

南華大學旅遊事業管理學系碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER OF SCIENCES
DEPARTMENT OF TOURISM MANAGEMENT
NAN HUA UNIVERSITY

台灣社區產業發展—以華山社區產業觀光發展為例
Development of Community Industry in Taiwan Taking the Development
of Community Industry Tourism in Huashan as an Example



研究生：洪迺鈞

GRADUATE STUDENT : Nai-chun Hung

指導教授：張清標 博士

指導教授：王嘉淳 博士

ADVISOR : Ching-piao Chang Ph.D.

ADVISOR : Chia-chun Wang Ph.D.

中 華 民 國 一 百 年 六 月

南 華 大 學

旅遊事業管理學系

碩 士 學 位 論 文

台灣社區產業發展

—以華山社區產業觀光發展為例—

研 究 生：洪迺鈞

經考試合格特此證明

口試委員：蔡錦樺

沈淑宜

王嘉淳

指導教授：王嘉淳

所 長：丁德敏

口試日期：中華民國一百年六月二日

南華大學旅遊事業管理學系九十九學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目：台灣社區產業發展—以華山社區產業觀光發展為例

研究生：洪迺鈞

指導教授：張清標 博士

王嘉淳 博士

中文摘要

本研究針對華山社區具備咖啡文化產業之獨特，然而華山社區即以此產業為基礎，營造擁有咖啡特色的社區，並引導在地的休閒觀光產業之群聚成長，同時吸引觀光潮流；因此，本研究依華山社區咖啡產業觀光化的過程為紀錄及研究其形成之探討、現況發展與未來永續。

從研究方法討論，主要根據文獻資料、研究範圍實際觀察、實際訪談方式等等整合資料分析；然而理論層面上經由聚集經濟學、休閒社會學以及文化經濟學等，解析華山咖啡產業的觀光化過程，由探討人文、自然環境和產業的空間經歷，如何促進華山咖啡產業的形成，同時促使咖啡產業成為地方經濟面向的永續發展之可能。根據上列的研究方向，本研究「台灣社區產業發展—以華山社區產業觀光發展為例」之議題，其主要探討之建構如下：

- (一)針對華山社區之群聚咖啡產業如何形塑進行研究。
- (二)整合華山社區咖啡產業之未來永續發展議題。

本研究藉由彙整文獻與訪談資料解析與交叉比對進行探討，增加研究之可信度，同時依據聚集經濟學與文化經濟學、休閒社會學等理論層面置入研究基礎中；而研究結論以建構在地常民生活文化、社區認同與信任之共識、空間與地景之意象融合、建立產業節慶的文化內涵以及整合發展與未來之主導的明確等，期能賦予華山社區咖啡產業推動上的參考建議。

關鍵字：華山、社區、產業、旅遊

**Title of Thesis : Development of Community Industry in Taiwan Taking
the Development of Community Industry Tourism in
Huashan as an Example**

**Name of Institute : Department of Tourism Management, Nan Hua
University**

Graduate Date : May 2011

Degree Conferred : M.B.A

Name of Student :

Advisor : Ching-piao Chang Ph.D.

Chia-chun Wang Ph.D.

Abstract

The content of this study is mainly that Hua-Shan Community bases owns a unique business of coffee culture, and the Hua-Shan Community bases upon this business to establish a community with the feature of coffee, and the same time it leads the local group development in the tour and leisure business and also attracts the tour heat. Thus, this study based on the process record of forming the coffee business into a tour business, exploring how the business was formed, the current situation and its future development and the everlasting possibility.

The method of study is primarily based on the archives、local investigation、interviews and etc. to integrate and analyze the data gathered. Theoretically, this study will explain the process of Hua-Shan Coffee to become a tour business through the view of Group Economics、Leisure Socialism and the Culture Economics and to explore how the Hua-Shan Coffee business is pushed to be formed by ways of humanities、nature environment and the production area, and also to promote the possibility of having coffee business to become an everlasting local economy. Focus on the above aspects of this study, the subject 「Development of Community Industry in Taiwan Taking the Development of Community Industry Tourism in Huashan as an Example」 is intended to make research as follow:

- (1) Research on how the clustered coffee industry has been formed in Huashan Community;
- (2) Research on the sustainable development of community coffee industry in Huashan Community.

In this research, the literatures and interview data were collected for analyses and cross comparison to reinforce its credibility, they were integrated into the research grounding according to the theories of cluster economics, cultural economics and sociology economics; at the conclusion of the research, a few advices was presented to push the development of coffee industry in Huashan Community by building the living culture of local residents, consensus about community realization and trust, integration of space and landscape image, establishing the cultural property of industry celebration, integrating the development and specifying the future target.

Keywords: Huashan; Community; Coffee; Industry; Tourism

目錄

中文摘要.....	i
英文摘要.....	ii
第一章 緒論.....	1
1.1 研究之動機與目的.....	1
1.2 研究基地之空間環境.....	9
1.2.1 華山社區生態與環境.....	10
1.2.2 產業文化與觀光資源定義.....	12
1.3 相關文獻與理論回顧.....	14
1.3.1 咖啡發展歷程.....	14
1.3.2 相關地方產業發展研究.....	22
1.4 研究範圍界定與方法建立.....	23
1.4.1 研究範圍界定.....	23
1.4.2 建立設計與研究方法.....	25
1.4.3 研究架構及理論.....	29
第二章 華山社區產業之地景.....	37
2.1 華山社區之地景脈絡.....	38
2.2 地方產業之歷史發展.....	40
2.2.1 天然資源產業發展.....	40
2.2.2 豐厚的農業背景.....	45
2.2.3 農業地景置入觀光產業.....	47
2.3 災後產業經濟重建.....	48
2.4 咖啡產業經濟效應.....	52
第三章 重拾咖啡產業的空間脈絡.....	57
3.1 回溯咖啡的歷史產業.....	57
3.2 咖啡產業歷史延續與推展之契機.....	66
3.3 華山社區咖啡產業崛起.....	68
3.4 咖啡產業湧入社區之經濟建構.....	75
第四章 首創咖啡文化產業活動.....	81

4.1 台灣咖啡節慶之建構.....	81
4.2 咖啡文化節慶置入之商機.....	86
4.3 咖啡業者之互利與共存.....	92
4.4 觀光商品化之產業.....	98
第五章 華山社區咖啡產業觀光化.....	101
5.1 華山咖啡產業觀光化之形塑.....	101
5.1.1 社區產業的聚集經濟.....	102
5.1.2 聚集建構的咖啡市集.....	110
5.2 迅速建構的觀光地景.....	117
5.2.1 社區產業之場域擴充.....	117
5.2.2 視覺意象與空間氛圍.....	123
5.2.3 待置入文化的咖啡商機.....	126
5.3 社區產業的虛擬效應.....	127
5.4 社區產業之觀光永續.....	134
5.4.1 社區產業的常民文化.....	136
5.4.2 產業觀光化之整合主導.....	138
第六章 結論.....	141
6.1 以視域空間獲利的地方產業.....	141
6.2 提升咖啡產業的深層價值.....	142
6.3 建構產業共識與根植文化內涵.....	144
文獻參考.....	147
中文部份.....	147
英文部分.....	154
附錄資料.....	155

表目錄

表 1.1 觀光資源特性之整理.....	13
表 1.2 咖啡產地、品種說明品種.....	16
表 1.3 栽種咖啡的生態過程，本研究整理.....	18
表 1.4 台灣咖啡栽植現況〔西元二〇〇九年統計〕.....	21
表 1.5 相關研究案例參考與分析資料.....	23
表 1.6 關於休閒社會學的階段性概述.....	30
表 1.7 文化經濟學—文化價值之概述整理.....	32
表 1.8 產業聚集經濟定義整理.....	32
表 2.1 古坑鄉之主要農產之分布.....	45
表 2.2 古坑鄉之主要農產之產期.....	45
表 3.1 台灣咖啡產業歷史整理.....	65
表 3.2 桂林、華山、華南村沿線庭園咖啡與民宿.....	73
表 4.1 西元 2003 年至 2010 年台灣咖啡節慶揭幕時間與簡要說明.....	84
表 5.1 古坑鄉整體觀光遊憩資源.....	101
表 5.2 華山社區總體營造依據地景、產物及文化建購層面.....	104
表 5.3 華山社區發展協會進行活動項目整理.....	107
表 5.4 華山社區咖啡產業群聚的觀光供給面分析.....	116
表 5.5 華山、華南及桂林村沿線之咖啡相關餐飲民宿業者.....	118
表 5.6 台灣咖啡產地分布與栽植產量.....	132

圖目錄

圖 1.1 雲林縣社區總體營造組織圖.....	6
圖 1.2 古坑鄉西鄰斗南鎮、北鄰斗六市，占地為雲林縣二十鄉鎮市中最廣區域.....	11
圖 1.3 文化產業架構區分.....	12
圖 1.4 古坑鄉華山社區具備觀光資源之綜合性說明.....	13
圖 1.5 全家、7-11、萊爾富等等咖啡銷售據點商機媒體報導資料.....	20
圖 1.6 古坑鄉咖啡觀光休閒產業之群聚村落，包括桂林、華山、華南村.....	24
圖 1.7 山社區咖啡產業群聚區域.....	24
圖 1.8 研究區域之航照圖(一·中心線為村界)(--- 虛線為咖啡產業群聚區域).....	24
圖 1.9 質性研究歷程與理論的模式圖.....	26
圖 1.10 各種質性研究的觀點.....	27
圖 1.11 休閒社會學研究歷程示意圖.....	30
圖 1.12 古坑咖啡產業觀光化研究理論.....	34
圖 1.13 研究架構.....	35
圖 2.1、2.2 古坑鄉屬於斗六辦務署，分由斗六堡、他里霧堡、打貓東頂堡管轄.....	39
圖 2.3 清朝乾隆年間「台灣輿圖」雲林地區形勢圖.....	40
圖 2.4 古坑鄉庭園咖啡分布在華山、桂林、華南村，以龜仔頭及橫路口密度最集中...47	47
圖 2.5 咖啡產業形成從地方領導者、地方組織、環境變遷、咖啡業者等面向思索.....	50
圖 3.1 日據時期荷苞村有「咖啡山」之稱.....	61
圖 3.2 聚集經濟學的理论以供給、需求和環境三面向概述華山咖啡群聚延展議題...79	79
圖 5.1 第一屆華山社區發展協會組織概況.....	105
圖 5.2 第一屆華山休閒產業聯盟會組織概況.....	109
圖 5.3 華山社區咖啡產業延伸群聚概況.....	109
圖 5.4 華山社區咖啡產業觀光化過程.....	111
圖 5.5 所有元素開發與管理均由私人企業、非營利性組織及政府公部門組成.....	113
圖 5.6 眾多外在因素牽制觀光供給面.....	114
圖 5.7 中國時報，2004.10.10，全省萬象 C5，古坑被爆進口咖啡混充台灣咖啡.....	127
圖 5.8 聯合報，2004.10.30，A1 版，古坑咖啡進口豆混充.....	128
圖 5.9 中國時報，2003.11.04，雲林新聞 C4，只聞咖啡鄉不見咖啡樹.....	128

圖 5.10 休閒社會學之形成期與整合發展期後，勢必面對社會批判性與解釋處理...133

圖 5.11 社會經濟由美學、精神、社會、歷史、象徵、真實等文化的層面所支配...138

照片目錄

照片 1.1 咖啡樹全株樣貌.....	18
照片 1.2 咖啡花盛開景象.....	18
照片 1.3 綠色咖啡果實.....	18
照片 1.4 成熟的咖啡果.....	19
照片 1.5 咖啡樹葉面生長實景.....	19
照片 1.6 咖啡樹利用檳榔樹蔭栽種景象.....	19
照片 2.1 取山區原石製成石臼.....	42
照片 2.2 取山區原石材製石齒輪.....	42
照片 2.3 取用山區天然原石所製成的石庵缸.....	42
照片 2.4 運用山區天然石頭製成之石輪.....	42
照片 2.5 至 2.7 納莉與桃芝颱風後的土石流景象.....	49
照片 2.8 進入古坑鄉沿線相關咖啡地標引導.....	53
照片 2.9 古坑鄉農會農業休閒中心與咖啡加工廠.....	53
照片 2.10 古坑鄉農會加比山咖啡品牌指標.....	53
照片 2.11 古坑鄉農會農業休閒中心立碑.....	54
照片 2.12 古坑鄉農會農業休閒中心體驗營.....	54
照片 2.13 古坑鄉農會農業休閒中心加工廠.....	54
照片 2.14 華山村眺望西部平原之夜景.....	55
照片 3.1 黃耕子保留昭和十五、十六年兩張派令，註明月薪為二十三元及二十五...62	
照片 3.2 黃耕子老先生為古坑咖啡之咖啡產業耆老.....	62
照片 3.3 高寶月女士以傳統方式炒焙咖啡豆.....	63
照片 3.4 至 3.9 民國 47 年台灣省長周至柔前往荷苞山工作站視察咖啡種植情形.....	64
照片 3.10 荷苞村地母廟牌樓及巴登咖啡看板.....	67
照片 3.11 地母廟外觀.....	67
照片 3.12 巴登咖啡位處荷苞村地母廟對面.....	67
照片 3.13 巴登咖啡館外觀.....	69
照片 3.14 巴登咖啡館內部.....	69
照片 3.15 巴登咖啡館內部.....	69

照片 3.16 巴登咖啡館外觀.....	70
照片 3.17 巴登咖啡館前.....	70
照片 3.18 巴登咖啡館騎樓.....	70
照片 3.19 華山村康府元帥廟.....	76
照片 3.20 康府元帥廟前攤販.....	76
照片 3.21 康府元帥廟前店家.....	76
照片 4.1 古坑鄉農會加比山二合一即溶咖啡.....	89
照片 4.2 古坑鄉農會加比山三合一即溶咖啡.....	89
照片 4.3 古坑鄉農會加比山咖啡豆.....	89
照片 4.4 劍湖山世界遊樂區.....	93
照片 5.1 左起蔡顯勇、吳永堃及邱遵隆先生.....	103
照片 5.2 運用以石抗石的自然工法.....	105
照片 5.3 古坑鄉農會加比山標幟.....	113
照片 5.4 庵古坑咖啡商品標誌.....	113
照片 5.5 至 5.12 華山社區居民將農產及咖啡加品擺設宅前進行販售.....	120
照片 5.13 至 5.16 華山社區咖啡大街沿線觀光遊憩人潮及登山客實景.....	120
照片 5.17 鄰近劍湖山沿線華山看板.....	124
照片 5.18 鄰近劍湖山沿線華山看板.....	124
照片 5.19 大湖口進入華山社區看板.....	124
照片 5.20 華山社區上山入口看板意象.....	124
照片 5.21 古坑鄉公所改善後之看板.....	124
照片 5.22 華山社區代表精神意象建物.....	124
照片 5.23 古坑鄉公所改善後之看板.....	124
照片 5.24 古坑鄉公所改善後之看板.....	124

附錄資料

附錄一、古坑鄉舊地名由來整理.....	155
附錄二、古坑鄉氣候、地質、動植物生態.....	156
附錄三、古坑鄉各村落觀光資源.....	157
附錄四、本研究訪談名單.....	159
附錄五、本研究訪談節錄.....	160
附錄六、古坑華山咖啡主要廠商品牌.....	170
附錄七、本研究攝影紀錄整理.....	171
附錄八、華山社區咖啡產業相關新聞議題.....	176

第一章 緒論

本章節緒論將為華山社區咖啡產業發展研究之基礎章節，其內容涵蓋 1.1 研究之動機與目的、1.2 研究基地之空間環境、1.3 相關文獻與理論回顧、1.4 研究範圍界定與方法建立等四小節；首要闡述研究者對於研究目的、議題、動機之引發等等論述，另外再依據研究基地現況的空間環境以及觀光遊憩資源與描述彙整；將古坑鄉華山社區咖啡產業發展與觀光空間的交集呈現，彰顯兩者在歷程上結合地理環境的發展優勢，而逐步呈現咖啡觀光遊憩產業的發展紀錄；接續以台灣各地方產業發展之文獻資料及理論為研究者參考，然後將本研究範圍界定，同時著手建構研究方法，以利研究過程的探討依據，並規劃研究流程與呈現架構面向，有利於本研究各章節的發展。

1.1 研究之動機與目的

近年來台灣的政治層面以及經濟結構發展，在環境充斥迅速變遷的狀況下，各種產業也不斷迅速變化，由觀光旅遊相關產業的飯店、旅館、民宿、餐飲、交通運輸等等休閒產業，皆是觀光旅遊的建構體系，而在台灣未來經濟產業發展的優先推動中，亦將休閒旅遊歸類為重要一環；尤以近年公部門持續推動鄉鎮特色融入城鄉總體營造，期待發揮一鄉一特色之休閒產業。其城鄉總體營造就是要改革鄉鎮的生活基礎，突顯鄉鎮的特色或個性，以提升當地居民的生活品質與文化，使其能過著富裕充實的人生；為此，整個鄉鎮的發展即使緩慢，但也一定要朝著未來，永續發展下去，就是所謂的經濟活絡化；經濟的活絡化，一定要有經濟上永續的互動效應才行，地方一定要與都市有所「交流」才能獲得繁榮。

所以說，城鄉交流正是活絡地方經濟最重要的關鍵(郭瑤琪，2003)。一鄉一品之政策，由地方主動規劃產業蛻變升級計畫，更能貼近地方需求...協助各地特色產業強化其產業結構，帶動關聯產業共同發展，活化地方產業並賦予新生命，增加當地之就業機會，重塑產業新風貌(中國時報，2009)。

研究者對於雲林縣古坑鄉華山區域內具有天然景觀與獨特咖啡產業結合行銷，帶動在地產業發展契機，同時因應消費供需面向，咖啡業者經營逐一林立，消費基點陸續產生，公私部門順勢推動成為台灣首次出現之咖啡節慶，造就「台灣咖啡原鄉」美名，因此將切角依「觀光休閒產業」之觀點，解析本區域的形成構面與根源；雲林縣古坑鄉華山社區之休閒產業，採以「社區營造」方式為推展基礎。結合地方農林產業、藝術、人文、生態及自然景觀等資源，且以社區總體營造為理念，期望能創造農村就業機會，提供國民休閒旅遊的環境，並增進國民對農業、農村生活及文化之體驗為目的之農業經營，以協助傳統農業轉型後的發展(李孟訓，2007)。

華山社區以社區總體營造運用昔日咖啡產業再造，銜接大眾市場需求，成為當地經濟產業導向，也為雲林縣過去經濟依附傳統產業之現象外，尋找不同經濟發展可能。社區可以是一個村莊、一棟公寓、一條街道、一個街區、一個小鎮、一個城市等，其條件是居住在這個有限範圍內的民眾必須具備共同體社會的認同意識(陳其南，1995)；而所謂「地方產業」，是指地方生活、文化、歷史的結晶，也是地方產業經濟的重要支柱(翁徐得，1995)。而關於「社區」是指一群具有共同經濟利益或共同文化傳統的人群或國家；指共有、共享、相同、認同或共同參與等情況(徐震，1980)。

在台灣，社區總體營造已經不是一個陌生的名詞。行政院文建會開始推動社區總體營造計畫，至今已在全省各地普遍地展開，而且一直在推動著，是結合自然資源、景觀資源、人的資源、文化資源、生產資源等，五項資源的一種以住民為主，是它的方法論與最終預期的成果。而且它也是一種以住民為主，透過行政、企業的協調，達成地方建設並建立社區生命共同體的計畫(陳俊榮、翁志成，2003)。

然而要凝聚在地常民的共識，需要透過認同在地生活，由目前社會價值在資本主義充斥下，生活水平提升、都會觀點擴充、農村分配不均等，皆展現人與人之間的距離冷漠，對於在地公共關係毫無正視；因之，透過社區總體營造的注入，引導居民對所處的人文、地景與產業等喚起在地的關心，促使常民的凝聚；當居民的共識凝聚後，認同價值也順勢提高，促進了社區居民參與地方推展的意願，此即為社區發展永續的基礎。

然而地方社區推動各公共事務，需要在情感上產生共鳴與認同，此過程需要積極累積情感，擁有共同記憶和思維目標，常常需要在地居民與居民間，經由彼此不斷溝通交流與經驗分享，同時參與公共事務，進而對社區經濟產生共同想法，並思索為在地產業尋找共利，所以這群擁有共同理念者，試圖將地方資源之特色彰顯，期待推動成為有利在地經濟的產業，其主要運用地方社區的人、事、物等特色融入在地產業資源，成就地方經濟發展，提供在地居民生活基本需求，同時也滿足在地生活的文化元素；所以在地產業發展是社區居民主要經濟來源之一，因此推動地方特色產業的形成非常重要，其在地生產會直接彰顯人力資源運用狀態，廣大牽動經濟面向，亦是為社會帶來安定祥和的一種力量。推動在地產業需要仰賴有心民眾的認同以及組織系統的運作，才得以有效地

調節地方產業經濟發展，並在地方社區的文化元素上顯現內化氛圍，進而轉換在地產業的實質精神象徵；研究者觀察台灣目前各地方特色發展，出現當地居民抑或地方組織彼此認同不一，以及相關單位缺乏交集平台與經驗交流，甚至公部門經費審核分配不均等議題，加上公私部門與垂直縱向各單位的差異執行，常是導致地方社區發展上的嚴重瓶頸。

依據台灣文化建設委員會將社區總體營造如下定義：「社區總體營造是以社區共同體的存在和意識作為前提和目標，藉著社區居民積極參與地方公共事務，凝聚社區共識，經由社區的自主能力，配合社區總體營造理念的推動，使各地方社區建立屬於自己的文化特色，也讓社區居民共同經營「產業文化化、文化產業化」、「文化事務發展」、「地方文化團體與社區組織運作」、「整體文化空間及重要公共建設的整合」及其他相關的文化活動等。如此因社區民眾的自主與參與，使生活空間獲得美化，生活品質獲得提昇，文化、產業、經濟再行復興，原有的地景、地貌煥然一新，進而促使社區活力再現。如此全面性、整體性的規畫與參與社區經營創造的過程，稱為社區總體營造」(行政院文化建設委員會，1995)。然而社區總體營造在全球化過程的資訊交融下易於混淆；所以，在地的地域精神與獨特氛圍應足夠清晰，強化在地的居民認同與共識凝聚，展現屬於社區自身的場所意象，將是在一片全球化的過程中能展現獨特風格的方式。而地方民眾透過在地生活世界的記憶與經驗和氛圍，延伸對於在地所依附的感受，每一位民眾都產生不同的依附感受，而此種差異將隨延續的過程逐漸縮短成為彼此距離，同時轉化為地方的共識感，且為在地獨特意象的產生。關於生活世界的地方，難以運用公部門制定的行政界線歸類定義，其非單一的地域據點或街景等可以清晰描繪，實際存於居民心中的生活世界是多元建構而成，且彼此交雜各類知覺感受與

生活經驗累積，演化為對自身所在的地方感。

所以透過社區總體營造組織(圖 1.1)是凝聚與提昇地方民眾之共同意識，因此著重社區意識的形成與導向，而過程採取當地民眾在相同價值觀念中取得彼此認同，經由民眾之間在當地空間與時間交會而累積的集體記憶抑或情感交流，是一種經過彼此認同與融和後所彰顯的地方歸屬感，且在居民之間不斷地交流互動，產生變化與凝聚在延伸為共同意識；這是推動社區總體營造對於社區共識的重要依據，然而實際推展時應置入在地共同議題之人、事、物為引導，產生議題共鳴以利距離縮短，可為在地向心的集結開端，運用漸進方式的導引在地生活世界與空間之品質提高，同時牽動產業、文化、經濟的脈動，建立社區民眾於溫馨與祥和的氛圍空間中。農村聚落社區總體營造，其主要之精神在鼓動社區居民參與公共事務，以提升生活品質，且為創造社區就業機會、啟動社區自主機制及改造社區空間環境，進而落實居民是社區最好設計師的目標。藉由在社區辯理各項工程，並由地方居民參與其工程設計、施作的過程，使社區營造的精神在地方扎根，進而加強居民對家鄉的歸屬感，並注入農村社區的活力(陳俊榮、翁志成，2003)。

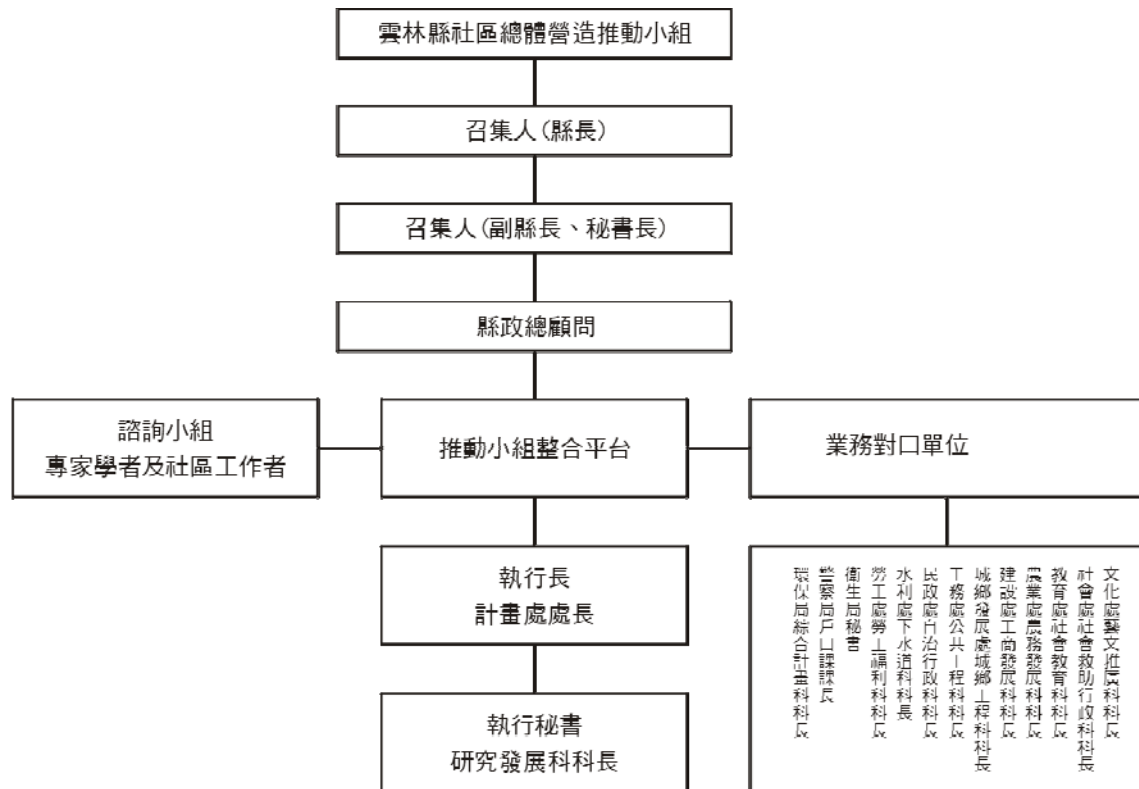


圖 1.1：雲林縣社區總體營造組織圖

資料來源：雲林縣社區營造E即通網站 <http://yc.yunlin.gov.tw/content/index.aspx?Parser=1,3,15>

農村再生、綠色造林皆有助於生態環境及休閒觀光發展...文化創意產業的振興，可提升經濟成長...台灣具備特殊自然、人文與社會資源優勢，透過發揮台灣觀光優勢的拔尖；培養觀光產業競爭力的築底...將能引導台灣觀光業與國際接軌（中國時報，2009）。而現今觀光旅遊主要提供休閒以調整身心，同時提振工作職場等效能，也滿足了生活慾望的消費層級，以填補社經地位的強化現象，透過時間及空間的娛樂沉浸，滿足身心內外的歡愉，所以由資本主義的觀點而言，人經由勞力換取酬勞，在透過酬勞兌換民生之需求，經過連串的資本過程運作後，對自我內心的精神層面價值存在，最需經由自我狀態而肯定，而此一狀態是需要有在休憩與閒暇的時間及空間中轉換獲取，此即為休閒、觀光、旅遊空間的醞釀與發展，並跨足牽動了環境空間變遷和社會經濟的脈動影響，不單是淺層的商業營運，由研究之論點切入，其觀光旅遊之議題多數利基點

為商業評估，而當中的食宿、交通為觀光旅遊結構的經濟要素，卻非整體觀光旅遊單一影響系統，其觀光旅遊之規劃應讓民眾感受到有別於平日空間的意象轉換，以達到身心靈放鬆的狀態，同時體驗自我存在的價值；Dichter(1985)認為意像是一實體在個人內心的整體印象，並非由單一特性所組成。且觀光旅遊的休憩意像，除一般對於食宿交通等較具體注意外，其觀光旅遊的休閒遊憩之意象空間形塑，對旅遊者能否產生心靈層級的吸引嚮往，或者鬆懈疲憊的情緒與減輕壓力，是為相當重要依據；因此，意象是一種態度或是概念，所涵蓋的構面是多元的，人們常會因其意向的不同而做出不同的反應決策(沈進成、廖若岑，2005)。

此外，觀光旅遊區持續性發展硬體過程，只達到興建設施的可見狀況，卻常忽視在地特色的發展，所以觀光旅遊的規劃面向和邏輯思考，或許遊憩者和地域之間應相互融合出彼此特色氛圍，使觀光旅遊休閒不單淪為經濟發展的商業思維，亦或因應消費者滿足慾望的道具，而是應提昇遊憩者有效釋放深層的心靈感受。Mathieson 和 Wall(1982,1)學者為「觀光」下了定義：觀光是指人們離開他們平常工作及居住的區域，到一觀光據點之暫時移動；因此，觀光發展本身也較發展橫跨更大的社會和文化領域，一個地區的觀光發展，對於當地社會及經濟衝擊要比多成立一項工業來的大，這牽涉到環境、社會與經濟層面等 (李英弘、李昌勳，1999)。

目前的文化和觀光常常是相循相扣，文化的層面不是在固定的空間中擴大，而是因應全球化的媒介而異動，此是全球化的時代關鍵；文化產業及觀光旅遊彼此關係交融，廣面而言，在世界各類形態旅遊中，皆具有文化項目的遊程，觀光者至全新地域遊憩，可能是對休憩需求亦或新奇之驅使，但旅遊者在經歷觀光區域的所有感受，大部分取決於當地

的文化空間氛圍體驗，觀光者的親身經歷，概括多數的當地文化意涵，如觀光者選擇性的接受、批判、觀賞、沉浸氛圍等正反價值。觀光在文化層面上還是個雙向交流的過程，具有不同的文化互動類型，有些是正面的，有些是反面的，使得在地文化和遊客之間彼此相互影響（張維倫譯，2003）。所以台灣公部門和學術專家等亟欲推動文化策略，在一九九四年進行第一階段社區總體營造的文化政策，提升民眾參與在地社區活動，同時鼓勵地方辦理節慶文化活動，突顯在地的獨特文化並予以傳承。

因為族群的差異性造成空間和時間的流動交會，而產生集體文化情感的變遷，同時也逐漸形成獨特的在地文化，包括信仰、習俗、記憶等等脈絡的所在，皆是當地日積月累的歷史紋路，加上各自獨特的當地現有資源，演化出在地產業發展背景，所以在差異變遷的產業與文化下，在地的觀光旅遊資源也相繼發展自我特色。台灣近些年來在全球化浪潮席捲下，地方產業多面臨轉型的壓力，許多傳統產業地區都轉而發展觀光產業，尤其在受到外界消費文化改變的衝擊下，以及追求現地經驗的當前，一些傳統產業地區都在摸索，試圖為自己找到出路(黃躍雯，2007)。

全球化和在地化兩者未像過去界線劃分，現今兩者相互循序扶持，而越呈現在地特色的文化，其在全球化的網絡中，越能彰顯其獨特的意象，而為當地帶來行銷的觀光效益；因此，全球化的網路旅遊資訊，常常將各國的在地文化彰顯為主題式氛圍，強化民族差異特色進行推展行銷，令觀光旅遊者可轉換生活空間，將其置入異國文化的體驗和感受，而新的遊憩體驗就是在文化氛圍中藉由身心經歷與在地互動融合後所產生的。

隨著台灣人休閒品味提升，咖啡需求量大，台灣各地掀起一股搶種熱潮，大土咖啡已演變成台灣的新興休閒農業，當咖啡逐漸成為台灣人

新的「生活儀式」後，咖啡相關產業也應運而生，各產區對咖啡的附加價值，已不是單純的咖啡品牌，而是結合觀光的產業特色，形成台灣特有的咖啡文化產業。2003年台灣咖啡節引起全國民眾高度注意，蔚然形成一股尋找台灣咖啡的風潮，雲林古坑已儼然成為台灣咖啡代名詞，也藉機打響雲林縣知名度，並奠定雲林古坑是台灣咖啡原鄉的地位，更促使古坑大華山地區從傳統產業轉型為休閒產業，帶動地方繁榮發展，也掀起了國內本土咖啡熱潮(沈進成、周君妍，2005)。

經研究者整合上列論述，得其社區總體營造在提昇發展，尋求在地民眾的適切生活世界與空間環境，然而觀光旅遊的產業和社區總體營造之發展目標，皆為區域發展進行創造提昇；本研究將雲林縣古坑鄉華山社區設定為研究基地，緣由為古坑鄉華山社區具備在地咖啡產業，形成特色的文化節慶，而華山社區將其為基礎發展，推展獨特的咖啡氛圍聚落，漸進的形塑餐飲、民宿等消費需求，提昇社區的地域發展與咖啡產業之各類相關附加價值，創造觀光旅遊趨勢；所以華山社區的咖啡產業於社區營造及觀光推展下，所產生消費駐足延伸等，皆為在地經濟成長契機；而研究者將此為研究範圍，並整理探討目的如下：

- (一)針對華山社區之群聚咖啡產業如何形塑進行研究。
- (二)探討華山社區咖啡產業觀光商品化之建構價值。

1.2 研究基地之空間環境

自九二一震災後，政府為協助受災農村重建家園，早日走出地震陰霾，並塑造出農村聚落優美環境與景觀，本區特以社區總體營造的方式，以促進「居民參與」為目的，結合政府資源、居民參與及專業規劃團隊，共同創造便質與永續的農村發展(陳俊榮、翁志成)。本研究中關

於古坑鄉華山社區的地理空間與咖啡產業觀光化過程，其地域環境之緣由深具影響，天然的生態條件提供栽種咖啡的適當環境外，華山社區咖啡產業的興起以及形成上，當地環境氛圍貢獻與彰顯不容忽視；因此，研究上先為本區域相關生態環境和觀光資源探討整合資料，為後續研究之利基。

1.2.1 華山社區生態與環境

華山社區早期是南投、草嶺與嘉南平原間交易動線的中繼站，由於過去交通完全靠腳力行走移動，而隨時代變遷與科技發展，以不復過去的翻山越嶺景象，如今現地已成休閒觀光遊憩之據點。本研究基地的範圍處於雲林縣古坑鄉，其位雲林縣東南方分別和嘉義縣、南投縣交界，西鄰斗南鎮、北鄰斗六市，占地為雲林縣二十鄉鎮市中最廣區域(圖 1.2)；古坑鄉擁有豐富之自然景觀、野生植物、動物群相、山巒、溪流等等，尤其複雜縱橫的地質構造與地質現象形塑古坑鄉自然生態及人文環境的根源力量，也是古坑鄉民生活源頭之起點，而地質作用產生岩層風化成土壤、水流之現象，因水流而有產業，因產業而發展人文，這其中有其因果脈絡關係。所以由古坑鄉地質、地形、溪流走向等蘊藏於山林間的重要動物、植物生態，實存自然環境、產業、人文三者間的脈絡關係。

雲林縣最豐富天然資源莫過於古坑鄉，而古坑鄉資源最豐富的地區主要是海拔 1304 公尺的大尖山山脈以東山麓及以北、以西丘陵地帶，就是現今的華山村、華南村、樟湖村、桂林村、崁腳村、永光村、草嶺村等，其中以華山村、華南村、樟湖村、桂林村、草嶺村之天然資源最為豐富；因此這些地區有許多地名便是與當地自然資源有關 (附錄一)。

古坑鄉(圖 1.2)南北長度約 12500 公尺，東西寬約 23000 公尺，地形介於海拔 60 至 1750 公尺之間，東南崇山峻嶺逐漸向西傾斜，全鄉山地

約占三分之二，平均高度約五百公尺，平原少山地多，全鄉山地約占三分之二，平均高度約五百公尺，山地多平原少，地形高低起伏很大，清水溪河谷以東草嶺一帶為阿里山山地之一部分，是縣內唯一的「山地鄉」。除了山地區外，本鄉尚包括「斗六丘陵區」及「斗六聯合沖積扇」的一部分。地處山地與平原的過渡地帶，既有沖積扇區「可以避水患，得水容易，易得丘陵區農產品」等等優點，且又具有優越的地質、土壤與氣候、動植物生態條件等(附錄二)，因此相當有利於農業發展(雲林縣政府，2002)。



圖 1.2：古坑鄉西鄰斗南鎮、北鄰斗六市，占地為雲林縣二十鄉鎮市中最廣區域

經由上列資料探討古坑鄉的地域環境及(圖 1.2)中，可以透析當地東西方向延長，具有三分之二的生態山地東鄰阿里山脈，由觀光旅遊的觀點而言，是推展旅遊生態的利基要項，但進一步將資料和地域分佈分析，古坑鄉主結構之交通民生與生活機能等經濟面向發展，集結於低海拔山坡延伸至西側平原地帶；所以，依據當地環境空間而言，其具有發展生態觀光旅遊之優勢，但關於經濟面向的發展區段與動線，卻是有所阻礙限制；因此，延伸阿里山脈區域，無法強化在觀光旅遊資源上的運作，導致古坑鄉在自然景觀的旅遊產業的發展上，目前以西側之經濟動線和華山社區休閒產業的群聚之外，若要將東側地域的生態觀光資源納入整體發展，在實際聯結層面上具有難處。

1.2.2 產業文化與觀光資源定義

產業文化活動的內容是將藝術文化、地方景觀、歷史及人文特色結合農產品的生產、製造、加工及行銷方式，使消費者可以直接購買產地的農產品，縮短行銷通路，同時可以瞭解當地的人文風情，欣賞自然景觀，也就是將產業結合藝術文化活動，形成產業文化活動(張永進，1999)。而農業文化傳承為連結傳統的生活方式，包括自然景觀、建築、傳統、手工藝、歷史故事與音樂等，為生產技術與知識的結合，不同的生產方式會產生不同的文化傳承(黃錦煌、蕭柏勳、葉純菊，2006)。

而農業產業文化則是將生活、歷史、文化與農業生產過程結合，反應出農業產業的本質與社會價值，顯示出農民生活與農業經營結合的過程(蕭崑杉，1998)；如果以產業與文化的結合來解釋產業文化，則是以地方性產業的推廣為主，同時結合當地的歷史、風景、古蹟，以節慶活動的方式展現產業的生產、製造與行銷的過程(李榮宗，1999)。透過文建會資料如圖(1.3)可以了解文化產業整體架構的編制。當文化產業置入地方價值，其呈現的是要強化在地特質，無論全球皆然，主要彰顯在地生態地景、族群習性、人文價值等等，藉此突顯其在地文化的產業意義。

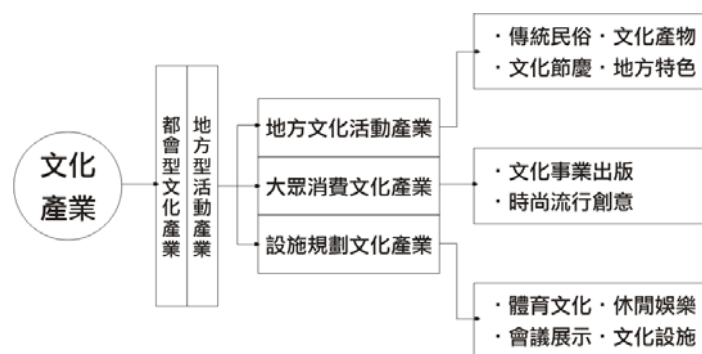


圖 1.3：文化產業架構區分

資料來源：文建會，2010，本研究整理

另外由觀光資源之特性，與全球各類資源相同，皆有其共同面向及自身特色，研究者為其整理(表 1.1)及古坑鄉觀光資源整合(圖 1.4)；而關於古坑鄉地域空間的各聚落觀光資源整理如(附錄三)。所謂觀光資源，係泛指實際上或可能為觀光旅客提供之一觀光地區或一切事物；換言之「凡是可能吸引外地遊客來此旅遊之一切自然、人文景觀或勞務及商品，均稱為觀光資源」；探究其構成要件則包括下列三點(楊明賢，2002)：

- 〔一〕滿足旅客心理生理需求。
- 〔二〕對觀光客構成吸引力。
- 〔三〕促成旅客消費的意願。

表 1.1 觀光資源特性之整理

觀光特性	簡要說明
觀賞性	觀光資源與一般資源最主要的差別，就是它具有美學的特徵，具有觀賞性的一面；其透過遊客的觀賞，產生心理的體驗與感受，進而在旅遊過程中，滿足其需求。
地域性	各種觀光資源都分布在一定的空間範圍內，都反映著一定的地理環境特點。由於不同的地域表現有不同的地理景觀，故一個地區的地質、地貌、氣候、水文、動植物以及人類在長期與自然界互動中所創造的物質與精神文明。
季節性	觀光資源的季節性是由其所在地的緯度、地勢和氣候...等因素所決定的；緯度的高低，直接影響到地面獲得熱量的多少。高緯度地帶，由於太陽偏射，地面受光面較不直接，因此出現了一年四季景觀的變化。
綜合性	綜合性主要表現在同一區內多種類型的觀光資源交織在一起。觀光資源各個要素間，相互聯繫、相互制約，不斷的產生、影響和發展；很少單獨存在，而為單一的景象。
永續性	綜觀觀光事業的發展史，人們不難發現，對於絕大多數的觀光資源而言，都具有永續利用的特點。例如，遊客藉由參觀、遊覽所帶走的是對旅遊地區的印象和觀感，而不能帶走觀光資源本身，然而仍得有賴妥善的維護與經營，使觀光業成為一種永不枯竭的行業。

資料來源：楊明賢，2002.12，〈觀光資源與規劃〉，《觀光學概論第二版》，本研究整理

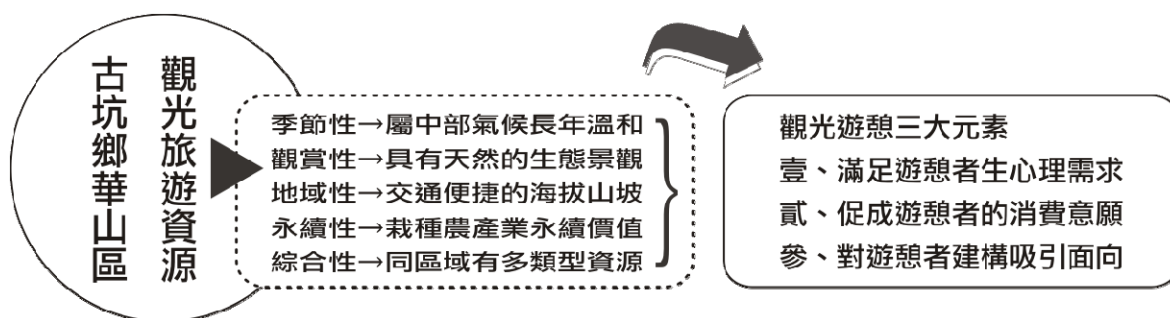


圖 1.4：古坑鄉華山社區具備觀光資源之綜合性說明

1.3 相關文獻與理論回顧

地方產業觀光推動，在本研究過程擬收尋與彙整相關議題之文獻以及各理論觀點；因之，文獻的參考和理論立基，將會提供研究者在分析過程中，占相當重要的依據方向。而研究古坑鄉華山社區咖啡產業與觀光商品化，理應對在地咖啡產物的起源形成及栽種環境的脈絡作其探討；另外，針對咖啡產業發展的歷史文獻根源回顧整理。藉由咖啡產物的文獻與理論研析，並整理其它在地產業發展經驗文獻回顧，皆有助本研究案的構面探討，依序為本章各節分列整理。

1.3.1 咖啡發展歷程

關於咖啡產業在各研究中有各不同說明和紀錄，有些資料呈現些許傳奇和神秘，刻意彰顯浪漫異國的形而上氛圍；因地域不同文化而有差異說法，咖啡充斥異國空間想像力，也成為全球化飲料之一，至於咖啡的最早起源，經本研究網羅咖啡相關歷史文獻與傳說資料，其中交叉探討後確定咖啡的原產地是衣索比亞高原。

另外對咖啡起源說法不一，但多數資料引用羅馬語言學家羅士德·奈洛伊先生的紀錄：咖啡豆起源約西元六世紀，衣索比亞牧羊人在草原上注意到羊群非常興奮跳躍；他發現羊群吃了不知名的果實後興奮，牧羊人嘗試後，發現這不知名果實味道酸甜且令他精神振奮，因而發現咖啡。「coffee」這個名稱由何而來的呢？傳說中最先發現咖啡的地方是位在衣索比亞的 KAFFA 洲，因此以咖啡原產地地名為之命名。另一種說法是在古時候阿拉伯人的酒叫做「KAHWAH」，但古時候回教的戒律是禁止飲酒的，因此嗜酒的回教徒們便把成熟的咖啡果實，經過發酵後當作酒來喝，久而久之就把這種能釀成酒的果實叫做「KAHWAH」，而在土

耳其文中是「KAHVE」，再慢慢地演變成今日英文中的「coffee」（游象衍，2004）。而咖啡文獻最早是十世紀阿拉伯哲學家拉傑（Rhazes,850-925/935?）的記載。拉傑斯原名為 Ibn Zakariya al-Razi，Rhazes 是他的拉丁名字。拉傑斯被歷史學界認為是第一位將咖啡的藥用效果記載在文獻上的人。他是阿拉伯地區有名的醫生，也是一位哲學家、天文學家與宗教評論家。他的醫學著作，幾世紀以來一直是回教世界與歐洲地區醫學生必讀的書籍。拉傑斯曾在他的書中提到：衣索比亞乃是阿拉比卡咖啡的誕生地。這些土生土長的種子乃生長於高原之上；除此之外，這些種子還同時生長於安哥拉、剛果、薩伊盆地、喀麥隆、利比亞以及象牙海岸等地（王士文，2004）。

咖啡剛開始是將果實搗碎和油攪拌後做成丸子來吃，而後逐漸演變成將果實和葉子一起煮成汁來喝，而像現在這樣將咖啡豆烘焙後磨成粉來使用，則是 13 世紀時才形成的。15 世紀時咖啡在阿拉伯世界回教的聖地麥加，成為當地經常飲用的飲料，經由來自各地朝聖的回教徒，擴展到整個回教世界。17 世紀中葉隨著回教國家的興盛，來自歐洲的商人、旅行者以及土耳其人將咖啡傳入歐洲，並被視為宴客的珍品。在 17 世紀末，法國人、西班牙人把咖啡移植到中南美洲，同時荷蘭人將它傳播到印尼、南洋群島各地，於是咖啡開始隨著歐洲的文明傳遍了世界各個角落（游象衍，2004）；研究者將咖啡產地、品種製表整理如（表 1.2）。

表 1.2 咖啡產地、品種說明品種

說明	利比理加種 (liberica)	阿拉比卡種 (arabica)	羅姆斯達種 (robusta)
說明	酸性含量過重，品質較低劣，很少製作咖啡飲用，通常提供作為品種改良。抗病蟲害力強，咖啡豆粒大，頭尖偏長圓形。	阿拉比卡種味道濃醇，價位比羅姆斯達種高，品質優良；佔全世界咖啡產量約 85%，是全球最主要的咖啡品種。最早發現的咖啡品種，顆粒大，不耐低溫乾旱，對病蟲害較無抵抗力。	味道不如阿拉比卡種濃醇，略帶土質味，味苦且咖啡因含量偏高，在冷卻狀態仍具香味是其特色。耐高溫乾旱，具強烈的抗病蟲害，對氣候、土壤之地理環境等適應力，較阿拉比卡種高，果實顆粒小而圓。
產地	原產地：利比亞 主產地：利比亞	原產地：衣索比亞 主產地：中南美洲：牙買加的藍山、哥斯大黎加、宏都拉斯、巴西、哥倫比亞等等\非洲地區：坦尚尼亞、吉利曼加羅、衣索比亞\阿拉伯半島：葉門以及南洋、印尼等地。	原產地：剛果 主產地：非洲剛果、烏干達、象牙海岸\印尼爪哇、等地。

資料來源：田口護 著，黃薇續 譯，2004，〈咖啡大全〉，本研究整理\游象衍 著，2004，〈咖啡的生長環境〉，《煮好咖啡》

全球咖啡樹生長的地方，大都集中在南北回歸線的範圍內，其中台灣所植的咖啡品種阿拉比卡咖啡豆，生在海拔三百至八百公尺之間的山區，涼爽的氣候，減緩了它生長成熟的速度，而肥沃的土質則孕育出咖啡獨特的迷人風雅 (行遍天下，2004)。咖啡是一種茜草科 (Rubiaceae) 常綠灌木的果實，種類有四十種之多，產於南北回歸線之間，年平均溫度 22-25°C 的地帶 (這個地帶我們又稱之為咖啡帶)。咖啡適合生長於全年無霜，溫差少的地方，肥沃的腐質土壤，火山灰岩、土石礫、沙土均能栽種(游象衍，2004)。阿拉比卡原種咖啡被移至世界各地栽培，因各地的地質、土壤、氣候、雨量及加工處理的方式不同，產生品質和風味的差異性；台灣雲林縣古坑鄉一帶，種植的正是適合本土的阿拉比卡品種；古坑鄉荷苞山海拔三百公尺，又地屬沙質土壤，排水良好，加上處於亞熱帶氣候，非常適合咖啡之生長，其位置正值北回歸線上，與巴西一樣

同屬赤道咖啡源，生長環境相似（雲林縣政府，2004）。

本節論述研究蒐集咖啡精神、煮好咖啡、咖啡大全等咖啡文獻書籍資料等，對咖啡栽植環境自然條件上，確實在南北迴歸線區間的亞熱帶氣候為首選；因之，古坑鄉咖啡產業從日據時期的產業亦或目前咖啡觀光旅遊推展上研析，如古坑鄉無具備栽植咖啡的先天地理環境，是無法彰顯咖啡觀光旅遊契機。

台灣種的咖啡樹算起來相當野放，就是適應力強，所以咖啡樹沒有一些病蟲害之類，因此比較不需要噴農藥，甚至根本不噴，所以不用擔心農藥會殘留，可以不用怕...目前台灣的咖啡樹主要是阿拉比卡，不苦不澀...華山是阿拉比卡品種，台灣有四五十個地方種咖啡，古坑算最有名(華山休閒產業促進會理事賴松志先生 2010.04.24 口述)。

古坑所種植的咖啡為阿拉比卡種，由於咖啡生長需要遮陰來抵擋臺灣強烈的陽光，而檳榔樹恰恰好提供這樣環境，因此在古坑大多採行咖啡與檳榔間植的方式，一般咖啡由咖啡苗生長至可採收咖啡，大約需時三年，而三至十五年為咖啡最佳的採收年分，而後又需新栽植咖啡幼苗以維持咖啡豆的採收品質(顧堃，2008)。所以古坑鄉優勢的天然環境供給產業觀光化的旅遊過程是最佳立足點，也因此優越條件創造在地產業推展。另外本研究依據當地咖啡產物的生態過程整理如(表 1.3)：

表 1.3 栽種咖啡的生態過程，本研究整理

→ 採收期	→ 成長期	→ 種植期
<p>咖啡花不需媒介。可以自行授粉，所以它的所開的花，幾乎都能成為咖啡豆。初結成的咖啡豆會呈現綠色圓形的豆子，漸漸地再由黃色轉為紅色，當豆子成為紅色時，就代表咖啡豆成熟了，即可採收烘焙。</p> <p>咖啡豆成熟（紅色）→採收咖啡豆→進入烘焙成品的咖啡豆（黑色）</p>	<p>當咖啡移植成樹後，約一年的時間就會開花。咖啡花是白色，單體。有五葉花瓣，會流露出淡淡類似茉莉花香。花期大多在春天，不過，若氣候的不穩定，有時候花期會延誤。</p> <p>咖啡樹發芽→咖啡樹開花→咖啡豆結果（青色）</p> <p>註：咖啡樹生長期間，最好定期整枝，並適時加以施肥除草，咖啡果實通常在開花後 7~8 個月開始成熟。</p>	<p>咖啡樹從育苗到收成大約需要三至四年的時間；四到七年是咖啡樹質量最好的黃金時期，而其經濟效益大約可維持三十年，是熱帶性植物中十分具經濟價值的農作物。</p> <p>幼苗→幼樹（盆栽）→幼樹（移植園圃）→成樹（咖啡園）</p> <p>註：種子育苗，以稻草覆蓋其上，不但可保溫，還可保持土壤濕度，種子發芽率約 80%。</p>
<p>咖啡屬山地栽培作物，由於很難進行人工灌溉，必須等雨量充足時的雨季種植，一年播種二次，秋季 10-12 月，春季 2-4 月，播種後約 5-9 周發芽；咖啡除了外形長得像豆子，發芽的樣子也很像，但一般豆子發芽是從臍眼部分穿破種皮，長出單株豆苗，咖啡豆則是長出兩株幼苗，幼苗各長出兩片葉左右攤開，以中間為基點往上生長；1-2 年後開始開花結果，果實充分成熟後即可採收。在 5-6 年時達到盛果期，如果管理得當有了 70-80 年的壽命。</p>		

資料來源：田口護 著，黃薇續 譯，2004，咖啡大全\雲林縣政府，2004.10.15，咖啡豆的前世今生\行遍天下 035，2004.11，古坑咖啡，台灣咖啡原鄉之旅

咖啡樹(照片 1.1)栽種兩、三年後開始結果，咖啡的花朵開五瓣或六瓣呈現白色花朵(照片 1.2)，開花後約七天 左右枯萎，漸結成果實；由綠色果實(照片 1.3)漸轉黃再轉為鮮紅色(照片 1.4)，而後變暗沉成為深褐色，此時表示已過於成熟 (張來恩，2010)。咖啡豆栽種多處於高原與山坡地，栽種氣候對咖啡豆影響很大，穩定充沛的雨量會決定咖啡年產量；巴西是全球咖啡最大生產國，當地如遇霜害，則當年咖啡國際價格將上揚倍數。



照片 1.1 咖啡樹全株樣貌
資料來源：本研究拍攝



照片 1.2 咖啡花盛開景象
資料來源：本研究拍攝



照片 1.3 綠色咖啡果實
資料來源：本研究拍攝



所有的咖啡果實皆為人工採集和加工處理，因同株咖啡樹時常有紅、綠色澤不一的果實，因此須以人工分辨成熟度採收鮮紅的果實，並將成熟度不足的咖啡果，於下回成熟時採收；果農如貪得便利與效率，而不分成熟與否同時摘取，會造成咖啡品質良莠不均的現象。

而關於台灣咖啡產業記載，西元 1860 年英法聯軍之役，清帝國戰敗簽訂北京、天津條約，言明台灣各大港須與西方通商，於是歐洲各國商行進駐，其中咖啡也悄悄地漂洋過海來到台灣，為台灣咖啡揭開序幕，不過當時台灣三大經濟農產品為茶、糖、樟腦，「咖啡」除了洋人之外，乏人問津 (行遍天下, 2004)。到了西元 1884 年，英國茶商德記(Tait)洋行商人自東南亞引進一百株咖啡樹苗在三峽栽種。咖啡栽種從台灣北部逐步移植至南部，最後擴及東部花蓮。直至 1910 年，日本政府(日治時期，1895-1945)引進大批「阿拉比卡」(Arabica)種之咖啡樹在北部試種，其後分別在屏東恆春、大武、嘉義新港、花蓮瑞穗和豐田村、彰化、雲林等處種植 (宜益，1976)。

然而台灣當時的貿易活動掌握在殖民政府手中，在日本加入二次世界大戰後，所有食物必須供應軍用，種植咖啡不敵生產糧食的急迫，許多咖啡農紛紛廢耕或轉耕，直到 1954 年巴西因霜害，咖啡價格暴增時，才又被世人想起台灣自家生產的咖啡。當時政府不僅派人出國學習栽植

和加工技術，甚至補助雲林經濟農場設立咖啡加工廠；當時雲林荷苞山甚至被美稱為「咖啡山」(沈孟穎，2005)。

本研究彙整台灣咖啡產業的發展脈絡，發現台灣的咖啡消費族群裡，多數觀點將其置於進口的異國產品，很難想像異國產品在台灣栽種的畫面，經由本研究資料網羅收集咖啡產業歷程，循序地追回台灣咖啡產業脈絡；從人文與族群特性角度而論，咖啡是經英法聯軍之役與清朝戰敗簽約、港口通商，在台灣割讓於日本等政治因素之狀態注入的產業，此對當時台灣民眾是一種非關日常生活世界必需品，但對日本政治佔據者是日常享受的象徵；日治時期奢華的咖啡是由殖民國人民辛勤栽植供給，以目前古坑鄉咖啡產業觀點而論，此咖啡產業脈絡已不具政治環境和歷史意涵，相較當時台灣為殖民國家為栽種咖啡的辛勤意象，反之是充滿懷舊的歷史思維，現即以此將咖啡意象幻化成為觀光商品附加價值。

由目前全家、萊爾富、7-11 便利商店以及八十五度 C、星巴克等等咖啡銷售據點的普遍存在與媒體報導資料(圖 1.5)，可了解台灣咖啡市場的需求。古坑咖啡產業觀光之所以快速發展，能夠從傳統農業轉型為觀光產業，以產地的地景及文化的形式被造訪、被消費，歸結其非當重要的影響因素，就是外界消費文化的轉變及引入 (黃躍雯，2007)。



圖 1.5：全家、7-11、萊爾富等等咖啡銷售據點商機媒體報導資料
資料來源：自由時報，2009.11.03，A9；聯合報，2009.11.17，A9

而市場的咖啡原物料供應須依靠進口滿足消費者需求；過去早期台灣居民不富裕，而經過經濟擴張和所得提昇後，台灣民眾對物質慾望也相對充斥，產生漸進奢侈的消費態度及仿效潮流的行為，加上全球資訊流通快速，各族群文化迅速融入台灣，而台灣民眾亦快速將咖啡導入日常生活世界，意味一股高尚的飲食習慣出現，所以台灣經濟開始富裕的起點，同時是咖啡產品市場一併進入民生消費的開始。

由下(表 1.4)研究觀察西元 2009 年台灣目前咖啡栽植現況，可知雲林縣並非是最大產區，但雲林縣古坑鄉卻是首先將台灣咖啡氛圍與生產意象觀光商品化的鄉鎮，並創先在台灣舉辦第一屆台灣咖啡節慶，目前除台南東山咖啡跟進舉辦咖啡節活動外，其餘產地尚未落實相關咖啡產業之文化創意活動，不同於本研究案的古坑咖啡經由觀光商品化舉辦全國的文化活動，迅速將咖啡印象形塑為古坑鄉華山社區的地方產業，也延伸在地的經濟面向和群聚化，彰顯為台灣在地產業的發展。

表 1.4 台灣咖啡栽植現況〔西元 2009 年統計〕

縣市名稱	種植面積	收穫面積	每公頃收量	收量
	公頃	公頃	公斤	公斤
台北縣	4.78	2.60	162	420
宜蘭縣	10.50	10.50	366	3,841
桃園縣	0.95	0.65	51	33
新竹縣	2.70	0.40	550	220
苗栗縣	0.22	0.22	455	100
台中縣	12.41	2.00	1,400	2,800
彰化縣	10.55	10.55	431	4,550
南投縣	125.36	120.66	1,109	133,799
雲林縣	41.52	41.52	1,357	56,347
嘉義縣	165.80	158.80	984	156,266
台南縣	59.91	59.91	1,208	72,347
高雄縣	45.72	17.73	983	17,424
屏東縣	109.45	107.10	735	78,726
台東縣	53.68	41.08	1,225	50,314
花蓮縣	39.40	34.90	751	26,212
嘉義市	1.28	1.28	200	256
台北市	0.02	0.02	800	16

資料來源：行政院農業委員會農糧署，農情報告網 http://agr.afa.gov.tw/afa/afa_frame.jsp

1.3.2 相關地方產業發展研究

交通部觀光局政策白皮書提及觀光內容多元化政策，以本土、文化、生態之特色為觀光內涵，配套建設，發展多元化觀光，以及觀光形象塑造政策中針對觀光市場走向，塑造具台灣本土特色之觀光產品，有效行銷推廣...遂提出國際觀光與國內旅遊並重，並以本土文化、生態、觀光、社區總體營造四位一體作範疇（交通部觀光局，2010）。根據社區總體營造的概念，透過活動計畫等推展在地產業，是現今公部門對於文化政策推動的重要方式之一，經由各類研究案的紀錄探討，以及國內關於文化產業的提昇狀況，以此整合為本研究案參考及分析資料(表 1.5)；而提振在地產業需由人文歷史與自然資源的獨特面向推動，另經由社團組織與公眾議題互動方式，綜合眾議共識，加上當地民眾的認同參與，將對在地產業推動有所助益，並強化對產業的附加意涵，營造屬於在地產業的文化特色。在地產業的生活世界會引導社會經濟及環境變遷影響；所以，在地居民的差異模式運作，是彙整在地資源與提振產業方式。因此，地方產業在農業的自給自足下，形塑相當重要的活動經濟，不單滿足地方財富經濟，同時產生一股社會安定之力。

表 1.5 相關研究案例參考與分析資料

社區名稱	營造指標	經營面向	
蘇澳鎮 白米社區 木屐產業	01.改善空間環境 02.發展在地人才 03.提升社區文化立 04.聯合在地遊憩據點	01.木屐產業文化傳承 03.出版發行在地資訊 05.爭取公部門資源 07.聯合在地產業推展	02.社區運作機制 04.推動跨社區交流 06.木屐新品開發 08.閒置空間規劃利用
屏東縣 老庄腳社區 椰子產業	01.椰殼回收利用 02.提供綠地休憩 03.社區育樂推動 04.社區文化聯結	01.椰殼利用技術 03.開發椰子餐飲 05.傳承客家文化	02.椰殼環保材料 04.研發技術專利 06.運用媒體機制
花蓮縣 六十石山 金針產業	01.強化主題民宿 02.行銷景觀效益 03.在地永續推展	01.觀光人才提升 03.地方形象營造	02.主題活動行銷 04.產業運作組織
台北市 士林觀光 生態農園	01.業者合作共識 02.休閒行銷,導入生態概念 04.產業行銷,提升經營服務 06.聯合行銷,發行導覽手冊	01.塑造休閒生態農園 03.品質管理提升 05.媒體網站運用	02.產業永續經營策略 04.跨國活動交流
台中縣 山城客家 美食產業	01.提昇產業發展 02.加強經營管理 03.開發創新,建立地方形象 05.塑造產業空間	01.產業組織教育 03.產業形象建立 05.節慶活動推展	02.培養經營人才 04.在地行銷整合
新竹縣 新埔鎮 柿餅產業	01.社區永續共識 02.礦區特色光觀 03.附加品質建立 04.建立優質空間	01.柿餅品牌意象 03.產業行銷推展	02.提昇在地魅力 04.在地異業合作

資料來源：2010.09，本研究整理

1.4 研究範圍界定與方法建立

透過研究目的和動機，研究者對古坑鄉華山社區咖啡產業空間觀光化的形成，欲進行討論分析，同時追溯咖啡餐飲群聚現象的地域，主要為華山社區進行研究範圍以及延伸鄰近之華南、桂林村等地，並將研究基地產業化形成進行論述；另外，建立本研究方法，利於進行研究架構流程的剖析，接續在本章節中探討研究範圍界定與建立方法。

1.4.1 研究範圍界定

本研究計畫的區段劃定古坑鄉咖啡休閒產業群聚範圍，其主要咖啡休閒產業群聚橫跨：華山、華南、桂林等三聚落(圖 1.6)，由咖啡產業的

群聚區段(圖 1.7)，主要是由華山社區擴及西側華南村，在延伸北側至桂林村，在經由(圖 1.8)航照圖及研究者實地觀察，其咖啡產業群聚區段是順著山坡，依據遙望夜景視域最佳之區位為經營點，另因古坑鄉東西腹地廣大，而東側交通動線網絡不佳，對於交通、經濟等生活機能與民生需求，皆由古坑鄉西側向東邊遞減；所以，華山社區咖啡產業的群聚由古坑鄉平原進入低海拔山坡地段，讓旅遊觀光的消費族群取得交通便捷，同時為鄰近鄉鎮居民在非假日時段願意前往消費的選擇。

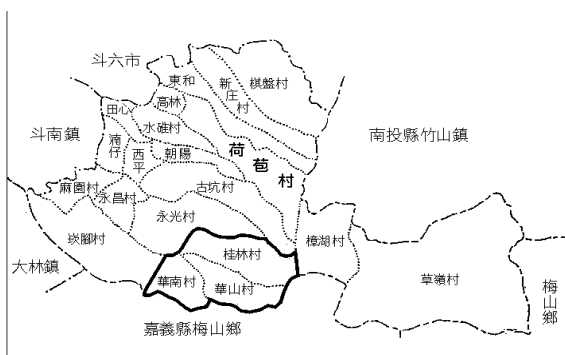


圖 1.6



圖 1.7



圖 1.8

圖 1.6：古坑鄉咖啡觀光休閒產業之群聚村落，包括桂林、華山、華南村\資料來源：古坑鄉公所，2010.11.24，本研究繪製

圖 1.7：華山社區咖啡產業群聚區域\資料來源：古坑鄉公所，2010.11.24，本研究繪製

圖 1.8：研究區域之航照圖(一·一·中心線為村界)(--- 虛線為咖啡產業群聚區域)\資料來源：台灣省林務局農林航空測量所，2010.12，本研究整理

本研究計畫將華山社區咖啡產業設定為研究場域，乃基於下列因素：

(一)獨特咖啡產業的發展脈絡

西元 1884 年當時台灣、東南亞各地的外商日益活絡，有一名英國茶商發現台灣氣候與中南美洲相似，引進一百株阿拉比卡(Arabica)咖啡苗木栽植，由此開啟台灣咖啡歷史。日據時代，日本人在雲林縣古坑鄉荷苞

山經濟農場直營地，闢建約七十五公頃咖啡園，所產咖啡豆曾獲國際咖啡大賽第二名殊榮，荷苞山舊名「咖啡山」叱吒一時，為後來的台灣本土咖啡奠下基礎（聯合報，2003）。

(二)社區產業轉型觀光商品化

本區段經歷九二一地震、桃芝、納利的颱風與土石流災害等重創本區域，加上當時產業衰退與轉型期，在業者、民間組織、公部門的產業整合引導後，本災區循序地轉型休閒產業聚落，而群聚現象引發公部門重視，接續將社區型產業拓展為全國的咖啡節慶與商品觀光化代表。

(三)社區產業的發展與群聚現象

本研究區段過去主要以農產為經濟來源，以生產茶葉、檳榔為多數，而公部門輔導當地居民栽植其它經濟價值較佳的農產品，所以本區段亦出現蘭花、桑葢、火龍果、香菇等培育和咖啡栽種，近年栽植咖啡有成，同時形塑「台灣咖啡原鄉」的知名度，也延伸民宿的需求發展。

1.4.2 建立研究設計與方法

本研究議題在學術文獻上多採以量化研究為主，且未進行深入探討，而本研究者針對此議題發展，採取質性研究之參與觀察與訪談方式，同時參考其它相關社區產業推展案例與文獻資料，再進行研究架構與理論之論述。而其研究核心乃在於依據現況議題的發現與彙整，經由研究者建構思考與回應詮釋其議題的核心價值。

從事質性研究的歷程中，研究者常常需要對議題進行反思層級的建構，同時不斷地評估各層級的交叉關聯與邏輯；因此，研究者在不斷重建與反思中呼應現況的真實事件，可以建構研究文獻之完整，避免前後各層級之研究調查衝突。質性研究只是在相當有限的部分合乎傳統的那種線性邏輯，其它絕大部分則是比較貼近於迴旋而且相互連接的實徵步

驟這樣的研究歷程邏輯，這就好像 Glaser & Strauss 所提出的模式那個樣子(圖 1.9)因此，對於質性研究的發現成果評鑑也必須如此來看待，這樣才會比較公平...這種質性研究的取徑把理論看成研究客體的各種初步版本，而需要予以進一步的理論發展，如此的研究態度，事實上，更是嚴肅地看待研究過程當中真實的建構(李政賢、廖志恒、林靜如 譯，2008)。

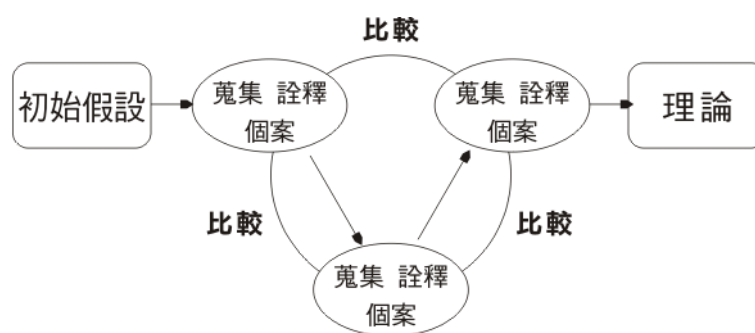


圖 1.9：質性研究歷程與理論的模式圖

資料來源：研究與方法 質性研究導論，李政賢、廖志恒、林靜如 譯，2008

然而面對質性研究過程中訪談議題的層面真實建構，研究者除以交叉訪談外並運用三角校正(圖 1.10)降低各種研究角度的差異與衝突；三角校正所指的是盡可能綜合多種適宜的研究觀點，以便能夠最充分地考量問題的各項層面，以免遺漏之憾...整體而言，當我們討論質性研究信度的時候，最基本的就是要說明以下兩方面的問題：(1)要能夠清楚說明資料的來源，亦即釐清其中有哪些陳述乃是出自研究對象的說法，而哪些陳述又是來自研究者本身推敲的詮釋；(2)在研究人員訓練與重新檢核等階段，對於各種程序的說明，包括田野研究、訪談及處理本文的程序，都應該盡量具體而明確，以便能夠針對不同訪談者或觀察者個別的程序做法，進行對照比較，最後還有一點，全程記錄質性研究的所有過程，也可以提升研究的信度...另外還有一種效度，其目的則是讓當事人能夠進一步地投入研究過程...在訪談結束之後，研究者可以和訪談對象進行溝通，以確定...各項陳述是否符合她／他自己當初的本意(李政賢、廖志

恒、林靜如 譯，2008)；研究者再將其訪談文獻記錄資料進一步重新整理，使其更具系統化的建構與彰顯，同時提升其研究資料的效度。

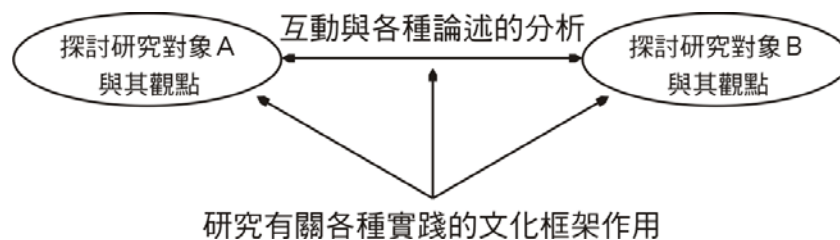


圖 1.10：各種質性研究的觀點

資料來源：研究與方法 質性研究導論，李政賢、廖志恒、林靜如 譯，2008

而本研究者針對議題進入研究場域採以(1)完全觀察及參與：以一般人身分進入場域，進行現地實際觀察，被觀察者不知研究者身分，(2)部分觀察及參與：研究者表明身分與進行目的，同時參與現地的場域活動歷程；研究者以前述(1)、(2)之觀察參與方式，交互作用於不同議題層級與空間氛圍中置入運用，為獲真實事件之呈現，以降低事件之失真。

本研究案設定古坑鄉華山社區產業觀光化為立基，透過資料的搜集和分析、觀察、訪談等，將華山社區營造及產業商品觀光化之推展進行探討與紀錄，對於研究區段的咖啡產業形塑過程及永續議題，由本研究採取下列方法予以探討說明：

(一)文獻資料整理分析

本研究採取各文獻紀錄資料和文件，彙整本研究相關之文獻論述，在由本研究者透過系統化整理分析、歸納；依據研究的觀察論點，其對於學者、學術機關抑或公部門等之相關文獻，同步以交叉對應本研究案中的論析觀點，提昇研究的實際可信度。所以，本研究的延續過程，主要將相關的文獻資料整合收集，涵蓋在地文化產業、社區總體營造之概念、雜誌、期刊、報紙等議題、觀光旅遊產業的理論和國內相關社區產

業發展案例，進行分析與整理後作為本研究的基礎立點。

本研究地域的華山社區產業之群聚範圍，除數屆台灣咖啡節慶的媒體報導，其在公、私部門對本研究區段的紀錄文獻不多；另外，在台灣咖啡產業文獻上多數呈現咖啡烹飪餐飲之敘述資料為主，亦或以咖啡館的導覽旅遊據點為介紹；

而依據台灣咖啡產業為探討議題，主要起於西元 2003 年 10 月 10 日的首屆台灣咖啡文化節慶，造成台灣咖啡產業的相關議題開始彰顯，當年各類相關咖啡議題充斥媒體報導中，也陸續在公部門和相關組織呈現，對本研究有實質參考價值。但其文獻資料尚有不足，另需採用研究的觀察訪談方式，以增進本研究議題上的建構，可提昇研究過程的助益。

(二) 實際觀察研究區段

前述的文獻資料研究方式，主要透過各紙本進行收集分析、詮釋等，但文獻資料仍然是研究者的文獻資料重建，無法與實際之現況完整對應；所以，研究者在執行研究過程中，需進行研究區段實際觀察其產業、人文、環境空間等彼此關聯和交會議題。除運用當地公、私部門資訊和業者訪談紀錄等與研究現況呼應，加上研究者進入研究區段實察後，以文字整合探討論述，為本論文之解析基礎。因此，實際參與觀察與研究，乃獲得「實際現況的文獻紀錄」，屬於一種具有時效的文獻資料，對於研究助益更具有其可信效應，同時是研究者建構各種觀點的當下依據。所以研究者至基地作實際觀察，須保持客觀的觀察角度進入研究場域，同時共同參與該場域活動，對於實況紀錄有所助益。

(三) 訪談與觀察法

訪談和觀察方法在學術的研究上是重要方式之一，而本研究案採取開放式的訪談紀錄，以獲取實質意義的紀錄資料，透過受訪者最直接的

詮釋生活事件，同時賦予該事件的實質看法；最主要以共同記憶的關鍵議題訪談，然後在受訪者回覆訊息的脈絡中，在抽取新議題的建立，且延續新議題的發生與紀錄，並將新舊議題的彼此建構產生邏輯。

而關於訪談的對象設定，除本研究案相關人士外，同時透過引薦訪談對象，形成訪談網絡的建構，而本研究案對於受訪者的訪談(附錄四)，是透過他們的經驗與記憶、看法和評斷，而提供研究的相關訊息，同時經由觀察和研究訪談，熟知華山社區產業的發展歷程，提昇本研究彙整的可信效度；另外，借助受訪者的背景差異度，整合本研究群聚現象所引發的各類議題趨勢和結論。

(四)彙整資料與分析

- 1.將文獻資料歸納與整合，進行研究華山社區產業的歷史和發展議題。
- 2.取得實際的訪談紀錄，進行整合和分析、歸納，形塑本研究區段的發展議題，成為永續經營的思考面向。
- 3.將本研究實地訪察紀錄與公、私部門等相關資料與議題整合探討，成為本研究結論的重要參考。

前述 1.2.3.項的彙整資料分析過程，是將本研究方法〔一〕文獻資料整理分析、〔二〕實際觀察研究區段、〔三〕訪談與觀察法、〔四〕彙整資料與分析等作為各章節的邏輯配置，在進行各資料的交叉比對，同時著手將各章節的議題關聯邏輯化，並將貫穿式議題彰顯產生，延續研究的探討和構面建立，使研究內容與架構穩實；再者，對於研究的歷程有其強化真實性的解析觀點，以此建立本研究論文的結論。

1.4.3 研究架構及理論

關於本研究華山社區在地產業觀光化的形塑，主要運用文化經濟學、聚集經濟學與休閒社會學的切入觀點，為本研究論文之觀察立點，

同時延續本地產業相關議題和運作層面的關聯，而針對休閒社會學、文化經濟學以及聚集經濟學的概念與整合資料如下所列：

(一) 休閒社會學(Leisure in Society)

第二次世界大戰之後，休閒研究才被視為一門獨立的學問；但是在此之前，許多傑出的社會學文章已涵蓋了一些休閒行為的分析，這些文章分析社區生活的形式並研究整個社會經濟的發展。關於休閒行為的重要問題是：休閒族群的組成、個人在群體會員考量中角色的設定、以及群體在促進並使會員的社會活動和相關休閒意義正當化的過程。群體被視為是個人和休閒經驗間的影響媒介 (吳英偉、陳慧玲 譯，2003)。由休閒社會學的邏輯推展其概念解析，研究者透過文獻理論彙整如下(表 1.6 及圖 1.11)：

表 1.6 關於休閒社會學的階段性概述

階段	說明
形成期	1. 哲學向度：休閒是一種態度、活動、和時間 2. 社會經濟狀況的分析，休閒是「社會問題」，休閒的向度，休閒的文化觀 3. 個人層級的分析；整個社會的整合
實證研究期	1. 遊憩參與者的特質和整體遊憩活動的描述性分析 2. 基本社會群體在當地遊憩的相關分析 3. 關於休閒的個人社區觀點的理論化 4. 戶外遊憩設置和意義、觀光客的經驗、和地點等的社會性分析
批判與解釋觀點	休閒背景和休閒意義的分析： 一般休閒場合、志願性協會、休閒的社會世界、延伸關係的相互連結

資料來源：休閒社會學，2003.02，Patricia A.Stokowski，本研究整理

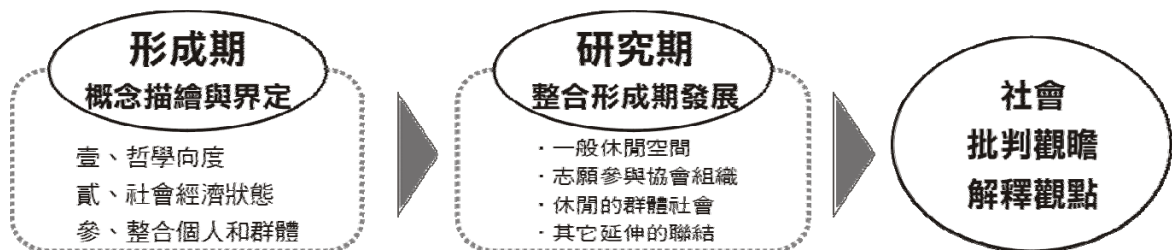


圖 1.11 休閒社會學研究歷程示意圖\資料來源：本研究整理

經由研究者以邏輯方式繪製圖 1.11，關於休閒社會學的研究示意流

程，將各階段置入華山社區在地產業觀光化的研究歷程，其華山社區遭逢九二一地震等天災之後，咖啡產業漸漸的形塑而成，由本研究將華山社區逐一界定與論述地方災後的產業經濟面向推展，循序群聚並成為周遭聚落仿效投入的發展契機，本地域的產業形塑，可藉由社經、哲學及群眾的層級等等，於本研究的歷程論析休閒和社會彼此的觀念。

經界定華山社區在地產業的形塑期後，接續本研究案對於華山社區演變成小型群聚的經濟，漸序吸引旅遊觀光人潮抑或休閒旅遊的族群消費狀況，依據目前社會導向休閒族群的市場而論，華山社區的旅遊觀光化置入一股創新的思維並融合據點與咖啡產業相互運用，乃經歷形塑期間的發展和運作，此為研究者經由訪談與觀察方式，加上地域空間、社區組織、消費族群以及本研究相關議題的延展；因此，經研究者探討解析華山社區的產業發展及形成中，關於社會民眾對休閒空間所凸顯的觀念和評判，將接續在本研究案各章節論述：

(二)文化經濟學(Economics and Culture)

關於文化的價值與意涵乃多種面向，是一種轉變的形態事物與觀點，無法運用單一思考的方式去理解；以另一種論點解釋，其價值意涵屬於多變(variable)、多樣(various)，研究者對文化的價值與意涵整理其特性，同時將其概念化整理(表 1.7)；研究者將其文化經濟為其一面向指標，然而經濟學的領域隨時間與空間不斷變遷，因此對於以往傳統經濟、政治學外，還需融入環境空間、人文倫理等層級和向度；經濟學家塞繆爾森提出：「文化經濟學」的定義，人類往往是受文化影響，文化和經濟之間也存在一種互動的關係，而社會的經濟發展在時間與空間的變化之下，有不同層級的文化支撐。現代的消費形式與脈絡是資本主義的模式發展，而消費建構向度趨於文化商品、文化性觀光與文化的展演等發展，

即屬文化經濟學的發展脈絡。

表 1.7 文化經濟學—文化價值之概述整理

文化價值特徵	說明
象徵價值 (symbolic value)	創作與文化就像是意義的容器及傳遞者；如：一個人欣賞藝術品時汲取了它的意義，這件作品的象徵價值就包含了傳達的意義之本質，以及傳達給消費者的價值。
美學價值 (aesthetic value)	在不進一步解構美學概念的情況下，至少可將其美、和諧、具有形象及其他美學特徵，視為該作品公認的文化價值成分。
社會價值 (social value)	傳達了一種與別人聯繫的感覺，而且它有助於我們理解社會的本質，也有助於認同感。
精神價值 (spiritual value)	此擁有獨特的文化意義，或者可用世俗的角度來解釋，這是指內在特質為人所共享，精神價值所傳達的效果包括：理解、啟蒙及洞察力。
真實價值 (authenticity value)	這個價值是指表現出真正的、原創的及獨一無二的。毫無疑問真實性與完全性其有可驗證的價值，附加於上述其它價值根源上。
歷史價值 (historical value)	文化價值裡的一個重要成分是它的歷史關聯，如何反映創造時的生活條件？如何承先啟後？

資料來源：文化經濟學 Economics and Culture，2003.10，David Throsby，張維倫等譯，本研究整理

(三) 聚集經濟學(Agglomeration Economics)

聚集經濟(agglomerative economies)的概念由 Christopher Weber(1929)提出，在德國 Agglomerate 詮釋為市鎮；廣義解釋：產業形成至人口聚集在一空間的元素，是為聚集經濟所含部分；狹義說法：產業與人口在空間中出現集中現象，造成空間集中優勢，即稱聚集經濟。另從 1920 年 Weber 提出聚集經濟分列兩種解釋：外部經濟與內部經濟，第一種詮釋指生產同類型的廠商群聚同地點，產生運銷利益。第二種詮釋是廠商以大規模進行生產，降低成本與提升技術革新或效率。以下為諸多學者提出之產業聚集定義 (表 1.8)：

表 1.8 產業聚集經濟定義整理

學者	定義
(1990) Porter E. M.	企業或產業群聚產生資訊流通以及利益互補
(1992) Joseph、Alan M.	類似的企業體群聚在同一空間或區域
(1994) Anderson、Gary	廠商依據地域彼此鄰近互動交流，相互增加利益
(1995) Yla-Antilla、Pekka	企業廠商因空間區域的鄰近而群聚產生經濟效應
(1995) D'Cruz、Rugman	群聚空間的少數主導企業與其它廠商形成合作的關係網絡

資料來源：本研究整理

透過定義解析群聚之產業事地域上的一種聚集，然而全體產業經由資源的分享，提昇群體經濟的力量；Weber 經過空間環境的距離觀念，說明業者降低成本支出，在環境或地域上產生一種聚集效應，引發出經濟聚集的形成，而其經濟聚集的優勢可經內部形態、當地經濟或都市化經濟相互結構而成。而上列論述之觀點，依據環境空間的毗鄰和買賣運作增添了市場的聚集效果與勞動資源，由此達成一股資源共享共識，且在彼此交會中獲取資訊提高，漸進降低各種不必要之風險成本。而關於經濟聚集的外在經濟效應，彰顯業者在地域環境群聚現象，強化一種對外樣貌的知名象徵，此為產業的經濟聚集。然其經濟聚集的強化現象中，內部結構醞釀期間，因某一業者之優勢崛起，造成廣大效應，提昇市場占有延伸毗鄰業者，亦為聚集經濟的效應。

而其聚集優勢的內部規模有可能發生在空間中的一個業者，卻因產值有效率，促使市場的擴大，而被認為是聚集經濟的產生，所以無論廠商規模大小或是地方廠商之數量多寡，當地方某一產業具高度的經濟面向發展因素時，即被歸類該產業在當地產生了一股外部經濟效益，即所謂的地方化經濟(閻永祺，2004)。

彙整本節 1.4.3 之研究架構與其理論所提出休閒社會學、聚集經濟以及文化經濟的理論方法置入本研究華山社區產業觀光化的論述，同時經由研究者繪製(圖 1.12)對當地產業的觀光化形成及發展可予以認知；將其源頭回溯咖啡在地產業的脈絡探究，根據台灣在全球化潮流的資訊引領下與各國文化氛圍流竄中，將咖啡意象與消費族群逐漸彰顯和擴充，充斥咖啡市場的迅速發展，加上媒體廣告的各類推展行銷，加速咖啡商品在台灣蔓延一種時尚異國的文化飲食習慣，並為咖啡業者提昇經濟效應。

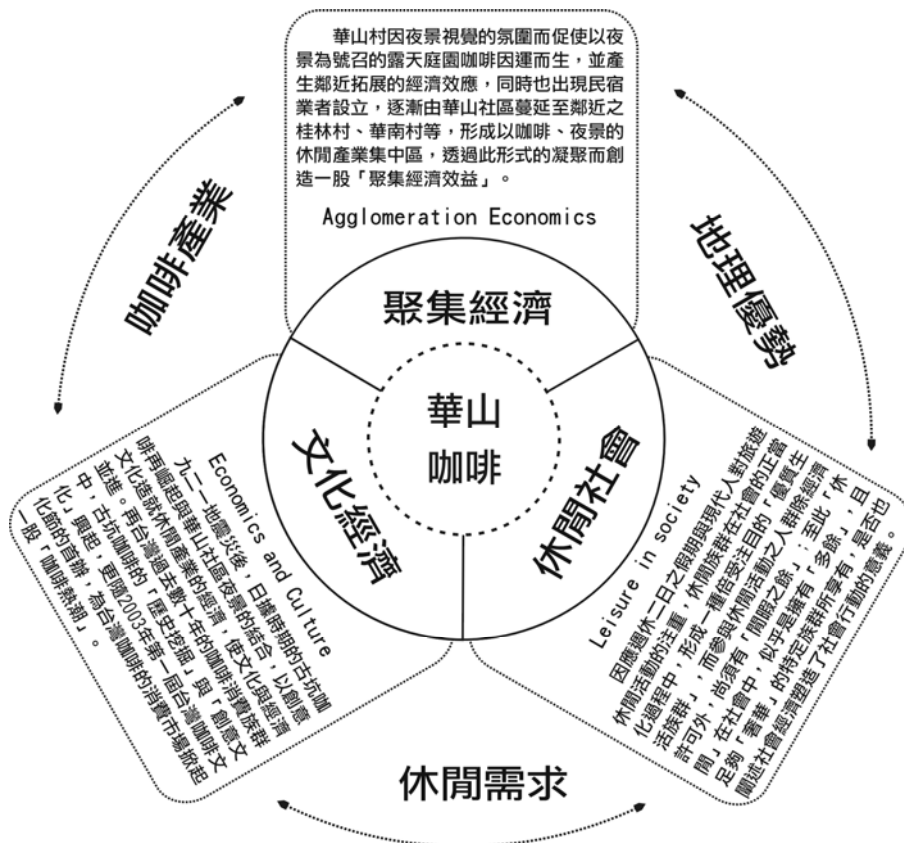


圖 1.12 華山咖啡產業觀光化研究理論

而原屬古坑鄉日據期間的咖啡栽植，在台灣九二一地震受創災後，重新被在地居民思考挖掘，同時融入華山社區獨特的天然地域生態與夜景視覺空間，為其咖啡和夜景巧妙結合一股閒暇及浪漫氛圍，因此各形態之庭園咖啡、簡餐等因勢而立，且周遭臨近聚落也出現此一咖啡商品與觀光延伸效應，並應咖啡業者的逐漸群聚與消費者數量廣增駐足，產生民宿、景點遊程等需求，進而由原華山社區漸序延伸華南、桂林等村，塑造成為夜景咖啡的休閒觀光群聚現象。

因此，古坑鄉華山社區在目前台灣社會民眾對於休閒消費的趨勢以及在地觀光旅遊資源現有狀況，順勢運用文化创意推展咖啡商品觀光化的經濟向度，將經濟與文化齊頭並列於華山社區；另促使休閒觀光業者接續置入發展投資，將原屬小型聚集的咖啡消費場域，循序漸進推促成

一股群聚的經濟，由過去台灣的咖啡消費人口加上古坑鄉的咖啡歷史、文化等脈絡，加上創意思維的融入以及西元 2003 年台灣咖啡文化節的首次辦理，創造了台灣前所未見的咖啡商品潮流，同時帶動咖啡消費族群的彰顯，以及獨特的社區產業經濟發展，延伸成為全台灣震撼一時的咖啡熱潮。

而本研究主要以當地產業環境、人文空間與自然生態等等觀光化的形塑過程論析，同時對於華山社區的公私部門與咖啡、民宿產業等聚集經濟的產生和相互的關聯性。

另外，研究者針對華山社區如何因咖啡產物成為觀光旅遊據點的歷程探究，以及如何運用華山社區在地咖啡產業塑造為台灣咖啡之原鄉意象，同時引導咖啡產物為雲林縣在地經濟未來永續的指標希望，透過研究者彙整研究架構和理論資料如 (圖 1.12 及 1.13)所示：

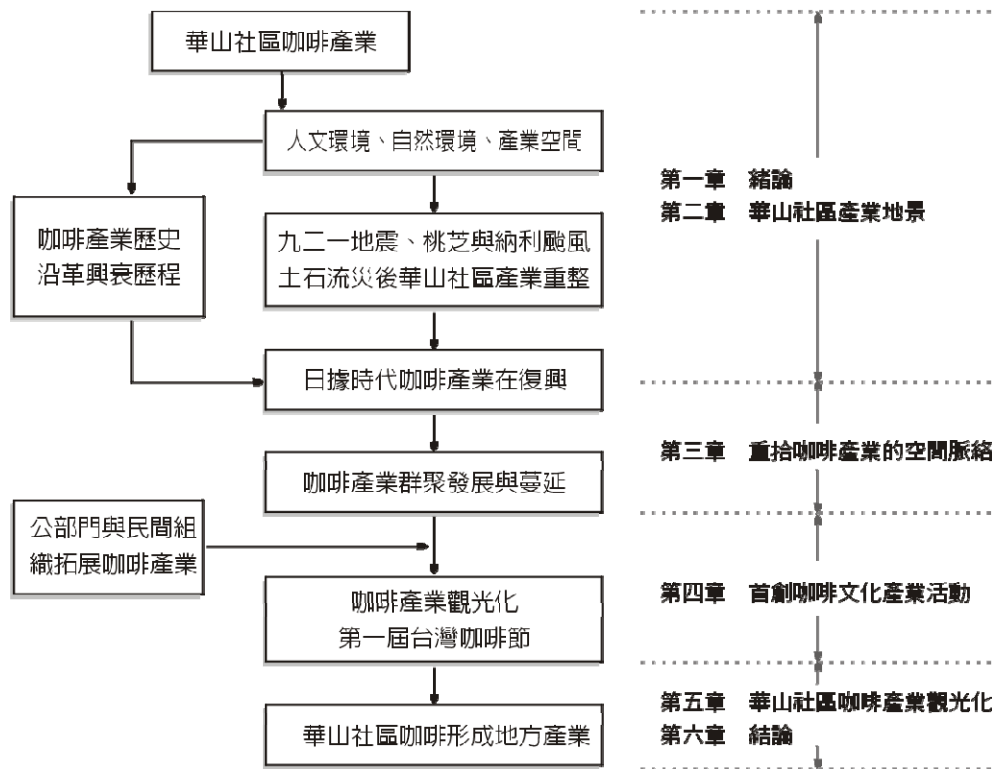


圖 1.13 研究架構，本研究整理

研究者在研究的歷程中為求釐清，將其研究流程與架構繪製(圖 1.13)，為求本研究各章節的延續與論析；以第一章節的緒論為基礎，延伸各向度的研究層級，根據本章節對於古玩鄉華山社區的地理空間、人文環境等，以及本章節的彙整文獻、理論、架構方法，皆是成為爾後各章節的研究導論基礎。

第二章 華山社區產業之地景

在地的空間演進脈絡，常依據耆老口述、訪談紀錄、集體意識與記憶等各類資料強化場域的氛圍形態與當地的常民文化，根據古坑鄉經由日治時代到目前的空間演化，依本研究的整合資訊，將古坑鄉的文化產業以回溯集體記憶方式，呈現日據時代產業的形態模式，以及今昔產業的興起與衰退，在經歷地方災後力量的凝聚與思維認同，無論是在地組織、公私單位亦或遊走其間的民間團體、業者等，皆呼應在地經濟的思索面向，將此共同面向延伸成一種經濟認同。

地球上每個地方都有其重要性及特色，也是自然的力量及人類行為的結果。依 Motloch(1991,279)對地方(Place)所做的定義是「個人經由環境知覺及認知而賦予基地意義時所產生的時間及空間體驗的一種心理層面上的概念」(李英弘、李昌勳譯，1999)。

經由文化歷史和生活世界的記憶、在地產物等關係依循，在地常民獲得真實的歸屬與認同，再由地方的文化節慶與特有的產業結構而論，透過地方積極推動成為在地的主要民生經濟；以文化經濟而觀之，文化產業經過地方的認同感，其和地方生產的脈絡軌跡實為密切。而一區域的觀光化過程中，其獨特的空間歷程，也往往是令人感受到一股地方魅力的所在；地方的魅力其實要歸於這些深以自己所居住的地方為榮、愛惜這些地方的人們之魅力；因此，有趣的是，有魅力的人所居住的地方幾乎毫無例外都是有魅力的。地方的魅力，事實上是由於居住在這片土地上的人之魅力而產生出來的，瞭解住在這裡的人的想法，而後再來看這個地方的時候，就會愈來愈感受得到這個地方更深層、更深刻的吸引力，因為透過愛這個地方的人的眼睛，才能夠真正看見這個地方。但是，

地方和人們的關係並非單向由一方給予，另一方接受。地方的魅力一方面蘊育出住在那裡的人們對地方的熱愛，同時人們也會逐漸地讓地方的魅力具體成形。地方培育出當地居民個性的同時，地方特色也會藉由當地居民而展現出來 (王惠君 譯，1999)。

地方文化的場域空間主要根據時間與空間、族群的不斷變遷，逐漸形塑在地文化的獨特現象，而被賦予一種地方文化的意象或氛圍詮釋；所以在地文化的形成，乃透過地域信仰、文化特性亦或無法語言文字形容的空間氛圍、獨特人文精神等生活型態與常民記憶的傳承。所以研究者在本章節中由華山社區此「地方」(place)的環境空間之脈絡導入，依序論述 2.1 華山社區之地景脈絡、2.2 地方產業之歷史發展、2.3 災後產業經濟重建、2.4 咖啡產業經濟效應為探討，藉由上述之章節議題研討古坑鄉空間歷程之今昔。

2.1 華山社區之地景脈絡

康熙二十三年，當時的古坑，屬諸羅縣(今之嘉義)他里霧莊(今之斗南)及斗六社分轄；乾隆二十九年，諸羅縣轄區建置，古坑之疆域，屬他里霧堡與斗六門堡管轄。光緒元年，台灣由一府四縣三廳，成為二府八縣四廳。本鄉則分屬於嘉義縣之打貓東頂堡(今之民雄)，斗六門堡，及他里霧堡所轄；日據時代，古坑地區則屬雲林縣出張所所轄，民前十五年(日本明治三十年)本縣疆域內分設斗六、西螺、土庫、北港辦務署，隸屬嘉義縣。本鄉屬於斗六辦務署，分由斗六堡、他里霧堡、打貓東頂堡管轄 (行政院內政部，1991)，(圖 2.1、2.2)。

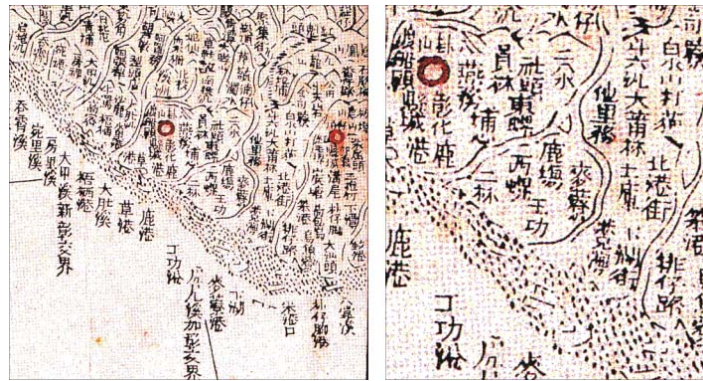


圖 2.1、2.2 古坑鄉屬於斗六辦務署，分由斗六堡、他里霧堡、打貓東頂堡管轄
資料來源：美麗之島台灣古地圖與生活風貌展，2003.08，國家歷史博物館，本研究整理

明鄭時期，鄭成功的部下選擇在崁腳一帶作為屯墾所在，或許是受到優越地理條件所吸引，之後，遂有更多的漢人落腳於此，直到清領初期，本鄉大部分土地便已開發殆盡。清領時期，本鄉分別屬於斗六堡，他里霧堡及打貓頂堡的一部分。日據前期，則由斗六支廳所管轄，其下又細分為菜公、斗六、崁頭厝三區，共有十三庄，隸屬於嘉義廳；日據後期，則全部為斗六郡古坑庄的管轄區，其下仍設十三庄，隸屬於台南州。西元 1945 年，台灣光復以後，才將十三庄劃為二十村，即今之棋盤、新庄、東和、高林、荷苞、水碓、田心、古坑、朝陽、西平、湳子、永昌、永光、崁腳、華南、華山、桂林、樟潮、草嶺、麻園等二十村，古坑庄也改名為古坑鄉，隸屬於雲林縣（雲林縣政府，2002）。

依據研究者追溯相關古坑鄉日治時期相關文獻，整理台灣總督府日據古坑鄉華山社區地域堡圖(圖 2.3)，即目前研究者劃定咖啡產業聚集區域之研究基地，和前述第一章(圖 1.8)的航照圖，透過研究者將兩圖交互觀察之後，日據時代的苦苓腳與大湖底範圍，乃現今華山咖啡產業群聚效應之區段，經由堡圖(圖 2.3)與(圖 1.8)的航照圖前後年代空間交集，從轄界、路跡、水流等等無彰顯差異度。



圖 2.3 清朝乾隆年間「台灣輿圖」雲林地區形勢圖
資料來源：霧里斗南，2003.12，沈文台，本研究整理

另透過日據時期堡圖探究當時地域廣屬坡地形態，而幾經時間、空間與歷史變遷、開墾，現今多為緩和坡地或平台，若採坡度的緩密曲線觀察，得知這些山坡地域的變遷據點，皆因居民農務墾作而將原密度較高的山坡漸進趨為平台農耕，同時呼應台灣檳榔業盛行，本區農民亦栽植檳榔換取經濟效益；本研究地域之農產不斷因時代背景與經濟潮流而轉型，讓本場域隨環境與時間在經濟向度上更換。

然而，加入台灣九二一地震災後的產業重整期間，咖啡產業被置入推展，引發一股餐飲民宿業者不斷地占據原屬山坡地域，且講究據點與視域空間的獨特而興建各優勢地段，漸進擴充各營業範圍成為平台空間，且在空間和時間不斷交換的消費需求下，原屬社區形態的建築意象，因應產業發展與經濟融入，逐漸建構出華山社區咖啡產業、民宿等群聚的效應；上述論析乃本場域在空間上最具變遷之差異，而社區產業的延伸推展與導致差異形成，是研究者關注之現象，陸續於各章節中論述。

2.2 地方產業之歷史發展

2.2.1 天然資源產業發展

本研究基地古坑鄉的經濟產業在不同年代，經時間更換與地景產生不同的文化產業；文化產業是指運用文化特色的產業，即將生活文化、

生產文化及生態文化等加以發揮應用而成的產業。文化產業的特質有生活的、共享的、內發的、小而美等特質，文化產業與服務業和學習的產業性質相近，要有服務的熱忱並以學習為主(黃世輝，2001)。文化產業是將傳統資本主義的利益發展下，被忽視或破壞的地方環境、傳統、特色等的文化資源，藉由創造力、想像力、創意與科技的協助予以恢復、重建及再造，並適度的包裝成為文化產品，發展兼具文化價值與經濟效益的文化產業(葉智魁，2002)。

透過研究者以資料文獻回溯過往產業轉換，其研究與訪談觀察紀錄，呈現本研究基地產業經歷皆由鄉內資源為依據；依本研究訪談地方耆老紀錄，古坑鄉地景空間之山地占據近三分之二，大多以竹林產物及山坡岩石生態呈現在地天然資產，所以就地取材而延伸出打石工及造紙業等，依序在本章節探究。

透過本研究(照片 2.1 至、2.4)石臼、石齒輪、石槽等，回溯本地早期打石工的起源具有相當歷史脈絡，因先人在古坑與梅山地緣之利，而開始取石製作生活所需之器具。但古坑鄉的「砂岩」材質較軟，很適合製成各種石器，可是技術不純熟的師傅，特別容易失敗(周麗蘭，2003)。運用原產的岩石為材料，可以製作蓄水缸、飼料槽、砌牆面等；在西元 1950 至 1960 年期間，打石工的勞務需求相當頻繁，因此在古坑鄉各聚落中，常常可見早期遺留下來的生活石器，具有一股懷舊的歷史之情，依據過去曾從事打石工的在地耆老敘述：

古早台灣有三、四十間作紙工廠...以前比較風光...當時造紙業算有些錢賺，雖然較辛苦要用石輪搗紙漿，一顆石輪差不多一千多斤，我年輕時較有體力，兩星期就有辦法打一顆石輪，石材用最硬的馬齒時(陳老先生 2010.05.08 口述)



照片 2.1 取山區原石製成石臼
資料來源：本研究拍攝，2011.02.15



照片 2.2 取山區原石材製石齒輪
資料來源：本研究拍攝，2011.02.15



照片 2.3 取用山區天然原石所製成的石庵缸
資料來源：樟湖國小鄉土教材，2004.12.31



照片 2.4 運用山區天然石頭製成之石輪
資料來源：新光國小鄉土教材，2004.10.15

然而科技發達進步，現代人對於生活日用品講求便利輕巧，同時對於潮流時尚的善變以亦趨更替，加上都會形態擴張，促使鄉間聚落的生活習性與物品也隨之影響，令早期石器之生活用品不被依賴；反之，這些器皿因時代的空間轉換，相較於科技產品的出現，卻成為在地常民生活世界的一股集體記憶，抑或聚落意象的懷舊氛圍。

古坑鄉因地理生態結構有大量竹林，所以對於竹料的資源取得相當便利，在早期紙價利潤豐厚；1950 年代古坑手工造紙盛行，從草嶺、樟湖、桂林，尤其是華山地區，隨處都可以看到「礮仔」（礮：音〈ㄌㄞˋ〉）蓄物器皿，意指茅坑，如屎礮坑；在此為造紙加工前，泡竹子用的水槽；由在地耆老所述：

一日做七、八千張，做到倉庫滿，載去山下賣...賣紙收入多...厝內有造紙槽，算有錢人，還可以買地...常是地主。手工紙用桂竹，所以要上山採竹...背百幾斤竹，很吃力；家族成員要分工...去割草餵牛，趕牛拖石輪，有抄紙...大家伙合作，古早比較有利潤，現在這行不好做。...多少做些符阿紙...因為有人燒符紙泡水喝，所以不能使用化學料...廟裡燒符紙是壓驚...主要符紙材料是孟宗竹和桂竹紙漿...裡面黃檗有鎮定的效果(林老先生 2010.05.08 口述)

約 1960 年代古坑鄉龜仔頭在地的「金山發金紙廠」保有古早的造紙技能，但經過時代的變遷和科技效益，傳統人工的造紙已不符市場的大量需求；因此，手工的傳統造紙業終不敵科技造紙。但經過數十年的造紙技術變遷，卻有傳統造紙所保留的特殊需求市場，通常廟宇宗教所持用之「符令紙」即由傳統手工操紙所屬，因其宗教持用之符令紙講究慎重與神聖，所以禁忌製作過程不受其汙穢，亦不得使用其它現代化紙張替代。而這造紙的古早產業與當時的聚落常民是並存於集體記憶的脈絡裡；一個地方的集體記憶，是屬於可凝視的記憶存在，他的留言版，不只是劇場般地演出空間身體的事紀，也蘊含了情感性的歷史過程，伴同了每個同動的身體，於其日常生活中，建構其感知的結構與心靈的圖像，這是地方認同最重要的基礎(李謁政，1995)。曾任華山休閒產業聯盟會長蔡顯勇先生表示，造紙產業與技藝，對未來提供了文化產業之休閒觀光有參考運用之價值。

對於聚落的集體記憶，常常因空間、時間與當下氛圍所凝聚而產生，亦是一種群體社會或組織的意象架構；而許多的脈絡歷程是透過節慶模式、文獻紀錄抑或教育的方式，讓過往的氛圍不斷上演，以持續框架人的記憶。隨著地方社會經濟的起飛及在地化，當地歷史的遺跡很容易消失，導致許多文化性組織設立許多的方案來保存這些遺跡；對觀光而言，特別的設計及經營管理方案是必要的。可是個人所經歷的空間意象和深刻記憶，如與相同氛圍的居民交會，即形成一股類似經歷的集體共同記憶。經由空間異遷與時間的替代，加上急速全球化的不斷變動下，各族群彼此交流與接納差異文化的背景及相互影響中，很多在地的原始氛圍或軌跡脈絡，也於種種流動的變遷和融合交流，逐漸抹除於另一時代空間背景，促使在地文化的共同記憶，在一波波的經濟異動與社會價值的

演變中消失；也因此，漸序消磨的現象彰顯在文化上，所以許多文化組織團體，無論是公部門抑或民間組織，皆積極推展各類文化活動等，也鼓吹企業團體加入保存文化的運作行列。而為本土的文化保存力推下，併入文化觀光旅遊的潮流，將各類節慶、本土習俗等等匯入其中，致使文化創意產業逐步興起，期待透過種種運作方式在時間與空間的變遷下，屬於本土文化的共同記憶，依舊可以銜續在地的文化傳承。

重尋體會上一代與同時代人們具體的生活經驗，和這經驗所構築的世界，使人們有根土的感覺，特別能有一種形上的愛鄉土的信念與依戀，形成共同的生活世界，各群體間深屬不可割裂的關係。在生活者的眼光中，集體記憶不只是特殊懷舊的鄉愁，更是具體地於社會現實中，有歷史時間的凝視向度，面對新的時空情境，向子孫們似故事般地導遊著。簡言之，集體記憶體現於留存下的物品中、故事中、人物中、處於景觀之中(李謁政，1999)。

民眾常常處於一股熟悉的親身經歷記憶亦或見其懷舊的氛圍裡，強化屬於自我的思維場域，同時彰顯此歷程中的各種人情事故所融合之共同情分，序而將場景演繹形塑為屬於彼此的時間與空間記憶；然而群體的共同記憶主要維繫了在地常民的認同價值，也是一種相互依賴的無形組織，是屬於群體生活世界的共有經歷。因此，時間的流動加上空間異換產生世代常民的交替中，彼此深刻的生活意象和感觸，即產生認同價值和情感依賴，換言是對家鄉聚落抑或所在的掛念。所以，無論是古早的造紙、打石等常民用品，雖日漸凋零不符現代生活必需，但在地社區經營與傳承邁向觀光旅遊及社區藝術建構下，轉而將這些屬於早期的文化意象與常民世界續留，維繫本土的在地情感與共同意象，無脈絡的銜接之憂，並為此在地的認同繼續傳承。

2.2.2 豐厚的農業背景

依據研究者透過在地農民與古坑鄉農會資料整理在地農產品的主要產期與分佈區段如(表 2.1、2.2)整理；古坑鄉主要之農產以山坡的鳳梨、茶葉、桂竹、麻竹筍、柑桔、檳榔等為大宗產業，平原以水稻、蔬菜及台糖甘蔗為主要產業經營。因天然環境得以農產為主要發展，其耕地總面積達五千公頃，在海拔六十至一百公尺範圍；另外林產相當豐富，現有林地面積約有一萬公頃，歸屬雲林縣經濟農場（現為國有財產局所有），主要農作物為竹林、杉木林等（古坑鄉公所，2004）。

表 2.1 古坑鄉之主要農產之分布

類別	分布區段
孟宗竹	樟湖村、草嶺村及華山村較高海拔山坡
桂竹	華山村、桂林村、樟湖村、草嶺村
甘蔗	古坑村、永光村、崁腳村
柑橘類	棋盤、新庄、水碓、荷苞、崁腳、華南、桂林、古坑、永光
茶樹	永光村、華南村、華山村、桂林村、樟湖村、草嶺村
麻竹	棋盤村、荷苞村、古坑村、永光村、崁腳村

資料來源：古坑鄉農會，2010.12.10，本研究整理

表 2.2 古坑鄉之主要農產之產期

古坑鄉農特產品產期表												
產名\月份	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
梅子				梅子								
蘭花	蘭花											
古坑咖啡			開花						採收			
	咖啡品嚐											
麻竹筍									麻竹筍			
	竹筍加工品											
苦茶油	苦茶油											
高山茶				春茶			夏茶			秋茶		冬茶
芭樂	芭樂								芭樂			
紅龍果					紅龍果							
柑桔類	茂谷柑											
	桶柑											
	甜橙·葡萄柚									甜橙·葡萄柚		
鳳梨	台農 17 號春蜜鳳梨											
	冬蜜鳳梨			台農 6 號			台農 13 號冬蜜鳳梨					
	開英鳳梨											
	台農 19 號甘蔗、蜜寶鳳梨											
酪梨	晚熟品						早熟品·中熟品·晚熟品					
甜柿										富有次郎		

資料來源：古坑鄉農會，2010.12.10，本研究整理

而本地因應檳榔市場而大量的開墾栽種，但過量的栽植面積與市場機制未能銜接，而檳榔的經濟結構慘遭降價，許多檳榔園出現荒廢置放現象；另外近年的環境與氣候因素不穩，至使本區茶園所產之品質未能理想，亦有逐漸廢作情形。本地之檳榔與茶葉的沒落，成為缺乏市場的競爭優勢與經濟獲利，當地農民轉而由其它的蔬菜、咖啡、香菇、火龍果、蘭花、桑葚等取而代之，轉型栽種經濟獲利較佳的農產品。

本地的柑橘是最大量農產，約占據所有農產物的二分之一；近年古坑鄉知名度大作的咖啡產業是日治時期圖南株式會社於於樟湖三步彎一帶推廣種植 (廖宏彬，2002)。目前許多農作紛紛轉型投入咖啡園栽植；為此，古坑鄉公所農經課表達：許多農民投入轉型栽種咖啡，同時因台灣咖啡的知名度創造咖啡餐飲和民宿的快速群聚發展，加上本區生態資源豐厚，以及擁有獨特的夜景空間，同時有行政院農業委員會推展自然林相恢復與農林改作等，因此古坑鄉未來推展全方位的休閒觀光將會是前景可期。

經由本研究案整理資料(表 2.2)呈現古坑鄉的農產趨勢，主要以果類農作為產品，尤其台灣早年即以農產品為經濟的基礎，而鄉內亦延續此為經濟結構，但逐漸受消費市場的需求下，趨向精緻形態的農產栽植，而本鄉的農產變遷亦為台灣各鄉鎮的農作發展現況。因此，綜觀古坑鄉農產發展狀態，跟台灣各地農業經營現況類似；可知古坑鄉依現狀延續農產經營，將無法突顯農業經濟在台灣的獨特建構，即使採取農產整合行銷活動的推動，由本案探討與分析實無創造古坑鄉農產經濟的成長空間；所以，近年古坑鄉栽植咖啡園風行，源由咖啡栽植本屬少眾的農產結構，同時運用文化創意置入行銷，建構咖啡原鄉名聲與規劃第一屆台灣咖啡節慶等，並融入懷舊的日據時期咖啡園意象，產生一股歷史產業

的加持，進而創造本區的咖啡農產經濟市場之獨特，亦在咖啡產業與群聚現象後，加以媒體的刻意強化咖啡風潮；隨之，將社區形態的產業演繹觀光旅遊現象，同時引入消費人潮的湧進。

2.2.3 農業地景置入觀光產業

古坑鄉產業結構在 1999 年以前，原以農業生產為主，惟在經歷九二一大地震、桃芝及納莉颱風等連續災變重創後，不得不重新思考傳統產業的出路，經過該地方文史工作者的調查與研究，公部門的協助，發掘自己故土過去的發展脈絡及產業特色，荷苞山在日據時期一度為遠東地區最大的咖啡工廠，曾有咖啡山的稱號 (黃躍雯, 2007)。西元 1999 年台灣遭受九二一地震災變，各地農產經濟結構重整，而古坑鄉將日治年代的咖啡農產重新建構為社區產業推展契機，同時置入觀光旅遊元素，此即成為古坑鄉華山社區產業轉型的基礎，現今本區的觀光化結構中多以咖啡餐飲與民宿經營為主，此經營範圍依據華山社區為中心擴及華南、桂林兩村，而其中群聚現象以橫路口至龜仔頭區段密度最高(圖 2.4)；據曾任華山休閒產業聯盟會長表示此咖啡業者的群聚現象，主要是欣賞夜景以及咖啡產區的想像原因，多數經營者以咖啡的相關商品為賣點，目前營業狀況以眺望的景觀視線最能吸引觀光客。

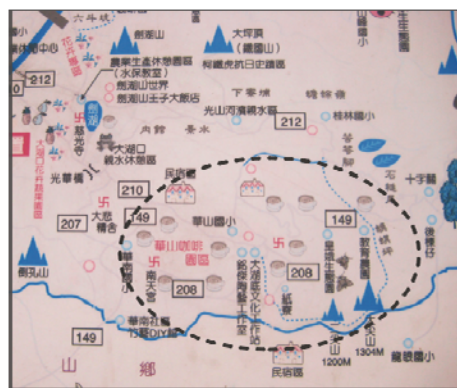


圖 2.4 古坑鄉庭園咖啡分布在華山、桂林、華南村，以虛線的龜仔頭及橫路口密度最集中
資料來源：華山社區導覽圖，2010.12.12，本研究整理

據研究者上述記錄訪談，古坑鄉華山社區產業觀光旅遊的建構，即是本研究的主要支撐議題，其中的「夜景地域」及「咖啡意象」創造觀光的旅遊消費需求，一併湧入業者的利益追求，而形成一股「供與需」的市場群聚層級；然而本研究透過訪察與資料紀錄及整合交集分析後，了解古坑鄉華山社區的咖啡餐飲與民宿聚集，並非咖啡產業的栽植產地亦或其咖啡專業經營取向建構消費市場。

由研究者訪談紀錄資料呈現，大部分至此的觀光旅遊者抑或消費群眾，是透過閒暇在空間中感受自我存在的價值，同時追求一股氛圍的情感寄託；遊客對華山的整體體驗主要是一種情感體驗、感官體驗及思考體驗，是屬於個人獨有的體驗，其次為關聯體驗及行動體驗，屬於共享體驗(沈進成、廖若岑，2005)。

簡言之，許多遊憩消費者追求的是一種空間氛圍的沉浸，如前敘所提夜景地域或咖啡意象，皆是強化華山社區咖啡產業經營的群聚，而以研究者解析此一群聚的市場，其實支撐咖啡供需的主要建置，乃是本區的地景與空間創造夜景的視域享受，亦等同將空間與地景作銷售，而其解析本研究的產業空間形成，置於爾後各章節陸續討論。

2.3 災後產業經濟重建

日治時代，日人大力推廣經濟價值很高的咖啡樹，在花蓮玉里、嘉義中埔、雲林古坑等地大量種植，並設置咖啡豆加工廠，將咖啡豆運回日本作為朝貢品，當時荷苞山種植面積約有 300 公頃佔地最廣，極盛時期曾有「遠東第一大咖啡廠」的美譽，因此贏得咖啡山名號(滕淑芬、莊坤儒，2006)。

台灣遭逢九二一地震災變，古坑鄉華山社區慘遭襲擊，加上 2001 年

的桃芝與納莉強颱風的重創，促使九二一災變尚未復原的大尖山和二尖山接續嚴重坍塌與土石流危急(照片 2-5 至 2-7)；在九二一地震及土石流侵襲之後，華山居民思考產業未來走向，想起早期古坑咖啡曾經風光一時，因此決定以咖啡為華山產業發展之主軸，短短幾年之內，在公部門及地方的共同努力下，古坑地區的休閒咖啡店在華山、華南、桂林、荷苞等處復甦起來，成為台灣咖啡產業的發展重鎮(莊皓雲、張新民，2007)。訪談目睹土石流發生狀況的居民敘述：

嚇死了...要躲都不知道要跑去哪，腳都軟了，土和水整個流下來...就在眼前看到厝入大水，還有人用爬的...當時嚇到無力，你想...不到三個月...八次土石流...那年很悲哀從小到老遇到最恐怖的(菜販陳太太 2010.05.08 口述)

華山地區歷經土石流災害，在行政院農業委員會水土保持局協助社區重建的過程中，並積極輔導當地之產業發展、公共及公用設施、環境保育之規劃，現在華山地區已發展出具當地特色之農村景觀及休閒資源，也成為雲林地區著名的休憩景點(莊皓雲、張新民，2007)。



照片 2.5



照片 2.6



照片 2.7

照片 2.5 至 2.7 納莉與桃芝颱風後的土石流景象 \ 資料來源：潘明華，2002，起飛的鳳凰古坑鄉

西元 1902 年台灣總督府在恆春設熱帶植物殖育場，開啟本島咖啡咖啡有系統的研究及種植，昭和九年(西元 1934 年)，經營咖啡生意的圖南株式會社，遍植咖啡樹於古坑荷苞村、華山、樟湖，全盛時達三百公頃(中國時報，2010)；日據時代的古坑鄉栽種咖啡產業已沒落於空間和時代的背景，而在三、四十年後重新崛起發展，轉而形塑具有獨特的代名詞「台灣咖啡原鄉」，源起於台灣遭逢九二一地震，各地災情嚴重，尤其山區聚

落更加需要進行產業重整規劃，透過公部門、私部門、民間組織等各界將此災後重整議題，蜂擁提出見解與計畫，促使本區重整之相關議題彰顯。在根據林崇熙教授於雲林的後現代產業—異時空的咖啡文中表示，古坑咖啡興起必須從地方政治領導者、環境變遷因素、咖啡業者等經濟面向重疊思索(圖 2.5)。

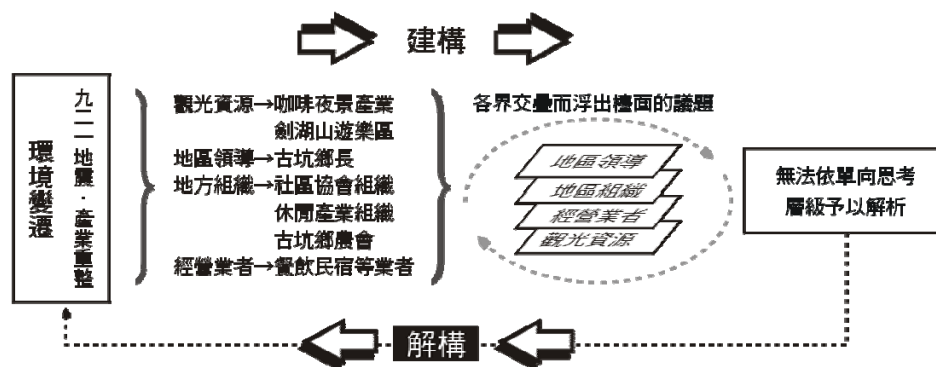


圖 2.5 古坑咖啡產業形成須從地方政治領導者、地方組織、環境變遷、咖啡業者等經濟面向思索，本研究繪製

因此，古坑鄉華山社區的咖啡產業的崛起，其探究並非單一面向所建構而成，因此在思索解析該地域產業的構面上，採觀光旅遊資源、經營業者、消費遊憩者、地方組織單位、地區領導者的面向介入。其當時地方領導者古坑鄉長謝淑亞女士全力推展鄉內產業文化活動與各聚落的社區總體營造，其將文化創意置入在地產業的振興，而咖啡產業的推展皆為地方產業文化活動的首推項目。雲林縣古坑鄉從一傳統農業地區，廣植咖啡田、經營咖啡屋，轉型為觀光景點，同時也提供遊客們體驗既追求流行，又能在地消費當地產品的休憩方式，這是「產業觀光」類型中頗為典型的一例(黃躍雯，2007)。

西元 1998 年古坑鄉長謝淑亞女士就任後，鄉公所推出「閱讀台灣咖啡」、「古坑荷苞山尋訪台灣咖啡之前世今生」等藝文活動，希望古坑鄉華山社區產業咖啡所形塑的咖啡原鄉意象，賦予時代消費的潮流，更擴及城市或國際化經濟，期待活動效應的助益提昇社區產業層級；而整體

古坑鄉咖啡產業的重要推展者古坑鄉長謝淑亞女士為其主要建構之一環。然此屬地方領導者的政治經營理念，無法建構整體咖啡產業的發展向度，另一在地自然環境與空間動盪因素亦須納入思索，前述中所提及 1999 年的九二一地震嚴重打擊，正當災區重建計畫展開時，台灣加入 WTO 運作，致使本地農產的未來出路形成重要探討；在一波波的 WTO 相關議題延續中，古坑鄉公部門經由當時鄉長謝淑亞女士帶領希望將古坑塑造為中部陽明山的想法，同時可因應 WTO 議題，而為未來古坑鄉轉型發展觀光事業奠立基礎。台灣加入世界貿易組織後，逐漸開放農產品自由貿易而脫離關稅保護，台灣農業面臨極為重大挑戰，因此台灣農業必須升級或轉型成為具特色的產業，創造更高的附加價值，才能使其具有市場競爭力，繼續生存下去，尤其如何加強與振興農村地區地方產業發展，將是重要議題，近年農委會積極推動休閒觀光農業，希望以休閒觀光作為農業鄉鎮特色產業經濟的活化策略(李孟訓，2007)。

古坑鄉華山地區在西元 1999 年九二一地震與西元 2000 年納莉、桃芝颱風所帶來的土石流等連續天災之後，古坑鄉長謝淑亞、華山社區發展協會理事長吳永堃、蔡顯勇等人於災後聚集當地民眾之力量，共同展現化危機為轉機的群眾氛圍與轉型之企圖，將製茶、檳榔等傳統產業予以思考如何轉型之議題，讓弱勢的現況農產轉化成為順應社會潮流的觀光休閒產業 (中國時報，2004.06.18)。

九二一大地震後在地居民對華山表現出認同情感，多數華山村民是茶農及果農，加上政府各界關心，民國九十年開始推社區營造，民眾先收集在地文化資料，召開會議...討論要運用在地產業帶動發展，最後將日據時代的咖啡作為推動觀光產業(吳永堃先生 2010.06.05 口述)。

古坑鄉公所及華山社區發展協會與當地部分農民協調會商與合作下，將華山村、華南村、桂林村的茶園與檳榔樹園，成功推展轉型為露天咖啡地區，而村民用觀光休閒產業證明本區域經天災後的重生，亦讓台灣咖啡成為古坑的代名詞，並奠定台灣咖啡原鄉之名。而後更多的茶園、檳榔園與竹林等產業也因此改種咖啡樹，鄉境咖啡園從海拔一千多公尺的大尖山、二尖山、草嶺、石壁等皆有栽植（中國時報，2004）。推展觀光旅遊的產業對於地景與空間之需求，占有相當重要之層面因素，而古坑鄉生態環境、草嶺景點、華山咖啡夜景、綠茵隧道及在地農特產，皆是建構本地重要觀光旅遊的依據，加上古坑鄉日據時期咖啡園產業的歷史脈絡追溯，並重新整合推展成為本地域的另一特色空間。

2.4 咖啡產業經濟效應

西元 1999 年九二一大地震的重創，本是滿目瘡痍、一蹶難振的古坑地區，卻在政府重建委員會欲對產業資助。使其復甦的情況下，當地社會發現古坑原來曾經是日據時期台灣最重要的咖啡豆產地，再加上外界對咖啡的飲用已漸蔚為風氣，就在這些努力下，地方已逐漸發展成口咖啡魔豆帶動地方觀光發展的策略工具。（黃躍雯，2007）。雲林縣古坑鄉自從 2003 年舉辦第一屆臺灣咖啡節後，打破以往大家對咖啡皆來自南美與非洲的刻板印象，古坑咖啡從此變成臺灣咖啡的代名詞，有如黑金般的咖啡 在雲林古坑發出耀眼的光芒（顧堃，2008）。

本研究案古坑鄉華山社區經過九二一大地震後，將產業重新探討其未來出路之議題，而將日據時代的咖啡園栽種再度思考推展，且除推動農作咖啡樹外，並將咖啡農產融入觀光旅遊產業；而在公部門與私部門的交相推展下創造台灣咖啡原鄉的聲名；華山咖啡產業一夕成名，第一

年就創造 4 億產值，華山咖啡小小魔豆的創意產業，帶來無限商機，2004 年的第二屆台灣咖啡節更巧妙的運用了媒體的傳播能力。以一個月的時間，再創十五億產值，約為第一屆咖啡節的五倍之多，第三屆台灣咖啡節也延續與企業財團合作的路線，並進一步打造文學與咖啡結合，且把合作觸角延伸至鄰近的北港商圈，由雙方共同結盟為活動宣傳造勢，製造炒作的話題性來延續這股咖啡熱潮(莊皓雲，張新民，2007)。

尤以打造第一屆台灣咖啡文化節的節慶活動，致使各媒體爭相採訪播報此新聞議題，而古坑咖啡的議題經由媒體持續曝光，也創造一股內外供需市場經濟面向及華山社區、咖啡原鄉、古坑咖啡等聲名大噪。媒體的催化作用，華山地區一時成為台灣各地區發展咖啡屋社群的典範(沈進成、廖若岑、周君妍)；頓時成為雲林縣觀光發展重點區段，當時各公部門、私部門交集出現，而雲林縣政府和古坑鄉公所、交通部觀光局、農委會水保局等等皆配合本區的發展建設。然而古坑鄉農會經過長期的憂心農產經濟後，在民國九十二年進行農產轉型，設置古坑鄉農會農業休閒中心(照片 2.8 至 2-9)，將以往憂心的農產議題增闢經濟管道，同時期待和咖啡農產者合作；當時古坑鄉農會創立「加比山古坑咖啡」行銷品牌，強調產品為在地生產的阿拉比卡咖啡豆，並成立加比山咖啡加工廠進行生產製作；本延續議題將在後續各章節中論述探討。



照片 2.8 進入古坑鄉沿線
相關咖啡地標引導
資料來源：本研究拍攝



照片 2.9 古坑鄉農會農業
休閒中心與咖啡加工廠
資料來源：本研究拍攝



照片 2.10 古坑鄉農會加
比山咖啡品牌指標
資料來源：本研究拍攝



照片 2.11 古坑鄉農會農業休閒中心立碑
資料來源：本研究拍攝



照片 2.12 古坑鄉農會農業休閒中心體驗營
資料來源：本研究拍攝



照片 2.13 古坑鄉農會農業休閒中心加工廠
資料來源：本研究拍攝

西元 2003 年首屆台灣咖啡文化節，打造古坑鄉長久以來除了知名「劍湖山遊樂世界」與「草嶺景點」為人熟知外，更創造另一咖啡產業的觀光旅遊潮，尤其因第一屆台灣咖啡節慶的推波助瀾之下，相關投資經營者皆運用「台灣咖啡」媒體聲名推展咖啡經濟市場；因之，古坑鄉許多農民在此一陣咖啡熱潮的想像商機中，漸漸轉而經營咖啡農作經營，投入栽種咖啡農作的在地民眾表達：

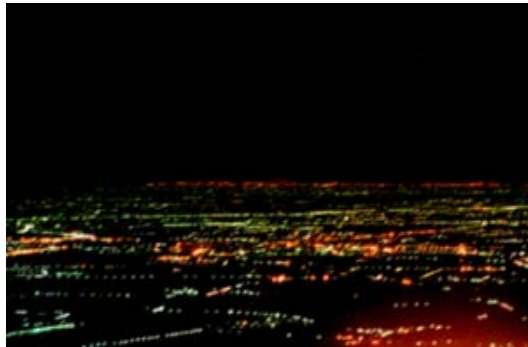
當然是現在種咖啡豆卡好阿，跟其它水果比...當然，因為一攏一年收入有兩三千，品質卡好，可以喊價更高，你算看看...一攏採收七八公斤，而且咖啡收成期拉比較長...不用趕緊一次採收，壓力減小，一攏平均差不多用到好...烤好有兩磅，沒有仔細算過...但是比卡早利潤卡好(咖啡農民郭先生 2010.08.22 口述)。

其實咖啡豆在樹上不是一次就全串熟，所採收要挑紅的，慢慢摘...一顆一顆挑，講到人工實在...費工又費時，咖啡豆生的一公斤五、六十元...大出產時，一人工摘全天差不多一百多公斤，那是手腳俐落的...但是相較其它果樹種植，是利潤多些，其它產品...沒有啥利潤(咖啡農民賴星助先生 2010.08.22 口述)。

以前大家種稻，目前有些人種咖啡...差不多九十一、二年時興，加上咖啡節炒作台灣咖啡豆，有人說是黑金...之後很多人開始作古坑咖啡，加上農會有帶頭的獲利效應...所以，以前家前廣場曬稻子，現在常看見改曬咖啡豆(林春梅女士 2010.09.12 口述)。

有時候氣候溫度不穩定...咖啡生的不好，如果加上產量少...其實價格反而飆高，剛採收的生豆要浸水...壞的會浮水面，近兩三次之後...撈較漂亮的起來去皮...去果漿，還要磨...差不多要兩星期，算是費工，增減作，利潤過得去...(咖啡加工施先生 2010.09.12 口述)。

古坑鄉農作轉型咖啡園經營漸為風潮，然華山社區與毗鄰的桂林村、華南村早期許多土雞城餐廳同部受其咖啡市場的效應，而逐步地被咖啡餐飲的氛圍影響轉型，設置為欣賞夜景的咖啡空間，同時引進外來經營投資者想在咖啡熱潮中創造經濟；無論本地抑或外地經營者其建立形態不一，但皆可於短期間快速成立營業空間，而空間需求皆是取得夜景的視野為吸引消費駐足為首要條件，此經營業者大多以擁有欣賞夜景的營業空間為商業優勢(照片 2.14)，將夜景和咖啡視為行銷號召的商業契機，加上假日的觀光旅遊潮，而將本區咖啡產業推向熱門據點。



照片 2.14 華山村眺望西部平原之夜景
資料來源：本研究於華山咖啡群聚區域拍攝

打開台灣咖啡史，據在雲林縣古坑鄉荷苞山經營台灣咖啡近二十年的巴登咖啡負責人張來恩指出，台灣從開始生產咖啡，確切的年代已不可考，真正量產、外銷應該在日據時期，日本人發現雲林古坑地區很適合栽種咖啡，於是包括荷苞村、樟湖村、桂林村、華山村等村落，海拔在 400 至 700 公尺不等的山區，種植了滿坑滿谷鈎咖啡樹，因此，荷苞山又名「咖啡山仔」，樟湖村也有一個聚落，舊稱「咖啡腳」(曾文田, 2001)。

咖啡產業在台灣光復之後，本土咖啡園亦隨日本人撤離漸消逝，直至 1999 年的九二一大地震災變，加上桃芝與納莉兩颱風連續重創古坑鄉山區，當時古坑鄉公所重點推展傳統產業融入觀光旅遊的經營重整，而咖啡產業即成當時在地產業重整的推動主角，將早期日據古坑咖啡之歷

史產業，由隱埋多年的脈絡裡挖掘重現，彰顯於土石流災害嚴重的華山、桂林、華南等村落；小小黑亮的咖啡豆創造古坑鄉華山社區咖啡產業的經濟契機，一併燃起投資經營的咖啡業者期待大量財富。

根據本研究接觸咖啡經營業者的訪談後資料整合，多數業者對於咖啡市場的崛起，皆認為是古坑鄉多年來農作經濟低迷的一股期待，同時首屆的台灣咖啡文化節所效應的觀光旅遊人潮，加上各媒體管道的曝光充斥下，迅速為台灣觀光旅遊市場的新聞議題製造熱門景點，尤其公部門不斷將產業包裝置入文化活動，持續形塑咖啡產業的意象，此層層不斷的咖啡商業利益想象充斥在地原有農作資產，造成許多農作漸漸為咖啡產業的經濟導向與利益思維中，投入發展咖啡園的栽種；因此，對於咖啡產業投入發展，在地者皆傾向正面的判斷建構，屬於一種單純直線邏輯的判斷力，皆未加以思索負面影響層級，以採取信任媒體渲染和觀光旅遊人潮為依據，而將其咖啡產業的未來經濟置入財富的可觀性；關於上敘觀察與訪談之紀錄結構與探討彙整，陸續於各章節中論析。

第三章 重拾咖啡產業的空間脈絡

本土咖啡的崛起，外人也許視為一種傳奇，或是一種偶發的現象，但對雲林縣古坑鄉的鄉民來說，卻是對土生土長的鄉土作物的重新肯定和開發，原來早在清光緒年間，即有英國商人引進咖啡樹在台灣種植，日據時代日人更在古坑山區大力推廣，僅在荷包山一帶就種值了一千多公頃，當時的荷包山即有咖啡山的美稱，作為本土咖啡的發源地，如今的古坑鄉被視為台灣咖啡的原鄉，可說其來有自，名實相符（聯合報，2009.10.28）。台灣在西元 1999 年遭遇九二一大地震災後，許多村庄聚落進行產業重整，而古坑鄉華山社區將日據時期的咖啡園農作加以具體評估；另外，古坑鄉荷苞村的張來恩家族在日治光復後仍然繼續發展咖啡經濟農產，是光復後為數極少續耕咖啡農作產業的重要經驗，然其咖啡的產業經驗卻是足以融入古坑鄉早期咖啡園氛圍的接續，促使九二一地震災變後推展的重要一環經驗，同時也是創造台灣咖啡文化節慶的首推其一元素。

早期日治年代咖啡園栽種主要集中於目前的荷苞村聚落中，當時的咖啡山即指荷苞村；本章節主要依據古坑鄉華山社區咖啡產業的興起紀錄以及追溯日治年代的咖啡山荷苞村脈絡，為此研究紀錄安排 3.1 回溯咖啡的歷史產業、3.2 咖啡產業歷史延續與推展之契機、3.3 華山社區咖啡產業崛起、3.4 咖啡產業湧入社區之經濟建構等現況論述。

3.1 回溯咖啡的歷史產業

研究者在整合古坑鄉的咖啡產業文獻上說明與觀點各異，由本研究歸納整合，並於後續章節陸續呈現之；其主要原因是古坑鄉咖啡產業在

2003 年進行首屆的台灣咖啡文化節慶，造就台灣觀光旅遊業界的知名聲浪，因此許多古坑鄉華山社區相關文獻紀錄亦或議題資訊等，皆是在首屆咖啡文化節慶一併彰顯；所以，相關古坑鄉咖啡產業文獻資訊等，在研究者網羅各管道收集與彙整的經歷中，文獻紀錄與相關報導資料為近七年古坑鄉華山社區咖啡產業的現況，而大多文獻資料紀錄以觀光旅遊景點介紹為主，關於在地產業發展紀錄或深入的報導資訊呈現不足。而研究者對於古坑鄉華山社區的咖啡產業空間演變，採取現有脈絡文獻紀錄加上在地居民與耆老口述訪談，在研究過程中盡力將其古坑鄉的咖啡園產業空間歷程記錄彙整呈現。

在明治天皇的帶領之下，日本上下進入西化時代，凡舉食、衣、住、行無不向西方國家學習，史稱「明治維新」，日本人開始喝象徵西方飲品的咖啡，然而日本的地理環境不適合種植咖啡，因此便將咖啡種苗引進臺灣，包括花蓮、臺東、嘉義、臺南、屏東等地，古坑的荷苞山也是其中之一（顧堃，2008）。西元 1964 年由雲林縣政府所出版的雲林縣政要覽一文，其中對咖啡產業的沿革文獻概述如下敘：西元 1933 年由巴西引進，試植於荷苞山、六斗坑、二尖仔等地，栽植面積共八十公頃。其間因二次大戰發生後失於管理，至光復時，僅荷苞山地區存留衰敗老樹 17000 餘株。旋於西元 1954 年承農復會勘查，認為該場對於咖啡栽培既其基礎，且各種天然條件亦頗適合咖啡生長。遂由農復會補助該場更新及擴充咖啡事業，計自西元 1956 年至 1959 年止，承美援補助經費共 860797 元，西元 1956 年並由該會補助建設咖啡工廠一座（雲林縣政府，1964）。

古坑鄉的咖啡產業相關文獻紀錄，除上敘提及雲林縣政要覽有正式的記載外，在研究者廣搜的各資料中，尚無出現更具說服依據的記載，以強化古坑鄉咖啡產業的發展歷史；而就一個地方的產業空間歷史發展

論述，其歷史與脈絡加值的是一種懷舊思維與空間意象的氛圍感受抑或精神沉浸。

研究過程經由各方的資訊收集呈現，其中古坑鄉公所農經課孫田旺先生透過中國時報的報導呈現咖啡歷史的片段；孫田旺挖掘到建設台灣二十年畫集，西元 1966 年由隸屬省府新聞處的台灣新生報出版...雲林的最大特色是特產，特產竟是咖啡，其風光程度難以想像，該書指出，台灣種植咖啡始於西元 1963 年，由日本人自巴西購進咖啡種子在斗六古坑試行種植...並從美國及西德進口全套製造咖啡的器械...每小時可製咖啡粉四百八十磅，當年是東南亞規模最宏大的咖啡工廠...除供應全省的咖啡飲料，並謀取代美國的遠東咖啡市場，當年斗六咖啡工廠生產的台灣咖啡，一磅要價兩百元，是咖啡園工頭的薪水四倍...農復會支援的雲林經濟農場在西部生產咖啡，結果整個失敗，這個就是照顧的人不行；指的是咖啡發生病蟲害，卻未及時防治...而後擴建成斗六咖啡工廠，四十九年正式啟用營運，1978 年不堪虧損關閉走入歷史（中國時報，2011）。

而古坑鄉日據時代的咖啡產業再度出現，勾起在地 50、60 年代當時的眾憶情境，許多屬於那年代、那些事、那些物、那些人的空間回溯，再度於這些人的意象中浮現與交集；然而，這一群擁有共同經歷的民眾，在此捲土重來的咖啡產業中，頓時成為重要的咖啡產業空間歷程見證者，將產業歷史文獻中斷與消失的缺憾，經由對咖啡產業的常民共同記憶，給予逐步回溯與縫合產業消逝的片段；此屬那一個咖啡年代的產業印象，以及追溯的人、事、物等空間懷舊，對於古坑鄉的咖啡產業未來發展置入文化機制，而此眾化的產業回溯經驗亦屬在地內化抑或內發的正面思維，對於咖啡文化產業的經營層面是有所提昇。

古坑鄉咖啡產業空間的經濟農作，由其興衰以至廢作等經歷二次世

界大戰、台灣光復和美軍進駐，將咖啡產業空間的各時代背景予以不同意象彰顯；且確切將其置於非民生必需品，對立為奢華的民生享用飲品。當時台灣屬於產物供應的殖民地，透過平等的觀瞻為其當時日本、美國等相較，台灣處於殖民國家的背景下，當時人民窘境只求溫飽三餐，而溫飽的民生需求過程，即以勞動農作生產咖啡，在將當時台灣人民眼中奢侈的咖啡豆是換取經濟需求的來源；此番早期台灣咖啡產業經歷，對於那個時代的咖啡農產者，是辛苦勞動以獲取民生經濟的咖啡年代。

然中日戰爭後日軍撤退，古坑咖啡頓時失去了主要的消費市場，在供需不平衡的狀態下產業漸趨沒落，終至被其它當時經濟價值高的農作物如檳榔等作物所取代(曾紫萍，2008)；在換取溫飽的咖啡農作背景以至本研究者收尋文獻和訪談進行時，由曾任休閒產業聯盟的蔡顯勇先生介紹認識黃耕子先生；黃耕子先生出生於西元1917年是古坑鄉高林村的地方耆老，曾於日據時期負責管理圖南產業株式會社咖啡園栽植。

黃耕子老先生已近九十五高齡，行動與言詞表達不善，研究者透過在地居民與資料收集黃耕子老先生曾表達的文獻紀錄整理：日據時代曾擔任圖南產業株式會社的咖啡樹管理和栽植，當時日本人在荷苞山栽植阿拉比卡種的咖啡，約有七、八十公頃，因此當時的荷苞山有「咖啡山」之稱，咖啡主要種在海拔三百至八百公尺間，日本人要求咖啡栽種相當嚴格，例如咖啡苗的株距彼此寬兩呎，四面要通風；因為荷苞山(圖 3.1)無論是氣候、地形或排水都相當適合栽種咖啡，且咖啡品種沖泡甘醇順口，另外荷苞山咖啡跟油桐樹混合栽植，而油桐樹的綠蔭在春夏季節可以提供咖啡樹遮陽，而秋冬季的油桐樹落葉又提供咖啡樹所需的成長肥料，是一種經濟的農作概念；日治時代除荷苞山之外，桂林、華南、華山、和樟湖地區皆有栽植咖啡，目前所留下來的咖啡樹相當少，當時台

灣栽種的咖啡主要提供給日本的皇族飲用，台灣光復之後美方也支持台灣栽植咖啡，台灣咖啡曾經歷全盛時期約，但因日本在 1937 年引發第二次世界大戰，造成各項物資嚴重缺乏，所以咖啡栽種工作無人照顧，同時日本戰敗後撤退，因此咖啡園產業沒落，直至近年古坑鄉農會推動咖啡，種植面積逐漸變多。

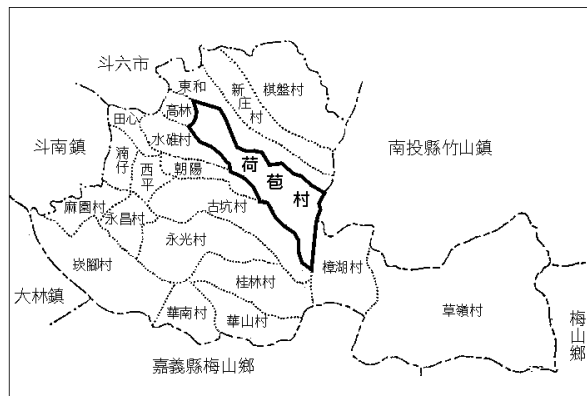
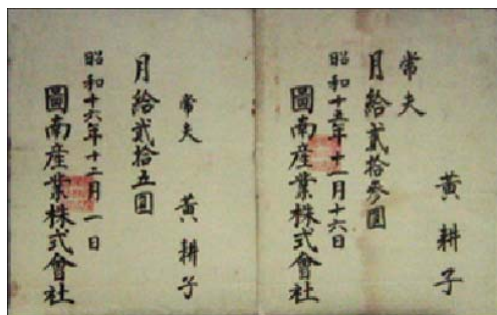


圖 3.1 日據時期荷苞村有「咖啡山」之稱
資料來源：本研究繪製

台灣光復後黃耕子老先生持續於當時經濟農場的荷苞山工作站任職，負責管理咖啡栽種和採收的工作；至今擁有日本昭和十五、十六年期間的兩只派令，上方記載當時月薪為二十三元與二十五元(照片 3.1 與 3.2)，經過黃耕子老先生保存的日據派令呈現，如同將早期的咖啡產業和空間記憶，掀出在地集體的產業記憶與懷舊氛圍，泛黃與斑剝的舊派令也引出黃耕子老先生回憶栽植咖啡的一股熟悉；透過派令上紀錄「月給貳拾參圓及貳拾伍圓」的字跡，顯現日據年代的民生情形，對應本研究論述提及日治年代咖啡產業的辛苦勞作為求換取溫飽的民生情形；而古坑鄉咖啡的產業經過時間與空間、背景的演變歷程，和現今古坑鄉咖啡產業的經濟文化介入向面後，已非黃耕子老先生當年的咖啡勞作意象，轉而將那股辛勤咖啡農作意化為在地咖啡的懷舊脈絡。本研究彙整黃耕子老先生對於早期日據時期咖啡栽植的產業情形，而研究者在進行本資

料整合上，並無法彰顯具體的咖啡產業的歷史脈絡，但由黃耕子老先生的資料中追溯咖啡栽植的歷程記憶，也為古坑鄉的咖啡產業背景描繪在地的咖啡文化的過往氛圍。



照片 3.1 黃耕子保留昭和十五、十六年兩張派令，註明月薪為二十三元及二十五元
資料來源：本研究拍攝



照片 3.2 黃耕子老先生為古坑咖啡之咖啡產業耆老
資料來源：中國時報，2010.10.07，雲嘉南 C1，周麗蘭攝

七、八十年的老欉咖啡，好幾年前因為要建停車場，將這些老欉的移植...每欉樹骨都很粗...算我阿公那代種的，時間過很快...幾年前在另一頭種新的六、七千坪咖啡希望收成不錯 (桂竹林農場李海珍先生 2010.05.19 口述)。

民國八十九年在華山買地...九十一年開幕作咖啡...山產，日本時代我阿姐跟老爸都在會社作工，烘咖啡豆...小時候愛吃糖，加工廠的阿叔、阿伯喝咖啡都加糖...我都喜歡跟在旁邊吃糖，想到小時候咖啡園加工...時間過好快 (山海觀休閒農園張景科先生 2010.10.23 口述)。

細漢都在咖啡園玩...有時還順手摘咖啡果吃，感覺甜甜，從小吃到老，其實山上還有很多日本時代的咖啡樹...我都用大鐵鍋下去炒咖啡豆，炒炒送親戚朋友，沒想過日本時代...咖啡變的台灣有名，...用鐵鍋人工炒比較費工，時間長，但是氣味較香濃 (荷苞村高寶月阿嬤 2010.10.23 口述)。

農民高寶月阿嬤自小生長荷苞村，迄今仍保留鐵鍋炒咖啡豆之技術 (照片 3.3)，她敘述：「昭和日本人將咖啡認定重要經濟農產，荷苞村土質適合種植咖啡樹，因此荷苞村所產咖啡豆提供日本王族飲用，當時咖啡園有好幾百公頃，還設置荷苞村經濟農場管理」。



照片 3.3 高寶月女士以傳統方式炒焙咖啡豆
資料來源：本研究拍攝

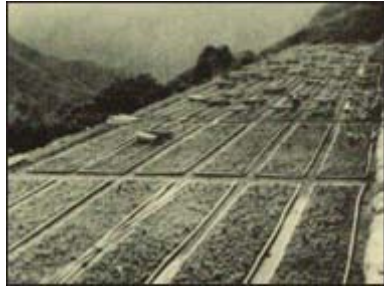
由上述訪談中，皆呈現在地居民回憶幼年生活世界的咖啡園情景，咖啡樹、咖啡豆是他們對地方農作的共同記憶；對於日據遺留的咖啡樹印象，充斥一份思念的情感與產業空間的意象，這些老咖啡樹在歷史脈絡中，因咖啡產業風熱潮下重拾，扮演接續歷史的紋路；對於這些在地耆老而言，在地咖啡經濟風行，並非關注的重心，而是那股孩提的咖啡意象在內心迴盪延續；日據時代的咖啡園記憶，是文化歷史的重要傳承外，亦屬於在地耆老的共同集體記憶，在此咖啡產業重拾發展的潮流下，也喚起懷舊的咖啡意象。

本研究過程收集照片(3.4 至 3-9)的觀察解析，當時台灣省長周至柔先生至荷苞山經濟農場工作站視察當時咖啡栽植狀況，在依據荷苞村高寶月阿嬤敘述，可窺其咖啡產業在當時的興盛狀況：

當年載咖啡的是車來來去去，每輛都載滿滿咖啡...工人請很多，有從林內、斗六、古坑附近...到處來做採收工...施肥、除草、噴藥，還有農場另外再請在地女工拿樓梯摘紅的熟的...為了賺錢，大家都來這作工(荷苞村高寶月阿嬤 2010.10.23 口述)

研究者經由行政院文建會在西元 2003 年出版的「曾經古坑」一文裡敘述：1970 年代以後，由於美援抽離，加上農務工資昂貴等因素，經濟農場逐漸放棄耕作，1971 年時，農場內幾乎均改種麻竹，至於原有的咖

啡園，也是放任其自然生長；1975 年，經濟農場停止咖啡的栽種工作，並在一九七八年關閉咖啡工廠（行政院文建會，2003）。



照片 3.4



照片 3.5



照片 3.6



照片 3.7



照片 3.8



照片 3.9

照片 3.4 至 3.9 民國 47 年台灣省長周至柔前往荷芭山工作站視察咖啡種植生產情形
資料來源：古坑鄉山海觀休閒農園提供，本研究拍攝

本研究在所有相關文獻的收集與整合過程，唯能透過片斷的產業記錄資料呈現；同時根據李宛凌撰寫台灣咖啡產業的歷史考察一文中，研究者整理如(表 3.1)透過此描繪，可對於咖啡產物在台灣脈絡稍做釐清。

表 3.1 台灣咖啡產業歷史整理

時期區隔	簡述咖啡產業歷史
日治時期	日治期間，台灣農業與日本經濟體系密切，明治維新教養日本人成為「文化人」全面飲食西化政策，因此咖啡在日本稱為文化飲料；台灣總督府 1902 年推行咖啡種植，亦將喝咖啡視為現代化行為，不斷在民間設置咖啡館，台灣人接觸咖啡的僅只於達官顯要菁英等；1931 年咖啡發生鏽病蔓延而進行砍伐浩劫。1941 年太平洋戰爭爆發，海運受阻與勞力不足，台灣咖啡停擺。
戰後台灣	戰後初期日本技術撤離，台灣經濟處於混亂狀態，當台灣的咖啡園疏於管理而荒蕪，僅斗六農場繼續維持，由國民政府農林處林務局接管；1950 年改組雲林縣經濟農場，1954 年農復會邀請夏威夷國際中心副主任來台考察，研究台灣咖啡生產可能性，當時經濟農場咖啡園約六十公頃，但缺乏加工設備，以致品質不良。1956 年經濟農場恢復市場潛力，但其後國際咖啡市場生產過剩，台灣咖啡價格無法與其它國家競爭，外銷困難。加上 1950 年開始台灣產業經濟變遷，農村勞力減少，1962 年之後農復會不在推廣咖啡產業。且因台灣人飲用咖啡市場風氣未開，許多農民紛紛改栽植竹筍、果樹、茶葉等。
近年台灣	社會變遷與全球化經濟影響，台灣人生活型態改變，加上咖啡連鎖進駐台灣，形成新的飲食文化勢力；1989 年雲林古坑一帶開始有人展開種植，走向觀光休閒的地方文化產業，配合 1995 年文建會提出社區總體營造理念，結合民間自發力量；1999 年九二一地震、桃芝、納莉風災侵襲，華山村災後重建，在各方合作與配合社區總體營造理念下成為台灣咖啡的不夜城。鄉公所於 2003 年推動台灣咖啡節，打造台灣咖啡原鄉的願景，讓古坑咖啡成為台灣咖啡的代名詞。

資料來源：台灣咖啡產業的歷史考察，商業職業教育，2006.11，頁 37-45，李宛凌；本研究整理

即使在當地訪察研究所接觸的人事物中，無人具體能提出對古坑咖啡的產業歷史完整敘述；因此，研究者依尋片斷的紀錄資料與訪談逐一縫合咖啡的產業歷史，雖無法繼續獲得更深入的回溯古坑咖啡產業的過往，但種種過往的片斷在地咖啡紀錄與懷舊的歷程，已深深置入古坑鄉咖啡產業觀光旅遊的重要意象，同時也是此社區產業商品化過程元素的塑造。然而，片斷的咖啡歷程透過各管道逐一拼湊出屬於咖啡的時空背景，至於經由縫合編織的咖啡歷史之事實如何，對於目前古坑鄉華山社區產業咖啡的觀光商品化過程，已不具有駐足釐清真相的意義，更遑論議題的構成，在一股咖啡市場的熱潮中反扮演的是懷舊的咖啡空間想像，給予觀光旅遊的遊憩人潮增添一份置身的空間氛圍。因此，研究者在本章節相關議題上，對於古坑鄉咖啡產業的歷程發展，以其在社區產業觀光商品化過程所提供的是懷舊氛圍與集體記憶的論述與探討，不採取對古坑鄉咖啡產業的歷史議題深入追究及著墨了解真實依據為何。

3.2 咖啡產業歷史延續與推展之契機

古坑鄉荷苞村經濟農產在西元 1975 年全面停止咖啡園經營和生產，而關於咖啡產業的興衰直至西元 2003 年古坑鄉再度打造首屆的台灣咖啡文化節慶，而形成台灣一股咖啡市場的狂熱；然而，串連這咖啡潮流的興衰歷程，並非是由文字建構的歷史紀錄所編撰；自從台灣光復以後，本土的咖啡栽植產業隨日本人撤退而廢作，其中除經濟農場接續咖啡的經營外，尚有少量的私人咖啡園保留栽植與經營，在這少數的經營業者中，古坑鄉荷苞山的巴登咖啡創辦人張來恩先生是延續咖啡產業的背景與歷程重要推手，在台灣咖啡市場業界具有相當知名度，扮演古坑咖啡歷史延續重要之一環；這段咖啡本土化的正名過程中，巴登咖啡無疑地扮演了極其關鍵的角色。台灣咖啡經濟市場在西元 1971 年衰退，而張來恩先生在咖啡栽植式微的年代，依舊堅持產業的延續與推展，張來恩先生表示：

1994 年在地母廟邊做巴登，專賣台灣咖啡...推廣本土栽種的咖啡，那時候台灣人喝咖啡習慣尚不明顯，所以生意不穩定，有時一天下來賣出幾杯而已...，有點誇張，我父親、阿公那一輩曾在咖啡農園做過，孩時看他們炒咖啡豆...煮咖啡，對咖啡的香氣印象非常深，所以聞到咖啡香就會出現小時記憶；...剛做巴登的經營時，常常試喝的民眾比買咖啡的多很多，但巴登招牌堅持用心經營，而且要消費者喝最好的，後來有慢慢打出知名度...尤其是九二一在重建的時候，我們巴登咖啡的經營模式影響華山那邊的夜景和咖啡發展，很多業者把山坡地開墾成營業平台...就陸續開始華山很多咖啡館、餐廳開業，然後觀光客就出現...。荷苞村以前有咖加山稱呼，日本時代因為種植很多的咖啡園，就是阿拉比卡的品種，氣味很接近藍山...供應日本的貴族，後來台灣光復由經濟農場繼續經營，一直到民國六十年時才結束咖啡經營...差不多有三十幾年期間很少人種植或討論，將咖啡園荒廢(巴登咖啡張來恩先生 2010.11.14 口述)。

當時張來恩認為咖啡產業有存在的價值，逆勢堅守種植咖啡產業，

並於西元1984年成立咖啡農場，西元1994年在荷苞山的地母廟(照片3.10至3.12)旁設立巴登咖啡館，對咖啡的栽培管理、烘焙研磨、以及咖啡店經營在摸索階段，歷經慘淡過程與華路藍縷，並沒有放棄咖啡的夢想，反在自行栽植咖啡樹、發展烘培技術後，進一步以「台灣咖啡」之名行銷；至此了解荷苞山產業式微後，只剩下野生咖啡樹及零星的庭院景觀樹，而張來恩先生在荷苞山慘淡經營廿年的咖啡產業，卻延續了古坑鄉台灣咖啡的命脈(中國時報，2003)。此外，張來恩先生對行銷層面採取主動積極，於各類文化產業活動見其蹤影，因而巴登咖啡亦成為台灣咖啡的重要業者之一，同時在古坑咖啡興起之際，為其形塑不可或缺的置入元素。



照片 3.10 荷苞村地母廟牌樓及巴登咖啡看板\資料來源：本研究拍攝



照片 3.11 地母廟外觀\資料來源：本研究拍攝



照片 3.12 巴登咖啡位處荷苞村地母廟對面\資料來源：本研究拍攝

延續咖啡的脈絡中，看見張來恩先生堅持為台灣咖啡的產業推展經營，以及咖啡經濟與文化的並存；由張來恩先生的紀錄訪談中，解析他對咖啡產業的記憶，是由其父執輩農作咖啡的經驗而來，注入到張來恩先生的生活世界中，並引導他對咖啡產業的一份情感，並影響他堅持接續咖啡經營的企圖，也強化咖啡經濟產物的延展。

產物具備文化性、歷史性、指標性、代表性、象徵性及不可替代性(明立國，2000)；然而，由研究者的觀察，在咖啡市場經濟的延伸初期，尚無置入文化的精神與內涵，如前述章節提及日治年代的咖啡產業，是以勞作咖啡農產的經濟換取溫飽的民生缺乏年代；在時間與空間更換的背

景下，台灣民眾在生活經濟提昇中，咖啡亦逐漸成為民眾休閒享受的消費飲品，而現今咖啡除滿足飲食慾望外，其咖啡的空間意象也建置形塑為一席文化場域；現代國人飲食習慣漸漸改變，而過去大家都把茶飲當作主要飲料，而歷經...咖啡文化薰陶，精緻咖啡儼然已成為大眾不可或缺的飲品之一，早期在歐美各國，咖啡本就是他們生活飲食的一部分，只是台灣慢了國外近十年的時間（聯合報，2009）。

所以，張來恩先生經營的咖啡產業，即在創造經濟下交集咖啡的空間文化氛圍所建構，而無論是咖啡的經濟或文化，此兩者皆順勢融入在首屆台灣咖啡文化節慶之前，令張來恩先生所經營的咖啡延續成為古坑鄉咖啡的文化資產與重要發展思維。由於巴登咖啡的成功，古坑鄉的鄉民立刻起而效法，紛紛改種咖啡，並且在鄉野之間廣建咖啡庭園，占地利之便，晚近開設的咖啡庭園都選在視野開闊，展望良好...別出心裁，充分發揮地形上的優勢...短短幾年功夫，就成為一種休閒的流行時尚(聯合報，2009)。

3.3 華山社區咖啡產業崛起

古坑鄉荷苞村巴登咖啡張來恩先生延續對咖啡的經營，直至九二一地震對於古坑鄉山區重創後的地區產業重整，經由公部門與社區民間組織置入推展咖啡的產業，由日據時期的產業再度復興；當時任職古坑鄉長，現任雲林縣議員謝淑亞女士表示：古坑鄉有很好的生態環境，如果積極推展台灣咖啡的原鄉古坑，續而可以將古坑行銷，帶動鄉內的農特產經濟，因此原屬荷苞村的咖啡栽植，也迅速地擴充至樟湖、華山、桂林等古坑鄉各聚落的山坡地，且逐漸拓展於其中。

古坑靠的是行銷台灣咖啡，所以台灣咖啡幾乎成為古坑代名詞，具有品牌價值，同時帶動華山風景點發展，所以咖啡產業確實

有經濟效益...2003 年第一屆支出三百萬為在地創造了兩億的經濟效益...令鄉民很振奮...2004 年時近四億產值，05 年提昇到十億，06 年就增加到十五億的產值...都有五十%的幅度，非常驚人，從咖啡產業進入後，農民陸續栽種咖啡樹，最早投入的古坑農會自創加比山咖啡，成為全台灣業績最好的農會...華山地區的發展產業很活耀，社區建設也越趨完整...茶葉、竹業還有咖啡產業等景觀咖啡館、主題特色民宿都是水保局協助規劃，有聲有色，還有值得提的是華山的努力在一百多個社區中獲選十大經典農漁村(雲林縣議員謝淑亞女士 2010.12.06 口述)

以華山社區為發展地標的咖啡與夜景區域，為主要的古坑鄉咖啡產業地景象徵代表，此與以往古坑鄉咖啡產業歷史紀錄中的象徵空間—荷苞村咖啡山及巴登咖啡館(照片 3.13 至 3.18)，有如咖啡氛圍的地景移轉，如同逐漸消隱的咖啡山及熱潮興起的華山社區咖啡產業；透過在地人的回憶表示：

外地來的朋友就戴去喝咖啡...如果是白天就去巴登喝本土口感，晚上我一定帶去華山喝，雖然咖啡沒有巴登好，但是朋友外地來，要帶去看看夜景順道吃東西，而且很多家可以選擇，花錢當然多一點選擇...去巴登是因為要喝高品質，不然白天真的是沒有甚麼可以看...就地母廟...，老實說華山真的視野就贏很多 (遊客龔太太 2011.01.08 口述)

人氣少很多，以前巴登生意不錯，尤其假日門口廣場也有人坐著喝咖啡，當然吃吃氣氛，但巴登的咖啡確實還不賴...但巴登的地理位置就沒有華山那邊夜景漂亮吸引人，巴登講求自種自銷的原產和咖啡味道的品質，可是很多人喜歡晚上在華山邊用餐喝咖啡...欣賞夜景，重點是兩邊消費差不多。(遊客鄭秋霞女士 2011.01.22 口述)



照片 3.13 巴登咖啡館外觀
資料來源：巴登咖啡



照片 3.14 巴登咖啡館內部
資料來源：巴登咖啡



照片 3.15 巴登咖啡館內部
資料來源：巴登咖啡



照片 3.16 巴登咖啡館外觀
資料來源：本研究拍攝



照片 3.17 巴登咖啡館前
資料來源：本研究拍攝



照片 3.18 巴登咖啡館騎樓
資料來源：本研究拍攝

出自受訪者口中的「華山」其原舊名「大湖底」，因在海拔一千多公尺的大尖山俯瞰其村落，因左右兩側有山丘圍繞，類似畚箕地形，其據點於白天可遠眺雲嘉南平原，入夜後可觀賞平原的夜景，其視野相當廣域；因此，華山社區與周遭村落之咖啡餐飲抑或民宿都善用地形地勢，將山下視野盡收眼底。在華山地區遭逢九二一大地震與桃芝、納莉雙颱風所夾帶的連續災變與大量土石流之後，在一波波的產業重整聲浪中，華山社區積極面對咖啡產業的經濟面向議題，逐漸觀察到社區內相關的庭園咖啡餐飲與民宿的成立，而其豐厚的天然景觀與人文，也造就為雲林縣觀光休閒遊憩的體驗特色；遊憩體驗是遊憩者在其周圍環境中，藉由選擇而參與比較喜好之遊憩活動，以獲得其生理、心理上滿意之體驗(陳水源，1989)。休閒遊憩體驗是指在參與休閒遊憩的過程中，參與者的感官、知覺、心智行為會不斷的和周遭環境之間產生互動關係，參與者從這些互動關係中所得到的感覺與經驗(高俊雄，1993)。

因此，飲用咖啡與觀夜景創造華山社區的特有在地特色，目前華山社區與鄰近的聚落可見咖啡餐飲與民宿四處林立，加上每年的台灣咖啡文化節慶推展，尤以首屆台灣咖啡文化節慶，造就業者順勢帶動觀光旅遊的經濟市場，當時加上媒體大肆拱上全國性觀光旅遊的熱潮議題，創造一股瘋咖啡的特殊據點。

經由以上論述古坑鄉荷苞村的咖啡山消隱與九二一災變華山社區咖啡產業的興起，加上本研究觀察訪談消費者對巴登咖啡的稍顯蕭條，以

及華山社區群具咖啡餐飲的高調興起之觀點；透過上列議題的整合，由地景與空間在其消費趨勢上是有所區隔層級，在西元 1970、1980 年代台灣民眾對於咖啡飲品的消費仍屬寡眾族群，更遑論咖啡的消費空間與氛圍之選擇，以在地雲林縣的消費咖啡市場而論，在咖啡飲用的空間據點上實為有限，當時講究專業咖啡沖調及氛圍空間者，依據選擇有限狀況下，多數遠離市中心到荷苞村的巴登咖啡館消費；之後，台灣經濟大幅提昇，同時休閒旅遊觀念逐步興盛，民眾開始對生活品質講究，而咖啡市場的消費族群也陸續增加，相對咖啡的消費空間需求與氛圍不斷被市場強化而彰顯，此時咖啡的休閒族群在消費空間意象上的替換也隨之異動。Assael(1984)認為意象是一種五官所感覺的現象，並透過主觀的理解經驗，而該經驗的累積是由個人本身及外界的經驗，累積與組織而成。

然而咖啡消費空間的異動與講究，又逢華山社區遭逢九二一地震災後的產業重建，在產業重新思考與建構下將荷苞村咖啡山的產業特色加諸華山社區發展；然而，發展初期在咖啡的專業運作上或許不及巴登咖啡的經驗充足，但以咖啡的消費性空間與氛圍而論，華山社區所具備的天然景觀資源與得天獨厚的夜景視域，對於消費市場的選擇上是另一空間的吸引；回顧訪談紀錄中，享受咖啡飲品消費的層級上，其對咖啡飲品的口感品質要求，遠低於對空間氛圍的訴求與吸引。在華山社區推動咖啡餐飲之後，接續竄進許多的觀光旅遊人潮，並牽引著在地居民逐漸投向此一產業的經營，而造就華山社區的咖啡產業聚集效應；在經由媒體管道宣染此聚點的咖啡特色群聚現象，其引發之遊憩人潮效益龐大。

由於國人對於休閒旅遊的需求大幅增加，企業及政府相繼投入觀光產業，使得觀光供給與需求得以蓬勃發展，彼此間的相互競爭也日益激烈。再加上資訊傳播的快速發展，媒體對消費者行為的影響力日益增加。

在此激烈競爭的環境中，為了獲得顧客的青睞，業者除了提升產品價值及服務品質外，有效的運用資訊傳播也是競爭的重要一環(沈進成、周君妍，2005)。交通部在2001年曾提出，為振興國內產業，創造就業機會，擴大辦理地方節慶活動，結合公民營觀光資源及當地農產品，輔導業者編排旅遊行程大力推銷，以帶進旅遊人潮，而節慶活動本身所帶來的吸引力不限於自然景觀或是農業活動的第一級產業，還包含人文活動與服務的第三級產業，另外節慶尚能加強當地形象、帶來大量的觀光人潮、更能創造相當多的商機，同時也帶動當地的經濟發展，古坑鄉在2003年舉辦第一屆台灣咖啡文化節，打響了台灣咖啡的知名度，古坑與台灣咖啡也因此畫上了等號(高崇倫，2008)。舉辦文化節慶的推動易成媒體與民眾的聚焦，其自身的吸引不單是活動地景，還涵蓋在地人文彰顯的特色，同時節慶的活動也是令觀光遊憩者時間的駐足，而延伸在地居民的經濟面向。

依消費族群的觀點論之，除消費空間與氛圍是吸引咖啡消費群眾駐足華山聚點外，華山社區的咖啡餐飲聚集也提供消費族群在視域氛圍與空間上多樣的抉擇，此亦為消費者由荷苞村移轉至華山社區的元素之一。

雲林古坑華山風景區的景觀咖啡館家家開設，這裡已成為雲林縣景觀咖啡館最為密集之處(工商時報周刊，2007)；古坑鄉華山社區咖啡產業的觀光商品化過程迅速拓展，除擁有天然生態景致外，其夜景特色與眾多的咖啡餐飲空間、民宿等等為不可缺之一環，在地的經營業者運用華山地區的優勢地景，融合咖啡產業的知名度，造就遊憩者的視覺與味覺慾望；因此，近年的古坑鄉華山社區以地景優勢和入夜後的燈火視域空間，以及台灣咖啡名氣的成功創造，除相關咖啡餐飲的湧進經營外，也因而延伸消費者的駐足時間，並效應住宿的供需市場，促使華山聚落

與毗鄰村莊有多家經營者(表 3.2)陸續成立；所以咖啡與夜景相互交融下，彰顯的空間氛圍充斥在消費者對於此地景的一股浪漫遐想。

表 3.2 桂林、華山、華南村沿線庭園咖啡與民宿

營業類別	營業名稱		
咖啡庭園餐飲	蝌蚪溪森活庭園	微風山林自然餐廳	桂竹林餐廳農園
	喜拉朵庭園咖啡	頂田生活茶坊	紫緹庭園咖啡
	松園咖啡秀	松嶺咖啡	啡你不可
	華山美食餐廳	金咖啡	綠色大地庭園咖啡
	重點咖啡	西雙版納	轉角屋
	華山會館之傳玉園	雲南咖啡	歐提萌咖啡
	瑞山咖啡	雲頂庭園咖啡坊	平頂餐廳
	觀景咖啡	日光水色美食屋	隨心所欲休閒餐飲
	山海觀休閒農園	維野納複合式餐飲	懷古驛站
複合餐飲民宿	賞星月目花園木屋	華麗山景民宿	聖荷民宿
	天秀山莊	樸園渡假民宿	桂林休閒民宿
	山中茅廬	禾園民宿	大自然民宿
	茶園居民宿	山田民宿	橘園民宿
	河岸咖啡民宿	明心園民宿	丞豐休閒農場
	驛站民宿	望民宿	茗豐民宿
	鄉村民宿	夜景民宿	桂園民宿

資料來源：本研究整理，2010.12

研究者依據彙整資料至此，呈現出咖啡山的地景集體記憶，其在咖啡的產業的歷程中擔任屬於文化的傳承，並在九二一地震災變後扮演激發產業重整的建構元素，誘發咖啡產業由日據時代沒落再現，經商品觀光化與媒體的渲染而形成華山咖啡產業的群聚效應，但此一群聚現象是建立在華山社區的夜景空間視域，以及加上台灣咖啡文化節媒體打造「夜景咖啡」氛圍所置入，同時在觀光旅遊者的消費導向上融入氛圍的享受與意象體驗；遊客體驗是在創造遊客心中難忘的美好回憶，增加遊客滿意度。強化遊客的忠誠度。在進入體驗經濟的時代，為顧客創造一個有價值的體驗是服務提供者的目標，旅遊意象是表達遊客心中對當地觀光發展的態度，以及對旅遊地感覺的最重要指標，是對一地點經由一段時間整合不同來源資訊後的整體知覺。觀光地區"意象"的塑造，以及遊憩資

源的建設，對於風景區初期的發展與興盛，具有引導性的作用，而且遊客體驗及旅遊意象會影響遊客選擇目的地的決策，可以用來預測遊客之未來行為，故旅遊意象的衡量可為旅遊目的地定位出完整的意象，並可提供行銷策略的參考資訊(沈進成、廖若岑、周君妍，2005)。對於荷苞村咖啡山的漸隱，相對華山社區夜景咖啡的市場掀起，巴登咖啡經營者張來恩先生認為：

快速竄紅，但業者基礎如果打不穩，會很容易垮掉...媒體大多報導台灣咖啡是在古坑出產，加上媒體一直將焦點放在華山夜景與咖啡，所以華山知名度很高...而且強調華山有咖啡產業...華山是因為九二一地震重新建設後，才開始陸續有露天咖啡庭園，並不是一開始救災種咖啡...但公所及很多研究報導都將華山作為主要焦點，活動也都集中在華山那頭，幾年前開始辦咖啡節...讓劍湖山及華山提升生意來源，消費者都會被媒體宣傳引導...所以華山咖啡的帶動很快(巴登咖啡業者張來恩先生 2010.11.24 口述)。

經由巴登咖啡經營者張來恩先生之敘述，可呈現出其對於首屆台灣咖啡文化節慶的辦理，為華山社區的咖啡經營者創造觀光旅遊抑或休閒熱潮，並感受早年咖啡山的群眾記憶，已在華山社區咖啡群聚熱潮中漸失。此一訪談與紀錄中，研究者感受巴登咖啡經營者對於咖啡地景的漸移，可概分幾個層級解析，回敘本章節提及張來恩先生推展咖啡產業的經濟與文化相互融合，同觀點論之一產業的建構若出現市場沒落，亦彰顯出投資者對於市場消失的恐慌，即使對於咖啡產業的熱衷，也無法對經濟動搖漠視，加上公部門資源與媒體傾向華山區段的運作，無論是延續咖啡山的文化亦或是堅守咖啡山經濟的張來恩先生，皆會對此華山效應有所見解。但由客觀的研究觀點而言，古坑鄉華山社區非屬咖啡栽植主區域，其在本推展咖啡效應中屬於咖啡餐飲業的群聚效果；因此，關於「咖啡栽植」和「咖啡餐飲」兩者的宣傳文案，在咖啡熱潮中確實是消費族群易於混淆之議題。

以華山社區的咖啡餐飲迅速成立之群聚現象與速度而言，相對這些業者之經驗拓展，能否成功融入市場群聚速度，值得省思；由荷苞村巴登咖啡業者的二、三十年經驗推展，相較九二一地震災後華山社區咖啡餐飲的經營創造台灣咖啡產業聚焦，此對堅守咖啡山辛苦經營的巴登咖啡業者，確有些許怨鳴之異議，但從研究者觀點論析，此也顯現華山社區在推動咖啡的經營上，是以自然的生態和夜間視野景觀牽動觀光旅遊人潮，但在一股響亮的台灣咖啡抑或華山咖啡產業的聲浪中，如華山社區未能將專業的咖啡技術與印象具體延伸，單就夜景的特色視野景觀為主導，而忽略了咖啡產業的深層經驗抑或技術層面，其咖啡產業的經濟是否為煙火般在此區短暫炫麗。

3.4 咖啡產業湧入社區之經濟建構

西元 1999 年古坑鄉華山、華南、桂林等聚落遭逢九二一地震之後，地景迅速佇立許多露天庭園餐廳、咖啡館、民宿等咖啡熱潮所延伸之相關產業，除了本區域優勢的天然生態環境外，該區段地理環境位置與視域空間、氛圍打造產業的推展契機，同時古坑鄉公所大力推動咖啡產業觀光商品化，加上公部門以台灣咖啡文化節掀起全台灣對咖啡產業的潮流，打響台灣咖啡原鄉的聲名，也將古坑鄉華山社區推向觀光產業之途，促使以華山村為中心延伸的咖啡產業群聚現象；古坑咖啡節每年舉辦如儀，每年也都會加入一些新的內容和元素，規模不斷擴大，知名度與日俱增，已成為全國性的全國文化節慶，環視國內其他文化節的活動，鮮少能像它一樣，從本土出發，卻得到全國性的回響，原本是上土石流肆虐的殘破家園，如今成了品味與美景兼具的優質休閒場域，最難能可貴的是，它呈倍數成長的產值，為地方及鄉民創造了前所未有的富裕與繁

榮(聯合報, 2009)。區內的咖啡經營業者、古坑鄉農會、古坑鄉公所等交集推展下, 在幾屆台灣咖啡文化節慶辦理下, 創造台灣地方主題式社區產業的擴大效應, 尤其是古坑鄉華山社區產業的內發機制, 所引發在地產業思索漸而轉型投入栽種咖啡, 另在大量的媒體曝光創造華山咖啡與夜景視域的消費想像空間中, 加速業者在此擴展咖啡的群聚, 其業者表達:

咖比節第一屆生意相當好, 華山民宿差不多假日都滿滿, 做民宿的大家都很高興, 很有信心, 所以越來越多的餐廳、民宿一直蓋, 還有很多外地來華山買地投資...目前華山每一家民宿差不多提供七間房間, 最多還有十七、八間, 四人房收兩三千塊(不具名華山餐飲業者 2011.01.22 口述)。

大陸金紙有夠便宜, 幾年前將家中的造紙事業收起來, 造紙十幾年了收掉了, 民國九十三年那時...加比節當紅, 觀光客有夠多, 當時就先把大湖底土地整理建民宿, 那時七間房, 那一兩年華山很多遊客, 攏客滿, 所以後來又多蓋四間木屋(民宿業者李茂竹先生 2011.01.29 口述)。

這裡幾乎每一家都盡量運用天然地勢提供生態的視覺吸引遊客...假日廟前來來去去的登山和臨時擺攤很多(照片 3.15), 第一屆咖啡節在國內造成名聲, 所以咖啡及媒體還有華山夜景在當時, 皆順勢推動起來...咖啡節算是全國大活動, 當然也讓這裡的經營者有商機, 目前華山算有名氣...早期業者不多, 遊客也少, 都是附近的民眾到華山爬山散步或吃山產, 但現在則是咖啡夜景聞名, 還有一些外地也想上來做民宿(李春梅女士 2011.03.05 口述)。



照片 3.19 華山村康府元帥廟
資料來源: 本研究拍攝 2010.12



照片 3.20 康府元帥廟前攤販
資料來源: 本研究拍攝 2010.12



照片 3.21 康府元帥廟前店家
資料來源: 本研究拍攝 2010.12

今華山區段與華南、桂林等村落的咖啡庭園、主題餐廳抑或特色民宿等四處林立設置，共通的經營契機多採夜景的號召行銷，而此在地的農民轉型抑或專業外來經營者，不論其對咖啡是否依商品的專業系統營運，其四周林立的業者包含有合法成立經營亦有非法運作者，當中牽涉公部門法令等議題，非本章節所歸納討論，另於第五章節提述探討；而業者在華山與鄰近區段設置咖啡相關產業，並為滿足消費者最佳夜景視域而不斷開發本區段山坡地，以追求夜景的號召策略；探討至此，深知經營業者為咖啡產業的未來期許持續萌芽與拓展，而推動初期的在地組織與公部門相關單位和經營業者，於推展前置的計畫中未將相關的成立限制議題加諸，因此成為華山社區與鄰近業者是否合法開發抑或符合公部門法令，皆是本咖啡產業群聚現象的堪憂。未加諸隱憂限制的咖啡群聚產業拓展，也許在各界管道的簇擁下，顯見節慶光芒與產業群聚效應，但依附光芒而投入古坑鄉華山社區的咖啡業者，在未經周詳評估下，經營投資面向未來忐忑。

如果這裡只有少數業者經營，無法形成群聚的狀況...而地方要轉變成觀光化，一定要經過業者集市才會觀光化，當時如果只有少數業者在經營咖啡，那公所或縣府應該不會想到是古坑特色吧...但也因為媒體的推動，所以造成業者認為商機，開始進入華山聚集效應，有業者還是外地來經營(華山休閒產業促進會理事長賴松志先生 2010.04.24 口述)。

景氣好的時候，賣咖啡攏不顧品質，只會說夜景很漂亮，又不是只賣夜景座位，咖啡品質和夜景攏重要，華山很多業者是半路開始經營，不是專業ㄟ，所以...希望業者可以加入協會，大家做伙討論商量，鼓勵業者入會，運用資源可以增加知名度，加上店家自己提升店內品質...有些店的位置沒啥夜景，也沒啥裝潢，但是死忠ㄟ人客都是為了正港台灣咖啡來，那是一種信用(華山休閒產業促進會總幹事李契螢先生 2011.01.29 口述)。

透過研究者的觀察訪談與探討，其多數咖啡產業經營者對咖啡文化節慶皆表示樂觀支持；再者，華山社區與鄰近桂林、華南等村落所進駐的各咖啡產業經營者，不論是由外地進駐經營抑或在地轉型的咖啡農作者，對於咖啡文化節慶所產生的效益，都未表現反感之意象；反之，面對日趨聚集的華山社區咖啡產業與延伸效益，無形中強化了在地居民一股內化的產業優越。

前述研究者所提之產業優越，在本研究觀點中即為在地產業的華山現象，因華山社區的咖啡產業彰顯在空間夜景的想像氛圍裡，而兩者同時融合出現於台灣民眾講究休閒的潮流中，亦在第一屆咖啡文化節慶的熱鬧和媒體的強烈報導下，創造全台灣民眾對於日常生活中的咖啡飲品，產生了不同的咖啡潮流，此種因媒體而造就的咖啡潮，也一併將華山社區的咖啡產業帶至媒體的渲染中，而此全台瘋咖啡的媒體意象與潮流，將華山咖啡的名聲塑造如影劇版精彩；所以，當首屆咖啡文化節慶轟動全台後，投資咖啡相關業者抱持撈金期待，一波波湧入華山社區設置經營聚點，並以咖啡群聚的地景湧現，在群聚的過程中，這些業者無論是在地或外來進駐，皆抱持進駐全台名氣最旺的咖啡經濟市場，且持正面的利益導向為預設立場。

研究者紀錄訪談中對華山社區的咖啡產業之聚集效益，確實對雲林縣長久低迷的產業發展置入新的觀光旅遊契機，同時咖啡業者的群聚現象與快速彰顯，立即成為媒體的消費性議題，並立刻引發消費民眾的聚焦；而多數業者亦被此消費聚焦所牽引，紛紛在華山社區成立咖啡空間，甚至言其盲從地建構民宿、餐廳等，一股因媒體塑造的咖啡消費潮流，而湧入追求咖啡經濟的顯現，其投資經營業者的短程營利思考面向遠超過對產業的永續評估。

其永續的重要議題，研究過程將列入第五章節繼續探討論述；而前論述媒體光影下，聲名大噪的華山社區台灣咖啡，所建構的咖啡業者聚集效應，在未強烈彰顯觀光旅遊的衰退下，相關的業者、公部門、私部門與地方民間組織單位等，理應對此咖啡產業的群聚未來延伸有所思維。經本章節探討古坑鄉的華山社區咖啡產業經營業者湧進群聚的消費地域中，以此回溯本研究提述聚集經濟學理論架構所探討，產業的聚集現象是採取資源共享契機，有效提高群聚市場的一股經濟力量，亦可言透過空間的距離縮短，促使經營者凝聚而產生其共通和供給面向，而此群聚業者期許透過凝聚現象節省支出各種費用，同時打造消費者聚焦進而因需求而前往，在供需面向的建立後產生彼此買賣的關係；因之，透過上述可確立地方的產業經濟結構經由群聚而彰顯。

咖啡產業經營業者對於此一群聚現象的經濟期待，其聚集經濟學的理论建構中，研究過程根據古坑鄉華山社區咖啡餐飲業者之聚集狀況，由空間環境、供、需面向等概念(圖 3.2)，闡述此區段的群聚現象所延伸的議題。

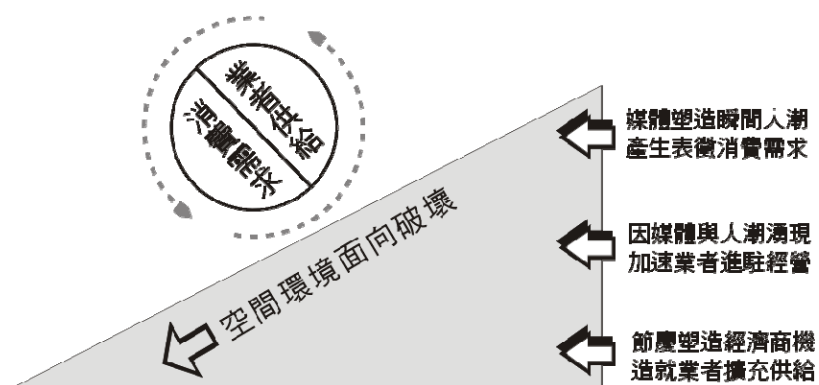


圖 3.2 由聚集經濟學的理论層面，以供給、需求和環境三面向概述華山咖啡群聚區域的延展議題\資料來源：本研究整理

以九二一地震災變後地方產業重新建置的咖啡產業經營，並順勢融入台灣民眾的休閒潮流，以及對觀光旅遊的氛圍遐想，加上媒體掀起的

咖啡熱潮，促使此空間、商品對應台灣民眾休閒潮流，瞬間交會出群聚的經濟市場與經營者的投入契機，所以供需的面向基點建立後，漸漸的誘使相關性質的業者紛紛進駐。

而研究者前述論析此群聚的咖啡業者擁有一股產業凝聚的優越心態，加上媒體陸續的意象強化與渲染，造成業者導向為咖啡利益的樂觀經濟，同時段被媒體催促所形成的趨勢消費，不斷堆積在供給與需求的平台上，研究者依據消費需求的觀點切入，關於消費層級主要因為台灣以往未曾有過相關大型咖啡的文化節慶出現，然而首屆的台灣咖啡文化節慶辦理，且經由各種媒介持續宣傳與報導，此一密集的渲染方式，瞬間將咖啡消費的水平面拓展，而首屆的熱鬧表徵無法作為經濟利益與永續議題的未來導向，然而投入經營的咖啡業者即在表徵的熱絡下進駐，而產生無法確定的永續供需市場，以及不明的供需互動中，經營者為求瞬間的經濟利益，進行本區域的山坡地景開採，唯求得最佳的夜景視域空間，在置入咖啡飲品的享受氛圍，兩者交會出業者的利益點，而業者祈求利益的開發地景，以求空間販賣的出發觀點，由研究思維建構華山社區的山坡地景資源應為聚集經濟的重要元素，因本區域的消費經濟主要是提供地景與氛圍販售，所以地景空間可謂本區聚集經濟重要資產，同時也是形塑華山社區產業經濟的命脈，如輕視此重要依據的維護，則未來供需市場的運作，將會面臨產業沒落的窘境。

第四章 首創咖啡文化產業活動

隨著國際化的腳步和消費能力的攀升，喝咖啡更成為一種時尚的代名詞，從以往的喝咖啡提升至品嚐咖啡的境界（沈進成、周君妍，2006）；日據時代的咖啡產業由過去沒落的歷史記憶中，再現於古坑鄉華山社區的地震災區重建產業，由一份凋零與懷舊的荷苞村咖啡山脈絡重拾產業契機，更延伸建構咖啡業者的群聚經濟市集，不論是咖啡產業的歷史脈絡抑或咖啡山風光的年代與今日的群聚市集，其受各媒體與公、私部門的聚焦，成就台灣咖啡產業的矚目先趨，依研究觀點可窺不單是將過去的歷史產業重新推展，其中九二一地震災後產業的建構時機和脈絡空間，加上縫合這兩者脈絡斷層的荷苞村巴登咖啡經營者，皆在這場咖啡演繹擔任重要佈局。

所以過去的空間、重建的時機與維繫兩者的縫合媒介，加上公部門置入第一屆台灣咖啡文化節慶的引爆關鍵，同時媒體爭相報導文化休閒旅遊議題，而打造具體古坑咖啡的響亮名聲；論此，就咖啡產業形塑關聯編制本章節 4.1 台灣咖啡節慶之建構、4.2 咖啡文化節慶置入之商機、4.3 咖啡業者之互利與共存，並由相互 4.4 觀光商品化之產業論述的延伸為探討。

4.1 台灣咖啡節慶之建構

交通部觀光局具體地認為產業觀光首先要有產業資源，像休閒農業、漁業養殖、休閒礦業、地方特產或其他產業形式等，再提出產業觀光的发展策略，提供解說服務，讓遊客體驗生產過程，並購買產品的整個過程（行政院經濟建設委員會，1992）。

西元 2003 年 10 月，雲林縣政府結合古坑鄉公所舉辦的第一屆台灣咖啡節，在華山揭開序幕，請來當時節台北市長馬英九當貴賓，與張榮昧縣長舉著圓錐炒咖啡豆的畫面透過媒體的傳播，為古坑咖啡節做下最好的宣傳...一夕之間，古坑咖啡紅了，華山也紅了，當地居民貧苦了大半輩子，大概想都不敢想，有一天他們能夠翻身，而讓他們出頭天的，竟然會是過去他們看來不太起眼的咖啡豆...改寫了華山的命運，也成為近年來風起雲湧的文化創意產業的開路先鋒，足以為本土農產品的轉型、再生，乃至於建立品牌的過程，提供最好的案例 (聯合報，2009)。

西元 2003 年雲林縣古坑鄉推動第一屆台灣咖啡文化節慶，順利創造古坑為台灣咖啡產業名氣，因此順理成章的冠上台灣咖啡原鄉封號，加上當時雲林縣政府依據一鄉鎮一特色為在地經濟推展，希望大力將地方獨特的觀光旅遊市場塑造經濟，也期待透過主題的節慶方式可以將產業包裝商品化行銷。台灣咖啡節活動所展現是當地的農業產業文化，而農業產業文化傳承則是農業多功能性的表現，一般對於農業功能價值的估計則以生產及景觀兩項功能居多，鮮少著墨於農業產業文化傳承的價值 (黃錦煌、蕭柏勳、葉純菊，2006)。而近年來，觀光市場在尋求具豐富「文化資源的觀光區域」有逐漸增加的趨勢，這些包括了史前遺址、歷史古蹟、產業、學問及教育、專業中心、表演藝術、博物館

目前台灣各處的地方產業包裝商品化融入特色主題的規劃，似乎是一股共同推展潮流；台灣對產業觀光的概念有益趨周全的趨勢，它不僅在於參訪整各產業的生產製作過程，也重現它的行銷，更重視它透過創造的附加價值以及活動節慶的舉辦，來吸引遊客前來體驗它的產品特色 (黃躍雯，2007)。

台灣咖啡節，我們捨華山、古坑乃至雲林都不用，而強調台灣，就

是想一舉摘下台灣咖啡的桂冠，讓古坑咖啡直接和台灣原味接軌，從此定於一尊，讓別的縣市再也無法超越（聯合報，2004）。由本研究古坑鄉華山社區遭遇災變，在經由日治歷史的脈絡挖掘建構；然而依據台灣的咖啡產業栽植地區資料(表 1.4)顯示有多處栽植咖啡，但 2003 年古坑鄉捷足先登辦理第一屆台灣咖啡文化節慶，此一舉動造就古坑鄉於各大媒體中與咖啡劃下等號，其主題節慶的成功魅力加上媒體之力可見效應。

在台灣最高的古坑石壁種咖啡，可以說是最頂級的咖啡，最高的阿，從小就喜歡喝咖啡，二十幾年前從荷苞山移苗到石壁栽植，但是那時咖啡銷路不好，所以砍掉種茶，後來咖啡節很熱鬧，很多人開始種，所以又從荷苞山移植，石壁有海拔一千兩百公尺，比惠蓀還高...(咖啡農郭章盛先生 2011.01.29 口述)。

以前外界「知草嶺無古坑，知劍湖山無古坑」...咖啡節是主要宣示台灣咖啡原鄉在古坑，而且從日據後在重生...首屆台灣咖啡節的遊客反應熱烈，比預期目標更好...咖啡節籌備時，很多人對咖啡節不以為然，但當時公所堅持舉辦，所以八十八年開始推動一些咖啡的前世今生活動...以咖啡作為觀光休閒的主要帶動，台灣咖啡節證明咖啡魅力不同凡響，同時對其它農產有帶動效果（雲林縣議員謝淑亞女士 2010.12.06 口述）。

當時不管誰作主導辦咖啡節，最重要要有經費...有經費比較容易編列活動，因為最重要是要將社區帶動經濟，所以當時咖啡節的活動方向，一定需要將咖啡產業當主推...還有參加推動的人要有產業的共識，如此才能夠長久(吳永堃先生 2010.06.05 口述)。

公部門運用活動事件與節慶行銷第一屆的台灣咖啡文化節慶；在事件行銷構面中以舉辦博覽會、嘉年華會影響咖啡節為最高，顯示事件行銷之咖啡節的行銷話題已讓潛在客戶與既有的客戶可以清楚接收到古坑華山市場行銷的訊息，也代表 2003、2004 台灣咖啡節的舉辦已經足以炒熱市場引起共鳴(沈進成，周君妍，2005)。

媒體造就古坑鄉華山社區的咖啡產業氛圍，也促進地方產業重新包裝商品化後再推展，且因公、私部門與媒體渲染，被拱為台灣咖啡的原

鄉名號，更令華山社區咖啡產業成為台灣休閒觀光旅遊的消費人潮聚點。由研究過程解析具有特色的古坑華山咖啡產業，因首屆咖啡節慶的行銷置入，吸引大量人潮湧進古坑鄉，亦於台灣媒體界掀起咖啡熱潮；因此，雲林縣政府與古坑鄉公所等單位接續辦理台灣咖啡節慶（表 4.1），且將咖啡節慶內容置入多元經營規劃。

表 4.1 西元 2003 年至 2010 年台灣咖啡節慶揭幕時間與簡要說明

名稱	辦理日期	簡要說明
2003 年 台灣咖啡節	2003.10.10 至 2003.11.02 揭幕地點 劍湖山	劍湖山世界特別打開門戶將前半段園區免費開放給全國遊客，民眾可免費停車進場至 G 5 廣場的咖啡大街品嚐咖啡，十日晚間並有盛大的開幕儀式；「台灣咖啡節」活動，自十月十日起至十一月二日止，在古坑鄉劍湖山及整個大華山地區舉行，包括行政院新聞局、九二一重建委員會、農委會水土保持局的全力支援，古坑農會、劍湖山世界、日統客運及大華山地區業者更是用心全力投入。十月十日國慶當天晚上七時，開幕式將正式在劍湖山世界 G 5 廣場舉行
2004 年 台灣咖啡節	2004.10.08 至 2005.01.02 揭幕地點 劍湖山	八日開幕，結合劍湖山世界咖啡博物館落成啟用，代理縣長張清良偕同劍湖山世界總經理蕭柏勳等人「撒豆祈福」，正式為為期三個月的台灣咖啡節揭開序幕。今年的咖啡節可以免費體驗咖啡 D I Y，還可以在綠色隧道中及大華山地區商家，享受咖啡結合音樂的浪漫，「吃、喝、玩、樂、秀」作伙來雲林。劍湖山世界斥資三千萬元剛落成的世界咖啡博物館前舉行盛大的開幕活動；第一屆台灣咖啡節奠定了雲林古坑為台灣咖啡原鄉的地位。
2005 年 台灣咖啡節 暨劍湖山世界 咖啡嘉年華 炒出雲林古坑 旺盛生命力	2005.09.30 至 2005.11.30 揭幕地點 劍湖山	代理縣長李進勇感謝中央及劍湖山世界協助，藉由政府與民間結合打拼，創造台灣咖啡奇蹟；2005 台灣咖啡節暨劍湖山世界咖啡嘉年華—「炒出雲林古坑旺盛生命力」開幕劍湖山世界舉行。代理縣長李進勇稱讚古坑鄉長謝淑亞為台灣咖啡夫人，對一年一度咖啡節盛事，越辦越好表達由衷敬意，政府與民間企業合作努力的奇蹟，特別感謝中央及在地企業劍湖山世界的共同打拼；三年來每年創造出超過十億元的經濟產值。綠色隧道舉行山海一家親的活動，主題「吃北港大餅甜甜蜜蜜、喝古坑咖啡恩恩愛愛」，兩商圈簽下合作，以連姻方式在全國觀眾前熱鬧的舉行。一路上由古坑鄉公所拉起的「幸福紅線」開導，由北港的報馬仔帶領迎親隊伍號角、聘禮走完全程二百公尺的長廊喜宴進入會場、熱鬧紛紛，新人與兩商圈著名的聞名特產大餅與咖啡打扮的「大餅先生」、「咖啡小姐」是活動中所在的焦點
2006 年 台灣咖啡節 橙山橙海活動	2006.10.27 至 2006.12.10 揭幕地點 劍湖山	古坑鄉公所結合古坑二大特產咖啡及柳橙，以其造型設計台灣咖啡節吉祥物小豆子、小橙子，「咖常橙意」的邀請全國鄉親前來雲林品嚐道地的台灣咖啡和柳丁的黃金傳奇；27 日晚間 6 點 30 分於劍湖山世界燈瀑廣場隆重開幕，特別安排魔豆晚會，由小豆子遇到小橙子譜出陽光、魔豆、健康、醇情樂章揭開序幕。台灣咖啡這一顆小魔豆如神話般在全國喝咖啡人士口耳相傳，帶動古坑咖啡相關產業如雨後春筍般快速發展，台灣咖啡亦成為雲林古坑的代名詞，古坑鄉藉由一顆神奇小魔豆的魅力，重新找回社區的原動力，三年來帶動觀光人潮，為進一步豐富咖啡文化內涵，特別規畫咖啡音樂季，配合古坑柳丁的「黃金傳奇」。

<p>2007 年 台灣咖啡節</p>	<p>2007.10.13 至 2007.11.04 揭幕地點 華山國小</p>	<p>2007 台灣咖啡節將於古坑華山國小隆重開幕，每周六、日在華山咖啡園區及古坑鄉綠色隧道熱鬧展開；主要著重在咖啡的專業烘焙與原味探索，彰顯雲林縣古坑咖啡在台灣的指標性及地位，並結合古坑鄉農會活動與 2007 華山詩人節共同宣傳，每周主題活動首先華山國小的「開幕晚會」，每周末的「咖啡香謝大道」；10 月 20、21 日「咖啡豆評鑑會」，在華山咖啡園區辦「魔豆畫屏創作比賽」，中華電信活力嘉年華活動，雲林科技大學國際會議中心舉辦的「台灣國際咖啡論壇」，「全國花式咖啡表演」在劍湖山王子大飯店展開。今年首次舉辦「咖啡樂活市集」包含台灣咖啡品嚐、咖啡豆交易市集、咖啡烘焙比賽。</p>
<p>2008 年 台灣咖啡節 山海一家親， 幸福新軸線</p>	<p>2008.12.06 至 2008.12.21 揭幕地點： 華山國小</p>	<p>於華山國小隆重登場，在劍湖山吉祥娃娃、報馬仔、電音三太子、咖啡小姐、及北港哨音隊等的引導登場。推廣「山海一家親，幸福新軸線」的咖啡節，在專業音樂家表演下，感受浪漫咖啡情懷。2008 台灣咖啡節縣府以「山海一家親，幸福新軸線」為主題，實際深化北港、古坑兩商圈結盟效益，以北港商圈-「報馬仔遊古坑」傳統方式，透過獨特的宗教藝術文化，強化雙方商圈。體驗「北港吃大餅拜媽祖、古坑喝咖啡賞夜景」，並結合音樂演奏，特邀請國際音樂家馬修連恩。播放的有締造國片奇蹟-海角七號、孩童純真表現-岡男孩及敘述九位男孩間的友情故事-九降風等國片。台灣咖啡市集、咖啡達人比賽、全國花式咖啡競賽、台灣 A 咖評鑑、咖啡人生、咖啡文學創作等，同時「啟動幸福儀式」的推廣，到古坑或北港消費，可獲「幸福福袋」一組，再持幸福袋至北港朝天宮過香火，祈求媽祖庇佑。</p>
<p>2009 年 台灣國際 咖啡節</p>	<p>2009.11.07 至 2009.11.22 揭幕地點 綠色隧道</p>	<p>名聞遐邇的古坑綠色墜道熱鬧開幕，爵士音樂融合咖啡香文化饗宴揭開序幕，以「咖啡文化」、「咖啡市集」、「咖啡創意」及「咖啡雲林」等「咖啡四寶」作為主軸，呈現雲林古坑多元的咖啡文化。將結合台灣在地與國際特色，安排了古坑特區、台灣特區、國際特區等三大咖啡市集展覽，展現多元的咖啡特色文化。首創「傾聽華山小夜曲--走唱華山」，有「國際咖啡主題日」、「咖啡座談活動」、「文創市集」、「雲林特色咖啡館票選」、「星空咖啡電影院」、「花式咖啡創意競賽」、「台灣咖啡豆評鑑」、「咖啡豆烘焙大師」、「華山音弦一咖啡戀上音樂」、「咖啡時空光廊」、「悠活華山健行親子活動」、「行動咖啡車創意大賽」及「媽祖喝咖啡」等上百場表演，讓民眾在品嚐咖啡之際，更了解台灣咖啡故鄉，體驗雲林的美。</p>
<p>2010 年 台灣咖啡節 雲林飄香、啡 比尋常</p>	<p>2010.11.13 至 2010.12.05 揭幕地點 三重體育館</p>	<p>在台北縣三重市立綜合體育館舉行的台北雲林日暨農特產品展售會揭開序幕。2010 咖啡節四大主軸，結合了咖啡香、音樂醉、人情濃以及文化美等，以十三個主題活動，第一週：戀鄉安排了台北雲林日讓在北部的鄉親，可以在大都會重溫來自雲林的溫暖，喚起雲林在地音樂。第二週：朋友，好久不見結合咖啡以及人與人間美麗的聯結。第三週：九九驛站，咖啡串聯著生活中種種的美好，聯接著各種浪漫的生活氛圍。九大驛站：「露天咖啡廣場」驛站、「啡你莫屬」驛站、「古坑傳奇」驛站、「手作咖啡坊」驛站、「雲林之美印象」驛站、「咖啡香城」驛站、「香濃小站」驛站、「啡嘗樂趣」驛站、「咖啡市集」驛站 4) 第四週：咖啡音樂季好的咖啡加上好的音樂，漫步在大自然的美景中，有朋友相伴，人生如此，夫復何求？2010 台灣咖啡節，不只內容豐富，並且每個活動都結合了用心以及鄉情。今年十一月到十二月，就請來到雲林做我們的嘉賓吧！</p>

資料來源：雲林縣政府交通旅遊局新聞，2010.12，本研究整理

西元 2003 年第一屆台灣咖啡節帶動了古坑鄉咖啡產業的發展，但如何永續經營，似乎有必要吸收別人的經驗，截長補短，尤其是中美洲各國咖啡附加價值的利用，值得學習；然而中美洲經貿辦事處邀請華山咖啡業者赴哥斯大黎加參與國際咖啡節活動，中美洲各國雖是開發中的國家，但咖啡文化已有上百年歷史，除烘焙技術、咖啡豆品質極佳，咖啡與當地文化、生活結合延伸的附加價值產品，值得台灣咖啡業者學習（自由時報，2003）。

本土的咖啡其實品質不算差，要做外銷國際應該可以...加上目前古坑炒作觀光成功，第一次咖啡節有打響名號，也算厲害...比原先想的好很多，幾屆下來把華山和台灣咖啡連在一起，廣告有效應，記者算有炒到，且到目前山上做咖啡經營，假日都有客人...算不差，很多做咖啡包都想用古坑、華山做商品名稱，應該是可以繼續發展，以長久來說，產業要如何長長久久經營，要開始進行計畫...不然時間久了，問題就出現(業者不具名陳先生 2011.02.26 口述)。

第一年咖啡節大家都說不錯，比較少負面，而且是在地、縣府、公所等...還有企業成功合作，那一年為華山引進的觀光商機很可觀，很多店家準備銷售的東西都不夠，因為沒有預期會有如此龐大遊客...還塞車，店家常客滿...可是如果想要進軍國際外銷，經營者的形象、技術、品質都還有很大的提升空間(華山社區協會第一任理事長吳永堃先生 2010.06.05 口述)。

上述自由時報的資料以及訪談人士提及永續議題等，公部門為求在地產業的延續發展，亟欲進行國際市場的觸角，進行咖啡市場交流契機，希望透過中南美洲咖啡產業的經驗置入本土經營發展參考，亦為咖啡產業預作永續隱憂尋找思索。

4.2 咖啡文化節慶置入之商機

研究者經由文獻資料整理記載：2003 年台灣咖啡節閉幕活動，從永光村往華山沿途車潮絡繹不絕為之塞車，古坑農會休閒中心免費試飲的

香濃咖啡品嚐人潮不斷，水土保持局長吳輝龍指稱這項產業活動帶來二億元產值，「錢」途可觀（中國時報，2003）。2003年台灣咖啡節系列活動，除成功打響古坑台灣咖啡名氣，也為大華山地區帶來二千萬元以上經濟效益，咖啡、民宿業者及農民都笑得合不攏嘴，台灣咖啡節三天活動，大華山地區湧入超過十五萬人次，除活動主場地劍湖山世界人潮絡繹不絕，大華山地區更是車水馬龍，深夜上山車潮一部接一部，保守估計三天來光是大華山地區的咖啡館、民宿、餐廳及攤販的營業額超過兩千萬元（自由時報，2003）。2004年台灣咖啡節進入活動的第二個假日，人潮不但未減，鄉公所表示：預估到活動結束可吸引一百萬以上人次，創造十億元商機（中國時報，2004）。依據歷史的新聞文獻紀錄彰顯台灣咖啡文化節慶的前景經濟扶搖直上，甚至為古坑鄉的咖啡產業預設了一股無限發光的績優價值，另外對於古坑鄉華山社區的咖啡市集經濟具有提高趨勢，由相關的歷史新聞議題所引發的未來咖啡經濟契機，是否對於未來永續建構有實質呼應？

儘管如此，以台灣咖啡觀察員身分前往參加世界咖啡節的劉松慶先生認為，台灣咖啡豆未來十分有機會站上國際舞台，在台灣國際食品展會場上，就有來自日本、菲律賓及哥斯大黎加等地的買主，對於尚在推廣階段的台灣咖啡表示高度興趣（中國時報，2004）。前述相關新聞議題的文獻論述，呈現整體的咖啡經濟市場構面，運用刻意強化的手法，彰顯古坑鄉華山社區咖啡產業觀光商品化的形成與未來商機等；至此，各議題幾乎以咖啡產業的商機量化為持續建構，經研究者的資料彙整以及現地訪談，皆無法對應媒體渲染的議題結構；而研究過程的另一觀點，前述所討論之群聚市集效益和本節論述有其呼應之處。

綜論，本研究過程將資料文獻以及訪談紀錄彙整呈現，資料傾向對

古坑鄉華山社區觀光商品化未來發展可期；另論之，此種呈現的發展意象未駐足於華山社區的永續產業發展上施予探討，而是傾向將古坑鄉華山社區咖啡產業引導經濟無限的地方產業印象，除置入一般民眾的消費聚焦，也加上許多因觀光人潮而被誘導投入華山社區咖啡群聚的經營者，此受咖啡經濟契機表相所導，未加以判斷的群聚市集，快速移入華山聚落與毗鄰區域設置咖啡餐飲，形成目前的咖啡產業聚集效益；形狀黑亮的一顆咖啡豆，經由台灣各媒體打造成為家喻戶曉的咖啡觀光據點，並在消費聚集後發展群聚市場，此一全國的地方產業咖啡效應，是否會誘導永續的經濟商機，將是華山社區未來地方咖啡產業逐步推展上可見。

台灣咖啡市場發展不錯，依目前古坑種咖啡算成長中，以前種茶葉，後來改種咖啡，因為台灣茶葉市場有下降趨勢...古坑咖啡名聲有作出來，而且喝咖啡的市場越來越大，未來咖啡應該越來越有市場，只是種咖啡需要時間，小欖開始要五、六年才可收成，但台灣咖啡價格比進口利潤算好(重點咖啡業者劉慶松先生 2011.02.26 口述)。

生產台灣原生咖啡著稱的荷苞村原生生態園，所產頂級台灣原生咖啡豆，每磅叫價高達三千元，堪稱古坑之最，園主黃進仲強調，選擇咖啡苗，「血統」重於「品種」，荷苞山咖啡產業沉寂甚久，但同時孕育原生咖啡的生長環境，當地咖啡樹在自然環境中世代交替，未經人工改良，至今猶保存原生風味。全台幾無可與抗衡品種(聯合報，2003)。由台灣觀光協會主辦的「台灣美食節」，2004年挑選古坑鄉「台灣咖啡原鄉」為重點主題館，籌備會的執行長蔡金川與古坑鄉長謝淑亞雙方都認為可把雲林之美與農特產推向國際觀光舞台；蔡金川先生表示，台灣加入WTO後，政府亟望該協會每年主辦的「台北中華美食展」活動，將地方農特產品帶入美食展行銷國際，2004年第15屆於8月12日到15日在台北世

貿中心展出，而古坑鄉台灣咖啡會雀屏中選，關鍵在於台灣咖啡已具知名度，可代表雲林較特殊的「聚目焦點」農特產品（中國時報，2004）。另外，研究者進入古坑鄉農會成立的加比山工廠進行現地觀察，其假日人潮與觀光遊憩實有熱絡現象，而古坑鄉農會所銷售二合一或三合一即溶咖啡或咖啡豆(照片 4.1 至 4.3)銷售頻繁，加工廠也為此增加產能設備。



照片 4.1 古坑鄉農會加比山二合一即溶咖啡
資料來源：本研究拍攝



照片 4.2 古坑鄉農會加比山三合一即溶咖啡
資料來源：本研究拍攝



照片 4.3 古坑鄉農會加比山咖啡豆
資料來源：本研究拍攝

以前農會竹筍加工廠，一年幾千萬的銷量...後來推台灣咖啡怕咖啡市場競爭激烈，農會壓力沈重.....但推後反應出奇的好，還有國來來到農會下訂單...所以鄉農會會輔導栽植，配合農會加工(古坑鄉農會加工廠員不具名 2011.02.21 口述)。

第一次辦咖啡節時，鄉農會的加比山即溶咖啡和咖啡豆，都用搶購，加工廠生產線每天趕工...那時網路還不提供訂貨.....，目前即溶咖啡在休息站還有各地都有賣(加比山咖啡售貨人員不具名 2011.02.21 口述)。

台灣咖啡的風潮除在華山社區群聚的咖啡餐飲外，其它相關的加工產品與咖啡樹栽植也是在此一咖啡潮流中的群聚效應，由研究的訪察中透過咖啡加工廠與咖啡栽種農民的訪談紀錄，皆透露出其對於咖啡產業的經濟發展持有正面看法，與媒體所大肆報導如出一轍；而由古坑鄉農會所生產的即溶咖啡商品，在前幾屆的媒體廣告中，加速古坑鄉農會對於咖啡商品行銷優勢。若依研究者觀點觀察，當台灣掀起咖啡風潮的經濟現象時，不論是咖啡加工業者抑或栽種咖啡樹的農民，皆與前段所敘述的咖啡餐飲群聚業者相同。

縣府有鑒於農政單位對於台灣咖啡產業採不推廣、不鼓勵、不禁止的三不政策（自由時報，2008）；而相關的咖啡產業推展公部門，並未將咖啡所屬的整體地方產業給予全面配套整合，而是採取未全面允諾推展，亦不反對栽種，然而受咖啡熱潮誘導的經營者抑或栽種農民，即在此一模稜兩可的產業結構中紛紛加入成為建構一員。由古坑鄉農會所生產的咖啡加工品，在首屆台灣咖啡文化節掀起的時期，由研究者的訪談紀錄中獲知，古坑鄉農會的咖啡相關商品銷量，確實擁有媒體廣告的大量造勢和大幅提高銷售的商機；經由研究的切入探討，古坑鄉農會咖啡加工品出現銷售量化的狀態，其與華山區域的咖啡餐飲業者、咖啡樹栽植農等不應混淆論析，主要是因為咖啡加工商品原即目前台灣咖啡現有消費市場的一環。

然而，古坑咖啡商品尚不具獨攬台灣現有咖啡的消費市場，但不能否認此一咖啡的熱潮，也為古坑鄉華山社區爭得一席消費市場，同時數屆的台灣咖啡文化節慶和屢屢媒體報導，的確將古坑鄉農會的加工商品聲名大噪，也帶動相關的咖啡製品銷售量大增。透過文獻資料的顯示，無論是媒體抑或各公、私部門、業者與農民等皆認為台灣咖啡文化節打造的經濟契機，以及古坑鄉農會推展的加比山咖啡行銷佳績，強化各界對此一咖啡的經濟意象，而經由本研究訪談中，有咖啡農民不以為然地表示：

工資一天要一兩千...二十公斤只能烘四磅咖啡豆，加工過程一兩星期，工資成本太高，台灣咖啡採收工太貴，其實不算好種，鄉農會之前一直說種咖啡利潤不差，後來有人說靠咖啡不好賺...主要是工資貴，除非自家人採收，不要請工...在荷芭厝有種一些咖啡，增減作(咖啡農民高若森先生 2011.02.26 口述)。

荷芭村農民高若森老先生十八歲時在咖啡農場從事咖啡栽植照護工，由於古坑鄉推動台灣咖啡節慶的知名度，促使他重拾咖啡栽植農務；

還有不具名的荷苞村農民陳述：

我以前也在日本的咖啡農場做過，當時咖比山很有名...大家做工賺吃的地方，光復完，咖啡園很多改種柳丁，因為咖啡那時沒市場，也沒人喝...所以鄉公所炒，打廣告...我不會跟著亂種(不具名的老農民 2011.02.26 口述)。

在本研究的訪談紀錄中，有少數的在地人對於古坑鄉栽植咖啡產業不表熱絡，而經此少數不認同的訪談紀錄中，由研究者觀點探討，對於栽種咖啡樹成本偏高的狀況，透過研究者進一步了解，主要是由於同株咖啡樹上紅、青或黃的果實，其果實成熟階段不同，無法以機器進行同批採收，因此需透過人工分不同成熟時期採收，由人工方式辨別摘取紅色果實，所以同株咖啡樹需要經過人工多次的採收，造成人工費用的成本累積；不願具名的在地農民對一窩蜂投入的栽植咖啡，認為此經營咖啡栽種的農民，是經由咖啡節慶消費人潮的現象而投入轉型，此看法與研究者在本研究過程所提述有相同之論析；另反觀研究訪談紀錄資料，除少數在地人士對於咖啡產業有別於熱衷投入業者外，此咖啡產業的經營潮流似乎造就古坑鄉民眾對咖啡消費市場懷抱正面期許。

研究者綜觀訪談資料歸納，各界對台灣咖啡文化節慶的未來經濟期許不一，相關評價和預期亦有所各異；一個永續經營之節慶活動，必須滿足所有參與活動者之動機需求，亦即活動的舉辦必須要有相近的正面認知，才能藉由活動的籌辦來滿足參與者的需求，進而達到最大的滿意度(高崇倫，2008)。

透過台灣咖啡節慶的辦理效應，於古坑鄉各沿線中隨處可見攤販、店家皆附加販售古坑鄉各加工廠的盒裝咖啡(附錄六)，包括原本路邊檳榔業者也加入咖啡的行銷通路，令古坑咖啡在觀光遊憩者沿途印象深刻；從台灣咖啡節慶所引發的觀光人潮，重疊上述所提及咖啡產業的商品充

斥觀光沿線，由節慶加上商品兩者的行銷布局，為台灣本土咖啡樹立一席之地，隨之將劍湖山遊樂世界、桂林、華南與華山社區之咖啡餐飲或民宿經營者等本研究區域引來觀光人潮，同時也為咖啡群聚業者帶來獲利市集，然而咖啡節慶與商品快速的佈局，為業者充斥咖啡經濟期許，但此經濟的期許能否延伸長期的經營面向，是所有投入此咖啡產業的推展者必須加以重視與省思。

4.3 咖啡業者之互利與共存

華山社區咖啡產業相關推展活動與媒體刻意形塑下，研究者無法斷定咖啡產業現況在未來的發展上優劣，但經由目前業者聚集狀態和華山知名度，呈現商機與經濟的檯面效應，確實為當地業者提供正面呼應；再者，聚集效應的研究與觀察，於業者間存在相關的牽涉議題，在本節中將予以安排 4.3.1 咖啡盛宴的利益分配以及 4.3.2 互利共存與借力使力的意識；在兩節中將探討群聚現象內發議題的存在與觀點。

由本章研究(表 4.1)與研究者訪談過程獲知台灣咖啡節自 2003 年起至 2006 年連續四屆之揭幕地點，多以劍湖山遊樂世界為設置區，許多在地業者有所疑惑認為揭幕為何都在劍湖山遊樂世界(照片 4.4)；另據，華山社區業者表示前一、二屆狀況：2003 年首屆揭幕及咖啡大街等主要的行程和 2004 年第二屆開幕表演活動皆設置劍湖山遊樂世界，許多在地業者對於台灣咖啡文化節的開幕意象建構於劍湖山遊樂世界賦予思索，關於古坑鄉咖啡產業的活動推手，由研究者與一般民眾的形而上邏輯，加上公部門推動的定位，其所延展的咖啡節慶附加商機、利益趨向何處？由本研究訪談中，有業者認為：

這是華山產業還是要幫劍湖山造勢？鄉公所這樣作...很奇怪，最後咖啡產業跟劍湖山應該會直接連結...，變劍湖山名產，到時候

整個咖啡市場會不會是劍湖山主導...辛苦透入經營的業者、農民只分到剩於觀光客(不具名張姓業者 2011.02.26 口述)。

我們古玩算地大吧！綠色隧道也不錯，華山也可以...為啥前幾屆開幕設在劍湖山，縣府和鄉公所主要推咖啡產業...還是行銷遊樂園，是怪怪啦，咖啡業者都集中在這邊，還有桂林、華南...照他們這樣做，觀光客會誤解劍湖山才是出產咖啡地(不具名陳姓業者 2011.02.26 口述)。

第一年生意好，第二年劍湖山馬上蓋咖啡博物館...用咖啡嘉年華的名稱，有請俄羅斯的秀，第一年第二年...好像連續四、五年都是在劍湖山開幕...塞車一路...看的出來利潤很厚，廣告和記者都是以劍湖山為報導...加上開幕地點，所以遊客當然往劍湖山去(飲料攤販不具名業者 2011.02.26 口述)。



照片 4.4 劍湖山世界遊樂區
資料來源：本研究拍攝，2010.12.26

許多華山社區的咖啡產業經營者表示節慶所附加的經濟導向，似乎都為劍湖山世界所建構；根據媒體報導：除華山地區業者外，另一個最大獲利者為劍湖山世界，據了解，不包括參加咖啡節人潮，三天入園人數約六萬一千人，劍湖山王子飯店住房率滿檔，且在園區設置販賣紹興酒香腸或咖啡相關產品的攤位，也是大排長龍，其中紹興酒香腸，平均一天收入也高達十多萬元，另在台灣咖啡大街設攤的攤位，每家也都大排長龍，據了解，賣最好一天收入五、六萬元，普通也有一、二萬元(自由時報，2003)。由研究者彙整媒體報導文獻資料與現地訪談，彰顯出台灣咖啡文化節慶所建構據點和刻意籌造的氛圍，不可否認依據劍湖山遊樂世界為群聚之首，藉由本研究彙整之活動宣傳資料可窺咖啡節慶的主

要活動據點和宣傳導向皆然。

經由前述自由時報的文獻紀錄所敘銷售狀態，以及訪談人士表示古坑鄉咖啡節慶的觀光旅遊人潮與沿線汽機車湧入等，在古坑鄉華山社區咖啡產業的推動上，縱然是相關咖啡的聚集業者，彼此之間對於咖啡產業的經濟發展，卻存在各異的思維，而在咖啡節慶當中扮演重要一環的劍湖山遊樂世界，在此一節慶的群聚中特別顯現企業豐厚資本，其運用媒體之力廣為宣傳，令自身在此場咖啡節慶中凸顯要角，加上劍湖山遊樂世界在台灣的觀光旅遊據點上擁有既定印象，而劍湖山遊樂世界在原有的觀光旅遊市場中，在藉由古坑鄉咖啡節慶的特色順勢加諸；古坑並不像許多邊陸地區排拒財團，它反而搭配當地的耐斯財團一個熟諳觀光行銷的企業體，利用媒體〔電視、報紙、網路〕的力量行銷古坑的咖啡，甚至把整個古坑地區當作一整體，進行地區行銷，一時台灣不只充斥著咖啡熱，到處都還很容易看到古坑咖啡的蹤影，連同其附加產品〔古坑咖啡蛋捲、咖啡梅子〕，也一起水漲船高，增加不少銷路(黃躍雯，2007)。

而劍湖山遊樂世界運用廣告費用，移轉古坑鄉咖啡產業的地域焦點，透過大量媒體塑造創造屬於劍湖山遊樂世界的咖啡意象，此一種資本企業運用媒體順勢在咖啡節慶中強化印象，確實在群聚的咖啡經營業者特顯企業家取得經濟市場的策略。劍湖山佈局咖啡事業，是著眼於綜效，包括發展領導品牌、國際市場及提升主題遊樂園的集客力、業績...劍湖山的咖啡營運策略，從上游咖啡元契作、加工製造咖啡食品、劍湖山王子飯店的咖啡美食，到下游的內外銷通路，一應俱全(經濟日報，2005)。

關於劍湖山遊樂世界順勢在古坑鄉華山社區的咖啡產業中彰顯，同時藉由此一股咖啡風潮中，將原有知名度再度提昇層級與曝光，由研究

者觀述其企業資本的豐厚足以運用資源聚焦方式，強勢介入咖啡節慶要角的區位，經由研究者實地觀察和訪談紀錄中，出現咖啡節慶揭幕地點設置劍湖山遊樂世界之議題，導致觀光旅遊人潮在咖啡節慶期間聚集效應湧進劍湖山遊樂世界，上述揭幕議題加上運用資本優勢，將華山社區咖啡意象運用媒體強勢移轉至劍湖山遊樂世界，紮實創造咖啡氛圍以及觀光旅遊人潮。

若以古坑鄉咖啡產業所有投入經營業者的商業面向而論，確實些許出現獨攬市場之隱憂，研究者對於訪談紀錄中出現受訪人士對於資本企業運作上的反感與排斥，格外令人注日本議題的思索；而此議題的呈現，將是未來公部門主導上需加以考量所有咖啡業者的資源共享。

在論述台灣咖啡節慶於熱潮渲染後的回應狀況，一波波的訪談紀錄訊息，呈現產業意象的移轉以及預設的經濟利益等議題，但綜觀古坑鄉的咖啡產業推動與咖啡節慶的舉辦，倘若劍湖山遊樂世界無介入參與，其將影響咖啡產業的經濟聚焦擴展層級如何？觀此，由研究者的論析與訪談紀錄交集，可知古坑鄉咖啡產業的全面推動上有相互依賴之關係。

產業有知名度，自然會帶動市場...如果以目前這裡多數農產種植算是很低調，現在咖啡產業是多年來社區的重要特色，當然推動要好好處理...如果沒有推展好，沒有辦法帶動華山經濟，對於其他農產品可能多少會有推動困難，多多少少有些人對舉辦咖啡節有意見...可是想要讓華山曝光有知名度，相當重要，因此才會和劍湖山鬥陣...是有原因的，之前一起做嘉年華那次...光宣傳廣告，縣府和鄉公所幾乎不用編列費用，就順試和劍湖山曝光(吳永堃先生 2010.06.20 口述)。

咖啡業者多數集中在華山、華南和桂林這，但目前這些區域的停車是問題...這裡基本上都是山坡地，沒有大塊且整好地的曠地，可以因應大型的全國活動，加上咖啡業者是沿線山路...如果遊客的人潮一次湧進，問題就大了，從交流道往華山的路，如果不熟，不容易到達...所以應該選擇遊客熟悉的劍湖山，加上沿路都有看板指標，以前外地人對古坑算陌生，更不用說華山一帶...當然也是劍湖

山有名聲...借名氣帶動華山咖啡推展(蔡顯勇先生 2010.07.24 口述)。

由訪談紀錄資料業者提及第二屆台灣咖啡文化節慶原定十月二十三日揭幕，且持續三十六天辦理系列活動，但雲林縣政府在九月九日籌辦第二屆台灣咖啡文化節會議，當中古坑鄉公所與許多華山咖啡群聚業者皆表達異動舉辦日期，由於劍湖山遊樂世界十月八日辦理嘉年華咖啡博覽會，因此古坑鄉公所與咖啡業者表示希望與咖啡博覽會同步進行台灣咖啡文化節慶舉辦，整合推展成為咖啡共同活動體系；研究者經由此會議的討論內容，以及古坑鄉公所和群聚相關咖啡經營業者期待結合劍湖山遊樂世界嘉年華咖啡博覽會的辦理推動，所以請求公部門將台灣咖啡文化節慶提前至十月八日揭幕，並將劍湖山嘉年華咖啡博覽會納入台灣咖啡文化節慶的活動系列之一。根據前述顯現大部分華山咖啡群聚經營業者，希望台灣咖啡文化節慶能與劍湖山遊樂世界嘉年華咖啡博覽會整合推出，而非各自在咖啡經濟推展上分歧主導；透過研究者在訪談紀錄資料中彙整，業者表達為求華山社區咖啡產業的永續投入以及能夠提升咖啡的實質經濟面向，因之將企業舉辦資源整合納入，加上華山社區的群聚業者投入，兩者同步進行的效益應可大幅提升。

劍湖山有名多少是會帶動咖啡...遊客只要進入古坑，相對就會有推動咖啡和農產，不管民宿餐飲...咖啡多少都希望經劍湖山打廣告順勢，有錢大家賺，台灣觀光走主題特色，經營者彼此有共識，資源借力才能發展...辦活動最後的目標當然就是行銷，而要行銷當然知名度重要，如果咖啡節沒有讓業者有共識，活動辦完應該也是不完整(李春梅女士 2011.03.05 口述)。

從訪談人士的記憶中紀錄資料顯示，古坑鄉相關咖啡業者在群聚經濟競爭中，亦在台灣咖啡文化節慶的推動上，交集彼此的共識議題與相同面向，此一地方產業的意識凝聚表現出對於華山社區的咖啡群聚市集，持有交互的利益扶持和整合資源之概念。

經由研究資料的訪談紀錄，本章節經由研究者訪談紀錄；首先，回顧訪談業者的記憶中，提及台灣咖啡文化節慶 2003 年至 2006 年的揭幕活動以劍湖山遊樂世界為主要據點之不滿情緒，此規劃上的說法，引起多數業者無法接受；經研究者了解其咖啡節慶的系列活動規劃於古坑鄉的綠色隧道與親子公園範圍，以及鄉內綠色平原中，為象徵揭幕的重要活動安排於劍湖山遊樂世界，從訪談的過程中彰顯活動的整體推動上，為何未將揭幕合併於系列活動置入古坑鄉親子公園，抑或整合規劃在鄉內的多處綠地平原，而是切割主要揭幕活動人潮於劍湖山遊樂世界中，引發業者持另類的利益遐想；其異議是公部門辦理產業活動的資源分配應特予甚思之處。

研究者透過經濟層級觀察訪談，古坑鄉華山社區咖啡產業缺少廣告行銷運作的投入，尤其在咖啡節推動前，古坑鄉於台灣觀光旅遊業中不具高知名度，然而華山社區咖啡業者順勢藉由劍湖山遊樂世界對咖啡節慶的辦理，以及行銷策略的運作曝光，在社區產業缺乏行銷運作經費下，借企業資本之行銷力夾帶提升媒體聚焦與造就知名度；品牌知名度係指累積在消費者的記憶中和這個品牌接觸經驗的次數 (Alba & Hutchinson, 1987)。華山因型塑台灣咖啡打響了知名度，知名度所帶來的聯想或接觸經驗更能影響消費者的購買意圖，華山地區遊客透過不同行銷傳播媒介及親朋好友推薦、電視廣播旅遊節目介紹等產生旅遊意願效果，因為傳播訊息和形成態度後會帶動購買行為 (沈進成、周君妍，2006)。

遊樂世界擁有操縱媒體之雄厚資本，誘導大量觀光旅遊潮前進古坑鄉咖啡的產業範圍，而咖啡群聚業者即期待分享這媒體的渲染效應；業者表示順勢在劍湖山的媒體運作下，觀光旅遊人潮確實在動線上帶給華

山社區咖啡業者經濟效益。而研究者以反思立場，探討劍湖山遊樂世界推展咖啡節慶的啟發，若無華山社區咖啡產業的群聚市集效應，以及逐一擴充咖啡意象的空間熱潮，其劍湖山遊樂世界亦無此順勢行銷契機，更遑論在此空間中強勢介入移轉咖啡產業要角；所以，咖啡經營業者在此背景互利下形成一種共存機制，由另一層面的研究觀察，此一機制的共存是否為永續循環，抑或長期經濟的正面提升，是目前無法給予評斷，而企業資本的投入運作與未來思索是否會將咖啡意象空間，由華山社區的地方產業移轉至劍湖山遊樂世界，以及獨攬咖啡群聚市集的主導等，皆為咖啡產業未來經濟導向的重要省思。

4.4 觀光商品化之產業

西元 2003 年古坑鄉主辦第一場台灣咖啡節的活動以台灣咖啡做為賣點，成功地炒熱台灣咖啡的風潮，2004 年台灣咖啡節盛大舉辦，再加上媒體的媒介傳播，更造成古坑咖啡一豆難求的現象，遊客也更加絡繹不絕地湧入華山一探咖啡的原鄉（沈進成、周君妍，2006）。古坑鄉華山社區透過台灣咖啡節慶的彰顯而建立更具行銷輪廓，也成為許多社區產業發展案例之矚目。

由首屆台灣咖啡節慶的創造建構與發展，再至節慶落幕後所延伸咖啡的觀光商品化潮流，可經由咖啡節慶周邊商品的發展趨勢及業者持續投入經營狀況呈現，同時由古坑鄉農會咖啡供銷人員表示，台灣咖啡節慶和古坑鄉咖啡產業的相輔相成，創造一種咖啡情境與氣氛，促使觀光旅遊人潮因其咖啡聲名而湧進。但古坑鄉華山社區咖啡產業在觀光商品化之後，相關咖啡產品的推動與台灣咖啡節慶的知名度塑造，彼此延展的前進速度是否超前古坑鄉華山社區在地產業文化的建構議題，由研究

過程確實在咖啡產業觀光商品化中有所異議；研究訪談紀錄首屆台灣咖啡文化節在辦理上，咖啡群聚經營業者未充裕的準備，以及缺乏內發機制，造成節慶的延展不妥：

剛開始...台灣咖啡節有過度炒作，媒體有過度宣傳，許多不知情的遊客大多以為華山種很多咖啡...如果照媒體說法...荷苞厝以前歷史卡比山不是完全抹滅了，不能因為咖啡節帶動華山，就將歷史遺忘，創造一個華山夜景、咖啡...咖啡需要講究技術，要經營咖啡不是隨便...要打造深層，不是光用媒體炒作(巴登咖啡業者張來恩先生 2010.11.24 口述)。

首屆咖啡節時，遊客、消費者對咖啡大街的咖啡商品、加工品都反應不差，如果當時加入專業導覽解說，應該對活動更具有價值...以目前跟幾年前相較，成長很多...以前剛推咖啡節，多數不重視質感和美化，現在漸漸走入精緻，業者也開始懂得掌握消費生態，整體來說幾屆下來的經驗累積算是正面提升華山和古坑的觀光價值(謝淑亞女士 2010.12.06 口述)。

研究者回顧相關在地產業發展中，常常因私人利益為發起思維，缺乏遠瞻的在地內發機制如人才教育及回饋傳承等鮮少牽涉永續議題。也就是說，有不少的產業並未扎根於本土，而只是將土地視為資源耗用的項目，在土地或人力成本不符經濟利益時便決然而去，這樣的產業終究離多數人的生活太遠，不容易成為地方所共有共享的文化，那麼，地方的文化產業該如何塑造與經營呢？(黃世輝，2002)

在台灣出現首屆的咖啡節慶與引起一股熱潮之後，也同時帶動古坑鄉華山社區的經濟商機，加上群聚咖啡產業經營者彼此競爭與合作互利共存的顯像，同時浮於觀光商品化的平台上，然而古坑鄉華山社區咖啡產業經過觀光商品化的洗練後，來自四面八方的媒體結構，也將咖啡產業所隱藏的各種議題抽絲剝繭；古坑鄉華山社區咖啡產業與台灣咖啡節慶經由媒體的塑造，確實在台灣的社區產業及文化活動上顯現峰頭，亦可說在台灣咖啡業界引起領導熱潮的先趨；但研究者的文獻整理中，也

端倪因議題引發的負面訊息出現，如：台灣咖啡節迅速擴張下，古坑鄉業者對於咖啡的專業度及咖啡在古坑的常民文化如何？古坑鄉農會或其它咖啡加工廠的咖啡原料是古坑本土咖啡或進口咖啡？台灣咖啡節形塑「古坑為本土咖啡的產地」，其產量是否足夠提供需求？華山區域之餐飲、民宿之經營是否合法？華山、華南、桂林的餐飲或民宿不斷地設置，是否過度開發？是否破壞原有生態？咖啡樹栽植面積的廣度是否已能符合咖啡節形塑的咖啡產業之意象？

上列各媒體挑起咖啡節慶與地方產業的種種議題，皆是在推展古坑鄉華山社區咖啡產業上的危機延伸，無論是非導向的指標為何，其在地咖啡群聚業者與公部門、民間組織等等，在努力推動產業的過程中，駐足咖啡產業的觀光商品化建構，理應思考支撐咖啡產業的深層價值如何；以上相關延伸探討，將於後續章節論述。

第五章 華山社區咖啡產業觀光化

才幾年光景，雲林古坑已經是台灣咖啡的代名詞，原本寧靜的農業小鎮因咖啡成為休閒勝地，而這一雙雙拿著鋤頭的手，如何將台灣咖啡打造成令人驚艷的產業明星（滕淑芬、莊坤儒，2006）。在中華民國區域科學學會對於國內觀光遊憩資源的調查以及現況評估後研訂「台灣地區觀光遊憩系統計畫」，歸分五領域：自然資源、人文資源、產業資源、遊樂資源和相關服務資源（楊明賢，2002）。

表 5.1 古坑鄉整體觀光遊憩資源

古坑鄉觀光資源之分類	
自然資源	石壁森林生態、樟湖風景區、大尖山、二尖山、東和老樹、綠色隧道、草嶺風景區、新庄老樹、荷苞山風景區等
產業資源	竹筍、花卉、蜂蜜、咖啡、柳橙、鳳梨、香菇、火龍果等農產品
遊樂資源	華山咖啡遊憩區、蜜蜂故事館、劍湖山遊樂世界、福祿壽酒廠等
人文資源	台灣咖啡節、柳橙文化節、等石頭公、荷蘭井、分水碑、嘉興宮、地母廟、陳家古厝等、劍湖慈光寺、劍湖水土保持教室、河濱運動公園
服務體系	大華山民宿區域、王子大飯店、華山主題餐廳區域等

資料來源：本研究整理

透過研究者調查訪談古坑鄉觀光資源彙整(表 5.1)，經由研究者紀錄資料與現況了解，古坑鄉山區面積占據三分之二為大宗；加上古坑鄉聚落分散山坡平原，因其廣大腹地未顯集中，亦成村莊間的動線疏離，也成為觀光旅遊切割不易縫合的缺失；在產業觀光旅遊資源上，現況的咖啡產業群聚強化優勢外，古坑鄉多數呈現一般台灣農業經濟作物，除知名的劍湖山遊樂世界、台灣咖啡文化節慶以及華山社區咖啡產業群聚市集等等外，綜觀本區並無其它有利成為觀光遊憩並列發展的有利契機。

5.1 華山咖啡產業觀光化之形塑

雲林縣古坑鄉在經過九二一震災和多次土石流的衝擊後，居民集思

未來地方產業的發展，因此由傳統產業轉型為咖啡觀光發展，九二一後政府的資本投入在古坑華山硬體建設方面，也促進休閒產業的興起。透過各項文化設施、民生設施的改善，原來是默默無聞的小鄉村，轉變成彷彿置身大型咖啡文化展場的空間（蘇維杉、林杏秋，2009）。

古坑鄉華山社區咖啡產業的建構與推動加上咖啡節慶的文化主題置入過程，其逐一浮現的經濟效應，有別於企業資本的策略運作，本研究紀錄訪察顯示華山社區咖啡產業是經歷多面向的加疊效益所支撐的觀光旅遊據點；在此形成的多面向中，研究者經由現況訪察紀錄華山社區咖啡產業觀光商品化的建構，加以整合探討 5.1.1 社區產業的聚集經濟、5.1.2 聚集建構的咖啡市集論述。

5.1.1 社區產業的聚集經濟

西元 1999 年 9 月 21 日凌晨所發生芮氏規模七點三級的大地震，造成台灣中部地區嚴重的損害，房舍傾毀，各項公共設施破壞，作物毀損，更甚者，山崩、地滑、地形變樣，為使災後農村復甦，亟待政府透過整體規劃與建設予以協助重建。行政院農委會本著照顧農民、改善農村及永續農業發展的宗旨，責由所屬水土保持局依據九二一震災重建暫行條例第二十條規定之分工及工作期程，並就以往辦理富麗農村計畫之經驗及人力，研訂完成「農村聚落重建作業規範」、「農村聚落住宅興建獎勵補助要點等相關定，全力推動農村聚落重建計畫，並建立推動組織架構，以整合政府及民間資源共同參與(陳俊榮、翁志成，2003)。

古坑鄉華山社區於 1999 年 9 月 21 日嚴重遭受台灣九二一地震災變，當時文建會社區總體營造的領域中「危機是最好的轉機」，九二一大地震雖然震毀華山村民的家園，但卻震醒了居民對華山的認同感(吳永堃、劉格偉，2002)；不少重建區居民在面對滿目瘡痍的家園時，正全力將「危

機」化為「轉機」，開始自覺、自省，基於「生活共同體」、「生命共同體」的概念，蘊釀發展地方特性的營造組織，藉著結社的群體力量與智慧，積極參與地方公共事務，努力地想讓生活環境再次恢復和諧，這股社區再生的活力，成為「社區總體營造」的推動力(郭瑤琪，2003)。

研究者進入現地訪談了解，華山社區於九二一災後的重建中，在地的蔡顯勇、邱遵隆、吳永堃(照片 5.1)等三位居民，在重建的歷程裡為在地擔起一份社區大愛，從九二一地震、桃芝和納莉颱風的相繼災情中，始終有他們的穿梭協助與重建，而許多華山社區的後續發展也由此掀開。



照片 5.1 左起蔡顯勇、吳永堃及邱遵隆先生
資料來源：天下雜誌鄉鎮特刊 林盟山攝

社區的關係是由一些非語言信號如：微笑、注視、觸摸、音調等所引起的正向反應，成為幸福快樂的源頭，在一起共同完成事件與理想目標時，尋找與他人進行溫暖、親密且具有溝通性交換的動機，常常使社區成員有歸屬與親密的感受，漸次地有了集體共同記憶與共同「革命的情誼」，深層地結構著社會關係的相互認定，所謂人情之美的生活才會浮現(李謁政，2001)。

社區推動需要置入常民認同，亦需建構彼此共識，共同關注環境、產業、民生經濟等等，如此社區足以永續經營；在地華山社區常民稱穿梭於重建區的蔡顯勇、吳永堃、邱遵隆為華山三劍客(意指為社區付出的俠客)；然而三位於社區遭受多次天然災變中，交集屬於在地的共同指標，

這些指標的面向持續加深彼此的情感與社區脈絡，久而久之彰顯特有的地方文化，且突顯的感受是非語言文字所能詮釋；而不斷重疊的情感編織一份奮鬥目標，是支撐他們的精神所在，此刻拓展是華山社區災變後重建歷程中立下發展共識。由於地方是人生活的空間，社區營造提供了改造地方的動力，然而，就社區營造的過程，以及目標而言，其實，它要改造的是人；在社區營造的行動中，浮現了新社會（夏鑄九，1999）。

九二一重建委員會與古坑鄉公所對於古坑鄉華山社區九二一地震災後勘查指示相關部門配合，同時加入雲林科技大學專業團隊協助華山社區災後重建計畫；本社區總體營造的方式，就是藉由當地居民充分的參與，結合政府育原文專業規劃團隊，透過當地資源的發掘，以規劃建設出符合當地特色的工作，幫助地方因應環境的變遷及加入 WTO 後對農業的衝擊，使農業逐漸轉型為三生並重的產業，著眼於農業的永續發展、農民生活品質的提升以及農村自然生態環境的維護(陳俊榮、翁志成，2003)。而華山社區總體營造依據地景、產物及文化等層面意象進行，研究者透過(表 5.2)彙整資料進行了解。

表 5.2 華山社區總體營造依據地景、產物及文化建構層面

類型	說明
地景意象層面	對於華山社區的遊憩者能感受何種地景以及經驗記憶相當重要，遊憩者的駐足時間與空間皆是透過地域、地標、藝術、生活世界物品等建構內心感受。
產物意象層面	觀光旅遊者對於在地的特色產物，具有一份獨特的生產魅力，透過台灣咖啡節慶、華山社區咖啡產業及在地風味餐等滿足遊憩者味覺。
文化意象層面	懷舊的歷史脈絡與軌跡給予觀光遊憩者在駐足時，提供一股懷舊思維，在華山社區中擁有傳統聚落的時空交會，空間充斥早年遺留與傳承的原始物品。

資料來源：本研究整理，2010.12

當空間與環境置入時間的流動後，同一空間因時間的作用而產生某種地景氛圍變遷，置於當中的遊憩者將會有所不一的感觸和對當地的詮釋，此即為一種對地方的認識與交流，再傳遞這份感受的是一種無形的意象價值，且以真切深層的賦予其觀光旅遊記憶。

另外居民蔡顯勇、吳永堃、邱遵隆等領先整頓社區計畫，並希望由此創造居民內發的在地認同感。因此，華山社區發展協會在此交融過程而成立(圖 5-1)，並由吳永堃先生領導擔任理事長要職；吳永堃理事長上任後，首要職責需要將九二一災變所造成土石流困境解決，而經各方協調與專家介入建議，運用砌石自然工法(照片 5.2)採以石抗石的方式整治土石流，實施過程以自然維護與降低生態破壞為要，且整治成果明顯改善。

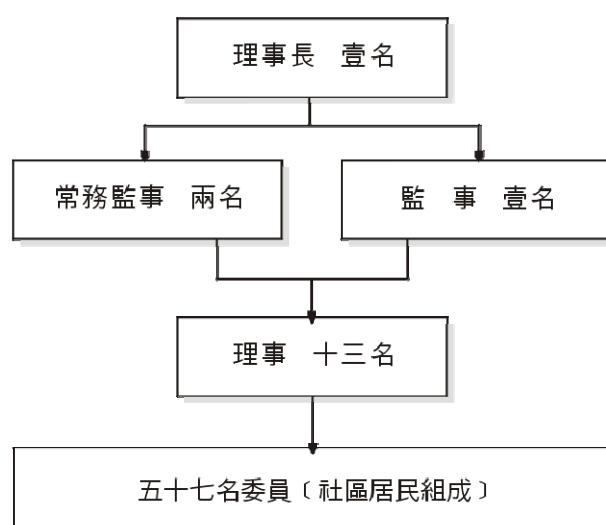
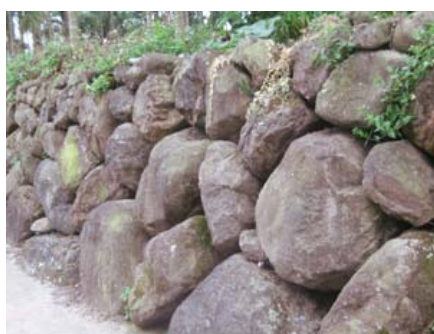


圖 5.1 第一屆華山社區發展協會組織概況

資料來源：第一任華山社區發展協會理事長 吳永堃先生，本研究整理



照片 5.2 運用以石抗石的天然工法

資料來源：本研究拍攝，2011.03.11

社區總體營造的故事中，對於節慶的想像空間被創生，在社區討論的過程，互動的人群組織中，大家都是提供創意點子的成員，鄰里節慶已成為鄰里復甦的一個重要象徵，它提供社區各階層人士參與集體工作

與在非正式環境中的彼此會面的絕佳機會(簡汝珊，2004)。

而節慶的社區意義，其實是仿效郊區、鄉村社會的日常交往中，一種深度交互依戀與創造優質共同體的互動脈絡，於今現代性高峰的都市社區，即在重新塑造一種屬於新生活型態中的社會關聯與生活景觀，藉由社區節慶集結最大的生活能量，打破生活中單調又重複的基本特性，也對抗現代性生活快速運轉，生活景觀消逝的時空感，解放在日常生活中因權威干預的身體監禁(李謁政，2001)。

由蔡顯勇、吳永堃、邱遵隆等為在地的重建工作付出，同時誘導出在地生活世界的公眾事件，從循序建構逐一打造華山社區民眾生活事件的深刻意象，此刻也將在地常民彼此情感緊緊網絡化，並轉化對在地生活空間的依賴感，漸漸潛移默化的加深同化與認同在地的脈絡。

由研究者提述華山社區常民共識的演繹中延伸民生經濟面向，在社區發展協會成立後逐步以在地資源創造產業經濟，同時將思考層級加諸在觀光旅遊的餐飲消費需求，並配套辦理藝文活動與各項農村體驗、生態旅遊等等增進華山社區的觀光遊憩資源，提高遊客的駐足。

若社區營造活躍，傳統的慶典也就非常的熱絡，大家一起為慶典做準備、大家一起製造慶典高潮，在這樣的過程中，地方也很巧妙地被利用作為一個現成的舞台，這一點也是各地共通的—這也是歷史本身蘊育出來的計劃吧(西村幸夫，1999)。

另外，九二一重建委員會和雲林縣政府建設局觀光課亦提供華山社區多元的文藝活動，如依據地方重建為指標的華山之春系列活動(表5-3)，同時在華山置入社區營造的推動上也逐步將村民的民生經濟議題列入重要發展目標；此時，華山社區組織者更確立引領居民朝觀光旅遊產業積極投入。

表 5.3 華山社區發展協會進行活動項目整理

活動類別	說明
文化方面	以手工造紙、傳統打石及交趾陶為主，以桂竹為材料，手工製造『符紙』是華山文化保存的重點之一，這種即將失傳的技藝，希望透過這次活動讓民眾瞭解到，平常毫不起眼的一張紙，是需要多少勞力才可獲得的，藉此教導節約資源，避免浪費的觀念，此外，亦有許多文化工作者前來關心傳統造紙的傳承問題透過大家的討論，無形中又提供了社區許多寶貴的意見。傳統打石是早期重要的工藝技術，如同傳統造紙，這項技藝也面臨了失傳的危機，曾是先民們生活中賴以維生的石製品，如今卻變成無用之物，透過活動的宣導，希望讓民眾瞭解到，石製品代表的是刻苦耐勞的精神，是祖先留給我們的遺產，大家有責任與義務將它保存，才能讓後代子孫重新體會到這份艱辛，而活動期間許多學童都帶著驚訝的眼神，頻頻詢問相關問題，令工作人員感到十分欣慰。交趾陶藝在蔡顯勇老師的推廣下，已於華山國小展現了初步的成果，透過捏陶培養學童的創作能力與文化內涵，已是社區居民普遍所認同的觀念，此外於活動期間蔡老師的義務教導，讓許多從來沒有機會接觸捏陶的人，得以一嘗宿願，看著每位遊客高高興興的在創作自己的理想時，讓人也忍不住的想參與其中。
生態方面	以環保登山健行活動開場，華山地區為古坑鄉入山林之門戶，區內大尖山登山步道景色優美，是雲林縣民假日休閒旅遊的好地方，於活動期間社區將派導覽人員，沿途解說動植物分佈與生長情況，並教導正確的保育知識，最後亦請參與者順手將步道兩側垃圾拾起，建立環保由己身做起的觀念。
社區藝文表演	華山之春山除了村民全體動員外，還邀請了其他社區前來做藝文表演，西螺鎮的西螺七崁武術表演，極具有地方文化特色，再加上推廣得相當良好，目前已是鎮民最喜愛的健身活動之一，而華山社區亦希望學習這種經驗，有助於日後登山健行運動的推廣。此外正興社區的社區國樂團登台表演，為熱鬧的產業活動，增添了许多文化氣息，而正興國樂團的經營模式也是華山學習的目標，我們希望在推行地方產業的同時，亦不可忽略文化藝術的培養，所以如何使華山傳統廟會的南管八音得以保存、發揚，也是村民未來應努力的方向。至於社區媽媽土風舞則是居民自己安排的表演節目，長達兩個月的訓練課程，拉近了社區中婦女的感情，此外華山國小全力配合，於晚間提供安全便利的練習場所，在居民與學校的努力下，華山社區土風舞班才有如此傑出的表現。
產業方面	以農產品促銷與風味餐發表會為主，華山社區為一個山中村落，農產品從柳丁、鳳梨等水果到山蔬、過貓等野菜都有，因此將以農產品的類型分類促銷，水果類、野菜類與農產加工品等依序搭棚設攤，此外所有農民亦達成共識，對於農產品之價格，將採平價供應給旅客，如此可增加銷售量，達到宣傳的效果。
農村體驗	現代人大都居住於城市中，無法體會到傳統農村生活的樂趣，因此辦理『農村生活體驗』此一活動，由義工介紹、講解古農具的使用方法，參觀導覽合院建築，讓遊客能親身體驗務農的生活，此外，並安排手工製粿的課程，讓遊客將米磨成漿，再炊成粿的過程，完整操作一次，最後在煎粿享用，這種極具親子互動與教育的課程，深為一般家庭所喜愛。

資料來源：雲林縣社區營造軌跡3，華山社區情，本研究整理

另外，切入活動觀光消費的回流效應與永續經營之觀點，應融入在地季節的變化與農產期的推展，在從華山社區相關展演的活動發現，聘請外來藝文展演狀況頻繁，透過研究者觀察雖無直接影響在地產業文化活動意象，然而根據在地文化獨特以及運作的長遠而言，具有在地文化

根源的特色藝文展演或經過在地化常民的生活世界所形塑的藝文事件，將更具有地方文化的人文觀光資源與遊憩價值。當時任華山社區發展協會理事長表示：

當地最好是景觀，附近鄉鎮的人，像虎尾、西螺...斗六、斗南、平地方面的人，都利用晚上來吃山產看夜景...後來就有人講到荷苞厝那邊的巴登咖啡經營的不錯後來業者漸多，而且開始帶動鄰近鄉鎮的民眾來看夜景喝咖啡，因為這受九二一、納利...桃芝災害，但原來的景觀都在，過去遊客會再回來...，後來大家都覺得農產品無法創造特色，華山這喝咖啡看夜景很，在不知不覺中就陸續有業者開始經營起來...，希望社區帶來發展，鄉公所那邊感覺華山有做起來，所以水保局和鄉公所就開始將華山咖啡和夜景的名聲打出去。(吳永堃先生 2010.06.20 口述)

由於華山區域過去為登山遊憩所經營的老式餐館以及農特產店，遭逢九二一地震災變而注入社區營造，逐一由傳統經營餐館抑或農特產店轉型投入經營相關主題咖啡餐飲，隨之牽動毗鄰的桂林、華南等村庄聚落紛紛出現相關咖啡經營效應。同時對於咖啡產業觀光化的延伸是一種不斷的相互交流與擴充成長，因此在社區經濟面向逐建構時，亦須投入社區內化交流的運作結構。

所謂交流一定要擴大到都市與地方、地方與地方的「面」交流才行，不能只是某個都市和某個鄉鎮雙方的「點」的交流，而是要擴大到「面」，有交流的互動效應才能創出價值來，透過「面」的擴展，地方才足以形成活力充沛的經濟圈(郭瑤琪，2003)。觀光面向很廣，更是一個戴具，考慮產業的群聚效益，讓觀光產品可以多元化包裝(自由時報，2010)。

在上述華山社區發展協會的投入過程，面臨產業經濟永續議題與建構咖啡產業經營者的共識體系下，另由蔡顯勇先生成立並擔任華山休閒產業聯盟(圖 5.2)會長，期待聯結華山、華南與桂林各村莊相關產業經營者，在建構的咖啡產業群聚中凝聚產業運作共識；根據學者 Aaker(1992)

認為策略聯盟乃是兩家或更多組織的間長期合作關係，結合其優勢槓桿已達到策略目標，透過彼此所需資金與技術合作，以生產策略價值。

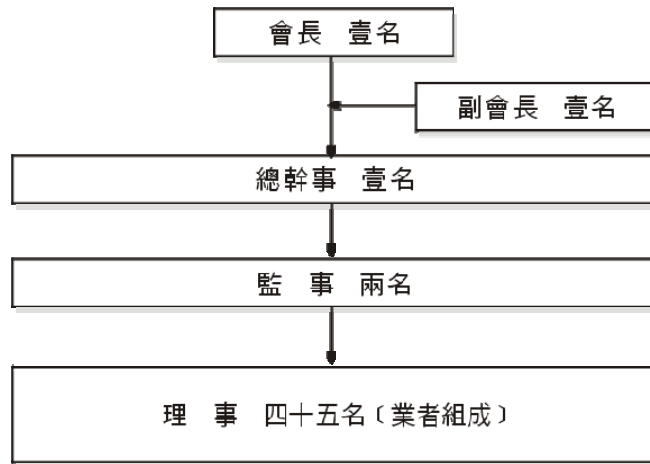


圖 5.2 第一屆華山休閒產業聯盟會組織概況
資料來源：華山休閒產業聯盟會蔡顯勇先生，本研究整理

雲林縣華山地區的策略聯盟組織主要包括了華山休閒產業促進會和雲林縣民宿發展協會，其中華山休閒產業促進會發展背景源自 2002 年，華山地區經營咖啡館、民宿...急速增加，為結合業者的力量，便成立華山休閒產業聯盟(現華山休閒產業促進會)，以結合當地業者的力量，負責統一進行對外的宣傳、推廣...並參與台灣咖啡節的籌備，同時逐漸成為華山地區業者與公部門的溝通橋樑(蘇維杉、林杏秋，2009)。經由研究者整理紀錄資料，將此華山咖啡產業的逐步建構繪製如(圖 5.3)了解其觀光化脈絡。

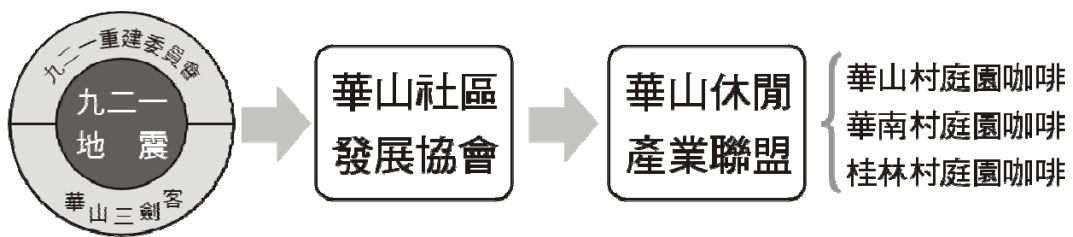


圖 5.3 華山社區咖啡產業延伸群聚概況，本研究繪製

研究過程透過華山社區咖啡餐飲演變具在地經濟思維，加上內化的獨特產業氛圍，由各媒體拱化產業經濟的曙光，在經觀光商品化的形塑，

如同是災變後的生命契機，成為居民的民生經濟期待，此契機在持續發酵的華山社區中，逐漸受毗鄰聚落所仿製經營，從研究觀察探討，投入產業的仿製經營決策，非來自對原產業的透徹熟悉抑或經由在地內化經濟所建構，主要是利益指標充斥咖啡產業的經濟思索，而牽動周遭村莊急於加入華山社區咖啡產業的群聚市集中；上列議題在咖啡產業觀光商品化過程彰顯存在，研究者於後續章節逐一敘述討論。

5.1.2 聚集建構的咖啡市集

在各產官學單位熱烈支持下，花費鉅額的行銷費用，透過民視新聞跑馬燈不斷的行銷下，每日締造新的行銷話題，及各媒體的推廣下盛大舉辦為期三個月，藉以將台灣咖啡推向國際舞台，因此炒熱華山咖啡的知名度(沈進成、周君妍，2005)。華山社區咖啡產業由日據時代的栽植繁榮，創造當時荷苞村咖啡山農產經濟面向，爾後台灣光復脫離殖民窘境，造成日治的咖啡經濟農場沒落；而漸隱三、四十年的咖啡經濟，在台灣九二一地震災變中重新成為產業的思索，由在地居民的交集中將歷史的產業經濟重拾開發，令台灣咖啡消費族群在一股外來咖啡文化氛圍中，置入本土歷史的咖啡意象。

華山社區經過九二一災變的襲擊，亦在民生經濟需求上面臨共向，因此在地產業是亟欲建構之議題。咖啡經濟農場衰退與消逝之後，有巴登咖啡業者堅持投入私營延續此產業，而九二一地震災變促進華山社區將沒落的咖啡產業在推動，亦造就台灣咖啡文化的首要節慶辦理，在運作過程與推展機制上行政院文建會、行政院農業委員會水土保持局、九二一災後重建委員會、雲林縣政府建設局觀光課、古坑鄉公所、華山社區發展協會、華山休閒產業聯盟及相關業者，皆擔任華山社區咖啡產業觀光化的重要一環；建構過程，本研究整理(圖 5.4)。

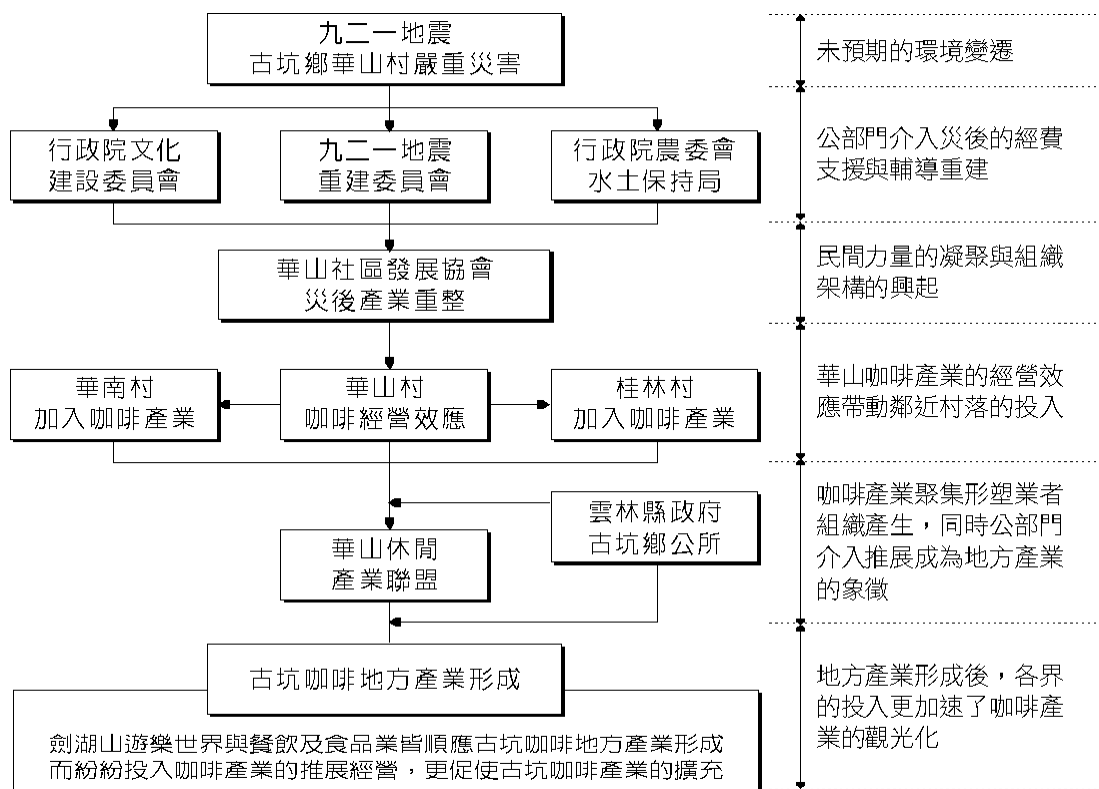


圖 5.4 華山社區咖啡產業觀光化過程，本研究整理

我們注意到了，現今的社會中，『文化』吸引了政界人士的注意：政客並非都是「文化人」，但是「文化」卻被視為政策上的工具，「文化」同時也為社會所嚮往，故國家理應協助推廣—艾略特，《關於文化定義之隨筆》(Notes Towards the Definition of Culture)，1948，在公共政策的領域中，經濟與文化的關係是最直接的。全球的經濟結構並無法清楚說明經濟與文化之間的關係，儘管多年來，大多數國家的政府機關都與各類文化活動脫不了關係，同時文化與政府之間各式各樣的互動歷史更為久遠」；儘管如此，以詳盡的文化政策作為政府特定的施政重點(張維倫 譯，2003)。

當公部門著重經濟政策的發展之際，文化層級的指標無法具體強化，然而經濟與文化面向將分道而馳，但藉由文化活動推展，漸入民眾

內心影響國家政策在制定上的平衡，由於文化的政策乘載一種社會對於文化面向的需要，其中深切的網結民眾的宗教信仰、族群傳承等等文化資產，此存在國家發展經濟的趨勢中同步影響。

所以，公部門將政策評估置入文化層級時，民眾將透過本土文化的產業經濟推動而獲回饋；透過文化層面的政策推展帶動國家經濟面成長，此以文化政策的實施為根植本土文化，同時補足民眾的生活世界需要，亦順勢注入文化產業的經濟發展，經由文化與經濟面向二者融入同一推展機制中，為國家的文化層面與經濟共達平衡之評估。

透過研究者彙整(圖 5.4)與本章 5.1.1 社區產業的聚集經濟中，了解舊有的社區產業逐步因應趨勢投入咖啡相關產業經營，加上媒介議題拱現華山社區的咖啡氛圍及向外擴展的消費意象，進而延伸華山咖啡業者自籌休閒產業聯盟成立，以及諸公部門對此產業的聚焦，導致各界對咖啡產業的群聚賦予經濟光環，之後古坑鄉公所將原屬華山社區的咖啡產業擴展延伸，亟欲將此華山咖啡的社區氛圍推向古坑地方代表農產，進而為雲林縣增添一筆農業觀光資源，

其中古坑鄉農會研製開發咖啡加工商品如：加比山咖啡、庵古坑(照片 5.3、5.4)品牌創造以及雲林縣政府建設局觀光課持續進行相關的觀光旅遊等等由公部門、私部門、民間組織等等網結觀光旅遊供給平台。

古坑鄉農會供銷部，近年全力發展加比山咖啡工廠，產銷古坑咖啡及推廣咖啡農業休閒中心，一年創造上億元商機，盈餘全省各鄉鎮市農會供銷部第一名，農會信用部因供銷部的助益，帶動績效上升，在全省各農會信用部排名也跟著提升，古坑農會已被認為是古坑地區咖啡營業額最多的單位，連附近的劍湖山世界也瞠乎其後(經濟日報，2005)。



照片 5.3 古坑鄉農會加比山標幟
資料來源：古坑鄉農會



照片 5.4 庵古坑咖啡商品標誌
資料來源：古坑鄉古坑鄉果菜生產合作社

上述中所提觀光旅遊供給平台，當中包含促進遊憩者的計畫與地域的使用；由三個部門所控制管理—私人企業、非營利性組織及公部門，依觀光規劃而言，供給面如(圖 5-5)所示有五個部份，雖然有其他不同的名稱，但這五元素可以廣泛的代表觀光業的供給層面；Blank(1989,6)注重在社區旅遊，覺得交通網、通訊設備、觀光景點、服務設施及其它社區服務做為供給面；不論這些元素如何被界定，觀光事業的供給面就是由這些元素組合構成的 (李英弘、李昌勳 譯，1999)。然而透過公部門及私人企業、非營利組織等所支撐的觀光旅遊供給平台，彼此間又因各外力所牽動(圖 5.5、5.6)，所以研究本地域過程中其地方產業在各單位與種種交集中，有發展隱憂與相互牽制之影響。

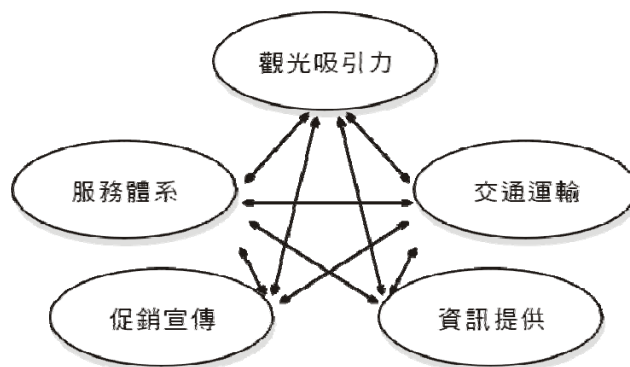


圖 5.5 所有元素開發與管理均由私人企業、非營利性組織及政府公部門組成
資料來源：Clare A Gunn, 1999.02, 觀光規劃基本原理、概念及案例，本研究整理

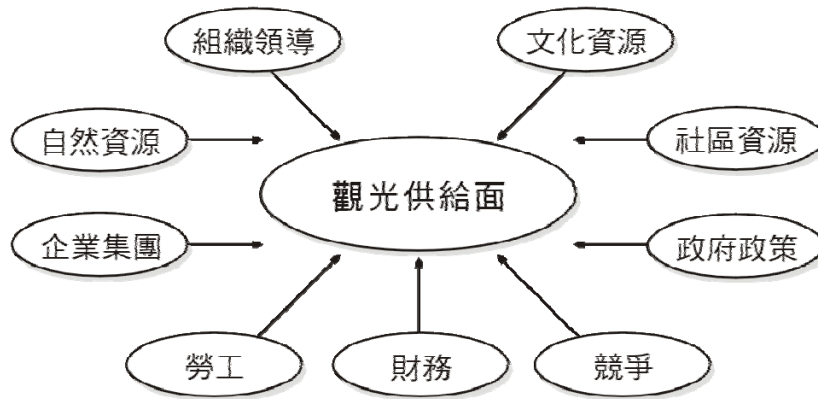


圖 5.6 眾多外在因素牽制觀光供給面

資料來源：Clare A Gunn，1999.02，觀光規劃基本原理、概念及案例，本研究整理

將觀光遊憩視為系統而論，在每個觀光系統中的成員將會有利，而非有弊，由於其他部門的相互支援，政府機構在對其公園、高速公路、基層組織及促銷做出有效的決定；隨著資本市場的經濟提昇，私人化也可與公家機構的活動相結合而提高層次，如果可以和整體觀光系統整合來經營管理，非營利性組織的觀光發展目標，可以更有效的達成；進而，商業部門也會因而獲益於其他兩部門的充分配合。最後，觀光客及旅遊體驗觀光開發的最終目的也會因觀光系統合諧運作之下而獲得滿足，在供給面整體配合下，使旅遊者在旅遊過程中更簡便，更舒服，更有收穫；在觀光系統規劃具有高度困難及挑戰的情形之下，觀光系統規劃旨在提供更好的回饋給每一個人；系統中，各部門相互依賴，以求得更平穩的運作（李英弘、李昌勳 譯，1999）。

自西元 1970 年代咖啡產業陸續消隱迄今三、四十年，並非是能極速塑造的咖啡產業時空；至此，華山社區咖啡產業的重拾建構與推展，加上各界矚目與一波波強化的媒體行銷，而在地居民與群聚的咖啡業者是否思索產業經濟的推展中，同步駐足咖啡產業的文化內涵置入。研究者根據華山社區咖啡產業的群聚現象以觀光旅遊供給面向論析(表 5.4)從組織架構的領導者而論，社區發展協會理事長、古坑鄉長或休閒產業聯盟

會長等等，相關華山社區的咖啡產業連結領導者，對咖啡聚集經濟的觀光商品化推展面向交叉探討後，呈現相關的連結領導人對咖啡產業持有相同的立基與未來，而藉由研究者觀其隱憂，應是在各組織有所異動下，其接任者對於組織運作與永續議題，能否延伸更佳的運作模式，將為研究過程另一擔憂議題。

在由社區、生態、人文等文化資源的供給面向上，從本研究論述探討供給面實際概況(表 5.4)；以及在咖啡產業中居於企業集團之劍湖山遊樂世界和群聚產業中經營者之間的競爭和共存，亦於第四章節探討論述觀光化過程所彰顯的層級；然而地方產業的推動上是需要採文化節慶的注入發展，遂能配套的持續拓展與塑造，但台灣現行文化活動的推動政策上，其經費的分配往往充斥不足現象抑或分配不均、撥款體系作業攏長，甚因黨派議題造成補助缺失等。

而華山社區相關活動的推展上，同樣有其瓶頸之礙，研究者於第四章節提及古坑鄉華山社區咖啡產業推展活動經費來自許多單位補助，然而這些單位補助過程充斥相當多的期許議題，當中以觀光旅遊的勞工供給，是古坑鄉華山社區咖啡產業聚集業者需探討思考，華山聚集的咖啡餐飲消費人潮，主要以假日為其供給期。

所以咖啡餐飲經營者為精簡人力成本支出，在非假日檔期由經營者擔負所有店務，而假日人潮的主消費檔期則聘用時薪人員以分擔店務，由研究者論析此一現象，雖降低人力成本以獲營運之利，但此主要的消費檔期卻派遣未熟捻的工作人員，不論在專業表現抑或離職率上，從觀光旅遊供給面向上，皆非正面的運作方式；另外，對消費者而言，服務的整體印象而感受消費情境的存在。消費情境對於顧客的消費經驗與行為意向有相當大的影響關係，由於景觀咖啡廳亦屬於服務業的一種...

尤其是在景觀咖啡廳產業競爭激烈的環境中，景觀咖啡廳不斷朝提升本身服務的方向邁進，可是對於消費者而言，在接受服務之前，是很難辨別景觀咖啡廳所提供的服務是何種特色與水準，而這對於消費者行為意向應該有不小影響才是。藉著良好的消費情境規劃來幫助完成服務的流暢性，並且使得消費者可以在愉悅的情緒中消費服務，實為相當重要成功要素(高崇倫，2008)。

再者，華山主要多以年長務農者居多，而年輕人力資源外流狀態嚴重，因此咖啡產業的工作人員招募不易，加上多數業者以招募假日兼職者為要，亦是華山社區咖啡產業不易募得人力之因。及此，上述探討有關古坑鄉華山社區觀光旅遊供給的領導與組織、政策經費實施、勞工議題等等，所涉及相關之單位與經營者應予以重視解決，以注入地方產業推動一股力量。

表 5.4 華山社區咖啡產業群聚的觀光供給面分析

觀光供給面	概 述
文化、社區 自然資源	關於古坑鄉咖啡產業相關文化、社區及自然資源等探討已於本研究第一、二章節中論述供給面的實際狀態。
組織領導	無論是古坑鄉長、社區發展會長抑或產業聯盟會長等相關咖啡產業的組織領導者，其對咖啡群聚經濟的觀光化發展方向，在研究者進行資料與訪談過程交叉探討後，在此組織領導層面上的立基點是相同的，若以研究者在此層面上的憂心議題，應是對於未來組織領導者任期屆滿後接任領導職務者，是否能延續更佳的发展空間，將是在觀光供給層面上的隱憂。
財務經費	依台灣目前政府政策經費的分配，往往是不足、不均抑或撥款緩慢，甚至無任何補助的情況，對於古坑鄉產業的推展活動上，亦有相當情形的瓶頸，在本研究第四章節中即有論述古坑鄉咖啡產業活動經費來自於多單位的補助，在籌備與舉辦過程中實有多單位的意見與期許
企業集團	古坑鄉咖啡產業中居於企業集團的劍湖山遊樂世界與群聚產業內業者與業者之間的競爭共存方式，亦在第四章節中探討論述對於觀光化過程的咖啡產業中所彰顯的層級
勞工人力	咖啡餐飲經營者為求人力資源的成本降低，平日通常由業者自行擔負起服務客人之責，而於休假日聘用工讀生解除觀光人潮的湧入，以研究觀點而言，由於非專職型態的勞工，無論在專業的熟悉度或任職流動率上，若依觀光供給面而論，實屬不佳

資料來源：本研究整理，2011.02

5.2 迅速建構的觀光地景

透過研究過程記錄資料和前述 5.1 探討顯示，古坑鄉華山社區咖啡產業的觀光商品化歷程，在供給面向上實有不妥，但其整體具備基本元素；而古坑鄉華山社區咖啡產業在數屆的台灣咖啡文化節慶中，快速開拓聲名以及紛紛看上經濟表徵的咖啡經營者，由投入的經營業者和觀光商品化過程，同時誘導出該地區咖啡聚集效應的未來議題；本研究將在 5.2.1 社區產業之場域擴充、5.2.2 視覺意象與空間氛圍、5.2.3 待置入文化的咖啡商機、等論述與探討。

5.2.1 社區產業之場域擴充

整合華山、華南及桂林村之業者如(表 5.5)；經本研究訪談經營狀態，實有營運建構的差異度，有關本研究區域的餐飲與民宿經營概分兩型態；一為在地村民將自有屋舍整頓，提供基本住宿機能外，未特地修飾或營造空間氣氛，另一則置入觀光旅遊的商業價值規劃間，蓄意製造空間的美感與裝飾，塑造消費者期待之住宿氛圍，並以旅館業者為依據建構消費需求，並於住宿戶外空間強化景觀特色，營造度假質感與體驗；亦有業者對於民宿運作視為牟利之經營，因此對民宿實體與軟體建構上採消極作為，諸如：服務品質、盥洗與住宿空間之整理等，皆屬觀光遊憩消費者對此地方民宿的評論。

所以，在地的業者組織與相關推動之公部門皆應特予正視群聚的產業發展過程，其輔導機制的必要與如何提升經營服務體制。華山社區以往為休閒登山踏青為知名，然而咖啡餐飲產業的注入加上民宿經營者的亟欲建構現象，已然在華山社區各山坡上極盡可能展現開發功力。

表 5.5 華山、華南及桂林村沿線之咖啡相關餐飲民宿業者

營業類別	營業名稱		
咖啡 庭園 餐飲	蝌蚪溪森活庭園	微風山林自然餐廳	桂竹林餐廳農園
	喜拉朵庭園咖啡	頂田生活茶坊	紫緹庭園咖啡
	松園咖啡秀	松嶺咖啡	啡你不可
	華山美食餐廳	金咖啡	綠色大地庭園咖啡
	重點咖啡	西雙版納	轉角屋
	華山會館之傳玉園	雲南咖啡	歐提萌咖啡
	瑞山咖啡	雲頂庭園咖啡坊	平頂餐廳
	觀景咖啡	日光水色美食屋	隨心所欲休閒餐飲
	山海觀休閒農園	維野納複合式餐飲	懷古驛站
複合 餐飲 民宿	賞星月目花園木屋	華麗山景民宿	聖荷民宿
	天秀山莊	樸園渡假民宿	桂林休閒民宿
	山中茅廬	禾園民宿	大自然民宿
	茶園居民宿	山田民宿	橋園民宿
	河岸咖啡民宿	明心園民宿	丞豐休閒農場
	驛站民宿	望民宿	茗豐民宿
	鄉村民宿	夜景民宿	桂園民宿

資料來源：本研究整理，2010.08

華山社區咖啡產業於公部門、業者組織快速創造推動成雲林縣觀光旅遊產業資源的同時，就公部門抑或私部門、業者組織等，在咖啡產業文化內涵尚未落實扎根在常民內發機制時，社區產業亟欲走向大舞台展現經濟魅力，而遭受來自各界所置入的議題，將是華山社區推展本土咖啡的隱藏阻礙；咖啡產業由聚落市集漣漪向外擴充，相關業者四處建構，亦有未符合法規而運作之建築經營。

基於公部門有職責為觀光遊憩者把關安全原則下，公部門對於群聚現象如何執行，相當矛盾；依據雲林縣政府與古坑鄉所積極將咖啡產業拓展為代表的觀光旅遊資源，此種群聚經濟的違規與觀光遊憩的遠景，實有兩難窘境，然而如何取得觀光旅遊發展願景順遂，且在官方與業者之間造就均衡效益，實為當時相關單位極為難解議題；台灣可開發的休閒地區有如鳳毛麟角，而經開發後的景點，經常因民眾過度開發，不只失去原有的天然風貌也易引發公共安全問題...九二一大地震後，華山農

民為求生存，嘗試在華山開設休閒咖啡廳，由於華山充滿天然野趣，又可鳥瞰中部數個縣市夜景...觀光客絡繹不絕，華山居民近幾年也開始經營起民宿...華山地區業者應與縣府、古坑鄉公所進行協調，對華山地區開發訂出策略，並對民宿及餐飲業的數量採取總量管制，以避免太多業者惡性競爭，破壞華山景緻及旅遊品質（自由時報，2008）。

台灣加入 WTO 與著重休閒風氣後，古坑鄉華山社區逢假日，即有受台灣咖啡文化節名氣所誘導之人潮進入，其湧入在地的假日檔期消費需求成長，相對駐足消費延伸住宿市場亦顯現，因此假日表徵的經濟商機提高；曾任華山休閒產業聯盟會長蔡顯勇認為：

目前以華山來說，許多餐廳民宿的確有作修正的檢討，以現在有水泥、木屋、甚至鐵皮...可是要推動觀光旅遊業，勢必提供餐飲和住宿是消費需求，談到素質的不齊和服務體制的缺乏，都還有空間可以加強...如果地方沒有自我提升，未來將是一種阻礙...避免已帶動的觀光受影響。(蔡顯勇先生 2010.07.24 口述)

前述議題顯示產業聚集構面的形成，經受訪者追憶組織領導與在地居民和咖啡業者對產業推展的現狀，皆希望公部門給予正面的扶持取代強力的法規介入；從在地居民的觀點論之，過去本範圍無就業市場，且人力資源外放謀職，而社區婦老人力資源則投入農務，補足經濟所缺，而咖啡產業帶動些許的經濟面向後，隨之引導旅遊人潮，同步產生消費市集需求，而原靠農務的居民順勢介入消費市場供給面，逐一將農產品或咖啡品擺設宅前(照片 5.5 至 5.12)抑或遊憩動線的路肩販售，填補平日經濟需要，在屬於長期寂靜的常民聚落生活，引進遊憩者(照片 5.13 至 5.16)於此空間交流互動，由研究觀察實有助社區常民的視野提升。



照片 5.5



照片 5.6



照片 5.7



照片 5.8



照片 5.9



照片 5.10



照片 5.11



照片 5.12

照片 5.5 至 5.12 華山社區居民將農產及咖啡加品擺設宅前進行販售，貼補平日經濟需要
資料來源：本研究拍攝，2011.03.10



照片 5.13



照片 5.14



照片 5.15



照片 5.16

照片 5.13 至 5.16 華山社區咖啡大街沿線觀光遊憩人潮及登山客實景
資料來源：本研究拍攝

從產業組織領導者觀點論之，華山咖啡產業經九二一地震災變中產生內發意識，並凝聚地域感，加上熱衷且具使命感的居民積極籌組地方組織與推動社區發展，引導社區產業的顯現，但從業者的投入狀況觀察，也同樣期待公部門置入相關的輔導機制與政策時，以不影響經營結構為依據。

在經由研究者訪談公部門紀錄，由其觀點論述雲林縣長期於經濟不佳和人口因就業議題外流，有礙雲林縣各方發展，且觀光旅遊資源缺乏整合與聯結推展，在九二一地震之後的產業再造中出現華山社區咖啡產業的聚集經濟，更推展成為雲林縣的觀光特色資源，令多年來雲林縣政府在觀光上的資源窘境尋得推動的契機；所以公部門方面，深懼落實政策管理，將嚴重抑制華山社區咖啡產業的未來推動。

研究者於此紀錄訪談過程擔憂公部門的軟性輔導，將不及業者的群

聚速度，其群聚效應擴及後的整合，將非公部門所能預期掌控；縣內民宿大多位在古坑華山地區，目前有四十四家合法民宿，未立案民宿也有十餘所，由於華山屬於土石流警戒區，雖然水土保持維持得宜，縣府將積極輔導業者合法經營...山坡地仍以水土保持及安全作優先考量，若餐飲業者及民宿業者過度整地，擴大營業面積、違反相關規定，建設局將依法告發取締，以確保安全（自由時報，2008）。

基於雲林縣推展休閒觀光產業後，民宿業者激增，根據雲林縣政府建設局觀光課表示有九成的民宿是集中在華山休閒產業區域內；而西元2004年雲林縣政府發文各民宿業者，告知「發展觀光條例裁罰標準」已經公布，將加強取締非法行為，違者可處三萬至十五萬元罰款，呼籲業者儘速辦理合法登記，保障遊客休閒品質；據交通部觀光局統計，全國現有一千四百多家民宿，卻僅有六百多家合法，交通部長林陵三痛批觀光局管理不善，要求加強取締非法業者，另一方面也積極輔導現有業者合法化（自由時報，2004）。

訪談當時擔任休閒產業聯盟會長蔡顯勇先生回溯提及，華山休閒產業聯盟、雲林縣政府建設局觀光課與經營者相互協調「輔導合法從寬，新辦設立從嚴」；從訪談解析古坑鄉公所與雲林縣政府對於當時急速發展的咖啡產業遠比政令制定迅速，而無法預知前景經濟的動搖是優或惡；當時若強勢以法定程序介入處置，是否引發華山社區經營者抗議事件等，而雲林縣政府期待已久的觀光旅遊發展經濟，在落實法令下應會消逝；古坑鄉公所推動的咖啡產業其迅速的充斥華山社區空間，對此空間的合法議題，當時任職古坑鄉長謝淑亞女士表達：

目前雲林縣民宿最多的區域，應該是華山這裡，我這裡就是強調在地傳統莊稼的熱誠和純樸...長期下來和一些客人都是朋友，有時假日床位還不夠，六十歲之前我當國小老師，也曾做造紙工人，

去過越南...管理紙工廠，回來後就想說做民宿，一開始朋友還笑說民宿應該沒有生意吧...漸漸民宿就開始經營起來，我們都用自己種的菜和醃製醬菜提供用餐(民宿業者除老闆 2011.03.05 口述)。

當時許多經營者無法合法，主要是因為無法提供相關的土地證明件...不是業者不申請立案，台灣農業轉型之後，很多農民對於民宿餐飲的經營方式，尚不熟悉，假設當時用法令強制介入...經營的業者應該會出現生存危機，可是業者原就應該遵循法令...讓來華山的遊客安心，所以當時兩難...因此要先行解決業者用地的問題，不然華山推展觀光會遇困境。(謝淑亞女士 2010.12.06 口述)

我跟我女朋友都是台中人，一開始是古坑的朋友帶我們晚上到觀景樓咖啡看夜景...但後來就想說有空就來走走看看，就慢慢喜歡華山，空氣很好...就試著住民宿，住過好幾家，其實華山民宿品質落差極大，餐飲也一樣...但我們比較重視乾淨還有民宿老闆的態度等。(遊客張建銘先生 2011.03.05 口述)

研究者訪談與資料蒐集過程顯示：西元 2006 年 10 月 10 日古坑鄉公所申請之大華山休閒農業區劃設案近三百公頃經農委會通過允諾。經研究過程接觸訪談人士，確有部分人士尚未充分對於劃設案了解；根據鄉公所表示：主要是放寬農業用地的使用，此對華山地區發展較無受限，因為華山社區多數餐飲民宿業者使用農業用地，無法合乎法令經營，目前通過立法後，許多業者可以申請就地合法經營；而古坑鄉長對此認為：

目前大華山地區已經擁有休閒農業區的基本雛型，對於農委會劃設通過，當然對於華山的發展及古坑都是正面效應，尤其是大華山的山水生態皆是優質，加上農產...文化等相當豐富，同時吃住和交通都有很好的搭配...未來公所應該會加強在大華山的軟體方面...向人力資源的素質培養、環境的品質等等...尤其是土地環境的限量使用問題...當然除咖啡的產業外，也應該帶動在地的其它農特產，尤其柳丁是大宗的產物，要多多為幾千公頃的柳丁農行銷(古坑鄉長林慧如女士 2011.01.10 口述)。

觀察華山社區咖啡產業實際存在的聚集現象，以及在地民眾的民生經濟層面和雲林縣政府亟欲推動縣內的觀光旅遊產業，非常明確的顯示

彼此的互相牽制亦需要互利的發展；快速的華山社區咖啡產業聚集中置入上述的解決方式，以永續未來的產業空間推展角度而言，是一股暫時為求利益的的方式或未顧及未來省思的議題，值得公、私部門與業者組織加以探討。

5.2.2 視覺意象與空間氛圍

研究的區域現況主要形塑台灣咖啡文化節慶的名聲和咖啡產業的風潮外，就咖啡產業的聚集範圍中，由研究者觀察記錄下缺乏可欲突顯在地生活世界的獨特意象；思考社區地方性之美感經驗，有必要建構於關乎主體意識之對地方的認同感受上。它起始於：(1)地方之地理形勢之幻思與身體體驗、(2)地方歷史事件與發生場景之留存，確立其歷史階段與變遷、(3)地方產業“尤其是農業與手工藝”之前現代氛圍與植入日常結構的交往(李謁政，1999)。

聚落或街景之所以吸引人，常常是由於建築群所具備的一種統一感，其中又會因為人的不同，而有細膩的變化，還會因為時代的移轉「而呈現出群體之有機成長，是人們在「動態」的時間和「靜態」的大地中，為生存而付出之努力，以住居形式所展現出來的永續生命(西村幸夫，1999)。

華山地區在申請休閒農業區時，農委會評審委員進行現場勘查，留下滿山遍野都是招牌的負面印象...華山地區招牌林立、花樣百出...華山整併招牌工作已不是第一回...導致花錢無法解決問題，不僅業者怨、觀光客也不滿意，最後業者只好自力救濟，到處架設招牌，而為了爭取商機，招牌一個比一個大(自由時報，2008)。

根據研究者收集相關華山社區咖啡產業資料與業者訪談中，其(照片 5.19 至 5.26)顯示本研究區域的產業經營遊憩動線，其廣告看板之林立對

在地推展觀光旅遊的地域美化意象的觀點阻礙；古坑鄉公所邀集當地業者，在華山遊客中心召開協調會，業者們同意配合拆除現有招牌，希望趕在 2004 年台灣咖啡節前，完成統一招牌工作，給遊客煥然一新的感覺(自由時報，2004)；古坑鄉公所工務課表示首屆的台灣咖啡文化節慶，創造台灣咖啡的新風潮，同時促進華山社區觀光旅遊的經濟發展，許多華山咖啡產業經營者，在爭取消費需求的狀況，皆在各主要動線岔路上建置店名看板，形成廣告的亂象。而行政院農業委員會水土保持局為解決此現象補助兩百五十萬元由古坑鄉公所統一製作招牌計畫；古坑鄉公所人員轉述：

公所曾經邀請華山經營者開會議協調...向業者解釋看板統一規劃的作法...當然會議最重要是要聽聽業者的想法，如此才可以提高執行的效率和共識...而且提供旅遊者分辨的動線指標...當然最重要是希望拆除雜亂的看板，美化整個社區(不具名公所人員陳小姐 2011.03.07 口述)。

過去華山也曾經有幾次進行招牌整頓，也進行過道德勸說...但因為公看板設置地點太少，業者對於效果不滿意...希望保持看板的整體性，且發揮動線功能，目的不是替業者打廣告.....將拆除公有地上的私設看板，整頓環境亂象，另外會委託設計公司提供一些樣板給業者參考，盡量美化華山環境(古坑鄉公所李俊興先生 2011.03.07 口述)。



照片 5.17 鄰近劍湖山沿線華山看板



照片 5.18 鄰近劍湖山沿線華山看板



照片 5.19 大湖口進入華山社區看板



照片 5.20 華山社區上山入口看板意象



照片 5.21 古坑鄉公所改善後之看板



照片 5.22 華山社區代表精神意象建物



照片 5.23 古坑鄉公所改善後之看板



照片 5.24 古坑鄉公所改善後之看板

照片 5.17 至 5.24 \ 資料來源：本研究拍攝

公部門因應華山社區產業經營空間的美化意象進行補助款，以及加強觀光旅遊的視覺修繕；依研究觀點而論，此一觀光旅遊視覺意象的美化修繕，實可為華山社區的觀光地景些許的注入美觀，然而研究過程所呈現的華山咖啡產業空間的視覺應將思索觀點加以提升為整體觀光意象，而非在單一的看板議題。

因此，古坑鄉華山社區咖啡產業的群聚狀況，若將其拓展的空間依據整體的面向論之，或許公部門補助修繕以解決部分的視覺亂象，研究者前述根據整體的觀光意象和氛圍所觸，應就華山咖啡的觀光遊憩空間加以全面化的檢討。Birgit(2001)認為觀光地意象具有溝通、宣傳與行銷的功能，意象會協助遊客考慮、選擇與決定他們想要的渡假目的地。

前列所提及整體的觀光旅遊視覺意象所延伸思索產業的全面議題，華山社區咖啡產業在經營者的運作下，加上公部門政策面向未明朗置入，許多業者在經營成本的考量與追求盈餘的思緒下，為其自身所建構的硬體景觀，多數業者採取不予以正視消費遊憩的觀感，主要因華山社區咖啡產業的營運時段為入夜，且以夜景的視域為其販售導向，因此多數的業者並不注重日間的建築地景，常以大量的鵝黃色系小燈泡掛滿建築物，在夜間充斥一股星光的浪漫想像氛圍。華山風景區的夜景，及各具特色的景觀咖啡館，而且海拔愈高，業績越好，許多位於海拔 7、800 公尺的景觀咖啡館，座位動輒 2、300 個，顧名思義就是以賣夜變為訴求，光靠夜景就能賺進大把、大把的銀子(曾麗芳，2007)。

但華山社區咖啡群聚的經營業者對於產業空間的思維，忽略其群聚現況已然成為在地產業的象徵符號，且觀光旅遊的視覺感官與遊憩者觀點，皆是空間和時間並存，不應以主要消費時段而選擇性的思索視域議題。遊憩體驗會隨著不同階段而有所改變，尤其以現場活動階段的表現

最為強烈，顯示此階段在整個遊憩體驗上具有極重要的影響，遊客參與現場活動時的心情、身體情況都會對遊憩體驗造成不同影響(林朝欽、李英弘，2001)。

再者，華山咖啡主要群聚範圍，其依據前述觀光意象的時間與空間並存，因此本區日間地景的視覺感受，同樣是牽制遊憩者對於本地景的觀感；在此一種多元未經調和的在地產業空間上，實有遊憩意象的紛亂感。另外，群聚的硬體建構上，是否忽略思索週遭自然生態的環境融合等等，因之本議題在華山社區咖啡產業的遊憩空間上，實有對地景視覺的整合考量。

5.2.3 待置入文化的咖啡商機

縣古坑鄉的「台灣咖啡文化節」將「台灣本土咖啡」的「字眼」與「形式化意象」形塑在觀光產業的包裝上，確實可謂創造了目前的一股「咖啡熱」...大街小巷看見攤販林立的「古坑盒裝咖啡」...席捲了「古坑咖啡與世界接軌」(自由時報，2003)；同時也令雲林縣各交通動線的檳榔攤西施除販售檳榔外兼賣盒裝咖啡品，此種咖啡觀光商品化的過程，穩穩地將地方行銷網擴散，可是這種因應節慶的商品潮流，是短暫的跟進熱潮抑或在地咖啡產業的文化擴散，值得相關投入此產業的思索。

整合華山社區咖啡產業的推展層級，各相關媒介所引出之議題，如：咖啡栽植面積擴充達數百公頃、頂級咖啡豆叫價數千元、台灣咖啡豆經濟躍上國際化、咖啡節為雲林縣觀光產業帶來數億商機、咖啡業者爭相展售等，一波波注入優勢的商機訊息為投入者的支撐期待，也是促進群聚現象的建構基點，然而華山社區咖啡產業的建構，由研究者的訪談紀錄顯現此支撐群聚的咖啡產業，皆從獲利的觀點作為咖啡詮釋的劇本，或許在產業發展的劇情是演出經濟獲利的在地奇蹟，但整齣戲碼的編劇

脚本，應該是以誘導群眾停留腳步消費，為重要的撰寫指標；研究者綜觀古坑鄉華山社區咖啡產業的推動建構上，亟欲延伸獲利的面向和強化經濟的價值觀，極度缺乏一份在地產業的文化建立，為此應給予注入屬於地方產業的正面根植。

5.3 社區產業的虛擬效應

「古坑被爆進口咖啡混充台灣咖啡」...有業者以進口咖啡混充台灣咖啡，...要求業者應將產地來源標示清楚，不要蒙混欺騙消費者（中國時報，2004）。市場打開了，品牌也建立起來了，問題是產能卻沒跟上來，只好...收購其他地區的豆子來充數...極速發展中的不太健康的產業生態，在這場咖啡風波掀起的波濤中終於無所遁形，現出了原形（聯合報，2004）。

有關前述新聞議題(圖 5.7 至 5.9)充斥在第二屆台灣咖啡文化節慶期間，引起古坑鄉咖啡產業推展上的消費震撼，此警訊浮現於各種媒體的探討聲浪中，整體上對於雲林縣古坑鄉的觀光旅遊供給面是一股嚴重事件。面對地方業者的惡性競爭時，缺乏一套有效的管制工具或方法...有不肖業者混充進口咖啡豆加以販賣...聯盟組織大多會發展出會員應遵守的市場倫理規則以降低產業間的惡性競爭...提升經營形象外，更可透過集體的力量來遊說或影響立法及行政機關(蘇維杉、林杏秋，2009)。



圖 5.7 中國時報，2004.10.10，全省萬象 C5，古坑被爆進口咖啡混充台灣咖啡，本研究整理



圖 5.8 聯合報，2004.10.30，A1 版，古坑咖啡進口豆混充，本研究整理



圖 5.9 中國時報，2003.11.04，雲林新聞 C4，只聞咖啡鄉不見咖啡樹，本研究整理

台灣咖啡節風光落幕，一個月來創造二億元商機讓人訝異，雲林縣議員林慧如和蔡秋敏在縣議會連袂質詢文化局長林日揚「到哪兒看咖啡樹？」(中國時報，2003)。前述是首屆台灣咖啡文化節慶結束後，雲林縣議會辦理檢討中，文化局被質詢之相關議題；當時任雲林縣議員林慧如透過報紙媒體表示，台灣咖啡節本質，實可鼓勵，但古坑鄉遍地都是果樹農產，卻沒有咖啡來的受重視，公部門聯合業者帶動產業觀光，其宣傳應誠實賦予民眾正確的引導」。如今林慧如女士已為現任古坑鄉長，經研究者訪談對於產業看法：

2003 年第一屆的咖啡節像魔豆一炮而紅，四五十年前古坑引進柳丁，有老欉生的雞蛋丁，也發展出黃金的傳奇，現在希望藉由咖啡的商機、號召力，也可以帶動柳丁，柳丁有兩三千公頃，麻園村還有四五十年代的雞蛋丁...希望咖啡產業的推展順勢將柳丁的行銷活動帶上來...所以公所一直想將綠色隧道充分運用，營造具有台灣咖啡的氣氛...後來是玫瑰花語的業者負責經營，用車廂的方式經營咖啡餐飲，還有其它古坑的農特產也一併推動(古坑鄉長林慧如女士

2011.01.10 口述)。

當時咖啡產業剛發展，栽植面積確實不多...據了解也無法應付廣大觀光消費市場，台灣咖啡在其它地方也有栽種，古坑算是搶得先機...首屆的咖啡節主要是再生的宣示，古坑確實是日據時期咖啡栽種的重要地區，在歷史上無庸置疑(謝淑亞女士 2010.12.06 口述)。

研究者回溯本研究各章節探討，都顯示咖啡產業重新掀起的節慶風潮中，將歷史氛圍置入咖啡產業的附件中，充其量是為增添咖啡的在地本土印證，但對於咖啡產業的歷史軌跡未經沉浸了解，而當成一種為行銷產業而附加的背書證明。

以在地公部門領導人對咖啡產業的推展上，因媒體負面報導其誇張的產量虛擬，而因應此影響作出台灣咖啡再生的活動議題，期待詮釋重拾日據時期本土咖啡產量的遠景，為解決負面的媒體訊息；從研究者觀察本負面議題的蔓延，將是咖啡熱潮消費族群的聚焦，此種放大鏡的消費審視，足夠成為古坑鄉華山社區咖啡產業的推展窘境；亦讓在地居民抱持咖啡產業的經濟期待，卻未料消費族群的信賴牽制產業的永續發展。

此事因涉及廠商利益，公權力不便強行介入，縣府無法越俎代庖，只能要求業者做好分級包裝及成分標示，換句話說，全國的媒體和消費者都在注視業者如何危機處理了(聯合報，2004)。進口咖啡豆混充本土栽植之媒體訊息引發後，呈現一股負面的影響和衝擊；對此刻意營造的產業聲勢，而面臨媒體質疑的焦點，其咖啡產業經營者表達：

消費者及媒體供出產品問題，業者就應該徹底檢討和改進...對於咖啡的栽植產量、品質確認、標示要誠實等等都是業者想要長久生存的方式...由業者、鄉公所和一些專家共同認證，可以給消費者保障，前任鄉長謝淑亞也是認同認證制度...(蔡顯勇先生 2010.07.24 口述)。

我曾經去參加中南美洲參觀，像哥斯大黎加是頂級咖啡出產國家，跟古坑環境氣候很像，所以古坑海拔兩百公尺的山區，適合種

植...作台灣主要生產區不錯，但很重要的是，要做好說明包裝、品質要顧，如果有認證的制度更好，不輸一些進口高檔的咖啡豆，加上業者都有自己獨特沖泡方式、技術...古坑好好的做台灣咖啡，發展不錯(松園咖啡業者許鴻德先生 2011.03.12 口述)。

當時相關咖啡產業推動者在面臨商品誠信上的窘境，確有感觸產業推展上的誠信牽制消費族群的信賴度，產業出現信賴遭受質疑，不應為此而尋求其它搪塞的言詞，反須採取誠懇面對瑕疵；根據研究過程彙整媒體訊息，觀之公部門進行負面訊息的處理，由雲林縣新聞局長洪林伯透過各媒體強調，古坑出產的台灣咖啡居全國之冠，在地業者應該有共識珍惜，並遵照清楚成分的標示包裝，以不欺騙消費者為原則，但要有共識其包裝要明顯記載為綜合即溶咖啡字樣，如咖啡豆不是百分百採用，就要避免台灣咖啡原豆的標示字樣。雲林縣農業局長張明聰亦透過媒體表示，農業局輔導的縣農會和古坑農會已允諾標註本土來源與進口來源，會輔導咖啡加工品誠實標示與辦理認證等，但不會介入價格與市場機制。

雲林縣建設局長廖錦城對媒體表述，消費誤認古坑的咖啡都是在地所產，屬於消費文字認知的落差，應在文字上協調修正。而當時雲林代理縣長張清良也透過媒體表明，多數業者用進口咖啡充當不足，就是一種欺瞞消費的行為，不要因短視近利，做出短線的操作方式，所以盡快建立咖啡商標公信力相當重要。而當時古坑鄉最大宗的農會盒裝咖啡業者袁靖雄對媒體表達，即溶咖啡原本就是農產加工品，如同愛爾蘭的咖啡並非全部為愛爾蘭製造，但是對於消費者和媒體的認知有差異、誤解，皆須進行說明，同時加強標示上的修正，另有盒裝咖啡經營業者認為：

我覺得他們拿放大鏡在檢視這件事，古坑地名、古坑咖啡原本就是一個產品的代名詞，主要是要強調本土製作的即溶咖啡，是經過古坑在地的調配，根據臺灣人的咖啡口感而特製，並沒有違反食

品標示，所以進口的咖啡豆事件，是媒體刻意拿來做新聞(華山咖啡業者不具名 2011.03.12 口述)。

我們農會自創加比山品牌，早就申請商標註冊，也根據政府部門規定，然後加工生產即溶咖啡，爆發進口的咖啡事件，是一個消費認知差異，不過會尊重政府的指示將古坑咖啡標示代表產地...其實口感相當重要，加比山的即溶咖啡是先委託廠商萃取咖啡粉，再由我們自己的加工廠調配比例和包裝銷售...如果品質和口感不好，農會的咖啡早就被市場淘汰(古坑鄉農會供銷部不具名工作人員 2011.03.14 口述)。

有關咖啡標示的問題，其實用古坑是因為製造地，只有鄉公所可以申請古坑商標專利，所以無註冊前，大家都可以使用地方名，至少有好幾十家都是這樣用...台中市太陽餅，也不是全部都在台中市生產啊，但是發生這事，只要有人出來協調講好日後統一作法，也是很好(咖啡盒裝業者張先生 2011.03.19 口述)。

古坑鄉農會最早推動自製咖啡加工商品，當時古坑鄉農會總幹事袁靖雄先生面對媒體表示，古坑咖啡確實用進口咖啡豆調配，但古坑咖啡代表地名、製造地，並未欺騙消費者，而三合一即溶咖啡屬於較平價的大眾咖啡，三合一即溶咖啡是不是本土應該不是重點，品質的好壞才是應該注意的，以古坑鄉現有的栽植產量，是無法符合市場需求，農會所生產的台灣咖啡豆，除了當地配合的咖啡農外，還需要到其它的產地採購台灣咖啡豆，如果加上咖啡農的配合種植，產量會逐年增加。

台灣民眾消費市場習性常因新事件產生交易動力，而古坑鄉華山社區將異國氛圍的咖啡豆，運用具有歷史的在地資源包裝行銷；此時，古坑鄉華山社區咖啡在消費市場充斥本土咖啡豆的趨勢下醞釀交易市場。消費者追求其本土咖啡風潮，來自對異國咖啡豆移轉至本土的新思維，期待品嚐與一窺華山咖啡的本土樣貌，因此咖啡相關商品也順勢熱銷。

研究者透過行政院農業委員會資料整理顯示(表 5.6)，由民國九十一年至民國九十八年的咖啡樹栽植面積上可見其數量；透過民國九十二年的咖啡栽植面積確實顯示在第一屆台灣咖啡節時仍屬古坑鄉居全台栽種

之冠，當時經過刻意的本土化包裝，加上咖啡節慶的文化活動置入，其掛上古坑字樣的咖啡商品，頗受消費市場的歡迎，由前述探討顯示古坑鄉實際栽植咖啡樹的數量，無法支撐廣大的咖啡原料加工需求，在媒體掀起一陣在地產業的質疑下，亦是華山咖啡產業的一項危機。

表 5.6 台灣咖啡產地分布與栽植產量，單位\公頃

九十一年		九十二年		九十三年		九十四年	
地區	種植面積 公頃	地區	種植面積 公頃	地區	種植面積 公頃	地區	種植面積 公頃
南投縣	12	雲林縣	55.95	雲林縣	63.64	嘉義縣	74.3
雲林縣	8.75	南投縣	18	嘉義縣	57.9	台南縣	53.29
台南縣	3.55	嘉義縣	9.2	台南縣	48.67	雲林縣	43.4
嘉義縣	1	台南縣	3.92	南投縣	29.97	南投縣	41.87
		桃園縣	0.2	屏東縣	10.65	屏東縣	22.99
		彰化縣	0.15	高雄縣	1	高雄縣	10
		高雄縣	0.1	台北縣	0.7	台東縣	4.05
		新竹縣	0.08	台東縣	0.35	花蓮縣	1.72
				桃園縣	0.2	苗栗縣	0.75
				彰化縣	0.15	台北縣	0.7
				新竹縣	0.08	宜蘭縣	0.6
				台中縣	0.02	桃園縣	0.2
						台中縣	0.2
						彰化縣	0.15
						新竹縣	0.08
合計	25.3	合計	87.6	合計	213.33	合計	254.3
九十五年		九十六年		九十七年		九十八年	
地區	種植面積 公頃	地區	種植面積 公頃	地區	種植面積 公頃	地區	種植面積 公頃
嘉義縣	160.4	嘉義縣	180.5	嘉義縣	165.3	嘉義縣	165.8
南投縣	51.58	南投縣	101.59	南投縣	105.9	南投縣	125.36
雲林縣	49.21	屏東縣	72.31	屏東縣	82.12	屏東縣	109.45
台南縣	36.87	雲林縣	44.26	台南縣	58.53	台南縣	59.91
屏東縣	33.99	台東縣	44.14	高雄縣	45.56	台東縣	53.68
台東縣	26.48	高雄縣	40.32	台東縣	39.74	高雄縣	45.72
花蓮縣	13.12	台南縣	34.85	花蓮縣	38.19	雲林縣	41.52
高雄縣	11.5	花蓮縣	31.95	雲林縣	35.41	花蓮縣	39.4
苗栗縣	1.35	宜蘭縣	7.86	台中縣	10.91	台中縣	12.41
宜蘭縣	1.12	台北縣	1	宜蘭縣	10.5	彰化縣	10.55
台中縣	1	嘉義市	0.8	彰化縣	10.3	宜蘭縣	10.5
台北縣	0.7	桃園縣	0.5	台北縣	3	台北縣	4.78
彰化縣	0.15	苗栗縣	0.35	桃園縣	1.2	新竹縣	2.7
新竹縣	0.1	彰化縣	0.3	嘉義市	0.8	嘉義市	1.28
		台中縣	0.2	新竹縣	0.41	桃園縣	0.95
		新竹縣	0.1	苗栗縣	0.35	苗栗縣	0.22
				台北市	0.1	台北市	0.02
合計	387.57	合計	561.03	合計	608.32	合計	684.25

資料來源：行政院農業委會，2011.02.01，本研究整理

以廉價的進口咖啡混雜包裝，企圖誤導或欺騙消費者，賺取黑心錢，被媒體揭發後，一度造成消費者的恐慌和拒買，連合法的業者都受到池

魚之殃...幸好縣府及時出面滅火，主動要求標示不明的業者全面下架...業者的自律、團結，在媒體的監督下...化解了這場危機（聯合報，2009）。華山咖啡產業快速的建構下，不及思索的危機與隱憂逐一在推展的過程突顯，其刻意強化的在地、本土、原味、原鄉等等，皆是意圖創造華山咖啡的台灣原產印象，以及刻意置入的咖啡栽種量化想像，促使觀光遊憩人潮因虛擬的旅遊地景而消費；當時產業組織推動者蔡顯勇先生感受產量的虛擬現象受議，期待將發展意象整合消費觀並進，降低媒體渲染之假象。從古坑鄉華山咖啡產業的觀光商品化過程、負面議題、時光變易等等呈現，如同前述咖啡原物料的來源與過度虛擬的產業地景，經媒體與消費掀起真相後，遭受連串的社會觀感以及民眾批判，此批判聲浪的安撫是如何緩解觀感。回溯本研究探討休閒社會學理論，論析休閒產業從界定的形成期呼應古坑鄉華山社區咖啡產業的建構歷程，再經由建構的內容延伸實際遊憩人潮的參與和運作，此即休閒社會學理論的研究觀察區段，然而形塑和整合都是順應空間、時間變遷，這種變遷的差異過程產生了議題的浮現，此一種觀光旅遊推動的經歷議題，屬於重要的回浪意見，從休閒社會學的研究彙整到延伸推展運用上(圖 5.10)，有其重要的社會觀感和批判。

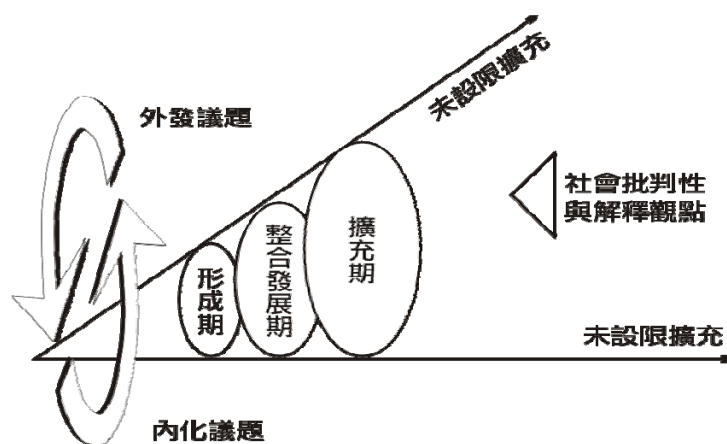


圖 5.10 休閒社會學之形成期與整合發展期後，勢必面對社會批判性與解釋處理
資料來源：本研究整理

研究過程中透過業者與古坑鄉公所悉知，當時與業者協調共識，委由雲林科技大學設計相關的台灣咖啡認證標章與機制，依據 23.5 度古坑台灣咖啡為其認證，因咖啡適合在北緯二十至三十度之間生長，而古坑鄉處於二十三點五度的位置，所以依據此創作識別想法，提供未來認證的主要標章。

關於古坑台灣咖啡的未來，若未積極進行價格評估機制、分級的評鑑等，長期的市場會有問題...目前的咖啡樹種很多都是超過五、六十年的日本引進阿拉比卡的品種，樹種已經出現弱化，應該要引進新的品種改良...土質也不能太酸，台灣土質需要改良，還有氣溫及強風...台灣咖啡豆不算世界級，但口感不苦不酸澀等，透過技術上的修正可以提升台灣咖啡的品質特色...要放棄粗放的栽種方式，應該朝向咖啡莊園的經營模式，提高栽種技巧，最好做國際認證的評鑑，如此的台灣咖啡豆發展有利(古坑鄉公所咖啡顧問柯立夫先生 2011.03.19 口述)。

古坑的咖啡若不進行改革，未來會發展困難，所以應該積極投入研發改變種植方式...我就嚐試的修剪咖啡樹，讓咖啡果實產量增加，還在咖啡樹旁種些樹作遮陽，讓咖啡樹長的更好，同時也進行土壤的改進，要有改變的進步，咖啡豆才會有不一樣的口感改進(咖啡業者劉易騰先生 2011.03.19 口述)。

所以，古坑鄉華山咖啡產業的相關推展單位，經歷休閒社會學所提述的形成以及整合發展期之後，接續面臨觀光休閒形塑中遭受的各種議題，此議題的產生，也是社會觀感和批判的注入，因之該如何應對社會觀感批判和處置，皆影響咖啡產業的永續發展。

5.4 社區產業之觀光永續

在研究過程經由各章節探討，逐次顯露古坑鄉華山社區咖啡產業從推動之初到目前群聚狀況，彰顯各種議題的存在，然而各議題的區間皆對華山社區產業的未來造成不定的危機，也是永續推展的主要關鍵；大

量湧入的外地人，大小車輛擠在自家門前動彈不得的景象。塞車、停車位難求、摻雜外來咖啡。成分非百分百台灣咖啡風波...等，卻也降低了顧客的滿意度(沈進成、周君妍，2005)。根據研究者參考收集之相關資訊中，多數顯示台灣咖啡知名度除充斥台灣咖啡市場外，包含東南亞與中國大陸等地，皆有其品牌的行銷通路與品牌擴充；而同為古坑咖啡的品牌業者認為：

咖啡在台灣市場競爭越來越大，越激烈，不要說台灣市場，包括國際市場也一樣價格紛亂，就像是一片紅海，過去劍湖山舉辦的咖啡嘉年華活動策略，就是希望跳脫惡性競爭的狀況，不要跟一般的咖啡市場一樣，想要發展屬於劍湖山的藍海模式(劍湖山業者游國謙先生 2011.03.19 口述)。

台灣咖啡的產銷出現價格戰爭，當然要先確認是不是正台灣的本土咖啡，現前的咖啡市場行銷價格亂象很多，品質有很大的關鍵，所以咖啡市場...業者應該在意品質的經營，巴登很堅持用品質和品牌拱住消費者，才是屬於業者對於咖啡市場的永續經營(巴登咖啡業者張來恩先生 2010.11.24 口述)。

我們農會供銷部的三合一、二合一即溶咖啡，價格都統一，有比其他知名品牌貴，但是品質可以放心...農會也有去註冊商標，目前市場除了台灣現有通路外，要有發展東南亞和大陸，所以不會隨便改價格，我們走品質的長線(農會供銷部不具名工作人員 2011.03.21 口述)。

研究者在探討和解析中，確感古坑鄉咖啡產業觀光商品化的群聚現象快速，在未經歷產業循序凝聚各垂直和水平的交集經驗下極度推動；另外，推展產業的過程置入了多方的參與和期許，此多單位的介入參與，亦是造成社區產業運作上的主導歧見；上列所論述皆彰顯目前現況以至未來永續的發展，至此將安排 5.4.1 社區產業的常民文化及 5.4.2 產業觀光化之整合主導等議題分別探討。

5.4.1 社區產業的常民文化

彙整本章結論述古坑鄉華山社區咖啡產業的觀光形塑概況，以及產業資源過度虛擬議題等等負面，在此相關議題的探討中，令研究者有感急迫與最需空間、時間彼此交融的咖啡產業在地文化永續發展運作層級，其對華山社區的咖啡產業是非常重要的根植與傳承。

現代文明所產生的是一種「淺層文化」，一種消費文化的系統，傳統文化所產生的卻是一種「深層文化」，在這個文化脈絡中，無記憶的文化模式，已漸漸蔓延在我們的社會文化中，所呈現的圖像已失去了清晰的輪廓線，隱約可辨識的只是色塊與混沌的面貌；文化的建構，是由思想、行為、信仰等符號象徵所搭建，現今世界的單一核心概念已被打破，昔日西方理性思維的唯我意識，就今日而言，已經進入被解構的狀態中(陳聖華，2002)。

各媒體新聞資料文獻的呈現和各界輿論中，顯而易見華山社區咖啡產業知名度渲染效應，經前述提及咖啡在地產值的虛擬和渲染的群聚區域，都賦予觀光遊憩者抑或消費族群對於華山咖啡產業的認知，而當各界媒體負面議題興起和充斥後，原屬觀光遊憩者及消費族群內心所認定的華山產業，在負面議題的聲浪沖擊下隨之瓦解對華山咖啡產業的品牌意象。相關的咖啡產業推動者對此認為：

喝咖啡不要太嚴肅啦！對於咖啡產業的推動也可以很知性藝術，古坑既然是咖啡原產鄉鎮，就應該具備一些教育的義務，賣咖啡、賞夜景等，經營者應該多放一點咖啡文化的資訊和在地的歷史發展(劍湖山工作人員鄭先生 2011.03.21 口述)。

店家的氣氛裝潢、咖啡沖泡、接待服務等，或許都不是一般農民的專業，可是農民轉型做咖啡的經營後，確實有必要進行教育，所以像舉辦咖啡豆的評鑑，就是一種彌補農民轉型的專業教育，而且聘請專家傳授、講評等，都是為其轉型進行補足...咖啡產業想要永續發展，公部門需要進行概念的宣導傳遞，還有穿針引線，只要

願意全心投入，農民轉型都是可以變專家(雲林縣議員謝淑亞女士 2010.12.06 口述)。

咖啡節慶的舉辦後，公部門和業者應該將視線觀瞻提升，不應該在低價競爭與不顧品質中持續僵持，如此經營將會拖垮整個市場產業，業者對於營業空間，公部門對於華山環境空間，兩者都應該在意象上多一些規劃，讓消費者感受文化的薰陶，劍湖山雖然是營利非常明顯的企業，但在咖啡的文化上，規畫世界各國的咖啡文化意象，讓遊客有所認知，正面提升認識咖啡文化的背景等...找到屬於自己的經營模式...或許未來華山咖啡也可以參照藝術村的概念，進駐藝文的在地精神，讓文化氣息慢慢的生根(雲林科技大學不具名學術者 2011.03.21 口述)。

公部門自認成功重拾日據時代咖啡產業，直至負面議題的掀起，能否感受其常民文化與在地產業觀光化過程的循序聯貫；另觀，公部門在華山社區咖啡產業推動上，形塑產業氛圍與觀光遊憩供給面的建構，皆可透過研究者探討的各章節中獲知。

然而推動日據時代咖啡產業的重拾運作，就文化的在地性思索面向，實有不足的文化結構缺乏，實將其當成消費文化系統，在咖啡產業推動軌跡中，雖追溯日治時期的咖啡園記憶，其可支撐在地咖啡產業的歷史空間價值，但由咖啡產業再度推動的狀況下，實將咖啡產業的歷史當成商品化的文字廣告；曾是文化深層的歷史產業，逐步在觀光商品化的獲利下，促使咖啡產業在地的歷史意義趨向消費的誘導字貌，而抽離深層的在地文化後，剩下的是一股咖啡豆買賣的形式交易；古坑咖啡的前景堪慮！古坑有好山好水，推展產業觀光，是可行的一條路...遊客體驗古坑的咖啡產業文化...荷苞山步道兩旁日據時代栽種的咖啡樹、油桐樹都...帶領遊客做一趟異時空的咖啡之旅...當然咖啡是最近幾年興起的產業，古坑的咖啡文化根基淺薄(賴永全，2005)。商圈的經營與發展原本就需要多元化，若能成功結合...文化、藝術及在地的產業特色，帶入商圈整體經營，透過社造工作...發展出多元化商圈 (自由時報，2009)。

由文化經濟的理論層面思索，將古坑鄉華山咖啡產業概況以及透過研究者在各章節依序探討中，足以解構古坑鄉華山咖啡產業的觀光發展軌跡，其經濟和文化並非同步建構推展；因文化經濟學的觀點上，經濟是跟隨產業空間和時間而異動，處於各種變遷的狀態，此亦牽涉居民在地生活世界的建構累積。

所以，居民受日常生活世界的文化累積影響，對應文化和經濟同時存在的彼此牽動，因此社會經濟再推動的空間與時間中，也是貫穿美學精神、歷史社會等真實的各層文化所象徵，亦在各種市場的消費結構上，見到在地文化產業的遊憩觀光、文化慶典、商品展售等趨勢；研究觀點論述經濟和文化的並進，非於經濟發展的過程將文化視為一種行銷口號抑或象徵字樣，研究過程將其解析應融入在地常民文化的真實生活世界中，為其永續經營的咖啡產業進行文化面向的扎根與傳承。

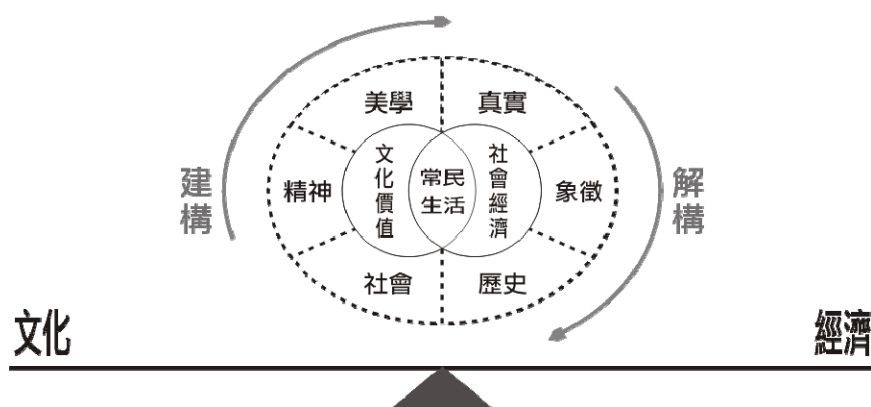


圖 5.11 社會經濟在發展的時間與空間上，亦是由各種美學、精神、社會、歷史、象徵、真實等不同文化的層面所支配\資料來源：本研究整理

5.4.2 產業觀光化之整合主導

不少單位投入社區營造，像文建會的社區營造、藝術介入空間，內政部的城鄉風貌、社區規劃師、環保署的清靜家園...等照理講，社區有這麼多單位提出計畫介入經營，應該蓬勃發展才對，何以還有人看衰社區營造...在於不同單位各自為政，缺乏整合平台，導致力量分散，難以

發揮集中力量的加乘效果（自由時報，2009）。

華山社區咖啡產業在創辦全台首屆的咖啡慶典上取得領先優勢，然而此居冠亦讓古坑鄉公所期待鞏固地位，而其觀光遊憩的方式為華山社區引導一陣咖啡產業的商機，就咖啡的經濟潮流持續性而言，以 5.4.1 咖啡產業的文化根植是當地觀光永續之重要一環外，華山社區咖啡產業的商品化建構過程，更加顯本區域著重觀光獲利趨勢以及未來期待經濟的面向。

承研究過程的訪談紀錄與資料顯示，華山社區產業的推展狀況中，其相關單位的推動層面，彼此無法勾勒完整的結構面，似乎無法突顯這些單位的群力顯現於咖啡產業的優勢上，依據華山咖啡休閒產業聯盟會說法：其辦理由雲林縣政府建設局觀光課主導，古坑鄉公所承辦，華山休閒產業聯盟則作為第一線執行單位；而在許多咖啡產業的推展工作上，古坑鄉公所其扮演之角色亦似主導者，如古坑鄉公所考慮設置咖啡專業區，將咖啡產業與飲食、文化、觀光結合，鄉長謝淑亞表示：荷苞山種植咖啡的歷史悠久，適合規劃咖啡莊園，華山的庭園咖啡店林立，可以規劃為咖啡的專賣店（中國時報，2003）。

透過前述探討呈現古坑鄉公所對華山社區咖啡產業的發展，有其推動上的主導意味，由此追溯本研究 5.1.2 所述，古坑鄉咖啡產業的推展相關單位包含：行政院文建會、九二一災後重建委員會、行政院農業委員會水土保持局、雲林縣政府建設局觀光課、古坑鄉公所、華山休閒產業聯盟及相關業者、華山社區發展協會，皆扮演在古坑鄉咖啡產業觀光化過程的一環，但以在地產業的結構面向而論，各主導的建構力實無顯現交織的群力，亦無帶動群力的主力者；因之，未來的發展上由誰建構主導抑或連結各單位群力化的執導，應投入整合的評估與思考。古坑地區

咖啡休閒產業，要以政府制定國家或地方級政策來推動咖啡休閒產業的發展、地區本身擁有獨特的自然景觀與生態，相關政府單位在初期給予地區內咖啡休閒產業財務上的支持、地區內所擁有的農業資源的多寡、可吸引遊客的天然景觀、營運管理單位替遊客規劃與安排旅遊路線及套裝行程等為主要原則，如此將有助於成功建構...，提高其重遊意願，讓古坑地區咖啡休閒產業在競爭的環境中，獲得永久性的競爭優勢，達到永續經營的目的(李孟訓，2007)。

另依研究者於 5.1 章節提及原有的社區產業因轉型庭園夜景咖啡，加上媒體渲染後，將社區的產業氛圍凝聚為經濟市集，進一步社區內發機制籌組休閒產業聯盟的建構，同時受各界聚焦此本土咖啡熱潮的力量；爾後古坑鄉農會趁勢建立加比山咖啡品牌，續而雲林縣建設局觀光課置入推動成為雲林縣的觀光資源供給面；及此，解構古坑鄉華山社區咖啡產業的循序呈現，其缺憾乃此一循序的建構產業中，置入多面向的群聚支撐單位，卻無一是群力的產業主導者，將是本產業空間發展之礙。

地方的產業組織在推動的過程，擔任執行與承辦的角色，即是受制公部門的支配進行；觀此，公部門領導人有異動之慮，而未來地方產業組織與未來公部門的合作與推動關係，是秉持依舊抑或有更佳的共識，皆難與斷定發展之軸向，唯有將在地業者與常民、公部門以及產業組織彼此的內化意識加強。另外咖啡廳業者應藉由消費情境的強化與提升，一方面使整體服務的表現能符合消費者期望與需求，讓消費者的心中產生價值...最終可提高消費者對景觀咖啡廳之正面行為意向(高崇倫，2008)同時扎根對未來共存的永續體制和認同群力領導者，將會有利華山社區的產業基礎面向發展，即便鄉公所抑或在地產業組織領導者異動，皆不致動搖產業的常民化。

第六章 結論

研究者彙整各章結論述與討論古坑鄉咖啡產業的建構發展過程中，透過各建構面交織，在經由研究者的觀察論點解析相關議題，面臨古坑鄉華山社區咖啡產業的未來經營以及永續推動上會遭遇之影響負面；然而，研究古坑鄉華山社區咖啡產業的過程中，對於經歷八屆屆的台灣咖啡文化節慶的產業建構現況論析，整合本章節探討，同時根據研究者觀察訪談和解析等，分列以 6.1 以視域空間獲利的地方產業、6.2 提升咖啡產業的深層價值、6.3 建構產業共識與根植文化內涵等，作為本研究之結論觀點。

6.1 以視域空間獲利的地方產業

根據古坑鄉 2003 年起每年皆辦理台灣咖啡文化節慶，由每屆觀光遊憩的人潮而論；由於公、私部門亟欲在各管道上推動咖啡產業，加上媒體的大肆渲染，以傳播的方式置入種種咖啡意象於民眾抑或消費族群中，令其充斥台灣咖啡的歷史依據、懷舊氛圍以及一份本土稀有產物新奇感，因此造就古坑鄉華山社區咖啡產業觀光遊憩的人潮；然而，注入觀光遊憩人潮的狀況下，各種相關咖啡產業之介面議題與社會觀瞻、批判或輿論，並未明顯影響消費族群前往華山社區欣賞夜景趨勢。

及此，回溯研究者在研究過程討論消費者對於觀光遊憩空間的意象感覺，遠遠超越對於咖啡產物或飲品的口感與味覺；因此，彰顯華山社區咖啡產業的消費聚集範圍，其主要是求享受華山社區視域空間的夜景氛圍為消費動力，所以由研究觀點而論，華山社區咖啡產業群聚現象屬於地景氛圍感受的空間販賣。

從古坑鄉華山社區咖啡產業的形塑過程，以及咖啡文化節慶促進在地觀光商品化之後，經由研究過程探討古坑鄉華山社區咖啡產業所延續各類外在與內發議題等，對於在地影響層面，彙整各研究章節中實際呈現在地觀光商品化驅動了古坑鄉民生經濟的提升，但藉由研究者觀察古坑鄉華山社區咖啡產業的推動和各章節的探討，其經歷觀光商品化的華山社區，順應產業的推動軌跡而注入導向因子，促使一股咖啡意象的在地內化形成利益思維，而此種思維進而轉化為地方共同議題。

因之觀光商品化的華山咖啡產業，延伸了在地民生經濟的當下，也應對於地方居民生活世界的文化基礎進行思考，再以地方的生活世界為立點發展經濟構面；因之，華山社區的咖啡產業經歷內發機制而引發利益的狀況下，應思考地方發展利益面向外，尚有其它亟欲建構的常民生活文化基礎。

6.2 提升咖啡產業的深層價值

日益發展的華山社區咖啡產業，依附台灣咖啡文化節慶的形塑過程產生聚集效應，皆因應一顆發亮的黑金咖啡豆而投入發展；研究者根據在地產業的觀光化形成探討，並非單一的建構面推展而成，當中所交織的產業建構涉及在地社會關係的繁複組織，所以為促進在地經濟發展，同時延續文化傳承建立在永續價值上，其公、私部門與經營業者在華山社區咖啡產業的推展，置入過多產業的獲利渲染，以致原有咖啡文化的歷史產業，經火熱之利益炒作，變遷為一只無味的咖啡豆交易幻影。

研究者回溯前述章節探討華山社區咖啡產業，推動上未思索常民文化的基礎構面；由文化經濟學的角度論之，文化屬於傳統、習俗、信仰、價值等，具有提升群體的認同與凝聚，因此會促使個人在群體中思想與

行為變遷，進一步造成群體的行為依據模式，由華山社區的咖啡產業聚集現象觀察，深層的產業文化注入，可以提高群體共識以及延伸常民文化的價值所在，續而拱出群聚的經濟效益，運用在地的社會觀建構文化體制，將帶動群聚產業的推展動向與資源配置，另明確強化產業環境的永續性指標。

華山社區咖啡產業經由消費族群與服務面向牽動，最直接回浪於經濟體制的異動現象，此即為群聚產業的推展變遷狀態，然而華山咖啡產業的各面向拓展，均影響在地的民生經濟與收入；從產業活動的承辦上探討，民間組織與經營業者、公部門等形而上各取其利獲勝，但依據文化經濟學的視角解析華山咖啡產業，其建構的完整性，有文化層級的明顯缺乏。

由各屆的咖啡文化節慶資料與訪談顯示每年活動主要的咖啡商品匯集區，皆將台灣各地農特產品展現於現場，營造一份熱鬧的活動氛圍，此般與台灣現階段各地美其名文化產業之雜燴市集有何區隔，華山社區既然為咖啡產業冠上台灣名號，令其它縣市無法在名聲上超越，而現狀顯而易見場場的咖啡文化節慶，未將咖啡氛圍充分置入節慶的現場意象；如此，咖啡節慶的消費族群因冠上台灣名號而來參與咖啡節慶的實際感受與逛農特產大街並無差異。

對於業者與公部門見其咖啡人潮的湧進，實有產業獲利之經濟象徵，而咖啡產業的投入經營若根據片面的節慶表象，推論為華山社區咖啡產業群聚的永續發展面向，而未進行常民文化的注入評估，易造成本區觀光商品化的形塑著重獲利思維，此股以利益為趨勢，充斥地方產業的想像，將是一種交易的短暫時空註記，所以如何支撐華山社區咖啡產業的永續價值與經營值得深層思維。

研究者在從各章節探討中論析華山社區咖啡產業的領導層面，尚未強烈感受空間視域意象、常民文化共識以及在地產業資源整合等等議題之重視；此般，華山社區咖啡產業的文化經濟立基，缺乏前瞻與整合推展，且領導層面的組織建構同為華山咖啡產業日後藍圖推動之隱憂。因此，華山社區咖啡產業明顯在推動的基礎上有不足之態，引發現況在目標和集體共識上欠缺；違背文建會期待產業文化的顯現，淪落成無味的咖啡豆交易畫面。

6.3 建構產業共識與根植文化內涵

彙整研究過程探討資料，彰顯目前多數產業對於文化融入經濟運作實有趨勢；因此，文化在經濟的建構上具有相當程度的牽制性，甚至影響國家的成長基礎與經濟變遷。由本研究論析華山社區咖啡產業的發展，經公部門、民間組織、業者、居民、遊憩者、地方、產業等相互關聯置入華山社區產業推展以及產業文化的延伸上，研究者獲得下列觀點：

(一) 在地常民生活文化

在地產業推展往往是常民生活世界所延伸，因此應彰顯在地居民內化效應與動員；所以，將咖啡產業的文化內涵經由教育進行傳承機制，為在地的常民生活世界根植一份文化內涵，再經由產業文化的共識作為基點，爾後將咖啡產業與常民生活世界的文化內涵結合，可循序漸進的成就產業文化化之、文化產業化之效益。

(二) 認同與信任之共識

地方的社會網絡關係互相牽制交集，同時也在交流過程阻礙，引發信任不易與共識不存，導致在地產業與文化推動裹足不前，無法創造遠景標的；同時因關注議題差異，因之各建構層級在事件認同與共識上亟

需整合協調。根據華山社區咖啡產業在執行推動上，應將常民的思索事件，予以置入重要評估的面向，再經由公部門抑或全責單位為其協助，並在常民的參與下推動屬於在地的契機。

(三)空間與地景之意象

華山社區咖啡產業之環境空間推動與規劃單位，其擔任重要關鍵推手之一，引領地景的催化和輔導要角，提升在地居民對於產業文化空間的關注以及共鳴，同時建構對觀光遊憩最佳的生態地景，也強化觀光發展之意象。

(四)產業節慶的文化內涵

對外推動咖啡文化產業的活動上，同時應思考相關常民的內化活動，為其在地的生活世界融合咖啡產業的深層文化傳承；然而對觀光遊憩者同時置入經濟與文化的構面運作均衡，否則將是一場咖啡豆的交易行為表象。

(五)整合發展與未來之主導

華山社區咖啡產業對於常民文化、產業資源、以及空間意象等應進行未來之整合目標，同時均衡在地發展，並以永續理念為依據前進；因之，業者與公部門、民間組織等層面的產業整合平台主導建構，應溝通協調彼此定位，以利地方產業發展方向之一致。

目前台灣各地方產業文化節慶之經濟面向多元，應為其探討文化活動的舉辦並非以經濟建構為其主要宗旨，關於文化產業的活動推展過程，包含了文化價值和內涵的存在意義，當中的延伸與深層，非依據獲利之多寡或經濟商機評斷優劣。所以，研究者彙整華山社區咖啡產業的觀光商品化形塑，應置入永續的延伸平台，加以建構發展的層級，無論是空間地景抑或產業的文化價值，在觀光商品化的歷程中，在地的常民

生活世界與產業文化之融合給予重視，緩和經濟獲利的面向建構，多投入空間地景與文化思維的運作機制，足以引導觀光遊憩的深層駐足，亦為華山社區咖啡產業在觀光商品化的永續上，同時具備產業的深層文化價值與滿足民生經濟需求的正面意義。

文獻參考

中文部分

- 01.工商時報周刊(2007.10.07)，華山休閒產業因咖啡而蓬勃，主題報導 B02，曾麗芳。
- 02.中國時報(2003.10.06)，張來恩延續古坑咖啡命脈，雲嘉新聞 C2，記者 王建訓。
- 03.中國時報(2003.10.16)，古坑擬成立咖啡專業區，雲林新聞 C2，記者 王建訓。
- 04.中國時報(2003.11.03)，華山咖啡節完美畫句點，雲嘉新聞 C4，記者 王融見。
- 05.中國時報(2003.11.04)，只聞咖啡鄉 不見咖啡樹？，雲林新聞 C4，記者 王融見。
- 06.中國時報(2004.02.12)，台灣美食節古坑咖啡做主題，雲林新聞 C2，記者 蔡水星。
- 07.中國時報(2004.06.18)，古坑咖啡獨領風騷日據時代只有天皇喝得到，財經要聞，記者 蔡水星。
- 08.中國時報(2004.06.18)，台灣咖啡豆躍上國際舞台，財經要聞 B2，記者 尤子彥。
- 09.中國時報(2004.10.10)，古坑被爆進口咖啡混充台灣咖啡，全省萬象 C5，記者 王建訓。
- 10.中國時報(2004.10.18)，台灣咖啡人潮多，雲嘉南新聞 C2，記者 蔡水星。
- 11.中國時報(2009.11.06)，知識經濟文化創意並重邁向國際化，A7，記者 周書婕。

12. 中國時報(2009.12.11), 促進地方產業發展 一鄉一特色創造就業機會, 財經焦點, B1。
13. 中國時報(2010.12.06), 台灣咖啡因他們打響品牌, C1, 記者 周麗蘭
14. 中國時報(2011.10.07), 雲林咖啡輝煌史毀於病蟲害, 雲嘉南焦點運動, C1, 記者 周麗蘭。
15. 王士文(2004), 第一篇關於咖啡的文字 咖啡精神-咖啡與咖啡館的文化記憶, 台北: 果實文化。
16. 王惠君(1999), 西村幸夫 故鄉魅力俱樂部: 日本十七個社區營造的故事, 譯者序, 台北: 遠流出版社。
17. 古坑鄉公所(2004.08.10), 農經課資料。
18. 交通部觀光局(1992), 台灣地區觀光遊憩系統開發計畫, 台北: 行政院經濟建設委員會。
19. 交通部觀光局(2010), 交通部觀光局之觀光政策白皮書,
http://admin.taiwan.net.tw/auser/b/wpage/chp3/3_1.1.htm。
20. 自由時報(2003.10.14), 一場咖啡饗宴兩千萬落袋, 雲林焦點 16, 記者 黃淑莉。
21. 自由時報(2003.10.14), 台灣咖啡節打鐵趁熱, 雲林焦點 16, 記者 黃淑莉。
22. 自由時報(2003.10.21), 古坑咖啡要赴中美洲取經, 雲嘉綜合, 記者 黃淑莉。
23. 自由時報(2004.08.20), 民宿全縣逾半不合法, 雲林焦點第 12 頁, 記者 黃淑莉。
24. 自由時報(2004.08.31), 華山餐旅店招要分三色, 雲林縣新聞第 13 頁, 記者 莊育鳳。

- 25.自由時報(2008.09.15)，喬不定台灣咖啡節，雲嘉新聞 B6，記者 黃淑莉。
- 26.自由時報(2008.10.04)，未立案民宿縣府積極輔導，雲霖焦點 B6，記者 詹士弘。
- 27.自由時報(2008.10.04)，總量管制公權力整頓，雲林焦點，B6，記者 詹士弘。
- 28.自由時報(2008.11.04)，整併華山招牌古坑鄉公所統一製作，B5，記者 詹士弘。
- 29.自由時報(2009.09.21)，結合在地特色發展多元商圈，雲嘉新聞焦點評論 B6，廖淑玲。
- 30.自由時報(2009.12.09)，諸羅紀 營造平台，B6，趙慧容。
- 31.自由時報(2010.12.29)，全國觀光發展會議部會動起來，生活新聞 A 10，李惠芬。
- 32.行政院內政部(1991)，雲林文獻，雲林文獻委員會。
- 33.行政院文化建設委員會編(1995)。
- 34.行政院文建會(2003)，曾經古坑。
- 35.行遍天下(2004.11)，古坑咖啡 台灣咖啡原鄉之旅。
- 36.西村幸夫(1999)，故鄉魅力俱樂部：日本十七個社區營造的故事 推動社區營造工作的人們，王惠君 譯。
- 37.吳永瑩、劉格偉(2002)，華山社區情 雲林縣社區營造軌跡。
- 38.吳英偉、陳慧玲 譯(2003)，休閒社會學 Leisure in society，Patricia A.Stokowski。
- 39.李孟訓(2007)，古坑地區咖啡休閒產業關鍵成功因素之研究-模糊多準則之應用，中小企業發展季刊，第六期。

- 40.李英弘、李昌勳 譯(1999.02)，觀光規劃基本原理、概念及案例，Clare A Gunn，台北：田園城市出版。
- 41.李榮宗(1999)，白河鎮蓮鄉產業文化風貌營造計畫，蓮花話蓮，白河鎮公所。
- 42.李謁政(1995)，火車頭暨鐵道文化保存與集體記憶-作為新的身體空間性之設境論述，空間雜誌，第七十七期。
- 43.李謁政(1999)，建構社區美學-邁向台灣集體記憶之空間美學，建構社區美學論文集。
- 44.李謁政(2001)，建構公共性社區的終極心態 環境與藝術學刊 第2期，南華大學環境與藝術研究所。
- 45.李政賢、廖志恒、林靜如 譯(2008)，研究與方法 質性研究導論，Uwe Flick，台中：五南出版社。
- 46.沈孟穎(2005)，咖啡時代 台灣正宗咖啡，台北：遠足文化。
- 47.沈進成、周君妍(2005)，整合行銷傳播對忠誠度之中介影響變數之研究-以古坑華山為例，旅遊管理研究，第五卷，第二期。
- 48.沈進成、周君妍(2006)，整合行銷傳播、旅遊意象、知名度、滿意度對忠誠度關係之研究-以古坑華山為例，運動與遊憩研究，第一卷第一期。
- 49.沈進成、廖若岑(2005)，不同旅遊意象遊客之旅遊體驗與忠誠度影響關係之研究-以華山咖啡為例，生物與休閒事業研究，第三卷，第一期。
- 50.沈進成、廖若岑、周君妍(2005)，休閒體驗模組及遊客意象關係之研究-以華山咖啡為例，真理觀光學報，第三卷。
- 51.周麗蘭(2003)，古坑 偶然相遇 探索古坑，雲林縣文化局、行政院文化建設委員會。

- 52.宜益(1976)，台灣的咖啡色，農產外銷市場，P270。
- 53.明立國(2000)，地方文化產業再造與資源整合 地方文化產業振興計畫經驗交流研討會暨人才培訓計畫成果專，文建會，2000。
- 54.林朝欽、李英弘(2001)，遊憩體驗之多階段性體驗研究 14(1)，中華民國戶外遊憩研究學會。
- 55.夏鑄九(1999)，西村幸夫 故鄉魅力俱樂部：日本十七個社區營造的故事，序文一，台北：遠流出版社。
- 56.翁徐得(1995)，地方產業與地方振興，台灣手工業，第55期。
- 57.除震(1980)，社區與社區發展，台北：正中書局。
- 58.高俊雄(1993)，休閒參與體驗行程之分析 6(4)，中華民國戶外遊憩研究學會。
- 59.高崇倫(2008)，雲林縣古坑鄉咖啡節慶活動對地方觀光產業影響之研究，華岡地理學報，第二十二期。
- 60.張永進(1999)，台南縣產業文化發展政策的形成與落實，社教雙月刊。
- 61.張來恩(2010.09.10)，古坑鄉巴登咖啡館先生口述資料，本研究整理。
- 62.張維倫 等譯(2003)，文化經濟學 Economics and Culture，David Throsby
- 63.莊皓雲，張新民(2007)，咖啡飄香文學沁人-經典農漁村古坑鄉華山地區 農政與農情，農村72變系列報導之二十一，行政院農業委員會。
- 64.郭瑤琪(2003)，城鄉總體營造之路用心打造城鄉新願景，三井物產戰略研究所，九二一災後重建委員會執行長。
- 65.陳水源(1989)，遊客遊憩需求與遊憩體驗之研究 1(3)，中華民國戶外遊憩研究學會。
- 66.陳其南(1995)，社區總體營造的意義，行政院文化建設委員會。
- 67.陳俊榮、翁志成(2003)，農村聚落重建社區總體營造案例探討-以雲林

- 縣古坑鄉華山村為例，鄉村發展。
- 68.陳聖華(2002)，宜蘭利澤簡街仔的生活空間與社區建構，南華大學環境與藝術研究所碩士論文。
- 69.曾文田(2001)，到雲林古坑荷苞山品味台灣咖啡 鄉土美食，鄉間小路月刊，台北：豐年社。
- 70.曾紫萍(2008)，找回童年記憶裡的咖啡香，農情報導，三〇四期，台中：農業世界雜誌社。
- 71.曾麗芳(2007)，華山休閒產業因咖啡而蓬勃，工商時報周刊，主題報導，B02。
- 72.游象衍(2004)，煮好咖啡，台北，星定石文化。
- 73.雲林縣政府(1964)，雲林縣政要覽。
- 74.雲林縣政府(2002.12.31)，起飛的鳳凰—古坑鄉。
- 75.雲林縣政府(2004.10.15)，探訪台灣咖啡原鄉。
- 76.黃世輝(2001)，文化產業與居民參與 文建會九十年社區總體營造年會論文集，行政院文化建設委員會。
- 77.黃世輝(2002)，社區自主營造的理念與機制，台北：建築情報。
- 78.黃錦煌、蕭柏勳、葉純菊(2006)，台灣咖啡節遊憩效益評估之研究，戶外遊憩研究，秋季號。
- 79.黃錦煌、蕭柏勳、葉純菊(2006)，台灣咖啡節遊憩效益評估之研究 19(3)，中華民國戶外遊憩研究學會。
- 80.黃躍雯(2007)，古坑鄉咖啡產業觀光發展既在地化策略之研究：理論架構之初擬，休閒與遊憩研究，第一卷，第一期。
- 81.楊明賢(2002)，觀光資源與規劃 觀光學概論，台北：揚智出版社。
- 82.經濟日報(2005.11.07)，古坑咖啡聚落充滿濃濃商機，C07，王瑞堂。

- 83.葉智魁(2002)，發展的迷失-文化產業與契機，哲學雜誌叢書，第三十八期，台北：業強出版。
- 84.廖宏彬(2002)，古坑鄉常見農特產。
- 85.滕淑芬、莊坤儒(2006)，台灣咖啡古坑飄香 二月號，台北：台灣光華雜誌。
- 86.蕭崑杉(1998)，發展農漁業產業文化計畫 農業產業文化發展理念，行政院農業委員會。
- 87.賴永全(2005)，雲林縣研究古坑咖啡混充事件初探，雲林文獻。
- 88.閻永祺(2004)，產業群聚與區域發展關係之研究，國立成功大學都市計劃，碩士論文。
- 89.聯合報(2003.10.06)，久違了台灣咖啡濃純香古坑重現，省市生活圈 B3，記者 侯叔倫。
- 90.聯合報(2003.10.06)，頂級台灣咖啡豆每磅叫價三千，省市生活圈 B3，記者 侯叔倫。
- 91.聯合報(2004.11.05)，加一匙文化來一杯台灣咖啡，A15，古蒙仁。
- 92.聯合報(2009.10.28)，咖啡交響曲之一魔豆傳奇古坑咖啡的崛起，D3，古蒙仁。
- 93.聯合報(2009.12.31)，暢談咖啡市場，A12。
- 94.簡汝珊(2004)，社寮地區之生活空間與社區建構，南華大學環境與藝術研究所碩士論文。
- 95.蘇維杉、林杏秋(2009)，雲林縣華山地區民宿業策略聯盟之研究，休閒暨觀光產業研究，第四卷第二期。
- 96.顧 堃(2008)，淺談古坑咖啡產業之未來曙光，農業世界雜誌，農情報導，三〇四期。

參考文獻

英文部分

- 01.Aaker,D. A.(1992). Developing business strategies. NY: John Wiley and Sons.
- 02.Alba, J.W.& Hutchinson, J.W.(1987). Dimensions of Consumer Expertise, Journal of Consumer Research,13,411-454
- 03.Anderson. Gary.(1994). Industry clustering for economic development, Economic Development Review,Vol.12 Iss.2.
- 04.Assael,h.(1984),Consumer Behavior and Marketing Action. Boston, MA: Kent Publishing.
- 05.Birgit,L.(2001). Image segmentation:The case of a tourism destination. Journal of Service Marketing,15(1),49-66
- 06.D’Cruz, Joseph R. and Alan Rugman. (1995). Business Network Theory and the Canadian Telecommunications Industry. Unpublished manuscript. University of Toronto, Toronto, Canada.
- 07.D’Cruz, J. R., & Rugman, A. M.. (1995). Developing International Competitiveness: The Five Partners Model .Business Quarterly, 58 (2).
- 08.Dichter,E.(1985). What’s in an Image. The Journal of Consumer Marketing,2,75-81.
- 09.Porter, M. E.(1990). The Competitive Advantage of Nations, Free Press, NY : Free Press.
- 10.Yla-Antilla,Pekka(1994).Industrial Clusters-a Key to New industrialisation. Kansallis-Osake-Pankii Economic Review,(1).

附錄一、古坑鄉舊地名由來整理

古坑鄉有許多地名與當地自然資源有關，整理如下表：

<p>(一) 有關地形取義的命名： 有關地形取義的命名有二種：一種是基於地的形貌的命名，如：荷苞、尖山等；又一種是基於地的位置的命名，如：大湖底、溪邊厝、炭頭厝、炭腳。</p> <p>(二) 有關地物取義的命名： 有關地物取義的命名有二種：一種是基於建築物或自然物位置的命名，如：水碓；又一種是基於生物寄在的命名，如苦苓腳、麻園、樟湖。</p> <p>(三) 有關拓殖取義的命名： 因為拓殖而命名的有二種：一種是基於拓殖者姓名的命名，如高林；另一種是基於新觀念的命名，如：新庄。</p> <p>(四) 有關語音轉換的命名： 原來的地名在多次口耳相傳後，而發生語音轉換的命名，如：庵古坑、棋盤厝。</p> <p>在瞭解了各地區命名概略後，我想將古坑鄉各聚落庄頭之舊地名由來及沿革，做一簡單的介紹，茲敘述如下：</p>	
1. 水碓村	昔日先民利用串通村內之小溪溝，利用其水力設春米工具春米，因而得名為水碓（按：碓字即春米工具）。村轄內部落有：水碓、竹賢（舊名竹廣空）圳頭、小坑等四部落。
2. 田心村	一片廣闊田地，農戶為便於農耕，在田中央建屋居住，聚居成部落為之田心，即是田裡中央之意。村轄內有：田心仔、部頂、新部仔、溪洲仔等四部落。
3. 高林村	先民皆姓高之家族聚居此地，此地地形似籃仔，在其上方為之籃仔頭，籃仔與林仔（閩南語）音同，而為林仔頭。姓高家族群居住此地為之「高厝林仔頭」，臺灣光復後改為高林村，村內管轄部落有：高林（舊名高厝林仔頭）、三和（舊名旱井仔）、田中央、漁池仔等四部落。
4. 荷苞村	昔稱荷苞厝，地形狀似荷苞而得名。村轄內部落有：荷苞厝、小坑仔、早仔寮（陸稻）、龍吐舌仔（地形）、柴土地公（地形）、內坑仔、二坪仔、山峰（舊名枋寮埔）等八部落。
5. 東和村	昔日住民聚居溪邊，即雲林溪上游及海豐崙溪上游之間，稱為溪邊厝。臺灣光復後改為東和村，村轄內部落有：東和（舊名溪邊厝）、十八區田仔、白蟻厝仔、尖山坑。
6. 新庄村	昔日先民移住在此地開墾，漸漸聚集成新部落，並分兩部落為「頂新庄」與「下新庄」，後來頂新庄居民紛紛遷居至下新庄，頂新庄無居民只留其名，然而下新庄卻人口密集。臺灣光復後改為新庄村，村轄內部落有：新庄、圳頭坑、石仔坑、暗仔坑。
7. 棋盤村	地名實非為棋盤厝，昔日此地秀才高中任官，回鄉豎旗祭祖，御賜旗幟，在家門前豎立旗竿，掛御賜旗幟因而得名「棋竿厝」。後來居民將「旗竿厝」變音為棋盤厝，臺灣光復後改名為棋盤村。村轄內部落有：棋山（舊名棋盤厝）、興園（舊名麻園仔）、興東（舊名內庄仔）、新厝仔、棋頂（舊名炭頂）等六部落。
8. 華山村	昔稱「大湖底」，地形三面環山，形狀似湖泊而得名為「大湖底」。村轄內部落有：大湖底、下埔尾、埔尾、山腳、頂厝、下科角、頂科角、大湖頭、山豬湖、龜仔頭、松腳等十一部落。
9. 華南村	原為大湖底之一部分，村轄內部落有：番尾坑、橫路、華興（舊名倒孔山）、番尾坑口、枋寮、坪仔頂、擔水坑仔、太高坑（閩南語）、番尾坑頭等九部落。
10. 永光村	昔稱「炭頭厝」，昔日的小山丘、小山坡地均稱為炭，如炭頂、炭腳、炭頭等等。而炭頭厝為於小山丘之上，故稱之炭頭厝，臺灣光復後改為永光村。轄內部落有：永光（舊名炭頭厝）、炭頂仔山（種鳳梨命名）、劍湖山、芋仔寮、大湖口、光山（舊名下寮埔仔）、等六部落。
11. 桂林村	昔稱苦苓仔腳，此地名有二說：一說為先民居住山上一棵大苦苓樹之下，稱為「苦苓腳」。另說為要上居住部落，必經此座山，並應爬上又長又高之山坡崎嶇人行道，到達部落時雙腳已疲酸，苦憐其腳為「苦憐腳」，後變音為苦苓腳。而臺灣光復後改為桂林村，村轄內部落有：桂林（舊名苦苓腳）、麻園仔、內館、景水（舊名吊境）、沓田仔、三溝水、蟾蜍嶺、石槌仔尾、桃源（舊名半天寮）、蜈蚣坪等十部落。
12. 炭腳村	炭腳是位於小山丘、小山坡之下方，故稱為炭腳村。轄內部落有：炭腳、南昌（舊名溪底寮仔）、新興（舊名山豬堀）、崎坪腳、瑞雲（舊名外坪腳）、下炭腳（舊名拔仔林頭）、後湖仔、崎龍尾等八部落。
13. 樟湖村	先民居住此地時滿山嶺皆是樟樹，故而得名為樟湖。村轄內部落有：山海關（舊名十字關）、後凍仔、三步灣、車心崙、竿蒸籠、石橋仔、樟湖、下寮、過寮等部落。
14. 草嶺村	昔日草嶺山長滿了遍地的草林故稱之草嶺。村轄內部落有：草嶺（分頂坪仔與下坪仔）、外湖、內湖、青山坪、堀沓、公田、嶺頭、石壁仔、竹篙水、溪坪、鹿堀仔、三角仔、曲坑仔、楓仔崙、石鰻仔坑等十五部落。
15. 永昌村	炭頭厝的一部分，屬麻園地段，臺灣光復後改為永昌村，只轄永昌一部落。
16. 麻園村	先民居住此地栽植麻類作物，稱為麻園。村轄內部落有：麻園、東耕、中和（舊名溪洲仔）、中洲仔、平和（舊名新庄仔）等五部落。
17. 古坑村	古坑之由來，為先民開墾此地時栽植庵瓜仔（胡瓜），故稱為庵瓜仔坑，久而久之變音為庵古坑，日據時代改為古坑村。轄內部落有：古坑、炭頂等二部落。
18. 朝陽村	地名由來同古坑，臺灣光復後，行政區域劃分稱為朝陽村。村轄內部落有朝陽、大埔等二部落。
19. 西平村	地名由來同古坑，臺灣光復後，行政區域劃分稱為西平村。村轄內部落只有西平一部落。
20. 滿仔村	昔時小埤湖使用籠仔，籠仔與滿仔同音，故之後變音而稱為滿仔，村內最大部落為雙部崙仔，所謂「部」者，即昔時壓榨甘蔗之工廠，而雙部崙仔即是雙處工廠之意，村轄內部落有頂滿仔、下滿仔、崙仔等三部落。

資料來源：雲林縣政府，2010.05.01，《起飛的鳳凰—古坑鄉》

附錄二、古坑鄉氣候、地質、動植物生態

古坑鄉區西邊在地形上均為山坡地，全區屬淺山地帶；由於地質構造線關係，山脊與河川呈東西走向。本地層主要可分為上中下三部份，上層以塊狀礫岩為主，夾有薄層砂岩，礫岩厚度在數百公尺以上；中層主要砂、黏土和礫石的互層組成，厚度約五十至一百公尺；下層厚約九百公尺，大部份由砂岩和頁岩夾礫石薄層所組成。本區土壤分布以崩積土為主，約佔全區之四分之三；石質土則分佈於東側，約佔全區五分之一；少部分沖積土、黃壤分佈於本區北側大湖口溪一帶；紅壤僅分佈於本區西側一小部分。本區域活動斷層分佈有大尖山斷層及九芎坑斷層，一九九九年九月二十一日凌晨集集大地震中，大尖山斷層曾有活動，並對本區造成影響；九芎坑斷層之地質特性與延伸尚不明確，目前暫列為存疑性活動斷層。

本區屬台灣中部氣候，常年氣候溫和，年平均溫度約為攝氏 22.8 度，其中以一月份最冷月平均為攝氏 16.1 度，七月份最熱，月平均溫度為攝氏 28.4 度。本區年平均降雨量約為 1.726 公厘，年平均降雨日數 106 天，相對濕度在 80-85% 之間，常年風力不大，九月至次年四月吹東北風，五月至八月吹西南風。區內水文分佈主要以大湖口溪、華山溪和科角溪等為主。大湖口溪為虎尾溪支流之一，其發源在大尖山，經吊境、大湖口、東耕、崙子、二重溝流入虎尾溪。華山溪及科角溪經自然工法與野溪整治後，流域現況目前呈現穩定狀態，流量多集中於雨季，平時水量不多。而有關古坑鄉之動植物生態方面：

(一)動物

本節以古坑鄉為參考調查範圍，說明本區的動物生態。(附錄二表 1-1)

附錄二表 1-1 古坑鄉動物生態說明表

類別	說明\種類
昆蟲類	本區內因蜜食植物充足，蝴蝶資源非常豐富，分布有大波紋蛇目蝶、台灣麝香鳳蝶、黃裳蝶等。
爬蟲類	斯文豪氏攀蜥、台灣滑蜥
兩棲類	主要為蛙類，其中有莫氏樹蛙、褐樹蛙、面天樹蛙、諸羅樹蛙、莫氏樹蛙、褐樹蛙等。
哺乳類	台灣葉鼻蝠、台灣獼猴、小黃腹鼠、刺鼠等。
鳥類	台灣山鷓鴣、白耳畫眉、黃胸薮鳥、松雀鷹等。
魚類	台灣間爬岩鰍、埔里中華爬岩鰍、台灣纓口鰍、台灣鮭、台灣馬口魚等。

資料來源：行政院農業委員會，生物保育中心網站，生物資源資料庫系統，1997，本研究整理

(二)植物

本研究區丘陵及山地海拔不高，大多數可耕地及丘陵均以闢作農耕、檳榔、竹林、人工林或大面積果樹，植群分佈以人工栽培為主，天然植群僅餘山地局部地區可見較典型之天然次生林。(附錄二表 1-2)

附錄二表 1-2 古坑鄉植物生態說明

植群類別	分類	說明
山地植物群落主要植群	天然次生林	常在較偏僻之山地附近出現，主要由陽性植物組成。
	過渡型半人工林	本鄉山坡地栽植主要為茶樹、檳榔、柑桔，多為粗放經營，此外山坡地造林如杉木林、柳杉林、相思林、孟宗竹林等，常有野生陽性樹木侵入，產生天然演替，所以並非純人工林，此種林相於古坑鄉山地極為普遍。
特殊天然植群	草原及灌木叢群	本區泥岩、砂岩及頁岩分佈非常廣，地層疏鬆，夏雨強度集中，強烈侵蝕土壤，而冬季常乾旱無水，故在山麓。荒廢耕地及道路兩旁多為草原散佈，此種草原又常有灌木聚集叢生，形成特殊之植群，有五節芒、颱風草、台灣蘆竹等。薔薇、野牡丹、華八仙花等即屬於植物生態體系中，為中下層生態系之主要灌木叢群植物類型。
	原始林	本區之原始林位於石壁山區，擁有樟木科、烏心石、殼斗科、幹花榕、九芎、珠砂根、三葉爬崖藤、蘭科、蕨類等八十餘種植物，上至木本喬木、灌木，下至草本藤本植物等，保存完整原始生態體系。
栽培植群	果樹園	本區以文旦、柑桔、軟枝楊桃、龍眼等為主。
	人工林	以麻竹林、桂竹林、孟宗竹林、杉木林為主，分佈於丘陵與山岳地區，規劃區內由於過去有造紙業，竹林分佈極廣。
	茶園	低海拔之華山桂林地區、有茶園改為果樹園之情形。

資料來源：台灣特有生物研究保育中心，2010.05.01，本研究整理

附錄三、古坑鄉各村落觀光資源

古坑鄉各村落觀光資源

區別	說明	區位	觀光休閒資源
北五村	由東和村、棋盤村、新庄村、荷苞村、高林村所構成的北五村，位居古坑鄉的北邊，其中以沿著149甲線綿延數里的柳橙柑橘果園，及巴登咖啡生態農園為最具代表性的觀光景點。	荷苞山風景線（沿149線公路兩側）	一進入古坑鄉的荷苞山風景線，沿途所見都是悠悠茶香的茶園，青綠的竹林及澄澄金黃的果園，景觀翠綠相連、清新脫俗，讓您立即拋開都市塵囂，擁抱這片碧綠藍天。
		柑橋柳橙觀光果園區	因山似荷苞而得名的荷苞山，每年的十一、十二月間，沿著荷苞山風景線(149甲)公路，橫跨東和、新庄、棋山、荷苞、石坑、圳頭坑及尖山坑等等，映入眼簾的是滿滿的金黃柳橙，掛在滿山遍谷的翠綠上。到了三、四月間，白色的柳丁花，朵朵綻放著浪漫，那迎面撲鼻的天然花香，會讓您想用瓶子裝回家；尤其在日落之後，寂靜的夜晚裡，您會感受到這些花兒的律動，嘩嘩啾啾的花開聲音，浸淫其中，猶如置身夢幻仙境裡。
		建德寺地母廟	因信奉地母娘娘得名的地母廟，一出荷苞村落便可到達，信徒眾多的地母廟，群山環繞、鳥語花香，宛如世外桃源般坐落在山光水秀之間。傳聞古坑鄉水碓村有一個姓陳的女子，因家道不順便到嘉義叩求地母娘娘庇祐，不久果真化解厄運，為感念神恩，陳女發願終身不嫁，虔誠供奉。一日地母娘娘顯靈，指出荷苞村有一靈地古穴，陳女便興建簡陋的小廟，為附近居民稱之為地母廟。後來，香火鼎盛，幾經翻修後，便成為今日建築宏偉、景色怡人且香客、遊客絡繹不絕的宗教勝地。
		東和老樹	東和村具有200年歷史的茄苳老樹，生命力旺盛，密麻雄偉的枝葉，儼然是天然的涼亭，陪伴居民度過每一個炎炎夏日。
		巴登咖啡生態園	在地母廟附近，以純種台灣咖啡豆所生產的巴登咖啡，就在這裡。午后，置身於綠意盎然間，品嚐台灣咖啡的獨特與香醇，別有一番風味。
中六村	由水碓村、田心村、浦仔村、古坑村、朝陽村、西平村所構成的中六村，地處古坑鄉的中西部，以綠色隧道為該地區最具代表性的觀光景點，也是古坑鄉的特色；同時二二八紀念公園預定地，亦規劃在這個區域內。	綠色隧道（又稱情人步道）	兩旁種滿濃密的芒果樹。綠蔭成蔭，象徵著台灣文化的傳承，宛如一條天然氣派的迎賓大道，銜接著繁榮的都會與純樸的鄉間，近年來在鄉公所積極規劃下，已成為適宜舉辦婚禮的天然殿堂。
		綠色隧道公園	在綠色隧道旁，甫興建了一個親水公園，讓來到古坑鄉綠色隧道的遊客，可以稍作休憩，享受親子樂趣。
		台灣橙鄉農產展售中心	盛產柳橙的古坑鄉，近年來為推動柳橙休閒文化，成立農產展售中心，除了展售優質柳橙外。同時積極研發多元化的相關加工食品與製品。
		田心村示範社區	沿著綠色隧道往斗六前進，隨即可見保留了平坦水田與交錯水圳的大地：別墅、住屋、農舍、煙樓交織而成的天空。田心村還有一個特色，就是村內沿路的樟樹，十五年餘的樹群，形成一道道樟樹小徑每到清晨或黃昏，隨處可見散步、運動的行人。
		崙仔溪河濱運動公園	位於西平村新生路與崙仔溪旁的運動公園，幅員遼闊，內有停車場、老人槌球場，是當地鄉民運動休閒的好去處。
		古坑街區商圈	匯集了古坑當地農特產品、手工藝品及紀念品等，喜愛逛逛地方小吃、特產、買買地方紀念品的民眾，不妨到這兒來走走，說不定會有意想不到的收穫喔！
		福祿壽酒廠（酒庄）	福祿壽酒廠所生產的酒，之所以享譽國際，主要是由於其所使用的水，是引源自玉山山脈的天然雪水，經阿里山至華山，完全不受污染的「朱公泉」所釀造而成，水質清澈甘甜。喜愛好酒的您來到古坑鄉，千萬別錯過。
		石頭公園生態休憩區	位於石頭山上的石頭公園，擁有一座全國唯一、造型奇特的石頭廟，廟內供奉有彌陀佛、石觀音等，連同其他的神祇，都是天然石頭成的佛像，連香爐都是石頭成型的，其傳奇現象，蔚為奇觀，堪稱一絕。
		嘉興宮宗教園區	嘉興宮原名為池府王爺廟，創建於清朝道光年間，歷史悠久，前後因戰亂而經數度復建與翻修，在最後一次的重建後，更名為嘉興宮。有嘉德興鄉之義，為其由來。重建後的嘉興宮，壯觀巍峨，尤其雕樑刻柱，巧奪天工，同時還保有其古色古香的宗教氣息；其管轄範圍涵蓋古坑村、朝陽村、西平村等。為當地居民相當重要的精神支柱中心。且因其歷史背景及廟身的建築風貌，近年更成為宗教藝術的觀光景點。
		庭園咖啡休憩區	古坑鄉擁有二、三十處景觀優美的庭園咖啡。提供喜歡浮生半日的人們，可以來此，在露天咖啡座，看看傍晚的夕陽餘暉、夜晚的璀璨夜景，使人能靜下心來，享受半日的清閒，觀察周遭的事物，一定會有更深一層的收穫。
水碓分水碑史蹟區	早期水碓村和古坑村的飲用、灌溉水源，均來自石牛溪，由於人口逐漸增加，且二村均以耕種水田為主，因此常因用水而有紛爭，到了清朝光緒年間，經由地方政府協調後，雙方約定以建立分水碑來區分用水的分界。到了工商社會的今天，已不再有的問題，但當日紛爭的分水碑，並未因此消失，反而成了一座具有歷史意義的文化景觀。		

山五村	以桂林村、華山村、華南村、樟湖村、車嶺村所構成的山五村頗名思義其村內大多為山坡丘陵地，因此以栽種咖啡及茶葉為主近年在鄉公所及各界之大力推動下。華山咖啡逐漸享有盛名，而原為一片綠油油的草地山嶺，每年旺季時都會吸引大批遊客湧入的草嶺，因 921 大地震的侵襲，形成草嶺堰塞湖及堀沓崩山後的生態景觀，相信來過之後。都會讚嘆大自然的神秘力量。	華山咖啡廊道休憩園區	華山盛產咖啡，沿途咖啡庭園林立，陣陣咖啡香伴隨著沿途的山林景觀，形成一條風味獨特的咖啡廊道，入夜之後的華山，夜光波瀾，令人流連忘返，如能夜宿華山。將伴隨著國際級夜景入眠，清晨，在蟲鳴鳥語中甦醒，令人有『只緣身在此山中』的美妙體驗，區內有銘傑交趾陶工作室，致力於交趾陶藝的創作與推廣。來到這裡的遊客，一定不會錯過這個行程。此外，還有華山早期重要產業的傳統紙寮，以桂竹造紙，手工精製的符紙，今日也被保存得相當完善。
		華山、桂林、樟湖登山步道	華山村北與桂林村相連。峰巒起伏、山明水秀。使華山素有雲林縣陽明山之雅稱，從山底一路蜿蜒而上。可以經過著名的綠色隧道、搖曳生姿的竹林、蒼翠的綠蔭，猶如一片綠海。桂林登山步道上有樹齡約 200 年的無患子及茄苳樹。這些古樹宛如隱世居士般，藏身於鄉林山野間，要想找到它們，真得跋山涉水始可見之，這些步道中，還有一處建於五〇年代的光山吊橋。
		大尖山、二尖山生態景觀區	充滿自然景觀風貌的大二尖生態區，可遠眺玉山，嘉南平原近年成立大尖山學園發展協會，致力於推廣古坑鄉之生態"觀光文化產業成效卓著。
		樟湖後棟仔茄老樹群	樟湖的茄苳老樹群中，有棵樹齡約有五百年的老樹。傳說有外莊人看見莊內有神火出現，大家都認為是茄苳樹神現身，而尊崇茄苳樹為茄苳公，還盛行讓家中小孩認作茄苳公的契子(義子)，以保佑小孩平安長大之風俗，此風俗已多淡忘。
		樟湖化石生態園區	位於樟湖風景區吊橋下，清澈的水質是內湖溪與清水溪上游河流的交會處，橋下的河床上發現有貝殼化石，經地質專家鑑定指出。該地化石有海扇蛤、錦星扇蛤、荷包蛤、有助明蛤、橫廉蛤、錐螺、黃玉螺等海扇貝類。還有一些單體珊瑚及海膽化石，年代估計在五百萬年至三百五十萬年之間。對應三地質時代為上新早期，因大多保持完整，可見未受過長距離搬運，目前河床呈現化石層面。化石密集大量露出。
		樟湖清水溪谷風景區	擁有十六勝景的樟湖風景區，不僅跟其他瑞里、草嶺、溪頭等景觀相較。不相上下外，更在其風景區內的聚仙大石上，遍佈海底天然化石，綿延數百公尺。
		草嶺九二一國家地震紀念地	因九二一大地震，引起堀沓大規模走山，形成新草嶺潭。藏身於層巒疊翠之間的草嶺潭，除了以它的驟變，見證地震的威力外，更成為一個極具紀念意義的觀光景點。
		堀沓山夫崩塌地質觀察區	九二一大地震所引起的堀沓大崩山，將堀沓山自海拔 1100 公尺高的山上，衝移到 2.5 公里下的清水溪谷，崩塌面積遍及有 641 公頃之廣，為歷年來最大的崩塌地，可說是地質研究教學的活教材，目前也是許多學校戶外教學的必選地區。
		石壁原始林休憩區	海拔 1200 公尺，未經雕琢過的天然奇景，其中有一處俗稱小桂林的新景點。在斷崖春秋步道的盡頭。沿途可享受芬多精的洗滌外，還可觀賞到稀有的山林動植物。
		麻園村荷蘭井	村內這口荷蘭井，可遠溯至荷蘭人統治台灣的年代，該井為當時荷蘭人所鑿之井，故名之。現已成為有名的歷史古蹟。
南四村	由麻園村、崁腳村、永光村、永昌村所組成的南四村，位居古坑鄉的西南方，其觀光景點除了全國知名的渡假地劍湖山世界外，還有兩處駝鳥園及麻園煙樓、荷蘭井及二高古坑休息服務區也是在這個區內。	麻園煙樓	早期製煙文化，懷古幽情，是拍照、攝影的好場所。
		福智教育園區	該園區原為台糖公有土地。在創辦人的努力奔走下，終於租借到該土地籌辦福智教育園區，投入心靈提昇、圓滿生命的終身教育中。園區中最大的特色，便是教育課程以德育為根基，除基本知識技能外，以生命、倫理、生態、實踐等課程為教育的核心，提供民眾從幼年到終身成長的環境。養成身心靈健全的價值觀。
		農委會花卉研究中心	除了每年三四月盛開的生柳丁花外。蘭花也是古坑鄉"聞名的花卉，為了使當地的。花農，能有效推廣花卉。農。委會特別在這裡成立了研究。中心，以協助農民種植、栽培等技術。
		育成駝鳥育原中心	以駝鳥養殖、及加工製品買賣為主的育成駝鳥園，為國內駝鳥養殖之大宗，為國內休閒畜牧事之代表。
		劍湖水土保持生態園區(水保教室)	因九二一大地震所造成的崩塌山坡地，顯得十分脆弱及危險，因此配合地形栽種作物、並將坡地做有系統之規劃及配置各項水土保持設施，如道路系統、坡腳及坡面安定工程、安全排水、整坡、崩塌地處理及植生綠美化等，同時成立劍湖水土保持戶外教室，並舉辦許多水土保持宣導等活動。結合自然生態景觀教學，以教育國民正確的水保知識
		劍湖慈光寺宗教休憩區	傳說中鄭成功的寶劍插立於此地，致泉水汩汩湧出，終年不絕，因而匯聚成湖。故名「劍湖」。慈光寺即建築於岸邊。慈光寺前可眺望中央山脈之大尖山、草嶺風景區。地勢居高臨下，加上四大天王禪像，威風凜凜地豎立在寺口前，更增添了慈光寺的宏偉壯觀。

資料來源：雲林縣政府建設局觀光課，2010.06.10，本研究整理

附錄四、本研究訪談名單

稱謂	簡要說明	稱謂	簡要說明
陳老先生	華山社區早期造紙工	林老先生	華山社區造紙耆老
陳太太	華山社區農產菜販	郭先生	咖啡農民
吳永堃先生	華山社區協會第一任理事長	賴星助先生	咖啡農民
林春梅女士	古坑鄉荷包村農民	施先生	咖啡加工業者
李海珍先生	桂竹林農場	山海觀農園	張景科先生
高寶月阿嬤	荷苞村咖啡農民	張來恩先生	巴登咖啡業者
謝淑亞女士	雲林縣議員	龔太太	荷苞村遊客
鄭秋霞女士	荷苞村遊客	李茂竹先生	民宿業者
不具名	華山餐飲業者	李契螢先生	休閒產業促進會總幹事
郭章盛先生	咖啡農	陳先生	業者不具名
劉慶松先生	重點咖啡業者	加工廠不具名	古坑鄉農會
售貨人員不具名	加比山咖啡	高若森先生	咖啡農民
不具名	老農民	張姓業者	不具名
飲料攤販	不具名業者	陳姓業者	不具名
蔡顯勇先生	休閒產業聯盟第一任會長	李春梅女士	古坑鄉河岸咖啡民宿業者
除老闆	民宿業者	張建銘先生	遊客
林慧如女士	古坑鄉長	陳小姐	公所人員不具名
李俊興先生	古坑鄉公所	許鴻德先生	松園咖啡業者
不具名	華山咖啡業者	不具名	古坑鄉農會供銷部工作人員
張先生	咖啡盒裝業者	柯立夫先生	古坑鄉公所咖啡顧問
劉易騰先生	咖啡業者	游國謙先生	劍湖山業者
鄭先生	劍湖山工作人員	不具名	雲林科技大學學術者
賴松志先生	華山休閒產業促進會理事長		

資料來源：2011.04.01，本研究整理

附錄五、本研究訪談節錄

受訪者：華山休閒產業促進會理事賴松志先生

時間：2010.04.24

受訪議題：栽種咖啡相關產程

受訪論述：台灣種的咖啡樹算起來相當野放，就是適應力強，所以咖啡樹沒有一些病蟲害之類，因此比較不需要噴農藥，甚至根本不噴，所以不用擔心農藥會殘留，可以不用怕...目前台灣的咖啡樹主要是阿拉比卡，不苦不澀...華山是阿拉比卡品種，台灣有四五十個地方種咖啡，古坑算最有名(華山休閒產業促進會理事賴松志先生口述)。

受訪者：華山休閒產業促進會理事賴松志先生

時間：2010.04.24

受訪議題：栽種咖啡相關產程

受訪論述：如果這裡只有少數業者經營，無法形成群聚的狀況...而地方要轉變成觀光化，一定要經過業者集市才會觀光化，當時如果只有少數業者在經營咖啡，那公所或縣府應該不會想到是古坑特色吧...但也因為媒體的推動，所以造成業者認為商機，開始進入華山聚集效應，有業者還是外地來經營。

受訪者：華山社區早期造紙工陳老先生

時間：2010.05.08

受訪議題：華山老產業發展過程

受訪論述：古早台灣有三、四十間作紙工廠...以前比較風光...當時造紙業算有些錢賺，雖然較辛苦要用石輪搗紙漿，一顆石輪差不多一千多斤，我年輕時較有體力，兩星期就有辦法打一顆石輪，石材用最硬的馬齒時

受訪者：華山社區造紙耆老林老先生

時間：2010.05.08

受訪議題：華山老產業發展過程

受訪論述：一日做七、八千張，做到倉庫滿，載去山下賣...賣紙收入多...厝內有造紙槽，算有錢人，還可以買地...常是地主。手工紙用桂竹，所以要上山採竹...背百幾斤竹，很吃力；家族成員要分工...去割草餵牛，趕牛拖石輪，有抄紙...大家伙合作，古早比較有利潤，現在這行不好做...多少做些符阿紙...因為有人燒符紙泡水喝，所以不能使用化學料...廟裡燒符紙是壓驚...主要符紙材料是孟宗竹和桂竹紙漿...裡面黃槐有鎮定的效果。

受訪者：華山社區農產菜販陳太太

時間：2010.05.08

受訪議題：華山災害

受訪論述：嚇死了...要躲都不知道要跑去哪，腳都軟了，土和水整個流下來...就在眼前看到厝入大水，還有人用爬的...當時嚇到無力，你想...不到三個月...八次土石流...那年很悲哀從小到老遇到最恐怖的。

受訪者：華山社區協會第一任理事長吳永堃先生

時間：2010.06.05

受訪議題：社區營造

受訪論述：九二一大地震後在地居民對華山表現出認同情感，多數華山村民是茶農及果農，加上政府各界關心，民國九十年開始推社區營造，民眾先收集在地文化資料，召開會議...討論要運用地產業帶動發展，最後將日據時代的咖啡作為推動觀光產業。

受訪者：華山社區協會第一任理事長吳永堃先生

時間：2010.06.05

受訪議題：產業的共識

受訪論述：當時不管誰作主導辦咖啡節，最重要要有經費...有經費比較容易編列活動，因為最重要是

要將社區帶動經濟，所以當時咖啡節的活動方向，一定需要將咖啡產業當主推...還有參加推動的人要有產業的共識，如此才能夠長久。

受訪者：華山社區協會第一任理事長吳永堃先生

時間：2010.06.05

受訪議題：產業合作狀況

受訪論述：第一年咖啡節大家都說不錯，比較少負面，而且是在地、縣府、公所等...還有企業成功合作，那一年為華山引進的觀光商機很可觀，很多店家準備銷售的東西都不夠，因為沒有預期會有如此龐大遊客...還塞車，店家常客滿...可是如果想要進軍國際外銷，經營者的形象、技術、品質都還有很大的提升空間。

受訪者：華山社區協會第一任理事長吳永堃先生

時間：2010.06.20

受訪議題：咖啡產業對社區的影響

受訪論述：產業有知名度，自然會帶動市場...如果以目前這裡多數農產種植算是很低調，現在咖啡產業是多年來社區的重要特色，當然推動要好好處理...如果沒有推展好，沒有辦法帶動華山經濟，對於其他農產品可能多少會有推動困難，多多少少有些人對舉辦咖啡節有意見...可是想要讓華山曝光有知名度，相當重要，因此才會和劍湖山鬥陣...是有原因的，之前一起做嘉年華那次...光宣傳廣告，縣府和鄉公所幾乎不用編列費用，就順試和劍湖山曝光。

受訪者：華山社區協會第一任理事長吳永堃先生

時間：2010.06.20

受訪議題：社區發展與觀光遊憩發展

受訪論述：當地最好是景觀，附近鄉鎮的人，像虎尾、西螺...斗六、斗南、平地方面的人，都利用晚上來吃山看夜景...後來就有人講到荷苞厝那邊的巴登咖啡經營的不錯後來業者漸多，而且開始帶動鄰近鄉鎮的民眾來看夜景喝咖啡，因為這受九二一、納利...桃芝災害，但原來的景觀都在，過去遊客會再回來...，後來大家都覺得農產品無法創造特色，華山這喝咖啡看夜景很，在不知不覺中就陸續有業者開始經營起來...，希望社區帶來發展，鄉公所那邊感覺華山有做起來，所以水保局和鄉公所就開始將華山咖啡和夜景的名聲打出去。

受訪者：第一任休閒產業聯盟會長蔡顯勇先生

時間：2010.07.24

受訪議題：咖啡節揭幕地點

受訪論述：咖啡業者多數集中在華山、華南和桂林這，但目前這些區域的停車是問題...這裡基本上都是山坡地，沒有大塊且整好地的曠地，可以因應大型的全國活動，加上咖啡業者是沿線山路...如果遊客的人潮一次湧進，問題就大了，從交流道往華山的路，如果不熟，不容易到達...所以應該選擇遊客熟悉的劍湖山，加上沿路都有看板指標，以前外地人對古坑算陌生，更不用說華山一帶...當然也是劍湖山有名聲...借名氣帶動華山咖啡推展。

受訪者：第一任休閒產業聯盟會長蔡顯勇先生

時間：2010.07.24

受訪議題：華山地區空間與環境的變遷

受訪論述：目前以華山來說，許多餐廳民宿的確有作修正的檢討，以現在有水泥、木屋、甚至鐵皮...可是要推動觀光旅遊業，勢必提供餐飲和住宿是消費需求，談到素質的不齊和服務體制的缺乏，都還有空間可以加強...如果地方沒有自我提升，未來將是一種阻礙...避免已帶動的觀光受影響。

受訪者：第一任休閒產業聯盟會長蔡顯勇先生

時間：2010.07.24

受訪議題：咖啡產量與進口咖啡混充事件

受訪論述：消費者及媒體供出產品問題，業者就應該徹底檢討和改進...對於咖啡的栽植產量、品質確認、標示要誠實等等都是業者想要長久生存的方式...由業者、鄉公所和一些專家共同認

證，可以給消費者保障，前任鄉長謝淑亞也是認同認證制度…。

受訪者：咖啡農民郭先生

時間：2010.08.22

受訪議題：咖啡經濟獲利問題

受訪論述：當然是現在種咖啡豆卡好阿，跟其它水果比…當然，因為一攞一年收入有兩三千，品質卡好，可以喊價更高，你算看看…一攞採收七八公斤，而且咖啡收成期拉比較長…不用趕緊一次採收，壓力減小，一攞平均差不多用到好…烤好有兩磅，沒有仔細算過…但是比卡早利潤卡好

受訪者：咖啡農民賴星助先生

時間：2010.08.22

受訪議題：咖啡經濟獲利問題

受訪論述：其實咖啡豆在樹上不是一次就全串熟，所採收要挑紅的，慢慢摘…一顆一顆挑，講到人工實在…費工又費時，咖啡豆生的一公斤五、六十元…大出產時，一人工摘全天差不多一百多公斤，那是手腳俐落的…但是相較其它果樹種植，是利潤多些，其它產品…沒有啥利潤。

受訪者：古坑鄉荷包村農民林春梅女士

時間：2010.09.12

受訪議題：咖啡經濟獲利問題

受訪論述：以前大家種稻，目前有些人種咖啡…差不多九十一、二年時興，加上咖啡節炒作台灣咖啡豆，有人說是黑金…之後很多人開始作古坑咖啡，加上農會有帶頭的獲利效應…所以，以前家前廣場曬稻子，現在常看見改曬咖啡豆。

受訪者：咖啡加工施先生

時間：2010.09.12

受訪議題：咖啡經濟獲利問題

受訪論述：有時候氣候溫度不穩定…咖啡生的不好，如果加上產量少…其實價格反而飆高，剛採收的生豆要浸水…壞的會浮水面，近兩三次之後…撈較漂亮的起來去皮…去果漿，還要磨…差不多要兩星期，算是費工，增減作，利潤過得去…。

受訪者：桂竹林農場李海珍先生

時間：2010.09.12

受訪議題：投入咖啡產業發展

受訪論述：七、八十年的老攞咖啡，好幾年前因為要建停車場，將這些老攞的移植…每攞樹骨都很粗…我阿公那代種的，時間過很快…幾年前在另一頭種新的六、七千坪咖啡希望收成不錯。

受訪者：山海觀休閒農園張景科先生

時間：2010.10.23

受訪議題：咖啡產業的歷史記憶

受訪論述：民國八十九年在華山買地…九十一年開幕作咖啡…山產，日本時代我阿姐跟老爸都在會社作工，烘咖啡豆…小時候愛吃糖，加工廠的阿叔、阿伯喝咖啡都加糖…我都喜歡跟在旁邊吃糖，想到小時候咖啡園加工…時間過好快。

受訪者：荷苞村高寶月阿嬤

時間：2010.10.23

受訪議題：咖啡產業的歷史記憶

受訪論述：細漢都在咖啡園玩…有時還順手摘咖啡果吃，感覺甜甜，從小吃到老，其實山上還有很多日本時代的咖啡樹…我都用大鐵鍋下去炒咖啡豆，炒炒送親戚朋友，沒想過日本時代…咖啡變的台灣有名，…用鐵鍋人工炒比較費工，時間長，但是氣味較香濃。

受訪者：荷苞村高寶月阿嬤口述

時間：2010.10.23

受訪議題：咖啡產業的歷史記憶

受訪論述：當年載咖啡的是車來來去去，每輛都載滿滿咖啡...工人請很多，有從林內、斗六、古坑附近...到處來做採收工...施肥、除草、噴藥，還有農場另外再請在地女工拿樓梯摘紅的...為了賺錢，大家都來這作工。

受訪者：巴登咖啡張來恩先生

時間：2010.11.14

受訪議題：咖啡產業的興起記憶

受訪論述：一九九四年在地母廟邊做巴登，專賣台灣咖啡...推廣本土栽種的咖啡，那時候台灣人喝咖啡習慣尚不明顯，所以生意不穩定，有時一天下來賣出幾杯而已...，有點誇張，我父親、阿公那一輩曾在咖啡農園做過，孩時看他們炒咖啡豆...煮咖啡，對咖啡的香氣印象非常深，所以聞到咖啡香就會出現小時記憶；...剛做巴登的經營時，常常試喝的民眾比買咖啡的多很多，但巴登招牌堅持用心經營，而且要消費者喝最好的，後來有慢慢打出知名度...尤其是九二一在重建的時候，我們巴登咖啡的經營模式影響華山那邊的夜景和咖啡發展，很多業者把山坡地開墾成營業平台...就陸續開始華山很多咖啡館、餐廳開業，然後觀光客就出現...荷苞村以前有咖加山稱呼，日本時代因為種植很多的咖啡園，就是阿拉比卡的品種，氣味很接近藍山...供應日本的貴族，後來台灣光復由經濟農場繼續經營，一直到民國六十年時才結束咖啡經營...差不多有三十幾年期間很少人種植或討論，將咖啡園荒廢。

受訪者：巴登咖啡業者張來恩先生

時間：2010.11.24

受訪議題：咖啡興起的狀況

受訪論述：快速竄紅，但業者基礎如果打不穩，會很容易垮掉...媒體大多報導台灣咖啡是在古坑出產，加上媒體一直將焦點放在華山夜景與咖啡，所以華山知名度很高...而且強調華山有咖啡產業...華山是因為九二一地震重新建設後，才開始陸續有露天咖啡庭園，並不是一開始救災種咖啡...但公所及很多研究報導都將華山作為主要焦點，活動也都集中在華山那頭，幾年前開始辦咖啡節...讓劍湖山及華山提升生意來源，消費者都會被媒體宣傳引導...所以華山咖啡的帶動很快。

受訪者：巴登咖啡業者張來恩先生

時間：2010.11.24

受訪議題：對於台灣咖啡節的觀感

受訪論述：剛開始...台灣咖啡節有過度炒作，媒體有過度宣傳，許多不知情的遊客大多以為華山種很多咖啡...如果照媒體說法...荷苞厝以前歷史卡比山不是完全抹滅了，不能因為咖啡節帶動華山，就將歷史遺忘，創造一個華山夜景、咖啡...咖啡需要講究技術，要經營咖啡不是隨便...要打造深層，不是光用媒體炒作。

受訪者：巴登咖啡業者張來恩先生

時間：2010.11.24

受訪議題：台灣本土咖啡的見解

受訪論述：台灣咖啡的產銷出現價格戰爭，當然要先確認是不是正台灣的本土咖啡，現前的咖啡市場行銷價格亂象很多，品質有很大的關鍵，所以咖啡市場...業者應該在意品質的經營，巴登很堅持用品質和品牌拱住消費者，才是屬於業者對於咖啡市場的永續經營。

受訪者：雲林縣議員謝淑亞女士

時間：2010.12.06

受訪議題：咖啡產業興起和節慶

受訪論述：古坑靠的是行銷台灣咖啡，所以台灣咖啡幾乎成為古坑代名詞，具有品牌價值，同時帶動華山風景點發展，所以咖啡產業確實有經濟效益...二〇〇三年第一屆支出三百萬為在地創造了兩億的經濟效益...令鄉民很振奮...二〇〇四年時近四億產值，〇五年提昇到十億，〇六年就增加到十五億的產值...都有五十%的幅度，非常驚人，從咖啡產業進入後，農民陸

續栽種咖啡樹，最早投入的古坑農會自創加比山咖啡，成為全台灣業績最好的農會...華山地區的發展產業很活耀，社區建設也越趨完整...茶葉、竹業還有咖啡產業等景觀咖啡館、主題特色民宿都是水保局協助規劃，有聲有色，還有值得提的是華山的努力在一百多個社區中獲選十大經典農漁村。

受訪者：雲林縣議員謝淑亞女士口述

時間：2010.12.06

受訪議題：咖啡節的發展

受訪論述：以前外界「知草嶺無古坑，知劍湖山無古坑」...咖啡節是主要宣示台灣咖啡原鄉在古坑，而且從日據後在重生...首屆台灣咖啡節的遊客反應熱烈，比預期目標更好...咖啡節籌備時，很多人對咖啡節不以為然，但當時公所堅持舉辦，所以八十八年開始推動一些咖啡的前世今生活動...以咖啡作為觀光休閒的主要帶動，台灣咖啡節證明咖啡魅力不同凡響，同時對其它農產有帶動效果。

受訪者：雲林縣議員謝淑亞女士

時間：2010.12.06

受訪議題：對於台灣咖啡節的觀感

受訪論述：首屆咖啡節時，遊客、消費者對咖啡大街的咖啡商品、加工品都反應不差，如果當時加入專業導覽解說，應該對活動更具有價值...以目前跟幾年前相較，成長很多...以前剛推咖啡節，多數不重視質感和美化，現在漸漸走入精緻，業者也開始懂得掌握消費生態，整體來說幾屆下來的經驗累積算是正面提升華山和古坑的觀光價值。

受訪者：雲林縣議員謝淑亞女士

時間：2010.12.06

受訪議題：產業空間的擴充

受訪論述：當時許多經營者無法合法，主要是因為無法提供相關的土地證明件...不是業者不申請立案，台灣農業轉型之後，很多農民對於民宿餐飲的經營方式，尚不熟悉，假設當時用法令強制介入...經營的業者應該會出現生存危機，可是業者原就應該遵循法令...讓來華山的遊客安心，所以當時兩難...因此要先行解決業者用地的問題，不然華山推展觀光會遇困境。

受訪者：雲林縣議員謝淑亞女士

時間：2010.12.06

受訪議題：咖啡產量與進口咖啡混充事件

受訪論述：當時咖啡產業剛發展，栽植面積確實不多...據了解也無法應付廣大觀光消費市場，台灣咖啡在其它地方也有栽種，古坑算是搶得先機...首屆的咖啡節主要是再生的宣示，古坑確實是日據時期咖啡栽種的重要地區，在歷史上無庸置疑。

受訪者：雲林縣議員謝淑亞女士

時間：2010.12.06

受訪議題：農民轉型做咖啡與專業經營差異

受訪論述：店家的氣氛裝潢、咖啡沖泡、接待服務等，或許都不是一般農民的專業，可是農民轉型做咖啡的經營後，確實有必要進行教育，所以像舉辦咖啡豆的評鑑，就是一種彌補農民轉型的專業教育，而且聘請專家傳授、講評等，都是為其轉型進行補足...咖啡產業想要永續發展，公部門需要進行概念的宣導傳遞，還有穿針引線，只要願意全心投入，農民轉型都是可以變專家。

受訪者：遊客龔太太

時間：2011.01.08

受訪議題：荷苞山咖啡與華山咖啡

受訪論述：外地來的朋友就戴去喝咖啡...如果是白天就去巴登喝本土口感，晚上我一定帶去華山喝，雖然咖啡沒有巴登好，但是朋友外地來，要帶去看看夜景順道吃吃東西，而且很多家可以選擇，花錢當然多一點選擇...去巴登是因為要喝高品質，不然白天真的是沒有甚麼可以

看...就地母廟...，老實說華山真的視野就贏很多。

受訪者：古坑鄉長林慧如女士

時間：2011.01.10

受訪議題：華山社區空間土地的使用議題

受訪論述：目前大華山地區已經擁有休閒農業區的基本雛型，對於農委會劃設通過，當然對於華山的發展及古坑都是正面效應，尤其是大華山的山水生態皆是優質，加上農產...文化等相當豐富，同時吃住和交通都有很好的搭配...未來公所應該會加強在大華山的軟體方面...向人力資源的素質培養、環境的品質等等...尤其是土地環境的限量使用問題...當然除咖啡的產業外，也應該帶動在地的其它農特產，尤其柳丁是大宗的產物，要多多為幾千公頃的柳丁農行銷。

受訪者：古坑鄉長林慧如女士

時間：2011.01.10

受訪議題：對咖啡產業的期待面向

受訪論述：二〇〇三年第一屆的咖啡節像魔豆一炮而紅，四五十年前古坑引進柳丁，有老樸生的雞蛋丁，也發展出黃金的傳奇，現在希望藉由咖啡的商機、號召力，也可以帶動柳丁，柳丁有兩三千公頃，麻園村還有四五十年雞蛋丁...希望咖啡產業的推展順勢將柳丁的行銷活動帶上來...所以公所一直想將綠色隧道充分運用，營造具有台灣咖啡的氣氛...後來是玫瑰花語的業者負責經營，用車廂的方式經營咖啡餐飲，還有其它古坑的農特產也一併推動。

受訪者：遊客鄭秋霞女士

時間：2011.01.22

受訪議題：荷苞山咖啡與華山咖啡

受訪論述：人氣少很多，以前巴登生意不錯，尤其假日門口廣場也有人坐著喝咖啡，當然吃吃氣氛，但巴登的咖啡確實還不賴...但巴登的地理位置就沒有華山那邊夜景漂亮吸引人，巴登講求自種自銷的原產和咖啡味道的品質，可是很多人喜歡晚上在華山邊用餐喝咖啡...欣賞夜景，重點是兩邊消費差不多。

受訪者：不具名華山餐飲業者

時間：2011.01.22

受訪議題：咖啡產業興起影響

受訪論述：咖比節第一屆生意相當好，華山民宿差不多假日都滿滿，做民宿的大家都很高興，很有信心，所以越來越多的餐廳、民宿一直蓋，還有很多外地來華山買地投資...目前華山每一家民宿差不多提供七間房間，最多還有十七、八間，四人房收兩三千塊。

受訪者：民宿業者李茂竹先生

時間：2011.01.29

受訪議題：咖啡產業興起影響

受訪論述：大陸金紙有夠便宜，幾年前將家中的造紙事業收起來，造紙十幾年了收掉了，民國九十三年那時...加比節當紅，觀光客有夠多，當時就想把大湖底土地整理建民宿，那時七間房，那一兩年華山很多遊客，攏客滿，所以後來又多蓋四間木屋。

受訪者：華山休閒產業促進會總幹事李契螢先生

時間：2011.01.29

受訪議題：產業品質狀況

受訪論述：景氣好的時候，賣咖啡攏不顧品質，只會說夜景很漂亮，又不是只賣夜景座位，咖啡品質和夜景攏重要，華山很多業者是半路開始經營，不是專業，所以...希望業者可以加入協會，大家做伙討論商量，鼓勵業者入會，運用資源可以增加知名度，加上店家自己提升店內品質...有些店的位置沒啥夜景，也沒啥裝潢，但是死忠人客都是為了正港台灣咖啡來，那是一種信用。

受訪者：咖啡農郭章盛先生

時間：2011.01.29

受訪議題：咖啡栽種狀況

受訪論述：在台灣最高的古坑石壁種咖啡，可以說是最頂級的咖啡，最高的阿，從小就喜歡喝咖啡，二十幾年前從荷芭山移苗到石壁栽植，但是那時咖啡銷路不好，所以砍掉種茶，後來咖啡節很熱鬧，很多人開始種，所以又從荷芭山移植，石壁有海拔一千兩百公尺，比惠蓀還高...

受訪者：業者不具名陳先生

時間：2011.02.26

受訪議題：咖啡節的發展和產業問題

受訪論述：本土的咖啡其實品質不算差，要做外銷國際應該可以...加上目前古坑炒作觀光成功，第一次咖啡節有打響名號，也算厲害...比原先想的好很多，幾屆下來把華山和台灣咖啡連在一起，廣告有效應，記者算有炒到，且到目前山上做咖啡經營，假日都有客人...算不差，很多做咖啡包都想用古坑、華山做商品名稱，應該是可以繼續發展，以長久來說，產業要如何長長久久經營，要開始進行計畫...不然時間久了，問題就出現。

受訪者：重點咖啡業者劉慶松先生

時間：2011.02.26

受訪議題：咖啡市場發展

受訪論述：台灣咖啡市場發展不錯，依目前古坑種咖啡算成長中，以前種茶葉，後來改種咖啡，因為台灣茶葉市場有下降趨勢...古坑咖啡名聲有作出來，而且喝咖啡的市場越來越大，未來咖啡應該越來越有市場，只是種咖啡需要時間，小權開始要五、六年才可收成，但台灣咖啡價格比進口利潤算好。

受訪者：古坑鄉農會加工廠員不具名

時間：2011.02.21

受訪議題：咖啡市場發展

受訪論述：以前農會竹筍加工廠，一年幾千萬的銷量...後來推台灣咖啡怕咖啡市場競爭激烈，農會壓力沉重...但推後反應出奇的好，還有國來來到農會下訂單...所以鄉農會會輔導栽植，配合農會加工。

受訪者：加比山咖啡售貨人員不具名

時間：2011.02.21

受訪議題：盒裝咖啡市場銷售

受訪論述：第一次辦咖啡節時，鄉農會的加比山即溶咖啡和咖啡豆，都用搶購，加工廠生產線每天趕工...那時網路還不提供訂貨.....，目前即溶咖啡在休息站還有各地都有賣。

受訪者：咖啡農民高若森先生

時間：2011.02.26

受訪議題：咖啡產業的利潤

受訪論述：工資一天要一兩千...二十公斤只能烘四磅咖啡豆，加工過程一兩星期，工資成本太高，台灣咖啡採收工太貴，其實不算好種，鄉農會之前一直說種咖啡利潤不差，後來有人說靠咖啡不好賺...主要是工資貴，除非自家人採收，不要請工...在荷芭厝有種一些咖啡，增減作。

受訪者：不具名的老農民

時間：2011.02.26

受訪議題：咖啡產業發展

受訪論述：我以前也在日本的咖啡農場做過，當時加比山很有名...大家做工賺吃的地方，光復完，咖啡園很多改種柳丁，因為咖啡那時沒市場，也沒人喝...所以鄉公所炒，打廣告...我不會跟著亂種。

受訪者：不具名張姓業者

時間：2011.02.26

受訪議題：劍湖山的市場對華山咖啡影響

受訪論述：這是華山產業還是要幫劍湖山造勢？鄉公所這樣作...很奇怪，最後咖啡產業跟劍湖山應該會直接連結...，變劍湖山名產，到時候整個咖啡市場會不會是劍湖山主導...辛苦透入經營的業者、農民只分到剩於觀光客。

受訪者：不具名陳姓業者

時間：2011.02.26

受訪議題：咖啡節的市場炒作

受訪論述：我們古坑算地大吧！綠色隧道也不錯，華山也可以...為啥前幾屆開幕設在劍湖山，縣府和鄉公所主要推咖啡產業...還是行銷遊樂園，是怪怪啦，咖啡業者都集中在這邊，還有桂林、華南...照他們這樣做，觀光客會誤解劍湖山才是出產咖啡地。

受訪者：飲料攤販不具名業者

時間：2011.02.26

受訪議題：劍湖山的市場對華山咖啡影響

受訪論述：第一年生意好，第二年劍湖山馬上蓋咖啡博物館...用咖啡嘉年華的名稱，有請俄羅斯的秀，第一年第二年...好像連續四、五年都是在劍湖山開幕...塞車一路...看的出來利潤很厚，廣告和記者都是以劍湖山為報導...加上開幕地點，所以遊客當然往劍湖山去。

受訪者：李春梅女士

時間：2011.03.05

受訪議題：咖啡產業帶動現象

受訪論述：這裡幾乎每一家都盡量運用天然地勢提供生態的視覺吸引遊客...假日廟前來來去去的登山和臨時擺攤很多(照片 3.15)，第一屆咖啡節在國內造成名聲，所以咖啡及媒體還有華山夜景在當時，皆順勢推動起來...咖啡節算是全國大活動，當然也讓這裡的經營者有商機，目前華山算有名氣...早期業者不多，遊客也少，都是附近的民眾到華山爬山散步或吃山產，但現在則是咖啡夜景聞名，還有一些外地也想上來做民宿。

受訪者：李春梅女士

時間：2011.03.05

受訪議題：劍湖山對華山的影響

受訪論述：劍湖山有名多少是會帶動咖啡...遊客只要進入古坑，相對就會有推動咖啡和農產，不管民宿餐飲...咖啡多少都希望經劍湖山打廣告順勢，有錢大家賺，台灣觀光走主題特色，經營者彼此有共識，資源借力才能發展...辦活動最後的目標當然就是行銷，而要行銷當然知名度重要，如果咖啡節沒有讓業者有共識，活動辦完應該也是不完整。

受訪者：民宿業者除老闆

時間：2011.03.05

受訪議題：投入華山社區民宿經營的觀感

受訪論述：目前雲林縣民宿最多的區域，應該是華山這裡，我這裡就是強調在地傳統莊稼的熱誠和純樸...長期下來和一些客人都是朋友，有時假日床位還不夠，六十歲之前我當國小老師，也曾做造紙工人，去過越南...管理紙工廠，回來後就想說做民宿，一開始朋友還笑說民宿應該沒有生意吧...漸漸民宿就開始經營起來，我們都用自己種的菜和醃製醬菜提供用餐。

受訪者：遊客張建銘先生

時間：2011.03.05

受訪議題：對華山社區旅遊環境的觀感

受訪論述：我跟我女朋友都是台中人，一開始是古坑的朋友帶我們晚上到觀景樓咖啡看夜景...但後來就想說有空就來走走看看，就慢慢喜歡華山，空氣很好...就試著住民宿，住過好幾家，其實華山民宿品質落差極大，餐飲也一樣...但我們比較重視乾淨還有民宿老闆的態度等。

受訪者：不具名公所人員陳小姐

時間：2011.03.07

受訪議題：華山環境的視覺美化

受訪論述：公所曾經邀請華山經營者開會議協調...向業者解釋看板統一規劃的作法...當然會議最重要是要聽聽業者的想法，如此才可以提高執行的效率和共識...而且提供旅遊者分辨的動線指標...當然最重要是希望拆除雜亂的看板，美化整個社區。

受訪者：古坑鄉公所李俊興先生

時間：2011.03.07

受訪議題：華山環境的視覺美化和沿線看板處理

受訪論述：過去華山也曾經有幾次進行招牌整頓，也進行過道德勸說...但因為公看板設置地點太少，業者對於效果不滿意...希望保持看板的整體性，且發揮動線功能，目的不是替業者打廣告.....將拆除公有地上的私設看板，整頓環境亂象，另外會委託設計公司提供一些樣板給業者參考，盡量美化華山環境。

受訪者：松園咖啡業者許鴻德先生

時間：2011.03.12

受訪議題：咖啡產業的未來前景

受訪論述：我曾經去參加中南美洲參觀，像哥斯大黎加是頂級咖啡出產國家，跟古坑環境氣候很像，所以古坑海拔兩百公尺的山區，適合種植...作台灣主要生產區不錯，但很重要，是要做好說明包裝、品質要顧，如果有認證的制度更好，不輸一些進口高檔的咖啡豆，加上業者都有自己獨特沖泡方式、技術...古坑好好的做台灣咖啡，發展不錯。

受訪者：華山咖啡業者不具名

時間：2011.03.12

受訪議題：進口咖啡混充事件

受訪論述：我覺得他們拿放大鏡在檢視這件事，古坑地名、古坑咖啡原本就是一個產品的代名詞，主要是要強調本土製作的即溶咖啡，是經過古坑在地的調配，根據臺灣人的咖啡口感而特製，並沒有違反食品標示，所以進口的咖啡豆事件，是媒體刻意拿來做新聞。

受訪者：古坑鄉農會供銷部不具名工作人員

時間：2011.03.14

受訪議題：進口咖啡混充事件

受訪論述：我們農會自創加比山品牌，早就申請商標註冊，也根據政府部門規定，然後加工生產即溶咖啡，爆發進口的咖啡事件，是一個消費認知差異，不過會尊重政府的指示將古坑咖啡標示代表產地...其實口感相當重要，加比山的即溶咖啡是先委託廠商萃取咖啡粉，再由我們自己的加工廠調配比例和包裝銷售...如果品質和口感不好，農會的咖啡早就被市場淘汰。

受訪者：盒裝業者張先生

時間：2011.03.19

受訪議題：進口咖啡混充事件

受訪論述：有關咖啡標示的問題，其實用古坑是因為製造地，只有鄉公所可以申請古坑商標專利，所以無註冊前，大家都可以使用地方名，至少有好幾十家都是這樣用...台中市太陽餅，也不是全部都在台中市生產啊，但是發生這事，只要有人出來協調講好日後統一作法，也是很好。

受訪者：古坑鄉公所咖啡顧問柯立夫先生

時間：2011.03.19

受訪議題：咖啡產量與進口咖啡混充事件

受訪論述：關於古坑台灣咖啡的未來，若未積極進行價格評估機制、分級的評鑑等，長期的市場會有問題...目前的咖啡樹種很多都是超過五、六十年的日本引進阿拉比卡的品種，樹種已經出現弱化，應該要引進新的品種改良...土質也不能太酸，台灣土質需要改良，還有氣溫及強

風...台灣咖啡豆不算世界級，但口感不苦不酸澀等，透過技術上的修正可以提升台灣咖啡的品質特色...要放棄粗放的栽種方式，應該朝向咖啡莊園的經營模式，提高栽種技巧，最好做國際認證的評鑑，如此的台灣咖啡豆發展有利。

受訪者：咖啡業者劉易騰先生

時間：咖啡栽種與品質管理

受訪議題：2011.03.19

受訪論述：古坑的咖啡若不進行改革，未來會發展困難，所以應該積極投入研發改變種植方式...我就嚐試的修剪咖啡樹，讓咖啡果實產量增加，還在咖啡樹旁種些樹作遮陽，讓咖啡樹長的更好，同時也進行土壤的改進，要有改變的進步，咖啡豆才會有不一樣的口感改進。

受訪者：劍湖山業者游國謙先生

時間：2011.03.19

受訪議題：咖啡產業的市場與發展

受訪論述：咖啡在台灣市場競爭越來越大，越激烈，不要說台灣市場，包括國際市場也一樣價格紛亂，就像是一片紅海，過去劍湖山舉辦的咖啡嘉年華活動策略，就是希望跳脫惡性競爭的狀況，不要跟一般的咖啡市場一樣，想要發展屬於劍湖山的藍海模式。

受訪者：農會供銷部不具名工作人員

時間：2011.03.21

受訪議題：合裝咖啡與混衝事件

受訪論述：我們農會供銷部的三合一、二合一即溶咖啡，價格都統一，有比其他知名品牌貴，但是品質可以放心...農會也有去註冊商標，目前市場除了台灣現有通路外，要有發展東南亞和大陸，所以不會隨便改價格，我們走品質的長線。

受訪者：劍湖山工作人員鄭先生

時間：2011.03.21

受訪議題：咖啡混衝事件的觀感

受訪論述：喝咖啡不要太嚴肅啦！對於咖啡產業的推動也可以很知性藝術，古坑既然是咖啡原產鄉鎮，就應該具備一些教育的義務，賣咖啡、賞夜景等，經營者應該多放一點咖啡文化的資訊和在地的歷史發展。

受訪者：雲林科技大學不具名學術者

時間：2011.03.21

受訪議題：咖啡產業經營面向的阻礙

受訪論述：咖啡節慶的舉辦後，公部門和業者應該將視線觀瞻提升，不應該在低價競爭與不顧品質中持續僵持，如此經營將會拖垮整個市場產業，業者對於營業空間，公部門對於華山環境空間，兩者都應該在意象上多一些規劃，讓消費者感受文化的薰陶，劍湖山雖然是營利非常明顯的企業，但在咖啡的文化上，規畫世界各國的咖啡文化意象，讓遊客有所認知，正面提升認識咖啡文化的背景等...找到屬於自己的經營模式...或許未來華山咖啡也可以參照藝術村的概念，進駐藝文的在地精神，讓文化氣息慢慢的生根。

附錄六、古坑華山咖啡主要廠商品牌

資料來源：本研究拍攝

































咖啡名稱	單位價格	咖啡名稱	單位價格
大尖山華山3合1咖啡	17gx18包/150元	加比山典藏古坑咖啡豆	半磅227公克/\$600元
大尖山華山2合1咖啡	12gx18包/150元	加比山咖啡牛軋糖	200g/\$100元
大尖山高山2合1咖啡	12gx9包/85元	加比山咖啡黑糖	330g/\$120元
大尖山古坑高山咖啡豆	半磅1000元古坑原豆	加比山濾泡式古坑咖啡	8g/6包/\$250元
大尖山雲林古坑咖啡豆	半磅600元-1000元	加比山古坑頂級咖啡豆	227g/\$800元
大尖山台灣咖啡滴濾式	12包\$350	加比山紅麴咖啡	12g/18包/\$150元
大尖山古坑咖啡滴濾式	古坑原豆9gx20包/780元	巴登臺灣咖啡豆	227g/\$500元
庵古坑三合一咖啡	17公克/18小包/\$180	巴登典藏咖啡豆	227g/\$900元
庵古坑二合一咖啡	12公克/18小包/\$180	巴登藍山咖啡豆	227g/\$300元
庵古坑咖啡鮮奶麥片	30公克/12包/\$180	巴登巴西咖啡豆	227g/\$190元
庵古坑滴濾式研磨咖啡	10公克/6包/\$180	巴登摩卡咖啡豆	227g/\$190元
庵古坑咖啡豆(半磅)	半磅定價：700	巴登曼特寧(淺焙)豆	227g/\$190元
庵古坑咖啡麥芽餅	產品定價：150	巴登曼特寧(深焙)豆	227g/\$190元
庵古坑咖啡豆巧克力	定價:180	巴登義大利咖啡豆	227g/\$190元
庵古坑咖啡梅	定價:120	巴登巴登玄米咖啡-單包	27g/\$30元
庵古坑咖啡蛋捲	定價:120	巴登濾泡咖啡	10g/20包/\$600元
庵古坑咖啡巧克力Q餅	定價:120	巴登靈芝咖啡隨身包	2.6g/15包/\$560元
庵古坑咖啡方塊酥	定價:150	巴登100%黑咖啡隨身包	2.6g/10包/\$180元
加比山三合一即溶咖啡	17公克/18包/\$150元	巴登三合一咖啡隨身包	14.2g/20包/\$150元
加比山巴西咖啡豆	促銷價：300元	巴登二合一咖啡隨身包	8g/20包/\$150元
加比山二合一即溶咖啡	12公克/18包/\$150元	巴登咖啡酥餅	175g/\$80元
加比山咖啡方塊酥餅	130公克/\$120元	巴登咖啡杏仁	160g/\$80元































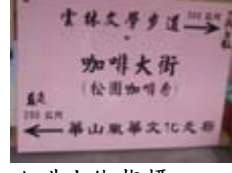
資料來源：2010.10.05，本研究整理
































附錄七、本研究攝影紀錄整理

資料來源：本研究拍攝

			
古坑鄉代表意象	綠色隧道公園	綠色隧道市集	綠色隧道咖啡車廂
			
綠色隧道咖啡廣告	綠色隧道咖啡廣告	綠色隧道娛樂業者	綠色隧道咖啡車廂
			
三輪車咖啡販賣	綠色隧道咖啡廣告	綠色隧道咖啡座	綠色隧道咖啡廣告
			
綠色隧道綠地	綠隧道營業前	綠色隧道綠地	沿線咖啡廣告
			
沿線咖啡廣告	沿線咖啡廣告	沿線咖啡廣告	沿線咖啡廣告
			
前往咖啡群聚指標	農會咖啡加工廠	加比山咖啡加工廠	
			
加比山咖啡標誌	農會咖啡加工廠	沿線咖啡店家	咖啡園區引導看板
			
咖啡園區引導看板	咖啡園區導覽圖	農會咖啡休閒中心	九二一重建區標誌

			
咖啡休閒中心	農產品簡介看板	加比山咖啡簡介	劍湖山引導看板
			
農會休閒中心指標	劍湖山遊樂世界	咖啡加工廠停車場	農產簡介看板
			
大湖口地標意象	進入華山咖啡地標	華山社區入山岔路	民宿業者大幅廣告
			
華山咖啡園區意象	華山社區簡介	華山社區沿線導覽	華山社區導覽圖
			
咖啡園區鄰近景點	華山社區統一看板	咖啡公路沿線指標	統一製作看板
			
華山社區店家	華山社區康府元帥	華山社區咖啡攤商	華山社區居民菜飯
			
介紹華山社區簡介	華山社區遊客中心	華山社區遊客中心	遊客中心看板
			
華山社區店家	咖啡大街裝置藝術	華山咖啡導覽動線	咖啡業者規劃造型

			
遊客中心前石齒輪	華山遊客中心	遊客中心前介紹	咖啡故事的解說
			
水土保持局	咖啡文學步道	文學步道沿線磁磚	文學步道沿線
			
文學步道沿線	文學步道沿線	文學步道沿線	文學步道導覽
			
咖啡花	咖啡園景象	咖啡園景象	咖啡果實
			
生態工法砌石	生態水池	生態水池	民宿小看版
			
文學步道石雕	文學步道沿線	文學步道沿線	咖啡杯造型盆景
			
咖啡大街攤商	咖啡大街沿線	咖啡大街沿線	咖啡大街沿線
			
華山居民販售農產	華山導覽資訊站	咖啡大街指標	華山居民販售農產

			
咖啡大街咖啡店	產業組織標誌	咖啡商品攤商	咖啡商品店家
			
咖啡商品店家	含苞咖啡樹	整治後的社區溪流	民宿會館
			
民宿前水缸盆景	華山社區產業小道	仲介民宿土地	遊客及登山客
			
各類咖啡加工商品	庵古坑咖啡看板	華山社區前單行道	遊客中心前庭園
			
咖啡大街導覽設施	咖啡大街遊客	咖啡品攤商	咖啡品攤商
			
綠色隧道農產攤販	綠色隧道咖啡座	綠色隧道三輪車	綠色隧道休憩遊客
			
蜜蜂故事館	綠色隧道綠地	二二八紀念碑	綠色隧道停車區
			
綠色隧道遊客	綠色隧道遊客	綠色隧道遊客	綠色隧道遊客

 <p>咖啡花和柳橙意象</p>	 <p>庵古坑銷售中心</p>	 <p>華山社區導覽圖</p>	 <p>車隊登華山社區</p>
 <p>咖啡大街遊客</p>	 <p>咖啡大街遊客</p>	 <p>咖啡大街遊客</p>	 <p>巴登咖啡前攤販</p>
 <p>巴登咖啡前景象</p>	 <p>巴登咖啡前廣告</p>	 <p>地母廟及巴登看板</p>	 <p>巴登咖啡廣告看板</p>

附錄八、華山社區咖啡產業相關新聞議題

資料來源：雲林縣政府，新聞局網站，2010.12.20，本研究整理

雲林縣古坑鄉華山地區新生活圈整體規劃期末報告	2003.05.05
<p>雲林縣政府新聞參考稿 92.05.05</p> <p>【雲林訊】九十二年度農村新生活圈規劃及建設計畫「雲林縣古坑鄉華山地區新生活圈整體規劃」期末報告於昨（五）日下午二時三十分假古坑鄉華山村活動中心召開，由行政院農委會水土保持局副局長湯曉虞主持，本府農業局、工務局、文化局、建設局等單位代表及國立屏東科技大學、台南師範學院、全方位農業振興基金會、華山村民多人參加，共同聽取簡報，對水保局如此大的建設計畫，華山村民對於華山未來充滿期待。規劃單位康技技術顧問股份有限公司報告指出，本規劃案面積達一五六〇公頃，內容包含竹藝公園、農特產品展售區、市街活動區、交趾陶文化區、咖啡民俗區、咖啡栽植區、土石流防災教學園區、景觀公園、教育農園、休閒林園等十個主題園區，未來配合當地的景觀一定能吸引觀光人潮，並提供縣民一個多元文化及多功能的休憩園區，為華山地區帶來希望。樟湖村長張定吉對於水保局能在華山地區投注如此大的工程，相當感謝，他指出，樟湖村十字關有部分公共設施（如停車場等）已經完成並具基礎雛型，規劃單位可加利用，並建議將樟湖貝殼區及貝殼館納入其規劃範圍，以利該地區發展，並豐富觀光休閒內容。華南村民江良華也建議主辦單位對於較大的公共設施，面積達一〇〇平方公尺以上時，能考慮為鄉民辦理運行分割手續，以避免日後因共有人分割的困擾。水保局湯副局長表示，對於地方人士的建議，主辦單位會加以協調、克服與尊重，如屬合法可行，一定會協助相關單位辦理，也希望後續工作能得到地方的支持，一同為華山地區努力，將其打造成一個富有文化特性及高品質的休憩社區。縣府陳武雄主任秘書致詞時也表示，張縣長非常重視本縣的觀光產業發展，尤其對於華山地區的各项建設更不遺餘力，縣府各相關單位對於本案會積極協助辦理，也會努力向上級爭取經費，為鄉親共同打造一個美麗城市。</p>	
咖啡文化節第一次協調會	2003.05.08
<p>雲林縣政府新聞資料參考稿 92.05.08</p> <p>【雲林訊】雲林縣政府籌辦咖啡文化節活動，昨下午在文化局召開第一次協調會，文化局長林日揚說明籌辦緣由，本土咖啡之盛名已成氣候，如何再加強推廣刻不容緩，特別是假日古坑鄉山區觀光客很多，希望咖啡節能帶動雲林山區成一生活圈，也結合各單位一起來舉辦這次區域性的活動，期藉由咖啡節能帶動雲林縣的觀光產業發展。昨協調會由副縣長張清良主持，文化局長林日揚、建設局長廖錦城、古坑鄉長謝淑亞、古坑鄉華山社區發展協會、劍湖山世界及各單位代表均與會，張副縣長指示，各單位共同來承辦此次區域性的活動，由文化局負責策劃。建設局長廖錦城表示，雲林古坑享有台灣的咖啡故鄉之名是受之無愧，他說多年前縣府經濟農場的咖啡就是種在古坑；古坑鄉長謝淑亞表示，企盼台灣咖啡節能在雲林縣古坑鄉催生，也希望經由台灣咖啡節讓全省民眾都能認識台灣咖啡之美味，活動的舉辦能媲美宜蘭童玩節及屏東的黑鯧魚季等全省知名的活動。由於與會人員建議相當多，對於活動名稱、舉辦時間、地點等也多所異議，因此副縣長指示本次活動初步訂名為台灣咖啡節—雲林古坑，至於時間則暫敲定在十月十、十一、十二日為期三天，舉辦地點則是在華山國小、古坑綠色隧道公園或劍湖山世界等三處，將呈報縣長做最後裁示。</p>	
水保局偕同文化局踏勘文學步道	2003.05.27
<p>雲林縣政府新聞資料參考稿 92.05.27</p> <p>【雲林訊】水土保持局局長吳輝龍昨偕同縣府文化局局長林日揚等人前往古坑鄉勘查文學步道預定路線，一行人從華山村活動中心出發沿科角溪岸踏勘，全長約一公里左右；文化局長林日揚表示，配合當地特有的觀光產業，將邀請十至十五位文藝學者代表的創作，刻碑立於步道上，以不同的文化藝術呈現，提昇華山地區的文化內涵；吳局長允諾經費由水保局負責，強調硬體少一點，軟體多一點，多一點自然生態吸引遊客，才能真正幫助該區永續經營。有關興建文學步道一案，水保局與縣府營造華山地區新生活圈整體規劃推動小組於今年二月間踏勘結果，列入九十二年度重建產業振興計畫—農村聚落重建項下辦理，並由縣府文化局提供設計理念，預估經費二百萬元由水保局全額補助。昨上午水保局長吳輝龍、文化局長林日揚、古坑鄉長謝淑亞及縣府觀光課、華山社區發展委員會等一同至華山實地踏勘，一行人在華山村活動中心集合，首先就遊客導覽中心地點廣泛討論，吳局長認為華山村活動中心地點相當適合，立即指示古坑鄉公所進行規劃，希望改建後的華山遊客導覽中心，能第一時間提供遊客各項旅遊資訊。隨後一行人轉往科角溪岸文學步道預定路線踏勘，對於文學步道的筹建，文化局長林日揚表示，由於一般文學的呈現都是以出版品或是演講方式，有別於此，文化局在設計理念上要突顯華山新生活圈的人文氣息，特別邀請十多位文藝學者代表的創作，刻碑立於步道上，以呈現不同的文化藝術，也藉以提昇該區的文化內涵，配合當地特有的觀光產業及文史工作者的作品如銘傑交趾陶等等，相信會讓華山地區有一番新的風貌。水保局吳局長則強調，華山地區新生活圈整體規劃計畫應與華山水土保持教學園區密切配合，作為整體性的考量，他也希望縣府在推動計畫上能秉持軟體多一點，硬體少一點，並以自然生態工法來興建，未來來到華山的遊客，不僅能參觀華山土石流教學園區，更能親近大自然，休憩時享用農家的咖啡，相信才能真正幫助該區的觀光事業永續經營。</p>	
台灣咖啡節活動將採波段性規劃辦理，以帶動活動高潮	2003.09.02
<p>雲林縣政府新聞參考資料稿 92.09.02</p> <p>【雲林訊】雲林縣將主辦二〇〇三台灣咖啡節活動，引起中央高度興趣，行政院新聞局將運用其媒體通路全力來協助宣傳，以一舉奠定雲林是台灣咖啡故鄉的地位。活動規劃並朝優質、環保、知性與永續方向辦理，以提昇整體產業文化形象。雲林縣政府與古坑鄉公所積極籌辦「台灣咖啡節」活動，活動日期原規劃在十月十日至十二日三天，活動地點於古坑劍湖山及大華山地區，由於活動具有相當代表性，行政院新聞局在聽取縣府簡報後，也希望與縣府共同來合作，辦理一場具知性文化的優質活動，並由該局文宣顧問就活動規劃內容共同參與提供意見，期讓活動更完美，提供民眾另一種新的觀感。縣府昨邀集行政院新聞局地方新聞處、古坑公所及地區代表共同研商活動整體規劃案，確認活動將採四波段的節目安排，期間自十月六日記者會起至十一月二日結束，每逢週休即有重點活動，讓整個活動能持續有高潮，以吸引更多民眾來參與並協助安排總統或院長能蒞臨參加。行政院新聞局並允諾釋出其媒體資源，全力來協助宣傳，包括電視宣傳、廣播廣告、平面媒體報導及新聞專題報導等，並協助拍攝宣傳短片，在各媒體擴大宣傳，一舉打響台灣咖啡名號，奠定雲林為台灣咖啡故鄉的地位。昨協調會由副縣長張清良及地方新聞處長盧慶榮共同主持，張副縣長相當感謝新聞局願全力來協助地方推動觀光產業文化發展，相信本次活動必定會帶來一波波高潮，讓地方產業永續發展。盧處長也強調活動應朝優質、知性、環保及永續性發展為主軸，本次活動必能為地方產業注入新的活力，並提昇整體文化水準。縣府及公所均相當認同活動波段性的規劃，不要只集中三天，</p>	

<p>除能分散遊客，解決華山地區交通停車問題外，更能讓活動訊息有更長時間的曝光，讓全國民眾均能知悉台灣也有本土咖啡，並藉以帶動整體產業發展及觀光遊憩事業。本次活動預定在十月十日在劍湖山遊樂世界舉行開幕典禮，劍湖山世界也願意全力來配合，活動內容規劃包括「華山論豆」—台灣咖啡評鑑、開幕典禮、創意咖啡烹調賽、創意咖啡包裝設計賽、台灣咖啡大街、戀戀古坑下午茶、親子創意DIY、華山風情音樂會、咖啡原鄉一日遊、創意商品發表會、雲林旅遊資訊展等，內容豐富而精彩，預期將為雲林帶來一波旅遊熱潮。</p>	
<p>縣長張榮味率同相關單位前往華山地區會勘停車場用地</p>	<p>2003.09.09</p>
<p>雲林縣政府新聞參考資料稿 92.09.09</p> <p>【雲林訊】針對大華山地區發展交通需求，縣長張榮味昨率同相關單位前往華山地區會勘停車場用地，對於其中二筆土地位置適中，縣長當場指示由曾秘書、建設局及農業局協商土地取得問題並進行規劃。對於桂林村長建議整修半天寮往苦苓腳、桂林的產業道路並做為華山桂林替代道路，以紓解假日交通，縣長也認為可行，指示進行研議規劃。近幾年縣府及古坑公所積極在古坑地區推動休閒觀光遊憩事業，加上台灣咖啡名氣逐漸打響知名度，大華山地區的咖啡廳及民宿如雨後春筍般的開設，每逢假日或重要節日人潮擁擠，停車位一位難求，交通相當混亂，縣府為提供遊客更佳休閒品質，也積極協助改善交通停車問題，除在華山地區補助興建三個小型停車場外，並期在桂林苦苓腳段興建較大型停車場，以因應所需。張縣長昨率同新聞局長洪林伯、秘書曾元煌、觀光課長林超、水土保持課長蔡煒輝等人前往大華山地區視察，並在桂林村長黃煌儀引導下，勘察四個地點，對於位於一四九線旁一塊六分多地及桂竹林咖啡廳往約五十公尺處一塊二公頃多的土地，位置相當合適，地主也曾表達意願同意來提供，縣長當場指示曾秘書及觀光課、水保課與地主進行洽商及規劃，並朝徵收方式來取得土地。張縣長指出，縣府目前正積極推動觀光休閒事業，大華山地區已成為民眾重要休憩場所，加上台灣咖啡知名度及華山地區擁有良好景觀視野，也是登山健行好處所，目前假日交通相當混亂、擁擠，停車場等公共設施必須妥適規劃因應，讓民眾能享有更好的遊憩品質，加上地方人士也非常熱心且有共識共同來改善此問題，對於會勘的二處合適地點，將立即進行土地洽商及規劃，希望在近期內即能有效紓解交通問題。桂林村黃村長也指出，由半天寮至苦苓腳到桂林國小的產業道路可銜接二一二線，在假日時車輛可由華山上來由桂林下去，形成一環狀道路交通網，將有效紓解假日華山地區交通壅塞狀況，是相當良好的替代道路，目前道路狀況不佳，建議能予整修。張縣長也認為這構想相當可行，也指示相關單位立即進行研議規劃。</p>	
<p>台灣咖啡節活動籌備完全就緒</p>	<p>2003.10.03</p>
<p>雲林縣政府新聞參考資料稿 92.10.03</p> <p>【雲林訊】二〇〇三台灣咖啡節活動，目前所有籌備工作已完全就緒，三日上午由副縣長再度邀集各相關單位舉行最後一次會議，檢視各單位活動籌備情形。張副縣長相當肯定各單位的用心及努力，本次活動性質已推向全國性活動，屆時來自全國各地的民眾將湧入雲林古坑，交通動線規劃及停車問題，將給民眾立即好惡的觀感，務必週全準備，請警察局交通隊及斗南分局全力協助，讓活動能辦得盡善盡美。為提昇整體產業文化形象，奠定雲林古坑是台灣咖啡原鄉的地位，雲林縣政府與古坑鄉公所積極籌辦「台灣咖啡節」活動，活動日期將自十月十日起至十一月二日止，在古坑鄉劍湖山及整個大華山地區舉行，由於活動具有相當代表性，行政院新聞局、九二一重建委員會、農委會水土保持局均全力來支援，古坑農會、劍湖山世界、日統客運及大華山地區業者也全力投入，期藉由共同合作，舉辦一場具知性文化的優質活動。目前整個活動業已完全就緒，宣傳旗幟並已懸掛出去，縣府也於昨再度邀集各相關單位做活動籌備最後的檢視。會議由副縣長張清良主持，張副縣長首先感謝各參與人員的辛勞，也指出這次活動承蒙行政院新聞局在媒體通路的全力協助，已將活動性質提昇為全國性活動，這也是雲林對外表現，提昇雲林整體形象大好機會，各單位務必全力以赴，將最好的活動內涵呈現在全國民眾面前。張副縣長也指出，交通問題是本次活動一個重要關鍵，要求主辦單位應有週延妥適的規劃，也請警察局交通隊及斗南分局全力來協助。交通隊及斗南分局也報告目前交通管制的規劃情形，預計在十月十日至十二日及十一月二日於各重要路口均加派警力協助交通疏導，在停車規劃方面，十日至十二日三天劍湖山世界二四〇〇停車位完全免費開放參與民眾使用，不敷使用時將延著永光二一二線二側開放民眾停車，日統客運將提供二部交通接駁車，供民眾來使用，隨招隨停，以接駁旅客。劍湖山世界也提供其十幾年重要節日交通疏導經驗並提供人力及一部車輛來協助交通安排。日統客運並有從台北直開劍湖山世界的班次，也在斗六火車站前每小時有一班車直接開往劍湖山，以提供外地前來本縣參與活動的民眾使用。開幕典禮將在十月十日晚上七時正式在劍湖山世界G5廣場舉行，其他活動內容規劃包括「華山論豆」—台灣咖啡評鑑、台灣咖啡烹調教學、創意咖啡包裝設計賽、台灣咖啡大街、戀戀古坑下午茶、親子創意DIY、華山小夜曲、咖啡藝術街坊、創意商品發表會、雲林旅遊資訊展、世界咖啡博覽會、台灣咖啡飲食文化館及萬人登山健行活動等，內容豐富而精彩，歡迎民眾踴躍前來參加。</p>	
<p>二〇〇三台灣咖啡節將於十月十日起隆重登場</p>	<p>2003.10.07</p>
<p>雲林縣政府新聞資料參考稿 92.10.07</p> <p>【雲林訊】二〇〇三台灣咖啡節將於十月十日起隆重登場，系列活動將在古坑鄉劍湖山世界及大華山地區完整呈現，為讓民眾盡情徜徉在咖啡香中，劍湖山世界特別打開門戶將前半段園區免費開放給全國遊客，民眾可免費停車進場至G5廣場的咖啡大街品嚐咖啡，十日晚間並有盛大的開幕儀式，遠道而來的民眾，除可了解台灣咖啡的歷史外，更可利用這次難得的機會欣賞雲林縣璀璨的夜景，相信絕對不虛此行，活動內容豐富精彩，歡迎民眾踴躍前來參加。雲林縣政府與古坑鄉公所積極籌辦「台灣咖啡節」活動，活動日期將自十月十日起至十一月二日止，在古坑鄉劍湖山及整個大華山地區舉行，包括行政院新聞局、九二一重建委員會、農委會水土保持局的全力支援，古坑農會、劍湖山世界、日統客運及大華山地區業者更是用心全力投入，讓所有的籌備工作進行得相當順利。十月十日國慶當天晚上七時，開幕式將正式在劍湖山世界G5廣場舉行，張縣長將與與會貴賓以古法大鍋現炒咖啡豆，接著「遍撒平安豆」活動，張縣長也將分發咖啡豆給現場所有的民眾，晚會中並邀請到雲林舞集、心悅三重唱、雲萱聆韻社、陳奕廷拉丁舞團、音樂發展協會、鄉音室內樂團等演出助興，帶來台灣咖啡節的第一段高潮。整個台灣咖啡節的系列活動將一直持續到十一月二日止，活動內容規劃如下：台灣咖啡大街—10月10—12日劍湖山G5廣場（品嚐台灣咖啡一杯二百元，贈送紀念杯一個，數量有限）。戀戀古坑下午茶—10月10—11月2日劍湖山世界及大華山各商家。親子創意DIY—10月11、18日14：00～17：00，地點華山戶外教學教室。華山小夜曲—10月11—11月2日每週六、日19：30～20：30，地點劍湖山（二場）、大華山商家（12）場。咖啡藝術街坊—10月10—12日台灣咖啡大街、園外園。創意商品發表會—10月10—12日台灣咖啡大街、12日華山國小。雲林旅遊資訊展—10月10—12日劍湖山博物館。世界咖啡博覽會—10月10—12日劍湖山博物館。台灣咖啡飲食文化館—10月10—12日劍湖山王子大飯店一樓咖咖廳、二樓禪園、七樓蔚藍西餐廳。萬人登山環保健行活動—11月2日14：00～17：00，地點：華山國小集合。為因應全國各地民眾湧入古坑鄉，縣府已有週延妥適的交通動線規劃，管制的規劃情形如下，十月十日至十二日及十一月二日於各重要路口均加派警力協助交通疏導，在停車規劃方</p>	

面，十日至十二日三天劍湖山世界二四〇〇停車位完全免費開放參與民眾使用，不敷使用時將延著永光二一二線二側開放民眾停車，日統客運將提供二部交通接駁車，供民眾來使用，隨招隨停，以接駁旅客。劍湖山世界也提供其十幾年重要節日交通疏導經驗並提供人力及一部車輛來協助交通安排。日統客運並有從台北直開劍湖山世界的班次，也在斗六火車站前每小時有一班車直接開往劍湖山，以提供外地前來本縣參與活動的民眾使用。	
咖啡評鑑會,馬英九將參加台灣咖啡節開幕	2003.10.08
雲林縣政府新聞資料參考稿 92.10.08 【雲林訊】配合台灣咖啡節於十月十日起在雲林縣古坑鄉舉辦，雲林縣政府昨於台北市紅樓劇場舉辦咖啡豆評鑑會，行政院新聞局副局長洪瓊娟、地方新聞處處長盧慶榮應邀與會，縣府文化局長林日揚、新聞局專員蔡春風、古坑鄉長謝淑亞、古坑農會總幹事袁靖雄等人均北上與會宣傳咖啡節活動，邀請全國民眾屆時到雲林縣品嚐咖啡香，台北市長馬英九也確定將參加十日晚間的開幕慶典，和民眾同歡共度國慶咖啡之夜。雲林縣政府昨於台北市紅樓劇場舉辦咖啡豆評鑑會，同時也獲得台北市長馬英九答應出席十日晚間台灣咖啡節開幕典禮，將和來自全省各地的民眾及雲林縣民一起來歡慶首屆的台灣咖啡節。昨評鑑會評鑑結果，特等獎由山地休閒農園、重點咖啡及十一石庭園咖啡獲得；優等獎由山海關休閒農園、喜拉朵咖啡及陳柳荅獲得；最佳香氣獎松林養生天地、王英敏；整體質感獎桃源庭園咖啡、王豐吉；回甘獎桂竹林休閒農園、巴登咖啡。	
張縣長邀請全國民眾到雲林參加台灣咖啡節	2003.10.09
雲林縣政府新聞資料參考稿 92.10.09 【雲林訊】2003台灣咖啡節將於今(十)日正式登場，縣長張榮味與副縣長張清良昨分別前往劍湖山關心會場籌備情形並慰勉工作人員，目前咖啡博物館及旅遊資訊展等場地均已佈置完畢，整個開幕式及咖啡大街廣場，也要求盡善盡美下由工作人員正積極在佈置中，張縣長要求各相關工作人員務必全力以赴，做到最好，俾使所有遠道而來的民眾能有賓至如歸的享受，張縣長也再次邀請所有的民眾，國慶連續三天假期都能來到雲林一遊參加台灣咖啡節，品嚐台灣咖啡之香，欣賞雲林之美。十日至十二日劍湖山世界免費提供入園及停車，但如使用遊樂設施須另行付費	2003.10.09
雲林縣政府新聞參考資料稿 92.10.09 【雲林訊】台灣咖啡節活動將於十月十日及十一月二日在劍湖山世界及大華山地區舉行，活動內容相當精彩豐富，民眾可逕上文化局或古坑鄉公所網站查詢。十日至十二日劍湖山世界將免費提供入園及停車，但如使用遊樂設施則須另行付費，歡迎民眾踴躍前往參加。文化局指出，近日許多民眾查詢有關台灣咖啡節活動相關訊息，尤其對於劍湖山世界的入園需不需要付費等問題佔多數。文化局再度表示，本次活動承蒙劍湖山世界鼎力支持及協助，在十日活動開幕當天及十一、十二日三天假期，民眾前往參加咖啡節活動，入園及停車完全免費，但如使用其遊樂設施，則須另行購票付費。文化局也指出，日統客運公司所提供的免費接駁公車，僅限於在劍湖山世界及台三線永光二一二線所規劃的停車空間範圍內，至於在斗六火車站前每小時開往劍湖山的車輛，民眾則須付費，每一單趟五十元。十月十日上午十時古坑咖啡休閒農園剪綵啟用，將提供免費咖啡DIY研磨沖泡，並有各項地方特色小吃供民眾品嚐。十日晚上七時台灣咖啡節活動開幕典禮正式在劍湖山世界G5廣場舉行，安排有精彩活動表演，其他規劃的各項活動也陸續登場，最具特色的咖啡大街將呈現雲林地區各家咖啡館特色及烹煮咖啡的火候及功力，在大華山地區各家咖啡館也搭配參與各項活動，歡迎民眾踴躍前往參加。	2003.10.10
二〇〇三台灣咖啡節開幕典禮	2003.10.10
雲林縣政府新聞參考資料稿 92.10.10 【雲林訊】二〇〇三台灣咖啡節開幕典禮，十日晚上由雲林縣長張榮味、議長陳清秀、古坑鄉長謝淑亞、台北市長馬英九及貴賓們共同以古法大鍋炒咖啡豆方式揭開序幕。張縣長並將咖啡豆分送與會民眾，象徵台灣咖啡在雲林傳承及生生不息。台北市長馬英九的蒞臨會場，也引起許多民眾騷動，爭相目睹小馬哥風采。雲林古坑台灣咖啡節活動，歷經幾個月的籌備，投入相當多的人力物力，雲林縣政府文化局、建設局、農業局、新聞局及古坑鄉公所、農會等人員的全力投入，及承蒙行政院新聞局、農委會、九二一重建委員會的經費挹注及指導，籌備工作進行相當順利，也引起全國民眾高度注意，蔚然形成一股尋找台灣咖啡的風潮，雲林古坑已儼然成為台灣咖啡代名詞。本次活動歷經五次籌備會議，並邀請知名作家及旅遊版記者來探訪台灣咖啡，二次記者會及行政院新聞局媒體通路的協助，媒體均以顯著篇幅來報導，引發廣大讀者的回響，紛紛探詢台灣咖啡節辦理情形。雲林縣也在各單位的用心及努力下，做好各項週全準備，將本次活動推向全國性活動，也藉機打擊雲林縣知名度，並奠定雲林古坑是台灣咖啡原鄉的地位。昨開幕儀式活動相當精彩，由縣長、副縣長、議長、馬市長、古坑謝鄉長等貴賓共同以古法大鍋炒咖啡豆為活動揭開序幕，並由縣長及貴賓們將平安豆分送給現場民眾，代表台灣咖啡由雲林來傳承及發揚光大。現場並由心悅三重唱、雲林舞集、雲管聆韻社及陳奕廷拉丁舞團等各項精彩表演。咖啡大街、藝術家現場揮毫、世界咖啡博覽會及雲林觀光旅遊展也同步在劍湖山世界展開，許多民眾攜家帶眷來參與這場盛會。張縣長致詞時肯定縣府、公所及所有業者的共同努力，也感謝行政院新聞局、九二一重建委員會、行政院農委會對這次活動的支持與協助，也對台北市長馬英九的蒞臨，代表所有縣民表達歡迎之意。張縣長也指出，雲林縣舉辦「台灣咖啡節」活動，已提昇為全國性活動，這也是提昇雲林整體形象的好機會，藉由此活動將本縣介紹給全國民眾認識，也藉由產業文化的提昇，帶動雲林觀光旅遊事業的發展。張縣長也邀請全國民眾在十月十日至十一月二日期間到雲林走走，品嚐道地台灣咖啡原味。台灣咖啡節活動於十日開幕後，各項活動陸續在古坑鄉劍湖山及整個大華山地區展開，活動內容包括：十月十日至十二日在劍湖山的台灣咖啡大街、創意商品發表會；十月十一、十二日古坑大華山各商家的戀戀古坑下午茶活動；十月十一、十八日在華山戶外教室的親子創意DIY；十月十一日至十一月二日每週六、日在華山各商家的華山小夜曲；十月十二日在古坑農業休閒中心的台灣咖啡烹調教學、免費DIY體驗活動；十月十一、十二日在劍湖山的雲林觀光旅遊資訊展、世界咖啡博覽會及台灣咖啡飲食文化館；十一月二日華山的萬人登山健行活動等，活動內容豐富而精彩，歡迎全國民眾踴躍前來參加。	
古坑鄉農會休閒農業中心開幕	2003.10.10
雲林縣政府新聞參考資料稿 92.10.10 【雲林訊】古坑鄉農會休閒農業中心，在耗資一二〇〇萬元，由原穀倉改造成為農業休閒中心，成為古坑咖啡及各項農特產品推廣中心，十日上午舉行盛大開幕儀式，現場冠蓋雲集，縣長張榮味、議長陳清秀均前往祝賀。張縣長相當肯定古坑鄉農會在推廣咖啡產業的用心，為農業轉型建立典範，為農民帶來新的契機。縣長也邀請所有與會民眾在十日晚上繼續參與第一屆台灣咖啡節的盛會。在國內興起的休閒產業風氣帶動下，古坑以台灣咖啡原鄉地位，在中央及縣府輔導，古坑鄉長謝淑亞及農會等全力推廣咖啡產業下，短短幾年大華山地區咖啡休閒庭園如雨後春筍般的設立，至目前為止有四十幾家業者，假日遊客如織，業已形成賞景、品嚐咖啡重要景點。雲林縣政府及古坑鄉公所也於十日起至十一月二日舉辦第一屆台灣咖啡節活動，期一舉奠定雲林古坑為台灣咖啡原鄉的地位。古坑鄉農會在總幹事袁靖雄率領所有員工共同努力下，掌握契機，以自建	

<p>品牌「加比山咖啡」，推廣至全國，已深獲消費者喜愛，也為古坑台灣咖啡建立相當大知名度。古坑農會位於永光村的農業休閒中心，原為竹筍加工廠及穀倉，經向農委會爭取經費改造成為開放式休閒農業中心，內部除有漂亮的造景庭園，也有咖啡DIY區及咖啡體驗營，只要民眾來到這裡即能獲得充分資訊了解咖啡的一生，也能品嚐道地台灣咖啡濃郁香醇的原味。中心內並設置寬闊的展示空間，將成為雲林各項農特產品長期展售區，農會也規劃未來將以公辦民營方式，推廣台灣咖啡及雲林農特產品，與華山、劍湖山形成帶狀旅遊點，成為遊客來雲林觀光旅遊重要參觀景點。昨開幕典禮盛大隆重，張縣長、張副縣長、陳議長、林國華立委、農業局長、文化局長、古坑鄉長、農委會官員代表及各鄉鎮市農會總幹事等均參與盛會，現場並有各項農特產品展售及咖啡品嚐，並有咖啡體驗營、咖啡DIY及咖啡豆親子創作等，吸引許多民眾熱烈參與。張縣長相當肯定古坑鄉農會在推廣咖啡產業用心，古坑農會自創品牌的加比山咖啡，業已具有全國知名度，深獲消費者喜愛，也為農業轉型建立典範，並將傳統一級產業跳升為三級產業，為農民帶來新的契機。袁總幹事對於農委會的經費補助及張縣長全力支持表示感謝，未來休閒農園將成為台灣咖啡推廣及教育中心，民眾來到這裡即能充分了解台灣咖啡的一生，並能親自研磨沖泡咖啡，享受DIY樂趣，也能選購雲林各項農特產品，成為休閒旅遊重要景點。</p>	
<p>台灣咖啡節將於十一月二日以萬人登山活動劃下句點</p>	<p>2003.10.21</p>
<p>雲林縣政府新聞參考資料稿 92.10.21</p> <p>【雲林訊】台灣咖啡節活動即將於十一月二日結束，為讓活動劃下完美句點，主辦單位針對閉幕典禮相關活動，邀集各相關單位共同協商，並以原規劃的萬人登山活動為主軸，搭配古坑地區各項農特產品展售、樂團演奏及十元冰咖啡無限暢飲並以燈籠DIY為活動做結束。二〇〇三年雲林古坑「台灣咖啡節」活動，在十月十日開幕後，造成一股風潮，許多愛好咖啡的遊客，均慕名而來，每逢週末假日更是人潮擁擠，大華山地區嚴重塞車，但也為華山地區業者帶來相當大經濟效益。由於活動將於十一月二日結束，為讓活動有始有終，劃下完美句點，古坑公所於昨再度邀集各相關單位研商閉幕典禮相關細節。昨會議由古坑鄉公所秘書蔡順和主持，文化局、新聞局、警察局斗南分局、劍湖山世界、古坑鄉農會、華山社區發展協會、產業發展聯盟均與會。蔡秘書相當感謝各單位的配合協助，活動辦得相當順利成功，也奠定古坑台灣咖啡原鄉的地位，至目前為止，每天仍接到相當多詢問電話，整個台灣咖啡熱潮仍持續發燒中。雖然活動中有許多民眾反映在交通規劃、服務品質等有待改進，但瑕不掩瑜，活動已達到當初規劃的目的，也特別感謝各單位的全力協助。針對閉幕典禮的活動安排，將於十一月二日下午在華山國小舉行閉幕式，是日從上午八時起，在華山國小將有五十個攤位陳列古坑鄉各項農特產品供民眾選購，下午一時起至四時有萬人登山健行活動，並將邀請台中縣大里國小的打擊樂團、正心中學的管弦樂團在現場表演，下午四時舉行閉幕儀式，並提供給民眾十元冰咖啡無限暢飲及燈籠DIY活動，原欲規劃提燈籠夜遊華山活動，但在主辦單位安全考量下而暫停，所有燈籠將於製作完畢後免費送給參與民眾，由於數量有限，將採事先報名方式，有意參加民眾可逕洽華山社區發展協會，電話：5900480</p>	
<p>台灣咖啡節活動十一月二日閉幕當天有豐富活動內容，歡迎參加</p>	<p>2003.10.31</p>
<p>雲林縣政府新聞參考資料稿 92.10.31</p> <p>【雲林訊】為期近一個月的雲林·古坑台灣咖啡節活動，即將於十一月二日（星期日）結束，為讓活動有始有終劃下完美句點，主辦單位在當天也規劃豐富的活動內容，包括萬人登山健行、農特產品展售及十元冰咖啡無限暢飲、燈籠DIY等活動，歡迎民眾踴躍前往參加。十一月二日的閉幕活動規劃，從上午八時起至下午五時，在華山國小將有五十個攤位陳列古坑鄉各項農特產品供民眾選購，下午一時至四時，辦理萬人登山健行，歡迎民眾闔家參與，在登山享受大汗淋漓的快感後，只要花費十元買個杯子，即能讓您全家無限暢飲冰咖啡。主辦單位也表示，收十元是要讓民眾珍惜資源，不要浪費杯子，造成環境的負擔，也兼具教育與環保的意義。是日下午二時起至四時並邀請正心中學的管弦樂團、台中縣大里市大元國小的打擊樂團表演，下午四時正式舉行閉幕式，將由華山咖啡產業聯盟贈匾感謝本次參與此活動的單位，下午五時辦理燈籠DIY活動，所有燈籠並於製作完成後免費分贈參與民眾，歡迎民眾踴躍參加。</p>	
<p>二〇〇四台灣咖啡節活動將於十月二十三日開幕</p>	<p>2004.09.07</p>
<p>雲林縣政府新聞參考資料稿 93.09.07</p> <p>【雲林訊】「二〇〇四台灣咖啡節」活動，七日在張代理縣長召開協調會後，正式確定開幕日期於十月二十三日，地點在古坑鄉綠色隧道，本次活動並將出版集交通旅遊景點、觀光遊憩設施及知名小吃特產的觀光護照，台糖小火車所形成的咖啡大街也是另一特色，值得民眾按圖索驥做深度旅遊，並品嚐濃郁香醇的咖啡原味。二〇〇四台灣咖啡節籌備工作正進入緊鑼密鼓的階段，劍湖山世界所規劃的世界咖啡博覽會，也預訂在十月八日正式開幕，主辦單位也希望藉由劍湖山世界投入豐沛資源的協助下，讓活動更具加乘效果，一度規劃將活動提前在十月八日同步辦理開幕，但由於一些配套措施可能來不及，昨由張代理縣長召開會議，正式確認活動時程將從十月二十三日起至十一月二十八日止，並於十月二十三日舉行開幕儀式。劍湖山「世界咖啡博覽會」，也納進二〇〇四台灣咖啡節系列活動之一，採雙軌併行，以豐富活動內涵，提高活動質感。張代理縣長表示，去年台灣咖啡節舉辦相當成功，一舉奠下雲林為台灣咖啡原鄉的地位，目前古坑華山地區已成為全國民眾休閒旅遊的重要景點之一，今年度再度辦理，則希望朝整合資源、提昇服務品質及整體形象為主，也希望各單位更用心的投入，讓活動辦得更盡善盡美。「二〇〇四台灣咖啡節」活動，主要活動地點在古坑綠色隧道及整個大華山地區，內容規劃有台灣咖啡豆評鑑、以台糖小火車規劃的台灣咖啡大街、綠色隧道路跑活動、台灣咖啡美食大道，劍湖山世界咖啡博覽會、咖啡音樂會、咖啡創意DIY、咖啡採果樂、雲林旅遊資訊展等活動，內容豐富而精彩，歡迎民眾屆時踴躍參加。</p>	
<p>「2004—台灣咖啡節」暨「劍湖山世界咖啡嘉年華」十月八日隆重登場</p>	<p>2004.10.06</p>
<p>雲林縣政府新聞資料參考稿 93.10.06</p> <p>【雲林訊】今年全台灣最香的活動—「2004—台灣咖啡節」暨「劍湖山世界咖啡嘉年華」即將於十月八日起隆重登場，這場咖啡盛事將一直持續到今年年底，縣府文化局長林日揚、古坑鄉長謝淑亞等人昨宣佈活動正式起跑，今年活動分佈在古坑鄉綠色隧道、大華山地區暨劍湖山世界進行，林日揚局長表示，去年首度舉辦的台灣咖啡節盛況空前，延續去年熱潮，今年再創高峰，誠摯邀請全國鄉親來到雲林享受最特別的咖啡饗宴。全國咖啡迷引頸企盼的年度咖啡盛事2004台灣咖啡節，將結合「劍湖山世界咖啡博物館」開館，於十月八日在劍湖山舉辦盛大的開幕儀式，劍湖山世界並配合本次活動，盛大舉辦「劍湖山世界咖啡嘉年華」，由二十多個國內外產官學單位參加的「劍湖山世界咖啡博物館」，聯手打造出史無前例的國際級咖啡盛會。縣府文化局長林日揚、古坑鄉長謝淑亞、古坑鄉農會總幹事袁靖雄、劍湖山世界協理黃秀美暨華山休閒產業聯盟理事長蔡顯勇昨聯袂召開記者會，宣佈長達近三個月的活動正式開始，主要內容規劃有台灣咖啡豆評鑑、台灣咖啡大街、綠色隧道路跑、台灣咖啡美食大道、咖啡音樂會、咖啡創意DIY、咖啡採果樂、雲林旅遊資訊展等活動，內容豐富而精彩，許多業者更配合本次活動推出精緻美食及節目來共襄盛舉。林局長表示，由於今年活動內容相當豐富也相當精彩，民眾可選</p>	

上雲林縣政府及古坑鄉公所網站查詢；劍湖山世界協理黃秀美表示，配合全國鄉親遠道而來，民眾可就近至各便利商店索取活動導覽，同時可憑卷以五九九元入園，各項活動時程如下：一、路跑：十月二十三日上午七點三十分於華山國小操場。二、台灣咖啡豆評鑑：十月二十日，邀請台大農學院學者規畫評鑑。三、台灣咖啡大街：十月八日至十一月二十八日（每週六、日）於古坑鄉綠色隧道，有香醇咖啡及農特產品展售。四、悠遊雲林觀光護照：十月八日至十二月三十一日，雲林縣觀光資源完全導覽。五、綠色隧道親子寫生比賽：十一月六日上午八點起於古坑鄉綠色隧道公園。六、全家逗陣走，百萬聚樂步：十月十日星期日上午八點起，邀請紀政小姐帶領大家在綠色隧道中健行。

2004年台灣咖啡節八日上午正式開幕

2004.10.08

雲林縣政府新聞資料參考稿（附相片）93.10.08

【雲林訊】2004年台灣咖啡節八日上午正式開幕，結合劍湖山世界咖啡博物館落成啟用，開幕典禮相當盛大隆重，代理縣長張清良偕同劍湖山世界總經理蕭柏勳等人以「撒豆祈福」方式，正式為為期三個月的台灣咖啡節揭開序幕。今年的咖啡節，民眾不但可以免費體驗咖啡DIY，還可以在綠色隧道中及大華山地區商家，享受咖啡結合音樂的浪漫，縣府誠摯邀請全國民眾，「吃、喝、玩、樂、秀」作伙來雲林。2004年台灣咖啡節八日上午在劍湖山世界斥資三千萬元剛落成的世界咖啡博物館前舉行盛大的開幕活動，邀請水保局長吳輝龍、九二一重建委員會主任秘書潘明祥、交通部觀光旅遊局及外交部非政府組織事務委員會出席盛會，並由代理縣長張清良帶領大家，以「撒豆祈福」正式為台灣咖啡節揭開序幕，現場熱鬧非凡，隨後一行人並至博物館內參觀。代理縣長張清良首先歡迎蒞臨2004年台灣咖啡節開幕典禮的所有佳賓，他表示，雲林縣去年舉辦第一屆台灣咖啡節，承蒙農委會、文建會、九二一重建會、行政院新聞局的全力支持及民間企業的贊助，特別是劍湖山世界的熱情協助，成功打響古坑台灣咖啡的名號，也奠定了雲林古坑為台灣咖啡原鄉的地位。雲林古坑一時成為全國民眾休閒旅遊的重要景點之一，每逢假日上山賞景品嚐咖啡的遊客更是絡繹不絕。張代理縣長表示，近年來雲林縣政府在張縣長的領導下，全力發展地方特色觀光休閒產業，以「一鄉鎮一特產」為出發點，結合當地的人文景觀及農特產，透過「主題活動」的方式，達到行銷的目的，像「古坑-台灣咖啡節」、「北港-土豆節」、「水林-番薯節」等等，也逐漸打響名號，不但發展地方的特色，也提昇農產品及其他產業的附加價值，以去年古坑台灣咖啡節為例，整個活動經費三百萬元，卻造就二億元的經濟效益。張代理縣長指出，今年縣府、古坑鄉公所及劍湖山世界再度攜手合作，歷經一年精心策劃，在20餘個國內外產官學單位熱烈支持參與下，「2004台灣咖啡節」暨「劍湖山世界咖啡嘉年華」，將自10月8日起至明年1月2日止，為期三個月盛大舉行，活動地點從綠色隧道、大華山地區擴大到劍湖山世界，天天有表演、週週有活動，內容包羅萬象琳瑯滿目，除了提供道地台灣咖啡外，更希望透過各項活動的辦理，讓民眾品嚐世界各國不同咖啡的滋味，更能深入了解世界不同國家咖啡的生態與文化。劍湖山世界總經理蕭柏勳表示，去年在各單位第一次通力合作努力耕耘之下，打造出具廣度與深度的台灣咖啡節，劍湖山世界今年再斥資數千萬元打造世界咖啡博物館，除廣度及深度之外，再加上今年積極的熱度參與，能吸引百萬人前來雲林，創造出十億元的商機，盡一份在地企業的責任。縣府表示，今年咖啡節活動內容相當豐富也相當精彩，民眾可選上雲林縣政府及古坑鄉公所網站查詢；各項活動時程如下：一、路跑：十月二十三日上午七點三十分於華山國小操場。二、台灣咖啡豆評鑑：十月二十日，邀請台大農學院學者規畫評鑑。

三、台灣咖啡大街：十月八日至十一月二十八日（每週六、日）於古坑鄉綠色隧道，有香醇咖啡及農特產品展售。

四、悠遊雲林觀光護照：十月八日至十二月三十一日，雲林縣觀光資源完全導覽。五、綠色隧道親子寫生比賽：十一月六日上午八點起於古坑鄉綠色隧道公園。六、全家逗陣走，百萬聚樂步：十月十日星期日上午八點起，邀請紀政小姐帶領大家在綠色隧道中健行。七、CORNER POINT音樂會：十月八日起至十一月二十八日每週六、日於綠色隧道公園、華南休憩公園、華山國小、華山教育農園、荷苞山地母廟等地舉辦音樂會，邀請知名音樂家演出。

八、台灣咖啡聽友會，十月三十日邀請知名藝人許效舜率石頭家族進行台灣咖啡濃情香醇之旅系列報導。九、「台灣咖啡的前世」展覽：十月八日起至十二月三十一日於古坑鄉立圖書館。十、劍湖山世界國際咖啡嘉年華系列活動：十月八日起至一月二日。十一、大華山系列活動：由鄉內各業者共襄盛舉提出各項節目及DIY活動，參與業者有老吳咖啡莊園、長盛酒莊、十一石庭園咖啡館、蓮園園藝咖啡、松園咖啡、原生態園、陶之茗咖啡坊、頂田咖啡莊園、日升咖啡休閒生活館、仙地歐風庭園咖啡、湖光山舍、竿芯園、育成駝鳥園、御園生態咖啡休閒廣場等。十二、古坑農會系列活動：免費咖啡DIY體驗活動（十月八、九、十日每天四場）；免費贈送咖啡苗活動（十月八、九、十日）；阮榮助攝影展（十月十日至十一月二十八日農業休閒中心）；農特產品展售（十月八日至十一月二十八日每週六、日於農業休閒中心多功能展售場）；劉曉燈畫展（十月八日至十一月二十八日於農業休閒中心咖啡DIY體驗教室）。十三、閉幕式：十一月二十八日下午四點三十分舉辦登山健行農特產品大放送，以華山國小運動場為起點，辦理萬人登山健行，會後並有十元冰咖啡無限暢飲及音樂會，為活動帶動另一波高潮，畫下完美句點。

縣府首度發行「悠遊雲林觀光護照」

2004.10.13

雲林縣政府新聞參考資料稿 93.10.13

【雲林訊】縣府舉辦2004台灣咖啡節活動，首度發行「悠遊雲林觀光護照」，內有數十家總值超過900元的精選折價券及套裝行程規劃、台灣咖啡原鄉介紹、兼具典藏與樂透功能的紀念套卡，只要49元就可以一次擁有，十月中旬後在全省各便利商店與書局，即可購得使用，歡迎民眾多多利用。繼去年台灣咖啡節成功締造雲林為台灣咖啡原鄉之專業品牌形象後，由雲林縣政府主辦的2004台灣咖啡節今年即將以更盛大的規模與活動規劃，為廣大的嗜啡族打造一個咖啡嘉年華會。今年的台灣咖啡節已於10月8日於雲林古坑華山及劍湖山世界香濃登場，熱鬧展開一系列精采活動，活動將持續發燒到12月底。代理縣長張清良表示，鑒於去年活動的成功起步，今年更力求完美，活動期間並配合發行雲林首本觀光護照，不但將咖啡原鄉傳奇報導、咖啡節系列活動專題、雲林不容錯過的咖啡朝聖聖點、多元自由之行程規劃等值得玩家收藏的內容一網打盡，其中並囊括劍湖山主題樂園全票折價券、精選數十家主題庭園咖啡館與民宿和旅館之住宿折價券、各種伴手禮的折價券與優待，讓消費者一本在手，輕輕鬆鬆吃喝玩樂住雲林！觀光護照近年來已成為各地方發展觀光產業的配套趨勢，藉由觀光護照中專業的報導與規劃，讓消費者得以按圖索驥，設計雲林觀光地圖及咖啡尋寶圖集點摸彩活動，讓您闖家輕鬆愉快地安排假期或週休二日行程。因此，觀光護照可說是相當具有地方代表性特色的觀光導覽，不僅於此，在護照內匯集地方眾多產業提供超值優惠，讓消費者以最經濟的預算，獲得最豐富的旅遊經驗，也是觀光護照令人心動的功能之一。雲林縣的第一本觀光護照不但囊括觀光導覽地圖、咖啡尋寶圖旅遊規劃、雲林各地方深入報導、咖啡節專題報導、特推店家數十以及總價值超過900元的優惠券，同時也是第一本以咖啡為主軸、介紹咖啡之前今生與成長紀事的典藏手冊，因此尚未發行，即備受咖啡饕客們的頻頻關切，劍湖山主題樂園此番斥資籌備的「世界咖啡博覽會」系列報導也將於護照中精采呈現。數十家總值超過900元的精選折價券、輕鬆成行的套裝行程規劃、玩家級的咖啡知識、你不可不知的台灣咖啡原鄉介紹、兼具典藏與樂透功能的紀

<p>念套卡，以及憑活動章戳即可累計兌換多元獎品的好康機會，只要 49 元就可以一次擁有！種種超值”悠遊雲林觀光護照”為你吃喝玩樂住一網打盡！咖啡、美食、好康優惠卷，這本眾所矚目的”悠遊雲林觀光護照”十月中旬後全省便利商店與書局皆可以 49 元推廣價輕鬆購得，隨書並附贈遊美國專利最新引進之樂透典藏紀念卡，一連串的好康與大獎等您來！活動詳情可上雲林縣全球資訊網、觀光雲林旅遊網 http://tour.yunlin.gov.tw、觀光護照相關網站，或 http://www.nuyalife.com，或洽雲林縣政府觀光課（05）533-6104</p>	
<p>針對古坑咖啡問題縣府將再持續輔導與努力讓咖啡產業得以永續</p>	2004.10.31
<p>雲林縣政府新聞參考資料稿 93.10.31</p> <p>【雲林訊】針對媒體報導古坑咖啡以進口咖啡豆混充，有欺瞞消費者之嫌，縣府表示，貫徹一鄉一特產，結合地方農特產品行銷在地的文化觀光活動，是中央與縣府的一貫政策，縣府以古坑咖啡奠定雲林為台灣咖啡的原鄉，所有人的努力有目共睹，但因商業競爭衍生出來的問題，則是始料未及，縣府將積極再輔導業者建立品牌及評鑑制度，並就標示部分及消費者權益問題，建議經濟部與消保會等相關單位共同努力，以達到雙贏的目標。古坑鄉在九二一大地震後，產業蕭條，積極尋找出路，並以在地已有百年歷史的咖啡產業，在中央政策與地方共同努力下，結合觀光休閒再出發，適逢本土化的潮流及民眾重視休閒文化的興起，2003 舉辦第一屆台灣咖啡節，一舉奠定雲林古坑為台灣咖啡原鄉的地位，受到民眾的重視與熱烈參與，對於地方經濟活絡有相當大助益。但由於商業競爭因素，所衍生的許多問題，則是縣府始料未及。張代理縣長對於此問題非常重視，隨即召集農政、觀光建設、衛生等相關單位研商。縣府指出，台灣商業發展均有一窩蜂的趨勢，為讓剛萌芽的觀光休閒產業能永續經營，縣府將再行努力，除持續輔導業者建立品牌及評鑑制度，並就標示部分建議中央修法，讓消費者權益獲得保護，地方特色產業也得以持續發展。縣府也表示，近期將再邀集相關單位、古坑公所及業者共同研商，期建立一套準則，讓業者有所遵循，也期盼業者能團結、自律，讓好不容易建立的咖啡文化休閒產業得以永續經營及發展</p>	
<p>古坑咖啡發展座談會</p>	2004.11.03
<p>雲林縣政府新聞資料參考稿 93.11.03</p> <p>【雲林訊】縣府、古坑鄉公所及古坑鄉農會三日聯合邀請古坑咖啡業者舉辦一場「古坑咖啡發展座談會」，為化解近日來的風波，業者在綜合討論後達成共識，將塑造「古坑咖啡」為產地的代名詞，另就台灣咖啡原豆與即溶咖啡部份，希望業者能將品名及成份標示清楚，讓消費者有信心；縣府農業局長張明聰表示，未來咖啡市場的競爭將愈形激烈，業者一定要做好產品區隔，推出最好的咖啡，才能繼續享有台灣咖啡在雲林的美名，讓古坑咖啡能永續經營。縣府農業局長張明聰、新聞局長洪林伯、古坑鄉長謝淑亞、鄉農會總幹事袁靖雄昨聯袂出席「古坑咖啡發展座談會」，和四十多位古坑咖啡業者一起討論古坑咖啡的未來發展與定位。農業局長張明聰首先肯定所有業者的努力，奠定台灣咖啡在雲林的名號，但許多縣市也開始跟著雲林縣的腳步，試圖推展各縣市的台灣咖啡，因此未來市場競爭將會更激烈，古坑的業者必需推出最好的咖啡，才能繼續在市場佔有一席之地。張局長表示，他鼓勵各商家自創品牌，同時採行產品區隔，這樣才能讓消費者在購買時有所選擇，同時產品標示清楚，不易造成混淆，不會讓外界對古坑咖啡有所疑慮，他強調，即溶咖啡是經由業者經心調配，原豆成份有多少就應標示清楚，相信競爭及策略結合雙重管道下，古坑咖啡在市場上一定有競爭力，未來將輔導契作及取得咖啡原豆的產地證明，將能讓消費者對古坑咖啡更有信心。新聞局長洪林伯表示，古坑咖啡能有今日的成果，不僅是經過各單位一年多來的努力，更重要的是古坑鄉擁有好山好水的美景及台灣咖啡原鄉的美名，目前台灣咖啡是居於全國領先地位，應持續追求品質，保有制定規格的優勢，也企盼所有業者一起努力，讓古坑咖啡繼續揚名。與會業者經過討論也達成相當的共識，就二合一與三合一即溶咖啡部份，包裝標示將明顯記載品名、成份標示為「綜合即溶咖啡」，若成份非百分之百台灣咖啡原豆，業者就應避免在包裝上印製百分之百台灣咖啡原豆的字樣，並以「古坑調和咖啡」為品名，以免混淆視聽，同時未來也定位「古坑咖啡」成為一個產地的代名詞。</p>	
<p>華山「雲林文學步道」二十一日正式揭幕啟用</p>	2004.12.21
<p>雲林縣政府新聞資料參考稿 93.12.21</p> <p>【雲林訊】古坑鄉華山地區再添一處觀光休憩新景點，華山「雲林文學步道」二十一日正式揭幕啟用，長達六百多公尺的文學步道，沿途兩側矗立十二塊雕刻著雲林縣籍知名作家手稿作品的大石，與自然山川景觀相呼應，人文與自然相結合，更增添華山的文學氣息與感性風情；未來民眾來到雲林，不僅可以品嚐古坑台灣咖啡，藉由漫步「雲林文學步道」，更能細細品味雲林文學之美。縣府文化局近年來致力提倡雲林縣文化水平廣受民眾肯定，在古坑鄉成功打響「古坑台灣咖啡」名號落實產業文化推廣後，更積極投入華山新生活圈的長遠發展規畫，文化局林日揚局長為推動本縣文學發展，利用有雲林縣陽明山美名的華山地區，成功完成縣內第一座文學步道，十二位縣籍知名作家的作品鐫刻在大石上永遠矗立，讓民眾及後代子孫們都能了解雲林豐富的文學內涵。縣府文化局二十一日舉辦「雲林文學步道」完工啟用典禮，水保局長吳輝龍及羊牧、沈文台兩位作家應邀揭幕，水保局長吳輝龍、文化局長林日揚並偕同與會貴賓於文學步道中巡禮，該步道全長六百多公尺，由水保局補助二百多萬元經費興建完成，會中文化局長林日揚及古坑鄉長謝淑亞等人特別感謝吳局長的鼎力協助，讓古坑鄉農村聚落重建工作及產業推動成果相當豐碩，再造古坑鄉的新生命。「雲林文學步道」是水保局與縣府文化局共同努力的成果，沿著「雲林文學步道」悠閒的漫步，沿途可看到十二塊雕刻著雲林縣籍知名作家手稿作品的大石，這十二位作家分別是林日揚（古蒙仁）、王邦雄、王吉隆（綠蒂）、沈花木、鄭寶娟、廖枝春（羊牧）、蘇進強（履彊）、沈文台、鍾文音、李瑞月（季季）、宋澤萊、林承謀，步道中還有一座文學長廊，鐫刻著自明清以來的雲林文學史料年表，由林雙不、鄭定國、蔡輝振、謝佳樺等四位教授蒐集整理，資料相當寶貴。水保局長吳輝龍相當滿意雲林文學步道，他表示，華山地區已成為兼具產業文化、觀光休閒、生態及土石流教育園區，隨處都帶給遊客絕無僅有的生活體驗，雲林文學步道的揭幕，更增華山的文學氣息與感性風情，歡迎全國鄉親親自來體會。</p>	
<p>合法民宿名單</p>	2005.02.04
<p>雲林縣政府新聞參考稿 94.02.04</p> <p>【雲林訊】為確保春節期間遊客投宿住宿安全及提昇遊客住宿品質，雲林縣政府交通旅遊局、工務局、新聞局、雲林縣消防局、雲林縣衛生局等單位於昨（四）日前往本縣古坑鄉華山地區民宿聯合查察，華山地區因民宿如雨後春筍般的成立，目前縣內合法民宿共有二十一家，所提供的住宿品質及價格尚屬合理，交通旅遊局也呼籲遊客儘量選擇掛有合法標章的合法民宿投宿，以保障自身權益。縣府交通旅遊局表示，華山地區民宿大都是當地農民將多餘的房間加以裝潢改建，大部分為新建混凝土建築工程或獨立小木屋，結構上安全無虞，縣府為確保遊客住宿安全及品質，本次邀集相關單位全面進行安全查察，如逃生門是否阻塞，影響發生火警時遊客的逃生去路，防火設備是否足夠，取得是否容易等等都是本次主要的查察重點。交通旅遊局進一步表示，近幾年來，華山地區因台灣咖啡打響名號，政府又大力發展休閒觀光，古坑華山遂成為台灣咖啡的代名</p>	

詞，遠近馳名，大量遊客慕名而來，民宿及庭園餐廳更如雨後春筍的成立，縣府除了積極輔導合法化並提供必要協助外，也呼籲業者應注意山坡地的環境保護，不要一窩蜂的搶建，造成山坡地過度開發。本縣合法民宿名單如下：華山禾園、華麗休閒民宿、天秀山莊、望民宿、茶園居、山中茅廬、大自然民宿、桃源莊民宿、蓮園休閒民宿、石頭公園休閒民宿、雲山小築、鄉村民宿、河岸咖啡民宿、茗豐民宿、華芳民宿、林家山莊、涵園休閒民宿、明心園民宿、山峰民宿、西螺小橋民宿、佳華民宿。	
山盟海誓！北港及古坑華山商團將結盟！	2005.04.27
山盟海誓！北港及古坑華山商團將結盟！ 【雲林訊】分處本縣山海二地的古坑華山魅力商團與北港形象商團，各具主題特色及不同的人文景觀，在商業司及縣府努力下，未來將透過策略聯盟方式讓二商團結合，以整合各項資源的互補與利用，更有效行銷雲林的觀光旅遊。古坑華山地區今年度獲選為經濟部商業司輔導之全國二十五處魅力商團營造計畫輔導點之一，華山商團以台灣咖啡所帶動的休閒產業為主，而目前縣內另有一處同樣由商業司進行輔導的北港形象商團，則以宗教藝術為發展主題，兩商團分處雲林東西兩側，以往少有交集，今年度在經濟部商業司及縣府的輔導下，希望將北港及華山商團透過商團的策略聯盟方式來擴大行銷利基。北港形象商團理事長蔡宗哲、縣府商業課長詹宗佩於日前至古坑鄉公所拜會謝淑亞鄉長、華山社區發展協會陳茂建理事長及華山休閒產業促進會蔡顯勇會長，分別就北港及古坑華山商團間之策略聯盟與交換意見，希望針對兩處商團的發展屬性與地方產業，透過策略聯盟建構一處整合平台，讓位於東邊的北港華山商團與西邊的北港商團能互相激盪，共同攜手向前，達到山海一家親的目標。主管商團發展事務的建設局也指出，對於縣內兩處商團有意願加以結盟方式，相當期待且樂觀其成，未來希望透過結盟的活動能確實達到資源共享、互利共榮，也讓遊客到雲林來同步享有吃北港大餅、喝古坑咖啡的樂趣。	
建署魅力城鄉大獎-古坑「浴火鳳凰-古坑鄉華山社區」入圍	2005.05.25
雲林縣政府新聞資料參考稿 94.05.25 (附相片) 【雲林訊】由內政部營建署舉辦的第三屆「魅力城鄉大獎」-全國優良城鄉風貌評選活動，古坑鄉公所在初選中以「浴火鳳凰-古坑鄉華山社區」在七十三件參選提案中脫穎而出，二十五日下午評審委員在前營建署長黃南淵帶領下實地走訪華山村並聽取簡報，代理縣長李進勇特別強調，古坑華山受到九二一重創，但村民心手相連重新出發，短短五年內創造華山奇蹟，感謝委員們的蒞臨指教，同時也建請對該計畫全力支持，讓華山地區能爭取更多經費，充實在地的文化產業內涵。內政部營建署第三屆魅力城鄉大獎初選評審結果，從七十三件參選提案中遴選出十六件入圍提案，古坑鄉以「浴火鳳凰-古坑鄉華山社區」計畫案，在「自然生態景觀」、「人為環境景觀」及「生活文化景觀」三大徵選類型中全部入圍。八位評審委員於五月中旬開始實地到各入圍提案單位所在地實勘，以作為決選會議的評審參考，參訪團二十五日下午在委員黃南淵帶領下前往古坑鄉華山遊客中心，李代縣長率同新聞局長林麗霜、城鄉發展局長劉承志、古坑鄉長謝淑亞等人在場迎接，隨後由謝鄉長進行簡報。李代縣長表示，華山地區村民心手相連重新出發，短短五年內創造古坑華山奇蹟，在自然景觀方面，鄉民和政府部門聯手用自然生態工法解決土石流問題，並成為水土保持示範區；在產業與生活文化方面，古坑華山地區已成為台灣咖啡原鄉的代名詞，也成為民眾休閒旅遊景點，未來將繼續充實咖啡文化內涵，永續保持台灣咖啡的優勢。李代縣長指出，華山地區成功再造，獲得入圍即是受到肯定，也讓整個華山地區再造團隊莫大的喜悅，誠摯歡迎所有委員的蒞臨指導，也期望藉由這次實勘能真正了解華山，特別是能在決選中給予支持，讓華山社區能獲得更充裕的經費補助來營造更美好的前景。參訪團在聽取簡報結束後，隨即由華山社區發展協會解說人員陪同，實地參觀銘傑交趾陶、華山文學步道。	
古坑鄉綠色隧道台糖鐵道車廂再利用美化工程	2005.06.08
雲林縣政府新聞資料稿 94.06.08 【雲林訊】雲林縣政府為辦理2005年台灣咖啡節活動，於94年6月1日再度獲得交通部觀光局核定補助1500萬元整，辦理「古坑鄉綠色隧道台糖鐵道車廂再利用美化工程計畫」之經費1200萬元，另300萬元辦理「雲林縣觀光發展整體建設規劃工作」。縣府為了保存雲林縣古坑綠色隧道之珍貴資源，交通旅遊局與古坑鄉公所全力合作提出「綠色隧道台糖鐵道車廂再利用美化計畫」，擬以此計畫將台糖鐵道發展史及台糖五分車的風華於古坑綠色隧道再現。本案綠色隧道空間美化整體規劃以尊重當地自然景觀特色為準，加入相關歷史文物設施結合而成，並將糖廠小火車特性展現於綠色隧道空間中，將來規劃設置完成後，交由鄉公所甄選招商相關之休閒產業、農業產業及教育文化產業建駐，並於週休二日配合辦理一系列之活動，提供一個優質的遊憩活動空間。	
觀光解說導覽人員培訓	2005.06.08
雲林縣政府交通旅遊局新聞稿 94.06.08 【雲林訊】縣府為提倡優質休閒生活空間，舉辦雲林縣觀光解說導覽人員培訓計劃，期在94年全國運動會與台灣咖啡節帶動人潮的同時，運用解說與導覽技巧，提昇遊客對雲林的認識，預計招募培訓40人，凡年滿18歲以上，對導覽解說有興趣的人士均可報名參加，報名期間至6月13日止，洽詢電話：縣府交通旅遊局5336104或05-5370988分機4402何鈺櫻老師。縣府目前正積極推動產業結合文化、生態的觀光休閒遊憩，規劃辦理雲林縣觀光解說導覽人員培訓計劃，期在94年全國運動會與台灣咖啡節活動於十月舉辦期間，對於所帶進的觀光人潮，透過解說與導覽，結合地方人文資源、旅遊景點、歷史古蹟、生態保育、農村體驗以及民俗工藝等活動，提昇遊客對雲林的認識，也避免因觀光發展造成地方上生態及景觀上之破壞，並促進觀光休閒產業的發展，加速農業的轉型，實現「活力雲林、永續觀光」的目標。本次招募人數預計40名，有興趣民眾可向環球技術學院休閒事業管理系報名，經甄選後通知是否錄取，錄取者於報到時先行繳交2,000元保證金，並於課程全數完成，領取結業證書時發還。報名方式自即日起至6月13日止，填好報名表，並將報名表和劃撥收據傳真至05-5339734何鈺櫻老師收，或郵寄至64063雲林縣斗六市鎮南路1221號，環球技術學院休閒事業管理系何鈺櫻老師收。或MAIL至hoyuying@tit.edu.tw。完成報名，並等候電話通知上課。	
2005 台灣咖啡節	2005.09.27
【雲林訊】2005台灣咖啡節將於9月30日於雲林古坑鄉綠色隧道、大華山地區及劍湖山世界隆重開幕，今日假古坑鄉綠色隧道舉行記者會，縣議會議長陳清秀、李代理縣長、交通部觀光局曾國基組長、水土保持局陳榮俊科長、縣府民政局長、社會局長、觀光旅遊局長、古坑鄉長謝淑亞、代表會魏麗華主席、農會袁靖雄總幹事、劍湖山世界蕭柏勳總經理等多位貴賓皆出席。李代理縣長致詞表示：首先要封稱古坑鄉長為台灣咖啡夫人，對一年一度咖啡節盛事，越辦越好表達由衷敬意，在中央上級長官及在地企業劍湖山世界及全體共同努力打拼下，創造台灣之奇蹟。台灣咖啡非但本身之香味外，還具有921過後地方復甦重建精神所在，以及地方共同參與社區濃厚意識，臺灣咖啡有生命的活力。繼去年台灣咖啡節成功締造雲林為台灣咖啡原鄉之專業品牌形象後，今年以更精緻內容與活動規劃，為喜好咖啡族打造一個優閒浪漫咖啡空間。台灣咖啡節即將於	

9月30日於雲林古坑鄉綠色隧道、大華山地區及劍湖山世界隆重開幕，系列活動將持續發燒到11月底，有鑒於這二年台灣咖啡節活動的成功起步，今年更要求完美，雲林縣是一個典型的農業縣，自立縣以來一直以農、漁產業聞名著稱，雲林縣人口以農居多，是一個典型的農業縣，主要的農產品有稻米、甘蔗、玉米、咖啡及各類蔬果等，其中古坑的咖啡栽植於荷苞山上，位於海拔三百公尺的荷苞山，屬排水良好之沙質土壤，再加上處於亞熱帶氣候區，非常適合咖啡的生長，古坑的咖啡在台灣已經享有知名度，咖啡喝起來甘醇甜美，比國外的咖啡更具台灣獨特的風味。縣府發展「一鄉一特產，一鄉一特色」的觀光休閒產業外，也將分別設立各項專區，希望能結合地方的觀光資源，邁向經濟與休閒並重的縣市，使經濟的發展和休閒生活相輔相成。國人喝咖啡的風氣日益盛行，到處都可以見到咖啡館及人手一杯咖啡的景象，希望藉由台灣咖啡節活動舉辦，讓大家多認識台灣咖啡，94年全運會即將在下個月15日舉行，古坑咖啡希望打響第一砲。第三年舉辦，三年有成，越來越精彩、古坑真厲害，對觀光局及水保局的協助及投入心力，在地企業及農會之貢獻努力，全體同仁之努力致上最高謝意。古坑鄉長並就二個月內將辦理17場次提出說明，如山海一家親活動、橙山橙海、路跑、音樂會、親子寫生著色比賽、咖啡創意競賽、咖啡豆評鑑、劍湖山世界國際咖啡嘉年華系列活動、古坑深度之旅、咖啡特色館、影片展、觀光創意彩繪巴士競賽活動等。陳議長清秀亦勉勵古坑要訓練一群很能做生意之人，成為未來之陽明山，為雲林人揚眉吐氣，他並讚美古坑鄉農會供銷部排全省第一名、信用部排第十名之佳績。交通部觀光局曾國基組長亦希望古坑成為全民及國際友人旅遊觀光之聖地，觀光巴士來行使、人民好客環境好，結合發展觀光產業，古坑變成臺灣的第一。水土保持局長陳榮俊科長亦表示日據時代雲林古坑咖啡排名世界第二，有300公頃種植面積，很高興看到在921過後，雖然又有土石流但大家之胼手胝足重建之成果，目前古坑華山有120公頃之種植面積，雲林文學步道，增加更多文化氣息，農村72變，是積極推展目標。劍湖山世界蕭柏勳總經理表示：9月30日作為古坑鄉親日，古坑鄉民可憑身份證或戶口名簿免費入園共襄咖啡盛事，2005年劍湖山世界國際咖啡嘉年華活動將呈現中美洲熱情的拉丁風貌，50個摩天輪纜廂都有不同咖啡故事，觀覽美景同時品味咖啡，情調之浪漫絕無僅有。今日記者會現場有古坑鄉公所員工調酒泡咖啡、劍湖山咖啡迎賓舞、街頭藝人表演、大成商工調酒秀、鐘達達小提琴演奏等，場面非常熱絡。

2005 台灣咖啡節暨劍湖山世界咖啡嘉年華三十日隆重開幕 2005.09.30

雲林縣政府新聞資料參考稿 94.09.30

【雲林訊】2005 台灣咖啡節暨劍湖山世界咖啡嘉年華今（三十）日隆重開幕，繼去年台灣咖啡節成功締造雲林為台灣咖啡原鄉之專業品牌形象後，今年更以精緻內容與活動規劃，為喜好咖啡族打造一個優閒浪漫咖啡空間；代理縣長李進勇會中特別感謝中央及在地企業劍湖山世界的協助，藉由政府與民間企業結合打拼，一起創造台灣咖啡之奇蹟；值此同時九四全運會也即將在雲林縣舉行，李代縣長特邀全鄉親前一起來雲林縣享受一場精心安排的咖啡饗宴，遊山水喝咖啡，欣賞難得一見的運動精彩賽事，相信絕對不虛此行。2005 台灣咖啡節暨劍湖山世界咖啡嘉年華—「炒出雲林古坑旺盛生命力」開幕典禮上午在劍湖山世界摩天廣場舉行，由代理縣長李進勇及劍湖山世界副董事長游國謙共同主持，哥斯大黎加及海地大使賢伉儷、水土保持局長吳輝龍、古坑鄉長謝淑亞及地方各界應邀蒞臨盛會，劍湖山世界也推出「精靈寶貝迎賓舞」及哥斯大黎加的古魯邦達民間舞蹈的精彩舞蹈來歡迎來自各地的佳賓，場面熱鬧盛況空前。

代理縣長李進勇致詞時稱讚古坑鄉長謝淑亞為台灣咖啡夫人，對一年一度咖啡節盛事，越辦越好表達由衷敬意，台灣咖啡成功打響名號，正是政府與民間企業合作努力的奇蹟，特別感謝中央及在地企業劍湖山世界的共同打拼；水保局長吳輝龍則強調，台灣咖啡非但本身之香味外，還具有921過後地方復甦重建精神所在，以及地方共同參與社區濃厚意識，臺灣咖啡具有生命的活力。全國最大的咖啡盛事「台灣咖藝」，三年來每年創造出超過十億元的經濟產值，繼去年台灣咖啡節成功締造雲林為台灣咖啡原鄉之專業品牌形象後，今年以更精緻內容與活動規劃，為喜好咖啡族打造一個優閒浪漫咖啡空間。連續二個月的時間，將於雲林縣古坑鄉綠色隧道、大華山地區及劍湖山世界同步登場，系列活動將持續發燒到11月底。今年的台灣咖啡節相當熱鬧，系列活動包括山海一家親活動、橙山橙海、路跑、音樂會、親子寫生著色比賽、咖啡創意競賽、咖啡豆評鑑、劍湖山世界國際咖啡嘉年華系列活動、古坑深度之旅、咖啡特色館、影片展、觀光創意彩繪巴士競賽活動等。劍湖山世界則是訂今（三十）日做為古坑鄉親日，古坑鄉民都可憑身份證或戶口名簿免費入園共襄咖啡盛事，劍湖山世界表示，2005年劍湖山世界國際咖啡嘉年華活動將呈現中美洲熱情的拉丁風貌，50個摩天輪纜廂都有不同咖啡故事，觀覽美景同時品味咖啡，情調之浪漫絕無僅有，歡迎遊客來到劍湖山共享這一次難得的咖啡饗宴。

2005 台灣咖啡節·山海一家親活動 2005.10.01

【雲林訊】2005 台灣咖啡節·山海一家親活動，今天在綠色隧道舉行，與會貴賓有經濟部商業司司長杜紫軍、縣議會副議長蘇金煌、縣府建設局長廖錦城、交通旅遊局局長蔡宜呈、全國工會理事長汪雅康、北港鎮長、古坑鄉長、北港形象商團蔡宗哲理事長、古坑華山發展協會陳茂建理事長等多人，吸引成千上萬人參加。2005 年台灣咖啡節開幕了，在劍湖山舉行過隆重開幕儀式後，緊接著今（1）日在綠色隧道舉行山海一家親的活動，主題「吃北港大餅甜甜蜜蜜、喝古坑咖啡恩恩愛愛」，山海一家親活動之前八月四日時曾於雲林縣政府舉行結盟儀式記者會，兩商團已簽下合作協議書，此次是北港商團與古坑華山商團配合台灣咖啡節活動，以連姻方式在全國觀眾前熱鬧的舉行。活動中以代表雲林縣為農業重鎮，配合古坑綠色隧道之牛車做為迎親喜車的方式將二對新人鄭郁強、莊英政載進場，一路上由古坑鄉公所拉起的「幸福紅線」開導，由北港的報馬仔帶領迎親隊伍號角、聘禮走完全程二百公尺的長廊喜宴進入會場、熱鬧紛紛，新人與兩商團著名的聞名特產大餅與咖啡打扮的「大餅先生」、「咖啡小姐」是活動中所在的焦點，而活動中最特別的長廊喜宴由北港商團、華山商團與古坑鄉公所負責提供上百桌古坑北港名產的喜宴，宴請在場所有觀禮民眾，場面熱鬧非凡。此項活動還邀請商業司司長等貴賓到現場來福證整個儀式，並開咖啡酒慶祝，切大餅饗客，將雲林縣境內的兩大商團結合在一起，共同攜手向前，達到山海一家親的目的，未來希望將透過各項活動的結合，讓消費大眾更深一層了解北港及古坑商團的文化及景點，進一步吸引消費者走進雲林縣體驗雲林之美與樂趣。

2005 年台灣咖啡節系列活動跑路賽 2005.11.12

雲林縣政府新聞資料參考稿 94.11.12

【雲林訊】2005 年台灣咖啡節系列活動跑路賽，十二日上午在古坑鄉華山地區舉行，吸引超過一千位選手參賽，比賽相當熱鬧激烈，代理縣長李進勇及水土保持局長吳輝龍等人也應邀前往頒獎，李代縣長表示，2005 年台灣咖啡節愈來愈精彩，活動將一直持續到十一月底，歡迎還沒有來到雲林的全國鄉親，把握時間來雲林遊山水，品嚐香醇可口的台灣咖啡。2005 年台灣咖啡節九月三十日揭幕後每個星期都吸引相當多來自全國各地的遊客，主辦單位為提倡華山之美，同時達到追求運動，追求健康的目標，特地在大華山地區舉辦路跑賽，不僅讓報名的選手能體會華山之美，也藉此享受一下華山咖啡之醇。路跑賽共吸引超過千名選手參賽，由華山國小出發，比賽分為國小小女子組、國中女子組（七公里路跑賽）；高中

男女子組、大專男女子組、社會男女子組十六歲至三十五歲、社會男女子組三十六歲至四十五歲(十二公里路跑賽);長青男女子組(七公里路跑賽)等。歷經一上午的比賽,各組成績陸續揭曉,由李代縣長、水保局長吳輝龍、古坑鄉長謝淑亞等人將咖啡枝葉做成的桂冠戴在選手頭上,並致贈獎盃一座及咖啡禮盒等,比賽結果成績如下:國小男子組冠軍陳進益、國小女子組冠軍陳秀怡。國中男子組冠軍鄭堯今、國中女子組冠軍賴宇容。高中男子組冠軍廖士杰、高中女子組冠軍葉家菱。大專男子組冠軍吳永發、大專女子組冠軍許茹茵。社會男子組十六歲至三十五歲組冠軍王瑋誼、女子組冠軍李桂芳。社會男子組三十六歲至四十五歲組冠軍蕭國龍、女子組冠軍許翠芳。長青男子組冠軍郭文富、長青女子組冠軍李金英。

2005 台灣咖啡節今(27)日假古坑綠色隧道圓滿開幕 2005.11.27

【雲林訊】2005 台灣咖啡節今(27)日假古坑綠色隧道圓滿開幕,與會貴賓有水保局局長吳輝龍及水保局組長、工程師、李代理縣長及縣府民政、交通旅遊局長、文化局副局長、古坑代表會魏麗華主席、古坑鄉農會袁靖雄總幹事、劍湖山世界曾慶橫協理、逢甲大學周天穎教授等多人。首先欣賞順武堂特技團精彩氣功舞術特技表演。隨後李代理縣長頒發「花式咖啡創意競賽」得獎第一名:松園咖啡許博喻;第二名:十方客棧蕭惠美;第三名:海宴戴圳明;佳作:湖光山舍林明蓉、山海關張景科等五人。水保局局長吳輝龍頒發「2005 華山新詩徵稿」各組得獎人。承辦的古坑鄉長謝淑亞致詞表示:歡樂的時光總覺得特別快,這個活動圓滿順利,感謝水保局、縣府、農會、劍湖山世界、社區等單位協助,咖啡魔豆、咖啡飄香之魅力結合新詩文學以及將來戲曲、舞蹈、歌曲希望更能帶動地方休閒產業榴丁、鳳梨的蓬勃發展讓熱潮一直延續下去,就像今日陽光晴光萬里一般。李代理縣長致詞表示:台灣咖啡節已經辦理第3年,每年皆有很豐碩成果,古坑在從後重建地方發展產業打出一片天另人敬佩,水保局大力協助浴火重生、真是活菩薩,地方在地企業劍湖山世界的協助功不可沒,政府與民間企業結合打拼,一起創造台灣咖啡之奇蹟,面對外力有所競爭,要取得絕對優勢提昇團體合作思考廣義為喜好咖啡族打造一個優閒浪漫咖啡空間,更是共同努力目標。對即將功成身退之謝鄉長心裡也依依不捨,希望她在另外舞台為雲林繼續打拼。水保局局長吳輝龍致詞時稱讚古坑鄉長謝淑亞為台灣咖啡夫人,對一年一度咖啡節,越辦越好表達由衷敬意,台灣咖啡成功打響名號,第一年2003年舉辦即帶動四億元商機,第二年2004年舉辦即帶動十億元商機,第三年2005年舉辦即帶動十五億元商機,明年第四年2006年咖啡夫人是否繼續飄香嗎?接受外來挑戰他提出品質、品牌、品味與大家共勉,閉幕不是結束是飄香的開始。臺灣咖啡具有生命的活力能繼續傳遍各地。今日一整天主辦之雲林縣政府、承辦之古坑鄉公所、鄉民代表會更安排一系列熱歌勁舞,整個古坑綠色隧道人潮一波又一波。

「2006 華山詩人節—當咖啡遇上文學」 8月5日登場 2006.08.03

「2006 華山詩人節—當咖啡遇上文學」 8月5日登場
 發布日期:95年8月3日行政院農業委員會水土保持局8月3日表示,該局於921地震之後著手進行農村聚落重建工作,成果甚為豐碩,其中雲林縣古坑鄉華山更打響「台灣咖啡」的名號,為持續替台灣咖啡加溫,該局與雲林縣政府、古坑鄉公所及華山社區發展協會共同自8月5日起,盛大舉辦「2006 華山詩人節」系列活動,延續「2005 雲林詩人節」精神,以永續經營華山地區咖啡與文學特色為主題,進行一連串包括咖啡美食品嚐、小小詩人創意吟詩賽等精彩活動,帶領民眾遊覽當地,藉此再度認識華山豐富的咖啡文化。為迎接2006 華山詩人節到來,並鼓勵大小朋友多多參與小小詩人創意吟詩賽,八月三號記者會中,主辦單位之一雲林縣政府文化局劉銓芝局長特地著古裝,以古人之姿吟唱蘇軾著名的詞-水調歌頭,搭配古箏優雅悅耳的絲竹音樂,彷彿看到宋朝時期文人雅士吟詩作對、把酒問青天的畫面。劉銓芝局長表示,古時文人若能有香醇的華山咖啡相陪,必能文思泉湧,寫出文學造詣更高的詩詞,流傳千古。現場還邀請到雲林縣台語文研究學會張老師與五位小朋友,為大家帶來一段吟詩示範表演,可愛的小朋友穿著古裝,戴著古時進士帽,邊打響板邊吟唱現代詩-古坑咖啡及古詩將進酒的逗趣模樣,可是獲得滿堂采!!行政院農業委員會水土保持局表示,希望藉著2006 華山詩人節及創意吟詩活動,將華山咖啡與文學做一結合,擦出更不一樣的火花!!「2006 華山詩人節」活動,將於8月5日下午二點半於雲林縣古坑鄉華山文學步道廣場正式拉開序幕,此次活動為形塑華山地區「最有氣質的台灣咖啡」品牌及詩人節形象,將結合「吟詩大賽」、「社區表演」、「美食娛樂」等三大活動,將邀請全台詩人,包括季季、古蒙仁與綠蒂等文學家,齊聚雲林華山文學步道共度詩人節,透過一系列的表演節目安排,營造出典雅的活動氣氛。不同以往的是,活動中除知名詩人的現身,此次為將詩的文化往下紮根,特地舉辦小小詩人創意吟詩賽,將有許多小朋友以最有創意的方式吟詩,讓小朋友在認識詩的同時,也能發揮創意,展現文學氣息與創意特色。另外,絕不能錯過的華山特色—咖啡,民眾都能在舞台週邊一系列的攤位,免費品嚐到精緻咖啡與結合咖啡風味的當地美食,讓民眾在一邊欣賞表演的同時,能享受到嘉年華會般的熱鬧氣氛。更詳細的活動訊息,可上行政院農業委員會水土保持局農村風情網查詢(<http://rural.swcb.gov.tw/literature/>)

2006 台灣咖啡節 27日晚間6點30分於劍湖山世界燈瀑廣場隆重開幕 2006.10.25

雲林縣政府新聞資料參考稿 95.10.25
 【雲林訊】2006 年台灣咖啡節將於本月27日正式開鑼!整個活動期間從10月27日至12月10日止為期45天,今年古坑鄉公所結合古坑二大特產咖啡及柳橙,以其造型設計台灣咖啡節吉祥物小豆子、小橙子,「咖常橙意」的邀請全國鄉親前來雲林品嚐道地的台灣咖啡和柳橙的黃金傳奇,縣長蘇治芬上午在記者會中表示,期待全國鄉親的參與,尋找雲林的「神奇小魔豆」。2006 台灣咖啡節訂於27日晚間6點30分於劍湖山世界燈瀑廣場隆重開幕,主辦單位特別安排鼓動魔豆的晚會,由小豆子遇到小橙子譜出一段陽光、魔豆、健康、醇情的快樂樂章揭開序幕,晚會有燈瀑貓王秀、電火馬戲舞蹈秀等,精彩可期。雲林縣自2003年舉辦第一屆台灣咖啡節之後,在全國各地引起熱烈的迴響,台灣咖啡這一顆小魔豆如神話般在全國喝咖啡人士口耳相傳,帶動古坑咖啡相關產業如雨後春筍般快速發展,台灣咖啡亦成為雲林古坑的代名詞,三年多來的努力,鄉長林慧如表示,今年咖啡節拓展咖啡的廣度與深度,相信神奇小魔豆一定能帶給古坑更無限的願景與期望。為邀請全國鄉親一起來雲林縣喝咖啡,縣長蘇治芬今日上午特地在華山商園召開記者會,蘇縣長表示,創意活化產業,文化豐富觀光內涵,古坑鄉藉由一顆神奇小魔豆的魅力,重新找回社區的原動力,三年來帶動無數的觀光人潮前來古坑鄉,更期盼今年在古坑鄉公所及各界努力下讓再生的台灣咖啡發光發亮,歡迎全國鄉親一起來古坑,和香橙咖啡有段美麗的邂逅。古坑鄉長林慧如表示,古坑台灣咖啡在前任謝淑亞鄉長努力下搶得頭香,站上台灣龍頭的地位,為進一步豐富古坑咖啡文化的內涵,今年咖啡節特別規畫台灣咖啡音樂季,用音樂優美的旋律,配合古坑柳橙的「黃金傳奇」,徜徉山水田園間,將令鄉親們有載不動的美好回憶。

今年台灣咖啡節特色活動如下,詳情請上 <http://www.gukeng.gov.tw> 網站:10/26~1/7綠色隧道台灣咖啡意象館,地點:古坑鄉綠色隧道。10/27~12/10攝影藝術展,地點:古坑鄉農會。10/28晚上5點30分至9點30分音樂會,地點:古坑鄉綠色隧道。11/7上午8點30分至下午5點30分花式咖啡創意競賽,地點:劍湖山。11/10~12/9每天上午8點至下午5點採橙樂,提供民眾柳生生態教育,開放民眾採果。11/18~11/19台灣咖啡豆

評鑑，地點：古坑鄉農會。11/25上午7點至10點30分，賞燈路跑，地點：大華山地區。12/2~12/3橙山橙海，地點：古坑鄉綠色隧道公園。12/10開幕式，地點：華山國小。	
2006 台灣咖啡節橙山橙海活動	2006.12.02
<p>雲林縣政府新聞參考稿 95年12月2日</p> <p>【雲林訊】古坑鄉公所於今2日假古坑鄉綠色隧道舉辦2006台灣咖啡節橙山橙海活動，多樣以柳丁作主題所設計的活動內容輕鬆有趣，參加民眾對政府協助柳丁農的行銷活動都表認同，縣長蘇治芬也親抵現場促銷代言。柳丁與咖啡是古坑二大知名農特產，台灣咖啡節自10月27日舉辦以來，吸引來自全國大量人潮湧入古坑休閒旅遊，古坑鄉公所為進一步促銷古坑柳丁，今明二天在古坑綠色隧道，結合咖啡節舉辦橙山橙海活動。今天的活動邀請全國知名果汁女王蔣馥安到場表演調柳丁汁，其所調製的果汁造型相當美麗而且色香味俱全，引發參觀民眾濃厚的學習興趣。喝柳丁汁與柳丁投捕趣味活動民眾也熱情參與，會場另有民俗技藝、魔術及熱門舞蹈等表演，其中由大德工商以熱情傳統舞蹈表演的豐年祭「慶豐收」，精湛的演出更獲得民眾熱情回應。古坑鄉公所為確實協助農民行銷，設計柳丁創意包裝比賽並於會場頒獎表揚，鼓勵農民創意包裝增加價值，也貼心的在綠色隧道設置60個攤位的柳丁市集供柳丁農促銷。農委會副主委林國華也到場關心，縣長蘇治芬於致詞時表示，柳丁是一種極富營養價值的水果，近年來經政府、農民團體與農民三角合作共同努力下，柳丁與健康已經劃上等號，而古坑是一處值得居家休閒旅遊的好地方，歡迎大家來雲林-古坑踏青採鮮。</p>	
「咖啡魔豆、誰與爭鋒」記者會,蘇縣長為古坑咖啡代言	2007.05.25
<p>雲林縣政府新聞參考資料 96.05.25</p> <p>為弭平古坑農會咖啡事件對古坑大華山地區咖啡農的傷害，縣長蘇治芬偕同縣會議長蘇金煌及議員同仁，於今天上午舉辦「咖啡魔豆、誰與爭鋒」記者會，蘇縣長強調，雖然這次事件有值得檢討的地方，但卻無損古坑華山的盛名，古坑咖啡為台灣打響國際知名度，古坑咖啡自成的咖啡文化有其獨特迷人之處，鼓勵所有咖啡農，未來應結合華山特有生態、地理環境及文化，以深度旅遊開創華山的第二春。古坑咖啡在前任鄉長謝淑亞及所有咖啡業者共同努力下，短短不到幾年的時間打響台灣咖啡名號，古坑華山重現咖啡風華，一夕成名，奠定雲林台灣咖啡的地位，但連續二天的古坑農會咖啡事件，卻對當地咖啡農造成嚴重傷害及打擊，為此縣府今天特別召開記者會，並邀請高齡九十一歲的咖啡達人黃耕子先生與會，證明古坑咖啡最古老的地位。古坑咖啡業者的努力與付出，大家有目共睹，蘇縣長表示，希望不要因此事件抹殺所有咖啡農及業者辛勤努力所奠下的成果，上午的記者會中許多咖啡業者現場展現他們的技術與成果，向國人展示道地的古坑咖啡，證明雲林古坑是台灣咖啡的原鄉。蘇縣長表示，大家為魔豆共同的打拼，讓我們能品嚐到全世界最好喝的咖啡，相信此事件不會損及華山地區的盛名；蘇縣長進一步指出，咖啡文化和人的生活息息相關，牽動人與人的關係，不同的國家有不同的咖啡文化，古坑有其自成的咖啡文化，從咖啡栽種、咖啡豆的烘焙到調理咖啡都有其獨特之處。蘇縣長指出，為證明古坑咖啡農的技術與經驗，今年將辦理全國咖啡烘焙大賽，蘇縣長也肯定業界組成產業聯盟，致力於環境改善、服務品質提昇及咖啡文化的營造，並不斷切磋研發，讓消費者能品嚐到最優質的台灣咖啡，未來縣府也將協助在地產業，結合華山特有生態、地理環境及文化，以深度旅遊為古坑華山咖啡開創第二春。鄉長林慧如則因為此次事件傷及全國民眾和古坑咖啡的感情，深深一鞠躬向全國民眾道歉，議長蘇金煌也站出來「掛保證」，為古坑咖啡背書，強調古坑咖啡的技術與經驗受國際肯定；謝淑亞議員則強調，喝咖啡是一種感覺，來古坑喝一杯道地的台灣咖啡，欣賞美麗夜景，就是人生一大享受，誠如謝議員所說，「再忙，也要喝一杯古坑咖啡」。</p>	
古坑鄉綠色隧道台糖鐵道車廂再利用美化工程	2007.06.22
<p>古坑鄉綠色隧道台糖鐵道車廂再利用美化工程：960622</p> <p>本府為充分利用古坑鄉綠色隧道特色，解決現有攤販問題並帶動地方之觀光休閒產業，於95年度向交通部觀光局爭取補助經費1,169萬1,000元，本府配合170萬元，總計1,339萬1,000元辦理，工程即將驗收，預計於7月完工，配合2007台灣咖啡節正式營運，營造優質溫馨的旅遊空間。本工程於95年11月21日發包，復於95年11月30日訂定工程契約完成，契約金額為1150萬元整，95年12月4日申報開工，施工期限150日曆天，工程於96年5月20日全部竣工，目前正辦理驗收結算中，相關設施77節車廂（車頭1部、客車1部、糖包車2部、甘蔗車2部、風味車廂37部、販賣車廂25部、平台車廂7部、守車2部）、旗桿座、指示牌、座椅等，將於驗收完成後交由古坑鄉公所營運維護管理。本工程充分利用現況，以景觀設計之手法，重新賦予台糖閒置五分車廂新生命；未來可解決古坑鄉綠色隧道現有攤販問題及整頓美化該區環境並發展地方傳統觀光事業，另結合現有觀光資源，形塑具地方特色之觀光市集，且強化地方特殊節慶之活動內容，成為常態性展示古坑鄉農特產品及傳統休閒產業之櫥窗，並可增進雲林生活圈範圍內之生活內涵與品質，引入新形態之市集消費方式，增加都會生活與城鄉交流之豐富性。</p>	
「農業首都在雲林」— 咖啡美景相伴 展開人文對話	2007.07.20
<p>雲林縣政府新聞參考資料 96年7月20日</p> <p>首屆「2007台灣運動暨休閒產業展」7月19日在台北世貿中心揭幕，雲林縣政府委託「雲林縣觀光休閒產業策略聯盟」規劃參展，現場除提供本縣優質旅遊資訊外，並展出雲林縣精緻旅遊景點、農特產品及精緻伴手禮，20日副縣長邱上嘉更親臨會場，邀請民眾一起到雲林遊玩，品嚐獨一無二的古坑咖啡。由經濟部國貿局委託外貿協會主辦的首屆「2007台灣運動暨休閒產業展」，於7月19日至22日在台北世界貿易中心展出四天，該展為促進國內運動暨休閒產業發展，展出台灣各種休閒運動生活資訊和產品，以滿足時下消費者需求。本次雲林縣展出攤位以「農業首都在雲林」為主題，現場除了提供本縣觀光導覽相關資訊產品讓民眾自由取閱之外，並展示雲林特有的精緻伴手禮，希望除了提供優質旅遊資訊之外，並推廣雲林特有伴手禮及精緻旅遊景點，加深國內外遊客對雲林縣觀光產業的印象。現場並提供現煮古坑咖啡及伴手禮試吃，讓參觀民眾在咖啡香氣的圍繞下，體驗雲林山與海的美麗景緻。雲林縣副縣長邱上嘉20日親臨現場參觀，除了親自向參觀民眾介紹雲林的精緻伴手禮及旅遊景點，並表示雲林具有山與海環繞的獨特意象，不論白天還是夜晚都別有一番風味，又擁有許多美味的農特產品，歡迎大家相約到雲林走走，品嚐在地美味。</p>	
瓜地馬拉工商代表團走訪古坑華山咖啡園區,邱副縣長代表歡迎	2007.08.09
<p>雲林縣政府新聞參考資料 96.08.09 (附相片)</p> <p>瓜地馬拉經濟部次長 Mr. Sigfrido Lee 所率領之工商代表團一行約10人下午走訪古坑華山咖啡園區，邱副縣長代表蘇縣長歡迎參訪團一行人的到來，也特別向團員說明蘇縣長的農業首都理念，在地咖啡業者也利用機會和團員們進行意見交流，汲取更多的咖啡栽培分級技術；邱副縣長強調，瓜地馬拉擁有歷史悠久的咖啡產製經驗，希望兩國此次的交流，能將台灣咖啡的原鄉古坑推向國際舞台。瓜地馬拉經濟部次長 Mr. Sigfrido Lee 所率領之工商代表團一行約10人在縣議員謝淑亞的陪同來到</p>	

古坑華山咖啡園區參訪，邱副縣長率同文化局長孫福應、新聞局專員林孟儀等人在場表示歡迎，邱副縣長誠摯的邀請瓜國參訪團能在十月古坑台灣咖啡節再度蒞臨，體驗不同於瓜國的咖啡盛祭。邱副縣長首先代表蘇縣長表示歡迎之意，並說明蘇縣長的農業首都理念，強調雲林縣農業產值很多，但大部份屬於傳統產業，古坑華山咖啡的成功，是產業結合在地人文生活最成功的典範，特別是謝議員在鄉長任內將觀光和在地產業做最好的結合，成功打響華山台灣咖啡的名氣。邱副縣長進一步指出，我們並不以這樣子的名氣而滿足，在地業者仍積極找尋提昇產能的方法，瓜地馬拉向來以咖啡聞名，希望藉由本次相互學習交流的機會，把他們的經驗帶到古坑，同時也把古坑台灣咖啡推向國際舞台。由於縣府目前正積極籌辦一年一度的台灣咖啡節活動，邱副縣長也利用此次機會邀請參訪團再度蒞臨，邱副縣長強調這是一個國際交流非常重要的機會，特別是古坑台灣咖啡節有一系列動，除了喝咖啡之外，還可以享受這邊的好山好水和農村生活，或許會流連忘返決定留在雲林，而此話一出，也讓現場團員哈哈大笑，氣氛相當和諧溫馨。

2007 台灣咖啡節將於 10 月 13 日晚間 7 點於古坑華山國小隆重開幕 2007.10.04

雲林縣政府新聞參考資料 96.10.04 (附相片)
 2007 台灣咖啡節將於 10 月 13 日晚間 7 點於古坑華山國小隆重開幕，今年一系列活動從 10 月 13 日至 11 月 4 日，每周六、日在華山咖啡園區及古坑鄉綠色隧道熱鬧展開；縣府文化局今天下午召開記者會，特別邀請到水保局長吳輝龍擔任咖啡一日店長；文化局長孫福應特別代表縣長蘇治芬，與吳輝龍局長及 4 位咖啡美人，邀請全國鄉親一起來到雲林賞玩，體驗古坑台灣咖啡的濃濃飄香。2007 台灣咖啡節今年由縣府主辦，古坑鄉公所、Hit Fm 聯播網 Fm90.1 高屏電台、華山休閒產業促進會、雲林縣觀光休閒產業策略聯盟協會、古坑鄉農會、台灣咖啡協會等單位所共同承辦，主要著重在咖啡的專業烘焙與原味探索，彰顯雲林縣古坑咖啡在台灣的指標性及地位，同時也象徵古坑純樸自然的風情與真性情。雲林縣政府今年將咖啡節擴大舉行，在行政院農委會水土保持局、交通部觀光局、經濟部國貿局、瓜地馬拉駐華大使館等中央單位與雲林地方行政單位、商家的大力協助，並結合古坑鄉農會活動與 2007 華山詩人節共同宣傳，從 9 月至 11 月只要來到古坑華山地區就能感受咖啡與文學的浪漫氣息。2007 台灣咖啡節每周主題活動首先登場的是 10 月 13 日星期六 7 點至 9 點位於華山國小的「開幕晚會」，除了將邀請縣長蘇治芬、咖啡美人走秀之外，另有明星歌手王傳一、Tank、辛曉琪、陳偉聯、錦繡二重唱及棒棒堂熱鬧開唱，與大家共同迎接 2007 台灣咖啡節活動的到來。

文化局長孫福應表示，10 月 13 日至 11 月 4 日每周末在綠色隧道將有好吃、好玩的「咖啡香謝大道」，咖啡香謝大道市集包含咖啡文物展、街道咖啡區、受刑人手工藝品展售、農特產品展售、遊憩車廂及精彩爵士樂、樂團表演等；10 月 20、21 日除了全省的「咖啡豆評鑑會」之外，在華山咖啡園區也將舉辦「魔豆畫屏創作比賽」，廣邀全省大專院校學生來創意造型咖啡豆；10 月 20 日在綠色隧道舉行的「中華電信活力嘉年華」活動，歡迎全國親友來闖關，手機大獎等你拿。10 月 22 日於雲林科技大學國際會議中心舉辦的「台灣國際咖啡論壇」，將邀請瓜地馬拉咖啡產業專家及國內咖啡業者交流咖啡產業升級議題及咖啡評鑑技術，一同為台灣咖啡產業注入新的生命力；10 月 23 日的「全國花式咖啡表演」也將在劍湖山王子大飯店宴會廳盛大展開，活動現場除了能看到全國專業吧檯花式咖啡師傅的表演外，還有餐飲相關大專院校學生一展身手。今年首次舉辦的「咖啡樂活市集」將於 10 月 26 至 28 日在華山國小舉辦，活動包含台灣咖啡品嚐、咖啡豆交易市集、咖啡烘焙比賽，喜歡喝咖啡的民眾可以來這裡盡情品嚐咖啡，全省咖啡業者與行家也能到這裡挑選優質咖啡豆。由雲林縣政府民政局、雲林國際巨星婚紗與巴黎時尚精品婚紗所共同舉辦的「花嫁雲林·啡嚐幸福」雲林縣集團結婚將在 10 月 27 日當天於綠色隧道草原廣場舉行，為今年的咖啡節活動帶來溫馨又幸福的氛圍，即日起至 10 月 15 日全省想結婚的新人都可撥打 05-5342421 報名；最後於 11 月 4 日的開幕活動中，也將有豐富的抽獎活動，讓大家有機會把自行車、時尚手機、NDSL、數位相機、高級音響等獎品帶回家。除了為期 4 週的重點活動之外，還有「咖啡尋寶觀光護照」免費索取，護照將有 2007 台灣咖啡節活動介紹、雲林古坑鄉咖啡及民宿商家折扣優惠等精采實用訊息、摸彩券讓大家愛不釋手。咖啡尋寶觀光護照 10 月 5 日起可至古坑華山咖啡園區商家、全省 Hit Fm 聯播網、雲林縣政府索取，10 月 10 日起在全省萊爾富便利商店也都能免費領取。活動詳情可至 2007 台灣咖啡節網站 <http://2007coffee.yunlin.gov.tw> 查詢

蘇縣長與陳菊市長共同為雲林古坑咖啡代言 2007.10.11

雲林縣政府新聞參考資料 96.10.11
 2007 台灣咖啡節即將於 10 月 13 日開幕，為加強行銷咖啡節特色，吸引更多民眾到雲林，蘇縣長 11 日特地到高雄市政府與陳菊市長共同召開記者會，為雲林古坑咖啡代言，陳菊市長盛讚古坑咖啡香醇美味，農特產品豐富。蘇縣長也深入介紹雲林農產特色，並邀請全國民眾一起到雲林觀光，品嚐道地台灣咖啡原味。2007 台灣咖啡節將於 10 月 13 日至 11 月 4 日在綠色隧道舉辦，今年主要重點在於突顯咖啡的專業烘焙與原味探索，彰顯雲林縣古坑咖啡在台灣的指標性地位，同時也展現古坑純樸自然的風情與真性情。並首度搭配幸福產業推動，舉辦「花嫁雲林·啡嚐幸福」集團結婚，將在 10 月 27 日當天於綠色隧道草原廣場舉行，為今年的咖啡節活動帶來溫馨又幸福的氛圍。縣府為加強行銷咖啡節活動特色，以增進曝光度，吸引更多民眾到雲林來，11 日由蘇縣長親自率同文化局長到高雄市政府召開記者會，華山業者在市府中庭現場煮咖啡，一時之間整棟市政大樓瀰漫濃郁的咖啡香味，吸引許多市府員工的駐足觀看及品嚐，高雄市長陳菊也親自參與記者會，對於古坑咖啡香醇豎起拇指稱讚，也請民眾多到雲林觀光，品嚐雲林最香最濃的台灣咖啡。蘇縣長除詳細介紹台灣咖啡節的各項活動外，也深入介紹雲林豐富的農特產，包括目前極力打開日本市場的洋桔梗、北港大餅及在現場現烤的烏魚子等，也表示今年咖啡節主題更融入幸福產業，與高雄市政府推動的幸福城市相近，將在古坑綠色隧道舉辦集團結婚，讓喝咖啡也能洋溢著喜氣洋洋的氣氛，屆時也邀請全國民眾一起到雲林來感受幸福的滋味。2007 台灣咖啡節首先登場的是 10 月 13 日晚上在華山國小的「開幕晚會」後，每周末在綠色隧道均有好吃、好玩的「咖啡香謝大道」，農特產品展售、遊憩車廂及精彩爵士樂、樂團表演等；10 月 22 日於雲林科技大學國際會議中心舉辦的「台灣國際咖啡論壇」，將邀請瓜地馬拉咖啡產業專家及國內咖啡業者交流咖啡產業升級議題及咖啡評鑑技術，一同為台灣咖啡產業注入新的生命力；10 月 23 日的「全國花式咖啡表演」、26 日起 28 日的咖啡樂活市集等。主辦單位也印製「咖啡尋寶觀光護照」免費索取，護照將有 2007 台灣咖啡節活動介紹、雲林古坑鄉咖啡及民宿商家折扣優惠等精采實用訊息及摸彩券。有需要民眾可至古坑華山咖啡園區商家、全省 Hit Fm 聯播網、雲林縣政府索取，10 月 10 日起在全省萊爾富便利商店也都能免費領取。活動詳情可至 2007 台灣咖啡節網站 <http://2007coffee.yunlin.gov.tw> 查詢。

台灣咖啡節 10 月 20、21 日活動訊息 2007.10.19

咖啡魔豆比樂趣 綠色隧道比熱鬧 日期：96.10.19
 2007 台灣咖啡節本週 10/20(六)、10/21(日)將進行第二週的活動，並於雲林縣古坑鄉華山國小舉辦「魔豆畫屏創作比賽」，利用咖啡豆、熱熔膠、畫板 DIY 創作各式各樣的創意意象，目前吸引了全國愛好咖啡者熱情參賽，比賽時間從早上 9 點至下

<p>午5點，並開放現場報名。為了鼓勵全省民眾體驗魔豆(咖啡豆)的神奇，並更進一步貼近咖啡的原始風貌，本府及華山休閒產業促進會等單位共同主辦「魔豆畫屏創作比賽」帶領全省民眾從一顆顆的咖啡豆DIY中找到咖啡的樂趣，雙人組第一名可獲得5000元獎金，團體組第一名可獲得獎金1萬元，參賽者並有紀念品帶回家。10/20、10/21兩天除了進行魔豆創作比賽之外，活動現場也將有樂團表演、還有咖啡小達人現場煮咖啡供民眾免費享用，歡迎全省民眾到雲林古坑體驗魔豆的神奇、免費享受咖啡及音樂的樂趣。而從10/13~11/04台灣咖啡節活動期間每周末於綠色隧道進行的「咖啡香樹大道」，除了依舊有咖啡相關美食展、精采表演之外，本週末將有雲林縣北港大餅供民眾免費試吃、寵物相見歡活動、免費寵物健診、流浪狗認養登記、竹蜻蜓DIY教學活動以及老照片攝影展、咖啡文物展等活動讓民眾在咖啡香樹大道體驗咖啡的萬種風情，歡迎民眾帶著全家大小、寶貝寵物一起到雲林古坑喝咖啡、創意DIY，活動詳情可撥打雲林縣政府文化局05-5336104或07-5542106Hit Fm90.1高屏廣播電台。</p>	
<p>2007台灣咖啡節系列活動「活力嘉年華 親子來闖關 遊戲這樣玩」活動</p>	<p>2007.10.20</p>
<p>雲林縣政府新聞參考資料 961020 2007台灣咖啡節系列活動「活力嘉年華 親子來闖關 遊戲這樣玩」活動於10月20日上午9時起在古坑鄉綠色隧道廣場舉行，現場吸引許多民眾全家出動，並參加各項親子闖關遊戲，度過一個愉快的週末假期。今天適逢週末假日，陽光普照、天氣涼爽，是適合全家出遊的日子，中華電信配合2007台灣咖啡節，在景氣優美、綠意盎然的古坑綠色隧道廣場舉辦系列活動，由於活動內容生動、活潑、精彩並有多項親子遊戲，因此吸引許多民眾前往參加。今天的活動內容包括愛心義賣、舞台表演及親子闖關遊戲等，愛心義賣所得將全數捐贈家扶中心及聲暉等機構；舞台表演則邀請雲科大國標、熱舞、有氧等社團及環球技術學院熱舞社及國樂社等做精彩的表演；親子闖關遊戲共有14項，只要闖關八關以上即可參加摸彩。由於闖關遊戲好玩有趣，又可親子同樂，因此給參加遊戲的家庭留下難忘的回憶。</p>	
<p>全國花式咖啡創意表演</p>	<p>2007.10.22</p>
<p>雲林縣政府新聞參考資料 961022 全國花式咖啡創意表演雲林縣古坑鄉是台灣咖啡的原鄉之一，近年來古坑咖啡更維持著台灣咖啡的代表地位，雲林縣政府特訂於96年10月23日(星期二)10:00-16:00於劍湖山世界王子大飯店國際宴會廳舉辦全國花式咖啡創意表演活動。咖啡前端的種植、生態、管理、採收，進而中端的水洗、發酵、去漿、日曬等加工處理，再到生豆烘焙、研磨、沖煮出一杯香醇的咖啡，整個產製程的每個環節，皆有它的農業知識與管理技術，然而位於最末端的、與文化創意相結合的，便是花式咖啡的部分了，在沖煮出一杯好的原味咖啡(black coffee)後，經過特調、拉花，使得咖啡產生多樣的變化，不只是觸動味蕾的激渴，更是人們視覺的饗宴。拿鐵的多層次呈現、卡布奇諾的拉花風情，為咖啡注入了文化創意元素，在咖啡餐飲中，有它一定的重要性。本活動的目的是希望藉由延請目前全國知名專業吧檯人士，並提供各大學高職院校餐飲系科學生舞台，將全國各地精英聚集，作出精采表演，相互觀摩，使台灣在花式咖啡這個消費末端，亦能起領頭作用，塑造優質的台灣咖啡文化。</p>	
<p>2007台灣國際咖啡論壇</p>	<p>2007.10.22</p>
<p>雲林縣政府新聞參考資料 961022 2007台灣國際咖啡論壇於10月22日上午10時在國立雲林科技大學國際會議廳舉行，文化局孫福應局長、新聞局蔡宜呈局長均參加活動，孫局長並代表蘇縣長致詞：台灣咖啡有著優良的品質，古坑咖啡更有獨特的風味，古坑咖啡應走入國際市場並與國際交流。雲林縣自2003年辦理台灣咖啡節之後，在各界引起熱烈的迴響，並帶動古坑咖啡相關產業快速的蓬勃發展。雲林縣古坑鄉一向被譽為「台灣咖啡原鄉」，所生產的台灣原生咖啡，味道甘甜香濃，有一番台灣在地風味。近年來由於各界全力支持與合作，成功打響古坑台灣咖啡的美名，更奠定了台灣咖啡原鄉的地位。由於古坑鄉風光明媚、風景秀麗目前已成為全國民眾休閒旅遊的重要景點之一，利用假日上山賞景品嚐美味咖啡的民眾更是絡繹不絕。2007年雲林縣所舉辦的台灣咖啡節，延續地方政府致力發展當地觀光休閒產業，以「一鄉鎮一特產」為出發點，結合當地的景觀及特產，行銷雲林的產業特色帶動地方農特產品商機及活力，除此之外，今年的台灣咖啡節也將走向國際化，讓古坑休閒及觀光農業更蓬勃，進而開拓國際市場。瓜地馬拉為主要的咖啡生產國，其生產的咖啡品質優良，在國際上享有「咖啡王國」之美譽，目前也是台灣第四大咖啡供應國，其所生產的咖啡香純濃郁，深獲台灣民眾喜愛。因此台灣咖啡協會及中美洲經貿辦事處計劃提案，會同經濟部國貿局、雲林縣政府及瓜地馬拉駐台大使館，於台灣咖啡節共同舉辦「2007台灣國際咖啡論壇」，邀請瓜地馬拉咖啡局之專家學者來台，與台灣咖啡業者進行交流，並就咖啡種植技術及市場行銷經驗進行分享。「2007台灣國際咖啡論壇」的舉辦及瓜地馬拉咖啡專家的參與，讓雲林縣所舉辦的台灣咖啡節活動內容更加增色，國內民眾及台灣咖啡業者及生產者透過活動的參與，不僅能體驗咖啡的濃情香醇，更增進咖啡的專業知識及國際性的專業交流，盡情享受一場深度咖啡人文之旅。本次活動不只为雲林縣古坑鄉地方咖啡產業注入新的生命力，並增加台灣咖啡節活動的國際能見度，也提供與我國中美洲最重要之邦交國相互交流的機會，進而鞏固兩國之邦誼，讓這一顆神奇的小魔豆串起兩國人民的心，並帶給兩國無遠弗屆之願景。</p>	
<p>瓜地馬拉領事一行人 綠色隧道品嚐台灣咖啡</p>	<p>2007.10.22</p>
<p>雲林縣政府新聞參考資料 96.10.21 2007台灣咖啡節進入第2個周末假期，再度吸引觀光人潮湧入古坑鄉綠色隧道遊憩；21日下午縣府特別邀請到瓜地馬拉駐華大使館秘書兼領事耶雷拉及咖啡專家等人，一起來到有如巴黎香樹大道的綠色隧道品嚐古坑台灣咖啡，對於古坑出產的台灣咖啡，耶雷拉等人稱讚，表示咖啡這顆魔豆把大家聚集在一起，同時台灣咖啡的品質，已經和瓜地馬拉有相同水準，相當醇美值得品嚐。縣府文化局長孫福應、縣議員謝淑亞下午陪同瓜地馬拉駐華大使館一等秘書兼領事耶雷拉、國家咖啡協會常務理事史卡斯及杯測師安伯羅西歐等人，一起來到位如香樹大道的古坑綠色隧道，品嚐香醇美味的台灣咖啡，享受一個悠閒寧靜的午后時光。孫福應局長特別以台灣咖啡招待耶雷拉等佳賓，大家坐在台灣魔豆館前一邊聽音樂，一邊品嚐咖啡，這份雅緻讓耶雷拉等人印象深刻，耶雷拉表示，台灣咖啡喝起來相當醇美，品質已和瓜地馬拉生產的咖啡豆有相同的水準；杯測師安伯則表示，咖啡的魔力讓大家聚集在一起，他也稱讚古坑的台灣咖啡香醇好喝。文化局長孫福應表示，縣府為提升台灣咖啡的產業競爭力，今年的台灣咖啡節特別舉辦台灣國際咖啡論壇，邀請瓜地馬拉的杯測鑑定專家，現場解說並示範國際專業咖啡杯測過程，如何品評咖啡豆的原味，活動時間為22日上午9點30分於雲林科技大學國際會議廳。孫局長表示，透過論壇的舉行將讓台灣咖啡邁向國際化及多元化，國內民眾不僅能體驗咖啡的濃情香醇，更能增進咖啡的專業知識，盡情享受一場深度咖啡人文之旅，也為雲林的地方產業注入新的生命力。</p>	
<p>2007台灣咖啡節系列活動—全國花式咖啡創意表演</p>	<p>2007.10.23</p>
<p>雲林縣政府新聞參考資料 96.10.22</p>	

<p>2007 台灣咖啡節系列活動—全國花式咖啡創意表演,22 日在古坑劍湖山王子大飯店國際會議廳舉行,邀請 6 位專業吧檯師、6 間高中職、大學餐飲科系得獎學生演出,文化局孫福應表示,希望藉由延請目前全國知名專業吧檯人士,並提供各大學高職院校餐飲系科學生舞台,將全國各地精英聚集,作出精采表演,相互觀摩,使台灣在花式咖啡這個消費末端,亦能起領頭作用,塑造優質的台灣咖啡文化。全國花式咖啡創意表演今天於劍湖山世界王子大飯店國際宴會廳舉行,邀請蔣靄安、項春立、李文興、賴龍柱、蘇雅芬及吳益憲 6 位專業吧檯師,中華技術學院、環球技術學院、樹德家商、致遠技術學院、嘉義興華中學及東吳高職學生精彩的演出,更是得滿堂采。蔣靄安、項春立老師表演的愛爾蘭火焰咖啡,將火焰直接倒入咖啡中令人驚豔,項春立老師表示,用生活玩樂的心情才能有新的創作,突破自己,研發出各式的花式咖啡,幾位老師所精心設計的花式咖啡也請現場來賓品嚐,掀起會場高潮。幾位專業家表示,咖啡自前端的種植、生態、管理、採收,進而中端的水洗、發酵、去漿、日曬等加工處理,再到生豆烘焙、研磨、沖煮出一杯香醇的咖啡,整個產製程的每個環節,皆有它的農業知識與管理技術,然而位於最末端的、與文化創意相結合的,便是花式咖啡的部分了,在沖煮出一杯好的原味咖啡(black coffee)後,經過特調、拉花,使得咖啡產生多樣的變化,不只是觸動味蕾的激渴,更是人們視覺的饗宴。拿鐵的多層次呈現、卡布奇諾的拉花風情,為咖啡注入了文化創意元素,在咖啡餐飲中,有它一定的重要性。</p>	
<p>2007 台灣咖啡節 10 月 26.27.28 日活動訊息</p>	<p>2007.10.26</p>
<p>2007 台灣咖啡節 週週給你不同的驚艷 96.10.26 為期四週的 2007 台灣咖啡節,本週進行到第三週,從第一週的開幕演唱會、咖啡香榭大道至第二週的台灣國際咖啡論壇、全國花式咖啡表演、魔豆畫屏創作比賽、全國咖啡豆評鑑等,每週皆吸引了數萬人次參加。而本週 10/26~10/28 依舊有「咖啡香榭大道」、並有「花嫁雲林·啡嚐幸福」集團結婚、咖啡樂活市集等活動,歡迎民眾至雲林古坑鄉品嚐咖啡、享受樂活。10/26~10/28 早上 9 點至下午 5 點於華山國小進行的「咖啡樂活市集」,26 號將邀請全國烘焙大師進行咖啡生豆烘焙,27 號並有咖啡免費品嚐會,邀請民眾現場品嚐及評選,28 號舉行咖啡豆拍賣會,也是全國首場咖啡生豆交易活動,歡迎全國咖啡專家、咖啡業者、喜歡喝咖啡的朋友踴躍前往。10/27 早上 9 點在綠色隧道舉行的「花嫁雲林·啡嚐幸福」雲林縣集團結婚,今年吸引了共 33 對新人參加,雲林縣長 蘇治芬擔任主婚人,將雲林縣的女兒們一一嫁出去;除了 33 對雲林在地及來自外縣市的新人們,婚禮當天也將邀請雲林縣 100 對模範佳偶蒞臨現場接受表揚;此場結合 2007 台灣咖啡節所舉辦的集團結婚將結合「喝咖啡·許承諾」的橋段,象徵新郎照顧妻子一生一世的承諾,新人將以交杯咖啡互許終生,歡迎民眾一起前往活動現場觀禮並共同分享幸福的喜悅。而每週六、日在綠色隧道進行的「咖啡香榭大道」,27 號中午除了有北港大餅免費品嚐之外,27、28 號當天只要是國小以下的小朋友,到服務台即可免費索取竹蜻蜓乙支(每日限量發送 400 支),活動會場並提供摸彩券給大家索取,獎項有 wii、自行車、ndsl、數位相機、高級音響等豐富大獎;另在華山國小的咖啡樂活市集也預有 200 支竹蜻蜓以供索取,屆時活動會場將會有滿天飛舞的竹蜻蜓和充滿歡樂的童笑聲,歡迎全省民眾來雲林古坑品嚐咖啡、全家大小一起來體驗懷舊童玩、朋友相約來逗熱鬧,活動詳情可撥打雲林縣政府文化局 05-5336104 或 07-5542106Hit Fm90.1 高屏廣播電台。</p>	
<p>花嫁雲林&啡嚐幸福雲林縣 2007 集團結婚饗宴</p>	<p>2007.10.27</p>
<p>雲林縣政府新聞參考資料 961027 花嫁雲林&啡嚐幸福雲林縣 2007 集團結婚饗宴「花嫁雲林&啡嚐幸福」雲林縣 2007 集團結婚於 10 月 27 日上午在雲林縣古坑綠色隧道舉行,共有 32 對新人參加,由蘇治芬縣長擔任主婚人,並在所有參加活動的新人家屬及觀禮民眾祝福見證下,完成終身大事。整場活動從上午在縣府前廣場舉行的縣府嫁女兒活動揭開序幕,由蘇縣長及縣府一級主管將新娘交由新郎迎娶上禮車,組成幸福車隊遊行至古坑綠色隧道,然後再安排 32 對新人們你儂我儂騎乘協力車,並且步上劍門紅地毯接受眾人的祝福,另外,還有北港鎮及古坑鄉等 20 鄉鎮市的幸福佳偶接受表揚。蘇縣長到場除了對即將攜手共創幸福家庭的 32 對新人表達祝福外,也表示這次在綠色隧道舉行婚禮,適逢 2007 台灣咖啡節,由於雲林古坑正好是台灣咖啡的故鄉,因此,透過新人們共飲咖啡,許下一生一世承諾的活動內容,蘇縣長以好喝的咖啡需經過長時間烘焙、研磨和煮製的過程,期勉 32 對新人,只要夫妻雙方攜手同心經營婚姻,珍惜得來不易的緣份,就如同咖啡的香醇雋永,耐人尋味,一定能夠克服所有困難,白頭偕老,永浴愛河。由雲林縣政府第一次舉辦的集團結婚,在主辦單位精心安排的新郎新娘騎協力車、喝交杯咖啡互許終生和甜蜜的愛戀擁吻等活動的溫馨浪漫氣氛中,讓在場觀禮的親朋好友都分享到這場婚禮饗宴的歡樂喜氣。並在百對佳偶祝福、新人們深情擁吻、交換愛的信物與許下愛的承諾等象徵百年好合及長長久久的儀式中,可說又為綠色隧道增添一頁浪漫美麗的愛情記事。經由主辦單位精心安排的新郎新娘騎協力車、喝交杯咖啡互許終生和甜蜜的愛戀擁吻等活動的溫馨浪漫氣氛中,都分享到這場婚禮饗宴的歡樂喜氣。</p>	
<p>台灣咖啡節咖啡豆拍賣活動</p>	<p>2007.10.28</p>
<p>雲林縣政府新聞參考資料 96 年 10 月 28 日 由行政院農委會水土保持局、雲林縣政府及古坑鄉公所聯合主辦之台灣咖啡節咖啡豆拍賣活動於 28 日下午 3 時假古坑華山國小操場隆重開幕,配合台灣咖啡節活動結合辦理,自 26 日至 28 日共舉辦 3 天,由咖啡烘焙競賽先暖身,由遊客及專家評選各家烘焙好手所烘焙之咖啡豆,及華山詩人節活動,最後就是活動高潮-樂活市集拍賣會活動,凡經咖啡豆評鑑入圍前 40 名者,均可參加此次拍賣會,未入圍者也可參加活動之交易市集,拍賣會由古坑鄉華山休閒產業促進會會長張景科主持,與會貴賓除雲林縣政府縣長蘇治芬親自蒞臨指導外,包括縣府文化局課長蔡宜霖、古坑鄉鄉長林慧如、及華山休閒產業促進會會員等人均全程參與,一起見證這一場兼具文化藝術的咖啡拍賣會。雲林古坑華山地區長期來由行政院農委會水土保持局及縣府進行輔導,積極協助社區發展產業、休閒、觀光等行銷活動,並建設公共設施、規劃環境保護等,在社區居民的共同努力下,於今年獲得第一屆「十大經典農漁村」之殊榮。今天的活動參展時間由早上 9 時至下午 2 時,拍賣物品分 1.咖啡生豆:參加咖啡生豆評鑑,前 40 名者,均可參加此次生豆拍賣會;2、烘焙熟豆:參加烘焙熟豆比賽,前 10 名可參加熟豆拍賣會活動,下午 3 時開幕式後,拍賣會活動正式展開,由蘇縣長及張會長共同主持拍賣會,經現場愛好咖啡觀眾參與下,拍賣會交易非常熱絡,今年咖啡豆特等獎由嘉義縣阿里山方政倫奪得,每 10 公斤咖啡豆標得新台幣 36 萬元高價,得標者是古坑鄉華山休閒產業促進會;另 2 名頭等獎,陳慶輝先生所種咖啡豆由仙地咖啡標得新台幣 2 萬元,林助先生所種咖啡豆由林慧如鄉長標得新台幣 2 萬元;貳等獎 2 名,陳得先生所種咖啡豆由仙地咖啡標得新台幣 1 萬 1 仟元,王仁助先生所種咖啡豆由重點咖啡標得新台幣 1 萬 4 仟元。</p>	
<p>台灣咖啡節最終週活動</p>	<p>2007.11.02</p>
<p>咖啡節最終週週刺 高潮依舊不斷 民眾請把握機會把 wii、數位相機、自行車、ndsl 等大獎帶回家</p>	

<p>2007 台灣咖啡節本週即將圓滿落幕，閉幕活動將帶給所有的民眾最高潮的驚喜，11/04 下午 4 點於華山國小舉行閉幕式，除了有精采的玩偶及街舞表演之外，還有 wii、任天堂掌上型遊樂器、數位相機、高級音響、時尚手機讓民眾帶回家，只要入場參加閉幕活動，即可獲得咖啡節專屬紀念品毛巾棒棒糖乙支，數量有限、發完為止。11/03~11/04 在古坑綠色隧道依舊會有「咖啡香樹大道」的呈現，本週精彩活動不斷，雲林縣政府與古坑鄉公所一樣要帶大家吃喝玩樂享受台灣咖啡。11/03~11/04 本週的咖啡香樹大道應有盡有，本週除了依舊有咖啡美食展之外，還有魔豆創意作品展、咖啡豆現場烘焙展示讓民眾深度認識咖啡的製作過程；除此之外，從早到晚現場表演不斷，掌中戲、薩克斯風、爵士樂團、合唱團、兒童舞獅、花鼓陣表演給你視覺與聽覺的感動；還有書法賞析、照片影像展讓您欣賞雲林之美。還沒有到雲林古坑品嚐咖啡的朋友，趕快把握機會體驗咖啡香、遊玩咖啡節。更多咖啡節相關資訊可上 2007 咖啡節網站 http://2007coffee.yunlin.gov.tw/或撥打 07-5542106Hit Fm90.1 高屏廣播電台、05-5336104 雲林縣政府文化局洽詢。</p>	
<p>2007 台灣咖啡節 4 日下午於華山國小圓滿閉幕</p>	<p>2007.11.04</p>
<p>雲林縣政府新聞參考資料 96.11.04</p> <p>2007 台灣咖啡節 4 日下午於華山國小圓滿閉幕，閉幕式活動除了有令人期待的摸彩活動之外，還有咖啡豆評鑑、魔豆畫屏創作比賽、咖啡烘焙最佳人氣獎頒獎，縣府代理秘書長沈松地特別代表蘇縣長感謝所有工作同仁的辛勞，強調雖然活動告一段落，期許大家繼續努力推展咖啡產業，讓古坑咖啡永續經營，帶動相關產業蓬勃發展。2007 台灣咖啡節 4 日下午熱鬧閉幕，縣府代理秘書長沈松地、文化局長孫福應、古坑鄉長林慧如、縣議員謝淑亞等人共同種下咖啡樹苗，祝福明年咖啡豐收，也象徵明年咖啡節的新希望。為使閉幕活動充滿熱鬧氣氛，凡是入場參加閉幕活動的民眾都獲得咖啡節專屬紀念品毛巾棒棒糖乙支，主辦單位準備精采的玩偶及街舞表演之外，還有 wii、任天堂掌上型遊樂器、數位相機、高級音響、時尚手機讓鄉親抽獎，現場氣氛相當 HIGH，最後大家期許明年和縣府與古坑鄉公所，再一次吃喝玩樂享受台灣咖啡。今天的閉幕式活動除了有令人期待的摸彩活動之外，還有咖啡豆評鑑、魔豆畫屏創作比賽、咖啡烘焙最佳人氣獎頒獎典禮。另外早上於綠色隧道的咖啡香樹大道除了依舊有咖啡美食展之外，還有魔豆創意作品展，除此之外，從早到晚現場表演不斷，掌中戲、薩克斯風、爵士樂團、合唱團、兒童舞獅、花鼓陣表演，也吸引許多鄉親熱情參加。2007 台灣咖啡節咖啡豆評鑑今年評鑑由古坑鄉農會主辦，吸引了全國共 76 位咖啡豆農參加，最後評選出 10 名優勝者，在 10 月 28 日的咖啡樂活市集拍賣競標，今年第一名的鄒築園的 10 公斤咖啡 生豆也在蘇縣長的拍賣下以 36 萬售出。得獎名單：特等獎一鄒築園(方政倫)；頭等獎一元井 136 咖啡(陳慶輝)；頭等獎一林助；貳等獎一王仁助；貳等獎一高峰咖啡(陳得)；貳等獎一林秋東；叁等獎一王國維；叁等獎一張順嬌咖啡園；叁等獎一劉翠愛；叁等獎一陳善榕。魔豆畫屏創作比賽得獎名單：團體組一第一名從缺；第二名華山國小；第三名華南國小。雙人組一第一名土庫商工廣設科張琬琪、黃峻翌；第二名十方客棧蕭惠美、李宜蕓；第三名土庫商工廣設科林君薇、黃邦寧。</p> <p>咖啡樂活市集烘焙最佳人氣獎得獎名單：第一名荊桐花咖啡館湯惠枝；第二名黃信義；第三名好韻休閒農場許佑存；第四名侯本一；第五名松園咖啡秀許鴻德、高世杰。</p>	
<p>縣府目前積極向中央爭取台灣咖啡節舉辦經費，俟經費核定立即籌辦</p>	<p>2008.08.07</p>
<p>雲林縣政府新聞參考資料 97.08.07</p> <p>雲林縣政府致力地方產業文化發展，連續幾年舉辦台灣咖啡節活動獲得熱烈回響，成功打響古坑是台灣咖啡原鄉的美名，對於報載今年台灣咖啡節舉辦時程無動靜，縣府說明表示，有關今年台灣咖啡節活動內容與計畫，已邀集公所與地方產業等相關單位協商，確認活動方向與內容並研妥計畫書，正式函請交通部觀光局爭取補助活動經費 500 萬元，俟經費核定縣府將立即著手籌辦。縣府指出，台灣咖啡節為雲林縣政府每年下半年度的重要節慶行銷活動，今年除將延續往年辦理模式外，更將結合地方共同辦理，活動主軸會以「台灣樂活咖啡」，強化雲林古坑台灣咖啡之優質品牌形象，展現地方活力產業，辦理全國創意咖啡競技及咖啡樂活市集，建立台灣咖啡專業交易集散地之產業地位。對於民眾反應至今尚無獲悉任何台灣咖啡節活動相關資訊，縣府說明，因財源不足經亟力爭取行政院擴大內需「雲林縣觀光產業發展計畫」匡列 300 萬元，結合林內、斗六、古坑山區旅遊資源辦理古坑產業觀光文化季活動，惟觀光局 8 月 6 日審查意見認為擴大內需經費僅可施作工程及印製文宣品，不同意地方政府辦理產業推廣活動。面對財政不足的困窘，縣府為繼續保有古坑是台灣咖啡的龍頭地位，將會積極向中央爭取活動經費；另加強林內、斗六、古坑山區觀光旅遊帶優質產業之輔導，一社區一創意商品，透過全國各行銷通路宣傳計畫，由旅行業、本縣觀光產業與社區異業整合，持續推廣雲林二天一夜之套裝旅遊行程，打響雲林觀光意象與地方產業知名度。</p>	
<p>蘇縣長和古坑咖啡業者召開記者會，強調用「責任」和「良心」共同維護消費者健康</p>	<p>2008.09.25</p>
<p>雲林縣政府新聞參考資料 97.09.25</p> <p>為避免毒奶粉事件對古坑咖啡造成嚴重衝擊，古坑華山休閒產業促進會主動將會員所有店家之二合一及三合一咖啡送驗自清，同時也全面停止販售；縣長蘇治芬上午主動率同相關單位主管前往聲援，肯定業者這項自清行動；蘇縣長強調，縣府和業者用「責任」和「良心」共同維護消費者健康，同時提出 6 點聲明，對於罔顧人命的中國政府表達最嚴正抗議。為維護消費者安全及權益與確保古坑華山商家商譽，縣府第一時間與古坑鄉公所及古坑農會聯繫，詢問奶精來源並希望業者能主動將產品送縣府衛生局檢驗，而業者也立即作出應變措施，將 15 家 30 項商品送驗，並提出貨源進口完稅證明，澄清貨源主要來自美國及紐西蘭等地。為表達對古坑咖啡有信心，上午蘇縣長率同農業處長呂政璋、衛生局長林柏煌、文化處長張益瞻等人前往華山，為業者這項行動聲援，同時召開記者會說明目前縣府及業者因應措施；蘇縣長表示她對古坑咖啡有信心，尤其業者大規模主動送檢的動作，更能證明業者有信心把握古坑咖啡絕對沒有進口中國原料，希望鄉親靜待檢驗結果出爐。蘇縣長指出，自中國進口「毒奶」危害全國人民健康、損害下游廠商商譽事件，縣府雖不是進出口政策的負責者，但此「毒奶進口」事件，不僅損及本縣無辜下游廠商商譽，更嚴重危害民眾身體健康；為此，縣府責無旁貸挑起亡羊補牢工作，縣府衛生單位全體動員，結合民眾，呼籲下游業者，大家一起來，共同為此清除「毒奶事件」努力，早日讓縣民遠離「毒害」。蘇縣長在場並提出 6 點聲明：一、嚴厲譴責中國的罔顧人命，放任中國廠商添加「三聚氰胺」製造「毒奶」毒害人命。二、衛生局將不計成本人力全面主動檢驗相關產品。三、縣府協調縣內 7 家醫院提供民眾免費驗尿服務，免掛號費，如民眾食用疑似中國進口污染乳製品，有身體不適症狀或有疑慮者可前往醫院進行檢查。四、肯定華山休閒產業促進會店家主動將產品送檢，檢驗報告未出爐之前，全面暫停販售的負責態度。五、另對於其他縣市業者使用「古坑」為其產品名稱，卻罔顧商業道德，影響本縣「古坑鄉」之鄉譽行為，表示抗議。六、強力要求中央政府就「毒奶事件」造成相關產業上所蒙受之損失，代為向中國政府求償。蘇縣長強調，縣府已持續積極處理毒奶粉事件，最後並和與會的古坑鄉長林慧如、議員鐘復興、沈銘泰、謝淑亞及業者等人共同品嚐古坑咖啡，希望待檢驗結果順利出爐後，全國鄉親能繼續愛用古坑業者所生產的古坑咖啡，也請鄉</p>	

親認清品牌，喝到最安全、最健康、最讚的古坑台灣咖啡。	
雲林古坑咖啡檢驗第一階段結果出爐 請民眾放心購買使用	2008.09.26
<p>雲林縣政府新聞參考資料 970926</p> <p>雲林古坑咖啡檢驗第一階段結果出爐 請民眾放心購買使用 毒奶粉事件有如滾雪球般愈滾愈大，受到波及範圍從一開始的奶粉食品延伸到各式奶製加工品或萃取物，像是奶茶、麵包等食品，連雲林出產的古坑咖啡也受到池魚之殃，縣府除主動召開記者會澄清之外並停售含有奶精成分的咖啡產品，也再次呼籲業者主動將產品送至雲林縣衛生局檢驗，檢驗合格後才能正式銷售；目前部份產品已完成檢驗，共有 4 家業者 7 個產品未驗出三聚氰胺成份，請消費者安心享用。農業呂政璋處長指出，目前雲林縣農會所出產的雲農奶茶(三合一)、台灣 1884 原味咖啡(二合一及三合一)、古坑農會所出產的加比山古坑二合一咖啡及古坑果菜生產合作社出產的奶庵古坑咖啡(奶茶原味、庵古坑三合一綜合即溶咖啡)，檢驗結果並未驗出三聚氰胺成份，請消費者安心享用；其餘 45 家業者也主動將相關咖啡奶製品送檢，在檢驗報告出爐之前，所有店家以消費者安全為優先，全面停售含有奶精成分的咖啡產品。縣長蘇治芬表示，所有雲林咖啡產業相關奶製品，只要經政府核准之檢驗單位檢出未含三聚氰胺成份的業者，都可檢具檢驗報告，向縣府申請登入在雲林縣政府農業入口網站，供消費者選購時之參考。雲林縣政府表示：目前已動員衛生相關單位，並結合縣內醫院 7 家醫院協調提供民眾免費驗尿服務。如民眾疑似食用中國進口污染乳製品，導致身體不適症狀或有疑慮者可前往醫院進行檢查。</p>	
雲林縣衛生局抽驗古坑咖啡及本縣民眾送驗乳製品檢驗結果	2008.10.06
<p>雲林縣政府新聞參考資料 971006</p> <p>雲林縣衛生局抽驗古坑咖啡及本縣民眾送驗乳製品檢驗結果為避免毒奶粉事件對本縣古坑咖啡產業造成嚴重衝擊，古坑華山休閒產業促進會主動將會員所有店家之二合一及三合一咖啡送驗自清，同時也全面停止販售，縣衛生局在蘇縣長指示之下全力配合，並將業者自行送驗之 45 件產品於 97 年 9 月 25 日緊急送至行政院衛生署藥物食品檢驗局中部檢驗站檢驗，檢驗結果已於 97 年 10 月 4 日晚間出爐，在送驗的 45 件檢體中皆未檢出三聚氰胺。另外為消除消費者疑慮，衛生局自 9 月 24 日起受理民眾乳製品送驗計 99 件檢體，第一批 36 件檢體檢驗報告出爐，也未驗出三聚氰胺，衛生局除將以電話告知送驗之民眾外，並將送驗名單公佈於行政院衛生署食品資訊網、縣府及衛生局網站，供民眾上網查詢，至於尚未有檢驗結果之檢體，將於檢驗報告出爐之際，盡速發佈檢驗結果，請消費者放心。毒奶粉事件發生至今已近一個月，受理民眾乳製品送驗之工作也大致完成，衛生局為加強源頭管理及市售產品稽查，受理民眾乳製品送驗服務，至 97 年 10 月 9 日止將不再受理，請尚未送驗之民眾儘速送驗。</p>	
台灣最安全、最好喝的咖啡—雲林古坑咖啡	2008.10.09
<p>雲林縣政府新聞參考資料 971009</p> <p>台灣最安全、最好喝的咖啡—雲林古坑咖啡 雲林古坑咖啡通過檢驗認證安全，雲林縣政府特於 10 月 8 日下午於民進黨中央黨部召開「古坑咖啡，認證安全」記者會，由古坑鄉公所、古坑鄉農會、古坑華山休閒產業促進會與雲林縣農會一同提出雲林縣衛生局檢驗報告，澄清咖啡奶精來源非中國進口原料，蘇縣長、民進黨蔡英文主席、中常委於現場品嚐古坑咖啡，為雲林古坑咖啡背書，蘇縣長表示，古坑咖啡絕對是通過檢驗，認證安全的產品，請消費者安心品嚐。蘇縣長表示，中國毒奶粉在全球引起一陣恐慌，波及範圍也越來越廣，雲林古坑咖啡產業也遭受波及，但雲林古坑咖啡業者自動自發將所有產品主動送檢，且在所有產品未檢測出結果前全面下架，經檢測結果所送 45 項咖啡相關產品，皆通過檢驗合格認證，可見雲林古坑咖啡是有良心、且安全、又好喝，請各位消費者安心品嚐。自中國進口「毒奶」，致危害全國人民健康、損害下游廠商商譽事件，雲林縣政府雖不是進出口政策的負責者，但此「毒奶進口」事件，不僅損及本縣無辜下游廠商商譽，更嚴重危及全國人民身體健康；為此，縣府責無旁貸挑起亡羊補牢工作，縣府衛生單位全體動員，結合民眾，呼籲下游業者，大家一起來，共同為此消除「毒奶事件」努力。為維護消費者安全及權益與確保古坑華山店家商譽，縣府第一時間與古坑鄉公所及古坑鄉農會聯繫，詢問奶精來源並希望農民團體及咖啡業者能主動將產品送至縣衛生局檢驗。目前計有古坑鄉農會、雲林縣農會與古坑華山休閒產業促進會所有會員...等店計 45 項咖啡相關產品送至衛生局檢驗後，皆通過檢驗合格認證，並公告於行政院衛生署食品資訊網、衛生局及農業處入口網站，民眾可上網查詢，選購優質的雲林古坑咖啡相關製品。</p>	
藉由台 78 幸福新軸線 原來古坑咖啡北港大餅都是一家親	2008.10.29
<p>雲林縣政府新聞參考資料 971029</p> <p>藉由台 78 幸福新軸線 原來古坑咖啡北港大餅都是一家親即日起，藉由台 78 幸福新軸線的連結，「到北港吃大餅拜媽祖、古坑喝咖啡賞夜景」，成為全家人追求幸福的新運動；為打造兼具傳統風情與現代氣息的品牌商圖，雲林縣政府與經濟部商業司結合社團法人北港形象商團發展會、華山社區發展協會與華山休閒產業促進會等單位，於 29 日在朝天宮前舉行幸福啟動儀式，正式宣佈「山海一家親，幸福新軸線」品牌商圖正式啟動，打造雲林成為幸福新國度。今日啟動儀式，由媽祖駕前先鋒報馬仔帶領載著北港大餅先生與古坑咖啡小姐的古早味三輪車開場，當大餅先生與咖啡小姐現身時，吸引許多正在附近逛街拜拜的民眾，紛紛拿起相機對著三人拍照；而活動在縣長蘇治芬於咖啡樹上掛上「祈福心願卡」時達到最高潮；蘇縣長也當場品嚐北港大餅與古坑咖啡，當有人詢問大餅配咖啡滋味如何，縣長直說讚，並打了 99 分的評價，象徵品牌商圖能長久久地發展下去。蘇縣長表示：朝天宮前的中山路，是北港最具代表性的老街，許多人在拜完媽祖之後，都會到中山路上大肆採購，這也是許多北港仔共同的回憶；而古坑咖啡，在當地居民用心經營下，已經打響台灣咖啡這個名號，再加上當地山嵐環繞的日出晨曦、瞬息千變的夕照或是華燈初上的燈海夜景的陪伴，隨處飄著濃郁的咖啡香，讓在古坑喝咖啡成為一種享受，今天將古坑與北港兩大商團結合在一起，也是將兩種幸福結合在一起，期望能將「北港吃大餅拜媽祖、古坑喝咖啡賞夜景」成為遊客到雲林一定要完成的幸福新運動。經濟部商業司表示：這次結合兩大商團，是過去輔導的成果一次呈現，並期望藉由台 78 線路的連結，將全家到古坑喝咖啡以及到北港拜媽祖吃大餅塑造成全家一起做的幸福新運動，也希望帶動商團的發展，進而吸引更多人來雲林觀光。主辦單位表示：即日起只要到雲林古坑商團或北港商團配合店家消費即可取得「幸福福袋」一組，民眾可將附贈之祈福卡寫下心願，懸掛於古坑商團配合店家，再持幸福福袋至北港朝天宮過香火，祈求媽祖庇佑、加持幸福。另外，凡在活動期間持幸福福袋到古坑或北港商團配合店家再次消費即可享有優惠折扣，幸福福袋有限，索完為止，歡迎民眾「到北港吃大餅拜媽祖、古坑喝咖啡賞夜景」追求簡單平安的浪漫幸福。</p>	
2008 台灣咖啡節-雲林·古坑花式咖啡創意競技開始報名 詳情請洽古坑鄉公所	2008.11.19
<p>雲林縣政府新聞參考資料 971119</p> <p>2008 台灣咖啡節-雲林·古坑花式咖啡創意競技開始報名 詳情請洽古坑鄉公所 2008 台灣咖啡節系列活動--雲林·古坑花式咖啡創意競技將於 12 月 11 至 12 日兩天假劍湖山王子大飯店國際宴會廳舉行，歡迎全國各地 18 歲以上具中華民國籍或合</p>	

<p>法居留台灣之人士，熟練使用咖啡沖泡器(機)具，具2年以上之經驗人員，或具有餐飲相關科系(研習咖啡)2年以上經驗學生亦可報名。古坑鄉公所表示：此次比賽前三名獎金各為貳萬元、壹萬元及伍仟元，期望藉由創意競技展現咖啡師精湛的吧檯功夫，提昇台灣咖啡第三級產業的水準，進而打開古坑咖啡能見度，讓社會大眾對台灣咖啡的品牌形象有更深入之認同。報名期間自即日起至97年11月24日截止(以郵戳為憑)，並於11月28日下午2時假古坑鄉公所三樓禮堂舉行參賽規定說明會，比賽報名表及詳細規則可上古坑鄉公所網站(http://www.gukeng.gov.tw)公佈欄項下瀏覽，或是洽詢電話05-5826320，歡迎有興趣的民眾踴躍報名。</p>	
<p>2008 雲林古坑咖啡節香橙文化季自行車逍遙活動</p>	<p>2008.11.25</p>
<p>雲林縣政府新聞參考資料 97.11.25 2008 雲林古坑咖啡節香橙文化季自行車逍遙活動將於本(11)月30日上午熱鬧舉行，主辦單位雲林縣體育會自由車委員會下午二時在綠色隧道蜜蜂故事館召開記者會，副縣長李應元應邀與會，除鼓勵鄉親報名參加盛會外，並代蘇縣長邀請國人這段期間多多來雲林玩，除了有金光閃閃的布袋戲可以觀賞，還有優質的柳橙可以現採現吃，真是一舉數得。李副縣長致詞時表示，自行車逍遙活動深具意義，主辦單位規劃這條路線頗具用心，主要就是要讓參與盛會的自行車選手能飽覽本縣風光，感受雲林縣樸素的農村景緻與多元的生態環境，78線沿途風景非常秀麗，時常可以看到白鷺成群，點綴在廣闊的田園間，為公路兩側注滿生命力，活動從山線跨越海線，又折返回來古坑綠色隧道，騎士可享用主辦單位準備的風味粥及柳橙汁，又能響應環保政策及健康運動，真是一舉數得。文化處長張益騰也表示，雲林縣目前正舉辦偶戲節活動，民眾可以來雲林喝一杯優質的台灣咖啡、看布袋戲，到古坑華山住民宿、採柳橙，還可來騎自行車，飽覽雲林風光，感受不一樣的雲林風情。雲林縣體育會自由車委員會總幹事廖勇成指出，雲林縣在單車活動中較少舉辦全國性的大型活動，本次活動由雲林縣體育會自由車委員會主辦，並以78(騎吧)號快速道路逍遙遊為號召，活動當日並有單車特技秀、樂團演出、竹筍風味粥與現榨柳橙汁，更有獎品優渥的摸彩活動(雲豹股份有限公司提供一市價高達20萬元的高級自行車)，希望民眾活動當日共襄盛舉。廖總幹事也表示，此次活動獲得眾多熱愛單車群眾相當肯定，目前報名已有1百多個團隊，人數逾千人，原定活動報名雖已截止，欲報名的詢問電話亦應接不暇，為免遺珠之憾，主辦單位特延長報名時程，接受現場報名時間至11/28(星期五)晚間(報名地址：雲林縣斗六市明德路557號1樓；電話0933422076)，報名費為新台幣600元整(含保險、場地清潔費、紀念品、竹筍風味粥、現榨柳橙汁與彩卷，通行證等)，於活動當日如有名額亦接受雲林縣民現場報名，為顧及活動流程順暢與紀念品數量統計，不予提供摸彩活動與紀念品，報名費新台幣100元整(含保險、場地清潔費、竹筍風味粥、現榨柳橙汁，通行證等)；活動當日為顧及安全考量請民眾憑通行證騎乘。</p>	
<p>「2008 台灣咖啡節」將於12月6日結合音樂-浪漫開跑!</p>	<p>2008.12.04</p>
<p>「2008 台灣咖啡節」將於12月6日結合音樂-浪漫開跑! 一年一度眾所矚目的年度盛事「2008 台灣咖啡節」將於12/6正式開跑!縣府文化處4日上午於音樂廳召開記者會，縣長蘇治芬、古坑鄉長林慧如、議員沈銘恭、謝淑亞、周秀月參與盛會，除推廣「山海一家親，幸福新軸線」的咖啡節活動外，特別邀請雲林縣文化藝術獎首獎得主-黃齡緹小姐進行鋼琴演奏，在專業音樂家的表演下，讓現場來賓感受到高品質的浪漫咖啡情懷。蘇縣長致詞表示：2008 台灣咖啡節縣府以「山海一家親，幸福新軸線」為主題，實際深化北港、古坑兩商團的結盟效益，以北港商團-「報馬仔遊古坑」的傳統方式，透過獨特的宗教藝術文化，強化雙方商團特色。蘇縣長也歡迎全國鄉親來雲林體驗「北港吃大餅拜媽祖、古坑喝咖啡賞夜景」，追求忙碌生活中的平安幸福，完成雲林幸福新運動。文化處表示：為期三週的台灣咖啡節(12/6-12/21)，週週皆有精彩的活動，12/6開幕活動當日，將由劍湖山吉祥娃娃熱鬧開場，並結合音樂演奏，特邀請到國際知名音樂家-馬修連恩。以環保音樂家著稱的馬修連恩，作品就像是一幅大自然的畫作，可以聽得到行雲流水，也可以感覺到壯麗山景，更可以身歷其境的如同站在瀑布當中，全身沁涼，滿心喜樂惜福。到了晚上還有露天的咖啡電影院陪伴你，讓人彷彿回到過去，在戶外吹著涼爽的晚風，看著目前最夯國片，播放的有締造國片奇蹟-海角七號、孩童純真表現-同男孩及敘述九位男孩間的友情故事-九降風等國片。繼精彩的開幕活動內容外，2008 台灣咖啡節，為強化台灣咖啡重鎮之意象，選舉辦台灣咖啡市集、咖啡達人比賽、全國花式咖啡競賽、台灣A咖啡評鑑、咖啡人生、咖啡文學創作等活動辦理，同時透過「啟動幸福儀式」的推廣，自10月29日起，只要到雲林古坑商團或北港商團消費，可獲得「幸福福袋」一組，民眾可將附贈之祈福卡寫下心願，懸掛於古坑商團配合店家；再持幸福袋至北港朝天宮過香火，祈求媽祖庇佑。活動期間若持幸福福袋再次消費即可享有優惠折扣。另於古坑綠色隧道還有一連串的音乐響宴也等你一同來參與，歡迎民眾踴躍參加喔!</p>	
<p>「2008 台灣咖啡節」6日於古坑華山國小隆重登場</p>	<p>2008.12.06</p>
<p>雲林縣政府新聞資料參考 97.12.06 「2008 台灣咖啡節」6日於古坑華山國小隆重登場「2008 台灣咖啡節」6日下午2時於古坑華山國小，在劍湖山吉祥娃娃、報馬仔、電音三太子、咖啡小姐、及北港哨音隊等的引導下熱鬧登場，由蘇治芬縣長、古坑鄉長林慧如、經濟部水土保持局長張輝耀、商業司專門委員黃斌發、及多位議員等貴賓共同以齊心切大餅及發放民眾福袋、施放氣球揭開序幕。「2008 台灣咖啡節」以推動「雲林縣山海一家親，幸福新軸線品牌商團」為主軸，籌備單位投入相當的心力，除推廣「北港吃大餅拜媽祖、古坑喝咖啡賞夜景」來結合傳統與流行的休閒特色外，為了營造咖啡浪漫的氣氛，現場特別邀請以環保音樂家著稱的馬修連恩，及雲林縣文化藝術獎首獎得主-黃齡緹小姐進行鋼琴演奏，讓民眾感受到咖啡重鎮的浪漫情懷。蘇縣長在聆聽馬修連恩的動人演出後，親自上台與馬修連恩共同品嚐台灣咖啡，並有感而發的表示：經過縣府多年的努力，雲林古坑的台灣咖啡，終於打出全國知名度；在大自然中一邊聽著優美的音樂，一邊品嚐香醇的咖啡，真是人生一大享受；也想起縣府對於華山地區的環保維護所付出的心力，希望大家能發自內心重視環保問題，在享受現代生活之餘，也要共同保護這片得來不易的美麗山土。文化處表示：開幕當天晚上還有露天的咖啡電影院陪伴你，讓人彷彿回到過去，在戶外吹著涼爽的晚風，看著目前最夯國片-海角七號、孩童純真表現-同男孩及敘述九位男孩間的友情故事-九降風等國片；到12/21每個週六日都有精彩咖啡節相關活動，歡迎大家一同來喝咖啡，看夜景。</p>	
<p>大家來用創意寫下對咖啡的熱情 全國花式咖啡創意競技比賽</p>	<p>2008.12.11</p>
<p>雲林縣政府新聞參考資料 97.12.11 大家來用創意寫下對咖啡的熱情 全國花式咖啡創意競技比賽2008 台灣咖啡節系列活動-全國花式咖啡創意競賽，11日在古坑劍湖山王子大飯店宴會廳舉行，邀請來自全國各地的花式咖啡創意高手同場競技；主辦單位表示：希望藉由比賽的舉行，讓全國各地花式咖啡精英齊聚一堂，作出精采表演，相互觀摩，使台灣在花式咖啡這個消費末端，亦能起領頭作用，塑造優質的台灣咖啡文化。古坑鄉林慧如鄉長表示：感謝全各地的選手來到台灣咖啡原鄉古坑參加比賽，喝咖啡是件悠閒輕鬆的</p>	

<p>事情，希望參賽選手不要緊張，用最輕鬆的心情參加比賽，並發揮出自身的專業、技藝以及熱情，盡情對咖啡寫下一首浪漫詩歌。今天的比賽，比賽時每位選手必須 12 分鐘內沖煮出四杯黑咖啡及四杯卡布奇諾供評審評分，決賽時必須在 20 分鐘內沖煮出四杯黑咖啡、四杯卡布奇諾及花式創意咖啡；只見每位參賽選手比賽時戰戰兢兢，希望能在有限的時間內煮出最完美的咖啡，可能是太過於緊張，許多選手在沖煮咖啡都超過時間，但最後都能沖煮出色香味俱全的咖啡供評審品嚐。主辦單位表示：在沖煮出一杯好的原味咖啡（black coffee）後，經過特調、拉花，使得咖啡產生多樣的變化，不只是觸動味蕾的渴望，更是人們視覺的饗宴；而此次比賽前三名獎金各為貳萬元、壹萬元及伍仟元，期望藉由創意競技展現咖啡師精湛的吧檯功夫，提昇台灣咖啡產業的水準，進而打開古坑咖啡能見度，讓社會大眾對台灣咖啡的品牌形象有更深入之認同；而全國花式咖啡創意競賽明日在劍湖山王子飯店宴會廳還有賽程，歡迎有興趣的民眾前往參觀，為這些年輕選手加油。</p>	
<p>雲林安全良品—古坑咖啡</p>	<p>2009.01.21</p>
<p>在雲林縣政府積極推動優質農產品及加工品下，農業處特別安排古坑果菜生產合作社—「庵古坑咖啡」來示範三合一咖啡、二合一咖啡及咖啡麥片的生產製作並開放給鄉親及來訪的旅客，讓民眾一起來見證雲林安全、衛生、健康農產品的生產過程。農民賣的放心 消費者喝的安心縣長蘇治芬指出為實現農業首都理念，縣府極力思考農業與科技之結合，且台灣都以小農為單位，生產成本較高，競爭壓力也較大，如何提昇農業競爭力與農業附加價值，一直是政府努力的重要課題。「97 年度雲林縣農業首都建設與發展—補助農產品加工設備計畫」，經農糧署核定執行後，增設咖啡加工包裝場，改善包裝設備機具，提升咖啡生產設備的現代化，增加營運競爭力，並具體建構安全、衛生、健康的雲林農特產品；除此之外，蘇縣長也呼籲在外旅遊的鄉親能多多支持雲林本地的特產，將雲林之美行銷出去，而年節將近，期望古坑咖啡能成為民眾選購的伴手禮，讓農民能有更穩定的收入。安全 品質 包裝 樣樣堅持農業處處長呂政璋說明以透明化的製造包裝流程，讓民眾有更進一步的體認，合作社為了要達到在地生產包裝的目標，特別引進了橫式的快速包裝機，以密閉的充填桶，更精準的混拌充填系統，提昇包裝的條件及美觀度，以期達到農業首都樣樣皆精品的目標。呂政璋進一步強調古坑咖啡為雲林縣所帶來的觀光效益，引發其他縣市的學習，是對雲林農業首都的一種正面肯定，期望能成為觀光客的伴手禮來延續雲林農業休閒產業的生機。雲林縣第一台橫式包裝機古坑果菜生產合作社黃炳煌主席表示雲林縣政府補助的橫式包裝機是雲林縣的第一台，機器生產設備的投入，可提高商品的服務水準，每年業績預估可提高三成；而提到台灣咖啡，第一聯想絕對是雲林古坑咖啡，古坑咖啡已成為觀光客耳熟能詳，一定要品嚐一杯的指標商品，期待未來藉著各方資源的整合，技術的提昇進步，雲林仍然是農業區域的領航員！</p>	
<p>2009 台灣國際咖啡節系列活動將於 11 月 7 日起熱鬧登場</p>	<p>2009.11.03</p>
<p>2009 年台灣國際咖啡節活動將於 11 月 7 日起至 22 日，在雲林古坑盛大舉行，展開為期 16 天，以爵士音樂融合咖啡香文化饗宴，副縣長林源泉 3 日上午於文化處一樓廣場記者會中，代表縣長蘇治芬邀請全國鄉親一起來品嚐全台、國際香濃咖啡，同時主辦單位也於假日安排接駁車，讓遊客體驗不同的咖啡文化之旅。2009 年台灣國際咖啡節系列活動記者會 3 日上午在縣府文化處廣場召開，由副縣長林源泉、文化處處長張益瞻、古坑鄉長林慧如及多位貴賓共同參與盛會，在悠揚爵士樂聲伴奏下融合咖啡香氣中為國際咖啡節活動揭開序幕，今年台灣咖啡節以「咖啡文化」、「咖啡市集」、「咖啡創意」及「咖啡雲林」等「咖啡四寶」作為主軸，呈現雲林古坑多元的咖啡文化。林副縣長表示，2009 台灣國際咖啡節，將結合台灣在地與國際特色，安排了古坑特區、台灣特區、國際特區等三大咖啡市集展覽，展現多元的咖啡特色文化。接連十六天的台灣國際咖啡節，週週都有不一樣精彩的活動及表演，今年咖啡節系列活動中，並首創「傾聽華山小夜曲--走唱華山」，期盼在綠色隧道午後活動告一段落後，邀請民眾一同上華山，享受華山夜景與走唱音樂的閒適浪漫。文化處張處長表示，今年咖啡節活動有「國際咖啡主題日」、「咖啡座談活動」、「文創市集」、「雲林特色咖啡館票選」、「星空咖啡電影院」、「花式咖啡創意競賽」、「台灣咖啡豆評鑑」、「咖啡豆烘焙大師」、「華山音弦-咖啡戀上音樂」、「咖啡時空光廊」、「悠活華山健行親子活動」、「行動咖啡車創意大賽」及「媽祖喝咖啡」等上百場表演，藉由縣府精心安排的節目下，讓民眾在品嚐咖啡之際，更了解台灣咖啡故鄉，體驗雲林之美。活動期間為顧及假日交通擁塞問題，縣府將設置「台灣國際咖啡節專屬接駁車」，在不同路段的整點及半點安排接駁班次，歡迎大眾踴躍搭乘，詳細活動內容及乘車資訊，請上雲林縣政府全球資訊網 http://www.yunlin.gov.tw/home.asp 查詢。</p>	
<p>2009 年台灣國際咖啡節熱鬧登場</p>	<p>2009.11.07</p>
<p>雲林縣政府新聞參考資料 98.11.07 聞名全台雲林國際咖啡節盛事，終於在名聞遐邇的古坑綠色墜道熱鬧開幕了，許多慕名而來遊客帶著家人或邀請三朋好友坐在大樹下椅子上，一同品嚐香醇濃郁古坑咖啡，一起欣賞動人爵士音樂及遠眺秀麗草嶺大景，尋找記憶中那份幸福味道，徜徉在濃郁香醇咖啡世界，享受優閒咖啡文化饗宴。2009 年台灣國際咖啡節之雲林飄香啡比尋常活動，7 日下午在綠色墜道熱鬧登場，吸引逾 5 萬遊客共襄盛舉，人手一杯香醇咖啡，讓整條綠色墜道充滿濃郁咖啡香及雲林人熱情，最後由縣長蘇治芬、古坑鄉長林慧如、文化處處長張益瞻及農業處處長呂政璋等，共同煮道地古坑咖啡分送給現場民眾，讓古坑咖啡獨特的香醇魅力，永存遊客心中。蘇縣長表示，雲林縣古坑咖啡品質居全國之冠，香醇濃郁的魅力，受到全國消費者喜愛及青睞，未來縣府將透過雲林物產館在全國 9 大據點展示及行銷古坑咖啡，並推銷至國外，讓雲林古坑咖啡發光發亮。蘇縣長指出，2009 台灣國際咖啡節，將結合台灣在地與國際咖啡特色，安排古坑特區、台灣特區、國際特區等三大咖啡市集展覽，展現多元的咖啡特色文化，在接連 16 天的台灣國際咖啡節，讓遊樂在品嚐咖啡之際，了解台灣咖啡故鄉，體驗雲林之美。2009 台灣國際咖啡節活動內容有「國際咖啡主題日」、「咖啡座談活動」、「文創市集」、「雲林特色咖啡館票選」、「星空咖啡電影院」、「花式咖啡創意競賽」、「台灣咖啡豆評鑑」、「咖啡豆烘焙大師」、「華山音弦-咖啡戀上音樂」、「咖啡時空光廊」、「悠活華山健行親子活動」、「行動咖啡車創意大賽」及「媽祖喝咖啡」等活動，讓遊客體驗不同的咖啡文化之美。</p>	
<p>2009 媽祖喝咖啡遶境祈福活動熱鬧登場</p>	<p>2009.11.14</p>
<p>雲林縣政府新聞參考資料 98.11.14 北港媽祖神威顯赫，保佑地方經濟發展，讓每年「台灣國際咖啡節」在全國發光發亮，打響古坑咖啡知名度，有效帶動地方經濟發展，鄉親為感念媽祖的保佑及弘揚媽祖慈悲精神，特邀請北港媽祖至古坑華山喝咖啡，並透過媽祖遶境祈福活動，保佑國泰民安、風調雨順及縣運昌隆。北港媽祖至古坑華山喝咖啡之祈福遶境活動，14 日上午由朝天宮董事長曾蔡美佐、古坑鄉鄉長林慧如及古坑鄉代表會主席賴正穎等向媽祖行上香禮、五獻禮及恭請媽祖上轎後，廟前廣場立即響起震耳欲聳馬炮，董事長曾蔡美佐及鄉長林慧如等扶著神轎緩緩步出廟門，展開媽祖喝咖啡之隨香祈福遶境活動。鄉親為恭迎北港媽祖至古坑華山喝咖啡之祈福遶境宗教盛事，一大早就在綠色隧道入口處擺香案恭迎媽祖，當神轎緩緩進入綠色隧道時，古坑地區街頭及電音三太子互尬，鑼鼓喧天，炮聲隆隆，外地遊客爭相鑽轎底，祈求媽祖保佑。古坑鄉鄉長林慧如表示，過去古坑的孩</p>	

<p>子出遠門或從軍，都到北港祈求媽祖保佑平安順利，今年台灣咖啡節活動，邀請媽祖到古坑華山享用道地的台灣咖啡，並向媽祖獻上最崇高敬意。文化處處長張益瞻指出，誠摯歡迎鄉親隨媽祖至古坑參加台灣國際咖啡節盛會，一邊品嚐香醇濃郁古坑咖啡，一起欣賞動人爵士音樂及遠眺秀麗草嶺大景，尋找記憶中那份幸福味道，徜徉在濃郁香醇咖啡世界，享受優閒咖啡文化饗宴。媽祖進入古坑市區後，沿街住戶擺香案恭迎神轎，街道兩旁擠滿了大批信眾，整個市區萬人空巷，很多信眾爭相觸摸神轎及鑽轎底，祈求好運來，而北港媽祖遶境祈福之行，也見證古坑咖啡節年度盛事。</p>	
<p>2009 年台灣國際咖啡節吸引逾 50 萬遊客共襄盛舉，展現古坑咖啡香醇濃郁的獨特魅力</p>	2009.11.22
<p>雲林縣政府新聞參考資料 98.11.22 2009 年台灣國際咖啡節活動自 11 月 7 日開幕後，在名聞遐邇古坑綠色隧道及華山二地展開為期 16 天咖啡節系列活動，吸引逾 50 萬遊客至雲林品嚐香醇濃郁古坑咖啡，尋找記憶中那份幸福味道及徜徉在濃郁香醇咖啡世界，享受優閒咖啡文化饗宴，展現古坑咖啡香醇濃郁的獨特魅力。2009 台灣國際咖啡節閉幕活動 22 日下午在古坑鄉綠色隧道盛大舉行，吸引逾 3 萬遊客找尋記憶中那份幸福味道，人手一杯香醇咖啡，讓整條綠色隧道充滿濃郁咖啡香，最後由文化處處長張益瞻、古坑鄉鄉長林慧如及雲林縣農會總幹事謝淑亞等，共同以李文福大師所製作的虹吸式百人咖啡壺，現場煮出 101 杯香濃的古坑咖啡，分送給現場民眾品嚐，並邀約明年咖啡節再相會。文化處處長張益瞻表示，雲林縣古坑咖啡品質居全國之冠，香醇濃郁的魅力，受到全國消費者喜愛及青睞，未來縣府將透過雲林物產館在全國 9 大據點展示及行銷古坑咖啡，並推銷至國外，讓雲林古坑咖啡發光發亮。古坑鄉鄉長林慧如指出，2009 年台灣國際咖啡節之雲林飄香啡比尋常活動，吸引許多慕名而來遊客帶著家人或邀請三朋好友坐在大樹下椅子上，一同品嚐香醇濃郁古坑咖啡，尋找記憶中那份幸福味道。2009 年台灣精品咖啡豆獲獎名單如下，特等獎—嘉義梅山庭香咖啡園；頭等獎—雲林古坑徐和明君、嘉義阿里山拉拉吉咖啡；貳等獎—嘉義梅山瓊珊咖啡、向陽高山咖啡、南投國姓林廷軒君、南投信義神木春；參等獎—南投國姓黃三郎君、向陽高山咖啡、南投國姓林張金苗君、嘉義梅山賴記咖啡及南投國姓彭捷汝等；另烘培達人競技獲獎名單如下，特等獎—嵩岳咖啡莊郭章盛君，頭等獎—王振義君、貳等獎—春槐咖啡吳春槐君、最佳人氣獎—沐賞咖啡莊劉文生君，上述獲獎者，由縣府頒發獎牌及獎金。</p>	
<p>2010 台灣咖啡節四大主題，請來到雲林做我們的嘉賓吧！</p>	2010.11.08
<p>雲林縣政府新聞參考資料 99.11.08 2010 年最令人期待的台灣咖啡節，即將於十一月中旬開始登場，在為期約一個月的活動中，將有豐富多樣的內容一饗全國嘉賓。在今年我們安排了多采多姿，結合了咖啡香、音樂醉、人情濃以及文化美等等的內容，以十三個主題活動，在這美麗的秋天，從台北到雲林，串聯成一系列內涵與趣味兼具、無與倫比的精采。 今年台灣咖啡節的四大主題：1) 第一週：戀鄉 不論你是從雲林到外地工作的在地鄉親，或者在生命中因求學親情或旅行和和雲林結下了情緣。我們都將用溫暖的關懷，迎接及款待你。我們安排了台北雲林日讓在北部的鄉親，可以在大都會重溫來自雲林的溫暖。也在雲林古坑安排了影音饗宴，及文化藝廊，有懷舊的戶外電影，及喚起你心中溫暖的雲林在地音樂。2) 第二週：朋友，好久不見 結合咖啡以及人與人間美麗的聯結，不論你是曾經的愛侶、過往的同事、因忙碌而疏於連絡的老友、還是各個在人生路程中曾交錯過生命花火的朋友、戰友，雲林咖啡節帶你重溫美好溫馨。我們安排了一系列結合咖啡溫情活動，包含邀請早期台灣咖啡工作人員和你敘過往、舉辦勞工咖啡饗宴嘉年華、還有咖啡豆評鑑等活動。3) 第三週：九九驛站 咖啡串聯著生活中種種的美好，聯接著各種浪漫的生活氛圍。記得許許多多的廣告美麗詞句嗎？「好東西要和好朋友分享」、「生命就該浪費在美好的事物上」、「再忙也要和你喝杯咖啡」……每個咖啡廣告都會令你聯想到一種美好的生活況味，在今年就讓你擔任廣告的主角，品味生活中的有情，我們在雲林安排了九九驛站，搭配免費接駁車的停站點，遊客可以跟隨驛站的駐點參與咖啡節精心安排的各種活動，在 11/27,11/28,12/04,12/05 只要蒐集九大驛站中任三站紀念章，即可到華山遊客服務中心「咖啡香城」驛站免費拍攝具法國巴黎街景風情的大頭貼。九大驛站：「露天咖啡廣場」驛站、「啡你莫屬」驛站、「古坑傳奇」驛站、「手作咖啡坊」驛站、「雲林之美印象」驛站、「咖啡香城」驛站、「香濃小站」驛站、「啡嘗樂趣」驛站、「咖啡市集」驛站 4) 第四週：咖啡音樂季好的咖啡加上好的音樂，漫步在大自然的美景中，有朋友相伴，人生如此，夫復何求？在今年的台灣咖啡節，我們除了安排許多的咖啡饗宴活動外，另一大主題，就是音樂。在這個美麗的秋天，我們有著充滿在地風情的華山走唱、處處環繞著音樂，並且也舉辦了第一屆的雲林古坑綠隧音樂祭。感動你的心靈，也豐盈你這一季的記憶。 2010 台灣咖啡節，不只內容豐富，並且每個活動都結合了用心以及鄉情。今年十一月到十二月，就請來到雲林做我們的嘉賓吧！</p>	
<p>2010 台灣咖啡節 11 月 13 日登場，蘇縣長邀請全國鄉親來雲林喝咖啡</p>	2010.11.08
<p>雲林縣政府新聞參考資料 99.11.08 (附相片) 「雲林飄香、啡比尋常」，2010 台灣咖啡節將在 11 月 13 日至 12 月 5 日登場，為期約一個月的活動分為四大主軸，包括台北雲林日暨農特產品展售會、咖啡九九驛站觀光導覽接駁車、第一屆雲林古坑綠隧音樂祭，活動場地遍及古坑綠色隧道、荷苞山、華山等；縣長蘇治芬誠摯邀請全國鄉親一起來參加，品嚐在地的雲林香。2010 最令人期待的台灣咖啡節即將於 11 月中旬登場，豐富多樣的內容一饗全國嘉賓，內容不僅包含雲林特色的正宗本土咖啡，融合雲林在地的文化，也安排多采多姿的文化饗宴，有音樂、攝影、講座等深度的文化內涵分享，可以說是週週有活動，天天都精彩，歡迎大家來雲林走走，見證雲林好山好水好音樂以及好咖啡。縣府 8 日上午召開 2010 台灣咖啡節記者會，除介紹一連串精彩的活動內容，也特別強調「品質嚴選」的概念，雲林古坑的咖啡能成功完全是靠品質，每一顆咖啡豆都是嚴選，因此本次活動強調嚴選概念，記者會中以一款超大型的「嚴選印章」，來象徵古坑的咖啡都是經過嚴選，品質絕對獲得保證。雲林縣是台灣的農業首都，也是富有濃厚人情味的美麗縣份，為配合台灣咖啡節行銷雲林，11 月 13 日星期六上午 10 點至下午 5 點，將在台北縣三重體育館周邊廣場舉辦台灣咖啡節—台北雲林日暨農特產品展售會，希望讓旅北雲林鄉親能品嚐到故鄉味，也藉由活動的舉辦打響咖啡節名氣，邀請全國鄉親作伙來雲林。2010 台灣咖啡節的 13 項系列活動，週週精彩，今年新推出咖啡九九驛站，11 月 27 日至 12 月 5 日每週星期六、日都有安排觀光導覽接駁車，從斗六車站接駁至各活動場所，就是希望吸引背包客來訪，加上第一屆雲林古坑綠隧音樂祭的舉辦，相信來到雲林，都可以在這裏有一段浪漫美麗的回憶。台灣咖啡節活動十分精彩，詳情請上雲林縣政府網站 www.yunlin.gov.tw，洽詢單位：雲林縣政府文化處觀光行銷科，電 05-5336104。</p>	
<p>縣府將於 14 日假古坑鄉綠色隧道廣場 99 年度辦理「勞工咖啡饗宴嘉年華」</p>	2010.11.10
<p>雲林縣政府新聞參考資料 99.11.10 縣府為提倡勞工正當休閒活動結合雲林縣工業會配合文化處「2010 台灣咖啡節」，將於 14 日（星期日）上午 9 時假古坑鄉綠色隧道廣場舉辦「勞工咖啡饗宴嘉年華」活動，透過正當休閒活動辦理，舒緩本勞、外勞工作壓力、增進勞工間之互動，提</p>	

<p>升事業單位生產力，強化勞資關係，落實外籍勞工管理輔導工作。參加人數預計 1000 人。活動內容有相關法令有獎搶答、趣味競賽、本勞、外勞技藝表演、台灣經典美食.....等。精采可期，屆時歡迎民眾自行前往參加同樂遊戲。</p>	
<p>2010 台灣咖啡節-「朋友好久不見」 邀耆老話家常</p>	<p>2010.11.12</p>
<p>雲林縣政府新聞參考資料 99.11.12</p> <p>在台灣咖啡發展的歷程中，從「日據時代」到「經濟農場」為咖啡產業默默付出與奉獻的前輩們？如今已八、九十歲了，12 日下午副縣長林源泉、古坑鄉長林慧如邀請這些台灣咖啡的耆老，在荷苞山雲林縣經濟農場荷苞工作站（台灣咖啡歷史建物）話家常，聊聊當年參與台灣咖啡事業珍貴點滴。這一場充滿著思古感懷，帶點淡淡憂傷，卻又瀰漫濃濃咖啡香與厚厚人情味的歷史聚會，共同來創造台灣咖啡無限的未來。「台灣咖啡」這塊招牌十年前尚被埋沒在歷史的煙塵裡，921 大地震將它身上厚重的煙塵震落，讓它重新展露耀眼的光芒。咖啡—這棵充滿著神奇魔力及浪漫風情的植物，是何時、何人把它種在美麗之島—台灣呢？根據日治時期（1895~1945）台灣總督府殖產局技師田代安定（1856~1928）的報告記載：「台灣最早嚐試咖啡栽培，可溯源光緒十年（1884），由與大稻埕德記洋行具有關係的英國商人布魯斯從馬尼拉運來咖啡樹 100 棵，栽植於三角湧（今三峽）...，一時頗有生產，其後全然陷入衰退狀態。」這是台灣首次嘗試種植咖啡的記載。1895 年 6 月田代技師隨軍來台，隨即對台灣的氣候、土壤、植物展開調查，1902 年 4 月 22 日台灣總督府為「熱帶地方各種經濟植物在一定區域內殖育，以謀補充本國財源」的目的，成立「恆春熱帶植物殖育場」由田代氏負責，開啟了台灣咖啡有系統的研究及種植，而後推廣在東部、嘉義、雲林一帶大規模栽種，故據可靠的資料記載台灣島上的咖啡種植已超過百年了。雲林古坑種植咖啡始於日治昭和 9 年間，由三菱會社之圖南產業株式會社經營，遍植於荷苞山、華山、十字關一帶，全盛時期種植面積達 300 公頃之多，品種為阿拉比卡種（以外銷為主）。現居荷苞山尖山坑，今年高齡 95 歲的黃耕子老先生，19 歲時即受僱圖南，23 歲任「常伙」（領班）一職，負責帶領咖啡種植及咖啡園的管理工作，荷苞山一帶的居民，亦有多人曾受僱為雜工。光復後，國民政府接收圖南咖啡事業，於 36 年成立台南縣斗六經濟農場，黃泉源擔任場長，39 年改制為雲林縣經濟農場。48 年組織調整，陳連茂任場長，並組成咖啡事業推動小組，由黎維槍技正擔任召集人，10 月成立咖啡加工廠耗資五百餘萬元，由德國進口大型烘焙機器，設備規模龐大是遠東首屈一指，廠長為廖賢雄，烘焙技師陳守宜。所生產咖啡以外銷為主，或作為國內餽贈高級珍貴禮品。雖然古坑不是台灣最早種植咖啡，種最多咖啡的地方，卻是能使台灣咖啡種子綿延不斷，薪火相傳飄香百年的地方。2003 年首次舉辦了「台灣咖啡節」，將「台灣咖啡」這塊招牌，從歷史的煙塵中找出、擦亮，重新掛上。從此奠定了「雲林古坑—台灣咖啡原鄉」的地位，接著年年舉辦「台灣咖啡節」，讓「台灣咖啡」站上了世界咖啡的舞台，今年已邁入第 8 屆了。「台灣咖啡節」中一幕幕令人悸動的場景、人潮、商機及掌聲的幕後，我們可曾想到 50、60 年前，曾參與「台灣咖啡」事業的這些青春少年兄們，是否已滿頭霜白了呢？是否安在？（咖啡）是否有傳人呢？午夜夢迴時，總令人有一股不安的情思在心中緩緩的爬出來，慢慢的渲染擴大，好想問問：「老朋友，好久不見！您好嗎？您在那裡？」我想這絕不是我一個人想知道的問題，是所有關心「台灣咖啡」的人也很想知道的問題吧！</p>	
<p>「雲林飄香，啡比尋嚙」2010 台灣咖啡節，13 日起盛重展開</p>	<p>2010.11.13</p>
<p>雲林縣政府新聞參考資料 99.11.13</p> <p>「雲林飄香，啡比尋嚙」2010 台灣咖啡節，首先由 13 日在台北縣三重市立綜合體育館舉行的台北雲林日暨農特產品展售會揭開序幕，活動會場由縣府文化處李明岳處長、農業處呂政璋處長等主管主持，結合雲林在地農產品業者、藝文團體盛大展開，藉由展售會將雲林最新鮮優質的農特產品，推廣提供給北台灣朋友及雲林旅北的鄉親，一同分享來自雲林的咖啡香以及濃厚的人情味。文化處李處長表示，2010 台灣咖啡節，從今天起盛重展開，在為期約一個月的咖啡節活動中，我們準備了很多精彩的內容，有咖啡香，也有音樂饗宴，可以說週週有活動、天天都精彩，謝謝各位現場嘉賓與會，雲林是個好地方，歡迎鄉親大家告訴大家，一起相約來雲林，做我們的貴賓。今年咖啡節要展現的，不只是高品質、好喝濃郁的咖啡，也要傳達咖啡與文化結合的概念，透過一整個月的活動，雲林將全縣布置成一個文化嘉年華，結合了音樂、民俗以及專業知識分享，並打造出一處又一處充滿美麗氛圍的咖啡場域。農業處呂處長提到，雲林是台灣的農業大縣，我們自許是台灣的農業首都，除了生產高品質的咖啡，我們還有豐美的柳丁、有著各種帶給全民健康的蔬菜水果。雲林的好山好水，孕育出優質的農特產品，行銷全台灣，一支草一點露都帶著雲林人的努力、雲林人的用心。13 日農特產品展售會現場有興農牛 3 位球星一同介紹推銷雲林農特產品，另外雲林古坑華山業者帶來全國著名的古坑咖啡供民眾品嚐、展售會攤位擺設雲林十大伴手禮等種類眾多優質產品給鄉親選購、活動還安排雲林本地的藝人、樂團團體帶來精采的演出，以及三重好禮大放送有獎徵答和擁抱雲林等趣味，讓在北部的雲林鄉親和民眾可以在大都會裡重溫來自雲林家鄉的滋味與溫暖。</p>	
<p>2010 台灣咖啡節於華山國小圓滿閉幕</p>	<p>2010.12.05</p>
<p>雲林縣政府新聞參考資料 99.12.05</p> <p>2010 台灣咖啡節 5 日下午於華山國小圓滿閉幕，閉幕式活動除了有令人期待的摸彩活動之外，還有咖啡豆評鑑、咖啡小小達人、咖啡烘焙最佳人氣獎頒獎，副縣長林源泉特別代表蘇縣長感謝所有工作同仁的辛勞，強調雖然活動告一段落，期許大家繼續努力推展咖啡產業，讓古坑台灣咖啡永續經營，大家相約 2011 年再相見。2010 台灣咖啡節 5 日熱鬧閉幕，副縣長林源泉、文化局長李明岳、古坑鄉長林慧如都出席盛會，除頒獎外並進行咖啡豆拍賣，頭等獎咖啡生豆以 10 公斤 6 萬 6 千元賣出，林副縣長並以 1 磅 3 千元標下今年的冠軍烘焙豆，為活動帶到最高潮。為使閉幕活動充滿熱鬧氣氛，凡是入場參加閉幕活動的民眾都可參加摸彩，頭獎為機車一輛，下午華山國小即湧入人潮，也將整個會場擠得水洩不通，林副縣長特別肯定今年的活動辦得有聲有色，特別是設計好久不見活動，讓曾經參與付出打響古坑台灣咖啡的有功人員，都能再一次回到華山相聚，再一次玩樂享受品味台灣咖啡的香醇。</p>	