

萬物糧倉 大地慶典
East Rift Valley Granary Festivities

品味豐饒萬物・百選臺東風土

成果簡報

111年萬物糧倉大地慶典
台東地區縱谷百選與品牌型塑計畫

主辦單位｜行政院農業委員會水土保持局臺東分局
執行單位｜津和堂城鄉創意顧問有限公司

簡報大綱

1、縱谷百選店家輔導推廣

2、大地餐桌產業化輔導

3、品牌形塑服務

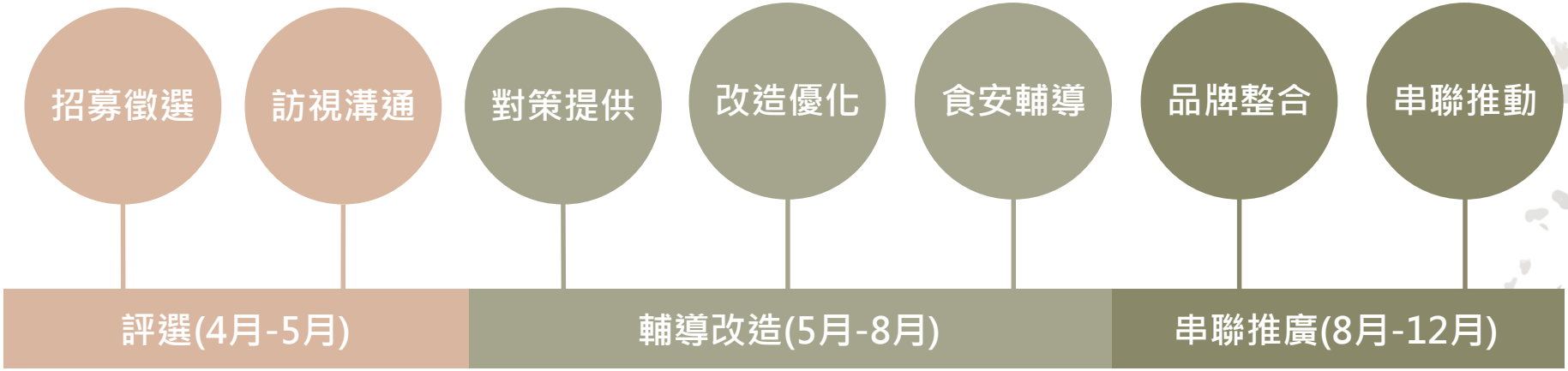
4、結論與建議

5、配合相關計畫各項工作之執行與合作

6、112 年計畫執行簡介

1 縱谷百選店家輔導推廣

縱谷百選店家輔導推廣 – 輔導內容與流程說明



以市場潛力、串聯推廣潛力、計畫預期效益等評估項目，徵選出今年的輔導店家。

邀請主辦單位與品牌小組，實地訪查輔導店家，蒐集業者想法與溝通討論需求，達成後續輔導共識。

品牌小組針對品牌識別設計、產品包裝/空間據點優化、市場通路等提供建議，依計畫期程訂立可行的改造項目。

媒合設計師與輔導店家，根據改造項目，進行設計及製作/施作。

對至少10組產品進行食安輔導。

將輔導店家的產品/空間據點以「V-select」的共同品牌整合，並推出宅配箱或提袋共3款。

結合大地餐桌相關活動串聯導購，共同進行產品推廣，並邀請媒體創造曝光機會，擴大品牌效益和經濟價值。

縱谷百選店家輔導計畫 – 設計師與食安委員

百選商品設計師



其創設計 - 呂其恩



映品形象
設計研究所
- 王嘉盈、林杰輝



津和堂 - 廖育徹

百選空間設計師



津和堂 - 蔡辰羽



空形粘土設計工作室
- 吳禹橙



王煒婷



津和堂 - 陳怡真

食安輔導委員



葉杏珍

縱谷百選店家輔導計畫 – 三代三花手作坊

輔導診斷建議	實質改變作為
Q 梅和紫蘇梅的包裝，延續去年黃熟梅漿的設計調性，使品牌風格更有整體的一致性。同時開發出小罐裝，讓遊客容易入手。	1. Q 梅和紫蘇梅新增300g小罐裝。 2. 標籤貼紙重新設計，延伸去年的主視覺，呈現系列性。 3. 大罐裝與小罐裝，2種尺寸貼紙各印製500張。



Before



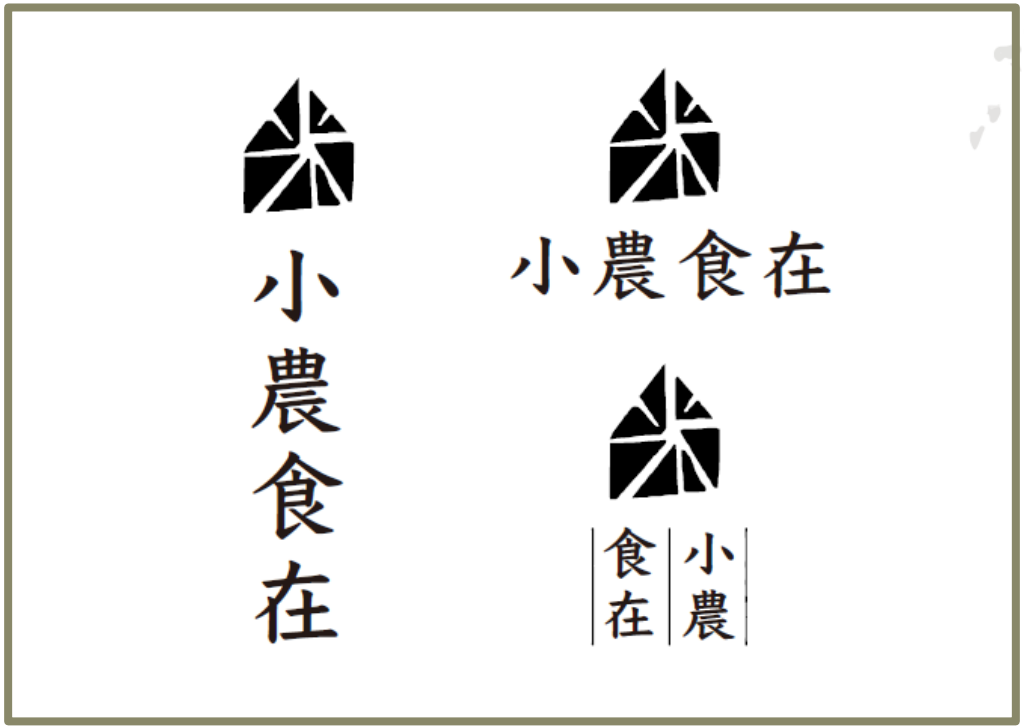
After

縱谷百選店家輔導計畫 – 平安米舖 (小農食在)

輔導診斷建議	實質改變作為
1. 優化現行使用的LOGO。	1. 品牌LOGO重新設計。結合「米」字及為家人著想的「家屋」意象，並提取根在土壤的側面圖像，重新設計小農食在的LOGO。



Before



After

縱谷百選店家輔導計畫 – 平安米舖 (小農食在)

輔導診斷建議	實質改變作為
2. 目前米的外包裝貼紙容易翹起來，建議調整包裝形式，以印刷米袋或腰封取代貼紙，帶出質感。	2. 新包裝使用腰封取代貼紙，將有機米與友善米以不同的顏色區隔，兩種各印製1000張。



Before



After

縱谷百選店家輔導計畫 – 平安米舖 (小農食在)

輔導診斷建議	實質改變作為
3. 結合故事力發展包裝文案，傳遞有機米與友善米的理念，增加商品價值。	3. 設計上融入農人、稻米與動植物和諧共生的插圖，並增加品牌的說明文案來與消費者溝通友善耕作的特色與價值。



Before



After

縱谷百選店家輔導計畫 – 尾餘記

輔導診斷建議	實質改變作為
冷凍宅配料理包延續去年孜然鹹豬肉的包裝設計風格，設計新產品的標示貼紙，發展出完整的冷凍宅配料理包產品線。	1. 協助完善符合食品衛生安全的標示與檢驗





Before

After

縱谷百選店家輔導計畫 – 尾餘記

輔導診斷建議	實質改變作為
冷凍宅配料理包延續去年孜然鹹豬肉的包裝設計風格，設計新產品的標示貼紙，發展出完整的冷凍宅配料理包產品線。	2. 四款產品標籤貼紙設計，延伸去年視覺設計，呈現系列性。除紅燒豬肉軟骨湯印製500張，其他三種商品皆印製1000張。





After

縱谷百選店家輔導計畫 – 尾餘記

輔導診斷建議	實質改變作為
椒麻醬禮袋以可重複利用的環保素材設計。	採用無毒的泥染料，以手染方形布巾製作而成。布巾可重複多元運用，呼應尾餘記品牌長期推廣無塑的精神。製作數量為20組。



Before



After

縱谷百選店家輔導計畫 – 名展企業社(東方藜)

輔導診斷建議	實質改變作為
1. 因要發展麵+拌醬的禮盒，建議要將醬料重新命名，因為一般消費者不會直接拿辣椒醬來拌麵。 2. 以品牌的整體視覺，重新規劃麵條包裝、醬料包裝和禮盒，使其設計風格一致。	1. 重新將醬料命名為拌醬王，明確與消費者溝通醬料的食用方式。 2. 禮盒的設計以紅藜的色調延伸出整體視覺，並增加提把，送禮時拿取方便，也無須再額外製作紙袋。禮盒印製數量 3000 個。



Before



After

縱谷百選店家輔導計畫 – 奉禮食品有限公司 (梨迦初走)

輔導診斷建議	實質改變作為
延續過去產品的主要風格，融入熱氣球意象來做新商品紅烏龍曲奇酥包裝。	1. 鐵盒的貼紙和外包裝的紙盒設計，融入品牌的原吉祥物來設計。 2. 外盒加入臺東特色紅烏龍茶的介紹文案。印量500盒。





Before

After

縱谷百選店家輔導計畫 – 宜興園民宿

輔導診斷建議	實質改變作為
綠豆椪為宜興園民宿的招牌商品之一，逢年過節皆有送禮需求，目前使用公版盒子，較沒有自己的風格，新包裝設計融入宜興園民宿的特色，並多強調傳統綠豆椪製作上的繁複與送禮的隆重心意。	以宜興園主人呂增興的書法題字為標準字，搭配穩重的牛皮紙盒，並以文案「在縱谷山中 老臺東人才知道的好味道」說明宜興園的手工綠豆椪是臺東的隱藏美味，盒中附上小禮卡，呈現送禮的隆重心意。印量1000盒。



Before



After

縱谷百選店家輔導計畫 – 東軒坊

輔導診斷建議	實質改變作為
店家想發展糙米餅的獨立小包裝，並結合臺東特色物產製作而成的果醬/醬料。因為是新的商品概念，在包裝上的溝通要直接。	糙米餅果醬組每盒包含兩片裝的糙米餅小包裝共三包，並結合具有臺東特色的仙楂洛神果醬，皆有獨立包裝，可方便攜帶，包裝外盒的視覺設計，透過直接將果醬淋在米餅上，來明確地與消費者溝通：糙米餅的吃法有更多可能性。紙盒印製1800個。





Before

After

縱谷百選店家輔導計畫 – 阿山哥無毒小棧

輔導診斷建議	實質改變作為
1. 阿山哥無毒小棧的的品牌LOGO較沒有深刻的記憶點與質感。建議以阿山哥的個人特色為主軸，優化目前的品牌LOGO。	1.阿山哥無毒小棧的主理人阿山哥(張桓瑞)的個人特色鮮明，以其為主角來優化舊有的品牌LOGO，強調阿山哥是經常獲得冠軍茶殊榮的重要角色，在目前紅烏龍茶的紅海中，切割出明確的品牌形象。



Before













After

縱谷百選店家輔導計畫 – 阿山哥無毒小棧

輔導診斷建議	實質改變作為
2. 阿山哥無毒小棧的紅烏龍茶為比賽常勝軍，但目前使用公版包裝，優化目前的品牌形象後，在新的品牌形象延伸出茶罐與茶包禮盒的新包裝，讓消費者感受到得獎茶的價值。	2. 新包裝以漸層的橘紅色為基調，加上鹿野地區山稜的線條與新的品牌形象。茶罐的鐵盒選擇沉穩的深藍色來增加質感與辨識度；茶包禮盒的外包裝則由紙盒改為夾鏈立袋，保存更加妥善。鐵盒貼紙印製1000組；茶包袋印製3000個。





Before





After

縱谷百選店家輔導計畫 – 新峰名茶企業社

輔導診斷建議	實質改變作為
1. 目前產品包裝上的品牌LOGO不一致，要先整合出新的品牌LOGO。	1. 與店家訪談後，整合品牌的經營理念，新設計新的品牌LOGO。





Before



After

縱谷百選店家輔導計畫 – 新峰名茶企業社

輔導診斷建議	實質改變作為
2. 整合出新的品牌LOGO後，發展適合品牌精神的新包裝。	2. 以新的品牌LOGO結合新峰茶園的品牌特色，發展符合品牌精神的紅烏龍茶新包裝，正面並以中英文文案說明紅烏龍茶的特色。印製數量1000個。



Before



After

縱谷百選店家輔導計畫 – 聖果蜜多股份有限公司

輔導診斷建議	實質改變作為
三款不同口味的梅子酵素即飲，主打女性消費者，需要設計新品的包裝。可以梅子酵素守護女性的概念，來發展產品包裝。	以梅子酵素守護女性的出發點，延伸出「御守」的概念來發展產品包裝，將三種口味分別設計成「愛情御守」、「青春御守」及「開運御守」，以不同的趣味文案來與消費者互動。三款各印製500張。



Before



After

縱谷百選店家輔導計畫 – 薩法克有限公司 (部落草地便當)

輔導診斷建議	實質改變作為
目前的LOGO是利用免費網路資源製作而成，沒有可以多元運用的識別系統，建議重新優化。	部落草地便當的原LOGO是使用網路素材製作，放大使用後會變得很模糊。設計師將品牌LOGO優化，除了以向量檔重新繪製，也調整字體使整體看起來更俐落，並增加品牌視覺的延伸應用。



Before



After

縱谷百選店家輔導計畫 – 薩法克有限公司 (部落草地便當)

輔導診斷建議	實質改變作為
平價便當能提高價值的空間有限，建議以專為旅行團客層發展出的高價便當來進行設計。融入部落草地便當的花環意象，同時調整便當菜色。	平價便當的貼紙，增加部落草地便當的文化介紹及訂購QRcode。印製數量1000張。



Before



After

縱谷百選店家輔導計畫 – 薩法克有限公司 (部落草地便當)

輔導診斷建議	實質改變作為
建議以專為旅行團客層發展出的高價便當來進行設計。融入部落草地便當的花環意象，同時調整便當菜色。	高價便當則以印刷紙提把組合兩層的圓形餐盒，提把上的花環形狀可兩兩相連，組成一個完整的花環，創造與消費者之間的互動性及趣味，增加消費者拍照打卡宣傳的機會。印製數量2000個。





After

縱谷百選店家輔導計畫 – 薩法克有限公司 (部落草地便當)

輔導診斷建議	實質改變作為
1. 優化茗葉青醬現行使用的貼紙樣式，讓產品更具獨特性。 2. 茗葉醬對外縣市遊客來說，是比較陌生的商品，建議在包裝上增加使用方法。	1. 協助完善符合食品衛生安全的標示與檢驗 2. 結合茗式醬子的口吻，創造出吸睛的茗葉Q版人物，直接與消費者用對話方式來溝通產品的使用方法，讓產品更具獨特性。未來若持續開發茗葉的商品，也可以延伸應用。印製數量1000份。



Before



After

縱谷百選店家輔導計畫 – 饗嚮整合行銷有限公司

輔導診斷建議	實質改變作為
1. 融入鹿野在地意象，以封存在地風味的概念發展果醬禮盒。 2. 店家同時在發展新的CIS品牌識別系統，新包裝可以整合新的LOGO。	1. 協助完善符合食品衛生安全的標示與檢驗 2. 結合鹿野地區的熱氣球、山景及鹿的意象，重新設計紙盒、果醬與果乾包裝貼紙及果醬吊牌。印製數量500盒。



Before



After

縱谷百選店家輔導計畫 – 饗嚮整合行銷有限公司







縱谷百選店家輔導計畫 – 七度空間甜點烘焙館

輔導診斷建議	實質改變作為
1. 把私廚品牌RayLiang及甜點品牌七度空間的使用空間做一個劃分。 2. 目前用餐空間為居家的民宅風格，與高級私廚的用餐氛圍不符。建議保留空間裡原有的優勢，例如復古的花磚地板，打造出兼具「法式優雅」與「回家吃飯的溫馨氛圍」的私廚空間。	1. 空間重新規畫設計，包含牆面優化、天花板優化 2. 燈光調整 3. 招牌設置 4. 店內形象銹化版設置





縱谷百選店家輔導計畫 – 七度空間甜點烘焙館

用餐區





用餐區





縱谷百選店家輔導計畫 – 七度空間甜點烘焙館

主要走道





主要走道





縱谷百選店家輔導計畫 – 七度空間甜點烘焙館

吧檯區





吧檯區





縱谷百選店家輔導計畫 – 七度空間甜點烘焙館

店頭門面設置新招牌











縱谷百選店家輔導計畫 – 七度空間甜點烘焙館

店內形象鏽化板

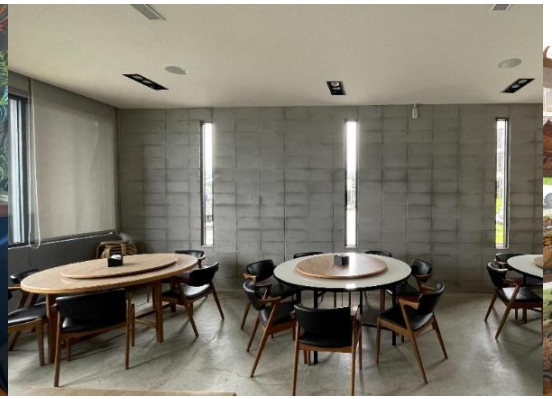




縱谷百選店家輔導計畫 – 旗遇海味館

輔導診斷建議	實質改變作為
1. 現有收納空間已不敷使用。先瞭解業主空間的使用習慣，將店內不必要的物品先進行斷捨離，再來確認需要增加那些倉儲空間。 2. 展售區空間不足，商品及木雕魚收藏共同陳列，略顯凌亂。商品展示架要減少商品，並進行陳列調整。 3. 利用店內的牆面，以策展方式，增加友善漁業的理念說明，並整體評估拍照牆的設計。	1. 增加收納空間，包括吧檯內中島及吧檯區櫃體等倉儲空間。 2. 運用牆面增加店家經營理念及友善漁業內容的策展，向消費者傳遞其價值。 3. 菜單內容重新設計，以成功地區的永續漁法將菜色進行分類。






縱谷百選店家輔導計畫 – 旗遇海味館

中島設計





櫥櫃設計





縱谷百選店家輔導計畫 – 旗遇海味館

策展牆











增加**四季旗魚的說明**，鼓勵客人「品當季」；
以及增加店內**三代傳承及長期支持永善漁業**的經營理念。

縱谷百選店家輔導計畫 – 旗遇海味館

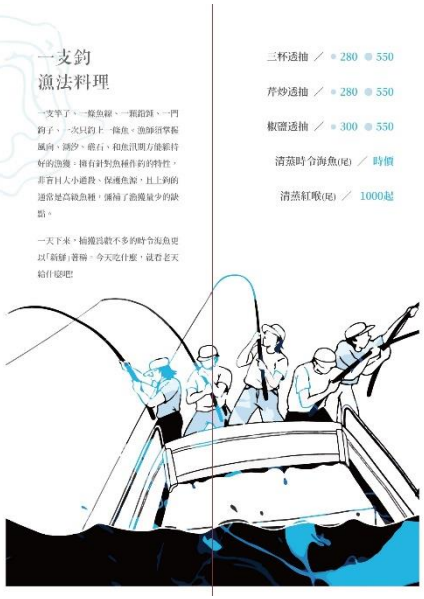
菜單設計





菜單內容以
永續漁法
進行分類與設計，
增加精彩的插圖







縱谷百選店家輔導計畫 – 出力釀

輔導診斷建議	實質改變作為
1. 現階段空間沒有明確的工作區域分配，建議將空間依據用途規劃出工作區，展售區與活動體驗區。 2. 請店家先將體驗活動和工作模式的SOP文字化，再透過使用需求來改善動線 3. 物品要分類，希望依照各區使用的使用模式來設計層架，讓收納系統化。	1. 空間分區明確規劃成策展區、營業區及體驗區，整體動線調整並進行各區基礎修繕 2. 增加各區收納層架。 3. 加強策展區佈展氛圍。







縱谷百選店家輔導計畫 – 出力釀

策展區增加傳統釀酒相關展示內容







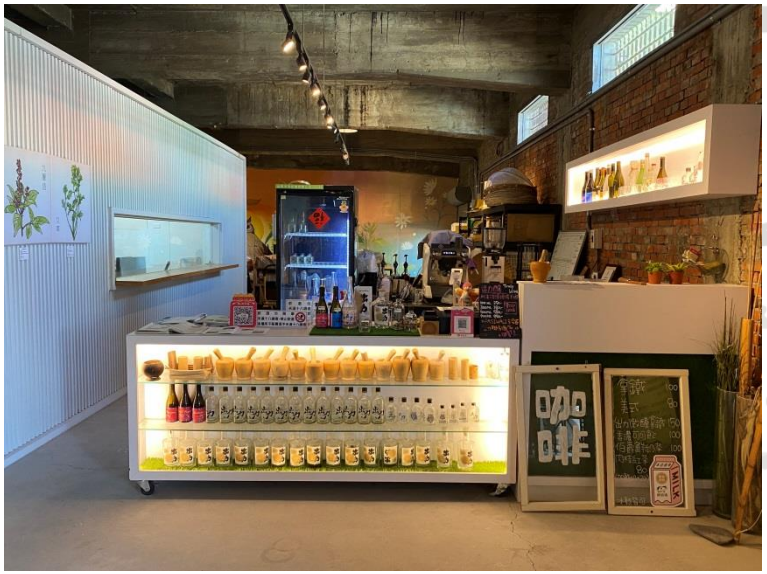




縱谷百選店家輔導計畫 – 出力釀

營業區調整並增加說明掛軸



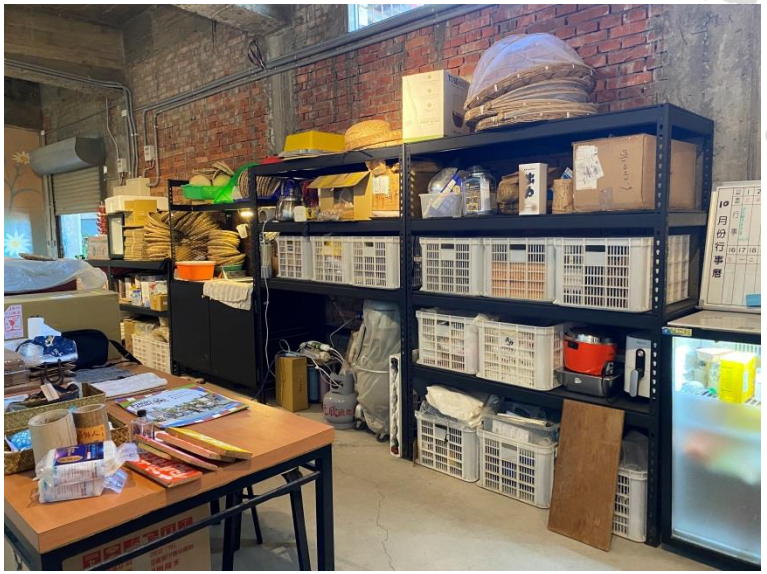




縱谷百選店家輔導計畫 – 出力釀

營業區增加層架





縱谷百選店家輔導計畫 – 出力釀

體驗區







體驗區增設桌椅，並透過東管處

的其他計畫增加後方壁畫

縱谷百選品牌整合推動 – 食品安全標示輔導

本計畫今年協助度**通過審查的產品共12件**，輔導**製作完整的食品安全標示**。

店家名稱	店家需求經討論評估協助項目	目前協助及輔導情況	後續協助及輔導(需有量化指標)
山谷裡的一家人	手工焙炒玄米茶	1. 5/19 進行線上討論/輔導 2. 食品衛生安全標示現況了解及不足討論	協助產品送驗八大營養成分，共 1 項
出力釀	1. 大葉田香雞腿排 2. 酒粕鹽麴豬肉	1. 5/27 親訪 1 次及線上討論/輔導 2. 食品衛生安全標示現況了解及不足討論	協助產品送驗八大營養成分，共 2 項
尾餘記	1.刺蔥鹹豬肉 2.紅燒豬肉軟骨湯 3.椒麻臭豆腐 4.家傳滷牛腱	1. 5/11 親訪 1 次及線上討論/輔導 2. 食品衛生安全標示現況了解及不足討論	協助產品送驗八大營養成分，共 4 項
宜興園民宿	傳統綠豆椪	1. 5/13 親訪 1 次及線上討論/輔導 2. 食品衛生安全標示現況了解及不足討論	協助產品送驗八大營養成分，共 1 項
薩法克有限公司(部落草地便當)	老葉青醬(老式醬子)	1. 5/11 親訪 1 次及線上討論/輔導 2. 食品衛生安全標示現況了解及不足討論	協助產品送驗八大營養成分，共 1 項
饗嚮整合行銷有限公司	1 項果乾 2 項果醬產品	1. 5/13 親訪 1 次及線上討論/輔導 2. 食品衛生安全標示現況了解及不足討論	協助產品送驗八大營養成分，共 3 項

縱谷百選品牌整合推動 – V-select產品宅配箱與提袋設計製作







中型宅配箱

表面防潑水紙箱，可同時供常溫、冷藏或冷凍宅配之產品使用。預計使用在**大地餐桌的串聯導購**及**臺東慢食節展售現場**等聯合行銷活動。

大型宅配箱

表面防潑水紙箱，可同時供常溫、冷藏或冷凍宅配之產品使用。預計使用在**大地餐桌的串聯導購**及**臺東慢食節展售現場**等聯合行銷活動。

保冷袋

今年多項輔導商品皆需冷藏、冷凍保存，故設計比一般環保提袋實用性更高的保冷袋。使用在**SOGO展售會**作為滿額禮；也會使用在**大地餐桌的串聯導購**及**臺東慢食節展售現場**等聯合行銷活動。

計畫支持製作量皆為500個，

宅配箱後續有12個店家，共同追加500個

縱谷百選品牌整合推動 – 通路策展推廣

結合大地餐桌活動發展導購機制

鼓勵執行大地餐桌活動的團隊將縱谷百選產品入菜，並在大地餐桌的活動現場展售縱谷百選好物，增加導購機會，透過地方串聯達到加乘的推廣效果。









經過八場

示範餐桌

推廣銷售件數達

72件 (共13種品項)

推廣銷售金額達

26,680元

縱谷百選品牌整合推動 – 通路策展推廣

關山米國學校穀倉咖啡廳策展推廣

延續去年度「縱谷百選」選品在關山米國學校穀倉咖啡的推廣策展，持續安排今年度輔導完成、且有意願之縱谷百選店家將商品曝光於展場銷售。





2022 年 1 月 – 9 月，推廣銷售件數達 547 件 (共44種品項)

推廣銷售金額達 124,895 元

縱谷百選品牌整合推動 – 通路策展推廣

串聯「臺東慢食節」，策畫V-select 100 MART 快閃超市

秉持著1+1>2的團體戰術，共同行銷臺東好農、好食、好物。串聯今年度下半年的「臺東慢食節」，於現場展示輔導成果，提升整體活動聲量，創造機會讓參與民眾將縱谷百選好物帶回家。

- 日期/時間：2022年10月29日-10月30日，
  每日 16:00-21:00
- 地點：臺東火車站旅遊服務中心舊火車站月台
- 策展主題：
  V-select 100 MART 臺東質感物產
  直達月台超市　兩日限定快閃



縱谷百選品牌整合推動 – 通路策展推廣

串聯「臺東慢食節」，策畫V-select 100 MART 快閃超市

- 販售22個品牌，共計56項商品，**包含17項新商品**。

品牌	商品
痴愛玉	蜜鳳梨禮袋、盒裝愛玉
聖果蜜多	發酵液系列商品、紅刺蔥剝皮辣椒、青梅精、梅子酵素飲系列商品
三代三花	黃熟梅漿、Q梅、紫蘇梅、豆腐乳
日出禾作	珈琲豆、濾掛珈琲
東軒坊	米餅、米餅果醬組
曬穀場話桑麻工坊	桑葉茶
尾餘記	椒麻醬、椒麻臭豆腐
綠島海鹽舖	綠島珊瑚海鹽
東方藜	拌醬王禮盒組
阿山哥無毒小棧	紅烏龍茶
新峰名茶	紅烏龍茶

品牌	商品
部落草地便當	苧葉青醬
饗嚮台東	鮮果禮盒
梨迦初走	紅烏龍曲奇餅
月桃部落-石山倉庫	部落稻草御守
紅烏龍合作社	紅烏龍茶系列商品
池上樂蜂場	蜂蜜系列商品
小農食在	友善米、有機米
足渡蘭	手工皂系列商品
布拉谷果菜生產合作社	部落苦茶油
泰源幽谷獼米	馬告辣椒、台東麻油薑、米米養生禮盒(米+醬)、森林能量禮盒(麵+醬)
旗遇海味	鬼頭刀蛋捲

縱谷百選品牌整合推動 – 通路策展推廣

串聯「臺東慢食節」，策畫V-select 100 MART 快閃超市

- 現場促銷活動，結合保冷袋與宅配箱



現場購買任兩項商品，即贈送V-select包巾一條



現場消費滿666元，即贈送V-select保冷袋一只



現場消費滿1000元，即可享免費宅配服務。

縱谷百選品牌整合推動 – 通路策展推廣

串聯「臺東慢食節」，策畫V-select 100 MART 快閃超市

- 現場每日有四檔活動，包含手作DIY、品飲及試吃，透過活動匯集人流與增加買氣。







縱谷百選品牌整合推動 – 通路策展推廣

串聯「臺東慢食節」，策畫V-select 100 MART 快閃超市



兩日

推廣銷售件數達

221件

(共60種品項)

銷售金額達

63,523元

縱谷百選品牌整合推動 – 2022年度改造效益

- **銷售 (改造後截至2022/11)**

店家	產品	銷售數量(至2022/11)	銷售總額
宜興園	綠豆椪	250 (中秋檔期)	135,000
尾餘記	椒麻臭豆腐	300包	60,000
東軒坊	糙米餅果醬組	100盒	13,000
總計			208,000

- **通路開發 (改造後截至2022/11)**

店家	產品	新通路
阿山哥無毒小棧	紅烏龍茶	**與國內航空合作洽談中，預計有機上及官網的銷售。**
聖果蜜多	梅子酵素即飲	**與南迴驛站大武之心洽談中。**
東軒坊	糙米餅果醬組	**與南迴驛站大武之心洽談中。**

縱谷百選店家輔導計畫 – 2022改造效益

「阿山哥無毒小棧」以全新的品牌LOGO及商品包裝**參與2022台灣國際茶業博覽會**，增加品牌新形象和包裝的曝光機會。同時目前正在洽談**國內航空的機上及官網銷售。**







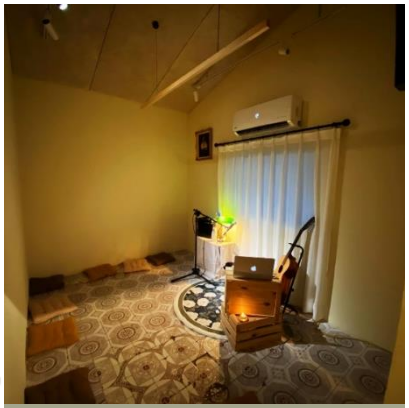
縱谷百選品牌整合推動 – 2022年度改造效益

- **七度空間烘焙館**



體驗人數

1. 甜點烘焙：改造完後內用詢問度增加約20%。
   7/20-8/20平均來客數：內用：5-6組，約20人/日
   外帶：8-10組/日
2. 自7/27增加午餐餐期，平均來客數：2組/日
3. 私廚晚宴：詢問與預約次數提高約60%。



銷售金額

1. 午餐每日約增加800-900元，每月約增加25000元的收入
2. 7/20-8/20期間，晚餐平均每日營收：$5000-$6500
3. 隨著品牌力加值，將晚宴餐點費用從 1280+10%提升至 1580+10%，
4. 店面在餐期之外的時間，增加場地出租的服務項目及收入

縱谷百選品牌整合推動 – 2022年度改造效益

- **七度空間烘焙館**

曝光機會

曝光機會增加



FIFTY PLUS

人物 心靈 健康 生活 專題 理財 影音 專欄 生活百科 | 50+評鑑 | 50+學院 | 50+

▷生活 ▷國內旅遊

冬季甦活慢旅提案：品藝術、啜好茶、泡暖湯，為生活調頻率，找回你的心節奏

走進台東藍的國度，找回生活的溫度

share

當季食材的旬味，品味舌尖上的慢食

「吃在地、食當季」向來是在臺東注重食材永續店家的精神指標，產地即餐桌更是讓味覺漫步的絕佳享受！**睿良RayLiang Restaurant** 隱身在巷弄內，需提前預約的無菜單料理，把持純樸、豐富、再生三項原則，精心選用煙仔虎（疏齒鯖）、刺蔥、洛神，與魯凱族的植物鹽「羅氏鹽膚木」、臺灣特有種的超級食物「油茫」與小農作物，化地方食材為舌尖美味，以食豐富對臺東的探索。

為了好好傳達廚師對土地滋味的想法，每晚最多只接待9位客人。

縱谷百選品牌整合推動 – 2022年度改造效益

- **出力釀**



體驗人數

- 9-11月空間改善完成後，約456人。
- **比照改造前的6-8月250人，成長約80%**
- **比照去年同期9-11月226人。成長約101%。**



銷售金額

1. 營業吧檯完成後，9-11月現場銷售金額523,940元。
   比照空間改善前的6-8月現場銷售金額450,300元，營業額成長約16%。
2. 營業區完成知本老爺訂單1,000組，目前出貨600組。

縱谷百選品牌整合推動 – 2022年度改造效益

- 出力釀



曝光機會

- 知本老爺30周年宣傳影片拍攝
- 歌手舒米恩單曲MV拍攝
- 鄉間小路月刊專訪
- YT網紅影片
- 探索東海岸宣傳影片
- 拍攝活動5場次







縱谷百選品牌整合推動 – 上年度持續效益追蹤

店家	產品	新通路數量	全品項銷售總額
三代三花手作坊	黃熟梅漿	1 (無印良品)	11,160
日出禾作社	日麗米餅、電光濾掛咖啡、禾作手網電光咖啡豆	2 (無印良品、米國學校)	446,000 (2022/7-2022/11)
月桃部落-石山倉庫	部落稻草御守	0	1,175,000
東軒坊	糙米餅	1 (東東市)	99,000
痴愛玉	蜜鳳梨禮袋	1 (東東市)	210,000 (2022/7-2022/11)
	愛玉籽		
聖果蜜多	發酵液系列商品、青梅精、紅刺蔥剝皮辣椒	1 (東東市)	308,960
綠島深層珊瑚海鹽舖	綠島珊瑚海鹽	3 (知本老爺、立麗大酒店、邸台東)	110,000
曬穀場話桑麻工坊	桑葉茶12入	1 (無印良品)	62,500
總計 (改造後截至2022/11)			2,422,620

縱谷百選品牌整合推動 – 協助通路媒合(無印良品)





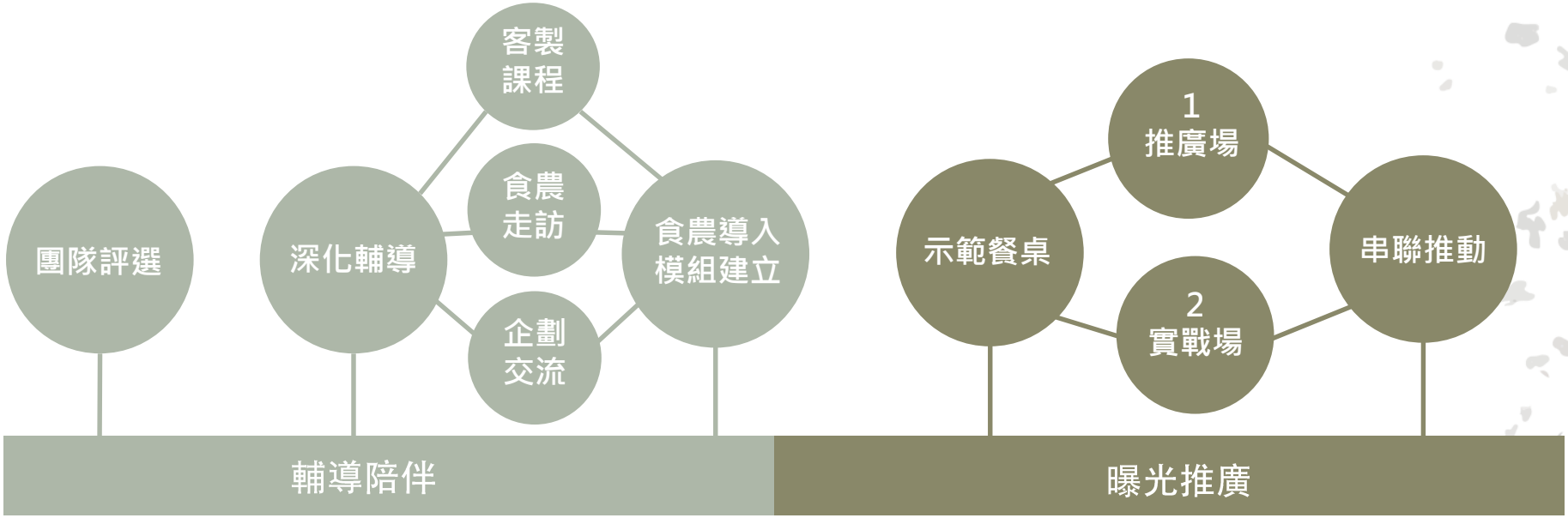




三代三花手作坊的黃熟梅漿，日出禾作社的咖啡豆與濾掛咖啡，以及曬穀場話桑麻工坊的桑葉茶已協助媒合上架無印良品臺東門市。

2 大地餐桌產業化輔導

大地餐桌產業化輔導 – 活動規劃



4月(已完成)

評審委員實地拜訪了解團隊之場地、相關企劃安排、營運現狀，選出今年入選的四組大地餐桌團隊。

6月(已完成)

1)**客製化課程**：根據團隊**個別不足和需求**，邀請適合的講師進行輔導。

2)**食農走訪討論會**：邀請**熟悉地方的食農專家**進行訪視，與團隊共同發想食農體驗活動。

3)**企劃交流工作坊**：邀請四組團隊進行**企劃分享**，參照學習。

7月-10月(已完成)

四組團隊完成各兩場示範餐桌活動

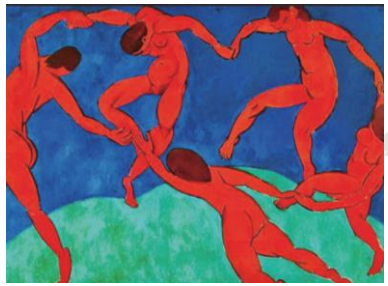
1)**推廣場**：邀請業師、其他團隊成員飲食文化工作者、旅遊生活風格型態業界專家學者參加，協助成果推廣。

2)**實戰場**：由團隊對外招募參加者，實戰演練厚實其商業化長期經營之能力。

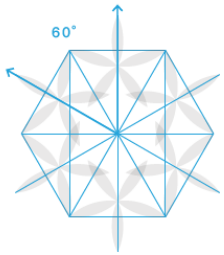
餐會活動結合縱谷百選業者的相關物產，共同進行產品推廣，**發展導購機制**，擴大品牌效益和經濟價值

大地餐桌產業化輔導 – 大地餐桌品牌化設計

品牌訴求背景	從產地到餐桌，並結合地景，已經擁有可商業化的模式
面對未來的回應	導入食農體驗，增加產業串連，延續餐桌價值、共好效益
核心精神	對內凝聚，向外擴散： 在地的一群人，邀請另一群人
品牌目標	成為餐桌體驗市場中的商業性指標







月桃

產地



大、★

大地餐桌、加乘



圓桌

團聚



綻放

呼朋引伴

大地餐桌產業化輔導 – 大地餐桌品牌化設計



大地餐桌產業化輔導 – 大地餐桌品牌化設計









示範性大地餐桌操作重點

導入食農力

- 結合臺東慢食主軸推動食農教育體驗。
- 凸顯臺東土地、生產者、廚人的角色。
- 強調民眾親身參與。



媒體資源

- 依據餐桌主題，邀請生活風格、旅遊媒體參與。
- 協助團隊上架活動平台。

展示區及導購機制

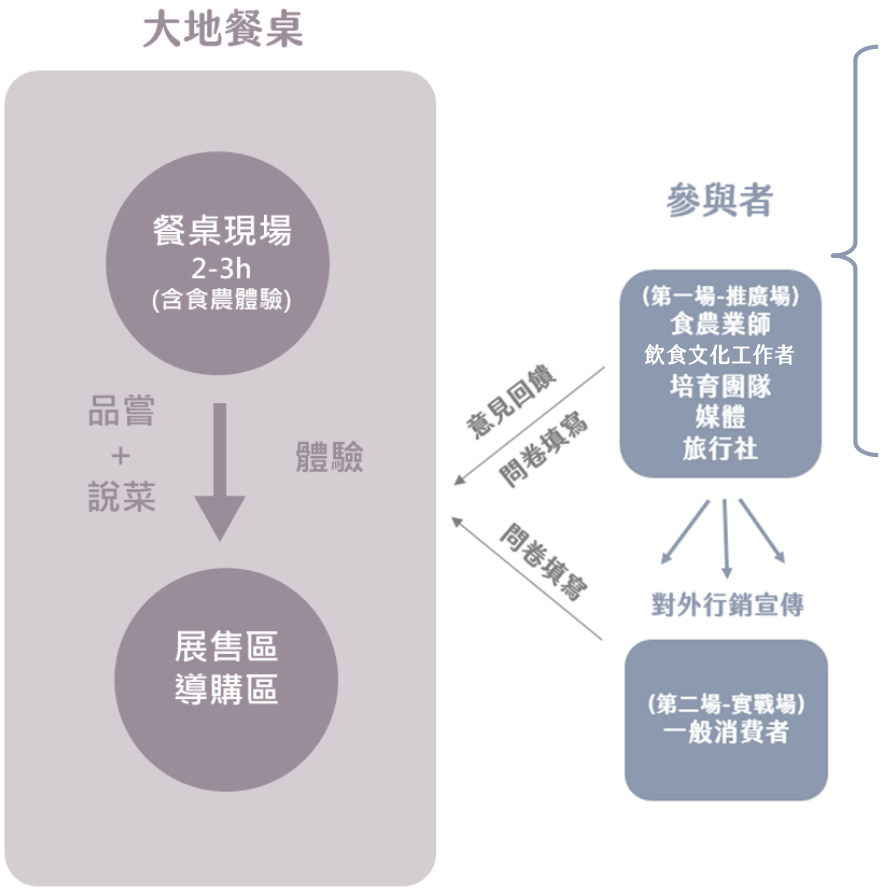
- 活動現場發展可「看得到、買得走」的展示區域。
- 帶動周邊產業發展，擴散效益。

團隊合作聯盟推廣

- 增加團隊間參照學習的機會。
- 資源整合進行業者間串連合作共同推廣。

示範性大地餐桌操作重點

- 日期：2022年9月-11月
- 地點：四組團隊欲辦理大地餐桌的場域空間
- 名額：每場至少25人



推廣場邀請名單如下：

- 食農業師：葉杏珍、王南琦
- 飲食文化工作者：徐仲、馮忠恬、高靜玉
- 部落客：台東製造、瑪格、基隆游太太、地方賊都蘭國、佐餐文字
- 媒體與旅遊同業：

大地餐桌推廣場 – 第一場(宜興園民宿)

- 日期/時間：2022/9/1 (四) 17:00-19:00
- 餐桌地點：延平鄉宜興園民宿
- **餐桌主題：牽手宴**
- 培育團隊：宜興園民宿
- 參與人數：31 人

「牽手宴」--- 以廚人莊姐為核心出發，身為**呂大哥的牽手**；將**社區夥伴**兜在一起**的靈魂牽手**；**傳承有生飯店風味的牽手**；身為**媽媽牽著兒子其恩一起合作的牽手**。美好的生活，需要你我牽手打造。在燭光搖曳的花園中，與你共享大地的恩賜；品味廚人的家傳美食。









大地餐桌推廣場-第一場(宜興園民宿)

- **活動流程**

時間	內容
17:00-17:10	餐桌佈置 與 介紹
17:10-18:45	星夜下的晚餐
18:45-19:00	主廚出場感謝與會來賓



- **菜單**

項目	菜色
迎賓飲	檸檬洛神茶
前菜	小米酒紅藜麵包佐馬告苦茶油
蔬菜	果乾生菜沙拉
肉食	炸旗魚排佐鳳梨番茄刺蔥
肉食	家傳豬腳
飲品	小米酒水果飲
主食	老薑雞飯
湯品	長豆乾土豆豬尾湯
甜點	黃荊茶凍
伴手禮	綠豆椪
農產品展售	在地店家農產品

大地餐桌推廣場-第二場(蓋亞那工作坊)

- 日期/時間：2022/9/2 (五) 17:00-19:30
- 餐桌地點：崁頂部落
- **餐桌主題：八穀合音之超級食物餐桌**
- 培育團隊：蓋亞那工作坊
- 參與人數：35人

以部落的原生種穀類及布農豆類，結合崁頂部落獨有的豐富物產，**吃【八穀】、在部落感受【合】作、並聆聽共好的【音】樂。**感謝上天賜予的一切，希望這次餐桌，真正讓用餐人，吃到風土，感受文化，從八部合音真正稱呼它的名字-pasiputput。







大地餐桌推廣場-第二場(蓋亞那工作坊)

- **活動流程**

時間	內容
17:00-17:15	部落長者祈禱豐收歌表演
17:15-17:30	認識部落產物/代客現煮導購宅配
17:30-19:00	享用餐食



- **菜單**

項目	菜色
飲品	旱稻玄米茶
前菜	豆類天貝盤 + 紅藜沙拉
主食	小米飯
肉食	蜜桃木燻肉
佐菜	布農泡菜 + 路蕎
飲品	紅藜小米酒
肉食	蕉葉烤魚佐炸葉子與檸檬地瓜片
湯品	八穀味增湯
飲品	水蜜桃康普茶
甜點	部落香料甜點/油芒爆米花配冰淇淋/玉米餅

大地餐桌推廣場-第三場(出力釀)

- 日期/時間：2022/9/6 (二) 17:00-19:30
- 餐桌地點：東河鄉32鄰茅草屋
- **餐桌主題：酒食都蘭 Just E'tolan**
- 培育團隊：出力釀
- 參與人數：34人

成人限定、酒鬼限定、都蘭限定！

以**阿美族酒食文化**為餐桌主軸，呈現阿美族的山海物產，酒粕入菜、以及**都蘭地酒——出力釀的糯米酒與限定酒款的餐酒搭配**，體驗都蘭風土所孕育的滿滿食農力。













大地餐桌推廣場-第三場(出力釀)

*活動流程

時間	內容
17:00-17:10	集合點名
17:10-17:50	手作檳榔鞘餐盒
17:50-18:40	享用在地美食
18:40-19:00	互動調酒



*菜單

項目	菜色
餐酒	2021牽手皮給酒
前菜	海野沙拉佐刺蔥鮪魚 (野莧菜、馬齒莧、野番茄、西瓜皮、輪胎茄、炸紅藜、炸海菜)
餐酒	2020都蘭牽手酒
魚盤	阿美族的冰箱 (海魚佐秘制佐料、醃漬九孔、石頭火鍋-野菜、白蝦、麥飯石)
餐酒	2022陶甕牽手酒
肉盤	山林的饗宴 炭烤飄洋過海的鹿肉、火燒酒粕三層肉、酒香炒蝸牛
甜點	老酒粕蜂蜜生起司蛋糕佐有機檸檬糖霜
餐酒	出力釀調酒

大地餐桌推廣場-第四場(饗嚮台東)

- 日期/時間：2022/9/7 (三) 17:00-19:30
- 餐桌地點：饗嚮台東
- **餐桌主題：琥珀。食光**
- 培育團隊：饗嚮台東
- 參與人數：31人

以臺東特有的紅烏龍茶佐餐，透過不同層次的茶風味：果香、花果香、花果蜜和焙火香搭配餐食，打造超越味覺的美食盛宴。









大地餐桌推廣場-第四場(饗嚮台東)

*活動流程

時間	內容
17:00-17:05	茶席師開場
17:05-17:15	主持人餐桌布置帶領現場氣氛
17:15-19:00	享用餐食



*菜單

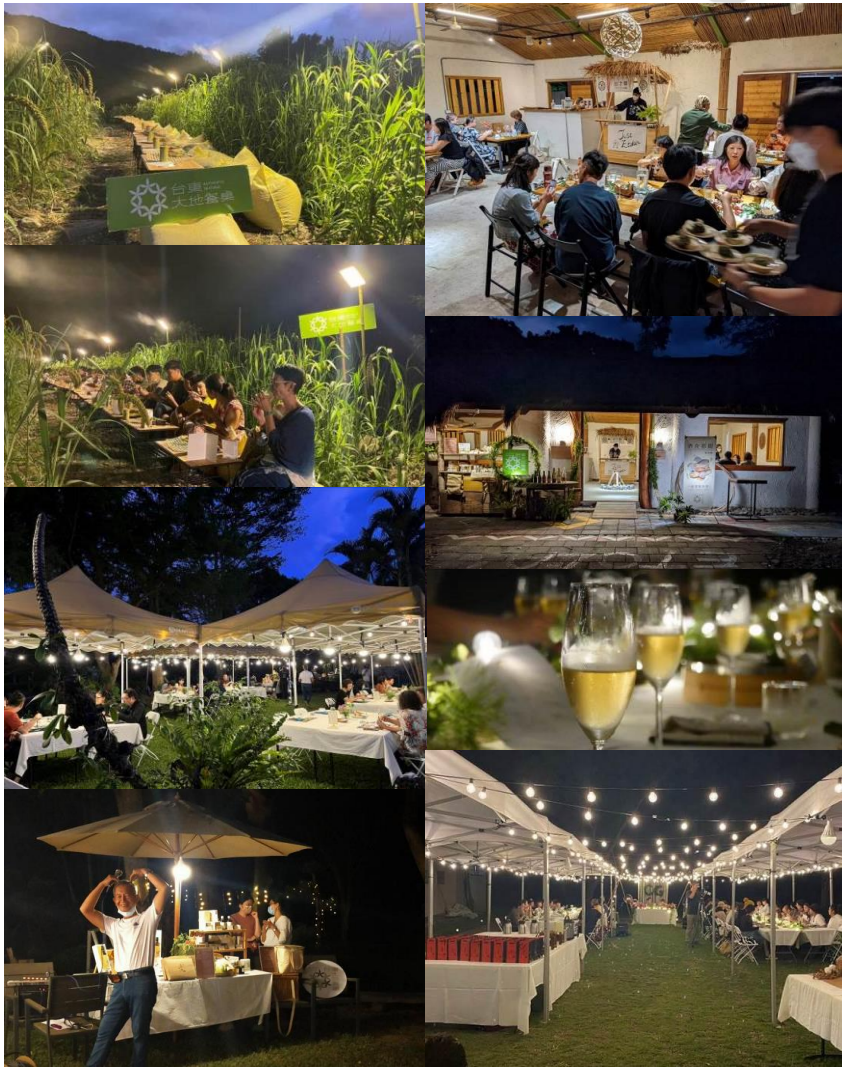
項目	菜色
飲品	紅烏龍冷萃茶
前菜	大自然交響曲沙拉
主食	紅烏龍滷腿庫飯
肉食	雪見旗魚佐紅烏龍茶豆腐
肉食	刺蔥手打豬肉丸
佐菜	清烤筊白筍佐海鹽/野地菜
湯品	鮮筍菇菇湯
甜點	抹茶奶酪
飲品	蜂蜜洛神飲
水果	鹿野當季有機鳳梨

大地餐桌各團隊實戰場與自辦場次

日期	場次	人數	團隊
9/22	自辦場	11	宜興園民宿
10/09	實戰場	35	蓋亞那工作坊
10/10	實戰場	25	出力釀
10/15	實戰場	25	宜興園民宿
10/30	自辦場	15	宜興園民宿
11/11	實戰場	40	饗嚮台東

各團隊實戰場各 1 場

宜興園另自辦 3 場餐桌活動



▶ 大地餐桌 – 新聞媒體/專題/網路社群露出

食力foodNEXT 專題報導

鏡週刊

壹蘋新聞網

徐仲風味學從產地到餐桌臉書

瑪格。圖寫生活部落格/臉書

基隆游太太部落格/臉書

台東製造臉書

地方賊部落格/臉書

佐餐文字 Les mots à table臉書

…等

新聞媒體/專題報導/網路社群露出

共計 33 則

大地餐桌 – 年度分享會

- 日期/時間：2022年11月15日 14:30-16:30
- 地點：津和堂城鄉創意顧問有限公司辦公室
- 參加者：大地餐桌培育團隊成員共5人
- 活動紀錄與摘要：
  1. 團隊成員各自分享今年執行的**實際狀況與心得**，並且提供回饋給其他三組團隊。
  2. 大地餐桌滿意度調查**問卷結果統整分享**，資料判讀回饋。
  3. 分享簡報：「什麼是一場好的大地餐桌」，**執行團隊從行政端分享陪伴團隊的執行經驗**，從中給予建議與提醒。
  4. 表揚宜興園民宿完成自辦場三場。





大地餐桌產業化輔導 – 創造深入介紹與上架預約平台

透過關鍵來賓與意見領袖，
進一步被深入介紹與報導

食力foodNEXT 專題深度報導點閱次數(截至 12/14)

總論 313,507

宜興園 295,267

蓋亞那 324,904

出力釀 285,481

饗嚮台東 84,637

共計
1,303,796 次



串聯外部預約平台ACCUPASS，
增加曝光與銷售體驗行程



食農教育 – 食農力融入大地餐桌

- 引領消費者吃在地、品當季，喝風土釀的酒
- 菜單編排與設計，了解到各團隊背後的文化脈絡
- 透過動人的說菜，傳達小農對土地的珍惜
- 藉著廚人的手藝，重現與傳承經典料理
- 引導客人把料理包和好食材帶回家，隨時品嘗臺東的滋味



出力釀
自然食器製作體驗



饗嚮台東
紅烏龍五感體驗



蓋亞那工作坊
保種作物油芒入菜



宜興園民宿
分享家傳的手藝

食農教育 – 整體操作方式



地方團隊特色盤點

食譜蒐集與紀錄

1

- 原生穀物 X 5 款
- 大地香料 X 6 款
- 山海釀酵 X 2 款
- 多元族群 X 4 款
- 時令果物 X 3 款

共計 5 類 20 款

食譜分類、發展成印刷品及上傳官網

2

圖文製作

公開於計畫官網/FB

食農體驗

問卷回收至少 500 人次：
1、示範餐桌 (101 人次)
2、慢食節 (452 人次)

發展推廣

3

食農教育 – 蒐集與紀錄20款食譜

- 食譜紀錄： 5 個類別共計 20 款食譜。
- 食譜來源：臺東不同族群的傳統飲食、大地餐桌團隊中具有文化或故事性的料理及易於日常推廣的菜色。
- 公開於計畫官網與臉書



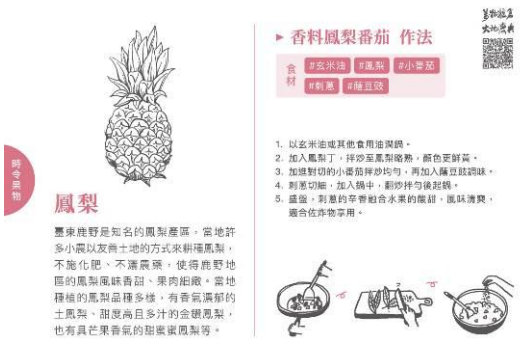
食農教育 - 將食譜發展成實體印刷品

- 將20道食譜，將設計成明信片印刷。
- 食譜明信片可用於大地餐桌團隊後續實戰或自辦場次，作為團隊推廣食農教育的輔助材料，也強化臺東大地餐桌團隊品牌化之連結。









食農教育 - 結合「臺東慢食節」縱谷百選攤位推廣

臺東慢食節現場將有「縱谷百選」攤位，**搭配食譜的實體印刷品**，**與民眾進行食農教育的互動**，並將食譜的實體印刷品作為填寫問卷後發送的推廣紀念品。

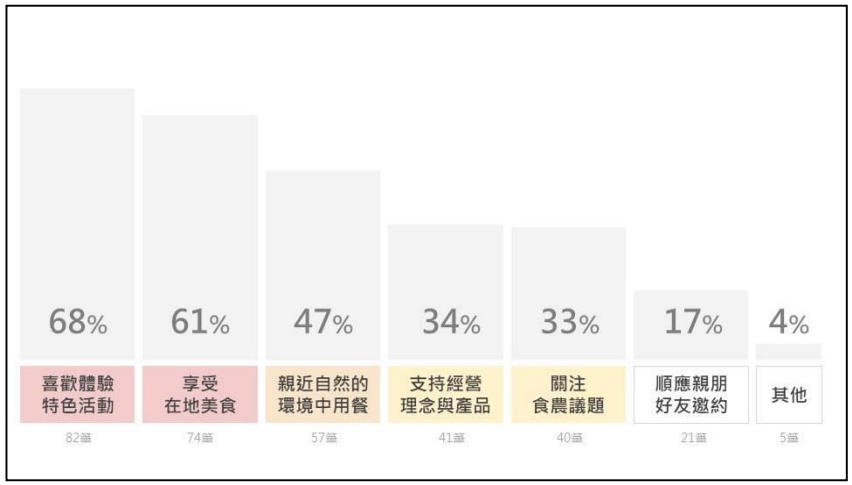




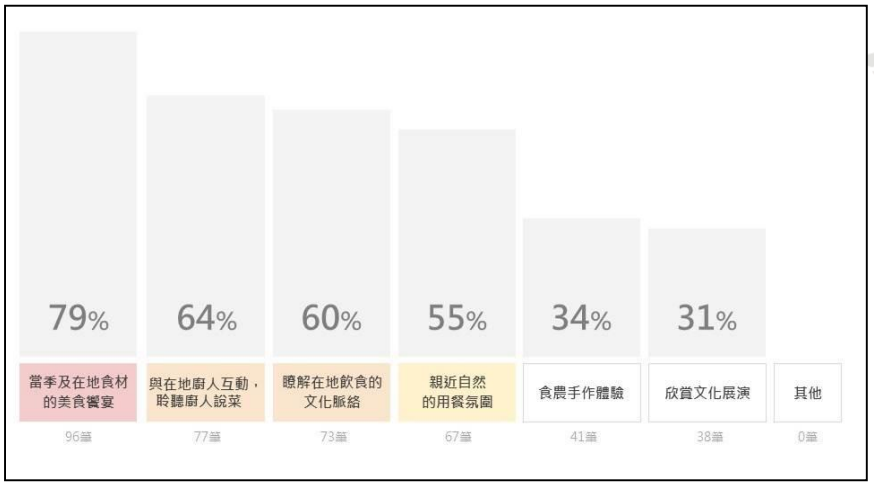
食農教育 – 臺東大地餐桌食農問卷主要結果分析

大地餐桌-示範餐桌

執行單位於9-11月的8場大地餐桌示範餐桌，回收有效問卷101份。



參加者參與臺東大地餐桌的動機 (複選)

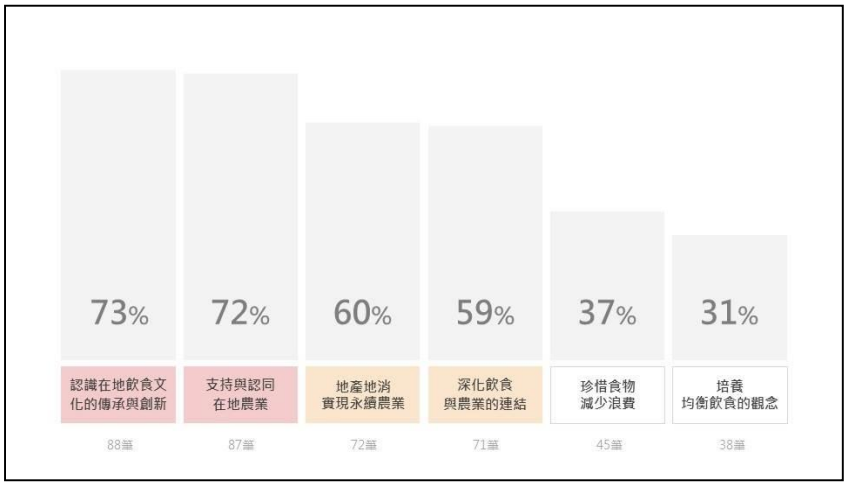


參加者在參與臺東大地餐桌前，認為會有的體驗環節(複選)

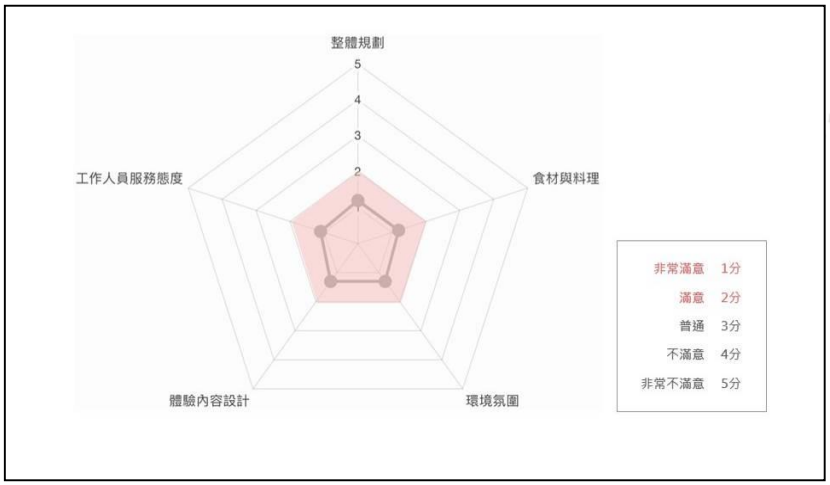
食農教育 – 臺東大地餐桌食農問卷主要結果分析

大地餐桌-示範餐桌

執行單位於9-11月的8場大地餐桌示範餐桌，回收有效問卷101份。



參與者認為透過參與臺東大地餐桌，能了解到哪些食農議題 (複選)



參與者對整體大地餐桌活動的滿意度評分 (複選)

食農教育 – 臺東大地餐桌食農問卷分析總結

增加互動性

在參與動機上，**「喜歡體驗特色活動(68%)」略大於「享受在地美食(61%)」**，未來大地餐桌在內容設計時，應更加注重特色食農體驗活動的安排與規劃。

親近自然

在參與動機及活動前的認知上，皆反映出**參與者「親近自然」的需求與期待**，如何選擇適當地舉辦場域，將是之後舉辦大地餐桌活動時的重要考量。

評估定價

活動價格的部分，今年餐會定價落在1380元-2200元間，**大部分參與者表示價格合理，但仍有少數參與者反映價格偏高**，未來仍需評估活動成本、價格與消費者期待之間的平衡。

食農教育 – V-SELECT 100 MART 問卷分析總結

V-SELECT 100 MART 策展

執行單位於10月29日至10月30日臺東慢食節的「縱谷百選」策展攤位，回收有效問卷452份。(與大地餐桌101份累計，共553份。)

選項	填答數	百分比
農會超市	268	59.2%
小農市集/農創市集	254	56.1%
百貨公司或賣場	106	23.4%
農產選物店 (例如：誠品、無印良品…等)	100	22.1%
線上平台	100	22.1%
國道休息站	67	14.8%
便利商店	59	13%

- 5成以上填答者會 在農會超市或小農市集/農創市集購買農產伴手禮，可做為未來通路開發的主力。

食農教育 – V-SELECT 100 MART 問卷分析總結

V-SELECT 100 MART 策展

執行單位於10月29日至10月30日臺東慢食節的「縱谷百選」策展攤位，回收有效問卷452份。(與大地餐桌101份累計，共553份。)

選項	填答數	百分比
臺東慢食節	344	76.1%
臺東大地餐桌	153	33.8%
臺東部落食尚	122	26.9%
縱谷百選V-select 100	83	18.3%
以上都不知道	61	13.4%
臺東食育提案所	56	12.3%

- 目前「臺東大地餐桌」與「縱谷百選V-select 100」的品牌知名度仍偏低，未來仍需加強品牌化推廣的力道。

食農教育 – V-SELECT 100 MART 問卷分析總結

V-SELECT 100 MART 策展

執行單位於10月29日至10月30日臺東慢食節的「縱谷百選」策展攤位，回收有效問卷452份。(與大地餐桌101份累計，共553份。)

選項	填答數	百分比
農產加工體驗（如：製茶、釀酒、醃漬、果醬製作……）	271	59.9%
烹飪料理課程	228	50.4%
產地餐桌（如：臺東大地餐桌活動）	223	49.3%
田間體驗（如：採果、插秧……等）	211	46.6%
產地或在地市場導覽	135	29.8%
飲食文化講座	105	23.2%

- 「農產加工體驗」、「烹飪料理課程」以及「產地餐桌」是民眾較願意付費參加的活動，未來農產伴手禮的推廣，可多與此類活動結合。

品牌形塑服務 3

津和堂
Co-create Planning & Design Consultancy

品牌形塑服務 – 縱谷百選影片構想

- **影片調性**：以 1 支輕快節奏的影片，呈現改造的成果樣貌，強化「V-Select」的品牌認同感。
- **影片長度**：約 1 分鐘
- **曝光平台**：萬物官網、萬物 FB、合作店家線上 / 實體空間、執行單位津和堂臉書
- **腳本規劃**：

縱谷百選主視覺 1 → 由各店家主理人的接續旁白引出品牌「V」的含意 2 → 改造產品與產地的呈現 3 → 強化「V-Select」品牌意象 4







品牌形塑服務 – 大地餐桌影片構想

- **影片調性**：透過 1 支宣傳影片，傳達四個團隊地餐桌特色，邀請消費者一起來體驗。
- **影片長度**：約 2 分鐘
- **曝光平台**：萬物官網、萬物FB、合作店家線上 / 實體空間、執行單位津和堂臉書
- **腳本規劃**：

餐桌現場場域環境 1 → 團隊餐桌特色主題 2 → 料理或食農體驗 3 → 大地餐桌精神呈現 4





品牌形塑服務 – 媒體經營與露出

- **核心概念：**以**故事力**和**食農議題**角度切入，凸顯計畫亮點，邀請合適的媒體做露出。
- **規劃合作之媒體與部落客：**

媒體

- **食力 foodNEXT** 臉書追蹤數：16萬
- **微笑台灣** 臉書追蹤數：36萬
- **鏡周刊** 臉書追蹤數：66萬

部落客/KOL



- **瑪格【瑪格。圖寫生活 作者】** 臉書追蹤數：17萬
- **地方賊 【部落客及專欄作者】** 臉書追蹤數：3.2萬
- **基隆游太太【慢經濟：遇見池上.心風景 作者】**臉書追蹤數：1萬
- **資深媒體人高靜玉【好時・好物平台創辦人】**

4 結論與建議

結論與建議

縱谷百選

- **執行團隊協助產品改造12家共27件商品、空間改造3家，**融入在地風土特色重新協助店家優化品牌識別及包裝設計，將優質農產精品化，提升商品的價值與競爭力。

- 藉由總體品牌營造與策展推廣，**於大地餐桌活動的現場展售；關山米國學校穀倉咖啡廳策展推廣；以及結合「臺東慢食節」的縱谷百選V-select 100 MART，共創造總銷售金額達215,098元**。在匯集人流的活動中，創造商品的接觸點，發展導購機制，擴大品牌聲量。

- **建議：**從食農問卷中發現，聽過「V-select」品牌的民眾不及2成，建議明年度**增加專區通路，以集中的方式打造品牌亮點，亦可串連更多縣外空間推廣。**

結論與建議

大地餐桌

- **透過深化輔導**，培育在地團隊結合在地飲食文化內涵，辦理**8場示範餐桌**，**透過推廣場串聯意見領袖；增加曝光機會**；並藉由實戰場，在**ACCUPASS建立專屬的預約平台**，讓團隊**直接進入市場機制，往穩定的商業化模式邁進。**

- 今年更**落實臺東大地餐桌品牌化的任務**，**使其在各縣市類似的活動中具有辨識度**，朝向餐桌體驗市場中的商業性指標邁進。

- 從問卷中發現，**參加者參與臺東大地餐桌時「喜歡體驗特色」更勝「享受在地美食」**。**未來建議導入更多在地食農的特色，並透過設計輔助教具、儀式或活動**，增加餐桌的不可替代性及亮點。

5 配合相關計畫各項工作之執行與合作

配合相關工作之執行與合作－局長輔導訪視交流

- 時間：111年4月12日
- 地點：出力釀酒廠、32鄰咖啡
- 協助事項摘要：**聯繫大地餐桌團隊，並協助局長與店家交流行程安排**。





配合相關工作之執行與合作 – 大地藝術季專家學者拜訪縱谷百選店家交流 (第一梯次)

- 時間：111年7月19日～111年7月20日
- 地點：黃媽媽手作客家小館、痴愛玉、饗嚮台東、尾餘記、恰比兔子
- 協助事項摘要：

1. **聯繫縱谷百選店家，並協助交流團用餐、行程安排與拍攝。**
2. **主動提供縱谷百選店家背景敘述、照片、新聞稿等資料袋，以協助店家行銷與推廣。**






配合相關工作之執行與合作 – 大地藝術季推廣露出

「2022縱谷大地藝術季 - 漂鳥197」與優質百選店家尋寶

旅遊經

更新於 2天前 • 發布於 2天前 • 旅遊經/編輯部

台東百選店家尋寶 享受農村療癒美食

到縱谷深呼吸，不僅能藝術作品與地景風光、踩土地述說動人故事，還可尋訪農村優質百選店家、選購台東滋味的伴手禮，品嚐料理職人的手藝佳餚，療癒身心。

由農夫家族經營的百選店家「癡愛玉」，位在關山分局前的橫實日式老屋裡，每天中午才開店，除了推出愛玉小學堂，學習愛玉生長環境與特性，還可以體驗手作愛玉、品嚐愛玉創意吃法。女主人精心研製的創新愛玉菜單，堅持每日手洗愛玉並以自家栽種檸檬調味，既可吃到原始天然的味道，也能嘗試搭配鳳梨果醬，或是和紅茶、咖啡、牛奶相互碰撞出全新滋味。



配合相關工作之執行與合作 – SOGO農村好物特展

- 時間： 111年8月17日～111年8月28日
- 地點：遠東SOGO百貨股份有限公司台北忠孝館
- 協助事項摘要：

1. **聯繫百選店家報名北上參展。**
2. **協助資料提交：照片、展版文字資料(如分局簡介、特色亮點、產品特色、職人故事等)。**
3. **協助規劃縱谷百選專區、提供百選商品滿額贈禮品以協助店家行銷、禮品寄送。**





配合相關工作之執行與合作 – SOGO農村好物特展









配合相關工作之執行與合作 – 魅力農店計畫

- 時間： 111年6月至8月
- 協助媒合店家：薩法克有限公司、新峰名茶企業社、饗嚮整合行銷有限公司、原穀傳說、阿榮甘仔店
- 協助事項摘要：

1. **協助媒合潛力店家報名參加計畫。**
2. **提供店家簡報範例，並協助簡報撰寫、農村再生系統的使用申請與計畫上傳，以及問題諮詢。**

配合相關工作之執行與合作 – 大地藝術季專家學者拜訪縱谷百選店家交流 (第二梯次)

- 時間：111年9月22日～111年9月23日
- 地點：黃媽媽手作客家小館、愛嬌姨茶餐廳、女兒不懂茶、日出禾作、宜興園民宿
- 協助事項摘要：
  1. **聯繫縱谷百選店家，並協助交流團用餐、行程安排與拍攝。**
  2. **主動提供縱谷百選店家背景敘述、照片、新聞稿等資料袋，以協助店家行銷與推廣。**






配合相關工作之執行與合作 – 大地藝術季推廣露出

西莉亞玩樂人生

——旅遊部落客｜旅遊講師｜平語策略｜特約記者｜圖文創作｜合作提案

西莉亞玩樂人生｜公佈欄

歡迎分享西莉亞玩樂人生旅遊文章，但記得註明出處，並且禁止盜用圖文。單篇文章瀏覽數，因應相關要求，可能公開披露並宣傳於痞客邦以外平台(欣傳媒、寓客島、旅行酒吧)，故單篇文章瀏覽數部分僅供參考。

台東關山鎮｜縱谷百選店家 日出禾作｜返鄉青年推動電光有機米的第一站 日治時期電光咖啡迷人香氣重新再現

OCT 04 2022

分享: 讚 3!!



慢森活 Jamie

旅遊新聞 台灣旅遊 主題行程 美食甜點 設計旅店 有間咖啡 生活小物 日本旅遊

48小時玩台東！漫遊縱谷大地藝術季 慢食「縱谷百選」風土

POSTED ON 2022-10-24 BY JAMIE
最後更新 2022-10-27

牽手宴（大地餐桌）





配合相關工作之執行與合作 – 副局長輔導訪視交流

- 時間：111年11月15日
- 地點：七度空間甜點烘焙坊
- 協助事項摘要：**聯繫縱谷百選店家，並協助副局長與店家交流行程安排。**



6 112 年計畫執行簡介

112 年計畫執行簡介-工作項目



1

- 店家物產/空間輔導與優化，至少 12 家
- V-select 的共同品牌，設置至少 5 處的專區通路

縱谷百選
店家輔導



2

- 深化大地餐桌內涵與服務，至少協力 3 組團隊完成 6 場次示範餐桌(每場次至少 20 人以上)

大地餐桌
產業化輔導



3

- 設計開發至少 6 式具食農教育功能的教具、輔助素材或其他設計物

食農教育



4

- 品牌社群故事開發
- 活動形象影片及影像記錄
- 媒體文稿露出
- 其他計畫相關工作執行與參與合作

品牌形塑服務

112年縱谷百選品牌整合推動－設置專區通路(縣外)



臺東慢食節活動策展推廣

- 地點：臺北華山
- 時間：12/9-12/10
- 效益：高

  兩日人流約 10K~15K



家樂福影響力概念店

- 地點：臺北重慶南路
- 效益：高
- 可行性：洽談中

112年縱谷百選品牌整合推動－設置專區通路(縣內)



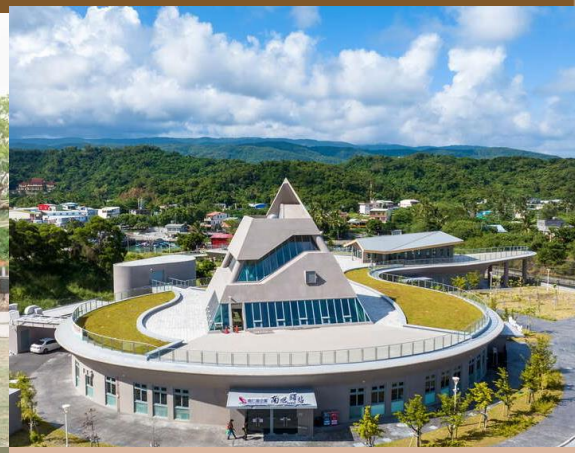
池上穗日民宿

- 地點：池上鄉
- 時間：預計秋收稻穗藝術節前後兩週
- 效益：中
- 可行性：洽談中



閃閃park

- 地點：臺東市區
- 時間：預計十月
- 效益：高
- 可行性：高（洽談中）



大武之心南迴驛

- 地點：大武鄉
- 預計十月
- 效益：高
- 可行性：高（洽談中）

大地餐桌產業化輔導：縣外見學參訪

日期/時間：2023/5/30 (二) 12:00-17:30

地點：御鼎興醬油工廠

講師：謝宜澂 (飛雀餐桌行動發起人)

參加對象：110-112年度培育團隊學員、備選團隊成員

執行方式：

- 第一部分：全醬油蔬食饗宴午餐、說菜
- 第二部份：黑豆醬油製程介紹與導覽
- 第三部份：五組地方品牌分享、飛雀餐桌簡介以及大地餐桌與飛雀餐桌行動交流分享會

飛雀餐桌行動發起人-謝宜澂



飛雀餐桌行動是一個藉由料理，讓人們產生對話的平台。以黑豆醬油產業出發，結合雲林在地食材，延伸出全醬油的蔬食饗宴來拉近生產者和消費者之間的距離。

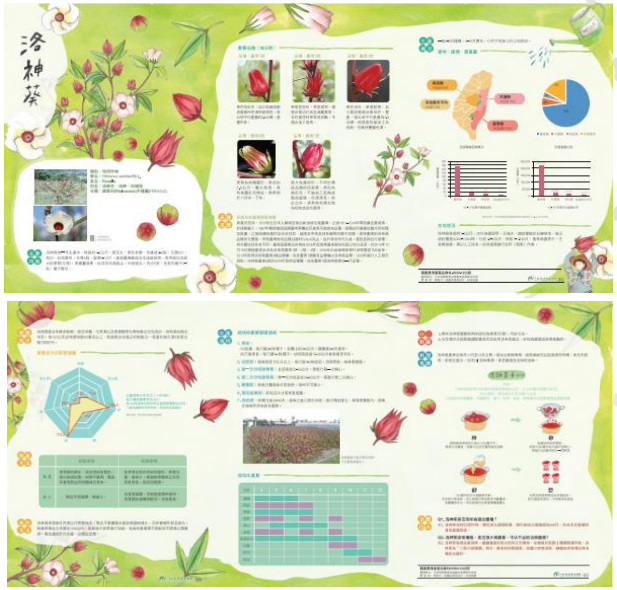




112年食農教育 - 輔導體驗設計







臺東風土地圖

1

臺東食農曆

2

解說圖卡

3

112年食農教育－輔導體驗設計(預計可開發之形式)







食譜

4

大地餐桌料理輔具I

5

大地餐桌料理輔具II

6

敬請指教

在生活的場域裡作規劃

在人的鏈結中創造價值

津和堂

Co-create Planning & Design Consultancy