旅遊重要的任務。建議編列大埔地區生態導覽解說員培訓計畫預算，作為此計畫之延伸。
- 該地區之蝴蝶（紫斑蝶）與鳥類（黑鳶、小雲雀）為重要遊憩資源。未來，應對於現存之誘鳥與蜜源植物進行大規模之調查與瞭解其分佈位置，並善用 GIS 技術以彙疊

誘鳥/蜜源植物與對應物種之分佈，以期營造大埔地區成為此一物種重要之過境或棲息地。

- 編列點有誘鳥與蜜源植物之維護預算，使得點有之植物能夠保存，並達到保育之功效。
- 於規劃生態旅遊路線的同時，應考量於路線上設置適當之解說設施，以達到完善之解說效果。此計畫為大埔地區建立導覽解說系統之開端，目前正和鄉公所洽談編列解說牌之預算，以健全大埔地區之生態導覽解說系統。

第 3 章、品牌監測

對旅遊地品牌發展而言，隨時評估品牌之表現藉以修正品牌發展策略是重要的課題。由於巴拉雅之品牌規劃仍處建設期間，因此，本計畫之主要目的在於設計出一套工具，以做為未來巴拉雅品牌執行後定期監測其品牌表現之依據。

第一節 調查項目、原則與方法

一、品牌監測之項目

依據聯合國世界觀光組織與歐洲旅遊委員會 (World Tourism Organization & European Travel Commission; UNWTO & ETC) 於 2009 年出版之「旅遊地品牌建構手冊」(Handbook on Tourism Destination Branding) 中，詳細說明建立旅遊地品牌之程序，本計畫參考 UNWTO 與 ETC 之建議，進行巴拉雅之「品牌知名度」、「品牌聯想」、「品牌意象」及「品牌忠誠度」等四個調查項目。另遊客之旅遊滿意度可視為旅遊地競爭力之重要指標，因此除了前述四項品牌調查項目外，亦將以一係旅遊地之供給系統組成部分，研擬遊客滿意度之調查。

(一) 品牌知名度

品牌知名度之調查問項包含下列四題項：

項 目	是	否
01. 是否有聽過「巴拉雅國家風景區」？	☐	☐
02. 我知道巴拉雅國家風景區的位置？	☐	☐
03. 我知道巴拉雅國家風景區內的主要景點？	☐	☐
04. 我知道巴拉雅國家風景區的旅遊資源特色？	☐	☐
05. 我看過/聽過巴拉雅國家風景區的行銷宣傳活動？	☐	☐

(二) 品牌聯想

在品牌聯想 (brand association) 的部份，本計畫採用品牌研究中常用的兩種方法進行調查：(1) 未受協助的品牌回憶法 (un-aided brand recall)，亦即以開放式問卷，請受訪者填答當想起巴拉雅時會有些什麼聯想。依據前次調查結果，以及為了收斂受訪者的答案，本計畫列出三個空格讓受訪者填寫；(2) 受協助的品牌回憶法 (aided brand recall)，此部份主要衡量巴拉雅鄉村旅遊品牌：繽紛、浪漫、歡樂、及渡假等四大定位的聯想程度。

1. 未受協助的品牌回憶法

問題：不論您是否聽過或到過巴拉雅國家風景區，當您「聽到巴拉雅國家風景區」，您會有哪些聯想？請以簡單的語句，寫在下列空格處。

(a) _____ (b) _____ (c) _____

2. 受協助的品牌回憶法

問題：請問當您聽到或看到「巴拉雅國家風景區」是否會讓您有下列聯想：

項 目	非常同意	同意	無意見	不同意	非常不同意
01. 想到巴拉雅國家風景區會讓我想起繽紛的感覺	☐	☐	☐	☐	☐
02. 想到巴拉雅國家風景區會讓我想起浪漫的感覺	☐	☐	☐	☐	☐
03. 想到巴拉雅國家風景區會讓我想起歡樂的感覺	☐	☐	☐	☐	☐
04. 想到巴拉雅國家風景區會讓我想起度假的感覺	☐	☐	☐	☐	☐

(三) 品牌形象

品牌形象之調查延續「巴拉雅國家風景區觀光品牌發展定位建議案」之調查問卷持續進行調查，共計有 28 個問項。該量表經前次約 600 份問卷的分析，具有良好的信效度，因此持續沿用，也可方便進行跨年的比較。

項 目	非常同意	同意	無意見	不同意	非常不同意
01. 這裡有舒適宜人的氣候	☐	☐	☐	☐	☐
02. 這裡有獨特的鄉村景觀	☐	☐	☐	☐	☐
03. 這裡有新鮮的空氣	☐	☐	☐	☐	☐
04. 這裡有優美的自然風光	☐	☐	☐	☐	☐
05. 這裡有豐富的自然生態	☐	☐	☐	☐	☐
06. 這裡有濃厚的歷史文化氣息	☐	☐	☐	☐	☐
07. 這裡有很豐富的文化資源	☐	☐	☐	☐	☐
08. 這裡有濃厚的鄉土人情味	☐	☐	☐	☐	☐
09. 這裡有具特色的節慶活動	☐	☐	☐	☐	☐
10. 這裡有多樣高品質的住宿設施	☐	☐	☐	☐	☐
11. 這裡有多樣高品質的餐飲設施	☐	☐	☐	☐	☐
12. 這裡有多樣有趣的購物設施	☐	☐	☐	☐	☐
13. 這裡有具地方特色的美食小吃	☐	☐	☐	☐	☐

項 目	非常同意	同意	無意見	不同意	非常不同意
14. 這裡有具地方特色的農特產品	☐	☐	☐	☐	☐
15. 這裡的旅遊資訊容易取得	☐	☐	☐	☐	☐
16. 這裡有清楚的道路指標	☐	☐	☐	☐	☐
17. 這裡有完善的公共設施	☐	☐	☐	☐	☐
18. 這裡的聯外交通很便捷	☐	☐	☐	☐	☐
19. 這裡的居民對待遊客很親切友善	☐	☐	☐	☐	☐
20. 這裡的店家服務態度很親切友善	☐	☐	☐	☐	☐
21. 這裡的床位很便宜	☐	☐	☐	☐	☐
22. 這裡令人覺得很新奇	☐	☐	☐	☐	☐
23. 這裡令人覺得很熟悉	☐	☐	☐	☐	☐
24. 這裡令人覺得很安全	☐	☐	☐	☐	☐
25. 這裡令人覺得很放鬆	☐	☐	☐	☐	☐
26. 這裡令人覺得很舒適	☐	☐	☐	☐	☐
27. 這裡令人覺得很乾淨衛⼒	☐	☐	☐	☐	☐
28. 這裡是適合從事鄉村旅遊活動的好地方	☐	☐	☐	☐	☐

(9) 品牌忠誠度

品牌忠誠度之調查亦延續「巴拉雅國家風景區觀光品牌發展定位建議案」之調查問卷持續進行，但由於本次計畫增加了遊客滿意度之調查，因此刪除了原品牌忠誠度問卷中－題有關滿意度的問項。

項 目	非常同意	同意	無意見	不同意	非常不同意
01. 我會再到此地旅遊	☐	☐	☐	☐	☐
02. 我會推薦親朋好友來此地旅遊	☐	☐	☐	☐	☐
03. 我是此地的忠實遊客	☐	☐	☐	☐	☐
04. 下次有旅遊需求時，此地仍會是優先選擇	☐	☐	☐	☐	☐

(10) 旅遊滿意度

遊客之旅遊滿意度可視為旅遊地競爭力的重要指標，本計畫在研擬滿意度衡量問項時，係以一個旅遊地之供給系統組成要素為基礎來建構，通常一個旅遊地供給系統為由旅遊吸引力、旅遊服務、交通運輸、旅遊資訊與旅遊推廣四個層面

所組成，本計畫依據這個組成構面，加上交通部觀光局每年調查之「國人旅遊狀況調查」之旅遊滿意度問項，共研擬27個問項如下。

項 目	非常滿意	滿意	無意見	不滿意	非常不滿意
01. 鄉村景觀	☐	☐	☐	☐	☐
02. 自然資源	☐	☐	☐	☐	☐
03. 文化資源	☐	☐	☐	☐	☐
04. 生態資源	☐	☐	☐	☐	☐
05. 歷史古蹟	☐	☐	☐	☐	☐
06. 節慶活動	☐	☐	☐	☐	☐
07. 鄉土人情味	☐	☐	☐	☐	☐
08. 景點內服務設施	☐	☐	☐	☐	☐
09. 住宿設施	☐	☐	☐	☐	☐
10. 餐飲設施	☐	☐	☐	☐	☐
11. 購物設施	☐	☐	☐	☐	☐
12. 公共設施	☐	☐	☐	☐	☐
13. 住宿價格	☐	☐	☐	☐	☐
14. 餐飲價格	☐	☐	☐	☐	☐
15. 購物價格	☐	☐	☐	☐	☐
16. 景點內空間設計	☐	☐	☐	☐	☐
17. 引導指標	☐	☐	☐	☐	☐
18. 動線安排	☐	☐	☐	☐	☐
19. 環境美化綠化	☐	☐	☐	☐	☐
20. 環境整潔	☐	☐	☐	☐	☐
21. 對外交通	☐	☐	☐	☐	☐
22. 停車位數量	☐	☐	☐	☐	☐
23. 廁所清潔程度	☐	☐	☐	☐	☐
24. 旅遊資訊服務	☐	☐	☐	☐	☐
25. 人員服務態度	☐	☐	☐	☐	☐
26. 您對此次旅遊體驗之整體滿意度為何？	☐	☐	☐	☐	☐
27. 對整體旅遊服務之滿意度評分？(0~100)	_____分				

二、品牌監測之調查原則與方法

依據上述，品牌監測調查之項目共有12項，由於各調查項目之性質與目的皆不同，因此，在調查方法的選擇上亦有所區別。在12種調查項目中，品牌形象、

品牌忠誠度與遊客滿意度將列為同一份問卷（問卷 A），受訪對象應以實際到訪西拉雅之遊客為對象。另於品牌知名與品牌聯想兩個項目將列為同一份問卷，調查對象則不一定限定為有西拉雅旅遊經驗的遊客（問卷 B）。茲分別依據上述兩種不同性質調查應考慮之事項，以及調查原則方法簡述如下。

（一）品牌意象、品牌忠誠度與滿意度之調查方法

由於此類調查之遊客母體並不明確，加上調查經費限制，無法採用全國性之隨機抽樣，因此，品牌品牌意象、品牌忠誠度與滿意度將採以人員親赴現場，並以便利抽樣方式進行取樣。因此，本計畫在進行抽樣必須同時考慮三個問題：

1. 需考量問題

- (1) 依據西拉雅國家風景區管理處 99 年所執行「西拉雅國家風景區觀光品牌發展定位建議案」之現地調查問卷發現，仍有 50% 以上的遊客即使已到西拉雅旅遊，仍不知所屬地區即為西拉雅，透過網路調查之樣本更高達 9 成以上不知道或沒聽過西拉雅。
- (3) 西拉雅之轄區廣泛，但依據交通部觀光局 2009 年「國人旅遊狀況調查」原始資料分析發現，前往西拉雅旅遊之地點集中於下列地區：白河水庫風景區、白河區、關子嶺風景區、梅嶺、曾文水庫風景區、烏山頭水庫風景區、寶日區、尖山埤水庫風景區、虎頭埤風景區、走馬瀨農場與八卦嶺花園遊樂園。

2. 調查方法

綜合以上分析，為解決西拉雅品牌監測調查所面臨的問題，本計畫之調查方法（包含抽樣地點及樣本數）說明如下。

（1）抽樣地點

本計畫係以監測西拉雅之品牌為目的，而非針對各別的活動進行調查，因此，在抽樣地點方面以遊客較集中之地區為原則。依據上述分析，前往西拉雅旅遊之地點集中於關子嶺風景區等 15 個地點，依據這些地點之空間特性，本研究將其歸納成 10 個地點進行抽樣，如表 5-1 所示。

表 5-1 抽樣地點選擇

遊客常造訪的拉雅之地點	本計畫抽樣調查地點
日河水庫風景區、日河區、關子嶺風景區	關子嶺風景區
梅嶺	梅嶺風景區
曾文水庫風景區	大埔(含曾文水庫風景區內)
烏山頭水庫風景區、室日區、尖山埤水庫風景區	烏山頭水庫風景區
虎頭埤風景區	虎頭埤風景區

(2) 樣本數與抽樣原則

依據前述，在母體不確定情況下，整體品牌意識調查約需 385 份樣本即具有代表性。然而考量合於執行需求，本計畫將分別於上述 5 個抽樣地點，以便利抽樣法，各取得 300~385 份有效樣本，合計 1600 份。抽樣原則方面，則同時考量下列三個因素：(a) 樣本數將包含平日與假日樣本；(b) 樣本特性儘量符合西拉雅之母體特性，由於並無西拉雅之遊客母體特性資料，因此，本計畫以交通部觀光局 2009 之「國人旅遊狀況調查」中，到訪西拉雅之遊客特性(以年齡為主要控制變數)為參考依據；(c) 同時為了避免取得樣本填答造成意象失真，亦採直接詢問遊客對該地區之意象為問(如：施測地點為梅嶺，則請遊客針對梅嶺地區進行問卷填答)；由於本計畫所挑選之施測地點皆位於西拉雅轄區內，因此，此 5 個地區所調查之結果即可代表西拉雅之品牌形象與意識。

(二) 品牌知名度與品牌聯想

另於品牌知名度與品牌聯想兩個項目將列為同一份問卷，調查對象則不一定限定為有西拉雅旅遊經驗的遊客，對於未到訪過之潛在遊客亦應列為調查對象，因此，此兩部分則採「網路問卷」方式為主，針對潛在遊客(即未來可能到西拉雅旅遊之遊客)進行調查，同時亦將輔以現地調查，於臺北、臺中及高雄火車站三處進行遊客調查，此兩部份預計取得 400 份以上有效問卷。綜合兩份問卷，共計將取得 2000 份有效問卷進行分析。

(三) 調查人員安排與訓練

依據前述品牌監測調查項目與抽樣調查方法，本計畫在8月~9月期間進行實際問卷調查，調查時間在上述期間之平日與假日前往，調查人員除了本計畫之研究人員外，另聘請亞洲大學及臺灣首府大學餐旅學系的學生參與調查。為避免因調查人員之認知不同而造成結果之偏誤，因此在正式調查前，先行對調查人員進行訓練講習，包括問卷內容之講解、調查禮節、遊客問題之回答、以及調查安全問題等。在調查人力分配方面，由於調查地點分散各個區域，每個區域皆有一名本計畫之研究生擔任組員，搭配另兩名訪查員進行。

(四) 資料分析方法

在取得足夠之有效問卷份數後，本計畫製作編碼簿，並將調查資料鍵入 EXCEL 檔案中，之後利用 SPSS 統計軟體進行分析，說明如下：

1. 問卷的信度分析：以社會科學調查中常用之 Chronbach' s alpha 值來進行檢定。
2. 樣本特性分析：利用百分比及平均數兩個統計量來歸納受訪遊客之特性，並與交通部觀光局國人旅遊狀況調查中有關巴拉雅遊客母體特性做比較。此外，在此項分析中，將可分析得知巴拉雅遊客之旅遊特性。
3. 敘述性統計分析：利用百分比、平均數兩個敘述性統計量來歸納各個品牌監測項目之趨勢與特性。此部份的重點還包括與另外品牌調查之結果進行比較分析，比較分析的項目包括品牌知名度、品牌意象、品牌忠誠度三個項目，這三個項目由於是利用等距尺度，因此可進行量化比較。

第二節 品牌知名 度與品牌聯想

一、抽樣方法

本計畫有關品牌知名 度與品牌聯想的受訪對象不限定在有到拉雅旅遊經驗的遊客，因此本計畫採用現地調查與網路問卷兩種方式進行。調查時間自 8 月 12 日開始，分別於平日與假日進行調查，其中現地調查問卷共計取得 400 份有效樣本，網路問卷 31 份，合計有效樣本 431 份。抽樣方式彙整如表 5-2。

表 5-2 品牌知名 度與品牌聯想之抽樣方法

編號	抽樣地點	調查時間	有效問卷數
A	臺北火車站	100. 08. 12(五)起 100. 08. 13(六)迄	131 份
B	臺中火車站	100. 08. 12(五)起 100. 08. 13(六)迄	128 份
C	高雄火車站	100. 08. 13(六)起 100. 08. 21(日)迄	141 份
D	網路問卷	100. 08. 12(五)起 100. 09. 03(六)迄	31 份
合計			431 份

二、受訪者特性

在受訪者特性方面，男性居多，佔 53. 1%，年齡層以 30-59 歲的族群較多，合計約 65. 7%，約與到拉雅遊客之身體特徵相近。值得注意的是，受訪者中有高達 89. 3%表示不曾到訪到拉雅國家風景區，但卻有非常高比例的遊客表示曾經到過到拉雅境內一些較為著名的景點，顯示即將於 2011 年 11 月 26 日成立滿六年的到拉雅國家風景區在三大都會區的民衆印象中仍較為陌生。

表 5-3 品牌知名度與品牌聯想調查之受訪者特性

項目	類別	次數	(%)	項目	類別	次數	(%)
性別	男性	229	53.1	婚姻狀況	未婚	181	42.0
	女性	202	46.9		已婚	244	56.6
					其他	6	1.4
年齡	12-19 歲	41	9.7	是否到過西拉雅國家風景區旅遊？	是	46	10.7
	20-24 歲	31	7.2		否	385	89.3
	25-29 歲	37	8.6	是否曾經到過以下景點旅遊或參訪？			
	30-39 歲	93	21.6				
	40-49 歲	124	28.8	關子嶺	關子嶺	230	34.2
	50-59 歲	66	15.3		白河水庫	122	18.1
	60-64 歲	13	3.0		鹿寮水庫	28	4.2
	65-69 歲	13	3.0		水火同源	135	20.1
	70 歲以上	12	2.8		大仙寺	28	4.2
居住地	基隆市	6	1.4	烏山頭	六重溪溫泉	38	5.6
	新北市	107	24.8		永安高爾夫球場	19	2.8
	臺北市	102	23.7		仙湖休閒農場	16	2.4
	桃園縣	24	5.6		東山咖啡大街	57	8.5
	新竹縣	12	2.8		烏山頭水庫	92	28.6
	新竹市	8	1.9	虎頭埤	尖山埤水庫	140	43.5
	苗栗縣	10	2.3		臺南藝術大學	48	14.9
	臺中市	62	14.4		天壇	42	13.0
	南投縣	9	2.1		虎頭埤水庫	107	30.1
	彰化縣	8	1.9		九層嶺花園遊樂區	20	5.6
	雲林縣	7	1.6		大坑休閒農場	30	8.4
	嘉義縣	6	1.4	曾文	走馬瀨農場	165	46.3
	嘉義市	6	1.4		平埔公廨	34	9.6
	臺南市	14	3.2		曾文水庫	198	54.5
	高雄市	21	4.9		歐都納山野度假村	23	6.3
	屏東縣	5	1.2		鹿陶洋江家古厝	20	5.5
	宜蘭縣	6	1.4	左鎮	情人公園	80	22.0
	花蓮縣	11	2.6		梅嶺風景區	42	11.6
	臺東縣	3	0.7		菜寮溪化石陳列館	65	44.5
	澎湖縣	1	0.2		草山月世界	50	34.2
	金門縣	0	0.0		五峰山臺灣獼猴保護區	31	21.2
	連江縣	0	0.0				
	其他	3	0.7				

三、西拉雅之品牌知名度

品牌知名度之調查結果如表 5-4 所示，結果顯示有 27.8% 的受訪者聽過西拉雅國家風景區，其獲得訊息的主要管道為新聞媒體報導、網路資訊、親朋好友、道路標示及平面媒體，回答比例皆超過 10%。進一步詢問是否知道西拉雅國家風景區所在位置，約 25% 表示知道，且大部分都能正確寫出其大致範圍。

進一步詢問有關西拉雅之主要景點、旅遊資源特色、與行銷活動三個問題，由於這些問題必須對於西拉雅有更多的資訊與知識才能填答，因此這三個題目之回答為「是」的比例則明顯降低至 10% 或更低，但值得注意的是，回答「是」之受訪者大都能正確寫出答案，包含近年開始執行之臺南西拉雅亦在回答之列。

表 5-4 西拉雅之品牌知名度調查結果

問項	次數 (n=485)
1. 我有聽過「西拉雅國家風景區」？	
是	120 (27.8%)
否	311 (72.2%)
(1)若勾選「是」，則主要得知管道	
電視新聞報導	19(15.8%)
網路資訊	16(13.3%)
親朋好友	14(11.7%)
標示	11(9.2%)
平面媒體	10(8.3%)
學校上課	5(4.2%)
當地人	5(4.2%)
去過	5(4.2%)
路過	3(2.5%)
旅遊資訊	3(2.5%)
科博館	1(0.8%)
政府機關	1(0.8%)
學校活動	1(0.8%)
忘了	1(0.8%)
未填答	25(20.9%)
2. 我知道西拉雅國家風景區的位置？	
是	108 (25.1%)
否	323 (74.9%)
(1)若勾選「是」，則位置為	
臺南	48(44.4%)
臺南縣	19(17.6%)
南部	2(1.9%)
外國	1(0.9%)

表 5-4 西拉雅之品牌知名度調查結果

問項	次數 (n=485)
宜蘭	1(0.9%)
高雄縣	1(0.9%)
嘉義縣、臺南縣、高雄縣	1(0.9%)
未填答	35(32.5%)
3. 我知道西拉雅國家風景區內的主要景點？	
是	43 (10.0%)
否	388 (90.0%)
(1)若勾選「是」，則主要景點為	
關子嶺	11(28.9%)
曾文水庫	7(18.4%)
烏山頭水庫	5(13.2%)
虎頭埤水庫	3(7.9%)
水庫	2(5.3%)
白河	2(5.3%)
左鎮	1(2.6%)
八田與一紀念館	1(2.6%)
梅嶺	1(2.6%)
未填答	5(13.2%)
4.我知道西拉雅國家風景區的旅遊資源特色？	
是	50 (11.6%)
否	381 (88.4%)
(1)若勾選「是」，則旅遊資源特色為	
平埔族	6(12.0%)
水庫	5(10.0%)
泥漿溫泉	2(4.0%)
人文生態	2(4.0%)
景色優美	2(4.0%)
山路很多	1(2.0%)
芒果	1(2.0%)
很美	1(2.0%)
海邊	1(2.0%)
結合傳統文化	1(2.0%)
親子生態、泡湯、宗教	1(2.0%)
未填答	27(54.0%)
5.我看過/聽過西拉雅國家風景區的行銷宣傳活動？	
是	36 (8.4%)
否	397 (91.6%)
(1)若勾選「是」，則看過/聽過行銷宣傳活動為	
白河蓮花節	1(2.8%)
旅遊節目	1(2.8%)
馬瀨農場牧場節	1(2.8%)
牽手西拉雅	1(2.8%)

表 5-4 西拉雅之品牌知名度調查結果

問項	次數 (n=485)
溫泉季	1(2.8%)
路旁標示	1(2.8%)
臺南水雉生態園區相關活動	1(2.8%)
未填答	29(80.4%)

9. 品牌聯想

(一) 量尺分析

「繽紛、浪漫、歡樂的鄉村渡假王國」為西拉雅國家風景區之鄉村旅遊品牌定位，試圖打造不同於國內現有以休閒農業體驗為核心的產品，更期藉此吸引北部及中部都會區的年輕朋友市場，因此本計畫將其列品牌監測的調查項目。由於西拉雅之品牌宣傳尚未正式開展，因此表 5-5-a 的結果來看，潛在遊客對於這些品牌概念的聯想程度較低，以全體樣本來看，度假的聯想則為其中較高者。

值得注意的是，不同居住地區的受訪者對於這四個定位的聯想有明顯差異，中部地區的受訪者對於四個品牌定位的聯想程度最高，北部與東部受訪者之聯想程度次之，且兩者相近，最低者為南部地區的受訪者。此結果與受訪者對於西拉雅之認識程度有關，換言之，北部及中部屬於原始印象，而南部則為複合意象。

表 5-5-a 西拉雅之品牌聯想量化分析

問項	全體 n=431	北部 遊客 n=265	中部 遊客 n=89	南部 遊客 n=59	東部 遊客 n=14
想起繽紛的 感覺	3.325	3.309	3.551	3.068	3.429
想起浪漫的 感覺	3.269	3.223	3.506	3.085	3.429
想起歡樂的 感覺	3.369	3.298	3.652	3.254	3.357
想起度假的 感覺	3.394	3.347	3.663	3.169	3.786

※表中以受訪者之居住地區分為「北部遊客」、「中部遊客」、「南部遊客」及「東部遊客」，其中有 4 位未填達居住地，故未列入各區遊客分析中。

(二) 顯性分析 (首要聯想)

除了量性分析外，本計畫也同時採用未受協助的品牌回憶法，來瞭解西拉雅國家風景區的品牌聯想，問卷中共計列出三個空格讓受訪者填寫，本計畫針對受訪者之首要聯想進行歸納分析，結果如表 5-5-b 所示。

針對首要聯想的調查結果，可歸納出下列兩個特性：(1)受訪者雖然到訪西拉雅境內知名景點的比例很高，但對於「西拉雅」這個品牌名稱仍然陌生，加上該品牌名稱與知名美國城市「西雅圖」、熱門電影「西雅圖夜未眠」、及知名咖啡連鎖店「西雅圖咖啡」有些類似，因此讓受訪者直覺的加以連結，更由此延伸出國外、很遠、很美或浪漫等相關連的想像；(2)相較於去(2010)年而言，受訪者對於西拉雅的首要聯想則有收斂的趨勢，因為有更多的受訪者直覺聯想到平埔、山、咖啡、臺南、水庫、風景區、自然、休閒等境內資源、景點與特色。

表 5-5-b 潛在遊客對西拉雅品牌之首要聯想

品牌聯想物	次數
西雅圖、西雅圖未眠、西雅圖咖啡、西雅圖咖啡關係企業	28(6.4%)
平埔夜祭、平埔族、平埔族文化、平埔族原住民	18(4.0%)
外國、外國風景區、外國高山、在國外、在國外的某個公園	15(3.5%)
山、山上、山谷、河川山岳、山區山景、山景秀麗	14(3.3%)
咖啡、咖啡豆園、咖啡店、咖啡樹	12(2.7%)
臺南、臺南縣、臺南縣風景區、臺南縣傳統農家生活	7(1.1%)
西班牙	5(1.2%)
西拉雅、西拉雅族、西拉雅文化	4(0.9%)
5水庫、水庫	4(0.9%)
希拉蕊	4(0.9%)
好山好水、有山有水、好吃的、在山上	4(0.8%)
古代、神秘、古老、史前時代	3(0.6%)
天空	3(0.6%)
公園	2(0.5%)
大自然	2(0.5%)
休閒	2(0.5%)
一個風景區	1(0.2%)
大峽谷	1(0.2%)
大樹	1(0.2%)
太陽	1(0.2%)
太魯閣	1(0.2%)
月世界	1(0.2%)
水火同源	1(0.2%)
以前的原住民	1(0.2%)
冬山河	1(0.2%)
北歐	1(0.2%)
四季風景優美	1(0.2%)
左鎮	1(0.2%)
民族風	1(0.2%)
玉山國家	1(0.2%)
生態	1(0.2%)
全是風景	1(0.2%)
在西邊	1(0.2%)
安地部落	1(0.2%)
有點神話的地方	1(0.2%)
自然景觀	1(0.2%)
西伯利亞	1(0.2%)
西部	1(0.2%)
西堤牛排	1(0.2%)
西瑪拉雅山	1(0.2%)
希臘	1(0.2%)
夜景	1(0.2%)
奇怪	1(0.2%)
奇景	1(0.2%)
奇萊山	1(0.2%)
拉拉山	1(0.2%)

第三節 品牌形象、滿意度與忠誠度

一、抽樣方法

在品牌形象、滿意度、忠誠度的調查採訪員現地調查，本計畫依據交通部觀光局辦理之「國人旅遊狀況調查」原始資料，歸納出該區遊客最常到訪的拉雅之地點進行取樣。抽樣原則涵蓋平日與假日，並參照觀光局之隨機抽樣調查結果，以年齡來控制調查對象。抽樣方法採便利與立意抽樣兩種方式，分別於該區遊客較為集中的地點，先行詢問遊客填答意願並徵得同意後，由訪員發送並講解問卷內容，填答完成再當場回收，共計取得 1,609 份有效樣本。

表 5-6 品牌形象、滿意度與忠誠度之抽樣方法

編號	調查地區	調查時間	主要抽樣地點	問卷份數
A	關子嶺地區	100.08.16(二)	❶水火同源 ❷碧雲寺	400 份
		100.08.17(三)		
		100.08.18(四)		
		100.08.19(五)		
B	曾文水庫地區	100.08.16(二)	曾文水庫	61 份
		100.09.24(六)		
C	梅嶺地區	100.08.16(二)	梅嶺風景區	398 份
		100.08.17(三)		
		100.09.18(日)		
		100.09.24(六)		
		100.09.25(日)		
D	烏山頭地區	100.08.17(三)	烏山頭水庫	407 份
		100.08.20(六)		
		100.08.21(日)		
E	虎頭埤地區	100.08.15(一)	❶虎頭埤水庫 ❷足瀨瀨戲場	343 份
		100.09.03(六)		
合計				1,609 份

二、受訪者特性

(一) 人口特性

品牌形象、滿意度、忠誠度調查之受訪者人口特性(demographic characteristics)歸納如表 5-7，整體而言，在 1609 位受訪者中，以女性(54.2%)略多於男性(45.8%)，年齡則以 30-49 歲的年齡層佔 44.3%最多，婚姻狀況則集中於已婚有小孩(52.4%)及未婚(42.8%)兩種類型，可看出拉雅遊客以家庭旅遊居多的特性。在受訪者的居住地方面，以南部地區最多，佔 66.6%，其次為北部地區(17.8%)，中部地區(14.2%)，東部

地區 (0.2%)及離島 (0.3%)最少，顯示西拉雅的主要客源地來自於鄰近的南部地區，其中入以臺南市及高雄市佔大多數，尤其梅嶺地區有高達 70%的遊客來自於臺南市。

在 10 個調查地區中，吸引北部地區遊客最多的是關子嶺與虎頭埤兩個地區，其中關子嶺的遊客大多來自北部與中部的地區，合計佔 49.6%。這與關子嶺發展較早，且擁有較獨特之溫泉資源與住宿設施有關。

表 5-7 西拉雅之品牌忠誠度與品牌意象受訪者人口特性

問項	全體 n=1609	關子嶺 n=400	曾文 n=61	梅嶺 n=398	烏山頭 n=407	虎頭埤 n=343
性別						
男生	737 (45.8)	182 (45.5)	31 (50.8)	185 (46.5)	174 (42.8)	165 (48.1)
女生	872 (54.2)	218 (54.5)	30 (49.2)	213 (53.5)	233 (57.2)	178 (51.9)
年齡						
12-19 歲	245 (15.2)	56 (14.0)	5 (8.2)	56 (14.1)	67 (16.5)	61 (17.8)
20-24 歲	167 (10.4)	43 (10.8)	4 (6.6)	38 (9.5)	30 (7.4)	52 (15.2)
25-29 歲	177 (11.0)	35 (8.8)	6 (9.8)	53 (13.3)	38 (9.3)	45 (13.1)
30-39 歲	383 (23.8)	67 (16.8)	22 (36.1)	113 (28.4)	120 (29.5)	61 (17.8)
40-49 歲	330 (20.5)	91 (22.8)	11 (18.0)	80 (20.1)	104 (25.6)	44 (12.8)
50-59 歲	222 (13.8)	75 (18.8)	10 (16.4)	44 (11.1)	32 (7.9)	61 (17.8)
60-64 歲	49 (3.0)	13 (3.3)	1 (1.6)	10 (2.5)	9 (2.2)	16 (4.7)
65-69 歲	21 (1.3)	11 (2.8)	0 (0.0)	3 (0.8)	6 (1.5)	1 (0.3)
70 歲以上	15 (0.9)	9 (2.3)	2 (3.3)	1 (0.3)	1 (0.2)	2 (0.6)
婚姻狀況						
已婚有小孩	843 (52.4)	228 (57.0)	30 (49.2)	199 (50.0)	234 (57.5)	152 (44.3)
已婚無小孩	54 (3.4)	13 (3.3)	8 (13.1)	18 (4.5)	9 (2.2)	6 (1.7)
未婚	688 (42.8)	152 (38.0)	23 (37.7)	174 (43.7)	158 (38.8)	181 (52.8)
其他	24 (1.5)	7 (1.8)	0 (0.0)	7 (1.8)	6 (1.5)	4 (1.2)
居住地						
基隆市	5 (0.3)	3 (0.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.6)
宜蘭縣	4 (0.2)	4 (1.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
新北市	125 (7.8)	43 (10.8)	2 (3.3)	4 (1.0)	17 (4.2)	59 (17.2)
臺北市	61 (3.8)	26 (6.5)	0 (0.0)	7 (1.8)	17 (4.2)	11 (3.2)
桃園縣	70 (4.4)	17 (4.3)	3 (4.9)	0 (0.0)	17 (4.2)	33 (9.6)
新竹縣	8 (0.5)	5 (1.3)	0 (0.0)	1 (0.3)	1 (0.2)	1 (0.3)
新竹市	13 (0.8)	10 (2.5)	0 (0.0)	1 (0.3)	1 (0.2)	1 (0.3)
苗栗縣	18 (1.1)	11 (2.8)	0 (0.0)	2 (0.5)	1 (0.2)	4 (1.2)
臺中市	151 (9.4)	61 (15.3)	10 (16.4)	15 (3.8)	52 (12.8)	13 (3.8)
南投縣	16 (1.0)	7 (1.8)	0 (0.0)	2 (0.5)	6 (1.5)	1 (0.3)
彰化縣	44 (2.7)	10 (2.5)	1 (1.6)	5 (1.3)	22 (5.4)	6 (1.7)
雲林縣	28 (1.7)	18 (4.5)	0 (0.0)	2 (0.5)	6 (1.5)	2 (0.6)
嘉義縣	44 (2.7)	16 (4.0)	0 (0.0)	6 (1.5)	21 (5.2)	1 (0.3)
嘉義市	31 (1.9)	16 (4.0)	1 (1.6)	8 (2.0)	1 (0.2)	5 (1.5)
臺南市	632 (39.3)	55 (13.8)	28 (45.9)	275 (69.1)	160 (39.3)	114 (33.2)
高雄市	313 (19.5)	76 (19.0)	15 (24.6)	65 (16.3)	75 (18.4)	82 (23.9)
屏東縣	40 (2.5)	19 (4.8)	1 (1.6)	5 (1.3)	7 (1.7)	8 (2.3)
花蓮縣	1 (0.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.2)	0 (0.0)
臺東縣	1 (0.1)	1 (0.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)

澎湖縣	3 (0.2)	1 (0.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.5)	0 (0.0)
金門縣	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
連江縣	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
其他	1 (0.1)	1 (0.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)

註：括號內為樣本數之百分比(單位：%)。

(二) 旅遊特性

受訪者之旅遊特性歸納如表 5-8，整體而言，透過親朋好友的介紹為遊客最主要的資訊管道，比例將近 50%，其次為網路資料（16.0%）與順道經過（10.4%）；在到訪次數方面，約 61%是重遊客，到訪 3 次以上遊客的比例高達 41.1%，尤其梅嶺地區遊客，重遊比例高達近 80%。在旅遊同伴方面，80%以上皆是家人或同事前來，透過旅行團的比例很低，約僅 4.3%，其中以虎頭埤之旅行團客最多，比例約 16.5%，從旅遊同伴之調查結果得知，西拉雅之遊客旅行特性大都屬於家庭旅遊或是小團體的旅遊為大宗。在交通工具方面，約 81%是以汽車為主，機車佔 9%，搭乘大眾運輸工具的比例很低。

在旅遊特性的調查項目中，本計畫另外加入品牌知名度的問項，結果顯示約有 70% 的受訪者聽過西拉雅國家風景區，沒聽過者僅約 30%，但有趣的現象是，當進一步詢問受訪者是否知道所在地區即為西拉雅國家風景區，仍有 50%的受訪者表示不知道，尤其虎頭埤地區的遊客，不知道的比例更高達 61.2%。

表 5-8 西拉雅之品牌忠誠度與品牌意象受訪者旅遊特性

問項	全體 n=1609	關子嶺 n=400	曾文 n=61	梅嶺 n=398	烏山頭 n=407	虎頭埤 n=343
得知資訊						
電視廣播	72 (3.8)	18 (3.9)	3 (4.1)	20 (4.1)	16 (3.3)	16 (3.6)
報紙雜誌	146 (7.6)	36 (7.7)	8 (11.0)	34 (7.0)	41 (8.5)	27 (6.5)
網路資料	307 (16.0)	90 (19.4)	10 (13.7)	55 (11.4)	98 (20.3)	54 (13.1)
旅行社	84 (4.4)	9 (1.9)	1 (1.4)	6 (1.2)	14 (2.9)	54 (13.1)
親朋好友	948 (49.5)	198 (42.6)	39 (53.4)	299 (61.9)	214 (44.4)	198 (47.9)
順道經過	200 (10.4)	71 (15.3)	11 (15.1)	42 (8.7)	55 (11.4)	21 (5.1)
其他	159 (8.3)	43 (9.2)	1 (1.4)	27 (5.6)	44 (9.1)	44 (10.7)
第幾次來訪						
第 1 次	628 (39.0)	161 (40.3)	22 (36.1)	91 (22.9)	189 (46.4)	165 (48.1)
第 2 次	319 (19.8)	71 (17.8)	10 (16.4)	62 (15.6)	74 (18.2)	102 (29.7)
3 次以上	662 (41.1)	168 (42.0)	29 (47.5)	245 (61.6)	144 (35.4)	76 (22.2)
旅遊同伴						
獨自前來	21 (1.1)	9 (2.0)	0 (0.0)	4 (0.8)	6 (1.3)	2 (0.5)
家人親戚	1002 (54.5)	297 (66.6)	43 (63.2)	257 (54.2)	296 (64.8)	109 (27.7)
朋友	503 (27.4)	104 (23.3)	22 (32.4)	165 (34.8)	113 (24.7)	99 (25.1)
同事	153 (8.3)	27 (6.1)	2 (2.9)	29 (6.1)	19 (4.2)	76 (19.3)
同學	66 (3.6)	7 (1.6)	0 (0.0)	12 (2.5)	7 (1.5)	40 (10.2)
旅行團	79 (4.3)	2 (0.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	12 (2.6)	65 (16.5)
其他	15 (0.8)	0 (0.0)	1 (1.5)	7 (1.5)	4 (0.9)	3 (0.8)

問項	全體 n=1609	關子嶺 n=400	曾文 n=61	梅嶺 n=398	烏山頭 n=407	虎頭埤 n=343
同行人數						
獨自前往	13 (0.8)	6 (1.5)	0 (0.0)	1 (0.3)	5 (1.2)	1 (0.3)
2-3 人	365 (22.7)	129 (32.3)	30 (49.2)	93 (23.4)	62 (15.2)	51 (14.9)
4-5 人	441 (27.4)	150 (37.5)	11 (18.0)	126 (31.7)	117 (28.7)	37 (10.8)
6 人以上	790 (49.1)	115 (28.8)	20 (32.8)	178 (44.7)	223 (54.8)	254 (74.1)
交通工具						
機車	147 (9.1)	24 (6.0)	2 (3.3)	21 (5.3)	36 (8.8)	64 (18.1)
汽車	1312(80.8)	364 (90.3)	57 (93.4)	374 (94.4)	347 (84.6)	170 (48.2)
公車	11 (0.7)	3 (0.7)	0 (0.0)	1 (0.3)	3 (0.7)	4 (1.1)
鐵路	8 (0.5)	2 (0.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (0.7)	3 (0.8)
遊覽車	140 (8.6)	10 (2.5)	2(3.3)	0 (0.0)	16 (3.9)	112 (31.7)
其他	5 (0.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	5 (1.2)	0 (0.0)
是否聽過西拉雅國家風景區						
是	1125(69.9)	269 (67.3)	46 (75.4)	311 (78.1)	290 (71.3)	209 (60.9)
否	484 (30.1)	131 (32.8)	15 (24.6)	87 (21.9)	117 (28.7)	134 (39.1)
是否知道此地位於西拉雅國家風景區範圍內						
是	800 (49.7)	196 (49.0)	36 (59.0)	192 (48.2)	243 (59.7)	133 (38.8)
否	809 (50.3)	204 (51.0)	25 (41.0)	206 (51.8)	164 (40.3)	210 (61.2)

註 1、表中「得知資訊」、「旅遊同伴」、「交通工具」為複選題分析。

三、西拉雅品牌意象

(一) 問卷信、效度分析

品牌意象的監測工具是以前一年度執行品牌意象調查的問卷為依據，經過信度分析顯示（表 5-9），信度係數皆在 0.75 以上，為一高信度的測量工具。

表 5-9 西拉雅品牌意象問卷之信度分析

構面	問項	Cronbach's α 值
旅遊餐旅服務	12. 這裡有多樣有趣的購物設施	0.85
	11. 這裡有多樣高品質的餐飲設施	
	13. 這裡有具地方特色的美食小吃	
	10. 這裡有多樣高品質的住宿設施	
	14. 這裡有具地方特色的農特產品	
休閒旅遊氣氛	26. 這裡令人覺得很舒適	0.82
	25. 這裡令人覺得很放鬆	
	24. 這裡令人覺得很安全	
	27. 這裡令人覺得很乾淨衛生	
	23. 這裡令人覺得很熟悉	
	22. 這裡令人覺得很新奇	
歷史文化氣息	06. 這裡有濃厚的歷史文化氣息	0.77
	07. 這裡有很豐富的文化資源	
	09. 這裡有具特色的節慶活動	
鄉村性	03. 這裡有新鮮的空氣	0.79
	01. 這裡有舒適宜人的氣候	
	02. 這裡有獨特的鄉村景觀	
	04. 這裡有優美的田園風光	

旅遊資訊服務	05. 這裡有豐富的自然生態	0.79
	16. 這裡有清楚的道路指標	
	15. 這裡的旅遊資訊容易取得	
	18. 這裡的聯外交通很便捷	
	17. 這裡有完善的公共設施	
旅遊友善性	19. 這裡的居民對待遊客很親切友善	0.79
	20. 這裡的店家服務態度很親切友善	
	08. 這裡有濃厚的鄉土人情味	

(二) 遊客品牌意象認知

遊客對西拉雅之品牌意象認知為品牌監測中重要的項目，結果如表 5-10 所示。結果顯示，在六個品牌意象構面中，以遊客對「鄉村性」的認知程度最高，平均分數高達 4.07，其次依次為「旅遊友善性 (3.807)」、「休閒旅遊氣氛 (3.793)」、「旅遊資訊服務 (3.662)」、「歷史文化氣息 (3.568)」，認知程度最低的是「旅遊餐旅服務」，平均分數僅 3.285。值得注意的是，遊客知覺到西拉雅是一個發展鄉村旅遊的好地方，平均分數高達 4.071。

綜合以上結果來看，西拉雅具備了發展鄉村旅遊的核心關鍵因素，亦即鄉村性、休閒氛圍，及居民與遊客的友善性，最缺乏的是購物、餐飲、住宿等設施的多樣性與品質，這些因素雖然非吸引遊客到訪的刺激因素，但卻是影響遊客旅遊滿意度的關鍵，尤其在高品質的餐飲與購物設施，為最需強化的項目。

表 5-10 遊客對西拉雅之品牌意象認知

	全體	關子嶺	曾文	梅嶺	烏山頭	虎頭埤
因素一：旅遊餐旅服務	3.285	3.342	3.233	3.577	3.061	3.155
12.這裡有多樣有趣的購物設施	3.046	3.143	2.836	3.171	2.902	2.997
11.這裡有多樣高品質的餐飲設施	3.181	3.173	3.115	3.405	3.012	3.143
13.這裡有具地方特色的美食小吃	3.424	3.483	3.311	4.075	3.025	3.114
10.這裡有多樣高品質的住宿設施	3.200	3.313	3.295	3.116	3.140	3.222
14.這裡有具地方特色的農特產品	3.571	3.600	3.607	4.121	3.229	3.300
因素二：休閒旅遊氣氛	3.793	3.810	4.036	3.816	3.776	3.725
26.這裡令人覺得很舒適	4.103	4.160	4.426	4.226	4.029	3.921
25.這裡令人覺得很放鬆	4.211	4.223	4.443	4.291	4.167	4.108
24.這裡令人覺得很安全	3.693	3.645	3.950	3.595	3.813	3.673
27.這裡令人覺得很乾淨衛生	3.617	3.578	4.197	3.568	3.645	3.577
23.這裡令人覺得很熟悉	3.606	3.557	3.705	3.688	3.580	3.580
22.這裡令人覺得很新奇	3.531	3.690	3.492	3.528	3.415	3.492
因素三：歷史文化氣息	3.568	3.665	3.563	3.563	3.612	3.409
06.這裡有濃厚的歷史文化氣息	3.666	3.835	3.39	3.583	3.826	3.370
07.這裡有很豐富的文化資源	3.718	3.825	3.770	3.706	3.759	3.551
09.這裡有具特色的節慶活動	3.319	3.335	3.279	3.399	3.251	3.297
因素四：鄉村性	4.071	4.106	4.275	4.212	3.987	3.930
03.這裡有新鮮的空氣	4.282	4.278	4.475	4.437	4.238	4.125
01.這裡有舒適宜人的氣候	3.978	4.118	4.246	4.271	3.749	3.697

02.這裡有獨特的鄉村景觀	4.017	4.058	4.180	4.128	3.951	3.892
04.這裡有優美的田園風光	4.035	4.010	4.246	4.108	4.029	3.950
05.這裡有豐富的自然生態	4.042	4.068	4.230	4.113	3.968	3.985
因素五：旅遊資訊服務	3.662	3.550	3.893	3.588	3.792	3.682
16.這裡有清楚的道路指標	3.806	3.640	4.066	3.814	3.902	3.831
15.這裡的旅遊資訊容易取得	3.741	3.615	3.984	3.714	3.813	3.790
18.這裡的聯外交通很便捷	3.533	3.470	3.656	3.430	3.722	3.481
17.這裡有完善的公共設施	3.567	3.475	3.869	3.394	3.730	3.627
因素六：旅遊友善性	3.807	3.795	3.923	3.986	3.778	3.626
19.這裡的居民對待遊客很親切友善	3.819	3.798	3.902	3.985	3.801	3.659
20.這裡的店家服務態度很親切友善	3.767	3.740	3.967	3.990	3.737	3.539
08.這裡有濃厚的鄉土人情味	3.834	3.845	3.902	3.982	3.796	3.679
28這裡是適合從事鄉村旅遊的地方	4.071	4.090	4.311	4.098	4.047	4.006

註：表中之數字為其平均數。

9.2 巴拉雅國家風景區遊客滿意度分析

(一) 問卷信效度

遊客滿意度為巴拉雅國家風景區於今(2011)年首度納入V.L.品牌監測項目，為利於往後之分析，本研究先行將原有 25 個遊客滿意度問項進行探索性因素分析(explorative factor analysis; EFA)，藉以瞭解所調查資料之結構，以及問卷信效度。利用組成份分析法，以最大變異數進行因素轉軸，並以特徵值大於 1 為因素數量選取的依據。進行 EFA 後發現，在 25 個問項中，「歷史古蹟」、「節慶活動」、「鄉土人情味」、「景點內服務設施」、「公共設施」及「景點內空間設計」六個題項之因素負荷量 (factor loading) 偏低 (<0.4)，且分屬於多個構面表示鑑別度較低，亦即在衡量遊客滿意度時不具效度，因此本研究加以刪除下列 V 分析，並建議未來進行遊客滿意度調查時，這六個項目可加以省略。

EFA 分析結果如表 5-11 所示，結果共萃取出三個因素構面，總累積解釋變異量高達 60.4%，各題項因素負荷量亦皆在 0.5 以上，三個構面之信度值亦皆達 0.84 以上，顯示經修正後之遊客滿意度量表已具備高度之信度及效度。

表 5-11 遊客滿意度問卷之信效度分析結果

構面與題項	因素負荷量	解釋變異量	信度分析 (Chronbach's α)
因素 1: 旅遊資源			
01.鄉村景觀	0.792	15.63%	0.842
02.自然資源	0.835		
03.文化資源	0.710		
04.生態資源	0.758		
因素 2: 餐旅設施		20.82%	0.889

09.住宿設施	0.665		
10.餐飲設施	0.714		
11.購物設施	0.739		
13.住宿價格	0.799		
14.餐飲價格	0.788		
15.購物價格	0.753		
因素 3: 公共服務			
17.引導指標	0.665		
18.動線安排	0.693		
19.環境美化綠化	0.672		
20.環境整潔	0.700		
21.對外交通	0.657	23.95%	0.887
22.停車位數量	0.673		
23.廁所清潔程度	0.680		
24.旅遊資訊服務	0.714		
25.人員服務態度	0.532		

註：總累積解釋變異=60.4%；KMO 值=0.924；Bartlett 球形檢定 Chi-square=16538.4。

(二) 遊客滿意度調查結果

遊客滿意度為本 (2011) 年增加之品牌監測項目，遊客滿意度為重要項目，許多國家甚至以遊客滿意度來做為旅遊競爭力的衡量方式之一，巴拉雅之遊客滿意度調查結果歸納如表 5-12 所示。整體而言，遊客對於巴拉雅之旅遊滿意度屬於中等程度，整體滿意度平均數僅達 3.87，整體評價亦僅 78.4 分。

在三個滿意度構面中，遊客對於巴拉雅滿意度最高的部份為旅遊資源 (3.93)，尤其鄉村景觀與自然資源的滿意度更高達 4.03 與 4.07。其次為公共服務的滿意度 (3.68)，滿意度最低者為餐旅服務，平均數僅 3.25，尤其購物設施之滿意度僅達 3.15。

以三個調查區來看，在旅遊資源方面，以曾文地區的遊客滿意度最高；在餐旅服務方面，以梅嶺地區的遊客滿意度最高；在旅遊公共服務方面，則以曾文地區的滿意度最高，其次為烏山頭。在整體滿意評價方面，則以曾文地區最高。另外特別值得一提的是，在眾多的滿意度項目中，遊客對於曾文地區的自然環境、環境綠化美化、以及環境整潔的滿意度非常高，為其中最明顯的部份。

表 5-12 遊客滿意度調查結果

項目	全體 (n=1609)	關子嶺 (n=400)	曾文 (n=61)	梅嶺 (n=398)	烏山頭 (n=407)	虎頭埤 (n=343)
因素 1: 旅遊資源	3.93	3.98	4.01	3.96	3.90	3.85
01.鄉村景觀	4.03	4.05	4.10	4.11	3.96	3.98
02.自然資源	4.07	4.09	4.23	4.11	4.04	4.02
03.文化資源	3.72	3.82	3.70	3.68	3.77	3.59

04.生態資源	3.89	3.95	4.02	3.94	3.83	3.81
因素 2: 餐飲設施	3.25	3.27	3.21	3.35	3.18	3.23
09.住宿設施	3.27	3.38	3.38	3.14	3.26	3.27
10.餐飲設施	3.37	3.33	3.36	3.67	3.20	3.28
11.購物設施	3.15	3.21	3.07	3.19	3.10	3.13
13.住宿價格	3.20	3.23	3.18	3.22	3.15	3.22
14.餐飲價格	3.28	3.25	3.15	3.47	3.19	3.20
15.購物價格	3.24	3.25	3.13	3.37	3.16	3.19
因素 3: 公共服務	3.68	3.61	4.07	3.61	3.77	3.65
17.引導指標	3.70	3.61	3.92	3.67	3.72	3.76
18.動線安排	3.66	3.57	3.97	3.65	3.70	3.66
19.環境美化綠化	3.91	3.78	<u>4.41</u>	3.87	3.96	3.94
20.環境整潔	3.72	3.64	<u>4.28</u>	3.62	3.83	3.70
21.對外交通	3.57	3.50	3.87	3.43	3.79	3.50
22.停車位數量	3.64	3.61	4.02	3.46	3.80	3.62
23.廁所清潔	3.47	3.49	4.13	3.31	3.57	3.39
24.旅遊資訊服務	3.66	3.58	4.03	3.60	3.76	3.65
25.人員服務態度	3.78	3.75	4.02	3.90	3.81	3.60
整體滿意度	3.87	3.94	3.93	3.94	3.85	3.75
整體滿意度評價	78.40	79.14	81.28	79.77	78.57	75.24

*整體滿意度評價之調查方式為請受訪者 0~100 給分。

五、品牌忠誠度

品牌忠誠度以四個題項來監測，結果如表 5-13。整體而言，遊客願意重遊的平均數為 3.97，推薦他人來此地旅遊的意願降低至 3.888，至於是否忠實顧客以及該區是否下次旅遊的首選，平均分數僅約 3.4。就四個調查地區來看，其中以梅嶺遊客之忠誠度最高，自我重遊以及推薦意願皆高達 4 以上，認為是梅嶺忠實顧客的認知也最高，此結果可從遊客旅遊特性之結果中得知，亦即梅嶺有超過 60%以上遊客之旅遊次數超過 3 次。忠誠度最低的地區為虎頭埤。

表 5-13 遊客對西拉雅品牌之忠誠度

	全體	關子嶺	曾文	梅嶺	烏山頭	虎頭埤
01.我會再到此地旅遊	3.907	3.950	3.984	4.048	3.889	3.703
02.我會推薦親朋好友來此地旅遊	3.888	3.965	3.852	4.038	3.865	3.656
03.我是此地的忠實顧客	3.430	3.478	3.377	3.671	3.405	3.134
04.下次當我有旅遊需求時，此地仍會是優先選擇	3.441	3.443	3.344	3.643	3.452	3.210

第 9 節 99 年與 100 年品牌比較

品牌監測的重要意義在於動態的管理品牌形象，因此持續定期的調查，才得以觀察出西拉雅品牌的表現與變化，結果將可做為許多計畫擬定與決策的參考。本計畫將 100 年的品牌調查結果與 99 年做一比較，包含品牌知名度、品牌形象、品牌忠誠度三個項目。

一、品牌知名度

西拉雅品牌知名度比較如表 5-14，整體而言，在 10 個題項中，有三個有明顯提昇，包含知道西拉雅國家風景區的位置，知道之比例提昇了 6.3%，知道西拉雅國家風景區資源特色之比例提高了 5.4%，有看過或聽過西拉雅國家風景區行銷活動的比例也提高了 5.1%。其餘兩個項目則無統計上的顯著差異。綜合以上結果顯示，在近八個月期間，西拉雅之品牌知名度有顯著的提昇。

表 5-14 99-100 年西拉雅品牌知名度比較

問項		2010 年	2011 年	變化
我有聽過西拉雅國家風景區	是	142(29.3)	120(27.8)	-
	否	343(70.7)	311(72.2)	
我知道西拉雅國家風景區位置	是	91(18.8)	108(25.1)	↑ 6.3%
	否	394(81.2)	323(74.9)	
我知道西拉雅國家風景區內的主要景點	是	43(8.9)	43(10.0)	-
	否	442(91.9)	388(90.0)	
我知道西拉雅國家風景區的旅遊資源特色	是	30(6.2)	50(11.6)	↑ 5.4%
	否	455(93.8)	381(88.4)	
我看過/聽過西拉雅國家風景區的行銷宣傳活動	是	16(3.3)	36(8.4)	↑ 5.1%
	否	469(96.7)	397(91.6)	

註 1、括號內為樣本數之百分比(單位：%) 註 2、‘-’表示無統計上之顯著差異。

二、品牌形象

品牌形象的比較如表 5-15，整體而言，在西拉雅品牌形象的六個構面共計 26 個測量項目中，大都沒有顯著的變化，僅「有舒適宜人的氣候」一個問項之平均數顯著下降了 0.283，此結果可能與本計畫兩年調查的時間不同有關。換言之，2010 的調查時間約在 11 月左右，天氣較涼爽，2011 年則在最酷熱的暑假進行，可能因此導致了遊客的認

知有差異。

前述結果顯示兩個重要意義：

(1)距離前次品牌形象調查時間約八個月，證實了許多文獻（如 Pike (2009)研究澳洲黃金海岸的城市品牌形象的變遷）指出遊客形象不易在短時間內改變的論述；

(2)一般旅遊市場中品牌形象與時間不同，遊客會有不同旅遊需求與行為，旅遊市場的產品供給也會有所差異，因此，品牌監測建議應以「季」為單位定期進行，才能掌握較為全面與精確的資訊。

表 5-15 99-100 年西拉雅品牌形象比較

	2010年	2011年	變化
因素一：旅遊餐旅服務	3.352	3.285	—
12.這裡有多樣有趣的購物設施	3.076	3.046	—
11.這裡有多樣高品質的餐飲設施	3.248	3.181	—
13.這裡有具地方特色的美食小吃	3.493	3.424	—
10.這裡有多樣高品質的住宿設施	3.283	3.200	—
14.這裡有具地方特色的農特產品	3.660	3.571	—
因素二：休閒旅遊氣氛	3.795	3.793	—
26.這裡令人覺得很舒適	4.083	4.103	-
25.這裡令人覺得很放鬆	4.148	4.211	-
24.這裡令人覺得很安全	3.719	3.693	—
27.這裡令人覺得很乾淨衛生	3.674	3.617	—
23.這裡令人覺得很熟悉	3.622	3.606	—
22.這裡令人覺得很新奇	3.524	3.531	-
因素三：歷史文化氣息	3.608	3.568	—
06.這裡有濃厚的歷史文化氣息	3.688	3.666	—
07.這裡有很豐富的文化資源	3.712	3.718	-
09.這裡有具特色的節慶活動	3.424	3.319	—
因素四：鄉村性	4.130	4.071	—
03.這裡有新鮮的空氣	4.348	4.282	—
01.這裡有舒適宜人的氣候	4.216	3.978	↓ 0.283
02.這裡有獨特的鄉村景觀	4.069	4.017	—
04.這裡有優美的田園風光	4.009	4.035	-
05.這裡有豐富的自然生態	4.010	4.042	-
因素五：旅遊資訊服務	3.725	3.662	—
16.這裡有清楚的道路指標	3.862	3.806	—
15.這裡的旅遊資訊容易取得	3.722	3.741	-
18.這裡的聯外交通很便捷	3.674	3.533	—
17.這裡有完善的公共設施	3.640	3.567	—
因素六：旅遊友善性	3.843	3.807	—
19.這裡的居民對待遊客很親切友善	3.867	3.819	—
20.這裡的店家服務態度很親切友善	3.778	3.767	—
08.這裡有濃厚的鄉土人情味	3.885	3.834	—
28.這裡是適合從事鄉村旅遊的地方	4.093	4.071	—

註 1、表中之數字為平均數

註 2、‘-’表示無統計上之顯著差異。

三、品牌忠誠度

在品牌忠誠度方面，表 5-16 的結果顯示兩年並無統計上顯著的差異。

表 5-16 99-100 年遊客對西拉雅品牌忠誠度比較

	2010 年 (n=598)	2011 年 (n=1,609)	變化
01.我會再到此地旅遊	3.958	3.907	—
02.我會推薦親朋好友來此地旅遊	3.966	3.888	—
03.我是此地的忠實顧客	3.479	3.430	—
04.下次當我有旅遊需求時，此地仍會是優先選擇	3.494	3.441	—

註 1、表中之數字為平均數

註 2、‘-’表示無統計上之顯著差異。

九、小結

綜合西拉雅品牌監測調查結果的比較結果，本計畫提出若干建議如下：

(一)西拉雅之品牌知名度在全國雖然仍不高，然在 100 年有所提升，係與近期西拉雅所舉辦各項行銷活動有關，更重要的是在各項行銷活動中，皆能以西拉雅為品牌名稱，為提升西拉雅品牌知名度的有效策略。建議未來應持續採取此一策略，並針對未來重要的客源市場(北部區域及中部區域)擴大宣傳通路，如臺北捷運車廂或車站刊登活動資訊。

(二)品牌形象、滿意度與忠誠度在調查結果中僅屬中等程度，此三個遊客認知項目彼此有高度的關聯性，其中遊客對西拉雅品牌形象的認知扮演了重要關鍵，亦即當遊客之品牌形象有正向的提升，滿意度與忠誠度皆會同時提升，具體而言，改善遊客對西拉雅之品牌形象為當務之急。就所有品牌形象中，西拉雅最具優勢的是鄉村性，遊客有很高的評價，這提供了西拉雅發展鄉村旅遊很重要的基礎，最須優先改善是餐旅服務的形象。遊客對於西拉雅餐旅服務的形象認知較低，包含餐飲、住宿及購物設施之多樣性與品質，此結果的主要原因在於西拉雅主要遊客到訪的三個系統缺乏核心區所致，換言之，就遊客行為與旅遊地規劃而言，具魅力的核心區域打造是旅遊地成功的關鍵，核心區域包含了主要景點吸引力、豐富多樣的購物設施、餐飲、旅遊資訊提供等，讓遊客到達目的的知覺。

因此，建議西拉雅國家風景區管理處依據三大遊憩系統(或依過去三個百點的空間構想)，規劃各系統的核心區，包含核心區形象的打造、以及建置多功能的旅遊資訊中心，建議以西拉雅鄉村鋪子的概念，結合旅遊資訊中心(i-site)、豐特產通路、餐

飲、購物等功能，才能逐漸提升遊客對於匹拉雅品牌形象中 有關旅遊餐飲服務與旅遊資訊服務的認知，也才得以解決即使遊客到了 匹拉雅仍不知悉的情形。

第六頁、宜 蘭 縣 鄉 村 旅 遊 觀 摩 活 動

一、辦理國內鄉村旅遊觀摩交流活動

期望透過鄉村旅遊觀摩活動，參訪相關景點，從中學習鄉村旅遊如何定位、經營、管理、行銷與推廣乃至於永續經營。

(一)參訪宜蘭縣內鄉村旅遊行程

1、參訪地點：宜蘭縣

2、日期：12月8-9日

3、對象：西拉雅國家風景區內相關產業業者、協會、官員

4、人數：40人。

5、參訪景點：

- Day1：臺南（風箏島）集合出發—樹生休閒酒莊—棗莊客家風味餐—北投溫泉博物館、足浴—頭城農場（住宿、DIY）
- Day2：頭城農場導覽—庄腳所在（農場午餐、導覽）—花泉農場（水資源自主營造）—返程

Day 1：2011/12/08（四）	
時間	活動簡介
08:00-8:30	西拉雅國家風景區管理處集合。
08:30-10:00	台南→台中
10:00-11:00	樹生酒莊品酒與導覽
11:00-12:00	台中→苗栗
12:00-13:00	午餐：棗莊客家風味餐
13:00-14:30	苗栗→台北
14:30-16:00	北投溫泉博物館
16:00-17:30	台北→宜蘭
17:30-18:00	住宿：頭城農場，造訪園區
18:30-20:30	晚餐：頭城農場
20:30-21:30	園區體內驗活動
Day 2：2011/11/19（六）	
~07:00	早起爬山趣（有興趣者可自行前往唷!）
07:30-08:30	早餐：頭城農場
08:30-10:00	頭城農場園區內生態之旅
10:00-10:40	頭城農場→金車威士忌噶瑪蘭酒莊
10:40-11:40	走訪金車威士忌噶瑪蘭酒莊
11:50-14:00	午餐：庄腳所在，探訪鄉村特色農莊
14:30-16:00	花泉農場（自主營造點參觀）
16:00-20:10	返回西拉雅~

• 【樹庄休閒酒莊】

樹庄休閒酒莊位於臺中市外埔區，也是12-震災災後重建的產物，在行政院農委會農村酒莊輔導小組選定、輔導及推動下92年開業。

樹庄休閒酒莊由該鄉果樹行銷班所組成，酒莊整體佔地約5公頃，自有釀酒葡萄果園，種植之釀酒葡萄品種有黑皮葡萄(BlackQueen)、金香葡萄(GoldenMuscat)、奈區拉葡萄(Nagala)，每年生產紅、白葡萄酒4萬公升、白蘭地3千公升、其他利口酒1萬5千公升。酒品系列包含有：紅葡萄酒，白葡萄酒，利口酒，白蘭地等。並能設計個人專屬之酒標。

園區設施有：木屐門市、葡萄酒餐廳、釀酒廠、釀酒葡萄果園、植物生態區、休閒步道、葡萄藤蔭幽徑、酒窖等。不僅可品嚐美酒，亦可獲得釀酒知識及體驗鄉野。

【棗莊古藝庭園膳所】

棗莊的外觀讓人感受到整座庭院古樸優雅的韻味，內部，對於室內空間的巧妙設計，加上隨處可見的藝術品、古時器具，古樸的韻味和現代的設計在這裡融合的入衣無縫。

棗莊的經營者，期望回饋鄉里、深耕地方，來帶動地方休閒旅遊的優質享受，也願意取之於地方，用之於地方，凝聚公館地方力量，將公館的美麗與特色傳播出去，同時提升遊客的休閒品質。

紅棗是公館鄉的特色，棗莊創始人為了將公館紅棗的養生妙用，努力研發、推廣特色餐點。將紅棗與飯、菜、茶融入生活，真正落實養生之道，並與旅遊觀光做結合，在傳統古樸建築與現代觀光目標中，創造出不少適宜的用餐空間及品味。

【北投溫泉博物館】

北投溫泉博物館輾轉迂迴的身世，當您來到這裡便能引起深深的共鳴。現已列為台灣第三級古蹟。一、二樓長廊，以北投溫泉發展史為主題，從溫泉到當地「北投社居住民」凱達格蘭族的歷史，一幕幕觸人心弦，讓人彷彿穿過時空的隧道在當時活了一回。館內珍貴的北投石，是諸多礦石收藏家在呼籲「讓北投石回家」活動時，捐贈予北投溫泉博物館收藏的珍貴國寶。

【頭城戲場】

頭城戲場大部分為山坡地，屬於熱帶和亞熱帶的次生林區，林相複雜，鳥類、

昆蟲、野生動物，棲息其間，生態資源非常豐富，是一個萬物共存共榮的自然教室；頭城農場內栽植果樹、竹林及康藝花卉，綠意盎然，具備休閒渡假和採果等多項樂趣。結合自然與田園的巧妙，摸蜆、捉蝦、戲水的天然遊樂場，簡樸的生活，有機的飲食，是現代返璞歸真的健康追求。

頭城農場內以農舍為主體，三條清澈的溪水潺潺流過農場山頭。規劃有三區六條步道，林木果樹區植有柑橘、桃李等多種蔬果，依季節的不同，還可享採果樂；場內的苗圃區則分佈在溪谷兩側及平坦的地方，栽植海拉巴梨、龍柏、黑松樹等庭園景觀花木，及供切花用之花材等；民宅活動區則提供住宿餐飲，露營區和魚池、野炊及垂釣；走過枕山步道，吸取森林間自然芬多精，沿著小徑走至高處景觀平台，可以眺望頭城農場的全景，更可以俯瞰龜山島以及太平洋之優美景色。

【金車威士忌酒莊】

酒莊位於台灣東部地區宜蘭縣的員山鄉，是台灣第一家威士忌的製酒廠。因中央山脈與雪山山脈的地理環境，孕育宛若甘露玉露的好水質，得以釀造出風味獨特、高品質的威士忌酒。

威士忌的故鄉在遠在蘇格蘭，隨著台灣人飲用威士忌的人口逐年增加，製酒的研發團隊遠從蘇格蘭引進傳統釀酒技術，加上金車30年的製飲經驗，不斷地重複試驗與創新並從挫折中尋找解答之道，以替碎、糖化、發酵、蒸餾、熟成、等方式將之調配成口感絕佳的台灣威士忌；酒莊內擺設了釀酒的儀器設備及提供酒品販售，讓人近一步地了解酒品的釀製過程。

【折腰所在】

折腰意指閩南話發音的「意思」，這裡是一個充滿鄉味的地方，來到這裡，有滿滿的「折腰」風情；旅人來訪感受不同的民情生活，位在群山環抱的地理位置來到折腰所在，就是有著不完的美麗山景。

在鄉道的兩旁，是枕山村大家共同努力的康藝造景，將自家最美的花卉栽種，共同營造出最美麗的街景、歡迎每一位過路的旅人。

前往康區，浓浓的綠蔭迎候彷彿迎候走道，預告接著充滿自然風景，步上石板小徑，觸目所及皆是片片綠意盎然，再深入些，湖畔山嵐便在眼前，鴨雁們成群嬉戲，與湖相映成如詩如畫的景色，讓人不忍離去。

【花泉農場】

「花泉農場」緊鄰著「勝洋休閒農場」，沒有圍牆，只有兩隻趣味鐵牛雕塑看守著大門。農場曾多次在水資源日中營造競賽中蟬聯冠軍。是利用天然湧泉設計的小魚造景，好看又好玩，環保而有趣。此有山入有水的農場，山是雪山山脈的支脈，水則源自蘭陽溪的地底湧泉，也是宜蘭自來水公局的水源地——純淨、無污染，流經農場的小溪中，蜆貝清晰可見，隨手即可撈得。

6.參與人員名單

服務單位/職稱	姓名		
大埔觀光促進協會/理司	劉立麒	東山休閒服務產業協會/理司 立	林振隆
大埔觀光促進協會/會員	黃子云	東山休閒服務產業協會/理司	胡清芳
大埔觀光促進協會/會員	張淑慎	東山休閒服務產業協會/會員	羅月卿
大埔觀光促進協會/志工	林三桂	東香貓咖啡園區/負責人	林胡燕
仙草社區	王立永	南華觀光產業促進會	余秋嬌
仙草社區	李慧卿	南華觀光產業促進會	陳靖儀
五鎮區農會/總幹司	黃志德	南寮農村文化產業協會/總幹司	江昭璿
五鎮區農會/理司	吳財福	南寮農村文化產業協會	廖國成
五鎮區農會/理司	余忠誠	南寮農村文化產業協會	鄭名娟
五鎮區農會/理司	王福三	關嶺社區發展協會/理司 立	段淑云
巴拉雅國家風景區管理處/課長	林志漢	關嶺社區發展協會/志工	王錦偉
巴拉雅國家風景區管理處/技士	林宏緯	關嶺社區發展協會/志工	林佳蓉
巴拉雅國家風景區管理處/課員	林俊儀	關嶺社區發展協會	王清志
巴拉雅國家風景區管理處/專業人員	李意如	關嶺社區發展協會	王許秀蓮
巴拉雅國家風景區管理處	鄭玉萍	關嶺社區發展協會	李王錦珩
巴拉雅國家風景區管理處	沈慧雯	岩頂咖啡	簡國鐘
巴拉雅國家風景區管理處	莊鑑竹	岩頂咖啡	簡佳綺
巴拉雅國家風景區管理處	郭世宗	台南市	郭登燦
巴拉雅國家風景區管理處/志工	王依華	台南市	林素貞
巴拉雅國家風景區管理處/志工	蔡麗香		
巴拉雅國家風景區管理處/志工	張大明		

7. 鄉村遊學團-遊程照



北投溫泉國家風景區管理處課長致辭



樹乳酒社之青乳酒之釀造過程認識



滿心期待等待品嚐各種酒的味道



大啖客家特色聚社餐廳之美味餐點



北投溫泉博物館之歷史背景介紹



頭埤農場體驗拓印獨一無二之作品



主腦所在民宿主人細細訴說民宿故事



花泉農場之得獎作品營造點參觀

8.滿意度調查

在此巴拉雅鄉村旅遊團中，參訪了幾個景點，也與業者做交流，行程結束的團程中，讓學員填寫對此次行程的建議，整理如下：

大多數團員對樹生酒莊的滿意程度偏高 ($M=4.27$)

題目	平均值	標準差	題數
1.環境整潔及維護	4.20	0.71	4 題
2.服務品質（解說、旅遊資訊提供）	4.33	0.55	
3.農特產品（價格/態度/特色）	4.37	0.49	
4.整體評價	4.17	0.70	
總平均	4.27	--	--

註：李克特五點量表，非常不同意=1；不同意=2；普通=3；同意=4；非常同意=5

大多數團員對棗莊的滿意程度偏高 ($M=4.35$)

題目	平均值	標準差	題數
1.環境整潔及維護	4.50	0.57	5 題
2.服務品質（解說、旅遊資訊提供）	4.14	0.69	
3.農特產品（價格/態度/特色）	4.20	0.61	
4.餐飲（態度/衛生/特色）	4.60	0.56	
5.整體評價	4.33	0.48	
總平均	4.35	--	--

註：李克特五點量表，非常不同意=1；不同意=2；普通=3；同意=4；非常同意=5

大多數團員對北投溫泉博物館的滿意程度偏高 ($M=4.58$)

題目	平均值	標準差	題數
1.環境整潔及維護	4.67	0.48	4 題
2.服務品質（解說、旅遊資訊提供）	4.60	0.50	
3.農特產品（價格/態度/特色）	4.48	0.59	
4.整體評價	4.55	0.51	
總平均	4.58	--	--

註：李克特五點量表，非常不同意=1；不同意=2；普通=3；同意=4；非常同意=5

大多數團員對頭城農場的滿意程度偏高 ($M=4.24$)。

題目	平均值	標準差	題數
1.環境整潔及維護	4.20	0.55	7 題
2.服務品質（解說、旅遊資訊提供）	4.43	0.57	
3.農特產品（價格/態度/特色）	4.13	0.78	
4.餐飲（態度/衛生/特色）	4.03	0.77	
5.體驗活動的安排	4.23	0.57	
6.住宿的安排	4.30	0.65	
7.整體評價	4.33	0.55	
總平均	4.24	--	--

註：李克特五點量表，非常不同意=1；不同意=2；普通=3；同意=4；非常同意=5

大多數團員對金車威士忌噶瑪蘭酒莊的滿意程度偏高 ($M=4.53$)

題目	平均值	標準差	題數
1.環境整潔及維護	4.67	0.48	4 題
2.服務品質（解說、旅遊資訊提供）	4.57	0.68	
3.農特產品（價格/態度/特色）	4.45	0.69	
4.整體評價	4.43	0.68	
總平均	4.53	--	--

註：李克特五點量表，非常不同意=1；不同意=2；普通=3；同意=4；非常同意=5

大多數團員對庄腳所在的滿意程度偏高（ $M=4.55$ ）。

題目	平均值	標準差	題數
1.環境整潔及維護	4.53	0.51	6 題
2.服務品質（解說、旅遊資訊提供）	4.67	0.48	
3.農特產品（價格/態度/特色）	4.43	0.50	
4.餐飲（態度/衛生/特色）	4.62	0.49	
5.體驗活動的安排	4.50	0.58	
6.整體評價	4.53	0.51	
總平均	4.55	--	--

註：李克特五點量表，非常不同意=1；不同意=2；普通=3；同意=4；非常同意=5

大多數團員對花泉農場的滿意程度偏高（ $M=4.18$ ）。

題目	平均值	標準差	題數
1.環境整潔及維護	3.93	0.75	6 題
2.服務品質（解說、旅遊資訊提供）	4.37	0.62	
3.農特產品（價格/態度/特色）	4.29	0.71	
4.餐飲（態度/衛生/特色）	4.25	0.75	
5.體驗活動的安排	4.15	0.73	
6.整體評價	4.10	0.62	
總平均	4.18	--	--

註：李克特五點量表，非常不同意=1；不同意=2；普通=3；同意=4；非常同意=5

大多數團員對整體行程的滿意程度佔 43.3%，非常滿意佔 33.3%。

問項	選項	個數	百分比%
整體滿意度	非常滿意	13	33.3%
	滿意	10	43.3%
	普通	0	0.0%
	不滿意	0	0.0%
	非常不滿意	0	0.0%

人口分佈上，男生佔 43.3%，女生佔 46.7%；年齡以 50~59 歲最多；職業以相關產協會最多；教育程度以大學（大專）最多。

團員個人背景資料之分佈

問項	選項	個數	百分比%
性別	①男	13	43.3%
	②女	14	46.7%
年齡	①20~29 歲	4	13.3%

	②30~39 歲	1	3.3%
	③40~49 歲	7	23.3%
	④50~59 歲	10	33.3%
	⑤60 歲以上	8	26.7%
職業	①公務員	0	0.0%
	②相關產協會	15	50.0%
	③旅遊業者	0	0.0%
	④其他	10	33.3%
教育程度	①國小	3	10.0%
	②國中	7	23.3%
	③高中	8	26.7%
	④大學（大專）	11	36.7%
	⑤研究所以上	1	3.3%

2011 鄉村遊學團邀請弘拉雅國家風景區區內各相關產協會代表、業者、以及區內管理處之相關人員，前往宜蘭之酒莊、休閒農場區、餐廳、民宿、觀光工廠等多處地方參訪，大多數學員對各景點皆表滿意。藉由本次活動，不僅可以瞭解酒莊的運作，也可利用參觀，多吸收其他社區、休閒農場區、民宿經營之經驗，來作為自己日後經營之參考。

與業者互相交流的過程中，也激盪出不可預期的想法與創意，在遊訪行程中，民宿、休閒農場區與農場等之經營理念與用心程度，深深感動著每一位學員。透過類似的參訪活動，除能提供相關產協會代表與業者經營之方向外，也能累積相關經驗。

因此，有多位學員表示，認為每次一週之活動期間太短，希望可延長時間，並擴大舉行，明年續辦，並且增加名額，讓更多人能藉由參訪團的機會，從不同的觀點，深入了解各社區、休閒農場區、民宿等。

(二) 規劃轄區內生態行程，具體發掘此次品牌營造與輔導之成效

結合低碳旅遊論壇、農特產次品牌、社區次品牌、生態次品牌之輔導成果、頒獎典禮，再於下年開始二度之旅的成果包裝行程之體驗（社區自主營造與生態包裝行程），並邀請媒體、部落客等共同參與並推廣。

1、參訪地點：巴拉雅國家風景區轄區內

2、日期：11月18-19日

3、對象：媒體記者、部落客、旅行社、巴拉雅國家風景區管理處人員

4、人數：30人

5、參訪景點：

Day1：低碳旅遊論壇→社區自主營造示範區→低碳改善示範點

Day2：大埔鄉生態遊行程

第一天行程 11/18 (五)

時間	行程內容
08:00	嘉義高鐵站集合，至關子嶺統茂溫泉會館論壇會場。
09:00-12:00	2011 低碳旅遊暨品牌營造論壇(頒獎典禮與成果發表)
12:00-13:30	午餐: <u>關子嶺統茂溫泉會館</u>
13:30-14:30	<u>岩頂咖啡</u> 欣賞園區風光、馬賽克作品，品嚐香味濃郁的咖啡。
14:30-15:20	<u>南寮(寶琴餐飲店、李萬居之家、吳榮華柑桔寮、南寮活動中心)</u> 臺南南寮地區得獎之自主營造地點
15:20-16:30	<u>柑園咖啡園</u> 低碳旅遊營造之友善空間營造參觀！
16:30-17:40	美味晚餐： <u>瑪哩咖啡</u> 甕缸雞之美食
17:40-19:10	臺南東山→嘉義大埔
19:10-20:10	<u>水庫沿線夜間觀察</u> 沿著湖濱公園六角亭側邊道路，聆聽夜間生物的嬉鬧聲(蛙類兩棲類)。
20:00-22:00	<u>色眯眯工作室</u> 利用當地水庫的漂流木，親手製作屬於自己的鑰匙圈！
22:00~	<u>晚上住宿</u> : <u>歐都納山野渡假村</u>

第一天行程 11/19 (六)

時間	行程內容
07:00-08:00	<u>早餐：歐都納山野渡假村用餐</u>
08:00-10:00	<u>山豬島尋幽探秘</u> 搭乘遊艇，藉由水面活動體驗曾文水庫的生物多樣性。
10:00-12:00	<u>行動故事車逛大埔</u> 乘坐水陸兩用的行動故事車，聆聽屬於大埔的故事。
12:00-13:30	<u>清爽午餐:歐都納餐廳</u> 品嚐超值鮮甜的砂鍋魚頭！
13:30-14:00	驅車前往跳跳生態農場
14:00-15:00	<u>跳跳生態農場</u> 近距離觀察鳥類與蝴蝶們的生活樣貌。
15:00~16:30	跳跳生態農場→玉井
16:30~16:50	<u>芒果的故鄉—玉井</u> ，大啖芒果冰。
16:50~	<u>回程(嘉義高鐵)</u> 帶上滿滿的收穫，愉快的踏上回家旅途！

6.參與人員名單

此次除了西拉雅國家風景區管理處有 6 位同仁參與外，另有 12 位部落客、8 位媒體記者、4 位旅行社一起體驗本計畫之成果的裝行程，名單如下：

部落客			
NO	部落格網址	職稱	姓名
1	http://www.wretch.cc/blog/nikki168/142211	部落客	龔仲儀
2	http://blog.yam.com/user/love8517.html	部落客	許曉雲
3	http://tw.myblog.yahoo.com/mail_210	部落客	李宜玲
4	http://ricelala.pixnet.net/blog	部落客	王敏俐
5	http://www.wretch.cc/blog/nana200186	部落客	吳佳真
6	http://tw.myblog.yahoo.com/rer-rer	部落客	高素寬
7	http://anise.pixnet.net/blog	部落客	莊盈盈
8	http://www.wretch.cc/blog/woodwords	部落客	許哲齊
9	http://joelin1234.pixnet.net/blog	部落客	林仲哲
10	http://tw.myblog.yahoo.com/darwinlin/	部落客	林定元
11	http://monkey2010.pixnet.net/blog	部落客	賴多佐
12	http://www.ipeen.com.tw/home/luckbear	部落客	鍾孟裕
媒體記者			
NO	媒體單位	職稱	姓名
1	China Post	記者	徐雅虹
2	野趣生活家	行銷企劃	陳昭容
3	農業世界雜誌社	副總經理	李玉貞
4	農業世界雜誌社	文字編輯	曾紫萍
5	台灣新聞網 李淑新聞	記者	李光墀
6	中國時報	攝影記者	鄭麗中
7	中國廣播公司	廣播網總監	楊榮南
8	1111 人力銀行關係企業全球旅遊	主編	黃彩娟
旅行社業者			
NO	單位	職稱	姓名
1	雄獅旅遊	總監	羅瑞誠
2	雄獅旅遊	產品行銷	劉欣怡
3	雄獅旅遊	產品設計	劉建宏
4	雄獅旅遊	平面攝影	李明宜

7. 鄉遊西拉雅-媒體踩線團之效益

(1)經過媒體踩線團後，截至 100 年 12 月 26 日為止，已有 10 篇新聞於網路上露出，13 篇部落客已將文章放到部落格（請參見附錄八），1 篇雜誌媒體。所間接產生之曝光效益達 74.5 萬人次。其餘部落客及媒體朋友亦將陸續在網路上刊登。

(2)踩線團之路線，以各關嶺地區、大埔地區居民為主，預估二天一夜的西拉雅當地居民與地方業者帶來約 20 萬人次的消費（平均一人帶來效益 5,000 元）。



踩線團員們與西拉雅國家風景區管理處人員互相交流



熱情的齊聚居民，盡情款待



色彩漂流木工作室，做出屬於你我的唯一紀念品



採果樂！滿滿的收穫，從每位團員的臉上－竟無遺



在羊台區－合法的釣魚平台，體驗釣魚之樂趣。



天涼好個秋，石頭上畫畫講解，樹下盡情體驗。

8. 滿意度調查

大多數團員對臺南東山的滿意程度偏高，平均為 4.46。

團員對臺南東山（關子嶺遊憩區）的滿意程度

題目	平均值	標準差	題數
5.環境整潔及維護	4.18	0.59	8 題
6.導覽設施或解說服務	4.77	0.53	
7.旅遊資訊提供服務	4.45	0.67	
8.引導指標及動線安排	4.41	0.59	
9.餐飲（態度/衛生）	4.50	0.60	
10.農特產品（價格/態度/特色）	4.36	0.73	
11.體驗活動的安排	4.59	0.50	
12.整體評價	4.41	0.59	
總平均	4.46	--	--

註：李克特五點量表，非常不同意=1；不同意=2；普通=3；同意=4；非常同意=5

大多數團員對嘉義大埔與臺南三仙的滿意程度偏高，平均為 4.58。

團員對嘉義大埔、臺南三仙的滿意程度

題目	平均值	標準差	題數
1.環境整潔及維護	4.33	0.66	9 題
2.導覽設施或解說服務	4.73	0.55	
3.旅遊資訊提供服務	4.59	0.59	
4.引導指標及動線安排	4.45	0.60	
5.餐飲（態度/衛生）	4.68	0.48	
6.農特產品（價格/態度/特色）	4.45	0.60	
7.體驗活動的安排	4.59	0.59	
8.住宿的安排	4.68	0.57	
9.整體評價	4.68	0.48	
總平均	4.58	--	--

註：李克特五點量表，非常不同意=1；不同意=2；普通=3；同意=4；非常同意=5

大多數團員對行程的整體滿意程度，表示滿意及非常滿意；對於重遊臺南東山與嘉義大埔，則皆表示願意。

團員整體滿意度與重遊意願分佈

問項	選項	個數	百分比%
整體滿意度	非常滿意	10	54.5%
	滿意	12	45.5%
	普通	0	0.0%
	不滿意	0	0.0%
	非常不滿意	0	0.0%
是否願意重遊臺南東山	非常願意	11	50%
	願意	11	50%
	普通	0	0.0%
	不願意	0	0.0%
	非常不願意	0	0.0%
是否願意重遊嘉義大埔	非常願意	13	59.1%
	願意	9	40.9%

願意	0	0.0%
普通	0	0.0%
不願意	0	0.0%
非常不願意		

人口分佈上，男佔 45.5%，女佔 54.5%；年齡以 30~39 歲最多；職業以部落客最多；教育程度以大學（大專）最多。

團員個人背景資料之分佈

問項	選項	個數	百分比%
性別	①男	10	45.5%
	②女	12	54.5%
年齡	①20~29 歲	3	13.6%
	②30~39 歲	10	45.5%
	③40~49 歲	6	27.3%
	④50~59 歲	3	13.6%
	⑤60 歲以上	0	0%
職業	①媒體	6	27.3%
	②部落客	12	54.5%
	③旅行業	3	13.6%
	④公務員	0	0%
	⑤其他	1	4.5%
教育程度	①國中小及以下	0	0%
	②高中	0	0%
	③大學（大專）	16	72.7%
	④研究所以上	6	27.3%

2011 鄉遊趴地趴趴計畫邀請總共 24 位媒體朋友以及部落客，其中包含報章、廣播媒體 8 位、部落客 12 位，以及旅行業共 4 幾位來體驗趴地趴趴客家風景區之觀光與客家遊憩系統。

大多數團員皆對嘉義大埔之山豬島印象深刻、對鴛仔雞的美味讚譽有加、對軟都納溪假村的優美環境與色咪咪漂流木工坊流連忘返，對南寮人情味更是倍感溫暖、親切！

媒體朋友表示，以遊客的角度來看，交通不便，等於將一地區的大門深鎖，無形中，將喪失很多展現優質旅遊資源的機會。建議可再強化與提升嘉義大埔的交通運輸網路，讓交通障礙因素降低，吸引人潮進入，將會擴大旅遊市場的開發。

部落客也提到，可利用網路的力量，以故事的手法行銷，重新包裝該區旅遊資源，讓大家發現另一個世外桃源。旅行業者也表示，嘉義大埔之旅遊產品相當具有吸引力，將成為日後規劃旅遊產品的資源之一。

最後，幾乎全數團員皆對此兩天一夜的行程感到滿意。並提及未能享受享譽盛名的關子嶺泥漿溫泉，希望可以增加此項體驗，另外，也希望能夠拉雅國家風景區管理處可以增加安排此類活動，並準備相關宣介，安排多次的媒體踩線後，對景點更加瞭解，也可以針對更多的拉雅景點進行介紹與曝光。

第二學期、第二學期課程

第一節 觀光事業經理人工作與生活

國立暨南國際大學的觀光事業專業經理人班課程學期末，皆會安排企業參訪。在計畫團隊的極力邀請之下，除了預定行程義大世界之外，也安排至巴拉雅國家風景區內，進行參訪。與大埔觀光促進會暨明樂理司談，進行大埔觀光行銷意見之交流、體驗曾文水庫之美與銀山豬的樂趣、欣賞巴拉雅內的多元農場的各種動、植物之生態。更品嚐了玉井的芒果冰與東山咖啡。與東香貓咖啡的老板，互相交流經營觀念。此次行程，不僅使專業經理人了解巴拉雅之美，也達到宣傳巴拉雅國家風景區之效果。

【觀光與生活美學專業班】、【生態旅遊與環境解說班】企業參訪行程表

- 一、暨南暨南國際大學觀光事業專業經理人班
- 二、時間：100年6月21日(二)-22(三)
- 三、地點：巴拉雅國家風景區、義大世界
- 四、人數：35人

100年6月21日(二)

時間	行程內容
07:30	【暨南大學】集合出發
11:00	【曾文水庫】參訪 曾文水庫，為臺灣最大水庫，發展多元化的休閒觀光事業。該水庫面積達 481 平方公尺，比日月潭面積大三分之一；蓄水面積為 17.1 平方公尺。由於該水庫區域廣闊，碧綠蔥蘢因以「曾文煙波」被列為新南瀛十勝景觀之一。本次體驗創意十足的遊湖行程，可以看到獨一無二銀食畫面十分逗趣的「銀山豬」過程。整趟繞湖行程約一個小時，沿途除可見美麗山巒及湖水景致！
12:30	午餐【曾文水庫】大竹餐廳
13:30	【曾文水庫】參訪 大埔觀光促進協會、明樂理司談
16:30	【高第義大入悅飯店】簡報、參觀 義大入悅飯店，以英式新古典建築及典雅室內風格呈現，共規劃有 358 間可彈性規劃之各式客房，並設有充滿異國風味的義大日減餐廳、入悅咖啡廳及獨具特色之優雅花園餐廳，另有多功能宴會設備之悅宴廳，及方正格局一流設備之悅來會議廳，提供最佳休閒住宿的新選擇，處處展現精緻的品味。
18:00	晚餐【高第義大入悅飯店】
19:30	自由活動

時間	行程內容
08:00	【高雄義大入悅飯店】
10:00	【高雄義大皇冠假日飯店】簡報參觀 高雄義大皇冠假日飯店，擁有 656 間各式高級客房；5 間中西料理餐廳；20 間多功能會議及宴會場地、兒童俱樂部及時尚水療設施，達兩千坪以上的休閒設施伊羅歐象。還有亞洲區一的“夢幻湖”高科技景緻聲光秀，是戶外派對、時尚秀及浪漫婚禮舉辦的絕佳場地。
12:00	【青元休閒農場】
13:30	【青元休閒農場】簡報參觀 青元花園休閒農場，位於臺南市柳營區，總共佔地 30 多公頃，以保持自然生態為原則，活用大自然的原始景觀及農村田園文化資源。共分森林生態系、湖泊生態系、農場生態系三個生態系。擁有各種植物高達二千多種，分佈寒帶、溫帶、熱帶植物二十餘種，長達十公里的林蔭步道；七個天然湖泊；寬大的青青草場；仿照臺灣全島地形的島嶼『臺灣島』；農耕區；竹屋…等分區，還備有專業解說員介紹農場內珍貴的保育類動物及鳥類。
15:30	三杯冰汽水 (請問冰第 50 元/人) 在堅持不添加任何人工添加物，入想有別於一般傳統日冰的做法，嘗試數種水果來靜配冰口味，終於誕生了“水果冰磚”，有間冰舖歷經 18 年，因為堅持自然健康，更於 98 年獲得國家優良產品金牌獎！
16:30	東山鄉咖啡之旅 臺南市東山區南勢村日寮 29 號 06-6863156 林振隆 東山鄉 130 公頃的咖啡產區分布在 175 縣道沿途，從最早種植咖啡的南勢村延伸到新興產地高東村，縣府把 175 縣道取名為「咖啡大道」，昨天正式揭牌。為了營造「咖啡大道」景觀，縣府召集沿線的 20 餘家莊地咖啡店及行動咖啡車業者，28 日起配合東山咖啡節活動端出各家拿手的咖啡，11 月 5 日要號召千人一起在 175 縣道李子園段至仙公廟牌樓前，種下 1 千株咖啡樹，明年此時，就有名實相符的「咖啡大道」。
18:00	晚餐【嘉義(吳鳳公園餐廳)】 嘉義市吳鳳南路 405 號 05-2286659
19:30	這兒溫暖的家~



曾文水庫風景導覽



體驗銀山豬人樂趣



寶明樂理司公河濱公園景色導覽



寶元豐場之鯉魚生態介紹



寶元豐場之植物生態解說



搭乘游船體驗寶元生態之美



等待美味芒果冰之期待時刻



與東香貓咖啡社經營者的交流

第二節 五鎮設置五地產農特產酒莊之評估

此計畫除農特產次品牌輔導課程、酒莊營運計畫書之外，另對設置五鎮酒莊之示範點，做評估與建議之報告。此報告由黃明鑑經理、劉益彰老師、柯文馨老師等農特產酒莊輔導委員共同研究五鎮、五地、五地地區而成，可提供五拉雅國家風景區管理處與五鎮農會做後續計畫之參考。

(一) 結論

一、 研究背景

自從我國加入世界貿易組織(WTO)以後，臺灣農業整體經營環境從生產銷售、農村發展到農地利用都受到極大的政策衝擊，農業經營必然要因應局勢而轉型，才能面對外來的供需調整與強烈競爭，為農業的新紀元掌握有利之契機。基於強化傳統農業生產的弱勢競爭條件為優先考量，政府除了積極推動休閒農業增加農民的經營層面，也針對傳統農特產品之加工加強輔導，提升產品種類與品質並擴大市場競爭力；其中輔導農民以其自產農產品釀製優質酒品，並設置優良農特酒莊即為重大政策與計畫之一。自 921 震災迄今，農特酒莊除了已逐漸成為當地農特產品之銷售中心，也結合農園採果、酒莊觀光、農村美食與休閒體驗，發展成為旅遊景點或觀光地標，其生產之旅遊效應不亞於一般觀光風景點如遊樂園、文化村或觀光老街。

五拉雅國家風景區之行政區域涵蓋 15 個鄉鎮及區，陸域面積八萬八千零七十公頃，水域面積三千三百八十公頃，合計面積約十二萬一千四百五十公頃，除了擁有許多豐沛的自然資源與悠久的人文資源，更以擁有五座臺灣知名的小車具足特色；而優美浩瀚的嘉南平原所蘊涵最具臺灣風貌的農村景觀與農業資源更見無比之價值，想當時之所以劃定為國家風景區，便是將之定位為以開發觀光景點與鄉村旅遊，結合自然資源與農村產業營造有別於其他國家風景區之觀光新價值。「發展鄉村旅遊」與「結合農村產業」必然成為其工作重點。

依據「100 年五拉雅鄉村旅遊觀光品牌深耕計畫」，擬於區內遴選符合農特酒莊設置條件的鄉鎮及已具被初步機能的地點，提出規劃構想與營運計畫，並安排相關課程與參訪二處酒莊，其目的即在於結合農村產業，發展鄉村旅遊。目前初步選定以五鎮鄉農會所屬之加工廠為設置計畫地點，針對酒品生產與酒莊設置之可行性進行評估。

二、評估要項

依照上述背景之說明可了解本研究之動機係為探討以五鎮農會加工廠設置農村酒莊之可行性，並對後續計畫之延伸提出建議，其評估面向為：

- 1、原料面向－以當地自產農產品為製酒原料是否提高經濟效益
- 2、技術面向－產品定位與研發、現有釀酒人才或人才培育機制能否穩健
- 3、生產面向－廠區建物設施、製酒設備、財務計畫與生產管理系統是否齊備
- 4、行銷面向－市場通路、行銷計畫與業務系統能否流暢推展

(二) 農村酒莊概述

一、農村酒莊定義與發展

農村酒莊係依據行政院農委會頒布之農村酒莊輔導作業要點(2002/8/15訂定)申請設置，該法規規範目的是希望配合政府開放民間製酒政策下，有效利用地區農產資源，結合地方休閒產業及文化特色，發展農村釀酒產業，輔導農村酒莊穩健經營，以提昇國產農產品之附加價值(2010,蘇堯銘)。農村酒莊亦為政府要協助921震災重建區的農產產業能儘快復甦，並藉酒類產業帶動農產品之產值提升，加速農產經濟之成長，於是初期在南投、臺中、彰化、苗栗四個縣開放水果酒類釀製產業之經營；89年921震災災後重建推動委員會委由農委會成立「農村酒莊輔導小組」，自預定評選災區十處設置農村酒莊輔導起，迄今十餘年來全國接受輔導並通過評鑑之農村酒莊計十三家：

苗栗縣大湖地區農會酒莊 http://www.dahufarm.org.tw/
南投縣信義鄉農會酒莊 http://www.hsinifa.com.tw/
南投縣埔里鎮農會酒莊 http://www.puli-distillery.com/
臺中市霧峰區農會酒莊 http://www.wffa.org.tw/
南投縣水里鄉果樹行銷班第3班 玉埕酒莊 http://www.railway-wine.com.tw/
南投縣信義鄉果樹行銷班第1班 玉山酒莊 http://www.truecolor-ad.com/yushan/
臺中市清水區果樹行銷班第7班 樹山酒莊 http://www.shu-sheug.com.tw/
臺中市清水區葡萄行銷班第2班 松鶴農產品酒莊 http://www.shwine.org/
臺中市大安區農會酒莊 http://www.fcic.org.tw/
臺中市東勢區柑桔行銷班第4班 石碇糖酒莊 http://sweetcharm.smartweb.tw/
宜蘭縣礁港酒莊 http://www.cjwine.com/
花蓮縣奇萊亞酒莊 http://www.kiraya.com.tw/
彰化縣美柏酒莊 http://www.meipo.com.tw/

表 1：農村酒莊輔導小組（資料來源：農糧署/2010年）

農村酒莊需要依「菸酒管理法」與「菸酒稅法」申請設置取得製酒執照，合

法釀製各類酒品，其釀製與銷售概與與一般民間酒廠沒有多大差異，所以能進一步接受農委會輔導與通過評鑑而獲頒為「農村酒莊」，其特別條件為：

- 經營主體需為工業之農戶團體、農企業機構、農家行銷班、農場與休閒農場，所設置之合法酒類製造業戶；有別於一般酒廠無特別規範的組織架構與經營型態。
- 製造酒類的原料需來自在地生產之水果或農產品，目前最主要的為：梅子、草莓、葡萄、李子、桑椹、柑橘、金棗、百香果、奇頭、小米和稻米，進口水果、果汁與半成品是不在項內的。
- 農村酒莊之經營除了以製酒原料提高水果與農產品之附加價值外，產品主題展現農村產業文化，並透過製酒體驗與參觀結合休閒旅遊，讓酒類文化更深具地方色彩而豐富。
- 為了建立優質品牌與產製優良酒品，農委會農糧署針對農村酒莊進行持續性輔導，並辦理酒莊及酒品評鑑，有效提升產品水準與品牌形象。
- 目前農村酒莊每年產製酒量約十六萬六千公升，銷售額約近一億二千萬元，各家酒莊之產量與產值均逐年攀升，而連帶地提高原料生產到結合休閒農業所創造之龐大經濟效益，更難以估計。

二、設置農村酒莊的評估要點

產製技術與行銷能力上的表現傑出也許能夠經營成功的酒類事業，但未具足要件稱不上農村酒莊，即使採用地產原料釀製水果酒，但未經申請也未通過酒品與酒莊評鑑，仍然不能稱為「農村酒莊」。設置農村酒莊除了具備需要基本要件外，尚有其它必要整體評估之要項，這些要項也是農村酒莊評鑑作業所規範之重點：

1. 農村酒莊位置、建築與景觀、環境

- 農村酒莊宜設置於果園或原料產地附近且能與附近觀光旅遊動線配合。
- 農村酒莊不得設置於易遭受污染或造成公害之區域。
- 農村酒莊之建築及其相關設施應有特色與適當的美化，並能與周遭環境融合。
- 農村酒莊應有適當規劃之聯外道路、停車場，以利遊客參訪。

- 農村酒莊所坐落之土地應依建築法規可申請工廠使用執照。

2. 農村酒莊內部規劃、設備配置與機器設備

- 為設備安置、物料貯存、品質檢驗和展售等需要，以確保產品酒之品質、安全與衛生，農村酒莊廠區應有足夠空間。
- 農村酒莊之各項建築物應堅固耐用，易於維修，維持乾淨，並應具有能防止所製之酒品、酒類原料及內外包裝材料遭受污染之結構，並應有防止動物與蟲鼠類侵入污染之設施。
- 需提供農村酒莊各區所需之充足水量，且每月水應符合飲用小小質標準，非使用自來水管，應設置水處理設施。
- 農村酒莊應具備下列之生產設備：原料洗滌設備、發酵槽（桶）或浸漬槽（桶）、貯酒槽（桶）、過濾設備、充填包裝設備；視實際需要得添加其他相關設備，如：除梗機、破碎榨汁設備、殺菌設備與洗瓶消毒設備等。
- 農村酒莊內部規劃除了主要為生產需要外，配合遊客參觀體驗與品酒買酒，相關設施之添購與配置都應一併考量。

3. 品質管制與衛生管理

- 酒製造業者應制定製程及品質管制標準書，並據以確實執行，以確保所出酒品之品質穩定及衛生安全。
- 所有酒品製造作業（包括包裝與儲存）應以符合安全衛生為原則；標準製造作業流程中所列之管制項目應確實執行並記錄。
- 用於製造酒品之機器設備或區域不得供作其他與酒品或食品製造無關之用途，或用於生產其他可能造成酒品污染之產品。
- 農村酒莊經營者應對酒類或食品生產流程、品質管制與衛生安全之實際作業有實務經驗或接受相關課程之教育培訓。

4. 生產技術與人員培訓

- 農村酒莊應有曾經參加過政府認可之訓練機構所舉辦之食品或酒品衛生管理講習班至少 14 小時以上，並領有結業證書之專任人員。
- 農村酒莊應有曾經參加過政府認可之訓練機構所舉辦食品或酒品檢驗之相關講習班，並領有結業證書之專任人員。

5. 營運計畫

- 農村酒莊應有明確的經營理念及方針，包括創設之淵源與當地人文背景、酒莊之主題及文化、可結合之觀光資源及其配合性、經營目標與發展願景。
- 農村酒莊應建立目標市場並確定開發與行銷策略。
- 農村酒莊應有包括：產品種類、生產量、生產期之規劃，產品價格、銷售量、配銷區之規劃，產品品牌建立、包裝設計與故事說明，酒品以外其他相關產品（如：餐飲、住宿、伴手禮、農特產品、鄉村遊程設計等）之開發規劃等完整的產品策略。
- 農村酒莊應備有自生產到銷售整個架構中人員編組、職稱及工作職掌，各項工作之標準作業流程（S.O.P.）與查核準則，專業訓練與課程安排計畫，產品介紹與導覽解說之標準作業等人力資源規劃。
- 農村酒莊應就投資內容及經費運用之說明，營運收支效益分析，財務管理流程及報表設計，風險管理機制與保險方案等，規劃完善之財務管理計畫。

三、農村酒莊設置相關法規

基本法規

1. 酒法：我國為健全菸酒管理，於 89 年制定公布菸酒管理法，其主管機關在中央為財政部（國庫署），在地方則為直轄市政府或縣（市）政府，此法為基本母法，欲生產菸酒製品的業者均需加以了解。各相關機關與主要職責如下：

- (1)、中央主管機關：辦理菸酒業者（包括製造及進口）之申請設立、變更、解散及其他許可事項之受理審查與證照核（換）發等。
- (2)、地方菸酒主管機關：辦理定期抽查與取締等業務。
- (3)、衛生署及地方衛生局（處）：對於擬申請設立之菸酒製造業者，依食品衛生相關規定核發（批）或同意文件，俾供業者檢同其他文件申請菸酒製造業許可執照。另亦辦理酒之衛生標準訂定、產品進行衛生檢查、健康警語標示及廣告或促銷管理等。

(4)、環境保護署/及地方環保局(處)：對於擬申請設立之菸酒製造業，依相關環保規定核發環保或非環保列管之證明文件，俾供業申請檢同其他文件申請菸酒製造業許可執照及業之環保事項管理。

(5)、國家通訊傳播委員會：負責菸酒媒體廣告之管理。

2. 程序：酒莊(酒廠)設立首先應依菸酒管理法向財政部國庫署申請菸酒製造業許可執照，並應於開始生產前，填具菸酒稅憑證、產品登記表及憑證登記表等文件，向工廠所在地主管稽徵機關辦理菸酒稅憑證及產品登記。

3. 農村酒莊之輔導：行政院農委會為有效利用地區農業資源，結合地方觀光休閒產業及文化特色，發展農村釀酒產業，輔導農村酒莊穩健經營，於 91 年訂定農村酒莊輔導作業要點，凡取得財政部酒製造業許可執照之依法成立之農民團體或農業企業機構、農業行銷班、農場或休閒農場等均可申請輔導。

地點選擇

1. 農村酒莊設置地點之考量：

- (1)、交通便捷，腹地大，具發展潛力。
- (2)、水源合乎環保要求。
- (3)、有自產原料或易取得資源。

2. 酒莊位置、建築與周圍景觀、環境應考量事項：

- (1)、酒莊不得設置於易遭受污染或造成公害之區域。
- (2)、酒莊宜設置於果園或原料生產地附近。
- (3)、酒莊位置應能與附近觀光旅遊動線配合。
- (4)、酒莊四周環境應隨時保持清潔，地面不得有嚴重積水、泥濘、污穢等有造成酒品或食品污染之虞者，以避免成為污染源，且不得有蟄蟲飛揚。
- (5)、酒莊周圍應有適當的排水系統，且應經常清理，保持暢通，不得有異味。
- (6)、酒莊區內禁止飼養禽、畜及其他寵物，惟警用犬除外，但應適當管理以避免污染酒品或食品。
- (7)、酒莊建築及其相關設施應有特色，並能與周遭環境配合。

(8)、酒莊周圍環境應有適當的美化。

(9)、酒莊附近應設足供參觀者及員工使用的停車場，且停車場應有適當的美化。

(10)、酒莊應有適當規劃之聯外道路，以利通行。

選派人員參加釀酒技術、品質管理及行銷等培訓

1. 食品工業研究所、基金會等開設之酒類釀造、行銷管理、品質鑑定等課程
2. 各大專院校食品或相關科系開設之酒類釀造課程
3. 由國庫署或農委會等委託開辦之研習班、釀酒技術人員培訓課程等

通路之拓展

1. 被動式：建置廠(莊)區展示平臺，吸引消費者主動購買所生產之製品，營運成本較節約，但需結合並運用周邊資源，休閒觀光資源較缺乏者，需用心培養。
2. 主動式：透過一般商業手法將製品推展至百貨公司、菸酒專賣店、各大賣場等，易推展，但通路費用較高；初期產量較少時可自辦或參加各單位舉辦之展售會活動。
3. 聯盟式：透過策略聯盟，相互支援，將所製產品上架至各聯盟機構之架上，擴增品項且增加銷售量。

9. 釀酒原料與品項選擇

1. 釀造酒：將原料直接或予以糖化後，利用酵母進行發酵製得之酒。此種酒大體上會經過濾程方可供飲用，酒精濃度低而萃出物濃度高，如清酒、啤酒、葡萄酒等屬之。
2. 蒸餾酒：將釀造酒進行蒸餾所得之酒。此種酒通常會貯存於酒樽等中進行熟成，有時也會以香草植物賦予香氣。酒精濃度高而萃出物濃度低，高粱酒、燒酒、威士忌(whisky)、白蘭地(brandy)、伏特加(vodka)、琴酒或杜松子酒(gin)及蘭姆酒(rum)等屬之。
3. 再釀酒(二次釀酒或三釀酒)：將植物的花、葉、根、果實等浸於釀造酒或蒸餾酒中，萃出其香、色、味後，再加糖、色素等調製而成之酒，其酒精濃度與萃出物濃度均高，臺灣的正加冰、日式梅酒等屬之。

(三) 環境與資源分析

巴拉雅國家風景區所轄 15 個鄉鎮及區內，若依農村酒莊設置要點規範係採

月餅等農產品，尤其是以水果製酒為首要的話，則玉井區、南化區與五鎮區在種類與生產數量上應較為符合製酒原料之需求，茲以地方產業之現況、交通區位之條件、相關產業發展空間與旅遊資源之鍊結等面向分析三區中何為較適宜設置農村酒莊者。

一、五鎮及鄰近區域資源分析

1、五鎮區

● 地方產業

五鎮地質屬白堊土，由於白堊土土質細密，不利植物根部發育，地上的植物也就生長緩慢，因此在外觀在分量上，就顯得比一般地方的農作物小了一號。但也因為生長緩慢，因此其甜度特別高香氣特別濃郁；五鎮的芒果或許比不上玉井好看；秤起分量，五鎮芒果的個頭也小了一些，但五鎮的芒果聞來最臭是香郁濃味，入口最是香甜可口，因為五鎮芒果生長在白堊土上，而且它富含糖分、蛋白質、粗纖維及維生素 A、B 1、B 2、C，還有礦物質鈣、磷、鐵、鈉營養成分。此外，芒果還含有胡蘿蔔素、梨酸、芒果酮酸、沒食子酸、芒果甙等對人體有益的成分，是相當可口且營養豐富的水果。（資料來源：五鎮農會）

其他主要農產品有：破布子、山蘇、白芋艿、竹筴，顯然較屬於高經濟作物的還是芒果。五鎮農會自八十年代起開辦了芒果共同行銷班，建立起五鎮芒果口碑。

自五鎮農會輔導於 90 年劃定之光榮休閒農業區，早期運作相當平穩且獲多方資源援助，不少建設是鄰近鄉鎮所難以相比，然因旅遊型態改變，且交通網的調整，該區營運機能頓挫因而商機大不如前，有待新興產業重振經濟。

● 交通區位

五鎮主幹道為臺 20 線（南部橫貫公路）可接玉井，由臺 20 乙線（南五公路）可達南化，離國道 3 號高速公路近，交通條件不差；但仍缺少了快速道路之銜接，快捷性較為不足。

● 發展空間

五鎮區內農會農特產銷售中心結合其輔導的光榮休閒農業區，設置了

游客服務中心、家政班研習教室、日媽媽日園料理餐廳和頗具規模之食品加工場，後者亦為處理芒果外銷日本之主要場區，目前休業務中暫閉置中，其現況經初步會勘結果，適合作為酒莊設置地點。

- 旅遊資源

車山月世界，從日出到日落，光景變幻莫測，景象多變，深深地撼動人們的心。清晨如海洋一般的雲霧翻騰飄渺，是攝影家及登山客的最愛；而車山 308 高地，位居五鎮、龍崎及內門之三角點，許多人喜歡到此登高望遠，盡覽臺南地區寬廣平原，觀賞『高山朝聖』的確信氣勢、雲霧飄渺的雲海，看著夕陽為荒涼的月世界灑遍炫麗的色彩，當夜臨來臨遠方的玉井、南化及臺南市區萬家燈火，閃閃亮光，為黑暗寂靜的車山增添無限風光。（資料來源：五鎮農會）

五鎮萊索化石館於 1981 創立，化石館所長示的化石，種類繁多，數量豐富，內容包含與山頂浦人同時期的「五鎮人」化石，海洋及陸地動物的化石，對研究海陸生物的演化，及古地理環境的變遷，非常有研究價值，為自然科學教育最佳的教材。五鎮區萊索流域地層構造特殊，散佈大量古生物化石，且蘊藏豐富，種類繁多。（資料來源：臺南市政府）

2、南化區

- 地方產業

芒果是南化鄉 35 個果樹產銷班中最重要的經濟作物，目前栽培面積約 1,320 公頃，愛文芒果約 1,000 公頃、金煌芒果約 200 公頃，其他還有木瓜約 100 公頃、蜜棗約 100 公頃。

「南芝蘭」品牌是國內第一批註冊成功的芒果品牌，南芝蘭芒果果色紅潤飽滿、甜度達 14 度以上，2010 年愛文芒果外銷日本約 410 公噸、韓國約 150 公噸，金煌及凱特外銷其他國家約 300 公噸，芒果外銷幾乎佔到全省 50 %。國內共同運銷方面供應一、二市約 1200 公噸、三市約 700 公噸、直銷（含超市）約 200 公噸。（資料來源：南化農會網頁）

- 交通區位

位於臺 3 線（嘉新公路）與 20 乙線（南五公路）之會處，近臺南市與高雄市交界，交通便利通暢，且因非鄰高速公路與快速道路，在旅遊動線

的便捷需求上略有不足。

- 發展空間

農委會補助興建集貨場 300 坪、外銷芒果密封式空靜設施 210 坪、冷藏室 90 坪、催熟室 80 坪等設施備，該集貨場係因應外銷而設，目前使用率高，如要設置農村酒莊則需要另覓場所，或易地興建。

- 旅遊資源

轄內有二座水庫，其中南化水庫於 82 年完工後，其廣大集水區所造就之湖光水色，輝映烏山山脈之健步步道，及規劃之自然保育公園(獼猴區)及位於玉山村南橫公路起點之本縣南瀛八景十勝之一勝——貫道貫光聖堂等及廟宇，形成一特殊觀光景點。(資料來源：南化區公所網頁)

3、三、三區

- 地方產業

玉井區農產以小果為主，木瓜、荔枝、龍眼、楊桃、西瓜、香蕉、番石榴、鳳梨、芒果為大宗，其中以芒果最具代表性是玉井區最重要的經濟作物；玉井區是臺南市境內芒果最高產量的鄉鎮，栽培面積多達 2,343 公頃，佔全國面積的十分之一，。種植的芒果以愛文品種為主，約佔 45%生產量，其次金煌佔 36%，凱特佔 10.8%，在來種佔 3%，聖心佔 2%，海頓佔 1.5%，其他品種佔少數。農作物推廣與時漸進，朝多樣化、精緻化追求高經濟收益，如花卉、鳳梨、蜜棗等作物。

作物別	生產面積(公頃)	生產量(公噸)
芒果	2,000	24,000
番石榴	150	4,500
鳳梨	400	4,800
木瓜	175	10,500
楊桃	60	3,600
印度棗	80	1,600
荔枝	12	90

表 2:玉井區主要果樹生產數量總表(資料來源：玉井農會)

- 交通區位

玉井位於臺南市東南，交通網路四通八達，主要對外道路有：臺 20 線：玉井公路從玉井往左鎮、新化、永康到臺南，為本區主要交通要道；臺 3 線：從楠西經玉井到南化為一連繫各觀光遊憩據點的景觀道路；東西向快速道路（臺 84 線）：從玉井經大內區到北門區，可連接楠西交流道或走臺一線到新營交流道上中山高速公路；南部橫貫公路：從玉井經北寮（南化區）到臺東縣海端鄉。已建構綿密且快捷之交通網，具極優之區位條件。

- 發展空間

目前與產業有關之空間為芒果分級包裝展示場與芒果產業文化資訊館，目前預約導覽時間可進行文化知性導覽。瀨瀨農場鄰近玉井，曾設酒莊接受農委會輔導，已具產製技術與銷售能力，但內部組織進行整合，產製中斷暫停輔導多年，今年（2011）恢復作業繼續由請農村酒莊輔導與評鑑。

- 旅遊資源

區內雖無知名的旅遊景點，但在大內區日臺南縣農會經營之瀨瀨農場頗負盛名，多元且完善之設施提供餐飲住宿與體驗活動，豐富之鄉村遊程多年來一直為國內旅遊的指標景點，因鄰近玉井與芒果之魅力結合，多數遊客都以為瀨瀨農場頗在玉井；另外，南部橫貫公路尚無重大災害時，由玉井進至南橫通往臺東的遊程相當熱門，也成就了玉井的旅遊盛況。

二、以環境資源條件分析選擇左鎮區置設農村酒莊之理由

各區條件分析結論

本計畫擬於拉拉雅國家風景區內遴選適合設置農村酒莊之地點，以評估條件要點（產業資源、區位條件、空間利用、人才資源、開發共識）為三選項進行初選評估，評估區域為左鎮區、南化區與玉井區，經初步現勘與資源探索所得之資料做綜合分析，分析結果列述如下表：

區 域	五 鎮			南 化			三、井			備 註
項 目	高	中	低	高	中	低	高	中	低	
芒果產量		*		*			*			
鮮果品質	*			*			*			
原料可供應量	*				*				*	
第二原料可供應量			*			*			*	
休閒農業相關產業	*					*		*		
日 媽媽鄉村料理	*				*				*	
交通動線		*			*		*			
旅遊便捷		*				*	*			
景點聯結		*			*		*			
可利用之閒置空間	*					*			*	
可結合之休閒空間	*					*		*		
鄰近同業酒莊	*				*				*	
鄉野文化與典故	*				*		*			
技術養成			*			*		*		
人才培訓	*				*			*		
輔導單位之理念	*				*				*	
在地業者之意願	*			*					*	
合計	11	4	2	3	8	6	6	4	7	

表 3: 各區條件分析

依據上述各項初步評估項目所呈現之權重分析，目前農村酒莊選擇設置區域之排序依次為：五鎮>三井>南化。五鎮能初評為農村酒莊設置地點的理由，以四個要項分述如下：

1、產業資源分析

a、三個區域都是知名的芒果產地，產量品質在伯仲之間，都足以傲稱「芒果的故鄉」，在原料的主要產地設置農村酒莊，以芒果為主題酒品為不二選擇。

b、三井農會再芒果內外銷方面有極大之績效，曾有供不應求的現象；南化農會近年來在農委會協助下設置外銷芒果處理工場，全力拓展外銷市場；而五鎮的芒果產量在外銷日本市場通路封鎖後，僅能拉長內銷，乃至有機會將部份產量移為製酒原料，原料之供應在數量與穩定性上較優於其他二區。

- c、農委會輔導農村酒莊的目的，除了協助農戶將目前產之水果等製酒產品以提高經濟效益外，也希望農村酒莊能結合邊休閒農業資源發展鄉村旅遊，目前三區中已有五鎮區在90年劃定光榮休閒農業區，且仍正常運作中。
- d、佳餚配美酒乃餐飲之最佳搭檔，目前五鎮農會經營之日媽媽日康料理餐廳已成立多間，有機會在農村酒莊設置後結合發展，相互提攜。

2、區域條件分析

- a、在三區中五鎮的交通網線與旅遊便捷性雖居中，次於玉井，但在快速道路開通後旅遊流量驟減，相關產業之產值急遽下降，農村酒莊之設置有再創產業平臺之機能，藉整體行銷之效能激發其他產業復甦。
- b、五鎮之旅遊景點有草山月世界（觀景）、菜寮化石館（生態、考古）、斗埔族文化（人文歷史、宗教）和白堊山景觀（地質教育），概屬於靜態與身心靈體驗之屬性，深受之文化與鄉土典故能提供酒品研發的故事背景，有利於農村酒莊的意象行銷。

3、空間利用分析

- a、鄰近玉井區有走馬瀨農場（大內區），不僅屬於大型綜合休閒農場，且曾申請酒莊並接受輔導，中斷多年後擬於今年恢復生產，因地理之便利避免同質性產業競爭，玉井再設置新農村酒莊的利基不高。
- b、南化區曾倡議設置農村酒莊，但經地方人士與相關業者評估後，原擬定位置仍以發展生態休閒為主，且無適宜空間可利用為酒莊廠區。
- c、五鎮農會在芒果外銷日本通路中斷後，原芒果分級包裝及配銷之加工廠目前閒置中，建築新外觀完好，內部空間寬敞，聯外道路完善，連卸貨平臺與輸送設施都俱全，是難得的酒莊設置地點，可提供未來產製酒品與整體營運相當理想的發展空間。

4、人力資源分析

- a、五鎮農會在農業轉型與經營新興事業上有深刻之體會，面對日漸萎縮的傳統農業，鄉村年輕人已有迎接新局面的準備，訪談中對產製酒類技術之養成與接受一系列之培訓教育，都有高之興趣與決心。
- b、五鎮農會可結合光榮休閒農業區、日媽媽家政班、行銷班與一般農戶，在共同理念下結合為酒類事業經營體，以各自專長與能力合作經營，則

人力資源之運作上適能發揮極大能量的。

5、開發共識

- a、古鎮區公所與古鎮農會在本計畫現訪時，雙方均表達已建立合作經營之共識，未來若發生經費有限的情況會全力相互支援，運用行政與人力之資源協助農村酒莊籌備、建設、申請與營運上之需要，此共識之深刻視為日後成就之希望。
- b、至於玉井與南化地方人士與業者是否也有如此共識，目前仍未得悉，本計畫執行中將再訪視並進行討論。

古鎮環境概述

1、自然環境

古鎮區隸屬臺南市，地理位置位於臺南市之東南端，東以南化區及高雄市的內門區為界，南接龍崎區，西連新化區，北依山上區、玉井區，面積約 75 平方公里。古鎮區地勢並不高，但全區地形高低起伏，在特殊的地質條件下形成了斗南山、深谷、曲流、斷崖等特殊的地貌，缺乏大而平坦之腹地，致為鄉內外人士評為「地無三里平」之特殊景觀。

2、人口概況

計有 1,974 戶，總人數僅 5,600 人，農家人口居多，屬迷你小鎮。

3、產業概況

- a. 產業特色街：規畫外環道路及臺二十線交叉路口附近十二公頃土地為產業特色街。外道是玉井、楠西、南化等區之出口，也是觀光必經之道，將作整體開發，以形成具有特色的產業街。
- b. 推廣有機農業：農業生產上受地形、土壤的影響表現並不突出，擬從現況轉型開發自然無農藥的地區農產品，增加競爭力。
- c. 規劃輕工業用地：以陸光村與內新村為較平坦的地區，將朝輕工業區發展，優先設立污水處理廠，補助污染防治設備。

4、農產品

- a. 古鎮區的農特產品多元，包括龍眼、破布子、山藥、火龍果、芒果、香蕉、山蘇、竹筍等，以芒果(改良種)最具盛名，產量約 1,200 噸，次於鄰近的玉井(約 7,700 噸)與山上區(約 1,800 噸)，其他尚有香蕉約 2,000 噸，竹筍約 2,800 噸。

b. 五鎮臨近地區農特產如下表列：

區	特產
白河	蓮花、蓮子、蓮藕、竹筍、稻米、柑桔、洋香瓜、甘藷
東山	龍眼、柑桔、洋香瓜、芒果、蕃茄、柳丁
六甲	稻米、蓮花、菱角、淡水魚、油菜花
宜日	芒果、洋菇、菱角、淡水魚
山上	木瓜、芒果、鳳梨、無子西瓜、蘭花、火龍果
林內	酪梨、胡麻、蓮豆、芒果、柑桔
新化	蕃薯、鳳梨、竹筍、荔枝
楠西	梅子、軟枝楊桃、芒果、蜜棗
玉井	芒果、楊桃、番石榴、荔枝、山心蘭、木瓜、鳳梨、斗好蜜棗
大埔	麻竹筍、楊桃、茶葉、網室木瓜、破布子、百香果、梅子

表 4：五鎮臨近地區農特產

三、五鎮設置農村酒莊之 SWOT 分析

優勢（Strengths）

- 1、芒果(改良種)頗具盛名，五鎮芒果生長在白河山上，而且它富含糖分、蛋白質、粗纖維及維生素 A、B 1、B 2、C，還有礦物質鈣、磷、鎂、鈉營養成分。
- 2、五鎮農會目前自有農產品加工廠，廠區空間寬敞高敞，建造期近且維護良好，不僅有理想的規劃條件，更有進出口動線也符合酒類製造流程之要求，不需過多改造即可使用，堪為絕佳之酒莊設置地點。
- 3、酒莊計畫設置點臨臺 20 線省道，係往來臺南市、曾文水庫、走馬瀨農場與南部橫貫公路公路之心經地，具相當重要之交通據點。
- 4、五鎮有知名之菜寮化石館、車山月世界、白河山地质景觀和豐富之斗埔族文化，可與農村酒莊鍊結為套裝行程；而酒品也可與這些在地資源與文化共創話題，產出創意之商品故事。
- 5、民國 88 年該地區即積極推動農業休閒轉型成為「五鎮光榮休閒農業區」，多年農委會投入許多經費協助地方發展，也造就極具農村特色之風貌，有鄉村旅遊之基本價值。

劣勢（Weaknesses）

- 1、製酒主要原料之芒果 262.9 公頃，年產量約 1,200 噸，扣除鮮果供銷後之

數量恐有不足之虞。

- 2、可替代之原料可能僅有甘蔗 45.77 公頃、香蕉 141.74 公頃與鳳梨 17.77 公頃，但產量都不大。
- 3、五鎮農會財力有限，即使最基本之製酒設備及相關設施都需要千萬元以上之投資，若再加上研發、開辦及行銷經費，所費不貲完全依自籌資金投資恐怕力有不足。
- 4、因東西快速道路開通，往來臨近景點不需經過五鎮，且因南部橫貫公路的險阻，曾文水庫的魅力不再，國民旅遊潮不如以往，五鎮的榮景已大幅消退。
- 5、近年來該地區因地勢特殊，許多地帶逢大雨則淹水，不僅開發困難也影響農作物生長。
- 6、目前尚無合格之釀酒師，所釀之酒係農戶散戶自研發釀製，屬於私酒僅能自用，人才與技術層面仍屬低階。

機會（ Opportunities ）

- 1、五鎮的芒果產量在外銷日本市場通路失諱後，僅能拋長內銷，乃至有機會將部份產量移為製酒原料。
- 2、為了提增鄉村旅遊的觀光價值，臥拉雅風景區管理處以發展農產品次品牌計畫協助農村酒莊之設置，雖暫無實質預算補助於設置經費，但若能藉此機會拋出設置議題將可吸引相關資源之協助，即如臺南市政府、農糧署或農企等。
- 3、自從農村酒莊在農家發展嶄露頭角後，民間製酒已不再是難事，且有相當穩定的發展軌跡，且因這兩年參加國外酒品比賽屢獲獎，提昇其水準與吸引力，在酒類市場已被看好，對要加入此一行列者具有鼓舞氣勢與引導指標。
- 4、五鎮農會對發展農村酒莊之意願極高，也積極輔導農戶轉型經營農產加工等業，並極力向有關單位爭取經費補助和技術支援，此一目標已獲得不少農戶之共識與支持，形成推動之助力。

威脅（ Threats ）

- 1、近年因氣候異常之影響，農家生產在質與量上產出不穩定現象，芒果與其他蔬果亦難免受此波折，製酒原料的供應有相當程度之不安定。產量少價

格高則下敷成本，品質差篩選難酒品不佳，這些因素必得考慮。

- 2、臨近之玉井區是為瀨場曾於多年前籌設酒莊，雖未完成農村酒莊設置之計畫程序，且已於四年前停產，但已具備之規模與生產技術仍較五鎮現況超前甚多，如果其酒類恢復生產，以原料區域重疊產品雷同的競爭下，新的酒莊有極大之經營壓力。
- 3、酒類市場目前仍處於國外進口酒和國內臺灣菸酒公司、金門酒廠霸佔之局面，品質之要求日益提高，且有相對價格之競爭。
- 4、酒稅之高漲和酒駕之嚴罰，對酒類市場之拓展有相當程度之限制性影響。
- 5、交通優勢已大不如前，傳統產業無法有效提昇區內經濟素質，在生活與就業的現實考量下，如多數鄉鎮一般在地人口嚴重外流，消費人口消退和技術人才難覓，將是這地區發展農村酒莊之一大隱憂。

(四) 相關可行性評估

任何產業之投資籌設必然考量經營可行性，農村酒莊始創期係肇因於 921 震災重建計畫結合產業轉型機制啟動，政府投入大量資金與人才協助災後產業振興，基於政策之需要和時間之急迫，當年籌設之農村酒莊中除了幾家農會自營酒莊外，其他酒莊未必全數先進行可行性評設估後才完成設置計畫，經多年來輔導與評鑑過程中所發現諸多難以解決之如原料生產、市場定位、或必須調整生產目標和經營策略等之問題，如果置之前即審慎評估，則今日農村酒莊之發展其成效會更高。

有鑑於上述之經驗，五鎮設置農村酒莊之可行性評估將依據所相關資料與 SWOT 分析結果陳述如下：

一、評估重點說明

1、生產面向

生產所關乎的從製酒原料之選定、原料供應品質與產量之管控、原料檢收與處理之標準作業，到酒品研發與製酒技術、品質設備與流程、廠區空間與設備之建置等，這些環節相扣的條件決定能否產製優質酒品。

2、財務面向

舉凡設廠與添置設備經費、研發產品與行銷費用、原物料供應成本、產品定價策略、行銷關聯之人員費用、自籌款與補助款的充足準備等，都是財務所涉及的重點，依長期投資經營的原則考量，此一面向需要永續的穩定，即使創

設立初固定成本高昂或產製尚未上軌道收入少，損益難能持平，但財務規劃必然需要有利多之發展可能，且具備風險管理之能力。

3、營運面向

營運之開始不是發生交易，而是構想形式之設置規劃。從設置地點選定、生產計畫擬定、財務規劃完成、組織架構確定、銷售流程設定、門市經營、推廣行銷策略定諳等內部工作，到參加國內外酒品評鑑與業務策略聯盟之結合，都是營運的整合範圍，完備的營運機能必須在設置初的規劃時即逐項檢查並進行建構。

4、相關效益面向

農村酒莊之設置不能僅視為農產加工之生產事業，所關聯之農村文化、鄉村旅遊、休閒農業、平衡製作、農村勞務、農地利用、農民所得、農業經濟與附屬產業之相伴發展，雖然各別之效益未必同時產生，其能量也未必有絕對之對應，但此一產業即有此特殊性之價值，在農村酒莊設置可行性評估中有相當重要性之指標。

二、生產資源評估

1、原料

- 可選定之原料主要為水果，目前所生產之品種以「愛文」居多，主要以鮮果直接供銷佔大宗，少數加工為水果乾，因尚無實證資料或研究報告說明其成份是否適宜釀酒，（因農村酒莊釀酒係以在地水果為原料，在沒有其他可替代的水果原料之前，暫以水果為討論標的），如果不是最適宜之品種，則需要依必要成份內容請農改場作新品種之研發、試種再移轉生產（苗栗縣公館鄉農會即為了釀製桑椹酒，委請苗栗改良場研發新品種，費時約四年），如此將嚴重影響設置之可行性。
- 如果目前水果品種適宜釀製水果酒，僅有1,200公噸概況皆罄無剩餘可供為原料，若如多年前生產過剩則入供過於求，不穩定的供量也會連帶有不穩定的品質，雖然可藉製酒技術予以調整，但難免會產生酒品品質之誤差；故能否輔導農民以製作方式（如早年苗栗與二林以製作生產葡萄供應負責釀製葡萄酒一般）提供穩定的原料質與量，將是該地釀酒事業能否經營之保證。

2、酒品

- 農村酒莊依製酒方式不同，所製之酒類有釀造酒、蒸餾酒與再製酒，前者為最佳選項，目前尚無任何具體證與成品可評，有待日後研發。
- 三類酒品之中，蒸餾芒果酒最容易所製，也目前農村私釀酒中已非少數；但能否保有最佳風味與品質，在無絕對專業技術所製出的成品頗令人存疑。而蒸餾酒的市場競爭中，絕少有比得過高粱酒的優勢。
- 走馬瀨農場附設之酒莊曾於前幾年研製過芒果酒和多種水果酒，係屬於再製酒，但最後推出的冰棒桂酒和高濃度米酒，是否芒果再製酒有其所與銷售的價值，值得探討。
- 如果要以釀造芒果酒為目標，需要更多更穩定之芒果原料，也需要更精準的生產技術；甜度高的釀酒原料在釀製過程中有最難控制的狀況，產品的存放和賞味期的風味更需要高度管控，目前實難肯定酒品之定位。

3、場所

- 古鎮農會閒置之農產加工場有絕佳之空間，因其原本即屬於工廠設計，在空間配置與動線規劃上已具備良好之態勢，營運成本大幅減少有利財務之節約。
- 生產區鄰近農會現有農特產品銷售中心，可連結茶品酒及酒品門市，而經營中之日媽媽餐廳在區內可以自家釀製的酒品V餐與V菜，如果DIY教學之體驗活動和酒莊之參訪結合，整個範圍所建構之遊憩機能相當完整，過去以光榮休閒農莊區經營的休閒農莊體驗將擴入為有生產活力的農村酒莊新形態，對該區有更高之核心價值。

4、設備

- 目前係處於評估階段，以何原料釀製什麼樣的酒尚未能確定，所以應添購何種設備、何種規格、多少數量均無法確認，僅能推估；多數農村酒莊起初設置時，為了怕投資失利的後果，一開始均以最基本量規劃設備。

5、製酒技術

- 經初步訪查，區內雖有農村私釀酒，但都是在學習與試釀階段，所用器材相當簡約，而釀製的酒品多為梅酒與藥酒，其中以蒸餾酒居多，似乎與意想中以芒果酒為主項酒品有很大之差異；足見該區製酒之

趨向與環境資源結合的主導性待確認。

- 雖有人會釀酒，但該區無人擁有製酒執照，且沒有受完整釀酒師訓練或是取得證照者，如何能配合酒莊申請設置之需求，確有相當大之難題。

6、 綜合評估

- 酒品主項係選定以在地水果最大宗也最具特色之芒果釀製之芒果酒系列。

三、 財務評估

1、 自籌資金

- 五鎮農會前自經營艱難和財務困境中由現任黃總幹事整頓完成，目前各項業務雖已正常運作也產生相當高的經營效益，但面對農村酒莊之龐大投資與後續營運經費，自籌資金額要怎麼如何提撥，確實需要相當慎重之財務估算；以信義酒莊為例，當年幸賴 921 重建基金的大力補助得以完成建廠並順利生產製酒品的初期重大投資，爾後營運期逐年依計畫都有必要之經費協助設備添購或產品研發，但也是經過好幾年轉虧為盈，目前在擴廠或更新設備與顏新產品所需經費大部份都以自有資金因應。
- 自籌資金之額要依酒莊設置規模與生產量而定，基本設備投資係在一千萬左右，其餘軟硬體和期初開辦費用合計約估二千萬元，雖非一次到位也需要妥慎準備。

2、 補助預算

- 因推動農村酒莊發展係農委會重要工作，目前執行機關為農糧署，其重點業務為輔導與評鑑，如果通過評鑑取得農村酒莊認證才能開始獲得經費補助，補助經費可用於設備更新添購、產品研發、原料開發、行銷推廣和有助於酒莊營運之相關設施，對於期初設廠費用並不在補助範圍。
- 基於地方經濟發展之重要性，農會所推動之農村產業發展關鍵之類，其中酒莊之設置與營運對地方政府必然有鍊結相關產業之效益，初期設置費用是否可向所轄臺南市政府提出酒莊興辦計畫，爭取部份補助經費完成設廠與酒類生產經營規模，再由該酒莊輔導與評

鑑，讓各部門所挹注之補助款能適切運用。

- 至於巴拉雅景管理處所能協助者，除了以本計畫導引農村酒莊之願景能於轄區內之各鎮位外，未來農村酒莊設置後所係推動之旅遊機能與策略聯盟計畫，就整體觀光發展之需要，以適當之經費補助係為可期。

9. 營運與評估

1、市場

- 依據五鎮農會與梅嶺地區農會所提之農村酒莊營運計畫書草案中之說明，以在地自產之芒果和青梅為主釀酒原料，所釀製之酒品以年輕族群較能接受之低酒精度酒（酒精度 4.5~16 度之間）為主，就目前國內水果釀製酒的市場接受度而言，此一市場開發成功可能性較高，如：大湖酒莊湖春戀草莓酒與草莓淡酒、埔里農會酒莊之真情玫瑰酒與玫瑰淡酒、信義酒莊之柔水梅酒與耳埤酒莊之鐵道公主梅酒，均獲好評且有良好之銷售業績；至於高酒精度酒（酒精度 38 度以上）之蒸餾酒品，則穀類酒市場強於水果酒市場，如霧峰農會酒莊之初霧清酒、金門酒廠（非農村酒莊）之高梁，然而也有銷售極好之水果烈酒，如：信義酒莊之狂野梅酒、耳埤酒莊之鐵軌梅酒、大湖酒莊之挑戰 50 草莓酒與埔里農會酒莊之迷霧森林白梨松酒，其所以能在穀類酒占有市場，端賴優質原料與精良之製酒技術，本區之酒莊如要釀製市場接受度高的酒品，這兩項條件需要齊備，目前係處於籌劃階段尚無詳盡資料可評估，可據為日後研發之參考。
- 基於草創之初期，諸多發展條件尚未完整，且粗估可運用之製酒原料仍需詳查或再特別製作，產量有限且品質待估情況下，初期規劃之市場不能過大，且應以小眾族群之國內市場為目標，並且應與現有農特產品之市場相結合。

2、管理

- 釀酒既是一件傳統食品加工的工作，也是一件結合科技與文化藝術的創作，由萃取酒精到創意勾調，這項技術與生產需要相當精密的製作流程和嚴格作業管理，才能產製優良的酒品。以五鎮農會為農村酒莊的經營體是最適當之選擇，也是目前唯一可及早開展此一事業之團

隊，然而 既有之製會管理模式和酒莊之經營管理有相當大之差異，除了組織架構不同、工作職掌不同、供銷模式不同、行銷通路不同、財務管理制度不同之外，技術人才的培訓與聘用也大不相同，在管理層面上仍有頗多體質與制度的提升需要努力。

- 來自於輔導製村酒莊之經驗，一般製會係屬於社團法人，在人事制度上的規範並不嚴謹，非無制度而是有隨意調動的慣性，雖然表現上是配合人才多元運用也同時增加員工學習技能之機會，但是忽略了釀酒技術與酒莊管理之專業性，和永續經驗累積的重要性；目前輔導的製村酒莊中，即有因專業技術人才的不當支配職務，不僅影響生產品質且造成整體營運之失調，在鎮地區人才已是稀少，人才更是難覓，如何穩控經營管理的合理性發揮最佳產值，引導者應予慎思。

3、 策略聯盟

- 在製村風貌有了新的詮釋和各別特色後，各區域階有其產業發展的子軸和經營方式；以五鎮而言，既有傳統製業生產已不足以創造既有之經濟效益時，轉型經營休閒製業結合鄉村旅遊，因於早年即計畫制定光榮休閒製業區，大力推動休閒製業之製場、製特產品、伴手禮和媽媽日康料理等相關產業，足見該區係仍有再創新產業之基礎，提供製村酒莊做經營之結合。
- 就目前所調查和會級之資料分析，因環境與資源之變遷，五鎮與鄰接之各區（前為鄉鎮）雖然都顯得沒落，但其既有之特色產業與景點在許多人映像中仍保存良好，如：玉井的南橫公路、南化之水車、大內之走馬瀨、白河關子嶺和楠柵之曾文水車，各個景點中均有吸引遊客造訪的景點，製村酒莊的營運除了需要這些既有客源之結合外，因酒莊所營造的新產業魅力和與境外景點串連的效應，必然吸引另外一批新人潮注目這些地區，在相互牽動的策略聯盟經營下，鄉村旅遊將創造新話題和新商機。

（二）綜合評估與建議

一、和世襄教授（大葉大學教授/製村酒莊輔導委員）之評估與建議

1、 地方資源之整合：

五鎮區人口數不多，製會擬加入製酒產業，勢必要結合地方資源，無論

設立地點、廠房規模、釀製之酒類品項等均需加以評估、選定，勿僅著眼於本鎮區而已。建議以農村酒莊之概念來發展，較符合屬性，且可納入政府中農業、觀光與文化等各相關輔導系統之資源。

2、依農委會農村酒莊輔導作業要點進行規劃：

- (1) 農村酒莊指利用地區農產原料，釀製具特色之酒品，並結合地方觀光休閒產業及文化特色，營造具自然環境與農村景觀之釀酒社區。
- (2) 自我評估項目：
 - a. 擬釀酒類市場之現況、趨勢與需求、技術及品質之競爭優勢。
 - b. 釀酒原料來源、品種及特色。
 - c. 釀酒(產量)規模。
 - d. 酒莊之財務規劃及其投資效益分析。
 - e. 整體營運方式，與休閒、觀光及文化等事業結合營運之規劃。
 - f. 酒莊土地權屬及分區種類區可供釀酒用途。
 - g. 酒莊設置地點之交通狀況、鄰近地區自然與人文景觀資源等對酒莊之影響。
 - h. 酒莊設置之預期效益。
- (3) 原料之選定
 - a. 釀酒原料須具備地方農村產業特色。
 - b. 釀酒原料品種須為適合加工釀酒，酒品質穩定，且原料供應量不虞匱乏者。
 - c. 釀酒原料之栽培，須循栽培管理制度及作物安全用藥規定。

3、組織架構：

釀酒是一門科學，也是一門藝術，必需培訓專業而穩定之專業人員，建置營運組織，劃分權責，若無專業人員擔任相關業務，將難永續經營。

依農村酒莊評鑑規範，下列條件均需有專業人員方能評實建置：

- (1) 酒莊位置、建築與周圍景觀、環境
- (2) 酒莊內部規劃與設施
- (3) 機器設備
- (4) 衛生管理
- (5) 製程及品質管制

- (6) 倉儲與運輸管制
- (7) 標示
- (8) 客訴處理與成品回收
- (9) 紀錄處理
- (10) 人員資格及受訓情形
- (11) 營運計畫

4、循序漸進，勿操之過急：

- (1) 參訪設有製村酒莊之農會，了解經營之道。
- (2) 有重點，訂定發展時程，掌握資源，作好準備，由小而大。
- (3) 製村酒莊中，製酒只是標榜之一，相關農特產品之加工、銷售以及餐飲服務，甚至生態教育等均可納入業務範圍，擴充多元性與產業機能性。

5、選派人員參加釀酒技術、品質管理及行銷等培訓

- (1) 食品工業研究所、基金會等開設之酒類釀造、行銷管理、品質鑑定等課程
- (2) 各大專院校食品或相關科系開設之酒類釀造課程
- (3) 由國庫署或農會委等委託開辦之研習班、釀酒技術人員培訓課程等

二、製酒情形 (製村酒莊輔導委員) 之評估與建議

1、研發蘭姆酒 (Rum)

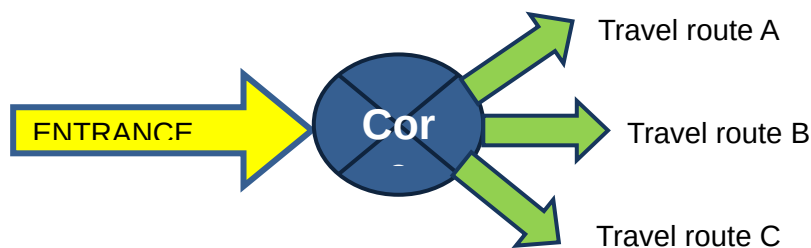
蘭姆酒是世界名酒之一，與白蘭地，威士忌，伏特加酒並駕齊驅。臺灣過去是製糖王國，未能產製出有名的蘭姆酒實屬遺憾。

2、以甘蔗為原料製基酒

臺灣是一製糖重鎮，目前臺灣農會皆無釀酒對象。建議該農會未來是否以開發蘭姆酒類為目標，來生產臺灣特別的酒類產品之一。該酒類製程簡單，可單獨飲用，也可用來作為再製酒類之基酒。

第三節 鄉村鋪子

就所有品牌意象中，巴拉雅最具優勢的是鄉村性，遊客有很高的評價，這提供了巴拉雅發展鄉村旅遊很重要的基礎，最須優先改善是餐飲服務的形象。遊客對於巴拉雅餐飲服務的形象認知較低，包含餐飲、住宿及購物設施之多樣性與品質，此結果的主要原因在於巴拉雅主要遊客到訪的三個系統缺乏核心區所致，換言之，就遊客行為與旅遊地規劃而言，具魅力的核心區域打造是旅遊地成功的關鍵，核心區域包含了主要景點吸引力、豐富多樣的購物設施、餐飲、旅遊資訊提供等，讓遊客到達目的的知覺。



建議巴拉雅國家風景區管理處依據三大遊憩系統(或依過去三個景點的空間構想)，規劃各系統的核心區，包含核心區意象的打造、以及建置多功能的旅遊資訊中心，建議以巴拉雅鄉村鋪子的概念，結合旅遊資訊中心(i-site)、農特產品通路、餐飲、購物等功能，才能逐漸提升遊客對於巴拉雅品牌意象中關於旅遊餐飲服務與旅遊資訊服務的認知，也可得以解決即使遊客到了巴拉雅仍不知悉的情形。



巴拉雅鄉村鋪子
(Multipurpose)



- ❖ 旅遊資訊中心 (i-site)
- ❖ 作為農特產品通路
- ❖ 餐飲
- ❖ 購物

第四章 市場推廣與旅遊產品強化

一、市場推廣

1. 引進兩岸鄉村旅遊市場推廣：配合鄉村旅遊協會活動『大陸鄉村旅遊踩線團』，安排至西拉雅風景區 1~2 個點參訪，休目前正處選舉期間，活動延至 101 年 2 月 V 台參訪。
2. 安排轄區內或轄區外的相關產業交流：安排本校觀光產業專業經理人班於 100 年 6 月 21 日、22 日參訪大埔鄉、曾文水庫、南元農場玉井、東香貓咖啡園等地，並與業者互相交流。

二、旅遊產品強化

1. 柯文義教授、劉益喜教授針對設計五鎮農村酒莊做評估、且對轄區內居民進行教育訓練。
2. 引進前菸酒公賣局局長蔡木琳先生，與產業、協會及農會相關人士交流，並針對農產品次品牌部分給予製酒與品酒等相關技術指導與諮詢。
3. 引進鄉村舖子之設計理念，發展鄉村品牌，助將農特產次品牌之概念發展為一西拉雅之亮點。

第八章、結論與建議

一、結論

(一) 農特產次品牌

1. 此酒莊輔導課程已完竣，除了五鎮與梅嶺地區已了解製酒過程與行銷，並撰寫二份農村酒莊營運計畫書，待後續五鎮與梅嶺地區釀酒人員執照、釀酒執照與設備等相關資料皆齊全，即可向一併送營運計畫申請農村酒莊。
2. 農特產品牌除輔導農村酒莊之外，後續可增加打造多樣農特產品，開發相關伴手禮，提升農特產品品質。
3. 針對巴拉雅轄區內對各區做農特產資源調查，規劃各區獨有的特色，設置巴拉雅鄉村舖子。
4. 結合農特產的製作過程，成立農村遊學教育中心，有系列舉辦農村遊學體驗活動。

(二) 社區次品牌

1. 依地方特色進行環境營造並集中舉辦。本次環境自主營造已可見地方居民特質與地方特色，未來，可依地區規劃，在某一塊塊、某一路段，以集中方式舉辦，並加強營造地點遴選，如此效果將更加明顯；
2. 可針對巴拉雅本地居民、業者、社區發展協會成員及管理處內部職員透過講座、社區互訪、及社區環境美學教材製作等進行環境美學經驗提昇，如此以來在未來推動社區品牌時也易讓居民與管理處單位達成一致觀念與共識，在環境品質提昇上將大有助益。
3. 建議將來依據當地民眾需求及鼓勵環境營造方向所需方法，進行持續性的營造培訓課程，讓當地居民在平時就逐漸具備環境改善所需能力與知識，並在營造時期能有更好更明顯之成效。
4. 為顧及社區自主營造的永續發展，後續可輔導社區居民建置網站並自主維護管理，同時也可提升風景區社區品牌之印象。

(三) 生態次品牌

1. 與當地伊咪咪漂流木工作室（負責人趙梅子女士）合作，結合銅質拓印板與漂流木，創作出兼具解說價值與童趣的解說裝置藝術。
2. 設計的大埔地區生態旅遊手冊，內容規劃除了有大埔地區之生態旅遊路線地圖之外；另有還有透過前項 ORV 所歸納出來之大埔地區獨特的生態特色與各項景點和

建議行程；④整合當地觀光產業資源，將各項在地旅遊資訊列於最後，而形成一本觀光圖照式的大埔地區生態旅遊小冊，可讓來大埔之遊客更容易了解大埔好玩、好區好看的地點。

3. 於規劃生態旅遊路線的同時，應考量於路線上設置適當之解說設施，以達到完善之解說效果。此計畫為大埔地區建立導覽解說系統之開端，目前已和鄉公所洽談編列解說牌之預算，以健全大埔地區之生態導覽解說系統。

(四) 品牌監測：

1. 西拉雅之品牌知名度在全國雖然仍不高，然在 100 年有所提升，係與近期西拉雅所舉辦各項行銷活動有關，更重要的是在各項行銷活動中，皆能以西拉雅為品牌名稱，為提升西拉雅品牌知名度的有效策略。建議未來應持續採取此一策略，並針對未來重要的客源市場(北部區域及中部區域)擴充宣傳通路，如臺北捷運車相或車站刊登活動廣告。
2. 品牌意象、滿意度與忠誠度在調查結果中僅屬中等程度，此三個遊客認知項目彼此有高度之關聯性，其中遊客對西拉雅品牌意象的認知扮演了重要關鍵，亦即當遊客之品牌意象有正向的提升，滿意度與忠誠度皆會同時提升，具體而言，改善遊客對西拉雅之品牌意象為當務之急。

二、後續建議

(一) 農特產品牌

1. 輔導道南鎮與梅嶺地區，撰寫完成之農村酒莊計畫書，後續可進一步由請農村酒莊設置、培訓釀酒人員。
2. 整合西拉雅國家風景區轄區內之農特產、伴手禮、體驗活動行程等相關特色，成立農村遊學教育中心。
3. 研擬西拉雅國家風景區區域內休閒農場、民宿、鄉村美食餐廳軟硬體提升計畫。

(二) 社區品牌

1. 未來推動社區自主營造再加強 175 咖啡公路的營造點，配合 26 間業者共同營造。
2. 調查西拉雅國家風景區轄區內埔族相關資訊，進而輔導內埔族部落社區。
3. 農村再出發觀光加值計畫。
4. 社區自主營造延續計畫，如關嶺社區、仙草埔、南寮地區、東山地區作延續計畫。

(三) 生態品牌

1. 培訓當地居民成為在地導覽解說員，將為未來該地區發展生態旅遊重要的任務，

建議編列入埔地區生態導覽解說員培訓計畫預算，作為此計畫之延伸。

2. 該地區之蝴蝶（紫斑蝶）與鳥類（黑鵲、小雲雀）為重要遊憩資源。未來，應對於現存之誘鳥與蜜源植物進行大規模之調查與瞭解其分佈位置，並善用 GIS 技術以分析誘鳥/蜜源植物與對鳥物種之分佈，以其營造大埔地區成為此二物種重要之過境或棲息地，且編列特有誘鳥與蜜源植物之維護預算，使得特有之植物能夠保存，並達到保育之功效。
3. 配合此計畫之進程，培訓生態資源相關導覽解說人員，舉辦生態之遊學體驗活動。
4. 打造以生態為主的農村遊學教育中心。

（04）品牌監測

1. 西拉雅轄區內氣候變換較為明顯，故時節不同，調查結果差異會較大。建議未來品牌監測之調查以季為單位進行，調查之基礎較為一致。
2. 以西拉雅鄉村鋪子的概念，結合旅遊資訊中心、聚特產通路、餐飲、購物，以提升西拉雅品牌意象。
3. 品牌建設期增加曝光機會，如媒體報導、召開記者會等相關活動。

參考文獻

Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name* (Vol. 299): Free press.

World Tourism Organization & European Travel Commission(2009).Handbook on tourism destination branding. Madrid, Spain.

李英引, & 曾永昌'. (2010). *大島閣國家公園委託案：國際遊客體驗涵*. 花蓮，壽豐：國立東華大學.

鄭健雄. (2010).*巴拉雅國家風景區鄉村旅遊推動計畫*. 南投，埔里：國立暨南國際大學.

曾翊鵬.(2010).*巴拉雅國家風景區觀光品牌發展定位建議案*.臺中，霧峰：亞洲大學觀光趨勢中心

民享環境生態調查有限公司.(2007).*巴拉雅國家風景區生物資源調查暨生態旅遊開發計畫*.臺中

附錄

附錄一 調查問卷格式 A (意象、滿意度、忠誠度)

「巴拉雅鄉村旅遊觀光品牌深耕計畫」

巴拉雅品牌認知調查問卷(A)

親愛的遊客，您好：

本問卷目的是瞭解您對該地區之旅遊意象認知與忠誠度，以協助巴拉雅國家風景區管理處釐清其旅遊核心特色，進而擬定品牌定位策略，提升旅遊品質。本問卷採匿名方式，請您放心作答。非常感謝您的協助。祝您 順心如意！

委託單位：巴拉雅國家風景區管理處

執行單位：國立臺灣國際大學

休閒學與觀光管理學系

若您對本問卷有任何問題，歡迎來信指教：hptseng@asia.edu.tw

第一部份 品牌意象

【說明】此部分旨在瞭解您對巴拉雅之旅遊意象。請您依照下列的問題，在您認為適合的選項□中打√。

項 目	非常同意	同意	無意見	不同意	非常不同意
01.這裡有舒適宜人的氣候	☐	☐	☐	☐	☐
02.這裡有獨特的鄉村景觀	☐	☐	☐	☐	☐
03.這裡有新鮮的空氣	☐	☐	☐	☐	☐
04.這裡有優美的田園風光	☐	☐	☐	☐	☐
05.這裡有豐富的自然生態	☐	☐	☐	☐	☐
06.這裡有濃厚的歷史文化氣息	☐	☐	☐	☐	☐
07.這裡有很豐富的文化資源	☐	☐	☐	☐	☐
08.這裡有濃厚的鄉土人情味	☐	☐	☐	☐	☐
09.這裡有具特色的節慶活動	☐	☐	☐	☐	☐
10.這裡有多樣高品質的住宿設施	☐	☐	☐	☐	☐
11.這裡有多樣高品質的餐飲設施	☐	☐	☐	☐	☐
12.這裡有多樣有趣的購物設施	☐	☐	☐	☐	☐
13.這裡有具地方特色的美食小吃	☐	☐	☐	☐	☐
14.這裡有具地方特色的特產	☐	☐	☐	☐	☐
15.這裡的旅遊資訊容易取得	☐	☐	☐	☐	☐
16.這裡有清楚的道路指標	☐	☐	☐	☐	☐

項 目	非常同意	同意	無意見	不同意	非常不同意
17.這裡有完善的公共設施	☐	☐	☐	☐	☐
18.這裡的聯外交通很便捷	☐	☐	☐	☐	☐
19.這裡的居民對待遊客很親切友善	☐	☐	☐	☐	☐
20.這裡的店家服務態度很親切友善	☐	☐	☐	☐	☐
21.這裡的東臥很便宜	☐	☐	☐	☐	☐
22.這裡令人覺得很新奇	☐	☐	☐	☐	☐
23.這裡令人覺得很熟悉	☐	☐	☐	☐	☐
24.這裡令人覺得很安全	☐	☐	☐	☐	☐
25.這裡令人覺得很放鬆	☐	☐	☐	☐	☐
26.這裡令人覺得很舒適	☐	☐	☐	☐	☐
27.這裡令人覺得很乾淨衛生	☐	☐	☐	☐	☐
28.這裡是適合從事鄉村旅遊活動的好地方	☐	☐	☐	☐	☐

第二部分 旅遊滿意度

【說明】此部分旨在瞭解您在此次旅遊後之滿意度。請依您的觀感，在下列各項中勾選您認為適合的選項，並在□內打v。

項 目	非常滿意	滿意	無意見	不滿意	非常不滿意
01.鄉村景觀	☐	☐	☐	☐	☐
02.自然資源	☐	☐	☐	☐	☐
03.文化資源	☐	☐	☐	☐	☐
04.生態資源	☐	☐	☐	☐	☐
05.歷史古蹟	☐	☐	☐	☐	☐
06.節慶活動	☐	☐	☐	☐	☐
07.鄉土人情味	☐	☐	☐	☐	☐
08.景點內服務設施	☐	☐	☐	☐	☐
09.住宿設施	☐	☐	☐	☐	☐
10.餐飲設施	☐	☐	☐	☐	☐
11.購物設施	☐	☐	☐	☐	☐
12.公共設施	☐	☐	☐	☐	☐
13.住宿價格	☐	☐	☐	☐	☐
14.餐飲價格	☐	☐	☐	☐	☐

項 目	非常滿意	滿意	無意見	不滿意	非常不滿意
15.購物價格	☐	☐	☐	☐	☐
16.景點內空間設計	☐	☐	☐	☐	☐
17.引導指標	☐	☐	☐	☐	☐
18.動線安排	☐	☐	☐	☐	☐
19.環境美化綠化	☐	☐	☐	☐	☐
20.環境整潔	☐	☐	☐	☐	☐
21.對外交通	☐	☐	☐	☐	☐
22.停車位數量	☐	☐	☐	☐	☐
23.廁所清潔程度	☐	☐	☐	☐	☐
24.旅遊資訊服務	☐	☐	☐	☐	☐
25.服務人員之服務態度	☐	☐	☐	☐	☐
26.您對於此次旅遊體驗之整體滿意度為何?	☐	☐	☐	☐	☐

※請您對目前所在地區，於 0~100 分給予評價整體服務滿意度為_____分。

第三部分 品牌忠誠度

【說明】此部分想瞭解您對此地之忠誠度。請依據您的主觀認知，填寫下列您認為最適宜的答案。請您在適合的選項中 ☐ 或 ☐。

項 目	非常同意	同意	無意見	不同意	非常不同意
01.我會再到此地旅遊	☐	☐	☐	☐	☐
02.我會推薦親朋好友來此地旅遊	☐	☐	☐	☐	☐
03.我是此地的忠實遊客	☐	☐	☐	☐	☐
04.下次當我有旅遊需求時，此地仍會是優先選擇	☐	☐	☐	☐	☐

第四部分 受訪者基本資料

1.請問您的性別？ ☐男 ☐女

2.請問您是民國幾年出生：民國_____年。

3.請問您的居住地？ ☐基隆市 ☐新北市 ☐臺北市 ☐桃園縣 ☐新竹縣
☐新竹市 ☐苗栗縣 ☐臺中市 ☐南投縣 ☐彰化縣
☐雲林縣 ☐嘉義縣 ☐嘉義市 ☐臺南市 ☐高雄市
☐屏東縣 ☐宜蘭縣 ☐花蓮縣 ☐臺東縣 ☐澎湖縣
☐金門縣 ☐連江縣 ☐其他_____

4.請問您的婚姻狀況？ ☐已婚有小孩 ☐已婚無小孩 ☐未婚 ☐其他

5.請問您如何得知此地的旅遊資訊?(可複選)

☐電視廣播 ☐報紙雜誌 ☐網路資料 ☐旅行社 ☐親朋好友 ☐順道經過
☐其他 _____

6.請問您是第幾次來此地遊玩(包含此次)?第_____次。

7.請問您跟誰一起前來? ☐獨自前來 ☐家人親戚 ☐朋友 ☐同事 ☐同學 ☐旅行團
☐其他 _____

8.請問您本次旅遊的同行人數?共_____人。

9.請問您此次旅遊使用的交通工具?(可複選)

☐機車 ☐汽車 ☐公車 ☐鐵路(高鐵、臺鐵) ☐遊覽車 ☐其他 _____

10.請問您是否聽過巴拉雅國家風景區? ☐是 ☐否

11.請問您是否知道此地位於巴拉雅國家風景區範圍內?☐是 ☐否

問卷到此結束，請您再次檢查是否有遺漏之處，再次感謝您的協助!

附錄二 調查問卷格式 B (知名度、聯想)
「巴拉雅國家風景區旅遊觀光品牌深耕計畫」
巴拉雅國家風景區知名度調查問卷 (B)

親愛的朋友，您好：

本問卷旨在瞭解您對巴拉雅國家風景區的熟悉度以及聯想，以協助巴拉雅國家風景區管理處確認其核心特色，進而擬定品牌發展策略，提升旅遊品質。本問卷採用匿名方式，請您放心作答。非常感謝您的協助。祝您 順心如意！

委託單位：巴拉雅國家風景區管理處

執行單位：國立暨南國際大學

休閒學與觀光管理學系

若您對本問卷有任何問題，歡迎來信指教：hptseng@asia.edu.tw

一、巴拉雅國家風景區品牌知名度

【說明】此部份問題主要想瞭解您對巴拉雅國家風景區的熟悉度。請您在適合的選項中打√。若您回答「是」，並要請您簡要填寫說明。

1. 我有聽過「巴拉雅國家風景區」？

☐ 是。請簡要說明您主要是從哪個管道得知？_____

☐ 否

*若答「是」者請繼續填答下列問題，若答「否」者請直接跳至第二大項作答

2. 我知道巴拉雅國家風景區的位置？

☐ 是。它的範圍主要位在：_____縣市

☐ 否

3. 我知道巴拉雅國家風景區內的主要景點？

☐ 是。請簡要列舉您知道的景點：_____

☐ 否

4. 我知道巴拉雅國家風景區的旅遊資源特色？

☐ 是。請以簡要語句說明它的主要特色為何？_____

☐ 否

5. 我看過/聽過巴拉雅國家風景區的行銷宣傳活動？

☐ 是。請簡單寫出您看(聽)過的活動主題：_____

☐ 否

二、巴拉雅國家風景區品牌聯想

【說明】不論您是否聽過或到過巴拉雅國家風景區，當您「聽到巴拉雅國家風景區」，您會有些聯想？請以簡單的語句，寫在下列空格處。

1. 聽到巴拉雅國家風景區我會立刻聯想到：

(1)_____ (2)_____ (3)_____

2 請問當您聽到或看到「巴拉雅國家風景區」是否會讓您有下列聯想：

項 目	非常同意	同意	無意見	不同意	非常不同意
01.想到巴拉雅國家風景區會讓我想起繽紛的感覺	☐	☐	☐	☐	☐
02.想到巴拉雅國家風景區會讓我想起浪漫的感覺	☐	☐	☐	☐	☐
03.想到巴拉雅國家風景區會讓我想起歡樂的感覺	☐	☐	☐	☐	☐
04.想到巴拉雅國家風景區會讓我想起度假的感覺	☐	☐	☐	☐	☐

三、受訪者基本資料

1.請問您的性別：☐男 ☐女

2.請問您是民國幾年出生：民國_____年。

3.請問您現在的居住地點？

☐基隆市 ☐新北市 ☐臺北市 ☐桃園縣 ☐新竹縣 ☐新竹市 ☐苗栗縣 ☐臺中市
☐南投縣 ☐彰化縣 ☐雲林縣 ☐嘉義縣 ☐嘉義市 ☐臺南市 ☐高雄市 ☐屏東縣
☐宜蘭縣 ☐花蓮縣 ☐臺東縣 ☐澎湖縣 ☐金門縣 ☐連江縣 ☐其他_____

4.請問您的婚姻狀況：☐未婚 ☐已婚 ☐其他

5.請問您是 否 曾經到過巴拉雅國家風景區旅遊？☐是 ☐否

6.請問您是 否 曾經到過以下景點旅遊或參訪 (可複選)？

(1)關子嶺遊憩系統：☐關子嶺 ☐白河水庫 ☐茄寮水庫 ☐小火車游

☐大仙寺 ☐六重溪溫泉 ☐永安高爾夫球場

☐仙湖休閒農場 ☐東山咖啡大街

(2)烏山頭遊憩系統：☐烏山頭水庫 ☐尖山埤水庫 ☐臺南藝術大學

☐入塹

(3)虎頭埤遊憩系統：☐虎頭埤水庫 ☐月眉嶺花園遊樂區 ☐大坑休閒農場 ☐走

海瀨農場 ☐斗埔公廨

(4)曾文遊憩系統：☐曾文水庫 ☐軟都納山野溪度假村 ☐崧陶洋江家古昔 ☐情

人公園 ☐梅嶺風景區

(5)左鎮遊憩系統：☐菜寮溪化石陳列館 ☐車山月世界 ☐巨峰山臺灣獼猴保護

區

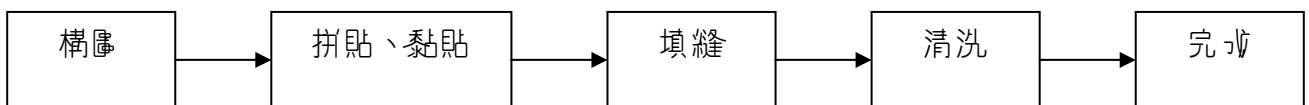
※問卷到此結束，請您再次檢查是否有遺漏之處，再次感謝您的協助！

點對點課程-- DAY 1—〈基礎篇〉

1. 製作基本需求

- A. 施作面：水泥、木質面等。
- B. 嵌片：各式材料。
- C. 黏著劑：白膠、益膠泥、砂利灰膠、塑鋼片、保麗龍膠等。
- D. 填縫劑：水泥砂漿、白水泥、各色填縫泥等。

2. 製作步驟



3. 其他材料、工具或設備

- A. 點對點鉗：平口鉗—便宜；兩輪鉗—較貴，但較省力，且可切割較細緻。
- C. 榔頭：敲碎磁磚時，並可用來固定大嵌片。
- D. 毛巾或碎布：敲碎時覆蓋在磁磚上，避免噴濺。填縫後擦拭磁磚表面。
- E. 護目鏡：避免切割時碎片彈射傷害。
- F. 透明塑膠袋：在裡面切割磁磚，避免噴濺。
- G. 手套：避免被嵌片割傷及使用水泥類材料的鹼侵蝕。
- H. 鑷子：細緻的拼貼可使用。
- I. 普通牛皮紙或塑紙：間接法及翻轉法使用。
- J. 漿糊或白膠：間接法用。
- K. 刷子：間接法塗抹白膠或漿糊。
- L. 水泥抹刀：拼貼及填縫用。
- M. 橡皮刮刀：填縫用。
- N. 海綿：填縫用。
- O. 容器及刮棒：調和填縫泥用。
- P. 水桶：填縫清洗用。

4. 拼黏工 大技法

拼貼技法	大 塊	小 塊	雙面 層 中 間 塊	消除 塊 面 積 差	年 輕 受 繁 複 迎	備註
直貼法	○	○	—	×	★	最直覺簡易
縮貼法	○	○	—	×	★★	可另點施工，但 大面積會有拼接 問題。
平貼法	—	—	○	○	★★★	
單面間接法	○	×	—	○	★★★★	
雙面間接法 (翻轉法)	×	○	—	○	★★★★★	
*消除塊面面積差，但面面積差仍不可過多						

5. 注意事項

- 選擇合適的施作表面、材料、黏著劑以及工法。
- 保護眼睛：在透明塑膠袋內切割裁剪避免噴濺，戴護目鏡更佳。
- 碎片請小心處理，勿以手直接清掃，並避免孩童、寵物接觸。
- 乾淨的表面才能黏貼牢固。
- 使用黏著劑或填縫劑時保持通風良好。
- 避免直接接觸水泥材料。
- 填縫劑一次混好，尤其是有顏色的。
- 不要把海綿浸在水泥水裡，會被腐蝕。
- 含水泥的污水避免隨意傾倒，會阻塞水管。

6. 托盤組材料

- 木製托盤*1
- 白膠
- 玻璃纖維布、透明耐水
- 填縫泥
- 海綿

7. 本日進修

- 托盤強化。
- 構圖、描圖。
- 拼貼：主要採用玻璃纖維耐水布，部份網子法、部分直接法施作。
- 視進度進行填縫。

拼貼瓦片點課程-- DAY 2—<進階篇>

1. 黏膏劑選擇

黏膏劑選擇必需考量施作面的種類以及成品放置場所。

黏膏劑選擇	室外	室內 (會淋雨)	木質面	水泥面	光滑面 (如玻璃)	備註
白膠	○	×	○	△	△	適合木質表面的黏貼
益膠泥	○	○	△	○	×	厚度至少 0.5~1 公分
印泥或膠	○	○	○	○	○	選擇中性、防水、耐高溫、耐曬的種類
玻璃膠	○	○	○	○	△	不適合大面積使用
保潔膠膠	○	×	○	△	△	不適宜日曬
AB 膠	○	○	○	△	△	不適合大面積使用

* 益膠泥攪有樹脂，黏性較強，適合天花、牆面、初學者的施工。

* 添 V 海菜粉僅能減緩乾燥速度，以利施工，並非增加黏性。

* 黏膏劑不宜溢出太多至縫中，以免影響填縫。

2. 填縫劑選擇

A. 種類：可依拼貼的細緻度選擇不同質地的填縫劑。

水泥砂：水泥及細砂混合，適合填抹較大的縫隙或整面塗抹，乾後表面粗糙但不易龜裂。一般有色及黑色可選用，灰色亦可添加色料。

白水泥：適合小面積、填細縫或可工藝品填縫。黏度較低，如果縫隙太大，乾後容易產生龜裂。在戶外使用容易泛黃、發黑、起青苔。加 V 色料後可成為各色填縫劑。

特許填縫劑：由各家廠商特配，除水泥外，更加 V 了黏膏劑（例如樹脂）、防霉劑、防水劑、色料等，可依需求選購。

B. 顏色：淺色款以白色填縫，遠觀縫隙會不明顯，用黑色填縫則縫隙顯著，可視所需效果選擇各色填縫劑。

3. 填縫材料、工具

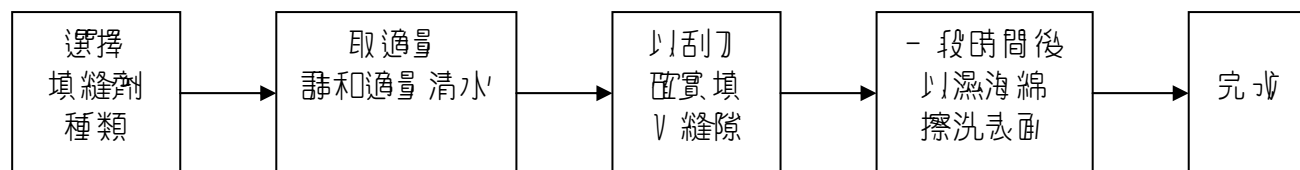
A. 容器及攪拌棒：可以免洗碗+免洗筷替代，用來調和填縫劑。

B. 白色及黑色填縫劑，可單獨使用亦可調和成灰色。

C. 刮刀 6~7 支，塗抹填縫劑用。亦可使用自己帶來的刮刀。

D. 海綿、棉花棒：擦洗磁磚表面，乾透後可以用碎布擦亮。

4. 填縫步驟



* 勿在很濕的狀態來擦拭，只會越洗越髒。

* 水泥類填縫劑屬鹼性，會侵蝕皮膚，請戴手套。

* 污水請勿隨意傾倒，會阻塞水管。

5. 單面間接法材料、工具

A. 40*40 公分 木板一個。(不一定要做在木板上)

B. 20*20 彩色瓷磚。請適量取用。

C. 斗凸面玻璃珠數種顏色、圓形陶磚數個、1 公分小陶磚數個，請適量取用。

D. 亦可添加自家陶瓷器碎片、貝殼、石板、卵石等物件。

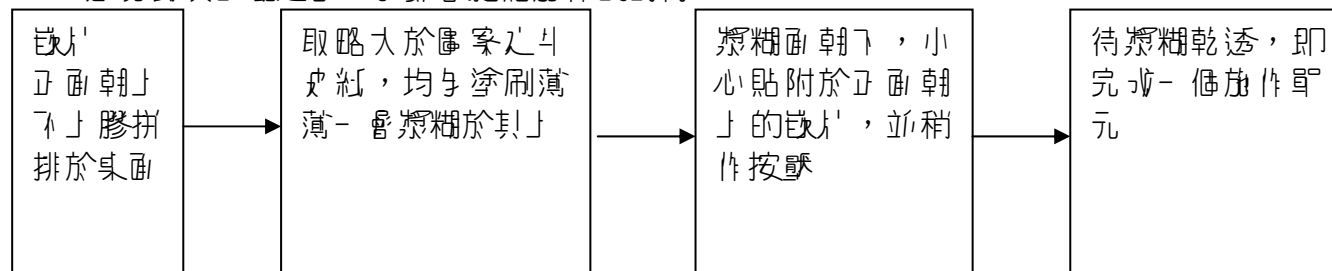
E. 榔頭、碎布或毛巾：敲碎磁磚及避免濺到。

F. 漿糊、刷子及斗紙。

6. 單面間接法步驟

單面間接法適用於約 3-5cm 的較大型「嵌片」，可於室內鋪排妥，再統一拿到室外施工，

避免風吹日晒之苦，也節省黏貼施工的時間。



* 將施工單元黏著在施作面待乾透後，以海綿沾水濕潤斗紙溶解漿糊，緩慢小心撕下斗紙，再進行填縫步驟。

* 最好採用單面相同之磁磚嵌片，比較容易施工。不易黏著之物件：例如卵石或凸面珠，可先收起來，真正在最後的施作時再黏著。

* 較小型「嵌片」宜採直貼法或雙面間接法施作。

* 漿糊亦可改用稀釋 2 倍之白膠。

7. 本日進度

A. 完成托盤製作（進行填縫）。

B. 「單面間接法」斗紙紙施作單元製作。

C. 視進度進行木板及填縫動作。

附錄 生態品牌工作紀錄

20110622 生態第一次工作坊逐字稿：

曾老師：這個計畫最主要就是我們要打造一條生態旅遊的路線，甚至最後我們會有一個摺頁，甚至我們到每一個地方去，都會有一個解說牌，我有想過它可能不是一個很生硬的(比如說一塊板子)，他會想是這樣(比如說漂流木)，刻成怎樣的一個形狀，到時候我們就是按照這樣子的一個東西來做一個解說。所以說這個計畫最主要就是說，找出這個地方的特色，然後我們再根據這樣一個特色，去打造屬於大埔地區的一個生態旅遊的行程。那我們要怎樣來做呢？最主要就是要靠各位跟我們一起來合作，來操作這樣一個東西。所以說各位現在手上有拿到兩個東西，一本是太魯閣國家公園的特殊傑出價值的報告書，等一下我會告訴各位這部分要怎樣做操作，第二個是一張表，是一個表格，這個表格是西拉雅國家風景區大埔生態旅遊行程工作坊，每個人都拿到這兩份嗎？好，接下來來告訴各位這個東西稍微來簡介一下，這個東西到底要怎樣來操作？我們這個工作坊其實他操作的形式，叫做顯著特色價值，為什麼我們去做這個東西呢？什麼叫顯著的、特色的、價值？這是蝦米挖歌？最主要這是美國在用的，有人去過美國嗎？有人去過優勝美地國家公園，你覺得最美的是什麼地方？

民眾：都很漂亮。很雄偉，瀑布最漂亮。

曾：現在我們所用的這個模式，是美國優勝美地國家公園目前 2010 年他們正在發展的一個模式，還沒有成熟，但是我們借用他們的一個模式，然後我們來操作我們大埔地區的一個生態旅遊。然後最主要的這個東西，他會想說，比如說就跟這位大姊說的一樣，它很漂亮，那到底它會和別的國家公園有什麼不同？或者是說他和其他國家公園來比，它會有哪些顯著的特色？和其他的地方不一樣，於是我們把這些元素把它找出來，然後強化，針對這幾個特色去包裝，去把它強化出來之後，那就可以成為我們這個地方重要的賣點。當我們確認出來之後我們就可以知道說我們跟別人不一樣，這是我們的優勢，那我們去強化我們的優勢，不要說我們今天去強調的是別人也有的，比如說蝴蝶，別的地方也有呀！所以說我們要去找出屬於我們的一個特色一些點，來把這些東西抓出來，抓出來後再針對這些元素，讓我們去重新包裝過，那另外一個很重要的什麼呢？我們要透過各位，來告訴我們你們跟這些點這些地方有哪一些故事？然後我們可以透過故事的一些行銷的手法，然後把它包裝起來，讓它成為大埔地區一個很重要的行程安排和設計。這是我們這個工作坊裡面，接下來我們可能會進行許多次的工作坊，那每一次的目的都不一樣，那其實今天最主要的就是說，為什麼選在今天的原因是因為西拉雅跟我說今天最多人來，而且其實能跟當地的居民一起，在這邊從小到大都在這邊的舉手一下好嗎？哦~不少人耶！那搬來這邊大概十年左右的呢？ok~那這樣子也蠻多的！所以說各位在這邊大多超過五年以上，所以說你們對當地一定有基本的瞭解，你們應該有屬於你們自己的故事，比如說你對於某些地方你覺得這些地方很重要，然後你覺得這個地方生態很豐富，還是你覺得這個地方人文過去的故事很重要，譬如說等一下我們經過一些討論，經過一些工作坊的形式之後，那我把這些東西可以全部記錄下來，這是我們這個工作坊最主要的目的。那今天是我們要進行第一階段，跟當地的一些居民、觀光協會、團體來進行一個這樣的顯著特色價值解說故事的一個工作坊，這是我們今天的第一個階段，那後續我們還會有一些各式各樣的工作坊形式，那等一下我就會告訴各位這個我們要怎樣操作，接下來我們會有一個生態旅遊的遊程設計，然後我們會把一些故事包裝進去，然後我們會編列顯著特色價值 ORE 的一個據點跟到察的地圖，會有一個路線跟地圖，甚至到最後我們會有一個解說牌的部分，最後我們會從頭到尾把我們找出來的這些點，這些特色從頭到尾再走一遍。這是我們這一個子計畫最主要的目的。這是我們接下來的一個時間點，差不多會在八月底前我們會把所有的東西包括解說故事的工作坊，在八月底之前我們會把它完成。好，首先我們必須知道什麼是所謂的特殊傑出價值，那各位可以稍微的看一下這個報告書，這個報告書其實是我們去年年底的時候，我們幫太魯閣國家公園做，太魯閣國家公園一直想說我們要對外行銷，我們要對外告訴人家說我們有什麼不同，我們有什麼特色，我們有什麼可以去跟人家比較的地方，所以就委託我們去做一個顯著特色價值的一個報告書，那這個報告書裡面其實各位可以稍微看一下，它裡面講到，最主要的就是我們要把這個地方屬於全國性或者是區域性，比方說大埔這個地方，它有什麼區域性的，重要的，稀有的，包括獨特的，它是具有典範價值的東西，然後把它指認出來，透過大家不同的生活經驗，透過各位的一些回憶讓我們把這些代表性的元素一個一個抓出來，抓出來之後我們再針對這樣的一個元素

去包裝它，比方說各位在這一天裡面，我們可以看以下在第二頁的這個部分，它有一個目錄各位可以看到，這是太魯閣國家公園我們根據自然還有社會文化的部分，還有其他特殊價值的部份，然後我們把它做一個大類的分類，然後根據這些大類的分類，然後我們再針對太魯閣國家公園的地質、水文、生物，然後文化、景觀，還有觀光遊憩，因為我要知道說，這個地方到底跟別的地方有什麼不一樣？它有什麼特色？各位可以看到 91 頁的部分，從 91 頁開始它就開始講了，在自然部分它有哪些一些特殊傑出價值？跟別人是不同的，首先它講到的是地質的過程，比方說太魯閣國家公園各位知道，它最有特色的是什麼東西？大理石嘛！懸崖峭壁、河川切割，所以說利用溪峽谷的河川切割，外國人只要來到臺灣，他們會想要去的地方是哪裡？就是太魯閣國家公園，為什麼，因為它有垂直八百公尺的峭壁，如清水斷崖，這是很吸引外國人的一個地方，所以說我們現在要找出來的是，藉用這樣子的一個顯著特色報告書，我們來營造屬於我們大埔地區，我們有什麼屬於區域性吸引人的地方，比方說在自然顯著的價值裡面，就有人提到比方說在地質的這個部分，各位可以看到右手邊，太魯閣是北半球最後一次冰河的最南端，它就是好幾萬年前那個冰河作用的最南端，在地質上面是一個很重要的特色，然後他有各式各樣的湖穴，還有受地域限制太魯閣最大落差一千六百公尺，寬度最窄 25 公尺是全世界最大的大理石峽谷之一，那這部分就是它有特色的地方，所以說我們這些東西從哪裡來的，我們就是從所有的在地居民，一些學者專家，靜坐下來，然後我們去完成這張表。然後各位可以知道這張表裡面，在它正面的部分，在上面那一欄，有地質的，有水文的，有動物的，植物的，文化的，景觀的，遊憩的，再翻過來有歷史的，然後我們看左手邊這一欄，它這邊有三欄，第一個它告訴我們「有哪些」，第二個是「在哪裡」，第三個是「為什麼」它重要，比方說，向太魯閣國家公園這本其實給各位做參考，讓各位可以知道說，以後如果你是遊客，拿到這本就知道說，太魯閣國家公園跟其他地方有什麼不一樣，那我們就是要去藉用這樣一個模式，去建立我們跟其他地方有什麼不一樣，我們把這些元素抓出來，好，那我們稍微來看一下。像他這邊，我把橫軸的部分分成這幾個，然後呢，在縱軸部份各位可以看到，比方說像各位的表格裡面，那這個是給各位一個例子，這是有一個地質學家，他就跟各位一樣坐在這邊，就把剛剛我們那個表稍微填了一下，各位這是一個範例比方說，第一個他告訴我們這地方跟別人有什麼不一樣，因為他地質很清楚，那各位不需要是專家，因為各位在這邊生活超過五年十年，所以說你一定會有你的記憶跟主觀的認定，那沒關係，我們一定會把所有的主觀認定的東西，彙整在我們這個表格裡面，到最後，等一下我們這個會結束以後，我們就會把所有每個人所提到的東西，都會打在同一張表上面，這時候我就可以透過這張表，我就可以知道說，哦~這個地方在地質上面有什麼重要的，在動物上面有什麼重要的，在植物上面有什麼重要的，然後在哪裡，我們就可以把這些點全部都找出來。然後我們只要把這些重要的圈一圈，之後就可以變成一個生態旅遊的一個行程。那這個部分是這樣子，我們來稍微看一下，比方說這個地質的專家，他跟我們說有哪些，比方他跟我們說有清水斷崖，他說清水斷崖很重要，然後「在哪裡」，他跟我們說是和平到崇德的大清水斷崖這個地方，在蘇花公路旁邊，他說這個東西很重要，我們要把他指認出來，那為什麼他很重要？理由在哪裡？第一個他知道我們清水斷崖很重要，第二個他告訴我們是在這個地方，第三個他告訴我們理由，為什麼這個東西他很重要，所以說他告訴我們斷崖、海蝕，然後板塊邊界，葡萄牙人在 1544 年驚呼，意思是說這個地方在 1544 年的時候，葡萄牙人經過臺灣的時候，看到這一片斷崖，他驚呼「福爾摩沙」，這很重要的吧！臺灣福爾摩沙這個名字在 1544 年葡萄牙人航行經過這個地方的時候，他看到這個地方，所以他喊出來，所以說這個很重要吧！所以說我們就是透過這樣子一個方式，然後我們把地質重要的一個部分把他抓出來。我們再來看一個，比如說我們可以看到第六個，他說峽谷地形很重要，在哪裡呢？在九曲洞。譬如說他把最重要的那個地方表達點出來，那為什麼要把這個地方點出來呢？主要目的就是說以後我們要旅遊發展，就要在這個地方，比如說蝴蝶，很多地方可以看蝴蝶嘛！但是我們要去指認出來到底哪一個地方它是最重要的，它的蝴蝶數量最多，它也是最好的一個觀察點，就把它寫上來，然後第六個我們可以看到，他說重要的是九曲洞嘛！那為什麼它很重要？重要的原因是，它是全臺灣最古老的岩層之一，受到立霧溪的侵蝕寬度小於 20 公尺，高度大於 600 公尺的峽谷，它是全世界最大的大理石峽谷之一。所以這重不重要？這很重要嘛！這個就是透過凝聚共識的這樣子一個過程，然後我們去完成這個表格，透過這個表格我們可以知道說，這個地方哪裡重要，比方說以我來講，以西拉雅的这些同仁來說，你們認為重要的地方，或許我認為沒有什麼特別的，我對它沒有感情，但是各位，因為你們生活在這邊，你們認為重要的東西可

以透過一些包裝，然後去把一些故事，把一些行銷的手法加上去之後，然後用生態旅遊的方式把它包裝起來，做這樣子的一個行銷這樣子的一個設計。這就是我們這一個工作坊主要的目的。我們再看一個，比方說還有一個很重要的是什麼？冰河遺跡。太魯閣很重要，那它的冰河遺跡在南湖圈，它是最後一次冰河時期作用遺留下來所形成的地形，它是北半球紀錄最南端的部分，這個有沒有人有印象？所以我們有在這一本上面有看到，所以說等一下各位在那張表格上面，你們所填的東西，到後來我們就得整理出來像這樣子的一個手冊。比方說還有什麼呢？比方說在地的一些藝術家，在過往有沒有曾經有人在這邊畫畫、寫生，這也是在地的一個重要的特色，那等一下我們就是運用這樣子的一個方式，上面這欄就是我們的一個分類，左邊這一欄就是第一個，我們有什麼分析、在哪裡、為什麼它重要，然後我們根據這個表格，根據大家能夠想像的，各位可以想的到的，我們把它填在這個表格裡面，等一下各位寫完之後再一一的提出來，然後我們可以透過這樣的一個大型的討論之後，然後會有些共識出來，那這大概是我們今天的一個操作的過程，那之後我們還會有第二次像這樣子的工作坊，這工作坊操作比較適合的單位大概是在 10 個人-15 個人左右，我們就坐下來然後可以一一的對話，所以接下來我需要透過各位的推薦，就是說你認為還有哪些人在今天我們的工作坊裡面他沒有來，他可能對這地方很熟悉，或許他可以告訴我們一些其他的東西，所以說我們之後還會有第二次的，就不是大家，可能是我們去推薦的其他人來，把這些人找來之後我們再進行第二次的，透過這兩階段工作坊的凝聚就可以把大埔地區重要的，跟別人不一樣的顯著特色把它抓出來，抓出來後我們去了解它背後有哪一些故事，透過這些故事我們可以進行包裝，那請各位現在開始，大概花十分鐘時間，把你們能夠想到的寫出來。比如說水文很重要，曾文水庫啦~地質有哪些重要，比如說人文部分像臺糖，那景觀部分比如說我剛剛來的時候臺三線阿伯樂，那其實這是一個很重要的，這是很具有吸引力的，像這個時間如果來的話，那我們可以試著去營造，比方說桐花祭在五月，藉由阿伯樂我們可以延續這樣的一個人潮，藉由阿伯樂把它帶進來。

(中間十分鐘是民眾填答的時間)

曾老師：還沒寫好的舉手，舉手?!好的那這樣我們在等三分鐘，重複的沒關係，我會在整理，我會彙整一張大表，這張大表是大家寫的都會在上面，這樣子其實會跟你們的生活比較貼近，因為大埔鄉誌他就是全部都寫，他到底哪個東西重要，我也不知道，那透過你們..

A：我們比較記得住，然後比較常常去。

曾老師：對，你們覺得很重要的地方，那鄉誌裡面他不會講說..那這個很重要

A：我們這邊很重要的就是我們自己阿。

曾老師：沒關係阿！沒關係阿！妳就要將你個故事告訴給遊客聽，因為遊客來他不是要聽說，比方說這個蝴蝶他生態怎麼樣，他要聽什麼聽一個，其實是最吸引人的是什麼，是比如說那個山洞裡面以前土匪，在那邊印鈔票，還有一些有的沒的。

A：對，那是水源洞，老師你怎麼會知道水源洞。

曾老師：那個之前官理事長有說，那個後來大哥也有講。

曾老師：好，那其實剛剛有人說，那我們其實鄉誌裡面都有阿，但是鄉誌裡面有的東西，鄉誌並不會告訴我們說，這個東西很重要，可能你會覺得這個東西很重要，但是鄉誌不會去寫出他的重要性，所以說這個部分很重要，是遊客來他要聽的是各位在這邊生活的經驗，各位在這邊有發生過什麼故事，比方說，我個人之前是做海洋解說的，在賞鯨船上，當解說員，就有很多經驗，其實我就發現一件事情，遊客來他不是聽我們解說，海豚是靠肺呼吸，然後海豚跳出水面可以轉幾圈，遊客來不是要聽這些東西阿，他要來聽什麼?!他要來聽的是我們跟這群海豚相處的故事，比方說我海愛唱歌，我會在海上唱歌給海豚聽，那為什麼呢？因為每次只要我一唱歌海豚就會整個靠過來，然後這個時候呢我們就可以，近距離去觀察到這群海豚，遊客她喜歡聽的是這些東西，比方說人家說海豚很聰明，為什麼很聰明，你若是說漁民用魚鏢去鏢這隻海豚，這海豚、這群海豚就會去認得這艘船的聲音，然後呢這艘全以後要是在靠近這群海豚的時候，他就不會去接近這艘船，為什麼？因為這艘船曾經有用魚鏢，鏢過這群海豚，海豚就是這麼聰明，所以說這些東西他不是所謂的生態的資料，因為這是什麼?這是我們從漁民聽來的，像這些東西遊客就會覺得說很有趣，

A：老師你們那邊的魚很聰明，我們這邊山豬也很聰明，

曾老師：對阿對阿！山豬也是一個很重要的資源...

A：他會聽我們的話呢！

曾老師：對阿，所以說山豬就很重要，所以說其實等一下就是山豬的這個部份很有可能就會被挑出來，當成大埔一個很重要的資源，對不對，所以說我剛剛只是舉一個例子，說明說你去講解一些生態的東西，其實這是一個基本，接下來是要去分享我們在地經驗，你跟自然相處的過程，這種過程才會漂亮吸引人，這樣才會感動人，才會讓人覺得說這邊真的實在是很好，所以說呢！等下我們就是一個一個來，然後呢！當點到你的時候，你可以把你覺得很重要的，跟大家講一下然後呢所有的鄉親也可以回應表達人，像是：其實這個沒有很重要等等的意見，另一個比較好。像是這樣子給她辯駁，

A：那等一下這樣子就吵架了！

曾老師：沒關係沒關係！這就是凝聚共識阿！這就是凝聚共識的一個方法。

A：老師你要叫我們有共同點，不然起來說那個地方有多好，結果被辯駁說沒有很好，結果吵架！

曾老師：沒關係！其實就比方說，你知道有其他的其他地方比他所提的地方更好，在大埔，妳就可以提出來說另一個地方更好的意見，好那我們就從這邊開始，抱歉請問貴姓，

黃先生：我姓黃，

曾老師：黃先生，請問你覺得大埔這邊有什麼地方跟別的地方不一樣，比別人特殊的地方。

黃先生：我們這邊跟別人不一樣比較特殊的地方就是說，曾文水庫曾經是我們同區(亞洲)的第一大水庫，這邊是因為沒有開發，不然有開發的話這邊是一個旅遊很好的地方，

曾老師：曾文水庫是大埔一個很重要的特色

黃先生：還有白馬亭，白馬亭在後面這，因為他是一個比較特異的地方，因為算是其他地方沒有，

曾老師：他有什麼故事在白馬亭？

黃先生：他有故事的，在清朝將軍(捕頭鄉誌中有提到)來到這邊剿匪，在過程中不幸殉職，他所騎乘的白馬，晚上時後都會來這邊尋找將軍，

曾老師：所以說這個部份就是在歷史，人文歷史這個部分很重要的地方，那還有嗎？

黃先生：其他留給後面的人說！

曾老師：好謝謝，那這位大哥請問貴姓？

梁：敝姓梁，我要說的就是賊營洞，賊營洞不是我們前面山那個位置，是在另一個地方，我們這邊聽以前人說有土匪，那些土匪都住在山洞裡，出來搶人們東西的時候，都站在那邊，所以說那邊陸可能很難走，路都不通。

曾老師：那有辦法過去嗎？！

A：要去可以可是要走很遠，

梁先生：沒有，也沒有很遠，不過聽說裡面有一些東西

曾老師：有一些什麼東西？金子？

A：古時候的東西，沒有金子，有石頭，他石壁有寫字

曾老師：那是大約多之前的事情？

梁先生：那大約是我爺爺那時候的事情，

曾老師：你爺爺的年代，所以說差不多是 50-60、70 年前的時候

梁先生：70 年前左右

曾老師：所以差不多是 1920~1930 年，哪還有嗎？

梁先生：沒有了！

曾老師：那麼客氣，呵呵。

B：老師各位同學(螢火蟲研習營的同伴們)大家好，我要說的其實是千層岩

曾老師：千層岩位在哪个地方！？

B：千層岩在臺三線，永興過來一點這邊其實都看的到，

曾老師：我今天有經過一個斜斜的一整片，

B：對然後他會一層一層的，他也是一個特色，然後在我們湖濱公園要過來情人公園這吊橋那邊，附近那邊比較水庫比較少水的時候看的到，然後因為地震擠壓，他會有縱向橫向這樣子，所以說可以看到

曾老師：所以說就是，坐船可以看到嗎？

B：沒有他就是，水庫水比較少的時候，

曾老師：像是現在這個時間點嗎？

B：對象現在枯水期的時候可以看到這樣子的情況，還有這邊就是動物的部分就是：老鷹(大觀鵠)，會在空中盤旋，其實有時候他很多隻。

曾老師：那在哪裡呢?!哪裡是最好的一個觀察點?!

B：水庫的上方，那其實你往天上看就看的到，這邊老鷹占全國的四分之一，還有黑鳶等

曾老師：所以說這些方式(千頁岩、老鷹)這些觀賞方式可以透過遊湖的方是把它串連起來

B：對，那這邊就是陸地有陸地的遊覽地區，水也有，所以說他景觀看起來各有不同。

曾老師：所以說他是 2D 的，就是水在加上陸，那沒有空的，那有空嗎?!

B：空有，空有飛行傘，可是他那個降落的地點還在新建，那飛行傘的基地位於白馬亭這個位置，白馬亭是起點，那是無動力的，若要知道詳情可以詢問鄉長，鄉長比較懂這個部分。

曾老師：所以說這邊，其實是可以建構 3D 的遊程，對不對，就是水庫、陸地、空中，3D 的遊程

B：也可到水庫這邊體驗無動力划船、釣魚，以前這邊要蓋訓練中心(無動力小船)，可是因為管理局的法令所以整個遷移至其他地方，所以老師你要是可以幫我們解決水資源的條例的話我們這邊觀光前途一片光明。

曾老師：我們盡量，但是還是要看跟西拉雅國家公園管理單位協商的狀況，看能否幫忙這個部分，因為他們是公部門對公部門。

C：因為如果說我覺得網路很好用，如果善用網路，透過部落客推廣，說那個大埔的優點

曾老師：這邊中埔有一個地方電視很紅的幹譙阿嬤，阿婆灣

D：老師說到一個重點，其實來我們臺三線這邊有一個很特殊的，就是說在我們這個臺三線要往經過大埔這邊永興國小，因為永興國小士聚集了五個鄉的小孩前往求學，分別是大埔、茄荖、和平、永樂、西興五莊(但是快廢校了!)，然後在植物的部分就是老師剛剛有提到的，阿勃勒，他就是位於臺三線上沿途可以看到。

曾老師：不好意思我請問一下，大埔這邊哪個地方可以看到比較多的阿勃勒?

D：位於湖濱公園那邊，臺三線周邊也有。

曾老師：因為我有一個想法，像現在有一個桐花祭，炒得很熱，但說實在的阿勃勒比桐花還漂亮，所以說桐花在五月，如果我們營造一個阿勃勒在六月，要看的時候要去哪邊，那其實這個部分可以讓大埔這個地方有很大的加分，就是利用這個花，把這個地方的觀光帶起來，所以說我才會想要知道這個地方哪裡的阿勃勒最多。

D：阿勃勒大部分都是這時候盛開，6 月左右，那這邊還有一個農特產蔴竹筍，7-9 月左右，在雨季，然後破布子，也是現在開始 6 月左右

曾老師：對，因為我幾乎看到每一家都在處理破布子

D：族群方面這邊有鄒族(昔日南鄒族，現今北鄒族：達故布亞努族)，第二個部份就是白馬亭，剛剛有提過，那文化方面就是有紅花園，那他是觀光局的產業，有故事性在裡面，

曾老師：有什麼故事性?!

D：那個行動故事館上面有記載上面有寫，那其他的就由其他人來介紹。

E：我們西興莊有老兵的故事，在場員(退輔會)，由退輔會輔導的那些老兵，

曾老師：那這些東西哪裡有資料呢?

E：在嘉義農場那邊都有資料，可以找的到，還有很多以前舊的照片等等那邊都有，

F：那些主要是描述為什麼當初那些老兵要來這邊以前座的一些事情等，97 年我們社區有把那些資料有造冊，在 97 年的時候。

G：近來這邊的話就可以了解大埔，像這邊是和平，那邊也是和平，然後底下是大埔莊，那邊是西興莊，可以看到水庫那邊下面的景觀，

曾老師：那大姐等一下我跟你走，

G：可以阿！可以到我家喝杯咖啡。

曾老師：好接下來換下一位，

H：我要說的是我們西興有很多外來的人口，可以說是新住民！來自各地像是越南、印尼、柬埔寨、大陸、泰國等等，然後如果要觀看我們水庫的景色

從西興莊看是最漂亮的，

曾老師：那這邊哪一個點看曾文水庫是最漂亮的?!

H：很多點，白馬亭也可以看到，中遊、下遊不同段不同景，各有各的特色。

曾老師：喔好！那其實我因該這麼說，各位要想像之後我們要帶遊客來的話，在哪一個比較適合比如說 20 個人左右的團體，他可以停下來，喝個咖啡看個湖景，然後這個時我們可以跟他講解曾文水庫的一些故事，讓遊客他們知道，

H：像我們這裡就是玄山湖到白馬亭，位置差不多是嘉義農場往前推，差不多 500 公尺左右，曾老師：嘉義農場前 500 公尺嘛，好謝謝！

I：老師好，各位同學大家好，我是西興莊來的，有幾個西興的同學在這邊，西興的水文來說，從西興從嘉義農場看過去，有一個寶島，哪個寶島以前叫七賴仔，七賴，因為七賴以前有人住在那邊，因為興建曾文水庫，把湖底的人趕上來，但是現在那個寶島淹水的時候，還沒有辦法把全部的島蓋起來，那那個寶島以前還有人去蓋小木屋，小木屋已經損壞，那小木屋前面是國有地，後面是嘉義農民的地，這個就是水文的部分，那另外我們這邊可以看到曾文大壩放水的景觀，西興莊可以看到大壩放水往南溪東山，西興是在他的後面，老師如果你等一下有經過我們西興的話，我可以帶老師你去看，那邊很漂亮，那植物的部分，植物很多像是山蘇、楓葉、竹筍，特別是我們嘉義西興還有一個跳跳農場，跳跳農場上去就是三腳南山(百岳之一)，就是我們要爬山的山腳南山，

曾老師：那請問一下如果說這邊，要接待 20 人的團體，比方說可以採這個蔴竹筍，哪邊比較好？

H：到處都可以。

曾老師：那最好的地方是在哪裡？！

H：每的地方都很好，但是要看季節性，你來的時候沒有長筍子也沒辦法

曾老師：沒有，就是說如果是正好這個季節來，

A：可以，那我們可以接待，如果說是嘉義農場要辦這個活動，那就可以，或者是現在有與這個團體有租約行為是這 20 個人的權力，如果他們要辦這個活動，有這個需求，其實每一個點這個大埔的行程都可以任君選擇，是這樣子的，那只要把負責這個區塊的人跟他交涉好。

H：那老師在跟你報告一下，這個跳跳農場，爬山腳南山，以前的路況很差，爬到上面，上面的海拔是 1186，上去可以看到高雄縣和高雄市，以前可以看到臺南縣、嘉義縣、高雄縣三個縣市，所以他的名子叫三腳南山，而且跳跳農場裡面有一個黑森林，那黑森林的部分等等再請林老師解釋，另外在上面還有一片巨竹，那以前嘉義農場有很多老榮民來到這邊，那另外還有一個馬場，是日據時代，有一個石頭上面有刻著馬場，那那邊就是要養馬，用途是為戰爭而準備的，雖然現在沒有馬了，但是那塊石頭還在那邊，因為那時候日本政府是為了養馬要戰爭用的，然後在石頭上刻著馬場這樣子。

曾老師：好謝謝。

I：大埔這邊可以看到恐龍蛋，但是恐龍蛋現在已經看不到，因為他已經掉了，恐龍蛋是因為地質的關係，然後那邊就是因為他石頭很巨大，在飛鷹峽谷的那個地方，因為那邊的地形比較特殊，然後那邊整個地方都是岩壁

曾老師：那是在水庫的另外一邊的位置嗎？所以說那邊是最好一個看老鷹黑鳶的地點嗎？！

I：沒有飛鷹峽谷只是他們的棲息地，那如果要看黑鳶的話其實只要在水庫邊就可以看的到，老鷹會在水庫旁邊飛旋徘徊，那再來就是觀光遊艇的部份，那沿途還有山豬島，山豬塢算在我們這邊因該還滿紅的一個景點，那這個都是在大埔鄉境內，跟曾文水庫裡面，那鳥類就是除了黑鳶大觀鳩之外，水庫範圍內的景點的部分，山豬會認人，會聽人的話，認人、認船、認聲音，那山豬其實這個..就是說山豬島的部分是個可以營造的景點，

曾老師：有有，我們上次來大埔的時候有去山豬島，很多山豬，上次去有 10 幾隻，然後有兩三隻都懷孕了，

I：現在更多嘍！而且生出來了，小山豬生出來很漂亮，身上有一圈一圈很漂亮。

J：再來就是觀蠟樹林也是在我們這邊，在湖濱公園跟吊橋旁邊那一塊，那塊我們，本來就是有計劃咬把他在營造生物更多樣化的一個環境，所以那一個部分的話獨角仙算是滿多的，光蠟樹林的部分，那個地方我們有打算把他規劃成獨角仙的棲息地，除了獨角仙還有鞞形蟲一些甲蟲類的東西，所以就是要把他營造成一個生物多樣化，然後還有也是在公園的部分，就是螢火蟲步道，螢火蟲步道也是在湖濱公園，六角涼亭旁的路一直下去，那那一個部分其實我們最近有去做調查，螢火蟲的數量還滿多的，只是說螢火蟲是 4 月到 10 月，現在還有，只是他現在還沒有進入最高峰的時間，因為她時間還沒到到 10 月份，那現在我們有再做觀察，他數量的部分在七點半左右就滿多的一直到九點半左右，那螢火蟲的部分也是我們現在在營造的一個景點。

曾老師：所以說，那我們現在做夜間觀察的部分，就是除了螢火蟲還有觀星，還有什麼夜間活動的部分?!

A：還有夜釣，夜釣是我們的金雞母，

曾老師：那就是筏釣還有?

A：對筏釣，還有沿岸垂釣的部分，還有我們的樂團。

曾老師：6/14 號的報紙有登出來。

A：那是國寶級的樂團，以前臺師大樂隊的，國寶級的。

J：然後還有，那個紫斑蝶航道，紫斑蝶航道就是因為，每次他遷移，都會經過曾文水庫，那我們每次在湖濱公園兩旁都有種植蜜源植物，就是要吸引紫斑蝶在這邊做個棲息之後再走，所以我們有做一個紫斑蝶的行道，所以除了這個之外

曾老師：那紫斑蝶的時間大約是什麼時候?!

J：五月到七月左右!

曾老師：所以說就現在講就有紫斑蝶經過?

A：現在還有。

J：但詳情還在研究當中，因為這個計畫還在進行，所以說現在在曾文水庫上座遊艇，蝴蝶都會飛到遊艇上休息紫斑蝶，然後還有螢火蟲館也是在大埔鄉境內，

曾老師：好謝謝！不夠長要麻煩您過來一下。

劉：我知道的，這邊有一個馬頭山，馬頭山在我 90 幾歲的老人家說，馬頭山下晚上會聽到馬的鈴聲，他會跑出來，還有他那個馬的尾巴在臺三線有一個坑，他有水，他是馬頭山的屁股的位置，為什麼馬頭山在大埔看不清楚，在南西那邊比較清楚，山的樣子像一批馬，還有一個在馬頭山後面有一個女人坑，大家有沒有聽過，為什麼要叫女人坑，因為以前這邊住很多土匪，都把女人抓進來之後，都在那邊喪生，抓進來就沒有出去，那個地方臺三線那邊也看的到，那邊有一棵樹，很高大，若如果說要拍片也很適合的景色，女人坑過去也較麻竹湖，麻竹湖那個地方，以前人說我不相信，因為我住在女人坑的對面，下午要是起大霧的時候會聽到對面很多人在說話，為什麼會有很多人在講話，一開始我不知道，到後來我在跟對面當地居民談話過程中發現，他的經歷和我的經歷是一樣的，那個和我對話的人住在永興的一個劉先生，因為那個地方有些特殊體質的女生都可以看的到一些無法解釋的無形現象，都看的到，都有一些聲音，然後現在女人坑對面還可以聽到一些聲音，他是一個真實的地方，我們那邊的山底下還有一個山洞，那個地方是一個很美的地方，如果你要拍電影的話是一個很好的地方。

曾老師：因為我們今天回去就是會彙整一些大家所講的一些東西，然後我們會再來第二次，然後第三次以後呢我們就會開始去看這一些點，然後把這些點串連起來，比方說剛剛的故事，我們會把它放進解說的一些內容裡面去，然後讓整個遊程他是更生動更貼近當地的生活，那這個部分其實是很重要的。

K：大家好，來我們大埔遊玩，看水庫的風景，遊山豬島，過夜晚上的時候會比較沒事，那晚上要是沒事的時候可以到我們的工作室裡面玩漂流木 DIY，我們漂流木工作室成立的目的就是要讓遊客 DIY 的一個地方，然後為什麼要在這邊 DIY，因為全世界都知道阿里山的檜木是世界上最香的，現在已經禁止砍罰進 60 年，你要拿到檜木根本不可能，只有到流到曾文水庫，然後因為他們有開放我們撿拾，所以我可以利用廢物回收之類的，再生利用，讓它變成藝術品，就是讓他們玩 DIY，晚上的時候形成可以安排來這邊，鑰匙圈、夜燈等。

曾老師：哇~那晚上的行程還滿多的，可以觀星、夜釣、DIY、賞螢火蟲等等..

K：多樣的選擇讓他們不會無聊。

曾老師：好謝謝，大哥換你。

L：那這個曾文水庫一開始是亞洲最大的水庫，現在排行是第二，長江三峽大壩第二大，那根據我們在水庫檢木頭的時候，有人說水庫的儲水量已經縮小很多了，所以要把水庫廢掉，沒有意義了嘛，所以說如果今天我們把水庫廢掉，我們不用廣告，明天馬英九就會來大埔鄉，說大家都沒有水喝了，這個水庫的功能已經，根據管理員說，水庫的蓄水量與當初的規劃功能只剩下百分之五，百分之 95 都是淤泥，這很嚴重，然後最精采的部分，他把大壩墊高，給南溪底下的人驚喜，為什麼呢?! 因為越墊越高，他大壩要是決堤的時候，底下的人會很面臨很嚴重的問題，那一定是國際新聞，因為你水壩部疏通，這樣不行，也有新聞說要將大埔鄉買下來，變成水庫區，已經講了好幾十年了，其實我發現這邊的資源，很多是災難中產生的資源，像漂流木

在水庫裡面，本來我不知道我以為水庫是很乾淨的產業，但根據研究出來的結果發現，水庫與同級的火力發電廠相比，會產生四倍的汙染，在座的鄉親可能都沒有聽過這樣的資訊吧！原以為是最乾淨最衛生的產業，這是錯的，那是你小孩時候學的東西，因為水庫的有機質會產生甲烷，那木頭會吸引白蟻，白蟻啃蝕木頭之後產生的氣體也是甲烷，所以我跟大姊拼命撿漂流木是為了國家為了民族，為了自己的肚子，漂流木會蓄積二氧化碳，所以用燒的是錯誤的，但是我們這邊的人既然不能燒不能利用，就擺在山上然後產生更大的甲烷更多的釋放氣體更不好，所以說我們廢水庫馬英九馬上來參觀，那些木頭拿來做紙漿很好阿，放在那邊產生白蟻也不對，漂流木是多好做，做得要死要活也不過幾組，大略變成工藝品兩組，那是一個地方民情，我曾經問過我兒子，就是說很多事情反覆去揣摩出來的觀光，全臺灣省社區營造，很多都有自己的特色，剛剛講的破布子是埔什麼地方呢，那天我看時尚玩家 368 集你去看一下就以了，那去嘉義線、臺南市、臺南縣，全部的地方的特色為各一單位，而大埔的特色就是沒特色太多了，你說什麼鳥類，其實我問過我兒子過，你想去非洲看斑馬嗎?!不願意阿！你想去非洲看猩猩嗎?!太遠了，很多東西不是近妳就看的到，你知道嗎?，要遠要去想，我們大埔太多東西了，那筍子最精采的是，從八田與一那個時代那群人，勘查阿里山，做火車、步道、烏山頭水庫，日本人包括我們堅天上的課程螢火蟲，你看螢火蟲辨識是在 1911 年那兩隻，那日本人來到大埔發現，大埔的筍子纖維質是最低的，最細緻的，日本人評價很高，之前都外銷日本，但這幾年不知道怎麼搞得我就知道了。

曾老師：這個就很重要了！

L：他那個筍子有文獻紀錄的很確實，大埔不知道哪一區哪一區

曾老師：在哪邊的文獻有記載!?

L：農會裡面有資訊，好幾十年前，日本人來到大埔都指定要買大埔的筍子

曾老師：有沒有什麼文獻有寫到，大埔有什麼東西什麼東西之類的，

L：有唷有唷！大埔鄉誌有寫。

曾老師：好感謝感謝！那來我們繼續，要結束了！那這邊看誰要推派代表

瑪莉：好不容易，今天要說句話讓你們聽，老師好，大家好，我自我介紹，我的名子叫瑪莉，我現在要說的故事是三民鄉，我是三民鄉的鄒族，我的阿公、爸媽就是的鄒族，我是嫁到這邊 30 年，然後天是參加我們大埔的螢火蟲解說訓練班，然後我以前要說的是三民鄉，為什麼現在要叫納瑪夏鄉，就是說山南溪有一條河流以前叫納瑪那夏鄉，馬雅莊

曾老師：那你這邊大埔這邊 30 年，你覺得哪些東西是你覺得最重要的，

瑪莉：哪些東西最重要，要怎麼說呢，我不會說，就我們的水庫要做觀光地區這樣，因為我們的水庫原本是最好的地區，藉此吸引遊客前來，但是都沒有，就是水庫最重要，好謝謝。

曾老師：好謝謝瑪莉！這邊還有嗎!林老師?

林老師：若以大埔為中心，要生活過得去的話，常聽歐都那的協理還是大埔山莊的莊主，常聽到說某某我想要帶人去那邊可以嗎?!莊主和協理，因為無法保障遊客的安全性，常常擔心，雖說他們在賺錢的時候會一併帶來效益，為當地帶來效益，這樣是很好的，所以說大埔四處有什麼不同的地方，像我住一莊，所以我就來針對一莊的部分來闡述，像我們那邊有三塊石頭堆疊起來的土地公，聽說 80 多歲的人很多人說很靈性，土地供超過 100 年，以前有很多人拜，以前人都是獸力時代，沒有機械，有戶人家養頭牛，結果一早起來牛生病趴在地上爬不起來，養主想想不對去祈求土地公，沒想到拜完之後牛卻爬了起來，諸如此類還有很多有神跡的事情的傳說，那之前有人提過要廢除那邊的土地公，但是我想說在我們大埔這個地區，沒有看過類似三塊石頭的土地公，這是在文化上一個很特殊的地方，而且那個地方有人稍微整理做為一個小步道，在第一莊的這個地方，旁邊還有 300 年的老茄冬樹在那邊，那有位嘉義大學退休老師在阿里山林管處當解說員，他有保證這棵樹年紀最少有 200 年以上，這是他的鑑定，還以一個水底寮山，他有 360 的景觀，可以觀看到曾為水庫的景觀，底下有百年的梅園，可以往西眺望到西海岸，他沒有很高 400 公尺左右，底下有一個梅園在日據時代就有了，百年梅園，水底寮山也是在一莊的位置，南西跟大埔的縣界的這個位置，最近因為在整治溪谷，很多溪谷整治的很漂亮，現在整治起來攔沙壩看起來很雄偉，但是還沒整治前我曾近去過溪谷，每條溪谷都有進去，其中有一條溪谷我有進去感受特別多，就去可以看到峽谷的地形，覺得很陰冷，擔心進去會被壓死，

曾老師：那現在還有水嗎!?

林老師：他常年有水水氣很多，但是現在在整治，但是可以進去，他不是這樣而以，桐樹林，那邊猴子也很多，常常一群下來，還會過馬路

曾老師：那我們跟林老師留一下資料，下次來請林老師帶我們去

林老師：很多遊客都說來到水庫這邊遊玩之後要去哪邊玩，那我們常提議他們去大埔，遊客就會問說那大埔在哪邊？我們回答他大埔在 18 公里左右的地方，遊客聽到就會怯步便回去了，所以說如果我們要吸引遊客近來應該要，一個點接著一個點，讓遊客慢慢來，像跳跳的蝴蝶園是全國保育的，是免費的進來不用錢開放式的，近來可以觸碰他的蛹或是幼蟲，那邊很多，像這種特殊的東西很多，所以說你要一步一步的吸引遊客不然遊客就回頭了，那以前中埔這邊有 34 莊，現在濃縮成 10 莊，第一莊的位置就在我們那邊，有一條牛車路，不論是以前的老兵還是本地人的重要道路就在我們中埔與南西(大埔)這邊，現在還是有一些房子在那邊，以前還以木屋可惜損壞了，那邊還有一個磚頭的房子，若如果說把那間房子稍微整理，放個解說牌在那邊，或者變成一個社區可以活動的空間，遊覽車可以停放或是說重機可以停放，設計一些路線，看一些土地公、水底寮山，這樣說起來因該是可以規劃成一條路線，

曾老師：我是對你說的那個峽谷很有興趣

林老師：那個峽谷事變動性的，因為最近他最近峽谷再整治，我以前進去峽谷凹進去的地方有夠多，走不過去，但很難進去，因為我沒有著裝備，水潭很深很大，但是現在去看，怎麼變好走了，因為是在整治，我不知道要怎麼去使用

曾老師：沒關係我們有時間稍微去看一下

林老師：雖然我說是這樣說，搞不好你去看他不認為他很美之類的

曾老師：沒關係我們去看看，如果說不錯，那也是一個不錯的點，好感謝。

官理事長：大家好，其實我們大埔，很少人去過白馬亭看日出，在座有誰去白馬亭清晨去看日出的舉手！?你看在座的沒有幾位，也不是說我比各位早起去看日出，是因為我睡不著，那邊日出真的很漂亮，如果曾老師有機會要去看日出，可以跟我說一聲，夏天比較適合，還有就是，和平莊，小林潭吊橋做好之後有人去過嗎！?那是一條動線，那是值得我們去開發的一條動線，因為吊橋上面就可以看到攔沙壩的瀑布，在山洞前面就要下去了，你在站在吊橋可以看到大瀑布，可以連結成一條動線，因為那是石橋內可以看到懸崖峭壁，以前的古道，現在部分車道可以走那邊，如果去那邊走一趟可以探訪一下古道，看一下過去人上山下山的古道，還有部分的足跡在那邊，那邊的動線如果有需要可以帶朋友或遊客去走走，是一條很好的路線，大埔拱橋，清雲瀑布，接下來就是走那個吊橋，然後走那邊去看石峽，那邊是個小臺灣三峽，那如果有需要去看日出需要我服務的話，可以通知我，我可以為你們服務。

曾老師：好謝謝你，大姐請說，請問貴姓

蘇小姐：我姓蘇，其實大埔這個地方，若要是說觀光、特產等等有很多很多，其實我們水庫過去就是第一大水庫，這邊其實有一個潭，他的名子較大字潭，都沒有推廣也沒有人知道，現在這個水庫淤沙很多，所以說你要繼續推廣水庫也有困難，除非老濃溪願意打通過來引水，要發展水上活動才有可能性，我們這邊的環湖道路也不錯，過去要發展沒有辦法發展，那現在如果要引水要做起來，道路幫我們修好，水可以泛舟，所以那是一條很好可以動當地的方式，那大埔這邊有什麼特產，就是麻竹筍、破布子、木瓜是很大的經濟作物，其實以前這邊有一個特產，百香果汁，是大埔以前唯一的且一貫作業，(一貫作業，農民產，農會收(打果汁)，統一由當地)，但是因為環境的關係，目前沒有繼續下去，也沒有百香果汁的作物來源，那很多大埔鄉親也希望繼續發展這條路，但是要看行政單位，行政機關或幫助我們發展觀光的單位，幫助我們，因為他很天然，且百香果色香味俱全，無塑化劑，非常天然又香，色澤又漂亮，而且很遠就聞的到，所以說百香果是非常好的，納果說其他的紅花園的故事，還是說其他的都有人說過，所以我來說北極殿玄天上帝的故事，聽說這是來自清朝以前好幾百年來到大埔這邊，以前說玉井更老，所以說我們值得推廣，北極殿的是廟非常古老的古蹟，據說清朝或日據時期這廟非常靈驗，這邊龍角溪的故事，就是說這邊水災有一隻頭在水底，莊長率領莊民去北極殿前祈求，不要做水災，每年的 11 月 15 我們會來這邊還願答謝，目前還是持續拜拜這邊一個溪流的故事，白馬亭的故事，據說以前有一隻白馬在那邊走來走去，有一隻白馬跑下來偷喝水，莊民先前水是打滿的為什麼水會不見，然後莊民很好奇便在旁邊等候要知道誰偷喝他的水，等了半天終於看到一批白馬過來喝他打的水，在他喝水完後莊民一直跟著這批白馬走一直到白馬亭的位置，結果白馬消失，莊民很好奇便挖開地下發現了一個棺木，裡面都是龍銀，就是說那個人的善心感動

了白馬有福氣。

曾老師：那現在還有嗎!?

蘇小姐：現在早就被拿光了，那只是傳說，哈哈，如果還有我早就去挖了，也是據說的。

曾老師：其實要發展觀光，去埋一箱，藉此來吸引人讓人家去挖

蘇小姐：這也是聽人家說的，其他的其他人也說得差不多了，那我特別要說麻竹筍，過去 70 年代，大埔的麻竹筍過去曾經是代表臺灣參加日本農會食品展的第一家，所以說那時候開始，日本人便因知道大埔的竹筍是最好的，於日只要到了產期日本人都慧慕名而來前來大埔採買竹筍，因為現在大部份的生意人都去大陸，工資貴年輕人不愛割筍子，都去大陸，但其實大埔的竹筍是最好的，沒有直接日照等等這邊的竹筍品質很好。

曾老師：很感謝各位給我們很多的資訊，這也是我們舉辦這個工作訪的目的，還有兩個人是嗎?!可以麻煩來前面嗎?!

A：江家梅園 80 多年了，在第九莊那邊

曾老師：那今天呢！非常感謝大家，最後有一件事情要麻煩大家，因為今天，我們這些已經有一些共識，告訴我們大埔的故事，在這邊我要向各位詢問一件事情，就是還有沒有一些人大家覺得他沒有來很可惜，他知道這邊很多的故事，然後你們要推薦給我們的團隊，讓我們知道我們應該要去找他，比方說他是這方面的專家，比方說林老師有說 200 年的茄苳樹，之前有嘉義大學的某一位老師，那麻煩各位提供這樣的資訊給我們，覺得我們應該要找誰、或是邀請誰、詢問誰，把他邀找來，有沒有!?有沒有覺得誰，

A：劉莊寮..

曾老師：還有沒有誰，他對這方面很厲害的

A：還有我們那邊的陳廣彥，

曾老師：理事長那你有連絡的方式嗎?那我們可以再詢問你嗎!?

A：好阿！我有

曾老師：感謝你！還有誰?!

A：西興的理事長：陳癸全，還有一個很會念古詩的陳連興，

曾老師：還有嗎?!比方說哪一個學者來，你對他很有印象，他對大埔了解得很透徹的。

A：剛剛那兩位老師(螢火蟲)陳燦榮跟鄭明倫，國立自然博物館，高師大，吳瑪俐小姐，還有一個老師我要回去看，李榮忠臺南縣鹽水國小的老師，蝴蝶生態，有配合西拉雅，還有一個鳥類陳加盛老師，他是鳥類的專家，已經退休了，常務理事陳宛君知道，歐都那陳協理。

曾老師：好那還有推薦的嗎!?好謝謝都有記錄了！感謝大家，便當準備好了！謝謝大家。

官理事長：各位夥伴，感到很高興也很辛苦大家，因為我們有爭取一個步道，白馬亭這條自然教學步道，已經會勘了，以後要怎麼做要經過另外一種階段才可以繼續，這條步道我很希望他可以做起來，因為我沿路去會勘發現他生態很豐富，是另一條學生戶外教學不只這邊，也是外面學校戶外教學的步道，如果可以順利完成，也是另一條旅遊動線，也是很好，那謝謝曾老師及三位同仁。

曾老師：請位同仁來前面漂流木工作室領便當，也再次謝謝各位。

西拉雅：第二次工作坊 逐字稿 07/08

程小姐：(錄音檔約 20:06 開始)螢火蟲 4-10 月不間斷，珍貴的地方，純淨自然的環境，紫斑蝶航道兩期，跳跳農場的黃裳鳳蝶，蜜源植物，魚類族群豐富，魚虎，水庫三寶、松花江白魚、武昌、總統魚、筍殼魚，植物阿勃勒，6 月黃金雨，臺三線，麵包樹，光蠟樹(甲蟲)、麵包樹、竹子，文化方面，水庫節，西拉雅單車道(湖濱公園，環湖小道)，還需故事性，紅花園、白馬亭，謝公宴，在地農特產品 DIY，行動故事車，路上行舟的樂趣(合法性)，驚嘆號樂團，咖啡，飛行傘，白馬亭氣候適合，

李老師：坪林，應該推廣臺灣原生特有植物、花卉植物，山芙蓉易種植、漂亮，生態問題在於維護，出發點，故事性!?與大地和平相處，交通工具建議，自行車(電動機車)，自然農法、有機、賣點！7/23-7/24 關子嶺蝴蝶季可以前往交流觀摩，小雲雀會在空中鳴唱，黑鳶，挑選一些容易看到的，其他的等遇到時候再多加描述，挑選幾個重點，其他副加說明。

陳癸全：農場老榮民，歷史的記憶，舊照片成為回憶，下放勞改，文化水平較低，非屬於嫡系的，牽制了大埔發展，無法發展工業卻因此保留了生態，找尋可以跟大埔畫上等號的動植物。

梅小姐：曾文水庫藉此保留了阿里山的木頭，世界聞名，

賴建華：大埔地名：古雲密棧道，大埔稱呼太普通，禁釣，透過生態教育幾小時(48)才可釣魚，透過限制強化吸引力。

曾老師：20 人遊客，有無一些既定的遊程，現場有無要補充，

李老師：需要透過教育，來強化當地，廣東客縣、李真鎬，前大埔來到後大埔(現今大埔)，客家文化，很有解說價值，紅花園沉到水裡了，情人公園，故事引起共鳴。

婉君：很開心在歐都納舉行這樣一個座談會，其實我們觀光促進協會的人大都很清楚，我們已經有討論過很多我們在地的文化還有生態，還有我們想要呈現給遊客的一些什麼。那今天我是第一個發言，所以等一下有很多人的發言都被我講走了很不好意思。我首先講螢火蟲，有很多地方有螢火蟲，那大埔地區的螢火蟲貴在牠發生的時間長，就是說在四月份到十月份都會有螢火蟲，發生期都不間斷。那我們這邊螢火蟲的種類。那別的地方三、四月有一波，十月有一波，那我們大埔地區剛好這個期間都有，所以說這也是我們很珍貴的地方，那非常希望說，因為螢火蟲需要很自然很純淨的一個環境，不要被汙染的一個環境，所以說要保有這樣一塊生態可能還要很多努力，那我們今天有林老師、陳老師這樣一個專家來與會，所以我們很希望說做一個說明牌，或者是生態池要怎樣營造，很需要專家來幫忙，那這一塊我們是覺得很可貴的，因為牠的發生期長。另外蝴蝶的部分，我們在李老師的幫忙之下已經做了紫斑蝶航道，重現計畫已經做兩期了，就是種一些蜜源植物，然後我們陳代表他有講到說，在跳跳農場牠的黃裳鳳蝶發展得非常好，所以我們打算在第三、四期的蜜源植物計畫裡面，把鳳蝶的這樣一個植物也放進去，就是說在牠的南遷跟北返的時候，都可以留住紫斑蝶這些蝴蝶。另外老鷹的數量占了全省的四分之一，那這鳥類的部分我希望留給陳嘉勝老師來談，這裡鳥類的族群非常豐富，甚至上次陳老師帶著我跟我女兒到「YV 剛咖」那邊看到一群的小雲雀，聲音很悅耳，但這個我們又怕帶客人去的時候又破壞了牠，這個就是要研究看看要用什麼樣的遊程來不破壞牠、不驚嚇牠，然後又可以讓大家享受這樣一個大自然的美好，這個留給陳嘉勝老師談。還有我們魚類族群很豐富，雖然是有餘府來破壞，但畢竟我們曾文水庫三寶也是很重要的，水庫三寶是總統魚、武昌魚(毛澤東愛吃的魚，他在遊長江有一個水調歌頭就是在形容他很喜歡吃武昌魚)、水料魚(東南亞魚種)，這三種魚雖然現在水庫比較少了，但畢竟他就是水庫的三寶，這我覺得也是很珍貴的。還有植物方面，阿勃勒發生期在六月，就一整片的黃金雲很漂亮，臺三線也有，那這一塊我們是把他繼續維持下去，或是再來多摘種一些，就是說我們在申請經費的時候不要漫無目的、沒有規劃的種植這些植物，我相信就會顯得更漂亮。還有就是臘腸樹，還有光臘樹，再從福音公園到期安公園這一段有光臘樹，那光臘樹當然，我不是生態專家，那當然他就會有鋤形蟲之類的很多，那這部分我們也是希望把它保持也是需要專家的建議跟方法，還有麵包樹，麵包樹是客人非常喜歡的，因為夏天客人撿到他的葉子就可以當扇子來搨，那他整片也是很漂亮，麵包果也可以拿來煮湯或油炸，那麵包樹在其他公園也是非常多的，這都是我們植物類的資產，還有竹筍，竹子很漂亮，竹子可以做竹炭，竹筍可以拿來做DIY，還可以拿來當我們的食物，這也是我們很重要的植物。那在文化方面，我們這裡一向都有舉辦水庫節，但是我覺得都沒有非常成功，那去年做的一個謝公願的活動等於是一個廟會活動，其實是比往常好一點，但是我覺得在推這樣一個文化活動的時候，可能還是需要社區和我們觀光促進協會的公部門，還要更進一步的協調跟配合。然後在遊憩方面，現在西拉雅有規劃單車道，我們單車道的部分就是湖濱公園，經過環湖的小道會經過前面老街的「低公阿厝」，就是從水庫底搬遷上來的這些「低公阿厝」，然後就會到濃濃的影像館，然後經過老教堂，然後謝公願的發生地點，就是龍角溪，然後北極殿，然後阿勃勒公園，這整個是一個單車道，他已經規劃很完整了，但要讓他有故事性可能就是要去把我們的文化還有人文結合下去，例如說我們紅花園的故事，白矮族的故事，謝公願的故事，這些有故事性他就會活起來，然後另外一個在遊憩方面，DIY的活動有很多種，像是竹炭，還有我們漂流木的DIY這些我們都在推，剛開始可能就是推一些價錢比較低一點的，讓大眾接受度高一點，然後再來就會推到漂流木的檯燈，然後自行車的租借也是這裡的活動，馬祖筍的DIY，將我們這邊的巨筍作成醬筍跟馬祖筍、脆筍，然後客人就可以自己帶回去，這個在歐都納有做的活動我也希望可以帶回整個大埔的活動裡面，這就是結合在地的農特產品做一個DIY，然後我們的行動故事車也是很精彩的，在我們廢棄的膠帆，就在上面做一個故事車，就可以在上面講故事，還可以讓他們體驗陸上行舟的樂趣，但是這個有沒有合法性的問題，要請曾教授幫忙釐清一下，還有我們驚嘆號樂團、舞臺車、咖啡園導覽，在我們大埔地區的咖啡也是很好，我們有設計一個咖啡園的導覽，就在玄山湖，其實像觀光遊艇，這都是

很熱門的。那以上大概是這樣子，其他就請我們專家好好為我們解答謝謝。

曾：謝謝婉君，那其實這主要目的，因為我是做環境解說的，所以就是透過各位所談的一些東西，那事後都可以納為解說的內容，所以說這個工作坊最主要目的就是透過各位的經驗，然後告訴我們當地的一些故事，那接下來我們是不是請李老師。

李老師：曾教授還有各位夥伴大家好，那剛剛陳協理都把這邊的概況都報告完了，但是我想各位應該要思考幾個問題，我先自我介紹一下，我是西拉雅風景管理處的審查委員，所以整個西拉雅地區的生態狀況，像螢火蟲跟蝴蝶目前調查的比較確實一點，所以這兩項大概還掌握的還可以，不過據我所知，如果四月到十月你來這邊看螢火蟲，保證都能看到，可以看到多少？我先跟各位講，在關子嶺有三十幾條以上的步道，每一條步道大概都有六公里遠，那隨隨便便一條下去就會有五六千隻，甚至會有 20 萬隻，那到底是到關子嶺比較方便還是到大都比較方便？那第二個可以再思考一個問題，其實在臺灣真的很不幸的，每一個地方幾乎都同中有異，異中有同，那特色好像他每一個地方都有他所處的特色，那我們這一個地方有紫斑蝶，那臺灣好像很多地方都有紫斑蝶，那這地方有黃產鳳蝶，那好像很多地方都有黃產鳳蝶，這可能就是大家要思考的幾個問題就是說，其實旅遊的要素每個地方都有，你說每個地方都有特點，說沒有特點不是沒有特點，但是我很鼓勵大家從任何一個地方想，什麼樣的特點是一個特點，那我最主要表達的意思是什麼，我不是說這個地方不好，這個地方很好我蠻喜歡的，那這個地方也有它的特色，但是我在講這個地方的要素之前要大家先思考一點就是說，我這個地方的生態旅遊這樣發展出去沒有錯，那人家會不會失望？那這個地方什麼都有，那遊客來一年可能兩次三次，那來這幾次他沒有看到或是只看到十隻，這樣子的話，他生態旅遊的要素還是存在的，但是他的魅力在不在？我們大家要去思考這樣一個問題，就是說我比較建議的方式就是，因為很多生態旅遊在很多地方都有做，那目前我在其他地方操作的經驗告訴我，事實上我們這個地方什麼旅遊要素都有，但是這些旅遊要素要怎麼把他串起來？那這個遊程又不會說貴到不得了，然後可及性又高，那串起來之後呢，比如說我這個點要螢火蟲，大家要來看螢火蟲，那我這螢火蟲的棲息地要怎麼做維護？怎樣量才會變大？你今天這樣看一看越看越少的話，老實講這不是生態旅遊，要怎麼讓人家越看越多這才是真諦。那我說這個地方是紫斑蝶，這個地方紫斑蝶很重要，是牠們南來北往的一個要道，因為紫斑蝶從屏東茂林北上之後，第一站我們說東線，就是南化那邊，一部分從分水嶺那邊出去，那西線就是大墩山的山路，所以我常跟西拉雅的處長講，我都說這一條是西拉雅森林線，那西拉雅森林線的東邊就是這一條臺三，西邊的話是 175 號公路，我常常跟他講，你不要這樣講，講這條是西拉雅大道，一條森林線兩條大道組合而成的西拉雅國家風景區，其實在這兩條北往的道路上面，事實上我們這邊的量是比較大的，可是量在哪裡看得到嗎？那這個地方南下其實很難，事實上我問過臺灣紫斑蝶保育協會的，事實上南下比較大量的地點只有一個，在坪林，可是老實講如果在坪林的話，要看很不方便，那你要讓他們來到我們這邊來看很方便，就種紫斑蝶愛吃的花嘛！所以我在講的意思就是說，事實上你覺得這邊有什麼旅遊的要素，重點就是說當你規畫完路線之後，就是要想辦法在這條路線上面有這些元素出現，像是我們去年栽種的這些植物就是希望紫斑蝶的量會很多，那整個來講我認為要朝向這方面去思考我覺得會比較好。所以其實有很多路線不一定要遷到山裡面去，那邊是很多沒有錯，可是帶去那邊適合嗎？我覺得不適合啦…所以說不一定我們這邊的所有要素要到那個路線就一定全部都要移到那個路線，我還是要講一下，觀賞鳳蝶很簡單，種一些卵葉馬兜鈴他就來了，可是卵葉馬兜鈴他是一個香港保育類的植物，它是外來種，那你一定要種這個嗎？這樣很可惜，因為我看很多人在這裡營造一個蝴蝶棲息地，種他愛吃的東西卻沒有想到種瓜葉馬兜鈴，那瓜葉馬兜鈴是臺灣特有種。那我們這個地方很多，你一路進來可以看到桃花很多，還有臺灣榕樹，那一路上的花卉很多，會比我們榕樹還要難看嗎？會比麵包樹難看嗎？應該不會吧！所以很多時候有很多思考方式我是覺得說，要是我的話我會比較主張說現有的東西還可以再種一些，但是包括麵包樹不要再種了，阿勃勒也不要再種太多，接下來應該把重點放在臺灣特有的野生植物上，尤其是花卉植物，我舉例來說像繡球，月桃也很好，杉木也很好，這個我們都不去做這樣的思考，比較可惜了。你想要做跟別人不一樣就要看你在這方面做多少，用心度又有多少。接下來我比較建議就是說在生態旅遊上，這樣講應該是農村旅遊，那一個農村旅遊來講，他比較重要的當然有幾個要素，竟然是農村兩個字，那人家會想到的就是自然，人家會想到農村文化，那人家也一定會想到農村產業，你把這幾個要素加起來，就是一個農村旅遊。當然我不贊成像現在推的高鐵遊輪式列車這樣，因為農村旅遊是比較傾向小團體自由行的

部分，那既然這樣你應該要去思考我們是把一個東西拿出來還是要去計劃一個東西，所以植物方面我還比較傾向在原生植物，生態部份我們要很謹慎，盡可能是把呈現部分放在可及性比較高的地方，比較容易規劃遊程的地方，事實上這邊有幾個問題，生態的問題就在於維護，那這個維護部分目前做的還 OK，那我的建議大概是這樣，最重要的必須思考我們出發點在哪裡，你要營造一個故事性的出發點，像是謝公願就是一個很有故事的呀，他發生在愛嘛，祈求生命保佑，但你們怎麼不反過來想一點，那我是不是應該尊重這一塊土地，盡量不要太多經營的工業，這樣不是很好嗎。重點是從謝公願這樣一個故事我們是不是往前去思考說，我們應該跟這塊土地和平相處呢，我們是不是應該要回饋大地回饋環境一些什麼樣的東西呢，是不是我們從這方面做思考，接下來再把這些旅遊要素加進來，然後再去規劃路線，辦活動或是收買幾個記者做行銷。那最重要的我是建議交通部觀光局這地方可以發展腳踏車，另一個我們這邊有產業嘛，像是竹筍產業我覺得很好，但是你如果有一片土地，有一塊地方是用自然的文化的，類似我們在講的「開心農場」，那個會更快，我們在講農村旅遊，這也是一個賣點，其實我們在推廣一個什麼樣子的旅遊我是建議要去創造那個旅遊的魅力，要創造那個旅遊的魅力不是空講的，要去行動，該營造要去營造，該維護要去維護，那這邊的生態旅遊才会有口碑，我是建議各位如果有空的話，7/28.29.30.31 這幾天到關子嶺一下，有辦西拉雅蝴蝶季，可以去那邊看一下，觀摩一下，但是重點不在這裡，重點是說，同樣在種高士佛澤蘭，那邊種怎麼跟這邊種不一樣，那邊種的數量會比這邊還多或是規劃不一樣，為什麼？那是因為有維護而已呀！那個地方整個配套怎麼做，我們朝哪個面向去規劃，大家可以做一個交流，很多東西都是起而行，起而行就要下定決心，真的要把蝴蝶的棲息地維護好，那那個效度才會出來，報告完畢。

曾：謝謝李老師，其實一個地方要發展成為觀光地，在地居民意願很重要，在地居民的熱情很重要，那為什麼西拉雅有三個地方最後我選擇大埔這個地方，就是因為有在地居民的投入，這個東西才有辦法 RUN 起來，我們才來幫忙，像剛剛李老師說的一些建議其實我們也可以來做思考跟改善，對西拉雅這個地方都是蠻好的，我想接下來請我們陳老師。

陳老師：大家好，基本上我對這邊的動物項算是有一點涉略，我先講動物的部分，食蟹獐我在這幾年看過一次，穿山甲看到一個已經廢棄的洞，果子狸有一天晚上遇到過一隻，野兔是吃尾牙出去撞死過一隻，赤腹松鼠比較常見，臺灣獼猴也比較常見，整個數量來說臺灣獼猴並不多，所以整個動物項並不多，那鳥類我看的大概有 160 多種，但是你如果說鳥類要來做觀光旅遊的…因為鳥類有翅膀，像是這邊很多株林，株林密度算蠻高的，但是基本一般遊客來不一定會看的到，就像說如果你在跳跳農場裡，從早上待到中午有機會看到，我只能說有機會看到，那個不保證的，但是有些點像大埔公園、湖濱公園這個地方，因為他每年枯水期，水一退下去之後，那個草原上小雲雀一定會有，而且數量非常的蜜，因為那個剛好是他的生季，他每年就是枯水期在那邊繁殖，所以那是一個很好的導覽保證讓大家看的到的，然後再來就是黑鳶，黑鳶是因為曾文水庫沿岸有很多釣魚的釣客，那黑鳶跟釣客是有關係的，因為臺灣的業者如果釣到像是「黑尾東」那種不要的東西的時候，他不像外國人士把魚解下來之後丟回水庫去，他是把魚直接弄死丟出去，因為怕他又來咬餌，那這些被丟出去的魚就變成黑鳶的食物，黑鳶會吃一些腐屍，他基本上吃魚的比例相當高，所以因為釣客的關係，所以這邊水庫邊要看黑鳶很容易，然後因為這邊大概低密度開發，所以其實農作並不多，我看都是種筍比較多，比較沒有什麼精緻的農業，所以基本上蛇類還蠻多的，那蛇的密度也比其他地方再高一點，所以要看到大冠鳩的機會很多，像他們現在路燈做起來我實在很反對，我不知道對鳥類有什麼影響。像歐都納平原那邊有一個雀榕，雀榕果實成熟的時候就保證一定看到紅嘴黑鵯，有一年冬天還可以看到候鳥鵯，赤腹鵯白腹鵯都會回來，但是基本上這邊雀榕很少，那個…跳跳農場種了一排雀榕，後來被罵得要死，因為雀榕一年落好多次葉子，如果你能在山上種一些誘鳥的植物應該是可以，像我舉例湖濱公園裡，你每年到春天以後，基本上一定看的到大捲尾，數量很多，第二個是小雲雀，那冬天像我有一次看到那個黑頭烏，會有一些冬候鳥過來，但是那個地方，像導覽光小雲雀就可以講一天故事，然後黑鳶，然後沿路大冠鳩，其他像朱鸕什麼的就可以遇不可求。這邊數量很多但不能保證你每一次都看的到。

曾：老師像你說小雲雀可以講一天故事，比方說如果是你的話你會怎麼去做一天導覽？我有興趣的是導覽的這個部分。

陳老師：小雲雀的習性是會在空中鳴唱，你就可以講舒伯特有一首歌叫「聽聽那雲雀」，為什麼叫雲雀因為在雲端歌唱，他就是會一面唱一面往下落，所以你在春天的時候大概就會很容易看

到他跟聽到他，大概就這樣我現在想不起來…他的名稱叫半天鳥，他會在空中叫，聲音非常好聽跟畫眉一樣，聲音是婉轉而多變，他會再比較裸露的地方，所以比較容易觀察，但是他並不漂亮，如果你不解說的話，會以為他是麻雀。那他的後爪特別長，那到底在生物學有什麼意義不知道，大概是這樣。我想對一個賞鳥者，你看到小雲雀你會覺得很平常，但如果是透過解說，說他在空中吟唱，因為像其他鳥像畫眉，他都是在枝頭吟唱，會在空中吟唱的鳥並不多，他大概是臺灣絕無僅有的一種，會在空中一面飛一面鳴唱的一種，所以透過這樣一個解說大概會對遊客產生一種很大的印象。像早年我在跳跳農場那我就請他種一些南美假櫻桃，那種的結果就把有一種叫綠啄花，臺灣最小的鳥，他比綠繡眼還要小，綠啄花本來是在「崩山」上面的梅園，叫江家梅園，那那個梅園因為路很難走所以他的管理並不好，那因為梅園的管理不好就會造成綠啄花在那邊繁殖，那這個綠啄花又可以講一個故事就是，他是臺灣我常形容說他是一種會擦屁股的鳥，因為有一種植物叫桑寄生，人家在做藥頭豬腳的那種，桑寄生是一種寄生在薔薇科，或者桑科的植物上面，那梅子是薔薇科嘛，他就寄生在梅子上，那植物學家就在想這種種子怎麼寄生上去的，後來是鳥類，就是啄花，桑寄生的果實裡面有一層黏液，有一點甜甜的味道，那啄花科的鳥類喜歡吃甜食，那他會去吃這個果實，那吃了他可能把外面的皮消化掉，可是那一層黏液包裹著種子他沒辦法消化，等他排泄出來的時候因為有一層黏液，所以他很黏，那一般鳥類是大便小便一起出來，可是因為有一層黏液所以他沒辦法拉出來，他就必須去擦樹枝，才能把排泄物擦拭掉，那那個種子就黏在樹枝上，那如果有水分他就把根鑽到寄主植物裡，接受他的養分，那他本身也可以做光合作用，也可以吸收他寄主的養分，那因為江家梅園他管理的不太好，所以有很多的寄生，那很多寄生就吸引很多綠啄花，後來跳跳種比較甜的南美假櫻桃後，吸引了一堆綠啄花下來，大概兩三年前，有很多拍鳥的人，幾乎每天都很多人來拍綠啄花，因為他是最好拍的，就坐在咖啡座，綠啄花下來會發出金屬聲的鳴唱，一聽到就可以拍了，每天幾乎都會有人到跳跳去拍綠啄花，這就是一個營造，那南美假櫻桃算是一個淺根植物，每次颱風來就倒一排，倒又起來倒又起來，最後也是維護的問題就沒有了，沒有了以後綠啄花就比較少，所以我是講說是可以營造的，但營造你不可能把 160 多種鳥都告訴人家，你可以營造出某地方有一兩種鳥跟大家做解說，我要講的就是小雲雀、大冠鳩跟黑鳶可以在這地方，你就可以講這三、四種鳥，那有遇到其他鳥才要加進去，例如你找一個地方種一些雀榕，雀榕不定期有五色鳥、小啄木，或者是紅嘴黑鵯，或是冬天有鵯或是其他類似去選幾個點，然後營造一些誘鳥的植物，就可以針對少數幾種鳥去做解說，我舉例就是說綠啄花在跳跳農場曾經盛行一時，大概就是這樣。

曾：謝謝陳老師，那接下來我想上一次我們有一位楊建華…陳癸全可不可以麻煩你稍微跟我們做分享一下。

陳癸全：我原先一直想說在我們大埔這邊，我認為只要有一樣都西可以跟大埔畫上等號，想到大埔就想到那樣東西就夠了，不用多，像是黃裳鳳蝶他是自然復育的，不是人工的，他是用自然生態的，我覺得他們這樣做很好，國中的校長也很有意願要來做黃裳鳳蝶，當作學校的教學，幼苗給學收讓他們來種植，讓他們來管理，我覺得他們可能缺一些硬體，像是搭棚架等經費而已，還有一些就是剛剛老師講的馬多林這個外來種不好，但是我們也沒有一些本地的可以獲得幼苗的管道。

李老師：你要的話到我們學校來，我們學校目前有 600 棵。

陳癸全：謝謝陳老師，那我們就有管道了，我在想說大埔其實生態很豐富，鳥類很多，160 多種，我們不需要每樣都給人家看，其實應該是哪些人家看的到，因為如果說是像我們西興村那邊，4 月份整山都是螢火蟲，看過很壯觀，問題是差不多一個月過後那邊就沒有了，那是單一種，所以說如果整個推廣，只能推定點，有時間性，4 月份到 5 月份這個部分我保證看的到，過了就沒有了，或者 11 月份零零散散，螢火蟲我不敢去推，為什麼呢！因為梅嶺也很多螢火蟲，他們主打螢火蟲季，他們交通很方便，我們這邊就是差一個交通不方便，所以定點旅遊在這邊是最好，要拿什麼給人家看，那現在我以西興村這邊來講，嘉義農場、跳跳上面，有一個馬達加斯巨竹，在嘉義農場那邊沒有什麼被破壞到，跳跳農場上面那邊，好的都被人家鋸光了，做存錢筒之類的，被鋸掉很多了，剩下的都不怎麼能使用，但嘉義農場那邊保存的非常好，他裡面還有很粗的巨竹，那個是數量不多，但很特殊，還有在文化上面來講以嘉義農場來說，他們以前是分十個村庄，以前那些老榮民是怎麼來的，是怎麼走的，這個是我們以後可以講的，因

為他時代背景，那現在那些老榮民應該都不在了，只剩下舊照片，那只能拿一些舊照片跟遊客來解說，因為農場那邊的老榮民幾乎都沒有了，但是他是一個歷史的記憶在那邊，我們不能抹滅它，那是我們以後可以著手的方向，那是我們的資產，劉一些他以前的舊照片講給遊客聽，述說著他們的歷史記憶，是怎麼被下放、勞改的，他們真的是純粹被下放勞改的，所以他們文化水平很低的，不是嫡系的所以被下放勞改到這邊，我以前有接觸一些老榮民，他們怎麼被強押過來的，這些都有以前他們的故事在這邊，再來就是我們曾文水庫大壩，已經不是亞洲最大了，是臺灣最大了，那個大壩也是我們這邊一個賣點而已，大壩跟水庫這邊，都是景觀可以結合，現在他們有在結合嘛，現在我們也很傷腦筋的是，曾文水庫管理局是一個很大的機器怪物，他牽制著整個大埔鄉的發展，把大埔整個生活牽制住了，你要動不行動，那我們跟他要求申請福利等他也回絕，那整個大埔都被他牽制住了，但這是危機也是轉機，怎麼說呢？！因為他把我們牽制住，我們沒辦法發展很多工業，或是其他的，但是生態都被保留下來了，因為我們沒有被開發到，假如他今天沒有管制那麼多，全部開發很大污染很大，我們的生態就沒有了，這個就是一體兩面的拉，所以我們就能說在夾縫中求生存，把這些資源看怎麼利用，但真的被限制太多了，我是覺得曾文水庫管理局，把我們整個大埔鄉牽制住了，牽制很久了，那在這邊大家動動腦看怎麼樣去發展，那歐都納很好，把遊客帶進來，推廣大埔知名度，但是他已經盡力了，因為水庫上活動，我們動都沒辦法動，因為西拉雅他限制很多像是帆船等等，這個不行那個也不行，整個都被牽制住了，所以這個也是對我們發展一個很大的因素阻礙，那現在也只能吸引背包客之類的來大埔遊玩，那我們自己拿什麼給人家看，自己本身要找出一些元素出來，就像我說的劃上等號，假如大埔可以跟黃裳鳳蝶劃上等號就出名，因為黃裳鳳蝶是保育類嘛，所以說如果你滿天都是連開車都會撞到，你就出名了！走在路上會碰到，旁邊立個牌子，黃裳鳳蝶出沒請小心，這樣就出名了，好謝謝。

曾老師：好那接下來我們請，趙梅色小姐(大埔素人藝術家)，想請問一下趙小姐，如果這邊晚上要從事一些 DIY 體驗活動，比方說晚上時間，你比較傾向，你希望帶遊客去做一什麼樣的東西，大概要多少時間，然後完整的一些想法，可以跟我們分享一下，因為我覺得可以透過這樣讓遊客在做中產生一些樂趣，讓遊客有記憶點，以後回想起來我曾在埔做過漂流木的 DIY，這樣子其實就很值得了。

趙小姐：因為 88 風災他帶來的災害很大，然後那些漂流木堆積如山造成水庫的負擔，因此我們社區有請老師前來埔教我們做這些漂流木的處理 DIY 等等，就是我們要有一個想法就是說，全世界都知道阿里山的檜木是世界第一等的，非常的香，，他的意象已經有世界級的知名度，但是阿里山的檜木國家禁止砍罰將近 60 年了，等於說這一段時間你都不能去碰它，但是這些國際知名的檜木對曾文水卻是個汙染，覆蓋了整個水庫，整個都是漂流木，本來是汙染但是我們把它變成藝術品，變成臺燈，小木頭要是覺得沒用就把它弄成髮簪，這些本來都是汙染要燒掉的木頭，會造成阻礙的東西卻是全世界知名的，這麼好的木頭只有曾文庫可以合法取得，雖然他很不起眼的木頭但是他很香，所以晚上就把遊客帶來漂流木工座室 DIY，讓他們來這裡玩，白天去欣賞風景，晚上去工作室 DIY，花個一兩百元，讓他們可以體驗可以玩。

曾老師：那如果站在觀光客的角度，有沒有一些像是你剛剛 PPT 介紹給我的臺燈拉、貼花等等一整套完善的 DIY 體驗，時間大約在一小時左右。

程小姐：我來幫忙說明一下，漂流木工作坊，現在所推出的是比較小價位比較低的，讓客人比方說磨平、磨光滑之後，在做烙印的圖案，做成小東西，但是說如果他知名度打開之後，遊客願意花時間做臺燈之類大型的話是可以的，那原則上呢！漂流木工作坊，設計一個 DIY 的活動時間不會超過一小時，漂流木工作室算是一個半成品，因為客人的忍耐度大概是一小時左右，不會太久，這樣子。

曾老師：那如果說以燈來說，他有沒有可能是一個半成品，比較小一點，讓遊客在這樣的過程中可以帶回去。

趙小姐：這個市價位的問題，成本大概 500 元起跳，一般要 6-7 百，那他已經是半成品，遊客來只要組裝一下就可以了，這樣時間大概一小時。

曾老師：那其實是有賣點的，就是他們是可以帶個回憶回去的。

程小姐：其實他在一個設計活動的報價是兩百元，那依照遊客的需求再去調整，待遊客現場看到之後，那活動時間我覺得是在一個鐘頭左右是一個極限。

曾老師：所以歐都納現在有在推嗎？！

程小姐：我們現在還沒，但是如果比較小的團我會帶過去那邊體驗，那邊體驗是需要再設計的，那要怎麼樣可以讓客人喜歡，怎麼樣才會漂亮，然後客人覺得有價值又好玩，那現在在研究這個流程，那雖然現在有人做了，但是這個過程流程，應該還有改進的空間，所以沒有辦法陳述的很清楚，因為還在改進還有空間。

曾老師：那接下來請葉先生。

葉先生：我要做一個分享，就是之前我跟梅色姐，有參加一個臺北大學老師來大埔的一個講座，他有提到熱氣球，氣壓或是天候狀況許可的情況下可以藉此來吸引遊客，然後臺北大學了老師他的學生曾喜鵬老師，他把他老師的點子大到大埔來，他說大埔適合發展熱氣球，他有設計和成了一張照片，就是已鄒族部落，搭配熱氣球空拍的照片，我覺得這樣的意象很棒，也許可以朝著這方面去發展，因為鄒族上空是水上機場，他們的教練機的場地，但是那邊的飛機不是天天有在練習，試飛，所以說如果航管處時間上可以配合，因該不是很大的問題，那第二點就是，之前西拉雅曾處長，多次提到大埔的白馬亭，他覺得他是一個非常好的景點，像我們今天官理事長沒來，像我們說阿里山觀日出，我們也可以主打白馬亭看日出，因為之前我跟官理事長有跟記者上去看日出，看過的記者都讚不絕口！我覺得這是個可以宣傳的著力點。

曾老師：林老師的太太不知道有沒有發表，那我們回去之後會把上一次的會議內容整理好後 MAIL 給大家，回去之後就可以把一些要素重點拉出來，然後接下來下一次，會到實際的點重頭到尾跑一次，那在麻煩下次林導師在待我們走過一遍，甚至是說一起參加整個行程設計的活動，那我不曉得說在場上次因為一些有參加過，有沒有一些要補充的。

程小姐：那漏掉了一個活動，我們這邊飛行傘常常會來這邊飛，明後天也會進來，白馬亭的氣流很適合，降落地點還不確定，那他飛行傘是無動力的，那現在就我所知起點有了只是降落點還沒確定，他們說這邊的氣流很棒，問題就是沒有降落點，其實生意最好的地方是在降落點的地方，大家都要看降落，所以賽加降落點生意很好，大家都要看降落，所以大埔現在為一的問題就是找不到降落點，他起點在白馬亭。

林秀雲：對不起我現在想提個問題，因為我們從以前看西拉雅的折頁，每個鄉鎮遊樂、吃喝都有，就只有大埔沒有，就連最新的折也我來回看了兩遍為了確定怕我眼花，還是沒看到大埔，所以想請曾老師和林老師如果可以的話幫我們跟西拉雅反應一下，我們也是裡面的一個鄉鎮但是就沒有我們大埔鄉，這也是關於我們生存下一代會不會回流的問題等，拜託老師你們。

賴先生：我是覺得這邊很多專家，說了很多鳥類生態等等的，我以一個平地人想來這邊觀光的動機來講，我很多朋友多把其他地方的大埔誤以為是曾文水庫的大埔，有太多地方都叫大埔，所以我覺得大埔要改名子，臺灣大埔太多了，人家會分不出來，名子要更改，不然沒特色，大埔以前叫古雲密棧道，以前大埔大概 20 年前至 15 年前，只要有魚竿的就想到釣魚，要釣魚就來大埔，自從魚比較少了之後都不來大埔了，。大埔假日的時候很多重型機車，在臺三線我們也可以藉此吸引他們進來，也是一個不錯的想法，改回古雲密棧道，給人感覺就很帥氣，騎車的很會很喜歡，像阿婆灣之前說要拆，現在聯屬幾千個就不拆了，團結就是力量，其實講了半天因為大埔靠近曾文水庫，限制很多，我們不如至死地而後生，禁釣，就像我們小時候禁賭的時候大家拼命賭，可是開放之後就沒人要簽了，我們臺灣人的性格是越禁越想要釣，所以我們可以配合鄉公所，讓他們上課 48 小時，再給他們釣證，課程內容就上一些生態保育之類的，那其餘的我就想在紙上因為我表達能力不好。

曾老師：好謝謝！我這邊想請問一下就是說，要發展比方說要帶 20 人遊客，有無一些既定的遊程，有像是可以租借電動車的地方嗎？因為這邊地形比較崎嶇。

程小姐：我們這邊目前只有腳踏車。

曾老師：那如果說帶遊客來這邊，不曉得現在還有水庫釣魚之類的嗎？！

賴先生：有，但現在標案還在進行，還沒有確定，還沒有正式營運。

曾老師：那晚上的活動呢？！

程小姐：其實我等等可以給老師我手邊這份資料，這份資料是我們明天要開會的資料，但是基本上我們規畫出來的遊程大概是 90 分鐘，那個個遊程時間會在確定，那至於在這邊要怎麼玩，我可以拿一張我們公司的行程表給你看。

曾老師：好那不曉得在座的先進，老師有沒有要補充的地方。

林老師：我想，如果要做生態旅遊這部分的話我是建議，就是說個為最好的就是說個為要先去上課，這樣才會獲得一些概念和知識，像我舉個例來說好了：黃裳鳳蝶，他不太適合就是說在

這邊到處都是，第二個因為他是保育類，第三因為她量一多會吸引，寄生蜂過來，那寄生蜂不只是會寄生在黃裳鳳蝶，也會寄生在其他蝴蝶上，所以其實我是覺得黃裳鳳蝶可以看的到就好了，不用要求量多，還有就是大埔不可能跟黃裳鳳蝶劃上等號的，因為全臺灣都可以看的到，但是經過 DNA 分析之後目前黃裳鳳蝶，他目前只有三個 DNA 系統，一個是屏東、臺南、另外是新店安坑那邊，那很多地方都一樣，但 DNA 來源都是南臺灣屏東，那這就告訴了我們一件事情，那邊會有也是南部過去的或是人為抓過去的，養到他們可以自然生存，就發布新聞說他們復育成功，他之所以不會去北部，就是說他可能只適合在南臺灣，那其實臺灣最多黃裳鳳蝶的地方是墾丁恆春那一帶，還有新化，我們這邊再怎麼樣都不可能比新化還多，因為新化的農場非常的大，比大埔還大，他裡面到處都是馬多林，那他如此大面積有富有馬多林可以知道他裡面有多少的黃裳鳳蝶，因該可以大略猜出一二，基本上跟各位報告一件事情，一對蝴蝶若產下兩百顆蛋，基本上只會有 2 隻順利長大，其他的會被物競天擇淘汰，那這樣兩個孩子恰恰好才能夠保存它在生態中的平衡，所以這兩隻恰恰好他很強，基因很強，不像人工餵養的明明就要死要死的，卻養活，把它放出去去汙染了很強的基因，那就像現在的醫學一樣，以前可能活不了現在可以活，所以現在強調優生是一樣的，所以我是這樣覺得漏水三千只取一瓢，所以在規劃路線的時候我建議，剛剛也跟陳老師討論過了，你未必要把所有鳥弄出來，把所有的蝴蝶弄出來，但是我們這邊可以營造一個鳥或蝴蝶的棲息地，種幾棵誘蝶的植物，你把她照顧好，其實像是之前的高樹火車，你把她照顧好現在起碼會有兩千隻以上的蝴蝶，但要照顧好，沒照顧的話可能只有兩三隻而已，就是這樣而已，事實上大埔把一些可以養蝴蝶的植物，種下來，弄一條航道，光解說就講不完了，像我常常去解說一些植物光兩個故事就講不完了，那明明我是在講蝴蝶，可是光講這兩個就講不玩了，所以其實，你 90 分鐘的遊程 100 分鐘講都不夠，我的意思是說，這些你種了之後，可以做解說的題材，那其實在地有很多很好的蜜源植物，但都被除掉了，那其實你只要把一些要素放進來在大自然允許之下，在生態旅遊規劃的允許之下，把它放到遊程裡那就 OK 了！就可以去解說了，那你們把這邊的鄒族文化，其實各位可能都沒有提到，我們大埔鄉的大埔怎麼來的？有人知道嗎？！大埔其實是廣東省，大埔縣，那是一個客縣，就是客家人，最早在康熙 23 年，有從大埔鄉來的，叫李珍銑，他有提到來開墾前大埔，就是現在公園青山那一帶，所以那一帶較大埔，後來又有一批大埔鄉的人來越過了前大埔，為了區別兩個大埔所以一個叫後大埔一個叫前大埔，那我不曉得說最早來開墾的那批居民還在不在，那些就是客家文化的部分，那事實上這個地方可能也會留下一些鄒族的文化，就是客家人跟鄒族起衝突，最後鄒族戰敗了，那在這個裡面的一些東西是很有解說價值的，我常常講生態旅遊，可是各位要記住一句話吃魚吃肉也要肉來配，這樣解說才會豐富才會多元，這樣才會讓人感動，尤其是這邊情人公園都沒有人去吼！？因為我覺得情人公園裡面的紅花園的故事，實在是讓人很感動，所以我覺得全國的情侶都應該來這邊散步才對，應該都要來到這邊舉辦婚紗攝影才對，紅花的故事就是大略描述一個鄒族女孩為了愛偷偷告訴漢族的男孩，讓他們免於一場災難，所以為了感念他有個地名叫紅花，現在沉到水裡面去了，不過從這個地方還是可以看到可以做一個解說牌，那這邊有不少沉沒的聚落，我的意思是說這種東西，其實也是滿不錯的，那不知道誰把情人公園取名叫情人公園，非常恰當，另外一個名稱叫紅花公園其實也不錯，那這些故事都可以引起人家共鳴，不管什麼旅遊型態要引起人家共鳴很重要，有共鳴以後才會在來，各位應該都知道新社有一個薰衣草森林，不管他的路有多難走，然後在電線桿上貼著紫色的牌子告訴你加油快到了，非常非常深山的地方，可是路上人可能沒有很多，可是到那邊最少人都是幾百人以上，沒有地方可以停車，那你說那個地方很特別嗎？！隨便一個簡餐 4—5 百元，你吃得下去嗎？！歐都納也才 350 起跳，非常貴，貴的要命，我去那邊通常都是兩個學生點一份，那其實他就是故事性吸引人，不論生態旅遊還是什麼旅遊，那故事性是從當地去發掘的，又包括你們去營造一個蝴蝶或鳥類的棲息地也好，你們用心的過程的故事，都可以吸引人，告訴遊客你們現在之所以看到這些 2—3 千隻蝴蝶是我們克服萬難的成果，那這些都是故事性，那我覺得其實你要去弄都很簡單，只要你蜜源植物種下去，半年就有成果了，我們跟西拉雅簽約是民國 98 年，9 月 29 號，結果 99 年的 7 月 20 號我們就舉辦了西拉雅的賞蝶季了，今年已經算是第二年了，所以那個其實沒有那麼困難，但維護方面我們就動員了 30 個學生跟家長，所以我們的學生去那邊當解說員，會把這樣的故事告訴遊客，遊客聽到之後看到那些學生都是對他們讚賞不斷，那遊客看到學生那麼親切的拿著 DM 跟他介紹，都會很感動，那去那邊賞蝶一半是感動，就是說其實你要讓人家有繼續再來的動力這是滿重要的，所以說你要做什麼蝴蝶

航道鳥類等，都不難，只要請專業人士來都很快，但重點是你們當地人願不願意去維護他，這是我想最重要的地方，只要維護做得到，很多要素就會馬上就位了，一年就就定位了，這個是我跟大家有感而發的，那其實就算我是西拉雅生態調查的專員，那不管怎樣據我了解，公部門的資源都相當有限，那你要記住一句話，他第一年給你補助，要是你做得不好第二年就會給你打上問號，因為西拉雅是包含臺南市14個鄉鎮外加大埔鄉15個鄉鎮，總共9萬公頃的土地，那他總共編製的人數比不上大埔鄉清潔隊的人，不到20人左右，那如果你們的資源可以跟嘉義縣政府要的話當然是更好，不過我只是說公部門她要照顧的面很大，其實是借力使力，你做得好下次會給你更多，那他這次你提出的要求他給你，可是最後還是要看你維護的成果如何，他才會決定再給你多少，那你維護得很好就有立場在處長面前大力推廣，那像我跟處長說，歐都納要種東西，申請經費，處長有點為難，我就跟他說歐都納自己只跟你申請植栽的錢，維護都他們自己維護，所以這樣跟處長說他整個觀念就改觀了，那我就是提供一些給大家參考，真的要營造不會很難，難的是要有團隊去維持和維護。

曾老師：好謝謝林老師，林老師說的很好，那這麼說吧！其實公部門的資源，來自於四面八方，真的是錦上添花的，那如果你是一開始西拉雅角度就會退一步來看，明年效果要是不好我就不要了，如果你這個團體能夠持續，去做起來做出一個成績，那其實很多都是錦上添花，你會發現臺灣很多地方，如果做起來了，媒體報導了，之後就會很多資源慢慢進來，所以說其實這是一個開始，透過這樣的方式，我們希望在第的鄉親可以動起來，如果動起來我們就可以為在地的鄉親做更多的一些事情，好那今天我想，我們花了兩個小時的時間，聽各位對這個地的經驗，那還有沒有一些在場的鄉親有一些要補充的地方，好那謝謝大家，今天就在這邊告一段落，回去之後會把這兩次工作坊的內容，稍微的做一下整理之後，然後我們會彙整出來一條行程的部分，接下來會發展一些解說的東西，搭配行程的解說，後來我們會實際的走一次，包括整體行程的搭配包括一些餐食，包括一些活動等等，都是和當地特色會有關係的，所以到時候還會需要大家的幫忙，甚至後來這樣的一個行程必須是由在地居民去執行的操作的，好那接下來想我們接下來還會有許多互動的機會，那再次在這邊跟大家說聲謝謝，謝謝各位。

鳥類達人陳加盛老師：

大冠鳩：顧名思義他的頭後面有個羽冠，生氣或緊張時頭會聳起來，像是印第安人酋長的帽子一樣，別名蛇鷹，因為他喜歡吃蛇類，大埔這邊之所以很多大冠鳩的原因是，因為這邊農業不准使用農藥，只能做低密度的開發，人類活動也不多，因此這邊蛇很多。

大冠鳩在空中飛時如果是成鳥，有翼帶，很明顯的三條翅膀的翼帶，還有尾巴有一條，而且他在空中飛會一面飛一面叫，其他猛禽不太會叫，大概9點10點他就會出來，因為熱氣流上來，飛不是找食物是宣示領域，他找食物會站在樹梢上看底下，吃蛇吃蜥蜴也吃蟾蜍，蟾蜍是整個吃，顯然他對蟾蜍的毒素有趨避的方法，大冠鳩的幼鳥有很多條翼帶不要誤以為他是別的鳥，他縱斑、還有淡色的羽緣，像魚鱗狀，幼鳥身上會有一些紋路有人叫他鹿紋，像梅花鹿的紋路，還有各種不同的古名其實他叫大冠鳩，喜好停留在山黃麻樹上，因為山黃麻長得很快，也死得很快，那因為山黃麻死了之後剛好可以供大冠鳩停留，今年大埔會很多大冠鳩，因為我看到很多幼鳥，可能今年蛇多，很多幼鳥都順利離巢，所以應該很多，幼鳥的飛行能力比較低，所以他的尾羽會比成鳥長一些，因為他需要平衡，所以等他換羽的時候會在短一點，斑紋也會越來越淡，倘若下過雨後，特別是中午下過雨後，大冠鳩會晾翅膀，把翅膀曬乾，他不只空中飛會鳴叫，樹上也會鳴叫，特別是天空上有一隻，樹上的也會附和。

鳳頭蒼鷹：飛在空中的最大特徵是好像包著成人紙尿褲，包大人，他的尾上會包起來，看起來會像是白色的腰，看起來很像，然後在空中飛會抖翅膀，體型比大冠鳩小一點，在解說時候如果看到猛禽在飛的時候，因為猛禽是最容易看，如果你是在登山的時候，看到有白色翼帶的大概就是大冠鳩，然後會聽到很淒厲的叫聲，然後如果沒有叫聲，有白色腰的就是鳳頭蒼鷹，他有一條縱帶，為什麼叫鳳頭蒼鷹呢？因為他頭上羽毛聳起來的時候像鳳凰，成鳥胸前有縱斑，頭部有一條黑線，頭頂有一根比較長的羽毛，驚嚇的時候會聳起來，他會跟另一種松雀鷹很像，只是松雀鷹腳不會那麼粗，腳比較長的就是松雀鷹。鳳頭蒼鷹幼鳥，胸前有縱斑像一顆一顆愛心，背部淡色，常在密林裡面穿梭，他會抓鳥、蜥蜴、蛇，也是肉食性的鳥類，什麼都會抓，飛行能力相當高，成鳥顏色比較統一，有四條的暗色翼帶，三條比較容易看第四條比較不容易看長倍翅膀遮住，母鳥體型較公鳥大一點，常會站在樹林的外緣或高枝上，比較容易看到，他也会日光浴，猛禽是基會主義者，只要沒有毒的肉比較小的昆蟲、蜥蜴、青蛙都會吃。

赤腹鷹：肚子是紅的，他是臺灣的冬候鳥，他是過境鳥，現在開始過境，山區曾經看過，過境時有機會看過她但是不容易發現，大埔三四年我只發現一次，他會結群，那有可能是灰面鵟鷹或是赤腹鷹。

赤腹鷹：大小跟鴿子差不多，供你很特殊的是他眼睛是暗紅色的，母鳥是黃色的，母鳥體型比公鳥大，嘴巴有橘黃色的斑，幼鳥看不出性別，因為他如果供你表叫有攻擊性的，他小時候會是母挑的樣子，等長大有能力的時候才會變公鳥的形態，有一些鳥會這這樣子。

臺灣松雀鷹：跟赤腹鷹體型比較接近，他比鳳頭蒼鷹小，他縱斑不明顯跟鳳頭蒼鷹比較像，他的腳比較細，比鳳頭蒼鷹細，鳳頭蒼鷹腳離身體比較近，他是離身體比較遠，他是專門抓小鳥的，飛行能力也很強，比較不容易發現，他會發出啾啾啾的聲音，很隱密，不容易發現，大埔很多不易發現，體形就是小一號的鳳頭蒼鷹，斑紋很類似，要靠腳來分辨，通成是母鳥餵食，公鳥狩獵，公鳥會一次吃很多隻綠繡眼，他會把毛拔乾淨，然後發出叫聲母鳥飛去接取食物，公鳥不回巢，母鳥守衛。

日本松雀鷹：很像赤腹鷹，跟臺灣的又不太一樣，機會不大只看過一次，只要看腳長就知道他是松雀鷹就好了，看到機會不大。

黑鳶(內葉)：尾巴像魚，就是老鷹，全臺灣有四個地方很多基隆港、北海岸、曾文水庫，屏科大內埔那邊，以前臺灣很多，但因為殺蟲劑的 DDT 影響，讓蛋的殼變薄，母鳥一孵蛋就破了，這邊很多因為水庫，他吃腐屍的，他也会抓活的，大部分撿死掉的東西，那這邊的釣客，很常把魚釣起來不要(黑尾冬)的就丟旁邊給他死，不像國外會放回去，我有去問這些釣客為什麼要放回去，他說因為不要的魚放回去會一直回來吃餌，會很麻煩，臺灣人比較功利主義，釣到不要的魚會弄死，因為釣魚的人很多不要的就丟在旁邊，黑鳶就會飛過來吃掉，他的特徵是像魚的尾巴，有淡色斑，他是專有名詞，幼鳥身上很多斑點，成鳥沒有斑點，黑鳶很容易受到農藥的影響，因為他吃腐屍，像是我們毒老鼠，老鼠死了之後黑鳶來吃，就害黑鳶中毒，尾巴平。

魚鷹：冬天才看的到，身體是白的很像 V 字型，頭也是白的，吃魚的，全世界只有一種，哪邊看到的都一樣，每年大埔可以看到兩三隻，臺灣的冬候鳥，幼鳥羽毛邊緣都是淡色的，成鳥斑會不見，向大冠鳩一樣會聳起羽冠，他腳很粗，像沙紙，因為魚很滑有黏液，不易鬆脫，他抓魚的時候跟貓頭鷹一樣，腳指會變成兩指前兩指後。

蜂鷹：翅膀狹長，頭小頭的羽毛非常密，虎頭蜂要叮他叮不到，在猛禽裡面比較小，他吃蜂，他有暗色型的公鳥，也有暗色型的母鳥，他吃蜂蛹，也會吃蜂渣，他不會吃蜜蜂，他會清潔你的環境，他會吃虎頭蜂，會兩三隻去打虎頭蜂的巢，所以養蜂人不用害怕他，因為你的蜂蛹都在木箱裡面，所以她會來吃你不要的，在春節的時候，割剩下的會來吃。

紅鵞：冬候鳥，他的鼻孔是圓形的，老鷹的鼻孔像淚滴，身體是紅的只有一種不難分辨。

黃嘴角鵞：所謂的貓頭鷹，嘴是黃的，角鵞就是有兩根羽毛幫助他的聽覺，像貓的頭一樣。

領角鵞：他眼睛跟黃嘴部一樣是暗紅色的，有一個像領帶一樣的，他晚上夜行性的所以白天的時候拍他眼睛就睜不開，白天鳥遇到就會被鳥類攻擊，因為他晚上會抓鳥，白天活動力不強，有人說他有藥用。

鵞鵝：臺灣最小的貓頭鷹像樹瘤，他半夜行性，白天也會出現，大埔數量不多，他有四個眼睛，後面有兩個眼睛就是眼斑，怕被其他猛禽攻擊，眼斑比眼睛大。

藍腹鵞：他很華麗，公鳥有兩根白色羽毛，臺灣特有種，有人叫他華雞，他很容易受到驚嚇，所以你前面看到後面就看不到了，當他發情的時候，他的冠會膨大，母鳥比較一般，因為他要孵蛋，要保護色，跟地面顏色相似，公鳥因為要吸引異性，和引開攻擊，所以公鳥死的比較快。

八色鳥：他是臺灣的夏候鳥，竹子長的時候來，8、9月離開，他送日本做標本，現代比較少因為被抓光了，他喜歡陰暗的地方。

山麻雀：以前在嘉義農場有巢，最近幾年沒看到，臺灣快絕種，一般看到的叫樹麻雀，山麻雀公母不一樣，公鳥身體比較紅，只有這邊和霧臺有，還有梨山，這邊好幾年沒看到了。

朱鸛：這邊的特產，公母鳥不一樣，母鳥有淡色黑斑，公鳥都紅的，經常兩隻一起活動聲音很難聽。

戲班鳥(灰頭山椒鳥)：很像辣椒掛在樹上，他在冬天會結群，降遷。

黑冠麻鷺：暗光，眼睛前面可以分辨公母，藍色的公鳥，草綠色的是母鳥，歐都納這幾年很多，十幾年前他是很稀有的鳥類，他會羽冠會聳起來，他吃蚯蚓，像在拔河一樣。

夜鷺：真正的暗光鳥，他吃魚，也吃蛇、青蛙、蚯蚓。

小白鷺：這邊很多，身體有一部分變成紅色的表是他要發情了，交配完了腳是黑的，發情腳會變黑的。

竹雞：偶爾會碰到，成群結隊，「一」又「又」，距離他40-50公分他都不會跑。

棕三指鷄：他腳指只有三隻，人家叫他“無尾”，他不是真的無尾，一般我們養雞都是四隻，他很奇怪的是母的比公的大隻，母的只管下蛋，母的很強勢會求偶，下蛋後就走了，公的會帶小雞，母的嘴比較厚，公的比較薄尖，公的孵蛋。

紅鳩(小斑)：公鳥頭是灰色的比較紅，母鳥顏色比較淡身體顏色比較一致，他的巢很簡單，颱風過後下大雨常掉下來。

金背鳩(大班)：翅膀像金黃色的。

珠頸斑鳩(中斑)：斑頸鳩，魚鱗色的斑，身上有一點一點的斑點，公的比較大母的比較小，輪流孵蛋餵小鳥。

綠鳩：梅子結果的時候最多，等梅子籽變硬了，他就不來了！母的綠色的，小一點，公的比較大，翅膀有一點紅的，母的沒有紅斑，公的比較鮮豔比較漂亮。

中杜鵑：臺灣的夏候鳥，布穀鳥，這邊數量滿多的，他有赤色與灰色型，他會到別的鳥巢把別人的鳥趕走之後，把一顆蛋推下去，然後給別人孵，她會生的很類似別人蛋的花紋，比別人家的鳥還大，他也比較早孵出來，他孵出來後會把別的幼鳥若是孵出來就想辦法用背部擠推下去，若是蛋就把它弄破，獨享母愛，會托卵，然後不理，是鳥類中較特殊的行為。

番鵒：他會乖乖的做巢，跟籃球一樣大在甘蔗園裡面，杜鵑腳指後面很長，冬天會變色顏色不一樣，配合樹的顏色，來保護自己。聲音「又~」又~「又」，很像慈禧太后的手指。

翠鳥：(魚狗)，很特殊，上面黑下面紅是母的，都黑的就是公的，水庫邊常看到，太靠近會啾啾飛走，像一陣金光！

五色鳥(黑眉)：臺灣特有種，又叫木瓜鳥很愛吃木瓜，森林裡面的花和尚，臺灣擬啄木鳥，他跟啄木鳥習性很像，但又不太一樣。

小啄木：公母很難分，公的頭上有兩點，但除非他很緊張才會看到。

小雲雀：“半天鳥”水庫退水很多，很容易看到。

赤腰燕：腰部是紅的，身上是縱斑，尾巴像剪刀，他會弄濕土做巢，像「花瓶」，但若是像巢碗公叫陽燕，像魚尾，家燕這邊不容易看到。

白頭翁：巢向碗，幼鳥沒有白頭城鳥才會長出來。

紅嘴黑鵯：布農族遇到大洪水，躲到山上去但是忘了帶火種，就派青蛙去帶火種，蛋是青蛙泳嘴去帶火種，結果火就熄了，後來就派紅嘴黑鵯去拿火種，嘴巴和腳都各拿一個，整個身體被燻黑了，嘴和腳被燒紅了，布農族很尊敬這種鳥，他很吵。

白環鵯嘴鵯：山鶯歌，喜歡吃漿果，他的巢很類似黑鵯因為同一科。

臺灣畫眉：保育類特有種，公鳥叫聲很好聽，母鳥比較吵。

繡眼畫眉：眼睛有繡了一圈白色的線，他的巢很難找，很漂亮。

大彎嘴畫眉：臺灣特有種，很難看到。

小彎嘴畫眉：很容易看到，體型比較小隻。

紅頭畫眉(山紅頭)：常穿梭於樹林間。

斑紋鷓鴣：喉至胸上有黑褐色的細斑點。

臺灣鷓鴣：尾巴跟身體一樣長，在枝頭上叫巢都開口向上，向布袋。

棕面鷓：很像腳踏車的身軀常在竹林裡面發現。

黑枕藍鶇：吃昆蟲，常在空中飛，巢很漂亮，都找蜘蛛絲來築巢，巢很像香檳的杯子。

綠繡眼：也善用蜘蛛絲來築巢。

巨嘴鵯(烏鵯)：他會把身上的羽毛給小孩來孵卵，又叫孵卵斑。

大捲尾：曾文水庫退水之後吸引很多蜜蜂來吸花蜜，他抓到蜜蜂會去樹枝上把針弄掉，也吃昆蟲，他尾羽很長，他會攻擊大冠鳩。

小捲尾：體型比大捲尾小，身上比較金，常跟戲班鳥一起飛，集群。

綠啄花：臺灣最小的鳥類，他愛吃甜的水麻，水麻的種籽有黏液，他沒辦法像一般的鳥，一下就下來所以會在樹上擦屁股。

紅胸啄花鳥：但他海拔分佈高，習性跟綠啄花一樣，曾在江家梅園看過，母的跟綠啄花比較相近不易分辨，公的有胸口是紅色的，有金屬光，母的嘴比較短，比綠啄花短一點。

白馬亭 2010/09/08(上午)：

1. 咬人狗：
2. 閉翹江(土地公拐仔)：土地公生日開花，葉子會旋轉。
3. 鬱金(粉薯)：拿去磨粉，用水煮 10~15 斤磨不到一斤粉，夏天可以治中暑、消暑，蒸熟過後 QQ 脆脆的。
4. 咬人狗：
5. 颱風草(沒 GPS)：蝴蝶的食草，有時葉子打開可以看到蝴蝶的幼蟲，他會把包覆的葉子底下咬洞以便排遺。
6. 波羅蜜：
7. 袖葉藤+三蘇：可以跟客人開玩笑，讓客人大叫三蘇。
8. 觀音座蓮：幼莖可以吃，全臺灣只有兩種，下面的球像蓮花座。
9. 血桐(沒 GPS)：很常見的雜樹、葉子很明顯的盾狀。
10. 鐘乳石：土裡面有珊瑚因為地殼變動，水一直溶洗，鈣質溶淋出來形成鐘乳石，這種質地很脆，敲到很容易斷掉。
11. 麥門冬：中藥藥材，拉起來底下有薯，比較常跟粉薯比起來。
12. 紅牧草(藥蔗)：治尿酸。
13. 丁地蜈蚣：
14. 臭辣樹(沒 GPS)：先驅物種，聞起來，味道又臭又辣，炒薑絲、才不會變殭屍(臺語)。
15. 懸鉤子：刺泡、刺泡、紅樂樂，不吃會去斃 ㄍㄜ(臺語)，果實像草莓。
16. 茶花子(苦茶油)：白色的花，煮麵線很好吃，跟麻油再一起，可以用嫁接的方式增加他的生長激素降低需求平地也很好種，很漂亮。
17. 香折蘭(沒 GPS)：左手香、右手香(臺語)，
18. 菝契(沒 GPS)：
19. 海金沙：世界葉子最長的植物(蕨類)，聽說孢子蒐集起來可以治牙痛，但只是聽說，孢子葉與營養葉不一樣(真蕨類的)因為方便風的傳播。
20. 雙花龍葵：一次開兩朵花，紅色的果實。
21. 毛朴樹：朴子配天宮有尊活媽祖就是用毛朴樹刻的，根還在吸收養分。
22. 無患子(沒 GPS)：果實當洗滌的東西，無患子就是不怕沒有子(果實)，天然的洗滌劑。
23. 猴不爬(沒 GPS)：猴子都不爬的樹，太滑。
24. 藤條&咬人狗：全身都是刺的就是藤條，臺灣的原產七種棕櫚科植物，果實可以吃一長串很酸。
25. 埔鹽：種子可以當鹽巴，有毒，他會吸收土裡的鹽分將鹽分匯聚在果實。
26. 澀葉榕：葉子摸起來澀澀的。
27. 白匏子(沒 GPS)：風翻樹，風一吹他就會變顏色，因為葉子正反面不一樣，花是白色的。
28. 山甘蔗(沒 GPS)：酸酸的，可以吃，要剝皮，生津止渴。
29. 秋海棠：臺灣秋海棠很多種。
30. 江某(公母樹)(鴨腳木)：可做火材支、冰棒支、便當盒、木屐，世界上最大的蛾喜歡吃他。
31. 金狗毛蕨(沒 GPS)希望保密：葉子比筆筒樹軟，蕨類小時後很難分辨，他的毛割傷可止血，關子嶺很多挖起來當裝飾品，裝兩個無患子的眼睛很像狗。
32. 月桃(沒 GPS)：可以包肉粽，南部粽大多使用這個，口味兒涼涼的那個都是月桃種籽磨成粉的，月桃花開就是端午節到了時候。
33. 九芎：可以做盆景。
34. 盤龍木(沒 GPS)：小紫斑蝶的食物。
35. 刺五加(三葉五加)：五加啤酒，刺五加雞。
36. 山苦瓜：成熟的山苦瓜不要吃有毒，有黃的不要吃，吃綠的就好，苦瓜鹼會增加有人吃了會拉肚子。
37. 葛藤：葛粉豆腐很重要的原料，(沾鹽不好嘛!?為什麼要沾糖-臺語)。
38. 荔枝瘿蚧：臺灣未來農民要擔心的病害蟲害，會影響龍眼和荔枝結果實，會變成蒼蠅之類的型態。

39. 臭蠟樹：
40. 江某：
41. 無患子：
42. 崖疆蕨：三蘇跟崖疆很像。
43. 曉穗蓼：很漂亮的水草，臺灣原生，水陸兩棲，不用拔根。
竹無花，花凋而死，60 年開花一次。
蝸牛持雄同體會交換體液，兩個都會生蛋，但需要交配的過程。
蟬蛻可以當退燒藥。
天氣變差昆蟲低飛試試因為濕度提高翅膀濕的飛不高，燕子也會變低因為要吃昆蟲。
蝴蝶翅膀振動的頻率可以知道蝴蝶有無毒，越快越無毒，因物怕被鳥類吃要飛快一點，慢就是有毒。

情人公園(大埔) 2010/09/08

1. 大花紫薇：
2. 麵包樹：他的果實，果皮削掉，拿去炸很像麵包的口感，有核種，全世界只有馬紹爾群島有無核的，但是國寶不外流，植物哪一個階段是幼年性的就永久是幼年，成熟的都在成熟區，所以砍掉成熟區之後就變成幼年了，越年輕越下面，成熟區在上面。
3. 兩豆樹：應該是日據時代的時候引進來的，年紀很大了！
4. 黃花野百合：
5. 倒地鈴：會吸引很多小灰蝶，會來產卵，打開可以看到小灰蝶的卵或是蟲或是蛾，蛾身上會有毛，小灰蝶較扁平，無患子科只有他是爬藤，他的種子會有愛心。
6. 莖莢螟：一種蟲類
7. 羊帶來：很黏衣物，以前大多在羊身上找到所以叫羊帶來。
8. 紫花藿香薷：
9. 小葉欖仁：
10. 福木：很臭，開玩笑說哪個飾品上面有福字：棺材。
11. 水黃皮：海飄植物，不適合種在水庫旁，適合種在海邊，種籽種出來第一對葉子是愛心的形狀，類似白鳳豆，豆莢剝開後就很好長。
12. 阿勃勒：可以問遊客為什麼叫阿勃勒，因為阿婆看到就很快樂，但其實緣由是因為以前叫阿勃勃，因為李時珍在膳寫的時候寫錯就成為阿勃勒，黃金雨，臺灣不可能一起開花，臺灣早期不明顯，乾旱之後雨來之前，先出葉在開花，但臺灣都不一定，剝皮很好種一個星期就發芽成愛心了。
13. 樟樹：
14. 生態池：
15. 紅瓶刷子樹(綠油精)：揉一揉有綠油精的味道，可以防蚊。
16. 垂榕：因為雜交很難分辨，鳥類會吃。
17. 盾柱木：鳥類帶來的，(大埔路口小橋邊)，可以長很高，葉子很像盾牌，結紅色的豆子，黃花。
18. 水柳：臺灣特有種，一些蛺蝶會吃，跟柳樹很像但不一樣。
19. 桃花心木：
20. 大花紫薇：
21. 瓊崖海棠：
22. 大葉楠香：可以做香的材料。
23. 蠍虎(壁虎)：(垂榕身上)守宮：泰國人相信壁虎可以招財。
獨角仙單一隻可以生百的蛋，廢菌土(太空包)抓母的來，隔年就會一堆，光蠟樹要長到 5 公分才會有獨角仙的存在，光蠟樹材是好木材但容易裂。
「巧克力、巧克力」的叫聲，白頭翁。
涼亭二樓有小啄木的巢。
小灰蝶有特殊的眼斑，讓鳥類有錯覺不會吃他。
白鵲鴿

小雲雀

紅尾伯勞：冬天

大/小卷尾：

小雨燕：翅膀像鐮刀。

八星虎甲蟲：他很兇悍吃肉的。

雜交種瓢蟲：七星，肉食性的，有蚜蟲就有瓢蟲，表示沒農藥，蚜蟲很難死，臺灣的瓢蟲因為雜交越來越混亂。

八哥：臺灣大部分都是泰國的。

星紅蜻蜓

黑鳶：魚型尾巴黑鳶

大冠鳩

爆斑蝶在柳樹上可以看到，蛾的幼蟲會把自己包起來，很少蝴蝶幼蟲會把自己包起來。

白鷺鷥：一大群

牛背鷺、黃頭鷺、蒼鷺

白文鳥、尖尾文鳥、斑文鳥

麻雀、樹雀

小燕鷗

小雲雀會跟著水位移動，他喜歡草地不愛山區，喜歡短草，剛長出來這樣子。

棕背伯勞會停留、紅尾伯勞冬候鳥

大卷尾會隨著水退移動

魚狗：魚狗魚狗是魚還是狗，他是鳥”翠鳥”

抱樹石葦：附生孢子葉會變長以利風吹。

地衣：藻菌共生，可以把岩石分解成土壤，愛酸雨愛酸的環境。

桃花心木板根表示土地貧瘠，他是最好的鋼琴木，上好的車的儀表板都會用。

毛西番蓮：野生百香果。

春不老：紫金牛科，果實可以吃酸酸甜甜的，是誘鳥植物。

長腿蜘蛛

眉紋蟋蟀

美國水杉”落羽松”：需要水很多，春發芽、夏繁茂、秋落葉、冬枯枝。

(2010/09/08 白馬亭)有定位的植物：

咬人狗
閉翹江
鬱金(粉薯)
咬人狗
波羅蜜
袖葉藤+三蘇
觀音座蓮
鐘乳石
麥門冬
紅牧草(藥蔗)
丁地蜈蚣
懸鉤子
茶花子(苦茶油)
海金沙
雙花龍葵
毛朴樹
藤條&咬人狗
埔鹽
澀葉榕
秋海棠
江某(公母樹)(鴨腳木)
九芎
刺五加(三葉五加)
山苦瓜
葛藤
荔枝癭(一ㄥ∨)蚧(㇏ㄨㄟ、)
臭蠟樹
江某
無患子
崖疆蕨
曉穗蓼

(2010/09/08大埔公園)有定位的植物：

大花紫薇
麵包樹
雨豆樹
黃花野百合
倒地鈴
荳莢螟
羊帶來
紫花藿香薊
小葉欖仁
福木
水黃皮
阿勃勒
樟樹
生態池
紅瓶刷子樹
垂榕
盾柱木
水柳
桃花心木
大花紫薇
瓊崖海棠
大葉楠香

附錄二 工作會議紀錄

100 年豐盛社區鄉村旅遊觀光品牌深化計畫第一次工作會議紀錄

- 一、時間：100 年 5 月 17 日（星期二）上午 9 時 30 分
- 二、地點：國立暨南國際大學
- 三、參與人員：
 - （一）國立暨南國際大學：林劭潔、白俊豪
 - （二）巴拉雅國家風景區管理處：企劃課王玟傑課長、李意如
- 四、討論內容：
 - （一）社區次品牌將要選擇四個示範地區，目前以相關資料大埔、關子嶺、南寮與東山為參考地區。
 - （二）針對各次品牌輔導課程需再加 V 與酒莊的請書內容相關之課程。
 - （三）生態次品牌將以工作坊形式進行。

100 仙遊縣鄉村旅遊觀光品牌深村計劃 第二次工作會議紀錄

一、時間：100 年 6 月 7 日（星期二）下午 12 時

二、地點：國立暨南國際大學

三、參與人員：

（一）國立暨南國際大學：鄭健雄、曾永平、葉美秀、林劭潔、白俊豪

（二）仙遊縣國家風景區管理處：企劃課王玫傑課長、李意如、林秀珠

四、討論內容：

（一）生態次品牌是以工作坊方式進行，由暨南大學提供製作解說牌的 V 字內容與製作之形式，可於第三次工作坊時，與當地居民做創意發想。再與當地業者協調，做進一步討論解說牌的製作。

（二）生態次品牌可利用第一次與第二次工作坊的內容，設計旅遊路線，並製作成折頁。

（三）環境日主營造競賽活動原本開放二十二個名額，現再與南勢地區各增加一個名額，目前為關嶺十二名、南寮四名、南勢四名、仙草埔四名，共二十四個名額。

（四）調整後的獎勵：

（1）優選獎金：

冠軍 1 名（40,000 元），亞軍 2 名（各 30,000 元），

季軍 3 名（各 25,000 元），特別獎 6 名（各 22,000 元）

（2）佳作：若干名（各 20,000 元，由評審團決定，最多 12 名）

100 年「雙拉雅地區鄉村旅遊觀光品牌深耕計畫」第三次工作會議紀錄

一、時間：100 年 7 月 8 日（星期三）下午 1 時

二、地點：西拉雅國家風景區管理處會議室

三、參與人員：

（一）國立臺灣國際大學：林劭潔、白俊豪、陳育蓉

（二）西拉雅國家風景區管理處：企劃課王玟傑課長、李意如

四、討論內容：

（一）農特產品輔導課程，自 7/29 開始輔導課程，共計三梯次上課，一次農特產品參訪。活動期間，皆會駐點輔導。

（二）農特產品輔導課程，與農特產品申請計畫書格式與內容，需相符合，農特產品設置需求土地面積規模等課程安排進行。

（三）預訂 7/18 討論生態、農特產品、社區品牌之未來發展與策略。

（四）次品牌的輔導成果與觀摩行程，可擬與低碳旅遊環境建置計畫的論壇共同協辦舉辦。

（五）目前回饋部分，需把執行之日期、照片、活動等內容，寫入報告書中。

（六）部分參與社區目前營造之居民於目前安排的課程時間下午無法上課，已重新協調，將配合居民，重新調整課程時間。

（七）社區目前營造之評審名單與評分機制需先給予管理處，再決定評審日期。

（八）討論社區消費券拼貼西拉雅國家風景區之 Logo 的放置區域，管理處建議可以以西拉雅的 Logo 為基本版型，其餘讓居民自己發揮。

（九）品牌監測問卷預計 7/15-7/20 發放，問卷之滿意度問項，可參考觀光局滿意度調查，相互連結。最後問項以開放性問題，請遊客寫出對西拉雅的整體分數。

100 年拉雅地區鄉村旅遊觀光品牌深化計畫 第 9 次工作會議紀錄

一、時間：100 年 7 月 28 日（星期四）上午 10 時

二、地點：西拉雅國家風景區管理處會議室

三、參與人員：

（一）國立臺灣國際大學：林劭潔、白俊豪

（二）高苑科技大學：陳國超教授

（三）西拉雅國家風景區管理處：李意如

四、討論內容：

（一）輔導成果與觀摩行程將於 11 月辦理，生態次品牌與社區自主營造成果發表與頒獎，將與低碳旅遊環境建置計畫的論壇共同辦理，需提供相關資料給予高苑科技大學統籌與規劃，加入論壇，下午將進行觀摩交流活動。

（二）討論社區消費券拼貼西拉雅國家風景區 Logo 的製作方式，目前有一個磁磚樣品，將詢問消費券拼貼老師之意見，再決定如何製作。

100 年臺南市左鎮鄉林姓遷徙觀光品牌深耕計畫第一次工作會議記錄

一、時間：100 年 9 月 9 日（星期五）上午 11 時

二、地點：臺南市左鎮農會

三、參與人員：

（一）國立暨南國際大學：林劭潔

（二）西拉雅國家風景區管理處：企劃課李意如

四、討論內容：

（一）品牌監測部分，問卷內容宜與去年的問卷結果進行比較。

（二）生態次品牌部分宜提出相關之建議：

1. 針對交通改善的部分

2. 生態遊程如何規劃，摺頁內容如何呈現。

3. 以生態遊程為示範點，進行與居民共同具體營造。

（三）若以規劃生態旅遊來說可以對當地帶來什麼樣的效益(計算當地增加之收益)。

（四）農產品次品牌的申請流程圖。

（五）成果展預計於 10 月底、11 月初舉辦。

（六）社區次品牌社區故事書的部分下次工作會議應提出初步的設計。

（七）6 則社區小故事是否提供管理處可以發佈電子報。

100 鄉鎮地區鄉村旅遊觀光品牌深村計畫第三次工作會議

一、時間：100 年 10 月 14 日（星期五）上午 10 時

二、地點：西拉雅國家風景區管理處會議室

三、參與人員：

- （一）國立暨南國際大學：林劭潔、白佼靈
- （二）西拉雅國家風景區管理處：王玟傑技正、李意如
- （三）高苑科技大學：陳國超教授、涂書芳

四、討論內容：

（一）農特產次品牌-酒莊申請計畫書：

- 1. 左鎮地區酒莊申請計畫書，預計 10/17 交出(放於期末報告的附錄)。
- 2. 梅嶺地區酒莊申請計畫書，目前尚在修改，預計 10/21 完成(放於期末報告的附錄)。

（二）生態次品牌：第三次工作訪資料還在整理與統計，預計 10/20 設計完成生態遊程與折頁內容，於期末提出具體營造內容並於結案前完成。

（三）社區次品牌：故事書的架構與內容已有初步形式，待確認後，再進行。部落格之小故事，已經放置五則，第六則將於 10/17 放入。

- 1. 部落格的六則小故事文字可以多一點，故事書的文字可以少一點。
- 2. 故事書可加入 QR code(可為網址或地標)，大小約手冊大小
- 3. 封面可做一些小設計、用溫馨的顏色(建議每區可採不同顏色，如用橘色、咖啡色、綠色等四色)
- 4. 每個社區之介紹可加入人文與歷史(社區簡介參考鄉村自然精采出版品)。
- 5. 99 年度與 100 年度的營造比賽故事，可合併
- 6. 故事書中的 175 咖啡公路等，名稱需統一
- 7. 故事書可加入馬賽克成品介紹、優惠專案

（四）品牌監測問卷已全部發放完畢，將於 10/21 提供初步結果。

（五）11/4 論壇名稱為 2011 低碳旅遊暨品牌營造論壇。

- 1. 修改論壇議程流程名稱，以活潑、生動方式呈現
- 2. 社區獎項前三名以支票方式給予獎勵(需製作支票)
- 3. 社區成果發表之簡報製作，西拉雅管理處將提供底圖，統一版面，於 10/30 前提供予管理處
- 4. 生態需製作一面大埔生態遊程之地圖(A0)在簡報時呈現。
- 5. 需於 10/19 前提供 11/4-//15 活動之新聞稿予管理處
- 6. 論壇於 10/31 場勘、前置作業、11/3 總排練
- 7. 論壇於 10/24 發邀請函
- 8. 獎狀、獎牌、證書等需加入交通部觀光局的新 LOGO

（六）鄉村旅遊觀摩交流時間訂於 11/24-11/25，需再修正行程

環境自主營造簡章

175 線浪漫公路 — 環境自主營造競賽活動辦法

(一) 活動主旨說明

本活動在臺南白河區的關嶺社區、南寮、仙草社區、東山的南勢社區等地，也即是 175 咖啡公路沿線，利用環境自主營造競賽的方式，由參賽者以私人土地周邊做為環境營造示範區，以「175 線浪漫公路」為主題進行環境自主營造工作，並增進居民對自家環境美感與整潔的重視與維護。主辦單位將提供人力及相關課程輔導參賽地點的景觀設計，期望在學者專家的輔導及參賽者的自主營造下，創造出關嶺至東山沿線地方的特色，並營造出兼顧生態與藝術的景觀意象，提高居民對環境景觀的認同。

主辦單位：交通部觀光局西拉雅國家風景區管理處

執行單位：國立暨南國際大學

輔導團隊：輔仁大學景觀設計系葉美秀教授輔導團隊

(二) 報名地點：關子嶺五福園

聯絡人：段淑云(關嶺社區發展協會理事長) 電話：0934-027600

駱鴻捷(本次環境自主營造輔導員) 電話：0937-188168

(三) 報名時間：即日起至 100 年 6 月 20 日止，採用現場報名方式

(四) 競賽方式：

說明會及報名：本活動共開放二十四個名額(關嶺 12 名、南寮 4 名、南勢 4 名、仙草埔 4 名)，參加人員可擇定本區一塊私人臨公共區域如畸零地、道路轉角、建築物立面、自家或店面入口區為環境營造基地；填寫報名表並提供營造構想及營造地點(規定如後)在時間內完成報名。

比賽中：經過報名確認後，在評審日前進行作品的設計及施工，期間會有主辦單位提供的輔導員協助設計以及輔導教學課程，參賽者需積極參與。在競賽結束前主辦單位會安排評審時間，於評審當日在各參賽點進行評審，並由參賽者進行作品解說(當天請務必到場)。

比賽後：經評審委員選定後，決定佳作與優選作品，擇日進行頒獎。

(五) 主題說明：

「175 線浪漫公路」延續去年競賽主題，將主題希望表現的愛情，擴展為對當地的自然、人文、景觀、愛情故事的感情；以環境營造的方式，利用各種材料及工法表現此一主題；參賽者並在此一主題下配合本身環境(店家)之特色進行設計及施工。

(六) 競賽規定：

參賽資格：以當地居民優先，超過名額則以報名資料審核決定。

作品格式：

- 1、作品材料不限，但成果需可長期放置，且不會造成安全顧慮為原則；但應考慮環保、廢棄物再利用、自然材料等。
- 2、作品範圍：不得小於 5 平方米，長寬不限。
- 3、在外型上，需考慮與周邊環境的配合。
- 4、參賽者可構想一個作品主題以回應比賽主題及作品特色。

(七) 競賽時程：

報名日期：100 年 6 月 20 日止

競賽時間：100 年 6 月 21 日- 8 月 20 日

評審時間：原則上以比賽結束一週內進行評審，時間另訂，參賽者需於評審前完工。

結果公佈：另訂

其他規定：

1、報名錄取後不得隨意退賽

2、參賽者需於評選前完成佈置造景作品。

(八) 競賽評分項目：

分為四個方向—創造設計（30%）、施工品質（30%）、環境特色營造（30%）、空間規劃與地點選擇（10%）。

(九) 獎勵辦法：

1、取成績優良者公開表揚並頒發獎牌及工資補助費：

(1) 優選獎金：

冠軍 1 名（40,000 元），亞軍 2 名（各 30,000 元），

季軍 3 名（各 25,000 元），特別獎 6 名(各 22,000 元)

(2) 佳作：若干名(各 20,000 元，由評審團決定, 最多 12 名)

※ 為確保作品之品質，作品未達評審標準者獎項從缺。

2、比賽獎金需以工資補助費名義申報所得，參賽者在領取獎金時需填寫各人帳戶資料以供後續匯款事宜。

(十) 其他說明

1、本活動將委託輔大景觀設計系葉美秀老師，帶領輔導團隊，協助參賽者記錄、拍照及提供意見，並於活動期間不定時督促參賽者施作進度，以不同角度協助參賽者找出特色，以利儘早完成作品。

2、參賽者應尊重評審決定，對評審結果不得有異議。

3、為確保作品之品質，作品未達評審標準者獎項從缺。甚至所有參賽作品均未達冠軍應有水準，經所有評審商討決定後，冠軍仍可能從缺。

4、作品保養責任：參賽者應對作品有維護保養責任，主辦單位將在隔年進行保養維護狀況調查，並列入隔年參賽資格審核要項。

5、主辦單位於比賽期間將舉辦相關輔導課程，參賽者需到場參加

(十一) 輔導課程：馬賽克拼貼操作與營造構想討論

本次競賽中將提供輔導課程，以實用技法「馬賽克拼貼」為主題，課程依時段不同分兩班上課，各班上課時間共計 18 小時，分 3-4 次上課，日期及地點依比賽中視情況決定後再行公布，參賽者可自行選擇方便的時間參與；課程中除馬賽克使用技法的分享外，並請參賽者製作一面可放置於營造作品中的作品名牌；參賽者需選擇一班課程全程參與，主辦單位將提供基本材料及適當協助。

	A 班 每週三	B 班 每週四
第一次課程	示範教學 13:00-16:00	示範教學 13:00-16:00

	操作練習 16:00-19:00	操作練習 16:00-19:00
第二次課程	名牌製作 13:00-19:00	名牌製作 13:00-19:00
第三次課程	實際操作與營造作品討論 13:00-19:00	實際操作與營造作品討論 13:00-19:00

請先勾選可參與時段以供統計(可複選)

☐可參加 A 班

☐可參加 B 班

※課程除作品名牌外，亦可延續該工法至環境營造作品其他部份，如牆面、門窗花臺、裝飾物、盆類…等等，輔導員將在課程中到場建議。

交通部觀光局西拉雅國家景區
100 年度西拉雅鄉村旅遊觀光品牌深耕計畫

175 線浪漫公路-環境自主營造競賽活動報名表

報名日期：__年__月__日

姓名		身份證字號	
戶籍地址			
電話		行動電話	
預期 設置地點	☐ 公共區域 ☐ 店家門口、庭園入口區		
擬設置位置說明及概略圖	地點說明： 構想概略圖：		
備註	1、請先將擬設置位置的概念圖說明或畫出。 2、施工前和施工後成果照片各一張於評審前繳交給主辦單位以利紀錄。 3、參賽者應已詳讀比賽辦法及規定		

環境自主營造教育訓練課程表

<<馬賽克拼貼課程>>

說明：

本次競賽中將提供輔導課程，以實用技法「馬賽克拼貼」為主題，課程依時段不同分兩班上課，各班上課時間共計 18 小時，分 3 次上課，參賽者可自行選擇方便的時間參與；課程中除馬賽克使用技法的分享外，並請參賽者製作一面可放置於營造作品中的作品名牌；參賽者需選擇一班課程全程參與，主辦單位將提供基本材料及適當協助。

- 主要完成實作 A 及 B 作品，C 作品可視個人進度及需求完成。
- 課程內容將隨學員製作進度及需求調整修正。以實作課程為主，若有需要，將刪減非實作之課程。
- 請學員注意當週課前準備事項，並請輔導員提醒之。

● 上課地點：關子嶺慈云宮

● 上課日期：

	週三班	週四班
第一週	7 月 20 日	7 月 21 日
第二週	7 月 27 日	7 月 28 日
第三週	8 月 11 日	8 月 12 日

※參加者可選擇一班，事先報名並參與。

● 上課時間

週三班 15:30-21:30

週四班 13:00-19:00

● 聯絡人：駱鴻捷 0937-188168

第一週 (7 月 20,21 日)

課前準備---

學員：

- 穿不怕髒的衣服，一戶可 1~2 個人前來
- 準備 28*19cm 的構想圖一張（簡單輪廓，假想是由 1*1 大小組成）
- 準備大約 30*30~40*40cm 的構想圖一張（自主營造用：簡單輪廓，假想是由 2~3cm 嵌片組成）
- 帶榔頭一支及不要的毛巾或抹布一條

工作人員：

- 輔導員提醒學員應完成之準備事項
- 輔導員可協助圖案設計或意見

授課順序	授課時間	課程內容	工具、材料準備或備註
1	週三班: 15:30 週四班 13:00	開場、材料展示、發放（等待）	■ 學員：簽到 ■ 工作人員：講義、托盤材料包(填縫劑先收起來)、底紙發放
2	30 分鐘	課程：作品賞析(一)小型、平面作品	
3	30 分鐘	課程：撕畫、小型作品製作方式與技巧	

		(直貼法與間接法)、安全事項、排列技法	
4	30 分鐘	實作 A：構圖與實作	
5	30 分鐘	實作 A：托盤（雙面間接法）	托盤強化
6	30 分鐘	實作 A：托盤（雙面間接法）	
7	30 分鐘	實作 A：托盤（雙面間接法）+上膠紙	
8	30 分鐘	大型作品製作方式與技巧	
9	30 分鐘	實作 B：構圖與實作	
10	30 分鐘	實作 B：（單面間接法）大作品之小單元製作	工作人員發放網子及牛皮紙
11	30 分鐘	實作 B：（網子法）大作品之小單元製作	
12	30 分鐘	實作 A：雙面間接法去單邊背、黏貼上拖盤 材料分配發放	學員：若未做完可以回家繼續，完成者可放教室
			學員： ■ 將實作 A 完成到目前步驟：托盤上膠紙、雙面間接法去單邊背、黏貼上拖盤 ■ 可帶一些實作 A、B 所需材料回去製作

第二週(7 月 27,28 日)

課前準備---

學員：

1. 穿不怕髒的衣服，一戶可 1~2 個人前來
2. 準備約磚頭大的卵石，盡量圓滑一點的，不要太大也不要太小，立體拼貼用
3. 將實作 A「完成托盤上膠紙、雙面間接法去單邊背、黏貼上拖盤」半成品帶來
4. 上週有帶什麼材料或工具或半成品回去的，這週都要再帶來。
5. 可帶一些家裡的破片或嵌片過來。
6. 帶可盛水的碗公大小廣口容器 2~3 個，不要是盛裝食物的。例如紙碗。
7. 帶榔頭一支及不要的毛巾或抹布一條還有竹筷子數雙
8. 30*30~40*40cm 的構想圖確定(自主營造用：簡單輪廓，假想是由 2~3cm 嵌片組成)
9. 若有抹刀或類似工具可自備

工作人員：

1. 輔導員提醒學員應完成之準備事項及作業
2. 輔導員可協助圖案設計或意見

授課順序	授課時間	7/27,28 課程內容	工具、材料準備或備註
1	週三班: 15:30 週四班 13:00	開場、材料展示、發放（等待） 課程：填縫劑的選擇及色彩效果	學員：簽到 工作人員：講義、填縫劑、海綿、底板發放

2	30 分鐘	實作 A：托盤去紙背	盛水
3	30 分鐘	實作 A：托盤填縫	
4	30 分鐘	自主營造：歷年案例介紹	
5	30 分鐘	自主營造：歷年案例介紹、進度報告	
6	30 分鐘	課程：作品賞析(二)大型、壁面作品 課程：作品賞析(三)創意、立體作品	
7	30 分鐘	實作 B：(單面間接法) or (網子法) 繼續	
8	30 分鐘	實作 B：(單面間接法) or (網子法) 繼續	
9	30 分鐘	實作 B：(單面間接法) or (網子法) 繼續	如做完者可作實作 C 黏貼卵石
10	30 分鐘	實作 B：(單面間接法) or (網子法) 完成	如做完者可作實作 C 黏貼卵石
11	30 分鐘	課程：馬賽克材料解析	
12	30 分鐘	托盤成果展示分析、材料分配發放	
			學員： ■ 將實作 B 完成到目前步驟：(單面間接法) or (網子法) 完成 ■ 可帶一些實作 B、C 所需材料回去製作 ■ 實作 C 屬於自由製作

第三週(8 月 11,12 日)

課前準備---

學員：

- 穿不怕髒的衣服，一戶可 1~2 個人前來
- 將實作 B「(單面間接法) or (網子法) 完成」半成品帶來
- 若有作實作 C 亦可帶來
- 上週有帶什麼材料或工具或半成品回去的，這週都要再帶來
- 可帶一些家裡適合的小飾品、摘一些可以拓印紋理明顯的植物
- 帶可盛水的碗公大小廣口容器 2~3 個，不要是盛裝食物的。例如紙碗。
- 帶榔頭一支及不要的毛巾或抹布一條還有竹筷子數雙
- 若有抹刀或類似工具可自備

工作人員：

- 輔導員提醒學員應完成之準備事項及作業
- 輔導員可協助圖案設計或意見
- 提醒本週直接上課，請勿遲到

授課順序	授課時間	8/11,12 課程內容	工具、材料準備或備註
1	週三班: 15:30	課程：預先填縫及拓印	學員：簽到

	週四班 13:00		
2	30 分鐘	實作 B：(單面間接法) 預先填縫	
3	30 分鐘	實作 B：(單面間接法) or (網子法) 上板	
4	30 分鐘	實作 B：填滿畫面或拓印	
5	30 分鐘	課程：馬賽克的由來與歷史沿革	
6	30 分鐘	課程：作品賞析(四)建築家高第	
7	30 分鐘	自主營造進度報告	
8	30 分鐘	自主營造進度報告	
9	30 分鐘	實作 B：正面填縫及整理	
10	30 分鐘	實作 B：正面填縫及整理	若作完可填縫實作 C
11	30 分鐘	課程：馬賽克材料、技法總複習	
12	30 分鐘	實作 B、C 成果展示分析、材料分配發 放	
			完成自主營造拼貼 作品!!! (實作 B, 或將拼貼 技巧用於自主營造 中)

附錄二 酒莊營運計畫書 梅嶺農村酒莊營運計畫書

前言：

面對二十一世紀全球國際化的趨勢，國際觀與創新思維已是臺灣競爭能力不可或缺的一環，「農村酒莊輔導作業要點」的實施，對臺灣民間製酒來說，能有效利用地區農家資源，結合地方觀光休閒產業及文化特色，且能使所輔導的酒莊穩健經營成長；觀察輔導作業要點實施後，在所輔導的農村酒莊營運上，比實施之前，在「質」與「量」上都進步許多，符合所要點實施後所期望之情況，同時亦讓酒莊融入農村整體生活環境，提供符合民眾所期望之酒莊型態。

為凝聚梅嶺地區農家對梅嶺地區整體發展的共識，並將有限資源做最有效率的利用，由梅嶺果樹行銷第四班，邀集班員成立「梅嶺農村酒莊」，參考各先進農村酒莊之經驗，申請農村酒莊輔導作業，並研訂相關推動措施。

一、計畫經費

總經費：4,000,000 元

(一)土地：現有

(二)建物：現有

(三)釀酒設備：合計 1,200,000 元

設備種類	規格	數量	金額	設備種類	規格	數量	金額
破碎機		1	30,000	酒精量計		4	10,000
榨汁機械		1	50,000	標準溫度計		2	5,000
釀造桶	500 公升	2	200,000	糖量計		1	15,000
熬餚設備	300 公升	1	45,000	薄膜收縮機		1	8,000
浸漬桶	200 公升	2	50,000	數位式酸鹼量計		1	15,000
洗瓶機械		1	20,000	電子秤		1	8,000
裝瓶機械		1	60,000	標準塑膠棧板		4	8,000
靜配桶	200 公升	2	50,000	自動貼標機		1	6,000
異物檢測臺			20,000	加熱滅菌設備			400,000
日期打印機			15,000	酒瓶晾乾架			10,000
板棧過濾機			80,000	最終消毒品桶		3	75,000
揮發酸熬餚裝置			15,000	二硫化硫萃取			50,000

表格 1：釀酒設備

(四)農區環境整治：合計 667,000 元(已完竣)

1. 林木花卉：25,000 元。

30 公分大日仙丹花 50 元 $\times$ 30 棵 = 15,000 元。

矮仙丹 20 元 $\times$ 50 棵 = 10,000 元。

翅果鐵刀木 150 元 $\times$ 20 棵 = 30,000 元

洋紅風鈴木 1,500 $\times$ 8 棵 = 12,000 元

阿勃勒 1,500 $\times$ 2 棵 = 30,000 元

2. 木製庭園椅：30,000 元。

6,000 元 $\times$ 5 盞 = 30,000 元。

3. 園區木製導覽牌：50,000 元。

4. 高壓植草磚 55 元 $\times$ 6,000 塊 = 330,000 元

5. 30cm $\times$ 60cm 步道磚 200 元 $\times$ 6,00 塊 = 120,000 元

6. 園區整地：20,000 元

(五) 賣場展示：合計 1,000,000 元

門面裝潢：600,000 元

酒品展示櫃：125,000 元 $\times$ 2 組 = 250,000 元。

品酒檯：40,000 元。

坐椅：2,000 元 $\times$ 10 只 = 20,000 元。

收銀機：40,000 元。

發票機：50,000 元。

(六) 研發經費：200,000 元

(七) 原物料：合計 1,300,000 元

1. 蜜棗 30,000 公斤 $\times$ 20 元 = 600,000 元

2. 青梅 5,000 公斤 $\times$ 20 元 = 100,000 元

3. 酒瓶 10,000 隻 $\times$ 20 元 = 200,000 元

4. 包裝盒 10,000 只 $\times$ 30 元 = 300,000 元

5. 提袋 5,000 只 $\times$ 20 元 = 100,000 元

(八) 營運相關費用：300,000 元

二．計畫期程

短期計畫：(自 101 年 1 月至 101 年 12 月)

1. 研發特色酒品，並維護製造酒品之品質，配合各種檢核改善釀酒作業流

程。

2. 園區環境整治，建置釀酒設施，樹立酒莊形象。

中期計畫：（自 102 年 1 月至 104 年 12 月）

1. 參加國內外各種酒類競賽，藉由評選活動，了解國內外酒類及國際間對各種酒類偏好程度。
2. 配合梅嶺梅年賞螢季、賞梅季，辦理梅酒-V 菜餐飲競賽活動，以及釀酒 DIY 農村體驗包裝行程。
3. 在營運計畫、遊客服務、環境維護等方面確實執行，提升梅嶺農村酒莊招攬遊客能力，並整合區內各型態客家聚落，共同行銷本區創造利益。
4. 開發各種相關產品，例如吃得到梅子果味的梅酒冰棒、梅子醋、蜂蜜醋、梅子果凍、芒果蜜餞、芒果冰淇淋等。

長期計畫：（自 105 年 1 月至 110 年 12 月）

1. 拓展國際視野，增進與海外釀酒廠間互相交流。
2. 建立梅嶺風景區區內優良客家文化規範，樹立梅嶺農村酒莊經典形象。
3. 研發以蝴蝶為特色，採用香氣濃郁或有特殊藥效之蝴蝶食草製酒，搭配各種蝴蝶生態簡介卡片，以及梅嶺豐富的蝴蝶生態資源，創造另類酒品市場。

例如 1. 綠斑馬蝶食草：羅李亮(番荔枝科)——水果的一種，果實具濃厚香氣

2. 青帶馬蝶食草：山仔桂(樟科)、山胡椒(樟科)——香料

3. 琉璃帶馬蝶食草：金針菜(刺楸)(芸香科)——蔬菜

4. 黑脈樟斑蝶食草：高麗菜(蕓薹科)(十字花科)——保健食品

5. 黃馬蝶食草：明日菜(繖形花科)——保健蔬菜

三． 設置地點●

酒莊地點：臺南市楠西區灣仔里灣仔 3-5 號

從地圖上顯示，梅嶺農村酒莊設置地點恰好位於曾文水庫、烏山頭水庫以及南化水庫中心點，也是梅嶺風景區的V口門可，周邊交通動線十分便捷。



每邊觀光資源：

梅嶺豐村酒莊預計城江地點在的臺南市楠西區，其境內值得安排順遊的數名景點梅嶺風景區，除了湖光山色之外，當地酸味香氣的梅子雞，特有的幸福滋味，更讓人垂涎三尺。「江家古宅」則是臺灣保存最完整、規模最大的閩南同姓古建築聚落，也因此楠西鄉被稱為「臺灣人的美麗故鄉」，值得旅人懷古幽遊一番。「楊桃之鄉」楠西鄉的「密枝楊桃」，更以多汁甘甜，全國聞名。近來已有更多的都市人選擇此鄉的自然美景、天然的山菜土饌，作為享受假日休閒渡假的好去處！

梅嶺風景區向北可眺望曾文水庫，向南可俯瞰嘉南平原，背倚竹子尖山，山巒起伏且景色優美，屬於拉拉雅國家風景區的曾文遊憩系統，因這裡土壤肥沃以出產香梨聞名，品質好、口碑佳，因此被稱為『香梨山』，但在香梨的價格日益低落後果農紛紛改種梅子，種植面積也越來越大，大約有 2,000 公頃且年產梅子 5,000,000 臺斤，並曾經前副總統謝東閔先生賜名為梅嶺，至今不僅是臺灣最大的梅林區，更成為臺南近郊著名的登山路線，目前規劃有：桃花心木林步道、相思林步道、扒仔湖登山步道、觀音步道、伍龍步道、梅龍步道、梅峰古道與一線天登山步道，成為臺南旅遊相當受歡迎的旅遊景點。



圖 5:梅花盛開



圖 6:梅嶺螢火蟲景觀



圖 7:梅嶺一線天



圖 8:梅嶺火油群



圖 9:曾文水庫



圖 10:烏山頭水庫



圖 11:丹化小車



圖 12:龜丹溫泉



圖 13:江家日 昔

04. 土地權屬及分布

地號	臺南市楠西區灣子段 0206-0006 地號	
使用分區	一般農業區	
使用類別	農牧用地	
面積	2,043.00 平方公尺	
所有權人	朱建男	
建物概要	一層二棟一戶	
建物執照	95 年 縣楠造字第 149 號	
建物面積總計	184 平方公尺	
建物用途	農業資材室	
所有權人	朱建男	
前製處理區	6 公尺 X 10 公尺	面積 60 平方公尺
製酒區	5 公尺 X 2 公尺	面積 10 平方公尺
發酵區	5 公尺 X 2 公尺	面積 10 平方公尺
品管室	5 公尺 X 1 公尺	面積 5 平方公尺
儲存區	5 公尺 X 3 公尺	面積 15 平方公尺



圖 14:販賣部



圖 15:釀造區



圖 16:園區景觀

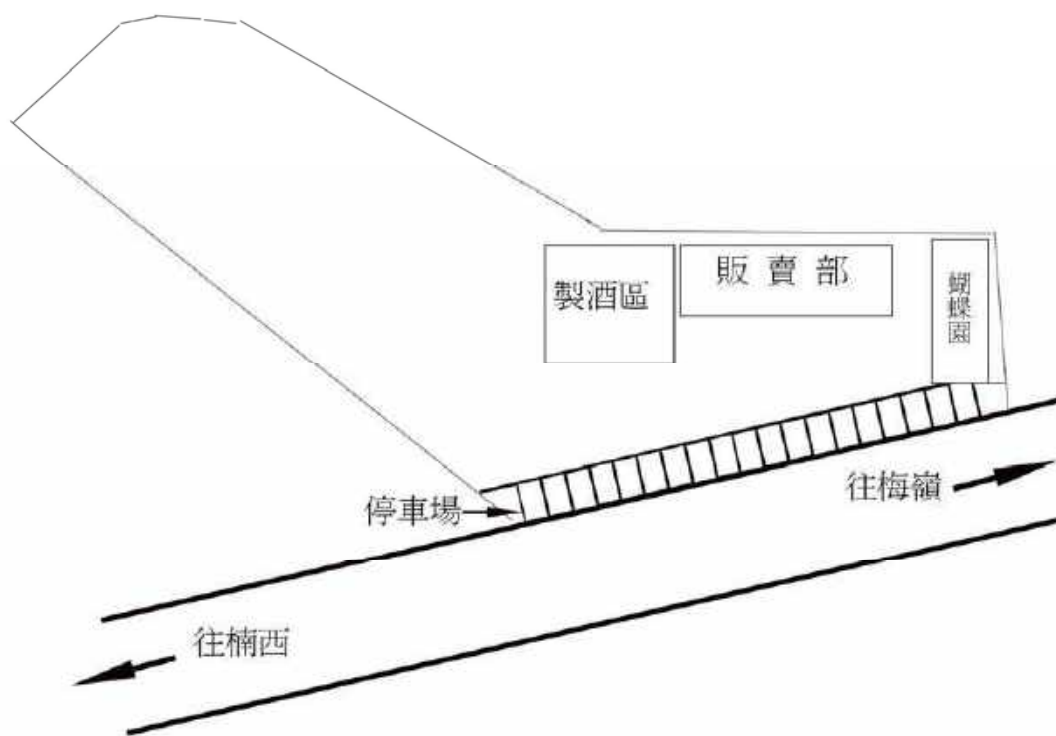


圖 17:廠區配置圖

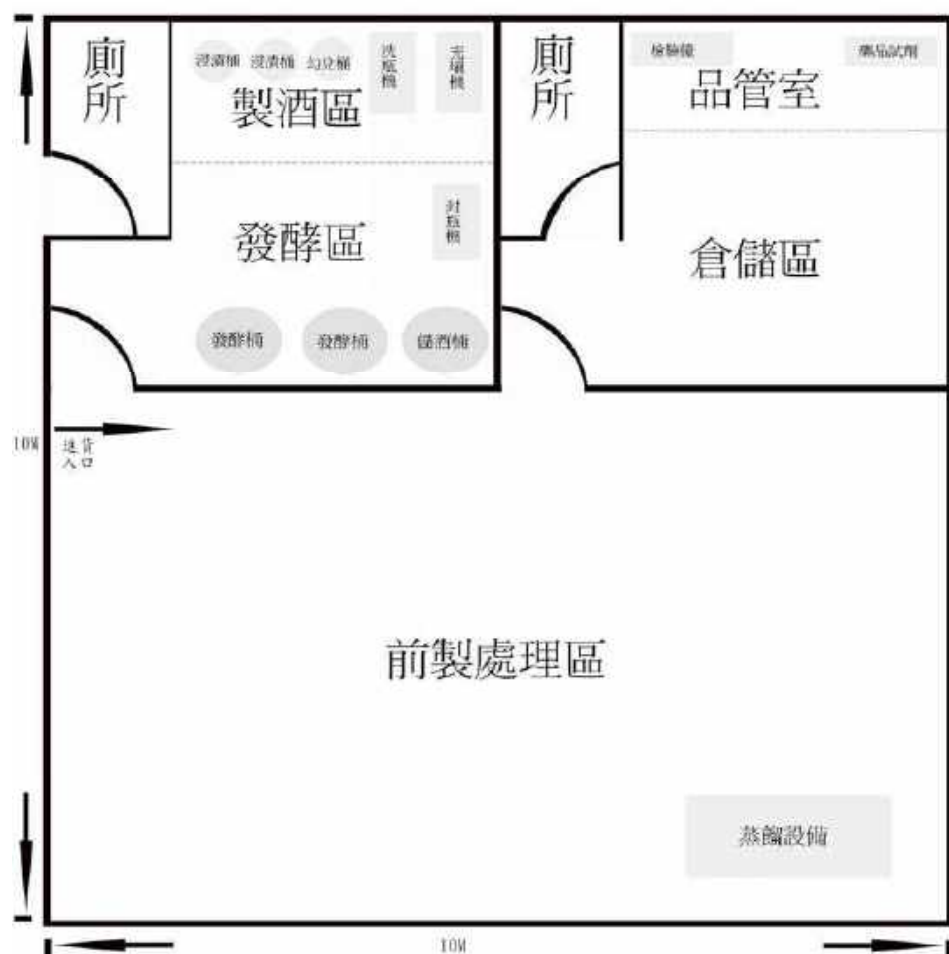


圖 18:製酒區配置圖

II. 營運重要工作項目

- (一) 農村體驗、生態觀察、餐飲服務、農特產品生產銷售等經營項目，設有專人管理且正常運作。
- (二) 配合社區活動提供設置場地，並依遊客需求，開發多樣創新的銷售方式。
- (三) 販賣部至少兩人參與遊客接待服務。
- (四) 配合梅嶺休閒農業區行銷活動，提供旅客導覽諮詢或問題回覆等服務。
- (五) 園區位於梅嶺休閒農業區範圍內，在劃分上為一般農業區內的農牧用地，該區內環境大部分均已完成規劃並整建完成，今後之工作重點，除了做好釀酒設施之建置，以及農場環境佈置，將致力於釀酒工作之研發及產品推展。

項次	計畫品項	估算金額
1	土地(現有)	0 元
2	建物(現有)	0 元
3	釀酒設備	1,200,000 元
4	園區環境整治(已完竣)	0 元
5	賣場展示	1,000,000 元
6	研發經費	200,000 元
7	水物料	1,300,000 元
8	營運相關費用	300,000 元
合計		4,000,000 元

表 2：園區品項

六. 產品評估

國內酒類產品中從製造方式分可為釀造酒、蒸餾酒、調和酒，從原料可分為水果酒、穀物酒、糖蜜酒等，從菸酒稅法上可分為釀造酒、蒸餾酒、再製酒、米酒、料理酒、其他酒類等。

從零售資訊的調查中，發現水果酒是一般民眾接受度較高的品項，而水果酒品項中，又以釀造酒為大宗，其中以葡萄酒類最為顯眼，也是西方文化中具有悠久歷史的飲料。

除了葡萄酒之外，國內梅酒產品過去一直受日本產品影響，在進口產品的擠壓排擠下，仍持續一步步發展，尤其是南投信義酒莊及耳埕酒莊，結合了農村及梅產業的觀光型酒莊，在市場佔有率上也紛紛升高，顯示再製酒未來也有其發展性。

青梅是屬於高酸性的天然食品，含有豐富的鈣、磷、鐵、鈉、鎂等多量礦物質及有機酸、氨基酸等，雖然梅子帶有酸味，但經過體內消化吸收後，會轉化人體酸鹼質，具有增進食慾、促進唾液分泌、開胃、調整體質、調節生理機能、促進新陳代謝、消除疲

勞、防止氧化等食療效果，對於忙碌的現代人而言，是最佳的天然食品，對於改善人的身體體質有很大助益。

蜜棗之正式名稱為印棗，為鼠李科棗屬植物，含有相當豐富的維生素 C、A1、B1、菸鹼酸，以及鉀、鈣、鎂、磷等離子，有「臺灣蘋果」的美稱，桶口種植面積超過 100 公頃，是蜜棗主要產區之一，生期從 12 月上旬至隔年 4 月上旬，長達 4 個月，但大多集中在農曆春節前後成熟。

梅嶺豐村酒莊以梅嶺地區的青梅及蜜棗為製酒原料，一方面提供豐村酒廠穩定的製酒原料來源，另一方面解決豐產品過剩問題，減少果賤傷農的情況發生，增加豐村收益。

在市場接受度預估方面，根據收集的資料顯示，國內 30 歲以下的人口，喜愛梅酒的比例大於喜愛葡萄酒的人口，尤其是 20 歲以下的年輕人，通常偏好低酒精度的淡酒，依此推估臺灣地區應該有大規模喜愛梅酒的族群；日本人喝梅酒有加氣泡水（蘇打水）的習慣，國內則是大多加蘋果汁打，以此為訴求，開發出 6 度氣泡淡酒，增加年輕消費族群的選擇。

除此之外，本酒莊也為 40 歲以上的中年人研發出兩款養生酒，酒品名稱為『蜂王乳養生酒』以及『青梅精養生酒』，一般說來購買保健性酒精飲料的消費者，對酒品所能提供的有益成分有興趣，但是也都會質疑內容物有效成分之多寡，這些都會阻礙消費者購買養生酒產品的意願，針對這個問題，我們也想出了解決之道，即含有有效成分的分析，例如青梅精的有效成分『梅多酚』及蜂王乳的有效成分『癩烯酸』含量分析，希望能增加消費者的購買意願。



圖 22： 以下為在臺灣市場銷售的日本梅酒

項次	產品名稱	酒精濃度	製酒原料	酒品種類	年產量	備註
1	蜜棗精	50 度	蜜棗	蒸餾酒	5000 公升	可做基酒
2	耳耳虱子	13 度	蜜棗乾+龍眼乾	再製酒	2000 公升	
3	梅露 (氣泡淡酒)	6 度	青梅	再製酒	2000 公升	淡酒
4	青梅飲 (蜂蜜梅酒)	6 度	青梅+蜂蜜	再製酒	2000 公升	內含青梅果粒
5	還魂	13 度	青梅精	再製酒	1000 公升	養生酒
6	青春露(青春)	13 度	蜂王乳+蜂蜜	再製酒	1000 公升	養生酒
7	蜜釀	13 度	蜂蜜	再製酒	1000 公升	
8	桂花香	13 度	桂花+蜂蜜	再製酒	1000 公升	

表 3: 預計釀製酒品細目

製造流程與生產方法：

產品(一)「蜜棗精」製造流程：

蜜棗鮮果採收→裝袋檢驗→清洗→破碎→壓榨→過濾→靜置糖度→加V 酵母→添加二
氧化硫→發酵→轉桶→蒸餾→勾兌→檢驗→充填裝瓶→封蓋→貼標籤→包裝

產品(二)「耳耳虱子」再製酒製造流程：

以酒精度 50 度的「蜜棗精」為基酒，加V 蜜棗乾及龍眼乾浸漬→過濾→熟成
→勾兌→檢驗→充填裝瓶→封蓋→貼標籤→包裝

產品(三)「梅露」再製酒製造流程：

青梅催熟→清洗→乾燥→加V 基酒→浸漬→熟成→過濾→勾兌→檢驗→
充填裝瓶→封蓋→貼標籤→包裝

產品(四)「青梅飲」蜂蜜梅酒製造流程：

青梅→清洗→乾燥→加V 「蜜棗精」基酒浸漬→添加蜂蜜→熟成→過濾→
勾兌→檢驗→充填裝瓶→封蓋→貼標籤→包裝

產品(五)「還魂」再製酒製造流程：

以酒精度 50 度的「蜜棗精」為基酒，加V 青梅精浸漬→熟成→過濾→勾兌→
檢驗→充填裝瓶→封蓋→貼標籤→包裝

產品(六)「青春露(青春)」再製酒製造流程：

以酒精度 50 度的「蜜棗精」為基酒，加V 蜂王乳浸漬→加V 蜂蜜→熟成
→過濾→勾兌→檢驗→充填裝瓶→封蓋→貼標籤→包裝

產品(七)「蜜釀」再製酒製造流程：

以酒精度 50 度的「蜜棗精」為基酒，加V 蜂蜜浸漬→熟成→過濾→勾兌→
檢驗→充填裝瓶→封蓋→貼標籤→包裝

產品(八)「桂花香」再製酒製造流程：

以酒精度 50 度的「蜜棗精」為基酒，加V 桂花浸漬→加V 蜂蜜→熟成→過濾
→勾兌→檢驗→充填裝瓶→封蓋→貼標籤→包裝

財務計畫：

財務籌措方式：

興建農村酒莊因投資金額大、回收慢等特質，往往需投入首筆資金後，效益始逐漸呈現，在財源有限下，為加速計畫推動時程，透過資金募集增裕財源，統籌班員可用財力資源，期能配合落實推動，達成設立「梅嶺農村酒莊」之目標。

計畫總經費	資金募集金額	自籌金額
4,000,000 元	2,400,000 元	1,600,000 元

財務分析：

項目	第一年	第二年	第三年	第四年
年產量	4,600 公升	6,000 公升	8,000 公升	10,000 公升
年營業收入	2,225,000 元	2,900,000 元	3,868,000 元	4,837,000 元
酒稅	350,400 元	405,600 元	609,400 元	761,700 元
毛利	890,000 元	1,160,000 元	1,547,000 元	1,933,000 元
房屋土地租金	50,000 元	50,000 元	50,000 元	50,000 元
設備折舊	60,000 元	60,000 元	60,000 元	60,000 元
營銷費用	50,000 元	50,000 元	50,000 元	50,000 元
行銷費用	200,000 元	200,000 元	200,000 元	200,000 元
電費	200,000 元	250,000 元	280,000 元	300,000 元
水費	50,000 元	50,000 元	50,000 元	50,000 元
瓦斯費	50,000 元	60,000 元	70,000 元	80,000 元
房屋稅	8,000 元	8,000 元	8,000 元	8,000 元
地價稅	6,000 元	6,000 元	6,000 元	6,000 元
保險費	6,000 元	6,000 元	6,000 元	6,000 元
營業所得稅	111,250 元	145,000 元	193,400 元	241,850 元
淨利	98,750 元	177,000 元	573,600 元	881,150 元
稅後淨利率	4.43%	6.10%	14.82%	18.21%

營收預估：

產品名稱	酒精度	容量	數量	年產量	售價	酒稅/瓶	營業額
蜜棗精	50 度	0.6 公升	500 瓶	300 公升	500 元	75 元	250,000 元
早生貴子	13 度	0.6 公升	500 瓶	300 公升	350 元	54.6 元	175,000 元
梅露	6 度	0.8 公升	1,000 瓶	800 公升	200 元	33.6 元	200,000 元
青梅飲	6 度	0.8 公升	1,000 瓶	800 公升	200 元	33.6 元	200,000 元
還魂	13 度	0.6 公升	1,000 瓶	600 公升	350 元	54.6 元	350,000 元
青梅露	13 度	0.6 公升	1,000 瓶	600 公升	350 元	54.6 元	350,000 元
蜜釀	13 度	0.6 公升	1,000 瓶	600 公升	350 元	54.6 元	350,000 元
桂花香	13 度	0.6 公升	1,000 瓶	600 公升	350 元	54.6 元	350,000 元
總計			7,000 瓶	4,600 公升			2,225,000 元

投資效益評估：

經過計算結果，預估第一年營業額 2,225,000 元，稅後淨利 98,750 元，雖然第一年成本效益可能不高，但隨著每年產量能持續增加，效益也跟著提高，不只如此，成本效

益分析除了評估內部成本與效益，也應該評估酒莊設立後所增加的外部效益，例如觀光效益、地方經濟效益，梅嶺酒莊因位居梅嶺風景區V口，不僅可以帶動旅遊人潮，更能有效地增加了許多的商機，對梅嶺產業的振興是非常有幫助的。

Ⅱ. 營運執行計畫

臺灣農村製酒事業起源於 921 之後，由農委會特別計畫的補助，許多由農民團體經營的酒莊紛紛成立，這些業者不但在民間製酒的發展上保持領先地位，同時也帶動了農民製酒事業的發展；近年由於國人經濟能力提升，使得對於酒品品質越來越講究，飲酒量也逐年攀升，在這種的狀況之下，小規模的農民製酒已漸漸不能滿足這方面的需求，解決之道為成立具有良好衛生標準及落實標準製酒流程之酒廠。

本計畫執行單位為楠西梅嶺梅樹行銷第四班，酒莊負責人為朱建昇，並分別就項目研訂執行細目及時程進度管制表，由全部班員負責管制與定期提報執行進度，各階段計畫目標得適時修正以利執行及目標達成。

(一) 生產製造：

1. 達成預計產能：生產設備維護及保養，提升製程能力及生产管理各相關事宜確實執行。
2. 確保品質：制定明確標準化操作流程，透過檢驗資料分析，對於生產品質嚴格控管，維持客戶對產品品質的信賴。
3. 原物料控管：明確掌握原物料行情以及進貨流程，減少耗損，透過與農民契約確保原料品質及產量都能符合規定。
4. 庫存管理確實：倉庫內部應定期「盤點」，料帳調整需確實。

(二) 產業整合：

1. 結合梅嶺風景區內各項產業，促進整合社區資源，達到彼此合作增加效益，不同質性產業可互相連結，構建起以農村酒莊為核心，特色餐廳以及生態旅遊為輔的發展策略，朝向多元化經營的方向發展。
2. 認識青梅果樹，於採果期間提供農村採果體驗及釀酒-DIY 體驗活動，並且辦理結合生態及農村體驗之各類套裝行程，提供搭配農產品季節之體驗，如烘製龍眼乾、控土窯等，協助行銷。

(三) 長售與促銷辦法：

1. 參加假日農市及長售中心農特產品長售，配合各類特色農特產品，以互相搭配的方式銷售，推廣期間以限量 7 折優惠方式促銷。

2. 每年「賞梅季」定期舉辦「梅酒評比」活動，由民眾投票選出心目中的理想的梅酒品牌，得獎梅酒以買一送一方式回饋民眾，讓遊客在冬季除了賞梅花喝美酒外，還能順便選購伴手禮盒。

3. 結合媒體，加強各種酒類產品宣傳行銷，配合觀光休閒遊憩帶動當地消費。

4. 以酒+菜，善用在地食材優勢，結合美食與美酒，創造不一樣的鄉村料理，讓遊客於品嚐美食的同時，還可以一邊欣賞美景、喝好酒。

(四) 技術與研發開發：

1. 加強與學術單位合作辦理釀酒人才培訓，就其酒莊製程、經營管理、酒品品評、行銷等予以建議指導。

2. 將梅酒以外之酒品納入研發計畫，梅嶺地區除了青梅以外尚有楊桃、荔枝、芒果、蜜棗、龍眼、火龍果等各水果，分別深入了解各種水果製酒的可能性，研發搭配，並加以創新，以能釀造出符合理想的優質水果酒為目的。

(五) 產品定位及目標市場：

1. 明確界定產品的定位及目標市場，包括銷售對象與銷售區域，以及未來的市場需求與成長潛力，每一家酒廠出產的梅酒口感其實相差不多，產品如出一轍，沒有較鮮明的個性及訴求，是無法說服民眾消費的。

產品售價以及民眾的認知是相當關鍵的因素，最重要的是利用產品定位來界定產品的市場屬性，以「青梅飲」來說，添加蜂蜜及不含青梅果粒的6度淡酒，將之設定為口感清淡香甜及價格低廉商品，以便符合年輕族群的需求。

2. 搶攻養生保健市場，現代隨著生活條件的提高，人們越來越重視自己身體的保養，設計符合消費者追求健康的渴望，研發純天然無添加及特殊保健成分之酒品，提升市場潛力；而以養生保健為重心的養生酒系列，也是送禮的最佳選擇，產品強調營養成分，以及當地之新鮮原料，符合市場走向及不同客層需求，達到養生保健的目的。

(六) 發展願景：

1. 打造具地方特色之農村酒莊，兼顧人文產業、休閒產業、地理環境，建構友善的購物空間，建立多元化的產品通路，進而帶動在地消費，期許發展成為國際級的農村酒莊。

2. 酒莊永續經營和發展，加強酒品研發和推廣，讓資源能持續開發，且能保持一貫品質，透過與遊客的對話及溝通，了解實際問題與需求，針對民眾需求，妥善規劃設計與研發，達到產業永續發展經營之目的。

3. 營造社區發展意識，配合地方特色，強化在地人士的參與感，結合豐富的觀光、人文

及遊憩資源，帶動地方觀光產業，將各項產業聯繫成一個完整的休閒旅遊體系。

梅嶺酒莊組織架構：

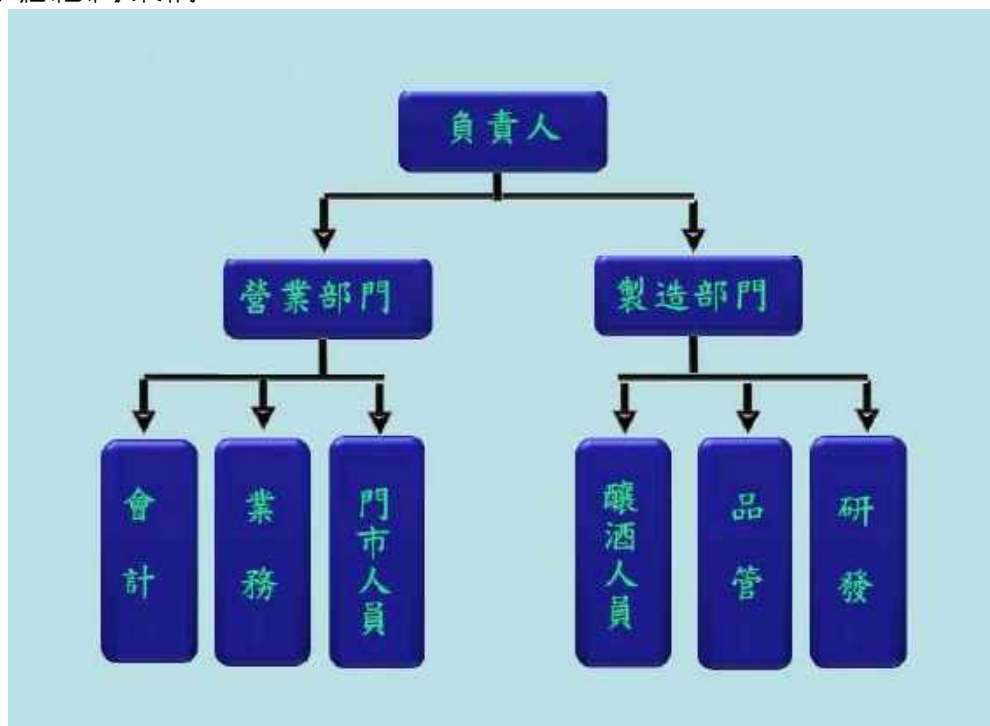


圖 23：梅嶺酒莊組織架構

釀酒人員

朱建男 男性 43 歲：100 小時安匹拉雅特等次品牌輔導課程(含製酒課程共 56 小時)

99 年安梅嶺休閒農業區發展計畫 製酒課程(共 16 小時)

朱建昌 男性 43 歲：100 小時安匹拉雅特等次品牌輔導課程(含製酒課程)

99 年安梅嶺休閒農業區發展計畫 製酒課程(共 16 小時)

梅嶺農村酒莊組織系統表		
業務名稱	姓 名	工 作 內 容
酒莊負責人	朱建男	營運督導
會計	王添財	會計、總務
釀酒師	朱建男	製酒、包裝
釀酒師	朱建昌	製酒、包裝
門市人員	吳瑞德	銷售、賣場管理
門市人員	李宏彬	銷售、賣場管理
門市人員	江秋霞	銷售、賣場管理
品管	朱建男	品管
業務	王耀宗	行銷
研發	全體會員	研發新品

表 4：梅嶺農村酒莊組織系統表

等梨物及等水處理：

1. 小果洗滌水及釀酒製程清洗等水：經日中收集線排放至園區灌溉花木。
2. 果渣、果核中收堆置發酵為堆肥。

十. 計畫實施相關事項之概況及影響

1. 透過收購在地製酒原料，減少運銷層次，達到在地消費，增加農民收益。
2. 增加地方觀光資源，帶動地方產業發展，增加農民就業機會。

楠西區 100 戶總人口數為 10505 人

村名名稱	鄰	戶數	男	女	合計
	東勢里	22	924	1417	1366
	密枝里	14	302	485	392
	崑日里	13	388	603	570
	楠西里	27	769	1143	1054
	照興里	19	422	672	542
	龜丹里	9	273	441	353
	灣里里	20	483	809	658
	總計	124	3561	5570	4935

十一：預期效益

根據交通部觀光局 2009 年國人旅遊狀況調查，2009 年國人至少曾在國內旅遊 1 次者的比例為 93.4%，其中以利用「週末或星期日」從事旅遊最多，占 61%，旅遊型態更趨多元；希望藉以定期舉辦各種產品推廣活動，積極行銷地方文化特色產業，透過梅嶺農村酒莊帶動整個梅嶺觀光產業發展，期望成為臺南市最耀眼的新景點。

- (1) 預估年營業額可超過 200 萬元
- (2) 可增加當地原料使用量：蜜棗 30,000 公斤、青梅 6,000 公斤
- (3) 預估增加 600 人次在地農民就業機會
- (4) 每年預計吸引 6,000 人次在地觀光人潮
- (5) 每年預計吸引超過 80,000 人次外地觀光人潮

五 鎮酒莊營運企劃書

壹、前言

一、簡介

五鎮區地處臺南市東南端，面積約有七千四百多公頃，其中耕地面積約一千二百公頃，區內地勢不高，地層主要為頭寮山層之砂岩與頁岩所構成，由於地質特別鬆軟，地形地貌特別發達。這樣的地質環境卻為五鎮孕育了斗門山、深谷、曲流、斷崖等地貌。

二、源起

五鎮全區高低起伏多，缺乏大而平坦的腹地，土壤大多屬頁岩地質，作物根系因土質硬而發長緩慢。在特殊日照土和蜿蜒菜寮溪的環抱與孕育下，因富含高鹽分的土質成份，使得土壤呈鹼性（PH 值為 8.5），故呈現果實小卻結實且特具濃郁香味和甜度，因此本地出產的芒果、香蕉、破布子、竹筴、龍眼、火龍果、山藥、山蘇等，特別深受消費者歡迎。五鎮區人口數僅一千多人，年齡層逐漸高齡化，面臨作物栽培管理亦顯增力心不足。因作物種類繁多而產量少，致使鮮果在消費市場競爭力薄弱，若能開發或製產品附加應用之材料，結合本地自然觀光資源，為五鎮開啟另一條生存之道。

三、背景

五鎮人是目前所知最早在臺灣出現的人類之一，因其化石是在本區的菜寮溪所發現的，所以學者將其稱之為「五鎮人」。五鎮人是屬於舊石器時代晚期的現代人種，其頭骨化石經過氟和鎂計量的測定後，推測約有 2 萬至 3 萬年之久。這說明了五鎮在距今 2 萬至 3 萬年以前，臺灣島上就已經開始有人類居住。本地有百分之 80 居民具有平埔族血統的背景，使得成為尋找平埔族文化遺跡之地。

四、動機

本區生產水果種類繁多，且轄內有光榮休閒農業區及多處景點，地理位置位於臺 20 線(玉井公路)旁，交通便利，未來有發展農村酒莊之條件，因此規劃未來於本區設立農村酒莊，以活絡在地農村產業，帶動地方經濟繁榮。

貳、農村酒莊營運企劃與內容

一、計畫經費：貳仟萬元

二、計畫期程

(1)短期目標（第 2~3 年）

- 1、廠區規劃與整理
- 2、產品研發與 CIS 設計
- 3、釀酒人才培育與受訓
- 4、申請製酒執照與農村酒莊評鑑

5、相關軟硬體之基礎建設

(2)中期目標（第3~5年）

- 1、生產流程訂定標準化
- 2、釀酒行銷SOP
- 3、酒品研發方向定位
- 4、擴大行銷計畫
- 5、開發串連酒品結合旅遊市場

(3)長期目標（第5年~）

- 1、系列酒品完整規劃
- 2、擴大廠區設施與生產量
- 3、持續參加國內外酒品評鑑
- 4、培育更高技術人才提升品質
- 5、結合休閒旅遊並讓農村酒莊為發展核心

三、設置地點

臺南市左鎮區榮和里菜寮62之30號1樓

設置面積：150平方公尺

交通動線

【開車】：由南2高臺南支線新化端，沿20號省道往左鎮，過斗和橋可抵達本處，菜寮特產中心(20號省道23.6k)，交通到左鎮約7公里。

【火車】：由臺南火車站前，搭乘往玉井、楠西、曾文水庫、南化的興南客運，於菜寮特產中心下車。

四、土地權屬及分布

土地權屬為臺南市左鎮區農會、使用分區為一般農業區、使用地類別特定目的農業用地。

五、重要工作項目

- (一)釀酒場區面積：150平方公尺
- (二)釀酒設備種類及數量：發酵槽(1口)、蒸氣式真空蒸餾機、手動定量式充填器、發酵桶(25L)、酒精量計組、一般纖維濾心、塑膠外模
- (三)品酒室及賣場展示空間面積：12平方公尺及24平方公尺
- (四)串連相關設施
- (五)預算金額

六、擬釀酒類評估資料

- (一)釀製酒類之市場現況、趨勢與需求：大湖酒莊草莓淡酒、埔里酒莊玫瑰淡酒、年輕及女性族群
- (二)釀酒技術及酒品品質之競爭優勢：本會加工人員自行釀製及研發、嚴選鮮果
- (三)釀製酒類之酒精成分(度)：4.5度

- (四) 預估釀酒斗容量 (公升) (不同水果酒類分別列出) : 芒果汁酒- 10,000 公升
 (五) 原料品種及果實甜度 (Brix) : 愛文芒果、甜度 13~15 度
 (六) 原料種植面積 (公頃) 及斗容量 (公噸) : 15 公頃及 120 公噸

七、釀酒人力

研提培育釀酒、行銷人員計畫及甄選參加農委會「釀酒技術及實作研習班」計 2 人

姓 名	學 歷	經 歷
王 麗秋	國立成功大學	五鎮區農會供銷部主任兼推廣股長
謝龍江	省立臺南高農	五鎮區農會供銷部農產加工主任

表 1: 釀酒人力

八、財務計畫

- (一) 財務籌措方式 : 行政院農業委員會補助款 50%、自籌經費 50%
 (二) 募款實施計畫 : 民國 102 年 8 月新臺幣伍佰萬元
 (三) 預期投資效益分析 :

第二斗容量	第二斗營收	成本	盈餘
20,000 瓶	1,800,000 元	1,746,000 元	54,000 元

表 2: 預期投資效益分析

九、營運執行計畫

(一) 組織架構及營運方式

1、企劃組 : (1) 成員 : 全體員工

(2) 功能 : 提供創意、訂定工作規範、員工守則、酒莊發展目標及達成發展目標方法

(3) 召集人 : 總幹事

2、研發組 : (1) 成員 : 全體員工

(2) 功能 : 自釀酒品的創意開發，轉換為酒品的研發與改進

(3) 召集人 : 總幹事

3、製造組 : (1) 成員 : 王麗秋、謝龍江、黃世峰、陳孟元

(2) 功能 : ① 原料物料處理、釀酒蒸餾、勾對、成品包裝

② 建立製程標準作業規範及實務

③ 建立自釀酒製程操作標準作業規範及實務

④ 自釀酒設備定期保養標準作業規範及實務

(3) 召集人 : 王麗秋

4、品管組 : (1) 成員 : 王麗秋、謝龍江

(2) 功能 : ① 原料物料品管規範建立及實務

② 自釀酒品管規範建立及實務

- ③製程品管規範建立及實務
- ④材料品管規範建立及實務
- ⑤成品品管規範建立及實務

(3)召集人：王麗秋

5、會計：(1)成員：簡春惠、

(2)功能：負責統合會計業務

4、業務組：(1)成員：王麗秋、謝志聰、簡秀華、黃玉昇

(2)功能：負責酒莊行銷業務

(3)召集人：王麗秋

(二)與本地芒果栽植農戶（鮮果原料供應商）採契作方式收購，鼓勵提早套袋減少月藥及降低成本，堅持嚴選素材及把關，提升本區的芒果產量與整合鍊，創造三贏局勢

(三)結合農藝體驗DIY遊程

十、計畫實施相關事項之概況及影響

(一)總人口數約 5,700 人，計 10 里，酒莊設置之榮和里居民約 731 人，臺 20 線沿途為主要群聚地

(二)1、基地上之土地使用分區為一般農業區、使用地類別特定目的事業用地，目前小部分為農產加工製造處理場所，餘為閒置空間

2、周邊資源：光榮休閒農業區

(三)斗埔族文物、光榮休閒農業區

十一、預期效益

指標項目	單位	第二年預期成果
獲益農戶數	戶	20
預期增進平均農戶收益	元	30,000
增加農產品附加收益	元	2,750,000
增加農產品創出產能	公斤	40,000
增加短期就業機會	人	8
增加長期就業機會	人	6

表 3：預期效益



圖 1:酒莊籌畫地點\正面



圖 2:酒莊籌畫地點\背面



圖 3:酒莊籌畫地點\卸貨碼頭



圖 4:酒莊籌畫地點\原料進貨坡道



圖 5:酒莊籌畫地點\室內



圖 6:酒莊籌畫地點\原物料冷凍、冷藏



圖 7:酒莊籌劃地點\室內



圖 8:酒莊籌劃地點\室內



圖 9:酒莊籌畫地點\正 面



圖 10:酒莊籌畫地點\光榮休閒農業區

陸玖
 南縣政府工務局使用執照
 91
 南工局使第
 陸玖

起造人姓名	使用分區	建築地點	基地面積	建築要項	各層面積	各層用途	防空避難	設計人姓名	監造人姓名	承造人姓名	建造執照字號
左鎮鄉農會	第一類普通住宅區	左鎮市鎮區	1140.80	地下層特種	9.90 M ²	防空避難	地上	歐人	歐人	歐人	Q00909
代表人黃治隆	區	左鎮市鎮區	1140.80	第一層	9.90 M ²	防空避難	地下	歐人	歐人	歐人	Q00909
住	區	左鎮市鎮區	1140.80	第二層	9.90 M ²	防空避難	地下	歐人	歐人	歐人	Q00909
址	區	左鎮市鎮區	1140.80	第三層	9.90 M ²	防空避難	地下	歐人	歐人	歐人	Q00909
Y南左鎮鄉農會	區	左鎮市鎮區	1140.80	第四層	9.90 M ²	防空避難	地下	歐人	歐人	歐人	Q00909
Y南左鎮鄉農會	區	左鎮市鎮區	1140.80	第五層	9.90 M ²	防空避難	地下	歐人	歐人	歐人	Q00909
Y南左鎮鄉農會	區	左鎮市鎮區	1140.80	第六層	9.90 M ²	防空避難	地下	歐人	歐人	歐人	Q00909
Y南左鎮鄉農會	區	左鎮市鎮區	1140.80	第七層	9.90 M ²	防空避難	地下	歐人	歐人	歐人	Q00909
Y南左鎮鄉農會	區	左鎮市鎮區	1140.80	第八層	9.90 M ²	防空避難	地下	歐人	歐人	歐人	Q00909
Y南左鎮鄉農會	區	左鎮市鎮區	1140.80	第九層	9.90 M ²	防空避難	地下	歐人	歐人	歐人	Q00909
Y南左鎮鄉農會	區	左鎮市鎮區	1140.80	第十層	9.90 M ²	防空避難	地下	歐人	歐人	歐人	Q00909
Y南左鎮鄉農會	區	左鎮市鎮區	1140.80	第十一層	9.90 M ²	防空避難	地下	歐人	歐人	歐人	Q00909
Y南左鎮鄉農會	區	左鎮市鎮區	1140.80	第十二層	9.90 M ²	防空避難	地下	歐人	歐人	歐人	Q00909

301

土地登記第二類謄本（地號全部）

左鎮區榮寮段 0359-0001地號

列印時間：民國100年07月13日14時04分

頁次：1



本謄本係網路串領之電子謄本，由台南市左鎮區農會自行列印

謄本檢查號：100RE045949REGC83EF774F4FC6BBEE78

E3C23C7CC9，可至：<http://land.hinet.net> 查驗本謄本之正確性

新化地政事務所 主任 吳相恩

新化南謄字第045949號

資料管理機關：臺南市新化地政事務所

謄本核發機關：臺南市新化地政事務所

土地標示部

登記日期：民國090年03月14日

登記原因：變更編定

地目：旱

等則：13

面積：*****348.00平方公尺

使用分區：一般農業區

使用地類別：特定目的事業用地

民國100年01月

公告土地現值：****1,900元/平方公尺

地上建物建號：共1棟

其他登記事項：台南縣政府八九府城村字第一四五六六八號非都市土地使用分區調整公告

總狀註記事項建築基地地號：榮寮段359、359-1、359-2、359-4、360-2、363、363-2、380-5、380-4、385-1、386、387地號
繼狀註記事項榮寮段123建號之建築基地地號：榮寮段359、359-1、359-2、359-4、360-2、363、363-2、380-4、380-5、385-1、386、387地號

本謄本未申註列印地上建物建號，詳細地上建物建號以登記機關登記為主

土地所有權部

(0001) 登記次序：0002

登記日期：民國090年05月18日

登記原因：買賣

原因發生日期：民國090年05月04日

所有權人：臺南市左鎮區農會

住址：臺南市左鎮區中正里15鄰中正98之1號

權利範圍：全部 *****1分之1*****

權狀字號：090新地土字第007588號

當期申報地價：090年01月*****224.0元/平方公尺

前次移轉現值或原規定地價：

090年05月 *****550.0元/平方公尺

歷次取得權利範圍：全部 *****1分之1*****

相關他項權利登記次序：0004-000

其他登記事項：(空白)

土地他項權利部

(0001) 登記次序：0004-000

權利種類：最高限額抵押權

收件年期：民國100年

字號：新地善字第011320號

登記日期：民國100年01月28日

登記原因：設定

權利人：全國農業金庫股份有限公司

住址：台北市中正區館前路71號一樓

債權額比例：全部 *****1分之1*****

擔保債權總金額：新台幣*****41,880,000元正

擔保債權種類及範圍：擔保債務人對抵押權人現在（包括過去所負現在尚未清償）及將來在本抵押權設定契約書所定最高限額內所負之借款、透支、貼現、賣入光票、墊款、承兌、委任保證、開發信用狀、進出口押匯、票據、保證（即債務人為他人保證之債務）、信用卡契約、應收帳款承購契約、衍生性金融商品交易契約及特約商店契約所負之債務。

擔保債權確定日期：民國130年1月26日

清償日期：依照各個債務契約所約定之清償日期。

利息(率)：依照各個債務契約所約定之利率計算。

遲延利息(率)：依照各個債務契約所約定之利率計算。

違約金：依照各個債務契約所約定之違約金計收標準計算。

(續次頁)

12:土地登記(1)

土地登記第二類謄本（地號全部）

左鎮區榮寮段 0359-0000地號

列印時間：民國100年07月13日14時04分

頁次：1



本謄本係網路申領之電子謄本，由台南市左鎮區農會自行列印

謄本檢查號：100RE045949REGC83EF774F4FC6BBEE78
E3C23C7CC9，可至：<http://land.hinet.net> 查驗本謄本之正確性

新化地政事務所 主任 吳相忠

新化電路字第045949號

資料管轄機關：臺南市新化地政事務所

謄本核發機關：臺南市新化地政事務所

土地標示部

登記日期：民國090年03月14日

地目：旱

等則：13

登記原因：變更編定

面積：***2,487.00平方公尺

使用分區：一般農業區

使用地類別：特定目的事業用地

民國100年01月

公告土地現值：***1,900元/平方公尺

地上建物建號：共1棟

其他登記事項：因分割增加地號：359-4地號

台南縣政府八八府城村字第一四五六八號非都市土地使用分區調整公告確

權利登記事項建築基地地號：榮寮段359, 359-1, 359-2, 3

59-4, 360-2, 363, 363-2, 380-5, 380-4,

385-1, 386, 387, 地號

權利登記事項榮寮段123建號之建築基地地號：榮寮段359, 359-

1, 359-2, 359-4, 360-2, 363, 363-2, 380

-4, 380-5, 385-1, 386, 387地號

本謄本未申請列印地上建物建號，詳細地上建物建號以登記機關登記為主

土地所有權部

(0001) 登記次序：0002

登記日期：民國090年05月18日

原因發生日期：民國090年05月04日

登記原因：買賣

所有權人：臺南市左鎮區農會

住址：臺南市左鎮區中正里15鄰中正98之1號

權利範圍：全部 *****1分之1*****

權狀字號：090新地土字第007587號

當期申報地價：099年01月 *****224.0元/平方公尺

前次移轉現值或原規定地價：

090年05月 *****550.0元/平方公尺

歷次取得權利範圍：全部 *****1分之1*****

相關他項權利登記次序：0004-000

其他登記事項：(空白)

土地他項權利部

(0001) 登記次序：0004-000

收件年期：民國100年

字號：新地普字第011320號

登記日期：民國100年01月28日

登記原因：設定

權利人：全國農業金庫股份有限公司

住址：台北市中正區館前路71號一樓

債權額比例：全部 *****1分之1*****

擔保債權總金額：新台幣*****41,880,000元正

擔保債權種類及範圍：擔保債務人對抵押權人現在(包括過去所負現在尚未清償)及將來在

本抵押權設定契約書所定最高限額內所負之借款、透支、貼現、買入

光票、墊款、承兌、委任保證、開發信用狀、進出口押匯、票據、保

證(即債務人爲他人保證之債務)、信用卡契約、應收帳款承購契約

、衍生性金融商品交易契約及特約商店契約所負之債務。

擔保債權確定日期：民國130年1月26日

清償日期：依照各個債務契約所約定之清償日期。

利息(率)：依照各個債務契約所約定之利率計算。

遲延利息(率)：依照各個債務契約所約定之利率計算。

(續次頁)

cm	580		1000	1000			
600	男廁						
	女廁						
580	前置處理區						
600					辦公室	檢驗室	更衣室
600					製酒區	品管室	
300					殺菌區	發酵區	

圖 13: 配置圖 : 300 平方公尺

附錄八 2011 鄉遊趴拉雅—曝光消息

2011 鄉遊趴拉雅 媒體踩線團

一、低碳游決漫歡樂的心 樂遊趴拉雅



2011/11/17 23:06:30 記者林琨璋/台南報導

交通部觀光局趴拉雅國家風景區管理處將 11/18 於關子嶺統帥溫泉會館舉辦「2011 低碳旅遊暨品牌營造論壇」，屆時將配合論壇一同舉辦兩天一夜（11/18-11/19）的「2011 鄉遊趴拉雅」媒體踩線團。

趴拉雅國家風景區鄉村旅遊資源相當豐富，這兩年來持續的戮力在「鄉村旅遊」的品牌發展，今年更辦理了關子嶺地區的「社區自主營造競賽」活動，以「愛」為主題，結合社區及業者力量，共同打造美好的家園環境與觀光景觀。結合國立暨南國際大學、輔仁大學及台灣鄉村旅遊協會等各學術專家力量，來推動品牌的深耕，以豐富的農特產、社區的營造及生態的復育與環境教育為主要力量，讓風景區內旅遊產品更加精緻化外，規劃了深受的體驗行程。

趴拉雅國家風景區管理處參源隆處長表示，在全球都在夯低碳、夯鄉村的當下，趴拉雅除起身帶動，也特地邀請了全臺知名的部落客、媒體朋友、旅行同業一起共遊趴拉雅。主要規劃以關子嶺為核心的區域，串連仙草埔、南寮極樺的故鄉、東山咖啡公路等路線；體驗在地溫泉文化以及農特產佳餚，並一同走入社區，感受在地居民與業者如何一同營造「決漫」的 175 咖啡公路；大快朵頤當地特色美食脆皮雞仔雞。

另外，也精心策畫部落客們可以賞地的走 V 日野、親近自然生態，走訪大埔，聆聽夜間虫鳴的嬉鬧聲，DIY 小車的漂流木，創造屬於自己獨一無二的鑰匙圈！乘著遊艇祕探山豬島，感受現採、現做的麻竹筍 DIY、大啖沙鍋魚頭、玉井芒果冰…等。

這樣豐富又有特色的鄉遊行程，實在非常值得大眾們來深受體驗，希望藉由部落客及媒體的造訪後，擴入行銷與分享包裝過程，也非常歡迎大家，邀請親朋好友們一同來徜徉與體驗趴拉雅的鄉野景致！

二、以繽紛、決漫、歡樂的心，一起來鄉遊趴拉雅

台灣e報 2011/11/22 | 活動訊息 | 陳昭容

<http://ctee.com.tw/News/View.aspx?newsid=9492&cat=2>

交通部觀光局趴拉雅國家風景區管理處以「繽紛、決漫、歡樂」的鄉村旅遊為觀光品牌，發展轄區內的整體觀光推廣規劃，11/18 於關子嶺統帥溫泉會館舉辦「低碳旅遊暨品牌營造論壇」，而且同時舉辦兩天一夜的「2011 鄉遊趴拉雅」媒體踩線團的行程，內容包含了趴拉雅社區、生態以及農特產深受體驗的包裝過程，豐富又多元，也邀請了近 30 位媒體與部落客的朋友一同參與。

風景處處長參源隆指出，在全球都在夯低碳、夯鄉村的當下，趴拉雅更是以此為發展方向，以轄區內的社區、生態、農特產為首要發展的主題，透過與社區結合，共同打造美好的家園景觀與觀光環境，並且，經由在地觀光組織培訓的解說員來分享生活的點滴與多元的生態，這低碳論壇以及兩天一夜的活動，都是今年要趴拉雅努力打造的城

果。這次承辦單位臺灣鄉村旅遊協會鄭健雄理事長說到卧拉雅國家風景區鄉村旅遊資源相當豐富，若以豐富的農特產、社區的營造及生態的復育與環境教育為主要力量，除能讓風景區內旅遊產品更加精緻化外，也可以發展出多元的鄉村深度遊的體驗行程。未來，卧拉雅還可以結合「農特產」以及「農場」鄉村資源成立以農村遊學體驗為主的農村遊學教育中心，配合轄區內的生態、斗埔文化、農村、水車、釣蝦等相關品牌資源，舉辦遊學體驗活動，以農村遊學教育中心為發展基地，結合旅遊資訊中心、農特產通路、餐飲、購物，以提升卧拉雅觀光品牌的形象。

這次繽紛、浪漫、歡樂的鄉遊卧拉雅行程，主要規劃以關子嶺為核心的區域，串連仙草埔、肖家桮杌的故鄉、東山咖啡公路等路線；體驗在社區營造成果以及農特產佳餚，另外規劃了實地的走V大埔田野、水車，親近自然生態，DIY水車漂流木紀念品！大啖沙鍋魚頭、玉井芒果冰……等特色的鄉遊行程，非常值得大家一同來深度體驗，歡迎大家，邀請親朋好友們一同來徜徉與體驗卧拉雅的鄉野景致！

三、低碳游浪漫歡樂的心 樂遊卧拉雅



2011/11/18 21:33 記者蔡慶智／嘉義報導

卧拉雅國家風景區管理處以「繽紛、浪漫、歡樂」的鄉村旅遊為觀光品牌，發展轄區內的整體觀光推廣規劃，11/11於關子嶺統帥溫泉會館舉辦「低碳旅遊暨品牌營造論壇」，而且同時舉辦兩天一夜的「2011鄉遊卧拉雅」媒體踩線團的行程，內容包含了卧拉雅社區、生態以及農特產深度體驗的包裝行程，豐富又多元。且台景文化城。

風景處處長廖源隆指出，在全球都在夯低碳、夯鄉村的當下，卧拉雅更是以此為發展方向，透過與社區結合，共同打造美好的家園景觀與觀光環境，並且，日在地觀光組織培訓的解說員，來分享生活的點滴與多元的生態，這低碳論壇以及兩天一夜的活動，都是今年卧拉雅努力打造成果。

這次承辦單位臺灣鄉村旅遊協會鄭健雄理事長說到卧拉雅國家風景區鄉村旅遊資源相當豐富，若以豐富的農特產、社區的營造及生態的復育與環境教育為主要力量，除能讓風景區內旅遊產品更加精緻化外，也可以發展出多元的鄉村深度遊的體驗行程。

未來，卧拉雅還可以結合「農特產」以及「農場」鄉村資源成立以農村遊學體驗為主的農村遊學教育中心，配合轄區內的生態、斗埔文化、農村、水車、釣蝦等相關品牌資源，舉辦遊學體驗活動，以農村遊學教育中心為發展基地，結合旅遊資訊中心、農特產通路、餐飲、購物，以提升卧拉雅觀光品牌的形象。

台灣區觀光協會副會長林丁榮表示，卧拉雅觀光資源豐富，尤其是魏德聖導演的費德克山莊，是描述費德克族在霧社抗日事件，而日河六溪旁的台景文化城，內有費德克山莊戲劇製作戲院，因此也可透過南台灣拍片重鎮的台景文化城，以景行行銷展現卧拉雅的另一類風景。

這次繽紛、浪漫、歡樂的鄉遊卧拉雅行程，主要規劃以關子嶺為核心的區域，串連仙草埔、肖家桮杌的故鄉、東山咖啡公路等路線；體驗在社區營造成果以及農特產佳餚，另外規劃了實地的走V大埔田野、水車，親近自然生態，DIY水車漂流木紀念品！大啖沙鍋魚頭、玉井芒果冰...等特色的鄉遊行程，非常值得大家一同來深度體驗！

四、主題：[活動總匯] 以繽紛、浪漫、歡樂的心，一起來鄉遊卧拉雅

2011/11/18

【台南訊】交通部觀光局卑拉雅國家風景區管理處以「繽紛、浪漫、歡樂」的鄉村旅遊為觀光品牌，發展轄區內的整體觀光推廣規劃，11/11於關子嶺統帥溫泉會館舉辦「低碳旅遊暨品牌營造論壇」，而且同時舉辦兩天一夜的「2011鄉遊卑拉雅」媒體踩線團的行程，內容包含了卑拉雅社區、生態以及農特產深度體驗的包裝過程，豐富又多元，也邀請了近30位媒體與部落客的朋友一同參與。

風景區處副處長廖源隆指出，在全球都在夯低碳、夯鄉村的當下，卑拉雅更是以此為發展方向，以轄區內的社區、生態、農特產為首要發展的目標，透過與社區結合，共同打造美好的家園景觀與觀光環境，並且，日在地觀光組織培訓的解說員來分享生活的點滴與多元的生態，這低碳論壇以及兩天一夜的活動，都是今年卑拉雅努力打造的结果。這次承辦單位臺灣鄉村旅遊協會鄭健雄理事長也說到卑拉雅國家風景區鄉村旅遊資源相當豐富，若以豐富的農特產、社區的營造及生態的復育與環境教育為主要力量，除能讓風景區內旅遊產品更加精緻化外，也可以發展出多元的鄉村深度遊的體驗行程。未來，卑拉雅還可以結合「農特產」以及「農場」鄉村資源成立以農村遊學體驗為主的農村遊學教育中心，配合轄區內的生態、民俗文化、農村、水車、釣蝦等相關品牌資源，舉辦遊學體驗活動，以農村遊學教育中心為發展基地，結合旅遊資訊中心、農特產通路、餐飲、購物，以提升卑拉雅觀光品牌的形象。

這次繽紛、浪漫、歡樂的鄉遊卑拉雅行程，主要規劃以關子嶺為核心的區域，串連仙草埔、南寮桮柱的故鄉、東山咖啡公路等路線；體驗在社區營造成果以及農特產佳餚，另外規劃了實地的走V大埔田野、水車，親近自然生態，DIY水車漂流木紀念品！大啖沙鍋魚頭、玉井芒果冰等特色的鄉遊行程，非常值得大家一同來深度體驗，歡迎大家，邀請親朋好友們一同來徜徉與體驗卑拉雅的鄉野景致！

二、2011 低碳旅遊暨品牌營造論壇 鄉遊卑拉雅



2011/11/17 23:09:34 記者林琨璋/台南報導

交通部觀光局卑拉雅國家風景區管理處規劃「2011 低碳旅遊暨品牌營造論壇」以及鄉遊卑拉雅活動，於(11/18-19)在關子嶺統帥溫泉會館舉辦！

2011 低碳旅遊暨品牌營造論壇規劃社區培訓人員頒獎典禮(生態、農村酒莊、自主營造得獎者)、175 低碳旅遊(含友善環境介紹)、生態資源(漫步在為飛蝶舞的小鄉園)、175 線動起來(社區自主營造)等，並帶領部落客、媒體踩線團，以低碳思維體驗最在地的鄉村旅遊。當日將邀請臺南市政府觀光旅遊局陳俊安局長、東山濱海國家風景區管理處鄭榮副處長、雄獅旅行社羅瑞誠總監以及交通部觀光局卑拉雅國家風景區管理處副處長廖源隆先生一起進行社區培訓人員頒獎典禮，敬請媒體記者朋友前來參加採訪。

六、低碳游浪漫歡樂的小 樂遊卑拉雅



2011/11/21 15:33

卑拉雅國家風景區管理處以「繽紛、浪漫、歡樂」的鄉村旅遊為觀光品牌，發展轄區內的整體觀光推廣規劃，11/11於關子嶺統帥溫泉會館舉辦「低碳旅遊暨品牌營造論壇」，而且同時舉辦兩天一夜的「2011鄉遊卑拉雅」媒體踩線團的行程，內容包含了卑

拉雅社區、生態以及農特產深受體驗的包裝過程，豐富又多元。且古景文化城。

風景處處長廖源隆指出，在全球都在夯低碳、夯鄉村遊的當下，西拉雅更是以此為發展方向，透過與社區結合，共同打造美好的家園景觀與觀光環境，並且，日在地觀光組織培訓的解說員，來分享生活的點滴與多元的生態，這低碳論壇以及融入一族的活動，都是今年西拉雅努力打造成果。

這次承辦單位臺灣鄉村旅遊協會鄭健雄理事長也說到西拉雅國家風景區鄉村旅遊資源相當豐富，若以豐富的農特產、社區的營造及生態的復育與環境教育為主力量，除能讓風景區內旅遊產品更加精緻化外，也可以發展出多元的鄉村深受遊的體驗行程。

未來，西拉雅還可以結合「農特產」以及「農場」鄉村資源成立以農村遊學體驗為主的農村遊學教育中心，配合轄區內的生態、斗埔文化、農村、水車、釣蝦等相關品牌資源，舉辦遊學體驗活動，以農村遊學教育中心為發展基地，結合旅遊資訊中心、農特產通路、餐飲、購物，以提升西拉雅觀光品牌的意象。

台灣區觀光協會副會長林正榮表示，西拉雅觀光資源豐富，尤其是魏德聖導演的賽德克巴萊，是描述賽德克族在霧社抗日事件，而日河六溪旁的古景文化城，內有賽德克巴萊戲劇製角戲院，因此也可透過南台灣拍片重鎮的古景文化城，以景行行銷展現西拉雅的另一類風景。

這次繽紛、浪漫、歡樂的鄉遊西拉雅行程，主要規劃以關子嶺為核心的區域，串連仙草埔、南寮桮杓的故鄉、東山咖啡公路等路線；體驗在社區營造成果以及農特產佳餚，另外規劃了實地的走V大埔田野、水車，親近自然生態，DIY水車漂流木紀念品！大啖沙鍋魚頭、玉井芒果冰…等特色的鄉遊行程，非常值得大家一同來深受體驗！

七、西拉雅美景、行銷分享包裝旅遊



2011/11/18 記者陳應安/台南報導

交通部觀光局西拉雅國家風景區管理處今年將於關子嶺統帥溫泉會館，舉辦「2011 低碳旅遊及品牌營造論壇」；管理處為配合特規劃「2011 鄉遊西拉雅」踩線團，希望藉日部落客的造訪後，能促進行銷與分享包裝過程，進而提供親朋好友們一同來體驗西拉雅的鄉野景致。

西拉雅國家風景區管理處有鑑於區內鄉村旅遊資源相當豐富，這兩年來持續努力在「鄉村旅遊」品牌的發展，今年首要在關子嶺地區舉辦「社區自主營造競賽」活動，以「愛」為主題，結合社區及業者的力量，共同打造美好的家園環境與觀光景觀。

此外，管理處特結合暨南國際大學、輔仁大學及台灣鄉村旅遊協會等力量，推動品牌的深根，以豐富的農特產、社區的營造及生態的復育與環境教育為主力量，讓風景區內旅遊產品更加精緻化，以及規劃了深受的體驗行程。

管理處處長廖源隆表示，目前全球都在夯低碳、夯鄉村遊的當下，西拉雅除起身帶動外，特地邀請全臺知名的部落客、媒旅行同業一起共遊西拉雅。主要活動規劃，以關子嶺為核心的區域，串連仙草埔、南寮桮杓的故鄉、東山咖啡公路等路線，以體驗在地溫泉文化及農特產佳餚，並一同走入社區，感受在地居民與業者如何一同營造「浪漫」的一七五咖啡公路。

八、西拉雅美景、錯過可惜 管理處邀部落客造訪 行銷分享包裝旅遊



2011/11/18 第10版(雲嘉南)第9則新聞 記者黃鐘毅/台南報導

交通部觀光局酄拉雅國家風景區管理處今入將於關子嶺統帥溫泉會館，舉辦「2011 低炭旅遊及品牌營造論壇」；管理處為配合特規劃「2011 鄉遊酄拉雅」踩線團，希望藉日部落客的造訪後，能促進行銷與分享裝遊程，進而提供親朋好友們一同來體驗酄拉雅的鄉野景致。

酄拉雅國家風景區管理處有鑑於區內鄉村旅遊資源相當豐富，這兩年來持續著力在「鄉村旅遊」品牌的發展，今年首入在關子嶺地區舉辦「社區日營造競賽」活動，以「愛」為主題，結合社區及業者的力量，共同打造美好的家庭環境與觀光景觀。

此外，管理處特結合靜修國際大學、輔仁大學及台灣鄉村旅遊協會等力量，推動品牌的深耕，以豐富的裝特產、社區的營造及生態的復育與環境教育為主要力量，讓風景區內旅遊產品更加精緻化，以及規劃了深受的體驗行程。

管理處處長廖源隆表示，目前全球都在夯低炭、夯鄉村遊的當下，酄拉雅除起身帶動外，特地邀請全臺知名的部落客、媒旅行同業一起共遊酄拉雅。主要活動規劃，以關子嶺為核心的區域，自連仙草埔、南寮極佳的故鄉、東山咖啡公路等路線，以體驗在地溫泉文化及裝特產佳餚，並一同走入社區，感受在地居民與業者如何一同營造「淺漫」的- 七 咖啡公路。

一、酄拉雅低炭旅遊論壇明揭幕

即時新聞
Breaking news

2011/11/17 03:15 pm 記者謝進盛/即時報導

日酄拉雅國家風景區管理處明入上午 9 點將在關子嶺統帥溫泉會館辦理「2011 低炭旅遊暨品牌營造論壇」，議題主軸包括「低炭旅遊」、「社區營造」、「生態資源」、「鄉村旅遊」等 4 大主題。會後並安排現地參訪與觀摩，希望邀請專家、學者與地方人士一起為風景區旅遊活動振興一起來把脈。

酄拉雅國家風景區管理處處長廖源隆表示，酄拉雅國家風景區具有豐富的人文氣息和生態資源，適合發展深受旅遊，管理處舉辦這次論壇希望讓更多人認識低炭的生活，藉日旅遊方式達成宣導效果，讓遊客以「認知」、「感受」、「行動」這三方面來了解在地居民的低碳生活，再日認同態受來體驗自然、進而尊重自然。

【聯合報】 @ <http://udn.com/>

十、酄拉雅國家風景區管理處舉辦 2011 低炭旅遊暨品牌營造論壇



2011/11/17

【台青訊】加強行銷在地觀光資源及十大品牌標的的策略，擬整合管理處本年受入委辦案，包括「低炭旅遊」、「品牌營造」等成果，透過論壇的方式來進行成果發表及意見交流。論壇舉辦時間訂於民國 100 年 11 月 18 日（星期三）上午，假臺南關子嶺統帥溫泉會館舉行，論壇會後並安排現地參訪與觀摩。論壇議題主軸包括「低炭旅遊」、「社區營造」、「生態資源」及「鄉村旅遊」等，本次論壇貴邀產、官、學界專家學者及在地居民參加並歡迎有興趣民眾報名共襄盛舉。

論壇於議程中排定「175 低碳旅遊」、「社區故事分享」、「175 低碳友善空間營造」、「暢遊匹拉雅『蝶蝶』」、「『螢』在匹拉雅及匹拉雅深『植』我心」、「漫步在飛蝶舞的小鄉園」及「175 線動起『社區觀摩』」等，內容豐富精彩可期。本次主辦單位、執行單位及協辦單位分別為匹拉雅國家風景區管理處、高苑科技大學及國立暨南國際大學。論壇的特色除了在地性的主題內容外，各議題的報名皆由當地業者及社區活動負責人執行，論壇希望以「在地人說故事」的方式來表達，並由社區經營者呈現低碳概念與生態和諧。

匹拉雅國家風景區管理處參事陳麗表示，匹拉雅國家風景區具有豐富的人文氣息及生態資源，極適合發展深度旅遊，匹拉雅國家風景區管理處舉辦這次論壇希望以發覺在地低碳的生活態度，讓更多人認識低碳的生活，並藉由旅遊方式達成宣導效果，讓遊客以「認知」、「感受」、「行動」這三方面來了解在地居民的低碳生活，再由認同的態度去體驗自然、進而尊重自然。遊客來匹拉雅做低碳旅遊便能發現本地將低碳精神融入食、衣、住、行日常生活當中，其中最具特色者為農產品及食材的在地化和無毒化，這與工業社會求快求方便或明顯反差，來一趟匹拉雅不只是泡美湯、喝咖啡，更可以是學習之旅，也非常歡迎大家，邀請親朋好友們一同來徜徉在匹拉雅的秀麗景致中，體驗在地生活！

1. 鄉遊西拉雅 2 天 1 夜媒體踩線團 精彩行程好吃好好玩搶先看

版主：王拉拉

<http://ricelala.pixnet.net/blog/post/>

鄉遊西拉雅2天1夜媒體踩線團 精彩行程好吃好好玩搶先看



是的 我又很幸福的參加了一天吃五餐外加甜點消夜的養胖胖行程

這次是由交通部觀光局西拉雅國家風景區主辦

2011鄉遊西拉雅兩天一夜的媒體踩線團行程以關子嶺為核心

串聯仙草埔 南寮槿柑故鄉 東山咖啡公路 走入社區與鄉村

先用照片帶大家看看這兩天一夜好吃好玩的行程吧

別擔心 之後我會慢慢補上各別食遊的超連結的



DAY1

先參加關子嶺統茂溫泉會館 低碳旅遊暨品牌營造論壇
與頂氣又很有想法的西拉雅國家風景區處長近距離談天

再享用關子嶺統茂溫泉會館中餐廳的午飯料理

詳情請點<http://ricelala.pixnet.net/blog/post/32389564>

2. 《鄉遊西拉雅》之橘絲桂圓奶酪 2011/11/23

版主：woodwords

<http://www.wretch.cc/blog/woodwords/13266129>

November 23, 2011

《鄉遊西拉雅》之橘絲桂圓奶酪



上週去參加了一個由台灣鄉村旅遊協會所舉辦的「鄉遊西拉雅」活動，在175縣道上的<岩頂咖啡>那兒品嚐了好吃的下午茶與點心，其中最讓我驚豔的是「橘絲桂圓奶酪」！



乳白色的奶酪上方鋪放了幾絲切細的黃綠色薄橘皮，讓人有很清爽的視覺感。

一匙舀起，奶酪滑嫩的口感與乳味是水準演出，絕妙的是還夾雜著濃濃的桂圓甜味與香氣。原來底下藏布著一些桂圓乾，這些加在其中的桂圓乾並不是全然乾爛，是還有點肉肉的，略帶水份的感覺，而靠底層的奶酪也因為這些桂圓乾染上了些許淡褐色，奶酪中的甜味與香氣就是因此

3. 【秋遊西拉雅】人對了，風景就美了 2011/11/21
4. 【秋遊西拉雅】跟阿嬤學快樂 2011/11/22
5. 【秋遊西拉雅】自己採的南寮椪柑真甘美 2011/11/23

版主：達爾文

<http://tw.myblog.yahoo.com/darwinlin/>

【秋遊西拉雅】人對了，風景就美了

檢舉

分類：美食

2011/11/21 11:15

分享



那天在西拉雅國家風景區遊晃

西拉雅指的是嘉南平原東部高山與平原交接處

北從台南白河、嘉義大埔，南到新化的山林平原

我們到了南寮，這個南寮不是新竹的南寮

【秋遊西拉雅】跟阿嬤學快樂

檢舉

分類：寶島

2011/11/22 08:41



清晨五點半起床，去到曾文水庫湖濱公園拍湖景

昨晚雖然下了大雨，但清晨的湖邊沒有霧氣，沒能拍到夢幻的湖景

我們在公園裡散步了一大圈，遇到一群阿嬤在公園跳舞

【秋遊西拉雅】自己採的南寮極柑真甘美

檢舉

分類：寶島

2011/11/23 09:50



大家都知道台南白河有個蓮花亭，盛產蓮花、蓮子

在蓮花季節過後，白河南寮的極柑就進入生產期

南寮極柑很有名，因為位在乃大凍山下的背陽坡

6. 【西拉雅國家風景區】嘉義歐都納度假村－森林小木屋&漂流木藝品製作
版主：妮妮

<http://www.wretch.cc/blog/nikki168/199739>



7.鄉遊西拉雅(一)~175 縣道的鄉村風光，亮眼熱情的南寮社區

版主：Joe

<http://joelin1234.pixnet.net/blog/post/39393616>



8.台南食記：瑪哩咖啡~甕仔雞+咖啡特色餐

版主：阿 mon

<http://monkey2010.pixnet.net/blog/post/39286910>

Nov 22 Tue 2011 <台南>食記:瑪哩咖啡~雙仔雞+咖啡特色餐(試吃)



店名:瑪哩咖啡

電話:0935710589-0933700710

地址:台南市東山區高厝村175縣道12.3K

價格:單點式

日期:2011年11月

6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

個人資訊



加入好友

加入訂閱

暱稱:阿man

分類:休閒旅遊

好友:共15位(看全部)

地區:台中市

第6屆全球華文部落格大獎

9. 鄉遊西拉雅~柑園咖啡、大鋤花間、瑪哩咖啡

版主:愛吃鬼芸芸

<http://anise.pixnet.net/blog/archives/201112>

Dec 11 Sun 2011 21:46

鄉遊西拉雅-柑園咖啡-大鋤花間-瑪哩咖啡

吃了柑園咖啡到山巔的柑園之後。主辦單位帶大家去咖哩店走一
停~在咖哩店路上等了半天，終於可以喝到咖啡了！



Anise 愛·吃·鬼·芸·芸
<http://anise.pixnet.net/blog>

10. 【台南】 白河 關子嶺統茂溫泉會 鄉遊西拉雅~2011 低碳旅遊暨品牌營造論壇
11. 【嘉義】 大埔 西拉雅國家風景區 鄉遊西拉雅~歐都納山野渡假村

版主：Carrie

<http://blog.xuite.net/carriewu0925/carrie?st=c&p=1&w=2385302>

2011-11-28 22:00 【台南】白河・關子嶺統茂溫泉會館・鄉遊西拉雅~2011低碳旅遊暨品牌營造論壇

好文轉寄 部落客邀約遊台灣 82



2011-11-29 15:46 【嘉義】大埔・西拉雅國家風景區・鄉遊西拉雅~歐都納山野渡假村

好文轉寄 部落客邀約遊台灣 59



Carrie E115 5000 JEF 518200rev05 3:56 PM EST/UTC (5:11:00)

12.西拉雅~歐都那

版主：mina

<http://tw.myblog.yahoo.com/rer-rer/article?mid=47111&prev=47112&next=47044>



13.西拉雅國家風景區，踩線吃很大團

版主：Blue Lisa

<http://blog.yam.com/love8517>



廟漢路處長

[illegible]



台南正港新農場

居民自主自發 建立「鄉村旅遊」品牌

目前已確認為「鄉村旅遊」是推廣主軸之一，這塊臺灣西部美地，一直是重要農業生活區，當社會過度都市化發展，人們就會嚮往悠閒的鄉野生活。鄉村旅遊相對就有魅力。我曾陪一位朋友走訪鄉間，看到水牛背上橫著白鷺鷥的農家，朋友一直說這畫面很眼熟，卻想不起是在那兒見到，我就告訴他，你是在教科書上看過的，他才猛然醒悟。原來每個人都有嚮往大自然的基因，只要能喚動這個基因，鄉村旅遊就有商機，鄉村旅遊可以說就是休閒農業，資源都是現成的，只要好好包裝行程就可以推出來，把客人帶來農村，除了農村風光體驗外，也可以行銷農特產品。

星馬港澳大陸旅客熱衷西拉雅休閒農場體驗

現在已有許多星馬港澳及大陸旅客到訪本區，尖山埤江南渡假村、走馬瀨、大坑及南元休閒花園農場等都可以看到他們的蹤影，都市型地區的人們來體驗難得的農村生活，大陸旅客則發現臺灣的農場和過去大陸做為勞改的農場，精神完全不同。

2012年 關子嶺溫泉區風華再現

另一個推廣主軸是溫泉，關子嶺溫泉區擁有國際少有的氫磺溫泉，應該是相當有賣點的，冬天泡湯的旅客很多，不過夏天就要多多努力了。相較台北北投和東部知本、安通溫泉區，關子嶺夏日遊客顯得少了一些，可能是泡湯以外的休閒設施不足，因此，我思考結合東山咖啡業者，串連出更多元的內容。

關子嶺的開發很早，區內景觀及溫泉管線紊亂，2012年我們有整頓景觀及管線的計畫，可也讓關子嶺風華再現，爭取成為一年四季都熱門的遊樂區。

平埔族文化及八田與一 也列為重要推廣內容

平埔族文化及「八田與一紀念園區」，也是重要的行銷主題。本區古來即是平埔族活動之所，並保存全台灣最完整的平埔族文化，我們將循序漸進，先以平埔族文化活動已初具規模的社區驛站起，目前擇定兩個社區是口埠部落及東山青農園。

近代嘉南平原的富庶，要歸功日本土木技師八田與一修建烏山頭水庫及嘉南大圳，2011年完工的「八田與一紀念園區」，復建當年的八田技師及工作人員宿舍，日前石川縣知事來訪，認為其宿舍具日本武將邸敷的感覺，可以推廣做為旅客長住(long stay)的設施。

加強交通接駁服務 和庶民共享觀光效益

現階段，八田與一紀念園區、平埔族部落及一般農村的交通不算很方便，未來將因應政府節能減碳的政策，建置接駁車及單車的路線。每年中華民國自行車協會舉辦的自行車環台賽，會有一站來這裡，但我們未來的單車路線發展，會以休閒路線為主。另外，本區豐富的自然生態及歷史人文資源，也要積極推薦給國中、小學做為戶外教學去處。

西拉雅雖不像日月潭、阿里山等，有著很強烈的觀光品牌，然而西拉雅有的是溫馨的人文小品，在這裡和民眾打拚觀光，最大的成就感是和民眾有強烈的連結，並願意和我們站在同一線上努力，因為我們帶來的績效，不是只讓一些大型觀光業者受惠，而是一般小店、小農，也能沾政府的英惠。



台南大坑休閒農場

小檔案

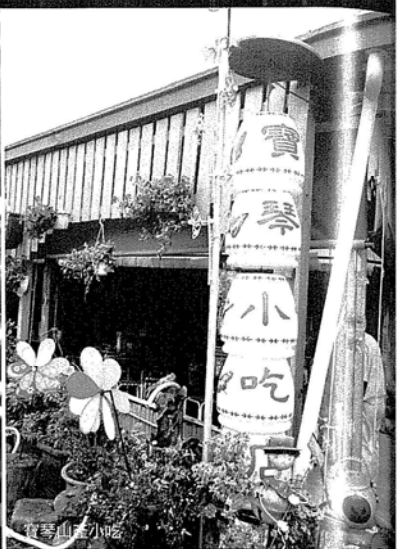
西拉雅國家風景區位於台南市南區平原東部高山與平原交匯處，範圍跨越台南市及嘉義縣，行政區域涵蓋台南市左鎮區、楠西區、大內區、山上區、玉井區、白河區、新化區、新市區、鹽水區、官田區、六甲區、麻豆區、東山區、南化區部份區域及嘉義縣大埔鄉全鄉。區域面積88,070公頃，水庫面積3,380公頃，合計面積約91,450公頃，面積廣闊，置13條國家風景道路2大，並安排南部海岸國家風景區。



東山咖啡公路 咖啡香四溢



咖啡紅了



寶琴山莊小吃



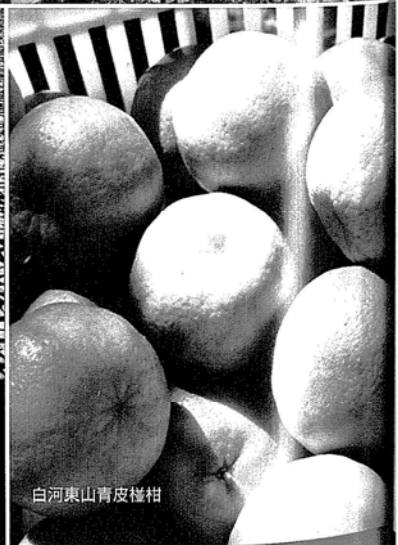
白河帝王蓮花(張銀城攝)



大埔景觀區



大埔曬筍乾(陳金源攝)



白河東山青皮檸檬

鄉遊西拉雅 農村之旅樂悠閒

農

業是西拉雅風景區的重要經濟命脈，玉井、南化芒果、東山咖啡及龍眼、南寮枇杷、官田菱角、白河蓮子、柳營牛奶、新化蕃薯、楠西椰子等，都是區內重要農產資源，遊客每個季節來訪，都可以嘗到不同的新鮮農產品，同時也因應農業時序，推出多元化活動及祭典，呈現鄉村生活的實質內涵。

西拉雅國家風景區管理處委託暨南國際大學、台灣鄉村旅遊協會、嘉苑科技大學推動的品牌營造計畫，2011年結合農特產、生態及社區，規畫西拉雅鄉村旅遊路線，包括關子嶺及東山咖啡公路、白河區仙草埔、南寮枇杷鄉、大埔鄉山豬島等。



浪漫咖啡公路「175號市道」
入冬景觀「咖啡紅 橘子綠」

「175市道」有咖啡公路之稱，從關子嶺往東南延伸，可接到該「174市道」，再右轉前往烏山頭水庫或左轉往台3省道，南可達玉井、南化，北接曾文水庫。這條路上，兩旁散佈著數十家鄉村咖啡坊，同時也是柑橘及咖啡的故鄉，入冬時節來到這裡，可以看到滿園綠色柑橘正待採收，另外，咖啡豆由綠色轉紅，就可以收成了，因此，這條路冬季的景觀就是「咖啡紅了，橘子綠了」。

拜訪這條咖啡大道，可以關子嶺統茂溫泉會館或旁邊的關子嶺車站為據點，會館大廳迴廊設有溫泉文化展示區，協助旅客認識關子嶺溫泉的特性及起源；關子嶺車站也提供了遊客諮詢、定點導覽解說及多媒體播放，各項宣導資訊更可以免費索取。若是時間充裕，附近的知名景點像是桂花巷、水火同源、紅葉公園及白色藝術空間等，都值得一訪。

從關子嶺統茂溫泉會館往南，經過水火同源，就來到關老板一

家人經營的岩頂自然休閒坊，老板娘賴秀珠和原任老師、國家幫忙的女兒，一起為客人煮咖啡、做甜點。另外，同一路上不遠處的寶華山泰小吃店，曾參加管理處的形象再造，店面裝飾相當有鄉野特色，她家的炒野菜和烤雞腿都很好吃。

大埔鄉 曾文水庫旁的世外桃源

到西拉雅5個多月的廖源隆處長，訪問大埔近6次，他說，大埔真如桃花源，但是交通不是很便利。這個社區位在群山環抱的平靜峽谷地，良田家園因建曾文水庫而淹沒，居民改在林地上種植麻竹筍、破布子、百香果、芒果、荔枝、龍眼等作物，其中大埔芭乾、破布子，早已全園知名，大埔老街處處可見古興建築。

廖處長指出，水庫開放後，地區業者成立大埔觀光產業聯盟，由於當地盛產麻竹，因此發展出很多工藝用品，銷售給附近的歐都納山野度假村使用。水庫裡也產便宜的大頭鱸、草魚和草魚要價一、二千元的苟魚，有名的平民美食是沙鍋魚頭。大埔也是紫斑蝶中繼站，為吸引紫斑蝶停留，鄉民種植大量的紫斑蝶蜜源



大埔拱橋

植物：高士佛澤蘭，高士佛澤蘭開著小小的花朵，不怎麼起眼，為了增加景觀美感，管理處正請教學專家看有無其他替代植物。

大埔鄉景點以曾文水庫為主軸，附近有大埔風景區、湖濱公園、情人公園、挽月營地、大埔拱橋、跳跳農場、參觀台等

等，湖上垂釣也熱門，更往山區，有數個瀑布群，是特有鳥類、野生動物的天堂。

從北部前往大埔鄉車程長，廖源隆建議旅客先到關子嶺吃中飯，午後去喝東山咖啡，再翻過山頭到大埔，再坐船到大埔，因船班非固定班次，最好事先聯繫較為妥當。

西拉雅其他已具規模的農業節慶像白河蓮花季、玉井芒果節、東山龍眼咖啡節、官田菱角、左鎮白壁節、柳營牛奶節、新化蕃薯節、新化蟋蟀文化節、走馬瀨牧草節等，也可以包裝鄉村遊行程。



口碑部落浮雕圖



吉貝晏夜祭



綠谷燕拉雅



吉貝晏祭海儀式

西拉雅美地 平埔族的原鄉

漢

人先民抵台前，嘉南平原上便有平埔族群聚落，主要族群是洪雅族、西拉雅族。為表達尊重及保存原住民文化的意涵，並突顯平埔族文化特色，位在以平埔族文化為中心的國家風景區，便以西拉雅來命名。

西拉雅族同屬南島語民族

「平埔」就字面的意思就是「平地草埔」，和「高山族」做區隔。據研究，平埔人和高山原住民同屬「南島語系民族」。過著農耕母系社會的簡單生活方式，其中西拉雅族是人口最多、分布最廣、勢力最強的一族，橫跨台南平原至恆春半島。

西拉雅國家風景區管理處長廖源隆指出，西拉雅族祭典是夜祭，較少有遊客參與，且儀式也不像阿美、魯凱等高山族的年祭豐富。因此，在協助維持其傳統夜祭儀式之際，將研究提升日間活動的參與性。目前，第一階段將輔導兩個社區：東山吉貝晏及新化口碑部落轉型為觀光文化景點。

西拉雅夜祭 為太祖祝壽 對生命來源表達感激

西拉雅族的「夜祭」，一方面是慶賀該族群主神太祖每年一度的聖誕千秋，表達對太祖的感恩與祈福。至於歲時祭儀的部份，則是人透過太祖，對生命來源的宇宙表達心中的祈求與感激，儀

式的舉行通常配合著節令來運轉。

位在台南市東山東河村的吉貝晏部落，每年農曆9月初4零晨到初5早晨，在公廨舉辦夜祭。吉貝晏是西拉雅語「木棉部落」之意，吉貝晏部落共有五座公廨，維持不燒金紙、不拿香，但必須脫鞋進入的傳統。該族的夜祭，是最盛大的，可以看到大量的檳榔做為祭禮。口碑是西拉雅族世居地，行政區屬新化區知義里。「口碑」地名源自這裡曾有許多灌溉用水池，社區的公廨，不僅有阿立柏祀靈，還奉祀路頭元帥。由於很多西拉雅族人改信基督教，這裡也有一座建築造型典雅的口碑教會，屬於基督長老教會，每年舉辦西拉雅采竹祭。西拉雅國家風景區管理處在旁興建一座「西拉雅望高樓」，為眺望台設施，並有許多的浮雕圖騰，可供參觀。



嘉

南大圳之父八田與一技師，獻身台灣水利工程32年，負責興建嘉南大圳，一舉將嘉南平原變成黃金沃野，後於1942年5月8日奉派前往菲律賓從事棉作灌溉計畫調查途中，遭美軍潛艇魚雷擊中，不幸罹難。

八田與一紀念園區緬懷技師的貢獻

感念八田技師對臺灣的貢獻，歷時2年修復興建的「八田與一紀念園區」，於民國100年5月8日落成啟用，當日總統馬英九及日本貴賓如日本前首相森喜朗、參議員錦井孝男、金澤市長山部之義、八田技師的家屬及八田與一技師宿舍復原復舊與推動執行委員會等一行人均出席啟用盛會。

民國9年嘉南大圳正式動工，烏山頭宿舍及相關設施於同年9月開始建設，並於民國10年間完工。宿舍形式有獨棟型、雙拼型、三連棟與八連棟型式，全區共計有 68棟建物，可供234戶人家使用。建設當時因需短時間內提供大量房舍，在建築工法上採權宜之計，如施作「太鼓落」之省略工法，將原木作兩面或三面切割以取代角材，以求縮短工期，唯僅技法熟練之木匠才能施作，主臺增日式建築中實為罕見。

為達到2年內「如期如質、原汁原味」修復該園區的目標，規劃單位遠赴日本石川縣金澤市考察，並於民國98年12月21日將

故居群公告為歷史建築，並引進日本傳統木匠技術，務求如實精確。期間西拉雅管理處團隊全力投入及協調，終能順利竣工開園，之後，該園區經營權則移轉給水利會。

單車串連西拉雅感動之旅

廖添輝處長指出，八田園區很值得參訪，可以結合烏山頭水庫附近景點如烏山頭水庫、尖山埤水庫、台南藝術大學、天壇等，廖處長指出，他將努力把交通建置得更便利。另外，他也推薦來一趟烏山頭八田路線騎乘之旅，從湖山派出所出發，依序抵達八田與一紀念園區、赤山龍湖寮、觀景台、水圳出水口及烏山頭水庫。除了烏山頭單車路線外，西拉雅管理處也已整理了多條單車路線，像新化二寮路線(南168線)、大埔老街路線、綠白雙色健康路線、白河賞蓮路線、玉井路線、鹽水大道長程挑戰路線、大埔環狀錫鑼挑戰路線等，建構起單車串連西拉雅之旅。



八田與一銅像

嘉南大圳之父八田與一紀念園區 看到臺灣的感恩



八田與一紀念園區

附錄 大埔觀光圖照

大埔

Dapu Shiang 觀 · 光 · 護 · 照



綠啄花



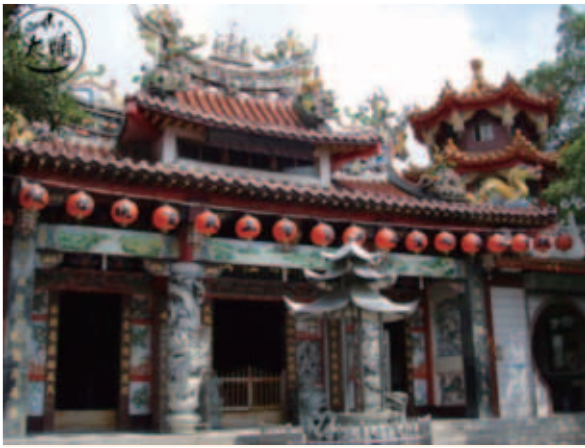
大埔老街



北極殿

接下來，執行團隊整理兩次探勘之成果與 GPS 座標，繪製大埔地區生態旅遊路線（詳見圖 X）。分為紅線：湖濱公園沿線（詳見圖 X）；以及白線：白馬亭步道沿線（詳見圖 X）兩條。搭配前述之生態旅遊遊程，可針對於固定地點之植物、建築、以及各項大埔地區之特色景點進行 GPS 之定位。

以下首先針對於紅線（湖濱公園沿線）部分可經由 GPS 定位之生態資源進行說明：



北極殿

大埔的北極殿為當地居民的信仰中心，亦為社區重要的集散地。大埔北極殿於乾隆二十五年（西元 1760 年），漳州移民隨身攜帶玄天上帝香火，來到舊稱「後大埔庄」的大埔鄉，視為永居地，民國 73 年因老舊重建迄今。



大埔老街

大埔老街可以搭配自然生態行程來規劃，來到這裡不妨放慢腳步，探訪廟宇、古宅以及老街。走一趟文化之旅。這裡的鄉街小路、傳統雜貨店再加上濃厚人情味的當地人，如此知性與感性兩者兼得好旅程，值得遊客來此感受一下。

山豬島

搭乘曾文水庫遊艇，可以一探水庫中山豬島。在這座小島裏的山豬，只要一聽到遊艇的喇叭聲，就會從樹林中衝到岸邊，等著遊客撒飼料給牠們吃，不少遊客第一次看到山豬，都覺得很稀奇。



北極殿

大埔的北極殿為當地居民的信仰中心，亦為社區重要的集散地。大埔北極殿於乾隆二十五年（西元 1760 年），漳州移民隨身攜帶玄天上帝香火，來到舊稱「後大埔庄」的大埔鄉，視為永居地，民國 73 年因老舊重建迄今。



大埔老街

大埔老街可以搭配自然生態行程來規劃，來到這裡不妨放慢腳步，探訪廟宇、古宅以及老街。走一趟文化之旅。這裡的鄉街小路、傳統雜貨店再加上濃厚人情味的當地人，如此知性與感性兩者兼得好旅程，值得遊客來此感受一下。



接下來，執行團隊整理兩次探勘之成果與 GPS 座標，繪製大埔地區生態旅遊路線（詳見圖 X）。分為紅線：湖濱公園沿線（詳見圖 X）；以及白線：白馬亭步道沿線（詳見圖 X）兩條。搭配前述之生態旅遊遊程，可針對於固定地點之植物、建築、以及各項大埔地區之特色景點進行 GPS 之定位。

以下首先針對於紅線（湖濱公園沿線）部分可經由 GPS 定位之生態資源進行說明：



湖濱公園涼亭旁之雨豆樹

大埔公園涼亭旁的巨大喬木為雨豆樹，專家研判應該是日據時代的時候引進來的，年紀很大了。為何稱為「雨豆樹」呢？有二種說法 一則來至於英文名稱 Rain Tree 意思為「雨樹」另一則為雨豆樹的果莢受到環境溼度的影響，而會有下垂的現象也就是說當夜晚溼度比較高的時候，雨豆樹的果莢是下垂的。因此可以透過雨豆樹的果莢下垂與否來判定是否將要下雨了。

經緯度座標 Lat.=120.5847500° Long.=23.2988833°



黃花野百合

黃花野百合又名豬屎豆，常在較乾旱之河床地發現該物種，亦為一種綠肥植物。為曾文水庫岸邊之優勢植物。

經緯度座標 Lat.=120.5843683° Long.=23.2991749°



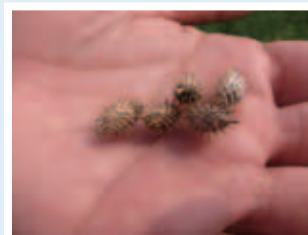
倒地鈴

是一種隸屬無患子科的植物。倒地鈴具備鑑賞價值，不過鑑賞的對象並不是它的花朵，而是其形態仿如氣球一般的果實。在日本又被稱為風船蔓（日文「風船」指氣球）。它會吸引很多小灰蝶前來產卵，打開捲曲的葉子，可以看到小灰蝶的卵、蟲或是蛾的幼蟲。蛾身上會有毛，小灰蝶較扁平。無患子科中只有他是爬藤，種子則呈現黑底與白色愛心形狀的巧妙結合。

經緯度座標 Lat.=120.5843699° Long.=23.2991733°

羊帶來

在野外常見的植物，具有多數鉤刺，藉以附著人身、動物身上，散佈種子。以前大多在羊身上找到所以叫羊帶來。羊帶來的嫩葉用開水燙軟消除苦味之後，可以當做蔬菜食用，另外將種子炒黃去皮之後，可以磨成麵粉，作成各種烙餅或蒸食。



經緯度座標 Lat.=120.5841099° Long.=23.2992500°

福木

福木目前被日本政府指定為無形文化財的多種傳統染織工藝項目之一；是一種色素多，也是很好的黃色染料，但台灣本島福木的產量並不算很多，而且多數為觀賞性園藝樹木。它屬於熱帶樹種，日本人特別喜歡在寺廟庭園種植福木，除了它葉色碧綠、樹觀整齊有序，讓人有謐靜莊嚴之感外，最重要的是其落葉甚少，可免於掃地之苦！



經緯度座標 Lat.=120.5852816° Long.=23.2989016°

水黃皮

水黃皮是一種海飄植物，不適合種在水庫旁，適合種在海邊，種籽種出來第一對葉子是愛心的形狀，類似白鳳豆，若想要種植，只要將豆莢剝開後就很好長。每年有春、秋兩次花期，約為 4-5 月及 9-11 月；開紫色的花，花有淡香，花朵密集，邊開邊落，盛開時落英繽紛非常詩情畫意。



經緯度座標 Lat.=120.5852916° Long.=23.2989133°

阿勃勒

因為諧音的關係，常常被拿來開玩笑，叫做『阿婆樂』。但其實緣由是因為以前叫阿勃勃，因為李時珍在謄寫的時候寫錯就成為阿勃勒。又名黃金雨，花期約在五月，是非常美的行道樹種，尤其在開花時滿株的黃花，一串一串的，非常美麗。將其剝皮後，種入土內，一個星期左右就可發芽。



經緯度座標 Lat.=120.5869183° Long.=23.2985949°

附錄十 社區故事 卷

走入西拉雅

175浪漫咖啡公路

社區小故事

CONTENTS

第一篇

175線的浪漫環境自主營造

第二篇

社區小故事



- 01
親手打造的奇木小店
.....
15



- 02
彩虹上的自行車休息站
.....
19



- 03
是土雞城也是博物館
.....
21



- 04
關子嶺第一大缸
.....
25



- 05
老街、老景、老味
.....
29



- 06
西拉雅公主的色彩世界
.....
33



- 07
原味老記憶
.....
39



- 08
回憶的中的古早厝
.....
43



- 09
樹林中的咖啡園
.....
47



- 10
花與蝴蝶的家園
.....
51



- 11
為自行車騎士加油
.....
59



- 12
隱身在生態叢林的
咖啡館
.....
63



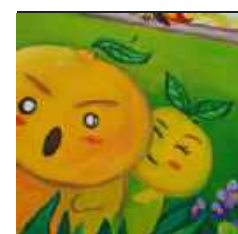
- 13
美麗的回憶
.....
69



- 14
南寮小吃店新包裝
.....
77



- 15
不同凡響的水泥牆
.....
81



- 16
最有活力的極柑寮
.....
83



- 17
集眾人之力打造的
極柑國小
.....
87



- 18
友善自在的咖啡果園
.....
95



- 19
瑪哩咖啡裡的甕缸雞
.....
99



- 20
東香貓的故事
.....
103



- 21
對土地及先民致敬
.....
107



第一篇

175線的浪漫環境自主營造

本書的旅程，也就是175線的社區小故事，從臺南市白河區的172縣道轉進175縣道到東山區，關子嶺風景區到東山175咖啡公路，溫泉、生態、景觀、美食、採果到咖啡，都是當地的特色，沿線亦有不少值得探訪的景點。

這裡的社區小故事，有餐廳、有咖啡館、有果園農場、有私人住家。這些地點的主人在這次活動中，用自己的力量，發揮巧思和創意，在二個月的時間內改善自己店家或農場的門面，雖然談不上全面性的環境改善，但肯定是環境改善遍地開花的起頭。而本書即是在這個機緣下，進入社區，紀錄這一個過程，認識當地的居民，體驗當地的環境，聽聽他們的故事。

故事的開始

關子嶺是一個很早期就開始發展的溫泉商圈，幾年前到關子嶺的印象就是店家環境，以及商圈和街道，多半都已經蕭條很多，許多角落已經荒廢或堆滿了雜物，商圈也呈現較為老舊的風貌，去年，西拉雅國家風景區管理處決定在關子嶺舉辦第一次的環境自主營造競賽，希望藉由居民的力量，共同來改善這個屬於大家的地方，因此，開始針對關子嶺的幾塊空地、雜亂的店門口、或是街角堆放雜物的地方進行大改造。居民們花了兩個月的時間，讓這些營造點整個鮮亮了起來，這樣由地方居民齊心協力改善住家環境的美事，也像遍地開花一般傳了開來。今年，邁入了第二個年頭，管理處希望繼續深化，投入的自主營造的居民也越來越多，參與者用自然的材料，較趣味的工法與裝飾，為在地的公共環境及土地進行改善，所完成的成果，更讓來訪的遊客們都大吃一驚，有些已經開業很久的店家在營造過後，甚至有遊客詢問：「這是新開的嗎？怎麼之前都沒發現這裡有間店？」遊客們的好奇與友善回應，對參與的居民是非常大的鼓勵，也讓他們更感到無比的成就感。

今年，居民們嘗試著從仙草埔、關子嶺、南寮地區延著175縣道一直到東山區南勢村一帶來進行改善，讓當地的景觀美化，營造的成效擴展開來，這遍地開花的期望，也一步一步的實踐了。這個過程，使得居民們對周遭的環境產生了感情，也對作品產生了信心，更對生活品質與美感有了更多的重視；而這樣一路走來的過程，也發現在每個參與者揮灑汗水的同時，就像在努力的訴說著他們一段動人的故事。



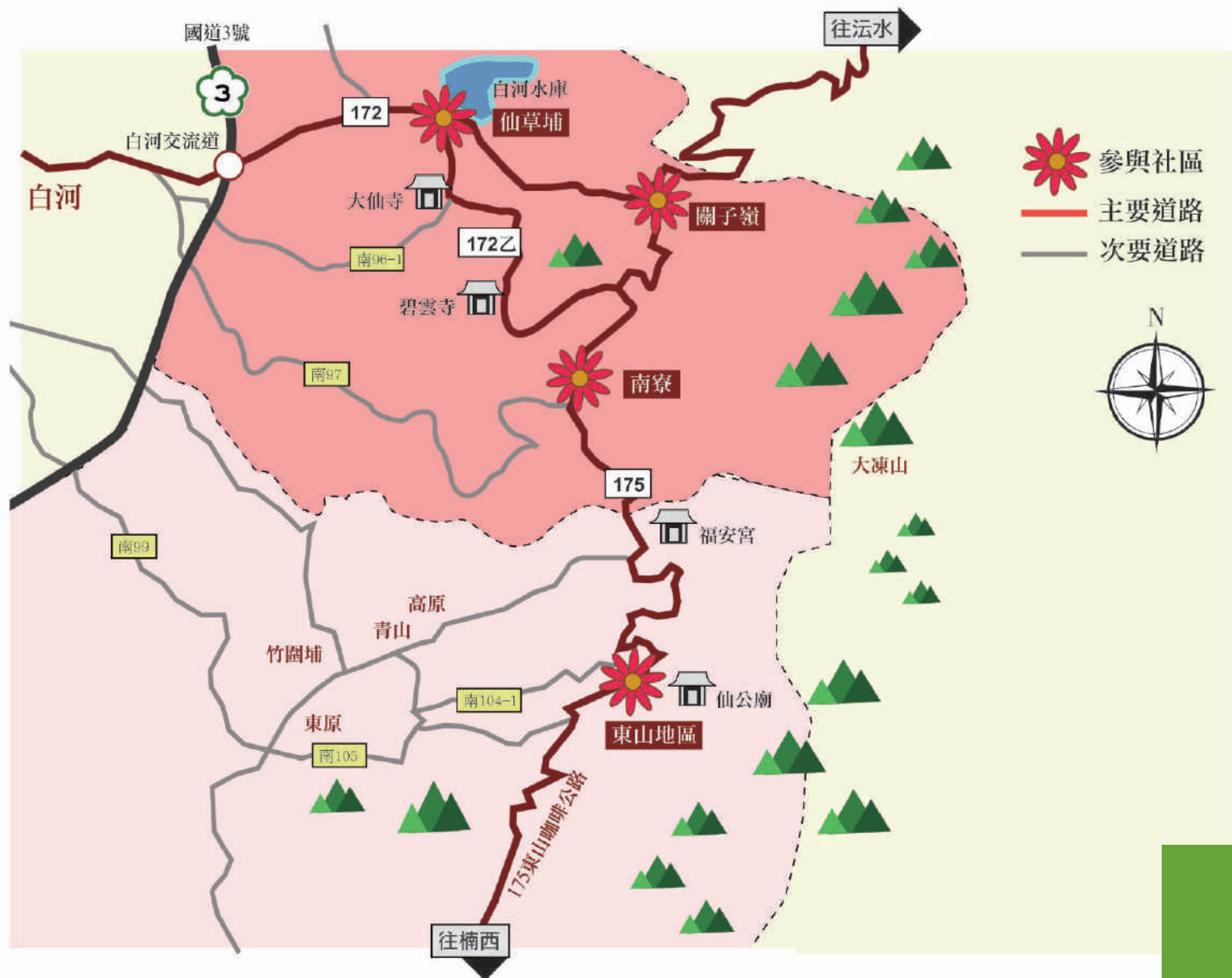
遍地開花的實踐：175浪漫咖啡公路

「175浪漫咖啡公路」：是這裡的居民想要呈現給前來遊客的印象，他們希望可以傳達自己對自身土地的情感，展現當地自然、人文、景觀、風俗民情的愛情故事。這裡的居民運用了各式各樣的材料及趣味、自然的工法，進行設計及施工，並展現他們最用心的成品與成果展現。

時間過得很匆促，短短的兩個月，輔導團隊和居民們一起討論、上課、熬夜、流汗、製作、趕工…到最後終於完成了每一件獨一無二、無可取代的環境營造作品，而當你在175浪漫咖啡公路上，每家每處逐一走訪的同時，更會發現，這不只是汗水交織而成的作品，他們還能一一道出作品背後動人的在地故事。



- 1. 輔導員協助與參賽居民討論營造想法
- 2. 馬賽克拼貼課程紀錄
- 5-6. 培訓課程作品



仙草埔

- 01 親手打造的奇木小店
- 02 彩虹上的自行車休息站
- 03 是土雞城也是博物館
- 04 關子嶺第一大缸

關子嶺

- 05 老街、老景、老味
- 06 西拉雅公主的色彩世界
- 07 原味老記憶
- 08 回憶中的古早厝
- 09 樹林中的咖啡園
- 10 花與蝴蝶的家園
- 11 為自行車騎士加油
- 12 隱身在生態叢林的咖啡館
- 13 美麗的回憶

南寮

- 14 小吃店新包裝
- 15 不同凡響的水泥牆
- 16 最有活力的極柑寮
- 17 集眾人之力打造

東山地區

- 18 友善自在的果園咖啡
- 19 瑪哩咖啡的甕缸雞
- 20 東香貓的故事
- 21 對土地及先民致敬

175浪漫咖啡公路 營造點分區位置圖



第二篇 社區小故事

在175線的各處，紀錄著每位參與者動人的故事，正等著旅人們一一的去挖掘、去聆聽，在進入175線浪漫公路的同時，你是否已經準備好了？讓我們一同停下腳步，細細的、慢慢的一起走入這充滿浪漫氛圍的小社區吧！



仙草埔 關子嶺

仙草埔

仙草埔的重要景點包含轄內大仙寺、碧雲寺等，香火鼎盛，總是有不少遊客和信徒來到此地，可說是進入關子嶺溫泉區前的一個主要的入口，也是門面。

仙草埔在前往關子嶺溫泉區的必經要道上，沿路最大的特色即是道路兩旁的甕缸雞餐廳，每一間店前方都是木柴和甕缸，經過盡是香噴噴的烤雞味，但也因為當地的餐廳年代都比較久了，店鋪看起來較為老舊，景觀上已經略顯的雜亂，在街上的招牌也顯的凌亂了些，這也是參與社區居民動力的來源，希望可以改善和美化的進入關子嶺的入口環境景觀。

關子嶺

關子嶺是從日據時代沿傳至今的溫泉區，腹地廣大，擁有臺灣唯一的泥漿溫泉，與北投、陽明山、四重溪溫泉，並列台灣4大溫泉區。在這老舊街道上，瀰漫復古氛圍，從上至下分有老街區與新街區，幾乎每隔幾戶就是溫泉旅館，亦提供不同的泡湯主題。

早期，關子嶺溫泉區因為擁有豐沛的溫泉及觀光資源，呈現的景象相當繁華，然而民國60年代後，台灣許多旅遊新興景點推陳出新，關子嶺在缺乏整體開發規劃下，民間各自申請建造的環境、停車場、景觀規劃等雜亂無章，於是逐漸沒落。也鑑於此，關嶺社區協會參與了社區自主營造競賽，於是社區居民開始一起齊力推動，企圖融合在地的精神與故事，靠自己的力量，營造一個自然、屬於本地的新環境景觀。

仙草埔、關子嶺

社區故事點分佈



大家來尋寶~這些寶貝在哪邊呢??

營造
故事

- 01 親手打造的奇木小店
- 02 彩虹上的自行車休息站
- 03 是土雞城也是博物館
- 04 關子嶺第一大缸
- 05 老街、老景、老味
- 06 西拉雅公主的色彩世界
- 07 原味老記憶
- 08 回憶中的古早厝
- 09 樹林中的咖啡園
- 10 花與蝴蝶的家園
- 11 為自行車騎士加油
- 12 隱身在生態叢林的咖啡館
- 13 美麗的回憶



親手打造的奇木小店

奇異咖啡屋

營造者：朱文嘉

營業時間：10:00-22:30

地址：臺南市白河區仙草里172線
金水橋邊

電話：(06) 685-8248

營業項目：餐飲、咖啡、農產品



營造前樣貌

奇木起家、親手打造

會炒菜、會唱歌、會務農、還會一手奇木工藝的朱老闆是奇異咖啡的男主人，年輕時是從事奇木和家具製造的，每一樣建築材料的使用可是熟練得很，因此，這個咖啡館的從無到有，就是朱老闆親自動手，前後花了半年時間打造的；就是他這樣一景一物自己投入的過程，整間咖啡店融入了不少感情，不管是哪一段建材他都記得是在哪裡找來的，也可以娓娓的道出這木頭的故事，走入這裡彷彿也能這一根根木頭的味道感受到它的故事來。

用漂流木和竹材打造的房子，平常主要販賣山產、咖啡與農產品，仔細看它的結構組成，可以發現很多奇妙的構件和巧思，店內一道寫著歌王歌后請入場類似售票口的牆壁，居然是可以移動的軌道牆，一闔上，就像啟動了任意門的開關，房間馬上成了KTV包箱，客人們可以在其中盡興歡樂。最令人覺得訝異的是，牆上的一片竹材中，一朵鮮花插在一陀東西上，近身一看，原來是真的牛糞，老闆開心的說，這個收藏可是很不容易的。



1



2

1. 朱老闆自製的活動隔音牆
2. 朱老闆和老闆娘



在這裡你可以很隨心所欲的放鬆，他就像是一個讓人自在的休憩站，在奇木造景裡，和美化環境後的園藝、小動物一起徜徉其中，不一定要消費，也可以進來園區中逛逛，體會一下老闆的用心。

隨意、回憶

說到這次環境營造的構想，老闆說他就是想用建造咖啡店的理念來營造輕鬆自在的空間，他說回憶是浪漫的，因為這是他和老婆一起努力的果實，他們的回憶呈現在新設置的木製看板上，裡面放著店裡有趣的照片，每張照片的故事他都以娓娓道來，與客人們分享，展示牆上甜蜜笑容的老公公、老婆婆娃娃就和他與老闆娘一樣，過著平靜安穩的生活等待有緣人來訪。



1. 店內陳列的農產品
2. 戶外的空地上到處都是老闆的奇木作品



營造後的空地隔牆充滿7-11的風格

彩虹上的自行車休息站

7-11 (仙草埔門市)

營造者：陳美如
 營業時間：24hr
 地址：臺南市白河區仙草里
 仙草6之30號
 電話：(06)683-2662
 傳真：(06)685-2026
 服務：



營造前樣貌

簡單中帶出的特色，進入175線的最後一間SEVEN

在台灣，便利商店高密度的在各個地方林立著，就拿7-11來說，平均每4,900人就會有一家分店，是全世界密度最高的，無論是停車、休息、用餐、上廁所、購物，我們的生活都離不開他，在風景區裡7-11就像是一個休息站的主要地標，仙草埔的seven卻是接下來175線二三十公里路程的最後一間，也讓這間SEVEN對外地來的遊客們來說是非常重要的起點。175公路亦是不少自行車騎士的挑戰路線，也會有不少自行車騎士在此集合前往，因此這間SEVEN也是重要的自行車聚點。

您是否發現有什麼不一樣了呢？現在這7-11可是全台僅有這種造型的，營造後，7-11獨有的綠、橘、紅、白四元素色彩填滿整個前院，改變了原來的氣氛，加上綠化以及7-11色調彩繪的自行車，讓騎著自行車的旅者，不自覺被這股熟悉感給吸引，也讓遠處的遊客一眼就能認出這家便利商店，除了突顯7-11特色，也美化整體店面的視覺空間，讓經過這彩虹上自行車休息站的旅人們不經駐足，休息一下，再上路。

改善過後的一角

從一個堆放垃圾的角落
 改善為一個較活潑與綠化的小空間。





是土雞城也是博物館

山景土雞城

營造者：王文永

營業時間：10:00-22:30

地址：臺南市白河區仙草里
62-20號

電話：(06)683-2118

營業項目：餐飲、甕缸雞、咖啡、農產品



改善前

探險後的戰利品

一進入山景土雞城，香氣逼人的烤雞味撲鼻而來，讓人不禁食指大動。店內放眼望去，滿滿的名廚、明星與主人的合照，加上熱情的店員來回穿梭，不難看出其受歡迎之程度。16歲就開始進入餐飲業的王老闆，燒出一手好菜，親切、熱情就是這家店給人們的感覺。

注意嘍！別只顧著享用美食，整間店從裡到外都可以看到主人的寶貝收藏品，在整間店用餐空間的周圍，擺放了各種奇形怪狀之奇石、化石、蜂窩、奇木…等等，想知道這些有趣的寶貝如何來的嗎？其實，王老闆平時喜歡到台灣各處的山區、溪谷、森林探險，身為消防義工隊隊長的他，一向有冒險犯難的精神，也因為有受過專業的訓練與專業的配備，所以常常深入平常人無法進入的深谷野穴中冒險。除了收集，王老闆也會用這些物品創作一些有趣的裝置；擺在店的四處看起來就好像一間小型的藝術文物館般。

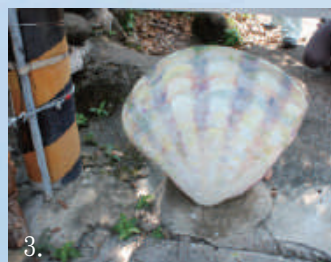
老闆的手工藝品創作

王老闆利用撿拾到的漂流木和魚骨組合而成的創作品。



從戰利品的陳列到浪漫的展示

在這次的环境自主營造，王老闆興奮的把他的壓箱寶都挖出來，變成一個他精心佈置的情境，每一個角落都有他的寓意存在。而這次展示的重點則在於這些展品都是關子嶺一帶的溪床和大棟山一帶收集來的，一個個都是大自然的傑作，仔細觀察會發現上面遺留著不少貝殼化石，訴說著數百萬年前大棟山是在海底的故事，而王老闆也用這些收藏講著關子嶺過去的故事



1. 這次的主景之一「蜂窩森林」，王老闆把他的過去的戰利品大蜂窩搬出來掛到自己處理過的樹幹上。

2. 貝殼彩繪(正面)

3. 貝殼彩繪(反面)

由未經處理過的石頭有如貝殼的造型

4. 由糾纏在一起的枯木加以創作而成的夫妻樹是老闆最喜愛的作品。

5. 戶外一整排枯木與奇石擺飾都是由王老闆從山區收集而來，石頭上面都有各種的化石，他用這些化石跟訪客說的關子嶺的地理和過去的故事。

6. 熱情的王老闆





關嶺第一大缸

竹茅土雞園

營造者：蘇石梗

營業時間：10:00-21:00

地址：臺南市白河區關子嶺

紅葉隧道入口前100公尺處

電話：0933-581983

營業項目：餐飲、甕缸雞



改善前樣貌

關子嶺甕缸雞開山祖

「竹茅土雞城」在紅葉隧道口前，這間用竹子在山邊搭起來的土雞城據說這是關子嶺區第一間甕缸雞山產店；在關子嶺長大的蘇老闆，早年在外地工作過一段時間才回到故鄉關子嶺經營他那10甲大的竹林地，他說當時，關子嶺非常熱鬧，常常從隧道堵車到他店門口，看著眼前的車流；便靈機一動，決定在這開間山產店，於是這個用竹子打造的土雞城就這麼出現了。

當初，一直是請廚師來店裡煮菜，後來為了讓每道菜餚更充滿人情味，所以將所有絕活學下，自己掌廚。想當年，高朋滿座的盛況，常常從早上九點營業到零晨兩點，滿滿的客人，好不熱鬧啊！招牌的烤雞還讓不少旅人一再回來品嚐。

除了美味的山產外，主人亦是這家店的招牌活寶貝，愛講故事的他，早年可是「倒退車隊」的隊長，聽著他帶領一夥人倒車前往台北的瘋狂故事，可說是在山城裡的一大享受，吃著山產、聽著故事，似乎自己也回到了那輝黃的舊時光當中。



1. 關嶺第一大缸完工狀態
2. 竹茅土雞園店內的下午時光
3. 店內的活寶貝「蘇老闆」講故事時手舞足蹈、滔滔不絕的模樣，他總是把歡樂帶給在場的每一個人。

逗趣的土雞城老先生

在經營土雞城的時間外，蘇老闆平時還是要處理農務的；某天，清晨五點，天色仍然昏暗，蘇先生就進入竹林砍竹筍，他說竹林裡山路不好走，讓我稍晚在紅葉隧道附近的空地與他碰頭；不久之後，他在電話裡用誇張且興奮的口氣大喊，今天要表演抬一百斤竹筍給我們看，遠遠的只見他挑著裝著滿滿大竹筍的扁擔，邊走邊喊「快來拍歐…這次一定有一百四十斤了啦」…他說今天這些賣掉就可以賺個四千塊左右，倚靠著發財車，陽光下他滿是汗水、滿足笑容的他，我也感受到那滿滿辛勞工作，豐富收穫的幸福感了~



蘇老闆在鄉間的生活也是十分忙碌，這是他竹筍大採收的情景



1.施工草圖
2.開始堆疊第一大缸
3.蘇老闆親字書寫店家招牌

關嶺第一大缸

這次環境自主營造的主題，他希望在原本的甕缸旁打造一個「關子嶺第一大缸」，就如同他和土雞城一樣簡單有魄力；他看著施工到一半的大甕缸，和一旁陪他開業15年的兩個小甕缸，好像他的小孩慢慢長大了一樣，就和他的土雞城一般，一直成長下去。

藉由這兩年的活動，蘇先生改善了原本越來越破敗的店面門口，也養成習慣照顧自己的營造點；這也是環境自主營造活動希望看到的成果之一，也就是關心起了自己身邊的環境並持續的維護美化；如此一來，環境才有可能自主的改善並擴展開來。



溫泉老街的山產店

關子嶺富盛名的為溫泉文化，在日據時期與陽明山、北投、四重溪、知本並列台灣五大溫泉，為全台灣唯一的泥質溫泉地區。而百年的老街在歷史變遷中仍保留著傳統日式建築特色，因此，老字號的溫泉老店和旅館在老街裡都還可以看見。

進入關子嶺溫泉老街，正面對的是一間融和中式與日式的山產店。一入店裡馬上就可感受到濃濃的中式風格，而店內竹子、小雨傘、古典屏風等擺設，又帶出早期日本時代的老韻味，這是「老街山產美食」。在當地長大的吳老闆，是餐廳學徒起家，前幾年選在老街的街頭開店，壓力很大，但也慢慢地經營出自己的特色與風格，很多菜色也都是他獨創的口味與用材，客人都讚不絕口。



老街、老景、老味

老街山產美食

營造者：吳振坤

營業時間：10:00-21:00

地址：臺南市白河區關嶺里18號

電話：(06)682-3369

營業項目：餐飲



改善前樣貌



1. 吳老闆佈置的竹筒藝品



2.



3.

2. 關子嶺老街的百年溫泉旅店

3. 老街山產美食入口處



施工中的吳老闆

店家優惠方案：

來本店消費即贈送小菜一盤，消費滿千再享九折優惠。飲料、酒類及現有優惠方案除外。（活動至2012年10月止）

玩老味

吳老闆本身就愛好收集古樸的古物，於店內擺設了許多日製時期的物品，樑柱與玻璃上都有精緻的雕刻，令人眼睛為之一亮。因此，老闆透過此次自主營造，以懷舊為主題，希望以老街山產古意的環境氛圍來呼應當地懷舊的特色。他將收藏已久的腳踏車當成店外的主角，是店門口的意象特色，還心細的設計了一個迎賓奉茶的空間、板凳，歡迎來訪的遊客歇個腿，喝杯茶；在主人如此精心營造下，讓只是過路的遊客都忍不住想進來瞧瞧呢。



2



3

1. 老闆用收藏珍貴腳踏車裝置成的懷舊角落
2. 熱情與輔導員討論的老闆
3. 杵臼與馬賽克拼貼



五福園的由來

店前院有五棵巨大的龍眼樹，而龍眼俗稱「桂圓」又是「福園」的意思，這就是五福園店名的由來。這每棵龍眼樹的軀幹屹立、枝葉茂密如傘；春夏秋冬又有不同的趣味，可以讓遊客們共賞，在店內的樹下品茗、品酒、品佳餚，十分具有風味。當地的耆老說，龍眼樹已經七八十歲了，就像是和他們一起長大的同伴，充滿著回憶與情感。其中有一株的龍眼樹撐起店內一整間的樹屋套房，是本店的主要特色之一。



西拉雅公主的色彩世界

五福園溫泉美食館

營造者：段淑云
營業時間：10:00-21:00
地址：臺南市白河區關嶺里
31-15號
電話：(06) 682-2199
網址：<http://mmweb.tw/34655/>
營業項目：餐飲、甕缸雞



改善前樣貌

- 1.五福園正面與樹屋
(去年段理事長以「一網情深」為主題，做了幾張蜘蛛網，並搭配了大量的彩繪讓原本無趣的牆面亮了起來。)
2. 理事長的巧手工藝品





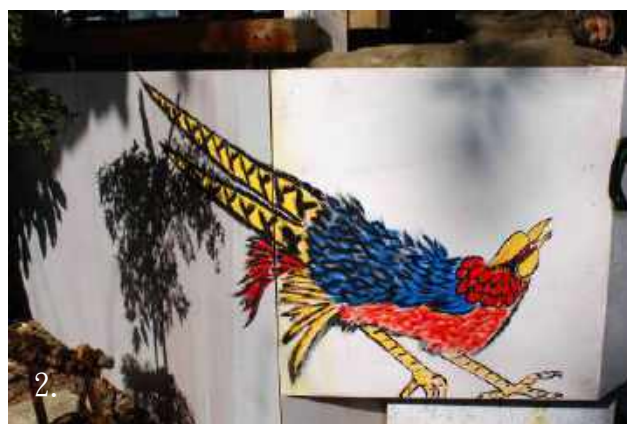
1. 店內用餐區一角被改造為一個小花園，栽滿了各式植栽。
2. 理事長自製的大蜘蛛
3. 斗笠彩繪
4. 原本店內堆放磚頭的地放方轉眼變成水生植物的空間。
- 5-6. 理事長平時創作的皮雕和編織物，在自己熟練後就會在社區開班讓大家一起學。



創意就是從生活周邊的小物發揮而來

五福園的主人是社區發展協會的理事長，是個熱心又熱情的西拉雅族公主，除了忙著社區服務，也發揮了原住民族的藝術感，喜歡親手做些簡單的工藝品，像是皮雕、編織或插花等等，還喜歡與社區居民們互相交流，分享經驗。細瞧著店內的裝潢佈置，處處可以發現段理事長用心完成的作品；五福園就像是他的一座舞台，由生活發揮無限創意，讓店內的一景一物充滿了繽紛、歡樂的氣氛。





1. 原有的彩繪小叮嚀
2. 五福園內處處是理事長的創意
3. 營造後的馬賽克小叮嚀

用色彩妝點門面

自從去年自主營造競賽開始，段理事長就一直是個重要的靈魂人物，負責帶領地方居民動起來，無論動工或完工，她的進度都領先所有的參賽者，是一處良好的典範，因而也燃起了大家的鬥志。

理事長身為當地的大家長，在進行手工藝製作時，仍像個女孩一樣地細心且熱情奔放，尤其在顏色的表現上更是大膽；彩繪的牆面，今年多樣化的色彩，如紅磚、石塊、馬賽克磚、廢棄物品、布料和草花等，巧妙組合，重塑餐廳外的空間形象，整個庭院煥然一新。以馬賽克磚拼貼而成的多拉A夢甕缸，非常引人注目，已經成為關子嶺當地的重要地標之一了呢。





用老房子重新拼出的老味道

檜木屋，由店名就可道出整體店面建置的木料—檜木。店內裝潢令人驚艷，想當初，老闆將當地老房子拆毀下的廢棄木料重新加以運用，拼湊成具現代藝術感的創作品，如餐桌透明玻璃墊下方的木塊堆，就是老闆的巧思之一，除了用餐之際能有不一樣的視覺饗宴外，也讓美食別有一番風味。

店內布置以紅磚壁紙牆面營造復古磚牆屋的感覺，搭著老舊的照片、童玩遊具及早期農家家具與飾品等，處處散發著懷舊氣氛，來這裡用餐的客人也能就如同回到家的家人般，那樣地溫暖、幸福。



原味老記憶

檜木屋原味山產美食

營造者：朱哲睿

營業時間：10:00-21:00

地址：臺南市白河區關嶺
里43-2號

電話：(06)682-2199

營業項目：餐飲、甕缸雞



改善前樣貌



1.



2.

1. 用廢木料拼出的牆面十分有質感
2. 餐點用料實在，桌椅都以廢木料重構

用木頭讓店面更到位

延續木製的風格，從原本一面普通的木牆經由一番工夫的雕塑及裝飾，打造出獨特的刻花藝術，讓整面矮牆及外觀變得更加精緻且富有質感。整家店在老闆的細心及用心下，讓這木製環繞的原味餐廳更具有原味。

來到關子嶺，最主要的特殊景觀水火同源是一定要看的。因此，檜木屋老闆大膽地在自家門口，嵌入一座小型的水火同源景觀供路過旅人觀賞，每個夜晚，倒映於水中的火影，成為該店一大特色。



1.

1. 用餐區窗戶十分有復古味道
2. 店內用老木料拼出的桌面
3. 店內的舊溫泉區老照片

店家優惠方案：

凡來本店消費滿千元，即打九折再送小菜一盤，飲料、酒類、合菜除外。（活動至2012年10月止）



2.



3.



拆了就走味的古早厝

在檜木屋對面，有另外一家有趣的店面，古早厝。會取名為古早厝緣由是當初在老屋重建時，是依照原來的房屋仿建出來的，但經過幾次的裝潢整修，已不復見早期古早的感覺。可愛的王老闆為此也透傷腦筋，但透過此次營造後，整家店雖然還是未有古早味的感覺，卻多了點可愛與溫馨，親和力十足。

王老闆雖然看起來有一絲的粗曠感，但有著一雙靈巧的手和溫柔的心，幽默談話間，總能帶給大家歡樂，店內的歡笑聲就是本店主要招牌喔！來這裡，少不了如家人般的款待，用輕鬆的心情，盡情的吃吃喝喝。



回憶中的古早厝

古早厝山產快炒

營造者：王國鐘

營業時間：10:00-21:00

地址：臺南市白河區關
嶺里45號

電話：(06)682-2210

營業項目：餐飲、甕缸雞



改善前樣貌



1



2

- 1.古早厝的老照片，王老闆希望店面能回到那時的样子。
- 2.王老闆在營造時仍不忘幽默，堅持先做一隻憤怒鳥。



1



2.



3.

施工快手

在環境營造競賽中，古早厝的立面翻新，王老闆在最後時段，用一夜佛腳的精神，不眠不休的瞬間完成，讓大家都開了眼界，了解人類的本能無限這個道理。



蓋不回來，就畫出來吧

店的舊外牆原是用水泥及大石頭砌成的，給人難以親近的感覺，整體視覺也不太協調，經過改造，老闆決定用當地最原始的材料「原木」，來把堅硬的石砌外牆柔化，放上了盆景綠化和活化，讓古早厝更有生氣；老闆還把以前古早厝的舊照片烙印在原木上，這就是這間店變遷的故事，來這裡可以一起回憶早期的舊時光。和老闆對家園深深地的心意。

1. 老闆日夜趕工現場紀錄
2. 將老家的影像烙在椅背上
(在完工前，王老闆拿著老家的照片，把鐵絲燒紅，把老家的影像依著照片的樣子烙在椅背上永遠紀念。)
3. 馬賽克拼貼練習
4. 營造點完工全貌



樹林中的咖啡園

關子嶺往大棟山的方向，有一條往紅葉公園的岔路旁，裡頭有座隱身樹林的秘密咖啡園，主人翁是關嶺社區之咖啡大盤商，因著對咖啡的熱愛，買下五甲地，憑著一顆摯熱的心來栽種咖啡樹。滿山谷的咖啡果實，已成了關嶺區不可或缺的貨源。除了咖啡樹，主人的太太特別喜愛花草，咖啡園的造景可不比其他園藝師遜色，只要是能開能長的植物，她都能種的起來，也有不少遊客會跟和他們要幼苗回去移植栽種呢！

園區內有著800多棵肖楠，2,000多株的肉桂和楓樹，還有1,800多株的咖啡樹，各種大小還有叫不出名的樹散佈在園區，幾條小步道和生態池在其中，一年四季，都有不同的樣貌，秋冬的楓紅，春天波斯菊的綻放、還有五月咖啡花、八月咖啡青果、到了九月結實磊磊的咖啡紅果…每個季節有著他不同的景致。

1. 王老闆指著在森林中的紅葉咖啡園
2. 九月咖啡果實正在轉為紅色



樹林中的咖啡園

紅葉咖啡園

營造者：王清志
地址：臺南市白河區關嶺里
3鄰59號
電話：0972-027133
網址：<http://blog.maplecoffee.tw/>
經營項目：咖啡種植、苗木



改善前樣貌

一步一步的打造

踏進咖啡園，正是九月正午最炎熱的時候，路旁一個戴著斗笠的辛苦老人家正在樹下挖土、施肥，打聲招呼，才發現他正是園區主人王清志。王老闆邀請我們到一旁的亭子休息；聊著來這兒的故事，他說實在非常喜歡咖啡和植樹，才到關子嶺買了這塊地，一點一滴的慢慢的開墾，今年已經七年了；才有著這樣的成績。

看著老婆騎著電動車在園區東看西找，繞了許久或許只為了一粒成熟的咖啡果實。忙碌的採豆、曬豆、挑豆，只為呈現最新鮮的當季咖啡豆，費盡力氣來回數趟也只不過採到數磅的咖啡果實，覺得再辛苦，收穫都是甜美的。咖啡園裡的咖啡，一棵樹一年平均產量只有2磅，可說是非常珍貴的。

1. 繪製咖啡豆
2. 王太太的馬賽克拼貼
3. 園區裡的作物特寫
4. 咖啡園老闆特製出的香濃咖啡



長滿咖啡豆的石頭

咖啡園佔地廣大，但路人可能會不小心就錯過了，為了讓多旅人可以不要忽視這個小空間，王老闆參加了這次的自主營造，在入口的一片空地上，砌石堆起了一座基石，上方立著一個他自豪的大石頭，因為這是他從大棟山上，萬中選一的一顆巨石，刻上咖啡園的名字，在基石旁種滿花草與藤蔓，相信下次大家前往的時候，就可以看到王老闆用滿滿大顆的咖啡豆和花草組成的美麗砌石基座歡迎入口，在歡迎每個遊客都可以入內走走，喝杯熱呼呼的咖啡了。



蘭花之家

從關子嶺最熱鬧的街區往全臺南最高的大棟山主要道路上，175公路的支線，有條登山步道，每個星期都有不少的登山客來這裡登山健身，道路兩旁除了幾間溫泉旅館外，在幾戶平凡的民宅旁，有個令人眼睛為之一亮的溫馨庭園，這就是胡班長蘭花之家了。

這庭園的男主人，在二、三十年前曾是關子嶺椪柑產銷班的班長，當時關子嶺的椪柑頗負盛名，之後轉栽植國蘭，在台南市區南門假日花市設攤，因此，稱自己的庭園為“胡班長蘭園”。他們的住家因為有蘭園栽培區，雖然沒有整頓開放為觀光花園來營業，但因為對園藝的專長，也自然的把這整理成一個別緻的小花園。

花與蝴蝶的家園

胡班長蘭花之家

營造者：胡瓊方(女兒)
吳春綿(母親)
地址：臺南市白河區關嶺里94-2號
性質：一般住家



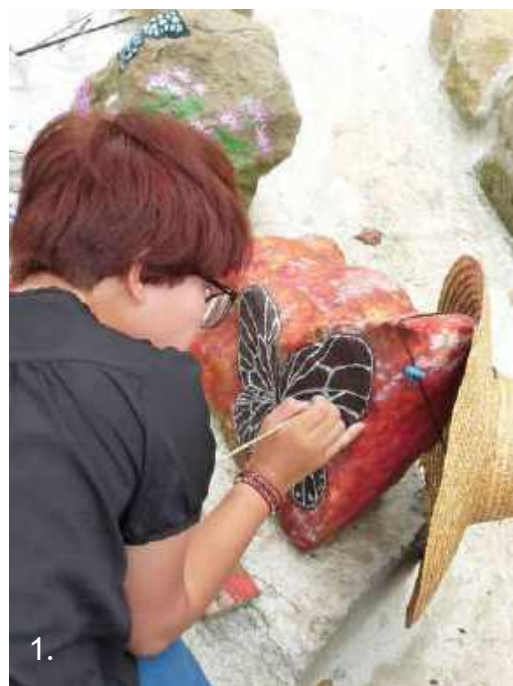
改善前樣貌



1. 石頭彩繪與拼貼
2. 胡宅內的蘭花培育區

全家動員一起營造

胡氏母女很樸實，想著以前生活在關子嶺的美好回憶，翩翩飛舞的蝴蝶和生態，綻放的花朵兒，以及盎然的大地…，於是動員了一家老小，希望能把自己的環境由家的入口到花園都重新呈現，從材料的利用、環保回收品的創作到馬賽克拼貼及彩繪等等，花費不少的心力；胡班長的女兒胡瓊方人在高雄工作，每週都回到關子嶺用心的改造自己的小花園，一步一步的實踐自己心目中的畫面，非常令人感動。也因為他們對自己的環境有深刻的感情，所以，把這個三代生活的環境，用了心的經營，把前庭花園，延伸到大門入口，還有道路的兩旁，讓經過的人們一起來體會這美麗的環境。



看到這花蝶戀的庭園裡不僅僅充滿繽紛的花草樹木、主人營造的創意巧思，也讓我們不禁可以聽到那三代同堂的歡笑，父慈子孝的情感，還有我們要一同愛護家園的真心，懂了！這才是自主營造的精神與豐碩成果。



1-2. 石頭彩繪與拼貼
3. 胡宅內的庭院景觀



1. 胡氏一家施工畫面
2. 立石彩繪
3. 胡家大門外鐵皮的裝置
4. 家前院的翠綠環境



1.



2.



3.



4.



鐵絲擬態的蝴蝶



大門以回收保特瓶剪製彩染的蝴蝶做裝飾，一路飛入花園。

花戀蝶

青山環抱、綠水潺湲，曾經是處處螢飛蝶舞、四季溪流不絕的家胡家主人美麗的家鄉—關子嶺，無論四時遞嬗總有不同的彩蝶到訪的美麗家園，關子嶺真可說是蝴蝶的寶庫。

大門口延續此一主題，以蝴蝶彩繪及回收保特瓶剪製彩染的蝴蝶做裝飾，綁在綠籬上的彩蝶尤如引領人們前來般，一路飛入花園。並以保特瓶製作小吊盆，栽種本地原生植物，如腎蕨、鳥巢蕨、階前草、菜、含羞草等，還有蜜源植物馬櫻丹，展示本地植物、融入自然生態的理念。

A photograph of a lush garden with a winding path. The garden is filled with various plants, including a large bush of red flowers on the right and a white chair in the center. In the background, there is a house with a balcony and a mountain range under a blue sky with clouds.

造景以一彎綠色溪流為主軸，以種植草皮擬做綠水蜿蜒，藉地利之便，可營造出綠水由高處往下流動的視覺感。兩旁分色有層次的種上當時令草花，感受花團錦簇的盛況，間植部份原生蜜源植物如長穗木、馬櫻丹等，呈現原始的風貌。花叢中，利用彩繪石頭、鐵絲及葉脈、野果等素材，製作擬態的蝴蝶散佈其間，增加動感及趣味性；一只重新上漆的搖搖馬，帶出童年的歡樂時光與回憶。



往大棟山路旁的老屋

在上馬賽克拼貼課程時，輔導員們對李太太的印象是，他有一個很溫馨的家庭，為什麼這麼說？因為她的孫子和讀美術系的同學都一起來幫奶奶做馬賽克，子孫四人說說笑笑的，不知不覺就完成了一幅生動的作品。

他們的營造點是一個老房子屋子，位在往大棟山方向的路旁，他們的想法是讓這個路邊的老房子變的比較有生氣一些，因此雖然房子現在已經租給他人居住了，李太太還是花了不少心思美化了這個地方，。



1. 李太太擺放柵欄裝飾
2. 李太太與孫子合影
3. 友人幫忙矮牆的大變裝



為自行車騎士加油

李太太之家

營造者：李王錦垂
地址：臺南市白河區關嶺
里94-1號
電話：0912-793-825
性質：一般住家



改善前樣貌

往大凍山的路上，會經過一間像是鐵馬驛站的二合院小屋，小屋外牆充滿了馬賽克拼貼，是當地特色的畫面，李太太把所學的都融入了，這是他和三個孫子，還有美術系的同學們一起努力的成果，除了每面牆上都有著馬賽克拼出的生動圖案外，和孫子們還在小屋外的大牆上畫了一整面鐵馬騎士，騎自行車攻頂的大圖，彷彿對著這些鐵馬悍將們加油打氣，讓這個民宿多了一份不一樣的味道。



1.

1. 施工紀錄



2.

2. 為了搭配牆上的畫，他們裝上了腳踏車裝置

3. 附近的地標也在拼貼上面

4. 非常有迫力的拼貼與彩繪





隱身在生態叢林的咖啡館

岩頂咖啡

營造者：簡佳緯、簡安妮
地址：臺南市白河區關嶺里65-28號
電話：(06) 682-3339
營業項目：咖啡 美食 桶仔雞
蝶舞 螢飛 蛙鳴 放鬆心靈
腳步 與自然親近
Email: rocktop@hotmail.com.tw



改善前樣貌



1.低調的咖啡館建築體

2.店內的小鳥

隱身在生態環境與藝術創作中的咖啡館

岩頂咖啡又稱岩頂生態休閒坊；如它的店名一般，有著咖啡館的味又好像是一座生態教室，不但可以在這裡用餐，還對來訪的遊客進行生態導覽，園區內滿是翩翩飛舞的蝴蝶，是蝴蝶的復育基地；門口一塊大石頭，和一台年代久遠的關嶺老公車停著，這是他們最顯眼的招牌，通往咖啡館的小步道兩旁長滿了各種由大鬍子老闆親自栽種的植物、花卉與果樹，深入其中真不知是聞到花香、果香還是咖啡香。

每隔一段時間來到這，總是會有不同驚喜和變化，這都是岩頂一家人的巧手持續不斷的營造自己環境的結果；而餐點呢，也如同這驚奇不斷的環境一般，令人充滿驚喜。咖啡輕食搭配著每種不同樣式的可口點心，奶酪、布丁、煎餅，花樣層出不窮，鮮嫩多汁的甕缸雞，咖啡特色的咖啡香腸、咖啡雞；說著說著，都忍不住餓了起來，在景觀優美的咖啡座與綠意盎然的環境中用餐，一邊欣賞店內的創作品與周邊景觀真是來到這裡的一大享受。



1.

- 1.綠意盎然的用餐空間
- 2.店老闆的大鬍子也是本店特色
- 3.咖啡館外面的庭院是蝴蝶復育的搖籃
- 4.咖啡館的早午餐
- 5.去年自主營造比賽簡家姐弟兩趕工狀況

打造爸媽的養老窩

簡家就是靠這咖啡廳的第二代兄妹檔，為了打造老爸、老媽的養老窩，兩人憑藉著在美術方面的天份，把這裡的空間環境大刀闊斧的改造，歷經了兩年，也越有模有樣了。

話說岩頂咖啡在成立前，只是一片簡家的酪梨園，之後改種咖啡樹，經過了六年的時間，才從一個簡陋的臨時亭子，一年一年的變成現在的模樣，去年二月起，咖啡館更開始朝生態環境復育努力，和相關的專家們合作，希望把關子嶺當年的美麗生態再度帶回給來訪的遊客們。



2.



3.



4.



5.



1.



2.



3.



咖啡館的門口擺放著關子嶺第一台
遊覽巴士，是去年才從廢鐵廠搶救
回來的寶貝。

拼出夢想中的自然色調

今年的環境營造中，簡家兄妹兩人，完全投入在馬賽克的世界中，常常課程結束後，還獨自拼到午夜，更在課程結束，大量購買買賽克材料，繼續沉浸其中…，拼貼的作品從門口延伸到了屋內，直到每一張桌子上，都有各種生動有趣的圖案；門口除了那輛關子嶺的舊巴士外，還多了輛藝術感十足的自行車和說是雞卻怎麼也看不出是雞的『奇雞』，前方推進著奇妙的裝置，是個可以轉動的自行車齒輪，兄妹倆說，也許，下一次來得時候，踩著腳踏車，前方也許就會有令人意想不到的奇蹟發生，也是「遇見奇蹟」之意。

1.5. 簡佳緯熬夜施工的狀況
2.3.4.7. 店內的藝術創作



4.



5.



6.



美麗的回憶

竹樹民宿

營造者：楊月華
地址：臺南市白河區
關嶺里18號
電話：06-682-2279
營業項目：住宿(附早餐)



一個人獨自經營一個充滿人情味的民宿和麵攤

路旁的平價麵攤

在關子嶺最熱鬧的餐廳區，沿街都是溫泉旅館和甕缸雞之類的餐廳，這裡有紀念品店和關子嶺唯一的便利商店，路邊開著一間很不起眼的麵攤「茗香」，不像一般的餐廳有明顯的用餐區或是門面，不仔細看以為是別人的住家前面擺個攤子或是還沒開始營業，往牆上的價目表望去都是50元左右的小吃或便當，跟旁邊的店家一比，算是十分平價。



時間到了中午，幾個在附近工作的工人三三兩兩的走進來，也沒有點餐，進入麵攤後面的客廳後自己找位子坐下看著電視，有的人躺在沙發上，有的人端一張椅子就靠著牆休息，也有人彼此交談；麵攤的阿姨在旁邊東忙西忙，一會兒到冰箱翻東西，一會兒又在炒菜、一會兒爆蔥；這就是阿姨麵攤開飯的景象。



1. 趁著工作的空檔，輔導員和朋友們希望她在營造過程能夠感覺到有很多人的力量在幫她，所以在閒暇的時候來到民宿協助她整理民宿環境。
2. 門口的小屋模型也擺上他們當初一起發呆的小椅子。

流浪到關嶺

楊阿姨的麵攤在這邊開了有十幾年了，生性率直的她在此之前，帶著一些傷心的故事自己騎著機車載著茶葉攤，四處流浪，居無定所，四十幾歲那年，碰到了住在關子嶺的先生，才來到關子嶺定居下來，在這邊她開始經營小麵攤也兼賣茶葉，只要有空就會一起到處旅行玩樂，一起經營麵攤，過了些年，她又在附近的景觀很好的空地開了間小小的民宿，只要有空兩人就會到這邊看看風景，坐在民宿前樹陰底下的椅子上，望著眼前的風景一邊聊天然後待上一個下午，就這樣過了好幾年平靜簡單的生活。

充滿夫妻倆回憶的小屋

今年初，陪她度過半輩子的先生因病過逝了，僅留下她一個人住在關嶺，她開始一個人的生活…；一個人起床、一個人去買菜、一個人開麵攤、一個人看電視，偶爾種種花草，時間很多…；近來閒著，阿姨開始想整理她們當初一起打造的小民宿，也許夏季是關子嶺觀光旅遊淡季的關係，民宿已經一陣子沒整理了，前面的小空地堆滿了不需要的雜物也長滿了雜草，各種昆蟲都在這裡爬來爬去；她看著以前她們一起發呆的小空地，想要讓這邊重新活起來，找回過去那些回憶；她開始除去雜草，重新栽植新的花苗，也旁邊的坡地搭了欄杆…。

關於營造的方向，經過一陣閒聊後，我們決定就用回憶的小屋當成主題，門口擺上縮小板的小屋，上面還有兩張他們過去一起發呆看風景的小椅子，看著遠方，這也是她對關子嶺最棒的回憶。



店家優惠方案：
凡來本民宿住宿
即打九折優惠
至102年8月止

完工後的小角落



南寮位在台南市白河區，是個農業村落，主要的作物是青皮極柑，產期為每年10月~12月，是國內最早上市的極柑之一(約中秋過後)，南寮極柑的外皮綠帶點黃，果肉微酸，酸中帶甜，被稱為青皮極柑。

這裡算是一個動力十足的社區，在侯春南理事長的代領下，這次環境改造時也動員了不少居民一起幫忙，在這個看起來冷清的小聚落，本村在這次環境自主營造競賽可說是最大贏家，參賽四戶就抱走了四面獎項。

南寮地區

社區故事點分佈

營造故事

- 14 南寮小吃店新包裝
- 15 不同凡響的水泥牆
- 16 最有活力的柑桔寮
- 17 眾人齊力打造的柑桔國小



這是南寮的寶貝，一起來發掘吧。



大家來尋寶~這些寶貝在哪邊呢??



極柑社區的平價小吃店

從關子嶺沿著175縣道往東山方向，進入盛產極柑的南寮地區，一家樸實的平價小吃店座落於此，這裡不在觀光區內，觀光客較少，但是價格卻平易的近人，女主人寶琴姐曾在餐廳工作，料理方式獨到，在地的食材與特色的料哩，讓許多饕客慕名而來。主人翁是個性情中人，心情一好，就會端出特製的家鄉小菜給駐留的旅人，因此，有許多回流的老客人！

小吃店主人的拿手絕活，可是以白河著名的蓮子搭配的菜餚，不僅吃得健康，也可看出小吃店的創新與對料理的用心，寶琴姐可曾經得過白河地區舉辦的蓮子廚藝大賽冠軍，在當年的報紙可是有報導紀錄的呢！

78

南寮

社區小故事



南寮小吃店新包裝

寶琴小吃店

營造者：許寶琴
營業時間：10:00-19:00
地址：臺南市南寮27-4號
電話：0933-667462
營業項目：餐飲



改善前樣貌

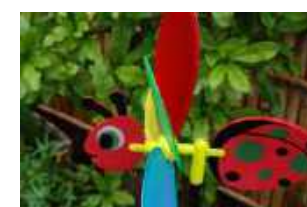


從關子嶺往南寮前進，馬上會在175線的入口看到巨大的極柑，遊人馬上就該知道這裡的特產。



店面拉皮改頭換面

原本路過這，只是一家以鐵皮屋搭建，簡單的路邊小吃店，經過寶琴姐的構思與對自然的崇尚，整間店面像是活了過來，外頭用了竹子、原木、植栽及手創小擺飾，整個外觀都變得活潑又生動，融合拱門型的設計，使小吃店的空間與用餐氣氛都大幅提升許多，聽說還有不少部落客在網上看了照片，就慕名而來一探究竟呢！





畫畫，其實真的很簡單

這裡不是國小校園外，也不是哪個工藝家或政府公共工程的營造點，這居家外的住宅圍牆竟然這麼的吸引人，南寮地區的居民好像天生就有一股對美的愛好與敏感，李先生、李太太就像一對隱身山居的藝術家，融入當地的勤作生活，也對環境有很深的體悟，有時神龍見首不見尾，忙農事去了，但是，聊起天來卻像是許多年前就認識的老朋友一樣，親切、熱情，他們藉著對繪畫的執著及精神，所以把生活的每一時刻與樂趣都當成了設計，呈現在圍牆上。

82

南寮

社區小故事

不同凡響的水泥牆 李萬居之家

營造者：李萬居
地址：臺南市白河區
南寮28號
性質：一般住家



改善前樣貌



主人的巧手繪製



極柑寮的生活

因為種植水果的關係，柑桔寮裡的農人一整年都很忙碌，夏季忙著灌溉、除草，冬季忙著修枝、採收，這一年來，柑桔的收穫，是當地的特產，也是一家經濟的主要來源，吳先生幾乎把柑桔當成自己的小孩一樣，細心照料了，雖說是產果的農家子弟，但弟弟對美術特別有天分，曾從事廣告看板設計，把柑桔寮的外牆當成了一個大畫板，兄弟聯手一同打造了這間卡通似的極柑夢幻小屋。



84

南寮

社區小故事



最有活力的極柑寮

吳榮華極柑寮

營造者：吳榮華

地址：臺南市南寮28-3號

性質：一般住家、農舍



改善前樣貌



2.



3.

1. 柑桔寮中挑選果實大小的過程
2. 吳先生忙碌的整理剛採下的果實
3. 挑選柑桔的機器

從鐵皮屋中長出兩棵大樹

這是一面不起眼的水泥牆，和一棟灰矇矇的鐵皮屋，兩層樓高的小屋子裡，堆滿了各式農具與木材，鮮少有人進出，就像一個小型的儲物間，當你經過，絕不可能駐足停留或是有所印象，然而，在這次的自主營造活動後，鐵皮屋似乎有了新的生命，沿著窗櫺長出了兩棵大樹，大樹上長年的結實磊磊，好不豐碩。

用創意點亮生活空間

吳大哥以椪柑樹的四季變化為核心概念，在鐵皮屋的兩個窗櫺的牆面上，畫了一幅由春到冬季節不同的椪柑樹，讓經過的遊客們能一目了然，認識椪柑的生長過程。而最重要的靈魂人物，就是他牆面上的那兩球柑桔玩偶了~栩栩如生，像是要從牆面裡跳出來，熱情的歡迎來吃柑桔一樣，模樣十分逗趣可愛，若是你經過這，一定會忍不住要和這兩個靈魂人物拍張照留念。在外欣賞著柑桔寮的美麗圖畫，入內吃顆甜美的橘子，以及體驗一下柑桔分裝的過程，真是鄉村旅遊的一大享受阿。



牆壁彩繪施工中



吳家夫妻一起在椪柑寮生活



1. 完工狀態
2. 鐵皮屋入口
3. 鐵皮屋入口旁裝置



南寮社區核心

南寮活動中心原是關嶺國小地方分校，但是，因為產業及人口的轉移，年輕人與居民外遷，人口縮減，小學變成了社區活動中心，也成了南寮社區居民的核心點。居民活動及會議都在這裡舉行，但因為建築物沒有特別明顯的特色及標示，很多人經過了，也不會特別留意，侯春南理事長於是決定集合當地居民的力量重新來打造這個社區的家，重現社區活力。

88

南寮

社區小故事

眾人齊力打造的柑柏國小 南寮活動中心

營造者：侯春南
聯絡方式：0911-602646
地址：臺南市白河區
南寮47-3號
性質：社區活動中心



改善前樣貌



1. 新完工的牆面
2. 南寮柑是當地最重要的特產
3. 侯理事長親自帶領居民施工



1. 活動中心入口意象完工後擺上的木頭人偶
2. 極柑水壺現在在當地越來越多角落出現了
3. 完工後全景圖

極柑村

看到牆面的關子嶺之歌，聽著侯大哥講古，邊唱起了這首歌，時空好像回到六七零年代，牆面上的女人，和畫中的男人一起採著極柑，我幸福的笑了，這不就是簡單的浪漫嗎？農村裡的農夫農婦們辛勤、樸實的生活著，夫妻倆一起攜手，悉心照顧著如他們孩子般的果樹，為了身旁最深愛的家人，看到了這景象，是否也想起了身旁最親密的家人了？

除了牆面，活動中心前的綠地也可以看到創意的小作品，一壺一壺的燒水茶壺結合原木材料，原來這個當地特色的裝置藝術，是一群群極柑正在坐著蹺蹺板嬉戲著啊！活動中心現在清新、明亮，趕快來感受一下居民的熱情吧。



東山地區幅員廣闊，本次參與自主營造的居民則均在南勢里一帶，也是一個農業村落，本地東南與嘉義縣大埔鄉鄰，南面與楠西區及六甲區為界。四面環山，風景秀麗。里內有享譽全省之廟宇—孚佑宮及露營之好去處—小瑞士。里民生活勤勞、簡樸，全里以種植果樹為生，主要產物為椪柑、龍眼。



東山地區

社區故事點分佈

- 18 友善自在的咖啡果園
- 19 瑪哩咖啡的甕缸雞
- 20 東香貓的故事
- 21 對土地及先民致敬





採果、咖啡、看日落

柑園如其店名一般，是一處果園，但因為果園的風景極佳，所以老闆在果園的平台處搭舍了簡單的戶外咖啡座，讓來訪的遊客可以在這裡喝咖啡、看風景。

然而，柑園因為入口處不夠明顯，當遊人沿著175咖啡公路行駛看到柑園時，常常會以為出入口處是一座公園，因為招牌不顯眼的關係，很多人就這樣差肩而過，主人吳老闆也一直在苦思能讓人注意到的他的果園的方法。

友善自在的果園咖啡 柑園

營造者：吳振廷
營業時間：10:00-1900
地址：臺南市東山區高原里
90號（175公路11.5k）
電話：0988-581337
營業項目：咖啡、餐飲、採果
體驗



改善前樣貌



1. 柑園喝咖啡的地方
2. 採果中的吳老闆



不起眼的路邊 - 一個自行車騎士的友善空間

營造點選在入口處，為了改善位置不佳的招牌，老闆特地自己釘了一面牌子擺在心目中的好位子上，一定堅持招牌的其中一面是這裡日落的景象，另一面則是清楚的店名及香濃的東山咖啡，還有一台彩色的腳踏車，為的是讓自行車騎士感覺到有個歡樂他們的休息站，現在，經過的遊客經過還會倒車回來拍照呢，以後如果看見木牌上有幅美麗的日落，別忘記下來走走，順便欣賞就在眼前的日落。



1. 店內老闆與馬賽克拼貼練習成品開心合照
2. 看板反面(用日落為主題，呈現他們的景觀特色)



1.



瑪哩咖啡的甕缸雞

瑪哩咖啡

營造者：李憲堂
營業時間：10:00-19:00
地址：臺南市東山區東山區高
原里(175公路11.3k)
電話：0935-710599
營業項目：咖啡、餐飲



改善前樣貌

甕缸雞比較有名

在175線上的咖啡店都有一個特色，就是大部份的店家都有賣甕缸雞，儘管如此，瑪哩咖啡店的主人李憲堂希望打造一座有氣氛又舒適的咖啡館，但是店中較有名氣的商品是皮酥肉嫩又香氣十足的甕缸雞和熱炒，也讓在這裡享用甕缸雞的客人可以體會一種在氣氛優雅的咖啡店中吃熱炒的奇妙體驗。

1. 店內有名的脆皮甕缸雞
2. 這次營造競賽特別製作的特大咖啡豆
3. 每天吃這裡的粗肥臘腸狗
4. 主人的巧手打造的裝置



2.



3.



4.



趁著這次活動，店家將門面原本亂糟糟的樣貌徹底翻新，老闆依然希望整間店朝咖啡館的形象塑造，一個巨大的咖啡杯就懸在空中，而特大號的咖啡豆則在門口的欄杆旁如音符般的跳動；當你來到這裡，一旁的音響撥放著輕快的音樂，遠方的山景則在一旁安靜的在那兒，烤雞的香味撲鼻而來，這裡絕對是一個很好的休息站。

1. 店內櫃台也是十分有味道
2. 店門口現況
3. 巨大咖啡豆現況
4. 店中香噴噴的甕缸雞
5. 施工紀錄



店家優惠方案：

拍一張最喜歡的瑪哩咖啡一隅並PO上網(部落格、臉書…)或至各大美食推薦網站推薦本店,即可享有東山有機咖啡八折優惠!(僅能使用一次,不限杯數)優惠期限2012. 06. 30止



對水果和咖啡都很在行的林老闆

八月是龍眼的旺季，進入園區店內，只見整間店一樓地面上都是剛採收下來的龍眼，裡面的人忙著整理龍眼裝箱，有點不像咖啡廳的味道，主人林振隆先生也是埋頭於龍眼堆中，一邊整理龍眼一邊跟我們講東香貓咖啡的故事；林振隆先生，原是東山的果農、台南東山果樹產銷班班長，也是果樹高級班指導老師，他認真積極的做事態度，照顧出甜度極高的極柑、帝王柑、貓鑽石龍眼等水果。當東山興起咖啡風潮後，他開始投入咖啡事業，栽培出枝葉茂盛、果實累累的咖啡樹，也和他太太一起經營起東香貓咖啡。

在這種用心的態度下，東香貓咖啡的主人從事咖啡種植資歷雖淺，但其所投入的心力卻讓人讚嘆不已。他從咖啡豆採收之後的曬製及烘焙過程中做了很多的實驗，反覆記錄對照。果真讓老闆烘焙出與一般咖啡豆顏色和氣味不同的咖啡豆。

104

東山

社區小故事



東香貓的故事

東香貓咖啡園區

營造者：林振隆
營業時間：11:00-19:00
(預約可延長時間)
地址：臺南市東山區南勢里
田寮29號
電話：0937300623
營業項目：咖啡、餐飲、
生態解說、採果體驗



改善前樣貌



2.



3.

1. 夫妻倆一同經營的咖啡園區和果園
2. 林老闆認真的煮咖啡
3. 每年八九月是龍眼的採收季節，咖啡園區的人們忙著整理農作



1.2.4.施工中的砌石水泥貓塑像

3.東香貓告示牌

5. 忙於龍眼季節的東山咖啡

6. 完工後全貌



3.

夫妻倆的幸福咖啡館

在這次環境營造的規劃上，林先生一樣把這個金額不高的比賽當成一件重要的事在看，他想創作幾隻東香貓在門口，找了園藝界的友人一起施工，利用砌石和水泥等素材，創作了一隻東香貓、一隻麝香貓和一群小貓，讓咖啡園區門口看起來生動活潑，他也可以藉由這些貓說很多故事給來這邊的朋友聽。



東香貓？麝香貓？

他說著「東香貓」的典故在他心中有好幾個；一種就字面上來看，「東」代表的就是東山也就是本地特有的產品，「香」指的就是咖啡香，喝咖啡這行為也是一種健康的意思，「貓」則是招財；另一則則是這邊咖啡真正的特色，標榜的是東山的麝香貓咖啡也就是林老闆特別由「麝香貓咖啡」產生的方式轉化過後的咖啡製作方法，透過獨特的烘焙技術製作，創造出如頂級麝香貓咖啡般的口味，不加糖和奶糖，喝起來卻會回甘、杯底存留焦糖香氣，而且久久不散。



對土地及先民致敬

仙湖農場

營造者：吳佩蓀
營業時間：10:00-21:00
地址：臺南市東山區南勢村
賀老寮6-2號
電話：06-6863635
營業項目：餐飲、住宿、
生態解說、農場體驗



改善前樣貌



1. 環境自主營造施工紀錄
2. 在營造點的風鈴，是他們表達對土地致敬的一個儀式
3. 東山咖啡

一群年輕人在農場打拼的故事

仙湖農場是這次175浪漫公路自主營造最遙遠的一點，在騎車進仙湖前的道路兩側，盡是結滿果實的龍眼樹，這個農場在海拔300公尺，可以俯瞰整個嘉南平原，佔地52公頃，四面環山，有四座水庫圍繞，又處於集水區上游，水氣濃郁，清晨時山麓偶會出現雲海，如同置身仙境，因此稱作仙湖。農場第三代主人開始轉型休閒農業，目前開始由第四代經營。



1. 這次環境自主營造成果——一個持續開闢狀態的土地
2. 農場內烘龍眼的老房子已有六十年的歷史
3. 年輕的農場主人
4. 農場內的吧台擺放這各種調味的花朵與龍眼，非常有農場特色。

第四代的經營者侃薈今年25歲，從國中開始就離開故鄉東山到外地求學，大學時期主修觀光系，希望畢業後回到家鄉的農場協助經營，他回憶在等當兵的那兩個月，正好是龍眼採收旺季，忙著幫忙烘龍眼乾，辛苦的烘烤後，品嚐到龍眼，那香Q又有層次口感的滋味時，讓他十分感動。

農場裡一旁的工作人員大多是三十歲以下的年輕人，侃薈說這邊的年輕人基本上都是外地來的，因為對這邊的生活模式有一種認同才會過來，這幾年，他和父親都在努力的思考農場可以繼續走的方向





致敬

關於這次營造的主題，他把重點放在對於土地的「致敬」，他希望能夠透過這個裝置找回這個地方的記憶，重新思考祖先如何來到這裡？又為何來到這裡？這中間前人新苦打拼的過程。在過程中，農場的年輕人都一起動員，全力配合參與，終於在最後完成了這一個作品。

1. 這次營造的一面破牆，上面畫滿了仙湖農場當地地點間彼此的關係
2. 象徵生命等意象的塗鴉
3. 這次營造的土堆上方，用格子圍的方式隔出先民栽種農作的方式，並種滿當地人賴以為生的農作物。

- 4.5. 農場主人完成了一套致敬的步道，尾端是一口水井，表達飲水思源的概念。
6. 農場中的烘龍眼寮燒柴燒口，非常有古意。
7. 農場主人在挑選咖啡豆的專注神情
8. 可以觀賞整個嘉南平原的吧台是這裡的訪客聊天休息的好地方。



期待

在經過了這本書的旅程後，遊人們可以自己來發現當地的小故事，這裡還有更豐富的地方讓訪客來發掘，更多有趣的人、事、物值得您親自來體會，這是一個值得您慢慢體會的地方。

當然，當地的居民也正在持續的，一步步的營造自己的環境，175浪漫咖啡公路也正在慢慢的成形中。

國圖出版品版權資料

指導單位：交通部觀光局

發行人：廖源隆

發行單位：交通部觀光局西拉雅國家風景區管理處

地址：73257臺南市白河區仙草里仙草1-1號

電話：+886-6-6840337

網址：<http://www.siraya-nsa.gov.tw>

走入西拉雅-17.5浪漫咖啡公路 社區小故事

審查委員：鄭君健、王玟傑、伍哲宏、林志漢

出版日期：100年12月

版(刷)次：初版

執行編輯：李意如

攝影：駱鴻捷、陳怡君

文字編輯：駱鴻捷、應巧怡

美術編輯：駱鴻捷、王宇函、羅玉雯

企劃製作：葉美秀

企劃單位：國立暨南國際大學、臺灣鄉村旅遊協會

GPN：1010000752

ISBN：978-986-02-9983-0

定價：280元

著作權歸屬：交通部觀光局西拉雅國家風景區管理處

授權連絡人：伍哲宏

電話：+886-6-6840337ext. 230

其他類型版本：本書全文分享於本處網站、出版品專區



著作權歸屬西拉雅國家風景區管理處・翻印必究