

花東地區 產業六級化之實踐

林志善 財團法人石材暨資源產業研究發展中心總經理

摘要

臺灣產業發展從工業經濟跨入體驗經濟，必須跳脫過去製造業的思維匡臼，同時建立創新的服務價值文化，才能與全球產業或區域競爭。本文提出產業六級化的模式與建議做法，期望能協助花東地區的小農或微型企業，營造一個成功的體驗活動或過程，協助顧客創造記憶或喚起回憶，帶動東臺灣新一波的成功模式。

關鍵詞：花東、產業六級化、體驗經濟、區域聚落

壹、前言

近年來，臺灣產業發展從工業經濟走向體驗經濟，欲從過去束縛於製造思維的匡臼中，重新脫穎而出。而政府也亟思因應相關對策，希望能引領產業看到國內未來經濟的發展新契機。

自 2009 年政府推出六大新興產業後，軟性經濟的觀光產業為政府近期重點發展的產業之一。依據國內外產業價值分析，推動方向以人才培育為主要基礎投資，進而透過產業政策的規劃或環境建構，吸引相關創投單位的投資與合作，最後讓目標產業 / 區域形成一能提供創新服務的價值文化。

在當今全球化潮流下，我國產業不僅必須面臨中國紅色產業鏈的快速膨脹，更需與全球產業或區域競爭，尤其新興國家快速發展，若不持續精進將可能被全球市場所淘汰，進入廿一世紀後此競爭更為激烈與快速。為了保持產

業與區域競爭優勢，創新成為傳統經濟與知識經濟的重要推動思維，不僅在廠商、產業層級，也在區域發展層級，其中整合性的區域創新系統（regional innovation system）將有助於區域內產業、學研機構與政府相互合作，提高區域產業附加價值與知識密集度。

貳、產業六級化推動思維

臺灣自古以來，便以農業為立國根本，面對全球產業朝體驗經濟轉型之際，臺灣農業也正處於時代的巨輪當中。行政院農業委員會前主任委員陳保基表示「臺灣面臨的挑戰包括從業人口高齡化、生產規模過小、飲食習慣西化，以及年輕世代普遍認為農業是辛苦勞累、社會地位低落、利潤微薄的產業，這些環節無不侵蝕我國農業向上發展的根基。」

但深入觀察臺灣的一級產業，臺灣的農業

技術與生產在世界上已具有一定的水準，例如：石斑魚、蝴蝶蘭、烏龍茶、芒果、蓮霧…等研發與生產工藝均在全球排名上名列前茅。只是這些優勢，隨著臺灣進入國際貿易組織，以進口替代削價競爭比比皆是的激烈競爭環境，是否會再度應驗「農業是弱勢產業」的傳統思維，還有待觀察。但如何走出競爭紅海，並創造國內自有的特色風格，已是刻不容緩的開發課題。

尤其花東地區在都市化與現代化的環境趨勢下，青壯年外移，人口結構逐步高齡化，傳統產業受到全球化衝擊，在地產業因而喪失經濟競爭力及文化特色，也由於人口的外流導致分配資源更缺乏，陷入發展遲緩的惡性循環、居住環境破敗、產業沒落蕭條、城鄉差距持續擴大。

臺灣東部地區受限於先天區位與交通因素，因地理環境狹長，中小企業分佈離散，其工商企業發展數量較少，故整體企業員工數、實際運用固定資產淨額與全年生產總額亦較西部地區為低，且東部地區多為勞力密集的技術及低階勞動型態，產業分布大多在農業、服務產業為主，如農業產銷班、小吃攤、民宿、文字與創意工作者、及許多自營工作者等。依據行政院 103 年 10 月核定之「花東產業六級化發展方案」，以善用花東用一級產業之發展優勢與二、三級產業之發展契機，強化產業六級化之合作鏈結為主要規劃理念，運用科技技術，協助東部產業進行產業整合及行銷拓展。藉由落實產業六級化，來開創國內經濟藍海發展的新契機。

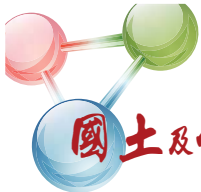
所謂的產業六級化，就是藉由整合一級產業的生活智慧、二級產業的生產效能與三級產業的生命感動，將商品的附加價值擴大提升到整個產業價值鏈之中，而不論是一產、二產、三產的優勢組合（1+2+3）或是彼此跨業間的

優勢融合（1×2×3），都能產生最大綜效的整合概念模式。

一級產業的新思維包括：農業「精緻化」、「樂活化」、「企業化」與「產業化」。前端透過提升產品品質，促使農業多元發展；後端則透過好的包裝、行銷與管理，讓資源做到最有效之應用。換句話說，要將農業企業化，就要做好研發、生產、銷售、人資管理、財務管理與資訊透明，才能讓市場走出新的格局。除了企業化經營，產業化的經營思維也不可忽略，意即不只提升自有的競爭能力，也應朝向異業結盟，讓產銷達到經濟規模，同時借重品牌與行銷服務的好處，把精緻產品轉成客製化商品，並進而推導至消費者的感動共鳴，讓消費者不再只是被動的接受產品或服務，而是主動成為產業發展的影響關鍵。

可是，光有一級產業仍不足推動產業六級化的發生。一級產業（農業）需要二級產業（工業）的大量生產與規模化的製造程序，更需要三級產業（服務）的品牌推動與行銷支援，方能創造一級產業的最大價值；同樣的，二級產業除了要持續提高產品的生產效率，並精進商品品質外，也要能滿足顧客需求，更要重視生態保育、節能減碳，以獲得利害關係人的認同與價值認同；三級產業也不例外，提供的服務商品不僅需要有生產力、品質力與行銷力的支持，也要具備感性場域、感人故事與感動服務的支持，才能創造消費者或顧客的美好回憶，同時建立長久的顧客忠誠度。

有鑒於此，不論是一產農業、二產工業，還是三產服務業，都要能做到跨業的產業延伸與整合，並兼顧環境保育和顧客共鳴的的效益。而本文所提的產業六級化，恰與花東產業產業



推動的生活工藝與科技農企體驗作法不謀而合。

參、六級化體驗經濟的核心模式

民國 70 年代，臺灣在工業經濟時代向全世界展現了令人羨慕的經濟奇蹟，但現今全球產業均進入「體驗經濟」的發展情境，過去可強調品質、成本與快速交貨的代工經驗模式，已經無法滿足強調美學、創意與文化所建構的軟經濟環境。體驗經濟追求的不是質量與價格，更不是產品差異與顧客滿意，而是可以創造客戶愉悅度的優勢價值。

欲建構六級化體驗經濟的核心，便要先強調品牌的概念，並以故事作為企業內的推動核心，對外故事則為宣導推廣的主體內容，並運用於廣告或行銷活動之中，而內外連接模式便由體驗活動所組成。

而一個成功的體驗活動或過程，必須具有娛樂力、教育力、美學力與脫離力等四個前提目的，並將生產銷售、服務活動與創意設計融入其中，營造一個可幫助顧客創造記憶或喚起回憶的場域情境。以下就四力分別說明：

一、娛樂力（entertainment）：透過感官的刺激，引起客戶的興趣，進而積極參與，更以溫馨感受而留下深刻回憶。

二、教育力（education）：運用客戶的好奇、好強與想嘗鮮的心態，運用設計好的互動模式幫助客戶了解與認識。

三、美學力（esthetics）：透過場域創意或產品美學要素，讓現場的客戶都能產生內心的愉悅感動。

四、脫離力（escapist）：使客戶完全投入，

忘記原本的身份與頭銜，完整融入現場所扮演的角色，以脫離日常所面臨的種種困頓。

肆、臺灣東部產業發展推動策略

臺灣東部地區的一級產業向來以農產品開發為主要項目，又因地理位置的獨立性，擁有與西部截然不同的特殊自然景觀，加上在地發展的文化與工藝特色，使得臺灣東部一直是政府推展觀光旅遊的重點場域，也是全世界矚目的旅遊重點之一。

然而，臺灣東部企業，歷久以來，也因地理、交通、產業環境等限制，對於行銷之認知與工具運用，確實不及其它地區，其它共通性不足說明如下：

一、小農小戶或微型企業居多，無法擴大經濟規模。

二、原物料僅能進行簡單加工與包裝，致使產品缺乏精緻化。

三、量產化商品需運輸至西部進行製作，不僅作業耗時，成本也連帶增加。

四、人才東移誘因不足，長期欠缺產業研發與行銷人力。

五、特色聚落偏遠，缺乏整合串連服務。

為協助東臺灣開創產業新機，東部產業需提升科技化與產業化的運用概念來加值文化傳承與創新育成，促使更多微型企業或獨立工作者提升其技術能量、資源管理能力、品牌行銷能力與體驗教育服務。

由此可知促成單一微型企業仍無法讓東部產業或區域生活環境有所幫助，如同大海裡的一顆珍珠，是無法顯而易見的，唯有將這些珍

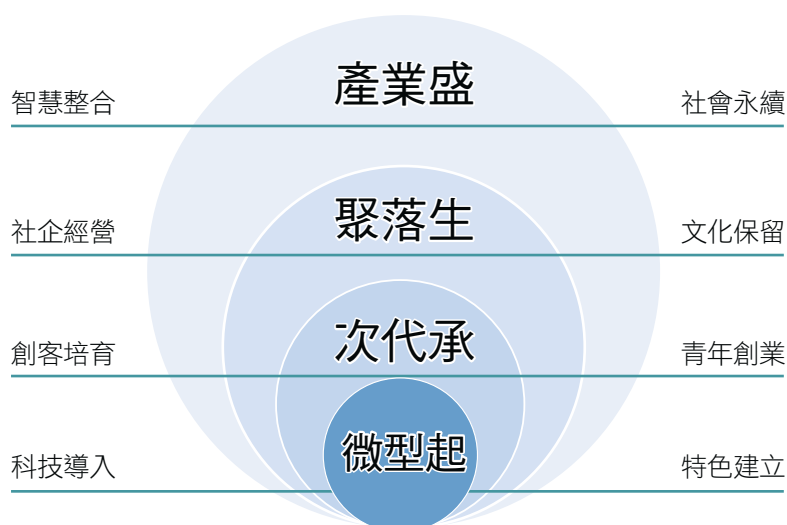


圖 1 臺灣東部產業發展推動策略

資料來源：財團法人石材暨資源產業研究發展中心提供

珠串聯在一起，才能突顯整體的價值。因此，聚落化事業的推動是扶持微型企業後的下一步。

聚落事業化推動主要在於創新加值及跨域整合，將運用科技導入產業創新、量產及行銷，建立市場需求及消費導向之產業化發展環境，使聚落產業成為高競爭力產業，並轉型為知識整合之服務產業。藉此創造高額附加價值及龐大商機，使在地特色產業成為加值型、所得穩定之產業。

為提升地方各聚落事業之整體區域活絡，避免維持單打獨鬥的經濟生態，智慧旅遊對於東部區域經濟永續的發展，是不可或缺的關鍵創新方案。透過匯入創新產品加值包裝與運用科技拓展行銷推廣，形塑智慧旅遊的新型態產業發展，讓各地遊客更有興趣及動力走到臺灣東部，在接觸體驗的過程中，更加瞭解東部觀光旅遊產品背後的故事，營造感動的氛圍，進而建立遊客對在地的認同，將觀光旅遊產品和深刻回憶帶回去，引發未來重複到訪、繼續購買、地區認同的情感，建立起東部觀光產業永續營運的新經濟模

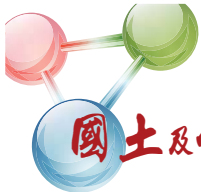
式，藉以帶動新一波臺灣東部整體的產業發展。

針對花東地區（一）技術能量不足；（二）人口外移嚴重；（三）行銷通路不足；（四）交通運輸受限等相關因素，經濟部提出「東部十年二階段三產業發展策略」，推動東臺灣不同特色特性產業的發展與構聯，同時協助東部地區產業技術提升經營轉型，吸引二代青年返鄉創業工作，並透過聚落合作，形成多元化的觀光服務經濟網路，促進東臺灣的經濟、環境、文化、生態等層面全面活化，吸引消費者到花東旅遊，購買特色商品，達到增加所得、創造就業及利潤共享之目標，形成在地產業正向循環發展的創新六級化模式。以下就花東產業永續暨六級化推動策略進行說明：

一、規劃原則

以環境優先、特色導向，以及整合發展、利潤共享為規劃方向，推動花東永續暨六級化重要規劃原則如下：

（一）保存自然人文資源：保存豐富自然



資源及多元文化特色，以及在生態系統涵容的能力下發展。

(二) 運用在地特色優勢：善用自然資源與人文特色，朝低污染、低耗能的高附加價值產業發展。

(三) 解決產業發展困境：改善交通運輸、培訓關鍵人力、加強品牌行銷，增加產業發展能量。

(四) 創造利潤地區共享：推動合作事業，跨域加值合作，建立合理的利潤回饋及共享機制。

二、推動發展課題

為提升在地產業商品創新與客制，同時又能吸引遊客進來，並透過體驗瞭解在地文化故事，達到拓展觀光據點與特色聚落的目的，營造消費者心中的深層感動並建立對在地的認同，進而帶動東部產業整體發展。其推動內容分成「特色產業聚落事業化推動」及「智慧整合平臺推動」等兩大課題。

(一) 特色產業聚落事業化推動

經濟部透過法人研發能量，引進外部技術能量，提供產業長期發展協助，提升產業市場即時反應能力與接單彈性，彌補東部產業供應、設計鏈缺口，降低產業生產成本以及開發少量多樣產品，提升花東中小（微）型業者市場競爭力。

就特色產業聚落事業化推動策略，可依序分為「技術基地建置期」、「地方厚植升級期」、「科技加值擴散期」等3階段，各階段分別有幾項重要執行措施；推動東部在地生產產品，強調新鮮、安全、安心的品牌形象，打造有活

力的樂活農業，吸引更多年輕人共同投入，藉由開發多元化創意農產，透過製作技術之改進，進行在地農產加工品研發，賦予傳統產品之新穎創意，豐富東部農產加工研發產品新選擇，並推動農產伴手禮，吸引民眾對農產品的興趣，開創農產多元加工利用的新價值。

1. 技術基地建置期

在此階段成立在地化加工應用中心，輔導廠商進駐與簡易農產代工，初步解決在地農產過剩的問題。導入研發人才，以東部特用植物為主，厚植研發人才庫，吸引專業人才東移。成立專家科技農企輔導團，建立技術轉移標準作業程序（Standard Operation Procedure, SOP），成立科技農企輔導團，協助日後複製擴散。

2. 地方厚植升級期

此一階段為技術能量升級，科技農企輔導團協助地方產品加值性提升，加強地方農產加工能力。產品品質提升，強化輔導開發多元化產品，厚植相關產品系列擴展市場價值與帶動經濟效益。加工技術轉移，科技農企輔導團適地導入加工技術，解決基礎農產加工問題。

3. 科技加值擴散期

此一階段為特色聚落焦點輔導，研發人才深根，東部特用植物效能進階研究，朝健康保健食品發展。農地契約增加收益，產地契作保障農民生產風險及產品製造商的原料來源不虞匱乏農地合作契作。科技化行銷平臺，以東部特用植物研究為基礎與生技廠技術媒合共同開發，帶動科技農業產品快速打樣產能。農民青年返鄉與就業，鼓勵青年返鄉參與農作與開發，並搭配完善人才技術課程與訓練延續科技農作精神。



圖 2 特色產業聚落事業化推動分期

資料來源：財團法人石材暨資源產業研究發展中心提供

（二）智慧（科技應用）整合平臺推動

為協助東部聚落事業化向上整合，並以達成行銷推廣東部特色聚落為目標，經濟部建構一個應用整合平臺，協助完成產業聚落串連，其推動階段分成「系統及資料建置期」、「行銷平臺應用期」、「平臺服務擴散期」等3階段：

1. 系統及資料建置期

此一階段，匯整東部特色產業相關資訊，包含：深層海水、科技農企、生活工藝、在地美食、深度景點等各項產業資料，並依據產業屬性、商品內容、交通與腹地狀況等相關資訊進行條件匯入與建置，同時也針對平臺之功能設計與營運方式著手規劃。

2. 行銷平臺應用期

平臺在此階段分別結合金流、物流等服務，同時連結創客空間功能，建立線上創業推廣機制，提供東部創客快速媒合服務，再藉由跨法人、跨平臺等方式，串連各項電子商務資，將

平臺作廣範應用。此外，本階段後期，將規劃建構電子錢包、發票之功能，提供線下體驗、線上消費之商業模式。

3. 平臺服務擴散期

此階段為平臺服務的擴散時期，針對平臺之大量消費者行為資料庫進行評析，研擬相關行為動態對策，協助東部企業產品及服務之開發或衍生應用。同時培育在地潛力創業，間接利用平臺服務模式另行創業。

綜言之，聚落化推動之目的係在：物出與人進。在產品面，協助東部特色產業業者提升產品研發技術，走向產品創新化、精緻化，並協助擴大行銷管道，達到「物出」之結果論；而觀光服務面則以在地聚落合作、協助培育管理及管理人才，並藉智慧旅遊模式，連結特色商店、聚落，拓展東部觀光人潮，達到「人進」的效益論。

其中創客產業聚落的形成，有益於帶動現

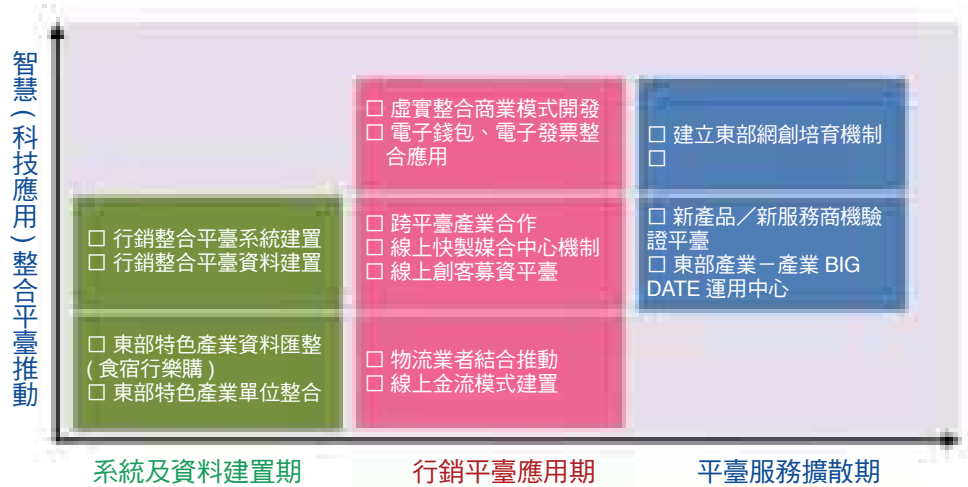
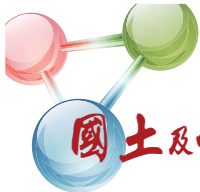


圖 3 智慧（科技應用）整合平臺推動分期

資料來源：財團法人石材暨資源產業研究發展中心提供

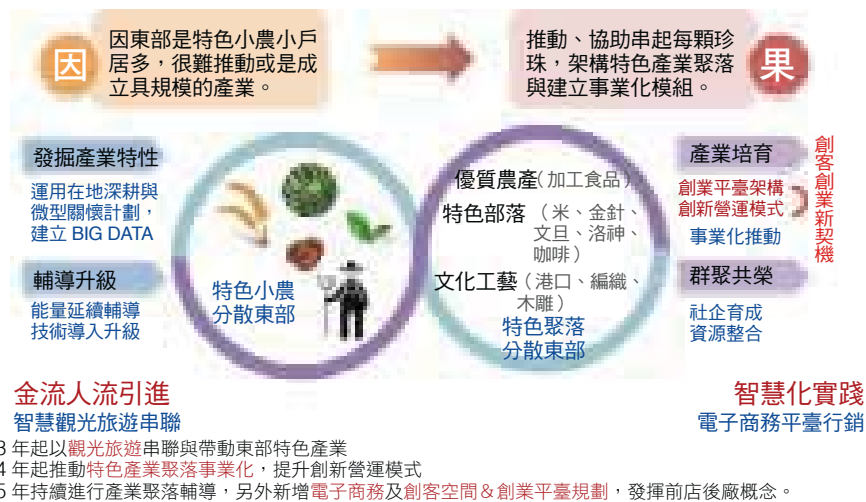


圖 4 花東地區永續發展暨產業六級化推動模式

資料來源：財團法人石材暨資源產業研究發展中心提供

有傳統加工業新的製造價值，同時傳統產業也能提供創客產業一個可以落實想法的契機，對於東部的產業發展有相當大的助益。

而智慧（科技應用）整合平臺之建置，最重要的環節即是消費者資料庫的建立，亦是長期發展的關鍵。資料愈足，便愈能藉由分析進而瞭解消費者的需求與偏好，甚至更深入地預測消費

者之需求，如知名平臺 Amazon，其可利用大數據資料，推估消費者可能會買卻未買之產品，從而事先備貨，以縮短到貨時間。雖然大數據資料應用，臺灣尚不及歐美，然而，它卻是臺灣未來跨足國際的必要條件。

經濟部也期望未來能透過平臺之維運，其執行團隊可計畫性規劃衍生公司，且藉由尋求

投資及母體投入，獨立成為計畫衍生企業，持續推動平臺運作，使平臺得以企業經營方式，協助東部企業永續經營。

伍、花東產業六級化案例

一、黃金蜆的故鄉——花蓮立川漁場

臺灣可食用之前三大經濟貝類分別為牡蠣、文蛤與臺灣蜆，其中臺灣蜆的產量位居第三，若以淡水貝類來論，則排名第一。目前較具規模的臺灣蜆養殖業多座落在桃園、彰化、雲林及花蓮地區，由於花蓮壽豐鄉藉著東部的地理優勢，其水源特別優異，環境也沒有一般的工業污染，再加上整體養殖區域的規劃較為規模，收成與分級也相對完善，因此，臺灣蜆的品質遠較其他地區高。

臺灣蜆的養殖始於 1959 年（民國 48 年）彰化一帶，爾後陸續擴及桃園、南投、雲林、臺南與花蓮等地。由於市場看好，1970 年代起便有許多農民將貧瘠的農地改闢為養殖魚塢，擴大養殖規模。近年更因蜆精的功效確定，臺灣各大食品廠紛紛投資想關衍生性商品，粗估國內蜆精市場一年的產值超過新臺幣 10 億元。

二、從一級產業跨入二級加工

立川漁場位於花蓮縣壽豐鄉的天然湧泉區，其臺灣蜆的養殖便是以活水作為培育用水，相較於傳統的淨化養殖池池水，以活水養殖出來的臺灣蜆不僅鮮美無土味，在品質上也更加安全、可靠，因此，才能孕育出聞名全國的黃金蜆。

有了一級產業的成功經驗，立川也開始進入大量加工的工業化前進，從標準化作業、機械化生產、制度化營運到規格化原料，無不都是堅持品質均一，唯有產出高品質的原料產品，



圖 5 立川蜆加工廠

資料來源：財團法人石材暨資源產業研究發展中心提供



圖 6 黃金蜆的養殖秘密

資料來源：財團法人石材暨資源產業研究發展中心提供

才能讓蜆精攻佔快速成長的健康食品市場。此一升級，不僅打造了臺灣蜆加工製品的藍海商機，也讓黃金蜆從一級邁入二級產業。

三、技術導入，突破轉型障礙

在黃金蜆的養殖過程中，因為夏天的日照時數長，養殖池中的藻類生長迅速，因此，夏季的黃金蜆肥滿度（蜆肉重量百分比）最高（20%）。反之，冬季因為氣溫低、日照不足，以致肥滿度僅約 8%（夏季肥滿度的三分之一）。因此，經濟部所屬之法人研究單位—石材暨資源產業研究發展中心（簡稱石資中心）複製深層海水藻類培育技術，協助立川發展適合黃金蜆攝取的冬天主食，並改變養殖池水藻相，使



圖 7 黃金蜆殼的回收與再製

資料來源：財團法人石材暨資源產業研究發展中心提供



圖 8 立川蜆文化生態館

資料來源：財團法人石材暨資源產業研究發展中心提供



圖 9 黃金蜆種類及生態介紹

資料來源：財團法人石材暨資源產業研究發展中心提供



養殖池能接近夏天環境，讓冬天的黃金蜆肥滿度可達夏季的八成以上。

由於天然湧泉無法進行曬池清潔，當黃金蜆產量達到一定規模，養殖池也會累積大量的殘留餌料與蜆的排泄物，進而造成蜆殼出現影響賣相的黑斑，甚至減低黃金蜆的成長速度、提高養殖成本。為解決池底有機質的問題，立川也透過「經濟部小型企業創新研發計畫」進行水產養殖用益生菌的研發工作，不僅解決養殖池

的有機廢物問題，也讓蜆殼呈現漂亮的金黃色。

當黃金蜆進入大規模加工，其廢棄的蜆殼則是伴隨而來的問題。為協助資源能有效的充分利用，經濟部東部產業技術服務中心將回收蜆殼再製成「蔬果洗滌粉」，讓黃金蜆達到 100% 的資源利用，不僅發揮了範疇經濟的效益，也提高了企業競爭力。

立川從標準化的大規模養殖到進行食品加工，不僅取得「GAP 優良養殖場」認證，也獲

得「CAS 優良農產品」與「GMP 優良製造產品驗證」，並將黃金蚬研發成各種健康食品，如蚬精、蚬錠等產品，都是不斷累積黃金蚬名氣的加值作法。隨著品牌的建立與市場需求增加，立川也邀請同業組成黃金蚬的養殖聚落，提供養殖技術與品管制度等相關訓練，讓壽豐地區逐漸成為黃金蚬的故鄉。

四、一兼二顧，跨足服務與體驗

隨著臺灣休閒風氣漸長與旅遊人口的到來，國內旅遊的形質也從走馬看花逐漸轉型到主題概念，強調臺灣製造、在地特色、知識教育與美感體驗。為因應體驗經濟的來臨與休閒農業的推動，立川將 30 年所累積的湧泉養殖經驗與黃金蚬的成長的脈絡歷史，逐一融入文化與創意元素，先後運用「創意生活產業發展計畫」及「東部產業創新技術發展暨關懷輔導計畫」規劃出「黃金蚬專業養殖體驗園區」與「蚬文化生態館」，同時建構體驗區、特色餐廳、觀光工廠、後山璞食（小農直送概念館）等不同場域空間，以「黃金蚬生態虛擬實境」作為園區導覽解說的重點項目，並結合整體園區遊覽規劃動線，打造一個觀光、遊憩、知性的黃金蚬文創園區，讓黃金蚬的故鄉從養殖業、蚬產品製造業延伸到休閒體驗業。

五、花東產業六級化的實踐者

由一級產業轉成二級產業，是在對自身產品的品質堅持，並經過持續不斷地改善、認證制度的認可與功效性的科學驗證，這些工業化的過程與經驗，讓立川的每一顆黃金蚬都有身分證明，使每個原料或產品都能達到無毒、新鮮，以及健康的標準。立川從原本的小小漁場轉型成高附加價值的生物技術原料產業，再藉食品



圖 10 臺灣蚬教育介紹 (一)

資料來源：財團法人石材暨資源產業研究發展中心提供



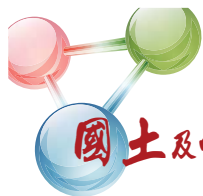
圖 11 臺灣蚬教育介紹 (二)

資料來源：財團法人石材暨資源產業研究發展中心提供



圖 12 臺灣蚬教育介紹 (三)

資料來源：財團法人石材暨資源產業研究發展中心提供



大廠的通路與促銷，協助站穩品牌的角色地位，進一步又連結鄰近的契作戶，型塑黃金蜆產業聚落，到如今成為臺灣蜆的領導品牌，也是亞洲最大的蜆原料供應商。

為深化立川的經營，建立永續的經營根基，它從一級產業融入了環境教育與童趣生活，也召集在地的二度就業婦女把家常的漁香美饌化為招牌料理，讓黃金蜆、貴妃魚和臺灣鯛成為桌上佳餚，顧客除了休憩旅遊，同時還能大快朵頤。其六級化的發展歷程圖示如（圖 13）：過去，立川的營業額有 6 成來自於一級的水產養殖事業，二級的加工僅佔事業體的 4 成；如今，一級的養殖事業只占全事業體的 2 成，二級的蜆精事業與六產的體驗事業則各佔 4 成。由此可見，在「蜆文化生態館」聆聽壽豐鄉的山水背景與水路流向、臺灣蜆的生態循環與採收流程；在「五餅二魚餐廳」品嚐現炒黃金蜆、清蒸貴妃魚與鹽烤臺灣鯛；在體驗區下水回味「一兼二顧，摸蜆仔兼洗褲」的傳統漁民生活等，已讓遊客獲得美好的回憶和感動，也讓立川的體驗效益從市佔率延伸到心佔率。



圖 13 立川漁場六級化發展圖

資料來源：財團法人石材暨資源產業研究發展中心提供

陸、花東未來永續發展建議

一、永續成長推動概念：

臺灣花東地區過去以生產農產品作為生活經濟的來源，隨著技術的發展與轉型，整個東部地區的區域生產方式與商品產出都發生很大的變革。在推動產業六級化的同時也要兼顧區域的永續發展，就整體的平衡發展需要注意四大層面：

（一）永續生態環境的維護與保育

生態敏感地區的保育與存續，建立土地資源系統、妥善保護及利用東部豐富自然資源，並達到：

- 1、穩定的環境機能。
- 2、完整連續的生態空間。
- 3、多樣化的生態環境。
- 4、充分的保育措施。

（二）永續生產（產業）環境的建設

善用自然資源與特色，發展東部農村地區具競爭優勢與價值創新的特色產業，創造就業機會及提昇競爭力。

- 1、環境資源為依附的產業發展模式。
- 2、循環減廢的產業生產方式。
- 3、環境友善的產業生產活動：發展有機農業，建立大面積、大規模之「農業生產專業區」，藉由擴大生產規模及降低運銷成本等營運策略，並結合休閒農業、地方農村文化與農村旅遊等多元套裝的方式進行宣傳與行銷，協助在地農業的提升。
- 4、高附加價值產品的產業生產。



圖 14 立川黃金蜆體驗園區 (一)

資料來源：財團法人石材暨資源產業研究發展中心提供



圖 15 立川黃金蜆體驗園區 (二)

資料來源：財團法人石材暨資源產業研究發展中心提供



圖 16 立川漁場五餅二魚餐廳

資料來源：財團法人石材暨資源產業研究發展中心提供



圖 17 立川小農直送概念館

資料來源：財團法人石材暨資源產業研究發展中心提供

5、發展利基型的特色產業：善用自然資源與特色，發展東部農村地區具競爭優勢與價值創新的特色產業，創造就業機會及提升競爭力。

6、發展休閒農業、「生態、文化體驗農業」，提升農業的附加價值：尋求「高品質、高消費、永續發展」的發展模式，以取代目前西部地區「人多、低消費、低品質」的發展模式；以花蓮具有獨特的山水之奇、濱海資源，加上多元的文化內涵及閒適的田園風光，發展具高附加價值的休閒農業、生態農業、體驗農業等。

7、社區微型產業計畫：善用自然資源與特色，發展東部農村地區具競爭優勢與價值創新

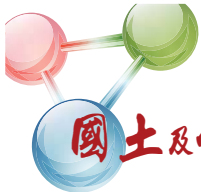
的特色產業，創造就業機會及提升競爭力。

8、營造東臺灣特色之新農村社區：根據東部景觀遊憩資源、原住民文化、農牧產業等特色、營造產業與生活結合之新農村社區。

(三) 優質生活環境的建構

根據東部景觀遊憩資源、原住民文化、農牧產業等特色、營造產業與生活結合之新農村社區。此外過去農村新風貌計畫著重社區外圍的景觀改善，但農村再生計畫強調的是農村聚落內部活化及整體環境改善，並促進：

1、舒適安全的生活空間。



2、精緻的農村社區文化發展。

3、質量均衡的公共投資。

（四）自信、有尊嚴的生命照護

營造人本生活環境，強化農村社群服務及教化基礎，建立東部舒適、低污染、尊重人性的高品質生活環境。

1、農村文化創意產業的發展：應著重農村傳統技藝、文化與生活方式的創意延伸，順應產業轉型的契機，發展高附加價值的農村文化產業。此外文化本質的深化，產業從事者本身之培育與深造亦是重要的課題，藉此達到社區居民皆能對自我文化深度的認同。

2、文化與傳承：重視在地認同、傳統智慧再現。

3、老人心靈照護與小孩照護計畫。

4、營造人本生活環境：營造以人本為主的生活環境，強化農村社群服務及教化基礎，建立東部舒適、尊重人性的高品質生活環境。

5、營造健康、幸福感的社區。

二、花東區域（鄉、鎮、市、區）整合建議

因應臺灣社會結構改變與花東地方政府單位的規劃發展，同時鼓勵花東地區一級產業或微型企業能善用自身條件與資源，找到適合自己發展的模式與聚落結構，並打造聚落品牌，創造永續典範。建議可結合下列4項構面，營造體驗經濟的永續新紀元：

（一）低碳與自然資源利用環境

位處於中央山脈或海岸山脈等農村社區，以節能減碳與利用自然資源的簡單生活，協助

轉型過往的生活方式成為現代生活的智慧，作為其他地方發展之借鏡。

（二）幸福村（長期照護）

隨著高齡化社會的來臨，並配合全民健康保險制度即將推行的長期照護政策，在花東縱谷或東海岸線等環境營造適合老人養生、小孩環境教育之生活環境，發展社區型照護產業、環境教育與保護的知識產業。

（三）慢城

「慢城」是指建立一種放慢生活節奏的城市形態。根據世界慢城聯盟的規定，獲評的城鎮、村莊或社區必須人口在5萬以下，追求綠色生活方式，反污染，反噪音，支持都市綠化，支持傳統手工方法作業，不設快餐區和大型超市等。成為其中成員必須在城市人口、環境政策、城市發展規劃、基礎設施、食品生產甚至青少年教育等方面滿足54項的具體規定。截至目前，全球共有25個國家的140個城市被授予「慢城」稱號。

（四）特色建築與文化古村

東臺灣的人口族群有原住民、漢人、客家庄及日本移民文化等傳統聚落。未來可配合中央與地方政府，經輔導、協助社區推動農村再生時，藉由文化保存來營造社區特色與工藝產業。

柒、結語

花東產業六級化除了應強化聚落內的協合，也應在創新性與周邊連結力度上增加力度，讓設計美學、體驗質感跟故事魅力成為營運成功的關鍵，並強調彼此間的學中做、做中學，創造屬於自己的獨特故事，販售自己的價值風格

與生活主張。本文的案例，充分說明一個跨足產業的優勢組合或優勢融合是怎麼建構的，也說明了體驗經濟的營運模式是未來提升花東企業整體戰力和永續發展的關鍵動能，更是其他微型企業尋求躍生向上的爆發引擎。

由於體驗經濟是一種產業型態轉變的現象，隨著工業社會邁向體驗經濟社會，消費者在追求安全、方便等基本需求滿足後，會逐漸增加自我實現，以及個人與社會互動的尊重等心理需求層次。因此，體驗經濟的來臨將改變企業只從供給面思考創新的傳統思維，而是以顧客體驗的價值創造作為持續創新的動力。

再次強調，現在顧客缺的不是東西而是感動，在花東產業永續及六級化的推動之下，商品

品質早已無法作為差異化的核心，消費者真正追求的是商品背後的價值主張與意義，同時又能與商品產生認同共鳴，並反應出與自身形象相符的價增效果。企業商品只要能提出「價增效果」，就能替企業本身創造特色效果。

體驗不是最後的經濟成果，企業要將大量規格化生產變成大量客製化生產，也要整合需求鏈和供應鏈，依據真正的需求，協助顧客實現自我，讓顧客因服務而獲得滿足與成就，成為品牌的死忠粉絲，甚至化身為品牌代言人。期望未來花東的生活美學都能垂手可得，並作為其它地區的借鏡典範，讓臺灣不僅是研發人才匯聚的綠色矽島，更是一個充滿幸福、人文薈萃的樂活寶島。

參考文獻

1. 花蓮縣政府。2013。《**花蓮縣農村再生總體計畫**》。花蓮市：花蓮縣政府。
2. 國家發展委員會編。2014。《**花東產業六級化發展方案**》。臺北市：國家發展委員會。
3. 張書豪、樊晉源。2013。區域創新系統知識前沿與熱點分析。《**商略學報**》第5卷第4期：269-281
4. 蘇錦彰。2014。《**六產達人**》。臺北市：中衛發展中心。
5. Cooke, P., Urang, M. G. and Etxebarria, G. 1997. Regional innovation systems. *Research Policy* 26, no.4-5: 475-491.
6. Quadri-Felitti, Donna 2013. New York University: Yielding Returns for Greater Profitability for your Wine Country Business. <<http://winetourismconference.org/wp-content/uploads/2013/11/Yielding-Returns-Wine-Tourism-2013-Conference.pdf>>

