

「第四屆行政院青年諮詢委員會」主題座談 文化返鄉、在地創生與地方發展成果紀錄

一、座談時間：113 年 1 月 28 日（星期日）上午 9 時至下午 5 時

二、座談地點：日光春和旅館

三、主持人：黃開洋、潘昱谷、劉浩晨

紀錄：黃開洋

四、討論內容及結論：

（一）場次一：文化返鄉與地方發展（黃開洋主持）

1. 楊馥慈（離島出走創辦人）

(1) 在選擇回鄉發展後，決定從駐村、成立工作室開始，她特別選擇了一個離家很遠的地方深耕，沒想到卻意外拉近了與家鄉的距離；此時她也成為社區發展協會總幹事，離島出走位於充滿石滬文化的漁村，在當地長輩的信任下，一同邀請了社區夥伴，一起從事社會福利和老人關懷的活動，這是在地方創生發展中一種可以相互合作的方法。

(2) 離島出走的初心是建立石滬新的價值，主要提供給對石滬有興趣的人以石滬為核心的生活體驗。團隊識別的線條象徵著石滬，並以在海底下的牆象徵著海洋之心，代表離島出走的初心是希望尋回每個人心中對海洋的愛。

離島出走的辦公室位於海邊，前身是澎湖日治時期盛行的魚乾加工廠，稱之為「hû-tsàu」，這裡同時兼具對外進行旅遊體驗的基地，安排當地村民及傳統石滬匠師以導覽方式合作，在過去的 5 年內，已經有超過 5 萬人參與了離島出走的旅遊活動。石滬具有悠久的歷史與文化，並且在國際上有其重要性，這是一種跨國際的捕魚方法，全世界除了南極洲外皆有分布。在日本，早已開始啟動地方文化傳承，他們將石滬結合地域振興，由當地的民間協會負責運作，去年舉辦了第 11 屆的石滬節，與附近的水產會合作，購買當地漁獲物種，放流到石滬周邊，這樣的舉辦方式不僅讓民眾體驗捕魚的樂趣，同時感受當地的海

洋文化。

- (3) 在澎湖，石滬文化有其特殊之處，首先在數量上，整個群島被大小不一的石滬密密麻麻地包圍，且從 1996 年的普查到現在，石滬數量也持續增加，最新的數據顯示目前約有 654 口石滬分布在群島上，形成豐富多樣的文化景觀。

此外，澎湖石滬還被列為「臺灣世界遺產潛力點」，強調其作為文化資產的潛在價值，這使得澎湖石滬成為國際研討會的焦點，吸引各地專業人士前來了解。

1970 年代開始，由於現代漁業方法的興起以及環境變化，石滬逐漸式微；此外，對於非澎湖居民而言，石滬文化較難引起共鳴。因此，透過文化藝術發展，試圖喚起這項文化的新價值，並為當地帶來經濟發展，同時鼓勵青年回鄉參與。

- (4) 離島出走如何實現石滬資訊數位化與國際連結？首先，離島出走著手於科普調查，通過有效的田野調查和有系統的整理，建立了石滬資料庫，並重新設計了系統，使其能夠上傳到雲端，供公眾查閱。Stoneweir.info 澎湖石滬資訊平臺不僅是資料庫的名稱，也是它的網址，可以方便查看石滬相關知識。

這樣的資訊平臺旨在為在地帶來影響力，同時也與國際連結，希望這個平臺能夠成為石滬相關研究的資源，支援當地工作者的研究補助，並成為了解石滬的重要工具。

- (5) 結論：如何透過石滬實現商業模式的設計和品牌經營？在選擇非營利組織或社會企業的模式時，離島出走選擇了社會企業，因為相信透過商業模式的發展，可以更好地支持組織，並不長期依賴補助。

透過分析每年來澎湖觀光的人數，離島出走發現石滬文化對遊客相當有吸引力，離島出走的目標是在第一年吸引 3,000 至 5,000 人，並轉化為對石滬產品的消費，從而支持工作室的運作；同時，離島出走也深入分析了遊客的行為，發現遊客們的

消費並未回饋到當地社區，這促使離島出走提供更深入、與當地互動的服務。

品牌經營方面，注重利害關係人的描繪，對外識別的每個細節都經過精心設計，以確保與 CIS 識別相互匹配；在與政府機構的合作方面，離島出走根據不同局處的職能，努力找到合作的契機。這樣的努力不僅在石滬旅遊產品上實現了突破，也希望能夠讓觀光客更深入地了解當地文化，實現石滬文化的發展。

2. 蔡沛原(連江縣政府青年事務委員、鹹味島合作社共同創辦人)
 - (1) 東引是馬祖的一部分，有兩個主要的抵達途徑，第一是本島人常用的途徑，在基隆碼頭搭乘 8 小時的船班，舒適地抵達東引，去年 6 月開始，還有一艘由日本協助建造的新臺馬輪，提供更舒適的旅遊體驗，這也是目前最推薦的旅遊方式；第二途徑是從南竿跳島，先到南竿島、再搭乘兩小時的船抵達東引。來到東引的遊客通常都是對馬祖文化深感興趣，因此選擇跳島深入了解馬祖。
 - (2) 蔡沛原在 12 歲之前都在東引島上長大，從出生到國小畢業都在這裡度過；然而，由於馬祖的經濟困境，很多同學在 12 歲時離開島嶼，有些人甚至從此離開馬祖前往臺北就學，這樣的情況讓她感受到馬祖是一座過境之島，人們在不同人生階段離開這裡，而她也於 2006 年離開了島嶼。
畢業於景觀設計系，工作兩年之後，她決定回到東引島，她創立了景觀設計公司，並且也與兩位國小同學共同創立了一個社會企業—鹹味島合作社。目前為止，團隊由 3 人發展到 9 位正職及 20 位夥伴，鹹味島合作社成為一個事業體，除了熱愛地方創生，也需要商業模式來維持團隊的運作。
 - (3) 鹹味島的事業體主要涵蓋地方設計、產品設計、景觀設計和文化展覽等方面，其中，北緯 26 度色彩計畫是在 2008 年展開的重要案例，透過研究自然色彩、生活色彩和軍事戰地色彩，找

到馬祖獨特的色調，並將這些色彩應用在東引的改造計畫，選用 6 種當地特有色彩，讓整個地區景觀更具特色。

此外，她們也致力於推動文化創意產業，以島上的資源為基礎，開發各種文創商品，希望以此提升島上的經濟，如開發以東引特有動植物為主題的文創商品，並與當地的手作藝術家合作，創作出多樣有趣的商品；同時也鼓勵年輕人返鄉，透過參與地方建設、文化保存等工作，共同為島上發展努力。

- (4) 色彩影響視覺感受最為直接，在這基礎上她們投入了公共設計的領域，延續著先前提到的色彩計畫，選擇了一種叫做「東引海綠」的顏色，其色調為「NCS4020B50G」，會選用這種色調，是因為馬祖海水的藍色有些特殊，比如澎湖海水的藍色偏綠，而馬祖海水的藍色帶有一點霧灰及綠色，這得益於馬祖的地質及水域環境，由於花崗岩土的風化溶解在海水中，因此整體才呈現出這種獨特的藍綠色。

以這個藍綠色為代表，將其運用東引鄉門牌的設計中，另外還參與了東引的招牌設計，考慮到馬祖的營業模式並不需要夜間招牌，因此拆除了東引的燈箱，轉而使用小巧的招牌，更符合街道的尺度；此外，她們也完成了東引慢城聯外步道指標系統的設計，配合國際慢城的認證，鼓勵遊客以低碳的方式，步行探訪東引景區。

- (5) 鹹味島也致力於文化策展工作，推廣馬祖的獨特文化，前年參與了第一屆馬祖國際藝術島的策展，其中一項重要的裝置是風塔，由馬祖四鄉五島、7 所學校的小三生，總共 95 位小朋友共同完成，這件作品作者數量龐大，最後需要兩張解說牌來介紹這個巨大的共創裝置，相當引人注目。另外，去年的「生紅過夏」展覽在東引留下 5 件完整的作品，這也是一個創舉，因為這些作品能夠保存在當地 7 年，提供更多遊客未來前來馬祖時欣賞的機會。

- (6) 結論：鹹味島一直以來透過設計和策展的方式，希望讓更多人透過藝文的角度看到馬祖的傳統文化，並搭建橋樑，讓這些文化可以更廣泛地被傳遞。年輕人如果要返鄉，能找到一位在地引路人的角色是重要的，透過自己的專業彰顯家鄉的特性，讓家鄉更好，是1+1大於2。面對在鄉帶動新思維的質疑，要心理強大、要保持樂觀，期待未來能看到更多類似的設計案例，透過分享地方故事豐富大家的視野。

(二) 場次二：在地創生與地方發展（潘昱谷主持）

1. 王品超（三恆一樹行銷有限公司負責人）

- (1) 因為重視家庭，王品超因此決定留在家鄉屏東發展，因為成長背景的關係，與外婆的羈絆是他留在家鄉最大的理由，不論返鄉就業或創業，大家都需要一個理由，而根本問題是需要深入了解自己想要什麼。目標明確後，離島或偏鄉都不會是阻礙，每個地方都有值得發展的產業或機會，就算暫時沒看到，也可嘗試自己創造。
- (2) 家庭背景無法在創業的路上提供實質的金錢支持，加上屏東創業機會跟資源不如大都會地區豐富，但他始終維持信念：「沒有資源找資源，沒有機會就努力創造機會」，不斷嘗試，並且保持滾動式修正。舉例來說，一開始沒有目標方向，也沒有資源，他就投入公部門，一方面提供過去在發展學生組織及推廣學權等與青年政策有關之經驗；另一方面也更深入了解地方公部門的資源及政策走向，同時透過參與及執行地方輔導創業政策，在幫助其他團隊的同時，也增加自己在商業上的專業知識及技能，讓他在創業前就打好深厚的基礎，從最初的5萬元資本，一路走到現在上千萬營業額，保持每年持續的成長，同時也創造了許多在地就業機會。
2. 結論：創業沒有100%的成功率，這條路絕對是一條非常困難的道路，除了機運問題，最重要的是方法正不正確，一樣的項目，

會有很多失敗案例，同時，也總是會有成功的案例；這些成功的案例不一定是資本最雄厚，也不一定是最聰明的，而是在對的時機，用了正確的方法做了正確的決策。一個老闆除了自身的能力，持續的學習也很重要，但更重要的是能有一個勇敢又開放的思想，保持隨時調整的彈性。

3. 劉浩晨（日光春和負責人）

- (1) 現在的日光春和，不僅是馬祖最精緻的旅館，它也可以是一座藝廊、在地好物的展售據點、會議活動空間，甚至建築本身就是當地的藝術品或地標，是具有多重功能的載體；而日光春和一開始也不是現在的樣子，這是經過劉浩晨及家人多次轉型，才有現在的光景。
- (2) 因為馬祖特殊的歷史文化背景，許多就算從小在馬祖長大的在地人，也不一定會了解自己的家鄉；而他也是其中之一，從小到大只認識家裡、學校、自家的商店，一直到大學畢業、返回馬祖當兵後，有機會到同為馬祖地區的另一個島嶼生活，才開始更加深入的認識家鄉。後來他在退伍時選擇留下來就業，甚至為了讓地方能有正向的改變，透過自身的努力投入議員選舉。離島或偏鄉的機會的確比大都會少，但是絕對不是零機會，而是要等有心的人去發掘。
- (3) 結合另一位講者品超所分享「大店長」的經驗，身為一個團隊領導者或老闆，保持能隨時調整的彈性思維非常重要。以日光春和為例，進行大整修之後，馬上迎來疫情的嚴峻考驗，還好本來的整修計畫就是讓建築硬體進行多功能化轉型，加上持續的創新、嘗試、調整，讓日光春和得以順利度過疫情，並成為馬祖的代表性旅店。

（三）場次三：地方發展（劉浩晨主持）

1. 謝鈺鑿（東莒長照巷弄工作站計畫負責人）

- (1) 謝鈺鑿過去曾是社工，負責過兒少課輔與性剝削防制。赴國外

工作一段時間回到臺灣後，發現已無法適應臺灣工作環境，剛好一位同年紀的朋友罹癌過世，提醒她工作不要忘記生活。這段時期，一位學妹告訴她有個名為大浦 Plus+ 的文化處計畫，有意承接的新負責人希望繼續延續這過去 7、8 年以藝術駐村擾動地方的成果，並且她能加入兒童夏令營和青少年活動的策劃。雖然只來東莒玩過，她經過一番考慮，還是加入了福大大工作室，開始深度認識東莒島民。她以環島慢跑的方式，努力讓島上居民認識她，並介紹了東莒的地理位置及交通方式。

- (2) 本次論壇的講師課程中對商業模式的分享，在東莒島上比較少見，相對在社區服務中較為缺乏，不過，工作室成立後，這些稱之為「島嶼圖像」的在地人，使她看見青年返鄉結婚生子的金錢壓力下，會多方兼職，所以參與社區營造與公共利益的討論較少。島民的考量是，發展各種產業，島嶼小、量能不足，即便靠科技與物流補足，成本就高，所以會更努力想賺錢。
- (3) 在島上生活後，自學如何剪髮，也賣過給臺灣釣客到工人的便當，還最近開始到其他島嶼度假時去擺攤賣滷味。這些嘗試的初心，是想要有更多與在地長者的互動，或者發揮自己的興趣專長，不一定有達到能自立營收的模式，但也有意外的經驗收穫。
- (4) 在接下社協的長照據點工作站後，她嘗試經營老人共餐等多元化事業，尤其堅持使用者付費的理念，向使用者收取 30 元的餐費，並且希望不要完全依賴政府資源；另外計劃接手一間民宿以提供更多元的服務，透過共餐活動，她們致力於製作餐點、收集長輩記憶，並累積地方餐桌食物，凝聚文化與情感，體驗「全島都是家人」的感受。因為年輕人及老年人在價值觀上存在差異，她們努力推動跨世代的對話，希望讓彼此能夠更好地理解對方。
- (5) 結論：從學習長者剃髮、販賣釣客便當、接手長照據點到市集

擺攤，現在開始經營民宿，最重要的是參與及嘗試的過程，從各種不同的工作經驗啟發，可以看到更多不同人的面貌，了解更多可能性，保持開放的思考，努力在世代之間去創造更多對話機會，並從中收穫，體驗文化。