

乘載東港過去與未來的 美麗密碼：東港 DNA

楊佳璋 樺致形象設計有限公司創意總監

壹、前言

臺灣在經濟持續發展的過程中，青壯年人口大量往城市移動，再加上少子化的衝擊加劇之下，鄉村地區面臨產業外移、人口老化及生活服務設施不足等嚴峻的窘境。為了改善臺灣城鄉地區不斷擴大差距所造成的失衡問題，以及如何深化在地文化精神，使人口及產業回流之行動勢在必行。師法鄰近國家日本近年來所推動的「地方創生」振興地方經濟政策，以「設計思維」建立地域性的品牌為目標策略，成為改善地方產業發展具體可行的方法。

鑒於彼方良好成效，國家發展委員會於2016年委託中華民國工業設計協會辦理「推動『設計翻轉、地方創生』示範計畫」，選定本島「屏東縣東港鎮」，以及離島「金門縣」各一案為示範地點。筆者所服務的「樺致形象設計有限公司」也就在此契機之下接受委託，負責執行「東港示範案」。以下筆者詳述執行過程的經驗反饋，期望有益後續各縣市推動計畫。

貳、設計翻轉、地方創生的策略原則

參考國內外相關經驗，臺灣該如何以「設計翻轉」拉近城鄉差距，進而達到「地方創生」之目標？其中核心重點是如前所述：「設計思考模式」的導入。設計思考（Design Thinking）模式最大的特色在於以人為本，

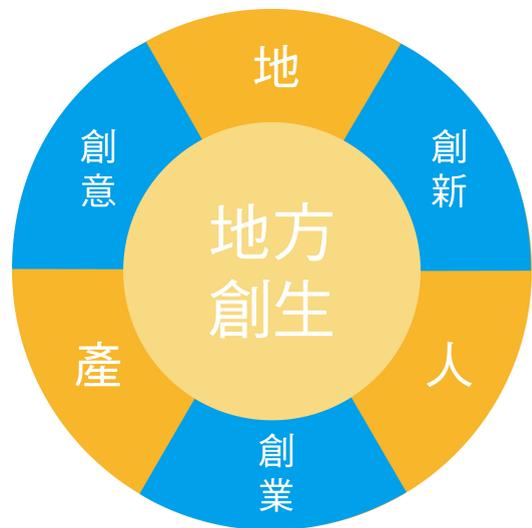


圖 1 推動概念核心圖「地、產、人」

資料來源：樺致形象設計有限公司提供

以整體性洞察力，探討普及化、大眾化甚至商業化的可能。

計畫策略是先行深入盤點地方既有「地、產、人」的資源優勢，確立地方獨特性與核心價值（如圖 1）。再透過「創意 + 創新 + 創業」的設計翻轉與輔導機制，將地方的「作品、產品、商品」轉換成兼具「設計力、生產力、行銷力」的關聯效應，達成「地方創生」的目標願景（如圖 2）。

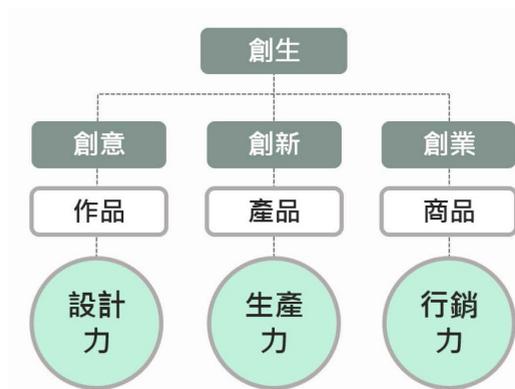


圖 2 推動概念核心圖「創意 + 創新 + 創業」
資料來源：樺致形象設計有限公司提供

參、東港示範案執行推動方式

一、甄選團隊

甄選團隊為標準作業程序的首要步驟，匯集在地與旅外的優秀人才，整合為「設計翻轉，地方創生」作業團隊，團隊所具備之功能如下列所述：

（一）整合地方旅外能量

「樺致形象設計」執行團隊探訪當地工作

者，深入瞭解東港地景、社會現況、文化發展以及在地文史團隊，探討推廣地方創生計畫的可能性。

（二）跨界引介輔導團隊

集合各領域之專家與協會，共同協助輔導地方創生執行團隊，導入「設計翻轉、地方創生」所需的新思維，啟動東港示範點計畫。

二、產業定位

產業定位在於明確地方產業資源的核心價值與創生開發的機會點。東港示範計畫針對東港的「地、產、人」三方面，跨足三級產業，跨界整合在地產業。

樺致團隊先盤點分析地方自然資源、人文歷史與社會經濟的發展現況，找出東港地區設計翻轉產業之結構內容，以地方百業為目標進行跨領域的整合式設計執行，以達到能夠廣泛運用並有效的地方創生。

（一）計畫範圍區位分析

針對地、產、人三要素同時進行完整性的區位分析，並從中尋找區域特色。

1、地：東港古稱東津，位於屏東縣東港溪出海口，清領時期就已是航運繁盛的港口。屬熱帶季風氣候，因地勢低窪容易淹水。全臺知名的東隆宮所舉辦的「東港迎王平安祭典」，2011年獲頒國家重要無形文化資產證書。日據時期的舊東港郡役所，以及日軍海軍宿舍：共和新村，

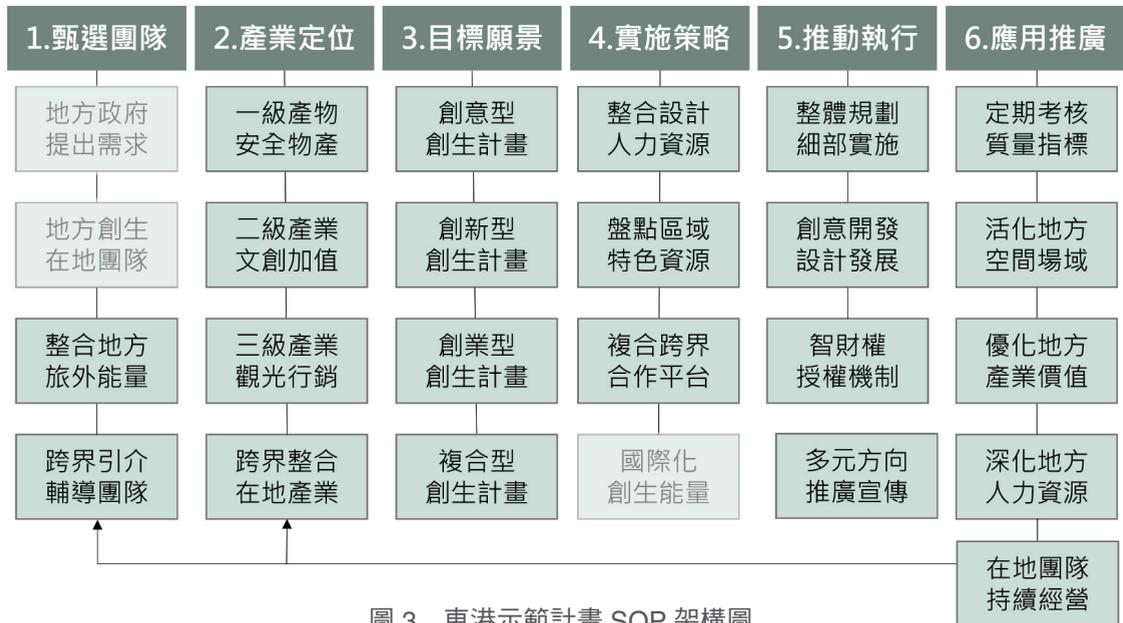


圖 3 東港示範計畫 SOP 架構圖

資料來源：樺致形象設計有限公司提供

極富日式特色的建築細節，形成獨特眷村文化。

2、產：一級產業以東港沿海線為分界，耕作平原水源充足、土質肥沃。稻作佔近一半、瓜類其次、接著是蓮霧與其他農作物。漁業從業人員佔全鎮人口三成之多，是臺灣地區外銷最大的生產地，年漁貨產量約三萬公噸。

二級產業以海鮮聞名，以黑鮪魚的生魚片最被推崇，與櫻花蝦以及油魚子，合稱「東港三寶」。三級產業從事水產品批發零售居多。觀光產業除了「小琉球」轉乘路線之外，「王船平安祭典」觀光與進香團人數也相當眾多。近年更以知名的「黑鮪魚文化觀光季」帶動地方觀光產業。

3、人：東港鎮近年因小琉球觀光帶動下，

近 5 年鎮中心房價漲約 3 成，戶數也逐年成長。2017 年 1 月底東港鎮現住人口數約為 5 萬人，地方年輕人多數於臨近屏東縣的都會區就業。

（二）各級產業及目標

定義東港各級產業內容，並分析其分布範圍、特色、市場規模以及競爭力，結合生產力、設計力與行銷力，定義跨界整合方式與成效。

1、一級產業物產加值：一級產物以豐富、新鮮、獨特性為核心價值做為產業定位。例如：精緻的東津米、蓮霧產品、獨特的地方漁產大三寶等。

2、二級產業文創加值：二級產業以文創加值具有在地特色核心價值為產業定位。例如：

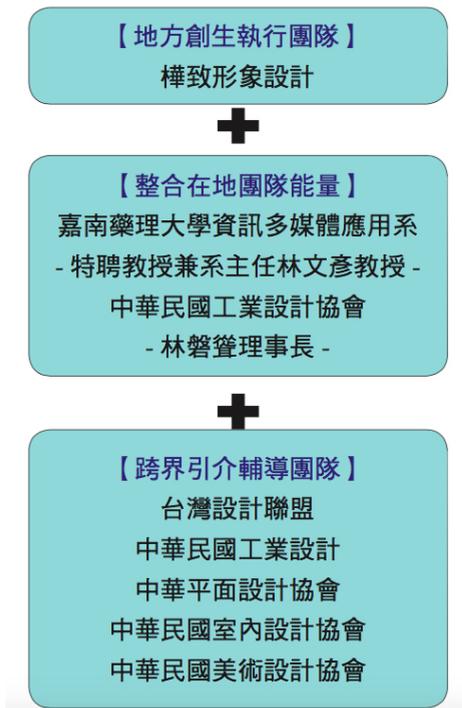


圖 4 跨界引介輔導團隊

資料來源：樺致形象設計有限公司提供

傳統手工麵線、櫻花蝦醬、鮪魚香腸等特色加工食品改造。

3、三級產業觀光行銷：三級產業以傳統產業轉型或觀光行銷做為產業定位。例如：迎王平安祭典、七角頭、共和新村、大鵬灣風景區等進行文創商品開發。

三、目標願景

根據產業定位內容擬定東港鎮創生計畫，進行資源分析訂定目標，建立東港鎮專屬的創生類型與目標願景。本階段區分為下列四種類型：

(一) 創意型創生計畫：目標在於使東港地方農、漁產業具有「設計力」，內容包含產

品的視覺設計、品牌識別設計與包裝設計。

以東津米為例，藉由創意型創生計畫，提供米產品包裝設計、米品牌視覺設計與各項媒體宣傳品設計製作。

(二) 創新型創生計畫：目標在於創新東港地方產業之「生產力」，計畫執行著重於改善產品加工成品流程、擴大生產效益，內容包含二級產業的食品加工產品設計、三級產業的活動設計。

以雙糕潤食品為例，進行產品創新規劃。創新單入包裝，與即食性的產品規劃，提出健康安全便利的行銷模式設計。

(三) 創業型創生計畫：目標在於提升東港地方產業特色商品的「行銷力」的創業型創生計畫，強調推廣產業形象與產品，創造產業榮景。

以迎王平安祭典為例，延伸祭典話題七角頭於各項產品開發與設計，結合觀光行銷模式加予運用。

(四) 複合型創生計畫：結合上述之創生策略，作為地方產業整體目標，服務內容結合前項中至少兩項，跨界整合在地產業的創業型創生計畫，複合式推動地方發展。

四、實施策略

執行團隊盤點出的東港地方資源，做為推動計畫的策略主軸，以人、地、產為出發點，整合在地核心的資源意象，激盪延伸創意的機會點。

(一) 整合計畫人力資源：透過執行團隊進行在地及旅外的優質人才彙整，建立東港地方人才資料庫，依此聘請外部諮詢顧問小組，提供策略諮詢或實際參與專案執行。

(二) 盤點區域特色資源：東港示範計畫採取「實地調查」方式，觀察東港地景風貌、人文歷史以及「深度訪談」在地仕紳耆老或專家學者等，並以訪談與調查獲得內容以「次級資料」方法分析。

(三) 複合跨界合作平臺：執行團隊整合不同領域的專家學者，建立跨界合作平臺(圖5)，藉由推動「設計翻轉、地方創生」東港示範點計畫，整合並輔導區域的特色資源。

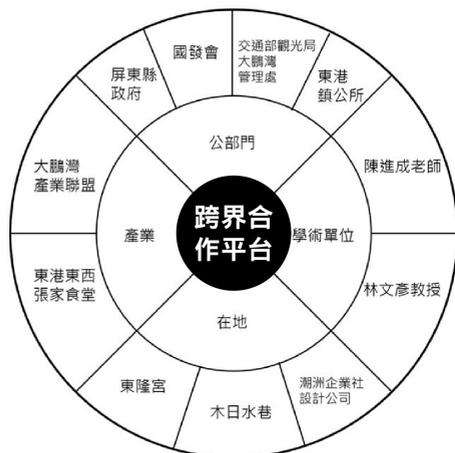


圖5 東港示範案複合跨界合作平臺組織圖
資料來源：樺致形象設計有限公司提供

五、推動執行

執行團隊進行整體規劃後分段進行細部實施、執行創意開發與設計表現，並從多元方向進行推廣宣傳。

(一) 整體規劃細部實施

針對東港發展現況及收集各方問題需求，引入相關領域之專家，提出建議改革方向與討論，以協助地方透過設計整合，精進產品創新等方式，創新市場競爭力。

經由深度訪談與訪談內容的分析，統整出東港的現況問題：

1、一般大眾對於東港印象仍只停留在黑鮪魚，近年來由於天然環境與生態議題影響，東港需要更多特色亮點。

2、地方轉乘交通與特色動線缺乏經營推廣、相關配套措施匱乏，使得深度觀光旅行成效不佳，經常成為過境景點。

3、東港著名的迎王祭為三年一科，無活動的間隔時刻旅客卻是極少，需要創造更有設計規劃的長期經營模式。

因此執行團隊決定依所進行的東港「地、產、人」資源盤點內容做設計整合，建立東港專屬色彩與元素符碼圖騰設計資料庫：「東港DNA」。

(二) 創意開發設計發展

執行團隊將東港意象的整理規劃，設計出一套可廣泛運用的元素圖騰以延伸設計思維。

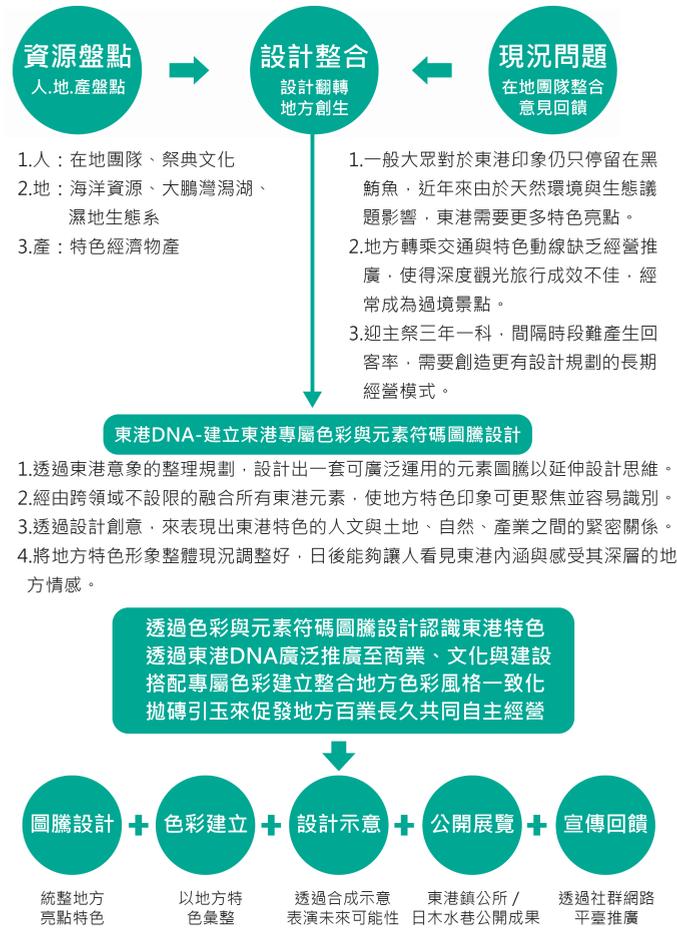


圖 6 東港示範計畫整體規劃架構

資料來源：樺致形象設計有限公司提供

不限產業、不限商家、不限品牌，經由跨領域融合所有東港元素，整合一級、二級、三級產業，展開複合型創生計畫，聚焦地方特色。透過設計創意表現東港特色的人文與土地、自然、產業的緊密關係，以便能快速產生擴散效應，讓更多人看見東港並感受其深層的地方情感。

識東港特色，並藉由東港 DNA 廣泛推廣至商業、文化與建設；搭配專屬色彩建立整合地方色彩風格一致化，拋磚引玉進行示範，促發地方百業長久共同自主經營。

（三）多元方向推廣宣傳

將創生能量資源以更多元化的方式推廣，以增加東港創生能量的曝光。本示範案以成果發表會為主，同時利用媒體宣傳、講座論壇以

如圖 7，透過色彩與元素符碼圖騰設計認



圖 7 「東港 DNA：東港專屬色彩與元素符碼圖騰設計資料庫」手冊封面

資料來源：樺致形象設計有限公司提供

及發放設計手冊刊物等方法廣為宣傳。

1、地方政府設計分享會議

專案執行期間與東港鎮公所積極討論，分享地方特色與行政重點內容，並於設計階段中集合鎮公所共同參與設計，檢視設計應用階段產出是否有誤，並使政府單位學習整合運用及可衍生之規劃。

2、地方產業聯盟團隊分享會議

藉由與東港觀光產業具有產經潛力的團體共計 39 家業者（包含民宿、運輸、食品加工、景點業者）進行討論溝通，共同推動東港觀光產業的發展。

3、設計示範成果發表

東港示範案在臺灣各地舉辦多場成果發表會，徵詢及尊重在地文創產業、藝文團體、學術教師、政府單位、相關非營利組織等之意見，以利未來相關資源整合及行政作業能順利進行。

4、媒體宣傳效果

東港示範案的成果經由「自由時報」及「聯合報」等記者的採訪刊登。各大媒體分別以「國發會操刀、東港圖騰出爐」、「東港成為國發會地方創生示範點：第一階段設計專屬圖騰」等為標題報導，媒體宣傳效果延伸效益廣大。

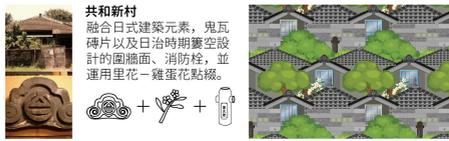
5、舉辦名人講座論壇

在東港辦理多場論壇，邀請知名產官學講者，由各種面向切入如何操作特色文化觀光產業的發展與分享。

六、應用推廣

本計畫所執行的東港示範點之相關會議以及活動，均導入應用推廣之評估與考核機制，團隊執行期間（國發會、地方政府、示範執行團隊與諮詢小組）不定期召開討論、訪談與協調會議，以確保計畫推動的效益。

東港 DNA 元素符碼圖騰-文化與地貌



東港 DNA 元素符碼圖騰-食產、文化與地貌

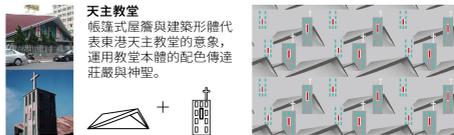


圖 8 「東港 DNA」東港專屬元素符碼圖騰設計資料庫

資料來源：樺致形象設計有限公司提供

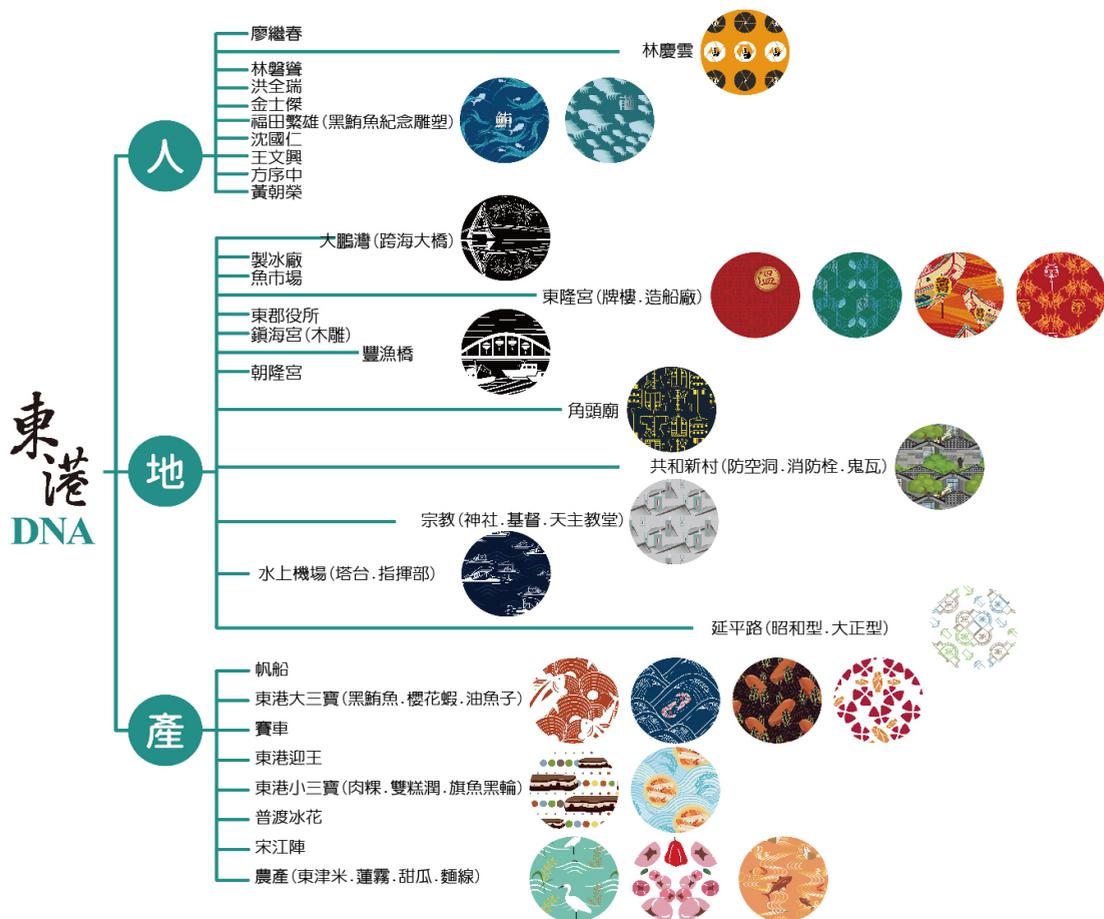


圖 9 「東港 DNA」設計資料庫總表

資料來源：樞致形象設計有限公司提供

肆、延伸效益

本次「設計翻轉、地方創生」東港示範案計畫之推動，經由整套完整系統的縝密操作過程，最後的成果透過設計創意來凸顯出東港人文、土地、自然與產業的緊密關係，使地方意象更多元，並且容易傳達概念與識別。「東港 DNA：東港專屬色彩與元素符碼圖騰設計資料庫」的智財權歸屬地方所有，未來可供地方百業延伸採用。期望經由各界整合再重組、發

揚套用到東港的各級產業，以達到提升整體形象的設計思維。

示範計畫成果完成授權以來，已在東港地區獲得多次應用於公共工程與文創商品開發的採用與延伸發酵，這絕對是筆者與執行團隊，最樂見且欣慰的成果！

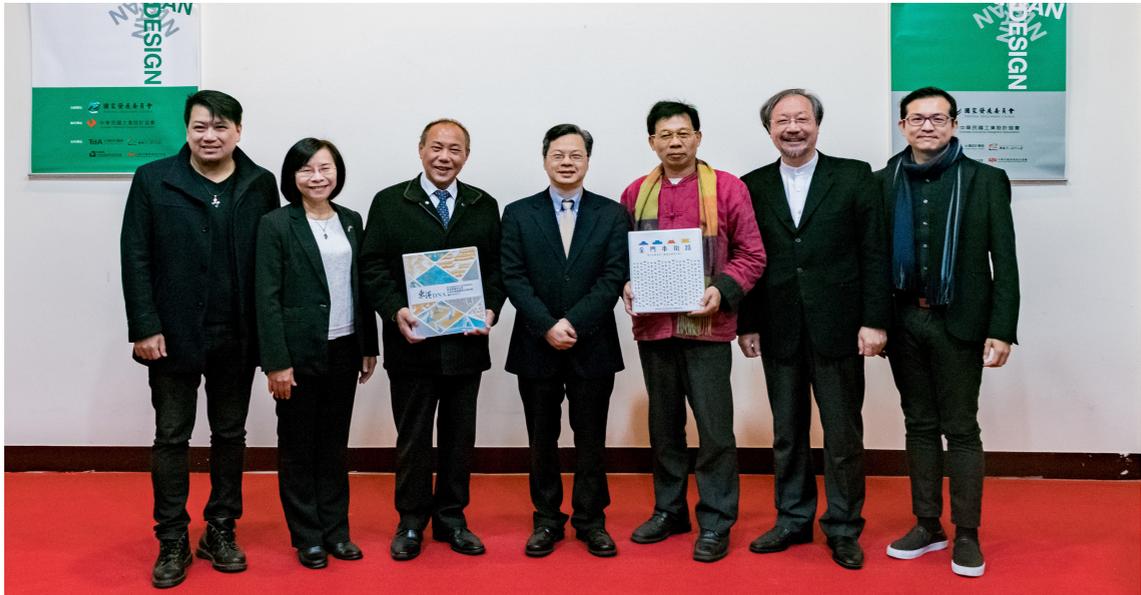


圖 10 「設計翻轉、地方創生」示範案成果發表會暨成果交接儀式（左起筆者樺致形象設計楊佳璋總監、國發會國土區域離島發展處郭翦玉處長、東港鎮徐志雄鎮長、經濟部龔明鑫政務次長、金門縣文化局呂坤和局長、中華民國工業設計協會林磐聳理事長、桔禾創意張漢寧總監）

資料來源：樺致形象設計有限公司提供

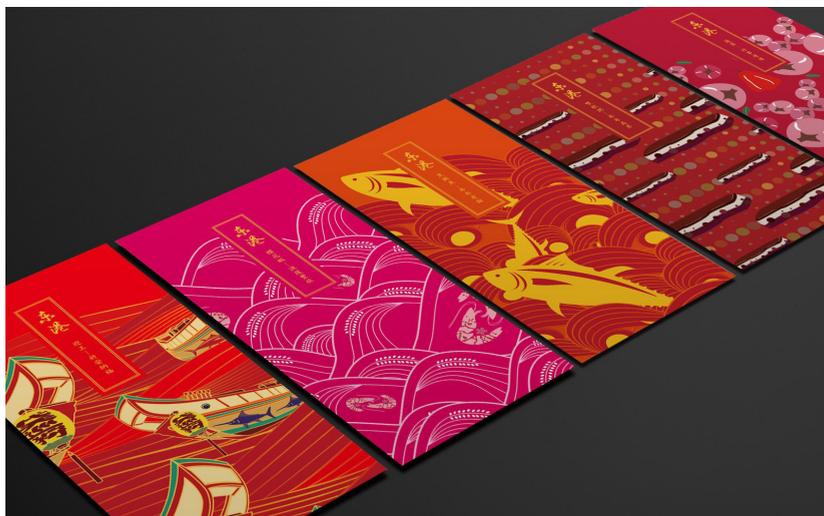


圖 11 2018 農曆新年，東港鎮公所運用「東港 DNA」圖騰資料庫設計的文創紅包袋

資料來源：樺致形象設計有限公司提供