# 南　華　大　學

## 美學與視覺藝術學系碩士班

## 碩士論文

# 地方政府發展農業文化創意產業之研究

## —以屏東熱帶農業博覽會為例

A study of the local government develop agricultural cultural creative industries

— An example of tropical agricultural exhibition of Pingtung Country

研究生：王淑子 撰

指導教授：黃冬富 教授

中　華　民　國　九　十　八　年　十二　月

# 南　華　大　學

## 美學與視覺藝術學系碩士班

## 碩 士 學 位 論 文

地方政府發展農業文化創意產業之研究

—以屏東熱帶農業博覽會為例

研究生：王海如

經考試合格特此證明

口試委員：謝崇華

林振發

黃文富

指導教授：黃文富

系主任(所長)：羅雪容

口試日期：中華民國　九十八　年　十二　月　十六　日

# 致　謝

在師長與親友的期盼下，這篇論文終於不負眾望的完成了，心裡有無限的感觸與感激！

謝謝屏東教育大學黃冬富副校長在百忙中指導我的論文。撰寫論文的過程中，有老師的督促與鼓勵，讓我獲益良多也深感幸運，也讓我切身感受真正的學者風範。

更謝謝兩位口試委員，南華大學藝術學院林振陽院長、美學與視覺藝術學系謝榮峰教授細讀論文，並在繁忙時對我提出許多關鍵性的意見。

所辦的宜茜姊，因為有你不厭其煩的在旁協助我及叮嚀我，讓我能順利如期完成論文進度，對你的叨擾，此時此刻化為說不完的感激。以及研究所一起努力打拼的同學，因為有你們，那是我研究所生涯最美麗的記憶。

謝謝雙親的支持與信任，親愛的老爸總是在我身旁一直督促著我，及適時的給我一些論文上的意見與修正，讓我遭遇挫折時能不氣餒。親愛的老媽，也成為了我寫論文時，細心呵護我身體健康的最佳後盾，讓我感激又慚愧。更謝謝先生的支持與體諒，做為我的經濟後盾，只求付出不求回報，我才能在安穩的生活中順利完成論文。

淑子 98.12.22

# 中文摘要

本研究旨在探討台灣地區地方政府發展農業文化創意產業的開發與經營模式，透過以屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會為個案研究對象，並以文獻探討、觀察、訪談三種研究方式，來了解屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會的發展態勢與特色。同時探討地方政府發展農業文化創意產業活動的策略及效益問題，進而研擬農業文化創意產業的永續發展策略，建構地方政府發展農業文化創意產業的可行模式。

經過長達四年多的研究，本研究發現「文化創意產業有無限的發展空間，國內地方政府發展農業文化創意產業的模式類似，而國內地方政府發展農業文化創意產業有很好的利基」。並獲致如下之結論：

壹、國內農業文化創意產業正逐漸興起。

貳、農業文化創意產業的發展需要跨業整合。

參、國內地方政府發展農業文化創意產業瓶頸待突破。

肆、地方政府發展農業文化創意產業的角色需要調整。

伍、地方政府發展農業文化創意產業的永續發展策略為：

一、地方政府首長與其行政團隊對於農業文化創意產業的深刻認識與重視

二、成立推動農業文化創意產業團隊式工作小組

三、成立農業文化創意產業諮詢顧問團隊

四、地方政府發展農業文化創意產業政策與計畫的擬定及行銷

五、農業文化創意產業人才的培訓

六、農業文化產業創意風氣的培養與推廣

七、發展農業文化創意產業的鼓勵措施之訂定與資源的提供

八、協助尋找與發掘農業文化創意產業的主題與資源

九、輔導與協助科際整合

十、輔導民間業者策略聯盟

十一、輔導與協助標竿觀摩學習

十二、輔導生產與行銷

另根據本研究的研究發現與結論，提出對於政府當局、農林漁牧業者、後續研究者以及國內研究機構等之建議。

關鍵字：地方政府、熱帶農業、農業文化創意產業、博覽會

# Abstract

The purpose of this study is to explore the development of the local government develop agricultural cultural creative industries and its management model. The study uses the case of tropical agricultural exhibition of Pingtung County as an example to accomplish the study goals. There were three methodologies, document analysis, observation, and interview, adopted in this study to understand the developmental situations and characteristics of the tropical agricultural exhibition of Pingtung County. At the same time, the strategies and benefits of the activities of the local government agricultural cultural creative industries were explored. Further, the sustainable strategies of the local development of the agricultural cultural creative industries were studied and planned to construct workable models of the local government develop agricultural cultural creative industries.

Through more than four years' study, The study found that there were unlimited developmental space for the cultural creative industries. The models of the domestic local governments develop agricultural cultural creative industries were similar. There are advantageous foundations of the domestic local governments to develop agricultural cultural creative industries.

The conclusions of this study as follow:

1. The domestic agricultural cultural creative industries are rose and developed gradually.
2. The agricultural cultural creative industries needs across industries integration.
3. The bottle neck of the domestic agricultural cultural creative industries waits for breaking through.
4. The adjustments of the role of the local government in developing agricultural cultural creative industries are needed.
5. The sustainable strategies of the local development of the agricultural cultural creative industries include:
   (1) To deepen the knowledge and attentions of the governer and the administrative team of the agricultural cultural creative industries.
   (2) To establish a team-type working unit for pushing the agricultural cultural creative industries.
   (3) To establish a consult team for the agricultural cultural creative industries.

(4) To plan the project and policy of the agricultural cultural creative industries of the local government and its marketing.
(5) To train personnel for the agricultural cultural creative industries.
(6) To cultivate and promote the agricultural cultural creative industries climates.
(7) To develop the award policy of the agricultural cultural creative industries and provide resources.
(8) To help searching and exploring the topics and resources of the agricultural cultural creative industries.
(9) To provive guideances and helps for the intedisciplinary.
(10) To guide the private industry adopts the strategic alliance.
(11) To guide and help the learning and observe from the benchmark.
(12) To guide the production and marketing.

Finally, according to the findings and conclusions of the study, the suggestions to the local governments, the workers of the agriculture, fishery, and livestock farming, follow-up researchers, and domestic research institutes are proposed.

Key word: local government, tropical agriculture, agriculture cultural creative industries, exhibition

# 目　次

致謝.....i

中文摘要..... ii

Abstract..... iv

目次.....vi

表次.....viii

圖次.....ix

第一章 緒論.....1

第一節 研究背景與重要性..... 1
第二節 研究動機與目的.....2
第三節 名詞釋義..... 6
第四節 研究範圍與研究對象..... 9
第五節 研究限制..... 10

第二章 文獻探討.....12

第一節 農業文化創意產業的意涵..... 12
第二節 農業發展條例與農業文化創意產業之關係..... 33
第三節 國內外發展文化創意產業概況分析..... 43
第四節 屏東縣發展農業文化創意產業概況分析..... 57
第五節 屏東縣熱帶農業博覽會的背景與沿革..... 65

第三章 研究設計與實施..... 82

第一節 研究架構與研究流程..... 82
第二節 研究對象..... 84
第三節 研究方法..... 84
第四節 資料蒐集工具.....87
第五節 資料處理..... 88

第四章 結果與討論..... 89

第一節 屏東縣政府辦理歷次熱帶農業博覽會的分析與檢討.... 89

第二節 相關人員對於屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會的觀感和建議....104
第三節 屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會的農業文化創意分析.....120
第四節 屏東縣政府發展農業文化創意產業的利基與限制.....122
第五節 綜合分析與討論.....124

第五章 結論與建議.....134

第一節 研究發現.....134
第二節 結論.....135
第三節 建議.....138

參考文獻..... 141

附錄.....148

附錄一 農業文化發展條例..... 148
附錄二 訪談題目..... 160
附錄三 屏東熱帶農業博覽會歷屆位置圖……161
附錄四 2009 年屏東熱帶農業博覽會園區介紹圖..... 162
附錄五 2009 年屏東熱帶農業博覽會遊園景觀..... 163

# 表　次

頁次

表 2－1 國外學者對文化創意產業和創意產業的彙整…… 16
表 2－2 文化創意產業分類定義……18
表 2－3 各國文化創意產業定義之比較…… 20
表 2－4 農業發展條例第一章總則部份…… 34
表 2－5 農業發展條例第三章有關農業生產方面…… 37
表 2－6 農業發展條例第四章農產運銷、價格及貿易…… 39
表 2－7 農業發展條例第五章農民福利及農村建設…… 40
表 2－8 農業發展條例第六章農業研究及推廣…… 41
表 2－9 2002~2009 年各部會投入文創業務經費彙整表…… 45
表 2－10 國內文化創意產業的開發績效…… 47
表 3－1 訪談題目……87
表 4－1 入園人數分析……90
表 4－2 遊客區域分析……90
表 4－3 2005 年-2009 年熱帶農業博覽會舉辦對照表……100

# 圖　次

頁次

圖 1－1 休閒農業基本功能…… 4
圖 2－1 台南縣白河蓮花節……27
圖 2－2 宜蘭縣綠色博覽會……28
圖 2－3 彰化花卉博覽會…… 29
圖 2－4 苗栗客家桐花季…… 30
圖 2－5 大鵬灣風景區路線圖…… 32
圖 2－6 墾丁國家公園路線圖…… 32
圖 2－7 洋蔥嘉年華…… 58
圖 2－8 花果節活動(林邊鄉公所所展示之蓮霧)…… 59
圖 2－9 屏東黑鮪魚文化觀光季……60
圖 2－10 坊山芒果文化季……62
圖 2－11 萬丹產業文化嘉年華活動……63
圖 2－12 為 2005 年的營運組織規劃上之組織架構…… 69
圖 2－13 2005 年屏東縣熱帶農業博覽會入口意向區……70
圖 2－14 2005 年屏東縣熱帶農業博覽會花果區……70
圖 2－15 為 2006 年熱帶農業博覽會之活動規劃…… 72
圖 2－16 為 2006 年的營運組織規劃上之組織架構…… 73
圖 2－17 2006 年熱帶農業博覽會之票務分析表…… 74
圖 2－18 為 2006 年屏東熱帶農業博覽會入口意區…… 74
圖 2－19 2006 年屏東熱帶農業博覽會所展示之大南瓜……74
圖 2－20 為 2007 年的營運組織規劃上之組織架構…… 75
圖 2－21 2007 年屏東熱帶農業博覽會售票亭……76
圖 2－22 2007 年屏東熱帶農業博覽會參觀路線圖…… 76
圖 2－23 為 2008 年的營運組織規劃上之組織架構…… 77
圖 2－24 2008 年屏東熱帶農業博覽會縣長親自主持開幕典禮……78
圖 2－25 為 2009 的營運組織規劃上之組織架構…… 79
圖 2－26 2009 年屏東熱帶農業博覽會宣傳海報……80
圖 2－27 2009 年屏東熱帶農業博覽會花果區……80
圖 2－28 歷屆熱帶農業博覽會入園人數……81
圖 3－1 本研究架構…… 82
圖 3－2 研究流程圖…… 83
圖 5－1 地方政府發展農業文化創意產業策略模式圖……138
附錄三 屏東熱帶農業博覽會歷屆位置圖……161
附錄四 2009 年屏東熱帶農業博覽會園區介紹圖…… 162
附錄五 2009 年屏東熱帶農業博覽會遊園景觀…… 163

# 第一章　緒論

## 第一節　研究背景

1980 年代以來由於經濟高速發展，人們漸漸將生活的內涵，推向「全方位、高品質」境遇的滿足，尤其注重物質以外精神生活的追求，在此社會風尚下，文化藝術的豐富生命力所帶給民眾的影響力便不能忽視（張嘉津，2005）。伴隨著現今二十一世紀全球化的發展，人類早已經從傳統的經濟體系躍升進入以「創新」為主的知識經濟年代。而世界各族群間的距離已經越來越模糊，每個地域與族群間為了能保有地方特色與競爭力，於是紛紛提出能與在地文化和創意融合的產業。

英國是最早提出文化創意產業概念的國家，主要是因為英國本身即有悠久的文化資產及早已資本化的龐大文化工業（盧健英，2004）。而為了提升我國的國力，行政院也在2002年提出：「挑戰2008：國家發展重點計畫」，把文化創意產業列為十大投資計劃之一。主要涵蓋內容則有視覺藝術產業、音樂與表演藝術產業、文化展演設施、工藝、電影、廣播電視、出版、廣告、設計、設計品牌時尚、建築設計、創意生活與數位休閒娛樂等13項產業。

根據行政院文化建設委員會《2004 年文化統計》報告，台灣文化創意產業家數共有 50,111 家(不含設計品牌時尚業)，其中以廣告業的家數最多，達 11,175 家；其次為工藝產業 10,676 家；最少的為生活創意產業的 53 家。總體來說，台灣文化創意產業在 2004 年時比在 2003 年成長 4.28%，其中成長最快速的則是創意生活產業，達到 89.29%，其次則是音樂及表演藝術產業的 18.16%，顯見政府與民間持續努力在投入文化創意產業的同時，已經開始漸漸能看到績效與成果。

而文化政策可以重塑城市外在與內在的意象，引導自然與環境的復興，使地

區的公共社交生活恢復生氣，激勵社區組織並加強市民認同與自尊，建立與其他城市的聯繫（Bianchini,1991）。國內文化創意產業以：「文化產業化，產業文化化」為願景，除了可以活絡地方經濟外，也可以提昇全民的文化與美學素養，結合地方文化資源與商業機制，將地方文化特色彰顯出來，也可增強當地民眾的文化認同感與增加其地方產業的經濟附加價值。在全球化的影響下，政府提出以「文化」為主的創意產業，除了在一片景氣低迷的台灣創造出另一個經濟價值外，也把台灣各縣市的文化特色推展到國際舞台上，除了可增加台灣的能見度外，也讓國外人士能深深體驗到，台灣原有各式各樣不同的在地文化特色。

本論文研究者生長於屏東縣的一個純樸農村裡，雖自高中時代起即遠離家鄉到異鄉求學，大學時代還在國外求學四年，然對於故鄉農村的困境與感情仍無法忘情，回國後發現屏東縣政府正大力推展農業文化創意產業的各項活動，深深吸引研究者本人的關注，而「文化產業化，產業文化化」的願景理念更深深吸引住我，「發展農業文化創意產業」的念頭也因此成為我心中亟待探索的問題，如何讓農業文化產業化，以及如何讓農業產業文化化，將是一個很大且值得用心去探討的議題，因此，發展農業文化創意產業遂成為本人研究美學與視覺藝術碩士論文的研究題材。

## 第二節　研究動機與目的

隨著政府開始實施週休二日後，民眾的工作時數減少，休閒時間相對增多，大家開始注重物質以外的休閒觀光活動，因此也影響了各縣市地方觀光產業的發展，進而帶動國外人士來台灣觀光的次數。

根據交通部觀光局的統計，2007 年全年來台旅客累計 371 萬 6,063 人次，與 2006 年同期相較成長 5.58%，而 2007 年全年各主要客源市場，以「觀光」目的旅客為 164 萬 8,507 人次，成長 9.16%。而《2005 年的觀光年報》報告指出，為了輔導各單位加強國內各大型活動之產品化、觀光化與國際化，期能吸引國際觀光客來華觀光，提出以下配合措施：1.重新包裝遊程，鼓勵旅行行銷。2.結合公民營觀光資源，研訂優惠價格等誘因方案。3.透過媒體介紹活動資訊，並報導舉辦縣市之周邊景觀、人文特色及產業之活力 4.透過網路行銷，提升活動資訊取得之便利性等。而國內 2005 年臺閩地區 301 處觀光遊憩區遊客共計 13,669 萬 1,863 人次，其中具代表性之 100 處遊憩區遊客人數較上年度成長 2.96%。由此可見地方機關在政府的強力輔佐下，各地方的休閒觀光產業營業量都有顯著提升，對於民眾在假日時，能從大都市邁入鄉村裡，除了可享受到各地方政府政策的用心外，國內外民眾更可深深體驗到台灣在地文化特色的各種風貌，尤其是傳統與現代化並陳的當代台灣農村文化風貌。

近幾年來，各地方政府為了彰顯地方產業特色能彰顯出來，於是紛紛結合觀光與在地文化，舉辦具有文化特色的地方節慶創意活動。而其中最為人知的則有：臺北市傳統藝術季、鶯歌國際陶瓷嘉年華、三義木雕節、臺中縣媽祖國際觀光文化節、花蓮國際石雕藝術季、宜蘭國際童玩藝術節、墾丁風鈴季、屏東黑鮪魚文化觀光季、半島藝術季、熱帶農業博覽會…等等。

屏東位於台灣的最南端，三面環海，夏季長達 9 個月，加上有高屏溪、東港溪等主要溪流充分提供水源及灌溉平原，因此屏東的農業發展相對較其他產業發達。但自從 2002 年台灣申請加入世界貿易組織（World Trade Organization；WTO），成為正式會員國後，須正式遵守該組織的各項規定，尤其在農業方面，我國必須開放農產品市場（阮亞純，2004）。對於之前政府對進口特殊種類的農

產品採取高關稅的保護我國農業產品的政策，在加入 WTO 後，頓時蕩然無存。農民們對自己終年在農業產業裡所付出的心血，也呈現擔憂的狀態。

屏東縣主要是以農業為主，在面對這樣的窘境下，政府與民間也開始思索如何能讓產業升級及增加地方農業產業的能見度與競爭力。近年來由行政院文化建設委員會所提出的文化創意產業內容與意涵，更提供了農業相關產業創意發展的更多靈感，其中尤以兼具農業文化與農業生物科技的農業文化創意產業，將帶給以農業為主的屏東縣新的經濟附加價值與希望。

因此，自 2005 年起，由屏東縣政府結合當地農業界推出「屏東縣熱帶農業博覽會」，冀望將傳統農業的一級產業，轉向提供田園景觀、農家生活、農村文化，以服務顧客為導向的三級產業。例如「休閒農業」可維持農業生產、農民生活及農村生態三生一體之農業特性，並藉由導入旅遊服務業之經營理念，以提供優質的休閒旅遊（蔡坤泰，2005）。而「休閒農業」更具備了以下幾項基本功能如下圖 1-1:

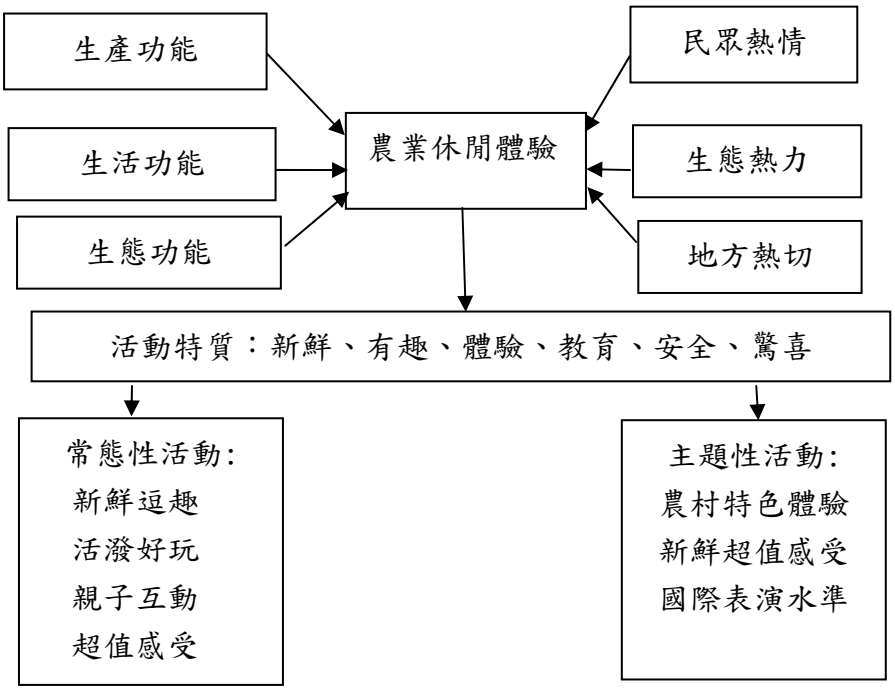


圖 1—1 休閒農業基本功能

資料來源：2005 年屏東縣熱帶農業博覽會結案報告書

行政院農委會輔導處處長莊玉雯表示：「休閒農業是一種健康與公德兼具的產業，將是台灣產業未來的重要發展區塊。休閒產業之所以與一般觀光產業不同，在於與產業建立密不可分的關係，突破傳統農村社區的發展模式，添加了許多地方特色，營造不同的人文氣息，增加複合式的商機，以教育部為例，98 年度會優先補助各級學校到休閒農場戶外教學活動的費用。」香格里拉休閒農場董事長張清來認為：「經營休閒農場是一種讓生活更有品味的產業，休閒就是休想閒，休閒農業的核心，除了提供民眾放鬆身心、旅遊紓壓的場所外，最重要的就是與產業的緊密連結。以前台灣農業遭遇經營困境、收入降低、人口外移、環境屢遭破壞，因此為了改善這種狀況，就將生產用的農業經營，轉型為提供觀光遊憩服務，並可以創造收入、增加農村就業並加速城鄉發展與交流。」（經濟日報，2008）。

類似以創意服務為導向的休閒農業，是否能在以推銷節慶觀光模式的手法，得到永續性的發展，是本研究興起的主要動機，因此本研究以近幾年屏東縣政府（以下簡稱個案）辦理熱帶農業博覽會為案例展開研究，期待本研究結果能對以節慶觀光活動振興地方農業文化創意產業的實施有所貢獻。

因此，本研究的目的如下：

一、探討文化創意產業發展與經營之相關文獻，以建構本研究觀念架構。

二、探討地方政府發展農業文化創意產業的開發與經營模式。

三、探討個案辦理熱帶農業博覽會的發展態勢與特色。

四、探討地方政府發展農業文化創意產業活動的策略及效益問題。

五、探討農業文化創意產業的永續發展策略。

六、建構地方政府發展農業文化創意產業的可行模式。

## 第三節　名詞釋義

### 壹、地方政府

廣義的地方政府乃指中央政府以外的地區性政府而言，以我國為例，直轄市與縣市政府及鄉鎮市公所均屬於地方政府。本研究所指之地方政府乃依據地方制度法第十四條所述「直轄市、縣（市）、鄉（鎮、市）為地方自治團體，依本法辦理自治事項，並執行上級政府委辦事項。」之精神，採廣義的觀點，將地方政府界定為直轄市政府、縣（市）政府、及鄉（鎮、市）公所。而本研究對象個案則屬縣（市）政府層級之地方政府。

### 貳、文化

文化（culture)，源自於拉丁文 cultura，原意為對土地的耕耘和對植物的栽培，其後引申為對人的身體和精神兩方面的培養。文化一詞後來經過人類學者的援引和使用，現在已成為人文社會領域中廣被接受的概念（文建會，2004)。

英人類學家泰勒(Sir Edward Burnett Tylor,1832-1917)：「文化或文明，以其廣泛的民族誌意義而言，就是一種複雜的整體，其中包括知識、信念、藝術、道德、法律、風俗以及作為社會一個成員的人所獲得的其他一切才能和習慣。」(高宣揚，2002)。文化是一種感覺、理想、主張、靈感、讚賞、感動，備受讚賞的文化往往具有感動世人的內涵。(彭久玲，2002、胡家瑜，2005)。吳濟華、鄭志明（2009）稱「文化」主要係指在人類活動中所獨特發展出來的價值觀、地方和空間的態度與想法。所以文化可視為社會和族群中歷經時間變遷所累積的價值、思想體系、活動，形成一種價值觀融入生活中，並產生一種社會制約的模式或習俗。亦即，文化是人的生活樣式，是隨時間變遷累積的價值及活動，包括了信仰體系、社會組織、習俗和環境等範疇。『文化』為經由時間長期累積所形成

的獨特價值觀念，並反映於日常生活的各類型活動中。它所呈現的形式，可能以無形的語言文字或風土民情呈現，亦可能為有形可見的衣著彩飾或圖騰建築等樣貌。

總的來說，整個歷史脈絡與人類生活的累積，不論物質與精神，只要有人類的軌跡，就會有文化。

## 參、文化創意產業

根據聯合國教育科學及文化組織（United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, UNESCO）主要將文化創意產業分成文化產品、文化服務與智慧財產權三項。

國內對「文化創意產業」(culture & creative industry）的定義是：「源自創意與文化積累，透過智慧財產的形成與運用，具有創造財富與就業機會潛力，並促進整體生活環境提昇的行業 。」其推動範疇包括「視覺藝術」、「音樂及表演藝術」、「工藝」、「設計產業」、「出版」、「電視與廣播」、「電影」、「廣告」、「文化展演設施」、「數位休閒娛樂」、「設計品牌時尚產業」、「建築設計產業」和「創意生活產業」等十三個類別（文建會，2004)。如能把產品加上具有文化與創意內容的行銷方式，不只可使品牌的能見度增加，也可增強產品在國際上的競爭力。因此文化創意產業的提出，主要是讓產品經濟價值提升，而民眾在購買產品時，已不是單純購買一件產品，而是在享受產品所附有的文化內涵與創意，進而提升購買者的美感及生活品質。

## 肆、博覽會

博覽會(Exposition)在《朗文字典》裡面是指工業產品的國際展示；在《牛津字典》中是指商品與藝術品的展示，泛指規模很大的產品展覽，產品類型涵蓋

工業產品、藝術產品、商品、知識產品與文化產品等；在《大英百科全書》裡是指舉辦博覽會主要目的及意義在於鼓舞公眾興趣、促進生產、發展貿易、展現一種或者多種生產技術之進步與成就，邀請各國將藝術品、科學成果或工業製品有組織成列於特定場所，互相觀摩學習，進而達到教育宣導之效果；在《大美百科全書》中，博覽會源自於傳統商品市場，但是並不作為一般商業交易的地點與場合，而是一個提供機會展示國家產業技術與科技水準的地方，藉以展現國家經濟實力。

博覽會四大功能論：

提倡都市大型活動者指出，大型活動如博覽會、奧運會等是促成地方經濟成長及都市再發展的有利工具，他們指出這些活動至少有四種正面效益(French and Disher, 1997)：

第一、 活動相關設施可以遺留給舉辦都市，

第二、 活動舉辦前新建工程及遊客參訪期間消費的經濟刺激，

第三、 能見度更高的行銷機會，有利招商及觀光促銷，

第四、 促成都市再發展，這也是最難達成與最難評估的項目（台中學研究中心網站）。

## 伍、熱帶農業博覽會

亞熱帶地區是最利於各項動植物生產的地方，而台灣則以南部的屏東縣屬亞熱帶氣候，加上其水源充足、土壤肥沃、農民勤奮等因素，使其農林漁牧生產豐富，而其所含括的農林漁牧業統稱為熱帶農業。

農業博覽會在歐美地區發展已久，如歐洲之法國農業博覽會、比利時農業博覽會、美國之世界農業博覽會。農業博覽會在美國發展已近四十年，其中以在加州舉辦之世界農業博覽會歷史最為悠久。始於 1968 年舉辦於加州圖萊里(chart

comes California ）之農業博覽會(世界博覽會之前身)，其活動為期三天，共 157 個參展業者及 28,000 名參觀者。在 1972 年有了第一個國外的參展業者;在 2001 年開始，即以世界農業博覽會為名。世界農業博覽會已發展為國際性之農業展覽，2006 年共有 70 多個國家參與展出，美國商務部與加州政府亦大力支持。中國大陸每年亦在各地舉辦不同的農業博覽會，如 2006 年無錫現代農業博覽會、中國國際蔬菜博覽會、東北現代農業博覽會、黑龍江農業博覽會等（游勝淵，2006）。

本研究之研究個案因其活動宗旨與精神及內容與農業發展條例第三條中「休閒農業」之定義較為相近，其定義為：「利用田園景觀、自然生態及環境資源，結合農林漁牧生產、農業經營活動、農村文化及農業生活，提供國民休閒，增進國民對農業及農村之體驗為目的之農業經營。」（農發條例，2007）故本研究將熱帶農業博覽會界定為「以亞熱帶田園景觀、自然生態及環境資源，結合農林漁牧生產、農業經營活動、農村文化及農業生活及其他相關農業文化創意產業為內容，提供國民休閒，增進國民對農業及農村之體驗為目的之展覽會」。它有別於國際間所辦理之農業博覽會之以專業農業生產技術發表、產品展示、與機具及觀念之行銷等，而側重於提供民眾休閒與農業體驗。

## 第四節　研究範圍與研究對象

### 壹、 研究範圍

本研究主要是以屏東縣政府自 2005 年至 2009 年，所舉辦的屏東縣熱帶農業博覽會為研究範圍。主要內容包括發展沿革、主題、內容的開發、經營模式與其特色等。

## 貳、研究對象

文化創意產業所包括的範圍很廣，其主要的要素有：一、提出創意文化的人與經營創意文化的人及享受創意文化的人；二、創意文化的事；三、創意文化的物件等。因此，本研究的研究對象乃包括個案辦理屏東縣熱帶農業博覽會的人、事、物。茲分別敘述如下：

對象一（人）：本研究有關「人」的對象包括：1.參與籌備規劃與經營管理的相關人員；2.個案內研發與管考人員；3.個案縣境內之參觀遊客；4.其他縣市參訪遊客。

對象二（事）：本研究有關「事」的對象包括：1.創意的策略；2.經營模式；3.經費的收支；4.發展的軌跡。

對象三（物）：本研究有關「物」的對象包括：1.園區硬體規劃；2.園區農務規劃；3.園區植栽與擺飾。

# 第五節、 研究限制

## 一、 時間的限制

為了階段性統整與檢討，以及提出研究報告之需要，在研究時間上有所限制。本研究必須於 2009 年 2 月底前結束觀察，2009 年 6 月底前完成訪談及所有資料整理，同年 10 月底前完成研究報告。

## 二、研究範圍的限制

本研究主要是以個案自 2005 年至 2009 年，所舉辦的熱帶農業博覽會為研究範圍。以後的發展，及其他個案所另行開發之農業文化產業觀光等相關創意產業，因限於研究者之人力、物力與能力而無法列入研究範圍。

## 三、研究對象的限制

本研究的研究對象乃包括個案辦理屏東縣熱帶農業博覽會的人、事、物。惟因限於時間及個人能力，也僅止於本研究上述所指之研究對象，至於其他相關人員則只好割愛。尤其在訪談對象方面也僅能做立意抽樣訪談。

本研究主要是以個案所提供的網站資料、規劃及結案報告書，與筆者經常走訪園區觀察體驗和搜集歷年來熱博會的資料為主要參考依據。至於其他很多細節，則因限於時間與人力及其他主客觀因素，而無法鉅細靡遺的全盤蒐集與深入探討。

# 第二章　文獻探討

## 第一節 農業文化創意產業的意涵

### 壹、農業的意涵

#### 一、農業的意義

在進入工業社會時代以前，整個人類是處於農業社會。隨著時代的演變以及社會的發展，農業的範圍與內容雖亦逐漸豐富，然其經濟價值曾經遠遠被高科技的工業產品所超越，就如同早期台灣光復之初，一船的香蕉換不到一卡車的家電用品一般。惟隨著時代的進步，農業並沒有因此而被完全淘汰，且農業的價值仍然不可忽視。因為農業是最貼近人類的產業，也是國家人民生活的根基。

由於農業的範圍與內容隨著時代的演進而逐漸豐富，因此農業的意義就有狹義與廣義之分。從字義上來看。「農」字構造上從田，係田地之意，下從辰，即象徵曲木的耕器，故《說文解字》上說:「農，耕也，種也。」

《前漢書》亦稱，「闢土植穀曰農」，即表示農就是耕土地，種植五穀的意思。又英文 Agriculture--字，原出拉丁文，Agni 為土地，culture 為耕種栽培之意思，此為農業狹義之說。

我國農學家趙連芳曾在其《現代農業》一書中，對農業做一廣泛的定義:「現代農業之廣義，在利用天時、地利與經濟原則及科學方法，以培育各類生物，藉以生產有關國計民生的物質。」事實上，農業包括農、林、漁、牧四種生產事業，故可定義為，「人類利用天然資源以從事農、林、漁、牧生產，以供給人類生活必需物質的生產事業。」民國 1991 年的「農業綜合調整方案」中，亦指出「農

業係涵蓋農、林、漁、牧之產、製、儲、銷事業。現代化農業不僅是生產事業，也是一種生活方式，更具生態保育功能。」因此，農業的定義已不再是侷限於初級產業，而是已擴大兼具生產性、生活性及生態性（引自王端書，2008）。

另依據我國農業發展條例第三條第一款係將農業定義為：「利用自然資源、農用資材及科技，從事農作、森林、水產、畜牧等產製銷及休閒之事業」。可見凡利用各種自然資源、農用資材及新進科學技術，來從事與農作、森林、水產、畜牧等產製銷及休閒有關之事業，均可稱為農業。因此，本研究乃將農業廣義的定義為「凡從事與現代農林漁牧有關之經營發展事業，均稱為農業」。

## 二、農業的內涵

### （一）農業的範圍

現代農業因科學的進步，範圍廣泛而精細，在理論上大抵可歸納為農、林、漁、牧四大部門。茲分述如下:

1. 農的範圍:

（1）農藝:包括食用作物、特用作物、飼料作物、雜用作物(如綠肥、覆蓋作物等)。

（2）園藝:包括果樹、蔬菜、花卉、造園及園藝利用等。

（3）林的範圍:

a. 森林生產。

b. 森林經理。

c. 森林利用。

d. 森林管理。

森林依其經營的目的，可分:

a. 經濟林係以營利為目的．多為私人經營，如用材林、薪炭林。

b. 保安林係以保護公共安全或大眾利益為目的，多為公營或國營，如水源涵養林、防風林。

漁的範圍:

a. 漁撈專業:包括遠洋漁業、近海漁業、沿岸漁業及內河漁業。

b. 養殖專業:包括鹹水養殖及淡水養殖。

（4）牧的範圍:

a. 普通家畜事業，如飼養牛、馬、豬、羊等。

b. 家禽事業，如飼養雞、鴨、鵝等。

c. 小動物飼養事業、如養蠶、蜂、觀賞動物（如鳥、兔、犬等）。

d. 乳畜事業，如養乳牛、乳羊等。

（二）農業的內涵

上述農業的範圍係針對農業的實體來劃分，然隨著時代的進步，農業的內涵正逐漸加深與加廣，例如：隨著生物科技的發達，農業生物科技亦隨著崛起，且逐漸受到重視；另隨著網路資訊科技的發達，農業生產履歷、農產品網路行銷、農情調查、農業資訊…等亦隨著資訊科技化而提升其價值。因此，農業的內涵已經更加寬廣，除了農業的農、林、漁、牧傳統經營方式以外，生物科技、網路科技、環境生態與農業文化創意…等，均已逐漸融入成為農業發展的重要內涵。

## 貳、文化創意產業的定義

「文化創意產業」的概念，起源於 1974 年由法蘭克福學派學者 Adorno 與 Horkheiner 所提出的「文化工業」（Culture Industry）概念，此概念指涉當時文化產品的產品，都以「為了大眾而設計，並加以生產」的文化形式呈現。當「文化創意」與「產業」兩者結合而成「文化創意產業」（Cultural Creative Industries）就容易行成「文化」與「產業」內在特質矛盾的弔詭－文化人不願意商業化；經濟人覺得文化沒前途。作家李欣頻有個譬喻：「如果藝術家是做出好吃麵包的人，那文化商業化就是讓每個人都能吃到好麵包」（陳姝吟，2005）。所以文化創意產業不僅可以提昇文化人的生活品質，更可以促進大眾對美學與創意的嚮往。

聯合國教科文組織對於文化產業的定義是：「結合創作、生產與商業的內容，同時這內容在本質上，是具有無形資產與文化概念的特性，並獲得智慧財產權的保護，而以產品或服務的形式來呈現。從內容來看，文化產業也可以被視為創意產業；或在經濟領域中，稱之為未來性產業；或在經濟領域中，稱之為內容產業」（文建會，2003：25）。文化產業，廣義來說，是發揮與活化歷史文化所形成的產業；狹義來說，就操作型定義來看，是以社區居民共同承擔經營，以社區原有的文史、技術、自然等資源為基礎，經過資源的發現、活用等，提升社區生活生產、生態、生命等社區文化的分享體驗與學習的產業（卓玲妃、陳乃菁，2003、黃惠穗，2006）。

文化創意產業與其他產業有所差異，其特徵包括：文化創意產業必須提供文化產品和文化服務的大規模工商活動，提供市場和產業化的組織型態，進行規劃的文化生產，形成循環擴大的經濟型態；文化創意產業需以從事文化生產和文化經營的企業為核心，在提升企業競爭力的過程中，不斷提高文化生產和經營的效益；文化創意產業主體是一條以企業為主的協作鏈條，把不同參與這連結起來，藝術家、經濟人、生產商、銷售商等，經由分工協力，使文化價值轉化成商業價值，又以商業價值的實現過程，促成了文化價值的傳播。也就是說文化創意產業

的特徵包括交叉融合性、共生共棲性、市場交互佔有，也造成文化創意產業集團化。簡言之，文化創意產業的特徵是以文化內容的創造為核心，通過市場化與產業化的組織，大規模提供文化產品和文化服務的經濟型態。文化創意產業納為產業鏈的一部分，透過生產、製作、行銷等過程產生經濟利益，而文化創意產業與其他產業的差異，成為此產業的特色（花建等人，2003）。

文化代表一國藝術與生活經驗的特色與累積，以文化結合新的靈感、創意，將足以為一國帶來新的發展潛能與商業機會，進而創造工作機會。由於創意文化的資源除了代表該國文化之內涵與特色之外，也蘊藏了相當高的商業價值，在在突顯出其重要性與必要性。從量化數據來看台灣文化創意產業近年的發展，2002年文化創意產業營業額為4,353億元，到2007年為6,329億元，5年期間增加1,976億元，年平均成長率為7.78%，較同期GDP年平均成長率3.7%還高。而致力於數位典藏的行政院國科會，也將數位典藏的成果，透過市場機制推廣行銷至國際舞台（李欣如，2009）。因此，文化創意產業除了可增加就業人口及提升人民文化素養外，更可增加其經濟附加價值，能以製造業為主的台灣，提供另一項經濟的優勢。

表2－1 國外學者對文化創意產業和創意產業定義彙整表

| 學者 | 對文化創意產業的相關界定與說明 |
|---|---|
| Horkheimer & Adorno (1944/75) | Commodification of culture 【文化產業】 |
| Hirsch (1972;2000) | A network of organizations engaged in the production and mass distribution of “cultural” items【文化產業】 |
| Howkins (2001) | Creative Economy is the Idea business, an economy where the major inputs and outputs are ideas. Ideas are turned into products for buying and selling (Transactions of creative products)【創意經濟】 |

| | |
|---|---|
| Lawrence and Philips (2002) | Commercial production of culture 【文化產業】 |
| Hesmondhalgh(2002) | Two set of cultural industries: core and peripheral The former deal with the industrial production and circulation of texts and the later with reproduction【文化產業】 |
| Cave (2000) | Sectors of the economy producing artistic, cultural and entertainment goods and services 【創意性的產業】 |
| Siwek (2004) | Industries engage primarily in the generation, production and dissemination of new copyrighted material; industries that part of whose products are copyrighted materials; industries that distribute copyrighted materials to businesses and consumers; and those that produce and distribute products that are used wholly or principally in conjunction with copyrighted materials 【有版權的產業】 |
| Scott (2000; 2004), Power (2004) | Four groups: Core, partial, distribution and copyright related Cultural-product industries (sectors)【文化經濟】 |
| Hartley (2005) | The idea of creative industries seeks to describe the conceptual and practical convergence of the creative arts (individual talent) with Cultural industries (mass scale), in the context of new |

| | |
|---|---|
| | media technologies within a new knowledge economy, for the use of newly interactive citizen-consumers【創意產業】 |

資料來源: Hsieh, J. J. and Chen, Y. M. (2007)

2003 年 3 月及 7 月，由經濟部、教育部、新聞局及文建會共同組成跨部會「文化創意產業推動小組」第二、三次委員會議決議，確立了台灣文化創意產業的定義，大體上係基於以下的特性而列入考量：

一、就業人數多或參與人數多。

二、產值大或關聯效益高。

三、成長潛力大。

四、原創性高或創新性高。

五、附加價值高。

由此可知，只要具備上述特性，就可成為文化創意產業。

而根據文建會對文化創意產業的定義範疇與主管機關如下：

表 2－2 文化創意產業分類定義

| | | | |
|---|---|---|---|
| 1 | 文化展演設施 | 文建會 | 凡從事美術館、博物館、藝術村等之行業均屬之。 |
| 2 | 工藝產業 | 文建會 | 凡從工藝創作、工藝設計、工藝品展售、工藝品鑑定制度等之行業均屬之。 |
| 3 | 電影產業 | 新聞局 | 凡從事電影片創作、發行映演及電影週邊產製服務等之行業均屬之。 |
| 4 | 出版產業 | 新聞局 | 凡從事新聞、雜誌（期刊）、書籍、唱片、錄音帶、電腦軟體等具有著作權商品發行之行業均屬之。但從事電影發行之行業應歸入電影片發片行業細類，從事廣播電視節目及錄影節目帶發行之行業應歸入廣播節目供應業細類。 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 5 | 廣告產業 | 經濟部 | 凡從各種媒體宣傳物之設計、繪製、攝影、模型、製作及裝置等行業均屬之。獨立經營分送廣告、招攬廣告之行業亦歸入本類。 |
| 6 | 設計產業 | 經濟部 | 凡從事各種媒體宣傳物之設計、產品外觀設計、機構設計、原型與模型的製作、流行設計、專利商標設計、品牌視覺設計、平面視覺設計、包裝設計、網頁多媒體設計、設計諮詢顧問等之行業均屬之。 |
| 7 | 建築設計產業 | 內政部 | 凡從事建築設計、室內設計、展場設計、商場設計、指標設計、庭園設計、景觀設計、地景設計之行業均屬之。 |
| 8 | 設計品牌時尚 | 經濟部 | 凡從事以設計師為品牌之服飾設計、顧問、製造與流通之行業均屬之。 |
| 9 | 創意生活產業 | 經濟部 | 凡從事相關下列定義之行業均屬之：1.源自創意或文化累積，以創新的經營方式提供食、衣、住、行、育、樂各領域有用的商品或服務。2.運用複合式經營，具創意再生能力，並提供學習體驗活動。 |
| 10 | 數位休閒娛樂產業 | 經濟部 | 凡從事數位休閒娛樂設備、環境生態休閒服務及社會生活休閒服務等之行業均屬之。1.數位休閒娛樂設備－3DVCR、運動機台、格鬥競賽機台、導覽系統、電子販賣機台、動感電影設備等。2.環境生態休閒服務－數位多媒體主題園區、動畫電影場景主題園區、博物展覽館等。3.社會生活休閒服務－商場數位娛樂中心、社區數位娛樂中心、網路咖啡廳、親子娛樂學習中心、安親班/學校等。 |
| 11 | 廣播電影產業 | 新聞局 | 凡從事無線電、有線電、衛星廣播、電視經營及節目製作、供應之行業均屬之。 |

資料來源：行政院文化建設委員會網站（閱覽日期：2007/3/16）

對於文化創意產業，前文建會主委陳郁秀提出可以從兩個面向來了解文化創意產業：一是不管任何一項產品，如果加上藝術文化的巧思，產品會有附加價值；二是能夠讓藝術文化創作變成藝術應用，而能夠產生產值的產業（謝東宏，2004）。所以能讓產品與藝術文化相結合，讓產品能有屬於自己的背景藝術文化故事，就會令產品產生有形與無形的經濟價值，進而提升產品的產值。

而創意產業、文化創意產業，在名詞與發展上雖有所差異與先後，但其核心的意義與特色到了今日可說有其共同的特質，如著重創意與文化、強調產值與就業的提升、原創性商品的大眾化、知識財產權保護，以及知識、文化的累積（賴孟君，2007）。因此在這以「知識創新」為主的時代，能讓相關產業加入創意與文化，就能讓產值與就業人口獲得改善。

一個有人才，有創意，能夠兼容並蓄，鼓勵創意的國家，才有源源不絕的活水，才有發展的契機。基於人才是發展文化創意產業的根本，也是國家競爭力的一環，因此，文建會繼 2000 年「文化資產年」、2002 年「文化環境年」及「文化產業年」後，將 2004 年定為「文化人才年」，特編列 4.7 億元經費擴大執行人才培育相關計畫，為文化創意產業注入活水源頭，培育具競爭力的文化人才。由於培育文化創意產業人才是刻不容緩之際，2003 年文建會與英國當代藝術中心（Institure of Contemporary Art，簡稱 ICA）合作，積極推動「文化創意產業人才赴英國研習——菁英計畫」，已甄選 15 位文化創意產業人才赴英國進行六週實習，回國後，他們除了傳授所學外，並投入文化創意產業相關專業領域工作（薛嘉齡，2004）。因此除了要提升產品的文化價值外，文化人才的專業培養，更是令文化創意產業加值的主要關鍵。

表 2－3 各國文化創意產業定義之比較

| 概念派別 | 國家/組織 | 對文化創意產業的定義 | 特色 |
|---|---|---|---|
| 創意產業 | 英國 | 創意產業源自個人創意、技巧及才華，通過智慧財產權的開發和運用，具有創造財富和就業潛力的行業。 | 視文化創意產業為個體創意的表現成果。 |
| 創意產業 | 聯合國教科文組織 | 結合創造、生產與商品化的內容，內容的本質是無形資產且具有文化概念，而這些內容受智慧財產權所保護，以產品或服務的形式來呈現。 | 視文化創意產業為具備文化概念的商品、服務。 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 創意產業 | 澳大利亞 | 數位內容與應用，展現資訊與傳播交流特色，內容本身具備智慧財產權，並可被數位化呈現的產品。 | 視文化創意產業為可被「數位化」呈現的商品。 |
| 文化工業 | 加拿大 | 藝術與文化活動中，被界定為文化產業者，包括實質的文化產品、亦包括著作權。 | 與聯合國相似的「文化服務」概念。 |
| 文化工業 | 芬蘭 | 「文化產業」泛指根植於文化意義所產的文化產品，文化產業的產品所包含的「文化意涵」、產品本身的文化獨特性就是主要的商品賣點。 | 重視產品本身的「文化意涵」。 |
| 創意產業 | 南韓 | 文化內容產業包括各類經濟活動，例如創作、生產、製造、流通等，而其活動內容源自任何知識、資訊及文化相關之基礎資源。 | 文化創意產業呈現方式偏向知識、資訊。 |
| 共通點 | 均重視「智慧財產權」保障，以創意為內容的生產方式。 | | |

資料來源：陳姝吟（2005）。

總而言之，對於「文化工業」、「創意產業」或「文化創意產業」的定義雖有些差異，就如同英國創意產業的推動者麥可．席妮（Michael Ciny）所言「創意產業是『有機的』，其定義會隨時間和產業變動而改變。」但其核心價值是不變的（葉碧雯，2006）。

文化創意產業發展迅速的原因，主要是受到生產需求與消費需求的雙重動力，即所有企業在面對知識經濟挑戰上，需要大量的文化投入，以及體驗經濟（Experience Economy）的浪潮。刺激文化創意產業壯大的重要因素之一，是因為社會進入中上發達水平，人們對文化產品的消費需求越來越大，形成文化創意產業的基本動力，特別在知識經濟的衝擊下，知識、資訊和知識型的勞動者，是最重要的生產力。人才的知識結構，不僅包括科學技術、操作技能，也包括人文

與藝術的修養。科技進步與勞動者的素質越高，人的文化修養也越重要，一個城市越具有科技與經濟發展的活力，文化市場空間也越廣闊。隨著社會生產力的發展，人們對物質性商品的消費需求會逐漸減緩，但對精神類文化商品的消費需求會逐漸加大。根據經濟學上的恩格爾（Engeer）定理，消費者的總收入越高，用於食品消費的支出比例越小，用於其他消費包括文化消費的支出則越多。文化是綜合國力的重要組成部分，在綜合國力分析指標中，文化實力的重要性節節上升，其與物質實力的關係，不是外在相加關係，而是相互滲透的相乘關係，是催生文化創意產業的另一項因素。此外，許多跨國公司推廣企業文化或大量投資來提高文化附加值，做為全球化競爭的文化前提，也是拉動文化創意產業的重要因素（花建等人，2003）。

所以研究者認為，文化創意產業的意涵，主要是透過創意與行銷，讓民眾的生活品質因為文化與創意的加入而提升；產業則因為有文化和創意的加值，更是讓原本已經呈現疲軟走勢的傳統產業，再次開創另一個產業新風貌。由於各國對文化創意產業的定義範疇不盡相同，本研究將採用國內行政院文化建設委員會所制定的文化創意產業定義與範疇為主要依據。亦即根據各國對文化產業或創意工業定義的比較，與現階段挑戰 2008 國發計畫中所涵蓋的產業範疇。因此，本研究將文化創意產業界定為：「文化創意產業」( cultural creative industry )，係指源自於文化的積累與創意的不斷衍生，並透過智慧財產權的運用與保護，能創造更多財富、價值與就業機會，以提昇整體生活環境的產業發展活動。因此，文化創意產業的核心價值( Core Value )，在於文化創意的生成(Culture and Creative Production)，而其發展關鍵，在於具有國際競爭力的創造性與文化特殊性。

## 參、農業文化創意產業的意涵

### 一、農業文化的意義

農業是立國之本，放眼當今世界強國，除了須具有科技工業的高度發展，更須以農業為其後盾，例如美國、中國、澳洲、日本、英國、法國…等等。因為農業才是人民生活最基本需求「食」的一切源頭。農業社會的發展已有幾千年的歷史，因此農業社會已具有幾千年的文化。而農業文化簡單的定義即是「農業社會生活裡伴隨的與農業有關的各種人類生活文化」。若以現代農業包括農、林、漁、牧業來界定，農業文化即是與農林漁牧業發展有關的生產、生活與生態所累積的文化。

### 二、農業文化的範疇

從上述對於農業文化意義的界定，可以理解農業文化的範疇即是包括農林漁牧業發展有關的生產、生活與生態三大層面，茲略述如下：

#### （一）農業生產

農業文化的農業生產範疇包括農林漁牧的選種、種苗繁殖、品種改良、生長照顧、病蟲害防治、收成、儲存、包裝、行銷…等。隨著人類社會的進步，上述農業生產的各項技術文化正逐漸擴大，且蘊藏著無窮的創意生機。舉稻米生產過程為例，在台灣光復初期，稻米的生產從秧苗的培植、拔苗、插秧、除草、施肥、噴灑農藥、收割、打穀、裝卸、晒穀、儲存等，均完全由人工與牛的人力與畜力合力完成，如今幾已完全由機械所取代，因此台灣光復初期所顯現的農業生產文化，與當今台灣農村農業生產文化必有許多不同，這也就是農業生產創意累積之成果。

（二）農業生活

舉凡從事與上述農林漁牧的選種、種苗繁殖、品種改良、生長照顧、病蟲害防治、收成、儲存、包裝、行銷…等有關之人員，自然形成一種與農業有關的生活型態，即為農業生活。這當中有一種很明顯的新舊差別，是隨著農業技術的發展而產生。亦即傳統農業與精緻農業、科技農業之差別。例如在傳統農業的農業生活時代，必須與時節氣候密切配合，農閒時段較長，而形成一種「慢活」的農村生活型態，並累積成各具特色的農村生活文化。

而現代精緻農業與科技農業時代的農業生活，已逐漸形成一種農業與生物科技及資訊科技結合的農業生活型態，其顯現的農業生活型態已與傳統農業的農業生活有明顯的差異，由於資訊科技與農業機械的融入農業生產，使得農閒時段更長，農民們利用農閒時段經營副業（如打零工…等），或生產有機農產品等，讓現代農業生活文化產生新的樣態，這也正是農業文化創意產業生機之所在。

（三）農業生態

農業生態也是農業文化的重要內涵之一，農業生態即是農業的產業環境，農業生態也隨著農業的發展而不斷的改變，且農業的農、林、漁、牧各具不同的產業生態。

例如漁業的根基是水，漁業必是與「水」脫不了關係，漁業的發展已從溪河、淡水湖、近海等之捕撈進步到遠洋捕撈；又由捕撈進步到養殖，由淡水養殖進步到海水養殖、海水定置漁網養殖。而漁產的儲存、加工、行銷等結合上述漁業的捕撈與養殖，構成了漁村的生態。又如沿海漁村寺廟密度特別高，是因為漁民們出海祈求神明保佑之所需，也形成了漁村特有的生態。各地的農業生態隨著各地產業之不同而呈現不同的特色。

三、農業文化創意產業的意義

由於「文化創意產業」(cultural creative industry)，係指那些來自於創意與文化積累，透過智慧財產權的生成與運用，有潛力創造財富與就業機會，並促進整體生活環境提昇的活動。因此，本研究將農業文化創意產業的意義，界定為：「農業生產、農業生活與農業生態的創意與文化積累，透過智慧財產權的生成與運用，能創造財富與就業機會，並促進全體農民美學素養，提昇整體農業生活環境之產業」。它具有農業生產、農業生活與農業生態文化化，以及農業生產、農業生活與農業生態的文化產業化之精神。

以東港黑鮪魚文化觀光季為例，它是以東港盛產的黑鮪魚為主軸，配合當地的特有漁產、漁村文化及附近的觀光景點來做創意行銷。例如黑鮪魚拍賣會還請來國家元首及地方首長共同下場扛鮪魚、主持義賣拍賣會，製造活動高潮，並吸引各地遊客，為當地創立黑鮪魚的響亮招牌，連帶提振當地及周邊的漁產及觀光等相關產業，增進地方的經濟繁榮。在產業文化化的過程當中重要的是意義的賦與、許多創意的延伸及價值的提昇；而在文化產業化的過程當中，同樣也是需要透過意義的賦與、創意的行銷，才能突顯文化的價值，達成文化產業化的目的。

四、農業文化創意產業的特色

農業文化創意產業的特色在於它具有生產、生活與生態的三生層面，且其所涵蓋的範圍相當廣闊，若以農業社會的觀點來看待，則幾乎包含所有人類社會的文化創意產業。以當代農業社會而言，在農業生產方面包括農林漁牧的選種、種苗繁殖、品種改良、生長照顧、病蟲害防治、收成、儲存、包裝、行銷…等。而農業生活則包含了從事上述農業生產有關農林漁牧的選種、種苗繁殖、品種改良、生長照顧、病蟲害防治、收成、儲存、包裝、行銷…等相關人員的生活方式。農業生態則指由農業生產與農業生活所構成的農村風貌。因此，從農業生產與農

業生活及農業生態三個層面看來，農業文化創意產業的內涵即顯得龐雜與無限生機。

## 肆、國內透過文化節慶宣傳行銷地方產業文化的相關案例

台灣位處亞熱帶，四面環海，氣候溫和、陽光充足，山水秀麗，非常適合農業發展，因此其農林漁牧均很發達，農業技術水準更享譽世界。惟自 2001 年台灣加入世界貿易組織以後，台灣農業面臨重大的挑戰，迫使台灣農業不得不轉型升級，加緊腳步朝向精緻農業的方向邁進。無論中央或地方政府亦均卯足全力，冀求透過輔導農業的創新經營，希望為困頓的農業開拓新的生機，為窮途末路的農民尋找生路。因此，農業文化創意產業的發展在台灣各地已逐漸形成風潮，茲將其發展概況敘述如后：

### 一、我國農業文化創意產業的發展概況

國內推展農業文化創意產業較為積極，且已有名氣的的幾個縣市為台南縣、宜蘭縣、屏東縣、苗栗縣、彰化縣等幾個農業縣份，其中又以台南縣的白河蓮花節開發最早，茲舉數項較具代表性者略述如下：

#### （一）台南縣的白河蓮花節

自 1994 年開始迄今已歷 16 屆，它是以白河地區特產『蓮花』為創意行銷主軸，將蓮花的花開景色以及蓮花的創意衍生產品作為行銷主要內容，例如將蓮花、蓮子、蓮藕、蓮鬚、荷梗、荷蒂、荷葉等之作用及功效做詳細的介紹及創意包裝，以增加蓮花的附加價值，並吸引更多人對於蓮花的喜愛；同時配合附近的其它在地農特產品、地方美食，以及風景據點（例如關子嶺溫泉區、西拉雅風景區）與當地特色文化，作為行銷與吸引遊客的方法，如今，白河蓮花節已在國內打響名號，也是國內推展農業文化創意產業的先鋒。

圖 2－1 台南縣白河蓮花節

圖文來源: http://www.tainan.gov.tw/cht/action/lotus/lotus-4.htm（閱覽日期：2008/10/18）

（二）宜蘭綠色博覽會

宜蘭綠色博覽會以展覽、展售、會議、表演、游憩等主題，經由互動、知性及寓教於樂之活動設計，傳播綠色概念、傳遞自然生態、能源、生物科技與環保精神。第一屆「宜蘭綠色博覽會」於宜蘭縣立運動公園舉行十九天，入園人數約十二萬人；「二〇〇一宜蘭綠色博覽會」於 2001 年三月一日至四月八日在宜蘭縣武荖坑風景區舉辦三十九天，吸引參觀遊客超過二十四萬人次，初步達到帶動整體經濟發展，結合當地人文及觀光休閒產業資源的目的。2002 宜蘭綠色博覽會種植數十萬株的各式草花形成一片花海點綴會場，並大型戶外綠雕比賽作品展示，現場還有創新的迎賓花牆、旋轉花柱、固定花柱、花時鐘…等別出心裁的設計，充份滿足遊客視覺對綠色的渴望。

綠色博覽會仍秉持環保、珍惜資源的理念，於會場內八個大型展館大量採用可回收利用之建材。基於資源有效利用前提，所有展館將於綠博後作有計劃永續經營使用，讓這些令大家印象深刻並留有美好回憶的巧妙構思能夠長存，同時更信守了綠色博覽會提倡之環保精神、綠色概念與珍惜資源的承諾。宜蘭綠色博覽會舉辦已屆滿十屆，至今仍歷久不衰。

（綠色奧林匹克館）

（環保生活-水遊館）

（生科館）

（開蘭館）

（杜康館）

（農逸館）

（鴨鄉館）

（昆蟲館）

圖 2－2 宜蘭綠色博覽會

圖文來源：http://igreen.ilantravel.com.tw/green/（閱覽日期：2008/10/18）

（三）彰化花卉博覽會

彰化縣政府自 2004 年起舉辦花卉博覽會，每年在農曆春節前登場，分別從田尾公路花園、萬景藝苑延續到溪州花博公園，約長達二十公里，以奇花異木、花海廊

道迎接嘉賓；雖完全免收門票，各商家則希望吸引更龐大人潮前來消費，以振興地方產業。近年來已成國內花卉產業最大盛事。2009 年同樣在農曆春節，也就是大年初一、國曆元月二十六日起，一連展出十天，縣長卓伯源在開幕前宣傳會中，除了「打扮花俏」會同五位花仙子亮麗的來走秀，還強調重頭戲除了有主要展場溪州花博公園，更將展出上千盆萬紫千紅珍奇花卉，在新春期間完全免費提供給全民前往沒有負擔觀光與遊賞。此外，田尾公路花園形象商圈，兩百多家園藝業者則提供各類花卉、花草餐以及休閒遊憩場所，鄰近的北斗美食區以及各商家則提出花博會優惠措施，卓伯源縣長呼籲全民前來彰化使用消費券消費，就有機會抽中價值黃金四百兩的土地。卓伯源說，如果想在新春時節，尋找與自己屬性相關，或是能增加自己新春運勢的好花卉，一定要到彰化，因為彰化本身花卉產地優勢，在百花齊備的條件下，一定能夠讓每個民眾，在美麗的花卉裡，找到屬於自己的開運好花，讓來年好運發發發。縣府農業處長邱士平強調，這次花博會可說是史上最浩大的花卉展覽，加上奇花異木與花海廊道，綿延長達數十公里，涵蓋面積廣達八千多公頃，希望能帶動縣境內的觀光人潮，配合消費券的商機來振興地方產業。

圖 2－3 彰化花卉博覽會

圖文來源: http://2009flower.emmm.tw/?ptype=info（閱覽日期：2007/10/18）

（四）苗栗縣客家桐花祭

「客家桐花祭」是以油桐花的美與客家文化為號召，主要是要讓遊客們可以認

識，並瞭解客家文化與其生活方式。客家桐花祭祭活動近幾年來，已成功的營造了新的客家文化創意產業，每年四月中旬到五月中旬是油桐花開的季節，遠遠望去，宛如天空飄下的白雪，並以「五月雪」來形容，可以和日本的櫻花祭媲美。客家桐花祭把油桐花和客家文化連結在一起而舉辦桐花祭典活動，透過客家社區營造，把客家人的生活，經濟活動與油桐花的關係加以詮釋，產生新的桐花與客家文化意識。

油桐樹曾是客家庄重要經濟產業之一，如今成為客家文化變遷的象徵，客家桐花祭除傳播客家特有文化，也希望藉此帶動客家庄的觀光產業發展。把桐花意象和客家休閒產業結合，並和地方特色產業相結合而產生新的客家文化意義。

圖2－4苗栗客家桐花季

圖片來源：http://www.wretch.cc/blog/eleon2005/11815915（閱覽日期：2008/10/18）

自從2002年客委會舉辦「第一屆客家桐花祭」活動之後，桐花與客家文化創意開始有所連結，逐漸讓油桐花在客家地區成為觀光的對象，再創客家地區的繁榮，並與客家文化產業結合。在這文化創意發展的過程中，重構客家文化，讓現代生活連結上古代客家文化特性，使桐花成為現代客家人的花，把客家地區的開發史或客家人的生活方式，與文化創意觀念再造，豐富與創新了客家文化產業。

客家桐花祭在台灣其實已有相當知名度，每年為期一個月的桐花祭活動，吸引不少國內遊客走入客家庄，前客委會主委李永得表示，2004年桐花祭吸引二百七十萬人次參觀，為客家庄創造三十億的產值，已經成為台灣第四名的文化創意產業活動，是相當值得一看再看活動。未來應該將目標放在桐花祭的國際傳播上，希望全世界都可以看見台灣客家桐花之美（周宗德，2006）。

除了上述台南白河蓮花節、宜蘭縣的綠色博覽會、彰化縣的花卉博覽會、屏東熱帶農業博覽會、苗栗縣的客家桐花祭以外，在南投、台中…等其他縣份，近年來也有不少農業文化創意產業活動分別於各地舉行，且有逐漸推廣至鄉鎮及社區辦理的情況。

二、我國農業文化創意產業的發展特色

綜合上述國內各地方政府發展農業文化創意產業的內涵，可以發現我國農業文化創意產業的發展有以下特色：

（一）以地方農特產為農業文化創意產業的基礎

目前我國農業文化創意產業的發展特色之一，是以各地方農特產品為農業文化創意產業的基礎，結合創意與行銷而成。目的在行銷各自的農特產品，透過農產品的品質改良、研發加工、設計包裝、食譜研發與介紹、功能說明等，以提升各自農特產品的價值與銷售量，讓當地農業轉型升級來增加農民的收入，改善農民的生活。例如台南白河蓮花節以蓮花的美及其本身的多項價值為基礎、宜蘭縣的綠色博覽會以當地優美的農作環境來設計並傳播綠色概念為軸心、彰化縣的花卉博覽會以廣植花卉形成花海為重心、屏東縣的黑鮪魚文化觀光季以高經濟價值的鮪魚為基礎、熱帶農業博覽會以當地特殊熱帶農產品為主要內涵、苗栗縣的客家桐花祭以桐花及其相關文化為訴求。

（二）結合地方文化與風景動線

目前我國農業文化創意產業的發展特色之二，即是結合地方文化與風景動線，以吸引國內外的遊客到地方來旅遊消費，不但行銷地方農特產，同時達到促進觀光與消費的周邊效益、具有活絡地方經濟的功能。例如台南白河蓮花節以蓮花的美及其本身的多項價值為基礎，結合附近關子嶺溫泉區與希拉雅風景區之地方文化與風景動線；屏東縣的黑鮪魚文化觀光季以高經濟價值的鮪魚為基礎，結合大鵬灣風景區、墾丁國家公園、原住民文化園區等之地方文化與風景動線等。

圖 2－5 大鵬灣風景區路線圖

圖 2－6 墾丁國家公園路線圖

圖片來源：http://kenting.network.com.tw/traffic.asp(閱覽日期：2008/05/16)

（三）由地方政府主導與協助

目前我國農業文化創意產業的發展特色之三，則是由地方政府主導與協助，邀請當地農民及相關業者配合辦理，鮮少由當地農民自行聯合舉辦，這是特色但也是弱點之一。例如苗栗縣的客家桐花祭、彰化縣的花卉博覽會、台南白河蓮花節活動、屏東縣的熱帶農業博覽會、宜蘭縣的綠色博覽會等，都是由當地縣政府主導與負責籌措經費辦理。

（四）結合在地農業相關產業人員協力合作

目前我國農業文化創意產業的發展特色之四，即是結合在地農業相關產業人員協力合作，在農業界缺少農業文化創意產業人才的當今，這是一個特色，也是一個好現象，畢竟文化創意產業必須以科際整合方式，才能發揮它的創舉，農業文化創意產業更是如此。例如屏東縣的熱帶農業博覽會結合當地農會、產銷班農民、藝術工作室、表演團隊、屏東科技大學、農業改良場、農業生物科技園區等相關單位、團體及個人協力合作。

## 第二節 農業發展條例與農業文化創意產業之關係

### 壹、我國農業發展條例訂頒與修訂的沿革

我國中央政府訂頒農業發展條例，肇始於中華民國 62 年 9 月 3 日總統(六二)臺統(一)義字第 4031 號令制定公布全文 38 條之農業發展條例。

其後隨著社會環境的演變，歷經中華民國 69 年 1 月 30 日總統令修正公布第 3、20、21、23、24 條條文；並增訂第 21 條之 1、26 條之 1 條條文 。

中華民國 72 年 8 月 1 日總統(七二)臺統(一)義字第 4301 號令修正公布全文 53 條。

中華民國 75 年 1 月 6 日總統華總(一)義字第 0056 號令修正公布第 2 條條文 。

中華民國 89 年 1 月 26 日總統華總(一)義字第 8900017370 號令修正公布全文 77 條 。

中華民國 91 年 1 月 30 日總統華總(一)義字第 09100019010 號令修正公布第 12、18、25、71 條條文 。

中華民國 92 年 2 月 7 日華總一義字第 09200020080 號令公布增訂農業發展條例第 8 條之 1、第 9 條之 1、第 22 條之 1、第 25 條之 1、第 67 條之 1 及第 67 條之 2 條文；刪除第 11 條及第 14 條條文；並修正第 3 條、第 5 條、第 8 條、第 16 條、第 17 條、第 20 條至第 22 條、第 26 條、第 27 條、第 30 條至第 32 條、第 36 條、第 37 條、第 39 條、第 43 條、第 52 條、第 54 條、第 55 條、第 63 條至第 65 條、第 67 條、第 69 條、第 74 條及第 77 條條文 。

中華民國 96 年 1 月 10 日華總一義字第 09600001891 號令公布修正第 31 條、第 39 條條文 。

中華民國 96 年 1 月 29 日華總一義字第 09600010991 號令公布修正第 27 條條文 。

目前我國施行之農業發展條例總共有 8 章 77 條文。

## 貳、農業發展條例與發展農業文化創意產業之關係

農業發展條例為我國農業發展的主要法規依據，也關係著我國農業發展興衰至深且鉅，更影響國內農業文化創意產業的發展與走向，茲將農業發展條例與本研究主題「發展農業文化創意產業」有關之部分摘錄如下表 2－4，並分析探討如下：

表 2－4 農業發展條例第一章總則部份

| | |
|---|---|
| 第一條 | 為確保農業永續發展，因應農業國際化及自由化，促進農地合理利用，調整農業產業結構，穩定農業產銷，增進農民所得及福利，提高農民生活水準，特制定本條例…。 |
| 第二條 | 本條例所稱主管機關：在中央為行政院農業委員會；在直轄市為直轄市政府；在縣(市)為縣(市)政府。 |
| 第三條 | 一、農業：指利用自然資源、農用資材及科技，從事農作、森林、水產、畜牧等產製銷及休閒之事業。<br><br>二、農產品：指農業所生產之物。 |

| | |
|---|---|
| | 三、農民：指直接從事農業生產之自然人。<br><br>四、家庭農場：指以共同生活戶為單位，從事農業經營之農場。<br><br>五、休閒農業：指利用田園景觀、自然生態及環境資源，結合農林漁牧生產、農業經營活動、農村文化及農家生活，提供國民休閒，增進國民對農業及農村之體驗為目的之農業經營。<br><br>六、休閒農場：指經營休閒農業之場地。<br><br>七、農民團體：指農民依農會法、漁會法、農業合作社法、農田水利會組織通則所組織之農會、漁會、農業合作社及農田水利會。<br><br>八、農業企業機構：指從事農業生產或農業試驗研究之公司。<br><br>九、農業試驗研究機構：指從事農業試驗研究之機關、學校及農業財團法人。<br><br>十、農業用地：指非都市土地或都市土地農業區、保護區範圍內，依法供下列使用之土地：<br><br>(一)供農作、森林、養殖、畜牧及保育使用者。<br><br>(二)供與農業經營不可分離之農舍、畜禽舍、倉儲設備、曬場、集貨場、農路、灌溉、排水及其他農用之土地。<br><br>(三)農民團體與合作農場所有直接供農業使用之倉庫、冷凍（藏）庫、農機中心、蠶種製造（繁殖）場、集貨場、檢驗場等用地。<br><br>十一、耕地：指依區域計畫法劃定為特定農業區、一般農業區、山坡地保育區及森林區之農牧用地。<br><br>十二、農業使用：指農業用地依法實際供農作、森林、養殖、畜牧、保育及設置相關之農業設施或農舍等使用者。但依規定辦理休耕、休養、停養或有不可抗力等事由，而未實際供農作、森林、養殖、畜牧等使用者，視為作農業使用。<br><br>十三、農產專業區：指按農產別規定經營種類所設立，並建立產、製、儲、銷體系之地區。<br><br>十四、農業用地租賃：指土地所有權人將其自有農業用地之部分 |

| | |
|---|---|
| | 或全部出租與他人經營農業使用者。<br><br>十五、委託代耕：指自行經營之家庭農場，僅將其農場生產過程之部分或全部作業，委託他人代為實施者。<br><br>十六、農業產銷班：指土地相毗連或經營相同產業之農民，自願結合共同從事農業經營之組織。<br><br>十七、農產運銷：指農產品之集貨、選別、分級、包裝、儲存、冷凍（藏）、加工處理、檢驗、運輸及交易等各項作業。<br><br>十八、農業推廣：指利用農業資源，應用傳播、人力資源發展或行政服務等方式，提供農民終身教育機會，協助利用當地資源，發展地方產業之業務。 |
| 第五條 | 主管機關為推動農業經營管理資訊化，辦理農業資源及產銷統計、分析，應充實資訊設施及人力，並輔導農民及農民團體建立農業資訊應用環境，強化農業資訊蒐集機制。<br>鄉（鎮、市、區）公所應指定專人辦理農業資源及產銷資料之調查、統計，層報該管主管機關分析處理。 |

上述農業發展條例第一章總則有 4 個條文，第一條即是訂頒農業發展條例之宗旨，強調為確保農業永續發展，因應農業國際化及自由化，促進農地合理利用，調整農業產業結構，穩定農業產銷，增進農民所得及福利，提高農民生活水準，特制定本條例。

第二條明定本條例所稱主管機關：在中央為行政院農業委員會；在直轄市為直轄市政府；在縣(市)為縣(市)政府。這也是屏東縣政府及其他地方政府據以推動農業文化創意產業，而中央農政等相關單位協助推動的依據與原因。

第三條則是對於本條例用辭之定義，也是本研究對於農業用與及相關定義之主要參考依據，例如休閒農業：本研究即依據農業發展條例第三條第五款所指「利用田園景觀、自然生態及環境資源，結合農林漁牧生產、農業經營活動、農村文化及農家生活，提供國民休閒，增進國民對農業及農村之體驗為目的之農業經營。」而將熱帶農業博覽會界定為「以亞熱帶田園景觀、自然生態及環境資源，

結合農林漁牧生產、農業經營活動、農村文化及農業生活及其他相關農業文化創意產業為內容，提供國民休閒，增進國民對農業及農村之體驗為目的之展覽會」。

第五條規定主管機關為推動農業經營管理資訊化，辦理農業資源及產銷統計、分析，應充實資訊設施及人力，並輔導農民及農民團體建立農業資訊應用環境，強化農業資訊蒐集機制。這是對於農業資訊化的規定，也是提升農業創新力與競爭力的重要指導原則。

歸結上述農業發展條例第一章總則第一、二、三、五等條文所規定，是將農業的永續發展、農業的主管機關、農業相關名詞之定義、農業經營管理資訊化等加以敘明、界定與規範。而上述各條文所述，皆與本研究主題「發展農業文化創意產業」之探討有密切的關係，且是本研究界定相關農業用語之主要依據。

## 二、農業發展條例第三章有關農業生產方面

農業生產是農業文化創意產業的主體，因此本研究對於農業發展條例第三章有關農業生產方面，與本研究相關部份整理如下表 2—5，並分析探討如下：

表 2—5 農業發展條例第三章有關農業生產方面

| | |
|---|---|
| 第二十三條 | 中央主管機關應訂定全國農業產銷方案、計畫，並督導實施。<br>前項方案、計畫之擬訂，應兼顧農業之生產、生活及生態功能，發展農業永續經營體系。 |
| 第二十四條 | 中央主管機關必要時得會同有關機關，指定農產品或農產加工品，輔導業者設置各該業發展基金。<br><br>前項基金之管理及運用，中央主管機關得會同有關機關指導及監督。 |
| 第二十五條 | 主管機關應會同有關機關，就農業資源分布、生產環境及發展需要，規劃農業生產區域，並視市場需要，輔導設立適當規模之農產專業區，實施計畫產、製、儲、銷。 |

| | |
|---|---|
| | 農產專業區內，政府指定興建之公共設施，得酌予補助或協助貸款。 |
| 第二十五條之一 | 主管機關為發展農業科技，得輔導設置農業科技園區；其設置、管理及輔導，另以法律定之。 |
| 第二十六條 | 農民自願結合共同從事農業經營，符合一定條件者，得組織農業產銷班經營之；主管機關並得依其營運狀況予以輔導、獎勵、補助。 |
| 第三十條 | 主管機關應獎勵輔導家庭農場，擴大經營規模；並籌撥資金，協助貸款或補助。<br><br>前項擴大經營規模，得以組織農業產銷班、租賃耕地、委託代耕或其他經營方式為之。 |
| 第三十四條 | 農民團體、農業企業機構或農業試驗研究機構，其符合技術密集或資本密集之類目及標準者，經申請許可後，得承受耕地…。 |

上述農業發展條例第三章有關農業生產方面，第二十三條規定中央主管機關應訂定全國農業產銷方案、計畫，並督導實施。並強調前項方案、計畫之擬訂，應兼顧農業之生產、生活及生態功能，發展農業永續經營體系。第二十四條規定中央主管機關必要時得會同有關機關，指定農產品或農產加工品，輔導業者設置各該業發展基金。第二十五條規定主管機關應會同有關機關，就農業資源分布、生產環境及發展需要，規劃農業生產區域，並視市場需要，輔導設立適當規模之農產專業區，實施計畫產、製、儲、銷。 第二十五條之一規定主管機關為發展農業科技，得輔導設置農業科技園區；其設置、管理及輔導，另以法律定之。第二十六條規定農民自願結合共同從事農業經營，符合一定條件者，得組織農業產銷班經營之；主管機關並得依其營運狀況予以輔導、獎勵、補助。第三十條規定主管機關應獎勵輔導家庭農場，擴大經營規模；並籌撥資金，協助貸款或補助。前項擴大經營規模，得以組織農業產銷班、租賃耕地、委託代耕或其他經營方式為之。

第三十四條規定農民團體、農業企業機構或農業試驗研究機構，其符合技術密集或資本密集之類目及標準者，經申請許可後，得承受耕地…。

歸結農業發展條例第三章與本研究主題「發展農業文化創意產業」有關條文之規定，主要的有：農業發展應兼顧農業之生產、生活及生態功能；中央主管機關必要時得會同有關機關，指定農產品或農產加工品，輔導業者設置各該業發展基金；規劃農業生產區域，並視市場需要，輔導設立適當規模之農產專業區，實施計畫產、製、儲、銷；輔導設置農業科技園區；農民自願結合共同從事農業經營，符合一定條件者，得組織農業產銷班；獎勵輔導家庭農場，擴大經營規模；農民團體、農業企業機構或農業試驗研究機構，其符合技術密集或資本密集之類目及標準者，經申請許可後，得承受耕地等。上述各項規定皆是影響本研究主題「發展農業文化創意產業」思路的重要泉源。

## 三、農業發展條例第四章農產運銷、價格及貿易

農業發展條例第四章對於農產運銷、價格及貿易的規定，與農業文化創意產業的相關是較偏向經濟層面，茲將其與本研究主題相關之條文整理如下表 2－6，並探討如下：

表 2－6 農業發展條例第四章農產運銷、價格及貿易

| | |
|---|---|
| 第四十四條 | 主管機關為維持農產品產銷平衡及合理價格，得辦理國內外促銷或指定農產品由供需雙方依契約生產、收購並保證其價格。 |
| 第五十條 | 主管機關應會同有關機關，協助農民或農民團體實施產、製、儲、銷一貫作業，並鼓勵工廠設置於農村之工業用地或工業區內，便利農民就業及原料供應。 |

上述有關農產運銷、價格及貿易與農業經濟和農民生活息息相關，為防止被中間剝削，農業發展條例第四章第四十四條規定主管機關為維持農產品產銷平衡

及合理價格，得辦理國內外促銷或指定農產品由供需雙方依契約生產、收購並保證其價格。第五十條規定主管機關應會同有關機關，協助農民或農民團體實施產、製、儲、銷一貫作業，並鼓勵工廠設置於農村之工業用地或工業區內，便利農民就業及原料供應。上述兩條文之規定，對於農業文化創意產業的發展具有相當的激勵作用，因為有保障有鼓勵，農業及相關人員才會更用心去改善生產流程及研發更具價值之農產品。

## 四、農業發展條例第五章農民福利及農村建設

茲將農業發展條例第五章對於農民福利及農村建設之規定，與本研究主題「發展農業文化創意產業」具有直接與間接的影響作用部份，整理如下表 2—7，並分析如下：

表 2—7 農業發展條例第五章農民福利及農村建設

| | |
|---|---|
| 第五十四條 | 為因應未來農業之經營，政府應設置新台幣一千五百億元之農業發展基金，以增進農民福利及農業發展…。 |
| 第五十六條 | 中央政府應設立農業金融策劃委員會，策劃審議農業金融政策及農業金融體系…。 |
| 第五十七條 | 為協助農民取得農業經營所需資金，政府應建立農業信用保證制度，並予獎勵或補助。 |
| 第五十八條 | 為安定農民收入，穩定農村社會，促進農業資源之充分利用，政府應舉辦農業保險。<br><br>農民團體辦理之農業保險，政府應予獎勵與協助。 |
| 第五十九條 | 為因應農業國際化自由化之衝擊，提高農業競爭力，加速調整農業結構，應建立獎勵老年農民離農退休，引進年輕專業農民參與農業生產之制度。 |
| 第六十一條 | 為改善農村生活環境，政府應籌撥經費，加強農村基層建設，推動農村社區之更新，農村醫療福利及休閒、文化設施，以充實現代化之農村生活環境。<br><br>農村社區之更新得以實施重劃或區段徵收方式為之，增加農村現代化之公共設施，並得擴大其農村社區之範圍。 |

| | |
|---|---|
| 第六十三條 | 直轄市、縣(市)主管機關應依據各地區農業特色、景觀資源、生態及文化資產，規劃休閒農業區，報請中央主管機關劃定。<br><br>休閒農場之設置，應報經直轄市或縣(市)主管機關核轉中央主管機關許可。 |

上述農業發展條例第五章農民福利及農村建設各條文乃對於農業發展基金、審議農業金融政策及農業金融體系、協助農民取得農業經營所需資金、農業保險、引進年輕專業農民參與農業生產、及加強農村基層建設，推動農村社區之更新，農村醫療福利及休閒、文化設施，以充實現代化之農村生活環境，暨設置農業休閒區與休閒農場等之規定。對於本研究主題「發展農業文化創意產業」具有直接與間接的影響作用。

## 五、農業發展條例第六章　農業研究及推廣

茲將農業發展條例第六章對於農業研究及推廣之規定，與本研究主題「發展農業文化創意產業」具有直接與間接的影響作用部分，整理如下表 2－8，並分析如下：

表 2－8 農業發展條例第六章　農業研究及推廣

| | |
|---|---|
| 第六十四條 | 為提高農業科學技術水準，促進農業產業轉型，主管機關應督導所屬農業試驗研究機構，加強農業試驗研究及產業學術合作，並推動農業產業技術研究發展。<br><br>中央主管機關為落實農業科技研發成果於產業發展，應依法加強農業科技智慧財產權之管理及運用，並得輔導設置創新育成中心。 |
| 第六十五條 | 為確保並提升農業競爭優勢，中央主管機關應會同中央教育及科技主管機關，就農業實驗、研究、教育、訓練及推廣等事項，訂定農業研究、教育及推廣合作辦法。 |
| 第六十七條 | 主管機關應指定專責單位，或置農業推廣人員，辦理農業推廣業務，必要時得委託校院、農民團體、農業財團法人、農業社團法人、企業組織或有關機關(構)、團體辦理，並予以輔導、 |

| | |
|---|---|
| | 監督及評鑑；其經評鑑優良者，並得予以獎勵。 |
| 第六十七條之二 | 為強化農業試驗研究成果推廣運用，建立農民終身學習機制，主管機關應建構完整農業推廣體系，並加強培訓農業經營、生活改善、青少年輔導、資訊傳播及鄉村發展等相關領域之專業農業推廣人員。<br><br>中央主管機關應指定專責單位，規劃辦理農業推廣及專業人力之教育、訓練及資訊傳播發展工作。 |
| 第六十八條 | 農業實驗、研究、教育及推廣人員對農業發展有貢獻者，主管機關應予獎勵；其獎勵辦法，由中央主管機關定之。 |

上述農業發展條例第六章農業研究及推廣第六十四條乃對於為提高農業科學技術水準，促進農業產業轉型原則之規定包括加強農業試驗研究及產業學術合作，並推動農業產業技術研究發展，依法加強農業科技智慧財產權之管理及運用，並得輔導設置創新育成中心等。

第六十五條乃為確保並提升農業競爭優勢，採取科際整合方式，就農業實驗、研究、教育、訓練及推廣等事項，訂定農業研究、教育及推廣合作辦法。

第六十七條係對於農業推廣業務之規定，必要時得委託校院、農民團體、農業財團法人、農業社團法人、企業組織或有關機關(構)、團體辦理，並予以輔導、監督及評鑑。

第六十七條之二規定為強化農業試驗研究成果推廣運用，建立農民終身學習機制。

第六十八條乃規定對於農業實驗、研究、教育及推廣人員對農業發展有貢獻者應予獎勵。

歸結上述摘錄自農業發展條例第六章各有關條文之規定，本研究發現有許多與本研究主題「發展農業文化創意產業」有非常密切關聯之處，例如：提高農業科學技術水準，促進農業產業轉型；加強農業科技智慧財產權之管理及運用；輔導設置農業創新育成中心；訂定農業研究、教育及推廣合作辦法；辦理農業推廣業務；建立農民終身學習機制；獎勵農業實驗、研究、教育及推廣人員對農業發展有貢獻者等，皆是促進農業文化創意產業發展的重要規定與推力。

## 第三節 國內外發展文化創意產業概況分析

### 壹、國內發展文化創意產業的概況

國內文化創意產業發展計畫主要由四個部會共同推動，分別負責不同的領域範疇或工作項目：教育部負責跨領域的人才培訓，文建會負責藝術產業扶植，新聞局負責媒體產業，經濟部負責設計產業外，另扮演兼具跨部會彙總及協調的角色。 行政院也成立跨部會的文化創意產業指導委員會，由經濟部、文建會、教育部與新聞局等共同成立「文化創意產業推動小組」，結合跨部會與跨企業界的合作模式，指導與協調各部會推動文化創意產業各項執行工作，並於經濟部成立「文化創意產業小組推動辦公室」，負責指導委員會與推動小組幕僚作業及跨部會協調事項，期望達到：「產業文化化與文化產業化」，再創經濟發展契機，以及塑造高文化、創意水準之優質社會。為達此願景，推動小組所設定的目標為產值增加為 1.5 倍、就業機會增加為 1.5 倍、文化創意產業大專以上就業比例提高至 50%等（文建會，2004）。

2009年年2月21日馬總統在召開的「當前總體經濟情勢及因應對策會議」中，特別強調文化創意是當前重要的六大關鍵新興產業之一，政府應投注更多資源，

以擴大規模、提昇新興產業產值，並輔導及吸引民間投資。行政院隨即指示此六大關鍵新興產業應在三個月內提出具體策略，其中文化創意產業為建立跨部會、跨領域之整合平台，於3月25日成立「行政院文化創意產業推動小組」由劉前院長兆玄親自擔任召集人，曾志朗政務委員及文建會黃碧端主委擔任副召集人，聘請業界代表與各相關部會首長擔任委員，責成文建會擔任小組幕僚單位，以統整各方建議，研擬文創產業行動方案。2009年5月14日「創意臺灣-文化創意產業發展方案」獲行政院院會通過，執行期程為2009年至2013年，主要係針對台灣當前發展文化創意產業發展之優勢、潛力、困境及產業需求，提出推動策略，期能達到以台灣為基地，拓展華文市場，進軍國際，打造台灣成為亞太文化創意產業匯流中心之願景。方案之推動策略分為二大塊面，「環境整備」主要是對於所有文化創意產業整體面臨的共通性問題，思考因應策略，著重於健全文化創意產業發展之相關面向：包括經費的挹注、融資及創投機制、法規面的鬆綁及制度面建立、擴大國內外市場、建立文創合作平台及人才培育等。「環境整備」之目的是希望建構對所有文創產業皆友善之發展環境，使相關產業皆能獲得適當之輔導及協助而成長，並進一步培養成為明日之旗艦產業。「旗艦產業」部分，則是從現有各產業範疇中，擇取發展較為成熟、具產值潛力、產業關聯效益大的業別，包括電視、電影、流行音樂、數位內容、設計及工藝產業，針對其發展特性及需求提出規劃，予以重點推動，期能在既有基礎上再作強化及提昇，並藉以發揮領頭羊效益，帶動其他未臻成熟的產業。對於未納入旗艦產業的業別，尚需加強扶植及輔導，即藉由「環境整備」各項專案的執行，建置產業共通性之良好發展環境，讓其得以成長茁壯（文建會，2009）。

有關「創意臺灣－文化創意產業發展方案」行動計畫之執行方式如后：

一、 組織：在「行政院文化創意產業推動小組」指導下，將成立「文化創意產業推動小組辦公室」推動與執行各項工作。

二、 分工：

1. 文建會負責：「環境整備」與「工藝產業旗艦計畫」；

2. 新聞局負責：「電視內容產業」、「電影產業」與「流行音樂產業」三項旗艦計畫。

3. 經濟部負責:「設計產業」與「數位內容產業」兩項旗艦計畫(文建會,2009)。

表2－9 2002~2009 年各部會投入文創業務經費彙整表

單位：億元

| 年 / 機關 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 合計 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 經濟部 | 0.46 | 4.10 | 4.66 | 5.62 | 4.31 | 4.47 | 4.05 | 2.85 | 30.52 |
| 新聞局 | 0 | 2.93 | 2.76 | 3.00 | 2.85 | 0.71 | 4.6 | 4.8 | 21.65 |
| 教育部 | 0 | 0.65 | 0.62 | 0.77 | 0.85 | 1.05 | 0.35 | 0.55 | 4.84 |
| 文建會 | 0 | 6.00 | 5.00 | 3.22 | 5.41 | 5.70 | 7.85 | 8.3 | 41.48 |
| 合計 | 0.46 | 13.68 | 13.04 | 12.61 | 13.42 | 11.93 | 16.85 | 16.5 | 98.49 |

資料來源:文建會網站（閱覽日期 2009/10/08）

從上述我國中央政府對於國內文化創意產業發展的計畫與分工,可以發現係採用跨部會分工與整合的模式,期望達到:「產業文化化與文化產業化」的境界，並希望達成產值增加為 1.5 倍、就業機會增加為 1.5 倍、文化創意產業大專以上就業比例提高至 50%等之目標。而文化創意產業背後所帶來的龐大經濟現象，不可諱言是其備受矚目的主要原因，也是政府部門最為關切的部分。

約翰．霍金斯（John Howkins）在《創意經濟》一書中明確指出，全世界創意經濟每天創造 220 億美元，並以 5%的速度遞增，在美國更達 14%，英國為 12%，聯合國二○○四年舉行的「貿易和發展」會議，更估計文化創意產業已經佔全世界 GDP 的 11%。綜觀全球，致力創意產業之國家的眾多創意產品、行銷、

服務，吸引了全世界的眼光，形成了一股巨大的創意經濟浪潮(李璞良譯，2003)。屏除經濟因素回歸到文化面，把創意產業視之為文化議題，那麼文化創意產業可以被視為「隱微的國力」，從國民素質、文化魅力、消費方式、生活型態，到整體環境氛圍都包含在內，換言之，文化創意產業的能量儼然成為國家競爭力的新指標（陳姝吟，2005）。

以文建會為例，其在藝術與設計人才養成中，包含四項子計畫（文建會，2004）：

一、人才養成教育計畫

二、延攬國際師資來台

三、藝術與設計人才國際進修計畫

四、藝術與設計人才國際交流

整備創意產業發展的環境則包含軟體與硬體的計畫工作：

一、成立國家設計中心

二、規劃設置創意文化園區

三、協助文化藝術工作者創業

四、強化智慧財產權保護

促進創意設計重點產業發展包含六項相關產業的發展計畫：

一、商業設計

二、創意家具設計

三、創意生活設計

四、紡織與時尚設計

五、數位藝術創作

六、傳統工藝技術

促進文化產業發展包含四項子計畫的扶持：

一、創意藝術產業

二、創意出版產業

三、創意影音產業

四、本土漫畫工業

因此，創意人才的養成、提供一個完善的機制平台與良好的環境，將是政府在文化創意產業的開發中，首當其衝最需要被關注及執行的。

以下表 2－10 是國內文化創意產業的開發績效：

表 2－10 國內文化創意產業的開發績效（單位：新台幣億元；萬元；家；人）

| 文化創意產業 | 產值 | 營業額 | 家數 | 就業人口 |
|---|---|---|---|---|
| 視覺藝術產業 | 47.77 | 53.08 | 473 | 28,863 |
| 音樂與表演藝術團體 | 12.54 | 18.18 | 422 | - |
| 文化展演設施產業 | 21.39 | 31.00 | 304 | - |
| 工藝產業 | 419.71 | 608.28 | 8,947 | - |
| 電影產業 | 80.85 | 141.85 | 703 | 4,706 |
| 廣播電視產業 | 504.11 | 884.41 | 1,811 | 31,375 |
| 出版產業 | 466.67 | 666.67 | 3,035 | 40,462 |
| 廣告產業 | 246.64 | 1,072.36 | 10,170 | 41,850 |
| 設計產業 | 154.21 | 220.30 | 1,624 | 76,921 |
| 設計品牌時尚產業 | - | - | - | - |
| 建築設計產業 | 860.41 | 1,229.15 | 8,855 | 30,027 |
| 創意生活產業 | 124.20 | 180.00 | 5,820 | - |
| 數位休閒產業 | 106.22 | 153.94 | 6,180 | 71,342 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 合計 | 3,044.73 | 5,259.22 | 48,344 | 325,546 |

資料來源：行政院文化建設委員會網站（閱覽日期：2007/03/16）

由表 2－10 可得知，產值最多的是建築設計產業 860.41，最少的是音樂與表演藝術團體 12.54；營業額最多的是建築設計產業 1,229.15，最少的是音樂與表演藝術團體 18.18；家數最多的是 10,170，最少的是文化展演設施產業 304。

近年來台灣自發性的創意能量不斷在累積及放射，無論是在電影、設計、工藝或流行音樂，台灣在國際上都有相當傲人的成績，例如國片《海角七號》在締造國內票房紀錄的同時，也風靡各國際影展；設計產業在2002 至2007年間，在國際設計4 大獎項總獲獎數為484 項；而文建會所屬國立臺灣工藝研究所2008 年率隊參加巴黎家飾展，與台灣創意設計中心合作開發之編織竹椅，在全場一萬多件作品中，獲法國媒體選為23 件最令人心動的作品之一。若以量化數據來看台灣的文創產業整體發展情形，2002 年台灣文化創意產業營業額為4,353 億元，2007 年為6,329 億元，增加1,976 億元，2002 至2007 年年平均成長率為7.78%，較我國同期GDP 年平均成長率3.7%為高。在附加價值方面：2002 年台灣文化創意產業附加價值為2,311 億元，2007年預估為3,354 億元，增加1,043 億元，2002 年至2007 年的年平均成長率為7.73%。另根據財政部財稅資料中心磁帶資料、行政院主計處人力資源調查統計、行政院勞工委員會臺灣地區職類別薪資調查，2002 年16.24 萬人，2007 年為21.16 萬人，增加4.92 萬人，2002 至2007 年年平均成長率為5.43%。整體來看，各項數據都有正成長的趨勢（文建會，2009）。

而國內對文化創意產業概況分析探討的則有：周宗德（2006），《苗栗縣文化創意產業與觀光節慶活動發展之探討》，探討目前國內、外文化創意產業發展的概況與經驗，再以個案的探討，對苗栗縣未來在發展文化創意產業及舉辦節慶

活動提出建議；葉碧雯（2006），《桃園縣龍潭鄉文化創意產業行銷策略之研究—SWOT分析》，以策略規劃—SWOT分析法為核心，試圖找出龍潭鄉發展文化創意產業之優勢、劣勢、機會與威脅等四面向；伍立人（2003），《從傳統中尋找新生命的文化創意產業--以白米木屐為例》，探討白米社區以木屐作為文化創意產業，對外為地方塑造了一個鮮明的文化意象，對內凝聚起居民的向心力，改善了社區的環境以及經濟力；張怡平（2004），《文化創意產業促進地方經濟發展策略之研究—以苗栗縣地方特色產業為例》，以「文化創意產業」政策，來探討如何扶植地方特色產業，使地方特色產業得以逐漸轉型發展，達成利用文化創意產業促進地方經濟發展的目標；蘇嘉玲（2002），《觀光節慶活動遊客意象、滿意度、忠誠度關聯之研究---以屏東黑鮪魚文化觀光季為例》，探討遊客對觀光節慶的服務品質、滿意度及忠誠度；阮亞純（2004），《以節慶活動振興地方產業之研究—以屏東縣黑鮪魚文化觀光季為例》，探討節慶活動振興地方產業之效益，除兼顧環境發展之永續性外，更可結合國外媒體的行銷報導，將台灣行銷全世界；蘇嘉惠（2005），《宜蘭國際童玩節行銷策略之研究》，探討遊客在體驗宜蘭國際童玩藝術節之後，分析遊客對行銷策略的滿意程度與重視程度是否隨其屬性不同而有所差異；汪玉頻（2004），《民俗節慶活動運用整合行銷傳播之研究：以大甲媽祖文化節為例》，就未來民間廟宇與政府部門合辦大型民俗活動提出建議及策略；蔡坤泰（2005） ，《休閒農場知覺服務品質、遊客滿意度與行為意向關係之研究 —以屏東熱帶農業博覽會為例》，探討遊客對遊園的服務品質與滿意度，並提高遊客重遊意願，以擴大產業規模並提昇休閒農場的競爭力。

因文化創意產業的經營類型包羅萬象，而本研究著重在地方政府對於農業文化創意產業的經營與行銷的探討，所以將以上國內研究者對地方文化節慶活動的文獻做深入之探討。

## 貳、國外發展文化創意產業的概況

在探討國內個案之前，有必要先從宏觀角度，檢視國外發展文化創意產業之概況。

過去 10 年來，世界各國積極推動文化創意產業的發展，包括經濟與文化成熟發展的先進文化大國，如英國、美國、日本；或者亟欲突破傳統代工定位、從製造代工（OEM）轉型為設計代工（ODM）的新興亞洲國家，如中國、韓國、泰國，都已意識到文化創意產業帶動國家經濟成長、產業升級的能量，以及在城市行銷上所能創造的高附加價值，並將文化創意產業政策視為國家的重點計畫。觀察近年來，各國公部門推動文化創意產業，主要在因應世界經濟與社會趨勢的變遷，針對重點產業轉型與升級制訂策略目標。例如，日本於20 世紀初面臨經濟泡沫化的危機，從經濟與政治的硬勢力轉而發展文化創意的軟性國力。經過10 多年，今天的日本透過動畫、遊戲產業，已在全世界展現了強勁的文化滲透力。另外，2000 年改變了亞洲各國產業經濟版圖的金融風暴，也催化了韓國的內容產業以及泰國的設計生活產業的發展決心，即使是創意產業的發源國英國，其推動創意產業的初衷，也是想藉由創意產業，重塑英國在世界上已逐漸衰微的創新競爭力。根據聯合國貿易發展會議（UNCTAD）於2008 年所發表的創意經濟報告The Creative Economy Report 指出， 1996-2005 年的10 年之中，全球創意產業外銷額（包括創意產品與創意服務）從1996 年的2,270 億美元成長至2005 年的4,240 億美元，成長幅度達87%。其中，已開發國家在創意產業國際外銷市場依然是主流，尤其是產業發展已臻成熟的歐洲國家，仍具有文化輸出的優勢。然而，從已開發國家與開發中國家外銷額比例來看，兩者比例已逐年拉近，由1996 年的2.4 比1 到2005 年1.44 比1，顯示開發中國家近年來全力推動的成果。近幾年來，亞洲國家在創意產業的發展上有相當顯要的成果，也展現在優異的外銷成績上，10 年來外銷額成長約133%， 2005 年所佔世界創意產業市場比例為39.4

%，直追歐洲國家。其中，印度與中國展現最耀眼的成績：在1996－2005 年間的創意產品外銷額分別成長 2.33 倍與2.42 倍。2005 年，中國創意產業外銷額達613.6 億美元，為亞洲之冠，除了中國本身創意產業的萌芽，也要歸功於轉口貿易與過境貿易所帶來的優勢。亞洲國家之所以展現驚人的成長能量，說明以中國為首的亞洲發展中國家，近年來由公部門積極推動的創意產業已有顯著的成果（文建會，2009）。

花建等人（2005）在其《文化魔戒》一書中提到：在全球化的趨勢下，文化產業呈現出「加速化」、「跨國化」、「高度化」、「群聚化」四大特色，影響文化創意產業全球分布發展出「集中性」、「相關性」、「區域一體化」三大特點。其中所謂四大特色分別如下:

一、規模加速化

1990 年代，世界文化商品市場呈現「四強鼎立」狀態，美國、日本、德國和英國，是全球四大文化產品出口國，占全球文化商品出口總額 55.4%，同時亦是少數文化產品進口國。然而，1998 年中國以全球第三文化產品進口國之姿，一腳跨進文化商品市場，使得文化商品市場迅速擴大，間接帶動文化產業的擴張。

二、資本運作跨國化

歷經 2001 年至 2002 年的經濟下滑的負面影響，全球文化產業的跨國公司，積極將事業版圖擴張到東太平洋的新興工業國與拉丁美洲。

三、產業結構高度化

再者，「產業結構高度化」；隸屬「文化創意產業」底下的多項產業，相互滲透、重組，行成更多元的產業。例如：動畫是電影製片的一部分，結合多媒體產業，成為風靡世界的電腦遊戲。

四、產業分布群聚化

文化創意產業「結構高度化」的產業特色，使得創意產業呈現「創意產業群聚化」（Cluster）的態勢。也就是從地理空間概念，表達出區域聚集發展的趨勢。

上述全球文化創意產業發展四大特色，也間接影響文化創意產業分布發展出「集中性」、「相關性」、「區域一體性」三大特點：

1、高度集中性：全球文化創意產業分布呈現高度集中性，亦即集中在北美的美國、加拿大，歐洲的德國、英國、法國，亞洲的日本和韓國等國家，他們成為全球文化創意產業最主要生產、貿易中心。

2、高度相關性：各種要素中心，例如利潤中心、投資中心、和市場中心的高度相關性，換句話說就是：那些成為文化創意產業投資母國的國家，如美國、英國，往往同時是投資流入國。

3、區域一體化：「經濟全球化」和「區域一體化」是當今世界經濟體的兩股潮流，各種形式的區域性合作如雨後春筍，區域經濟合作越發達的地區，該地區的文化創意產業也獲得越好的發展環境和發展動力（花建等人，2005）

以下則針對國外文化創意產業發展概況作一扼要瀏覽：

一、英國

英國政府的創意工業政策，為目前國際上產業別架構最完整的文化政策。1997 年英國政府成立跨部門的「創意工業專責小組」，就創意工業的持續發展提出建議，於 1998 年提出創意工業的定義與完整報告。英國的創意工業界定為「那些源自個人創意、技能和才幹的活動，通過知識產權的生成與利用，而有潛

力創造財富和就業機會。」根據這個定義於 2001 年將創意工業分為十三類：廣告、建築、藝術及古董市場、工藝、設計、流行設計與時尚、電影與錄影帶、休閒軟體遊戲、音樂、表演藝術、出版、軟體與電腦服務業、電視與廣播。由於所選定的產業皆是英國發展較成熟的產業，故能明確統計其經濟性的指標：營收（revenues，revenues gross）、就業（employment）與出口（exports）。依 2000 年創意工業的官方報告統計，這十三項創意工業的產值占英國國內生產毛額的 7.9%，出口額為 87 億英磅，占貿易總額 3.3%，創造就業人口數 195 萬（其中創意工業達 115 萬，創意工業以外的公司亦有 80 萬個創意職位），占總就業人口的 4.1%（文建會網站，2004）。

二、紐西蘭

紐西蘭與英國一樣，歸類文化藝術相關產業為「創意工業（ creative industries ）」，整合其相關產業中的創意部門( creative sector )，提出主要創意工業：廣告、軟體與資訊服務(包括休閒軟體)、出版、電視與電台、建築、設計、時尚設計、音樂與表演藝術、及視覺藝術(精緻藝術、工藝與古董)。 相關產業在 2000 年到 2001 年的全部就業人口數為 49,091 人，占總就業人口總數的 3.6%，產值占 GDP 的 3.1%，創造了 69.5 億美元的收入。 雖然紐西蘭的創意工業在重要的經濟統計表現上落後英國，但在收入、就業與占 GDP 的比例上有逐年增加的趨勢（文建會網站，2004）。

三、新加坡

新加坡為城市型國家，其重要的國家文化產業發展政策，即為其城市文化產業發展策略。近來新加坡政府所提出較重要的文化產業政策是「文藝復興城市計畫」，其主要目標在打造新加坡成為全球的藝術城市、「21 世紀亞洲文藝復興」的首要城市、全球世界的文化中心，同時並厚植文化基礎，打造新加坡的國家認

同。 在「文藝復興城市計畫」概念下，新加坡有計劃地整合城市觀光旅遊、歷史建物及藝文消費於「新加坡藝術節」，經費來源為政府、企業與門票收入各占三分之一，成功結合藝術、旅遊與城市行銷。號稱亞洲最大表演藝術中心的「濱海劇院」（esplanade）座落在新加坡商業中心，匯合旅館與購物中心等產業，預計可替新加坡政府增加三百多個就業機會與新台幣一億元以上的效益(行政院經濟建設委員會網站〔經建會〕，2003）。

新加坡資訊、通信及藝術部（MICA）以「創意聚落」形成的文化之都促使新加坡轉變為一個「創意經濟體」。今年五月，星國政府甚至提出一個創造文化之都的算式：藝術+商業+科技=有創意的+無遠弗屆的新加坡。新加坡的文化產業發展，是以城市發展為架構的產業政策。其次是城市藝術節及濱海劇院在文化經濟上的影響（經建會網站，2003）。

四、香港

香港在創意工業(Creative Industries )的定義上，沿用英國對於創意工業的概念，主要含括：廣告、建築、漫畫、設計、時尚設計、出版、電玩、電影、藝術與古董、音樂、表演藝術、軟體與資訊服務、電視，總計十三項。香港的創意工業，其相關就業人口占總就業人口的 3.7%，及產值占 GDP 的 2%。香港創意工業的表現明顯不如英國、澳洲及紐西蘭，但在亞洲地區仍是創意工業的重心。根據香港貿易發展局的資料統計，在 2001 年香港創意工業共有 90,575 名就業人口，其中資訊科技、出版與廣告從業人口數居前三位（文建會網站，2004）。

五、中國

中國官方並未如英國提出完整的計畫書與統計報告。它對於文化產業的界定，是以文化娛樂、新聞出版、廣播影視、音像、網路電腦服務、旅遊、教育為

核心的產業；而將傳統的文學、戲劇、工藝、音樂、美術、攝影、舞蹈、工業建築設計、藝術博覽場館、圖書館等，視為處於產業化的進程中（江藍生，2002）。

以風景秀麗的青島市來說，今年底撥出了 4060 萬元人民幣預算，獎勵當地 31 個文化產業發展專項資金扶持項目；今年重點扶持的是文化產業園區項目，包括了 1919 創意產業園、創意 100 產業園、青島國際動漫遊戲產業園。由於青島市官方高度重視，今年第一季，青島共建成了文創產業園區 19 個，總投資額約 19.7 億元，建築面資超過 150 萬平方公尺。同時今年青島將展開所謂的「五個十」的文創產業促進工程，內容包括了扶持 10 個文創產業重點園區、引進 10 個文創產業重大項目、做強 10 個文創產業品牌、打造十大文創產業市場、大力扶持文化演藝產業發展。在融合硬體設施、軟體服務與人才的情況下，青島的文創產業將會是這個濱海城市未來經濟發展的一個重要支柱（李道成，2009）。

六、日本

日本的數字內容產業自以前便一直是亞洲各國的龍頭，從漫畫、偶像商品到電影等等為日本賺進了不少的外匯，也讓周遭各國急於追上。根據經濟產業省於 2001 年的統計顯示，數字內容產業的規模約為 11 兆日圓，為汽車產業 20.8 兆日圓的 1/2 強。以日本知名的動畫“神奇寶貝”為例試算，從電動玩具到電視卡通、電影動畫、玩具、衣服用品，約有 1 兆日圓的直接市場效果。若加計海外的市場效益，則其市場獲利高達 2 兆日圓。

而日本的文化創意產業發展則有以下幾項優勢 ：

1、增加教師對文化創意事業及其對經濟的重要性認識與理解，同時多創設與創意事業有關的科系，以培育人才。

2、獎勵公營機關使用文化創意事業的成品，或是以資金贊助的模式鼓勵企業進行開發，提升文化創意事業相關產品的消費量。

3、協助地方產業商品營銷海外，並增加國內與外國知名創作家之間異地文化的交流活動。

4、以獎勵模式帶動地方企業積極參與文化創意產業活動。

5、活用民間財團法人資源，讓民間團契主導帶動文化創意活動的推展，開創更豐富的活動內容，更能深入人心。

6、積極進行各項調查，藉由調查挖掘出新的商品需要，同時透過調查結果的公佈及宣傳效果，加深民眾的辨識度。

7、對於新興的文化創意事業，給予研發補助或租稅減免，以扶植創意的發展空間（中國圖書出版網，2009）。

七、韓國

韓國推動文化創意產業發展政策與策略上，主要包括擬定振興文化綜合計畫、擴充文化基礎產業、開展振興文化產業相關研究調查工作、支援文化創意產業計畫、強化綜合管理、開展國際通商機構與外國政府之間的合作。在培育與振興方面，著重於人才培育、資源支援合作網路的建立，以強化產業內部體質與競爭力。為促使產業真正落實發展，在相關支援機構的整合方面，不論是研究合作中心、發展管理、產業培育，均設有專門空間與機構。此外，政府協助成立「文化和藝術扶植基金會」，在產業成長過程中扮演重要角色，其扶植計畫包括：藝術家的支援與扶植、鼓勵公共參與、促進文化交流發展、文化保存與分布、藝術設施的經營等（辛晚教、周志龍，2003、黃惠穗，2006）。

小結：從上述各國發展文化創意產業的概況，可以了解世界各先進國家，很早就已經意識到文化創意產業的重要性，因此能以文化立國，讓民眾進一步了解屬於自己國家的文化內涵，除了可以在全球化中，找尋到屬於自己國家的特色與民眾的認同，也可讓產業創新與優質化，讓產業增加在國際的競爭力和能見度。

由以上可發現，農業文化創意產業部份探討在文獻中仍相當欠缺，本研究將探討屏東縣政府近年來發展文化創意產業的概況，尤其屏東縣仍屬於典型的農業縣，在產業方面仍以農業產業為最大宗，在農業面臨困境之際，屏東縣政府意圖透過發展農業文化創意產業，來讓農業轉型升級。

## 第四節 屏東縣發展農業文化創意產業概況分析

屏東縣因屬於農業縣，在政府加入世界貿易組織（WTO）以後，農業發展更倍感壓力，農民生活面臨重大的挑戰，為了讓農業轉型升級以提昇競爭力，屏東縣政府團隊亦費盡心思，圖謀振興農業之道，諸如爭取農業生物科技園區之設置、輔導農民各項農業生產技術、補助農業生產合作社及產銷班各項生產機俱、舉辦各類型農業特產行銷活動及辦理各項農業文化創意產業活動…等。其中辦理各項農業文化創意產業活動，確實發揮了重大的效果，也讓農業發展逐漸找回希望與生機，茲將屏東縣近年來所舉辦，除了熱帶農業博覽會以外，較具代表性之農業文化創意產業活動略述如下：

### 壹、洋蔥嘉年華

洋蔥為恆春半島重要農業特產，也是墾丁觀光地區的特殊景觀之一，民國1954年以前,台灣的洋蔥完全依賴進口,後經由引種及栽培試驗成功後,自民國1956年起,除生產供國內消費,也外銷東南亞及日本市場,躍居成為台灣重要外

銷新鮮蔬菜之一。惟面對政府加入 WTO 以後各國低價洋蔥之衝擊，近年來恆春半島的洋蔥已不復當年之榮景，種植洋蔥之農民已無利可圖，為了挽救恆春洋蔥之生機，也為了讓洋蔥農民們維繫生計，屏東縣政府遂於 2001 年起，於每年四月洋蔥採收期間聯合恆春鎮公所、恆春鎮農會及當地旅遊業者舉辦洋蔥嘉年華會。

洋蔥嘉年華會係結合恆春當地文化、觀光產業加上洋蔥創意商品如洋蔥酒、洋蔥食譜、洋蔥雕刻、洋蔥勇士選拔等。係一種透過創意洋蔥食譜、創意洋蔥衍生商品、洋蔥特殊用途、地區文化與觀光行銷的農業文化創意活動。

尤其恆春墾丁地區是聞名國際的風景勝地，每年吸引許多來自國內外的遊客，將洋蔥創意產品如洋蔥酒、洋蔥食譜、洋蔥雕刻、洋蔥特殊用途等透過洋蔥勇士選拔…等活動來行銷，可以為面臨困境的洋蔥農民找到出路。

圖 2－7 洋蔥嘉年華

圖文來源：http://www.flickr.com/photos/60038911@N00/135242122/（閱覽日期：2007/10/19）

## 貳、花果節活動

屏東縣政府所屬境內林邊、枋寮、南州等鄉境內所生產之蓮霧，因地質與氣候之關係，加上農民們用心研發與細心栽培照顧的結果，其果實甜美香脆，廣為大家所喜愛，屏東縣政府亦曾於 2001 年起結合地方公所與農會及農民們於每年四月蓮霧產期辦理花果節活動，加強行銷當地蓮霧，提昇當地蓮霧價值與價格，

「黑珍珠蓮霧」是此活動的創意招牌，於活動中還配合辦理黑珍珠小姐選拔活動等，選出的黑珍珠小姐自然成為黑珍珠蓮霧的代言人，花果節活動的結果讓林邊地區出產的蓮霧名聞全國，也創造了「黑珍珠蓮霧」的高經濟價值與品牌。

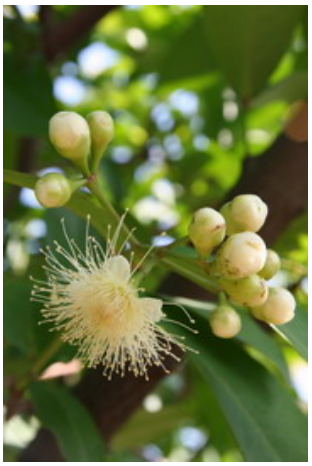

圖 2－8 花果節活動(林邊鄉公所所展示之蓮霧)

圖文來源：http://blog.chinatimes.com/yilan/archive/2008/03/03/252670.html（閱覽日期：2007/06/01）

## 參、黑鮪魚文化觀光季

東港鎮位於屏東縣西南隅，漁產豐富，居民多數以漁產事業為主，並以鮪魚為大宗，其中尤以黑鮪魚最為極品，每年五月洄遊到東港附近的巴士海峽以及台東外海，肉質鮮美甘甜居鮪魚類生魚月之冠，並與櫻花蝦及油魚子號稱東港三寶，只可惜這些高級鮮魚以銷售到日本居多，國人自行享用者反而不多。

屏東縣政府為了引發國人的注意，進一步提升黑鮪魚的價值，遂在 2001 年 5 月 13 日至 7 月 29 日為期 88 天，結合全縣自然景觀資源、農漁特產文化舉辦屏東縣黑鮪魚文化觀光季，希望籍由這項觀光節慶活動，突顯屏東獨特產業及文化觀光潛力，行銷屏東。其活動目的在於：一、推動地方觀光產業，落實地方特色的價值。二、結合周邊產業，再造文化。三、提升旅遊品質，繁榮地方經濟。

黑鮪魚文化觀光季活動之內容，乃藉精緻黑鮪魚餐為號召，以東港漁鄉為軸心串起屏東縣內各觀光景點，推出套裝旅遊。值得一提的是巧妙運用傳統魚市拍賣的傳統文化，當漁季開始捕獲第一尾鮪魚進港時，邀請總統主持拍賣會，讓魚價創造高紀錄，並吸引國人的眼光，藉以行銷黑鮪魚季的各項相關活動，讓黑鮪魚文化觀光季一炮而紅。

自 2001 年屏東縣舉辦黑鮪魚文化觀光季以來，至今已舉辦過九屆，為東港及其周邊創造了非常可觀的經濟效益。這是國內農業文化創意產業最成功的典範之一。

圖 2－9 屏東黑鮪魚文化觀光季

圖文來源：http://www.freshnet.tw/newspage.php?articleid=526（閱覽日期：2007/10/19）

## 肆、枋山芒果文化季

由屏東縣政府輔導枋山鄉公所主辦的「枋山芒果文化季」活動，自 2006 年起已一連舉辦四次，於每年 5-6 月枋山愛文芒果出產期間，選擇週末假日於枋山地區辦理兩天，枋山芒果的產期可說是獨步全台、最早亮相，除了農民的特加勤奮外，在得天獨厚的高溫高濕天然環境下，以及一年有六個月期的落山風吹拂，使得芒果甜度高、色澤棒、品質好，造就香甜可口的「蘋果樣」，也讓芒果在此

找到他們最佳的生命定點，是農民、農政單位的驕傲，而近年不僅銷遍全台灣，更是大量推廣、外銷到國外如日本等，不過現在的重點不在產量的多或少，而是積極輔導農民在農特產品的農業用藥上以最嚴格的標準來控管，以種植出最佳品質的產品來符合世界健康潮流，讓屏東縣的農特產品可以在國際市場上揚名。

屏東縣政府為照顧好農民，期藉由活動來行銷屏東縣枋山鄉夏季最重要的地方特產，特於 2006 年 5 月 17、18 兩日在屏東縣枋山鄉莿桐腳遊憩區舉辦枋山芒果文化季，結合創意飲食、海洋風潮及音樂藝文等多元性活動，除區域規劃為「艷夏園遊區」、「冰心特調區」、「戀戀咖啡香」、「狂 Fun 水樂園」等外，更有一連串的精彩活動表演，如大仁科技大學芒果特調花式調酒舞步、愛文芒果選美秀、熱情芒果電音搖滾樂、南洋騷沙音樂表演等；熱愛體力競賽的民眾還可參加「斤斤愛計較」愛文估重大賽、GoGo 切洋蔥大賽；「狂 Fun 水樂園」裡還有水球大作戰、海豚戲水池、海馬噴水柱等，全方位呈現專屬熱帶魅力、香甜誘人的南台灣夏日情調，並推出三明治、鬆餅、沙拉、涼拌火腿、水果茶等愛文創意料理在活動現場展售。

為回饋熱情參與活動的民眾，還可憑導覽手冊截角參加摸彩活動，獎項內容有墾丁福華渡假飯店免費住宿券、水世界門票、金色三麥現釀啤酒頂級勞斯萊斯酒券…等豐富好禮等。讓遊客利用週末假日到枋山，共渡一場香甜、清爽，伴隨沙灘、海風的夏日芒果狂歡派對！

枋山芒果文化季至今已舉辦過四次，已逐漸形成一種地區性的農業文化創意產業典範，讓枋山芒果的名氣與價值不斷提昇。

圖 2－10 坊山芒果文化季

圖文來源: http://www.libertytimes.com.tw/2009/new/may/23/today-south7.htm（閱覽日期：2007/10/19）

## 伍、萬丹產業文化嘉年華活動

由屏東縣政府輔導贊助萬丹鄉公所舉辦的農業產業文化嘉年華會，結合萬丹采風社主辦的甘蔗祭文化活動，推銷當地盛產的乳製品、紅豆及甘蔗產業等，還可以品嚐流傳二百多年的許舉人鹼粿，美味無窮。

萬丹鄉是全國紅豆主要產地，種植面積超過一千公頃，每年帶來超過十億元產值，為進一步行銷當地紅豆產業，公所自 2007 年 12 月 15、16 日兩日，連續二年結合農會舉辦紅豆季文化活動，推廣各式各樣的紅豆製品，包括紅豆餅、紅豆麻糬、紅豆稀飯等美食，提高農民收益。

萬丹農業文化嘉年華會於每年年底舉行，除了持續推廣紅豆產業化，並行銷萬丹鄉的乳牛及稻米產業，讓國人明白台灣人喝的牛奶很多是來自萬丹鄉，同時也要讓遊客嚐一嚐，萬丹鄉最好吃的「飯湯」。

萬丹采風社也同時舉行甘蔗祭文化活動，利用台糖育種場作為文化活動平台，邀請北管、聖樂團等萬丹鄉土藝術表演團隊接力登場，並安排剖甘蔗比賽、親子烤甘蔗、甘蔗園牛車巡禮等活動，讓遊客體驗萬丹鄉特有的蔗園

風情。

此外，與會遊客將有機會品嚐萬丹鄉流傳二百多年的許舉人鹼粿。相傳清乾隆年間林爽文做亂，萬丹武舉人許仰仁號召三千義勇軍協助平亂，當時義軍以鹼粿為主食，後代子孫認為品嚐鹼粿就能獲得義勇公的保佑，因為發展為地方特色佳餚，以香菇、蝦米、蒜頭為佐料烹製而成的許舉人鹼粿，口感佳味道美，深受歡迎。

圖 2－11 萬丹產業文化嘉年華活動

圖文來源：http://wantan.tacocity.com.tw/wantan/act/act113.htm（閱覽日期：2007/10/05）

「文化」是一種生活型態，「產業」是一種生產行銷模式，而兩者的連接點就是「創意」，「文化創意產業」所指的不僅僅只是「文化創意的產業」而已，而是要包括「生活文化的創意產業」（孫豪志，2008）。屏東縣境內擁有其他外縣市所沒有的好山好水意向與豐富的熱帶農特產品，屏東縣政府也在 2005 年結合當地農村文化、農產資源，發展當地產業與觀光遊憩，舉辦熱帶農業博覽會推廣農業文化、加強促銷農產品。

熱帶農業博覽會是當今農業產業面臨轉型所衍生出的「休閒農業」產業。行政院農業委員會更是把「休閒農業」視為我國農業發展之重要政策之一，期望以具體且有效益的輔導方式，協助休閒農業提昇服務品質、解決人力資源問題、推動整合行銷、帶動休閒農業觀光…等，讓休閒農業產業化，提升休閒農業競爭力，

進而擴大農村就業機會，增加休閒農業產值，發展農村經濟。在農業經濟發展的同時，休閒農業也同時肩負起社會教育與環境保護的責任，如此農村才得以永續發展，農村社會才會安定與進步（台灣休閒農業發展協會網站，2008）。透過行銷包裝、展演活動，將農業產業推廣出去，也讓國人有機會親近大自然，讓學童能親自體驗農作物，了解農作物的成長過程，達到寓教於樂的效果。

屏東縣政府在發展農業文化創意產業方面，則有幾個面向可以分析（屏東縣熱博會網站，2009 年 2 月 16 日）：

一、人的方面

傳承農業文化，讓傳統農民精神及簡單樂活環保新生活概念深耕，讓社會風氣更祥和。

二、文的方面

豐富地方農產資源，以發展屏東縣休閒農業文化特色。

三、地的方面

塑造屏東縣成為南部熱帶休閒農業園區的第一品牌。

四、景的方面，

鼓勵返鄉過年民眾了解農業故鄉的歷史建築、公共藝術、文化設施、藝文展演、體驗社區的變動與進步。

五、產的方面

帶動產業發展，行銷屏東縣開發新契機。

屏東是農業縣，地方政府藉著舉辦熱帶農業博覽會等之形式，把傳統產業加入文化創意產業的思維，其目標是為創造農業產業的附加價值與能見度。

## 第五節　屏東縣熱帶農業博覽會的背景與沿革

屏東縣是一個典型的農業縣，處於工商急速發展的當代台灣社會，在產業發展與生計條件方面，已由早期的優勢轉為劣勢，人口外流嚴重，加以自台灣加入WTO組織以後，屏東縣的農漁畜牧業經營更顯吃重，個案為輔導農業與傳統產業轉型升級，遂嘗試各種可能措施，諸如舉辦洋蔥嘉年華會、黑珍珠蓮霧季、黑鮪魚文化觀光季、墾丁風玲季、半島藝術季、綠色長廊…等活動，一方面藉機行銷屏東縣境內之農漁牧產業，一方面刺激引導農漁牧產業與傳統產業人口，透過創意提升其產業之附加價值與競爭力，熱帶農業博覽會的創辦也是一連串活動之一。

屏東熱帶農業博覽會的靈感，緣起於 2001 年起縣政府所舉辦的花果節活動，花果節活動乃結合地方公所與農會及農民們於每年蓮霧產期以蓮霧為主軸辦理的活動，為加強行銷當地蓮霧及縣內農特產，提昇當地蓮霧與其他農特產的價值與價格，2002 年與 2003 年舉辦的花果節，還曾經分別到屏東市區與高雄市區及台北市等地舉行花果車隊遊行。繼 2003 年花果節活動之後，屏東縣政府又於 2004 年選擇在縣內三地門鄉的賽嘉滑翔翼降落場舉行「綠色長廊」展覽活動，以取代往年所舉辦的花果節活動，綠色長廊係結合賽嘉滑翔翼航空活動與當地多元族群文化與農村文化及附近風景區為活動行銷重點，雖頗具創意，卻讓人有一種浪費又不切實際的感覺。

屏東縣政府經過檢討，隔年（2005）另選擇長治鄉台糖海豐農場辦理第一屆熱帶農業博覽會，成功吸引約二十萬人次到場參加，為屏東縣帶來更多的觀光人潮及經濟效益。

在 2005 年舉辦的熱帶農業博覽會內容包含（結案報告書，2005）：

1、入口意象景觀區：

本區佈置入口意象景觀，含棕櫚廣場、入口農村裝置及意象牌樓等，提供入園後視覺之聚焦點導引入園之景觀道路，道路兩側花海、創作藝術裝置及屏東大武山好山好水造景景觀，為本博覽會創造不同活動景象。

2、主題館區：

利用與熱帶農業相關資訊策畫出四大主題館其內容有：熱帶農業館（仙人掌）、招蜂引蝶館、鴕雞館、熱帶觀賞魚館，其中展示以實物為主，再配合聲光媒體做介紹，加強入園遊客之視覺享受及提供與主題館呼應的 4D 動感電影。並於四大主題館外景觀部份，以舉辦創意盆栽大賽活動來佈置，增加整體美觀。

3、綠色長廊景觀區：

執行綠色長廊景觀區 1,600 公尺、寬 5 公尺、高 3 公尺栽種之各種不同品種之蔬果、花卉等爬藤類作物，於綠色長廊景觀區種植之爬藤類作物如絲瓜、苦瓜、蛇瓜、扁蒲、南瓜、粉豆、鵲豆、菜豆、皇帝豆、翼豆、九重葛、炮仗花、蒜香藤、珠簾、百香果、葡萄等。

4、熱帶農業示範園區：

屏東縣政府農業局輔導鹽埔休閒農業產銷第一班設置熱帶農業示範園區，規劃觀光休閒採花果區有蓮霧、棗子、楊桃、芭樂、桑椹、蕃茄、木瓜、四季柑桔、向日葵、野薑花、雞冠花、夜來香、玫瑰、蘭花、草莓、香草、蕃薯、玉米等熱帶花果，表現屏東熱帶農業枝熱帶花果特色，計有 20 個田區約 12 公頃，讓參觀之遊客體驗田園生活，享受採果（花）樂趣，推廣休閒農業。

5、環保綠帶景觀區：

位於園區北面利用台糖公司原有之環保綠帶區種植大波斯菊及油菜花，美化整個環保綠帶，提供民眾拍照留念。

6、錦鯉河道：

設置錦鯉河道，飼養 4,500 尾珍貴錦鯉，悠游於本河道中，使參觀民眾欣賞錦鯉優美體態及游姿，提供民眾餵養的樂趣，並教育民眾如何親水和錦鯉互動，了解水族生態及環境互動關係。於河道間以景觀小橋跨過，及設置童趣水車提高河道之遊憩氣氛。

7、神奇館：

設置神奇館－漂流木雕刻作品展，展示漂流木利用項目，並以創作雕刻表現原住民文化藝術氣息及巧思等，展示期間使參觀民眾深刻體會到漂流木雖外觀磨損腐朽，但經過原住民巧手能化腐朽為神奇之文化雕刻藝術成果。

8、森林浴景觀區：

利用台糖公司原有之造林苗圃種植茄東、大花紫薇、黃心柿、榔榆及鳳凰木整理後，配合活動於旁邊空地設置童玩服務，以提供遊園旅客林下休息及兒童遊戲場所。

9、灌溉溝渠、天鵝湖及熱帶雨林區：

以生態工法施工設置灌溉溝渠及人工湖，可作為生態工法之觀摩示範區域，另一方面提供遊客親水的最佳場所，於湖中種植蓮花及水生植物，湖邊設置熱帶雨林區種植各式各樣苗木成林，並飼養 4 隻黑天鵝、4 隻白羅曼及 2 隻台灣土鵝，以提供民眾休閒雅致之場所。

10、美食遊戲服務區：

為遊客用餐之需，於本園區設置地方特色餐廳及地方美食小吃，並於人工湖旁設咖啡簡餐，提供遊客休憩賞景，服務區中設舞台表演區，為表演活動之中心，旁設親子遊戲區，提供飲食時之孩童遊樂場所。

為了達到活動宣傳的最佳效果，在前期活動宣傳上包含：1.主辦單位邀請具全國性話題之比賽活動，如第九屆花藝創意盆栽設計大賽，以增加活動宣傳效益。2.屏東縣養雞協會結合地方小學舉辦校際盃煎蛋比賽，以推廣園區「農、林、漁、牧」為一身的觀光教育特色。3.結合鄰近縣市之國際性觀光行銷活動，如愛河國際燈箱點燈活動，以達到最經濟最有效之行銷效益。4.活動訊息於活動開幕前開始進行媒體曝光，如電視 5 秒 CF 廣告部份有：三立台灣台、三立新聞台、年代新聞台、東風電視台，主要由三立及 TVBS 電視台為配合媒體，企圖以均衡的媒體曝光率，達到網羅各個族群的目的。

在開幕當天也結合地方性文化表演以及特有文化團體，如客家樂舞、明華園玄字戲劇團、原住民黑森林打擊樂團…等，以營造地方特色並形塑文化議題，並邀請與在地深具關聯性的政府首長蒞臨開幕活動，運用各種農業儀式營造活動宗旨；更針對園區展期各項舞台表演活動推出介紹，以吸引遊客目光。

（一）在媒體宣傳上則包含：民視、台視、中視、華視、TVBS、三立、中天、年代、東森、觀昇、地方台、中國時報、自由時報、聯合報、民生報、中國時報新春專刊、年代錢潮周刊、中廣新聞網、飛碟聯網、高雄港都、大眾廣播 KISS、專屬網站。

（二）組織架構

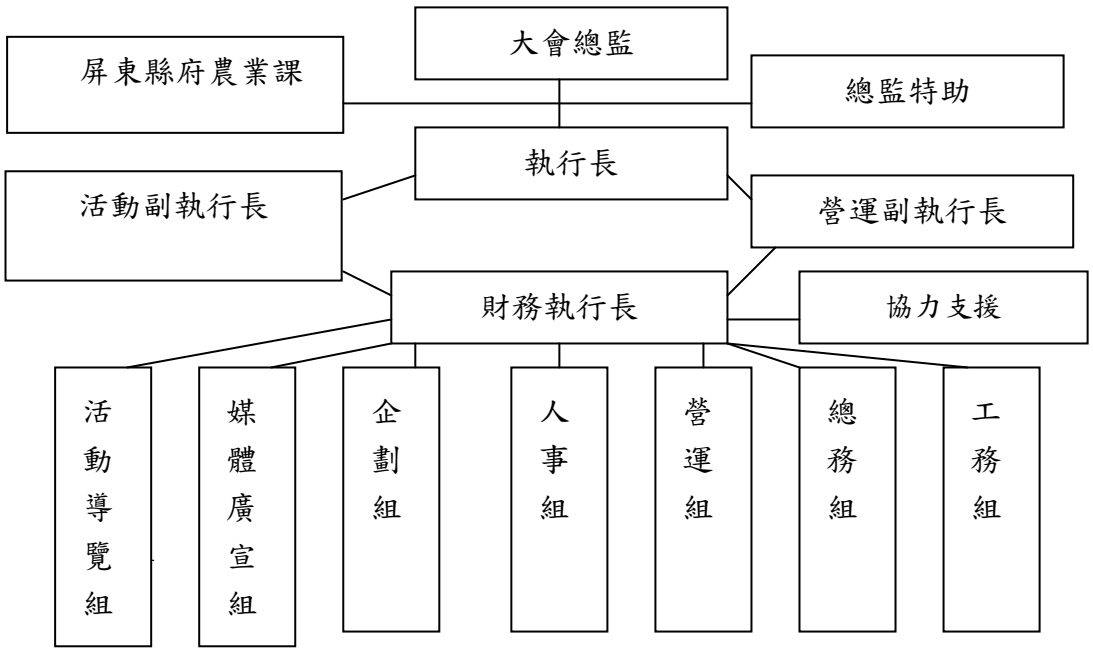


圖 2－12 為 2005 年的營運組織規劃上之組織架構

資料來源：2005 年屏東熱帶農業博覽會結案報告書

（三）售票種類

1. 全票：250 元

2. 學生票及團體票：200 元

3. 兒童票：150 元

4. 縣民票：100 元

5. 教育票：50 元

熱帶農業博覽會於冬天舉行，內容設計涵蓋農、林、漁、牧，結合農村生態、農民生活、農業生產的農村生活完全體現在園區裡，讓遊客在園區中就可體

驗農民的生活習性，也可以享受採摘花果的樂趣，寓教於樂的博覽會形式，達到了推廣觀光休閒農業的目的。

圖 2－13 2005 年屏東熱帶農業博覽會入口意向區

圖 2－14　2005 年屏東熱帶農業博覽會花果區

2005 年屏東熱帶農業博覽會，資料來源: ezfun.coa.gov.tw/view.php?...mp;class=/

2006 年「屏東熱帶農業博覽會~花果精靈嘉年華」延續前一年在長治鄉台糖海豐農場舉行，園區規劃包含：隔離綠帶地區、觀光休閒採花果區（20 種花果田區）、綠色長廊景觀區（長約 1.6 公里，寬 5 公尺，高 3 公尺之棚架設施，栽植各種不同品種之瓜豆等爬藤類作物，如絲瓜、苦瓜、南瓜、菜豆…等）、田埂、灌溉溝渠及農水塘生態工法示範區、入口意向景觀區（設有博覽會可愛主題人偶裝置）、熱博花園（面積約 1.3 公頃，種植大波斯菊、矮牽牛、萬壽菊…等）、四大主題館區（包含屏東農業王國館、巴西磨菇生技館、魔法木材生態館、高鐵行動探索館）、嘉年華活動區，讓遊客在富有教育意涵的博覽會裡，體驗農村的生活景觀。

（一）四大主題館則包含（結案報告書，2006）：

1.屏東農業王國館:

由屏東縣政府農業局和台灣省園藝花卉商業同業工會聯合會聯合策展,展出基地面積約 2100 平方公尺，館內展出包括屏東縣農林漁牧，而在台灣農業產量及產值佔全國第一者有蓮霧、棗子、木瓜、鳳梨、芒果、檸檬、椰子、文心蘭、野薑花、紅豆等 10 種農作。牛隻、豬隻、鴨隻、雞隻等 4 種畜牧業及海洋漁業、石斑魚、泰國蝦、牛蛙、龜鱉、熱帶魚等 6 種漁業，以活動、標本及模型配合園區造景的方式策展，具有趣味、教育及行銷屏東農業之創意功能。

2.巴西磨菇生技館:

策展單位由傳統產業起家，轉身投入生物科技產業，研發巴西磨菇已經到達了成熟階段，希望可以藉助特殊高科技的方法，突破氣候環境的生長限制，進行巴西蘑菇的溫室栽培，讓台灣人民享受更物美價廉的巴西蘑菇。

3.魔法木材生態館:

由屏東縣政府和國立屏東科技大學木材科學與設計系聯合展出。因應木材產業界之激烈競爭，以及木材原料之日益短缺，木材設計及發展將朝向自動化、精緻化、高附加價值特殊加工等方面發展。現場還有 DIY 體驗區，讓民眾可以親手製作無患子香皂、精油製品、鉛筆、琉璃珠…等。

4.高鐵行動館:

由台灣高速鐵路股份有限公司策展。高鐵行動探索館媲美日本宮崎駿創意的「霍爾的移動城堡」，民眾可以身歷其境觀賞 3D 立體劇院、感受百分之百刺激的高速經驗、認識各具特色的世界高鐵、測試對高鐵知識的大挑戰遊戲等，展出內容多樣且豐富。

（二）活動規劃

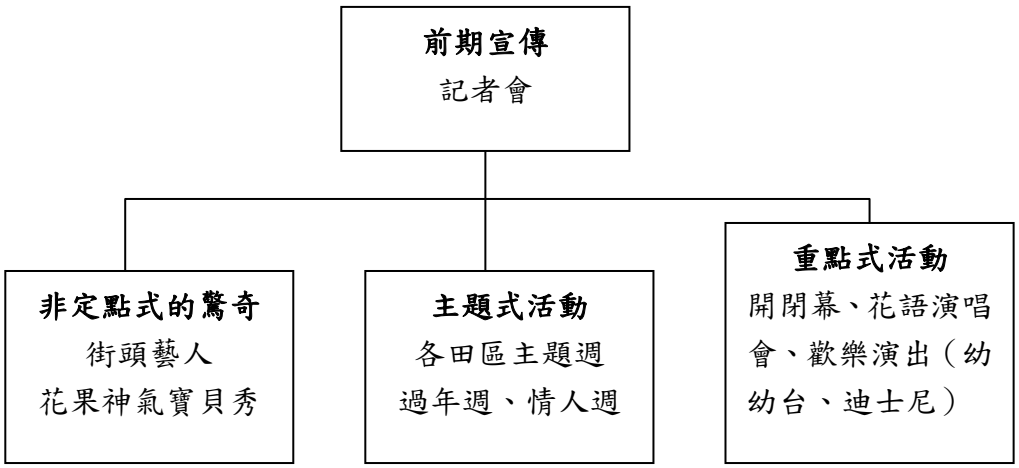


圖 2－15　為 2006 年熱帶農業博覽會之活動規劃

資料來源：2006 年屏東熱帶農業博覽會結案報告書

主辦單位在前期宣傳時，分別以台北、屏東舉行兩場記者會宣傳活動內容，並邀請各地的記者蒞臨屏東熱帶博覽會，以協助宣傳行銷。除了在開幕當天邀請屏東縣縣長曹啟鴻蒞臨，且在大南瓜刻字儀式並營造活動宗旨外，園區裡也不定時有表演團體或藝人在園區裡表演；每個禮拜園區也會安排相關活動讓民眾親身體驗並增加親子間的情感。

（三）組織架構

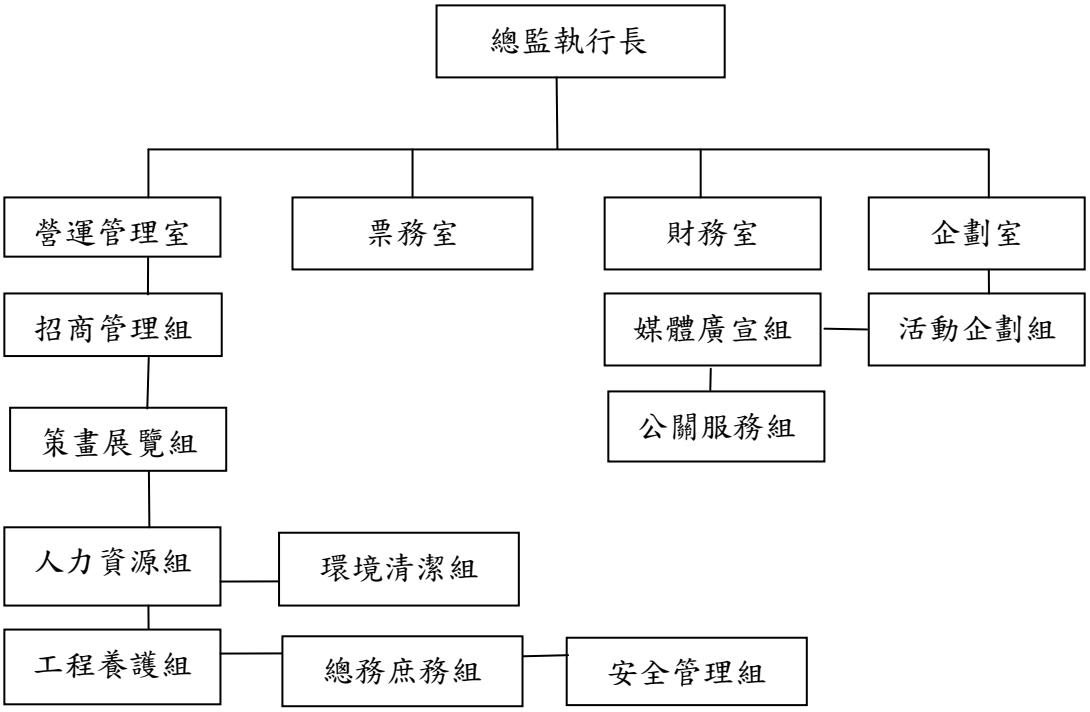


圖 2－16 為 2006 年的營運組織規劃上之組織架構

資料來源：2006 年屏東熱帶農業博覽會結案報告書

（四）售票種類

1. 全票:250 元（假日期間成人使用）

2. 半票:200 元（學生 65 歲以上老人需憑證）

3. 幼稚園票:150 元（90 公分以上 110 公分以下兒童）

4. 縣民票:100 元（屏東縣市需驗證購票）

5. 兒童學習票:50 元（需至屏東縣政府農務課購買，現場不銷售）

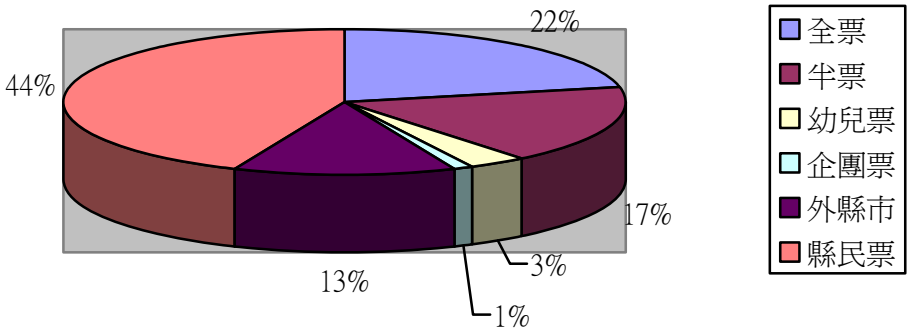


圖 2－17　2006 熱帶農業博覽會之票務分析表

本研究匯整，原始資料：2006 年屏東熱帶農業博覽會結案報告書

就售票比例來說，以屏東縣民票 44%為本次銷售最高量，透過售票系統購買縣民票僅佔 1%；外縣市購票民眾則只佔 13%，顯示在活動制定縣民票與外縣市入園的票價時，仍有很大的修改空間。

圖 2－18　2006 年屏東熱帶農業博覽會入口意向區　　圖 2－19　2006 年屏東熱帶農業博覽會所展示之大南瓜

資料來源:，http://tw.myblog.yahoo.com/jw!o8JzWXiRGs9DDA--/article?mid=647（閱覽日期：2006/10/26）

2007 年「屏東熱帶農業博覽會~花果夢幻樂園」除了延續前兩年的花果田區、綠色長廊，開放民眾採花果外，四大主題館則有：「屏東之最主題館」展示屏東的農林漁牧風情；「螢光生物館」展示螢光魚、螢火蟲的成長生態；「山蘇展示館」展示罕見巨型的山蘇品種;「原住民生活館」可以體驗先民的生活風貌。

今年也特別加強遊樂設施，提供脚踏車供民眾漫遊「蘭花蕨」自行車專用道，增加親子間的感情。

（一）在媒體宣傳上則包含：自由時報、蘋果日報、民眾日報、聯合報、東森電視台、民視新聞台、中天電視台、觀昇地方台、屏南地方台、KISS 電台（高高屏）、APPLE LINE（蘋果線上）、中廣、專屬網站（成果報告書，2007）。

（二）組織架構

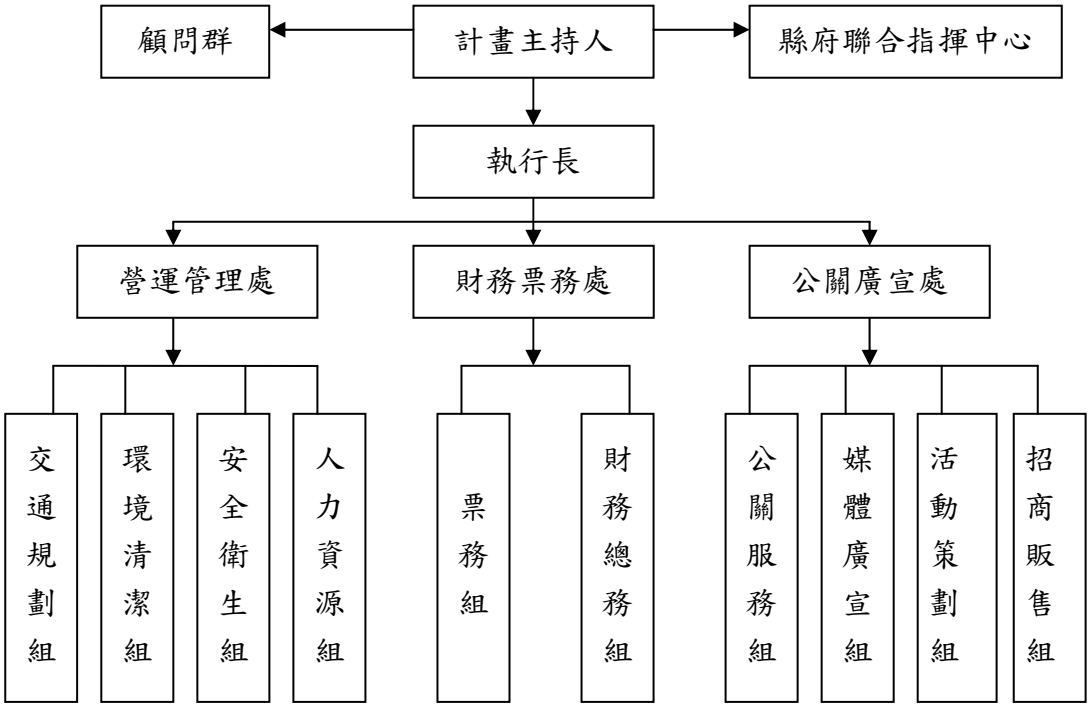


圖 2－20 為此次的營運組織規劃上之組織架構

資料來源：2007 年屏東熱帶農業博覽會成果報告書

（三）售票種類

本次活動的票卷種類與票卷設定和 2006 年一樣。

在展期 43 天內，設計超過 168 場以上的展演，其中包含靜態展售、動態舞台表演，與民同樂的遊戲及 DIY 的手作教學，並擬與在地的相關產單位結合一套

推廣花果的盛會。以各主題週的消費族群，區隔不同的主題來吸引消費者遊園，其中將配合各時段的節慶，例如魔法歡樂週招來鄰近縣市剛放寒假的學生，玫瑰情人週則以情侶為主要訴求，來吸引分眾的消費者。在節目的企劃中皆與本整體活動相關，以達到消費、旅遊、知性、感性、人文、產業與在地文化的整合（成果報告書，2007）。

圖 2－21 2007 年屏東熱帶農業博覽會售票亭

圖 2－22 2007 年屏東熱帶農業博覽會參觀路線圖

資料來源:，http://blog.roodo.com/hidavid/archives/2768635.html（閱覽日期：2007/10/29）

2008 年熱博會以「綠光魔法王國」為主題，網羅全國頂尖的農業與環保科技人才，因應全球暖化問題，增設綠色能源館與縣政願景館，規劃節能減碳、太陽能車體驗、鐵馬自由行、廚餘資源化、生質柴油製作及環保科技產業等六大主題，並邀請高雄科工館、高雄應用科技大學、屏東科技大學以簡單的科學實驗方式，讓民眾可以親手組裝太陽能車，試乘氫能車，搭乘太陽能船及廚餘資源回收。邁入第四年的熱博會，以酌收清潔保險費 50 元，還要讓大家看到更多元的屏東，在佔地三十六公頃的熱博會場，有都市生活難得一見的農村風貌，長達 1.6 公里的綠色長廊，體驗現採玫瑰花、向日葵、野薑花樂趣；品嚐鮮甜多汁的草莓、棗子、蓮霧；觀賞稀奇可愛玩具南瓜、蕃茄、香草、蘭花，這些原本只出現在賣場的蔬果花卉，民眾皆可直接近距離的觀察它們生產過程。除此之外，還引進劍湖山摩天輪、滑板飛碟、海盜船、旋轉飛機、冒險飛車、鑽石舞台、墨西哥帽、小火車…等多達十四種好玩遊樂設施；體驗原住民手紋、編花環、盪鞦韆、刺福球、

搗小米傳統文化樂趣，皆是親子同樂的最佳選擇。展覽期間，主辦單位精心規劃「棗子比賽」、「番茄達人比賽」、邀請偶像團體翼勢力，小朋友最愛的 YOYO 家族，台語歌手施文彬、吳淑敏、辦桌二人組…於活動期間到現場與遊客同歡。

（一）在報紙媒體宣傳上的則有:自由時報、聯合報、新新聞報、台灣時報、中華日報、民眾日報、少年晨報、台灣新生報、國語日報、蘋果日報；電視媒體宣傳則是：民視、八大、年代、非凡、東森、法界、TVBS、客家、原民、觀昇、慶聯、鳳信、三立、台視；TV 強牆則有：高雄、屏東及台北火車站電視牆；廣播則是:警廣、中廣、港都、民立以及專屬網站（成果報告書，2008）。

（二）組織架構

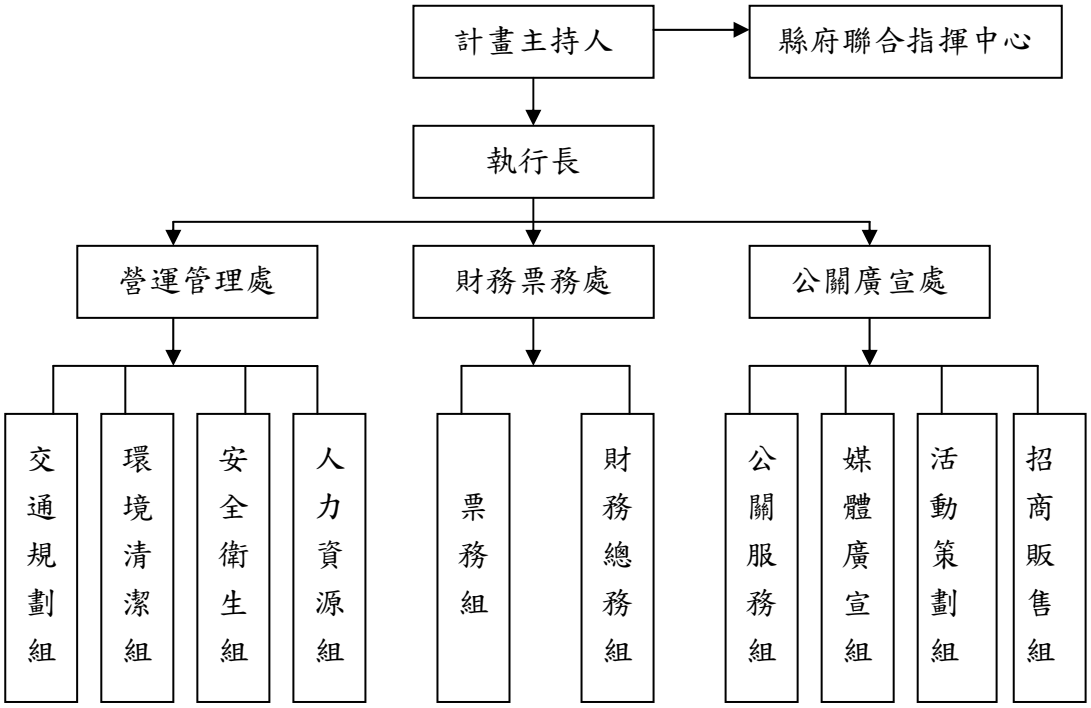


圖 2－23 為此次的營運組織規劃上之組織架構

資料來源：2008 年屏東熱帶農業博覽會成果報告書

（三）票卷種類

本次活動入場門票全部免費，僅酌收入園遊客每人清潔保險費 50 元。

圖 2－24 2008 年屏東熱帶農業博覽會縣長親自主持開幕典禮

資料來源:，http://www.pthg.gov.tw/News_Detail.aspx?ID=6977（閱覽日期：2008/10/30）

2008 年熱帶農業博覽會入場開始免收門票，相較於往年的舉辦天數，今年的舉辦天數雖僅有 38 天，入園人數卻超過 35 萬人，創下有史以來熱帶農業博覽會最多入園人數，更奠定了良好的口碑。

2009 年熱博會以「海角樂園~神奇魔法田」為主題，除了延續前幾屆的花菓田區、生態景觀區、童玩館、美食王國外，也增加了故事屋、飛行館、看戲台、海角館、芳療館、雞飛狗跳童樂園、休閒景觀區、原野風光牧場園區…等等，共 19 個園區可供親子一起享受田園農趣。值得一提的是，「休閒景觀區」是由財團法人屏東縣私立基督教伯大尼之家所經營提供的牧野風光區，裡面種植了許多有機的蔬果及飼養著各種可愛的小動物，除了可讓民眾近距離的接觸外，也是幫助伯大尼之家的孩子們療育的最佳教養教材。現場也請來畫家彩繪駝鳥蛋，並請縣長在駝鳥蛋上簽名進行義賣，義賣所得全數捐給家扶中心及伯大尼之家。最受民眾喜愛的則是「水稻田區」，主辦單位在園區精心佈置了水稻的各個不同成長階段，讓民眾了解水道的生長過程，也舉辦現場插秧比賽，讓民眾實際體驗種稻的樂趣與體會農夫的辛勞。活動結束前，主辦單位現場發送 1,000 多株小樹苗讓大家帶回家，也為熱博會劃下美麗的句點。

（一）在媒體宣傳上則包含：民視、東森、年代、觀昇、地方台、聯合報、自由時報、民眾日報、蘋果日報、中國時報、專屬網站（結案報告書，2009）。

（二）組織架構

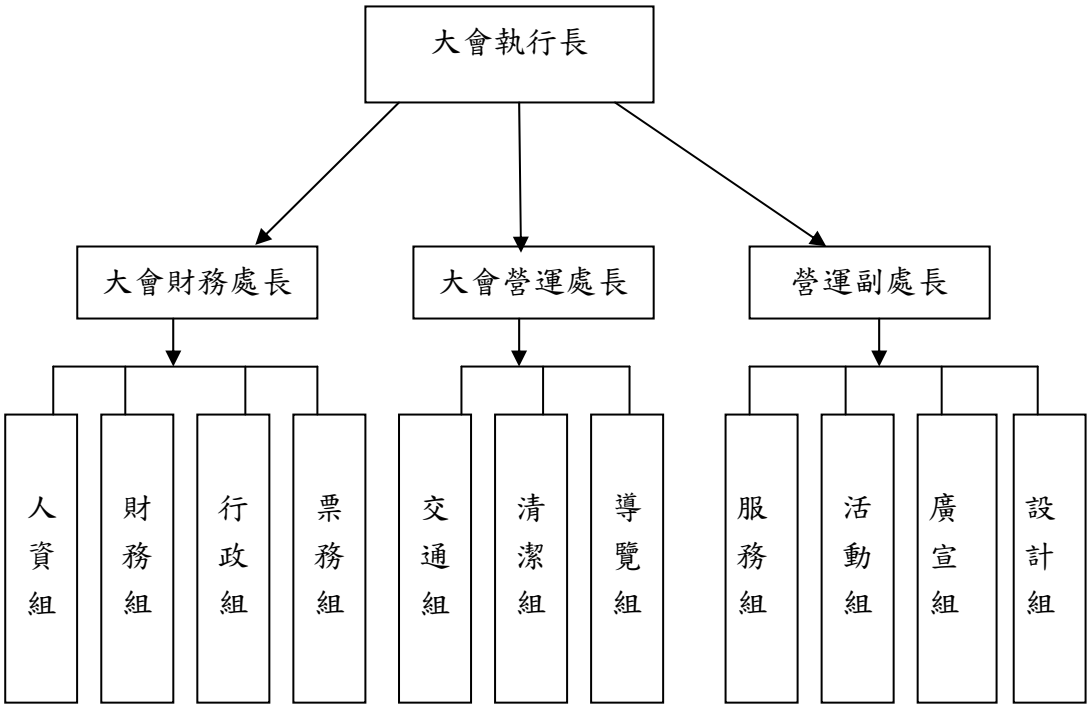


圖 2－25 為 2009 的營運組織規劃上之組織架構

資料來源：2009 年屏東熱帶農業博覽會結案報告書

（三）票卷種類

本次活動入場門票和 2008 年一樣全部免費，僅酌收入園遊客每人清潔保險費 50 元。

圖 2－26 2009 年屏東熱帶農業博覽會宣傳海報

圖 2－27 2009 年屏東熱帶農業博覽會花果區

2009 年屏東熱帶農業博覽會，資料來源:http://www.wretch.cc/blog/lan0309/20620418（閱覽日期：2009/04/30）

由於縣府主辦團隊的用心與不斷的創新及注入創意，個案的 2009 年熱博會雖僅展出 30 天，卻吸引了超過 27 萬的參觀人潮，為本年春節期間台灣地區吸引最多人潮的創意活動。

由於屏東縣境內的節慶觀光活動，普遍集中在夏季與海線。熱博會的誕生，正好補足了以往屏東縣政府舉辦節慶觀光活動偏重在夏季與海線的情形發生。熱帶農業博覽會是全國第一個熱帶農業示範園區，曹啟鴻縣長更表示：「熱帶農業博覽會裡的農特產是累積過去的成果，雖然農業的總產值，只佔全國 GNP 的百分之二，但農業是精神文明，土地是人格成長的教室，熱博會的園區位於農業生物科技園區旁邊，是農科的櫥窗，是很值得開發的區塊（熱帶農業博覽會網站，2009）。」所以連續五屆的熱帶農業博覽會都選在鄰近農業生物科技園區旁的台糖海豐農場舉辦，結合觀光果園與休閒農場性質，展現出熱帶農業的『生態、生產、生活』，開園以來遊園人潮逐年增加，是傳統農業轉型的另一典範。

國內舉辦的節慶活動通常都是為了促進產品或服務之銷售量，或是吸引遊客至活動舉辦地區觀光旅遊為主。熱帶農業博覽會同時擁有以上兩種目的，促銷農產品並創造遊客至屏東旅遊的機會（游勝淵，2005）。熱帶農業博覽會歷年舉辦期間，都會吸引 20 萬以上的遊園人潮，主辦單位為了要吸引遊客有再次重遊園

區的意願，除了把熱帶農業博覽會主題區該有的活動精髓繼續舉辦外，每年都會費盡心思的再籌劃並規劃出新的館區。

屏東縣政府在立法院裡針對博覽會中做簡報指出，輔導農業經營升級，協助農村轉型，配合觀光策略，朝向多元化休閒農業發展，拓展農業的運銷管道、打通市場商機一直是現階段縣政府施政重點及努力目標。熱博會的舉辦，可讓遊客體驗屏東縣的農村文化、促銷農特產，也增加了屏東縣農業的優勢競爭地位（立法院全球資訊網，2007）。值得一提的是，在 2008 年舉辦之熱帶農業博覽會，因為縣府在硬體方面的補助，免收門票，僅酌收清潔保險費 50 元，所以在 2008 年的熱帶農業博覽會創下超過 35 萬人的入園人潮。茲彙整歷屆熱帶農業博覽會入園參觀人數如下圖 2－8：

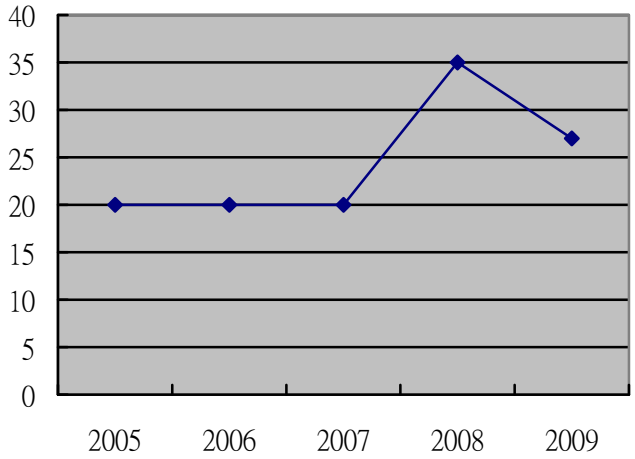


圖 2－28 歷屆熱帶農業博覽會入園人數（本研究整理）

由歷屆熱帶農業博覽會入園人數分析圖來看：可以發現 2005 年至 2007 年入園人數僅有 20 多萬人，唯獨 2008 年創下入園人數 35 萬人，是歷屆熱帶農業博覽會入園人數最多的一次，在 2009 年也超過 25 萬人。由此可見，在 2008 年熱帶農業博覽會開始實施免收門票，僅酌收清潔保險費的遊園方式，獲得了民眾入園的最高意願。

# 第三章　研究設計與實施

## 第一節　研究架構與研究流程

本研究將深入探討文化創意產業的精義，同時探討國內外文化創意產業的案例，並針對個案辦理熱帶農業博覽會的緣起、內容開發、經營、檢討等作深入探討，俾做理論與實務的對應與比較，以了解屏東縣熱帶農業博覽會究竟蘊含哪些良好的成功要素，以及需要再改善的經營方式，希望能使其作一個不斷創新經營的參考。因此本研究之研究架構如下：

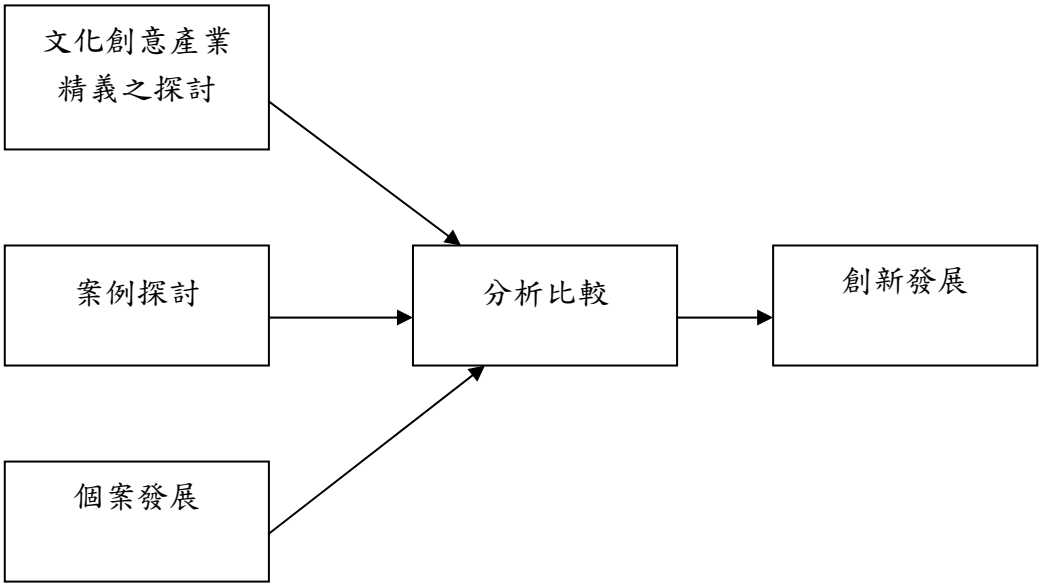


圖 3－1 本研究架構

根據本研究目的，本研究流程如下：

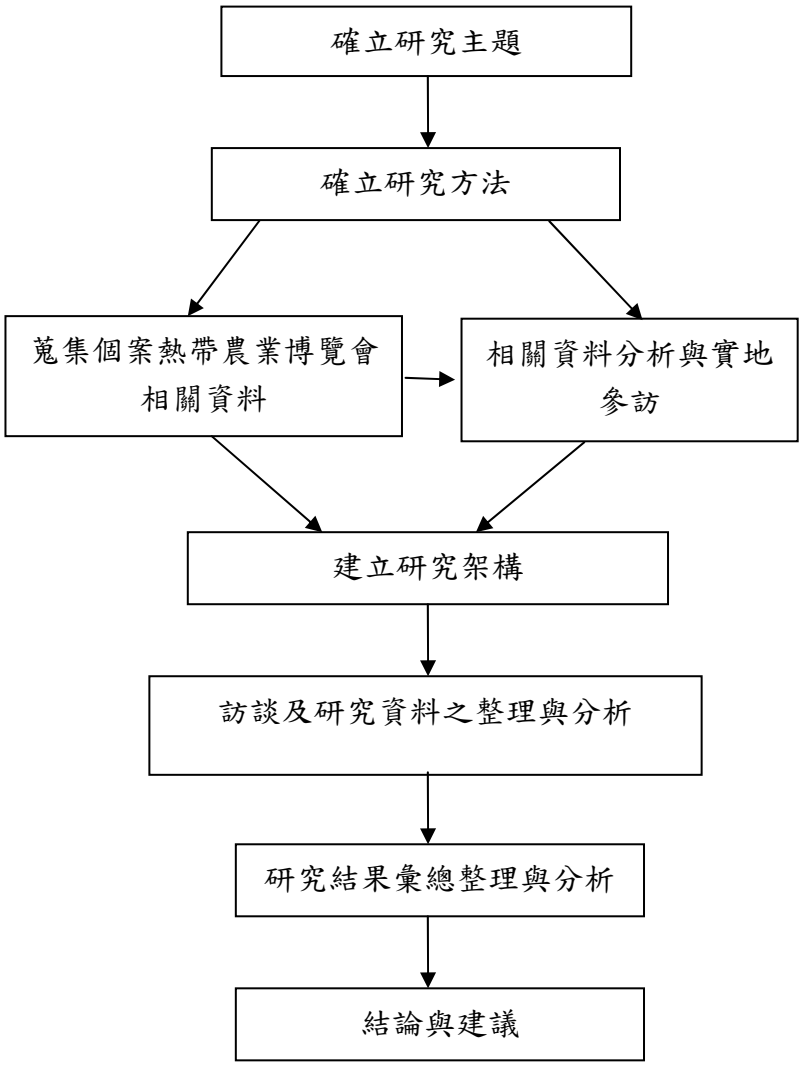


圖 3－2 研究流程圖

## 第二節　研究對象

屏東縣的觀光節慶活動不勝枚舉，其中最為人所知的即是每年在東港所舉行的黑鮪魚文化觀光季與墾丁風鈴季、半島藝術季…等等。而近幾年，屏東縣政府更是結合熱帶農業，發展出有地方特色的熱帶農業博覽會，於是本研究選定熱帶農業博覽會作為本研究主要研究內容與對象，因為它是集屏東縣農業文化產業為展出內容的展演活動，比較契合本研究題旨「農業文化創意產業」的精神。

## 第三節　研究方法

個案研究是一種研究策略（research strategy），常被應用於下列社會科學領域中（Yin，1994/2001），諸如應用於政策、政策科學和公共行政、社群心理學和社會學、組織與管理學的研究，及城市和區域規劃研究，如方案、鄰里或是公共機構。個案研究已逐漸形成兩種型態，其一是量化研究取向，主要受實驗心理學的影響，發展成「個案實驗法」；另一則是質性研究取向，主要受精神分析、詮釋學、批判理論及人類學的影響，運用詮釋方法與參與觀察來作研究（陳伯璋，1990）。

至於個案研究的意義，往常學者認為個案研究的意義大致如下：對一個有界限的系統，如一個個體、一個方案、一個團體、一個地區等，運用多樣的研究方法，如觀察、訪談、調查、實驗等，協助搜集完整的資料，以作深入詳實的描述、詮釋與分析（郭生玉，1998；陳榮華，1987；葉重新，2001）。

個案研究的特色，可歸納為整體性、獨特性、描述性、詮釋性、歸納性、啟發性等六項（林佩璇，2000；邱憶惠，1999；鍾聖校，1999；Merriam,1988；Yin,1994/2001）：

1.整體性

個案研究強調在一個完整的情境脈絡下掌握研究現象，反對化約主義（reductionism）或是元素主義（elementalism），期能對研究對象作深入剖析及全面性的理解。

2.獨特性

個案研究著重於探究一個特殊的情境、事件、方案和現象，所著重的重點不是從個案研究發現中去擴大了解其他的情境、時空；相反的，它所要問的是：「在此個案中所要呈現的是什麼？」個案研究雖然要同時探求個案的共同性及特殊性，但最重要的還是它的「獨特性」。

3.描述性

「厚實的描述」（thick description）一詞來自人類學，其本意是對探究的事件及其本質作完全的文字描寫，同時也對文化常模與社區價值態度作有意義的詮釋。個案研究也是如此，其興趣在探討現象的過程、意義的詮釋及理解的追求，並不是傳達一些統計的數據，因此它是描述性的。

4.詮釋性

個案研究提供豐富的脈絡，注意到行動者意向，而能了解現有現象中複雜的關係及行動者的參照架構與價值觀，建立同理心的了解，將研究的訊息傳達給讀者，使之對個案的事件加以思考及詮釋。

5.歸納性

Merriam 在 1988 年曾說：「演繹研究者志在發現某些資料以符應理論；歸納研究者則志在發現一理論以解釋資料。」而個案研究所依據的正是歸納推理。所以不能僅靠單一的資料蒐集方法，必須透過多重證據來源，所得的資料在研究情

境中進行檢驗，從蒐集的資料中形成通則、概念或假設；也就是說，個案研究者的興趣是再發現和理解一個現象，而不是在作假設的驗證。

6.啟發性

個案研究促使讀者理解研究現象，並希望經由研究發現帶來的新意義，能拓展讀者的經驗，或有助於確認已知的事實或知識，使讀者在既有的經驗上產生共鳴。

本研究係採質性研究的個案研究方法，以屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會為個案研究的對象與內容。依據本研究之研究目的，透過各相關文獻資料之蒐集分析與探討、以及於每屆博覽會「舉辦前」、「舉辦中」及「舉辦後」多次親臨熱帶農業博覽會場實地觀察及訪談等方式來進行研究。茲敘述如下：

## 壹、文獻探討

因本研究主題為地方政府發展農業文化創意產業之研究，且以屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會為例，因此對於農業與農業發展、農業文化及文化創意產業等相關文獻加以蒐集並加探討；同時對於屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會的各項相關文件也加以蒐集回顧與分析。

## 貳、實地觀察

為深入了解屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會的各項相關措施，研究者於每屆熱帶農業博覽會辦理期間經常至現場走動與觀察，包括正式開園之前各項準備的觀察與舉辦期間的營運狀況之觀察，及關園之後的處理情況之觀察等。

觀察內容與範圍包括事前準備的過程、規劃創意構想、園區基地配置、園

區設施設置、遊憩體驗、交通管理、廢棄物處理、營運狀況、行銷計畫及策略、遊客結構與反應及其他相關配套措施等。

### 參、訪談

為補文獻探討與觀察之不足，本研究還使用訪談法，藉以深入了解屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會的深層意義與相關人員的感受。由研究者事先預擬半結構式的訪談題目，採立意取樣的方式，訪談了屏東縣政府承辦單位、協辦單位、管考單位、支援單位內的領導階層與成員代表。另外也訪談了到場參觀的遊客，包括不同年齡層、不同性別、不同居住地區之遊客，來了解他們對於屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會的觀感與建言。

## 第四節　資料蒐集工具

為了能更真實呈現受訪者的訪談結果，本研究的研究工具使用錄音筆、觀察紀錄表、訪談紀錄表，以利本研究的進行。而為了獲得本研究所需之資料，本研究設計了半結構式的訪談題目，用來訪問相關人員及遊客，且於訪問時視不同對象採用不同題目發問，每一受訪者已訪問五至八個題目為原則，當然如果受訪者表現熱絡，且對於個案辦理熱帶農業博覽會相關事項有深入了解時，則不在此限。本研究所擬之訪談題目如下：

表 3－1 訪談題目

| |
|---|
| 一、您認為屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會對於農業經濟發展有沒有幫助？ |
| 二、您認為屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會對於屏東縣發展觀光有沒有幫助？ |
| 三、您認為屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會對於鼓勵農民創意經營有沒有幫助？ |

| |
|---|
| 四、您認為屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會對於提昇縣民光榮感有沒有幫助？ |
| 五、您認為屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會對於縣府員工會不會造成困擾？ |
| 六、您認為屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會會不會浪費公帑？ |
| 七、您認為屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會會不會有圖利他人之顧慮？ |
| 八、您認為屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會對於農業文化創意發展有沒有助益？ |
| 九、您認為屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會對於農業技術發展之提升有沒有幫助？ |
| 十、您認為屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會對於農業轉型升級有沒有助益？ |
| 十一、您認為屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會有沒有文化創意產業的內涵和價值？ |
| 十二、您認為屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會有無逐年進步？ |
| 十三、您對於屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會的內容還滿意嗎？ |
| 十四、您來參觀過熱帶農業博覽會後對於農業常識有沒有進步？ |
| 十五、您認為屏東縣政府是否需要繼續辦理熱帶農業博覽會？ |
| 十六、您認為屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會有什麼特色？ |
| 十七、您對於屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會有什麼期許或建議？ |
| 十八、請問您對於屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會還有什麼其他看法? |

## 第五節 資料處理

本研究將文獻探討與回顧的結果，及觀察紀錄與訪談結果等，分別加以分類整理。並分別交叉比對歸納分析探討，以獲得本研究之研究目的。

# 第四章 結果與討論

## 第一節 屏東縣政府辦理歷次熱帶農業博覽會的分析與檢討

屏東縣政府自 2005 年起至 2009 年，連續五年在屏東市北郊的海豐農場辦理熱帶農業博覽會，研究者經長期的觀察，並比對每屆之結案報告書及成果報告等，發現有其成長與發展的動力，但亦見其後續待修正之處。茲依據本研究文獻探討、觀察與訪談的結果，將屏東縣政府五年來辦理熱帶農業博覽會的概況與檢討臚列如下：

### 壹、2005 年屏東熱帶農業示範園區-綠色長廊活動

本次活動期間為 2004.12.25-2005.02.20 計 58 天，由屏東縣政府主辦，屏東科技大學為專案管理廠商，鴻威國際工程顧問股份有限公司承辦。其辦理結果分析檢討如下（結案報告書，2005）：

一、入園人數統計及分析：

在 58 天的展期裡總共創下 209,485 的遊園人次，包括購票及公關招待，其中購票又區分為散客、團體及學校三個部份，下列依百分比逐一說明（結案報告書，2005）：

1、招待：共計 104,816 人次，佔 50%，為主要遊園人口。

2、團體：共計 63484 人次，佔 30%，包含通路商之企業團體票，為本活動購票入園之最大宗。

3、散客：共計 37959 人次，佔 18%。

4、學校：共計 3226 人次，佔 2%，包含國中以下各級學校單位，其中以高屏地區學校佔多數。

表 4－1　入園人數分析

| 項目 | 人數 | 百分比 |
|---|---|---|
| 入園人數總計 | 209,485 | |
| 招待 | 104,816 | 50% |
| 團體 | 63484 | 30% |
| 散客 | 37959 | 18% |
| 學校 | 3226 | 2% |

資料來源：2005 年結案報告書

二、遊客區位分析：以所有抽獎票跟為母體，抽出一百張作為抽樣作出以下推論分析（2005 年結案報告書）：

1、屏東縣：推算佔全體遊園人數 16%，此為扣除免費招待之實際購票數據。比例偏低顯示吸引力不足，未利用在地區域優勢提高銷售。

2、高雄市：推算佔全體遊園人數 38%，高雄市為都會人口且鄰近屏東，在生活型態及地理優勢下，農業休閒的主軸廣為喜愛，為本活動核心客群。

3、高雄縣：推算佔全體遊園人數 23%，由於都會人口與非都會人口參雜。

4、台南縣市：推算佔全體遊園人數 12%，因台南縣世界文化節分散客源。

5、中北部：推算佔群體遊園人數 11%，除顯示全國性吸引力不足。

表 4－2　　遊客區域分析

| 區域 | 百分比 | 分析 |
|---|---|---|
| 屏東縣 | 16% | 雖有免費參觀及縣民優惠措施，但比例卻偏低，顯示吸引力不足。 |
| 高雄市 | 38% | 農業休閒吸引鄰近的高雄都會人口。 |

| | | |
|---|---|---|
| 高雄縣 | 23% | 都會與非都會人口參雜，活動吸引力減弱。 |
| 臺南縣市 | 12% | 台南縣之世界糖果文化節分散客源。 |
| 中北部 | 11% | 反應全國性吸引力不足。 |

資料來源：2005 年結案報告書

至於其辦理過程與結果分析檢討如下（結案報告書，2005）:

一、先期規劃

(一)地點選定:

園區腹地廣大可規劃豐富內容及容納大量遊客,且鄰近高速公路是兩大優勢，但下高速公路至園區的路段正在施工，導致交通不便，加上海豐農 場本身知名度不高且附近無明顯地標，故辨識度及易達性大打折扣。

(二)活動型式與議題策劃:

熱帶農業為屏東特有的景觀及資源,所以本活動地域性強且農業休閒主軸明確，可惜特色較不鮮明，亦未能與市場活動區隔。

(三)活動主軸計畫:

忙碌的現代生活，鄉土體驗是一大賣點，可吸引壓力緊繃的都會人口且適合學校、家庭進行生態教育，寓教於樂，反觀農業屬深度旅遊，性質低調，吸引力較弱。

(四)地方環境整體配合:

公部門的豐沛資源是辦理熱帶農業博覽會一大助因，但沒有串連鄰近相關資源，如觀光飯店、旅遊景點、在地文化工作者等，無法擴大活動格局及規模，錯失聯合行銷之契機與效益。

二、施設期間

(一)園區規劃營建:

活動前兩個月，專業團隊進駐園區，獲得快速營建進度，但計畫期程短暫，且 2004 年 12 月 4 日遭遇南瑪都颱風襲台，基地淹水，加上部分公部門建設工程延誤，嚴重影響工程進度，所幸在專業團隊的努力下仍於開園前完工。

(二)整體期前廣宣:

進行全國性媒體宣傳計畫，有助於活動知名度的提升，但該年度未鎖定主攻客群，故無法集中廣宣效益，廣宣訊息無法在主要潛在客群引起討論或發酵傳遞。

(三)活動行銷策略:

事件行銷(event)手法為主要媒體宣傳策略。事件行銷模式操作能以少經費創造大效益，可惜策劃團隊未進駐，活動行銷整合不及，活動規劃略顯粗糙不完善，稍嫌不足。

(四)展場策略:主題館及田區由各專業團隊協同執行，優點是人力充足、分工合作，缺失是增加策展人員窗口協調的困難度，難以統一事權。

三、活動期間

(一)營運維護:

由其花博經驗之團隊進駐營運，每個單位皆由經驗豐富人員擔任幹部領導作業，不僅營運組織分工及人力訓練皆能快速上手，美中不足的是地方應徵人員訓練時間不足（因為招商時間太短)，造成服務專業度不夠之缺憾。

(二)營利招商:

現場進駐廠商配合度高，但招商時間短，僅約三個月，知名廠商進駐量少，未能吸引遊客購買意願，若在時間充裕之下（至少半年)，勢必能招攬更多屏東在地人氣優質商家進駐，集合所有屏東當地特產及文化商品，除可提升產品銷售方可呈現屏東的產業特色。

(三)活動策劃:

活動策劃上配合園區現有資源與農業特色，進行一系列的新聞議題活動，優點是主題不失焦而且有助於新聞曝光率，但無明顯刺激全國性潛在遊憩人口入園，促銷效益不顯著值得改善。應擴大活動主題範圍，不侷限於農業，將相關休閒趣味競賽或與當地文化風俗節慶移師至熱帶農業博覽會園區舉行，並以故事包裝活動，除可吸引固定「熱迷」亦有新聞價值。

（四）廣宣行銷計畫:

園區內容豐富多元，每個區域各具特色及新聞價值，所以配合園區活動主題進行專題報導，並透過平面廣告預告相關活動，如春節系列強檔、向日葵認養等，可惜報導侷限於地方媒體，全國性與群眾普及性不足，應可加強電子媒體的合作，同時也反映出廣宣經費不足造成行銷連續性不夠。

此外，熱帶農業博覽會在園區規劃方面缺少節奏感，未給遊客循序漸進有驚喜的感覺；解說及標示設施少；缺乏可以庇蔭的大型植物；遊憩座椅少；流動廁所太少且未平均配置；飲食區所販賣的商品，未能突顯屏東在地特色。園區規劃路線及區塊要讓遊客有美感及驚喜的感覺；加強農產品體驗活動設計；博覽會期間要與地方周邊產業及學校、社區居民、公司企業、社會團體密切結合；遴選有宏觀，能動員全國性媒體資源，配合度高的行銷廠商；活動要結合屏東縣自然生態、產業、文化的特色；提供遊客充足的資料與資訊；服務品質可透過加強服務

人員的培訓及管理制度達成；口碑最佳的綠色長廊，將可持續辦理並延伸永續經營的可能性。

由於 2005 年是屏東縣政府首次主辦「屏東熱帶農業示範園區-綠色長廊活動」，又正逢台南縣也舉辦世界糖果文化節，雖然觀光節慶性質內容不相同，但卻也分散了來屏東縣參加本活動的客源。但由於屏東縣是第一次舉辦全國性農業熱帶博覽會，因此在未來仍然有其成長與永續經營的空間。

**貳、2006 年屏東熱帶農業博覽會**

本次活動期間為 2006.01.14-2006.02.28 計 46 天，邀請行政院農委會、行政院新聞局、交通部觀光局、台灣省政府等為指導單位，個案為主辦單位，屏東科技大學為專案管理廠商，而由鴻威開發股份有限公司及鴻威國際工程顧問股份有限公司投資營運。其辦理結果分析檢討如下（結案報告書，2006）：

1.在工作証的發放及進出的管理上，遇到極多的困難，以至於造成營運管理上的困難。

2.田區主題週由於田區的果實成長及田區主人考慮營收問題，以至於在每週的一元競標活動和主題的設定配合不高，造成活動的設計不易。

3.每個田區都是由相關農特產農戶或團體負責展出之個體戶，然熱帶農業博覽會卻是一個整體的團隊活動，如何讓各田區的配合程度提高，配合大會的統一管理，是日後舉辦活動前需先行溝通的地方。

一、在展出內容方面主要有 20 個田區與四大主題館：

（一）20 個田區:

包含稻鴨共作田區、番石榴田區、桑椹田區、蘭花類田區、草莓田區、香草植物田區、玫瑰花田區、野薑花田區、南瓜田區、小番茄田區、玉米田區、蕃茄田區、大番茄田區、印度棗田區、柑桔田區、楊桃田區、蓮霧田區、園區綠帶區

（主要由縣府提供，營造綠帶體驗及賞景，不定點縣府種植花草點綴）、活動大草原（在主題館區下方提供約 2700 坪的草坪廣場以及草皮的遊戲設施）、迷你馬場騎乘體驗區、活動嘉年華（氣墊王國體驗區、碰碰小火車騎乘體驗區、九宮格棒球體驗區…等）、風動廣場區及機器人景觀意象區。

（二）四大主題館:

主題館的設定選擇，是每屆活動的特色，今年的熱帶農業博覽會設有高鐵館、農業王國館、磨菇生技館、魔法木材館等四大主題館。在主題館的選擇和營運的配合上，除高鐵之外，其餘三大主題館仍有部份缺失可再改進。

1.農業王國館:在整個空間設計上以及屏東之最的展示上，皆能將屏東農業資源展現出，但該區屬開放空間，需隨時依現況進行維護，因此在管理上較為不易。

2.磨菇生技館:該區以磨菇為展示主題，除讓民眾對磨菇世界有更深層了解外，在展示的多樣性以及農業生技的介紹上如能再豐富，應可更加完美。

3.魔法木材館:木材館與遊客有諸多互動，是極具趣味性之展館，但由於展示廠商多為外招廠商，平日偶有廠商未出席設攤，因此在管理上較為不易。

二、媒體行銷方面

在媒體執行成效上,民視與東森新聞台共計 25 則新聞專題報導分 90 次重複播出東森、民視與中天電視台 7 個電視特別節目、15 秒電視宣傳廣告共計播出 3570 秒。東森、民視及地方台觀昇並以跑馬燈加強每日印像宣傳。聯合報、民生報、中國時報、自由時報、蘋果日報、台灣時報、台灣日報、民眾日報等平面媒體共計超過 187 則新聞報導廣告（結案報告書，2006）。

今年的活動圍繞在 20 個田區和四大主題館，在媒體廣宣的運作上，經由電子媒體、平面媒體、網路媒體的交替運用，並在各個不同時期炒作不同議題及舉辦不同活動，且主題-花果精靈嘉年華的主體意象明確，讓整個活動廣為人知，

是活動成功的主要原因。然在田區的管理、主題館的設定選擇、園區內的衛生排放、工程的維修養護、各式收費的評定，都是可以再更深入思考的問題，藉由今年的經驗落實改善，相信熱帶農業博覽會的活動會一年比一年辦得更好!

## 參、2007 年屏東熱帶農業博覽會

本次活動期間為 2007.02.10-2007.03.25 計 43 天，由個案委由博仲行銷企劃管理有限公司執行，活動主題為「花果夢幻樂園」，其辦理結果分析檢討如下（成果報告書，2007）:

屏東縣境為熱帶季風氣候，由於全境皆在北回歸線以南。夏季長達九個月，向來有「熱帶之都」稱呼。所盛產的包含蔬果類的蓮霧、芒果、鳳梨、椰子、木瓜、印度棗、檸檬、紅龍果、香蕉、楊桃、洋蔥，在花卉部份則有文心蘭、蝴蝶蘭、玫瑰花，野薑花、觀賞鳳梨、唐曹蒲及玫瑰花等。

在冬末初春的年節假期申，規劃一個為期 43 天的「花果夢幻樂園」，一方面可以讓全省的民眾有一個春假的旅遊好去處，一方面又可以將個案縣境的精緻農產推廣至全台，並可以結合各類主題館及舞台活動，將與我們生活息息相關的農產生態成為學校戶外教學的課程中，達到「教育即生活、休閒皆藝文」的願景與目標。

活動舞台區:在展期四十三天內，設計超過 168 場以上的展演，其中包含靜態展售、動態舞台表演，與民同樂的遊戲及 DIY 的手作教學，並與在地的相關產單位結合一套推廣花果的盛會。以各主題週的消費族群，區隔不同的主題來吸引消費者遊園，其中配合各時段的節慶，例如魔法歡樂週招來鄰近縣市剛放寒假的學生，玫瑰情人週則以情侶為主要訴求，來吸引分眾的消費者。本期活動的項目以推廣當地盛產的蔬果為主題，所以在節目企劃中皆與本整體活動相關，以達到消費、旅遊、知性、感性、人文、產業與在地文化的整合。執行單位也為本次活動設計了幾個主題週內容如下:

（一）花果迎新週　　開幕 （2/10-2/16）

熱帶王國的個案縣境內擁有各式各樣的水果與花卉響譽全國，第一週將本活動各類精華，以重點式呈現給全國。

（二）魔法歡樂週 （2/24-3/02）

適逢各級學校放寒假，本週以青年學生為主要消費族群，來園享受各種遊樂設施及充滿青春活力的樂團演出。

（三）吉利慶豐週 （3/17-3/23）

新春正是好時節，也是乾柑橘類的盛產期，柑橘又稱「大吉大利」，在充滿歡樂的年節中是家家戶戶必備的水果，在此週以此類水果為主題，將幸福吉利帶給每一位遊客。

（四）玫瑰花語週 （3/03-3/09）

西洋的情人節在二月十四日，本園區的玫瑰花一一盛開，玫瑰花在春天接枝即可再生，本週將以一系列有關玫瑰花的 DIY 教學，讓遊客帶回情意，並邀請花農教導遊客了解玫瑰的生態及種植秘方。

（五）蘭花報春週 （2/17-2/23）

連九天約台灣人大節慶，春節是闔家出遊的好時節，蘭花是應景的花卉，台灣愛蘭的人逐年增加，本週擬以蘭花為主題的走秀表演及花藝表演。

（六）好米美食週 （3/10-3/16）

本週將邀請在地的業者或喜愛創意料理的民眾比賽，由執行單位提供獎金給前三名的參賽者。

（七）香草甜密週　閉幕（3/24-3/25）

為期 43 天的活動至此劃下句點，為所有來賓留下甜蜜的回憶。總計活動期間入園人次為 200813 人次。

本屆熱帶農業博覽會係以每週一主題的活動與行銷方式來辦理，由於已邁入第三屆，在經營方式沒有重大改變的情況下，熱帶農業博覽會已漸漸失去新鮮感，致總計活動期間入園人次仍僅為二十萬出頭，是主辦單位需要關注的焦點之一。

**肆、2008 年屏東熱帶農業博覽會**

本次活動期間為 2008.01.25-2008.03.02 計 38 天，由個案委由福隆國際有限公司執行，活動主題為「綠光魔法王國」，其辦理結果分析檢討如下（成果專刊，2008；成果報告書，2008）：

本次活動配合個案永續環保理念，喚起大眾重視溫室效應對地球的危害，網羅全國頂尖農業與環保科技人才，更引進歐美國家綠色能源科技，於會場展示太陽能車與太陽能浮艇，民眾可以親手組裝太陽能車，試乘氫能車，讓大家以快樂的心情推動全新的綠色概念並創造優質的綠色生活。

進入第四屆的熱帶農業博覽會，今年以「綠光魔法王國」為主題，結合童話元素，並融入部落的盪鞦韆與刺福球、搗小米、手紋等原住民文化，配合各項遊樂設施如劍湖山的摩天輪、滑板飛碟、海盜船等和多項舞台表演節目，打造一個大、小朋友都喜歡的綠光魔法王國。在全省都是春雨綿綿的當下，唯有屏東陽光普照，晴朗的天氣吸引了不少全家大小一同來此踏青度假，加上個案這些年來積極推動農業全球化與休閒化，園內十六個田區所栽種的花果，為全台首屆一指的碩大與甜美。

今年的熱帶農業博覽會經營方式有一重大的改變,即是以免收門票而改收清潔保險費入園方式，結合園區特色景觀、遊樂設施、在地原住民、客家產業文化以及富含教育的主題館，在經濟不景氣的現在，別於其他縣市同檔期活動，讓這次到的熱帶農業博覽會參觀人次激增到 35 萬，再次成功打出名號。

## 伍、2009 年屏東熱帶農業博覽會

本次活動期間為 2009.01.16-2009.02.15 計 30 天，由個案委由友善的狗文化活動股份有限公司企劃執行，活動主題為「海角樂園神奇魔法田」，其辦理結果分析檢討如下（成果專輯，2009；結案報告，2009）:

今年主題為 「海角樂園，神奇魔法田」，除了延續前四年的花果田區、綠色長廊，開放民眾採花果，體驗田野風情之外，今年更緊抓正夯的屏東海角七號氣勢加強行銷，並增設米食文化館等農業體驗活動，讓遊客能親身體驗個案縣境內特殊農業風貌。

花果田區包括牛奶蜜棗田、柑桔園、蓮霧田、向日葵園、芭樂園、南瓜田、蘭花園、番茄園等 18 個園區，另一個特別的園區是伯大尼之家所經營的原野風光牧場園區，裡面養著各種可愛的小動物。

今年還結合了東森 YOYO 規劃 YOYO 館、展示實體輕航機的飛行館、古早味的童玩館、屏東特色的海角館、身心放鬆的芳療館，同時還有小朋友最喜歡的雞飛狗跳童樂園，包含水上漂、草上飛、水上動力飄飄船、音樂馬車、小火車、碰碰車等，讓小朋友能享受一個快樂的假期。本次活動期間雖僅有 30 天，但仍吸引了 27 萬人次的入園紀錄，難怪個案農業處長林景和說:「屏東得天獨厚，全年幾乎都是陽光普照的好天氣，27 萬的入園人次是對所有參與活動團隊的肯定，我們將再接再厲，秉持熱帶農業博覽會的第一品牌，更用心也更努力的經營，歡迎

全國的好朋友每年都到屏東熱帶博覽會來，享受這裡豐碩花果、潺潺流水、翩翩蝶影的優閒農村風情。」(2009 年熱帶農業博覽會結案報告書)

本次活動期間僅有 30 天，為歷屆熱帶農業博覽會展出時間最短的一屆，然入園參觀人次卻高達 27 萬，在即將結束活動之際，仍有意猶未盡的氣勢，致參展業者有延長展出時間之要求，然因囿於合約等因素而無法如願，非常可惜！

**陸、小結與檢討**

綜合上述個案辦理五次熱帶農業博覽會的發展概況與檢討，可以發現個案辦理熱帶農業博覽會有其發展軌跡可尋，在 2001 年與 2002 年個案以辦理「花果節」來行銷縣境之農特產品。2003 年加入更多創意來辦理「屏東綠色長廊」，隔年繼續於屏東賽嘉滑翔翼降落場辦理「屏東綠色長廊」，藉以行銷個案縣境的農特產品、多元文化與觀光等，它即是屏東熱帶農業博覽會的濫觴。就連 2005 年個案開始選擇在屏東市北郊的台糖海豐農場辦理第一屆熱帶農業博覽會時，仍以「辦理綠色長廊活動」為名。

茲整理自 2005 年起至 2009 年屏東縣政府辦理共五屆熱帶農業博覽會資料如下表 4-3：

表 4-3 2005 年-2009 年熱帶農業博覽會舉辦對照表

| 活動名稱 | 2005 年屏東熱帶農業示範園區辦理『綠色長廊活動』 | 2006 年屏東熱帶農業博覽會—『花果精靈嘉年華』 | 2007 年屏東熱帶農業博覽會—『花果夢幻樂園』 | 2008 年屏東熱帶農業博覽會—『綠光魔法王國』 | 2009 年屏東熱帶農業博覽會—『神奇魔法田』 |
|---|---|---|---|---|---|
| 舉辦天數 | 58 天 | 46 天 | 43 天 | 38 天 | 30 天 |
| 入園人數 | 20 萬 | 20 萬 | 20 萬 | 35 萬 | 27 萬 |
| | 全票：250 | 全票:250 | 全票:250 | 本次活動入 | 本次活動入 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 票價 | 元、學生票及團體票：200 元、兒童票：150 元、縣民票：100 元、教育票：50 元 | 元、半票:200 元、幼稚票:150 元、縣民票:100 元、兒童學習票:50 元 | 元、半票:200 元、幼稚園票:150 元、縣民票:100 元、兒童學習票:50 元 | 場門票全部免費，僅酌收入園遊客每人清潔保險費 50 元。 | 場門票全部免費，僅酌收入園遊客每人清潔保險費 50 元。 |
| 地點 | 屏東台糖海豐農場 | 屏東台糖海豐農場 | 屏東台糖海豐農場 | 屏東台糖海豐農場 | 屏東台糖海豐農場 |
| 主辦單位 | 屏東縣政府 | 屏東縣政府 | 屏東縣政府 | 屏東縣政府 | 屏東縣政府 |
| 承辦單位 | 鴻威國際工程顧問有限公司 | 鴻威國際工程顧問有限公司 | 博仲行銷企劃管理有限公司 | 福龍國際有限公司 | 友善的狗文化活動有限公司 |
| 媒體運用 | 三立、TVBS、八大、民視、中天、年代、東森、MUCH、東風、高屏 7 家第四台、中國時報、自由時報、聯合報、民生報、中廣新聞網、飛碟聯網、高雄港都 FM98.3、大眾廣播 KISS FM99.9、網站 | 民視、東森、中天、觀昇、中國時報、自由時報、聯合報、民生報、蘋果日報、民眾日報、台灣日報、中廣新聞網、飛碟聯網、高雄港都 FM98.3、大眾廣播 KISS FM99.9、網站、警廣、網站 | 台視、東森、中天、民視、三立、地方台、自由時報、聯合報、蘋果日報、民眾日報、中國時報、APPLE LINE、大眾廣播 KISS FM99.9、中廣新聞網、警廣、網站 | 民視、東森、中天、觀昇、非凡、TVBS、客家電視台、八大、原住民電視台、自由時報、聯合報、蘋果日報、中國時報、國語日報、民眾日報、自立晚報、大紀元時報、台灣時報、高雄港都 FM98.3、警廣、飛碟、中央廣播電台、網站 | 年代、民視、東森、觀昇、地方台、自由時報、聯合報、蘋果日報、民眾日報、中國時報、APPLE LINE、陽光聯播網、港都電台、網站 |
| 分區 | 入口意向景觀區、綠色 | 入口意向景觀區、綠色 | 入口意向景觀區、綠色 | 入口意向景觀區、綠色 | 入口意向景觀區、綠色長 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 配置 | 長廊、南國迎賓區、主題館區、天鵝湖、錦鯉河道、美食服務區、停車場區、田野活動遊戲區、4D 館、觀光休閒採花果區、環保綠帶區、活動大草坪廣場 | 長廊、主題館區、花果許願池、錦鯉河道、天鵝湖、熱博花園、美食服務區、停車場區、觀光休閒賞花尋果區、活動大草坪廣場 | 長廊、錦鯉河道、熱帶水果田區、觀光休閒賞花尋果區、熱博花園區、美食服務區、停車場區 | 長廊、錦鯉河道、熱帶水果田區、太陽能浮艇、觀光休閒賞花尋果區、熱博花園區、美食服務區、停車場區 | 廊、錦鯉河道、熱帶水果田區、花果田畜牧香草區、咖非園區、稻米文化館、牧野風光區、遊樂項目區、美食服務區、停車場區 |
| 主題館區 | 仙人掌館、熱帶觀賞魚館、招蜂引蝶館、鴕雞館 | 巴西磨菇生技館、屏東農業王國館、魔法木材生活館、高鐵行動探索館 | 屏東之最主題館、螢光生物館、山蘇展示館、原住民生活館、螢光生物館 | 綠色能源館、縣政願景館、原住民藝術館、生態旅遊館、原住民咖啡館 | 飛行館、童玩館、屏東文化海角館、芳療館 |

資料來源：本研究整理

當個案重新選擇台糖海豐農場辦理第一屆熱帶農業博覽會時，由於各項設施均屬新設，花果（尤其是果樹）未生長成熟，尚無法顯現真正完整茂盛的綠色園區，然因園內設施與所規劃的活動均頗具創意與特色，因而立下了良好的基礎，讓隔年及後續能辦得更好。

2006 年個案選擇同一時段繼續在原地辦理類似活動，並正式命名為屏東熱帶農業博覽會，由於有前幾年的經驗與去年的基礎，2006 年屏東熱帶農業博覽會規劃 20 個田區與四大主題館，活動期間吸引了 20 萬人次進場參觀，屏東熱帶農業博覽會漸漸打響名氣。

2007 年個案繼續在原地辦理屏東熱帶農業博覽會，並改委由博仲行銷企劃管理有限公司執行，由於商業氣息較濃，也較無創意，致總計活動期間入園人次為 200813 人次，與去年相比，2007 年的入園人次並沒有增長。

2008 年屏東熱帶農業博覽會委由福隆國際有限公司執行，以免門票改酌收清潔保險費入園方式，結合環境永續發展理念、園區特色景觀、遊樂設施、在地原住民、客家產業文化以及富含教育創意的主題館，在經濟不景氣的時刻，有別於其他縣市同檔期活動，讓這次到熱博園區參觀人次激增到 35 萬，成功打出名號。

2009 年屏東熱帶農業博覽會，委由友善的狗文化活動股份有限公司企劃執行，以原有設施結合了東森 YOYO 規劃 YOYO 館、展示實體輕航機的飛行館、古早味的童玩館、屏東特色的海角館、身心放鬆的芳療館，同時還有小朋友最喜歡的雞飛狗跳童樂園，包含水上漂、草上飛、水上動力飄飄船、音樂馬車、小火車、碰碰車等創意設施與活動，致在短短的 30 天活動期間仍吸引了 27 萬人次入園參觀與活動。

從上述個案辦理熱帶農業博覽會的發展脈絡觀察，我們可以發現很多創意與措施是逐漸發展而來的，個案在委託廠商執行歷屆熱帶農業博覽會之前，個案團隊本身均曾事先邀請相關專家學者作多次縝密的籌備會議，因此，也讓熱博的內容逐年充實，各項頗具農業文化創意產業的展出內容亦逐漸豐富。而活動的創意與博覽會的內涵才是致勝與成功的關鍵，且創意與行動的結合，才是農業文化創意產業的發端。

## 第二節 相關人員對於屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會的觀感和建議

### 壹、訪談對象與代號

本研究旨在探討地方政府發展農業文化創意產業之概況與策略，因此採立意取樣方式，於 2009 年屏東熱帶農業博覽會舉辦結束後，即著手訪談多位相關人員，其代號及身份如下：

承辦單位人員 1--為屏東縣政府農業處副處長。

承辦單位人員 2--為屏東縣政府農業處技正，曾擔任過承辦的業務課長。

承辦單位人員 3--為屏東縣政府農業處承辦人員。

管考人員--為屏東縣政府前中階縣政研考主管。

學者 1--為大仁科技大學教授，因地緣關係，就近了解熱帶農業博覽會舉辦情況；

學者 2--為屏東縣政府擁有博士學位，且曾擔任個案多年研考單位高階主管的參議；

其它相關人員 1--為屏東縣政府農業處約僱人員；

其它相關人員 2--為屏東縣政府農業處臨時人員；

其它相關人員 3--為屏東縣政府內其他單位人員，也是縣內遊客；

其它相關人員 4--為參訪遊客；

其它相關人員 5--為參訪遊客；

其它相關人員 6--為參訪遊客。

### 貳、訪談結果歸納

本研究訪談紀錄如附錄二，茲將所獲得之訪談結果依據訪談提綱順序分別整理如下：

一、針對屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會對於農業經濟發展有沒有幫助，訪談結果個案承辦單位人員均認為有幫助或間接有幫助;管考單位人員認為沒有

幫助，但能提供很不錯的農業常識教育；學者 1 認為沒有幫助，因為所展示的農產非本縣主要農產。學者 2 認為幫助不大，因為透過辦理這類型的農業博覽會意圖振興農業經濟，效果應該有限，且不符實際。其他相關人員 1 和 2 和 4 均認為有幫助；其它相關人員 3 則認為幫助不大。其它相關人員 5 認為有，可以深入瞭解屏東的高經濟農業生產。其它相關人員 6 認為幫助不大，開放時間僅二個月，只能照顧少數農民。

上述所獲得之答覆見仁見智，需要再深入探討。

二、針對屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會對於屏東縣發展觀光有沒有幫助，所有受訪者均回答有幫助。

三、針對屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會對於鼓勵農民創意經營有沒有幫助，受訪者意見紛歧，但有些答覆值得參考，例如：

（一）承辦單位人員 3 認為若能配合農民輔導業務鼓勵農民前來參觀，對於啟發農民創意經營將大有助益。

（二）學者 2 認為這要從熱帶農業博覽會的籌備與展出過程當中，能融入政府農業輔導單位多少輔導份量而定。當然也要鼓勵農民來參與，尤其是年輕的農民。

（三）其它相關人員 3 認為目前仍看不出效益，不過就其所知，目前正有一群高學歷、高資歷的熱血青年積極研發配套作業，將利用熱帶農業博覽會週邊廣大的台糖土地作為規劃，預期將帶動屏東縣農業發展倒是其次，反倒是希望留住人才，拓展技術。

（四）其它相關人員 5 認為對傳統農業沒有幫助，對高經濟作物的農民有激勵作用。其它相關人員 6 則認為對年輕的新農民有幫助，對年紀大的農民沒有幫助。

四、針對屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會對於提昇縣民光榮感有沒有幫助，訪談所獲得之答案大致認為有，且以基層人員感受較深，但較高層人員則有認為幫助不大與沒有幫助的看法。其它相關人員 5 認為有一點點，但是創意不夠，看過的人都有失望感，因為每年內容都差不多 。其它相關人員 6 則認為沒有，博覽會特色不明顯，也沒有變化性。

五、針對屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會對於縣府員工會不會造成困擾，訪談所獲致之答案幾乎全說有，尤其熱帶農業博覽會活動主要展期在農曆年前後，五年來個案農業處同仁無法放鬆心情過個好年，確實有些困擾。且辦理大型活動本身壓力確實很大。

六、針對個案近幾年辦理熱帶農業博覽會覺得會不會浪費公款，訪談所獲得之答案，承辦單位人員均說不會，但亦有學者與其它相關人員認為浪費公帑，值得深入探討。

七、針對屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會會不會有圖利他人之顧慮，由於本題事涉敏感，受訪者回答也較謹慎，訪談所獲得之答案，承辦單位人員均認為不會，但仍需謹慎處理。有學者認為政府花公款整建，以 BOT 經營，非主政者的金主難以取得經營權。另有學者認為若委託私人公司辦理的過程有瑕疵才會。其他受訪者則回答「無法回答或不知道」。

八、針對屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會對於農業文化創意產業的發展有沒有助益，訪談所獲得之答案是見仁見智，承辦單位及其內部人員持較肯定的態度，承辦單位人員 3 認為從籌備到展出之過程中可以發現，熱帶農業博覽會的辦理對於農業文化創意產業的發展將會有所助益。學者 1 認為它只為觀光賺錢，不是真正為農業文化創意發展。學者 2 認為農業文化創意產業一向較被忽視，然它

的發展空間其實很大，熱帶農業博覽會的辦理應該是一個開端而已，應給與肯定。其它相關人員 5 認為有一點，初次接觸會有驚奇的感受，但不會想看第二次，因為太沒創意了。其它相關人員 6 也認為沒有，博覽會內涵無法讓人驚豔。

九、針對屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會對於農業技術發展之提升有沒有幫助，訪談所獲得之答案則是普遍持保守態度。承辦單位人員 1 認為農業技術發展進步較有限，因為熱帶農業博覽會是一個展覽場，必須已經達農業技術發展產品才能拿到博覽會場來展示；承辦單位人員 2 認為其展覽並無新奇而有市場潛力之高經濟作物生產技術，並未在此活動中結合展現；承辦單位人員 3 認為須在平時與農業技術研發單位結合才會有大助益，熱帶農業博覽會對於提昇農業技術只有間接的幫助；學者 1 認為沒有幫助，因絕大多數農民沒有參與，只是少數與主政者有關係的農民或農政人員的業績而已。其它相關人員 1、2 認為技術要有效提升得靠農漁會輔導及技術傳承；學者 2 認為應該有一些邊際效益，惟須與農業科技研發單位結合才會有大的成效。其它相關人員 5 認為沒有，每年展示的都差不多，實在看不出來技術提升到哪裡。其它相關人員 6 認為農業技術有提升，但不普遍。

十、針對屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會對於農業轉型升級有沒有助益，訪談所獲得之答案是見仁見智，承辦單位人員 1、2 均認為助益有限，承辦單位人員 2 認為博覽會為短時間之活動，而承包商均以短暫經營之心態謀取利潤為目標；至於管考人員與學者 1 及其它相關人員 2 也認為沒有助益。其它相關人員 5 認為沒有助益，因為平常沒看過有什麼政令宣導輔導農民如何轉型、如何變革，甚至如何升級，沒有規劃也沒有策略引導農民，僅仰賴此活動帶動轉型，實屬緣木求魚，會對農業轉型帶來什麼效益，實在令人質疑。其它相關人員 6 認為沒有，農業轉型升級需有詳細規劃並有專人協助，政府應先將轉型計畫告知農民。

學者 2 與其它相關人員 1 則持肯定的看法,學者 2 認為要讓農業轉型升級需要多面向的努力配合，熱帶農業博覽會的辦理會引發大家對農業的興趣，並投入農業的發展工作，當然有其助益；其它相關人員 1 認為農產品行銷越來越多元化，農民對傳統農業的轉型升級會越有信心。

十一、針對屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會有沒有文化創意產業的內涵和價值，訪談所獲得之答案也是見仁見智，持肯定與否定看法的受訪者各半。

持肯定看法之管考人員認為熱帶農業博覽會有文化創意產業的內涵和價值,可惜未加以推廣發揚光大；學者 2 認為屏東縣政府用心辦理熱帶農業博覽會，若用心觀察是可以發現很多農業文化創意的內涵和價值,只是委託私人公司辦理而被商業氣息太重的其他活動和噱頭淹蓋了，非常可惜！

至於持否定看法的人如承辦單位人員 2 認為參與者冀求政府之補助,但礙於財力及其他涉及圖利之顧慮，無法吸引人才加入，故很難說有創意產業內涵；學者 1 認為它只是噱頭文化而已;承辦單位人員 3 稱廣義的分析是具有豐富的文化創意基礎，但尚無法形成創意產業。其它相關人員 5 認為沒有，因為實在看不到創意，更沒有稀少性、獨特性 。其它相關人員 6 認為沒有，看不到獨特性與無可取代產業內涵。

十二、針對屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會有無逐年進步，訪談結果所獲得之答案仍是見仁見智，惟以持肯定看法者居多，只是進步快慢之分，這當中又以其它相關人員 1、2、3、4 全于肯定，承辦單位人員 1 說前幾年主軸都由農業處同仁辦理，後來才由其他處室投入資源，可看性及內容增加，逐年進步；承辦單位人員 3 認為基礎設施逐年進步，展示內容亦逐漸豐富，但有些偏離熱帶農業博覽會的主題。學者 2 也認為基礎設施逐年發展與成長，正逐年進步中，惟須注意不能偏離熱帶農業博覽會的主題。

管考人員與學者 1 則認為沒有進步，學者 1 認為展示之農產類別依舊，營運則花招百出。其它相關人員 5 認為沒有，缺乏創意，每年都差不多。其它相關人員 6 認為進步太慢。

十三、針對屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會的內容是否滿意，訪談結果所獲得之答案是滿意與不滿意約佔各半。承辦單位人員 1 說以農業為主發展的農業成果展示，本身就不好發揮，難以吸引年輕人較少參與農業活動，但歷年來所創造的入園人數，對於內容確有吸引人的地方。惟管考人員認為差強人意,有些內涵失焦，學者 1 則回答不滿意，沒什變化。學者 2 則說還 OK，但還有很大的發展空間！其它相關人員 1 則回答尚滿意，可再多點變化，但希望多點花卉。其它相關人員 5 認為不滿意,商業氣息太濃厚，販賣的商品超貴的。其它相關人員 6 認為不太滿意，環境設施、停車場規畫、展覽內容等均不太滿意。

十四、針對參觀過熱帶農業博覽會後對於農業常識有沒有進步，訪談結果所獲得之答案，本訪題除未向承辦單位人員 1、2、3 發問以外，學者 1、2 均認為有些進步，管考人員也回答有進步，其它相關人員 1、2、3、4 亦分別回答有增長、大開眼界、大有進步等。

十五、針對屏東縣政府是否需要繼續辦理熱帶農業博覽會，訪談結果所獲得之答案，以個案不需要繼續辦理熱帶農業博覽會者居多。不需要的理由分別是：承辦單位人員 2 認為創新不足、耗材耗力；承辦單位人員 3 認為最好在不失熱帶農業博覽會的精神原則之下，由全縣各農民團體聯合承辦，縣政府及中央各相關部會給予輔導辦理；管考人員認為,辦完後園區並未有持續應用；學者 1 認為它只是主政者的誇大其政績的工具；學者 2 認為當政府機構起頭帶動成功後，最好交由相關民間團體接續才會長久；其它相關人員 1 認為應由民間主辦；其它相關人員 2 認為應由農民 OT 主辦。另承辦單位人員 1 認為五年來政府投資金錢及人力，

將熱帶農業博覽會建立起好口碑及知名度，放棄實之可惜，但應放手讓經營農民自己商展。

其它相關人員 5 認為如果有創意就有人潮，活動自然就會辦得下去，依市場、依顧客導向決定。其它相關人員 6 認為若博覽會展示內容有特色與多樣性，就可續辦。

至於認為需要繼續辦理者有兩位，他們是其它相關人員 3、4，分別為縣內與外縣市到場參觀過之遊客。

從上述訪談回答內容分析可以發現，基本上以不贊成由個案繼續辦理者居多，其中又以希望委由民間農民團體辦理居多。也就是說贊成繼續辦理者仍居多；但不希望由個案繼續辦理。

十六、針對屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會有什麼特色，訪談結果所獲得之答案分別為：承辦單位人員 1 認為可以成功將農業帶入休閒旅遊行程、提供更多人體驗或了解農產品、提供嚮往農村生態學習的民眾一處造訪的好處所；承辦單位人員 3 認為可以將地方農業產業與地方特色文化的結合展出；管考人員認為綠色廊道較具特色；學者 2 認為縣政府努力用心投入，中央相關單位也願意配合協助，當地農民也熱烈參與，讓熱帶農業博覽會在國內獨樹一格；其它相關人員 1 認為其特色是將屏東的特有農業及產業放入園區，宛如整個屏東農業縮小版；其它相關人員 2、3 則分別認為花很漂亮和變成屏東縣春節期間的熱鬧景點之一為其特色。其它相關人員 6 認為入口意象有變化是其特色。

十七、針對屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會有什麼期許或建議，訪談結果所獲得之答案分別為：承辦單位人員 1 認為政府所主導的熱博應逐漸釋出，讓農民自己來規劃及經營，政府只須扮演協助角色，讓農民自己經營負責；承辦單位人員 2 認為熱帶農業博覽會以三年舉辦一次即可；承辦單位人員 3 建議可將之成為常態性展覽，發揮綜合性農業推廣教育與農業文化創意產業的示範功能，管考

人員也認為應結合民間力量規劃常期展示 ；學者 1 希望沒有政治味，純粹由屏東縣農民之創發產品展示；學者 2 希望將來要融入農事體驗內容，以提升熱帶農業博覽會的特色和價值。建議縣政府組織熱帶農業博覽會的研發團隊，朝發展農業文化創意產業的方向邁進。其它相關人員 1、4 希望可以辦得更好更有特色。其它相關人員 5 則希望少一點商業，多一點創意 ；少一點販售，多一點樹木 ；少一點政令活動，多一點自然氣息 。其它相關人員 6 建議設立農村風貌展覽會場，讓小孩了解農業、農器具、農村文化，並介紹屏東縣各鄉鎮農產品。

十八、針對屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會還有什麼其他看法，訪談結果所獲得之答案分別為：承辦單位人員 1 提到目前土地是跟台糖公司承租，有使用期限，而且土地是農業用地，如果政府有意長期規劃，應變更為休閒農場，對於土地合法使用，才有長期的效益；承辦單位人員 2 自認才疏學淺無法提出精確之意見，請由專家評估後再提出建議；承辦單位人員 3 希望透過辦理公共論壇決定熱帶農業博覽會的後續發展方向；管考人員則希望徹底用心檢討，再求發展；學者 1 希望擴大農民參與籌劃，工作人員也由農民擔任；學者 2 希望不要只以每年吸引多少人進場參觀為辦理熱帶農業博覽會成敗的唯一依據，應該擬定辦理熱帶農業博覽會的評估指標來評估其績效。其它相關人員 6 認為近 1、2 年來辦得不錯，有提昇屏東縣農業的效果，應更努力開發新的農特產品。

## 參、訪談結果分析與討論

歸結上述訪談結果歸納分析，所獲得之結論分別為：

一、有關屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會對於農業經濟發展有沒有幫助，由於受訪者的身分背景之不同，致認知差異頗大；尤其在受訪者未經深入探討思考的情況下回答此問題，總難免會有瞎子摸象的現象，因此，本研究發現有關屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會對於農業經濟發展有沒有幫助這個面向，仍待有心人士或後續研究者深入去探討，因為這個面向所牽涉的範圍及因素非常廣闊。

二、屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會對於屏東縣發展觀光有幫助，幾乎是大家所一致認同的看法。包括主辦單位（屏東縣政府）、專案管理單位（屏東科技大學或屏東商業技術學院）、承辦單位（各得標經營廠商）等都把辦理熱帶農業博覽會作為發展地方觀光產業為其主要目標之一；而每位受訪者也都認為屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會對於屏東縣發展觀光產業有所幫助。

三、屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會對於鼓勵農民創意經營有沒有幫助，受訪者意見紛歧；但有些看法值得參考，包括：若能配合農民輔導業務鼓勵農民前來參觀，對於啟發農民創意經營將大有助益；以及從熱帶農業博覽會的籌備與展出過程當中，融入政府農業輔導單位的輔導並鼓勵農民來參與，尤其是年輕的農民。

四、屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會能提昇縣民光榮感，且以基層人員感受最深。在城市競爭與各地方政府爭取能見度的風潮之下，各地方政府極力構思創意活動，以爭取曝光率，進而提升地方居民光榮感的現象本是一件好事。屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會能提昇縣民光榮感，已獲一般縣民認同，認為可以提升縣民光榮感。

五、屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會對於縣府承辦單位員工造成困擾，其熱帶農業博覽會活動主要展期在農曆年前後，五年來個案農業處同仁無法放鬆心情過個好年，確實有些困擾；且辦理大型活動本身壓力確實很大，這也可從個案承辦單位農業處承辦人員更換頻率高看得出來。

六、屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會承辦單位人員均說不會浪費公帑；但亦有學者與其它相關人員認為浪費公帑，值得深入探討。就如同辦理熱帶農業

博覽會對於農業經濟發展有沒有幫助的題目一樣，由於受訪者的身分背景之不同，致認知差異頗大；尤其在受訪者未經深入探討思考的情況下回答此問題，總難免會有瞎子摸象的現象，因此，本題項可歸併於第一題有關屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會對於農業經濟發展有沒有幫助這個面向，由有心人士或後續研究者深入去探討。

七、有關屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會會不會有圖利他人之顧慮，由於本題項事涉敏感，受訪者回答也較謹慎，訪談所獲得之答案，承辦單位人員均認為不會，但仍需謹慎處理。有學者認為政府花公款整建，以 BOT 經營，非主政者的金主難以取得經營權。另有學者認為若委託私人公司辦理的過程有瑕疵才會。其他受訪者則回答「無法回答或不知道」。本題項確實因事涉敏感，且容易被政治化。惟委託私人公司辦理的過程若有瑕疵才會有圖利他人之嫌，因此作業程序必須謹慎。尤其本研究發現屏東縣政府辦理歷屆熱帶農業博覽會的籌備與招商時間皆過於短促，容易造成瑕疵，也會引起外界是否有圖利他人之聯想。

八、有關屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會，承辦單位及其內部人員均認為對於農業文化創意產業的發展有助益。有學者認為它只為觀光賺錢，不是真正為農業文化創意發展。另有學者認為農業文化創意產業一向較被忽視，然它的發展空間其實很大，熱帶農業博覽會的辦理應該是一個開端而已，應給與肯定。

九、有關屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會對於農業技術發展之提升有沒有幫助，訪談所獲得之答案普遍持保守態度。畢竟屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會，其所重視的是偏重在促進文化觀光與行銷農特產的層面，對於促進農業技術發展則未列入辦理熱帶農業博覽會的主要目標。

十、受訪者對於屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會對於農業轉型升級有沒有助益，訪談所獲得之答案是見仁見智。研究者認為屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會，是有要讓屏東縣農業轉型升級的企圖，但幾屆博覽會辦下來，其內容與方式並沒有帶動農業轉型升級的現象存在。

十一、受訪者對於屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會有沒有文化創意產業的內涵和價值的看法，也是是見仁見智，持肯定與否定看法的受訪者各半。本研究發現屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會是有不少創意，但仍構不成文化創意產業要件的境界。

十二、受訪者普遍認為屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會有逐年進步，惟須注意不能偏離熱帶農業博覽會的主題。關於這個訪談結果與本研究觀察結果對照起來頗為類似，蓋屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會，隨著舉辦經驗的積累與成熟，以及花果植物的逐漸生長，從整體氣勢與風貌看來，熱帶農業博覽會是逐年在進步當中。惟承辦廠商為吸引更多遊客以達成其賺譴之目的，以及主辦單位為製造大量入園人潮以宣傳其政績的雙重因素之下，屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會確實有逐漸偏離主題的現象發生，包括引進大型遊樂設施…等與熱帶農業博覽會無關的設施之進駐，值得主辦單位檢討，避免失去辦理熱帶農業博覽會的目的。

十三、受訪者對於屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會的內容以滿意及不滿意者各居半數，惟均認為仍有進步的空間。本來辦理任何活動皆無法盡如人意，目前屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會的內容以滿意及不滿意者各居半數，即代表存在著有無續辦的必要性之爭議點，幸所有受訪者均認為仍有進步的空間，這對於主辦單位是一個警訊也是一個激勵，希望主辦單位能

用心檢討繼續努力。

十四、受訪者一致認為參觀過熱帶農業博覽會，能增進農業常識。這是本研究訪談結果所獲得最一致的答案，也是最令人興奮與雀躍之處。這代表著屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會,除了具有行銷當地農特產與文化觀光及增進縣民的光榮感…等之外，還有一項更契合活動主題的成果，就是增進入園遊客的農業常識，主辦單位應該可以從這個面向加強用心經營，突顯其辦理熱帶農業博覽會的另一個更有力道之特色。

十五、大部分受訪者認為屏東縣政府不需要繼續辦理熱帶農業博覽會，而應委由農民或農民團體辦理；縣內與縣外遊客認為應該繼續辦理，但並未主張由誰辦理。本研究從各層面探討後發現，認為目前若由非營利組織的民間團體來接辦，而無政府之資助及公務人力之支援協助，恐仍難達成任務，因此，建議仍由主辦屏東縣政府主辦，但須再力求改進，包括及早籌備、加強創意、尋找更多有創意成果之農民參與、充實熱帶農業內容…等。

十六、受訪者認為屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會的特色有：

1. 可以成功將農業帶入休閒旅遊行程、提供更多人體驗或了解農產品、提供嚮往農村生態學習的民眾一處造訪的好處所。
2. 將地方農業產業與地方特色文化的結合展出。
3. 綠色廊道較具特色。
4. 屏東縣政府努力用心投入，中央相關單位也願意配合協助，當地農民也熱烈參與，讓熱帶農業博覽會在國內獨樹一格。
5. 將屏東的特有農業及產業放入園區，宛如整個屏東農業縮小版。
6. 花很漂亮、變成屏東縣春節期間的熱鬧景點之一。

十七、受訪者認為政府所主導的熱帶農業博覽會應逐漸釋出，讓農民自己來規劃及經營，政府只須扮演協助角色，讓農民自己經營負責；或認為三年舉辦一次即可即可；甚至建議可將之成為常態性展覽，發揮綜合性農業推廣教育與農業文化創意產業的示範功能；希望將來要融入農事體驗內容，以提升熱帶農業博覽會的特色和價值。建議縣政府組織熱帶農業博覽會的研發團隊，朝發展農業文化創意產業的方向邁進，其希望可以辦得更好更有特色。

十八、有受訪者提到目前土地是跟台糖公司承租，有使用期限，而且土地是農業用地，如果政府有意長期規劃，應變更為休閒農場，對於土地合法使用，才有長期的效益；也有受訪者提議透過辦理公共論壇決定熱帶農業博覽會的後續發展方向並擬定辦理熱帶農業博覽會的評估指標來評估其績效。

歸結上述訪談結果內容，本研究發現有關屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會對於農業經濟發展有沒有幫助，及屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會會不會浪費公帑這兩個面向，仍待有心人士或後續研究者深入去探討，因為這個面向所牽涉的範圍及因素非常廣闊。

而屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會對於屏東縣發展觀光有幫助，幾乎是大家所一致認同的看法。

至於屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會對於鼓勵農民創意經營有沒有幫助，受訪者意見紛歧；但有些看法值得參考，包括：若能配合農民輔導業務鼓勵農民前來參觀，對於啟發農民創意經營將大有助益；以及從熱帶農業博覽會的籌備與展出過程當中，融入政府農業輔導單位的輔導並鼓勵農民來參與，尤其是年輕的農民。

受訪者認為屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會能提昇縣民光榮感，且以基層人員感受最深。在城市競爭與各地方政府爭取能見度的風潮之下，各地方政府極力構思創意活動，以爭取曝光率，進而提升地方居民光榮感的現象本是一件好事。屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會能提昇縣民光榮感，已獲一般縣民認同，認為可以提升縣民光榮感。

屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會對於縣府承辦單位員工造成困擾，其熱帶農業博覽會活動主要展期在農曆年前後，五年來個案農業處同仁無法放鬆心情過個好年，確實有些困擾；且辦理大型活動本身壓力確實很大，這也可從個案承辦單位農業處承辦人員更換頻率高看得出來。

有關屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會會不會有圖利他人之顧慮，由於本題項事涉敏感且容易被政治化。惟委託私人公司辦理的過程若有瑕疵才會有圖利他人之嫌，因此作業程序必須謹慎。本研究發現屏東縣政府辦理歷屆熱帶農業博覽會的籌備與招商時間皆過於短促，容易造成瑕疵，也會引起外界是否有圖利他人之聯想，建議屏東縣政府爾後及早做熱帶農業博覽會的籌備與招商工作。

有關屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會，承辦單位及其內部人員均認為對於農業文化創意產業的發展有助益。有學者認為它只為觀光賺錢，不是真正為農業文化創意發展。另有學者認為農業文化創意產業一向較被忽視，然它的發展空間其實很大，熱帶農業博覽會的辦理應該是一個開端而已，應給與肯定。

有關屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會對於農業技術發展之提升有沒有幫助，訪談所獲得之答案普遍持保守態度；另受訪者對於屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會對於農業轉型升級有沒有助益，訪談所獲得之答案是見仁見智。

受訪者對於屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會有沒有文化創意產業的內涵和價值的看法，也是是見仁見智，持肯定與否定看法的受訪者各半。

受訪者普遍認為屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會有逐年進步，惟須注意不能偏離熱帶農業博覽會的主題。

受訪者對於屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會的內容以滿意及不滿意者各居半數，惟均認為仍有進步的空間。若以目前屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會的內容以滿意及不滿意者各居半數，即代表存在著有無續辦的必要性之爭議點，幸所有受訪者均認為仍有進步的空間，這對於主辦單位是一個警訊也是一個激勵，希望主辦單位能用心檢討繼續努力。

受訪者一致認為參觀過熱帶農業博覽會，能增進農業常識。這是本研究訪談結果所獲得最一致的答案，也是最令人興奮與雀躍之處。主辦單位應該可以從這個面向加強用心經營，突顯其辦理熱帶農業博覽會的另一個更有力道之特色。

大部分受訪者認為屏東縣政府不需要繼續辦理熱帶農業博覽會，而應委由農民或農民團體辦理。縣內與縣外遊客認為應該繼續辦理，但並未主張由誰來辦理；但本研究從各層面探討後發現，認為目前若由非營利組織的民間團體來接辦，而無政府之資助及公務人力之支援協助，恐仍難達成任務，因此，建議仍由主辦屏東縣政府主辦，但須再力求改進，包括及早籌備、加強創意、尋找更多有創意成果之農民參與、充實熱帶農業內容…等。

受訪者認為屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會的特色有：

1. 可以成功將農業帶入休閒旅遊行程、提供更多人體驗或了解農產品、提供嚮往農村生態學習的民眾一處造訪的好處所。

2.將地方農業產業與地方特色文化的結合展出。

3.綠色廊道為最大特色。

4.屏東縣政府努力用心投入，中央相關單位也願意配合協助，當地農民也熱烈參與，讓熱帶農業博覽會在國內獨樹一格。

5.將屏東的特有農業及產業放入園區，宛如整個屏東農業縮小版。

6.園區漂亮，變成屏東縣春節期間的熱鬧景點之一。

受訪者認為政府所主導的熱帶農業博覽會應逐漸釋出，讓農民自己來規劃及經營，政府只須扮演協助角色，讓農民自己經營負責，甚至建議可將之成為常態性展覽，發揮綜合性農業推廣教育與農業文化創意產業的示範功能；希望將來要融入農事體驗內容，以提升熱帶農業博覽會的特色和價值。建議縣政府組織熱帶農業博覽會的研發團隊，朝發展農業文化創意產業的方向邁進，其希望可以辦得更好更有特色。

另外有受訪者提到目前土地是跟台糖公司承租，有使用期限，而且土地是農業用地，如果政府有意長期規劃，應變更為休閒農場，對於土地合法使用，才有長期的效益；也有受訪者提議透過辦理公共論壇決定熱帶農業博覽會的後續發展方向並擬定辦理熱帶農業博覽會的評估指標來評估其績效。

從上述訪談結果之分析與檢討內容觀之，有許多是頗具辦理熱帶農業博覽會之參考價值，可供主辦單位融合實務運作與其他研究，做為將來辦理熱帶農業博覽會的發展趨向之參考。

## 第三節 屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會的農業文化創意分析

農業文化創意產業的內涵，主要包括農業文化的農業生產、農業生活與農業生態等三大面向。本節特別針對屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會是否已善加應用並發揮農業文化創意的精神，來做深入探討。從觀察個案辦理歷次熱帶農業博覽會的籌備與展出過程，和歷次熱帶農業博覽會的結案報告，以及訪談結果等來加以分析比對，本研究發現屏東縣政府辦理歷次熱帶農業博覽會具有下列文化創意：

一、彙整熱帶農業特產與當地族群文化展覽的創意

屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會，將縣境內熱帶農業特產結合當地族群文化配合展出，讓一般遊客對於縣境內之農業特產與多元的族群文化，有更深入了解的機會，即是一種創意，也是全國首創。

二、綠色長廊的創意

熱帶農業博覽會園區最引人注目，也是讓每位遊客最驚艷的，即是爬滿各類瓜果的綠色長廊，很多遊客認為它最具創意。

三、農村生活體驗的創意

體驗經濟已成為時代潮流，熱帶農業博覽會園區將傳統的農業生活文化內容，經過藝術擺設，讓遊客們體驗傳統農村生活的狀況，也是一種創意。

四、設置各類主題館的創意

熱帶農業博覽會園區很多主題區的創設，從主題名稱與內容觀之，即顯現很多創意的影子。

五、農產品創意加工與包裝

從園區內展出之農產品可以發現有許多創意加工與包裝，將農產品的價值提升，也是其創意之顯現。

六、其他創意

除了上述五大創意以外，本研究發現屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會尚有許多創意，分別出現於熱帶農業博覽會的規劃與施設的小細節當中，例如門口意象的設計、展覽品的擺設、配合活動的規劃…等。

歸結上述屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會的農業文化創意分析，我們可以發現其在農業文化創意產業的開發與用心，惟仍嫌不足，畢竟農業文化創意產業的內涵是相當廣闊的，包括農業生產、農業生活與農業生態等三大面向，因此，辦理熱帶農業博覽會必須在農業文化創意產業的內涵上多努力，才能讓辦理熱帶農業博覽會的意義與價值突顯出來，也才能讓熱帶農業博覽會永續辦理。而不是只為了吸引更多遊客，而辦理一些與熱帶農業博覽會不相關的展覽和活動，讓辦理熱帶農業博覽會的精神與目的失焦，而讓政府團隊辛苦創設出來的熱帶農業博覽會夭折！

或許創意的產生只有當事人最能體會，他們在摸索開創的過程當中，最能深刻體驗創意的產生與快感，這可從本研究訪談中個案承辦單位及其內部人員，對於辦理熱帶農業博覽會具有文化創意持較肯定的看法觀察出來。

## 第四節 屏東縣發展農業文化創意產業的利基與限制

### 壹、利基

一、農業基本條件優渥

屏東縣是一個典型的農業縣，農業基本條件優渥，非常適合農業文化創意產業發展。舉凡農業的四大內涵「農、林、漁、牧」一應俱全，且均非常發達。在上述農林漁牧的發展過程當中，已形成了特有的農業文化，包括於農業生產、農業生活及其農業生態當中。從其特有農業文化當中，我們可以發現很多創意農業文化的痕跡，以及農業文化創意產業的雄厚基礎。

二、多元農業族群文化

屏東縣境內閩、客、原住民及新住民各擁不同的農業經營項目，例如閩區的農作、畜牧與漁業；客區的農作與檳榔；原住民區的山產與咖啡等。隨著知識經濟以及資訊科技與生物科技的發達，在各項農產品的生產、加工、包裝、行銷以及策略聯盟等均顯現多元農業族群文化的繁景與創意。

三、相關配合條件充足

屏東縣境內不但農業基本條件優渥，且擁有多元的農業族群文化，還擁有秀麗的山水而形成休閒旅遊的好地方，這對發展創意農業休閒農場可以發揮群聚與相輔相成之效果。此外，個案境內的農業改良場、農業生物科技園區、畜牧研究所、海洋生物博物館、水產試驗所、香蕉研究所、屏東科技大學（農業科技）、屏東商業技術學院（資訊與行銷），加上民間雄厚的種苗繁殖能力，配合縣境內充足的陽光與水源，使得屏東縣發展農業文化創意產業的各項良好條件更加齊全。

四、政府積極協助

爲輔導農業轉型升級、振興農村經濟，無論中央或地方政府，近年來正極力輔導與協助各項農業發展業務，尤以農業發展條例的不斷修訂，以及實際對於農民的各項優惠與補助，足可發現政府對於輔導農業發展的用心。

從上述屏東縣具有基本條件優渥的農業、多元與多樣的農業族群文化、相關配合條件充足以及政府積極協助等，可以發現該縣擁有雄厚的農業文化創意產業基礎。

## 貳、限制

一、農業文化創意產業未受中央政府重視

儘管屏東縣擁有雄厚的農業文化創意產業基礎，然在中央政府的文化創意產業政策中，對於農業文化創意產業的重視與開發仍未能大力開創與輔導，只讓各地方政府各自去摸索與經營。由於人才、經費、資訊與政策無法有效的整合與運用，致農業文化創意產業成果不彰。

二、農業文化創意產業人才不足

農業文化創意產業的開創需要農業、科技、藝術、管理等各類人才的共同結合努力，利用科技整合的團隊行動研究與開發。目前由於未能獲得主政單位的人力整合，而顯得農業文化創意產業人才不足。

三、農業文化創意產業經濟價值待加強開發

發展農業文化創意產業的最終目的，乃在其經濟價值的浮現，並創造更多的就業機會，讓農業獲得轉型升級，農民的生活獲得改善。屏東縣政府辦理各項農業文化創意產業活動，亟須在提升經濟價值的面向多努力。

四、農業文化創意產業智慧財產權保護困難

農業文化創意產業的要件之一為「智慧財產權」，一般農民很少能注意到這個面向，以至於所經歷創造或摸索出來的農業新技術或新品種以及新包裝…等，未能申請智慧財產權保護，導致農業文化創意產無法普遍推展。

## 第五節 綜合分析與討論

### 壹、屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會的優劣分析

歸結上述本研究對於屏東縣政府辦理歷次熱帶農業博覽會的分析與檢討、辦理熱帶農業博覽會的訪談結果分析與討論、以及辦理熱帶農業博覽會的農業文化創意分析、和辦理熱帶農業博覽會的利基與限制，發現屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會有如下之成效與缺失：

**一、成效方面**

**（一）提升縣民的光榮感**

屏東縣縣政府努力用心投入熱帶農業博覽會，中央相關單位也願意配合協助，當地農民及相關族群文化團體等也熱烈參與，讓熱帶農業博覽會在國內獨樹一格，並成為國內在春節及寒假期間頗負盛名的旅遊觀光景點之一，讓屏東縣的能見度提升，增進了縣民的光榮感，也提升了屏東縣民的自信心。

**（二）促進文化觀光**

熱帶農業博覽會將熱帶農業及地方族群文化融入休閒旅遊行程，提供嚮往農村生態學習的民眾一處造訪的好處所，也提供更多人體驗或了解農

業生產、生活與生態；並吸引更多遊客到屏東縣旅遊參觀，促進屏東縣及鄰近縣市的觀光發展。

**（三）增進遊客的農業常識**

熱帶農業博覽會將地方農業產業與地方特色文化結合展出，讓更多人體驗或了解農業生產、農業生活與農業生態，大幅增進遊客的農業常識，並拉近與農業的及農村的距離。

**（四）促進農業文化創意產業的萌芽**

屏東縣舉辦熱帶農業博覽會，已為縣內沉寂已久的農業注入一股生機，並改變了一般人對農業是「傳統」、「沒有朝氣的產業」、「落日產業」…等負面的印象，促進了社會大眾對於農業發展的信心與興趣，尤其是激發了農業文化創意產業的萌芽，讓被忽略的農業文化創意產業找到出口與機會。

**二、檢討方面**

屏東縣舉辦熱帶農業博覽會雖有上述之成效，惟仍有下列值得檢討之部分：

**（一）經濟效益不彰**

根據熱帶農業博覽會承辦人員透露，屏東縣政府舉辦熱帶農業博覽會，自 2005 年以來至 2009 年，累計花費已超過新台幣二億元以上，而其所創造之經濟效益並不明顯，這種消耗性的活動在政府財政愈趨困難的情況下，實有待檢討，難怪大部分受訪者主張由民間相關團體續辦，縣政府退居輔導協助之角色即可。

### （二）商業氣息太濃厚

屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會，係委由民間行銷公司承辦，有公辦民營的味道，而民營公司是以賺錢為目的，其在乎的僅是利潤，致活動充滿商業氣息，有失焦的感覺。尤其每年的活動是採取招商經營的方式，承辦公司沒有永續經營的理念和準備，因此讓熱帶農業博覽會有停滯不前的現象，更遑論有農業文化創意產業的精神，這也是最受有識之士責難之處。

### （三）農民參與不普遍

屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會，因委由民間行銷公司承辦，而一般農民參與的機會並不多，且又未設法引導或鼓勵個案縣境內之農民於活動期間前往觀摩切磋，致讓屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會有本末倒置之的情況發生，無法讓農業文化創意產業的精神獲得共鳴。

### （四）經營方式待檢討

屏東縣政府辦理熱帶農業博覽會每年僅於春節期間舉行約 1-2 個月，時間並不長而花費不少，效益太過短暫，無法發揮長期經濟效益；而其舉辦地點係向台糖公司租來使用，無法做長期永續的規劃，在花費許多經費建置園區硬體設施之後，竟無長久經營的打算，殊屬浪費！另外，園區未能將個案縣境內自有之農、林、漁、牧產品真實的陳現，更屬可惜，因為若能將個案境內之農、林、漁、牧之生產、生活與生態濃縮於園區展出，將形成一個首創又真實的農業文化園區。或許限於園區面積太小，但可以採取策略聯盟，與個案縣境內農、林、漁、牧業者配合，於活動期間串聯成旅遊套餐，將熱帶農業博覽會作大，將可吸引更多人潮，並增進熱帶農業博覽會的經濟效益與創意。

## 貳、個案辦理熱帶農業博覽會將來可能走向

個案辦理熱帶農業博覽會已在國內打響名號，對於行銷屏東熱帶農業產品，發展休閒農業，引進觀光休閒人潮等，已在國內立下了農業文化創意產業的典範。然每年由政府投入龐大經費來辦理熱帶農業博覽會，所獲得之效益到底有多少，亦有頗多爭議之處。因此當 2009 年熱帶農業博覽會閉幕後，地方輿論即有熱帶農業博覽會是否有必要繼續辦理之討論（翁禎霞，2009），本研究之受訪者亦大部份認為應該由農民及農民團體聯合經營較妥。

惟本研究亦發現若要繼續辦理，則必須先行解決園區現址的土地問題，因為目前所使用的園區土地是台糖公司所有，而其因應之道是與台糖公司合作經營或與其訂定較長之租約。

倘土地問題能獲得解決，依據研究者長期的觀察，應可朝向下列方向經營：

**一、改朝向休閒農場發展**

利用園區現有之硬體設施再充實農村型之住宿設備等，發展成為名符其實的觀光休閒農場，讓遊客體驗真正的農村生活。

**二、發展成為教材園區**

利用園區現有之硬體設施，並充實農林漁牧的生產內容與風貌，發展成為道地的國家級之農業教材園區，讓全國各級學校學生與人民來此學習及認識農業的樣貌。

**三、經營成為農業的資訊與貿易之交流平台**

利用園區現有之各項設施加以充實及改裝，結合隔鄰之屏東農業生物科技園區與農業改良場、及鄰近之屏東科技大學、大仁科技大學等之實做試驗研究，

經營成為農業的資訊與貿易交流平台。

**四、發展成為兼具上述休閒農場、教材園區及農業資訊與貿易交流平台的綜合農業文化產業創意園區**

亦即利用園區現有之各項設施加以充實改善,使之發展成為多功能的農業文化產業創意園區。

## 參、地方政府發展農業文化創意產業的檢討

近年來我國地方政府發展農業文化創意產業的情況相當熱絡，這對於行銷地方特產、打響地方名號與提升居民光榮感有相當的效果，對於促進地方觀光與提振地方經濟也有一定的效益;惟若從輸入與產出的經濟效益以及提昇農業技術與促進農業轉型升級的角度來分析探討，則有諸多待檢討改進之處。例如：

### （一）支出成本與收入不成比例

地方政府發展農業文化創意產業所舉辦的活動，每年花費的公款均不在少數，而其所產生之經濟效益實有限，常給人有一種作秀浪費的感受。因此，最好輔導由地方農民團體結合當地農民共同聯合辦理,使發展農業文化創意產業所舉辦的活動變成一種地方自己的大事，讓當地全體農民皆能用心參與，以激發出各地不同特色的農業文化創意產業。

### （二）沒有紮根的準備

國內地方政府辦理農業文化創意產業活動，沒有紮根的準備，也沒有長遠經營的打算，以致農業文化創意產業活動無法落地生根，就如同嚴長壽先生批評台灣燈會等：

「總之，燈會效益太過短暫，燈會落幕，一度塞到爆的會場榮景馬上消失、恢復平淡，燈會為臺南市帶來短期的熱鬧和利益，但卻無法將這股熱鬧轉化為持續的經濟效益。燈會是正面的，利益是增加的，但這些都是短暫的。

例如:臺北燈會之後，宜蘭縣政府也成功舉辦了國際童玩節，大幅提升地方的知名度。這股風氣又傳到全國各個角落，有以魚類為號召的黑鮪魚季、曼波魚季……，有以花卉為主題的海芋節、油桐花季、國際花卉博覽會……，也有以各種食品為焦點的客家美食節、牛奶節、糖果節等。觀察各項節慶的進行也發現，有些確實規劃完善，也達到發展地方觀光的目標，有些地方卻倉促進行，窮一年的預算辦了幾場大活動，風光的景象在活動結束後，卻像煙火乍現即逝。目前很多鄉鎮連基本旅遊設施都不健全。飯店、旅館、民宿不足，餐廳的菜色和服務欠佳，公共廁所不是數量不足，就是衛生情況令人怯步。因此，好不容易花大錢招攬而來的遊客，卻也暴露出這個地方的粗陋。活動結束，觀光客也散了，花錢還造成反效果。甚至，有些地方為了騰出舉辦活動的空地和停車場，還砍伐樹林，嚴重傷害環境，與永續經營的理念背道而馳。文化觀光不容易被替代，而且既能獲得利益，也贏得尊敬。許多現代人渴望的，是在每日辛苦經營、追求物質之後，從另一個地方找到精神層面的養分，這種需求背後所隱藏的，正是文化觀光。從朱銘到林語堂、從漢唐樂府到優劇場、從流行音樂到相聲、從玻璃藝術到幾米插畫，只要用心，就能發現寶藏(嚴長壽，2008)。」

**（三）對於提昇農業技術幫助有限**

國內地方政府辦理農業文化創意產業活動，對於提昇農業技術有限，畢竟農業技術的提升，需要農業學者專家結合農民不斷的研發與試驗才能產出結果，目前地方政府辦理農業文化創意產業活動，僅能刺激農業技術的加速研發而已。

**（四）對於促進農業轉型升級的幫助不大**

國內地方政府辦理農業文化創意產業活動，對於促進農業轉型升級的幫助也

很有限，因為農業轉型升級需要整體農業結構的改變，包括生產技術、加工、包裝、儲存、行銷等之改良與突破，目前地方政府辦理農業文化創意產業活動，也僅能刺激農業轉型升級的萌芽而已。

## 肆、地方政府發展農業文化創意產業的策略模式

從國內地方政府發展農業文化創意產業較具代表性的幾個案例，如苗栗的桐花季、彰化與南投的花卉博覽會、台南的白河蓮花節、宜蘭的綠色博覽會、及個案所辦理的黑鮪魚文化觀光季與本研究所探討的熱帶農業博覽會…等觀之，可以發現其發展模式皆是以地方政府為主辦單位，由地方政府籌措經費，以地方特色產業為主軸，再結合地方文化與風景據點為行銷重點，其目的在行銷地方特產並吸引外地遊客來觀光旅遊，以增進地方的知名度與經濟收入等。而其活動期間則配合年節假期來吸引更多人潮。它們發展農業文化創意產業的模式非常類似。

然而此種發展模式也有共同的缺點，那即是本研究前面所探討的：支出成本與收入不成比例、沒有紮根的準備、對於提昇農業技術幫助有限、對於促進農業轉型升級的幫助不大等，對於發展農業文化創意產業的幫助不大。因此，本研究試圖建構地方政府發展農業文化創意產業的策略模式為：

### 一、地方政府首長與其行政團隊對於農業文化創意產業的深刻認識與重視

地方政府發展農業文化創意產業的首要之務，即是首長與其行政團隊對於農業文化創意產業的深刻認識與重視，否則以目前台灣地區地方政府發展農業文化創意產業的模式，將永遠停留在僅達成促進地方觀光、行銷地方特產與增進地區居民光榮感的短期邊際效益而已，不能讓發展農業文化創意產業的真正目的浮現，甚至于人一種作秀又浪費公款的感覺。

**二、成立推動農業文化創意產業團隊式工作小組**

當地方政府首長與其行政團隊對於農業文化創意產業，有了深刻的認識與重視之後，地方政府首長即應指派機關內農政單位主政，並選擇機關內相關單位人員組成推動農業文化創意產業之團隊式行動工作小組，專門負責地方政府發展農業文化創意產業的推動工作。

**三、成立農業文化創意產業諮詢顧問團隊**

地方政府發展農業文化創意產業除了上述指派專責單位、成立跨單位的行動工作團隊，還須聘請農業、資訊、藝文、管理、文史…等學者、專家及對於農業文化創意產業有實務績效的農民業者，組成農業文化創意產業諮詢顧問團隊，作為地方政府發展農業文化創意產業的諮詢顧問團隊，以增強地方政府發展農業文化創意產業的績效。

**四、地方政府發展農業文化創意產業政策與計畫的擬定及行銷**

地方政府發展農業文化創意產業，必須凝聚共識與願景，並做出決策與擬定長中短期計畫，再加以內外部行銷。

**五、農業文化創意產業人才的培訓**

地方政府發展農業文化創意產業的另一個重要策略，即是於人才的培育。賴聲川（2006）曾提及創意人才除了個人天賦還是需要學習與訓練。尤其文化創意乃源自於舊有文化，倘沒有具備相當基礎的人才，怎可能會有創意產生，因此地方政府發展農業文化創意產業，應該有計畫地辦理農業相關產業人才之農業文化產業創意訓練，以啟發他們的創意與創意設計及創意表達能力，厚植地方發展農業文化創意產業的基礎。

**六、農業文化產業創意風氣的培養與推廣**

地方政府發展農業文化創意產業，必須注意風氣的養成與共識的凝聚，讓農業文化創意產業的風氣在地方興盛流行，只要大家動起來用心去摸索、思考與互相腦力激盪，就會有源源不絕的農業文化創意產品與服務及生態產生。

**七、鼓勵措施的訂定與資源的提供**

地方政府發展農業文化創意產業雖不必一定親自去實踐，但對於如農業文化創意產業人才的培訓、農業文化創意產業的鼓勵與贊助等，地方政府必須訂頒獎勵與贊助辦法，適時給予鼓勵與協助。

**八、協助尋找與發掘農業文化創意產業的主題與資源**

地方政府發展農業文化創意產業成立行動團隊與諮詢小組後，應積極輔導協助地方農業相關業者，尋找與發掘地方農業文化創意產業的主題與資源，以增進民間農業相關業者發展農業文化創意產業的機會與成功機率。

**九、輔導與協助科際整合**

地方政府發展農業文化創意產業，必須發揮科技整合的主導角色與功能，因為農業文化創意產業的開發需要各類農業專家、農民、藝術家、文史工作者、園藝、資訊科技、行銷、管理…等各種人才之共同努力，因此，地方政府發展農業文化創意產業，必須適時發揮科際整合的協調、輔導與協助之角色與功能。

**十、輔導民間業者策略聯盟**

地方政府發展農業文化創意產業，需要走出狹隘的地區本位觀念，而主動協助地方農業文化創意產業相關團體與人員，尋找相關可以互補之學術研究機構、單位與團體，採取策略聯盟方式，共同發展地方農業文化創意產業，讓地方發展農業文化創意產業的基礎更加雄厚。

## 十一、輔導與協助標竿觀摩學習

文化創意乃植基於原有文化之衍生與啟發，地方政府發展農業文化創意產業，需主動注意發覺標竿對象，鼓勵與協助農業文化創意產業相關業者，辦理標竿觀摩學習，以共同切磋，激發更多靈感。

## 十二、輔導生產與行銷

地方政府發展農業文化創意產業的目的，主要在創造地方更多就業機會，促進農村經濟成長，改善農民生活品質。因此，地方政府應當訂定辦法，積極輔導或補助地方農業文化創意產品的生產與行銷工作，以增進農業轉型升級的實質績效，達成地方政府發展農業文化創意產業的真正目的。

# 第五章結論與建議

經由本研究的文獻分析、觀察與訪談，再經結果分析與比對，本研究主要有三項發現：1.文化創意產業有無限的發展空間；2.國內地方政府發展農業文化創意產業的模式類似；3.國內地方政府發展農業文化創意產業有很好的利基。另依據分析討論的結果，做出研究結論與建議，茲分別敘述如下：

## 第一節 研究發現

### 壹、文化創意產業有無限的發展空間

由於「文化創意產業」( cultural creative industry )，係指那些來自於創意與文化積累，透過智慧財產權的生成與運用，有潛力創造財富與就業機會，並促進整體生活環境提昇的活動。因此，文化創意產業的核心價值( Core Value )，在於文化創意的生成(Culture and Creative Production)，而其發展關鍵，在於具有國際競爭力的創造性與文化特殊性。 因此，金偉燦(W Chan Kim)與莫伯尼（Mauborgne）所提出的「藍海策略」觀點，我們可以發現文化創意產業確實有無限的發展空間，就等待大家去開發。

### 貳、國內地方政府發展農業文化創意產業的模式類似

從國內地方政府發展農業文化創意產業較具代表性的幾個案例，如苗栗的桐花季、彰化與南投的花卉博覽會、台南的白河蓮花節、宜蘭的綠色博覽會、及個案所辦理的黑鮪魚文化觀光季與本研究所探討的熱帶農業博覽會…等觀之，可以發現其發展模式皆是以地方政府為主辦單位，由地方政府籌措經費，以地方特色產業為主軸，再結合地方文化與風景據點為行銷重點，其目的在行銷地方特產並吸引外地遊客來觀光旅遊，以增進地方的知名度與經濟收入等。而其活動期間

則配合年節假期來吸引更多人潮。它們發展農業文化創意產業的模式非常類似。

### 參、國內地方政府發展農業文化創意產業有很好的利基

本研究亦發現國內地方政府發展農業文化創意產業有很好的利基，例如具有基本條件優渥的農業、多元與多樣的農業族群文化、相關配合條件充足以及政府積極協助等，構成發展農業文化創意產業的雄厚基礎基礎。

## 第二節 結論

歸結第四章之分析與討論，本研究獲致如下之結論：

### 壹、國內農業文化創意產業正逐漸興起

由於受到全球化自由貿易的衝擊以及城市競爭的挑戰，如何提升農業技術及如何促使農業轉型升級，以提振農村經濟改善農民的生活，提昇農民的生活品質，已成為地方政府重要的挑戰與課題。因此，利用知識與智慧來開創新經濟資源的策略，已獲得各地方政府的重視。本研究經由文獻探討與觀察的結果，證實國內農業文化創意產業正逐漸興起，例如農業生產技術、農產加工、包裝、儲存、食譜的開發與宣傳、農產品的行銷、農業生態的改善、休閒農場的開發與經營…等，各農政相關單位正不斷地尋求改進與突破，以提升農產品的附加價值與高經濟價值，又從各地方政府爭相辦理農業文化創意產業的活動，可以證明國內農業文化創意產業正開始萌芽。

雖然農業文化創意產業，並未被中央政府列入為文化創意產業發展行動方案計畫的項目內容，然而本研究卻發現國內農業文化創意產業，有其優渥的利基和發展條件，目前在各地方政府以及農民團體與業者的極力發展下正逐漸興起。

## 貳、農業文化創意產業的發展需要跨業整合

農業文化創意產業的發展需要各類農業專家、農民、藝術家、文史工作者、園藝人才、資訊科技人才、行銷、管理…等各種人才之共同努力開發，發揮科技整合的力量，才能克竟其功。因此，以目前各地方政府辦理之農業文化創意產業活動的方式，對於發展農業文化創意產業的幫助是有限的，值得檢討改進。

## 參、國內地方政府發展農業文化創意產業瓶頸待突破

目前國內各地方政府辦理農業文化創意產業活動的熱潮仍方興未艾，惟在發展農業文化創意產業的路途上已遇到瓶頸，包括地方政府對於文化創意產業發展法規的訂頒，人才的整合、花費太多、資源不足、策略與方向偏頗等，有待中央政府各相關單位出面協助與整合，以協助地方政府發展農業文化創意產業突破瓶頸。

## 肆、地方政府發展農業文化創意產業的角色需要調整

農業文化創意產業的發展，雖必須中央政府與地方政府協力配合，惟目前地方政府辦理農業文化創意產業活動幾乎完全由政府主導，經費也幾乎全由政府負擔，且花費過多，讓外界有浪費公款的感覺。況且目前所辦理的農業文化創意產業活動，對於農業文化創意產業的發展幫助又不大。因此，地方政府發展農業文化創意產業的角色需要調整，應該鼓勵民間團體結合當地農民與相關業者共同攜手主導，地方與中央政府只要擔任輔導與協助的角色即可。倒是農業文化創意產業人才的培訓，才是地方政府最應加強努力之面向，如何讓農業文化創意產業的觀念在地方發展，並使之成為一種風潮與習慣，才是地方政府發展農業文化創意產業的根本之道，畢竟政府的資源有限，而民間的潛力無窮。

## 伍、地方政府發展農業文化創意產業的永續發展策略模式

伍、地方政府發展農業文化創意產業的永續發展策略模式

在農業困境未除，又處於知識經濟時代的當代社會，地方政府發展農業文化創意產業是必要的，然如何讓地方政府發展農業文化創意產業能夠永續發展，則是大家更須用心思考與努力之處。本研究經過長期文獻探討、觀察與訪談結果，試圖建構地方政府發展農業文化創意產業的永續發展策略模式如下：

一、地方政府首長與其行政團隊對於農業文化創意產業的深刻認識與重視

二、成立推動農業文化創意產業團隊式工作小組

三、成立農業文化創意產業諮詢顧問團隊

四、地方政府發展農業文化創意產業政策與計畫的擬定及行銷

五、農業文化創意產業人才的培訓

六、農業文化產業創意風氣的培養與推廣

七、發展農業文化創意產業的鼓勵措施之訂定與資源的提供

八、協助尋找與發掘農業文化創意產業的主題與資源

九、輔導與協助科際整合

十、輔導民間業者策略聯盟

十一、輔導與協助標竿觀摩學習

十二、輔導生產與行銷

其策略模式圖如下圖 5-1

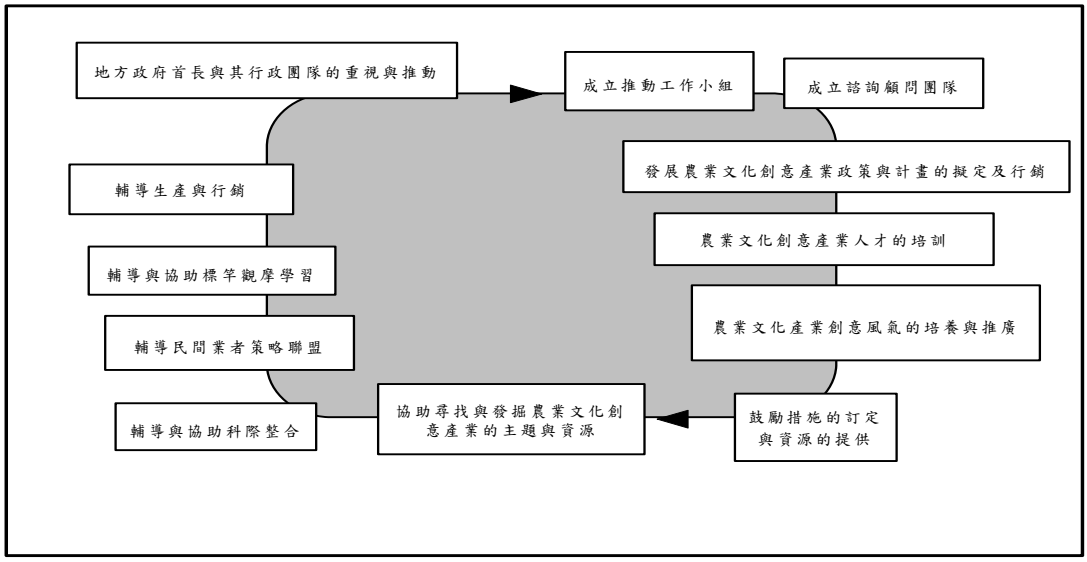


圖 5-1 地方政府發展農業文化創意產業策略模式圖

# 第三節 建議

## 壹、對政府當局的建議

### 一、對中央政府的建議

文化創意產業的內涵相當廣闊，依據聯合國教科文組織(UNESCO，2000)，關於文化產業(cultural industries)的說明，通常是指：結合創作、生產與商業的內容，同時這內容在本質上，是具有無形資產與文化概念的特性，並獲得智慧財產權的保護，而以產品或服務的形式來呈現。台灣地區農業文化創意產業即是一塊很寬廣的園地，因為它具有農業文化創意產業的深厚基礎，亟待中央政府各相關部會發揮科技整合的力量，用心來開發耕耘這塊文化創意產業的沃土。從生產技術，產品加工、包裝、行銷，以及農業生活與農業生態之體驗內容，從各地方的農特產與不同的地區文化找出切入點與著力點，來輔導讓各地的農業文化創

意產業就地發光發亮。

### 二、對地方政府的建議

在城市競爭的潮流下，各地方政府皆很用心地投入文化創意產業的發展，惟地方政府因限於人力與資源，有必要重新檢討修正文化創意產業的策略，避免事倍功半的事情一再重複發生。尤其活動期間短暫且又沒有留下痕跡，卻要花費很多經費的活動，最是需要檢討。因為他對於產業經濟效益的提升或是文化紮根的效果，是非常微小的。

畢竟在地農業文化創意產業人才的培訓，才是地方政府最應加強努力之面向，如何讓農業文化創意產業的觀念在地方生根發展，並使之成為一種風潮與習慣，才是地方政府發展農業文化創意產業的根本之道。

## 貳、對農林漁牧業者的建議

面對全球化與貿易自由化的挑戰，我國農業的發展正面臨前所未有的挑戰，政府雖已對於農民業者提供相當的輔導與協助，仍需要農民業者發揮創意，各就自己崗位多加吸收農業相關的新資訊，力求農產品的技術、包裝、儲存、使用與行銷等之突破與創新。尤其必須敞開心胸多與同業及相關產業人士的切磋與研究，讓自己的產品能獲得青睞，並建立起長久的口碑與信用。

## 參、對後續研究者的建議

農業文化創意產業的相關研究文獻目前在國內並不多，建議後續研究者結合農民及地方文史工作者與藝術工作者，採取行動研究方式，進行農業文化創意產業的行動研究，讓農業文化創意產業的發展產生實際的成果與績效，同時建立起農業文化創意產業的開發模式。

## 肆、對國內研究機構的建議

國內農業文化創意產業有很大的研究空間與題材，值得各研究機構用心投入研究，惟必須採用科際整合的團隊行動研究方式，才能發揮研究的綜效。

# 參考文獻

## 一、學位論文


伍立人（2003）。**從傳統中尋找新生命的文化創意產業--以白米木屐為例**。台灣大學新聞研究所碩士論文。未出版，台北市。

汪玉頻（2004）。**民俗節慶活動運用整合行銷傳播之研究：以大甲媽祖文化節為例**。世新大學傳播研究所碩士論文。未出版，台北市。

阮亞純（2004）。**以節慶活動振興地方產業之研究—以屏東縣黑鮪魚文化觀光季為例**。屏東科技大學農企業管理研究所碩士論文。未出版，屏東縣。

周宗德（2006）。**苗栗縣文化創意產業與觀光節慶活動發展之探討**。中華大學經營管理研究所碩士論文，未出版。新竹。

胡家瑜（2005）。**文化創意產業關鍵成功_因素評估指標之研究**。立德管理學院國際企業管理研究所碩士論文，未出版。台南市。

翁禎霞（2009）。**從獨白到眾聲喧嘩－國小校長權力解析**。屏東教育大學教育行政研究所碩士論文，未出版。屏東市。

孫豪志（2008）。**視覺藝術表演與藝術創意生活『文化創意產業』的意義**。政治大學企業管理學系碩士論文，未出版。台中市。

張有恆（2002）。**台鐵關鍵經營改善策略之研究**。國立成功大學交通管理學研究所碩士論文，未出版。台南市。

張嘉津（2005）。**表演藝術行銷策略之研究－以現代劇團為例**。台北大學企業管理研究所碩士論文，未出版。台北。

張怡平（2004）。**文化創意產業促進地方經濟發展策略之研究—以苗栗縣地方特色產業為例**。逢甲大學土地管理研究所碩士論文，未出版。台中。

陳姝吟（2005）。**文化創意產業與國家品牌之相關性研究**。中山大學傳播管理研究所碩士論文，未出版。高雄。

游勝淵（2005）。**屏東熱帶農業博覽會遊客滿意度與行銷策略之研**究。屏東科技大學農業企業管理研究所碩士論文，未出版。屏東。

黃惠穗（2006）。**促進我國文化創意產業發展－公私協力夥伴關係之應用**。國立東華大學公共行政研究所碩士論文，未出版。花蓮。

葉碧雯（2006）。**桃園縣龍潭鄉文化創意產業行銷策略之研究—SWOT 分析**。台北大學公共行政暨政策學研究所碩士論文，未出版。台北。

蔡坤泰（2005）。**休閒農場知覺服務品質、遊客滿意度與行為意向關係之研究 —以屏東熱帶農業博覽會為例**。中山大學企業管理研究所碩士論文，未出版。高雄。

駱焜祺（2002）。**觀光節慶活動行銷策略之研究－以屏東縣黑鮪魚文化觀光季活動為例**。中山大學公共事務管理研究所碩士論文，未出版。高雄。

賴孟君（2007）。**陶藝創意產業之經營與行銷研究：以趙家窯為例**。南華大學美

學與藝術管理研究所碩士論文，未出版。嘉義。
謝東宏（2004）。**文化創意產業發展之影響因素研究－以高高屏地區為例。**長榮大學經營管理研究所碩士論文，未出版。台南。

薛嘉齡（2004）。**文化創意產業之研究－以嘉義地區交趾陶產業為例。**南華大學非營利事業管理研究所碩士論文碩士論文，未出版。嘉義。
蘇嘉玲（2002）。**觀光節慶活動遊客意象、滿意度、忠誠度關聯之研究---以屏東黑鮪魚文化觀光季為例**。南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文，未出版。嘉義。
蘇嘉惠（2005）。**宜蘭國際童玩節行銷策略之研究**。健康暨管理學院經營管理研。究所碩士論文，未出版。台中

二、專書

Ruth Rentschler 編，羅秀芝譯（2003）。**文化新形象－藝術與娛樂管理**。台北：五觀出版。
王端書（2008）。**農業概論**。台北：大華傳真出版社。
文建會（2004）。**文建會文化創意產業地方巡迴論壇論文集**。台北：文建會。
江藍生（2002）。**2001－2002 中國文化產業發展報告**。北京：會科學文獻出版社。
行政院文化建設委員會（2004）。**文化白皮書**。台北：行政院文化建設委員會。
行政院文化建設委員會著（2004）。**2004 年文化統計**。台北：行政院文化建設委員會。
辛晚教、周志龍（2003）。**全球化趨勢下文化產業園區發展策略之研究**。財團法人環境規劃與城鄉研究文教基金會，行政院經濟建設委員會委託。台北：行政院經濟建設委員會。
李璞良譯（2003）。**創意經濟**。台北：典藏。
Yin,R.K.（1994-2001）。***Case study research：Design and methods（2nd）***尚榮安（譯）。個案研究。台北：弘智。
金偉燦、莫伯尼（2007）。**藍海策略**。台北：天下文化。
花建等著（2003）。**文化+創意=財富：全世界最快速致富產業的經營 KNOW-HOW**。台北：帝國文化。
花建等著（2005）。**文化魔戒：文化競爭力的奧秘**。台北：帝國文化出版社。
林佩璇（2000）。**個案研究及其在教育研究上的應用**。載於中正大學教育學研究所（主編），質的研究方法（頁 239-262）。高雄：麗文。
邱憶惠（1999）。個案研究法：質的取向。**教育研究**，7，113-127。
屏東縣政府（2005）。**2005 年屏東熱帶農業示範園區辦理綠色長廊活動結案報告**

**書**。屏東：屏東縣政府農業處，未出版。
屏東縣政府（2006）。**2006 年屏東熱帶農業博覽會－花果精靈嘉年華結案報告書**。屏東：屏東縣政府農業處，未出版。
屏東縣政府（2007）。**2007 年屏東熱帶農業博覽會－花果夢幻樂園成果報告書**。屏東：屏東縣政府農業處，未出版。
屏東縣政府（2008）。**2008 年屏東熱帶農業博覽會－綠光魔法王國成果報告書**。屏東：屏東縣政府農業處，未出版。
屏東縣政府（2009）。**2009 年屏東熱帶農業博覽會－海角樂園神奇魔法田結案報告書**。屏東：屏東縣政府農業處，未出版。
高宣揚（2002）。**流行文化社會學**。台北：揚智文化事業出版。
財團法人國家文化藝術基金會（2004）。**文化創意產業實務全書**。台北：商周出版。
陳秋芳主編（1994）。**管理者手冊**。台北市：中華企業管理發展中心。
陳伯璋（1990）。**教育研究方法的新取向：質的研究方法**。台北：南宏。
郭生玉（1998）。**心理與教育研究法**。台北：精華。
彭久玲（2002）。**文化是門好生意**。台北：城邦文化。
潘慧玲主編（2004）。**教育研究的取徑：概念與應用**。台北：高等教育文化。
賴聲川（2006）。**賴聲川的創意學**。台北：天下雜誌。
嚴長壽（2008）。**我所看見的未來。**台北：天下文化。

三、期刊

吳濟華、鄭志明（2009）。**地方文化特色產業之發展與介紹**。行政院人事行政局地方研習中心編印之研習論壇，104，頁 9-10。
卓玲妃、陳乃菁(2003)。**文化產業設計與創意**。《歷史月刊》第 187 期：頁 110-114。
鍾聖校（1999）。**質性研究方法論的認識與再議**。國立台北師範學院學報，12，頁 154-184。

四、報紙

李道成（2009，10 月 13 日）。聚焦青島 4000 萬預算，文化創意產業起跑。中國時報，A12 版。
簡憶茹（2008，12 月 24 日）。農委會舉辦台灣休閒農業未來趨勢研討會 建立交流平台，經濟日報，C8 版。

五、相關網站

2005 年屏東熱帶農業博覽會
ezfun.coa.gov.tw/view.php?...mp;class=/（閱覽日期 2006 年 10 月 21 日）
2006 年屏東熱帶農業博覽會
http://tw.myblog.yahoo.com/jw!o8JzWXiRGs9DDA--/article?mid=647（閱覽日期 2006 年 10 月 26 日）
2007 年屏東熱帶農業博覽會
http://blog.roodo.com/hidavid/archives/2768635.html（閱覽日期 2007 年 10 月 29 日）
2008 年屏東熱帶農業博覽會網站
http://www.pthg.gov.tw/News_Detail.aspx?ID=6977（閱覽日期 2008 年 10 月 30 日）
2009 年屏東縣熱帶農業博覽會網站
http://www.wretch.cc/blog/lan0309/20620418（閱覽日期 2009 年 4 月 30 日）
工業技術研究院(國際合作知識分享網)
http://www.ipc.itri.org.tw/content/menu-sql.asp?pid=73（閱覽日期 2007 年 04 月 20 日）
大鵬灣風景區路線圖
http://kenting.network.com.tw/traffic.asp(閱覽日期：2008 年 05 月 16)
王健全，〈如何強化國內文化創意產業廠商的國際化能力（上）〉，2006.10.24，《全球台商 e 焦點》，
http://twbusiness.nat.gov.tw/paper/y06/10/63-101.htm（閱覽日期 2007 年 05 月 14 日）
中國圖書出版網
http://www.chuban.cc/（閱覽日期 2007 年 10 月 20 日）
立法院全球資訊網
http://www.ly.gov.tw/（閱覽日期 2007 年 5 月 26 日）
台中學研究中心
http://www.taichung.fcu.edu.tw/wel.htm(閱覽日期 2007 年 04 月 20 日）
台灣休閒農業發展協會網站
http://www.taiwan-farming.org.tw/(閱覽日期 2007 年 04 月 20 日）
台南縣白河蓮花節
http://www.tainan.gov.tw/cht/action/lotus/lotus-4.htm（閱覽日

期:2008 年 10 月 18 日）
交通部觀光局行政資訊系統：
http://admin.taiwan.net.tw/indexc.asp(閱覽日期 2007 年 05 月 04 日）
交通部觀光局，《2005 觀光年報》，
http://admin.taiwan.net.tw/auser/B/Annual_2005/Chinese/htm/p03_2.htm
（閱覽日期 2007 年 05 月 06 日）
行政院文化建設委員會，《文化創意產業發展計畫》，2004，
http://web.cca.gov.tw/creative/page/main_02.htm（閱覽日期:2007 年 3 月 16 日）
行政院文化建設委員會，《創意台灣－文化創意產業發展方案行動計畫》，2009，
http://cci.cca.gov.tw/page/p_02.php（閱覽日期:2009 年 10 月 08 日）
行政院經濟建設委員會，《歐亞主要國家文化創意產業發展概況》，2003，
http://www.cepd.gov.tw/(閱覽日期 2008 年 05 月 08 日）
李欣如，《創意台灣向前行》
http://kunst2008.spaces.live.com/Blog/cns!1B20668DE2C9059C!2379.entry
(閱覽日期 2009 年 07 月 01 日）
坊山芒果文化季
http://www.libertytimes.com.tw/2009/new/may/23/today-south7.htm
（閱覽日期:2007 年 10 月 19 日）
宜蘭綠色博覽會
http://igreen.ilantravel.com.tw/green/（閱覽日期：2008 年 10 月 18 日）
花果節活動
http://blog.chinatimes.com/yilan/archive/2008/03/03/252670.html
（閱覽日期:2007 年 6 月 01 日）
苗栗客家桐花季
http://www.wretch.cc/blog/eleon2005/11815915（閱覽日期 2008年10月18日）
屏東黑鮪魚文化觀光季
http://www.freshnet.tw/newspage.php?articleid=526（閱覽日期 2007 年 10 月 19 日）
洋蔥嘉年華
http://www.flickr.com/photos/60038911@N00/135242122/（閱覽日期：2007 年 10 月 19 日）
萬丹產業文化嘉年華活動
http://wantan.tacocity.com.tw/wantan/act/act113.htm（閱覽日期：2007 年 10 月 05 日）
經濟部文化創意產業推動小組

http://new.cci.org.tw/article/article_detail.asp?sqno=220(閱覽日期 2008 年 05 月 08 日)
彰化花卉博覽會 http://2009flower.emmm.tw/?ptype=info(閱覽日期:2007 年 10 月 18 日)
墾丁國家公園路線圖
http://kenting.network.com.tw/traffic.asp(閱覽日期：2008 年 05 月 16)

六、外文部份

Caves, R. E. (2000). *Creative industries: contracts between art and commerce*. Cambridge: Harvard University Press

Hartley, J. H. (2005). *Creative Industries*. Oxford: Blackwell

Hesmondhalgh, D. (2002). *The Cultural Industries*. London: Sage

Hirsch, P. M. (1972). Processing Fads and Fashions: An organization- set Analysis of Cultural Industry Systems. *American Journal of Sociology*, 77(4), 639-659

Hirsch, P. M. (2000). Cultural Industries Revisited. *Organization Science*, 11(3), 356-361

Horkheimer and Adorno (1944) The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception. *Dialectic of Enlightenment*.

Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*.

Hsieh, J. J. and Chen, Y. M. (2007), Exploring Creative Human Capital: Some Evidence from the Creative *Industries in Taiwan. Intellectual Capital Congress 2007*, May 3-4, 2007, Haarlem, Netherlands

Scott, A. J. (2000). *The Cultural Economy of Cities*. London: Sage

Siwek, S. E. (2004). *Copyright Industries in the U.S. Economy: The 2004 Report*. Economists Incorporated

Merriam, S. B. Case study research in education. 1988. Thousand Oaks, CA：Sage.UNESCO, 2000, What do we understand by Culture industries? In “Culture

trade and globalisation" in http: //www.unesco.org/culture/industries/trade/index.shtml

Lawrence, T. B. and Philips, N. (2002). *Understanding Cultural Industries. Journal of Management Inquiry*, 11(4), 430-441

Weihrich,H.,（1982）「The TOWS Matrix-A Tool for Situational Analysis」,*Long Range Planning*,Vol.15,No2,1982,pp.60.

附錄一

**農業發展條例**

＊中華民國 62 年 9 月 3 日總統(六二)臺統(一)義字第 4031 號令制定公布全文 38 條

＊中華民國 69 年 1 月 30 日總統令修正公布第 3、20、21、23、24 條條文；並增訂第 21 條之 1、26 條之 1 條條文

＊中華民國 72 年 8 月 1 日總統(七二)臺統(一)義字第 4301 號令修正公布全文 53 條

＊中華民國 75 年 1 月 6 日總統華總(一)義字第 0056 號令修正公布第 2 條條文

＊中華民國 89 年 1 月 26 日總統華總(一)義字第 8900017370 號令修正公布全文 77 條

＊中華民國 91 年 1 月 30 日總統華總(一)義字第 09100019010 號令修正公布第 12、18、25、71 條條文

＊中華民國 92 年 2 月 7 日華總一義字第 09200020080 號令公布增訂農業發展條例第 8 條之 1、第 9 條之 1、第 22 條之 1、第 25 條之 1、第 67 條之 1 及第 67 條之 2 條文；刪除第 11 條及第 14 條條文；並修正第 3 條、第 5 條、第 8 條、第 16 條、第 17 條、第 20 條至第 22 條、第 26 條、第 27 條、第 30 條至第 32 條、第 36 條、第 37 條、第 39 條、第 43 條、第 52 條、第 54 條、第 55 條、第 63 條至第 65 條、第 67 條、第 69 條、第 74 條及第 77 條條文

＊中華民國 96 年 1 月 10 日華總一義字第 09600001891 號令公布修正第 31 條、第 39 條條文

＊中華民國 96 年 1 月 29 日華總一義字第 09600010991 號令公布修正第 27 條條文

**第一章　總則**

第一條　為確保農業永續發展，因應農業國際化及自由化，促進農地合理利用，調整農業產業結構，穩定農業產銷，增進農民所得及福利，提高農民生活水準，特制定本條例；本條例未規定者，適用其他法律之規定。

第二條　本條例所稱主管機關：在中央為行政院農業委員會；在直轄市為直轄市政府；在縣(市)為縣(市)政府。

第三條　本條例用辭定義如下：

一、農業：指利用自然資源、農用資材及科技，從事農作、森林、水產、畜牧等產製銷及休閒之事業。

二、農產品：指農業所生產之物。

三、農民：指直接從事農業生產之自然人。

四、家庭農場：指以共同生活戶為單位，從事農業經營之農場。

五、休閒農業：指利用田園景觀、自然生態及環境資源，結合農林漁牧生產、農業經營活動、農村文化及農家生活，提供國民休閒，增進國民對農業及農

村之體驗為目的之農業經營。

六、休閒農場：指經營休閒農業之場地。

七、農民團體：指農民依農會法、漁會法、農業合作社法、農田水利會組織通則所組織之農會、漁會、農業合作社及農田水利會。

八、農業企業機構：指從事農業生產或農業試驗研究之公司。

九、農業試驗研究機構：指從事農業試驗研究之機關、學校及農業財團法人。

十、農業用地：指非都市土地或都市土地農業區、保護區範圍內，依法供下列使用之土地：

(一)供農作、森林、養殖、畜牧及保育使用者。

(二)供與農業經營不可分離之農舍、畜禽舍、倉儲設備、曬場、集貨場、農路、灌溉、排水及其他農用之土地。

(三)農民團體與合作農場所有直接供農業使用之倉庫、冷凍（藏）庫、農機中心、蠶種製造（繁殖）場、集貨場、檢驗場等用地。

十一、耕地：指依區域計畫法劃定為特定農業區、一般農業區、山坡地保育區及森林區之農牧用地。

十二、農業使用：指農業用地依法實際供農作、森林、養殖、畜牧、保育及設置相關之農業設施或農舍等使用者。但依規定辦理休耕、休養、停養或有不可抗力等事由，而未實際供農作、森林、養殖、畜牧等使用者，視為作農業使用。

十三、農產專業區：指按農產別規定經營種類所設立，並建立產、製、儲、銷體系之地區。

十四、農業用地租賃：指土地所有權人將其自有農業用地之部分或全部出租與他人經營農業使用者。

十五、委託代耕：指自行經營之家庭農場，僅將其農場生產過程之部分或全部作業，委託他人代為實施者。

十六、農業產銷班：指土地相毗連或經營相同產業之農民，自願結合共同從事農業經營之組織。

十七、農產運銷：指農產品之集貨、選別、分級、包裝、儲存、冷凍（藏）、加工處理、檢驗、運輸及交易等各項作業。

十八、農業推廣：指利用農業資源，應用傳播、人力資源發展或行政服務等方式，提供農民終身教育機會，協助利用當地資源，發展地方產業之業務。

第四條　為期本條例之有效實施，政府各級有關機關應逐年將有關工作，編列年度施政計畫及預算，積極推動。

前項預算，應由中央政府配合補助。

第五條　主管機關為推動農業經營管理資訊化，辦理農業資源及產銷統計、分析，應充實資訊設施及人力，並輔導農民及農民團體建立農業資訊應用環境，強化農業資訊蒐集機制。

鄉（鎮、市、區）公所應指定專人辦理農業資源及產銷資料之調查、統計，層報該管主管機關分析處理。

第六條　主管機關為執行保護農業資源、救災、防治植物病蟲害、家畜或水產動植物疾病等特定任務時，得指定人員為必要之措施。

第七條　為強化農民團體之組織功能，保障農民之權益，各類農民團體得依法共同設立全國性聯合會。

**第二章　農地利用與管理**

第八條　主管機關得依據農業用地之自然環境、社會經濟因素、技術條件及農民意願，配合區域計畫法或都市計畫法土地使用分區之劃定，擬訂農地利用綜合規劃計畫，建立適地適作模式。

前項完成農地利用綜合規劃計畫地區，應至少每五年通盤檢討一次，依據當地發展情況作必要之修正。

第八條之一　農業用地上申請以竹木、稻草、塑膠材料、角鋼、鐵絲網或其他材料搭建無固定基礎之臨時性與農業生產有關之設施，免申請建築執照。直轄市、縣（市）政府得斟酌地方農業經營需要，訂定農業用地上搭建無固定基礎之臨時性與農業生產有關設施之審查規範。

農業用地上興建有固定基礎之農業設施，應先申請農業設施之容許使用，並依法申請建築執照。但農業設施面積在四十五平方公尺以下，且屬一層樓之建築者，免申請建築執照。本條例中華民國九十二年一月十三日修正施行前，已興建有固定基礎之農業設施，面積在二百五十平方公尺以下而無安全顧慮者，得免申請建築執照。

前項農業設施容許使用與興建之種類、興建面積與高度、申請程序及其他應遵行事項之辦法，由中央主管機關會商有關機關定之。

對於農民需求較多且可提高農業經營附加價值之農業設施，主管機關得訂定農業設施標準圖樣。採用該圖樣於農業用地施設者，得免由建築師設計監造或營造廠承建。

第九條　中央主管機關為維護農業發展需要，應配合國土計畫之總體發展原則，擬定農業用地需求總量及可變更農地數量，並定期檢討。

第九條之一　為促進農村建設，並兼顧農業用地資源有效利用與生產環境之維護，縣（市）主管機關得依據當地農業用地資源規劃與整體農村發展需要，徵詢農業用地所有權人意願，會同有關機關，以土地重劃或區段徵收等方式，規劃辦理農業用地開發利用。

前項農業用地開發利用之規劃、協調與實施方式及其他相關事項，由中央主管機關會商有關機關定之。

第十條　農業用地於劃定或變更為非農業使用時，應以不影響農業生產環境之完整，並先徵得主管機關之同意；其變更之條件、程序，另以法律定之。

在前項法律未制定前，關於農業用地劃定或變更為非農業使用，依現行相關法令之規定辦理。

第十一條　（刪除）

第十二條　第十條第一項用地之變更，應視其事業性質，繳交回饋金，撥交第五十四條中央主管機關所設置之農業發展基金，專供農業發展及農民福利之用。

各目的事業相關法令已明定土地變更使用應捐贈或繳交相當回饋性質之金錢或代金者，其繳交及使用，依其法令規定辦理。但其土地如係農業用地，除本條例中華民國八十九年一月四日修正施行前已收繳者，得免予撥交外，各相關機關應將收繳之金錢或代金之二分之一依前項規定辦理。

前二項有關回饋金、金錢或代金之繳交、撥交與分配方式及繳交基準之辦法，由中央主管機關會商相關機關定之。

第十條第一項用地之變更，有下列情形之一者，得免繳交回饋金：

一、政府興辦之公共建設及公益性設施。

二、政府興辦之農村建設及農民福利設施。

三、興辦之建設、設施位於經濟部公告為嚴重地層下陷地區，或中央主管機關所定偏遠、離島地區。

第十三條　地政主管機關推行農地重劃，應會同農業及水利等有關機關，統籌策劃，配合實施。

第十四條　（刪除）

第十五條　主管機關對於集水區之經營管理，應會同相關機關作整體規劃。對於水土保持、治山防災、防風林、農地改良、漁港、農業專用道路、農業用水、灌溉、排水等農業工程及公共設施之興建及維護應協調推動。

第十六條　每宗耕地分割後每人所有面積未達０・二五公頃者，不得分割。但有下列情形之一者，不在此限：

一、因購置毗鄰耕地而與其耕地合併者，得為分割合併；同一所有權人之二宗以上毗鄰耕地，土地宗數未增加者，得為分割合併。

二、部分依法變更為非耕地使用者，其依法變更部分及共有分管之未變更部分，得為分割。

三、本條例中華民國八十九年一月四日修正施行後所繼承之耕地，得分割為單獨所有。

四、本條例中華民國八十九年一月四日修正施行前之共有耕地，得分割為單獨所有。

五、耕地三七五租約，租佃雙方協議以分割方式終止租約者，得分割為租佃雙方單獨所有。

六、非農地重劃地區，變更為農水路使用者。

七、其他因執行土地政策、農業政策或配合國家重大建設之需要，經中央目的事業主管機關專案核准者，得為分割。

前項第三款及第四款所定共有耕地，辦理分割為單獨所有者，應先取得共有人之協議或法院確定判決，其分割後之宗數，不得超過共有人人數。

第十七條　本條例修正施行前，登記有案之寺廟、教堂、依法成立財團法人之教堂(會)、宗教基金會或農民團體，其以自有資金取得或無償取得而以自然人名義登記之農業用地，得於本條例中華民國九十二年一月十三日修正施行後一年內，更名為該寺廟、教堂或依法成立財團法人之教堂（會)、宗教基金會或農民團體所有。

第十八條　本條例中華民國八十九年一月四日修正施行後取得農業用地之農民，無自用農舍而需興建者，經直轄市或縣(市)主管機關核定，於不影響農業生產環境及農村發展，得申請以集村方式或在自有農業用地興建農舍。

前項農業用地應確供農業使用；其在自有農業用地興建農舍滿五年始得移轉。但因繼承或法院拍賣而移轉者，不在此限。

本條例中華民國八十九年一月四日修正施行前取得農業用地，且無自用農舍而需興建者，得依相關土地使用管制及建築法令規定，申請興建農舍。本條例中華民國八十九年一月四日修正施行前共有耕地，而於本條例中華民國八十九年一月四日修正施行後分割為單獨所有，且無自用農舍而需興建者，亦同。

第一項及前項農舍起造人應為該農舍坐落土地之所有權人；農舍應與其坐落用地併同移轉或併同設定抵押權；已申請興建農舍之農業用地不得重複申請。

前四項興建農舍之農民資格、最高樓地板面積、農舍建蔽率、容積率、最大基層建築面積與高度、許可條件、申請程序、興建方式、許可之撤銷或廢止及其他應遵行事項之辦法，由內政部會同中央主管機關定之。

主管機關對以集村方式興建農舍者應予獎勵，並提供必要之協助；其獎勵及協助辦法，由中央主管機關定之。

第十九條　為確保農業生產環境，避免地下水及土壤污染，影響國民健康，農業用地做為廢棄物處理場(廠)或污染性工廠等使用，應依環境影響評估法，進行環境影響評估。

農業用地設立廢棄物處理場(廠)或污染性工廠者，環境主管機關應全面普查建立資料庫，廢棄物處理場(廠)或工廠設立者應於廢棄物處理場(廠)或污染性工廠四周，設立地下水監控系統，定期檢查地下水或土壤是否遭受污染，經監控確有污染者，應依照土壤及地下水污染整治有關限制土地使用、賠償、整治及復育等事項之相關法規辦理。

第二十條　本條例中華民國八十九年一月四日修正施行後所訂立之農業用地租賃契約，應依本條例之規定，不適用耕地三七五減租條例之規定。本條例未規定者，適用土地法、民法及其他有關法律之規定。

本條例中華民國八十九年一月四日修正施行前已依耕地三七五減租條例，或已依土地法及其他法律之規定訂定租約者，除出租人及承租人另有約定者

外，其權利義務關係、租約之續約、修正及終止，悉依該法律之規定。

本條例中華民國八十九年一月四日修正施行前所訂立之委託經營書面契約，不適用耕地三七五減租條例之規定；在契約存續期間，其權利義務關係，依其約定；未約定之部分，適用本條例之規定。

第二十一條　本條例中華民國八十九年一月四日修正施行後所訂立之農業用地租賃契約之租期、租金及支付方式，由出租人與承租人約定之，不受土地法第一百十條及第一百十二條之限制。租期逾一年未訂立書面契約者，不適用民法第四百二十二條之規定。

前項農業用地租賃約定有期限者，其租賃關係於期限屆滿時消滅，不適用民法第四百五十一條及土地法第一百零九條、第一百十四條之規定；當事人另有約定於期限屆滿前得終止租約者，租賃關係於終止時消滅，其終止應於六個月前通知他方當事人；約定期限未達六個月者，應於十五日前通知。

農業用地租賃未定期限者，雙方得隨時終止租約。但應於六個月前通知對方。

第二十二條　本條例中華民國八十九年一月四日修正施行後所訂立之農業用地租賃契約，其租賃關係終止，由出租人收回其農業用地時，不適用平均地權條例第十一條、第六十三條、第七十七條、農地重劃條例第二十九條及促進產業升級條例第二十七條有關由出租人給付承租人補償金之規定。

第二十二條之一　主管機關為促進農地流通及有效利用，得輔導農民團體辦理農業用地買賣、租賃、委託經營之仲介業務，並予以獎勵。

**第三章　農業生產**

第二十三條　中央主管機關應訂定全國農業產銷方案、計畫，並督導實施。前項方案、計畫之擬訂，應兼顧農業之生產、生活及生態功能，發展農業永續經營體系。

第二十四條　中央主管機關必要時得會同有關機關，指定農產品或農產加工品，輔導業者設置各該業發展基金。

前項基金之管理及運用，中央主管機關得會同有關機關指導及監督。

第二十五條　主管機關應會同有關機關，就農業資源分布、生產環境及發展需要，規劃農業生產區域，並視市場需要，輔導設立適當規模之農產專業區，實施計畫產、製、儲、銷。

農產專業區內，政府指定興建之公共設施，得酌予補助或協助貸款。

第二十五條之一　主管機關為發展農業科技，得輔導設置農業科技園區；其設置、管理及輔導，另以法律定之。

第二十六條　農民自願結合共同從事農業經營，符合一定條件者，得組織農業產銷班經營之；主管機關並得依其營運狀況予以輔導、獎勵、補助。

農業產銷班之設立條件、申請程序、評鑑方式、輔導、獎勵、補助及其他應遵行事項之辦法，由中央主管機關定之。

第二十七條　中央主管機關對於種用動植物、肥料、飼料、農藥及動物用藥等資材，應分

別訂定規格及設立廠場標準，實施檢驗。

為提升農產品及農產加工品品質，維護消費者權益，中央主管機關應推動相關產品之證明標章驗(認)證制度。

第二十八條　中央主管機關應訂定農業機械化發展計畫，輔導農民或農民團體購買及使用農業機械，並予協助貸款或補助。

第二十九條　農業動力用電、動力用油、用水，不得高於一般工業用電、用油、用水之價格。

農業動力用電費用，不採累進計算，停用期間，免收基本費。

農業動力用電、動力用油、用水之範圍及標準，由行政院定之。

第三十條　主管機關應獎勵輔導家庭農場，擴大經營規模；並籌撥資金，協助貸款或補助。

前項擴大經營規模，得以組織農業產銷班、租賃耕地、委託代耕或其他經營方式為之。

第三十一條　耕地之使用及違規處罰，應依據區域計畫相關法令規定；其所有權之移轉登記依據土地法及民法之規定辦理。

第三十二條　直轄市或縣(市)政府對農業用地之違規使用，應加強稽查及取締；並得併同依土地相關法規成立之違規聯合取締小組辦理。

為加強農業用地違規使用之稽查，中央主管機關得訂定農業用地違規使用檢舉獎勵辦法。

第三十三條　私法人不得承受耕地。但符合第三十四條規定之農民團體、農業企業機構或農業試驗研究機構經取得許可者，不在此限。

第三十四條　農民團體、農業企業機構或農業試驗研究機構，其符合技術密集或資本密集之類目及標準者，經申請許可後，得承受耕地；技術密集或資本密集之類目及標準，由中央主管機關指定公告。

農民團體、農業企業機構或農業試驗研究機構申請承受耕地，應檢具經營利用計畫及其他規定書件，向承受耕地所在地之直轄市或縣(市)主管機關提出，經核轉中央主管機關許可並核發證明文件，憑以申辦土地所有權移轉登記。

中央主管機關應視當地農業發展情況及所申請之類目、經營利用計畫等因素為核准之依據，並限制其承受耕地之區位、面積、用途及他項權利設定之最高金額。

農民團體、農業企業機構或農業試驗研究機構申請承受耕地之移轉許可準則，由中央主管機關定之。

第三十五條　農民團體、農業企業機構或農業試驗研究機構依前條許可承受耕地後，非經中央主管機關核准，不得擅自變更經營利用計畫或閒置不用。

第三十六條　農民團體、農業企業機構或農業試驗研究機構依本條例許可承受之耕地，不

得變更使用。但經中央主管機關核准之經營利用計畫，應依相關法令規定辦理用地變更者，不在此限。

第三十七條　作農業使用之農業用地移轉與自然人時，得申請不課徵土地增值稅。

作農業使用之耕地依第三十三條及第三十四條規定移轉與農民團體、農業企業機構及農業試驗研究機構時，其符合產業發展需要、一定規模或其他條件，經直轄市、縣(市)主管機關同意者，得申請不課徵土地增值稅。

前二項不課徵土地增值稅之土地承受人於其具有土地所有權之期間內，曾經有關機關查獲該土地未作農業使用且未在有關機關所令期限內恢復作農業使用，或雖在有關機關所令期限內已恢復作農業使用而再有未作農業使用情事者，於再移轉時應課徵土地增值稅。

前項所定土地承受人有未作農業使用之情事，於配偶間相互贈與之情形，應合併計算。

第三十八條　作農業使用之農業用地及其地上農作物，由繼承人或受遺贈人承受者，其土地及地上農作物之價值，免徵遺產稅，並自承受之年起，免徵田賦十年。承受人自承受之日起五年內，未將該土地繼續作農業使用且未在有關機關所令期限內恢復作農業使用，或雖在有關機關所令期限內已恢復作農業使用而再有未作農業使用情事者，應追繳應納稅賦。但如因該承受人死亡、該承受土地被徵收或依法變更為非農業用地者，不在此限。

作農業使用之農業用地及其地上農作物，贈與民法第一千一百三十八條所定繼承人者，其土地及地上農作物之價值，免徵贈與稅，並自受贈之年起，免徵田賦十年。受贈人自受贈之日起五年內，未將該土地繼續作農業使用且未在有關機關所令期限內恢復作農業使用，或雖在有關機關所令期限內已恢復作農業使用而再有未作農業使用情事者，應追繳應納稅賦。但如因該受贈人死亡、該受贈土地被徵收或依法變更為非農業用地者，不在此限。

第一項繼承人有數人，協議由一人繼承土地而需以現金補償其他繼承人者，由主管機關協助辦理二十年土地貸款。

第三十九條　依前二條規定申請不課徵土地增值稅或免徵遺產稅、贈與稅、田賦者，應檢具農業用地作農業使用證明書，向該管稅捐稽徵機關辦理。

農業用地作農業使用之認定標準，前項農業用地作農業使用證明書之申請、核發程序及其他應遵行事項之辦法，由中央主管機關會商有關機關定之。

第四十條　作農業使用之農業用地，經核准不課徵土地增值稅或免徵遺產稅、贈與稅、田賦者，直轄市或縣(市)主管機關應會同有關機關定期檢查或抽查，並予列管；如有第三十七條或第三十八條未依法作農業使用之情事者，除依本條例有關規定課徵或追繳應納稅賦外，並依第六十九條第一項規定處理。

第四十一條　家庭農場為擴大經營面積或便利農業經營，在同一地段或毗鄰地段購置或交換耕地時，於取得後連同原有耕地之總面積在五公頃以下者，其新增部分，免徵田賦五年；所需購地或需以現金補償之資金，由主管機關協助辦理二十年貸款。

第四十二條　農業學校畢業青年，購買耕地直接從事農業生產所需之資金，由主管機關協助辦理二十年貸款。

第四十三條　第三十條第一項、第三十八條第三項、第四十一條及前條之協助貸款，其貸款對象、期限、利率、額度及相關事項之辦法，由中央主管機關會商有關機關定之。

**第四章　農產運銷、價格及貿易**

第四十四條　主管機關為維持農產品產銷平衡及合理價格，得辦理國內外促銷或指定農產品由供需雙方依契約生產、收購並保證其價格。

第四十五條　為因應國內外農產品價格波動，穩定農產品產銷，政府應指定重要農產品，由政府或民間設置平準基金；其設置辦法及保管運用準則，由中央主管機關會同有關機關定之。

第四十六條　農民或農民團體辦理共同供銷、運銷，直接供應工廠或出口外銷者，視同批發市場第一次交易，依有關稅法規定免徵印花稅及營業稅。

第四十七條　農民出售本身所生產之農產品，免徵印花稅及營業稅。

第四十八條　中央主管機關會同有關主管機關，對各種農產品或農產加工品，得實施計畫產銷，並協調農業生產、製造、運銷各業間之利益。

第四十九條　農產品加工業，得由主管機關，或經由農民團體或農產品加工業者之申請，劃分原料供應區，分區以契約採購原料。已劃定之原料供應區，主管機關得視實際供需情形變更之。

不劃分原料供應區者，主管機關得會同有關機關統籌協調原料分配。

第五十條　主管機關應會同有關機關，協助農民或農民團體實施產、製、儲、銷一貫作業，並鼓勵工廠設置於農村之工業用地或工業區內，便利農民就業及原料供應。

第五十一條　外銷之農產品及農產加工品，得簽訂公約，維持良好外銷秩序。

中央主管機關得指定農產品，由農民團體、公營機構專責外銷或統一供貨。

外銷農產加工品輸入其所需之原料與包裝材料，及外銷農產品輸入其所需之包裝材料，其應徵關稅、貨物稅，得於成品出口後，依關稅法及貨物稅條例有關規定申請沖退之。

第五十二條　貿易主管機關對於限制進口之農產品於核准進口之前，應徵得中央主管機關之同意。

財政主管機關應於實施農產品關稅配額前，就配額之種類、數量、分配方式及分配期間，先行會商中央主管機關後公告之。

農產品或其加工品因進口對國內農業有損害之虞或損害時，中央主管機關應與中央有關機關會商對策，並應設置救助基金新台幣一千億元，對有損害之虞或損害者，採取調整產業或防範措施或予以補助、救濟；農產品受進口損害救助辦法及農產品受進口損害救助基金之收支、保管及運用辦法，由行政院定之。

前項基金之來源，除由政府分三年編列預算補足，不受公共債務法之限制外，並得包括出售政府核准限制進口及關稅配額輸入農產品或其加工品之盈

餘或出售其進口權利之所得。

第五十三條　為維護進口農產品之產銷秩序及公平貿易，中央主管機關得協調財政及貿易主管機關依有關法令規定，採取關稅配額、特別防衛及其他措施；必要時，得指定單位進口。

農產品貿易之出口國對特定農產品指定單位辦理輸銷我國時，中央主管機關得協商貿易主管機關指定或成立相對單位辦理該國是項農產品之輸入。

**第五章　農民福利及農村建設**

第五十四條　為因應未來農業之經營，政府應設置新台幣一千五百億元之農業發展基金，以增進農民福利及農業發展，農業發展基金來源除捐贈款外，不足額應由政府分十二年編列預算補足。

前項捐贈，經主管機關之證明，依所得稅法之規定，免予計入當年度所得，課徵所得稅，或列為當年度費用。

中央主管機關所設置之農業發展基金，應為農民之福利及農業發展之使用，其收支、保管及運用辦法，由行政院定之。

第五十五條　為確保農業生產資源之永續利用，並紓解國內農業受進口農產品之衝擊，主管機關應對農業用地做為休耕、造林等綠色生態行為予以獎勵。

第五十六條　中央政府應設立農業金融策劃委員會，策劃審議農業金融政策及農業金融體系；其設置辦法，由行政院定之。

中央主管機關應依據前項政策，訂定農貸計畫，籌措分配農貸資金，並建立融資輔導制度。

第五十七條　為協助農民取得農業經營所需資金，政府應建立農業信用保證制度，並予獎勵或補助。

第五十八條　為安定農民收入，穩定農村社會，促進農業資源之充分利用，政府應舉辦農業保險。

在農業保險法未制定前，得由中央主管機關訂定辦法，分區、分類、分期試辦農業保險，由區內經營同類業務之全體農民參加，並得委託農民團體辦理。

農民團體辦理之農業保險，政府應予獎勵與協助。

第五十九條　為因應農業國際化自由化之衝擊，提高農業競爭力，加速調整農業結構，應建立獎勵老年農民離農退休，引進年輕專業農民參與農業生產之制度。

第六十條　農業生產因天然災害受損，政府得辦理現金救助、補助或低利貸款，並依法減免田賦，以協助農民迅速恢復生產。

前項現金救助、補助或低利貸款辦法，由中央主管機關定之。

辦理第一項現金救助、補助或低利貸款所需經費，由中央主管機關設置農業天然災害救助基金支應之；其收支、保管及運用辦法，由行政院定之。

第六十一條　為改善農村生活環境，政府應籌撥經費，加強農村基層建設，推動農村社區之更新，農村醫療福利及休閒、文化設施，以充實現代化之農村生活環境。

農村社區之更新得以實施重劃或區段徵收方式為之，增加農村現代化之公共設施，並得擴大其農村社區之範圍。

第六十二條　為維護農業生產及農村生活環境，主管機關應採取必要措施，防止農業生產對環境之污染及非農業部門對農業生產、農村環境、水資源、土地、空氣之污染。

第六十三條　直轄市、縣(市)主管機關應依據各地區農業特色、景觀資源、生態及文化資產，規劃休閒農業區，報請中央主管機關劃定。

休閒農場之設置，應報經直轄市或縣(市)主管機關核轉中央主管機關許可。

第一項休閒農業區之劃定條件、程序與其他應遵行事項，及前項休閒農場設置之輔導、最小面積、申請許可條件、程序、許可證之核發、廢止、土地之使用與營建行為之管理及其他應遵行事項之辦法，由中央主管機關定之。

**第六章　農業研究及推廣**

第六十四條　為提高農業科學技術水準，促進農業產業轉型，主管機關應督導所屬農業試驗研究機構，加強農業試驗研究及產業學術合作，並推動農業產業技術研究發展。

中央主管機關為落實農業科技研發成果於產業發展，應依法加強農業科技智慧財產權之管理及運用，並得輔導設置創新育成中心。

前項創新育成中心之設置及輔導辦法，由中央主管機關定之。

第六十五條　為確保並提升農業競爭優勢，中央主管機關應會同中央教育及科技主管機關，就農業實驗、研究、教育、訓練及推廣等事項，訂定農業研究、教育及推廣合作辦法。

中央主管機關應加強辦理農業專業訓練，並應編列預算，獎助志願從事農業之青年就讀相關校院科、系、所及學程，以提升農業科技水準及農業經營管理能力。

主管機關辦理農業推廣業務，應編列農業推廣經費。

第六十六條　為擴大農場經營規模，鼓勵農民轉業，主管機關應會同職業訓練主管機關，對離農農民，專案施以職業訓練，並輔導就業。

第六十七條　主管機關應指定專責單位，或置農業推廣人員，辦理農業推廣業務，必要時得委託校院、農民團體、農業財團法人、農業社團法人、企業組織或有關機關(構)、團體辦理，並予以輔導、監督及評鑑；其經評鑑優良者，並得予以獎勵。

前項評鑑項目、計分標準、成績評定、獎勵及其他應遵行事項之辦法，由中央主管機關定之。

第六十七條之一　提供農業推廣服務者，得收取費用。

第六十七條之二　為強化農業試驗研究成果推廣運用，建立農民終身學習機制，主管機關應建構完整農業推廣體系，並加強培訓農業經營、生活改善、青少年輔導、資訊傳播及鄉村發展等相關領域之專業農業推廣人員。

中央主管機關應指定專責單位，規劃辦理農業推廣及專業人力之教育、訓練及資訊傳播發展工作。

第六十八條　農業實驗、研究、教育及推廣人員對農業發展有貢獻者，主管機關應予獎勵；其獎勵辦法，由中央主管機關定之。

**第七章　罰則**

第六十九條　農業用地違反區域計畫法或都市計畫法土地使用管制規定者，應依區域計畫法或都市計畫法規定處理。

農民團體、農業企業機構或農業試驗研究機構依本條例許可承受之耕地，違反第三十六條規定，擅自變更使用者，除依前項規定辦理外，對該農民團體、農業企業機構或農業試驗研究機構之負責人，並處新臺幣六萬元以上三十萬元以下罰鍰。

第七十條　未經許可擅自設置休閒農場經營休閒農業者，處新臺幣六萬元以上三十萬元以下罰鍰，並限期改正；屆期不改正者，按次分別處罰。

第七十一條　休閒農場未經主管機關許可，自行變更用途或變更經營計畫者，由直轄市或縣（市）主管機關通知限期改正；屆期不改正者，處新臺幣六萬元以上三十萬元以下罰鍰，並按次分別處罰；情節重大者，並得廢止其許可登記證。

第七十二條　農民團體、農業企業機構或農業試驗研究機構違反第三十五條之規定，未經核准擅自變更經營利用計畫或將耕地閒置不用者，處新臺幣三萬元以上十五萬元以下之罰鍰並限期改正；逾期不改正者，按次分別處罰。

第七十三條　本條例所定之罰鍰，由主管機關處罰之。

第七十四條　依本條例所處之罰鍰，經限期繳納，屆期仍未繳納者，依法移送強制執行。

**第八章　附則**

第七十五條　各級主管機關依本條例受理申請登記、核發證明文件，應向申請者收取審查費、登記費或證明文件費；其收費標準，由中央主管機關定之。

第七十六條　本條例施行細則，由中央主管機關定之。

第七十七條　本條例自公布日施行。

# 附錄二

## 本研究所擬之訪談題目如下：

| |
|---|
| 一、您認為屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會對於農業經濟發展有沒有幫助？ |
| 二、您認為屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會對於屏東縣發展觀光有沒有幫助？ |
| 三、您認為屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會對於鼓勵農民創意經營有沒有幫助？ |
| 四、您認為屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會對於提昇縣民光榮感有沒有幫助？ |
| 五、您認為屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會對於縣府員工會不會造成困擾？ |
| 六、您認為屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會會不會浪費公帑？ |
| 七、您認為屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會會不會有圖利他人之顧慮？ |
| 八、您認為屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會對於農業文化創意發展有沒有助益？ |
| 九、您認為屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會對於農業技術發展之提升有沒有幫助？ |
| 十、您認為屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會對於農業轉型升級有沒有助益？ |
| 十一、您認為屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會有沒有文化創意產業的內涵和價值？ |
| 十二、您認為屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會有無逐年進步？ |
| 十三、您對於屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會的內容還滿意嗎？ |
| 十四、您來參觀過熱帶農業博覽會後對於農業常識有沒有進步？ |
| 十五、您認為屏東縣政府是否需要繼續辦理熱帶農業博覽會？ |
| 十六、您認為屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會有什麼特色？ |
| 十七、您對於屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會有什麼期許或建議？ |
| 十八、請問您對於屏東縣政府近幾年辦理熱帶農業博覽會還有什麼其他看法? |

附錄三

屏東熱帶農業博覽會歷屆位置圖

圖片來源：http://www.wretch.cc/blog/lan0309/20620418（閱覽日期：2009/04/30）

附錄四

2009 年屏東熱帶農業博覽會園區介紹圖

圖片來源：http://www.wretch.cc/blog/lan0309/20620418（閱覽日期：2009/04/30）

# 附錄五

## 2009 年屏東熱帶農業博覽會遊園景觀

園內迷你型小南瓜

生質能源發電機

圖片來源：
http://www.flickr.com/photos/rachmaninovi/3227625517/in/set-72157613002921830/（閱覽日期：2009/04/30）

綠色長廊裡種植的西洋南瓜

綠色長廊景觀

圖片來源：
http://www.flickr.com/photos/rachmaninovi/3227625517/in/set-72157613002921830/（閱覽日期：2009/04/30）

縣長親自扮財神

2009 年屏東熱帶農業博覽會小精靈

圖片來源：
http://www.flickr.com/photos/rachmaninovi/3227625517/in/set-72157613002921830/（閱覽日期：2009/04/30）

人手一張導覽地圖

園內廠商進駐

圖片來源：
http://tw.myblog.yahoo.com/jw!bmMCKdWTQED9P0Cc39qXJe8u/article?mid=1043(閱覽日期:2009/04/30)

廠商自創蓮霧鮮肉包

正在整理玉米的阿伯

圖片來源：

http://tw.myblog.yahoo.com/jw!bmMCKdWTQED9P0Cc39qXJe8u/article?mid=1043(閱覽日期:2009/04/30)

牛奶蜜棗田

蕃茄田

圖片來源：
http://tw.myblog.yahoo.com/jw!vsLRKy2RGB6DiPin_1KM/article?mid=5673（閱覽日期：2009/04/30）

小植物生態池

廢棄金屬製成的藝術品

圖片來源：
http://tw.myblog.yahoo.com/jw!bmMCKdWTQED9P0Cc39qXJe8u/article?mid=1064(閱覽日期:2009/04/30)

矮小品種的向日葵

溝渠旁的波斯菊群

圖片來源：
http://tw.myblog.yahoo.com/jw!bmMCKdWTQED9P0Cc39qXJe8u/article?mid=1064(閱覽日期:2009/04/30)

牧場區入口海報

牧場區展示之鴕鳥

圖片來源：

http://tw.myblog.yahoo.com/jw!8ayzSJSGGRF7OpxpTVx_tMFBCzGERPhnaBAU/article?mid=541（閱覽日期：2009/04/30）