

出國報告（出國類別：參展）

「2016 香港樂活博覽會」

服務機關：國立臺灣史前文化博物館

姓名職稱：鄒求強主任

派赴國家：香港

出國期間：105/03/09~03/13

報告日期：105/05/02

摘要

「香港樂活博覽會」是香港以推崇健康和可持續的綠色生活模式及生活概念所舉辦的博覽會，因該博覽會所宣揚的內容與原住民族委員會(以下簡稱原民會)近年來所致力於推動的原住民族地區的部落深度旅遊、文化創意商品、特色農業產業之業務推廣相符，故原民會受中華民國交通部觀光局駐香港辦事處邀請前往參展。原民會函請財團法人中國生產力中心自「推動原住民族知識發展創意經濟－產業示範區三年推動計畫」中遴選出三個執行團隊前往參展。本館執行「普悠瑪產業示範區推動計畫」，為該計畫十六個示範區之一，此次在參展的遴選名單內，故於參展時間 105 年 3 月 10 日至 12 日到香港參加「2016 香港樂活博覽會」。

本次參展內容以「普悠瑪產業示範區推動計畫」之示範區內部落文化創意商品為主，特別挑選寶桑部落的皮揚手作工坊、下賓朗部落的巴兒拉邦紅坊之商品作為展示，另以說明簡章等文宣品及行銷宣傳影片作為介紹與宣傳的另一媒介，推廣普悠瑪產業示範區之文創商品與遊程。另外介紹本館之史前文化歷史及與本計畫因鄰近的地理關係所建立之合作模式。

三日的參展期間，參訪本展攤的遊客約有 800 人次，販售示範區內文創商品之所得直接效益為 1,612 港元。另在本館工作人員積極行銷、推廣本館與本示範區之特色內涵，訪客對於本館及本示範區表現出高度的興致，達到向香港地區及國際外賓行銷宣傳之間接效益。

目次

壹、 前言	1
一、 參展緣由與目的	1
二、 國內、外環境情勢分析	1
三、 參展主題與文化部政策現況分析	6
貳、 行程安排及參展重點	7
一、 參展行程	7
二、 2016 香港樂活博覽會簡述	8
三、 參展重點及內容	10
參、 參展效益與心得	13
一、 參展效益	13
二、 參展心得	13
肆、 建議事項	15
伍、 附件—2016 香港樂活博覽會參展廠商名單	16

壹、前言

一、參展緣由與目的

「香港樂活博覽會」於 2012 年 2 月 10 日至 12 日辦理第一屆活動，是全港首個以推崇健康和可持續的綠色生活模式及生活概念的博覽會，而在 2015 年辦理第四屆之樂活博覽會時，也同期舉行香港首個以素食為主題的「亞洲素食展」。兩大展會分別以健康綠色「樂活」生活及素食健康為主題，展示最新的天然、有機食品和用品、綠色生活家居產品、素食食材等。而此次「2016 香港樂活博覽會」的活動目的除了延續往昔的樂活主旨外，亦期盼藉著原住民獨特的生活方式向民眾推廣樂活的背後意義－健康和永續的生活態度。

為了響應本次博覽會「藉著原住民獨特的生活方式向參觀者推廣樂活的背後意義」的目的，中華民國交通部觀光局駐香港辦事處邀請近年來致力推動原住民族地區部落深度旅遊、文化創意商品、特色農業產業的原住民族委員會參加「2016 香港樂活博覽會」。原住民族委員因而函請財團法人中國生產力中心遴選「推動原住民族知識發展創意經濟－產業示範區三年推動計畫」的執行團隊參展。

本館承辦之「普悠瑪產業示範區推動計畫」為「推動原住民族知識發展創意經濟－產業示範區三年推動計畫」的文化創意類，主要執行項目為樂舞展演及其周邊相關產業，經與團法人中國生產力中心商討，決議以本計畫示範區內之部落：南王部落、寶桑部落、下賓朗部落，與本館的文化創意產品為此次參展的主要商品，搭配文宣品與宣傳影片，至參展現場進行行銷推廣介紹。

二、國內、外環境情勢分析

「樂活」一辭其實是翻譯自 LOHAS (Life style of health and sustainability) 一辭的英語縮寫，單就字面上的解釋就是一種同時注重健康與永續發展的生活型態，而這一個新生活型態名詞的定義最早是源自於 1998 年，美國社會學學者保羅·雷 (Paul .Ray) 以及心理學家雪莉·安德森 (Sherry Ruth Anderson) 以全美十五萬人為對象，歷時 15 年進行的生活價值觀調查，出版了《文化創造：5000 萬人如何改變世界 (The Cultural Creatives: How 50 Million People are Changing the World)》一書，介紹他們在這些年來對於美國社會的觀察及調查，其研究中發現美國社會中除了傳統群族 (Traditionals) 以及現代群族 (Moderns) 之外，還存在著第三種群族，這些人被稱之為「文化創意者」(Cultural Creatives)，而所謂的文化創意者也就是常聽到的 LOHAS。

臺灣在 2004 年時，第一次在期刊《新觀念》中引進了 LOHAS 的概念，標題為：「Lohas 的消費者革命：新市場文化的創造者」，但當時並未引起臺灣群眾的注意，到了 2005 年 12 月，康健雜誌首度推出 LOHAS 介紹，以封面故事的方式呈現，並將 LOHAS 翻譯為「樂活族」，就逐漸帶出了臺灣一連串對於 LOHAS 的追求，除了各式各樣的樂活書籍介紹、統一 7-Eleven 跟角川文化也在 2006 年合作發行了一本名為「My Lohas 生活誌」的期刊；若以「樂活」為標題進行期刊文獻的搜尋，則在 2006 年中，可以搜

尋到至少 32 篇的期刊文章，到了 2007 年，則增加到至少 83 篇的期刊文章，由此可見樂活似乎在臺灣已經成為一種重要的生活風格。以下分別敘述全球與臺灣的樂活情勢：

(一) 全球的 LOHAS 現象

在美國的文化創意者的風格社群中，LOHAS 群體有一些固定的研討會、或者有一些聚會讓擁有共同理念風格者，可以互相切磋、互相瞭解，並且不斷的提出相關的意見和看法，除了實體的聚會之外，也將聚會的情況、研討會的內容發佈於官方網站上，提供世界各地喜歡樂活概念的人們可以獲得相關的資訊，因為此種社群不必然一定是實體上的連結，LOHAS 社群已經是世界性的，甚至可以在網頁上發現有日本、歐洲等地的相關的 LOHAS 活動，藉由網頁的發送，可以讓世界各地的 LOHAS 群體互相認識和瞭解。

LOHAS 是從 Paul Ray 對美國人的生活價值和態度觀察中得到的一個群體，這樣的一種生活風格也傳散到了世界各地，包含相當注重生活品質的歐洲、日本…等各地，接下來就是樂活概念在世界各地的各項發展。包含了飲食、服裝、保養品、住屋、交通、醫藥、運動、休閒娛樂、金錢、教育、工作…等各個層面，而根據美國樂活研究機構之樂活論壇「LOHAS FORUM 11」及日本「LOHAS Club」的整合歸納，將 LOHAS 概念產業根據消費者的需求，以及產業的發展面向區分為五大市場區塊，其內容如圖 1、表 1：

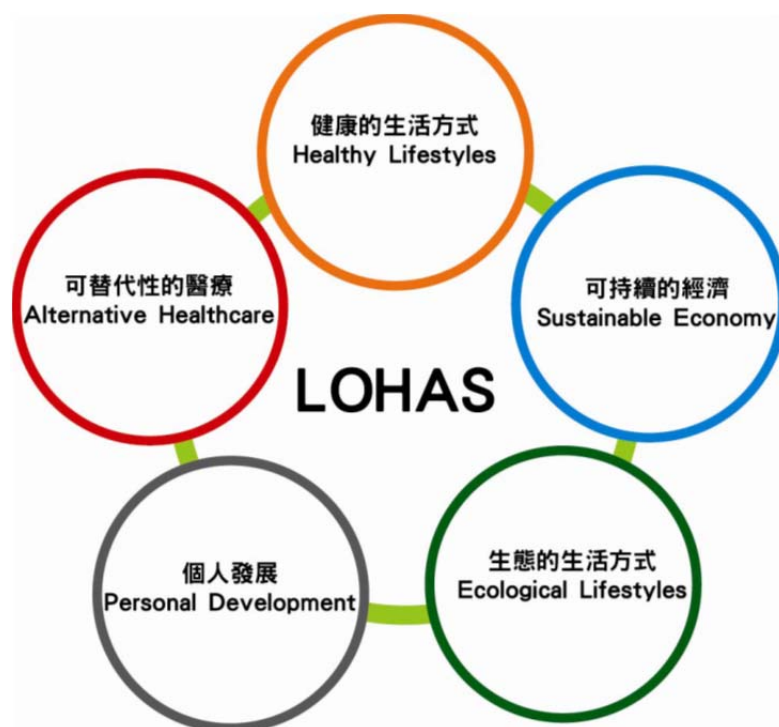


圖 1. LOHAS 產業的發展五大市場區塊(資料來源：王登再，2009，《樂活量表之建構》，國立澎湖科技大學觀光休閒事業管理研究所碩士論文)

表 1. LOHAS 產業的發展五大市場區塊之產業種類(資料來源：www.lohas.com)

類別	產業種類
可持續的經濟 Sustainable Economy	綠色建材、工業技術、可再生能源、能源產品、社會責任投資、替代運輸、環境管理
健康的生活方式 Healthy Lifestyles	自然、有機物營養產品、食品與飲料、營養補充品、個人護理
生態的生活方式 Ecological Lifestyles	綠建築及環保辦公產品、有機/再造纖維製品、環保節能電器、生態旅遊和觀光
可替代性的醫療 Alternative Healthcare	衛生和福利辦法、針灸、順勢療法,自然療法等綜合防疫、輔助醫學
個人發展 Personal Development	提升智慧,身體和心靈產品,如光碟、書籍、錄音帶、研討會、瑜伽、健身減肥、心靈相關產品和服務

除了上述五項之外，還有一項「公平交易」是在日本人木村麻紀介紹樂活的時候特別提到的，強調 LOHAS 的活動中雖然有許多部分會需要金錢的付出，但是也有公平交易的概念，讓開發中國家的窮人能夠擺脫窮苦。以咖啡為例，賣價必須依照國際公平交易認證機關所決定的最低賣價，並且讓輸入者和輸出者訂立長期契約，保障雙方的權益，並且為了維持產品的品質，在原則上希望業者會預付款項給生產者，是一個能夠維持地球生態、又能使窮人有機會擺脫貧窮的一個方法。

此外，美國社會學學者保羅·雷(Paul .Ray)以及心理學家雪莉·安德森(Sherry Ruth Anderson)雖將 LOHAS 定義為「注重健康與永續發展的生活型態」，而在 LOHAS 傳播發展的過程中，許多的名人及作家亦竭力鼓吹 LOHAS 的重要性，更以個人的切身且實際的生活體驗與感受為樂活下定義。這些定義與 Ray and Anderson 所指出的內涵大致相同，都是將自己與自然及地球化為一體。

(二) 臺灣的 LOHAS 現象

臺灣的樂活發展和美國、日本、甚至歐洲的發展狀況不甚相同，在 Paul Ray 在《文化創意者：五千萬人如何改造世界》(The Cultural Creatives: How 50 Million People Are Changing the World) 中曾經表示，在美國的 LOHAS 群體中，並沒有明顯的財富上差異、生活環境上的差異、或者是說階級上的差異，但根據觀察及訪談的結果可以發現，臺灣樂活群體的社經地位普遍分佈於中上階層及知識份子，甚至連“知道”樂活或 LOHAS 一詞的

人，多數都屬於中上階層及知識份子。而在《生活風格運動：樂活在臺灣》的研究發現，「社會觀察者們，對於臺灣 LOHAS 群體的分佈現象，皆一致的認為目前仍是屬於中上階層的社會中所流行的名詞」。

在臺灣，傳媒將 LOHAS 翻譯為樂活，又加上群眾的字面解釋習慣，使得「樂活」除了有 Ray and Anderson 定義的「注重健康與永續發展的生活型態」外，也有了不一樣的意義產生。樂活是譯文，將樂與活二字的結合，傳達了「快樂的生活」之意象，形成臺灣樂活的另一種面貌。然而張嫻如《生活風格運動：樂活在臺灣》中也指出，中文將 LOHAS 翻譯成「樂活」二字，的確對於 LOHAS 在臺灣發展存在著影響，然而也容易使得 LOHAS 的發展走向偏向注重健康的層面，而忽略了生態永續的層面。且對於臺灣的社會群眾而言，LOHAS 不只是一種生活風格，也是一種生活價值觀的改變及引導，因此可以將 LOHAS 在臺灣的發展，視為一種符合社會運動，也就是一種生活風格運動。

在根據五大市場區塊分類對臺灣相關的 LOHAS 相關發展做概略的介紹時，可發現下述臺灣以發展的現象¹：

1. 可持續的經濟：在臺灣已有關於綠建築的相關立法，例如內政部建築研究所為鼓勵興建省能源、省資源、低污染之綠建築，並且能建立舒適、健康、環保之居住環境，發展以「舒適性」、「自然調和健康」、「環保」等三大設計理念，並特別委請財團法人中華建築中心於民國 88 年 9 月 1 日正式公告受理「綠建築標章」申請。
2. 健康的生活方式：在此部分有統一企業集團、速食業者，其中包含摩斯漢堡（除了從速食轉向重視健康的健康食材之外，還在店鋪的設計也加入了環保素材，包含木製建築、綠色標誌…等）、星巴克（採用有機咖啡豆）、BODY SHOP 和 AVEDA 的天然有機保養品。而中華民國荒野保護協會，也曾推動一項「圍鴨種稻」活動，就是鼓勵民眾每人可繳交 2000 元加入「穀東會」，即可親自下田種稻、收成打穀，還能將收成的白米帶回家。主辦單位保證民眾在活動中收成的白米絕對不會是受到污染的稻米，要讓全家大小親自下田體驗種稻的樂趣，這也正是樂活族的目標及特色之一。統一 7-Eleven 也提出了以 LOHAS 為中心主題的一系列商品，在企業集團的網頁上甚至還建制了關於 LOHAS 的介紹，統一為了推動 LOHAS 此一生活提案，甚至推出了容易記憶的口號：「你樂活了嗎？LOHAS 真 in 生活方式簡單又炫！」。販售的商品有母親節蛋糕中添加強調健康的「寒天食品」、各節慶的商品，如中秋月餅、端午肉粽…等，將許多的商品以 LOHAS 的概念分類，強調商品的 LOHAS 概念。除了在商品中加入了 LOHAS 元素之外，統一 7-Eleven 自民國 92 年開始，從門

¹ 參考資料：張嫻如，2008，《生活風格運動：樂活在臺灣》，東吳大學社會學系碩士論文。

市販售一元購物塑膠袋的所得中，每年提撥五百萬元成立綠色基金，從事環保生態工作，也是和 LOHAS 概念相符合的一項指標。

3. 生態的生活方式：臺灣百和於 2006 年 10 月 3 日於台北世貿 TITAS 台北國際成衣展中，主打 Lacoya 竹炭服飾，因「竹炭」具有遠紅外線、能促進血液循環、吸濕、脫臭、淨化空氣、散發負離子等功效，因此 Lacoya 竹炭服飾的推行就是以 LOHAS 為概念，健康、舒適、環保為原則，都會休閒、居家舒適為發展方向，呈現輕鬆活力兼具高雅與經典，讓「穿的健康」觀念簡單融入日常生活中。此外，無印良品則是因為符合 LOHAS 的形象，因所有的商品都崇尚自然簡單的設計風格，色彩簡單自然，加上產品素材的使用皆考慮的環保的概念，拒絕使用無法燃燒、容易產生廢氣的塑膠原料，所以也受到大量的 LOHAS 群體支持。而飛利浦全新廚房家電產品「飛利浦樂活廚房」則是將產品中導入 LOHAS 觀念，讓消費者輕鬆晉身時尚樂活族，推出「飛利浦樂活廚房」一系列廚房家電新品，這些新產品不但訴求「功能多重但操作簡易」，最重要的是在使用及烹調過程中不但能大量減少油煙的生成，還能留住食材的營養，輕鬆幫助消費者晉身成為 LOHAS 一族。在旅遊的部分，則可在旅遊相關資訊的介紹中，大量的發現關於 LOHAS 的旅遊行程安排，這類的旅遊並不是只強調豪華、休息，還強調了對於生態環境的關心、瞭解及學習，最終目標則是保育旅遊當地的自然生態與文化傳統的相關觀光資源，以延續觀光產業，是一種具有環境責任感的旅遊方式。
4. 可替代性的醫療：如改變生活習慣，養成健康生態生活概念。目前市面上到處充斥著各類的保養食療，維他命、營養補充品…都是從此概念發展而來。
5. 個人發展：近年來有大量的瑜珈課程在臺灣造成相當大的影響，瑜珈是一種對生活的態度與方法，一種將自我與萬物聯合為一的方式。所以不只是體能上的增強與健身，更包含了心靈上的成長。

此外，日本人木村麻紀特別提出的「公平交易」，臺灣自 2006 年開始有公平貿易店舖，2008 年開始於每年 5 月自發性的舉辦世界公平貿易日活動。2010 年 6 月 18 日，臺灣的公平貿易商與支持者共同成立臺灣公平貿易協會。2012 年的世界公平貿易日為協會成立後首次舉辦，邀請陳曼青為年度推廣大使，推動公平貿易茶水間與公平貿易校園等行動。臺大社科院於 2008 年 9 月在校園開始供應公平貿易咖啡，成為臺灣第一個公平貿易校園，接後元智大學、輔仁大學陸續開始於校園推動公平貿易運動。臺灣目前有 38 間公平貿易茶水間。2011 年 11 月國際公平貿易標籤組織來台舉辦座談會，從其公布的資料顯示，2010 年臺灣公平貿易的銷售總額已超越南韓²。

² 資料來源：維基百科 [https://zh.wikipedia.org/wiki/公平貿易\(105/04/14\)](https://zh.wikipedia.org/wiki/公平貿易(105/04/14))

三、 參展主題與文化部政策現況分析

雖然文化部目前暫沒有明顯以「樂活」為主題的政策，但細查官網「法規命令」中的「文化藝術類」下的「公共藝術設置辦法」提及的「環境空間專業類：都市設計、建築設計、景觀造園生態領域」的「景觀造園生態領域」似與「樂活」相關。

Landscape Ecology，地景生態學或稱景觀生態學，是生態學中最年輕的一個分支，而地景生態學能發展迅速，因其包含許多學科領域，如地理學、植物學、動物學、動物行為學、地景建築、環境規劃等，是以地景生態在時間、空間，或二者可比較合理地解釋「社經－生態」的過程機制；換言之，地景生態學可以解釋地景動態的現象，以作為地景自然保育、規劃、設計、經營管理的原則，可說其兼具經濟、生態和美學價值³。由上述景觀生態學的介紹可看出，「景觀造園生態領域」應與「樂活」「注重健康與永續發展的生活型態」的「永續發展」相關。

而除了「文化藝術類」中有提及與「樂活」相關之政策外，亦可在「法規命令」中的「文創產業類」的「文化創意產業內容與範圍」可看到「創意生活產業項目」，其內容為「指從事以創意整合生活產業之核心知識，提供具有深度體驗及高質美感之行業，如飲食文化體驗、生活教育體驗、自然生態體驗、流行時尚體驗、特定文物體驗、工藝文化體驗等行業」，其休閒體驗及身心平衡的活動應也可符合「樂活」的「注重健康的生活型態」，然而其主管機關為經濟部非文化部。

雖說文化部目前暫沒有明顯地以「樂活」為主題的政策，但到 Google 中輸入「樂活」、「文化部」為關鍵字搜尋，可搜尋到 655,000 項結果，在前三頁中與樂活相關的新聞或公告等有：「新北市礦山樂活文化健走」、「【96 年台中縣社區深度文化之旅】--『樂活中縣逍遙遊』」、「展現泥土的力量，文化部優良社區報巡迴展前進南臺灣」、「游牧民族－小木器創作巡迴展」、「鄭明志竹雕造型藝術展中正樂活花園，城市舒壓好去處、台灣村落文化節」、「銀髮樂活身心展聲歡唱班」、「猴年博物館走春，文化部嘻遊季」、「銀髮族樂活共食」、「雷神樂活偶創藝術村」、「《南記行的乾貨傳奇》」、「鹿野文化生活圈」。從所搜尋的結果可發覺，文化部在目前的政策下，是積極鼓勵樂活相關活動的推廣與舉辦的。

³ 參考資料：薛怡珍、李國忠、賴明洲，2000，〈臺灣地區地景生態學研究的現況與進展〉，《造園學報》1：1-20。

貳、行程安排及參展重點

一、參展行程

本次「2016 香港樂活博覽會」舉辦日期為 105 年 3 月 10 日至 12 日，為期三日。為使活動能順利執行，本館工作團隊搭乘活動前一日(3 月 9 日)航班抵達香港，抵達後至展場先行佈置。展期最後一天參展至晚間 7 點，因尚需進行場地整理及相關業務，故搭乘隔日(3 月 13 日)班機返臺。此次參展時間共計為五天四夜，其行程如表 2：

表 2. 本館工作團隊參加 2016 香港樂活博覽會之行程表

日期	時間	行程	備註
3 月 9 日 星期三	14:35~16:30	桃園中正機場-香港國際機場	去程：飛抵香港
	16:30	搭車前往住宿地點	搭乘航次：華航 CI915
	18:00	至展場先行佈置	住宿地點： The Harbourview (灣景國際酒店) 展場地點：香港會議展覽 中心，展覽廳 3G
3 月 10 日 星期四	9:00~18:00	展攤規劃與佈置及 進行行銷業務與推廣	住宿地點：同上 展場地點：同上
3 月 11 日 星期五	9:00~18:00	展攤規劃與佈置及 進行行銷業務與推廣	住宿地點：同上 展場地點：同上
3 月 12 日 星期六	10:00~19:00	展攤規劃與佈置及 進行行銷業務與推廣	住宿地點：同上 展場地點：同上
	19:00~20:00	展攤收拾與清潔	住宿地點：同上 展場地點：同上
3 月 13 日 星期日	10:00	搭車前往香港國際機場	
	14:00~15:55	香港國際機場-桃園中正機場	回程：返回臺灣 搭乘航次：華航 CI910

二、 2016 香港樂活博覽會簡述

(一) 博覽會資訊

本次參與的「2016 香港樂活博覽會」香港會議展覽中心辦理，是香港唯一以樂活為主題的展覽會，目的是為了提倡與推廣健康且永續的生活方式，喚起大眾對樂活的生活意識，並期望藉著原住民獨特的生活方式向參觀者推廣樂活的背後意義—健康和永續的生活態度；而同場亦舉行「第二屆亞洲素食展」。本次博覽會之相關資料如下：

1. 展覽日期：2016 年 3 月 10 日至 12 日(星期四至星期六)
2. 地點：香港會議展覽中心展覽廳 3G(香港灣仔港灣道 1 號)

(二) 博覽會之現場論壇活動

本次博覽會除展出在衣、食、住、行包括有機、天然食品及用品、綠色生活家居產品、環保家居用品、樂活旅遊觀光等外，現場亦透過一連三日的展覽搭配講座和活動(如表 3)，介紹最新的天然有機產品、健康養生產品以及環保生活，是一個集採購，交流及開拓客源於一身的綠色平台。

表 3. 2016 樂活博覽會及亞洲素食展現場論壇活動時間表

日期 時間	3 月 10 日	日期 時間	3 月 11 日	日期 時間	3 月 12 日
1015-1100	V-Cert 亞洲素食認證啟動禮及國際素食聯盟最新發展	1030-1115	有機認證與消費者購買信心	-	-
1100-1145	世界有機產業現狀及發展趨勢	1115-1200	最新植物飲食的科學研究	1100-1145	飲用水的安全和你的健康
1145-1245	如何遠離癌症	1200-1245	有機3.0時代及有關最新行業數據	1200-1245	香港綠色建築議會綠色方案
1245-1330	臺灣素食產業發展現況暨經營管理戰略要訣	1300-1345	食品安全知多點	1300-1345	每天必須吃的八種食物
1345-1430	活的豐盛：健康生活3大支柱	1345-1430	泰國最新純素產業發展	-	-
1500-1700	「有『營』食肆」運動簡介會	1430-1530	全球暖化及未來食物2.0之食物潮	1500-1600	素食 101-營養師為你介紹如何茹素健康的箇中竅門
		1530-1615	飲用水的安全和你的健康	1615-1700	和李李一起，多愛地球一點點
1730-1800	香港樂活貢獻大獎頒獎典禮	1715-1800	喝出健康美麗有機人生	1715-1800	「綠色廚房」填塞比賽頒獎典禮

除了上述的現場論壇活動外，主辦單位也邀請多位臺灣旅遊達人來推廣臺灣旅遊文化(如表 4)。

表 4. 「2016 樂活博覽會」臺灣旅遊達人之推廣活動主題

編號	臺灣旅遊達人	推廣活動主題
1	易欣齊	邀請台灣小島遊
2	蛙大	台灣我的家
3	劉金標	踩單車樂無窮
4	Andy	台灣觀光大使
5	美和 Chris	路跑

(三) 展攤位置圖

本次參展臺灣廠商之展攤位置於下圖 2 之藍色方框內(圖片左側)，而原住民族委員會(包含本示範區計畫)之展攤位置於該藍色方框中的紅色圓圈，另外圖片下方之兩個紅色圓圈為展示廳之出入口。

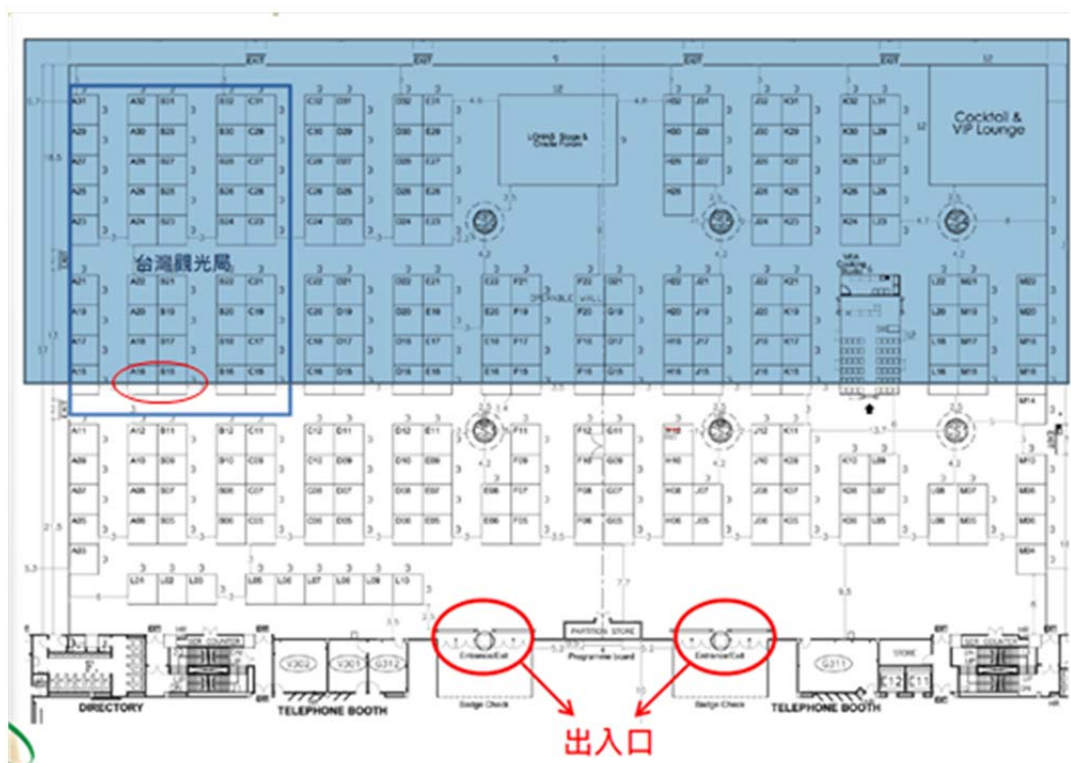


圖 2. 原住民族委員會(包含本示範區計畫)之展攤位置圖

三、 參展重點及內容

本次參展由原住民族委員會「推動原住民族知識發展創意經濟－產業示範區三年推動計畫」之執行團隊參加，因此計畫有十六個示範區之多(如表 5)，故由財團法人中國生產力中心自每一產業類別中遴選出一個執行團隊參加，共計有三個執行團隊前往參加(如表 6)。

表 5. 推動原住民族知識發展創意經濟－產業示範區三年推動計畫之計畫名稱與產業類別

編號	計畫名稱	產業類別
1	黃金部落·滿山飄香－尖石鄉香草產業發展計畫	特色農業
2	曙光金黃小米產業示範區計畫	
3	原萃咖啡、南島典藏－屏東原鄉咖啡產業基地推動計畫	
4	五峰鄉桂竹(筍)產業發展計畫	
5	花蓮縣傳統生態知識創新有機農業示範區計畫	
6	原鄉特色生態釀產業及科技農業示範區建置計畫	
7	高雄市原住民故事館文化創意產業示範區計畫	文化創意
8	【普悠瑪】產業示範區推動計畫	
9	色舞繞染織產業區域整合暨國際發展計畫	
10	編織彩虹夢－生態旅產業發展計畫	生態旅遊
11	高雄原味輕旅行生態旅遊產業示範區計畫	
12	大南澳產業發展計畫	
13	阿里山鄒族部落觀光推廣雙星計畫	
14	【Mudan 心旅遊】牡丹人文生態旅遊開發計畫	
15	屏北三鄉生態旅遊廊道－串起五大經典部落計畫	
16	來東海岸聚落群作客 X mipalafang kita	

表 6. 遴選至香港參展之計畫名稱與產業類別

編號	計畫名稱	產業類別
1	原萃咖啡、南島典藏－屏東原鄉咖啡產業基地推動計畫	特色農業
2	【普悠瑪】產業示範區推動計畫	文化創意
3	編織彩虹夢－生態旅產業發展計畫	生態旅遊

此次參展的展示品以寶桑部落的皮揚手作工坊、下賓朗部落的巴兒拉邦紅坊及本館(國立臺灣史前文化博物館)的文化創意產品為主(如圖 3)。另於現場播放普悠瑪產業示範區推動計畫的行銷推廣影片，以提升訪客對本示範區之興趣與了解(如圖 4)。此外，本示範區執

行團隊亦攜帶本計畫之簡、繁體文簡介與本館和卑南遺址公園中、英文簡介，藉由文宣品的發放及和遊客的講解互動，達到向香港地區及國際賓客行銷宣傳普悠瑪產業示範區推動計畫與本館之目的(如圖 5~7)。

另外，財團法人中國生產力中心亦有從十三個未前往參展的產業示範區中挑選數項可攜至香港參展之物品、文宣等資料，以推展「推動原住民族知識發展創意經濟－產業示範區三年推動計畫」之行銷業務。原住民族委員會亦有派員參加及攜帶展示品與帶領樂舞表演團隊(如圖 8)，於展示會場中推廣介紹台灣原住民族文化及近年所發展之「部落心旅行」遊程。



圖 3.本館(本示範區)參展物品



圖 4.本館(本示範區)參展物品與行銷影片



圖 5.向國外賓客介紹文宣品與參展物品



圖 6.向遊客介紹與展售參展物品



圖 7.向遊客解說本示範區計畫內容



圖 8.新世紀文化藝術團於現場展演樂舞(圖片左側)

參、參展效益與心得

一、參展效益

本次參加為期三天的「2016 香港樂活博覽會」，於參展期間參觀本館展攤之遊客估約 800 人次。本展攤除展示販售本計畫示範區與本館的文化創意產品外，亦有文宣品及影片作推廣行銷，從中得到實際銷售效益，亦達到向香港地區及國際賓客行銷宣傳之間接效益，以下分別詳述本次參展之直接效益與間接效益：

- (一) 直接效益：直接效益又稱內部效益，指直接可以用貨幣計量的效益⁴。於參展期間，販售商品所達之直接效益為 1,612 港元。
- (二) 間接效益：間接效益又稱外部效益，是指除項目直接效益外，對社會產生的其他效益⁵。以此次參展而言，最顯著的間接效益為以文宣品及影片推廣行銷「普悠瑪產業示範區計畫」之樂舞、劇場、市集、工藝、導覽、餐宴等遊程與本館和卑南遺址公園的源起、展示、文物、地理位置、服務項目與資訊等，藉此引起遊客參訪遊玩的興致，其間接效益分列如下：
 1. 使遊客認識本計畫示範區內之卑南族物質文化
 2. 推廣本計畫示範區之遊程，引起遊客之興趣
 3. 行銷本館之展示、文物、服務項目與資訊等，使遊客認識臺灣史前文化

二、參展心得

業者與遊客大多對於本館參展人員所著之傳統服飾倍感興趣(如圖 9)。另外，展場內之業者與遊客對本示範區、原住民族委員會及財團法人中國生產力中心所提供之部落遊程簡介與介紹書刊興趣度極高，從詢問度與索取量很高的現象來看(如圖 10、11)，香港民眾對不同文化的人群文化具有極高的興趣，而台灣原住民文化正是可以轉化為具有「文化吸引力」的文化旅遊行程。

由「2016 香港樂活博覽會」之參與廠商提供之商品大多為食物(品)來看，顯示飲食商品為樂活生活中的一大商機，因此在未來的觀光遊程安排上，飲食文化將是一項重要的體驗，提供遊客健康有機、環保、具有文化特色的飲食體驗，是樂活生活中重要的一環，更是吸引現代客人重要的內涵。

本次活動結束後，交通部觀光局駐香港辦事處與台灣參展廠商共同拍攝團體照(如圖 12)。

⁴ 資料來源：<http://baike.baidu.com/view/1643971.htm>

⁵ 資料來源：<http://www.twiki.com/wiki/%E9%96%93%E6%8E%A5%E6%95%88%E7%9B%8A>



圖 9. 遊客與身穿傳統服飾之工作人員合照



圖 10. 遊客詢問本館與本示範區之文宣內容



圖 11. 遊客索取本館與本示範區之文宣品



圖 12. 交通部觀光局駐香港辦事處與臺灣廠商拍攝團體照

肆、建議事項

一、佈展方面：

- (一) 有鑒於眾多參觀民眾對原住民服飾之興趣，可以準備提供傳統服飾供遊客換穿或製作人形立牌供拍照。
- (二) 展示示範區與樂活主題相關之美食十分受到歡迎，下次參展可準備部落美食，不過必須突破食材取得，以及食材是否能夠出關與人關之問題。
- (三) 史前館已發展諸多文化創意商品 DIY 活動，其中不乏台灣原住民文化內容，下次參展時可將此類活動納入參展項目中。

二、開拓國際遊客方面：

- (一) 光國際客源，除大陸客人以外，香港為最近距離之地區，開拓港客可為重要考慮。
- (二) 台東縣政府為配合熱氣球活動之推展已致力於招徠港客之宣傳活動，2013 年更有華航開通 19 班次香港直飛台東之航班，為爭取旅遊宣傳招徠香港客源重要的項目。
- (三) 遊程商品是觀光活動中最重要的一環，打造具有吸引力的遊程商品。台東原具自然景觀及 休閒深度旅遊的觀光商品之品牌，未來配合現有條件與趨勢重點，結合普悠瑪計畫原住民樂舞文化要素發展。
- (四) 台東推廣觀光仍未形成持續性的熱潮，而基於部分國際旅客對文化活動具有高度興趣，本計畫主推之樂舞體驗活動，為最適合推介來台東之此類型遊客。

伍、附件-2016 香港樂活博覽會參展廠商名單

「2016 香港樂活博覽會」有來自世界各地，如中國、臺灣、韓國、日本、澳洲、美國、德國、加拿大等地超過 200 家廠商前來參展，其名單如下：

附表 1. 「2016 香港樂活博覽會」參展廠商名單(按照公司名稱之英文字母排列)

公司名稱 (英文)	公司名稱 (中文)	展位號碼
ALOE FARM AGRICULTURE ASSOCIATION		D08
APIS CERANA LIMITED		E16
AQ BIO TECHNOLOGY GROUP LIMITED	艾橋生物科技集團有限公司	C15
BABIJOA	愛飯	D06
BKBIO CO., LTD.	(株) 比克比歐	C16
BODY AWAKENING LTD.		C23
BREAD POWER LIMITED	卡納亞洲有限公司	F15
BUBU FOOD	(株) 夫婦食品	E09
CALCITE INDOOR ENVIRONMENT SERVICES LTD.		F20
CFM GOURMET LTD.	康福貢膳股份有限公司	F06, F08, G05, G07
DA RUM & BIO INC.	諸妍	C12
DOTDOT ASIA LTD.	篤篤亞洲有限公司	L06
EARTH LIFE CARE ASSOCIATION	關愛地球生命協會	B08
ECOZINE		C24
EDENHILL CO., LTD.		D12
EURO MARK LAND LTD.	歐地有限公司	D22
FARMING COMPANY WEANDME CO., LTD.		C10
FINIA CO. LTD.	廣州芬亞生物技術有限公司	B18
FOOD FOR LIFE EMPORIUM LTD.	生命之糧健康專門店	L09, L10
GANGJIN SOYBEAN PASTER LUXURY ANGRY AGENCY		E05, E07
GENERAL NATURE CO., LTD.	通用自然有限公司	D10
GRACE CUP CO LTD.	康恩有限公司	E15
GREEN LIVING EDUCATION FOUNDATION LTD., CLUB O	綠色生活教育基金	B24
GREENCASTLE TRADING LIMITED		F16
GREENTECH OUTPOST (HK), LTD.	永綠有限公司	E18

公司名稱 (英文)	公司名稱 (中文)	展位號碼
HONG KONG FOOD SCIENCE AND TECHNOLOGY ASSOCIATION	香港食品科技協會	D25
HONG KONG GREEN BUILDING COUNCIL LIMITED	香港綠色建築議會有限公司	E23
HONG KONG ORGANIC RESOURCE CENTRE	香港有機資源中心	C26
INSPIRE2ASPIRE CONSULTING		C25
JEJU FLORA		C18
JEJU MAGMA ENERGY CO., LTD.		C06
JOURNALOFORGANICSSLOWLIFE	《有機慢生活》雜誌	B10
KING KONG BROTHERS		C19
KJI & CO SDN. BHD.		L07
KOREA LOHAS ASSOCIATION		C20
KOREA ORGANIC FARMING ASSOCIATION		D09
LELELALA.HK		D23
MENSA MARKETING LTD.	傑俊市場策略有限公司	D16
MICARE ECOSYSTEM BUSINESS DEVELOPMENT		C08
MULME HEALINGFARM		D17
MURRAY RIVER ORGANICS PTY. LTD.		L08
NATURAL HEALTH ORGANIC PRODUCTS TRADING COMPANY	健康天然有機產品貿易公司	B22
NATURAL NETWORK LIMITED		D20
NATUR'O CO., LTD.	樂活澳有限公司	F09, F11
NICOLE ENVIRONMENTAL SERVICES COMPANY LIMITED	力高環保服務有限公司	E17
NOVA TRADING AND MARKETING COMPANY LIMITED	至善巨昌貿易有限公司	D18
NOVO NOVA LTD.	綠亞有限公司	F22
OCEAN STAR CORPORATION	株式會社大洋星	D19
PICER	思覺基因工程中心	F17, F19
PONTI TRADING LTD.	寶泰貿易有限公司	C21
PREMIER INTERNATIONAL MARKETING LIMITED	西進國際市務有限公司	D24, D26
PURUNSANCHAMNONGWON		E11
S.E.E.K. HEALTH GENERATIONS LTD.		F12
SOVOS ORGANICS		E20

公司名稱 (英文)	公司名稱 (中文)	展位號碼
SSAM G FNB CO., LTD.		D05
STARENERGY HEALTH CREATIONS LTD.	衍星體健有限公司	L05
STP MINERAL THERAPY		F10
SUNFOOD SUPERFOODS / SUPER FOODS OF HONG KONG		E06, E08, F05, F07
SWISS INTERNATIONAL (HONG KONG) LIMITED	瑞士國際(香港)有限公司	E21
TAIWAN TOURISM BUREAU HK.OFFICE		A01
TONGHUA BAIQUAN HEALTH FOODS CO., LTD.	通化百泉保健食品有限公司	C09, C11
UNITECH ELECTRICAL INTERNATIONAL LTD.	環球家電國際有限公司	B16
W INTERNATIONAL INVESTMENT LIMITED		E19
WELLMORNING COMPANY	好晨公司	D07
WHOLEGOOD INTER-UNITED LTD. (COTTON LEAF)		E22
WISE GROUP (HONG KONG) LIMITED		F21
WITHO CO., LTD	與島冰滴咖啡有限公司	D15
WORLD EXPO		D09
	JING 設計工作室	E25

資料來源：<http://goo.gl/ZwRnih>