

計畫名稱：文化島嶼 創意馬祖  
102 年文創造產打造馬祖文創特色行動計畫  
執行成果報告書

實施期程：102 年 01 月 01 日至 11 月 10 日

指導單位：文化部

主辦單位：連江縣政府

中 華 民 國 102 年 11 月 1 日

# 目 錄

第一章 前言.....	3
第二章 計劃目標與實施範圍.....	5
一、計劃目標.....	6
二、實施項目.....	8
第三章 執行項目.....	10
一、五年計畫.....	11
二、103年文化創意產業企劃書.....	47
三、文創基地.....	84
四、充實產品履歷.....	125
五、行銷文創商品.....	142
六、文創課程.....	159
七、平台建置.....	182
八、影視補助法令蒐集與機制建立.....	191
第四章 計畫期程.....	274
第五章 預期效益.....	276
第六章 經費預算.....	282

# 第一章

## 前言

## 第一章 前言

馬祖早期移民以福建沿海漁戶為主。其區域發展特性一直到民國三十八年前後才有關鍵性的轉變，一夕之間，從海上漁民棲息、暫居之島轉變成為在全球戰略關係中的軍事防禦前線。民國四十五年，馬祖開始實施戰地政務後，長達三十六年的軍隊、國防、軍事建設全面的改變了馬祖的傳統社會關係；並發展出以「軍需」依賴為主的服務業經濟基礎，薄弱的一、二級產業受到「運補」、「兵工」等替代而斷鍊。民國八十一年起，馬祖解除戰地政務還政於民，國軍也逐年裁減，面對軍需銳減現況，經濟也逐漸轉向以「觀光產業」為主軸來促進地方再發展的方向，而馬祖擁有與島內全然不同的獨特文化，像是：戰地文化、海島特色、石屋聚落建築、媽祖以及民間信仰、美食、燕鷗、閩東文化以及福州話等極具特色的人文風貌。

因此，提升地方知識經濟的附加價值應該就是以創意設計為核心的生產領域，尤其是源於藝術美學創作的設計，即是「文化創意產業」。而為了促進連江縣文化創意產業之發展，建構具有豐富文化及創意內涵之社會環境，藉由地方再發展政策的推動以及馬祖獨特的文化場域，讓民間創意能量能充份的發揮，讓經濟轉型向美學經濟的發展方向，藉由民眾生活型態的改變，產生關鍵性之影響，讓獨特的地理位置之優勢，從文化面、地理位置創意面、藝術面、設計面來提升馬祖地方特色產品之設計美感，傳遞馬祖各島嶼之生活文化與在地精神，與民眾分享的創意巧思，能讓政策的推動與民間創意能量的發揮，開啟地方特色與設計好生活的交流管道。

## 第二章

# 計劃目標與實施範圍

## 第二章 計劃目標與實施項目

### 一、計畫目標

#### (1) 提出打造馬祖文創特色五年計畫企劃書

邀請顧問團與業主等單位共同討論五年計劃之訂定，分別針對鎖定六大產業類別，包括：文化資產應用及展演設施產業、數位內容產業、創意生活產業、流行音樂及文化內容產業、產品設計產業、影視產業、等六大項，提出 102 年文創造產-打造馬祖文創特色五年計畫企劃書。

#### (2) 撰寫 103 年文化創意產業企劃

召開工作會議擬定計劃，並從五年計劃訂定撰寫 103 年度企劃書之內容。針對厚植產製源頭能量、導入跨島經驗、發展品牌策略、關聯性、衍生性、整合性及總體效益評估等四個工作目標項目，撰寫計劃。

#### (3) 針對文創基地營運規劃

以津沙作為為構想之標的，提出營運規劃書一式，並透過以下之方向執行，聚落訪談，找出社區共識，為建立津沙文創基地之準備，以達成提升津沙文創特色、加深品牌辨識及提升國際行銷競爭力之成效。

#### (4) 充實產品履歷

不同於臺灣本島的城市發展，位處於連江縣的外島馬祖，在其海島文化與天候特色等條件交織下，保留了祖先獨特的飲食文化。透過文字故事的採訪與撰寫，將每一道師傅精心手製的點心，以文創故事包裝，讓馬祖歷史、地方特色及人文情感傳承給後代。

#### (5) 行銷文創商品

馬祖的人文藝術與生活美學，將馬祖的文創商品經由通路的展售到增

加品牌的知名度。分別執行二場「吹來一陣馬祖的風」人文咖啡講座，並搭配文創商品展售，讓臺灣民眾有機會近距離感受馬祖的藝術能量為主要目標

(6) 辦理文創課程

目的在於逐步打造屬於馬祖的文化創意聚落，但在地居民對於文創品牌的經營與發展的概念不多，且意願不高，因此辦理此講座，一方面期望透過此一機會，了解民眾需求，另外也希望能夠帶給津沙居民在文創品牌與企業經營上的經驗分享與啟發，能引導居民去發掘、有效運用現有的文化素材，達到發展創意產業，帶動地方觀光之目標。

(7) 平台建置

為配合網站改版，新設計概念為透過簡潔、明亮且活潑的方式呈現方式，提高便利性並提升瀏覽人數以及訊息之資料更新，以及發展 APP 之可能性計劃提出之工作執行目標。

(8) 影視補助法令蒐集與機制建立

召開專家工作會議，提出整合影視法令提供馬祖影視發展之建議參考，並針對馬祖影視補助文獻、各縣市法令蒐集影視補助法令機制進行完整之之收集為目標。

## 二、實施項目

### (1) 提出打造馬祖文創特色五年計畫企劃書

- 報告書一式
- 工作會議二次

### (2) 撰寫 103 年文化創意產業企劃

- 企劃書一式
- 工作會議一次

### (3) 針對文創基地營運規劃

- 營運規劃書一式
- 文創/育成/輔導工作項目
  - 人物誌聚落訪談、網路專頁露出。
  - 設計 logo 一式。
  - 協助申請政府輔導送件一式。
  - 制作津沙文創專頁連結於大台灣旅遊網行銷。
  - 辦理文創育成課程一場。
- 視覺圖騰完稿設計
- 交流會議兩場

### (4) 充實產品履歷

- 成果冊 500

### (5) 行銷文創商品

- 二場講座

### (6) 辦理文創課程

- 八場次課程系列



(7) 平台建置

- 網頁改版一式
- 提高點閱率 2000 次以上
- 100 訊息更新
- APP 建制評估

(8) 影視補助法令蒐集與機制建立

- 工作會議一次
- 提報告書一式

## 第三章

### 執行項目

### 第三章 執行項目

#### 一、五年計畫

邀請顧問團與業主等單位共同討論五年計畫之訂定，分別針對鎖定六大產業類別，包括：文化資產應用及展演設施產業、數位內容產業、創意生活產業、流行音樂及文化內容產業、產品設計產業、影視產業、等六大項，提出 102 年文創造產-打造馬祖文創特色五年計畫企劃書一式。

##### 1. 計畫目標：

- (1) 召開工作會議二次，邀請顧問團與業主等單位共同討論。
- (2) 提出 102 年文創造產-打造馬祖文創特色五年計畫企劃書一式。

##### 2. 計畫時程與執行單位：

102 年 10 月 30 日，執行單位：亞蔚創意科技有限公司

##### 3. 執行內容：

- (1) 召開第一次工作會議

工作內容	第一次工作會議
會議時間	102 年 6 月 19 日 ( 三 ) 15 : 10 – 17 : 00
會議地點	連江縣政府文化局局長辦公室
與會人員	馬祖文化局曹局長以雄、 馬祖文化局張課長兼銘、 馬祖文化局承辦人員張淑娟、 前臺北市文化局副局長李斌教授、 亞蔚創意科技專案經理紀敏政。

記錄人	紀敏政
會議記錄	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 針對文化資產應用及展演設施產業等相關議題上，文化局的建議整理： <ul style="list-style-type: none"> <li>〉 如何找到能異軍突起的文創品。</li> <li>〉 在文創品設計上，如何將設計與商品密切結合。希望能朝工業設計、數位化等方向進行。</li> <li>〉 馬祖的閒置營區再利用的文創館所規劃上，如何做到規畫好的場地，後期不至於荒廢閒置，變成新的蚊子館。(課長建議是否可以從每一個村找出一兩個據點來做討論。)</li> <li>〉 如何讓文創品能夠一看就知道是代表馬祖的。找出馬祖的特色，馬祖的意象，運用至文創品。</li> <li>〉 每年霧季關島時，該如何找利用文創館所吸引人來。</li> <li>〉 從傳統元素中找出可以創新的部分，例如把台灣的學生拉到馬祖來，進行腦力激盪，改良創新傳統服飾的走秀活動。</li> <li>〉 除了「戰地文化」、「閩東文化」之外，馬祖還有沒有其他可以利用的新文化。</li> </ul> </li> <li>• 李斌教授的建議整理： <ul style="list-style-type: none"> <li>〉 文創上，先思考，是要從傳統原有的元素中找出新的東西，還是要創造新的代表馬祖的元素。</li> </ul> </li> </ul>

〉 不管用何種方式找尋出來的元素,目的都要能型塑馬祖在「文化」與「藝術」中心的形象。

〉 創造或者發明出代表馬祖的東西,可以透過腦力激盪的方式。辦法可以從下次會議中,由教授這邊找尋商業設計、工業設計等相關的人才來參與五年計畫的會議,從中討論及腦力激盪。

- 關於在台灣的五年計劃會議召開,課長建議可安排與在臺灣舉辦的馬祖藝術家人文講座同週舉行,以節省相關人員到臺灣的作業時間。

會議實況





(2) 召開第二次工作會議

工作內容	第二次工作會議
會議時間	8/15
會議地點	連江縣政府文化局局長辦公室
與會人員	馬祖文化局曹局長以雄、 馬祖文化局張課長兼銘、 馬祖文化局承辦人員張淑娟、 前臺北市文化局副局長李教授斌。
記錄人	紀敏政
會議記錄	<p>上次會議記錄報告</p> <p>(略)</p> <p>五年計劃執行報告</p> <p>決議：</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 上次因專員無法出席，許多決議事項無法做成執行決策，局長建議待專員回來後，再行討論。</li><li>• 五年計劃上次會議中討論項目太細，建議修正工作流程如下：請執行單位提出五年計劃架構後，提送文化創意委員會討論審核，後再請學者專家召開會議進行細部修正。</li><li>• 五年計劃架構規範建議：內容必須精簡扼要頁數避免太厚，以聚焦馬祖適合發展之文創產業集中發展為主，避免所有產</li></ul>

業都討論，提出大方向與架構後再請委員會修正。

- 五年計劃邀請學者專家召開會議時，必須包含 103 年文創計劃與影視補助計劃一併召開討論。

#### 津沙文創基地執行報告

##### 決議：

- 執行單位已完成焦點訪談與資料搜集，接續請安排津沙文創基地共識會議與文創課程，預計八月中完成。
- 共識會議目的：促成居民提出屬於津沙村的文創需求，並凝聚共同意見，產生執行方向。
- 文創課程安排目的：以共事會議所提出需求為前提，提供實用文創課程，教導並影響居民瞭解文創未來發展，並循序漸進達成文創基地之目標。
- 目前津沙文創基地期望規劃方向建議如下：
  - 〉 設計屬於津沙當地 logo 圖騰，可提供各種商品的識別標誌。
  - 〉 以津沙老酒的故鄉為主題，提出奉酒文化內涵，以此為津沙文化特徵。
  - 〉 為有效提升文化識別意象與 logo 運用，建議設計津沙地區



制服，建立整體形象。

- 〉協助當地居民擅用政府補助資源，請執行單位與社造中心合作整合，並儘快召開雙方整合會議。

#### 人文講座與文創商品於台灣設點之執行報告

##### 決議：

- 討論日期：建議八月底舉辦完成。
- 展期時間：目前執行單位提供兩處通路，建議展期時間能夠延長。
- 文創商品已盤點且運送至台灣，儘快安排佈置與上架相關事宜。
- 演講者建議由馬祖藝術家擔任，由文化局提供建議名單，參與來賓可請局長協助邀請文化名人參與，共襄盛舉。
- 事前必須發佈新聞稿。
- 文創品建議售價，以上次討論決議為主。

#### 成果冊執行工作報告

##### 決議：

- 根據執行單位提送之文章討論，以下建議：

- 〉 文字內容不僅運用在文章出書與成果冊，未來期望能運用在產品說明與簡介上，期望是多用途的文章內容。
- 〉 文字內容應在食材內容上多做表現，避免太重的故事發展。
- 〉 請執行單位儘快安排作者與專員之討論會議，以修正文章發展方向。

#### 其他工作事項報告

#### 決議：

- 執行單位已提出網頁改版之版型與內容確認，請接續完成後續工作。
- 目前執行單位提供兩位人力，原則以隔週方式駐點，但可隨時配合文化局各項相關會議與活動。

### (3) 撰寫五年計畫企劃書一式

102 年文創造產-打造馬祖文創特色行動計畫 - 五年計畫：

內容包含對於我國文創現況進行分析，並提出產業創新的關鍵角色為何、臺灣產業發展明顯之趨勢及集中化的等問題分析，透過文化創意產業發展計劃之發展重點，以及連江縣離島綜合建設實施方案，提出針對適合於馬祖文創現況之五年計劃，以期經由量產化、產業化和商業化，將傳統的在地產業轉型為高附加價值的創意經濟產業之計畫執行內容。

#### • 我國文創現況分析

我國文化創意產業政策之推動，始於 2002 年行政院提出之發展「創意臺灣」(Creative Taiwan)概念，並期以此為未來國家發展的目標，而「文化創意產業發展計畫」便是在此一宏觀願景下，成為當前我國之重點發展計畫項目之一。為促進我國文創產業發展，以及建構具豐富文化及創意內涵之社會市場、促進科技及創新研發、健全文創產業人才培植系統，並積極開發國內外之市場，立法院於 2010 年 1 月 7 日將「文化創意產業發展法」(簡稱文創發展法)修正通過，並於同年 2 月 3 日公布施行。

為增進我國創意及文化深耕、透過智慧財產之保障運用以創造財富及就業市場競爭潛力，並促進全民美學素養以提升國民生活環境品質，文創發展法將視覺藝術展業、音樂及表演藝術產業、文化資產應用及展演設施產業、工藝產業、電影產業、廣播電視產業、出版產業、廣告產業、產品設計產業、視覺傳達設計產業、設計品牌時尚產業、建築設計產業、數位內容產業、創意生活產業、流行音樂及文化內容產業及其他經中央主管機關指定之產業等十六大項產業列入發展項目，期能透過創意運用、文化置入與

美學加持，增進產品加值效果；此外，亦透過智慧財產權的行程、運用及保障，創造出我國之新經濟發展。

近年來，我國文化創意產業無論是在電影、設計、工藝或流行音樂產業上，皆持續不斷地累積與發展實力，也逐步於國際上展現傲人的成績。舉例而言，國片《海角七號》在締造國內票房紀錄的同時，也風靡於各國際影展中；設計產業在 2002 至 2007 年間，在國際設計四大獎項共獲得 484 項獎項；此外，文建會(現文化部之前身)所屬之國立臺灣工藝研究所於 2008 年率隊參與巴黎家飾展，其與臺灣創意設計中心合作開發之編織竹椅，更獲得法國媒體在全場一萬多件作品中，遴選成為 23 件最令人心動的作品之一。

在量化數據方面，我國文化創意產業在 2009 年時，相關產業家數為 48,520 家，2010 年為 52,673 家，到了 2011 年時更發展為 53,461 家；若從營業額數字來探究，更會發現 2009 年時文創產業總營業額為新臺幣 515,039,015,000 元，2010 年為新臺幣 661,597,359,000 元，2011 年則提升至新臺幣 665,477,288,000 元。(見下表)

表 1 2010 年各縣市文化創意產業家數、營業額一覽表

縣市別	家數	全國比例 (%)	成長率 (%)	營業額(仟元)	全國比例 (%)	成長率 (%)	外銷收入 (仟元)	內銷收入 (仟元)
臺北市	15,561	29.5	11.5	413,029,247	62.4	34.8	37,629,290	375,399,957
高雄市	5,032	9.6	4.8	28,495,576	4.3	12.1	1,236,426	27,259,150
新北市	8,089	15.4	10.0	84,306,546	12.7	28.1	8,275,897	76,030,649
宜蘭縣	909	1.7	6.7	3,008,663	0.5	9.5	61,351	2,947,312
桃園縣	2,860	5.4	11.3	25,732,755	3.9	27.4	4,030,379	21,702,376
新竹縣	720	1.4	5.3	9,997,290	1.5	76.0	4,120,320	5,876,970
苗栗縣	895	1.7	3.6	3,602,545	0.5	13.5	165,935	3,436,610
彰化縣	1,640	3.1	6.2	5,419,442	0.8	15.2	204,531	5,214,911
南投縣	825	1.6	7.3	2,137,394	0.3	7.6	26,200	2,111,194
雲林縣	871	1.7	2.5	3,602,498	0.5	-50.8	1,029	3,601,469

縣市別	家數	全國比例 (%)	成長率 (%)	營業額(仟元)	全國比例 (%)	成長率 (%)	外銷收入 (仟元)	內銷收入 (仟元)
嘉義縣	410	0.8	3.8	1,712,837	0.3	13.1	40,477	1,672,360
屏東縣	1,467	2.8	2.8	5,170,475	0.8	11.9	7,200	5,163,275
臺東縣	480	0.9	15.1	1,500,209	0.2	20.7	599	1,499,610
花蓮縣	837	1.6	4.9	2,597,644	0.4	-19.7	4,875	2,592,769
澎湖縣	219	0.4	0.5	509,945	0.1	10.7		509,945
基隆市	622	1.2	4.2	2,431,070	0.4	5.5	17,213	2,413,857
新竹市	893	1.7	8.4	8,035,405	1.2	-31.3	2,280,687	5,754,718
<b>臺中市</b>	<b>5,987</b>	<b>11.4</b>	<b>11.8</b>	<b>38,917,491</b>	<b>5.9</b>	<b>28.7</b>	<b>3,673,973</b>	<b>35,243,518</b>
嘉義市	680	1.3	2.7	2,407,588	0.4	2.7	10,921	2,396,667
<b>臺南市</b>	<b>3,439</b>	<b>6.5</b>	<b>6.9</b>	<b>18,431,824</b>	<b>2.8</b>	<b>37.4</b>	<b>2,237,324</b>	<b>16,194,500</b>
金門縣	170	0.3	18.9	482,986	0.1	7.0		482,986
連江縣	67	0.1	6.3	67,931	0.01	-0.5		67,931
<b>總計</b>	<b>52,673</b>	<b>100.0</b>	<b>8.9</b>	<b>661,597,359</b>	<b>100.0</b>	<b>28.5</b>	<b>64,024,619</b>	<b>597,572,739</b>

馬祖發展多年的在地產業，可逐漸發掘傳統產業特色、休閒遊憩、文化觀光等脈絡，建構出馬祖地方產業文化資產的轉型新價值。結合創意，融入產業與生活，使產業擁有創新的能量及帶動產值的成長，而推動地方特色產業和社區企業的過程中，達到量產化、產業化和商業化，將傳統的在地產業轉型為高附加價值的創意經濟產業。

依據交通部觀光局的統計資料顯示，2009 年全年國人國內旅遊總人次為 115,388,000 旅次。每次旅遊平均花費 1,866 元，其中購物費用約佔旅遊費用之 22~23%。

表 2 國人國內旅遊各項費用比較表

	97 年		98 年		成長率
交通	511	27%	492	26%	-3.7%
住宿	330	17%	318	17%	-3.6%
餐飲	454	24%	432	23%	-4.8%
娛樂	104	5%	102	5%	-1.9%
購物	413	22%	429	23%	3.9%
其他	103	5%	93	5%	-9.7%
合計	1,915		1,866		-2.6%

購物費用主要是指購買地方特產、伴手禮的費用，以 2009 年國人國內旅遊總人次為 115,388,000 旅次計算，因為國人旅遊而產生的伴手禮市場總產值即達到 495 億元，若再加計在地消費、網購、國外觀光客購買等銷售金額，其產值將數倍於此。

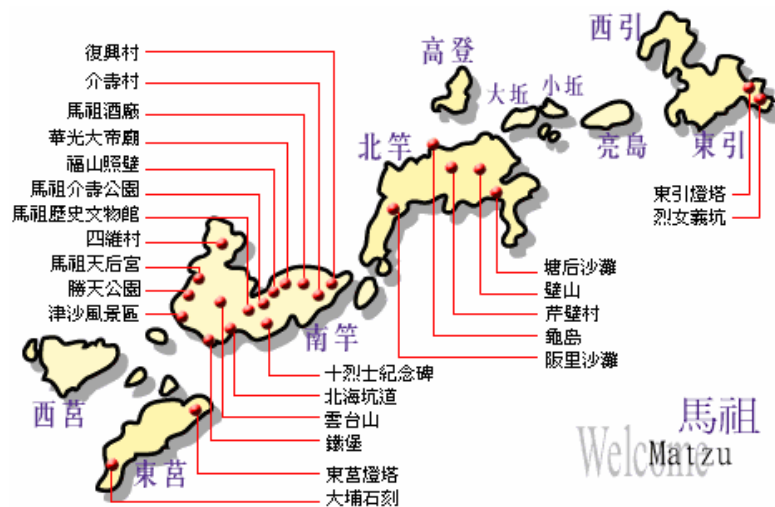
潮流趨勢顯示，許多國家都將社區文創、伴手禮的開發視為國家競爭的軟實力。很多國家可見到傳統伴手禮升級成功的例子，例如日本將越光米型塑成世界最好吃的米飯；法國人將葡萄酒從佐餐飲料提升到文化藝術境界，進而推廣成為全球運動。這些國際性的例子都顯示，將傳統商品與創意結合，善用行銷技巧，古早味也能擺脫土里土氣，成為名揚國際的種子。

## • 計畫執行內容

### (一) 計畫範圍

本計畫地理範圍包含連江縣南竿島、北竿島、高登島、亮島島、大坵島、小坵島、東莒島、西莒島、東引島、西引島及其附屬小島共計 36 個島嶼。

#### 1). 地理範圍



## 2). 文化創意產業內容及範圍(鎖定六項產業，整併旗艦計畫)

- 視覺藝術產業
- 設計產業
- 音樂與表演藝術產業
- 設計品牌時尚產業
- 文化展演設施產業
- 創意生活產業

### (二) 計畫策略

「強化馬祖文創品牌，展現異業整合成效」

#### 1). 深耕馬祖-產品力 X 人=感染力 (Product X People=Appeal)

現今市場上產品開發仍以原有產品為主，加以形體或技術上的創新發展而成，而文創商品最大的價值在於開發過程中加乘「人」的元素，前端了解並預測使用者需求而導入「本質創新」，推出市場上未見的原創產品，或者開發過程中導入「內涵創新」，在形體上賦予文化內涵，可能是創作過程的意義，或者一群人、一個鄉鎮的故事，所傳達的並非獨善其身，而是對群體有「感染力」的內涵，正好符合社會上、社群間的「潛在心靈需求」，彌補集體記憶中的缺憾，或回答對人性的集體疑問，也或者是過去美好集體記憶帶來的連鎖效應，

從近年來大賣的電影，如「那些年，我們一起追的女孩」、「海角七號」等。

2). 科技展現-推廣力 X 人=新媒力 (Promotion X People=New Media)

新產品無論是要打進成熟市場或者開創一個新興市場，首要目標都是在市場上站穩腳步、擴大市佔率，應優先採取「顧客導向定價法」，優先取得市場佔有率，在顧客心中留下印象、進一步大幅提高獲利率。因此，運用目前現有的社群網路的效應，網際網路為行銷帶來了許多獨特的便利，如低成本傳播資訊與媒體到聽眾/觀眾手中。網際網路媒體在術語上立即迴響與引起迴響雙方面的互動性本質，皆為網路行銷有別於其他種行銷方式的獨一無二特性，並帶來龐大的商業利益。

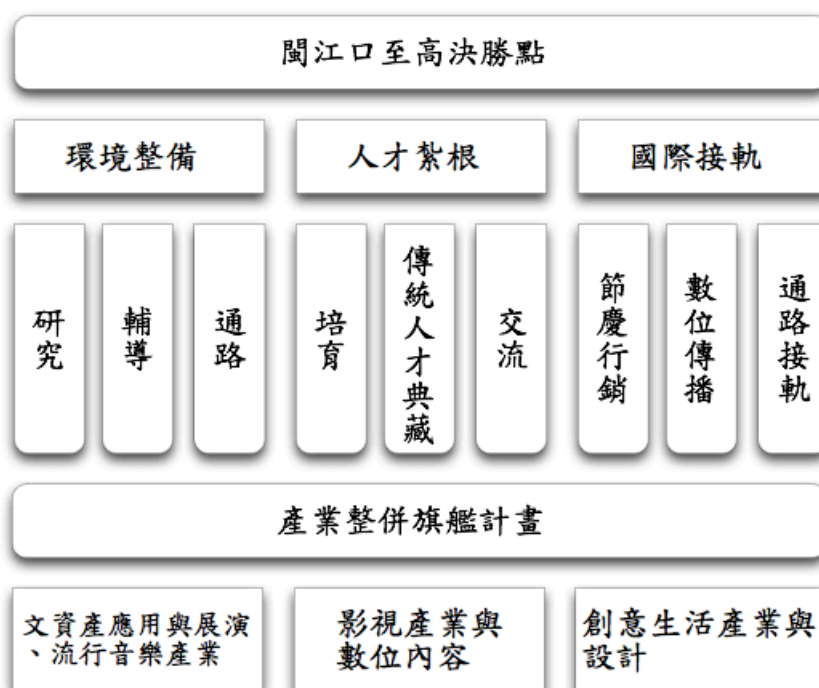
3). 發生關係-價格力 X 人=市場力 (Price X People=Market Power)

一般提到「推廣」自然會聯想到廣告或行銷活動，更進一步是運用「名人」、「話題」、「置入」等公關操作方式來推廣，而如今因應各類日新月異的「新媒體」，早已讓推廣市場進入戰國時代，如何不被市場淘汰、快速應變已是所有推廣者的



優先任務，但對於大部分時間著眼於創造、生產、管理等應接不暇任務的文創業者而言，推廣似乎是門永遠不得其門而入的學問，只能任憑所謂「推廣專家」堆砌出來的策略文言文與絢麗數字不斷轟炸，卻還是摸不著邊際的效應難以評估。

### (三) 計畫目標



#### 願景：閩江口至高決勝點

馬祖位於閩江口，文創能量立足於馬祖卻蓄載於台灣，從閩江口向大陸輸出，成為文創至高決勝點。

#### 目標：

環境整備—透過研究、輔導、通路，軟體與硬體、虛擬與實體、雲端與土地，全方位的整備馬祖文創環境。

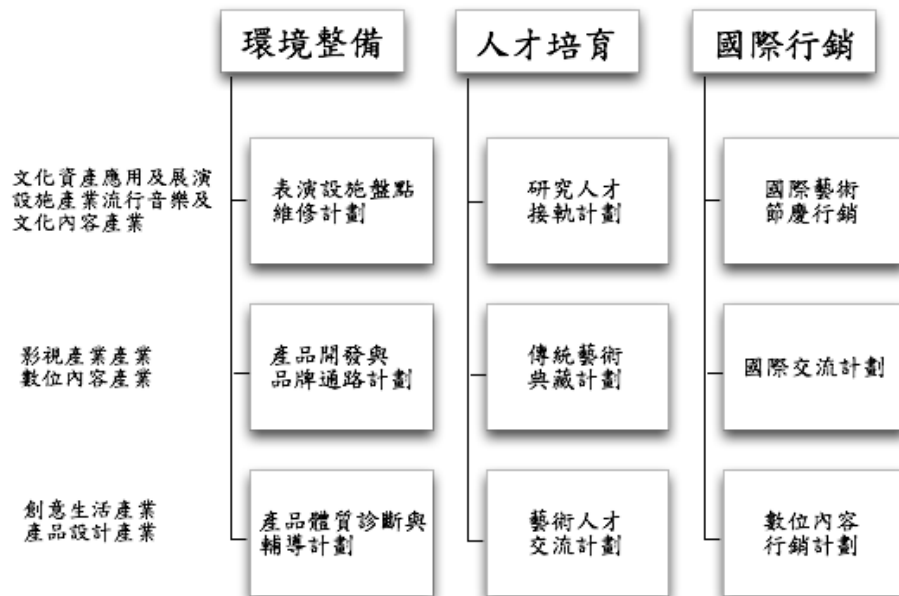
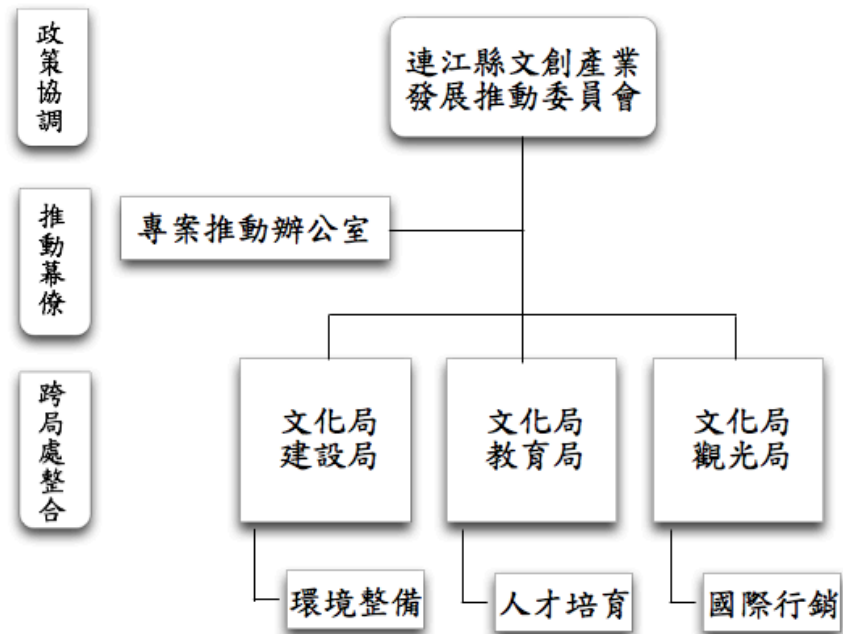
人才紮根—透過培育、交流與傳統人才典藏，不僅培育在地人才，吸引回流人才，使專業人才根留馬祖，建立馬祖文創人力的資源。

國際接軌—透過節慶行銷、數位傳播、通路接軌，媒合多次馬祖跨島合作經驗，透過國際關注議題，爭取國際對話機會，促使馬祖與國際接軌。

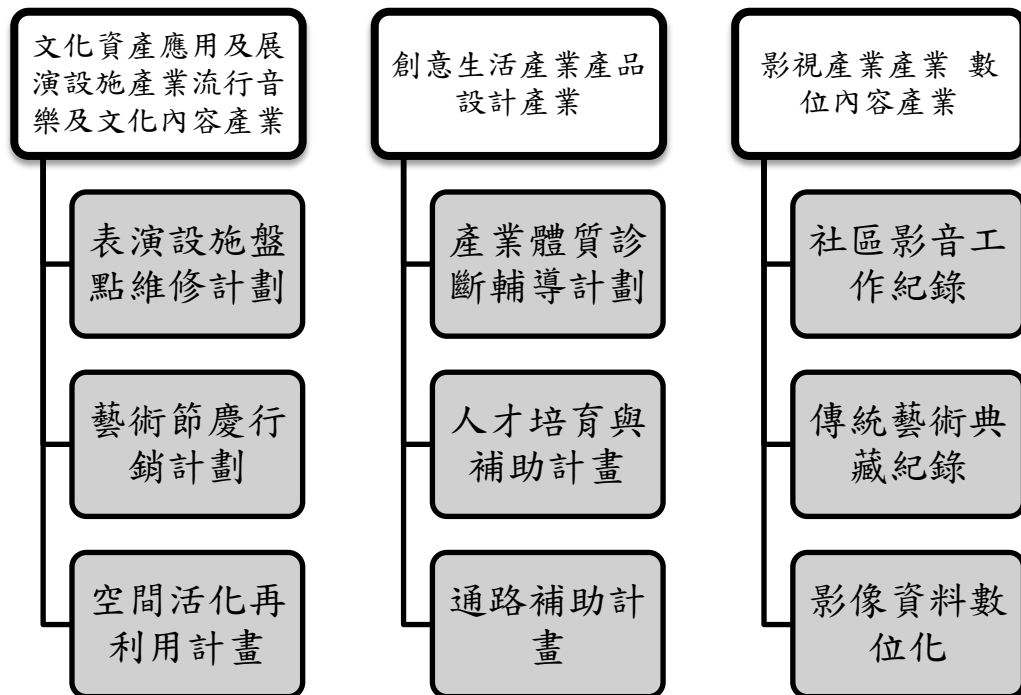
#### 旗艦計畫：

產業整併發揮 1 加 1 大於 1 的整合力量，配合六級產業的論述，跨產業的整併，以旗艦帶動產業發展。

(四) 計畫架構



## (五) 執行計劃



### 1. 文化資產應用及展演設施產業流行音樂及文化內容產業

#### 1.1 表演設施盤點維修計劃

✓ 計畫說明：

- (1) 盤點及修繕馬祖現有之表演設施。修繕現有表演場地，舞台懸吊系統、平台鋼琴添購、吸音反響板、觀眾座椅、排練室休息室、燈光與音響系統、舞蹈地板等。
- (2) 分類表演設施與規劃，表演類型區分為音樂表演類、戲劇表演類、藝文空間三類。依照功能可區分表演類、排練類、一般功能類，依規模可分，社區型表演空間、地方型表演空間，國際規格之表演空間。
- (3) 建立資料庫提供各類表演空間之使用。
- (4) 興建正式及國際標準規格之表演場地。

✓ 計畫執行：

- (1) 時程：103 年至 107 年
- (2) 單位：文化局
- (3) 經費：10,000(千元)

## 1.2 藝術節慶行銷計劃

✓ 計畫說明：

與音樂產業結合，藉「馬祖國際島嶼音樂節」島嶼音樂節慶行銷與藍眼淚發燒話題吸引年輕人觀光客，帶動馬祖除了傳統之外之年輕清新流行形象，並積極培養馬祖年輕人流行樂團風氣，創新馬祖，搖滾馬祖。

✓ 計畫項目：辦理「馬祖國際島嶼音樂節」

- (1) 邀請國際表演團體演出。
- (2) 以國際的音樂展演活動，建立音樂品牌。
- (3) 配合藍眼淚季節。
- (4) 配合郵輪音樂船行銷活動，全國唯一音樂船，目的馬祖國際島嶼音樂節。
- (5) 各項樂團比賽，創作徵曲活動。

✓ 計畫執行：

- (1) 時程：103 年至 107 年
- (2) 單位：文化局/觀光局
- (3) 經費：15,000(千元)

## 1.3 空間活化再利用計畫

✓ 計畫說明：

本計畫主要以活化軍事用地為主，軍事用地之景觀建築，展現馬祖軍事與戰地時期之文化特色。

✓ 計畫內容：

- (1) 辦理「碉堡電影院」，以娛樂的特色，重現軍中樂園之氛圍。
- (2) 碉堡電影院，成本少，選擇釋出之軍事碉堡，利用空間密室黑暗的特性，增設播映系統，與觀眾椅，購買院線 2 輪影片之版權，亦可購買獨立製片產品，塑造主題影展，例如戰爭片、女性影展、生態，等。
- (3) 碉堡電影院，規模與觀眾椅陳設皆以小型劇院為主，15-25 人為限。
- (4) 提供馬祖觀光客夜間娛樂之場所。
- (5) 配合周邊餐飲、停車之規劃。
- (6) 配合碉堡地下音樂獨立樂團裴利當地青年。
- (7) 配合碉堡藝術空間裝置藝術。

✓ 計畫執行：

- (1) 時程：103 年至 107 年
- (2) 單位：文化局
- (3) 經費：7,500(千元)

## 2. 創意生活產業 產品設計產業

### 2.1 產業體質診斷輔導計劃

✓ 計畫說明：

- (1) 透過跨局處之經驗整合，引進專業企業輔導之診斷與技術，輔導馬祖文創業者，從藝術創作者、尋找文化核心加值、產品規劃、設計與包裝、管理與營運、商品展示與店面經營、服務品質與客戶管理、網路行銷與社群建立等，成為進入產業的文創經營者。
- (2) 透過輔導，可健全文創產業的體質，提升文創業者永續經營的能力。

(3) 輔導內容包括通路建置與資源收集與補助的辦理，文創業者創作需要創作的能量更需要資金的挹注予補助來源，輔導案第一階段診斷體質，第二階段給予輔導，第三階段媒合資源，第四階段引導融資與文創投資相關之金融操作，使馬祖文創業者從微型創業轉向中小型企業。

✓ 計畫內容

(1) 辦理文創業者輔導計畫，內容包括創業輔導，產品開發輔導，通路輔導三項計畫。

(2) 辦理跨產業媒合計畫，引介不同產業鏈之間的銜接與媒合。

(3) 引進跨島經營團隊與合作開發模式。

(4) 建立文創通路建置與補助計畫。

(5) 促進合作投資文創之內容。

✓ 計畫執行

(1) 時程：103 年至 107 年

(2) 單位：文化局 / 建設局

(3) 經費：25,000(千元)

## 2.2 人才培育與補助計畫

✓ 計畫說明：

(1) 建立人才資料庫。

(2) 保存傳統文創人才。

(3) 吸引回流文創人才。

(4) 招募專業文創人才。

✓ 計畫內容

- (1) 辦理文創課程。
- (2) 辦理國際島嶼文創研習，增加國際交流機會。
- (3) 傳統技藝人才傳習計畫。
- (4) 招募專業文創人才駐地與根留計畫。

✓ 計畫執行

- (1) 時程：103 年至 107 年
- (2) 單位：文化局 / 教育局
- (3) 經費：1,000(千元)

### 2.3 馬祖視覺(品牌形象)設計

✓ 計畫說明：

運用各種設計產出，以視覺設計建立馬祖形象。

✓ 計畫內容

- (1) 馬祖圖騰設計、品牌設計、包裝設計、購物袋設計計畫。
- (2) 傳統 icon 轉移再生計畫。
- (3) 產地標章推廣計畫。
- (4) 「在地服」設計推廣計畫。利用本島居住之特性，開發適穿之在地服，提供特色與創新文化的特質。例如，馬祖風大太陽大可開發披巾、圍巾之類商品，長袖衫、遮陽帽、防風外套等，成為服裝視覺創新特色。

✓ 計畫執行



- (1) 時程：103 年至 107 年
- (2) 單位：文化局 / 建設局
- (3) 經費：5,00(千元)

### **3. 影視產業產業 數位內容產業**

#### **3.1 社區影像紀錄與老影像典藏**

✓ 計畫說明：

配合數位化時代來臨，影音敘事技巧已是不或缺之溝通技巧，馬祖有全國最快的網路雲端建設，配合馬祖人才科技訓練與說故事技巧，將傳統影像數位化，典藏舊資料，土地化的素材透過雲端傳遞，帶來宣傳效益。

✓ 計畫內容

- (1) 社區營造數位人才培育計畫。
- (2) 戰地文化數位典藏與平台服務計畫。
- (3) 動漫動畫開發計畫。
- (4) 社區 APP 服務計畫。

✓ 計畫執行

- (4) 時程：103 年至 107 年
- (5) 單位：文化局 / 建設局
- (6) 經費：5,00(千元)

#### **3.2 傳統藝術典藏紀錄**

✓ 計畫說明：

典藏傳統文化，厚植馬祖文化源頭能量，透過典藏傳播國際。

✓ 計畫內容

(1) 媽祖升天動漫短片開發計畫。

(2) 馬祖文化、歷史、信仰系列數位內容製作。

(3) 馬祖紀錄片出版計畫。

✓ 計畫執行

(7) 時程：103 年至 107 年

(8) 單位：文化局 / 觀光局

(9) 經費：10,00(千元)

### 3.3 影視發展與創新

✓ 計畫說明：

促進影視產業發展，馬祖提供在地資源培育本地人才也廣納專業團隊前來拍攝，利用馬祖島嶼景觀與建築特色再開創增值，開發新的派設景點，不僅提供影視業者，更提供婚紗業者前來取景。

✓ 計畫內容：

- (1) 影視人培育計畫。包括本地與招募專業團隊。
- (2) 劇本與文學作品補助計畫。
- (3) 馬祖國際軍事影展。
- (4) 十大馬祖美景增值補助計畫。票選十大美景，邀請民間提案投資搭設環保的景物，投資業者可經由縣府委託經營，開放民眾拍攝。
- (5) 婚紗拍攝補助計畫。

✓ 計畫執行

- (10)時程：103 年至 107 年
- (11)單位：文化局 / 建設局
- (12)經費：1,000(千元)

## (六) 分年計劃

提出細項與參考之計畫內容自行經營

### 1). 馬祖文化創意產業五年計畫

#### 〉 文化資產應用及展演設施產業

##### **103 計畫元年**

##### 1. 文化資產空間建置與活化

a、 碇堡裝置藝術季徵件

b、 駐地藝術家種子計畫

c、 碇堡電影院

d、 碇堡博物院

e、 碇堡生態博物館 3 年之 1

f、 馬酒坑道展覽館 3 年之 1

g、 坑道書寫館修建 3 年之 1

##### 2. 展演空間串聯與再造

a、 廟堂影院及戲劇

b、 澳口劇場

環島步道整體規劃與修繕

#### 〉 創意生活產業

##### 1. 綠色藝術節

2. (手工藝)體驗工廠、體驗酒廠、體驗廚房

3. 文化聚落 2 之 1

4. 特色生活用品衣飾、手工藝的品牌化

5. 馬祖慢活、樂活網建立

6. 體感戰爭與和平漆彈競賽
7. 兩馬鬧元宵國際化

〉 產品設計產業

1. 馬祖品牌識別設計、包裝、購物袋識別設計
2. 產地標章設計與推廣
3. 傳統工藝 icon 轉移計畫
4. 在地衣著材質新設計計畫
5. 臺灣本島馬祖銷售點成立
6. 歷史建築 ( 環保修繕 ) 變綠建 3 之 1

〉 數位內容產業

1. 馬祖歷史、文化、生態、信仰素材之數位多元應用
2. 馬祖名產 Candy Crush APP
3. 馬祖傳統產業與數位業者合作整合
4. 傳統文化跨平台遊戲、動畫等終端服務
5. 創意紀錄馬祖數位出版計畫

〉 影視產業

1. 影視產業培力
  - a、成立影視協助拍攝辦公室
  - b、在地拍攝獎助
  - c、戰地口述歷史記錄片製作 2 之 1
2. 人才培養
  - a、駐地劇本特色發展試辦計畫
  - b、影視工作坊人力培植之 1
  - c、觀影人口普及計畫
  - d、馬祖文學作品視覺化製作 5 之 1
3. 72 小時馬祖拍片計畫 5 之 1

## 104 計畫第 2 年

### 〉 文化資產應用及展演設施產業

1. 文化資產空間建置與活化
  - a、 碉堡裝置藝術海峽坊徵件
  - b、 在地與駐地藝術家協同創作計劃
  - c、 碉堡電影展 3 之 1
  - d、 碉堡博物院庶民策展
  - e、 碉堡生態博物館 3 年之 2
  - f、 馬酒坑道展覽館 3 年之 2
  - g、 坑道書寫館修建 3 年之 2
2. 展演空間活化與年輕化
  - b、 廟堂影院及戲劇
  - c、 澳口劇場
  - d、 環島步道故事化、特色化

### 〉 流行音樂及文化內容產業

- 1.馬祖國際夏日音樂節  
澳口音樂會  
研究與創作扎根：戰地文學出版計畫

### 〉 創意生活產業

1. 國際綠色藝術節
2. 創意工廠、創意調酒、及在地廚房創意料理競賽
3. 文化聚落與民宿結合 2 之 2
4. 特色產品、手工藝的品牌續航
5. 慢活、樂活網經營
6. 國際戰地漆彈競賽之 1

## 7. 兩馬鬧元宵深度體驗服務產業發展

### 〉 產品設計產業

1. 馬祖識別、包裝、購物袋識別推廣
2. 產地標章推廣
3. 傳統 icon 轉移再生計畫
4. 在地衣著材質新設計競賽
5. 臺灣本島馬祖銷售網建立
6. 歷史建築 ( 環保修繕 ) 變綠建 3 之 2

### 〉 數位內容產業

1. 歷史、文化、生態、信仰素材之數位遊戲開發
2. 馬祖氣象與美食、社區營造、風俗民情 APP
3. 戰地文化數位典藏及跨平台服務
4. 創意紀錄馬祖數位出版計劃

### 〉 影視產業

1. 影視產業培力續航 1
  - a、影展獎勵
  - b、擴大在地拍攝獎助
  - c、戰地口述歷史記錄片製作 2 之 2
2. 人才培養
  - a、駐地劇本特色發展計畫
  - b、影視工作坊人

## 105 計畫第 3 年

### 〉 文化資產應用及展演設施產業

1. 文化資產空間建置與活化
  - a、 碇堡裝置藝術國際節徵件
  - b、 國際藝術家碇堡協同創作計劃
  - c、 碇堡電影展 3 之 2
  - d、 碇堡博物院戰爭與和平
  - e、 碇堡生態博物館 3 年之 3
  - f、 馬酒坑道展覽館 3 年之 3
  - g、 坑道書寫館修建 3 年之 3
  
2. 展演空間國際化與永續化
  - b、 廟堂兒童影院
  - c、 澳口多元劇場巡點
  - d、 環島步道行動藝術徵件

### 〉 流行音樂及文化內容產業

1. 馬祖國際夏日音樂節  
青年澳口音樂會  
研究與創作扎根：生態文學出版計畫

### 〉 創意生活產業

1. 國際綠色藝術節
2. 媽祖信仰文化節
3. 在地創意料理及創意調酒國際競賽
4. 建立在地產品、工藝品牌國際行銷網
5. 慢活、樂活網改版
6. 國際戰地漆彈競賽之 2



## 7. 生態體驗產業發展

### 〉 產品設計產業

1. 馬祖識別、包裝、購物袋識別推廣
2. 產地標章推廣
3. icon 再生計畫量化
4. 在地衣著材質設計國際競賽及雙年展
5. 臺灣本島馬祖商品概念店開設
6. 歷史建築 ( 環保修繕 ) 變綠建 3 之 2

### 〉 數位內容產業

1. 歷史、文化、生態、信仰素材之數位遊戲競賽
2. 社區營造成果與數位、3D 業者進行製作及整合
3. 馬祖在地信仰與文化數位典藏及跨平台服務
4. 創意紀錄馬祖數位國際出版計畫之一

### 〉 影視產業

1. 影視產業培力續航
  - a、影展獎勵
  - b、在地拍攝獎助
  - c、生態記錄片製作 2 之 1
2. 人才培養
  - a、駐地劇本特色發展計畫
  - b、影視工作坊人力培植之 3

## 106 計畫第 4 年

### 〉 文化資產應用及展演設施產業

1. 文化資產空間營運
  - a、續辦碇堡裝置藝術國際展
  - b、碇堡國際藝術節新人培養計劃
  - c、碇堡電影展 3 之 3
  - d、碇堡博物院海洋特展
  - e、碇堡生態博物館
  - f、坑道國際酒展
  - g、坑道書寫館營運
2. 展演空間活化與年輕化
  - b、廟堂傳統文化與當代藝術對話
  - c、在地表演者澳口劇場
  - d、環島步道地景藝術徵件

### 〉 流行音樂及文化內容產業

1. 馬祖國際夏日音樂節  
青年澳口音樂會  
研究與創作扎根：俗民文學出版計畫

### 〉 創意生活產業

1. 國際綠色藝術節
2. 信仰文化體驗季
3. 創意造酒及創新在地美食國際競賽
4. 在地產品、工藝品牌國際館設立
5. 國際戰地漆彈競賽之 3
6. 馬祖農家產業體驗計畫

〉 產品設計產業

1. 馬祖特色包裝、購物袋設計改款
2. 產地標章推廣
3. 生態 icon 再生計畫量化
4. 在地建材新設計國際競賽
5. 臺灣本島馬祖商品概念店開設
6. 歷史建築 ( 環保修繕 ) 變綠建 3 之 3

〉 數位內容產業

1. 在地數位內容產業人才之培訓
2. 馬祖民間故事與傳統文化之數位內容製作及整合
3. 生態文化數位典藏及跨平台服務
4. 創意紀錄馬祖數位國際出版計畫之二

〉 影視產業

1. 影視產業培力續航 3
  - a、馬祖文學電影委製試辦
  - b、影展獎勵
  - c、在地拍攝獎助
  - d、生態記錄片製作 2 之 2
2. 人才培養
  - a、駐地編劇人才培養計畫
  - b、影視工作坊人力培植之 4
  - c、觀影人口普及計畫
3. 72 小時馬祖拍片計畫 5 之 4

## 107 計畫第 5 年

### 〉 文化資產應用及展演設施產業

1. 文化資產空間營運
  - a、 碇堡裝置藝術國際節
  - b、 碇堡國際藝術節新人培養計劃之 2
  - c、 碇堡國際影展
  - d、 碇堡博物院信仰特展
  - e、 碇堡生態博物館
  - f、 坑道國際酒展
  - g、 坑道書寫館駐點計劃
2. 展演空間活化與年輕化
  - a、 廟堂傳統文化與現代音樂對話
  - b、 行動藝術澳口劇場

### 〉 流行音樂及文化內容產業

1. 國際夏日音樂節  
多元文化澳口音樂會  
研究與創作扎根：島嶼文學出版計畫

### 〉 創意生活產業

1. 國際綠色藝術生活節
2. 海洋與漁事文化體驗季
3. 在地料理國際競賽
4. 在地產品、工藝品牌國際館行銷
5. 虛擬戰地及實地漆彈國際競賽

### 〉 產品設計產業

1. 馬祖特色包裝、購物袋設計改款推廣

2. 產地標章推廣
3. icon 活化競賽
4. 在地衣著材質設計國際競賽及雙年展
5. 歷史建築 ( 環保修繕 ) 變綠建總體檢

〉 數位內容產業

1. 馬祖特色包裝、購物袋設計改款推廣
  2. 產地標章推廣
  3. icon 活化競賽
  4. 在地衣著材質設計國際競賽及雙年展
  5. 歷史建築 ( 環保修繕 ) 變綠建總體檢
1. 在地數位內容產業人才培訓
  2. 馬祖民間故事、傳統文化、社區營造、風俗民情之數位內容博物館整合計劃
  3. 創意紀錄馬祖數位國際出版計畫之三

〉 影視產業

1. 影視產業培力續航 3
  - a、馬祖文學電影委託製作
  - b、影展獎勵
  - c、在地拍攝獎助
  - d、俗民信仰記錄片製作
2. 人才培養
  - a、駐地編劇人才培養計畫
  - b、影視工作坊人力培植之 5
  - c、觀影人口普及計畫
3. 72 小時馬祖拍片計畫 5 之 5

馬祖文化創意產業五年計畫一覽表

馬祖文化創意產業五年計畫					
	103 計畫元年	104 計畫第2年	105 計畫第3年	106 計畫第4年	107 計畫第5年
文化資產應用及展演設施產業	<ul style="list-style-type: none"> <li>文化資產空間建置與活化</li> <li>〈闢置裝置藝術季徵件【@人】</li> <li>〈駐地藝術家種子計畫【@人】</li> <li>〈闢置電影院【@】</li> <li>〈闢置博物館【@】</li> <li>〈闢置生息博物館3年之1【@】</li> <li>〈馬祖旅遊展覽館3年之1【@】</li> <li>〈旅遊書寫館修繕3年之1【@】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>文化資產空間建置與活化</li> <li>〈闢置裝置藝術季徵件【@人】</li> <li>〈在地與駐地藝術家協同創作計畫</li> <li>〈闢置電影院3之1【@人】</li> <li>〈闢置博物館歷史區【@人】</li> <li>〈闢置生息博物館3年之2【@人】</li> <li>〈馬祖旅遊展覽館3年之2【@人】</li> <li>〈旅遊書寫館修繕3年之2【@人】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>文化資產空間建置與活化</li> <li>〈闢置裝置藝術季徵件【@人】</li> <li>〈國際藝術家闢置協同創作計畫</li> <li>〈闢置電影院3之2【@人】</li> <li>〈闢置博物館戰爭與和平【@人】</li> <li>〈闢置生息博物館3年之3【@人】</li> <li>〈馬祖旅遊展覽館3年之3【@人】</li> <li>〈旅遊書寫館修繕3年之3【@人】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>文化資產空間營運</li> <li>〈闢置裝置藝術季徵件【@人】</li> <li>〈闢置國際藝術家駐地計畫【@人】</li> <li>〈闢置電影院3之3【@人】</li> <li>〈闢置博物館海洋發展【@人】</li> <li>〈闢置生息博物館【@人】</li> <li>〈旅遊國際影展【@人】</li> <li>〈旅遊書寫館營運【@人】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>文化資產空間營運</li> <li>〈闢置裝置藝術季徵件【@人】</li> <li>〈闢置國際藝術家駐地計畫【@人】</li> <li>〈闢置博物館信仰特展【@人】</li> <li>〈闢置生息博物館【@人】</li> <li>〈旅遊國際影展【@人】</li> <li>〈旅遊書寫館駐點計劃【@人】</li> </ul>
流行音樂及文化內容產業	<ul style="list-style-type: none"> <li>馬祖夏日音樂節【人】</li> <li>〈港口音樂會【@人】</li> <li>〈研究與創作札記-【人】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>馬祖國際夏日音樂節【人】</li> <li>〈港口音樂會【@人】</li> <li>〈研究與創作札記：在地文學出版計畫【@人】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>馬祖國際夏日音樂節【人】</li> <li>〈青年港口音樂會【@人】</li> <li>〈研究與創作札記：生態文學出版計畫【@人】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>馬祖國際夏日音樂節【人】</li> <li>〈青年港口音樂會【@人】</li> <li>〈研究與創作札記：俗文學出版計畫【@人】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>國際夏日音樂節【人】</li> <li>〈多元文化港口音樂會【@人】</li> <li>〈研究與創作札記：島嶼文學出版計畫【@人】</li> </ul>
創意生活產業	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 綠色藝術節【@】</li> <li>• (手-藝)體驗工廠、體驗酒廠、體驗廚房【@】</li> <li>• 文化祭第2之1【@】</li> <li>• 特色生活用品、手、工藝的品類化【@】</li> <li>• 馬祖復活、祭酒明成立【@】</li> <li>• 體驗戰爭與和平海洋競賽</li> <li>• 向馬祖元宮國際化【1】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 國際綠色藝術節【@人】</li> <li>• (手-藝)體驗工廠、及在地廚房、創意料理競賽【@】</li> <li>• 文化祭第2之2【@】</li> <li>• 特色產品、手工藝的品類化【@】</li> <li>• 復活、祭酒明經營【@】</li> <li>• 國際視地海洋競賽之1【@】</li> <li>• 向馬祖元宮深及體驗服務產業發展【人】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 國際綠色藝術節【@人】</li> <li>• 媽祖信仰文化節【@人】</li> <li>• 在地創意料理及創意調酒國際競賽【@人】</li> <li>• 建立在地產品、工藝品國際行銷網【@】</li> <li>• 復活、祭酒明改良【1】</li> <li>• 國際視地海洋競賽之2【@】</li> <li>• 生態體驗產業發展【人】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 國際綠色藝術節【@人】</li> <li>• 信仰文化體驗季【@人】</li> <li>• 創意生活及創地在島國際競賽【@人】</li> <li>• 在地產品、工藝品國際行銷網【@】</li> <li>• 國際視地海洋競賽之3【@】</li> <li>• 馬祖農業產業體驗計畫【人】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 國際綠色藝術節【@人】</li> <li>• 海洋與漢文文化體驗季【@人】</li> <li>• 在地料理國際競賽【@人】</li> <li>• 在地產品、工藝品國際行銷網【@】</li> <li>• 虛擬戰地及實地海洋國際競賽【@】</li> </ul>
產品設計產業	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 馬祖品牌識別設計、包裝設計、購物袋識別推廣</li> <li>• 產地標準設計推廣【人】</li> <li>• 傳統工農icon轉移計畫【@人】</li> <li>• 在地農產材質設計計畫【人】</li> <li>• 臺灣本島馬祖類有類成立</li> <li>• 歷史建築（環保修繕）雙綠建3之1【@】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 馬祖識別、包裝、購物袋識別推廣</li> <li>• 產地標準推廣【1】</li> <li>• 傳統icon轉移再生計畫【@人】</li> <li>• 在地農產材質設計計畫【@人】</li> <li>• 臺灣本島馬祖類有類成立</li> <li>• 歷史建築（環保修繕）雙綠建3之2【@】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 馬祖識別、包裝、購物袋識別推廣</li> <li>• 產地標準推廣【1】</li> <li>• icon再生計畫【@人】</li> <li>• 在地農產材質設計國際競賽及雙年展【@人】</li> <li>• 臺灣本島馬祖類有類概念店開設</li> <li>• 歷史建築（環保修繕）雙綠建3之2【@】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 馬祖特色包裝、購物袋設計改良【人】</li> <li>• 產地標準推廣【1】</li> <li>• icon再生計畫【@人】</li> <li>• 在地農產材質設計國際競賽【@人】</li> <li>• 臺灣本島馬祖類有類概念店開設</li> <li>• 歷史建築（環保修繕）雙綠建3之3【@】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 馬祖特色包裝、購物袋設計改良推廣【人】</li> <li>• 產地標準推廣【1】</li> <li>• icon再生計畫【@人】</li> <li>• 在地農產材質設計國際競賽及雙年展【@人】</li> <li>• 歷史建築（環保修繕）雙綠建3之3【@】</li> </ul>
數位內容產業	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 馬祖歷史、文化、生態、信仰素材之數位多元應用【@】</li> <li>• 馬祖若差Candy Crush APP【@人】</li> <li>• 馬祖傳統產業數位業者合作整合【@人】</li> <li>• 傳統文化跨平台遊戲、動畫等終端服務【人】</li> <li>• 創意紀錄馬祖數位出版計畫【@人】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 歷史、文化、生態、信仰素材之數位多元應用【@】</li> <li>• 馬祖若差Candy Crush APP【@人】</li> <li>• 馬祖文化數位典藏及跨平台服務【人】</li> <li>• 創意紀錄馬祖數位出版計畫【人】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 歷史、文化、生態、信仰素材之數位內容數化【人】</li> <li>• 社區營造成果與數位、3D業者進行製作及整合【人】</li> <li>• 馬祖在地信仰文化數位典藏及跨平台服務</li> <li>• 創意紀錄馬祖數位出版計畫【@人】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 在地數位內容產業人才之培訓【人】</li> <li>• 馬祖民間故事與傳統文化之數位內容製作及整合【@人】</li> <li>• 生態文化數位典藏及跨平台服務【人】</li> <li>• 創意紀錄馬祖數位出版計畫【@人】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 在地數位內容產業人才之培訓【人】</li> <li>• 馬祖民間故事、傳統文化、社區營造、民俗民情之數位內容製作整合計劃【@人】</li> <li>• 創意紀錄馬祖數位出版計畫【@人】</li> </ul>
影視產業	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 影視產業培訓</li> <li>〈成立影視拍攝訓練辦公室【@】</li> <li>〈在地拍攝獎【人】</li> <li>〈戰地口述歷史紀錄片製作2之1【@人】</li> <li>• 人才培養</li> <li>〈駐地劇本特色發展計畫【人】</li> <li>〈影視工作場人力培植之1</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 影視產業培訓續1</li> <li>〈影展獎勵【@人】</li> <li>〈擴大在地拍攝獎【人】</li> <li>〈戰地口述歷史紀錄片製作2之2【@人】</li> <li>• 人才培養</li> <li>〈駐地劇本特色發展計畫【人】</li> <li>〈影視工作場人力培植之2</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 影視產業培訓續</li> <li>〈影展獎勵【@人】</li> <li>〈在地拍攝獎【人】</li> <li>〈生態紀錄片製作2之1【@人】</li> <li>• 人才培養</li> <li>〈駐地劇本特色發展計畫【人】</li> <li>〈影視工作場人力培植之3</li> <li>〈觀影人口普及計畫【人】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 影視產業培訓續3</li> <li>〈馬祖文庫電影製播【人】</li> <li>〈影展獎勵【@人】</li> <li>〈在地拍攝獎【人】</li> <li>〈生態紀錄片製作2之2【@人】</li> <li>• 人才培養</li> <li>〈駐地編劇人才培養計畫【人】</li> <li>〈影視工作場人力培植之4</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 影視產業培訓續3</li> <li>〈馬祖文庫電影製播【人】</li> <li>〈影展獎勵【@人】</li> <li>〈在地拍攝獎【人】</li> <li>〈俗民信仰紀錄片製作【@人】</li> <li>• 人才培養</li> <li>〈駐地編劇人才培養計畫【人】</li> <li>〈影視工作場人力培植之5</li> </ul>
觀影	<ul style="list-style-type: none"> <li>〈觀影人口普及計畫【人】</li> <li>〈馬祖文學作品視覺化製作5之1【@人】</li> <li>• 72小時馬祖影片計畫5之1【@人】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>〈觀影人口普及計畫【人】</li> <li>〈馬祖文學作品視覺化製作5之2【@人】</li> <li>• 72小時馬祖影片計畫5之2【@人】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>〈馬祖文學作品視覺化製作5之3【@人】</li> <li>• 72小時馬祖影片計畫5之3【@人】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>〈觀影人口普及計畫【人】</li> <li>• 72小時馬祖影片計畫5之4【@人】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>〈觀影人口普及計畫【人】</li> <li>• 72小時馬祖影片計畫5之5【@人】</li> </ul>
圖例	<p>環境整備(改善環境): @</p> <p>人才培育: 人</p> <p>國際輸出(國際出版國際入): 1</p>				

## 二、103 年文化創意產業企劃書 共兩版

### 103 年度「文化部補助直轄市及縣(市)政府推動文化創意產業發展」

#### 第一版

#### 申請總表

提案類型	提案單位	執行單位	計畫名稱	計畫執行期程 (年/月/日)	計畫總經費 (仟元)	配合款 (仟元)	申請補助 經費(仟元)	縣市財力 分級(執行 單位)
<input checked="" type="checkbox"/> 單一縣市 <input type="checkbox"/> 跨域聯合	連江縣政府	連江縣政府文化局	103 年度連江縣推動文化創意產業發展計畫	103 年 1 月 1 日至 103 年 11 月 30 日	8,500	1,000	7,500	第五級
合 計					8,500	1,000	7,500	

## 綜合資料表

計畫 名稱	103 年度連江縣推動文化創意產業發展計畫			
主辦 單位	名稱	連江縣政府		
	電話	0836-25131	傳真	
	地址	連江縣南竿鄉介壽村 76 號		
實施 期程	民國 103 年 01 月 01 日 至 103 年 11 月 30 日			
計畫 經費	總經費	8,500,000 元	申請補助	7,500,000 元
計畫	項次	計畫名稱	計畫內容摘要(2 百字以內)	



項目	一	103 年度連江縣 推動文化創意產業發展計畫	健全連江縣文創產業環境，輔導馬祖文創，建立文創產業推動辦公室，透過政策協調，推動幕僚，跨部會整合機制，整合經營馬祖文創五年長期計畫，鎖定特色產業，以旗艦計畫帶動合併之產業發展，設立三大項目：厚植文創根源，導入跨島經驗，發展品牌特色，以期達到建設馬祖文創漸進式發展之能量。	
主辦單位聯絡人	職稱	電話	E-mail	
張淑娟	約用人員	0836-22393#105	changaileen00@gmail.com	
申請單位過去一年接受本部或其他部會補助之情形				
受補助計畫名稱	補助機關	補助金額		
文創造產-打造馬祖文創特色行動計畫	文化部 (離島建設基金)	400 萬		

召開工作會議擬定計劃，並從五年計劃訂定撰寫 103 年度企劃書之內容。

**1. 計劃目標：**

針對厚植產製源頭能量、導入跨島經驗、發展品牌策略、關聯性、衍生性、整合性及總體效益評估等四個工作目標項目，撰寫出計劃之工作內容、規格、數量以及期程。

**2. 計劃時程與執行單位：**

102 年 6 月 30 日 至 102 年 7 月 30 日。

**3. 執行內容：**

文創專案辦公室針對

- 厚植文創根源
  - 建立跨部會機制協調
  - 成立文創專案辦公室
  - 盤點馬祖文創表演設施硬體
  
- 導入跨島經驗
  - 引進跨國島節慶行銷
  - 導入文創產銷模式
  
- 發展品牌策略
  - 傳統 icon 再生計畫
  - 協助文創業者開發商品
  - 總體效益評估

4. 核心工作項目：

工作項目		工作內容	規格及數量	期程
(一) 厚植 能量	建構跨部會協調機制	a. 研提文創產業研析資料。 b. 定期彙整各部會工作執行進度。	a. 彙整 5 次各部會執行進度。 b. 提文創產業政策建議。 c. 研提文化創意產業政策、研析資料。	1 年
	成立文創產業專案辦公室	a. 蒐集各級政府單位相關文創產業獎補助資訊。 b. 成為本局回應相關文創措施及國內外諮詢。	完成各級政府單位相關文創產業獎補助之資料盤點，盤點資料。	1 年
	輔導文創產業及文創開發案	a. 輔導補助店家 b. 開發商品	a. 至少輔導 20 家業者，輔導補助金額最少佔預算 1/3 以輔導。 b. 協助至少 4 家以上業者開發多元媒材或衍生性商品之案例。	1 年
	盤點馬祖文創硬體	盤點馬祖文創人硬體與表演設施。	完成資料之盤點。	1 年
(二) 跨島 經驗	辦理跨島節慶行銷	辦理國際島嶼音樂節。	完成 1 場活動案。	1 年

		導入文創產銷模式	辦理課程與輔導與培訓。	課程內容應以增進從業人員對文創製銷流程之了解進行規劃，並以數位應用及異業結合等為主題，至少辦理 6 場，其中屬工作坊性質及跨島型研討會應至少各 1 場，每場參加人數至少 30 人，並以相關業者為限。	1 年
(三)	發展品牌	傳統 icon 轉移再生計畫	a. 異業合作，媒合產品，並輔導業者將產品利用傳統 icon 再生設計。	a. 完成至少 2 件推介案。 b. 完成至少 2 場成功案例分享。	1 年
(四)	關聯性、衍生性、整合性及總體效益評估	本案各工作項目之關聯性、衍生性、整合性及總體效益評估	本案各工作項目之關聯性、衍生性、整合性及總體效益評估	本案各工作項目之關聯性、衍生性、整合性及總體效益評估，應納入結案成果報告書。	1 年

計畫編號：\_\_\_\_\_ (本部填寫)

第二版

文化部補助直轄市及縣(市)政府  
推動文化創意產業發展

計畫名稱：馬祖文化素材加值應用輔導計劃

103 年度連江縣推動文化創意產業發展計畫

實施期程：103 年 01 月 01 日至 11 月 30 日

指導單位：文化部

主辦單位：連江縣政府

中 華 民 國 103 年 11 月 30 日

103 年度「文化部補助直轄市及縣(市)政府推動文化創意產業發展」

申請總表

提案類型	提案單位	執行單位	計畫名稱	計畫執行期程 (年/月/日)	計畫總經費 (仟元)	配合款 (仟元)	申請補助 經費(仟元)	縣市財力 分級(執行 單位)
<input checked="" type="checkbox"/> 單一縣市 <input type="checkbox"/> 跨域聯合	連江縣政府	連江縣政府文化局	文化島嶼 創意馬祖－102年度連江縣推動文化創意產業發展計畫	103年1月1日至102年11月30日	5,500	500	5,000	第五級
合 計					5,500	500	5,000	

102 年度「文化部補助直轄市及縣(市)政府推動文化創意產業發展」

綜合資料表

計畫名稱	馬祖文化素材加值應用輔導計劃 102 年度連江縣推動文化創意產業發展計畫			
主辦單位	名稱	連江縣政府		
	電話	0836-25131	傳真	
	地址	連江縣南竿鄉介壽村 76 號		
實施期程	民國 103 年 01 月 01 日 至 103 年 11 月 30 日			
計畫經費	總經費	5,500,000 元	申請補助	5,500,000 元
計畫項目	項次	計畫名稱	計畫內容摘要(2 百字以內)	
	一	文化島嶼 創意 馬祖－102 年度連 江縣推動文化創 意產業發展計畫	為使馬祖文創業者加值應用文創素材，協助微型及小型文創產業，帶動馬祖美學經濟發展，特擬定價值產值化之相關政策，尋求創意內容加值之可能性。本專案將配合文化部文創加值之政策，藉由「育成×介接×推廣=加值」運作核心概念，利用輔導諮詢機制，育成供應端之創意工作者，提升其創意提案產業化的品質，強化需求端對提案的接受度；透過介接媒合服務，連結創意工作者與需求端之投資者、應用者，加速各式互動關係之建立。同時向外推廣，引動更多人員以創作工作者、投資者、應用者或消費者之角色進入產業加值鏈的運行，為其引入良性共生循環動力，逐步自主運作。	
主辦單位聯絡人		職稱	電話	E-mail
張淑娟		約用人員	0836-22393#105	changaileen00@gmail.com
申請單位過去一年接受本部或其他部會補助之情形				
受補助計畫名稱		補助機關	補助金額	

文創造產-打造馬祖文創 特色行動計畫	文化部 (離島建設基 金)	400 萬



## 第二版

計畫名稱：馬祖文化素材加值應用輔導計劃

102 年度連江縣推動文化創意產業發展計畫

提案單位：連江縣政府文化局

# 目錄

一、 依據.....	59
二、 計畫目標.....	59
三、 辦理單位.....	63
四、 計畫實施策略及方法.....	64
1. 育成輔導計畫.....	65
2. 介接媒合計畫.....	66
3. 行銷推廣計畫.....	68
五、 執行進度及查核點.....	69
六、 計畫總經費預算明細表.....	70
七、 預期效益及成果評估指標.....	71
八、 歷年推動之成果及實績.....	73
九、 附錄.....	76

# 一、 依據

文化部補助直轄市及縣(市)政府推動文化創意產業發展作業要點。

根據五年計劃發展要點。

# 二、 計畫目標

## (一) 計畫背景

### 配合中央政策

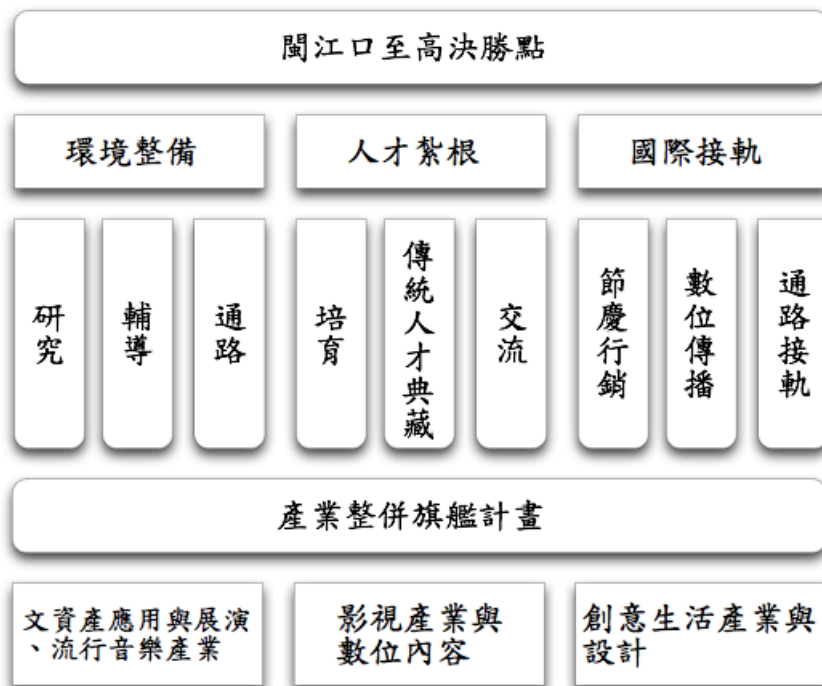
中央文化部持續推動增值應用文創素材，為我國文化創意產業界尋求創意內容增值的可能性，龍應台部長特別於報告中指出，創意內容產值化的工作，好比為我國的創意內容水庫接上水管，讓各界的使用者扭開水龍頭即可共享豐沛的資源與成果。

馬祖雖面臨地小人稀，天然工業資源缺乏的天然因素，但因人文資源豐厚，加上歷史發展的特殊性，處處埋藏文創產業發展的種子。而馬祖文創產業的發展需要站在世界的高度，清楚檢視在地歷史、文化及地景等的獨特性與優勢，以創意、美學包裝，結合當地慢活的民情風俗，綻放戰地、海島風華，展現多元繽紛的生態觀光與人神傳奇，讓馬祖在揭開佔地神祕面紗之後，再度以走過歷史縱軸、跨越地理鴻溝、保存閩東活化石的舉世獨特魅力，開啟文化創意產業的新頁。

因此本專案以銜接中央與地方政策，地方特色之文化素材，透過育成，介接，推廣，產生增值成果，故本案為馬祖文創產值化過程中重要之關鍵計劃。

### 配合本局五年計畫規劃

## 本局五年計畫目標



願景：閩江口至高決勝點

馬祖位於閩江口，文創能量立足於馬祖卻蓄載於台灣，從閩江口向大陸輸出，成為文創至高決勝點。

目標：

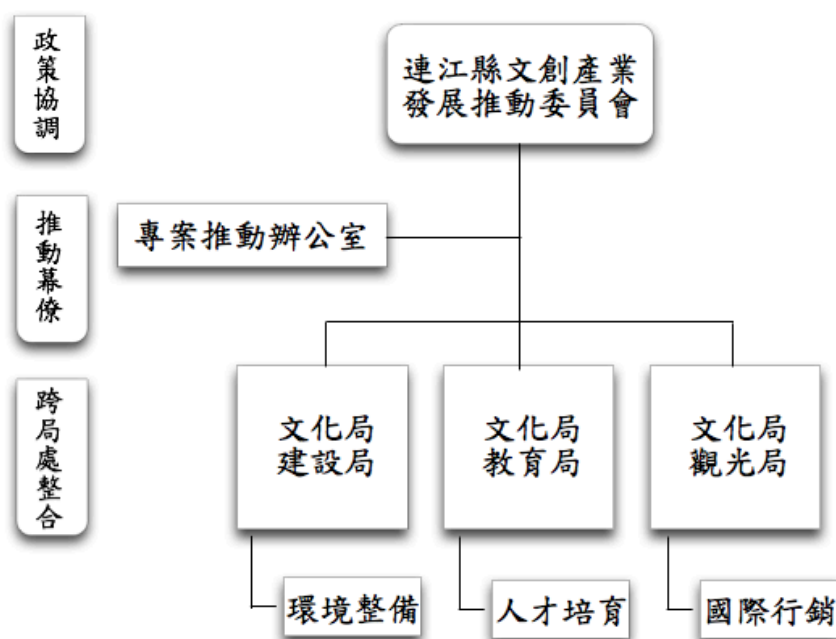
環境整備—透過研究、輔導、通路，軟體與硬體、虛擬與實體、雲端與土地，全方面的整備馬祖文創環境。

人才紮根—透過培育、交流與傳統人才典藏，不僅培育在地人才，吸引回流人才，使專業人才根留馬祖，建立馬祖文創人力的資源。

國際接軌—透過節慶行銷、數位傳播、通路接軌，媒合多次馬祖跨島合作經驗，透過國際關注議題，爭取國際對話機會，促使馬祖與國際接軌。

103 計畫為五年計畫之元年，首先執行馬祖文創環境之整備，透過本計畫陪伴輔導馬祖文創店家，提供跨島輔導資源，與產業鏈的整合，與育成的課程，建立馬祖店家文創環境硬體與軟體，使五年計畫得以循序完整執行。

## 五年計畫架構



## (二) 現況分析

### 馬祖微型文創缺乏產值化所需資源

創意內容從抽象的概念，到成為消費者手中的具體商品需要歷經各種階段，從創意可行性評估開始的產品企畫階段開始，尚有商品化、產品實做及產品行銷階段，各階段涉及之專業領域不同。一般企業由各部門分層負責，共同創造產值；相對的，個人或中小型工作室...等較小型的組織人力、物力、財力資源有限，難以擁有完整的商業運作體制。

馬祖文化資產，從地景地貌、建築歷史、人文典故，是發展文化創意產業的重要優勢。然而，馬祖文創產業多屬於微型與小型文創產業，缺乏經營管理、財務、市場行銷專業，融資受信取得困難，規模難以擴大，市場與消費者有待多元開發。面對處於劣勢，微小到無法形成市場規模與產業鍊，卻屬於多數的微型與小型文創產業，公部門的輔導協助顯得特別重要。

## 馬祖文創之環境整備、人才培育、跨島行銷

銜接五年計畫，103年計畫元年，透過本計畫完成三大目標之基礎，



### 輔導

- 透過診斷訪視分析馬祖文創業業者經營問題，透過專家輔導改善文創環境。

### 育成

- 透過開辦課程與陪伴輔導，提供文創人才育成資源。

### 介接

- 藉由媒合使馬祖文創店家與島外產業鏈結合，達成跨島合作與行銷。

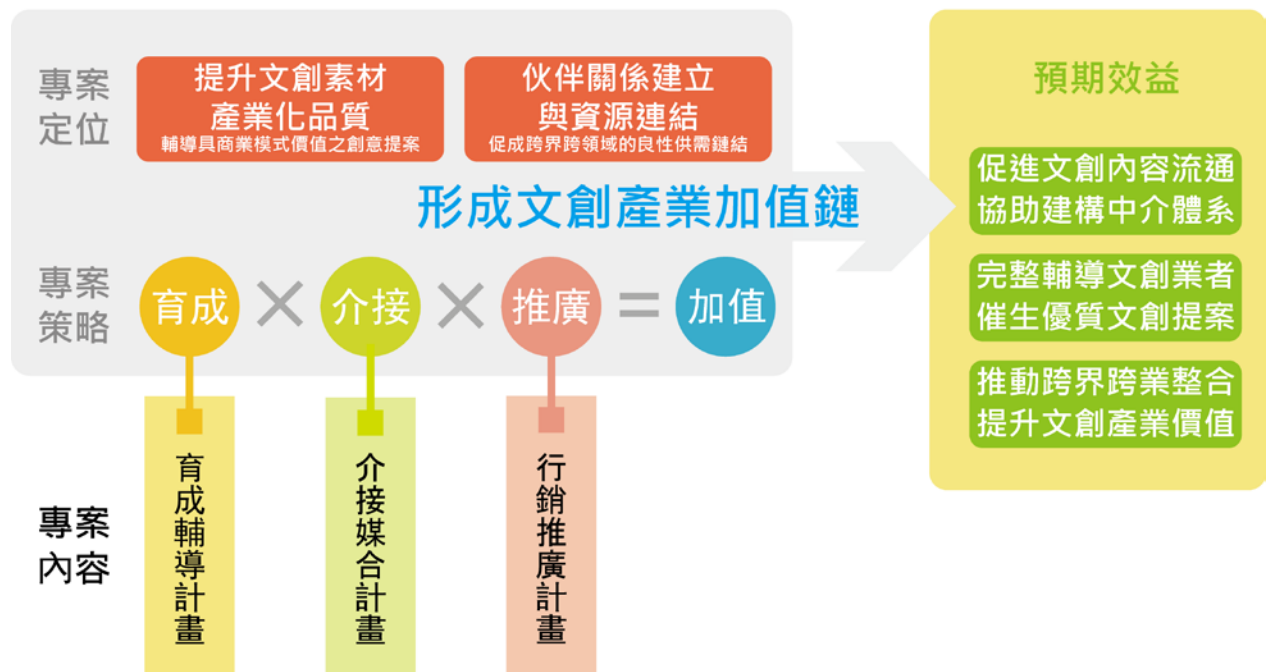
### (三) 計畫架構與運作概念

檢視位於創意供應端之微型與小型文創產業所面臨的困境，本案擬定「文創素材增值應用專案」，著眼於供應端(創意工作者)與需求端(投資者、應用者)的媒合工作，配合文化部「文創咖啡廳媒合平台」之營運，藉由「育成×介接×推廣=增值」運作核心概念，一方面鼓勵創意工作者提出優質提案，進駐一源多用的中介媒合平台，並協助創意工作者取得資金、商品化、品牌行銷、法律專利...等專業知能，另一方面連結具需求之投資者與應用者，促進跨界與跨業的整合，共同提升文創產業價值。整體專案運作架構與效益詳如下圖，專案工作與產業困境之關係如對應表所示。

圖一

【文創素材增值應用推動專案】 運作架構圖

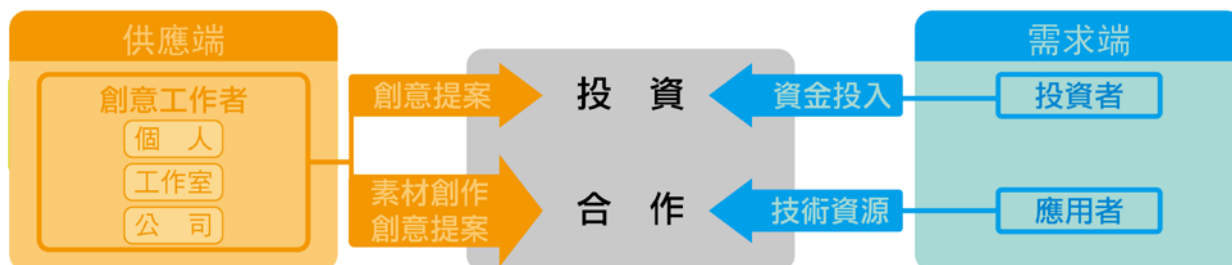
更新日期：2013/04/25



圖二

【文創產業供需連結關係圖】

更新日期：2013/04/25





表一 專案工作項目與產業困境對應表

問題與困境	解決策略	工作項目
<p>創意內容之商品化涉及產品企畫、商品化、產品實做及產品行銷階段，微型與小型文創企業不易全面顧及，造成創意產值化的形成未臻完善。</p>	<p>提升文創素材產業化的品質</p>	<p>1.辦理創意素材加值應用提案徵件與評選機制，鼓勵創意工作者積極創發提案。</p> <p>2.成立輔導團隊，提供專業諮詢與診斷。</p> <p>3.定期舉辦工作坊，協助形成具商業應用模式之提案。</p>
<p>1.創意內容產值化過程涉及各領域專業，微型與小型文創產業能力有限，分頭爭取各領域資源協助曠日廢時。</p> <p>2.缺乏投資與融資相關問題評估能力，取得資金環境不友善。</p>	<p>夥伴關係建立與資源連結</p>	<p>1.調查瞭解創意工作者、投資者、應用者之個別需求條件。</p> <p>2.辦理媒合洽談會，協助供需雙方尋得適合之合作夥伴。</p> <p>3.積極推廣馬祖文創平台，吸引相關人員進駐，打造文創跨界雲，形成產業新生態。</p>

### 三、 辦理單位

(一)指導單位：文化部

(二)主辦單位：連江縣政府

聯絡人姓名：張淑娟

電話：0836-22393#105

e-mail：changaileen00@gmail.com

(三)執行單位：連江縣政府文化局

聯絡人姓名：張淑娟

電話：0836-22393#105

e-mail：changaileen00@gmail.com

## 四、計畫實施策略及方法

### (一) 實施策略

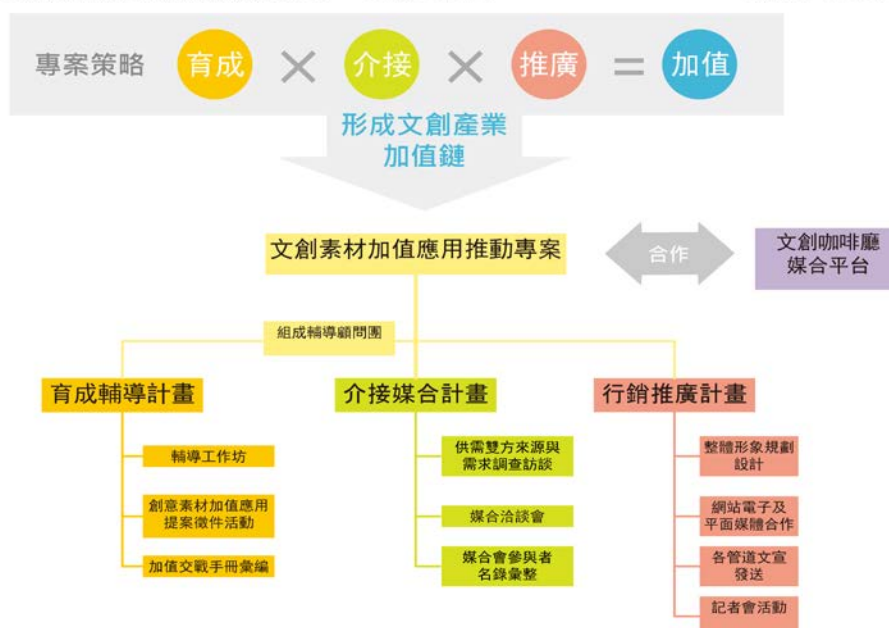
本專案策略乃藉由「育成」、「介接」、「推廣」三項核心元素共構之加值方程式，促進文創產業加值鏈的形成與自主運作。基於創意本為一種將各項元素拼湊，超越現有框架的綜合舉動，如何促進相關人員與專業領域的多元融合，應是文創產業價值鍊能否順利運行之關鍵。

因此，本專案企圖利用輔導諮詢機制，育成創意工作者，提升其創意提案產業化的品質，強化需求端對提案的接受度。透過介接媒合服務，連結創意工作者與需求端之投資者、應用者，加速各式互動關係之建立。同時向外推廣，引動更多人員以創作工作者、投資者、應用者或消費者之角色進入產業加值鏈的運行。透過品質提升、專業合作、全民參與，為文創產業加值鍊引入良性共生循環動力，促使其順暢地自主運作。

圖三

【文創素材加值應用推動專案】 工作項目圖

更新日期：2013/04/24



## (二) 執行方法

本專案由三項子計畫：育成輔導計畫、介接媒合計畫、行銷推廣計畫組成，各子計畫採任務編組，由執行專案小組將協同外部顧問輔導團執行，各子計畫內容詳述如下。

### 1. 育成輔導計畫

#### A. 組成輔導顧問團

文創產業價值鏈的推動工作，包含充分瞭解供需雙方的條件與需求，提供公平而自由的交流空間，並以專業的輔導諮詢做後援，方能幫助供需雙方建立互惠、互信的長久合作關係。

輔導顧問團將擔任工作坊輔導諮詢規劃及現場諮詢顧問，為創意工作者提供輔導與諮詢服務，並協助為媒合洽談會引薦供應端與需求端之案源，有效擴大創意工作者、投資者與應用者於本專案的參與度。

#### B. 創意素材增值應用提案徵件活動

依規劃辦理徵件方式，鼓勵參賽者將各式創意素材與增值應用之案例(型式包括文學創作、劇本、動畫或遊戲等)以 10~15 分鐘影音文字上傳至活動網站，安排網路及媒體行銷活動，宣傳徵件辦法，鼓勵民眾踴躍提出各類別之優質創意提案。

##### ◎評選流程及辦法：

規劃執行評選作業，如初選開放民眾投票、決選則召開文創業者與專家學者評選會議等，以甄選出優良專案。

##### ◎成果展示暨頒獎典禮

成果展示將與媒合洽談會一同辦理，以有限的資源，召集創意工作者、投資者與應用者，自由交流互動，同時開放一般民眾參觀，並邀請相關業界貴賓蒞臨參訪。本計畫並提供入選者自行規劃設計展示空間，以充分表現創意工作者之特質，吸引投資者與應用者的興趣。

### ◎成果影像紀錄剪輯

剪輯頒獎典禮現場錄影與成果發表展之影像紀錄，並將檔案放置於本專案網頁與「文創咖啡廳」媒合平臺設置之徵件專區，供各界瀏覽分享。

### ◎民眾公開票選活動

將於文化部「文創咖啡廳媒合平台」設置之活動專區，開放民眾票選，採取每人每日一票之票選機制，搭配媒宣行銷活動鼓勵民眾提案及參與票選活動，票選結果將提供決選小組做為評判參考。

## C.工作坊輔導機制

### ◎尋求案源

透過創意素材增值應用提案徵件活動與本專案輔導顧問團及其他管道，主動找尋有輔導需求的創意工作者。

### ◎辦理工作坊

將依文創不同領域類別之需求，與徵件之投件類別與素質調配工作坊內容，分階段舉辦之工作坊，透過商業模式方法引導，協助形成具商業應用模式的提案。

## 2. 介接媒合計畫

### A.尋求案源，邊輔導邊尋求媒合對象服務

有鑑於我國推動文創產業發展的難處在於創意工作者與投資者、應用者之間，缺乏有效的溝通互動平台，瞭解彼此之需求與特性，本計畫透過馬祖四鄉五島深度推廣輔導，邊輔導尋找從中推薦好的提案資料，以提供市場媒合。

### B.創意提案尋覓配對

彙整投資者與應用者之需求條件的同時，透過創意素材增值應用提案徵件活動、輔導顧問團推薦與其他管道，尋覓適合的創意提案與創意

工作者，並歸納彙整供需兩端之需求條件，規劃適合之主題媒合，邀請雙方交流洽談。

### **C.辦理媒合洽談會**

媒合洽談會將與徵件成果發表會聯合舉辦，一方面展現各類創意工作者的優質提案，提高創意工作者的能見度，另一方面提供投資者、應用者自由接觸創意工作者之機會，擴大整體效益。

### **D.彙整媒合洽談會參與者名錄**

由於文創創投與增值應用尚屬發展階段，持續促成供需雙方建立良性互動關係有賴經驗之累積與承傳，本計畫預計彙整媒合洽談會參與者之名錄，紀錄其基本資料與需求條件，做為未來媒合工作持續推動之基礎。

### **3. 行銷推廣計畫**

#### **A.組成行銷設計小組，統合規劃形象設計與行銷活動**

專案執行團隊整體形象設計，掌握樹立獨特性、符合專案定位及精神、定義統一的視覺語言三項形象規劃要點，運用系統化之視覺規劃，搭配行銷統合策略，有效傳達正確訊息，吸引創意工作者與一般民眾參與本專案。

#### **B.媒宣管道規劃：網路電子及平面媒體**

網路媒體已是目前資訊傳播的主要管道，本計畫將以網路媒體電子為主，平面媒體為輔，前者快速散播簡潔多元的資訊，後者則鎖定目標族群，以內容深度提高創意工作者及文創產業相關人員對本專案的參與。

#### **C.宣傳記者會辦理**

將搭配創意素材增值應用徵件活動辦理時程及地點，辦理宣傳記者會 1 場，廣邀各大平面、電視、廣播媒體記者採訪，為本專案各項內容曝光宣傳。

#### **D.各管道媒體宣傳及文宣發送**

創意工作者本身具有主動蒐集情報，掌握時事脈動的特質，有效利用既有文創相關資訊傳播網絡，及獲得各相關單位的訊息傳播協助，將有助於跨界與跨領域之參與，加速文創產業整合與創意內容流通之推動工作。

## 五、 執行進度及查核點

(一) 工作計畫進度表及查核表 (表三)

工作項目		5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
文創素材加值應用推動專案									
育成輔導	徵件活動								
	工作坊辦理								
媒合介接	成果發表 暨媒合洽談會								
行銷推廣	網站平台及社群網站經營								
	平面及電子雜誌刊物合作								
	記者會活動								
每月工作進度 (%)		10%	10%	15%	15%	20%	10%	10%	10%
累計工作進度 (%)		10%	20%	35%	50%	70%	80%	90%	100%



## 六、計畫總經費預算明細表

計畫	計畫項目	金額(千元)
育成輔導計畫	1. 辦理徵件活動 2. 辦理業者輔導 3. 辦理工作坊課程	2,500
媒合介接計畫	1. 辦理媒合洽談會 2. 辦理成果	1,500
行銷推廣計畫	1. 網站(含媒和平台) 2. 平面 3. 記者	1,500
總計		5,500

(以上經費可相互勻支)

經費來源：

(一)總經費：550 萬元

(二)申請本部補助：500 萬元

(三)配合款:50 萬元

## 七、 預期效益及成果評估指標

本專案基於推動跨界與跨業整合之初始目標，以「提升文創素材產業化品質」與「夥伴建立及資源連結」為定位，企望透過本專案之執行，幫助創意工作者、投資者與應用者，理解彼此之需求與條件，並尋得適合的夥伴，攜手提升文創產業價值。

### (一) 預期效益

#### 1. 促進創意文化內容開放流通，協助建構一源多用之中介體系

本專案透過創意素材加值應用提案徵件活動之舉辦與推廣，積極尋訪投資者與應用者，幫助供需雙方利用公開的平台溝通互動，瞭解彼此之需求與條件，累積各項資源，讓優質的創意內容在適當的溝通後，能夠廣為流傳，為眾人所用。同時，文創產業相關人員與資訊的匯流，有效支持文創產業雲之建構，強化其架構與體質。

#### 2. 輔導微型及小型文創業者，催生優質文創提案

創意內容如何轉變成具商業模式價值之創意提案，創造人人共享之價值，一直是各界共同努力的目標。本專案借重輔導顧問團之長才，鎖定馬祖，資源不足卻擁有豐沛創意能量的微型與小型文創業者為輔導對象。透過工作坊之舉辦與內容分享，媒合會的面對面洽談，協助處於劣勢的微型及小型文創產業獲得自我檢視與改善之能力與資源，輔導其提出具商業模式價值之創意提案，幫助提升整體文創產業的品質，為長期發展奠定基礎。

#### 3. 推動跨界與跨業整合，共同提升文創產業價值

多元、開放、眾人合作已是文創產業發展提升的重要關鍵，由熱情的團隊領軍，透過跨界、跨業、無時空距離的平台，並透過輔導協助每一位提案發起人精粹其創意。面對馬祖尚處於起步階段的微型/小型文創產業，本專案以專業輔導協助和夥伴關係建立之方式，拓展馬祖微型及小型文創產業在知識技能與關係網絡所涉及的領域範圍。透過網路之

誘導使用、成果發表展示、媒合洽談會、工作坊之舉辦，讓各界在數位世界與現實生活中均有接觸、互動、學習、合作的機會，促成跨界跨域的良好共生連結，帶動加值應用風氣，提升文創產業價值。同時，本專案亦將彙整參與媒合會之人員及廠商名錄，累積經驗與人脈網絡，為馬祖文創產業重要之關鍵計劃。

## 八、 歷年推動之成果及實績

年度	產業類別	執行項目	執行內容
99年 -100年	出版產業	文化馬祖 系列叢書	<ol style="list-style-type: none"> <li>馬祖文化童書系列 1—會呼吸的房子 以繪本形式介紹馬祖傳統建築物的特色。隨著主角在馬祖的遊覽，深入淺出的介紹馬祖傳統建築物的結構、特色、藝術之美等。</li> <li>性格馬祖 性格小店 編輯團隊經由實地走訪，將馬祖地區獨特性格小店，充滿著豐富文化內涵的精神，編輯成書。</li> <li>美哉馬祖-亞太水彩協會馬祖寫生集</li> <li>馬祖文化童書系列 2—擺暝</li> <li>以圖畫書形式介紹馬祖擺暝文化。內容以連江縣馬祖文化為主軸，運用兒童文學的語文以及精美的圖畫，將馬祖的特色介紹給大家。</li> <li>島嶼 群落 祭祀</li> </ol>
100年	數位內容/ 電影產業	創意影視種籽 課程計畫	<ol style="list-style-type: none"> <li>數位大學堂-影視種籽訓練課程：培訓影視產業創意人才，開啟地方特色文化，傳播之能見度。</li> <li>城市行銷-創意影視學院：藉由民眾的影像，以數位網路的平台經營擴散，運用議題行銷發想活動的獨特創意，間接宣傳馬祖島嶼魅力，提升能見度。</li> </ol>
100年 -101年	創意生活 產業	生活美學	<ol style="list-style-type: none"> <li>名人講座-著重新知識、視野與觀念等議題性課程之啟發。</li> <li>藝文賞析-透過內化的藝文賞析，獲得新體驗與美化，培養全新的價值</li> </ol>

			<p>觀與美學素養。</p> <p>3. 美學推廣-舉辦藝文展覽，推廣美學。</p> <p>4. 名人美學采風-安排藝文人士來馬采風，並搭配藝文講座與居民互動。</p> <p>5. 電影賞析-培育民眾多樣不同的美學能力，結合生活美學推廣。</p>
年度	產業類別	執行項目	執行內容
101 年	文化資產應用及展演設施產業/ 創意生活產業	文創造產-打造馬祖文創特色行動計畫	<p>1. 活絡「馬祖好點」文創交流平台、充實資料庫內容：藝文團體、在地藝術家、展演空間。</p> <p>2. 文創商品社區產業化推動：輔導在地業者設計開發或重新包裝文創產品、導入文創產品至社區 DIY 經營。</p> <p>3. 文創產業輔導：建立經銷、生產輔導機制、規劃文創品展示據點（如民俗文物館、馬祖故事館、鐵板生活館等）、辦理輔導課程及觀摩活動。</p> <p>4. 辦理文創體驗產品開發建置與執行。</p>
	創意生活產業	社區營造計畫	<p>1. 漂流木工坊(北竿坂里、東莒、南竿珠螺等地)</p> <p>2. 社區繪本(南竿四維村)</p> <p>3. 大澳古街裝置藝術(南竿牛角村)</p> <p>4. 社區地圖及文化摺頁(北竿塘岐)</p>
	電影產業	連江縣政府文化創意產業影像製作獎補助計畫	<p>1. 鼓勵影像創作與攝製，推廣「馬祖」形象進行城市行銷。</p> <p>2. 審查通過補助南方島電影有限公司拍攝之「花漾」，目前已拍攝完成，已至法國坎城影展宣傳，6月中旬至上海電影節進行宣傳。</p> <p>3. 預計 10 月在台灣辦理特映會及記者會，將邀請縣內長官出席。</p>
	產品設計產業	馬祖文化創意產品製作案	<p>1. 馬祖風燈隨身碟生產製作：推廣馬祖風燈意象。</p> <p>2. 設計生產馬祖特有圖騰之文創品。</p>

			3. 明年度以今年設計之文創產品授權業者生產，促進地區業者之經濟能量與文創品之活絡。
	產品設計產業	連江縣文化創意商品開發補助計畫	<p>一、 鼓勵文創產業與跨界異業結合，以閩東文化為基底，開發設計具馬祖文化形象與競爭力之文創產品。</p> <p>二、 已核准補助五案，每案補助上限為 20 萬。</p>

## 九、 附錄

### 【附錄一】連江縣文化創意產業推動委員會設置要點

101年4月18日連文圖字第1010008804號函發布實施

第一條 為促進連江縣文化創意產業之發展，建構具有豐富文化及創意內涵之社會環境，運用科技與創新研發，健全文化創意產業人才培育，並積極開發國內外市場，特成立「連江縣文化創意產業推動委員會」。(以下簡稱本委員會)

第二條 本委員會之任務與職權如下：

- (一) 擬定連江縣文創產業發展定位、發展目標及發展政策之協調、整合與推動事項。
- (二) 負責協調連江縣橫向跨部門整合文創產業相關之重大計畫及民間資源活絡文創活動。
- (三) 研訂並推動連江縣內文化創意產業發展必要之法令規章及文創產業相關專業意見之諮詢。
- (四) 其他連江縣文創產業發展有關之重大計畫或開發事業之研議、協調與實施事項。
- (五) 核定與本委員會有關之其他重大事項。

第三條 本會置委員數名，主任委員1名，由縣長兼任；副主任委員2名，由縣政府副縣長、祕書長兼任；當然委員5至7名，由縣內與文創產業相關之局處室首長兼任；一般委員6至8名，由縣長遴聘專家學者及產業代表擔任之。

第四條 本委員會主任委員負責統籌推動區域內各項協調事項，並召開、主持本委員會會議；副主任委員以輔佐主任委員執行業務。

第五條 本委員會當然委員任期依其行政職務期滿而卸除；一般委員任期為二年，得連續聘任。

第六條 本委員會下設置「連江縣文化創意產業推動委員會工作小組」(以下簡稱推動小組)，並設執行長一人，由文化局局長兼任之；承主任委員之令，綜理本委員會各項行政會務。工作小組成員由各局處之當然委員指派所屬局處副首長或所屬幹部一人常任之。工作小組成員及其所屬單位、機關，為本委員會與各局處之當然連繫窗口。推動小組之主要任務係對有關本委員會之各項計畫辦理事項、事前協商與溝通，並做成初步建議，提供委員會會議審查。

第七條 委員會及推動小組會議召開所需之各項行政幕僚工作，由連江縣各局處就其所屬機關單位指派固定專任擔任單一窗口，綜理本委員會及工作小

組之各項工作籌備。

第八條 推動小組之人員應於每年年度前將次年度馬祖文創產業推動計劃書彙整完成，提交委員會年度會議通過後據以執行。同時，秉承委員會議決議事項，協調各局處執行、推動，並將推動情形於委員會議之例會報告、備查。

第九條 本委員會當然委員、工作小組及行政幕僚成員均為無給職。但外聘之一般委員得依規定支領出席費或交通費。

召開會議期間之一切費用，由連江縣政府文化局編列預算支應之。

第十條 本委員會會議之召開分年度會議及例行會報二種。年度會議議決推動小組擬議之馬祖文創產業發展年度計畫，例行會報負責協調、推動年度計畫執行進度及相關事宜，原則上每半年召開一次。

本委員會決議事項，應納入各局處施政計畫並配合編列相關年度預算。

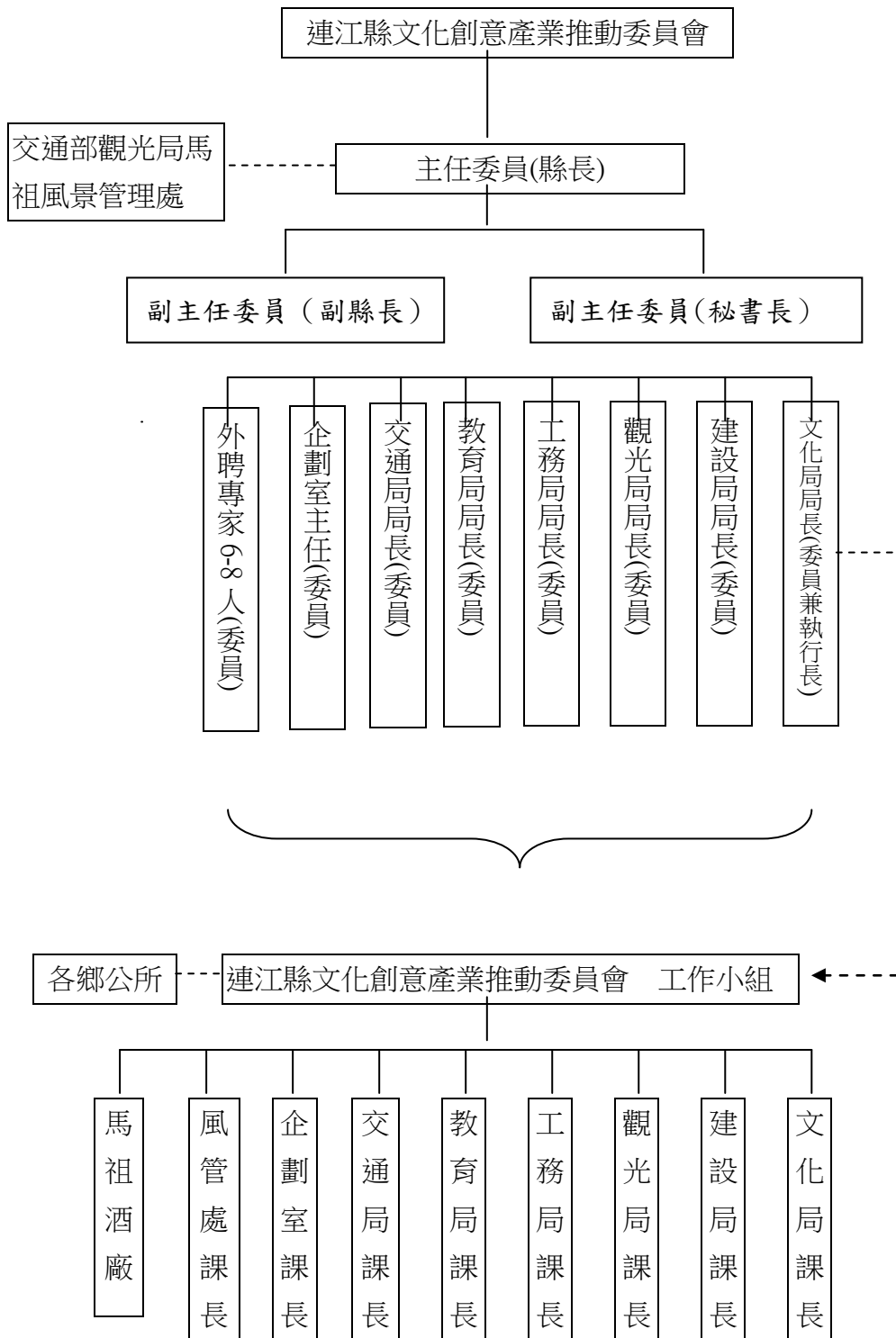
第十一條 本委員會會議之決議，以委員過半數之出席，出席人數過半或較多數之同意行之。

第十二條 本要點未規定事項，悉依有關法令規定辦理。

第十三條 本要點發佈後實施，修正時亦同。



【附錄二】連江縣文化創意產業推動委員會架構圖



【附錄三】連江縣文化創意產業推動委員會外聘專家委員名單

編號	委員姓名	服務單位及職稱
1	莊錦華	財團法人創新智庫暨企業大學 基金會顧問  前客委會副主委
2	孫華翔	國家文化藝術基金會研發總監
3	李錫奇	國際級藝術家  前總統府國策顧問  連江縣政府縣政顧問
4	巫永堅	永堅企業形象策畫公司負責人  連江縣政府縣政顧問
5	翁玉峰	馬祖藝術家  連江縣政府縣政顧問
6	謝顯丞	台灣藝術大學校長
7	劉玉燕	馬祖藝術家  璞舍藝文中心負責人

## 【附錄四】連江縣政府文化創意商品開發補助作業要點

101 年 5 月 17 日連文圖字第 1010015335 號函公佈實施

一、連江縣政府〈以下簡稱本府〉為提昇與扶植連江縣文化創意產業與產品之振興，鼓勵文創產業與跨界異業結合，以閩東文化為基底，開發設計具馬祖文化形象與競爭力之文創產品，促進馬祖文創品之豐富與多樣性，**特訂定本要點。**

### 二、補助對象：

凡登記立案之私法人、依商業設立登記之獨資、合夥事業體、藝文團體、社團、協會、工作室或個人。

惟下列情形不得列入本要點補助對象：

- (一)同一商品開發案已獲政府補助者。
- (二)曾接受補助、扶植，經評估紀錄不佳或無正當理由延遲結報者。
- (三)最近二年曾因違反法令規定而受處分者；或違反公序良俗，經舉證屬實者。

### 三、補助項目：

- (一)開發設計具馬祖戰地或閩東文化元素、常民生活意象之特色文創產品。
- (二)結合馬祖傳統產業、工藝產業之特色文創產品

### 四、補助金額及限制：

- (一)補助對象之申請案，每次原則最高補助額度為新臺幣二十萬元，且補助款不得逾總開發計畫金額百分之七十。
- (二)補助案之補助經費，由本府依各年度之扶植計畫核定金額而定，個案實際補助金額得以評審委員視當年度預算經費斟酌刪減之。
- (三)計畫內容對文創產業推動有重大助益或具時效性者，本府得以專案補助方式辦理，補助經費不受第（一）款之限制。
- (四)補助案經費不得用以補助資本之機械設備費等、常態性人事費、行政管理費等數產業基本營運之費用。

**五、申請時間：**本府原則上每年度受理申請作業一次，申請時間依計畫公告辦理。

### 六、申請方式：

申請者請逕洽本府文化局索取或上文化局網站下載補助計畫作業要點及申請書（網址：[www.matsucc.gov.tw](http://www.matsucc.gov.tw)），註明申請「連江縣文化創意商品開發補助計畫」，並於截止期限內以掛號寄送本府文化局，以郵戳為憑。

### 七、申請文件：

- (一)計畫申請表。
- (二)提案計畫書 10 份(需包含文創商品開發完整生產及經銷模式)。
- (三)登記立案證明影本（個人申請請附身份證明影本）。

(四)最近三年內無欠稅證明文件。

(五)所有申請文件，獲補助者將不退還申請文件，未獲補助者將退還原申請者。

## 八、評審作業：

(一)年度審查採初審與複審二階段辦理，公司、團體及個人等申請案得分別進行審查程序。

1.初審由本府業務單位書面審查申請者資格、申請文件。

2.複審由本府遴聘專家學者及本府代表組成評審小組，複審指標包括：

(1) 產品設計 (50%)

a.文化特色：融入馬祖文化特色意象、在地傳統生活文化特色之表現。

b.創新性：包括設計理念、造型、用途、材料與技術之創新等。

c.功能性：包括使用目的之適當性、實用功能、耐用性與使用便利性等。

(2) 專業執行能力 (10%)

a.市場性:量產可能性、市場接受度、行銷通路、異業合作潛力

b.銷售方式

(3) 預算編列合理性 (25%)

a.成本分析表：

b.回饋計畫：包括受補助後回饋方式、數量等。

(4) 過往實績 (10%)

(5) 本縣轄內登記立案之私法人、依商業設立登記之獨資、合夥事業體、藝文團體、社團、協會、工作室或個人 (5%)

評審委員如有行政程序法第三十二、三十三條規定情形者，應行迴避。

(二)各申請案之審核結果，本府於每期申請時間截止後一個月內正式函知申請單位，並公告於本府文化局網站。

(三)專案審查申請案件送件後，由業務單位進行初審，並填具審查初審表併原申請案，簽陳機關首長核示。必要時得召開審查會議審查，審查委員另聘之。

(四)計畫執行期程不得逾當年會計年度。

## 九、注意事項：

(一)依評選結果，獲補助者需依評選小組意見修正計畫書，並於核准補助後二個月內送交修正之文創商品打樣品送審（審查時間由本府業務單位訂定）。

(二)商品開發打樣品複審後，依評審小組意見修正打樣品，並於結案時送交及回饋計畫內所訂之回饋產品數量。

(三)申請之設計品、內容不得有侵犯他人智慧財產權之情事，若有侵權之疑慮，申請單位自行負責。

(四)每一申請單位每年度以申請一案為原則。

#### 十、撥款及核銷：

- (一)獲得補助之申請案，於計畫執行結束後採一次撥款方式辦理補助案件。
- (二)受補助之團體或個人，應於計畫執行結束一個月內，將領據、經費支出原始憑證、成果報告書紙本一式三份及數位檔案或電子檔等（含照片檔）及回饋計畫內所訂之回饋產品數量，函送本府辦理結案。如有餘款，則應辦理繳庫。
- (三)有關個人所得之稅賦，應按規定扣繳，於勞務報酬收據上註明扣繳金額；如為個人補助案，其勞務所得由本府代為扣繳。
- (四)補助計畫執行有下列情形之一者，縣府得撤銷補助並追回部分或全部補助款：
  - 1.計畫推動成效與計畫書所列內容差距過大，且未於縣府通知期限內改善完成。
  - 2.未依計畫推動或進度嚴重落後，且未於縣府通知之期限內改善完成。
  - 3.計畫成果經縣府審查或驗收不合格，且未於縣府通知期限內改善完成。
  - 4.關於補助款之運用，發現有成效不佳、未依補助用途支用，或虛報、浮報情事。
  - 5.本計畫經查或遭檢舉有侵犯他人智慧財產權，經查證屬實者。

#### 十一、考評：

- (一)經核定補助之申請案，必須依計畫內容確實執行，本府得就計畫之執行進行考評，並列為日後補助審核之依據。
- (二)本要點之補助款應專款專用，不得任意變更用途，經核定之補助案，若計畫變更或因故無法履行，應即函報本府核准。
- (三)經核定補助之案件未按規定繳交成果資料、經考核執行成效不佳或成果資料品質不良、延遲核銷經費等情事，本府將列為未來補助審核之重要參考。

#### 十二、其他：

- (一)受補助者應於商品行銷或媒體宣傳時，將本府文化局列為指導或主辦單位。
- (二)受補助計畫所得之成果資料，著作權屬於受補助者，本府得做非營利之無限期使用。

#### 十三、本要點自發佈後實施。

**文化部 102 年補助直轄市及縣市政府推動文化創意產業發展計畫  
計畫書修正對照表**

提案機關:連江縣政府

計畫名稱:文化島嶼 創意馬祖-102 年度連江縣推動文化創意產業發展計畫

核定補助金額:新台幣 150 萬元

審查意見	修正說明(註明計畫書頁數)
<p>1. 將計畫重點放在聚落的推動及藝文的引進，但需多描繪馬祖有哪些文創元素、特色優勢及做外在環境的評估，並思考如何突破障礙。</p> <p>2. 從特色好點行程創意聚落，進而建構文創島嶼是很好的發展策略，但無法感受馬祖的文化特質，需要提出更長遠的計畫。另外既有的聚落發展模式須注意人才的培育及橫向聯繫協調，建議提出更具體的策略，呈現馬祖在地生活文化。</p> <p>3. 馬祖小巷要發展的文創內容為何？需做更清楚的釐清，另外對於吸引人才回流，應具有更具體的人才培育機制。馬祖應思考如何讓不同地方的年輕人願意進駐馬祖，進而活絡地方發展。</p> <p>4. 計畫中所提及的「推拉策略」有一定矛盾，因馬祖在地文創業者多屬微型企業，即使接到大量訂單後續未必能生產，須注意此一落差；另外「推」的策略是為了行銷馬祖議或行銷產品，需再釐清定位。</p>	<p>P12 老酒文化、馬祖的美食、風燈圖騰皆是馬祖重要的文創元素，每個元素都有原來值得探討的故事，是很多人尚未了解的，可以加以發展。馬祖地區已持續多年社造建設計劃，延續社造成果，結合文創特色能有效的推動文創發展，P16 馬祖文化特色結合現今的影像數位模式，發展出不同的文創特色面向。規畫相關課程依馬祖現在需求、未來文創趨勢走向量身訂做課程內容，達到人才正確學習成長，以期能運用在未來馬祖的文創發展上，人才培育機制確實為刻不容緩的目標。</p> <p>P14 現今部分商家及文創業者多數為單一一個體，本計畫有將其集合起來形成完整也能對外宣傳的中型商圈規劃，以期再對於未來文創市場更區擴大的情況下，能夠應變及達成。</p>

### 三、文創基地

本工作項目以津沙作為為構想之標的，提出營運規劃書一式，並透過以下之方向執行，聚落訪談，找出社區共識，為建立津沙文創基地之準備，並以津沙作為馬祖文創基地，設計出津沙之獨特 LOGO，以達成提升津沙文創特色、加深品牌辨識及提升國際行銷競爭力之成效。

#### 1. 計劃目標：

- (1) 以津沙作為為構想之標的，提出營運規劃書一式。
- (2) 建立文化深度，找出老酒師傅，撰寫人物誌。
- (3) 設計 logo 圖騰建立視覺品牌標識。
- (4) 導入政府資源協助申請補助輔導送件，開發特色商品。
- (5) 協助行銷，結合大台灣旅遊網，制作專頁行銷。
- (6) 辦理文創育成課程，培育文創人才。

#### 2. 計劃時程與執行單位：

102 年 6 月 30 日 至 102 年 9 月 30 日 執行單位：亞蔚創意科技

#### 3. 執行內容：

- (1) 提出營運系列規劃書一式。
- (2) 文創/育成/輔導工作項目。
  - 1). 人物誌聚落訪談、網路專頁露出。
  - 2). 設計 logo 一式。
  - 3). 協助申請政府輔導送件一式。
  - 4). 制作津沙文創專頁連結於大台灣旅遊網行銷。
  - 5). 辦理文創育成課程一場。
- (3) 圖騰識別設計完稿一式。
- (4) 文創基地資源交流會議 2 次。

4. 提出「津沙風」帶走一片津沙風景・觀光商品服飾營運系列規劃書一式

## 計畫名稱

「津沙風」帶走一片津沙風景  
觀光商品服飾營運系列

補助單位：連江縣政府文化局

提案單位：津沙社區發展協會

提案日期：102年9月10日



## 一、文創產品名稱：「津沙風」帶走一片津沙風景 - 馬祖傳統服飾創新系列

### 二、計畫緣起

#### (一) 設計開發商品之發想：

賣遊客一段美麗記憶，觀光紀念品，讓人們抓住旅途瞬間美好，一件紀念品，紀念一段旅遊記事，這種衝動型購物行為背後，蘊藏一塊豐沛市場。在日本，有一門「博物館雜貨學」，將觀光紀念品，定位「文化雜貨」，將歷史記憶、人文軌跡，透過平價商品，傳達給觀光客，某種程度將「懷舊情懷」與「旅遊紀念品」作了巧妙連結。

馬祖大多數的文創商品，都屬於小型，大多構成「點」的成效，較無法具體讓人看見，進而被吸引，而本次提案，透過社區整合的力量，期望透過整體的服裝給人搶眼的視覺印象，「津沙風」紀念服飾，以津沙美麗風景為訴求，透過津沙老照片與藝術家作品兩款設計，觀光客能夠因體驗，收藏一段美麗的回憶，帶有一片津沙的風景。

#### (二) 商品的故事性：「津沙風」帶走一片津沙的風景

津沙風景就是不一樣—傳說，從美麗西邊山上的日光影，倒映在平坦柔軟的沙灘上，照耀著砂礫閃耀一大片金黃與光亮，每一個光影每日都不一樣，傳說，津沙是老酒的故鄉，釀酒師傅的技術與迷人自醉的人物故事，使得每一家老酒的口味、色澤都不一樣，傳說，馬祖的口音呢嚨軟語，而津沙村人有那麼點韻味，聽起來就是不一樣...津沙是馬祖最美的風景，風景的內容是得天獨厚的自然景觀、獨特保存的建築特色、釀酒師傅深蘊豐厚的人物故事、活的歷史、活得住民，津沙的風景每一刻都在改變，何其有幸，生命中有一段津沙的夕陽陪伴，一口老酒的餘溫，一夜閩東式建築的美夢，收藏一段回憶，帶走一片風景，津沙風，穿在身上，美麗的記憶就深鎖在心裡。

### （三） 在地性及其生活實用性與商品的所具備的文化意義

服飾，毋庸置疑是民生需求中為最重要且相較於其他文創商品有其最大的實用性，而服飾之於功能表現，屬於外顯性的識別系統，服飾可辨識出民族、地域、生活習慣、文化內涵，而服飾設計與穿著更能展現自我風格與傳達自我形象與認同，運用服飾作為文化識別系統，可達到明顯與整體的功能。此案，以文創商品元素中，最寶貴的「人」之力量而形成集體意識，在社區整合共識之下，創作出屬於津沙村獨特風格的創意服裝，其意義不盡然在於樣式與圖案，其討論焦點不全在於設計與商品，其精神與最大內涵在於津沙社區的居民自覺性的決定了屬於自己津沙文化識別的物品，人決定了文化，始終是文創最核心的精神價值。

## 三、市場目標：

### （一） 設計商品之市場描述：

1、市場定位：以觀光紀念品為市場。近年來，隨著國民所得的提高，消費結構改變，國人在交通、教育及育樂方面的支出逐年增高，又因實施週休二日結果，每週工作時數減少，參與休閒活動時間逐漸增加；在觀光產業中，觀光客的購物貢獻對各式觀光零售業是非常可觀的，所以購物在全球觀光事業的市場中，不僅是一種旅遊活動，且對觀光市場而言已逐漸變得很重要。通常旅遊的初期動機不一定是為了購物，但購物或許是遊客旅遊經驗中一種必要的元素。近期，觀光旅遊業是一項值得注意的經濟活動與社會現象，而觀光客到一目的地旅遊時，除了欣賞美麗的風景與體驗當地的民俗風情外，通常都會購買具有當地代表性的商品或紀念品。根據交通部觀光局「中華民國 95 年國人旅遊狀況調查報告」指出國人國內旅遊每人每次平均花費為新台幣 1,989 元，其中購物為新台幣 421 元(佔 21%)。另外有研究指出旅客在購買紀念品上大約占總旅遊支出中的三分之一，由支出的比例看來，購物已是觀光旅遊活動的重要影響因素，而手工藝的紡織品和服裝這兩個項目是遊客購買的消費產品中重要部分。

2、目前市場現狀：目前綜觀馬祖觀光紀念品市場，屬於發展初期階段，情境試想；遊客來到南竿機場，去了夫人喝咖啡，沒有紀念品可買，去了酒廠，買了酒，就沒有紀念品可買，去了碉堡景點參觀，沒有紀念品可買，到了美麗的津沙，嚐了老酒，沒有老酒可買賣，總算帶了點東西回去，但都屬於特產品，紀念品市場在馬祖是非常是具有潛力待開發的市場。

馬祖的紀念品店的內涵包含人、事、物、景等特色為要素，如歷史遺跡、風俗、節慶、藝術、文化藝品及自然風光，以真實的文化與傳統，面對多樣的人文，透過觀光行銷所從事的旅遊活動，並整合了人文歷史與自然地景，如此方能使紀念品店的主題意象更為明確。囿於預算的限制，在有限的經費下，能開發的商品種類不多，在紀念品店中能依遊客行為與心理取向，洞察遊客的需求。如此，開發之商品，不但傳達馬祖意象，商品也能為社區發展獲取收入。

3、主要客群：根據觀光局統計，101 年度馬祖遊客數量是接近十萬人，而津沙是馬祖必遊覽與力推的觀光景點之一，市場定位是以觀光客為主，旅遊紀念品是衝動性消費，就像去法國，在羅浮宮可能會買蒙娜麗莎的紀念品，但到了巴黎鐵塔就可能不會有購買衝動。到了津沙透過導覽與風景體驗結合，觸動消費行為，帶動購買慾望，不僅紀念的行為產生，紀念品中又以服飾之實用性最能夠增加購買意願。

## （二） 商品優劣分析：

### 1、優勢：

- 文化資產之價值
- 人力 ( strength ) 整合之價值
- 市場需求價值
- 政府政策加成價值

### 2、劣勢：

- 資金缺乏
- 人力不足
- 無專業支援

以上劣勢透過本次補助案可解決。

#### 四、設計理念：

##### (一) 商品基本構想：

對外：帶有一片津沙的風景，收藏一段美麗的回憶。

對內：建立津沙統一文化辨識系統，提高服務品質與形象。

##### (二) 設計意象由來：以津沙老照片與藝術家作品，設計在衣服上，

(三) 使用情境：來到津沙，映入眼前是一釀釀老酒設計的景緻，接著由社區導覽人員接待，導覽人員笑容親切，但令人印象深刻的是，穿著整齊的津沙制服裝扮，大大提升服務品質與好感，導覽人員首先以津沙傳統奉酒的文化，熱心親切也慎重的招待遠方來到津沙的每一位客人，隨著導覽行程，在彎弄巷道間穿梭，柔軟沙灘留下足跡，偉大美麗的西邊山，是每位津沙人的驕傲，對照倒映在導覽人員身上的老照片服裝，確實美景。晚上回到閩東式建築民宿，一邊放鬆與民訴主人聊天，一面注意民宿主人身上的老照片，主人一邊指著身上老這片一邊說起自家釀酒的故事。日出，離開津沙，看見民宿櫃台的紀念品服裝，想起自己在津沙沙灘的腳印與回憶，體驗許多津沙的感動，再多的相片也裝不下一片真實的感動，順手買了幾件服裝，帶走一片津沙的風景，也收藏一段美麗的回憶。

## 五、設計圖稿

包含商品概念草圖可側面、正面、俯視圖或展開圖、商品的材質說明、尺寸標注、及整體組件說明

## 六、商品行銷策略

- (一) 商品定位：紀念性商品，來馬祖最美的風景。
- (二) 商品定價：350 元。
- (三) 定價策略：一般消費者都可以購買。研究中顯示遊客以購買金額 350 元左右商品佔多數，皆為新紀念品店的參考依據，也將是開發文創商品鎖定的主力客戶群，價格是決定客人第一次到店的觀感。
- (四) 訴求客群：來到馬祖的觀光客，每年約十萬人。
- (五) 聚焦客群：來到津沙的觀光客，粗估約佔馬祖觀光客十分之一。在許多旅行社與計程車業者口述調查中顯示，來馬祖的觀光客都必定參觀津沙，可見津沙特色不僅被遊客也備受本地人的推薦與肯定。
- (六) 推廣客群：為推廣宣傳，希望連江縣政府職員、馬祖居民、津沙本地民宿業者都能夠買並解以馬祖文創服裝為推廣。
- (七) 客群年齡層：14-65 歲以上。
- (八) 行銷通路：津沙社區發展協會、津沙民宿、馬祖各景點。
- (九) 行銷策略：以體驗行銷為主軸，透過下列媒介傳遞：
  - 1、風景體驗：一天中的任何時刻留戀徘徊在每個津沙的景點，都是最特別感動的體驗，美麗的西邊山、津沙沙灘、閩東建築、彎弄巷道。
  - 2、人文體驗：每一棟建築都有它獨特的歷史，古時的津沙，戰地時期的津沙，現代的津沙，每個時期都有著不同的故事，津沙是個馬祖建築歷史活的博物館，透過社區導覽，居民講述著自己的生活經驗，每個故事都是老照片，穿印在身上，參與津沙的一切，分享傳遞津沙的感動。

## 七、經費概算表

支出							
	項目	單價	數	量	小計	自籌款	補助款
1	設計費	70,000	1	式	70,000	70,000	0
2	打樣	570	10	式	5,700	5,700	0
3	成品	480	150	件	72,000	0	72,000
4	版權	40,000	1	式	40,000	0	40,000
5	雜項	15,000	1	式	15,000	15,000	0
					202,700	90,700	112,000
收入						45%	55%
1	賣價	350	600	件	210,000		

### \*回收模式：

售價：350 元/件

預計回收：量達到 600 件時，可產生利潤。

依照遊客量推估：馬祖觀光客一年約十萬人，粗估若來津沙觀光客佔馬祖觀光客十分之一，每年來津沙的觀光客約一萬人，粗估若來到津沙十分之一人數購買商品，約有一千件的銷量。估計一年之內可回收並產生利潤。

\*備註：1.經費來源：包括本府補助款、自籌款及其它經費來源

\*備註：2.經費需求：含單價及數量估算，並於經費表中確切註明擬以本府補助款支用項目(不得用於機械設備費、常態性人事費及行政管理費)。

## 八、預期效益與成果

### (一) 量化效益：

1. 開發社區文創商品 150 件。
2. 預計增加社區收益一年 350,000 元。(一年 1000 件計)
3. 增加津沙就業人數 1-2 人。

### (二) 質化效益：

1. 增進社區共識團結契機。
2. 創造社區共生盈利模式。
3. 開發文化資產文創商品。
4. 增加馬祖文創商品項目。
5. 配合加成文化聚落推動地展現。

## 九、附錄：登記立案證明影本

計畫有關之補充資料、策劃執行相關工作之實績證明資料

註：以上為計畫書必備之基本內容及規範，提案單位可視需求彈性增加其他項目。

## 2. 文創/育成/輔導工作項目

### 1). 人物誌聚落訪談、網路專頁露出。

<b>工作主題</b>	老酒人物誌訪談
<b>緣起目的</b>	發掘津沙文化基地之特色
<b>地點</b>	津沙
<b>工作摘要</b>	1.邀請記者採訪，文字稿一篇。 2.邀請記者拍照，照片一式。 3.原本已設計於網路專業於大台灣旅遊網。10/9 日會議，業主改為津沙網頁與馬祖好點底下一頁面。
<b>照片</b>	 <p>(摘自馬報)</p>





在馬祖尋找旅遊的姿態



位於台灣本島西北方的馬祖列島，擁有極為獨特的自然與人文風情。不論是地質景觀、鬆弛情懷、或是別具特色的傳統建築，皆是只屬於當地的特殊風景。在戰時作為前線的馬祖列島，隨著情勢的穩定，於1999年正式被劃分為國家風景區，來到馬祖觀光、慢活、賞鳥、品嚐地方特色小吃，多樣化的面貌，滿足每個人不同的旅遊型態。



享玩馬祖—島嶼情懷

獨特，所以令人嚮往

馬祖由南竿、北竿、東引、莒光等四個鄉鎮，十個主要島嶼及其他26個島礁組成，是台灣唯一用福州話為主要方言的地方，在馬祖常見的「水窟」兩字，是福州話中「玩耍」的意思。



特殊的地質景觀

**花崗岩雕塑而成的島嶼**  
馬祖列島屬於典型之花崗岩鐘狀島嶼，因長期受海蝕影響，造就許多陡峭岩岸，也形成當地壯麗的自然美景。

閩東式部落風采

**先人就地取材的智慧**  
當地傳統建築多以花崗岩砌成，為閩東式建築的特色之一，以北竿的好畝村與南竿的津沙聚落保存最為完整。



鄉祖在馬祖

討海人的心靈寄託

早年以討海維生的當地居民，在島上蓋了大大小小的廟宇，其中又以媽祖與白馬尊王為主要信仰神祇。



國之北極

馬祖同時也是我國最北的領土，位於西引島的「國之北極」靜靜的述說了他所在的地理位置。



夜遊馬祖

被星空點亮的島嶼

伴隨著海潮聲、未受光害污染的星空、以及海水中一點一點發亮的星砂，夜晚的馬祖有著另一番風情。



記者：大台灣旅遊網 范綱武

### 金沙映日，碧水連天 津沙灣夕照美景

漫步在津沙灣的沙灘上，腳底，軟軟的，似乎感覺得到那細沙的觸感，晚方的漁船，正從海平面緩緩使過，和盡頭的火紅夕陽相互映著，構成南竿最美的夕照美景！

來到津沙，這千百年不變的夕照美景，在講著說不完的故事；來到津沙，似乎每分鐘都可以感受到這裡的獨特之美！

在過去百年之間，津沙灣是南竿島南方最重要的漁港，也是南竿最接近大陸第一大漁村聚落，當時漁船進出頻繁，幾乎家家戶戶都是以打魚為生。根據當地居民表示，大概在民國三五～四十年代，是馬祖漁業最繁盛的時代，全村人口達二、三千人，可見當時的興盛，而當時的津沙村和仁愛村同為南竿最熱鬧的地區。

然而經過歲月變遷，六十年代以後漁業沒落後，如今的津沙村雖然不如往昔熱絡，但是舊時的傳統建築、加上戰地任務時的軍事設施，也讓津沙聚落多了一份獨特且古樸的美感！

而津沙灣最美的，就是這片有如灣月般的金色沙灘！在過去，因為津沙灣擁有如金砂般的沙灘，故名金沙，這也是津沙的舊名

每次來到海邊，都喜歡站在向晚的沙灘上駐足，任鹹膩的海風吹拂，看著落日在一條條似棉絮般的雲彩間隱匿下去，偶而，天邊幾隻海鳥飛過、海面上漁船冉冉、岸邊的礁石被海浪打的霹啪作響，這一幕總是在腦海中定格，這樣的漁村風光，是非常美的！。

尤其是過去曾在這台灣北方遙遠小島上當過兵的弟兄，如果有機會故地重遊，想必心情一定是今非昔比、感觸良多，而同樣的夕照美景，也多了一份閒情逸致欣賞，這番美景，豈能不好好流連的享受一下！？

此時抬頭一望才發現，在海面上的輕掛著的太陽已漸漸落下，在海的另一邊短暫停歇，夕陽映在海面、粼灩波光金光閃閃十分好看，幾隻海鳥輕輕掠過，如此景致，想到王勃的一首詩：「落霞與孤雁齊飛，秋水共長天一色。」迎著風向海望去，雲朵早已換上金黃彩裝，時間漸晚，津沙村換上了一席截然不同的寧靜面紗。

離開沙灘，聚落的燈火已經點亮，映射在石造房屋上，多了一種神秘、古

老、落寞卻又熟悉的味道！遇到在門外歇息的居民，朝著他們揮揮手，他們總是靦腆的笑著，算是致意了吧！

在這裡停些一晚吧！津沙聚落近年來推行「聚落保存」也產生了些許成果，也讓津沙不再是被遺忘的漁村，這裡有閩東建築民宿、也有幾間獨具特色的小商店，還有老酒文化的元素，落腳漁村的夜晚，或許，可以感受津沙不同的氣息！

### **走踏津沙聚落 找尋典藏記憶的極度旅行**

一個精彩的地方，總是充滿讓人著迷的元素，一磚一瓦、一牆一甕、一明一暗、一新一舊之間，這些組合，構成了馬祖南竿津沙聚落最精彩的地方，這些精彩，藏著許多記憶、更藏著許多意外之美！

古老的東西，存在著許多先人努力的痕跡與回憶，那種雋永，有一股讓人沈靜的安定力量，就像是馬祖這塊土地上的許多古老的元素，那一棟棟石造的閩式建築、一條條交織的巷弄，都有著先人的智慧與軌跡，穿梭在津沙聚落的巷弄之間，就給人這樣的感覺，就來趟典藏記憶的北方極度之旅

吧！

來到南竿島南方灣澳的津沙村，這小小的漁村，曾經是馬祖最熱鬧的地方之一，林立的古厝群、處處可見的戰地風情，還有那美麗的港灣，構築了津沙聚落獨特景致；雖然，津沙沒有北竿芹壁村如此規模的古厝群、也沒有芹壁村絡繹不絕的遊客，但是，津沙特有的靜謐氛圍，卻是一份難得的寧靜與古樸。

根據歷史記載，津沙聚落是南竿最接近大陸的漁村聚落，早年漁業興盛，自清末起連江、長樂、琅岐島等地的居民陸續移入，是馬祖最多大陸連江縣移民的村莊，當時居民除了捕魚之外，還會經營商號、藥鋪、酒庫等行業，在全盛時期曾是馬祖第二大村，也因為這層歷史因素，也讓南竿地區的生活與習俗都與中國大陸沿海一帶息息相關，造就了獨特的地緣文化，包括建築風格、飲食習慣、老酒文化等等，都是因此而來的。

雖然，在民國六十年代以後，東海海域漁源逐漸枯竭，居民大量外移，雖然使得這個聚落沒落，沒有了過度開發但也保留了些許百年聚落的原貌，加上國民政府遷台之後擔負的戰地任務，津沙成為重要的守軍據點，新舊之間、古樸風格與戒備深嚴交織的情境，卻也成為人搖想這段歷史的最佳

寫照！

從津板路一路往下，來到聚落的入口處，左方一個裝飾著老酒甕、寫著「津沙」的豎牌，似乎訴說著屬於津沙特有的文化，載往前走，大榕樹下一旁的牆上，青天白日的國旗下，寫著「聞雞起舞」四個大字，隱約中似乎嗅出當年軍歌繚繞、戰備深嚴的戰地任務時期。

穿過中央的大道，來到津沙聚落的入口，一排筆直的花崗石牆上，擺放著小酒甕般的裝飾，右邊民房的牆上，更砌著大酒甕，「酒」這個元素，是和這裡密不可分的！

閩東式的建築，有一份特殊的味道。馬祖的閩式古厝，外牆多以花崗石砌成，屋頂以壓瓦石壓住來增加空氣的對流，以形成巧妙的統動循環，所以被居民稱之為「會呼吸的房子」，然而，在其中細節也能看見不同之處，有些房子花崗石大而平整，有些則是大小不一，而這大小不一的石砌房子據說是一般百姓人家，又稱為亂石砌，但無論如何，這些閩東建築，就是無形之間流露出一份古意，讓人流連忘返的古意！

其實，津沙有個別稱叫做「南竿被遺忘的後花園」，也因為如此，這裡更

是來馬祖不可錯過的一個地方，穿梭在古厝之間，竟有一種瀾靜的寂寞，不知年月，隨意走動、隨意停留，這裡的每一個角落，都值得細細品味，石牆老房，相當值得一看的。

廟，是在馬祖除了老房子之外，最常看見的建築！在津沙聚落的中央，有一座天后宮，津沙天后宮是南竿鄉三大天后宮之一，也是津沙村的信仰中心，雖然目前的天后宮已經是重建之後的建築，但是廟裡供奉的，是馬祖唯一的「黑面媽祖」，雙手合十，虔誠致意。

如果，想一個人旅行，我想馬祖會是一個很好的地方，古厝與戰地交織的風情，給了人無限的想像，走在津沙聚落裡，走在歷史的空間中，就是一趟尋找典藏記憶的極度之旅！

### **老酒即生活      馬祖津沙村一部生動的生活史**

說到馬祖的文化與歷史，那麼就不能不提到老酒文化，因為超過百年的老酒文化，是一部活生生的馬祖居民生活史。

老酒是馬祖文化的精髓之一，更是馬祖人共同生活記憶的一部份，它陪伴馬祖人度過每一個婚喪喜慶、每一個寒冷個冬夜、每一個坐月子的婦人，更是溫暖了每一位出海捕魚的漁夫們，老酒對於馬祖人的生活而言，是絕對密不可分的。

在寒冷的北風中，品啜一口溫過的老酒，再搭配淡菜、紅糟料理，徜徉於這裡樸實的閩東風情，此情此景，只有在馬祖可以感受得到，就在那香醇的酒香之間，老酒的溫醇香味被寫入馬祖人的記憶中，也被寫入馬祖人的生活當中。

而馬祖老酒的文化，是相當深厚的。早期，馬祖列島有許多來自盛產稻作的中國東南沿海移民，他們也將傳統的米食文化帶進馬祖，當然也包括了老酒的文化。

根據南竿林義和工坊的負責人黃克文表示，馬祖老酒採古老的釀酒方式，靠著老師傅一雙巧手及經驗，使酒在時間、歲月中逐漸發酵。

黃老闆表示，老酒是傳統且重要的酒類，在早年的時候，物質條件比較差的時候，在馬祖一般民眾家中是不容易找到的，因為當時經濟困苦，常常



連白米都沒有，更何況是糯米！所以以前有能有釀酒的人，都是經濟條件比較好的，因為他才有能力去買糯米。

後來隨著馬祖地區生活與經濟漸漸好轉，釀酒成為生活的一部份，一份生活中的簡單樂趣，也因此許多馬祖當地的居民嘗試釀酒，成為馬祖一個獨特的文化與產業。

目前擔任津沙聚落發展協會的林柏善理事長也指出，過去津沙是馬祖重要的老酒產地，而老酒多數只在婚商喜慶的時候才會拿出來，其次就是當時漁民出海捕魚時，天氣相當寒冷，漁夫的太太會溫一杯老酒給他暖暖身子，可以說是相當珍貴、重要的食材。

林理事長說，過去津沙村大概有五～六戶人家釀老酒，而且通常都會選擇在冬天釀酒，釀酒對津沙村民來說是一件大事，大家不僅會相互幫忙、協助，而且常常可見父子檔一塊釀酒，也成為津沙特殊的生活記憶。

不過，理事長也指出，由於許多製酒老師傅年紀漸長，加上有高達 80% 的居民移民台灣，使得這些只會說方言的長輩面臨無法將技術傳承的困境，有鑑於此，文化局也積極想把津沙的老酒文化保存下來，如過去曾經舉辦

的老酒文化節，或是目前津沙處處可見的老酒元素，就是希望能夠喚起、也能將老酒文化保存下來，不至於讓這津沙居民的生活歷史被遺忘。

走在津沙聚落裡，遙想那句馬祖俗諺：「開罈香百里、洗甕醉千家。」這當時家家戶戶釀老酒的寫照，如今雖然已成絕響，然而聚落裡拼湊起來的種種元素，以及聚落努力保存的老酒文化，也讓這部生活史可以繼續進行下去。

## 香醇老酒 舌尖上的馬祖風情

在戰地色彩與閩東傳統建築之外，馬祖還有什麼樣的印象呢？許多人可能會說：「老酒吧！」

沒錯，就是老酒！老酒是最能代表馬祖傳統文化與生活的元素之一。

釀老酒，沒有人會否定它是現今馬祖人最重要的兒時記憶，而老酒，深深影響許多馬祖人的生活與飲食文化，每年的十二月至隔年的清明節這段期間，因為氣溫低，在過去技術並不進步的年代，老一輩的馬祖人相信冬季是製作老酒成功率最高的時候，因此成的釀製老酒的最佳時節。如今雖然製作老酒人家已經不多，但是那句馬祖俗諺：「開罈香百里、洗甕醉千家。」仍讓許多馬祖居民朗朗上口，由此可見當時的盛況了！

馬祖老酒的淵源，就是來自於大陸沿海魚米之鄉的米食文化，當年沿海移民將米食跨海帶來馬祖，而釀酒就是其中非常重要的生活技術；傳承自中國江南的釀酒文化與傳統古法技術，深深的影響馬祖居民的日常生活。

談到釀酒的過程，其實，老酒材料很簡單，就是紅麴、糯米與水。

南竿林義和工坊的老闆黃克文就指出，當製酒師傅選擇的麴，就決定了最後釀出來酒的味道及品質，所以紅麴選得好不好、不對，和最後釀出來的老酒有絕對的關係，所以：「紅麴是老酒的靈魂」！

黃克文表示，馬祖紅麴很常見，很早之前先人就在使用，只是每一家做法不同，因此在釀造老酒的時候品質不易穩定，失敗率相當高，而且過去馬祖釀酒師傅在製作老酒時都是以非常嚴肅的態度看待，釀酒之前也要求神卜卦、注意許多禁忌，就是希望能夠提高成功率。

黃克文指出，那是因為過去人們對於製酒過程不是那麼了解、製酒技術也不成熟，因此失敗率相當高；根據當地老一輩居民表示，製酒人家在製酒失敗常常會怪罪周遭的許多因素，而通常最後都會怪到女人頭上，這也成為當地一個有趣的現象。

不過，隨著技術與資訊的發達，人們才漸漸的了解製酒最大的關鍵因素是在紅麴，以及後續需要讓老酒具備「醇」最大的關鍵，也就是「時間」了！

除了紅麴與時間之外，老酒的製成相當繁複，首先要先將糯米浸泡、同時活化紅麴，再將糯米蒸熟放涼之後，再將紅麴與糯米混和，再經過發酵、

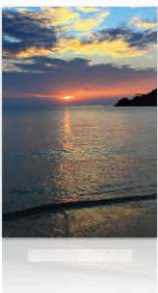
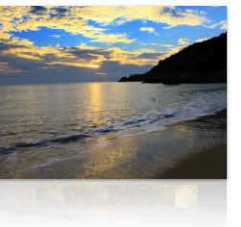
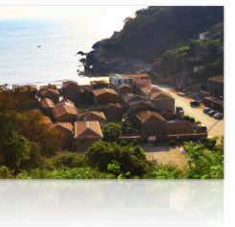
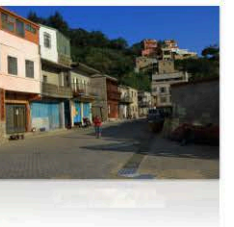
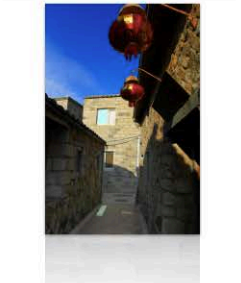
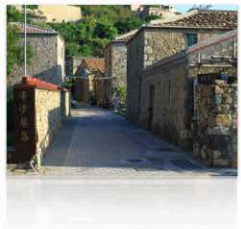
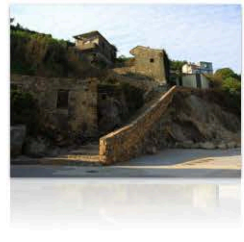
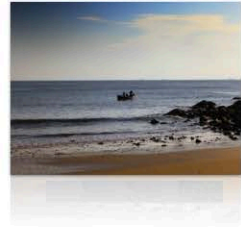
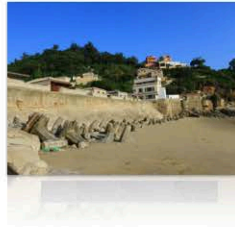
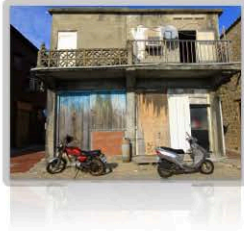
重複攪拌的過程，最後才過濾、沈澱、殺菌及封存，然後再用時間來換取老酒那無可取代的香醇滋味！

除了老酒之外，在製作老酒過程中的副產物酒糟，其實也是馬祖飲食文化相當重要的一部份，紅糟只要再經過蒸煮殺菌之後，那濃郁的香味與色彩，就成為福州菜中最佳的調味料，因此馬祖當地經常可以吃到以酒糟入菜的美食料理，如紅糟鰻、紅糟魚、紅糟炒飯、紅糟魚丸等，都是馬祖當地的特色美食。

雖然馬祖當地並無代表性、且與地方連結的產業，但是在地方政府與在地業者的努力之下，將老酒珍貴原料紅麴的生產技術重現，讓馬祖未來在發展相關產業與技術時，有了一個有力的支柱。

記者拍照 ( 如後頁 )


記者拍照



2). 設計 logo 一式

<p><b>工作主題</b></p>	<p>Logo 設計</p>
<p><b>緣起目的</b></p>	<p>為了使津沙成為馬祖文創基地，特設計津沙獨特 LOGO，以提升津沙文創測色、加深品牌辨識及提升國際行銷競爭力。</p>
<p><b>設計理念</b></p>	<p>設計理念: 由於津沙是老酒故鄉，過去曾為繁華的漁業寶庫又有豐富的戰地文化，並保有原汁原味的閩東式建築風火山牆特色建築，因此傳統舢舨船、燈塔、酒甕、砲台、風火山牆為設計元素。</p>
<p><b>工作摘要</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 由於 logo 是侵入性的文化標誌，在操作上小心，居民對於突如其來的標誌與圖徽，不勝厭煩，認為以前已製作過，且找不到特定方向與使用用途。</li> <li>• 建議：logo 是必須下而上的決策，必須透過廠長久時間，許多整合與資訊調查調查方法才能「人」與「符號」相連結。</li> <li>• 居民概念與設計是完全不連結的兩方極端概念，在民眾眼裡，具象的照與黃魚最能代表津沙，與簡化的設計概念差異極大。</li> </ul>
<p><b>設計款式</b></p>	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center;">  </div> </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 說明：設計概念是以形似馬祖特產老酒瓮作為圖像符號，作為津沙聚落團體精神之設計元素。</li> </ul>

3). 協助申請政府輔導送件一式

<p><b>工作主題</b></p>	<p>協助文創送案</p>
<p><b>緣起目的</b></p>	<p>增加運用政府資源之能力。 加強企劃撰寫與提案能力。</p>
<p><b>時間</b></p>	<p>9/12</p>
<p><b>工作摘要</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 連結社區發展協會，討論出題案目標。</li> <li>• 社區為配合未來導覽與觀光結合，開發紀念 T 恤之文創商品，整增加意象，已可提升整體服務品質。</li> <li>• 支援設計師與志工。</li> <li>• 社區尋找老照片，已津發風貌為主題。</li> <li>• 以此營運模式，設計津沙營運模式之企劃書。</li> </ul>
<p><b>照片</b></p>	<div style="text-align: right; margin-bottom: 10px;"> <p>尺寸: 胸圍(平量):20" 衣長:24" 肩寬:17" 袖長:7" 袖口:13 1/2"</p> </div>  <p><b>設計主題: 津沙飛揚</b></p> <p><b>設計理念:</b> 以津沙美麗如金沙的意象為靈感來源——以津沙文化村的風光為襯底 運用馬賽克式的朦朧美加上象徵細微沙塵飛揚的氛圍 襯托出如波墨寫意的精細微的津沙風情</p> <p><b>設計師簡介:</b> 張于敬 崇右技術學院時尚造型系專任講師 輔仁大學織品服裝研究所碩士班</p>



4). 制作津沙文創專頁連結於大台灣旅遊網行銷

<b>工作主題</b>	大台灣旅遊網連結
<b>緣起目的</b>	本案之島外媒體行銷
<b>時間</b>	2013/06/01 - 2013/10/30
<b>工作摘要</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 關於本案島外之活動露出。</li><li>• 建立津沙專頁宣傳津沙基地。</li><li>• 預計 10/30 日上線。</li><li>• 在大台灣旅遊網輪播。</li><li>• 配合手機 APP 電子書免費下載。</li></ul>



### 頻道

- 台灣百大名店
- 一定愛台灣
- 網路流量第一名!
- TraNews榮獲金網獎創新獎
- 2013台灣百大名店頒獎典禮

### 台灣小吃

- 麵食
- 肉圓
- 牛肉麵
- 麵包饅頭
- 地方小吃
- 傳統小吃
- 炸雞雞排
- 滷味

### 消費購物

- 農特產
- 漁特產
- 台灣茗茶
- 名特產伴手禮
- 登山用品
- 生活用品
- 體育用品
- 寵物館
- 宅配服務
- 外送服務
- 駕訓班
- 二手車中古車
- 餐飲設備
- 創業加盟
- 其他

### 美食料理

- 素食料理
- 輕食、蔬食
- 中華料理
- 台式快炒
- 簡餐料理
- 餐盒便當
- 下午茶
- 早午餐
- 早餐店
- 吃到飽餐廳
- 大型宴會餐廳
- 音樂餐廳
- 景觀餐廳
- 溫泉餐廳
- 原住民料理
- 客家料理
- 山產料理
- 海鮮料理
- 藥膳食譜
- 香草料理
- 排餐料理
- 鐵板燒
- 火鍋店
- 茶飲飲料店
- 燒烤烤肉
- 巧克力
- 咖啡
- 冰品

### 觀光休閒

- 國民旅遊卡
- 節慶活動
- 主題樂園
- 觀光果園
- 休閒農場
- 休閒漁業
- 旅遊導覽
- 游泳池
- SPA
- 溫泉
- 露營區
- 烤肉
- 控案
- 腳底按摩
- 水上活動
- 空中活動
- 運動休閒
- DIY體驗
- 戶外教學
- 觀光景點
- 觀光工廠

### 台灣旅遊新聞



#### 2013左營萬年季 火獅祈福祐萬

正在左營熱鬧舉辦的2013左營萬年季，源於在地廟宇的宗教慶典活動，從2001年舉辦至

- 2013桃園地景藝術節 1026黃色小鴨游進
- 台南安平漁港休閒廣場開幕 打造旅遊新
- 2013高雄左營萬年季 迎火獅、擲火獅
- 2013臺北溫泉季 好康優惠、精彩活動不
- 廖偉遠男精選量突破60億！臺北捷運「尋

戰地風光 攝影寫真的名勝古蹟

人/氣/精/選/特/刊 熱/門/推/薦/新/聞



#### 高雄租車優惠讚 租機車加遊艇看

黃色小鴨要來囉，在2013年的中秋節當天(9月19日)，黃色小鴨將在高雄光榮碼頭

- 2013台南中秋禮盒預購優惠 豆腐酪清爽不
- 【台灣百大名店】百年寶泉 台中自由路總店
- 2013中秋烤肉高雄香腸禮盒 眷村口味飄香

### 北部旅遊

### 中部旅遊

### 南部旅遊

### 東部離島旅遊

#### 大台北旅遊網

淡水老街之旅 八里左岸之旅 台北師大夜市 北投溫泉之旅 烏來尋幽探奇 艋舺龍山商團  
 天母深度旅遊 西門町流行網 新店碧潭旅遊 北海岸風情畫 紗帽山溫泉遊 新莊輔大迴龍  
 永和都會風情 新莊中正老街 深坑山林歡遊 景美遊捷運通 台大公館商團 台北車站商團  
 東區頂好商團 中和捷運商團 木柵貓空品茗 三峽山林溪遊 三峽藍染老街 鶯歌陶瓷老街  
 土城桐花旅遊 淺水灣三芝遊 基隆九份之旅 台北通化夜市 古亭捷運商團 陽明山深度遊  
 士林夜市之旅 信義市政商團 內湖捷運美食 行天宮中山遊 忠孝復興捷運 國父紀念館站  
 台北中山北路 台北寧夏夜市 永康街美食遊 高鐵板橋新站 林口龜山商團



台北市旅遊推薦 行動夢  
 “行動夢想館”承襲第一代  
 花博夢想館之理念，以  
 「夢想」為主題，將科技



台北市旅遊推薦 行動夢  
 “行動夢想館”承襲第一代  
 花博夢想館之理念，以  
 「夢想」為主題，將科技

#### 大桃園旅遊網

桃園大溪之旅 觀音深度之旅 新屋魚米花果 桃園市自由行 大園漁鳥花翔 桃園龍潭之旅  
 楊梅深度之旅 拉拉山水蜜桃 中壢車站旅遊 龍岡美國美食 中壢新明夜市 桃園青埔高鐵  
 中原夜市商團 中壢內壢旅遊 楊梅埔心旅遊 平鎮樂活之旅 八德美食旅遊 蘆竹南坎美食

### 服務/中心

雲端企業

好康優惠

推薦店家

### SERVICE

加入會員 | 會員專區



悠遊苗栗 甜在心梨

MiaoLi Pear 苗栗優質農特產品

苗栗 · 梨

苗栗縣政府廣告

### 優惠/折扣/券

### COUPON

### 更多優惠



- 2 台中選厚大盎司牛排、站前店 5折優惠券
- 2 彰化美食 · 丹春生機蔬食餐廳 網友獨享9折優惠



- 2 台北公館吃到飽 · 壽亭燒烤 四人同行一人免費
- 2 台南宴會宴席餐廳 · 榮星川菜 3份精緻小菜免費招待券

### Hot 熱門話題



南投旅遊私房秘境  
 南投山上森呼吸



台灣傳統美食  
 地方小吃  
 台灣傳統美食地方小吃  
 各地好吃的地方小吃，不  
 吃會後悔！



### 頻道

- 台灣百大名牌
- 一定愛台灣
- 網路流量第一名!
- TraNews榮獲金網獎創新獎
- 2013台灣百大名牌頒獎典禮

### 台灣小吃

- 麵食
- 肉圓
- 牛肉麵
- 麵包饅頭
- 地方小吃
- 傳統小吃
- 炸雞排
- 滷味

### 美食料理

- 素食料理
- 輕食、蔬食
- 中華料理
- 台式快炒
- 簡餐料理
- 餐盒便當
- 下午茶
- 早午餐
- 早餐店
- 吃到飽餐廳
- 大型宴會餐廳
- 音樂餐廳
- 景觀餐廳
- 溫泉餐廳
- 原住民料理
- 客家料理
- 山產料理
- 海鮮料理
- 藥膳食譜
- 香草料理
- 排餐料理
- 鐵板燒
- 火鍋店
- 茶飲飲料店
- 燒烤烤肉
- 巧克力
- 咖啡

### 觀光休閒

- 農特產
- 漁特產
- 台灣茗茶
- 名特產伴手禮
- 登山用品
- 生活用品
- 體育用品
- 寵物館
- 宅配服務
- 外送服務
- 駕訓班
- 二手車中古車
- 餐飲設備
- 創業加盟
- 其他
- 國民旅遊卡
- 節慶活動
- 主題樂園
- 觀光果園
- 休閒農場
- 休閒漁業
- 旅遊導覽
- 游泳池
- SPA
- 溫泉
- 露營區
- 烤肉
- 控案
- 腳底按摩
- 水上活動
- 空中活動
- 運動休閒
- DIY體驗
- 戶外教學
- 觀光景點

### 台灣旅遊新聞



H.O.T.N.E.W.S

### 2013左營萬年季 火獅祈福祐萬

正在左營熱鬧舉辦的2013左營萬年季，源於在地廟宇的宗教慶典活動，從2001年舉辦至

- 2013桃園地景藝術節 1026黃色小鴨游進
- 台南安平漁港休閒廣場開幕 打造旅遊新
- 2013高雄左營萬年季 迎火獅、搏火獅
- 2013臺北溫泉季 好康優惠、精彩活動不
- 慶捷運累積運量突破60億！臺北捷運「尋

**旅遊電子書App免費下載** **FREE**

人/氣/精/選/特/刊 **熱門/推/薦/新/聞**



### 高雄租車優惠讚 租機車加遊艇看

黃色小鴨要來囉，在2013年的中秋節當天(9月19日)，黃色小鴨將在高雄光榮碼頭

- 2013台南中秋禮盒預購優惠 豆腐酪清爽不
- 【台灣百大名牌】百年寶泉 台中自由路總店
- 2013中秋烤肉高雄香腸禮盒 眷村口味異香

### 北部旅遊 中部旅遊 南部旅遊 東部離島旅遊

### 大台北旅遊網

淡水老街之旅 八里左岸之旅 台北師大夜市 北投溫泉之旅 烏來尋幽探奇 貓犴龍山商園  
 天母深度旅遊 西門町流行網 新店碧潭旅遊 北海岸風情畫 紗帽山溫泉遊 新莊輔大迴龍  
 永和都會風情 新莊中正老街 深坑山林歡遊 泉美遊捷運通 台大公館商園 台北車站商園  
 東區頂好商園 中和捷運商園 木柵貓空品茗 三峽山林溪遊 三峽藍染老街 鶯歌陶瓷老街  
 土城桐花旅遊 淺水灣三芝遊 基隆九份之旅 台北通化夜市 古亭捷運商園 陽明山深度遊  
 士林夜市之旅 信義市政商園 內湖捷運美食 行天宮中山遊 忠孝復興捷運 國父紀念館站  
 台北中山北路 台北寧夏夜市 永康街美食遊 高橋板橋新站 林口龜山商園



### 大桃園旅遊網

桃園大溪之旅 觀音深度之旅 新屋魚米花果 桃園市自由行 大園漁島花翔 桃園龍潭之旅  
 楊梅深度之旅 拉拉山水蜜桃 中壢車站旅遊 龍岡異國美食 中壢新明夜市 桃園青埔高鐵



### 台北市旅遊推薦 行動夢

“行動夢想館”承襲第一代  
 花博夢想館之理念，以  
 「夢想」為主題，將科技

### 服/務/中/心

雲端企業

### SERVICE

加入會員 | 會員專區

好康優惠 推薦店家



**旅遊A好康** APP下載

提供 旅遊行程推薦 消費集點 85到台北... 雙船券

### 優/惠/折/扣/券 COUPON 更多優惠

- 1 台中豐厚大盤牛排、站前店 5折優惠券
- 2 彰化美食、卉春生機蔬食餐廳 網友獨享9折優惠
- 3 台北公館吃到飽、壽亭燒烤 四人同行一人免費
- 4 台南宴會宴賓餐廳、榮星川菜 3份精緻小菜免費招待券

### Hot 熱門話題

**南投旅遊** 南投旅遊私房秘境 南投山上森呼吸

**台灣傳統美食 地方小吃** 台灣傳統美食地方小吃 各地好吃的地方小吃，不吃會後悔！



5). 辦理文創育成課程一場

講座主題	文創育成課程系列講座-「文創品牌與經營」
講座緣起與目的	本活動緣於連江縣文化局「102年文創造產-打造馬祖文創特色行動計畫」下的一個部份，目的在於逐步打造屬於馬祖的文化創意聚落，而津沙村(聚落)是文化局此計畫選擇的第一站，津沙擁有保存完整的閩東式古厝，著名的馬祖老酒製作等皆可作為文創發展的素材來源，若要發展，有其空間，但在地居民對於文創品牌的經營與發展的概念不多，且意願不高，因此辦理此講座，一方面期望透過此一機會，了解民眾需求，另外也希望能夠帶給津沙居民在文創品牌與企業經營上的經驗分享與啟發，讓他們了解文創品牌經營後能夠帶來的效益或發展，或者能引導居民去發掘、有效運用現有的文化素材，發展創意產業，帶動地方觀光。
講座時間	2013/08/07 19:00 - 21:00
講座師資	主持人：亞蔚創意科技 - 朗蔚總監 講師：文化大學- 李斌教授、中小企總 - 舒嘉興營運長
講座流程	19:00-19:30 共識會議( 李斌 教授主講 ) 19:30-20:30 文創品牌與經營( 舒嘉興 營運長主講 ) 20:30-21:00 交流 Q&A
講座地點	連江縣南竿鄉津沙村老人活動中心

## 活動照片





### 3. 圖騰識別設計完稿一式

津沙是老酒故鄉，過去曾為繁華的漁業寶庫又有豐富的戰地文化，並保有原汁原味的閩東式建築風火山牆特色建築，因此傳統舢舨船、燈塔、酒甕、砲台、風火山牆可取其中具代表性的符號，作為設計元素。而「102 年度文創造產-打造馬祖特色行動計畫」津沙地區視覺形象規劃調查表，主要是希望能在訪談中，了解在民眾眼裡，最具代表津沙的精神的意象，而運用問卷僅可以解決部份設計上待了解的問題的方法，讓設計上能更加貼近民眾的想法，故以問卷調查方式完成工作目標提供參考，其問卷結果顯示民眾較支持 A 款之設計圖形，預計 50 份，回收 35 份。

#### 津沙地區視覺形象規劃調查表

您好，我們是文化局「102 年度文創造產-打造馬祖特色行動計畫」執行單位，亞蔚團隊代表，希望於津沙地區發掘可運用之文化素材，透過層次性規劃，漸進地讓地方發展兼具保存與創新，於初期階段，希望地方民眾一同協助盤點地方文化資產，共同創造具地方代表性之視覺意象，特進行問卷研究，請撥冗填寫，以茲參考，謝謝！

津沙聚落視覺形象規劃問卷

	
A 款	B 款

一、以上兩款設計您喜愛哪一款？

A 款  B 款  都喜歡  其他

二、您認為下列何種意象最能代表津沙聚落的文化特色？(可複選)

沙灘  老酒  戰地文化如：  閩東式建築如：  漁業文  
 化如：  植物如：  人物如：  
 動物如：  其他

三、您認為以下何種圖案最能代表津沙聚落 LOGO 識別？

植物圖案  幾何型  人物  動物圖案  建築物  文字結合圖案  
 其它\_\_\_\_\_。

四、您認為以下何種氛圍最能代表津沙聚落 LOGO 識別？

復古.懷舊  親切.柔和  陽剛穩健  年輕.活潑  簡潔.時尚  其他  
 \_\_\_\_\_

五、您認為以下何組文字最能代表津沙聚落 LOGO 識別？

津沙  金沙  老酒的故鄉  其他\_\_\_\_\_

六、續上題，您認為何種的風格與造型最適合上題文字之表現？(可複選)

塗鴉手繪式  可愛風  中國風  極簡風  復古風  
 其它\_\_\_\_\_


七、您認為以下何種顏色最能代表津沙聚落之形象？



紅  澄  黃  綠  藍  紫  金  黑  白  其他\_\_\_\_\_

八、您認為以下何種設計最能加深觀光客對津沙聚落印象？(可複選)

設計統一 LOGO 標誌 設計津沙統一特別訂製之 T 恤或帽子 設計統一之入口  
指示系統 其他



A 款 Logo 標示	
新款設計	舊款設計
	
黑白文字形設計	
	

B 款 Logo 標示	
新款設計	舊款設計
	
彩色文字形設計	



### 3. 聚落交流訪談與津沙共識會議 2 場

工作主題	聚落訪談
緣起目的	透過焦點訪談，找出社區共識，為建立津沙文創基地之準備。
時間	2013/06/07 至 2013/6/20 日
人員	王貞絜，紀敏政
工作摘要	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 居民對於文創基地的陌生與排斥。</li> <li>• 居民期望對於老建築的修復應該加強。</li> <li>• 津沙已有社區營造團隊進入，為何這麼多團隊進駐應達成協調。</li> <li>• 居民目前維生的狀態感到很滿意。</li> <li>• 社區角力狀況不明現，但對於文創商品開發則意見分歧。</li> </ul>
照片	 <p>The photographs show a community meeting in a rustic wooden room. In the top-left photo, several people are seated around a table, engaged in discussion. The top-right photo shows a man in a red and black jacket standing and talking to others seated at a table with food and drinks. The bottom-left photo is a closer view of a man in a white tank top at the table. The bottom-right photo shows the interior of the room, featuring a refrigerator and various notices or posters on the wall.</p>

<b>工作主題</b>	津沙共識會議 2 場
<b>緣起目的</b>	擬聚共同意識，推動文化機計畫。
<b>時間</b>	2013/8/7，2013/8/14 日
<b>地點</b>	津沙社區辦公室
<b>工作摘要</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 邀請居民參與，出席率高，當天 37 位出席。居民表示目前常住人口約 52 位，已達 2/3 之出席率。</li> <li>• 報告未來推動計畫，邀請民眾提出意見。</li> <li>• 居民反應熱烈，對於景觀的保存居民相當憂心。</li> <li>• 對於文創反應冷漠認為文創基地應改以搶救為優先</li> <li>• 已透過會議與文化局參與承辦人員知會，並於工作會報中，反應業主單位。</li> </ul>



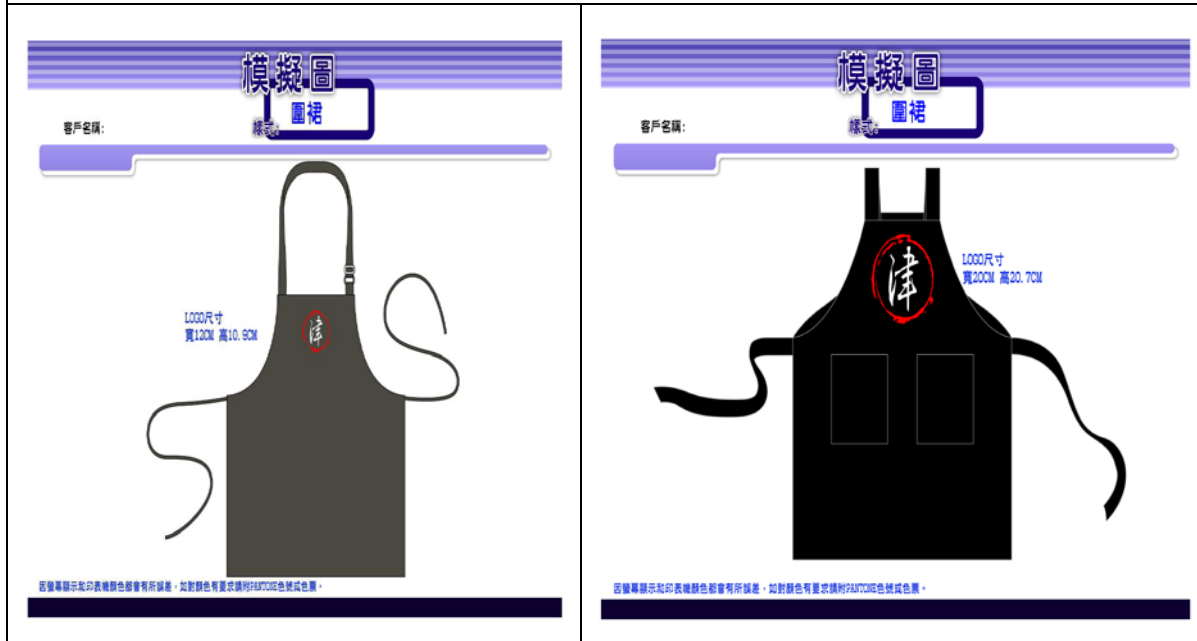
## 津沙基地文創內容圍裙及酒瓶執行狀況

- 為了提升服務品質,與店家商討溝通,  
期望做出專屬於津沙制服及 酒器,讓津沙特色發揚
- 津沙圍裙 logo 從原先 12cm 修正為 20cm
- 以下為津沙圍裙及酒瓶樣本示範圖

圍裙參考示範圖



圍裙樣本圖



酒瓶參考示範圖



酒瓶與酒杯樣品



## 四、充實產品履歷

### 主題：充實產品履歷--馬祖點心 12 道

不同於臺灣本島的城市發展，位處於連江縣的外島馬祖，在其海島文化與天候特色等條件交織下，保留了祖先獨特的飲食文化。透過文字故事的採訪與撰寫，將每一道師傅精心手製的點心，以文創故事包裝，讓馬祖歷史、地方特色及人文情感傳承給後代子孫，感動每一個讀者。

#### 1. 計劃時程與執行單位：

2013/06/10 - 2013/10/30      執行單位：亞蔚創意科技有限公司

#### 2. 執行內容：

- 邀請鄉土文學作家李詩云小姐撰寫馬祖 12 道特色點心。
- 經過工作會報決議方向與內容，擬定以故事性與食物方向為主的目標。
- 預計 10/30 出 500 冊。
- 產品履歷：

完成封面版型 5 版，內頁設計 2 版，文章採訪撰寫 12 篇，版權照片 12 張。

提供服務：提供需要之版型設計與改版，提供文章編運用與編輯，提供版權照片運用與編輯。提供印刷樣式數量 500 份。



### 3. 作者介紹：



姓名：李詩云  
性別：女  
出生地：臺灣  
出生年次：  
筆名：

#### 個人簡介

##### 專長

##### 現職

##### 簡要介紹

這篇作品，是我對年少荒唐的記錄，也是對那無緣婆婆的懷念。不知，屆時去宜蘭參加頒獎典禮，會不會在曾經熟悉的蘭陽天空下，再次遇見那無緣的婆婆？只是，現在依然漂泊的自己——尚有何言，對故人？

2010年夏，一個學養不足的單親媽媽偶然看到路旁矗立的文學獎得獎作品布告，才知道世上原來有諾貝爾文學獎以外的文學獎。後，這個文學門外女蒙報導文學作家李展平前輩與幼杏姐提攜與啟蒙，開始一段見證神恩典的奇蹟之旅；感謝展平前輩與幼杏姐和評審們伯樂之恩、感謝所有在生命雅博河渡口幫助過我的人、感謝我的女兒小花始終陪在我身邊、一切榮耀歸於至高神聖羔羊

半生漂泊、一事無成。一枕南柯，忝得若夢虛名：玉山文學獎短篇小說類：2010首獎『中興新村機密檔案』、2011佳作『人妻的秘密』、2012首獎『有鬼』；花蓮文學獎新詩類2011首獎『巴奈還沒回家』；新北市文學獎小品文類2012『貧民窟』；蘭陽文學獎散文類2012『無緣婆婆』。

##### 作品集

第五屆蘭陽文學獎作品集-蘭陽文學的天空(蘭陽文學叢書67)

蘭陽文學的天空 [第五屆]

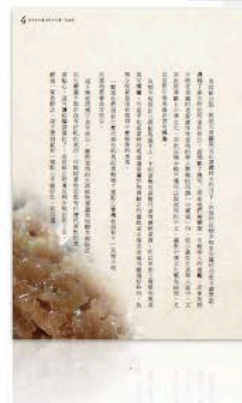
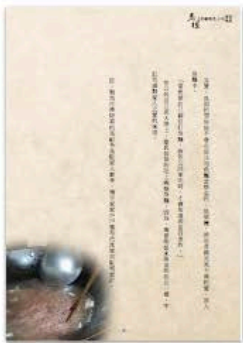




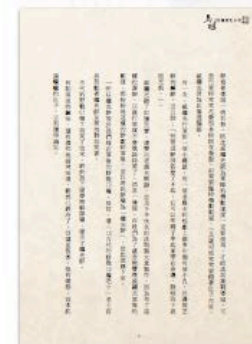
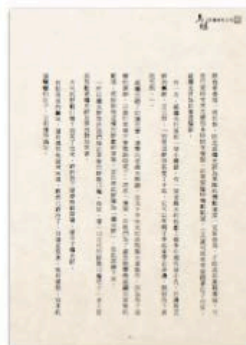
充實產品履歷 - 12 種特色小吃手冊封面（現代款1） 圖片截取







點心文章圖片截取



#### 4. 點心文章：( 摘 3 篇 )

##### 包著鄉愁的繼光餅

我從來沒想過，繼光餅會有今日這等的風光。

從前都是草民百姓隨口充飢，登不得大雅之堂的平物，如今卻成為馬祖這裡，導遊帶團，一定會介紹的美食。我看著原本僅單純摻以薄鹽、芝麻的素餅，現在切了個口夾上虫弟餅，還多了個「馬祖漢堡」的別稱...如此豪華，卻也讓我想起那一年，第一次吃繼光餅的情景。

那一年，是屬於還沒有 7-11、沒有神話之鳥、沒有南北竿機場、沒有台馬輪的戰地任務時期，下部隊就在役男最怕抽到的金馬獎—馬祖；由於是第一次到外島，又是神祕的戰地馬祖，所以雖然出發前一家大小，除了我爸以外，在基隆碼頭送別時都哭得唏哩嘩啦。帶著滿滿的不安與惶恐，來到馬祖。那時在外島當兵，假期沒有現在多，國軍休假規定在民國 71 年修改之前，外島的義務役士官兵大都是沒有返台假，只有等部隊移防或是義務役預官在外島服役滿一年，才有一航次慰勞假。

我是預官，在當年冬天沒有熱水澡、夏天沒有濃蔭大樹可乘涼的馬祖待了一年才第一次有返台休假的機會。這時，已經是在東北風勁且哀，十度以下氣溫的冷冬日。那時沒有飛機、台馬輪，包含馬祖百姓都是在馬港搭 525、526 兩艘軍艦運兵船。船期正常是一個月三航次，遇到天候不佳，甚至一個月僅一航次，那時台馬間是限制長途電話的。所以我對家人和女友的思念與連繫都是依靠這些有限航次，因此，可以想像第一次的返台假是如何的歸心似箭。

一登船，我立刻想著見到久別的父母和思念的伊時會是如何感人的畫面，從昨晚就興奮地吃不下飯.....突然，肚子發出怪聲，一陣飢餓感頓現，這才發覺不僅從昨晚就沒吃飯，連早餐也僅喝了口米漿就草草結束。現在已經飢腸轆轆，往行李找尋乾糧，才發現自己竟然胡塗到沒有準備任何裹腹的口糧。

肚子真的很餓，想跟同船別的士兵要點餅乾、饅頭甚麼的來吃，但生性木訥的自己，實在開不了口，只能任憑肚子不爭氣的咕魯咕魯叫。

「長官，你肚子餓了是不是？要不要吃塊繼光餅？」突然一道操福州口音的中年男子聲傳來。我還來不及回頭往聲音處尋，就看到一塊圓餅出現在眼前。那是一個老士官長，如果不是他有穿軍服，我還以為也搭同船去台灣的馬祖百姓，因為馬祖話就是福州話。

繼光餅，我知道有這東西，曾經看同營的弟兄從市場買回來過，但自己卻



從沒吃過。老實說，我是個很嘴刁的美食主義者，要不是在服義務役，才不得不暫時在軍中吃大鍋飯，委屈自己的味蕾。可在外，就絕對不肯妥協自己享受美食的自由，所以我以前看這種外型有點像甜甜圈又像貝果，但看起來沒甚麼特殊的圓餅，實在沒甚麼興趣。

但此時，不知怎麼地，我很想、很想吃，因為我真的很餓。但是，我還是忍住自尊，禮貌性的搖頭微笑，畢竟，雖然是預官，但究竟我還是軍官，怎好意思拿他的繼光餅呢？

老士官長看了我一眼，笑一笑，卻也不離開不將繼光餅收起，繼續說：

「長官，你吃過繼光餅沒？」

我搖搖頭。

「沒吃過？那長官知道繼光餅的由來嗎？」

我還是搖搖頭。對於沒興趣的事物，我怎可能會去注意典故？

老士官長挑著眉，似乎有些訝異。

原來，繼光餅就是鹹光餅。相傳是明朝名將戚繼光於剿閩、浙沿海猖獗橫行的倭寇時，為縮短軍隊用餐時間，所發明的簡便乾糧。倭寇神出鬼沒行跡不定，軍隊前往圍剿常只能眼睜睜看著倭寇一哄而散。因此戚繼光認為軍隊的機動速度一定要提高，才能成功圍剿倭寇。可是行軍時常常花費很多時間在做飯，如果要臨時機動剿寇，士兵就可能常常要餓著肚子打仗，戚繼光常為此傷透腦筋。

有一次，戚繼光行軍到一個小鄉鎮，有一個老農夫向他獻上很多中間有個小孔，外邊放芝麻的鹹餅，並且說：「別看這餅沒甚麼了不起，它可以用繩子串起來帶在身邊，餓時取下就能充飢。」。

戚繼光聽了如獲至寶，連聲向老農夫稱謝，並且下令伙夫如法炮製大量製作，因為有了這樣的圓餅，以後行軍就不會耽誤時間了。消息一傳開，百姓們為了感念與響應戚繼光軍隊的剿寇，都紛紛做這樣的餅獻給軍隊，並且將此餅稱為「繼光餅」，從此流傳下來。

「所以繼光餅等於我們現在軍隊的野戰口糧。長官，嚐一口古代的野戰口糧吧？」老士官長晃動著繼光餅友善地對我笑著。

古代的野戰口糧？我笑了出來，終於放下硬撐階級障礙，接手了繼光餅。

有點淡淡的鹹味，還有濃郁地碳烤味道，雖然已經冷了，但還是很香，很有嚼勁。我本飢腸轆轆的肚子，立刻獲得滿足。

「這比軍隊發的野站口糧好吃吧？傳統做法是先將麵粉灑上一點鹽巴之後，揉成麵團，再捏成中間有孔的圓形小餅塊，灑上芝麻，貼在壁爐上烘烤。一定要老麵發酵才好吃呢！我從小就是在老麵香和碳烤香長大的....」

原來老士官長是福州人，老家就是在賣繼光餅的。難怪我原先以為他是馬祖人。老士官長回憶他家烤繼光餅用的是一口外裹黃泥的大缸。先用成捆的松枝在缸內點起火在缸壁燒到只剩餘燼，然後把做好的餅胚，他和他父親兩人合作，伸手入缸，眼明手快將餅貼在缸壁之上。稍有一遲疑，手臂可會烤出泡來。由於烤繼光餅時面對著的是一隻大火缸，烤爐酷熱難耐，所以不分冬夏，兩人都打著赤膊。製作過程十分費時耗工，所以肯學肯做的人難尋，因此大都是自己子弟世襲傳承。

「小時候不懂事，常常抱怨每天都得做這樣的苦差事，賺得又不多，繼光餅也不是什麼可以登大雅之堂的貴東西，還常被玩伴笑老是一身碳烤味，所以巴不得自己長進出息點，可以不用一輩子窩在繼光餅堆中。直到國軍大撤退，被抓去充兵，從此吃軍隊的大鍋飯，四處移防，吃難吃鬼戰備口糧，才知道自家繼光餅的好。當年被抓去充兵時，我的依爹含著眼淚，沒說什麼，就是拿了條繩子串了一大串繼光餅綁在我的包袱外，讓我帶上路...隨軍艦撤退到馬祖，在船上填飽我肚子的，就是我還捨不得吃完的繼光餅。本來我以為從此大概吃不到這餅了，想不到馬祖也有在賣。所以，我幾乎每天都會找機會去市場買塊繼光餅來吃....」

老士官長眼眶似乎有些濕潤，咬了一口繼光餅。我也狠狠地咬了一口，想著不久就可以回到溫暖的家，吃到老媽的菜。

那是我第一次吃繼光餅，後來就沒有再吃過，因為那次休完返台假，部隊就移防，離開馬祖了。直到數十年後的今天，我帶著老伴又重遊馬祖，才又吃到繼光餅。味道沒有多大改變，一樣有著老麵發酵後的碳烤香，老闆娘說是剛出爐的，還熱著。

我咬了一大口，想著那位老士官長，想著那一年冬日，在接近氣溫接近零度的海上，兩個想家的大男人，咬著繼光餅，狠狠地、狠狠地—思念故鄉。

## 傳家太平麵

這趟帶甫要上大學的兒子和爸爸回到久別的馬祖過年，兒子見識到很多習俗。身為陳家的第五代子孫，他會想要傳承多少故鄉的習俗？不知同樣和我在大年初一生日的他會不會將太平麵傳承下去？

這是兒子第一次在生日時不以他最愛吃的黑森林蛋糕慶生，而是吃太平麵。說來慚愧，自從在台結婚生子，安身立命後，我就沒有再以太平麵慶生。原因除了兒子跟我同一天生日，太太和兒子兩票對一票的自然通過用西式蛋糕慶生外，最大的因素，還是我這遠離家鄉的馬祖子弟，已經逐漸失去家鄉的習慣，甚至平常脫口而出的，除了國語外，竟會使用閩南語，這點有時也讓旁人笑我已經是山寨馬祖人了。兒子從小學一年級跟我回去將母親的骨灰帶回去安葬外，就再也沒有回過馬祖，而我的老父倒是常常回去看看街坊親友。

我自己，卻是很少很少回來馬祖了。

幾年前的一次春節，老父回馬祖老家祭祖兼處理祖產事宜，返台後，興高采烈地描述在各親戚家走動的景況，說一些親戚都煮太平麵來招待他。從此老父就不斷地跟我提醒趁祖屋還沒被拆建時，該帶兒子再回馬祖走走。

太平麵是傳承自福州。傳統馬祖人幾乎都是來自福建的移民，所以便將吃派平麵的習俗自原鄉引進來。福州人會在過生日與大年初一早上吃太平麵，象徵一年太平，根據當地的習俗，還有拗九節的時候，虛歲生日逢九或者九的倍數的人，也需要吃上一碗太平麵。除了這幾個特殊日子吃以外，福州人也會以太平麵招待遠道而來的客人、歸鄉遊子或將遠行的親友；這是一種很細又很長的素長麵線，長輩會提醒吃太平麵不可以用筷子把麵線給弄斷。記得我曾跟新婚妻子回憶起我們小孩子為了不把麵線弄斷，還爬到椅子上戰戰兢兢地把長長的麵線吸完有趣畫面。

去年底，宗族終於決議將已經殘破的老宅申請政府的傳統建築風貌修繕暨補助計畫，並且送件審查，估算是會通過，所以老宅拆建的日子是不遠了。所以老父更強力要求我和兒子一定要在今年春節和他一起回馬祖過年。

在大年初一生日的兒子終於吃到他出生以來的第一碗太平麵。

那是我姑媽特別為我們煮的，久沒吃到馬祖傳統食物的我，特別拉著兒子進去廚房看姑媽煮太平麵。

姑媽先煲好添了香菇的雞湯，然後將兩顆雞蛋水煮後剝皮，再與另煮熟的麵線一起放入雞湯碗內。

兒子問：「為什麼要加雞蛋呢？」

姑媽說了句俚語“吃鴨蛋，講太平”，代我向兒子解釋：正式的太平麵並不是用雞蛋，而是鴨蛋。鴨蛋的諧音同「壓浪」，早期的福州素來有移民的原鄉之稱，許多福州子弟都飄洋過海到各地闖天下，所以在太平麵裡放鴨蛋可以壓浪，讓遠行的親人一帆風順，旅程平安。只是早期鴨蛋比較貴又少，百姓會以雞蛋折衷代替，現在雖然經濟條件改善，則是新鮮鴨蛋不好買，都是加工後的鹹鴨蛋，所以還是多以雞蛋。

兒子會意地點頭後，隨即似乎又想起甚麼地問：「那為什麼要用麵線而不是一般的切麵呢？我比較愛吃切麵耶。」

姑媽一聽，連忙說煮太平麵可千萬不能用切麵啊，一定要麵線，最忌用刀切麵。因為在福州話中「切麵」與「切命」的語音相近，過生日，是求要想長命百歲，怎麼能「切命」呢？這種太平麵用的麵線是有鹹味的長壽麵線，煮時不糊、柔韌滑潤。

經姑媽這麼一解釋，兒子又懂了一些了。

我看著姑媽煮太平麵的純熟利落身手，不多久已經端出香噴噴的太平麵放在桌上。這碗太平麵，算是豪華級的太平麵了，有香菇、雞肉、蛋、老酒、青菜，以前小時候的太平麵，可陽春得只有蛋、麵線，甚至也不一定有雞湯可煲...

突然想起已經去世的母親、最疼我的依嬭，還有我考上台灣的大學，第一次離開家鄉，要搭船去台灣讀書的前夕所吃到的太平麵。

那時還是生活艱困的戰地任務時期，物資缺乏，雖然母親和依嬭有養了幾隻瘦弱的放山雞，但可能是營養不夠，下蛋不多，有蛋也都拿去市場賣了。因此除了大年初一全家才能都吃到太平麵外，遇有家人生日時，只有長輩依嬭和壽星可以享用有蛋的太平麵。小時候很窮，能有蛋吃就是無上的幸福。

在馬祖老家多數的記憶，總是與傳統習俗密不可分。

每年大年初一，我們會大一早向長輩拜年，吃一碗太平麵，保佑一年的平安。在生日與過年吃太平麵時，全家都高高興興地享用著，即便是只有壽星和依嬭能吃太平麵的日子，其他的小孩也頂多是流著口水，在一旁羨慕卻也高興的看著，因為，小孩都知道，疼孫子的依嬭會讓小孩子們輪流吃一小口雞蛋。

只有我即將遠行赴台讀書的這一次是各個面容憂戚與不捨。

那時，母親因為生病，已經去台北的醫院治療一段時間了。而依嬭那時已經老邁，行動不便，眼睛看不大清楚了，所以，家務就交給父親，父兼母職。父親得忙著漁忙，還得料理家務，可想而知，很多生活細節是會忽略—譬如得煮碗可以壓浪的太平麵讓即將搭船去台灣的我。

本來我以為到了晚餐時間，也沒看父親有準備太平麵，心裡嘀咕著應該已經是沒得吃了。沒想到，前來串門子的鄰居太太發現怎可以不吃太平麵討吉利，便主動四處張羅，自願煮太平麵。

麵線張羅到了，最重要，代表壓浪的蛋卻沒著落。因為那時因為母親已去台灣養病，沒有再飼養雞隻，當然無蛋可取，而鄰居們養的一早就下的蛋，不是已經賣掉，不然就是煮掉了。問了好幾戶人家，終於有熱心的鄰人，捐出了自家隔天原本要吃的兩顆蛋。

傳統的太平麵，都是一碗兩顆蛋以示吉利。這時只好我和依嬭各分一顆，蛋我已經很感動居然可以有太平麵吃，因為，沒出過遠門的我，還是不免擔憂著長達十數小時、甚至二十個小時都可能的冗長顛簸航程。

沒想到，吃到一半時，依嬭突然將自己碗裡的那顆蛋，夾到我的碗中，說這樣才能壓浪，說自己又沒有要出門搭船，不需要吃蛋壓浪，只要有吃到象徵長壽的麵線，活久一點可以等乖孫功成名就回來就好。

我還記得，當時自己是一面掉眼淚一面吃完太平麵的。

只是，依嬭在我讀大學第一年的暑假前，睡夢中安詳去世了。

「爸，你在想什麼？怎麼不趕快把太平麵吃完啊？我都已經連湯都喝光見底了。」

我四顧著即將拆建的老宅，依嬭和母親使用的菜櫥和曬蝦皮竹籃還在這老舊的廚房一隅.... 吃著太平麵上的雞蛋，我在想甚麼？

孩子，身為你的父親的我只是在想，在這樣物資充足的富裕年代，很多人都不屑一顧，甚至我都差點忘記的太平麵，如何穿越時空，讓你願意傳承下去....

## 婆婆的紅糟料理

玉潔從來沒有想過，自己會在遙遠的異國，如此這樣渴望再吃一次紅糟料理。不是坊間賣的，而是婆婆親自以釀酒紅麴酒糟為底材的所有紅糟料理。

而曾經，玉潔卻是那麼地厭惡過。

夏日向晚的鐵板海灘，少了漁唱，卻是繁星點點隱隱於蒼茫之上。

暑氣正熱，連海風在此時入幕時刻仍舊無法飄送涼意。鐵板村民早早用完晚膳，大都窩在家中看電視劇消磨夜晚，海邊蚊多，今晚堤岸邊似乎沒有幾個散步的人影晃動，夜釣人也還不見現身，海灘夜，如此寂靜。

「喂！玉潔，妳倒什麼東西在海灘上？」

一陣成熟婦女特有的尖銳嗓音驚破原來的寧靜。

那是，操著山西腔的阿蓮。阿蓮是玉潔在馬祖唯一的走得近，還能聊些體己話的人。玉潔很少與當地街坊互動，而幾次出去找地方晒棉被時，總巧遇熱情打招呼的阿蓮，進而還當識途老馬主動載在馬報前等早班公車要去山隴買東西的玉潔一起去獅子市場後，兩人就開始熱絡了。

「喂！宜潔，有沒有聽到？！妳在幹啥呀？」阿蓮直率的嗓音再度驚動寧靜的海灘。

「??!!」

在海灘上隱約有個人影在晃動。

「噓.....！小聲一點啦！」人影傳來了戰戰兢兢的回應聲。

果然是玉潔，阿蓮索性下堤岸走向怡潔所在之處。

「這是什麼？」

只見玉潔手裡拎空塑膠袋，腳邊不遠處卻有一堆暗紅顏色食物樣狀東西。阿蓮趨前仔細一看。

那不是紅糟雞嗎？而且還是完整肉塊，根本還沒被啃食過，還有一堆紅糟炒飯，就這麼散落在海灘上。

「妳把紅糟雞和炒飯都倒掉啊？！這不是妳婆婆煮的嗎？果然我大嫂說的是真的....」

\* \* \* \* \*

玉潔嫁來馬祖後，最不能適應的就是婆婆幾乎每天都出現的紅糟料理了。紅糟雞湯、紅糟鰻魚...凡是與紅糟有關的菜餚幾乎餐餐都可看到。起先，玉潔以為這些以紅糟為基底的料理如此高頻率密集出現在餐桌上，可能僅是跟氣候或節慶有關，過陣子就不會常有一卻萬萬沒想到，這些紅糟料理卻像是固定班底似的，不分四季與節慶，每天至少出現一道。

「每天都吃紅糟很膩耶!你媽怎麼這麼喜歡用紅糟煮東西啊？！」

玉潔不是沒私下跟丈夫反應過，只是學理工出身的丈夫不擅說話技巧的回合不僅沒有釋疑，還反而更讓玉潔對紅糟排斥。

「...妳老公說什麼？」阿蓮靜靜聽著玉潔的抱怨，突然問。

「他說不知道哇！說我婆婆以前雖然常煮紅糟雞、紅糟魚什麼的，但也沒有像現在每天煮！說好像是從我們結婚後才這樣！！」玉潔越說越氣。

「那妳，認為呢？」阿蓮似乎若有所思。

「是她故意的！！我婆婆根本是故意整我這不會煮菜的媳婦，才每天煮紅糟！所以才會趁她出去串門子時，偷偷來海灘倒掉這些吃膩到爆的東西，她還以為是我愛吃到吃光光！！」

玉潔的聲聲怨，摻和著海浪聲，彷彿是世人悟不透蒼冥之上無限慈悲恩典的控訴。

玉潔最不喜歡聽到別人說婆婆對她很好：「她今天煮什麼菜呢？什麼？紅糟鰻魚？妳婆婆對妳真好」。

這些話，在玉潔耳裡聽莫名的不舒服。

前幾天的晚餐時刻，丈夫突然說玉潔最近氣色不太好，可能是馬祖太熱了。只見婆婆眉頭是緊皺地離席收拾碗筷去。

「我婆婆一定是故意的!妳知道嗎？想不到隔天，她不僅繼續出現紅糟雞、紅糟魚，還把白飯都改成紅糟炒飯！還拼命的催我再添一碗，我怎麼吞的下？她以前從來都是煮白飯的，現在連飯都有紅糟了，不是故意是什麼？！」玉潔狠狠地踢了漂流到沙灘上的一只廢棄瓶子，那是隨潮汐而被海水沖來的。

駐防在不遠處的海龍部隊營區中的探照燈突然亮起。玉潔與阿蓮有些錯愕。

「所以，妳就把妳婆婆煮的這些偷偷倒掉？這樣很浪費，我婆婆也是幾乎每天煮。」阿蓮看著已慢慢被海水覆蓋的那些紅糟雞塊和飯粒。

「妳婆婆也每天煮？」

「以前我剛嫁來時也很不習慣，後來我婆婆告訴我，以前馬祖人的生活很苦，常有人沒錢買糯米釀酒，所以有做老酒的，就分一點酒釀發酵剩下的紅糟給親友。珍惜天物的馬祖人用紅糟料理調味，做紅糟醃魚、紅糟雞等。我的娘家山西也有類似紅糟的調味品，但有色無香，而馬祖紅糟充滿了濃濃的酒香味，紅糟簡直跟馬祖的傳統文化劃上等號，妳跟我一樣嫁來馬祖，怎可能避得了這種傳統家常菜？」

「.....」

「其實，我的大嫂早就看到妳將妳婆婆煮的這些菜倒在沙灘上了。」

「??!!」

探照燈突然轉向玉潔與阿蓮所處的方向。

「妳大嫂？早就.....看到了？」玉潔竟覺自己心虛起來。

「妳還沒嫁來馬祖時，妳婆婆和我們聊天，就提過妳的身子比較弱，總說等妳進門後，要好好的給妳補一補身體。妳的月事來時，是不是常常很痛？」

「??!!，嗯.....」玉潔錯愕的點頭。

「妳可能不知道在《本草綱目》記載，紅糟有活血化瘀，是治婦人病的良藥。」

「??!!!!」

「被妳倒掉的那紅糟炒飯就是妳婆婆在前些天來找我那學營養學的大嫂教她的。」

「我婆婆....找妳大嫂教...紅糟炒飯？」玉潔楞住。

「她說妳可能是因馬祖的暑氣太熱，胃口不好，常喊頭昏腦脹，所以來問



我大嫂煮些什麼，好讓妳比較有胃口一點。我大嫂說紅糟有有助分解食物，幫助消化，排除體內毒素與降血脂、血壓和膽固醇的功效，因此不妨可做清爽又養生的紅糟炒飯。但馬祖以前是沒有紅糟炒飯的，妳婆婆說自己沒做過，所以還要我大嫂特別教她怎麼做才好吃。我和大嫂還羨慕得不得了，說你真好命，想不到紅糟炒飯也跟其他紅糟雞啊、鰻魚啊一樣，都被妳偷偷拿去餵魚了。」

「??!!!!!!」

海水終於漲滿了沙灘，覆蓋了世人留戀與不留戀的一切。紅紅的雞塊與飯粒，在探照燈與月光的反映下，那紅，像玫瑰般的美，是婆婆的心。

多年後的今天，因丈夫工作的緣故，玉潔隨丈夫雙雙赴美國。如今，向來因有婆婆在而不需煩惱該煮甚麼的玉潔，現在得獨自負責料理丈夫和小孩的三餐了。初來美國而水土不服，丈夫和小孩也吃不慣美式料理，一家子都瘦了好幾公斤，玉潔急著打越洋電話向遠在馬祖的婆婆求救，請婆婆傳授她幾道紅糟料理的作法。這時，玉潔真真感受到當年婆婆愁煩她在馬祖水土不服的苦心。

婆婆說要寄一大箱自釀的紅糟到美國，並也傳授了如何自製紅糟的方法，讓玉潔學著自己製作：

糯米泡一夜，蒸 40 分鐘。紅麴泡米酒 120g 一夜。

糯米蒸熟後，放涼。倒入紅麴米酒的容器，拌勻，封起。

隔天拌勻，倒入剩的米酒，密封。放至陰涼處一個月。

一個月後，過濾後的液狀物，即老酒，酒糟渣即為紅糟。

掛完電話，剛下班進門的丈夫說星期天要不要去中華料理餐廳打打牙祭？

玉潔搖搖頭，此時，她只想能夠吃到婆婆親自做的紅糟料理。

## 五、行銷文創商品

馬祖的人文藝術與生活美學，將馬祖的文創商品經由通路的展售到增加品牌的知名度。因此，本計劃於 2013/09/16 ( 星期一 )、2013/09/17 ( 星期二 ) 分別執行 2 場「吹來一陣馬祖的風」人文咖啡講座，地點選擇公館、師大兩大文教區；以馬祖文創商品及藝術家創作為講座主題，同時搭配文創商品商品展售，讓臺灣民眾有機會近距離感受馬祖的藝術能量。

### 1. 計劃時程與執行單位：

- 時 間：2013/09/16 ( 星期一 )
- 主 題：島嶼漫遊-透過藝術家之眼，與民眾分享馬祖好山好水以及藝術家心中獨特的私房景點。
- 主持人：亞蔚創意科技 - 朗蔚總監
- 講 師：馬祖藝術家 - 曹楷智 老師
  
- 時 間：2013/09/17 ( 星期二 )
- 主 題：馬祖藝語-請藝術家分享在馬祖與海洋為伴的島嶼生活所帶來的藝術創作靈感。
- 主持人：亞蔚創意科技 - 朗蔚總監
- 講 師：馬祖藝術家 - 李若梅 老師

### 2. 執行內容：

- 102 年文創造產-打造馬祖文創特色行動計畫 - 馬祖藝術家創作人文講座系列兩場。
- 吹來一陣馬祖的風人文講座宣傳執行。
- 吹來一陣馬祖的風人文講座媒體曝光效益成果。

· 馬祖藝術家創作人文講座系列之一

<b>講座主題</b>	吹來一陣馬祖的風
<b>講座緣起與目的</b>	本計畫期望將馬祖的文創商品經由通路的展售增加品牌的知名度。因此，規劃 2 場「吹來一陣馬祖的風」人文咖啡講座，地點選擇公館、師大兩大文教區，以馬祖文創商品及藝術家創作為講座主題，同時搭配文創商品商品展售，讓臺灣民眾有機會近距離感受馬祖的藝術能量。
<b>講座時間</b>	2013/09/16 ( 一 ) ( 報告說明，因天氣氣象及颱風因素延誤舉辦，現已延到 9/16、9/17 辦理。附上前兩次規劃的流程表。 )
<b>講座師資</b>	主持人：亞蔚創意科技 - 朗蔚總監 講 師：馬祖藝術家 -曹楷智 老師， 題目方向： <b>島嶼漫遊</b> -透過藝術家之眼，與民眾分享馬祖好山好水以及藝術家心中獨特的私房景點。
<b>講座流程</b>	18:30-19:00 報到 19:00-19:10 講座開場( 朗蔚總監開場 ) 19:10-19:20 貴賓介紹與致詞 19:20-20:20 曹楷智老師主講 20:20-21:00 Q&A 21:00-21:10 古箏表演 ( 崖上哀、神仙調舞曲 ) 21:10-21:30 交流
<b>講座地點</b>	hi, 日楞 Ryou Caf'e ( 台北市大安區浦城街 24-1 號 )  文創商品佈置

活動照片



· 馬祖藝術家創作人文講座系列之二

<b>講座主題</b>	吹來一陣馬祖的風
<b>講座緣起與目的</b>	本計畫期望將馬祖的文創商品經由通路的展售增加品牌的知名度。因此，規劃 2 場「吹來一陣馬祖的風」人文咖啡講座，地點選擇公館、師大兩大文教區，以馬祖文創商品及藝術家創作為講座主題，同時搭配文創商品展售，讓臺灣民眾有機會近距離感受馬祖的藝術能量。
<b>講座時間</b>	2013/09/17 ( 二 ) 19 : 00 - 21 : 30
<b>講座師資</b>	主持人：亞蔚創意科技 - 朗蔚總監 講 師：馬祖藝術家 -李若梅 老師 題目方向：馬祖藝語-請藝術家分享在馬祖與海洋為伴的島嶼生活所帶來的藝術創作靈感。
<b>講座流程</b>	13:30-14:00 報到 14:00-14:10 講座開場( 朗蔚總監開場 ) 14:10-14:20 貴賓介紹與致詞 14:20-15:20 李若梅老師主講； 15:20-16:00 交流 Q&A 21:00-21:10 古箏表演 ( 崖上哀、神仙調舞曲 ) 21:10-21:30 交流
<b>講座地點</b>	Gramercy Cafe 感恩小館 ( 台北市大安區新生南路三段 56 巷 6 號 )  <a href="https://www.facebook.com/GramercyCafe">https://www.facebook.com/GramercyCafe</a> 文創商品佈置

活動照片



· 吹來一陣馬祖的風 - 人文講座 宣傳物製作



海報、人形立牌



W:60\*H:150cm\_PVC裱中空板+90度鐵角架\_1塊



親愛的貴賓：

您好！連江縣政府為讓臺灣民眾有機會近距離感受馬祖的藝術能量，將於9/16於hi,日楞Ryou0Caf'e以及9/17於感恩小館，舉辦「吹來一陣馬祖的風」人文咖啡講座，特邀旅西藝術家曹楷智及李若梅伉儷擔任講師，現場同時搭配馬祖文創商品展示，誠摯邀請您的蒞臨。

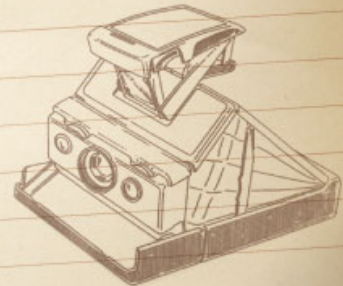
連江縣縣長 楊綏生 敬邀  
連江縣文化局局長 曹以雄

# 馬祖 吹來一陣的風 [人文咖啡講座]

**講題** 島嶼漫遊-透過藝術之眼，分享馬祖好山好水及藝術家推薦的私房景點。  
**時間** 09/16 (一) 19:00 - 21:00 ※ 18:30開放入場  
**地點** hi,日楞Ryou Caf'e (臺北市大安區浦城街24-1號)  
**講師** 馬祖藝術家-曹楷智

**講題** 馬祖藝語-分享與海洋為伴的島嶼生活為藝術創作所帶來的靈感。  
**時間** 09/17 (二) 19:00 - 21:00 ※ 18:30開放入場  
**地點** 感恩小館Gramercy Cafe (臺北市大安區新生南路三段56巷6號)  
**講師** 馬祖藝術家-李若梅

**活動流程**  
18:30-19:00 報到  
19:00-19:10 講座開場  
19:10-19:20 貴賓介紹與致詞  
19:20-20:20 講師分享  
20:20-21:00 交流Q&A



※現場備有精緻茶點，提供免費入場名額20個，採電話或E-mail預約報名。  
活動聯絡人: 王貞潔 電話: 0919-024-979 E-mail: chenchiehwang@gmail.com  
主辦單位: 連江縣政府 | 承辦單位: 連江縣政府文化局 | 執行單位: 亞爵創意科技有限公司



# 軍醫院主動出擊 下鄉服務鄉親都說「讚」

## 首場次津沙村，地支部指揮官廖耿言：未來三節期間都會辦理巡迴服務，讓軍醫院更貼近民眾



軍醫院為推廣醫療服務，主動出擊下鄉服務鄉親。圖為津沙村首場巡迴服務，由地支部指揮官廖耿言主持，多位醫療人員與鄉親交流。

【本報訊】馬祖地區醫療服務，一向由軍醫院提供。為擴大醫療服務範圍，讓鄉親更貼近醫療服務，軍醫院主動出擊，下鄉服務鄉親。首場巡迴服務於9月14日（週六）下午3時，在津沙村地支部舉行。由地支部指揮官廖耿言主持，多位醫療人員與鄉親交流。廖耿言表示，未來三節期間都會辦理巡迴服務，讓軍醫院更貼近民眾。醫療人員現場提供諮詢、量血壓、血糖、視力檢查等服務。鄉親們對軍醫院主動出擊表示讚賞，認為這不僅方便鄉親，也展現了軍醫院的愛心與服務精神。

102年9月

北一-南東  
06:00 (12.34.56.7)  
09:00 (12.34.56.7)  
09:55 (12.34.56.7)  
10:40 (12.34.56.7)  
11:25 (12.34.56.7)  
12:10 (12.34.56.7)  
13:00 (12.34.56.7)  
13:45 (12.34.56.7)  
14:30 (12.34.56.7)  
15:15 (12.34.56.7)  
16:00 (12.34.56.7)  
16:45 (12.34.56.7)  
17:30 (12.34.56.7)  
18:15 (12.34.56.7)  
19:00 (12.34.56.7)

北二-南東  
08:00 (12.34.56.7)  
10:00 (12.34.56.7)  
13:00 (12.34.56.7)  
16:00 (12.34.56.7)

北三-南東  
09:00 (12.34.56.7)  
15:00 (12.34.56.7)  
19:30 (12.34.56.7)

北中-南東  
12:55

南東-北中  
13:30

空、海、陸電話一覽表

空軍司令部：(08)262-1111

海軍司令部：(08)262-1111

陸軍司令部：(08)262-1111

馬祖日報：(08)262-1111

馬路牌

八月月份牌

東馬路：1、5、7、9、11、13、15、19、21、23、25、27、29

先東後馬：2、4、6、8、12、14、16、18、20、22、26、28、30

馬路牌

九月月份牌

先馬後東：3、17

先東後馬：24

# 「吹來一陣馬祖的風」人文講座及文創商品展 16、17日臺北登場

【本報訊】由馬祖日報主辦的「吹來一陣馬祖的風」人文講座及文創商品展，將於9月16、17日在臺北舉行。活動內容豐富，包括多場人文講座、文創商品展銷等。講座邀請了多位專家學者，分享馬祖的歷史、文化、藝術等。商品展則展示了馬祖特色的文創商品，如馬祖地圖、馬祖故事書等。活動旨在推廣馬祖文化，增進鄉親對家鄉的認識與愛護。

# 金融知識線上競賽活動 即日起至11月10日止

## 金管會鼓勵離島地區國中生踴躍參加

【本報訊】為推廣金融知識，提高國民金融素養，金管會主辦的「金融知識線上競賽」活動，即日起至11月10日止。活動內容包括金融常識、理財知識、防範詐騙等。金管會特別鼓勵離島地區國中生踴躍參加，以普及金融知識，提高金融素養。活動將提供豐富的獎品，鼓勵學生踴躍參與。

# 淨灘20週年！台電今四鄉同步舉行，歡迎鄉親踴躍參加

【本報訊】為慶祝淨灘活動推行20週年，台電將於9月16日（週六）上午9時，在馬祖地區四鄉（南竿、北竿、東莒、西莒）同步舉行淨灘活動。活動內容包括清理垃圾、植樹造林、環保教育等。台電呼籲鄉親踴躍參加，共同為家鄉環境清潔出一分力。活動將提供清潔工具及環保教育資料，歡迎各界人士踴躍參加。

# 102年馬祖短片徵集活動 今首波馬中舉行

## 透過講座鼓勵年輕人表達自己與記錄家鄉

【本報訊】由馬祖日報主辦的「102年馬祖短片徵集活動」，將於9月16日（週六）下午3時，在馬中舉行首場講座。講座邀請了多位專家學者，分享短片拍攝技巧、紀錄片製作等。活動旨在鼓勵年輕人表達自己，記錄家鄉風土人情。徵集活動將提供豐富的獎品，歡迎鄉親踴躍參加。

# 中秋節入監關懷活動 連江地檢署會同更生保護會探訪受刑人

【本報訊】為關懷受刑人，促進社會和諧，連江地檢署將於9月16日（週六）上午10時，會同更生保護會探訪受刑人。活動內容包括慰問、關懷、輔導等。地檢署呼籲受刑人積極改造，早日回歸社會。活動將提供豐富的慰問品，歡迎各界人士踴躍參加。

# 新海島

【本報訊】馬祖日報將於9月16日（週六）下午3時，在馬中舉行「新海島」活動。活動內容包括攝影比賽、攝影講座等。活動旨在推廣攝影藝術，記錄家鄉風土人情。攝影比賽將提供豐富的獎品，歡迎鄉親踴躍參加。

# 芹壁民宿大熱門 吸引業者搶進經營

## 古厝民宿如雨後春筍林立，經營家數已超過五家以上，「芹壁」這兩個字儼然已成馬祖傳統閩東建築特色民宿的代名詞

【記者陳曉庭／北竿報導】芹壁民宿，今年又有新的業者加入經營，經營家數已超過五家，而「芹壁」這兩個字儼然已成馬祖傳統閩東建築特色民宿的代名詞。多項業者紛紛出招，搶進經營，將芹壁民宿推向新高峰。

芹壁民宿從前幾年開始興起，當時只有寥寥無幾的業者經營。隨著馬祖旅遊熱度的持續，以及網路平台的推廣，芹壁民宿的知名度不斷提高。業者紛紛看準商機，紛紛投入經營。目前，芹壁已有超過五家民宿，經營家數不斷增加。

業者表示，芹壁民宿的經營，不僅是提供遊客一個舒適的住宿環境，更是一種文化體驗。遊客在享受美景的同時，也能感受到馬祖傳統建築的魅力。業者紛紛推出特色服務，如古厝導覽、民俗表演等，讓遊客更深入地了解馬祖文化。



業者表示，目前經營家數已超過五家，而「芹壁」這兩個字儼然已成馬祖傳統閩東建築特色民宿的代名詞。多項業者紛紛出招，搶進經營，將芹壁民宿推向新高峰。

業者紛紛看準商機，紛紛投入經營。目前，芹壁已有超過五家民宿，經營家數不斷增加。業者紛紛推出特色服務，如古厝導覽、民俗表演等，讓遊客更深入地了解馬祖文化。

有馬祖地中海之稱的芹壁村，古厝民宿如雨後春筍林立。(圖／文：陳曉庭)

### 重視背後的鏡子：與審計單位跳探戈

管理界有句名言：「沒有衡量，就沒有管理。」在「沒有衡量」的背後，是「沒有管理」的困境。審計單位在企業管理中的重要性，往往被忽視。然而，審計單位不僅是企業的「鏡子」，更是企業發展的「探戈」。

審計單位的作用，不僅在於發現問題，更在於提供建議。企業管理者應重視審計單位的建議，將其作為改進管理、提高效益的參考。審計單位應加強與管理部門的溝通與合作，共同推動企業的發展。

在當前經濟形勢下，企業面臨著巨大的挑戰。審計單位應發揮其監督與服務功能，為企業提供高質量的審計服務。企業應加強對審計單位的考核與激勵，提高審計工作的效率與質量。

### 中心聯合出擊 推出社區婦女教育、樂齡志工培訓，學員收穫滿滿

#### 教育局：透過企劃力培養社區領導人，配合家教中心與樂齡中心深入社區發展趨勢

【記者曾雲偉／北竿報導】縣教育局與家教中心、樂齡中心聯合出擊，推出社區婦女教育、樂齡志工培訓課程，學員收穫滿滿。教育局表示，透過企劃力培養社區領導人，配合家教中心與樂齡中心深入社區發展趨勢。

社區婦女教育課程，旨在提高婦女的文化素質與生活技能。課程內容包括基礎知識、生活常識、手工藝製作等。學員在學習過程中，不僅獲得了知識與技能，還結識了許多志同道合的朋友。

樂齡志工培訓課程，旨在培養樂齡人士的社會服務意識與能力。課程內容包括服務技巧、溝通技巧、團隊合作等。學員在培訓過程中，不僅提高了自己的服務能力，還為社區的公益事業貢獻了力量。

### 多獲益學員志願服務 馬祖故事館始末解析博物館街角

#### 光顧觀光學員獲益多 志願服務 馬祖故事館始末解析博物館街角

【記者曾雲偉／北竿報導】馬祖故事館始末解析博物館街角，多獲益學員志願服務。光顧觀光學員獲益多，志願服務 馬祖故事館始末解析博物館街角。

馬祖故事館始末解析博物館街角，多獲益學員志願服務。光顧觀光學員獲益多，志願服務 馬祖故事館始末解析博物館街角。馬祖故事館始末解析博物館街角，多獲益學員志願服務。



縣教育局家教中心及樂齡中心聯合推出「社區婦女教育-強化女性生命」(文：曾雲偉)

縣教育局家教中心及樂齡中心聯合推出「社區婦女教育-強化女性生命」(文：曾雲偉)

的成效作為，是達到最大經濟效。的成效作為，是達到最大經濟效。的成效作為，是達到最大經濟效。

的成效作為，是達到最大經濟效。的成效作為，是達到最大經濟效。的成效作為，是達到最大經濟效。

### 新聞摘要

【記者曾雲偉／北竿報導】縣教育局與家教中心、樂齡中心聯合出擊，推出社區婦女教育、樂齡志工培訓課程，學員收穫滿滿。教育局表示，透過企劃力培養社區領導人，配合家教中心與樂齡中心深入社區發展趨勢。

馬祖故事館始末解析博物館街角，多獲益學員志願服務。光顧觀光學員獲益多，志願服務 馬祖故事館始末解析博物館街角。

### 一陣馬祖文創風，吹進臺北咖啡館-台大、師大人文商圈，馬祖文創商品進駐

【記者曾雲偉／北竿報導】一陣馬祖文創風，吹進臺北咖啡館-台大、師大人文商圈，馬祖文創商品進駐。馬祖文創商品進駐，一陣馬祖文創風，吹進臺北咖啡館-台大、師大人文商圈。

馬祖文創商品進駐，一陣馬祖文創風，吹進臺北咖啡館-台大、師大人文商圈。馬祖文創商品進駐，一陣馬祖文創風，吹進臺北咖啡館-台大、師大人文商圈。

### 北市支援醫療本週門診排定

【記者曾雲偉／北竿報導】本市支援醫療本週門診排定。本市支援醫療本週門診排定，本市支援醫療本週門診排定。

本市支援醫療本週門診排定，本市支援醫療本週門診排定。本市支援醫療本週門診排定，本市支援醫療本週門診排定。

### 全民守護家園，加強水土保持

為保障民眾生命財產安全，防止水土流失，連江縣政府將在全縣範圍內，加強水土保持工作。縣政府將組織專業技術人員，對全縣範圍內的水土流失情況進行全面調查與評估。根據調查結果，制定科學合理的防治方案，並組織動員民眾參與防治工作。

縣政府將加強對水土保持工作的宣傳與教育，提高民眾的環保意識。同時，將加強對水土保持工作的監督與檢查，確保各項防治措施得到有效落實。

### 珍貴老樹保護 生態資源永續

為保護珍貴老樹，維護生態資源的永續發展，連江縣政府將在全縣範圍內，開展老樹保護工作。縣政府將組織專業技術人員，對全縣範圍內的老樹資源進行全面調查與評估。根據調查結果，制定科學合理的保護方案，並組織動員民眾參與保護工作。

縣政府將加強對老樹保護工作的宣傳與教育，提高民眾的環保意識。同時，將加強對老樹保護工作的監督與檢查，確保各項保護措施得到有效落實。

### 光澤120號海巡船巡邏

為維護海上治安，保障漁民生命財產安全，連江縣政府將在全縣範圍內，開展海巡船巡邏工作。縣政府將組織專業技術人員，對全縣範圍內的海巡船資源進行全面調查與評估。根據調查結果，制定科學合理的巡邏方案，並組織動員民眾參與巡邏工作。

縣政府將加強對海巡船巡邏工作的宣傳與教育，提高民眾的環保意識。同時，將加強對海巡船巡邏工作的監督與檢查，確保各項巡邏措施得到有效落實。



輪  
馬祖日報 雜誌  
莒光  
航向東引 芹定  
北竿  
馬祖旅遊 馬祖  
釣魚

馬祖好站

南竿鄉 北竿鄉  
莒光鄉  
東引鄉 東引鄉代  
會  
飛向北竿 連江縣  
議會  
東引國民中小學  
連江縣運動地圖網  
陳雲生全球資訊網

線上查詢 >>>

南竿(東區)住宿

>>>

南竿(西區)住宿

>>>

北竿住宿 >>>

東引住宿 >>>

莒光住宿 >>>

特產禮品 >>>

旅行社 >>>

相關連結 >>>

本站專區 >>>

張貼者

絮  
新進會員

註冊：2013-06-22

發表文章：14

掌聲鼓勵：14

發表時間：2013-

09-14

FORM: Logged

頁尾

個人資料 私人訊息 郵件

回覆 引言 修改 刪除 收藏 檢舉

## 「吹來一陣馬祖的風」人文講座及文創商品展16、17日臺北登場 --閱讀人次:377

連江縣政府文化局長年來致力於提升馬祖文創產業能量，為發揚馬祖豐厚的人文、藝術與歷史資源，並提高馬祖文創商品知名度，9/16、17兩天預計於臺北「hi,日楞Ryou Cafe」及「感恩小館Gramercy Cafe」兩間特色咖啡店，各舉辦一場「吹來一陣馬祖的風」人文咖啡講座，邀請馬祖藝術家曹楷智、李若梅伉儷透過講座，將馬祖一景一貌、人文風采與民眾分享，現場同時搭配馬祖文創商品展售，讓臺灣民眾有機會近距離感受馬祖的藝術能量。

本次活動邀請到留學西班牙多年的當代畫家曹楷智及李若梅老師，曹楷智老師同時擔任「馬祖藝文協會」、「連江縣清溪新文藝學會」理事長，今次針對「島嶼漫遊」以及「馬祖藝語」兩主題進行講座分享，將帶領民眾透過藝術家之眼，了解畫筆彩繪下海天馬祖的風貌，也從中傳達藝術家別具人文思維的藝術哲學；期待透過分享讓民眾體驗馬祖秀麗的景觀，及飽含歷史底蘊的人文深度。

除了人文講座之外，兩活動場地已針對文化局輔導開發之文創商品佈置「從馬祖吹來的一陣風-文創商品展」，透過周邊環境的營造，期望能引導參與民眾更加瞭解馬祖地方人文景觀，進而成為吸引遊客前來馬祖，此外，也藉由馬祖文創商品在臺灣曝光，鼓勵更多優秀的創意人才，開發更豐富的馬祖文創商品，將馬祖文創價值與品牌導入市場。

兩場「吹來一陣馬祖的風」人文咖啡講座，目的在於發揚馬祖地方之美及豐沛的文創能量，從人文藝術領域提升馬祖知名度，活動現場備有精緻茶點，與馬祖特色點心，提供民眾免費入場，名額有限，歡迎有興趣民眾報名參加。  
活動報名電話:王小姐 0919-024-979

「吹來一陣馬祖的風」人文咖啡講座:

講題：島嶼漫遊-透過藝術之眼，分享馬祖好山好水及藝術家推薦的私房景點。

時間：09/16 (一) 19:00 - 21:00 ※ 18:30開放入場

地點：hi,日楞Ryou Cafe (臺北市大安區浦城街24-1號)

講師：馬祖藝術家-曹楷智

講題：馬祖藝語-分享與海洋為伴的島嶼生活為藝術創作所帶來的靈感。

時間：09/17 (二) 19:00 - 21:00 ※ 18:30開放入場

地點：感恩小館Gramercy Cafe (臺北市大安區新生南路三段56巷6號)

講師：馬祖藝術家-李若梅



9/14 馬祖資訊網

標題：「吹來一陣馬祖的風」人文講座及文創商品展16、17日台北登場

馬祖日報 雜誌  
莒光  
航向東引 芹定  
北竿  
馬祖旅遊 馬祖  
釣魚

馬祖好站

南竿鄉 北竿鄉  
莒光鄉  
東引鄉 東引鄉代  
會  
飛向北竿 連江縣  
議會  
東引國民中小學  
連江縣運動地圖網  
陳雪生全球資訊網

線上查詢 >>>

南竿(東區)住宿  
>>>

南竿(西區)住宿  
>>>

北竿住宿 >>>

東引住宿 >>>

莒光住宿 >>>

特產禮品 >>>

旅行社 >>>

相關連結 >>>

本站專區 >>>

張貼者

絮

新進會員

註冊：2013-06-22

發表文章：14

掌聲鼓勵：14

發表時間：2013-

09-16

FORM: Logged

個人資料 私人訊息 郵件 回覆 引言 修改 刪除 收藏

一陣馬祖文創風，吹進臺北咖啡館囉！ -- 閱讀人次：378

台大師大人文商圈，馬祖文創商品進駐。

一陣馬祖文創風，悄悄吹進臺北的咖啡館囉！

由連江縣文化局主辦「吹來一陣馬祖的風」文創商品展，於台大商圈「感恩館 Gramercy Cafe」以及師大商圈「hi,日楞 Ryou Cafe」特色咖啡店展出，一共展出14組由連江縣政府文化局輔導開發之文創商品，及馬祖主題區刊物，透過主題展售，讓馬祖文創商品走出馬祖，有更寬廣的展示舞臺，也臺灣民眾有機會透過文創商品，感受馬祖文化之美。

本次展出之文創商品，種類多元、主題豐富，運用了圖案細緻的馬祖風燈、話之烏黑嘴端鳳頭燕鷗、馬祖縣花紅花石蒜以及元宵擺暝文化...等饒富地方特色之題材作為創作主題，當中更有馬祖旅臺知名陶藝家曹其涯及筆墨藝術家根合作開發之無盡酒杯組，每件文創品都能鮮明展現馬祖意象、設計精巧，受大學生喜愛歡迎，感恩小館店長Rita表示：「許多客人都會因為看到主題的關係進來晃晃，並詢問文創商品的資訊，我們也期待未來有更多相關活搭配」。為延伸擴大文創商品展售效益，文化局將於9/16、17在兩展示場地，邀請馬祖藝術家曹楷智、李若梅伉儷進行「島嶼漫遊」及「馬祖藝語」文咖啡講座，期望透過現場交流，讓民眾更進一步了解馬祖風情及馬祖文創發展。

每件文創商品背後，都根植於深厚的文化養分，經過優秀的創意人才翻動文土壤，才能孕育出如此美麗的文創商品，連江縣政府文化局局長曹以雄表示此為起點，先推出縣府文創品，未來期望帶動馬祖民間文創業者，透過咖啡及創意角落佈置，逐步在臺灣更多藝文空間展出馬祖相關出版品或文創商品務必「讓臺北捲起一場馬祖的旋風」。

活動訊息聯絡人：王小姐 0919-024-979

「吹來一陣馬祖的風」文創商品展：

展出時間：08/15-09/19

展出地點：hi,日楞 Ryou Cafe (臺北市大安區浦城街24-1號)

展出時間：08/15-09/30

展出地點：感恩小館 Gramercy Cafe (臺北市大安區新生南路三段56巷6號)



9/16 馬祖資訊網

標題：一陣馬祖文創風，吹進台北咖啡館囉！-台大、師大人文商圈，馬祖文創商品進駐

- [馬祖好站](#)
- [南竿鄉](#)
- [北竿](#)
- [鄉](#)
- [莒光鄉](#)
- [東引鄉](#)
- [東引](#)
- [鄉](#)
- [飛向北竿](#)
- [連](#)
- [江縣議會](#)
- [東引國民中小](#)
- [學](#)
- [連江縣運動地](#)
- [圖網](#)
- [陳雲生全球資](#)
- [訊網](#)
- [線上查詢 >>>](#)
- [南竿\(東區\)住](#)
- [宿 >>>](#)
- [南竿\(西區\)住](#)
- [宿 >>>](#)
- [北竿住宿 >>>](#)
- [東引住宿 >>>](#)
- [莒光住宿 >>>](#)
- [特產禮品 >>>](#)
- [旅行社 >>>](#)
- [相關連結 >>>](#)
- [本站專區 >>>](#)

註冊：2013-06-22  
發表文章：14  
掌聲鼓勵：14  
發表時間：2013-09-19  
FORM: Logged

## 馬祖旋風席捲台北！人文講座圓滿落幕 -- 閱讀人次：877

由連江縣政府文化局舉辦之「吹來一陣馬祖的風」2場文咖啡講座，邀請到馬祖藝術家曹楷智、李若梅老師帶同多年創作作品的分享，活動於9/16、17圓滿落幕，兩場參與民眾踴躍，其中馬祖在地文創業者「林義和工坊」及「藝間小舖」也都出席，另外更邀請多位文創領域的專家前來一同進行分享交流，現場講師與民眾互動密切，場面熱絡。

9/16「島嶼漫遊」主題講座，由曹楷智老師主講，其分享各個不同時期百餘幅的創作，透過畫作，除了反射出創作者內在的心靈歷程，也記錄了外在環境，馬祖各種不同時期的歷史變遷，讓民眾透過畫作一覽馬祖各個時期的美麗風貌。配合文創商品展，本次講題也討論到馬祖文創發展，曹老師表示：「藝術家應專心致力於藝術創作，適合專業文創設計人才投入，針對藝術作品能運用的部份提煉出來進行產品設計開發，兩者各盡其職才能發揮最大效果。」獲得在場文創業者認同。本次講座吸引台灣專業且尖的文創業者前來聆聽，包括，詩人行政院科技顧問組文雄老師、電影工作者康寧大學視覺傳播學系許勝欽老師、崇佑技術學院時尚造型系講師張子敏老師、文創品牌通路規劃陳虹年總監等，多位文創界的專家對馬祖文化藝術能量表示有興趣，期望有機會能媒合開發新的文創商品，許聖欽老師表示：「現今文創領域太過喧鬧，馬祖已具備能感動人的故事，期許馬祖走出一不一樣的一條文創之路。」

9/17日「馬祖藝語」講座邀請到李若梅老師主講，以女性藝術家的視角融入鄉愁，透過意象之眼觀察馬祖的一景一物，在畫作中體現生命的寓意，與會貴賓，前新北市文化局局長李斌教授形容若梅老師的畫作是「溫潤底下的滲透；寧靜之中的鮮紅」，國藝會孫華翔總監也親自出席，並聽完演講後形容：「吹來一陣馬祖的風，是一陣輕柔有勁的風，能洗滌心靈，帶來心境上的反差。」本次活動在台大文教區引起年輕學生熱烈反應，在宣傳期已報名額滿，活動當天更是座無虛席，出席的貴賓包括文化部盧才善專門委員、社區營造達人陳板老師，報名的來賓更有十多位來自山西省建築藝術系的學生，對馬祖建築與戰地時期生活表示好奇。兩場活動，在由台藝大沈芯羽老師悠揚動聽的古箏曲調中，畫下完美的句點。

馬祖文創商品第一次出現在台北的咖啡廳，現場展示連江縣政府輔導開發之文創商品，並搭配文化局精心挑選的馬祖人文相關書籍進行主題書展，期望讓台灣民眾能更面向地了解馬祖文化，連江縣文化局局長曹以旻表示「吹來一陣馬祖的風」2場人文咖啡講座是一個開端，未來希望在臺灣咖啡藝文空間佈置更多馬祖專區，讓這陣馬祖旋風席捲全臺。



9/19 馬祖日報 P2. 新聞總匯  
標題：馬祖選風席捲台北！人文講座圓滿落幕

馬祖日報  
莒光  
航向東引  
北竿  
馬祖旅遊  
釣魚

馬祖好站

南竿鄉  
莒光鄉  
東引鄉  
飛向北竿  
東引國民中小學  
連江縣運動地圖網  
陳雪生全球資訊網

線上查詢 >>>

南竿(東區)住宿

>>>

南竿(西區)住宿

>>>

北竿住宿 >>>

東引住宿 >>>

莒光住宿 >>>

特產禮品 >>>

旅行社 >>>

相關連結 >>>

本站專區 >>>

張貼者

絮  
新進會員

註冊：2013-06-22

發表文章：14

掌聲鼓勵：14

發表時間：2013-

09-27

FORM: Logged

個人資料 私人訊息 郵件

回覆 引言 修改 刪除 收

參與【吹來一陣馬祖的風】人文講座有感 -- 閱讀人次：203



因為這個講座，讓我對馬祖有初步的認識。雖還未真的到訪，已折服於她人文的美，令人心神嚮往。我想因為馬祖的交通不便，使她成為一塊美麗的淨土。也才讓旅人有機會感受到其「關島之美」。

就像若梅老師的畫一樣，「記錄」著每一個時期的馬祖一花一草一海灘。短的2008年至2013年，畫裡蜜月東莒頗有韻味的羊腸小徑變成寬敞大淨的海灘多了開發破壞；歷史建築的消失。

每當若梅老師提及至此，皆可感受到無限的惆悵與無奈。感謝若梅老師的畫，把馬祖的美留了下來。身為一個遠在台灣外的局外人的希望交通不便也好，這樣才可能保護她不受破壞，永遠那麼美麗，像她一樣。然，子非魚安知魚之樂；相反的，我也不能體會交通不便為其帶來擾，如同花蓮與台東人對蘇花高的渴望。而博弈對馬祖及馬祖人，又是什麼的愛恨情仇呢？

這讓我想到去松山菸廠時，曾提到什麼都不拆那就什麼也不用做了。相信老師的經歷看太多這些開發與保留衝突的例子，芝辰對之間的衝突與平衡一直很感興趣，希望還有機會可以聽到老師的分享。這當中的考慮與有那些。

最近去了台中南投，走訪了宮原眼科  
<http://www.miyahara.com.tw/index.html>、彩虹眷村  
<http://www.ttvs.cy.edu.tw/kcc/990925hon/k1.htm>和溪頭明會館  
<http://www.mingshan.com.tw/dream.html>  
體會了三種不同的保存方式；三種不同的故事。和老師分享。我喜歡看因為我們歷史留下紀錄，更喜歡其背後的故事。雖然我發現對於很多去的人來說，美麗的故事都不是大家的焦點，朝聖地點。

另外，今天聽到孫華翔總監的分享，「有一種文創叫馬祖」，很有感覺「文創」似乎成了萬靈丹搖錢樹，而使得文創商業氣息多於文化，以致醜陋。所以更喜歡馬祖原汁原味的感覺。

9/27 馬祖資訊網

標題：參與【吹來一陣馬祖的風】人文講座有感

TraNews 台灣新聞 News 大台灣旅遊網 | 2013年9月29日 星期日

TTNews 大台灣旅遊網

新聞 台灣旅遊 台灣美食 生活休閒 藝術人文 消費好康 Travel Life Arts Goodies 日本語 全球 旅遊 美食 商賈 飯店 精要 地方 訊息

新聞總覽 >> 藝術人文新聞 TTNews

列印 字級大小 轉寄 Twitter Facebook Plurk Weibo

### 「吹來一陣馬祖的風」人文講座及文創商品展

#### 香港迪士尼全新主題園區

Park.HongKongDisneyland.com

今個夏季，快來率先體驗全球獨有的 迷離莊園，投入如幻似真的奇異歷程

[TraNews 記者 陳佳成 / 全球報導]



連江縣政府文化局長年來致力於提升馬祖文創產業能量，為發揚馬祖豐厚的人文、藝術與歷史資源，並提高馬祖文創商品知名度，9/16、17兩天於臺北「hi,日標Ryou Cafe」及「感恩小鎮Gramercy Cafe」兩間特色咖啡店，各舉辦一場「吹來一陣馬祖的風」人文咖啡講座，邀請馬祖藝術家曹楷智、李若梅伉儷透過講座，將馬祖一景一貌、人文風采與民眾分享，現場同時搭配馬祖文創商品展售，讓臺灣民眾有機會近距離感受馬祖的藝術能量。

馬祖藝術家曹楷智、李若梅伉儷與多位致力推動馬祖觀光文創的藝文人士藉由人文講座讓大眾體會馬祖的美與悠閒。(攝影/陳佳成)

本次活動邀請到留學西班牙多年的當代畫家曹楷智及李若梅老師，曹楷智老師同時擔任「馬祖藝術協會」、「連江縣清溪新文藝學會」理事長，今次針對「島嶼漫遊」以及「馬祖藝語」兩主題進行講座分享，將帶領民眾透過藝術

台灣百大名店 一定愛台灣 網路流量第一名! TraNews榮獲金網獎創新獎 2013台灣百大名店頒獎典禮暨兩岸論壇 旅遊文播-FREE下載

「2013新竹美展」得獎作品亮眼登場

由新竹縣、市政府共同舉辦的「2013新竹美展」，已自9月25日起分別在新竹縣、市文化局同步展出得獎作品，將展至10月13日止。

台北市立美術館 《迫聲音-音像裝置

9/18 大台灣旅遊網-全球新聞；標題：「吹來一陣馬祖的風」人文講座及文創商品展

sina 新浪新聞 you need now! 2013 AW13 New Style Coming! Dress Up everyday! MO-BO 長頸鹿七分袖長版上衣 NT.399

微博達人有小紅星更帥氣 eLadies 9月份會員獎賞好禮 LACOME保養品免費試用~

新聞中心 影音 即時 專題 圖片 政治 社會 娛樂 兩岸 國際 生活 旅遊 體育 財經 文教 科技 產業 新奇

優質 雜誌 閱讀 一分鐘看頭條 即時 審修稅存廢 財政部：審慎研議 11:13

文數新聞 > 大台灣旅遊網

### 「吹來一陣馬祖的風」人文講座及文創商品展

大台灣旅遊網 (2013-09-18 12:26) 分享 | 微博 | Facebook | Plurk | Weibo

Ads by Google 102年國慶焰火絳風城 102fireworks.vvmarts.com 快來新竹欣賞煙火秀、單車慢遊吃美食，謝金燕、伍佰、蘇打綠精采演出別錯過!



【大台灣旅遊網TTNews記者陳佳成】

連江縣政府文化局長年來致力於提升馬祖文創產業能量，為發揚馬祖豐厚的人文、藝術與歷史資源，並提高馬祖文創商品知名度，9/16、17兩天於臺北「hi,日標Ryou Cafe」及「感恩小鎮Gramercy Cafe」兩間特色咖啡店，各舉辦一場「吹來一陣馬祖的風」人文咖啡講座，邀請馬祖藝術家曹楷智、李若梅伉儷透過講座，將馬祖一景一貌、人文風采與民眾分享，現場同時搭配馬祖文創商品展售，讓臺灣民眾有機會近距離感受馬祖的藝術能量。

看到喜歡 請帶回家 49% 折扣 何不購買

熱門微博 · 點擊送Line情侶組公仔

日語精選：恭喜柯南君！終於在第585集成功升入小學二年級！要知道，在之前，他的連、年、

9/18 新浪新聞-文教版；標題：「吹來一陣馬祖的風」人文講座及文創商品展



### 「吹來一陣馬祖的風」人文講座及文創商品展

分享 0



TraNews

更新日期：2013/9/18 13:35

[< 上一則照片](#) [閱讀相關新聞](#) [下一則照片 >](#)

[\[實用\] Excel記憶秘書免費下載](#)

[\[出國\] 來這行程比價蒐尋](#)

分享 0

下一則：關曉榮八尺門原住民生活紀實攝影巡迴展

929 哈馬·特偵組·半澤直樹·金鐘獎

大邑餘選

New Arrival  
V領顯瘦針織外套  
韓系9色·跨季首選  
新品價\$290 (現省\$109)

SuperBuy 健康市集

低糖、低熱量手工冰淇淋  
漁民的驕傲！東北角鮮魚  
SGS檢測無毒蝦  
養身滴雞精  
三久牧場--健康無毒豬  
直火烘焙花蓮松澁咖啡  
神農藥雞眼蜂蜜  
全國有機米評選頭等獎！  
無毒大爾蟹  
~山泉栽培清甜芽菜~

快速找新聞

搜尋

9/18 MSN 新聞地方版-標題：「吹來一陣馬祖的風」人文講座及文創商品展

馬祖日報

# 馬祖日報

民國 102 年 9 月 29 日  
農曆 8 月 25 日 星期日  
訪客第  
位  
溫度：23-28度

---

**新聞類別**

新聞資料庫 珍藏馬祖 聯絡馬報 馬祖故事館 回首頁

焦點新聞 社論 地方脈動 專題報導 歷史文風 政府服務 農生園地 推廣活動 新聞論壇 即時新聞

**來去馬祖**

- 台北機場航捷連結
- 南竿機場航捷連結
- 北竿機場航捷連結
- 台中機場航捷連結
- 立榮航空線上訂票

**9月29日馬祖機場航捷動態**

- 南竿往台北  
08:00-臺灣, (備定5人)  
10:40-臺灣, (備定3人)  
12:10-  
14:25-  
16:20-  
17:00-  
\*(10:50)現場續補(從306號補起)
- 南竿往台中  
11:10-臺灣, (備定1人)
- 北竿往台北  
09:20-臺灣, (備定4人)  
14:55-  
16:25-

**即時新聞**

吹來一陣馬祖的風--大台灣旅遊網--2013-09-17

分享 | 字級設定：小 中 大 | 友善列印 | 0

大台灣旅遊網 / 何若瑄-2013年09月16日 下午17:23

連江縣政府文化局長在來致力於提升馬祖文創產業能量，為發揚馬祖豐富的人文、藝術與歷史

9/17 馬祖日報-即時新聞

作者 loveFZR (Peggy) 看板 NTNU\_Art\_RS  
 標題 [情報]「吹來一陣馬祖的風」人文咖啡講座  
 時間 Sat Sep 14 20:21:46 2013

講題(一)：島嶼漫遊-透過藝術之眼，分享馬祖好山好水及藝術家推薦的私房景點。  
 時間：09/16(一) 19:00 - 21:00 ※ 18:30開放入場  
 地點：hi,日楞Ryou Caf'e (臺北市大安區浦城街24-1號)  
 講師：馬祖藝術家 -曹楷智

\*\*\*\*\*我是分隔線\*\*\*\*\*

講題：馬祖藝語 -分享與海洋為伴的島嶼生活為藝術創作所帶來的靈感。  
 時間：09/17(二) 19:00 - 21:00 ※ 18:30開放入場  
 地點：感恩小館Gramercy Cafe (臺北市大安區新生南路三段56巷6號)

瀏覽 第 1/2 頁 ( 69%) 目前顯示: 第 01~22 行 (y)回應(X%)推文(h)說明(←)離開

作者 loveFZR (Peggy) 看板 NTUARTpro  
 標題 [人文]「吹來一陣馬祖的風」人文咖啡講座  
 時間 Sat Sep 14 20:19:00 2013

講題(一)：島嶼漫遊-透過藝術之眼，分享馬祖好山好水及藝術家推薦的私房景點。  
 時間：09/16(一) 19:00 - 21:00 ※ 18:30開放入場  
 地點：hi,日楞Ryou Caf'e (臺北市大安區浦城街24-1號)  
 講師：馬祖藝術家 -曹楷智

\*\*\*\*\*我是分隔線\*\*\*\*\*

講題(二)：馬祖藝語 -分享與海洋為伴的島嶼生活為藝術創作所帶來的靈感。  
 時間：09/17(二) 19:00 - 21:00 ※ 18:30開放入場  
 地點：感恩小館Gramercy Cafe (臺北市大安區新生南路三段56巷6號)

作者 loveFZR (Peggy) 看板 PineArt  
 標題 [資訊]「吹來一陣馬祖的風」人文咖啡講座  
 時間 Sat Sep 14 20:16:03 2013

講題(一)：島嶼漫遊-透過藝術之眼，分享馬祖好山好水及藝術家推薦的私房景點。  
 時間：09/16(一) 19:00 - 21:00 ※ 18:30開放入場  
 地點：hi,日楞Ryou Caf'e (臺北市大安區浦城街24-1號)  
 講師：馬祖藝術家 -曹楷智

\*\*\*\*\*我是分隔號\*\*\*\*\*

講題(二)：馬祖藝語 -分享與海洋為伴的島嶼生活為藝術創作所帶來的靈感。  
 時間：09/17(二) 19:00 - 21:00 ※ 18:30開放入場

瀏覽 第 1/2 頁 ( 61%) 目前顯示: 第 01~22 行 (y)回應(X%)推文(h)說明(←)離開

9/15 BBS-台灣師範大學美術研究所版、台灣大學藝文中心版、藝術版



9/15 離島青年陣線 Facebook

## 六、文創課程

本活動緣於連江縣文化局「102年文創造產-打造馬祖文創特色行動計畫」下的一個部份，目的在於逐步打造屬於馬祖的文化創意聚落，而津沙村(聚落)是文化局此計畫選擇的第一站，津沙擁有保存完整的閩東式古厝，著名的馬祖老酒製作等皆可作為文創發展的素材來源，若要發展，有其空間，但在地居民對於文創品牌的經營與發展的概念不多，且意願不高，因此辦理此講座，一方面期望透過此一機會，了解民眾需求，另外也希望能夠帶給津沙居民在文創品牌與企業經營上的經驗分享與啟發，讓他們了解文創品牌經營後能夠帶來的效益或發展，或者能引導居民去發掘、有效運用現有的文化素材，發展創意產業，帶動地方觀光。

### 1. 計劃目標：

- 文創育成課程系列講座與實戰秘笈講堂，共 8 場次課程。

### 2. 計劃時程與執行單位：

- 文創育成課程系列講座 2013/08/07、2013/08/14
- 文創實戰秘笈講堂 2013/10/18、  
2013/10/19、  
2013/10/20、  
2013/10/24、  
2013/10/25、  
2013/10/26。

### 3. 執行內容：共 8 場次課程。

- 文創育成課程系列講座 2 場次。
- 文創實戰秘笈講堂 6 場次。
- 文化實戰秘笈講堂開課課程。

• 文創育成課程系列講座之一

<b>講座主題</b>	文創育成課程系列講座-「文創品牌與經營」
<b>講座緣起與目的</b>	本活動緣於連江縣文化局「102年文創造產-打造馬祖文創特色行動計畫」下的一個部份，目的在於逐步打造屬於馬祖的文化創意聚落，而津沙村(聚落)是文化局此計畫選擇的第一站，津沙擁有保存完整的閩東式古厝，著名的馬祖老酒製作等皆可作為文創發展的素材來源，若要發展，有其空間，但在地居民對於文創品牌的經營與發展的概念不多，且意願不高，因此辦理此講座，一方面期望透過此一機會，了解民眾需求，另外也希望能夠帶給津沙居民在文創品牌與企業經營上的經驗分享與啟發，讓他們了解文創品牌經營後能夠帶來的效益或發展，或者能引導居民去發掘、有效運用現有的文化素材，發展創意產業，帶動地方觀光。
<b>講座時間</b>	2013/08/07 19:00 - 21:00
<b>講座師資</b>	主持人：亞蔚創意科技 - 朗蔚總監 講 師：文化大學 - 李斌教授、中小企總 - 舒嘉興營運長
<b>講座流程</b>	19:00-19:30 共識會議( 李斌 教授主講 ) 19:30-20:30 文創品牌與經營( 舒嘉興 營運長主講 ) 20:30-21:00 交流 Q&A
<b>講座地點</b>	連江縣南竿鄉津沙村老人活動中心

活動照片



• 文創育成課程系列講座之二

<b>講座主題</b>	文創育成課程系列講座-「文化加值，共創體驗價值」
<b>講座緣起與目的</b>	本活動緣於連江縣文化局「102年文創造產-打造馬祖文創特色行動計畫」下的一個部份，目的在於逐步打造屬於馬祖的文化創意聚落，而津沙村(聚落)是文化局此計畫選擇的第一站，津沙擁有保存完整的閩東式古厝，著名的馬祖老酒製作等皆可作為文創發展的素材來源，若要發展，有其空間，但在地居民對於文創品牌的經營與發展的概念不多，且意願不高，因此辦理此講座，一方面期望透過此一機會，了解民眾需求，此次邀請張淑華總監，就是希望以其豐富的輔導經驗，來分享文創如何透過體驗進行加值，更進一步提昇地方經濟環境。
<b>講座時間</b>	2013/08/14 19:00 - 21:00
<b>講座師資</b>	主持人：李運奎 講 師：財團法人中衛發展中心-張淑華總監
<b>講座流程</b>	19:00-19:30 共識會議(李運奎主講) 19:30-20:30 文化加值,共創體驗價值(張淑華總監主講) 20:30-21:00 交流 Q&A
<b>講座地點</b>	連江縣南竿鄉津沙村老人活動中心

活動照片



· 【文化局】文創育成系列講座課程一覽表  
『文創品網路行銷』

課程	講者	學/經歷
<p>網路行銷如何創造文創商機</p> <p>時間：10月19日(六) 11:00-12:00 地點：民俗文物館</p> <p>網路零距離，新時代透過網路行銷節省成本與時間，本堂課教您如何運用現今網路多媒體管道，讓商品的價值及文化底蘊能被看到，特別針對馬祖文創產業，在兼具「創意」與「內涵」的優質商品開發後，如何透過網路媒介運用好故事，將「創意」與「內涵」賣出去，創造正向循環的價值交換體系。</p>	<p>范綱武 主任</p>	<p>大臺灣旅遊網新聞部主任</p>
<p>社群時代來臨！好故事創造感動與商機</p> <p>時間：10月20日(日) 11:00-12:00 地點：民俗文物館</p> <p>本堂課教您如何使用現今最夯的「社群」與「部落格」行銷，透過經營社群媒體，說個好故事，經由創造價值感動，就能培養忠實的客戶群，讓粉絲愛上你。文創發展，就從社群開始！</p>	<p>范綱武 主任</p>	



- 〉 課程主題：文化品牌塑造與行銷之四
- 〉 課程時間：2013/10/24
- 〉 主 講：林詠能 所長
- 〉 課程內容：從馬祖特殊的文化、歷史，還有自然資源切入，分享如何串連馬祖地方特色及政府文創相關資源，發展文化觀光，以及永續經營的策略與方式。
- 〉 執行講員：林詠能 所長 ( 國立臺北教育大學文化創意產業經營學系 副教授兼主任/所長 )
  
- 〉 課程主題：文創中影像記錄的重要 ( 上 ) 之五
- 〉 課程時間：2013/10/25
- 〉 主 講：許勝欽 老師
- 〉 課程內容：影像是有力的傳播工具，透過不同的眼睛來看馬祖文創之美，本堂課提供目前文創影視發展與訊息，教您如何開始製作一部電影。
- 〉 執行講員：許勝欽 老師 ( 臺藝大電影研究所 博士、康寧視覺傳達系 講師 )
  
- 〉 課程主題：社區影像工作誌實練 ( 下 ) 之六
- 〉 課程時間：2013/10/26
- 〉 主 講：許勝欽 老師
- 〉 課程內容：你有手機就可以拍片，本堂課教您如何利用手邊最簡單的工具替您的社區或文化保留記錄。
- 〉 執行講員：許勝欽 老師 ( 臺藝大電影研究所 博士、康寧視覺傳達系 講師 )

• 文化實戰秘笈講堂開課課程

〉 活動名稱：文創實戰秘笈講堂

〉 活動時間：(參表)

〉 活動地點：(依文化局建議)

〉 活動目的： - 完整性的課程安排，培養馬祖文創人才。

- 課程針對馬祖目前發展設計。

- 建立人才資料庫。

〉 課程規劃：



〉 獎勵方式：

- 參與達 6 堂課程者，有機會抽中平板電腦 ( 5 名 )

- 參與達 5 堂課程者，有機會抽中行動電源 ( 3 名 )

- 參與達 4 堂課程者，有機會抽中精美小禮 ( 10 名 )

※ 具抽獎資格者，請於 11 月 2 日攜帶集章卡參與最後一場課程；當日課程結束後，將辦理抽獎活動。

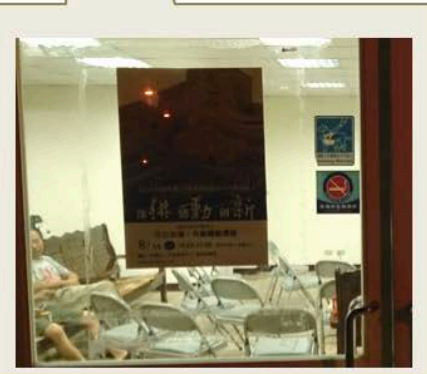
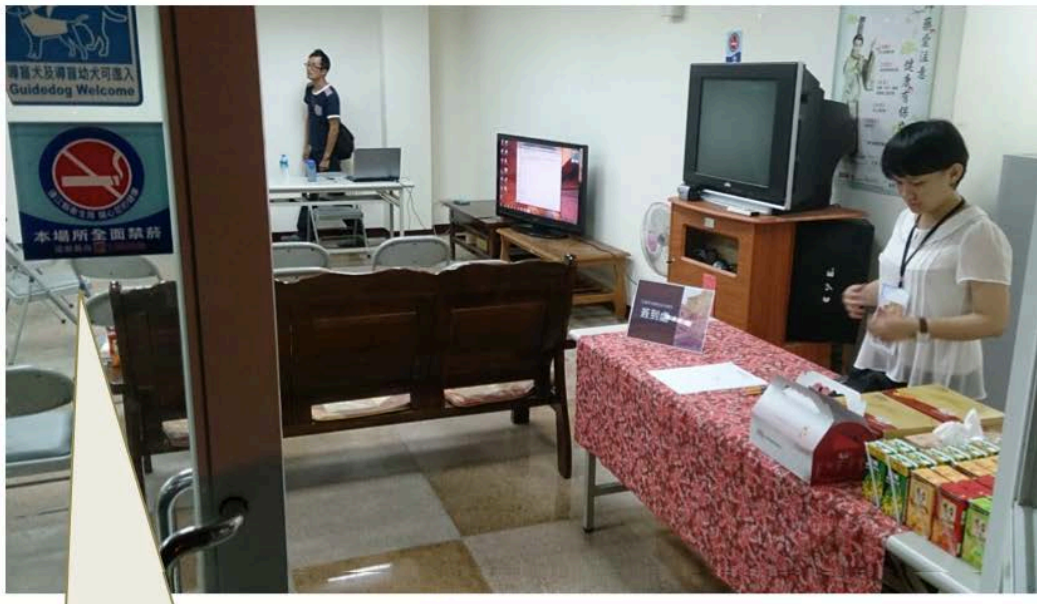
※ 不克參與者，可邀請一位親友持卡代理出席。

※ 一人限持一卡參與抽獎，未出席且未找人代理者，視同放棄抽獎資格。

※ 主辦單位保留修改本活動辦法之權利。

#### 4. 成果效益：

- 文創育成課程系列講座 宣傳物製作（如後述）



102年文創造產-打造馬祖文創特色行動計畫

# 深耕 感動 創新

文創育成課程系列講座-文創品牌與經營

8/7 19:00-21:00 津沙村老人活動中心

講師：臺灣中小企業總會-舒嘉興營運長、文化大學-李斌教授

主辦單位：連江縣政府文化局

102年文創造產-打造馬祖文創特色行動計畫

# 深耕 感動 創新

文創育成系列講座 2 -

## 文化加值·共創體驗價值

8/14 19:30-21:00 津沙村老人活動中心

講師：財團法人中衛發展中心-張淑華總監

主辦單位：連江縣政府文化局

# 全運會馬祖角力首日獲佳績 縣長表嘉勉

### 周治維獲第2名、劉詩書獲得第3名、劉詩文、陳宇亭第4名 全運會開幕縣長擔任總領隊率隊進場，受到觀眾歡呼

【本報訊】第一屆全運會角力賽，於19日（本報訊）在台北體育場舉行。馬祖代表團在首日比賽中，表現優異，共獲得2金、3銀、4銅，共計9面獎牌。縣長周守訓親自擔任總領隊率隊進場，受到觀眾熱烈歡呼。

馬祖代表團在首日比賽中，表現優異，共獲得2金、3銀、4銅，共計9面獎牌。縣長周守訓親自擔任總領隊率隊進場，受到觀眾熱烈歡呼。

馬祖代表團在首日比賽中，表現優異，共獲得2金、3銀、4銅，共計9面獎牌。縣長周守訓親自擔任總領隊率隊進場，受到觀眾熱烈歡呼。



馬祖角力代表團參加102年全運會30日在台北體育場舉行開幕式，選手與全體大會理事會主席張德勝（中）合影。圖為開幕式馬祖代表團領隊周守訓（左起）與全體大會理事會主席張德勝（中）合影。圖為開幕式馬祖代表團領隊周守訓（左起）與全體大會理事會主席張德勝（中）合影。

馬祖代表團在首日比賽中，表現優異，共獲得2金、3銀、4銅，共計9面獎牌。縣長周守訓親自擔任總領隊率隊進場，受到觀眾熱烈歡呼。

馬祖代表團在首日比賽中，表現優異，共獲得2金、3銀、4銅，共計9面獎牌。縣長周守訓親自擔任總領隊率隊進場，受到觀眾熱烈歡呼。

## 連江縣環保知識擂台賽成績出爐 各組前5名12月赴台參加總決賽

【本報訊】連江縣環保知識擂台賽，日前在縣政府禮堂舉行。經過激烈角逐，各組前5名選手將於12月赴台參加總決賽。縣長周守訓親自到場嘉勉獲獎選手，並勉勵他們繼續努力，為環保事業貢獻力量。

連江縣環保知識擂台賽，日前在縣政府禮堂舉行。經過激烈角逐，各組前5名選手將於12月赴台參加總決賽。縣長周守訓親自到場嘉勉獲獎選手，並勉勵他們繼續努力，為環保事業貢獻力量。



連江縣環保知識擂台賽獲獎選手與嘉賓合影。圖為連江縣環保知識擂台賽獲獎選手與嘉賓合影。



馬祖地區網球賽開幕式，嘉賓與選手合影。圖為馬祖地區網球賽開幕式，嘉賓與選手合影。

### 保固做得好 健康沒煩惱

【本報訊】馬祖地區網球賽開幕式，日前在縣政府禮堂舉行。經過激烈角逐，各組前5名選手將於12月赴台參加總決賽。縣長周守訓親自到場嘉勉獲獎選手，並勉勵他們繼續努力，為環保事業貢獻力量。

## 文創育成系列課程開跑 地區網路行銷開啓嶄新境界

### 講師範綱武精闡分析成功廣告案例 盼發展馬祖地方文創

【本報訊】「文創育成系列課程」日前在馬祖地區正式開跑。首場講座由資深廣告人範綱武主講，題目為「地區網路行銷開啓嶄新境界」。範綱武以豐富的實務經驗，精闡分析了多個成功廣告案例，並分享了網路行銷的趨勢與策略。他呼籲馬祖地區應積極發展地方文創產業，透過網路行銷擴大影響力，提升地方競爭力。

「文創育成系列課程」日前在馬祖地區正式開跑。首場講座由資深廣告人範綱武主講，題目為「地區網路行銷開啓嶄新境界」。範綱武以豐富的實務經驗，精闡分析了多個成功廣告案例，並分享了網路行銷的趨勢與策略。他呼籲馬祖地區應積極發展地方文創產業，透過網路行銷擴大影響力，提升地方競爭力。



文化局「文創育成系列課程」首場講座，邀請資深廣告人範綱武主講。圖為文化局「文創育成系列課程」首場講座，邀請資深廣告人範綱武主講。

## 嬰幼兒閱讀推廣親子故事 家長老師收穫滿滿

【本報訊】連江縣環保知識擂台賽，日前在縣政府禮堂舉行。經過激烈角逐，各組前5名選手將於12月赴台參加總決賽。縣長周守訓親自到場嘉勉獲獎選手，並勉勵他們繼續努力，為環保事業貢獻力量。

連江縣環保知識擂台賽，日前在縣政府禮堂舉行。經過激烈角逐，各組前5名選手將於12月赴台參加總決賽。縣長周守訓親自到場嘉勉獲獎選手，並勉勵他們繼續努力，為環保事業貢獻力量。



家長老師收穫滿滿，參與親子故事活動。圖為家長老師收穫滿滿，參與親子故事活動。



家長老師收穫滿滿，參與親子故事活動。圖為家長老師收穫滿滿，參與親子故事活動。

102/10/21 馬祖日報 P4, 地方脈動

標題：文創育成系列課程開跑 - 地區網路行銷開啓嶄新境界

# 流感疫苗施打截至 22 日止完成 1209 劑

### 衛生局：家中有行動不便65歲以上長者，10/30前來電預約，將派專人到宅免費接種，歡迎鄉親多加利用

【本報專訊】衛生局為預防今年冬季流行性感冒，自今年9月1日起，在全縣各鄉鎮衛生所及社區活動中心，免費為65歲以上長者施打流感疫苗。截至10月22日止，共完成施打1209劑。衛生局表示，今年施打流感疫苗的人數較往年增加，顯示鄉親對預防疾病的意識提高。

衛生局提醒，家中有行動不便65歲以上長者，可於10月30日前來電預約，將派專人到宅免費接種。歡迎鄉親多加利用，以保障自身及家人的健康。

## 文創育成系列講座第5場次 今民俗文物館舉行

### 歡迎鄉親前往聆聽，6堂課程全勤者有機會抽平板電腦

【本報專訊】由馬祖民俗文物館主辦的「文創育成系列講座」第五場次，將於今日（24日）下午2時，在民俗文物館舉行。本場次的主題為「文創育成系列講座」，由資深文創人士主講，內容豐富，適合對文創有興趣的鄉親參加。

講座內容包括：文創的定義與重要性、文創的市場趨勢、文創的行銷策略、文創的版權保護等。講座將以淺顯易懂的方式，讓鄉親了解文創的奧秘，並激發鄉親的文創靈感。

此外，講座還將邀請多位文創達人，與鄉親分享他們的創作心得與經驗。講座結束後，還將舉行抽獎活動，全場參加者將有機會抽中平板電腦等獎品。



馬祖中心志工培訓研習圓滿落幕，學員們受益良多。

**文創育成系列講座**  
10/24 文創育成系列講座第5場次  
深耕 賦動力 創新  
歡迎鄉親前往聆聽，6堂課程全勤者有機會抽平板電腦

講座時間：10月24日（星期四）下午2時  
講座地點：民俗文物館  
主辦單位：馬祖民俗文物館  
報名電話：(08) 236-1111

馬祖中心志工培訓研習圓滿落幕，學員們受益良多。此次研習活動由馬祖中心主辦，旨在提升志工的服務能力與專業素養。研習內容包括：志工服務理念、溝通技巧、團隊合作、問題解決等。研習期間，學員們通過理論學習與實踐操作，不僅掌握了豐富的知識與技能，更增進了彼此的了解與友誼。

馬祖中心表示，將繼續舉辦各類研習活動，為鄉親提供更多優質服務，共同為馬祖的繁榮與發展貢獻力量。

## 北竿山線路面重新整建 民眾建議比照台灣採夜間施工

### 北竿山線路面重新整建 民眾建議比照台灣採夜間施工

【本報專訊】北竿山線路面重新整建工程，目前正如火如荼進行中。由於施工期間交通不便，引起鄉親不滿。有民眾建議，應比照台灣採夜間施工，以減少對交通的影響。

據悉，北竿山線路面整建工程，預計將耗資百餘萬元。目前工程已進入尾聲，預計將於近期內完工。然而，由於施工期間交通不便，引起鄉親不滿。有民眾建議，應比照台灣採夜間施工，以減少對交通的影響。

民眾表示，北竿山線是當地居民往來的重要通道，施工期間交通不便，給居民生活帶來極大不便。建議政府應採納民眾建議，採夜間施工，以減少對交通的影響。

## 山隴布拉格手工窯烤 第一天試賣全被訂光

### 山隴布拉格手工窯烤 第一天試賣全被訂光

【本報專訊】山隴布拉格手工窯烤，自推出以來，深受鄉親喜愛。昨日（23日）舉行第一天試賣，全場產品全被訂光，顯示鄉親對手工窯烤的熱情。

山隴布拉格手工窯烤，選用優質食材，經傳統工藝精製而成。產品包括：窯烤豬腳、窯烤雞腿、窯烤排骨等。產品味道鮮美，營養豐富，是饋贈親友、宴請賓客的首選。

由於產品銷路良好，山隴布拉格手工窯烤將於近日內擴大生產，滿足鄉親需求。歡迎鄉親踴躍訂購。



北竿山線路面重新整建工程，目前正如火如荼進行中。



山隴布拉格手工窯烤，自推出以來，深受鄉親喜愛。

**馬祖各鄉鎮電話**

100年10月

082-2361111  
082-2361112  
082-2361113  
082-2361114  
082-2361115  
082-2361116  
082-2361117  
082-2361118  
082-2361119  
082-2361120

**馬祖各鄉鎮電話**

100年10月

082-2361111  
082-2361112  
082-2361113  
082-2361114  
082-2361115  
082-2361116  
082-2361117  
082-2361118  
082-2361119  
082-2361120

**馬祖各鄉鎮電話**

100年10月

082-2361111  
082-2361112  
082-2361113  
082-2361114  
082-2361115  
082-2361116  
082-2361117  
082-2361118  
082-2361119  
082-2361120

**馬祖各鄉鎮電話**

100年10月

082-2361111  
082-2361112  
082-2361113  
082-2361114  
082-2361115  
082-2361116  
082-2361117  
082-2361118  
082-2361119  
082-2361120

**馬祖各鄉鎮電話**

100年10月

082-2361111  
082-2361112  
082-2361113  
082-2361114  
082-2361115  
082-2361116  
082-2361117  
082-2361118  
082-2361119  
082-2361120

# 大腸癌篩檢異常追蹤檢查 102位鄉親完複檢

### 衛局提醒鄉親，健檢報告中各項目結果凡為陽性或異常民眾，務必抽空前往縣醫掛號進行複檢

【本報記者陳文輝／馬祖報導】今年衛生局大腸癌篩檢工作，在經過近兩週的篩檢後，共有102位鄉親的篩檢結果顯示異常，衛生局提醒這些鄉親，務必抽空前往縣醫掛號進行複檢。

衛生局表示，大腸癌篩檢是預防大腸癌最有效的方法。今年篩檢工作自9月15日開始，至10月15日結束。在經過近兩週的篩檢後，共有102位鄉親的篩檢結果顯示異常。衛生局提醒這些鄉親，務必抽空前往縣醫掛號進行複檢。

衛生局表示，大腸癌篩檢是預防大腸癌最有效的方法。今年篩檢工作自9月15日開始，至10月15日結束。在經過近兩週的篩檢後，共有102位鄉親的篩檢結果顯示異常。衛生局提醒這些鄉親，務必抽空前往縣醫掛號進行複檢。

衛生局表示，大腸癌篩檢是預防大腸癌最有效的方法。今年篩檢工作自9月15日開始，至10月15日結束。在經過近兩週的篩檢後，共有102位鄉親的篩檢結果顯示異常。衛生局提醒這些鄉親，務必抽空前往縣醫掛號進行複檢。

衛生局表示，大腸癌篩檢是預防大腸癌最有效的方法。今年篩檢工作自9月15日開始，至10月15日結束。在經過近兩週的篩檢後，共有102位鄉親的篩檢結果顯示異常。衛生局提醒這些鄉親，務必抽空前往縣醫掛號進行複檢。

衛生局表示，大腸癌篩檢是預防大腸癌最有效的方法。今年篩檢工作自9月15日開始，至10月15日結束。在經過近兩週的篩檢後，共有102位鄉親的篩檢結果顯示異常。衛生局提醒這些鄉親，務必抽空前往縣醫掛號進行複檢。

衛生局表示，大腸癌篩檢是預防大腸癌最有效的方法。今年篩檢工作自9月15日開始，至10月15日結束。在經過近兩週的篩檢後，共有102位鄉親的篩檢結果顯示異常。衛生局提醒這些鄉親，務必抽空前往縣醫掛號進行複檢。



## 兩岸閩菜廚藝交流 餐飲交流協會登陸參賽

### 觀光局勉勵大廚觀摩學習、切磋技藝，讓大家更有口福

【本報記者陳文輝／馬祖報導】由馬祖觀光局主辦，馬祖餐飲交流協會協辦的「兩岸閩菜廚藝交流」活動，日前在馬祖縣政府大禮堂舉行開幕典禮。馬祖觀光局長陳文輝在致詞時勉勵大廚觀摩學習、切磋技藝，讓大家更有口福。

陳文輝表示，馬祖是閩菜的重要發源地之一，擁有悠久的閩菜文化。此次活動旨在促進兩岸廚師的交流與合作，共同提升閩菜的水平。他希望通過這次活動，讓更多人了解馬祖的閩菜文化，並享受美味的閩菜。



馬祖餐飲交流協會參加第二屆全國海味家宴烹飪大賽暨2013兩岸閩菜廚藝交流活動。

**物超所值 感動嘉賓**

在馬祖旅遊，除了欣賞美麗的海景，品嚐當地的海鮮美食也是不容錯過的。馬祖的物產豐富，海鮮新鮮，價格公道，讓遊客們感到物超所值。

馬祖的旅遊業近年來發展迅速，服務質量不斷提高。遊客們在馬祖不僅可以享受到美味的海鮮，還可以體驗當地的民俗文化，感受馬祖的獨特魅力。

**北竿北海岸護照明修竣 即起重新開放**

【本報記者陳文輝／馬祖報導】北竿北海岸護照明修竣，即起重新開放。北竿北海岸護照明修竣後，遊客可以更方便地前往北竿北海岸旅遊。

北竿北海岸護照明修竣後，遊客可以更方便地前往北竿北海岸旅遊。北竿北海岸護照明修竣後，遊客可以更方便地前往北竿北海岸旅遊。

**遷居美國陳梓心肌梗塞猝世 福澳人、58歲一生奮鬥有成**

【本報訊】福澳人陳梓心，58歲，一生奮鬥有成。陳梓心於日前在美國遷居後，因心肌梗塞猝世。

陳梓心於日前在美國遷居後，因心肌梗塞猝世。陳梓心於日前在美國遷居後，因心肌梗塞猝世。

**又創育成今、明影視課程 許勝欽講解電影美學奧妙**

**週日津沙老人活動中心老酒文化座談**

【本報記者陳文輝／馬祖報導】許勝欽講解電影美學奧妙，週日津沙老人活動中心老酒文化座談。許勝欽將為鄉親們講解電影美學的奧妙。

許勝欽將為鄉親們講解電影美學的奧妙。許勝欽將為鄉親們講解電影美學的奧妙。

**北竿北海岸護照明修竣 即起重新開放**

【本報記者陳文輝／馬祖報導】北竿北海岸護照明修竣，即起重新開放。北竿北海岸護照明修竣後，遊客可以更方便地前往北竿北海岸旅遊。

北竿北海岸護照明修竣後，遊客可以更方便地前往北竿北海岸旅遊。北竿北海岸護照明修竣後，遊客可以更方便地前往北竿北海岸旅遊。

# 4569乳房健康大樂透圓滿 248位婦女完成檢查

## 10位中獎幸運親出爐，衛局：得獎民眾請即日起至衛生局二樓保健課或各鄉衛生所領取



衛生局於10月27日舉辦「4569乳房健康大樂透」活動，現場設有諮詢站，為婦女提供乳房健康檢查及相關資訊。

【本報記者林文輝報導】為提高婦女乳房健康意識，衛生局於10月27日舉辦「4569乳房健康大樂透」活動，吸引超過248位婦女參加檢查。活動中，10位幸運兒中獎，衛生局呼籲得獎民眾請於即日起至衛生局二樓保健課或各鄉衛生所領取獎品。

衛生局表示，乳房健康檢查是預防乳癌最有效的方法。透過觸診、乳房攝影（ mammography ）及超音波檢查，能及早發現乳房異常，提高治療成功率。此外，活動還提供乳房健康諮詢、自我檢查指導及相關資訊，提高婦女對乳房健康的關注。

衛生局呼籲40歲以上婦女，應每年接受一次乳房攝影檢查。對於有家族病史或高風險族群，檢查年齡應提前。同時，建議婦女每月進行自我乳房檢查，並注意乳房外觀變化，如腫塊、皮膚凹陷、溢乳等，應立即就醫。

# 建設局前進鐵板社區舉辦強化動植物防檢疫宣導

## 參加民眾及學童都對大榕樹遭受病蟲害表示不捨與憐憫

【本報記者林文輝報導】為提高民眾對動植物防檢疫的認識，建設局日前前進鐵板社區舉辦強化動植物防檢疫宣導活動。活動中，建設局人員向社區民眾及學童介紹了動植物防檢疫的重要性，並現場展示了各種病蟲害防治方法。

建設局表示，動植物防檢疫是保護農業生產和生態環境的重要手段。透過加強宣傳，提高民眾的防檢疫意識，能有效減少病蟲害的發生和傳播。此外，建設局還將加強對社區動植物防檢疫的巡邏和檢查，確保社區動植物健康生長。



建設局前進鐵板社區舉辦強化動植物防檢疫宣導活動，現場展示了各種病蟲害防治方法。

為加強社區動植物防檢疫工作，建設局日前前進鐵板社區舉辦強化動植物防檢疫宣導活動。活動中，建設局人員向社區民眾及學童介紹了動植物防檢疫的重要性，並現場展示了各種病蟲害防治方法。

建設局表示，動植物防檢疫是保護農業生產和生態環境的重要手段。透過加強宣傳，提高民眾的防檢疫意識，能有效減少病蟲害的發生和傳播。此外，建設局還將加強對社區動植物防檢疫的巡邏和檢查，確保社區動植物健康生長。

# 馬祖心情記事合唱劇場 11/9南竿介壽堂登場

## 首齣以馬祖的故事、旋律及歌曲為編寫主軸，歡迎鄉親前往觀賞



馬祖心情記事合唱劇場，首齣以馬祖的故事、旋律及歌曲為編寫主軸，歡迎鄉親前往觀賞。

【本報記者林文輝報導】由馬祖文化基金會主辦的「馬祖心情記事」合唱劇場，首齣將於11月9日在南竿介壽堂登場。該劇以馬祖的故事、旋律及歌曲為編寫主軸，歡迎鄉親前往觀賞。

馬祖文化基金會表示，「馬祖心情記事」合唱劇場旨在透過音樂和戲劇，展現馬祖的歷史、文化和風土人情。首齣劇目將以馬祖的傳統故事為背景，結合當地的民謠和歌曲，呈現出一部感人至深的作品。

合唱劇場將於11月9日（星期六）晚上7時30分在介壽堂舉行。歡迎廣大鄉親踴躍參加，共同感受馬祖的獨特魅力。

# 文創育成系列講座 第8場次 11/2民俗文物館舉行

## 針對「馬祖傳統文化中的創意與美感」與民眾分享

【本報記者林文輝報導】為推廣馬祖傳統文化，民俗文物館日前舉辦「文創育成系列講座」第8場次。講座邀請了多位專家學者，針對「馬祖傳統文化中的創意與美感」與民眾分享。

民俗文物館表示，馬祖傳統文化具有悠久的歷史和深厚的底蘊。透過舉辦系列講座，旨在提高民眾對傳統文化的認識和欣賞，激發創意靈感，推動馬祖文化產業的發展。

第8場次講座邀請了多位專家學者，從不同角度探討了馬祖傳統文化中的創意與美感。講座內容豐富，吸引了眾多民眾參加。

為推廣馬祖傳統文化，民俗文物館日前舉辦「文創育成系列講座」第8場次。講座邀請了多位專家學者，針對「馬祖傳統文化中的創意與美感」與民眾分享。

民俗文物館表示，馬祖傳統文化具有悠久的歷史和深厚的底蘊。透過舉辦系列講座，旨在提高民眾對傳統文化的認識和欣賞，激發創意靈感，推動馬祖文化產業的發展。

第8場次講座邀請了多位專家學者，從不同角度探討了馬祖傳統文化中的創意與美感。講座內容豐富，吸引了眾多民眾參加。

# 體育季23、24日羽球團體賽 報名至19日

## 歡迎各界人士踴躍參加，報名截止日期為11月19日

【本報記者林文輝報導】為推廣羽球運動，促進社區交流，體育季將於11月23日至24日舉辦羽球團體賽。歡迎各界人士踴躍參加，報名截止日期為11月19日。

體育季表示，羽球運動具有強健體魄、陶冶情操的作用。透過舉辦團體賽，旨在提高民眾對羽球運動的興趣和參與度，促進社區的團結和友誼。

團體賽將於11月23日和24日兩天舉行。歡迎廣大鄉親踴躍參加，共同享受羽球運動的樂趣。

# 企業愛心 鄉耆長轉贈南竿三校愛心圖書

### 希望小朋友從小培養閱讀習慣，提升校園閱讀風氣，多閱覽世界各國的圖書，增廣見聞



## 酒糟再利用計畫 明起展開創業輔導教學

### 16日起進行手工皂教學與技轉交流，歡迎參加

【本報記者王麗娟報導】由南竿鄉耆長會主辦的「酒糟再利用計畫」創業輔導教學，將於十一月十六日起展開。該計畫旨在推廣酒糟的再利用，並提供創業輔導與技轉交流。歡迎各界人士踴躍參加。

南竿鄉耆長會為弘揚社會愛心，特於日前將一批愛心圖書轉贈南竿三校。這些圖書涵蓋文學、歷史、科學等多個領域，旨在豐富校園閱讀資源，提升學生的閱讀興趣與知識水平。耆長會表示，希望透過此項活動，能激發小朋友的閱讀熱情，為他們開拓更廣闊的知識世界。



「酒糟再利用計畫」是由南竿鄉耆長會發起的一項社會公益活動。該計畫不僅關注酒糟的環保利用，更著眼於社區的創業輔導與人才培訓。透過舉辦系列講座與實踐課程，耆長會希望幫助有意創業的人士掌握實用技能，促進社區經濟的發展與繁榮。

## 怪手施工惹的禍？ 芹壁古厝基腳鬆動

### 防止惡化，民眾建議未來施工應限制使用大型機具



【本報記者王麗娟報導】位於南竿鄉的芹壁古厝，近日因怪手施工導致基腳鬆動，引發當地民眾的擔憂。據悉，施工過程中使用了大型機具，對古厝的基礎造成了嚴重破壞。民眾呼籲相關部門應採取措施，防止情況進一步惡化，並建議未來在該區域施工時應限制使用大型機具，以保護歷史遺產的安全。

## 「別再誤會我了！我真的不是不專心」 親職教育講座 學員獲益良多

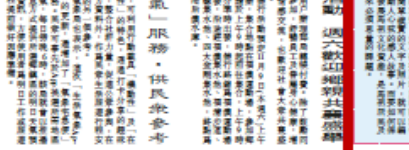
### 透過積木、專心操等小遊戲來訓練幼童專注力



【本報記者王麗娟報導】一場親職教育講座日前在南竿鄉耆長會舉行，吸引了眾多家長參加。講座中，講師透過積木、專心操等小遊戲，生動地展示了如何訓練幼童的專注力。家長們表示，透過此次講座，獲益良多，不僅了解了科學的育兒方法，也增進了親子關係。講座強調，家長應多花時間陪伴孩子，透過遊戲與互動，有效提高孩子的專注力與學習興趣。

## 文創育成課程結束 平板電腦等幸運得主出爐

### 獲獎學員將獲得平板電腦等獎品，鼓勵持續創作



【本報記者王麗娟報導】由南竿鄉耆長會主辦的「文創育成課程」已圓滿結束。此次課程旨在培養社區青年的創意與才藝，提升其文化素養。在課程期間，學員們積極參與各項創作活動，展現了極高的才華。最終，一批優秀的學員獲獎，並獲得平板電腦等獎品。耆長會表示，將繼續舉辦類似的活動，為社區青年提供更多學習與成長的機會，鼓勵大家持續創作，發揚鄉土文化。

## 中央氣象局推出一「打卡派天氣」服務，供民眾參考

### 民眾可透過手機APP查詢天氣資訊，提高生活品質

【本報記者王麗娟報導】中央氣象局為提升民眾對天氣資訊的獲取效率，特別推出一「打卡派天氣」服務。該服務透過手機APP，為用戶提供精確的天氣預報與生活建議。民眾只需在指定地點「打卡」，即可獲取當地的天氣資訊。此項服務不僅方便實用，還能根據天氣變化提供相應的生活提醒，如穿衣建議、出行提醒等，有效提高民眾的生活品質。氣象局表示，將不斷優化服務內容，為廣大民眾提供更優質的天氣服務。

各區電話號碼

南竿一區	1234 5678
南竿二區	1234 5678
南竿三區	1234 5678
南竿四區	1234 5678
南竿五區	1234 5678
南竿六區	1234 5678
南竿七區	1234 5678
南竿八區	1234 5678
南竿九區	1234 5678
南竿十區	1234 5678
南竿十一區	1234 5678
南竿十二區	1234 5678
南竿十三區	1234 5678
南竿十四區	1234 5678
南竿十五區	1234 5678
南竿十六區	1234 5678
南竿十七區	1234 5678
南竿十八區	1234 5678
南竿十九區	1234 5678
南竿二十區	1234 5678

各區電話號碼

南竿一區	1234 5678
南竿二區	1234 5678
南竿三區	1234 5678
南竿四區	1234 5678
南竿五區	1234 5678
南竿六區	1234 5678
南竿七區	1234 5678
南竿八區	1234 5678
南竿九區	1234 5678
南竿十區	1234 5678
南竿十一區	1234 5678
南竿十二區	1234 5678
南竿十三區	1234 5678
南竿十四區	1234 5678
南竿十五區	1234 5678
南竿十六區	1234 5678
南竿十七區	1234 5678
南竿十八區	1234 5678
南竿十九區	1234 5678
南竿二十區	1234 5678

各區電話號碼

南竿一區	1234 5678
南竿二區	1234 5678
南竿三區	1234 5678
南竿四區	1234 5678
南竿五區	1234 5678
南竿六區	1234 5678
南竿七區	1234 5678
南竿八區	1234 5678
南竿九區	1234 5678
南竿十區	1234 5678
南竿十一區	1234 5678
南竿十二區	1234 5678
南竿十三區	1234 5678
南竿十四區	1234 5678
南竿十五區	1234 5678
南竿十六區	1234 5678
南竿十七區	1234 5678
南竿十八區	1234 5678
南竿十九區	1234 5678
南竿二十區	1234 5678

各區電話號碼

南竿一區	1234 5678
南竿二區	1234 5678
南竿三區	1234 5678
南竿四區	1234 5678
南竿五區	1234 5678
南竿六區	1234 5678
南竿七區	1234 5678
南竿八區	1234 5678
南竿九區	1234 5678
南竿十區	1234 5678
南竿十一區	1234 5678
南竿十二區	1234 5678
南竿十三區	1234 5678
南竿十四區	1234 5678
南竿十五區	1234 5678
南竿十六區	1234 5678
南竿十七區	1234 5678
南竿十八區	1234 5678
南竿十九區	1234 5678
南竿二十區	1234 5678

各區電話號碼

南竿一區	1234 5678
南竿二區	1234 5678
南竿三區	1234 5678
南竿四區	1234 5678
南竿五區	1234 5678
南竿六區	1234 5678
南竿七區	1234 5678
南竿八區	1234 5678
南竿九區	1234 5678
南竿十區	1234 5678
南竿十一區	1234 5678
南竿十二區	1234 5678
南竿十三區	1234 5678
南竿十四區	1234 5678
南竿十五區	1234 5678
南竿十六區	1234 5678
南竿十七區	1234 5678
南竿十八區	1234 5678
南竿十九區	1234 5678
南竿二十區	1234 5678



- 熱門連結**
- 南竿機場 北竿機場
  - 松山機場 臺馬輪
  - 馬祖日報 慈雲寺
  - 莒光 航向東引 芹定
  - 北竿 馬祖旅遊 馬祖釣魚
- 馬祖好站**
- 南竿鄉 北竿鄉
  - 莒光鄉 東引鄉 代會
  - 飛向北竿 連江縣議會
  - 東引國民中小學 連江縣運動地圖網
  - 陳雲生全球資訊網
- 線上查詢**
- 南竿(東區)住宿
  - 南竿(西區)住宿
  - 北竿住宿
  - 東引住宿
  - 莒光住宿
  - 特產禮品
  - 旅行社
  - 相關連結
  - 本站專區

馬祖資訊網論壇 » 新聞、布告 » 最新消息

你一生要看一次 博 因為很特別

張貼者: 黎新進會員

個人資料 | 私人訊息 | 郵件

註冊: 2013-06-22  
發表文章: 18  
掌聲鼓勵: 14

發表時間: 2013-10-18  
FORM: Logged

**「文創育成系列講座」全勤者，有機會抽得平板電腦** --閱讀人次: 311

上文創，得平板！連江縣文化局「102年文創遺產-打造馬祖特色行動計畫」為培養馬祖地方文創人才，特別針對E化時代文創品網路行銷主題，設計「網路行銷如何創造文創商機」、「社群時代來臨！好故事創造感動與商機」兩堂課程。

本課程邀請到臺灣點閱率最高的旅遊網站—「大臺灣旅遊網」新聞部范綱武主任擔任講師，於10月19日、10月20日上午11點至12點，在馬祖民俗文物館一樓研習教室舉行講座。課程現場備有可口小點心，前15名到場民眾可享有小點心；全系列6場課程全勤者，更有機會獲得平板電腦！歡迎有興趣的民眾踴躍參與。

文化局考量到，現今這個網路世代與世界溝通零距離，新時代透過網路行銷可以節省大量成本與時間，並創造驚人的效益，因此籌備本次課程，而大臺灣旅遊網以提供優質豐富的旅遊資訊為宗旨，2002年成立網站至今，已創造出一天平均60萬點閱人次的傲人記錄。在本次課程規劃中，范綱武主任將傾囊傳授7年的寶貴經驗，第一場次「網路行銷如何創造文創商機」課程，將教您如何運用網路多媒體管道，讓商品的價值及文化底蘊能被看見，透過網路媒介運用好故事，把「創意」與「內涵」賣出去，創造正向循環的價值交換體系。

第二場次「社群時代來臨！好故事創造感動與商機」課程，則會教您如何使用現今最夯的「社群」與「部落格」媒體行銷，創造商品的價值感動，藉由社群網站的經營，培養一群忠實的粉絲客戶群，不用花大錢也可輕鬆創造亮眼的銷售成績！

文化局於今年度用心規劃了「網路行銷津沙文創商品輔導」、「文創資源補助」、「E化時代文創品網路行銷」、「文創影視人才培育」4個主題，共8場文創育成系列講座，目前已於8月份完成2場津沙課程講座，11月中前將陸續舉辦6場文創育成課程，全程參與6場課程講座之民眾，於課程結束後提供結業證書及抽獎機會，將抽出5名幸運民眾，贈送平板電腦乙臺。

10/18 馬祖資訊網

標題：文創育成課程結束 - 平板電腦等幸運得主出爐

熱門連結

- 南竿機場 北竿機場
- 松山機場 臺馬輪
- 馬祖日報 戀戀莒光
- 航向東引 芹定北竿
- 馬祖旅遊 馬祖釣魚

馬祖好站

- 南竿鄉 北竿鄉
- 莒光鄉 東引鄉
- 東引鄉代會 飛向北竿
- 連江縣議會 連江縣國民中小學
- 連江縣運動地圖網 陳雲生全球資訊網

線上查詢 >>>

南竿(東區)住宿 >>>

南竿(西區)住宿 >>>

北竿住宿 >>>

東引住宿 >>>

莒光住宿 >>>

特產禮品 >>>

旅行社 >>>

相關連結 >>>

本站專區 >>>

馬祖資訊網論壇 >> 站務區 >> 刪除文章  
留置區

友誼列印

張貼者

絮  
新進會員

註冊: 2013-06-22  
發表文章: 14  
掌聲鼓勵: 14

發表時間: 2013-08-13  
FORM: Logged

個人資料 私人訊息 郵件

回覆 引言 收藏 檢舉

文創育成講座8/14與您相約津沙! --閱讀人次: 260

延續上週津沙文創育成課程，縣政府文化局102年度「文創造產-打造馬祖特色行動計畫」中將於本週三(8月14日)特別邀請到財團法人中衛發展中心張淑華總監，主講「文創加值，共創體驗價值」，歡迎有興趣之民眾踴躍參與。

文化局期望透過本計畫凝聚地方共識，活化津沙地區文化資源，培育地方文創人才，因此於本年度規劃八場文創育成課程系列講座，第一場已於8月7日辦理完畢，活動反應熱烈居民踴躍參與討論，第二場課程講座將於本週三8月14日假津沙村老人活動中心舉辦，特邀財團法人中衛發展中心張淑華總監，從體驗經濟觀點來分享，運用津沙文化的特殊性，吸引觀光客體驗馬祖生活，透過小小改變，使小店轉變有風格與競爭力的店家，課程中也將帶領居民腦力激盪，創意的跨產業、跨生活領域的發想，打破產業界線的分野，轉變為經營模式的創意與創新，提升產業的附加價值，來帶動津沙產業持續發展新契機。

講座內容精采，現場備有可口小點心，歡迎民眾前來共襄盛舉。詳細的活動訊息如下：  
時間:2013/8/14 (三) 19:30-21:00地點:津沙村老人活動中心

活動聯絡人：  
文化局張淑娟0836-23146  
亞莉創意王貞絮0919-024-979

掌聲鼓勵 本站 0 位網友鼓勵。

推到



回應

發佈到 Facebook 以 Wang Chen-Chieh 身分發表 (更改) 留言

Facebook 社群外掛元件

頁尾

第1頁 (共1頁)



- 熱門連結**
- 南竿機場 北竿
  - 機場 北竿
  - 松山機場 臺馬
  - 輪 馬祖日報 雜誌
  - 莒光 航向東引 芹定
  - 北竿 馬祖旅遊 馬祖
  - 釣魚
- 馬祖好站**
- 南竿鄉 北竿鄉
  - 莒光鄉 東引鄉代
  - 會 飛向北竿 連江縣
  - 議會 東引國民中小學
  - 連江縣運動地圖網
  - 陳雲生全球資訊網
- 線上查詢 >>>**
- 南竿(東區)住宿 >>>
  - 南竿(西區)住宿 >>>
  - 北竿住宿 >>>
  - 東引住宿 >>>
  - 莒光住宿 >>>
  - 特產禮品 >>>
  - 旅行社 >>>
  - 相關連結 >>>
  - 本站專區 >>>

馬祖資訊網論壇 > 新聞、布告 > 活動  
 訊息

張帖者

TripleW

新進會員

註冊: 2013-10-04

發表文章: 2

掌聲鼓勵: 0

發表時間: 2013-10-

21

FORM: Logged

誰說買房一定要有頭期款?  
 大台北首次購屋新方案·限收入四萬以上

免費申請

頁尾

個人資料 私人訊息 郵件

回覆 引言 修改 刪除 收藏 檢舉

十月份文化局「文創育成系列課程」資訊 -- 閱讀人次: 0

文化局「文創育成系列課程」《社群時代來臨！好故事創造感動與商機》20日上午在南竿民俗文物館辦理，大台灣旅遊網新聞部主任范綱武打破了過去民眾對於「經營部落格」的迷思，以豐富的案例分享做為課程教材，將部落格撰寫技巧及經營部落格重點概念，以圖文並茂的相關網頁做精采呈現，讓民眾帶著豐碩的知識概念回家。

在部落格撰寫課程中，范主任以許多美食及旅遊部落格做示範，他認為部落格的撰寫技巧不外乎是貼近生活的經驗、豐富美麗的圖片及簡單真實的文字，而透過分享這些在地人認為稀鬆平常的生活小點滴，其實就能在讀者心中營造出氛圍及想像、創造出商品的價值與感動，也更能引發讀者實際執行購買商品的可能性。

文化局「文創育成系列課程」10月份共規劃六堂課，除了昨、今日甫結束的2堂『文創品網路行銷』課程外，未來還有進一步銜接的『文創資源補助』及『文創影視人才培育』系列課程。承辦單位亞蔚創意科技表示，希望能夠透過這一系列的「網路行銷」、「資源補助」與「影視人才培育」課程設計，將實用的文化創意相關概念帶到馬祖居民生活中，讓在地民眾能夠藉此凝聚社區文化意識、培育相關人才與有效運用政府資源，並配合其他活動逐步健全市場機制，以將馬祖文化做最完整的保存與保護，並以創意的形式推展到國際市場中。

為了鼓勵民眾廣學新知，承辦單位亞蔚創意科技準備了多項好禮作為抽獎活動獎品，六堂全勤者可抽平板電腦，參與四堂以上者，也有多項好禮可抽，期能讓民眾在參與課程、深耕文創知識以外，也有機會將好禮帶回家！歡迎有興趣的民眾參加參與。更多課程資訊，請多關注馬祖日報及馬祖資訊網，或洽詢0911-120197王小姐。

『馬祖文創「動」起來！』

時間：10月24日（四）19:00-20:30  
 地點：馬祖南竿鄉民俗文物館 1樓研習教室

『文創敘事與影視創意人才培育課程』

時間：10月25日（五）19:00-20:30  
 地點：馬祖南竿鄉民俗文物館 1樓研習教室

『故事影像記錄培訓課程』

時間：10月26日（六）10:30-12:00  
 地點：馬祖南竿鄉民俗文物館 1樓研習教室

『老酒文化講座座談』（暫）

時間：10月27日（日）10:00-12:00  
 地點：津沙老人活動中心

10/20 馬祖資訊網

標題：十月份文化局 文創育成系列講座資訊



馬祖資訊網  
全球華人馬祖連線



馬祖旅遊通 | 論壇熱線 | 阿兵妹 | 訪客留言 | 天氣 | 站內搜尋 | 無私人留言 | 收藏 | 簡站 | 設



---

**熱門連結**

南竿機場 | 北竿機場 | 松山機場 | 臺馬輪 | 馬祖日報 | 旅遊資訊 | 航向東引 | 核定北竿 | 馬祖旅遊 | 馬祖釣魚

**馬祖好站**

南竿提 | 北竿提 | 北地 | 東引提 | 東引總代會 | 飛向北竿 | 連江縣議會 | 惠引國民中小學 | 連江縣運動地圖網 | 隱匿生全球資訊網

**線上查詢 >>>**

南竿(東區)住宿 >>>

南竿(西區)住宿 >>>

北竿住宿 >>>

東引住宿 >>>

莒光住宿 >>>

特產禮品 >>>

旅行社 >>>

相關連結 >>>

本站專區 >>>

馬祖資訊論壇 > 站務區 > 刪除文章留言

個人資訊 | 私人訊息 | 郵件

首頁 | 引言 | 收藏 | 檢舉

**文創課程反應熱烈，影視課程今10:30開課** — 閱讀人次: 220



昨日(10/24)晚間七點文化局在南竿民俗文物館辦理文創育成系列課程《馬祖文創「動」起來!》，講師林謙能所長以講解世界各國對於「文化創意產業」一詞的定義做為開端，接著進入到分享各縣市的文創產品案例，精闡分析出「文化創意商品」的know how，讓現場觀眾嘖嘖稱奇。



身為國立臺北教育大學文創產業經營學系所長的林謙能副教授，對於各地的文化節慶操作及文創產品行銷相當有經驗。他表示，其實非常多的文創產品及旅遊紀念品，在本質上與菜市場、文具店等日常用品是相同的，然而一但在產品上加入巧思，例如真摯感人的故事，獨一無二的當地符號，再加上精美的包裝，該產品的價值就不再只是在成本材料之上，而具有了「文化內涵」及「創意巧思」的無形價值，同時，產品的實價也就因此大幅提升。林所長以苗栗桐花祭的系列產品為例，舉出了豆干、豆腐乳、民俗擺設等案例，展示出日常生活中價格便宜、隨手可得的生活用品，在經過文化包裝之後，價值有如何不同的展現。



在產品經過巧思設計之後，要如何將免費的網路行銷產品大值得利用，除了日前(10/20)的網路部落格寫作課程以外，今天晚上承辦單位亞耐創意科技也特別邀請到了電影《賽德克·巴萊》的美術助理許蔚欽老師，將會透過這兩日的課程，把以電影方式說故事及透過地方觀點來探討文創等概念，以及如何運用鏡位大小、調整濾鏡及色調等實作技巧知識，傳授給每一位課程學員。歡迎有興趣的民眾踴躍參與！更多資訊請持續關注馬祖資訊網，或洽詢0911-120197王小姐。

**講題：【文創敘事與影視創意人才培育課程】**  
時間：102年10月25日 晚間19:00-20:30  
地點：南竿椰清水村 民俗文物館1樓研習教室

**講題：【敘事影像記錄培訓課程】**  
時間：102年10月26日 上午10:30-12:00  
地點：南竿椰清水村 民俗文物館1樓研習教室

**【老酒文化講座座談】**  
時間：延期辦理  
地點：津沙老人活動中心

10/24 馬祖資訊網

標題：文創課程反應熱烈，影視課程今10:30開課



10/24 馬祖資訊網

標題：文創育成講座－地區文化品牌經營策略

- 熱門連結
- 直竿橋場
  - 北竿橋場
  - 松山橋場
  - 馬祖日報
  - 光前向東引
  - 馬祖旅遊
  - 馬祖釣魚
- 馬祖好站
- 南竿燈
  - 北竿燈
  - 光耀
  - 東引燈
  - 東引燈代會
  - 飛向北竿
  - 連江縣議會
  - 東引國民中小學
  - 連江縣運動地備隊
  - 陳慶生全球資訊網
- 線上查詢 >>>
- 南竿(東區)住宿 >>>
  - 南竿(西區)住宿 >>>
  - 北竿住宿 >>>
  - 東引住宿 >>>
  - 莒光住宿 >>>
  - 特產禮品 >>>
  - 旅行社 >>>
  - 相關連結 >>>
  - 本站專區 >>>

馬祖資訊網論壇 > 新聞、布告 > 活動訊息

TripleW  
新進會員

註冊: 2013-10-04  
發表文章: 7  
字數獎勵: 17

發表時間: 2013-10-27  
FORM: Logged

文創影視課程，許勝欽激發馬祖新思潮！ - 閱讀人次: 239



文化局本週在南竿民俗文物館辦理文創系列育成課程，課程規劃從「文創品網路行銷」開始，教導民眾網路行銷概念、部落格經營撰寫技巧，接著導入「文創資源補助」領域，剖析文創產品創作的概念，25、26兩日更進入到「文創影視人才培育」，講師許勝欽老師以文創故事概念起頭，帶入實際操作技巧指導，讓參與課程的民眾對於電影的奧妙有了更進一步的了解。



「影視人才培育課程」講師許勝欽老師在影視相關領域經驗豐富，除了在康寧專科擔任數位影視動畫科助理教授以外，更曾於知名國片「賽德克·巴萊」擔任專片美術助理，對於電影的鏡頭運作有相當淵博的知識。25日的課程中，老師分別以南部短片做為案例，首先以具時事性及生活化的案例，說明同樣的真相、不同的敘事方式，會產生如何不同的故事導向及劇情效果。

經過25日的素材導引後，26日的課程更進入到實際操作的面向：老師在分享完拍攝影片的幾個重要邏輯模式及鏡頭操作概念以後，更邀請現場觀眾演員及攝影師，直接現場作實地演練，揭開電影拍攝的神祕面紗。



本系列課程自19日至今共辦理五堂，除課程內容扎實精采外，更培養出固定觀眾群，每當課準時報到；也經由課程新知的刺激，產生出與生活連結的經驗分享，在透過與講師們的熱烈互動後，讓課程激發出精彩的創意火花。



原訂於10月27日於津沙辦理的「老酒文化座談」因故延期，最新的辦理時間請隨時關注馬祖日報，或電洽0911-120197王小姐。

10/27 馬祖資訊網

標題：文創影視課程，許勝欽激發馬祖新思潮！



10/27 馬祖資訊網

標題：原定10/27津沙老酒座談會，改期舉辦



11/01 馬祖資訊網

標題：文創育成系列講座 第8場次 11/2 民俗文化館舉行

- 熱門連結
- 南竿機場 北竿機場
  - 松山機場 臺馬輪
  - 馬祖日報 戀戀莒
  - 光航向東引 芹定北竿
  - 馬祖旅遊 馬祖釣魚
  - 馬祖好站
  - 南竿鄉 北竿鄉 莒光鄉
  - 東引鄉 東引鄉代會
  - 飛向北竿 連江縣議會
  - 東引國民中小學
  - 連江縣運動地圖網
  - 隨雲生全球資訊網
  - 線上查詢 >>>
  - 南竿(東區)住宿 >>>
  - 南竿(西區)住宿 >>>
  - 北竿住宿 >>>
  - 東引住宿 >>>
  - 莒光住宿 >>>
  - 特產禮品 >>>
  - 旅行社 >>>
  - 相關連結 >>>
  - 本站專區 >>>

馬祖資訊網論壇 > 站務區 > 刪除文章留置區

張貼者

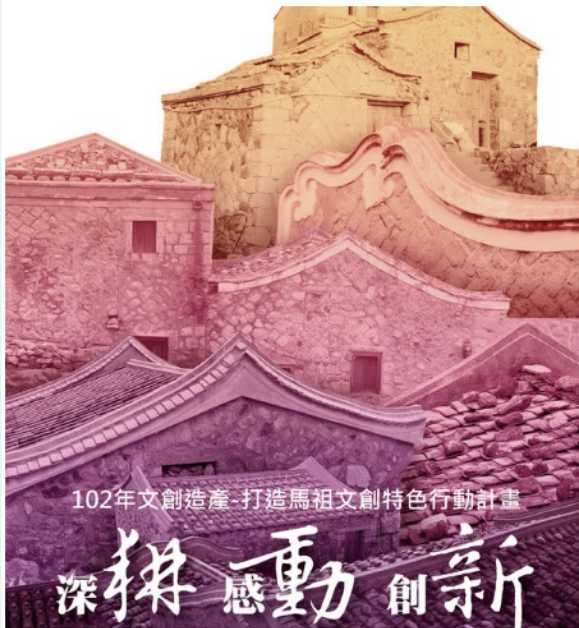
TripleW  
新進會員

註冊: 2013-10-04  
發表文章: 7  
字聲數動: 17

發表時間: 2013-10-31  
FORM: Logged

個人資料 | 私人訊息 | 郵件 回覆 | 引言 | 收藏 | 檢舉

文化局「文創系列育成課程」資訊公告 --閱讀人次: 212



文創育成系列講座 8-馬祖傳統文化中的創意與美感

11 / 2 (六) 10:00-12:00 民俗文物館1樓研習教室

講師: 馬祖民俗文物館 潘建國館長

主辦單位: 連江縣政府文化局

感謝民眾的踴躍來信及來電詢問! 為了使課程內容能夠更加充實完滿, 因此在籌備上也多花了些時間, 懇請各位鄉親的見諒, 也萬分感謝您的包容。

文化局「文創系列育成課程」最終堂課程資訊如下:

課程名稱: 「馬祖傳統文化中的創意與美感」  
課程時間: 102年11月2日(六)上午10:00-12:00  
課程地點: 南竿鄉清水村民俗文物館 一樓研習教室

誠摯邀請大家前來領略馬祖文化之美, 並帶著集點抽獎券參與課程抽獎!

參與達6堂課程者, 可抽平板電腦(5名)!  
參與達5堂課程者, 可抽行動電源(3名)!  
參與達4堂課程者, 可抽精美好禮(10名)!

更多资讯, 歡迎來信 tracy2845@gmail.com 或來電 0911-120197王小姐。

11/02 馬祖資訊網

標題: 文化局 文創系列育成課程 資訊公告





## 七、平台建置

為配合網站改版，新設計概念為透過簡潔、明亮且活潑的方式呈現，並改變功能列，提升民眾在使用上的便利性，提出以下網站工作執行方向：

- 設計 5 種版型，以 flesh 的方式輪播呈現。
- 內容頁面與下拉選單方式製作，改造成為色系較繽紛的風格。

活動頁部分，以單頁簡潔清楚的條列表現方式，讓民眾一進入頁面即能快速完整的瀏覽網頁，找到所需的資訊，改善原有的資訊紛雜的頁面情況，呈現馬祖多元的意象之美。

### 1. 計劃目標：

- (1) 網頁改版圖片增加。
- (2) 提高瀏覽數。
- (3) 訊息更新。
- (4) APP 建制評估。

### 2. 計劃時程與執行單位：

102 年 7 月 30 日 至 102 年 10 月 30 日 執行單位：亞蔚創意科技

### 3. 執行內容：

- (1) 網頁改版，圖片增加- 為配合網路改版進行平台建置之工作
  - 設計 5 種版型，以 flesh 的方式輪播呈現。
  - 內容頁面與下拉選單方式已製作完成，改造成為色系較繽紛的風格。
  - 待確認後即可上線。
- 說明：新設計概念為透過簡潔、明亮且活潑的方式呈現，並改變功能列，提升民眾在使用上的便利性。

## 平台建置：

### ■ 首頁設計

馬祖好點改版，活動首頁以單頁簡潔清楚的列表呈現，讓民眾一進入頁面即可瀏覽網頁完整功能頁；改善舊有馬祖好點頁面資訊紛雜的情況。

首頁設計採 banner 圖片輪播 flash 功能，呈現馬祖多元的意象之美。



■ 內頁訊息規劃-最新消息 (二選一)



最新消息-內容式



最新消息-列表式

## ■ 內頁訊息規劃-藝文消息

關於馬祖好點 最新活動 活動訊息 展示專區 好點體驗 藝文資源 新聞連結 相關下載 藝文訊息

會員登入 Member 您現在的位置: 首頁 > 藝文訊息

帳號:  密碼:

忘記密碼 | 加入會員

本文搜索

### 藝文訊息: News & Events

- 馬祖好點 藝文訊息 藝文活動 2019-11-01
- 馬祖好點 藝文訊息 藝文活動 2019-11-01
- 馬祖好點 藝文訊息 藝文活動 2019-11-01
- 馬祖好點 藝文訊息 藝文活動 2019-11-01
- 馬祖好點 藝文訊息 藝文活動 2019-11-01
- 馬祖好點 藝文訊息 藝文活動 2019-11-01
- 馬祖好點 藝文訊息 藝文活動 2019-11-01
- 馬祖好點 藝文訊息 藝文活動 2019-11-01
- 馬祖好點 藝文訊息 藝文活動 2019-11-01
- 馬祖好點 藝文訊息 藝文活動 2019-11-01
- 馬祖好點 藝文訊息 藝文活動 2019-11-01

首頁 | 2 | 4 | 下一頁 | 首頁

本網之文字與圖片均經本網之員工或協力人員所攝製，未經授權不得擅自使用  
 地址：連江縣南竿鄉中興路124號 電話：0824-22191 傳真：0824-22194  
 馬祖國際郵局：33001 (E-mail: 33011@post.gov.tw) 郵政信箱：1034-0780

## ■ 內頁訊息規劃-關於好點

關於馬祖好點 最新活動 活動訊息 展示專區 好點體驗 藝文資源 新聞連結 相關下載 藝文訊息

會員登入 Member 您現在的位置: 首頁 > 關於好點

帳號:  密碼:

忘記密碼 | 加入會員

本文搜索

### 關於好點 About Us

計畫緣起

近年來世界各國均積極發展文化創意產業，並成為各國發展重點計畫。而馬祖因地理位置與歷史發展迥異於台灣之「開臺文化」，民風純樸、豐食活安、水火一際、海山相連，天然多元的地景與生態加上戰地碉堡，而屋與海景，成為發展文創生活產業優良條件。因此計畫將積極推動馬祖文化產業，藉由各項文化與藝術活水灌溉導入文創產業，以活絡開臺文化，達到傳承與發揚之目的。

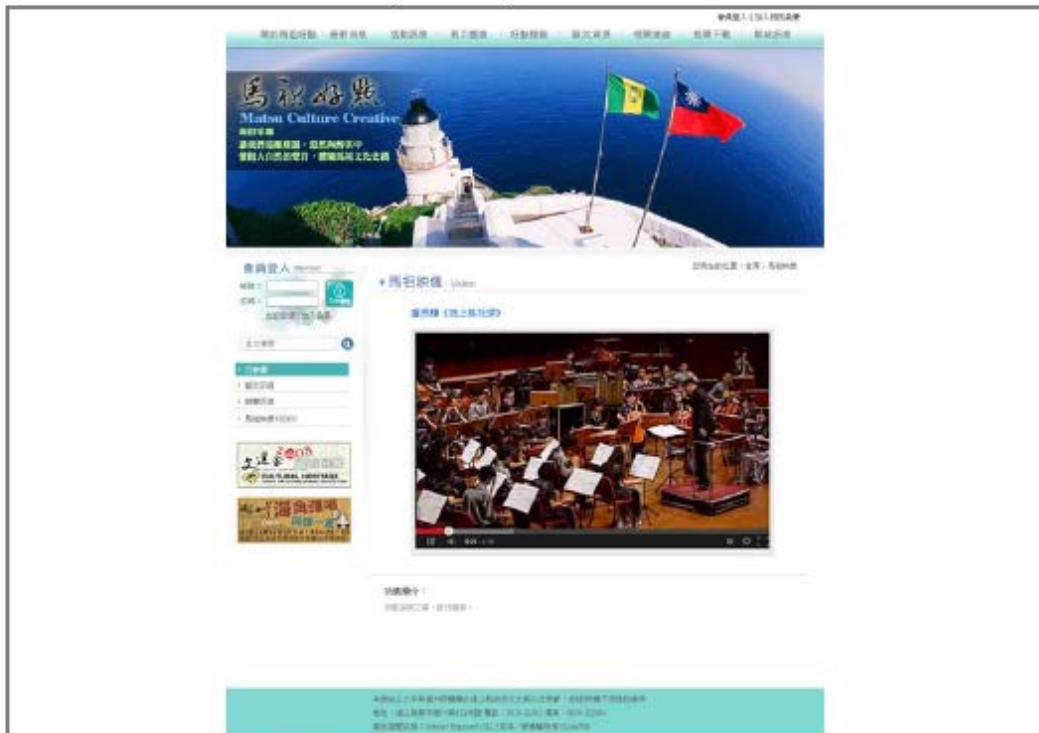
馬祖好點

- 馬祖好景點 (實體) → 在地性
- 馬祖好故事 (抽象) → 故事性
- 馬祖好創意 (抽象) → 創意性
- 馬祖好店 (實體) → 產業性

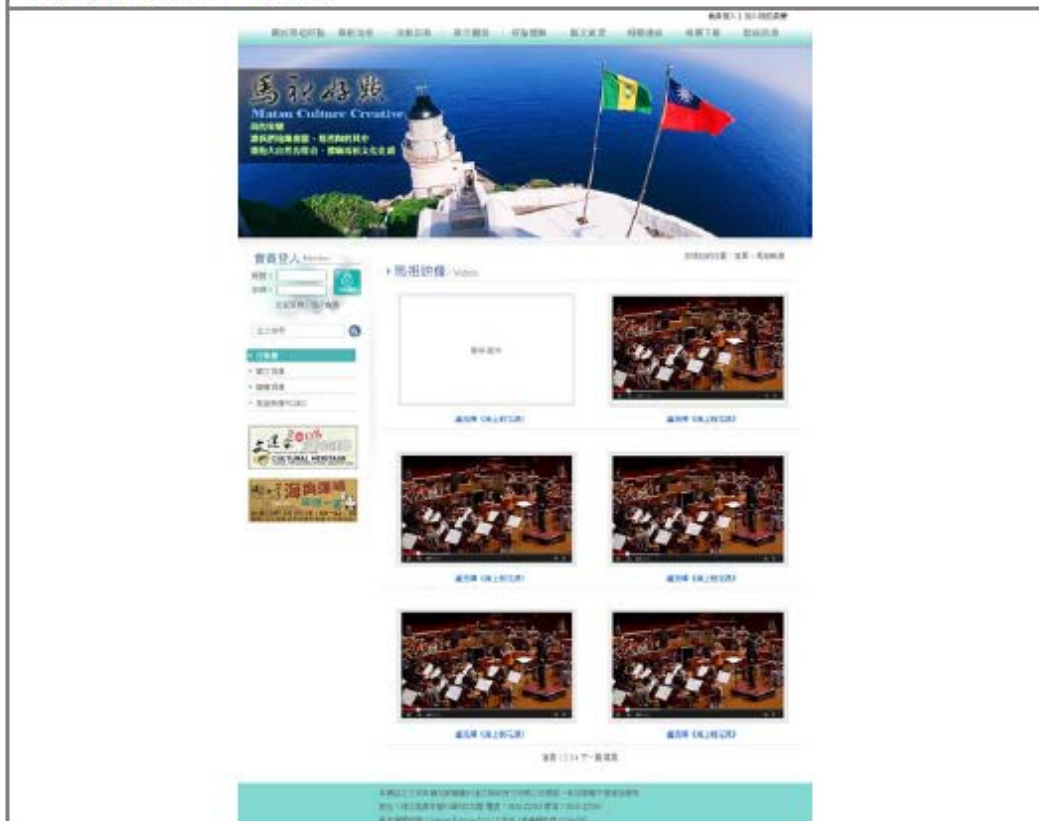
文化遺產發展  
的四大元素

本網之文字與圖片均經本網之員工或協力人員所攝製，未經授權不得擅自使用  
 地址：連江縣南竿鄉中興路124號 電話：0824-22191 傳真：0824-22194  
 馬祖國際郵局：33001 (E-mail: 33011@post.gov.tw) 郵政信箱：1034-0780

■ 內頁訊息規劃-馬祖映像 (二選一)



馬祖映像 video-內容式



馬祖映像 video-列表式

改版示意圖



舊版示意圖



## (1) APP 建制評估

關於馬祖的一切，24hr 都在民眾的口袋裡，馬祖 Mobile App，行動行銷新趨勢！規劃通能包括：

APP 關鍵字搜尋、網站與 APP 資訊同步、iPhone+ipad、Andriod APP、讓客戶用省幾發現馬祖+GPS 地圖、瀏覽馬祖、特有風情產品、瀏覽照片+影片、瀏覽 Fackbook 粉絲團、最新活動+客戶滿意度調查。



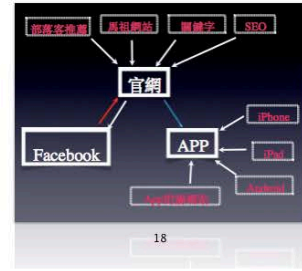




馬祖 APP 功能架構

項目	功能	說明	備註
1	手機登錄各分店	私運直傳、無需存密碼	可登入多家分店
2	GPS路線圖	私運提供GPS路線圖、熱門目的地	可登入多家分店
3	相簿	精緻照片與動態相簿	支援 Flickr 相簿
4	影片	動態影片	支援 YouTube 影片
5	品牌資訊	獨家消息、品牌故事、消費提示	提供管理後台
6	Facebook粉絲頁	Facebook 粉絲團印式匯入	支援多組粉絲團
7	打卡地點匯報	可設定多組地點匯報	提供管理後台

15



- 活動一：馬祖我愛你！
1. 在Facebook粉絲團舉辦活動
  2. 來店顧客也可參加
  2. 下載APP並傳送“馬祖我愛你”
  3. 每月抽出一名“贈送馬祖精緻名產”
- 21



- 活動二：開心大合照！
- 下載APP並拍“開心大合照”寄給馬祖mail
3. 每月抽出一名“馬祖特別名產”
- 24

**特別功能：相機拍照傳送！**



- 內建於馬祖APP
- 手機拍照
- 從資料庫中選擇照片
- 指定 Email 收信
- 馬祖遊客也可參加

25

**活動三：旅遊景點大調查！**

1. 下載APP並填寫“馬祖旅遊大調查”
2. 每週抽出任名“馬祖精緻特產”

26

**特別功能：內建問卷表格功能！**

任何問題，單選，複選，選單，意見，Email ....



27

**活動四：粉絲塗鴉牆！**

1. 下載APP並到“粉絲塗鴉牆”留言
2. 每週抽出任名“馬祖精緻特產”

28



29

**活動五：來店打卡享優惠！**

1. 到馬祖任一景點下載APP並打卡2次
2. 可享“特產八折優惠”

30

**特別功能：來店GPS打卡！**



- 舉辦打卡優惠活動
- 可設定來店打卡次數
- 可為分店設定不同活動
- 例：打卡三次享九折
- 例：打卡五次送禮品

31

**活動六：來店掃碼QR碼！**

1. 到馬祖任一店下載APP並掃碼QR碼
2. 可享“八折優惠”

32

**特別功能：QR碼優惠券！**



- 每一分店設置大量QR碼
- 使用 App 掃描
- 兌換禮品

33

5-6月	馬祖我愛你	聲音傳送功能
7-8月	開心大合演	拍照傳送功能
9-10月	旅遊景點大調查	投票設計功能
11-12月	塗鴉牆留言	留言板功能
1-2月	來店打卡優惠	GPS 打卡功能
3-4月	來電掃QR碼	QR 打卡功能

34

**行銷 Marketing**

35



百萬粉絲同步收到馬祖APP的推薦

36



- 聲控 App 簡便給顧客
- 無需安裝 App
- 手機鎖機也可發送
- 免費 / 變成線上索購訊
- 最新活動資訊
- 最新優惠資訊

37

每天50人下載 x 7天 x 4週 x 6月 = 8400次



- 每週發送 2次抽獎資訊
- 每月發送 8次
- 每年發送 96次
- 96萬訊 x 8800人次下載
- 每年省下：約 \$ 800,000

38



打造馬祖APP專屬媒體

39

## 八、影視補助法令蒐集與機制建立

影視補助法令機制之收集，包含 16 縣市之影視相關補助計畫，提供整合影視法令提供以備參考。會議記錄則提供馬祖影視發展之參考建議。

### 1. 計劃目標：

- (1) 工作會議
- (2) 分析建議
- (3) 馬祖影視補助文獻
- (4) 各縣市法令蒐集

### 2. 計劃時程與執行單位：

102 年 6 月 30 日、102 年 8 月 25 日 執行單位：亞蔚創意科技

### 3. 執行內容：

#### (1) 工作會議：

<b>緣起目的</b>	整合影視法令提供馬祖影視發展之參考。
<b>時間</b>	會議時間 8/25 日
	<ul style="list-style-type: none"><li>• 收集 16 縣市之影視相關補助計畫，提供建檔以備參考。</li><li>• 會議記錄提供馬祖影視發展之建議。</li></ul>
<b>會議記錄</b>	主持人：李斌 教授 與會委員： 中華民國唱片出版基金會 秘書長 李瑞斌 台北市流行音樂推動委員會委員 音樂製作人 丁曉雯 影視及流行音樂評論家 倪重華

	<p>文化部影視及流行音樂產業局局長 張崇仁 金馬獎「十月圍城」導演 陳德森</p> <p>討論：以馬祖以島嶼為特色，發展影視產業，並建議設立專案辦公室，已協助拍片相關接洽業務。</p> <p>在政府政策下，將積極協助馬祖發展影視文創產業，文化部影視及流行音樂產業局未來將成立影視專案平台，協助地方發展產業，期望馬祖在未來能多多提案，好的企劃會使產業產生亮點。</p>
<p>照片</p>	 <p>左起：· 中華民國唱片出版基金會 秘書長 李瑞斌 · (前排)台北市流行音樂推動委員會委員 音樂製作人 丁曉雯 · 影視及流行音樂評論家 倪重華 · 文化部影視及流行音樂產業局局長 張崇仁 · 金馬獎「十月圍城」導演 陳德森 · 會議主持人 前新北市文化局長 李斌</p>

## (2) 分析建議

### (意見與綜合分析)

- 建議以馬祖以島嶼為特色，發展影視產業。
- 建議設立專案辦公室，已協助拍片相關業務接洽。
- 文化部已開始重視離島特色，在政府政策下，將積極協助馬祖發展
- 影視文創產業，文化部影視及流行音樂產業局未來將成立影
- 視專案平台，協助地方發展產業，期望馬祖在未來能多多提案，好的企劃會使產業產生亮點。
- 雖是影視補助，但千萬別忽略流行音樂產業，在馬祖很少有年輕人樂團，也沒有特色音樂，可邀請樂團進駐培力當地青年，透過流行音樂，馬祖影視與流行音樂能充分結合。
- 馬祖應主動辦理影視人員交流與參訪，認識馬祖就是最好的宣傳。
- 縱觀過去馬祖投下影視計劃與預算，實在太少，影視產業是大筆預算的規模，期望馬祖能建立決議與共識後，編列足夠之預算積極投入發展影視產業。
- 鼓勵馬祖本地人餐與影像紀錄，在預算不足食僅以小規格預算拍攝影片。
- 數位化時代來臨，建議馬祖先將過去所有影音資料建立數位化系

統，以利未來拍片業者一源多用的效益。

- 
- 關於馬祖補助影視之條例審查，建議納入保障本地馬祖人拍片之條款，具設籍身分者，每年可以有小型的補助案。
- 針對當地設籍及馬祖居民者，建議在收件時應區分，應保留名給給予馬祖當地居民與廠商優先處理。
- 建議補助金額應考慮成品之規格，數位與傳統差距很大。
- 補助條款與其他縣市大致相同，是非常友善的環境。
- 每個縣市之補助辦法目前看來皆大同小異，並且出自同一版本，建議不需要放入此計畫內。
- 補助最大精神是顯出地方特色與真正吸引專業進駐，除了冷冰冰文件資料之外，必須配合宣傳與廣告，透過行銷專業前來拍攝。
- 補助條款應該盡量放鬆，為了符合未來的規格，目前雖然訂最高規格，但未來也許不敷使用。
- 建議應組成專業委員會，或委請專案辦公室審理，未來有許多專業的拍片技術，不能由非專業引導專業。

(3) 馬祖影視補助文獻

## 連江縣政府協助影視業者進駐拍攝作業申請表

需要申請不同場地時，請逐一填寫。在同一場地內使用不同空間，或拍攝多個場景時，亦請詳細分項敘述拍攝計畫與需要協助之處。另請檢附相關資料，如：簡介、劇本、計劃書等。

製作案名稱：					
拍攝團隊：					
現場連絡人：			職稱：		
電話：			手機：		
傳真：			Email：		
製作案簡介：(1.附製作人與導演姓名 2.附件資料如劇本等)			拍攝之場景總數量____場 當日工作人數共____人 演員人數共____人		
製片公司：			製片公司負責人：		
(合製公司)：			製片公司地址：		
製作類型： <input type="checkbox"/> 劇情片 <input type="checkbox"/> 記錄片 <input type="checkbox"/> 短片 <input type="checkbox"/> 學生電影 <input type="checkbox"/> 電視電影 <input type="checkbox"/> 電視連續劇____集 <input type="checkbox"/> 電視單元劇 <input type="checkbox"/> 電視節目 <input type="checkbox"/> 音樂錄影帶 <input type="checkbox"/> 伴唱帶 <input type="checkbox"/> 廣告 <input type="checkbox"/> 其他_____			攝影器材： <input type="checkbox"/> 35mm <input type="checkbox"/> 16mm <input type="checkbox"/> HD <input type="checkbox"/> 8mm <input type="checkbox"/> Beta Cam <input type="checkbox"/> DV <input type="checkbox"/> 腳架 <input type="checkbox"/> 軌道 <input type="checkbox"/> 其他_____		
本案需要之特殊效果： A.管制交通 B.搭設鷹架 C.使用動物 D.拍攝童星 E.封閉街道 F.在捷運系統內拍攝 G.改造街景或號誌 H.模擬犯罪或災難景像 I.製造煙霧效果 J.使用火藥或武器 K.使用起重吊臂 L.飛車追逐或拍攝行車畫面 M.使用特效 N.使用演員扮演軍警消人員 O.吊臂攝影 P.使用大卡車或拖板車 Q.管制週邊人群或保安服務 R.燈火管制 S.運用火焰 T.人造雨景 U.使用發電機 V.露天炊事 W.特殊停車許可 X.使用特技演員					
拍攝 場地	拍攝 場景	拍攝 日期	拍攝 時間	申請服務	備註(室內 景/室外景)

## 八、影視補助法令蒐集與機制建立

影視補助法令機制之收集，包含 16 縣市之影視相關補助計畫，提供整合影視法令提供以備參考。會議記錄則提供馬祖影視發展之參考建議。

### 1. 計劃目標：

- (1) 工作會議
- (2) 分析建議
- (3) 馬祖影視補助文獻
- (4) 各縣市法令蒐集

### 2. 計劃時程與執行單位：

102 年 6 月 30 日、102 年 8 月 25 日 執行單位：亞蔚創意科技

### 3. 執行內容：

- (1) 工作會議：

<b>緣起目的</b>	整合影視法令提供馬祖影視發展之參考。
<b>時間</b>	會議時間 8/25 日
	<ul style="list-style-type: none"><li>• 收集 16 縣市之影視相關補助計畫，提供建檔以備參考。</li><li>• 會議記錄提供馬祖影視發展之建議。</li></ul>
<b>會議記錄</b>	主持人：李斌 教授 與會委員： 中華民國唱片出版基金會 秘書長 李瑞斌 台北市流行音樂推動委員會委員 音樂製作人 丁曉雯 影視及流行音樂評論家 倪重華



文化部影視及流行音樂產業局局長 張崇仁  
 金馬獎「十月圍城」導演 陳德森

討論：以馬祖以島嶼為特色，發展影視產業，並建議設立專案辦公室，已協助拍片相關接洽業務。

在政府政策下，將積極協助馬祖發展影視文創產業，文化部影視及流行音樂產業局未來將成立影視專案平台，協助地方發展產業，期望馬祖在未來能多多提案，好的企劃會使產業產生亮點。



## (2) 分析建議

### (意見與綜合分析)

- 建議以馬祖以島嶼為特色，發展影視產業。
- 建議設立專案辦公室，已協助拍片相關業務接洽。
- 文化部已開始重視離島特色，在政府政策下，將積極協助馬祖發展影視文創產業，文化部文化部影視及流行音樂產業局未來將成立影視專案平台，協助地方發展產業，期望馬祖在未來能多多提案，好的企劃會使產業產生亮點。
- 雖是影視補助，但千萬別忽略流行音樂產業，在馬祖很少有年輕人樂團，也沒有特色音樂，可邀請樂團進駐培力當地青年，透過流行音樂，馬祖影視與流行音樂能充分結合。
- 馬祖應主動辦理影視人員交流與參訪，認識馬祖就是最好的宣傳。
- 縱觀過去馬祖投下影視計劃與預算，實在太少，影視產業是大筆預算的規模，期望馬祖能建立決議與共識後，編列足夠之預算積極投入發展影視產業。
- 鼓勵馬祖本地人參與影像紀錄，在預算不足以小規格預算拍攝影片。
- 數位化時代來臨，建議馬祖先將過去所有影音資料建立數位化系統，以利未來拍片業者一源多用的效益。

- 關於馬祖補助影視之條例審查，建議納入保障本地馬祖人拍片之條款，具設籍身分者，每年可以有小型的補助案。
- 針對當地設籍及馬祖居民者，建議在收件時應區分，應保留名給予馬祖當地居民與廠商優先處理。
- 建議補助金額應考慮成品之規格，數位與傳統差距很大。
- 補助條款與其他縣市大致相同，是非常友善的環境。
- 每個縣市之補助辦法目前看來皆大同小異，並且出自同一版本，建議不需要放入此計畫內。
- 補助最大精神是顯出地方特色與真正吸引專業進駐，除了冷冰冰文件資料之外，必須配合宣傳與廣告，透過行銷專業前來拍攝。
- 補助條款應該盡量放鬆，為了符合未來的規格，目前雖然訂最高規格，但未來也許不敷使用。
- 建議應組成專業委員會，或委請專案辦公室審理，未來有許多專業的拍片技術，不能由非專業引導專業。

(3) 馬祖影視補助文獻

## 連江縣政府協助影視業者進駐拍攝作業申請表

需要申請不同場地時，請逐一填寫。在同一場地內使用不同空間，或拍攝多個場景時，亦請詳細分項敘述拍攝計畫與需要協助之處。另請檢附相關資料，如：簡介、劇本、計劃書等。

製作案名稱：					
拍攝團隊：					
現場連絡人：			職稱：		
電話：			手機：		
傳真：			Email：		
製作案簡介：(1.附製作人與導演姓名 2.附件資料如劇本等)			拍攝之場景總數量____場 當日工作人數共____人 演員人數共____人		
製片公司：			製片公司負責人：		
(合製公司)：			製片公司地址：		
製作類型： <input type="checkbox"/> 劇情片 <input type="checkbox"/> 記錄片 <input type="checkbox"/> 短片 <input type="checkbox"/> 學生電影 <input type="checkbox"/> 電視電影 <input type="checkbox"/> 電視連續劇____集 <input type="checkbox"/> 電視單元劇 <input type="checkbox"/> 電視節目 <input type="checkbox"/> 音樂錄影帶 <input type="checkbox"/> 伴唱帶 <input type="checkbox"/> 廣告 <input type="checkbox"/> 其他_____			攝影器材： <input type="checkbox"/> 35mm <input type="checkbox"/> 16mm <input type="checkbox"/> HD <input type="checkbox"/> 8mm <input type="checkbox"/> Beta Cam <input type="checkbox"/> DV <input type="checkbox"/> 腳架 <input type="checkbox"/> 軌道 <input type="checkbox"/> 其他_____		
本案需要之特殊效果： A.管制交通 B.搭設鷹架 C.使用動物 D.拍攝童星 E.封閉街道 F.在捷運系統內拍攝 G.改造街景或號誌 H.模擬犯罪或災難景像 I.製造煙霧效果 J.使用火藥或武器 K.使用起重吊臂 L.飛車追逐或拍攝行車畫面 M.使用特效 N.使用演員扮演軍警消防人員 O.吊臂攝影 P.使用大卡車或拖板車 Q.管制週邊人群或保安服務 R.燈火管制 S.運用火焰 T.人造雨景 U.使用發電機 V.露天炊事 W.特殊停車許可 X.使用特技演員					
拍攝 場地	拍攝 場景	拍攝 日期	拍攝 時間	申請服務	備註(室內 景/室外景)

# 連江縣政府補助影像製作申請作業要點(修正版)

100 年 9 月 22 日修定

一、連江縣政府 (以下簡稱本府)為鼓勵影像之創作與攝製，推廣「馬祖」形象，並推動本縣影像相關產業，特訂定「連江縣政府補助影像製作申請作業要點」(以下簡稱本要點)。

二、補助對象：

1. 凡登記立案之私法人，依商業登記設立之獨資、合夥事業體、藝文團體、文化社團、協會及文史工作室或個人。
2. 登記馬祖地區之立案之私法人，依商業登記設立之獨資、合夥事業體、藝文團體、文化社團、協會及文史工作室或個人。

三、補助項目、金額：

(一) 補助項目：以「馬祖」之人、事、史、地、物為發展背景之影像作品（總片長至少 30 分鐘以上-建議刪除），內容須具原創性，且未曾於國內外公開發表。

(二) 申請者製作之影片符合下列規定者，得向本局申請補助，惟補助影片類型得視本局當年度公告之實施計畫內容為準：

1. 劇情片以電影底片或專業級 HDVCAM、掃瞄線為 1080i 等級以上之高畫質數位攝影機(High Definition for Cinema)攝製，且影片單集長度應為四十五分鐘以上。
2. 紀錄片以電影底片或專業級 HDVCAM、掃瞄線為 1080i 等級以上之高畫質數位攝影機(High Definition for Cinema)攝製，且影片總長度應為二十五分鐘以上。
3. 動畫片以像素 1080i 以上且解析度 300dpi 以上之 AVI 或 MPEG2 之輸出格式製作，且影片總長度應為五分鐘以上。
4. 微電影以電影底片或專業級 HDVCAM、掃瞄線為 1080i 等級以上之高畫質數位攝影機(High Definition for Cinema)攝製，且影片總長度應為 30 秒至 600 秒內。

(三) 補助金額：每案上限新台幣 120 萬元，~~評審委員得視當年度預算金額斟酌刪減之。~~建議修改。

(四) 本要點補助金額，每案不得達申請企畫書所載製作成本之百分之五十。

(五) 補助款撥付:

本府得依申請案件執行情形分兩階段核定補助金額及撥付補助款。未通過第一階段補助者，不得申請第二階段補助。

(一) 第一階段補助:

本府受理補助個案之申請後，應由本局聘請學者專家組成委員會議，並得通知申請人到場說明或提出簡報。補助申請個案之准駁、獲第一階段補助金額之核定，應經委員會全體委員過半數之出席，出席委員過半同意，始得作成決議。申請案之審議結果，應由本局書面通知申請人。

劇情片第一階段補助款之核發，每案以新台幣八十萬元（含稅）為上限；紀錄片第一階段補助款之核發，每案以新臺幣六十萬（含稅）為上限；動畫片第一階段補助款之核發，每案以新臺幣四十萬元（含稅）為上限；微電影第一階段補助款之核發，每案以新台幣二十萬（含稅）為上限。

第一階段補助款本局得依申請案件執行進度分期撥付補助款。

申請劇情片、紀錄片及動畫片者：申請人與本局簽訂契約後五日內繳交依委員意見修正計畫及製作進度工作表至本局核備後，檢附相關請款文件報本局請領第一階段補助款百分之三十；於簽約後六個月內繳交期中影像成果並經委員會審核通過後，檢附相關請款文件報本局請領第一階段補助款百分之七十。

申請微電影者：申請人與本局簽訂契約後五日內，繳交依委員意見修正計畫及製作進度工作表至本局核備後，檢附相關請款文件報本局請領第一階段補助款百分之三十；於簽約後四十五天內繳交期中影像成果並經委員會審核通過後，檢附相關請款文件報本局請領第一階段補助款百分之七十。

未於指定期間內繳交期中影像成果至本局辦理審核者，沒收履約保證金，並追回已撥付補助款。期中影像成果審核未通過者，本局得要依委員會決議之期間及意見修正，並再送審核。修正以二次為限。逾期未改善完成者，沒收履約保證金，並追回已撥付補助款。

申請案審議通過後，申請文件內容如需變更需報經本局同意後，始得變更。未經報核，本局得追回已撥付補助款。

## (二) 第二階段補助：

申請案完成之影片，應由本局聘請學者專家組成委員會審議，並得通知申請人到場說明或提出簡報。申請案之影片審核之准駁、獲第二階段補助金額之核定，應經委員會全體委員過半數之出席，出席委員過半同意，始得作成決議。申請案之影片審議結果，應由本局書面通知申請人。

劇情片第二階段補助款之核發，每案以新台幣一百二十萬元（含稅）為上限；紀錄片第二階段補助款之核發，每案以新臺幣九十萬（含稅）為上限；動畫片第二階段補助款之核發，每案以新臺幣六十萬元（含稅）為上限；微電影第二階段補助款之核發，每案以新台幣三十萬（含稅）為上限。

申請人於獲補助影片公開播映或發行之日起三個月內，檢附相關請款文件報本局請領第二階段補助款。未於指定期間內向本局申請完成之影片審核者，沒收履約保證金，並追回已撥付補助款。

完成之影片審核未通過者，本局得要求獲補助者依委員會決議之期間及意見修正，並再送審核。修正以二次為限。逾期未改善完成者，沒收履約保證金。

申請案審議通過後，申請文件內容如需變更需報經本局同意後，始得變更。未經報核，本局得追回已撥付補助款。申請案審議通過後，申請文件內容如需變更需報經本局同意後，始得變更。未經報核，本局得追回已撥付補助款。

## 四、申請期程、文件與程序：

(一) 申請期程：每年 2 月 1 日至 2 月 15 日 (可依主管單位業務需求另行變更)或依專案方式申請。

(二) 申請文件：申請者申請補助時，應檢附下列文件(紙本及電子檔)：

1. 申請表。(如附件一) 申請書。
2. 企劃書十份。內容須包含:

- (1)片長。
- (2)類型、表現手法、故事大綱、人物表、文字劇本（若有分鏡圖，需檢附）、拍攝器材、日程計畫表及預計發行計畫。
- (3)經費預算表。（如附件二）
3. 單位設立或個人身分之證明文件影本。如係合資合製者，並應檢附合資合製同意文件影本。
4. 外國製作業者，應檢附核准來臺製作影視之證明文件。（無則免附）
5. 製作物公開播映、發行或宣傳計畫。
6. 對本縣人、事、史、地、物等意象之文化傳播、行銷推廣等效益評估或其他回饋計畫(含具體企劃內容及經費概算表)。
7. 申請者實績說明(含過去製作成品之得獎紀錄、公開展示之商業收入、周邊商品及其他交易收入等資料)及其證明文件。
8. 申請者財務狀況（含近三年資產負債表、損益表；設立未滿三年者，應就其設立期間檢附）及最近一年無退票紀錄證明。
9. 前項文件，本局除留存申請書及製作企劃書備查外，其餘文件得經申請者提出書面申請，並檢附足額郵資及寄件資訊後予以退還。
10. 申請書、企劃書記載不全或應檢附之證明文件不全者，應於本局通知日起十日內補正；逾期不補正或補正不全者，不受理申請。

3.與申請計畫相關之內容。

4.公開播映、對本縣意象推廣之效益評估及回饋計畫：

- ~~(1) 足以辨識本縣景點之場景，提昇本縣正面效益之形象。建議刪除~~
- (2) 於影片片頭前播放本縣紀錄影片。
- ~~(3) 無償提供於本縣景點側拍花絮影片，供本縣作宣傳、推廣等公益之用。~~
  - (1) 請自行提出對本府市意象推廣之效益評估。
  - (2) 回饋計畫至少應包括下列事項：
    - 1.永久無償提供於本縣景點拍攝花絮至少十分鐘(DVD 以上規格)影片，供本縣作公開傳輸、公開上映及公開播送等城市行銷公益之用
    - 2.無償同意本縣於影片正式公開上映、公開播送後，於非營利活動中公開傳輸、公開上映及公開播送或展示獲補助影片。
    - 3.影片之片尾及各項對外文宣品應標示連江縣政府及本局識別文字與圖樣。標示方式及識別文字與圖樣由本縣提供之。
    - 4.其他本縣指定之事項。



(三) 申請程序：

- 1.所有之申請文件，於申請截止期限內，以掛號寄達或親自送達本府文化局（209 馬祖南竿鄉介壽村 256 號，電話：0836-22393），逾期不予受理。
- 2.申請表及計畫書須備妥 10 份以供審查。
- 3.所有申請文件，不論獲選與否，恕不退件。

五、評審作業：

(一) 審查時間：每年 2 月 16 日至 2 月 28 日（可依主管單位業務需求另行變更）或依專案申請變更。

(二) 評審程序：

1. 本府得遴聘有關專家學者若干人組成評審小組，審查申請文件及建議補助金額。
- 2.評審委員得就申請案之創意、敘事能力、可行性、預期效益及經費編列合理性等項綜合考量。

六、交片時間：同年 12 月 15 日，或依專案申請計畫訂定完成日期交件。

七、撥款及核銷：

有關撥款與核銷細節，依據「中央政府及機關對民間團體及個人補(捐)助預算執行應注意事項」及契約書(附件三)相關規定辦理。

八、注意事項：

(一) 計畫執行期間，本府得派員監督，且獲補助者有義務定期配合本府說明計畫進度。

(二) 獲補助者應於規定交片日期前，檢具成果報告書 10 份及 DVD 版本 200 份予本府。逾期且未事先獲本府同意核備者，視同放棄，本府將撤銷補助資格，並追回已撥付款項。

(三) 補助經費應專款專用，不得挪為他用且不得任意變更改用途。

(四) 完成作品應在片尾打上「本作品由連江縣政府文化局補助」字樣。

- (五) 作品若需採用新聞資料影片、音樂或拍攝到他人著作，須取得相關著作財產權人書面同意或授權使用，且無違法之虞。
- (六) 獲補助者於簽約後放棄拍攝或違反契約書規定、或有抄襲、剽竊與其他侵害他人著作權情事，應自負侵權責任，本府並得撤銷資格，解除或終止與獲補助者之契約。
- (七) 當年度獲補助者，須隔一年度後才能提案申請。
- (八) 以外語或非國語發音者，須附中文字幕，以利推廣。
- (九) 影片內容需有足以辨識本縣景點之場景，在本縣取景之部分，不得少於影片總長度之四分之一，對於行銷本縣有正面效益且其劇情內容與本縣具關聯性。

九、獲補助者有下列各款情形之一經查證屬實者，本局得撤銷補助，獲補助者應繳回已領之補助款：

- (一) 違反本實施要點之規定者。
- (二) 繳交之申請資料、成果報告書或其附件有隱匿、虛偽等不實情事者。
- (三) 影片侵害他人著作權，經法院判決確定者。
- (四) 以不正當手段影響評審委員之公正性者。
- (五) 其他違背法令行為者。獲補助者經本局通知繳回補助款，逾期不履行時，依法追討，並以台灣新竹地方法院為第一審管轄法院。

# 連江縣政府

## 補助影像製作申請書

《封面》

計畫名稱：

申請者：

申請日期：民國      年      月      日

注意事項：1.本申請書得影印使用，請先備份。

2.所有申請表格及附件均以 A4 規格繳交，依封面、申請表、計畫書之順序於左上角以訂書針裝訂。

3.請勿另加封面或特殊裝訂。

附件一：

連江縣政府補助影像製作申請表			
計畫名稱：			
姓名		出生年月日	
性 別	<input type="checkbox"/> 男 <input type="checkbox"/> 女	身分證字號	
電話(公)		電話(宅)	
行動電話		傳 真	
E-mail			
戶籍地址	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> (郵遞區號)      縣(市)      鄉(鎮、市、區)      里      鄰 路 段      巷      弄      號      樓之		
聯絡地址			
計畫內容及特色簡述： (限 300 字)			
影片規格：  (限以 HDV 的 DV 電子數位規格或更高級規格攝製)	片長：_____時 _____分 _____秒		
經費預算總經費 (請用阿拉伯數字填寫；金額以新台幣計)			

身分證明文件	
資金運用	
財務狀況證明	
過去經歷	

附件二：經費預算表（範本）

收入部份			
項 目	金 額		說 明
其他政府機關補助			
企業贊助			
其他收入			
自備款			
<b>申請本局補助</b>			
收入金額合計			
支出部份			
預算項目	預算細目	金 額	預算說明
一、人事費	工作費		
	演出費		
	研究費		
	鐘點費		
	出席費		
二、事務費	場租		
	保險		
三、業務費	郵電		
	印刷		
	宣傳		
四、維護費	環境維護		
	樂器維護		
	道具維護		
五、旅運費	機票		
	證照費		
	車資		
	運費		
	膳雜費		
	住宿費		
六、材料費	創作材料		
	攝影材料		
	包裝材料		
	錄音影材料		
七、其他			
支出金額合計			
以上各項目經費准予勾之			

- 1.可參考下頁填寫範例及說明，依實際需求參考選用適當預算項（細）目
- 2.如本表不敷使用，請自行增列影印

## 預算項目編列參考

填寫預算表時，請參考以下各類預算項目分別填寫，並視實際支出內容，參考選用屬於各項目之適當預算細目。

### 一、人事費為薪資或酬勞性費用，例如：

企劃費、演出費（請分列各相關演出人員，如演員、舞者等）、排練費、規劃費、設計費（請詳述設計項目，如燈光設計或佈景設計等）、工作費（請分列各相關人員，如導演、技術人員等）、研究費、稿費、鐘點費、出席費、演講費、審查費、翻譯費、編輯費、保全人員費、生活補助費、日計生活費、顧問費.....等。

### 二、事務費為處理一般事務所發生的費用，例如：

場租、房租、水電費、保險費、稅金.....等。

### 三、業務費為實施特定工作計畫所發生的費用，例如：

郵電費、印刷費(請分列細目)、廣告宣傳費、設備租借費（請分列各相關設備，如佈景、服裝、道具、音樂、燈光、音響、電腦網路等）、攝錄影費、裝裱費、版權費、茶點費、資料費、展場裝置費、展品租借費、紀念品製作費.....等。

### 四、維護費為器材或設備之修繕或養護費用，例如：

維護施工費、文物維修費、環境維護費、樂器維護費、道具維護費.....等。

### 五、旅運費為因計畫公出之車資及旅費或公物搬運費，例如：

機票費、證照費、機場稅、車資、運費（含海、空、陸運）、餐費、住宿費.....等。

### 六、材料費為計畫所需之材料或物料配件，例如：

創作材料、攝影材料、展演裝置材料、電腦磁片、錄影音帶、包裝材料、建築材料、幻燈片底片.....等。

### 七、其他

## 計畫支出預算明細表（填寫範例）

預算項目	預算細目	金額	預算說明
一、人事費			
	企劃費	00,000	
	演出費	00,000	演員人數×單場酬勞×場次
	設計費	00,000	燈光設計 1 人×酬勞
	工作費	00,000	導演 1 人×酬勞
	工作費	00,000	技術人員人數×單日酬勞×天數
	小 計	00,000	
二、事務費			
	保險費	000	人數×天數×單日保險費（人員保險）投保金額= 萬
	小 計	000	
	總 計	00,000	



# 「年度補助影像製作」執行契約書

承辦單位：

主辦單位：連江縣政府文化局

## 連江縣政府「年度補助影像製作」執行契約書

連江縣政府（以下簡稱甲方）依「連江縣政府補助影像製作申請作業要點」補助「  
」（以下簡稱乙方）辦理「  
」（以下簡稱本計畫），經雙方同意訂定條款如後：

第一條 辦理事項：乙方受甲方補助，依「連江縣政府補助影像製作申請作業要點」辦理「  
」等各項提案工作，內容與成果均須依徵選辦法之規範為之。（詳如計畫書）

第二條 執行期間：自核定日起至 年 12 月 15 日止。

第三條 補助金額：計新台幣 元整。（詳見經費明細表）

第四條 付款方式、結報與相關配合事項：

（一）第一期款：乙方檢具領據（請款之金額、帳戶、年度月份、領據字號均需填妥）於計畫核定後，請領 40% 款項。

第二期款：乙方應於 12 月 15 日前檢具領據（請款之金額、帳戶、年度月份、領據字號均需填妥）、黏貼憑證（所有支出單據須貼於此，發票收據請依規定辦理）、成果報告書 10 份及 DVD 200 份辦理請款，由甲方依相關憑證核實撥付。

（二）本補助工作須依原核定之計畫時程辦理，乙方如因特殊原因或不可抗拒之因素無法在執行期限內完成時，應於 年 10 月 31 日前向甲方辦理結算終止合約或申請經費保留，經同意後始能賡續辦理。

(三)核撥付之補助款項應專款專用，不得任意變更改用途。  
但計畫如有變更必要或因故無法執行並事先徵得本府書面同意者，不在此限。

(四) 甲方於計畫執行期間得視業務需要，定期或不定期訪視乙方執行情形，乙方應予配合，不得拒絕、妨礙或規避。

(五) 有關撥款與核銷細節，依據「中央政府及機關對民間團體及個人補(捐)助預算執行應注意事項」規定辦理。

第五條 乙方執行本計畫所支付之各項所得等應扣繳或申報所得者，應由乙方於支付時，負責依法扣繳申報。

第六條 乙方申請本計畫，有下列情形之一時，甲方得視情節減少經費或解除契約：

(一) 未經甲方同意逕行變更部分計畫內容者。

(二) 核定之計畫重複向甲方以外之單位申請補助者。

(三) 經甲方派員查證未經核定計畫執行進度執行屬實者。

(四) 未於核銷期限內辦理經費核銷者。

(五) 未配合甲方辦理定期、不定期查訪或績效評估者。

第七條 有關製作完成影片之著作權，甲方擁有公開放映之權利。

第八條 本契約所附修正計畫書，均視為契約之一部分。

第九條 本契約未盡事宜，得經雙方同意後修正之。

第十條 本契約正本一式貳份，甲乙雙方各執乙份；副本四份，由甲方執三份，乙方執一份。副本如有誤繕，以正本為準。

第十一條 本契約書自雙方簽訂完成之日起生效。

立契約書人

甲方：連江縣政府

代表人：

地址：連江縣南竿鄉介壽村 76 號

電話：(0836) 22393

乙方：

代表人：

地址：

電話：

保證人：

地址：

電話：

中 華 民 國 年 月 日

(4) 各縣市影視補助法令蒐集

## 第四章

### 計畫期程

## 第四章 計畫期程

月份 / 工作項目	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月
• 健全文創產業環境							
› 辦理文創計畫推動業務	■						
› 成立文化創意推動小組	■						
• 輔導聚落-聚寶盆計畫							
› 輔導津沙產業聚落	■						
• 培育在地文創人才							
› 辦理文創育成輔導	■						
› 培育在地特色文創	■						
期末報告							■

## 第五章

### 預期效益

## 第五章 預期效益

### 一、透過整合型計畫之規畫，可長遠穩健的發展文化創意

本計畫細項工作項目雖然繁雜，但對於長期規劃之遠見，能帶來計畫執行的效益，透過長期計畫撰寫，規劃藍圖，達成目標，未來計畫以文創發展計畫為基礎，以更開闊的格局與胸襟，立足馬祖，蓄蘊台灣，輸出大陸，決戰於閩江口的致勝點，續以文創致勝。

### 二、津沙文創基地，凝聚共識是最大的文創力量

津沙是一個不到八十人的小村，在未執行計畫以前，大家對於文創興趣缺缺，總覺得是政府的事，在專案人員積極地拜訪之下，第一次的共識會議就產生了能量，大家在會議上為了自己的聚落，不斷的熱烈參與討論，從古老建築的維修到文創服裝的設計，可以看出居民們的改變，文創最美的能量不是利潤，而是人的凝聚力，居民從旁觀到參與甚至提案，再再表現居民的文創實力，津沙基地規劃雖是第一年，但居民已經準好了，未來配合計畫將會更進到核心文創的地步。

### 三、有一種文創叫馬祖，一陣風吹進台北思想中心

先讀一封來自參與文創講座的學生寫寄來本單位的一封信：



老師晚安

感謝老師的邀請，讓我們參與了一場有深度且發人省思的講座。令芝辰感觸良多。有了以下的想法，想請老師指點。

因為這個講座，讓我對馬祖有初步的認識。雖還未真的到訪，已折服於她自然人文的美，令人心神嚮往。

我想因為馬祖的交通不便，使她成為一塊美麗的淨土。也才讓旅人有機會感受到其「關島之美」。就像若梅老師的畫一樣，「記錄」著每一個時期的馬祖一花一草一海灘。但短短的 2008 年至 2013 年，畫裡蜜月東莒頗有韻味的羊腸小徑變成寬敞大道；乾淨的海灘多了開發破壞；歷史建築的消失。每當若梅老師提及至此，皆可感受到無限的惆悵與無奈。感謝若梅老師的畫，把馬祖的美留了下來。身為一個遠在台灣的局外人，自私的希望交通不便也好，這樣才可能保護她不受破壞，永遠那麼美麗，像是蘭嶼一樣。然，子非魚安知魚之樂；相反的，我也不能體會交通不便為其帶來的困擾，如同花蓮與台東人對蘇花高的渴望。而博弈對馬祖及馬祖人，又是什麼樣的愛恨情仇呢？

這讓我想到老師帶我們去松山菸廠時，曾提到什麼都不拆那就什麼也不用做了。

相信老師的經歷看太多這些開發與保留衝突的例子，芝辰對之間的衝突管理與平衡一直很感興趣，希望還有機會可以聽到老師的分享。這當中的考慮因素又有哪些。

最近去了台中南投，走訪了

宮原眼科 <http://www.miyahara.com.tw/index.html>、

彩虹眷村 <http://www.mingshan.com.tw/dream.html>

溪頭明山森林會館

溪頭明山森林會

館 <http://www.ttvs.cy.edu.tw/kcc/990925hon/kl.htm> 體會了三種不同的保存方式；三種不同的故事。和老師分享。我喜歡看老建築為我們歷史留下紀錄，更喜歡其背後的故事。

雖然我發現對於很多去的人來說，美麗的故事都不是大家的焦點，朝聖才是重點。

另外，今天聽到孫總監的分享，「有一種文創叫馬祖」，很有感覺。最近「文創」似乎成了萬靈丹搖錢樹，而使得文創商業氣息多於文化，以致文創濫觴。所以更喜歡馬祖原汁原味的感覺。

真的謝謝老師，讓我有機會參加這樣有意義的活動。如同若梅老師說的，人生中一種不同的體驗。以上為學生小小的心得，還請老師不吝指教。

敬祝順心

芝辰 敬上

聚辦活動的意義絕不是在於人數與過度喧擾的活動項目，「吹來一陣馬祖的風」文創講座，就如同兩位藝術家，簡單樸實，原原本本，藝術的心得與馬祖的美麗，就這模感動了台北的學生，馬祖文創首次進入台大與師大兩大學區，進駐到咖啡店，展示了文創商品，更帶動了一陣風潮，透過文創品的展示，可觀察文創市場的真相，例如他們喜歡買書籤，對於馬祖風燈可是完全不解風情，文創不是自己說好就足夠了，必須經過市場的檢驗與淘汰，馬祖文創品或許不是最好的，但馬祖的思潮，文學性與藝術性的對話，卻在台大與師大產生了影響，藝術家因為演講被經紀人簽下了，也有藏家開始詢問藝術家的作品要收藏，有學生受感動，也有官員特地前來參加，馬祖文創這陣風真是成功，如果還是在於人數排場與華麗喧嚷，那是真的還不知文創的力量啊。

#### **四、文創課程人才漸漸累積能量**

在馬祖辦課程通常是挑戰難事，但這次文創課程卻順利且踴躍的辦完訓練課程，從安排的師資，有台北教育大學文創所的所長林永能所長，賽德克巴萊美術指導與康寧教授許勝欽教授，每日創 60 萬瀏覽率的大台灣旅遊網范綱武主任，最重要邀請了馬祖潘建國先生分享了馬祖最美的文化，許多人是全勤的上完所有課程，不只出席率難能可貴，最美的莫過於課堂上

的互動，課堂上，來了一位文創所長，而台下坐的卻是文創店型的基本元素—純樸的婆婆媽媽，在文創加值的單元裡，為了一塊 5 元的豆乾因為改了包裝翻倍賣錢，婆婆媽媽比研究生更有熱情，提出討論，一再問老師怎麼做到的，由此可見邀請到的老師都是最好的，深入淺出切合需要，而學生也都有收穫，課堂結束仍追老師熱請討論，這群人未來就是文創的先鋒，替馬祖文創開新契機。

## 第六章

### 經費預算

經費概算

	執行內容	單位	數量	單價	小計	實際支出
一人事						
	顧問	月	7	5,000	35,000	35,000
	專案	月	7	24,000	168,000	168,000
二業務						
	(一) 文創資源整合					
	優化與整合平台	式	1	100,000	100,000	100,000
	文創補助法令蒐與機制建立	式	1	50,000	50,000	50,000
	(二) 文創育成輔導					
	文創教育課程	堂	8	25,000	200,000	200,000
	文創產品出版品	冊	500	600	300,000	300,000
	(三) 文創行銷推廣					
	設置在地文創行動基地	案次	1	240,000	240,000	240,000
	媒體規劃	式	1	180,000	180,000	180,000
	文創商品通路經紀整合	案次	1	41,000	41,000	41,000
	(四) 文創政策資源	案次	2	80,000	160,000	160,000
					1,474,000	1,474,000
三行政雜支						
	綜合保險費	式	2%	1,474,000	29,480	29,480
	行政雜費	式	15%	1,474,000	203,820	203,820
	營業稅(5%)	式	5%	1,474,000	73,700	73,700
	總計				1,781,000	1,781,000