

南華大學
文化創意事業管理學系碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
Department of Cultural & Creative Enterprise Management,
Nanhua University

社區產業發展文創商品之成功要素研究-以孩沙里社區的五百甲圳米為例

Success Factors of Community Industries to Develop Cultural and Creative Goods: A Case Study of

Haishali Community's Wubaijiazhen Rice

指導教授：洪林伯 博士

ADVISOR : Oliver L. Hung, Ph.D.

研究生：曾永賓

GRADUATE STUDENT : Robin Tseng

中 華 民 國 一 〇 三 年 六 月

南 華 大 學

文化創意事業管理學系碩士班

碩士學位論文

社區產業發展文創商品之成功要素研究-

以孩沙里社區的五百甲圳米為例

研究生：曾永賓

經考試合格特此證明

口試委員：翁崇水
陳建宏
洪林白

指導教授：洪林白

所 長：陳寶媛

口試日期：中 華 民 國 103 年 5 月 24 日

南華大學文化創意事業管理學系 102 學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目：社區產業發展文創商品之成功要素研究-以孩沙里社區的五百甲圳米為例

研究生：曾永賓

指導教授：洪林伯 博士

論文摘要內容：

近年來政府正大力推動文化創意產業，然而地方社區開始面臨文化產業新議題時，卻無法如同政府規劃的方案進行，除了遭受到援助不足的困境外，最大的窘境應該是設計規劃人才的缺乏，設計人才可以由專業系所來培養，但文化創意中的設計領域，卻是需要具有整合概念的設計師方能勝任。本研究藉由雲林縣莿桐鄉孩沙里社區「五百甲圳米」的設計行銷案例，歸納整理出文化商品的行銷運作，並提供理想的社區營造與文化商品結合最佳案例。透過資料的分析與設計形式的轉換，讓文化與商業設計密切地結合，在文化商品完成開發後，如何永續經營文化產業，亦是希望在此成功案例下找出新的契機。

關鍵詞：文化創意產業、文化創意商品、社區總體營造、五百甲圳米

Title of Thesis : Success Factors of Community Industries to Develop Cultural and Creative

Goods: A Case Study of Haishali Community's Wubaijiazhen Rice

**Name of Institute : Department of Cultural & Creative Enterprise Management,
Nanhua University**

Graduate date : July 2014 Degree Conferred : M.B.A.

Name of student : Robin Tseng Advisor : Oliver L. Hung, Ph.D.

Abstract

In recent years, government is fully encouraging cultural and innovation industries. However, while local communities start facing the new subject of culture industries, they are not able to proceed with the program draw up by the government. Except incur the insufficient of support, the most awkward situation is the scanty of design and plan personnel. Design personnel can be train up by professional school, but the design field of culture innovation only the designer with integrated concept can be qualified. Nowadays, we are hoping through the project of design and promotion of Wubaijiazhen rice of Haishali neighborhood in Cihong Township of Yunlin County. We can appropriate conclude the marketing and promotion method of culture commodities, and provide the best case of communities reform integrate culture commodities. Oppositely, on the transform of culture material analyzing and design form, we can combine the culture and commercial design intimately. After the development of the culture commodities, how to keep sustainable operation of culture industries? Under this success case we also hope to find out new opportunities.

Keywords : Creative industries · Cultural and creative goods · Community building · Wubaijiazhen rice

目 錄

中文摘要	i
英文摘要	ii
目錄	iii
表目錄	v
圖目錄	vi
第一章	緒論.....	1
1.1	研究背景.....	1
1.2	研究動機與目的.....	1
1.3	研究範圍與對象.....	2
第二章	文獻探討.....	3
2.1	文化創意產業.....	3
2.1.1	文化創意產業之定義與範疇.....	3
2.1.2	文化創意產業之特性.....	6
2.2	文化創意商品.....	9
2.2.1	文化商品之定義.....	10
2.2.2	文化商品之種類.....	10
2.2.3	文化商品之功能.....	10
2.2.4	文化商品設計.....	11
2.2.5	文化商品行銷.....	12
2.2.6	文化產業化與產業文化化.....	12
2.3	社區總體營造.....	14
2.3.1	社區概述與定義.....	16
2.3.2	社區總體營造之議題與目標.....	17
2.4	孩沙里社區相關研究之回顧.....	19
第三章	研究設計及執行.....	21
3.1	研究架構.....	21
3.2	研究方法.....	21
3.3	研究工具.....	22

3.3.1	質性研究方法	22
3.3.2	深度訪談	24
3.3.3	研究步驟	25
3.3.4	訪談研究	26
3.4	資料整理與分析	28
第四章	研究結果與討論	29
4.1	田野調查	29
4.1.1	社區資源調查的內涵	29
4.1.2	孩沙里社區基本資料	29
4.1.3	社區整合及參與方式	30
4.1.4	孩沙里社區資源調查	32
4.1.5	社區發展願景及課題	45
4.1.6	社區發展課題與對策	48
4.1.7	社區整體發展構想	50
4.2	社區深度訪談	54
4.2.1	訪談主題大綱及內容	54
4.2.2	社區訪談對象及內容紀錄	57
4.3	研究資料整理與分析	75
4.3.1	研究小結	88
第五章	結論與建議	89
5.1	研究結論	89
5.2	研究建議	90
參考文獻		92
附錄一		97
附錄二		116
個人簡歷		122

表目錄

表 2-1 各國文化創意產業之定義	4
表 2-2 各國文化創意產業之分類	5
表 2-3 考夫的創意活動的七項基本經濟特性	7
表 2-4 Hesmondhalgh 的文化產業特徵	8
表 2-5 Garnham 文化產業之特徵	9
表 2-6 社區定義一覽表	17
表 4-1 社區推動農村再生成果一覽表	30
表 4-2 參與社區農村再生計畫之社區組織或團體資料一覽表	31
表 4-3 相關補助案件	32
表 4-4 孩沙里社區重要民俗表演劇團一覽表	35
表 4-5 社區常民活動一覽表	35
表 4-6 孩沙里社區產業調查資料一覽表	41
表 4-7 第一級產業農漁牧作物產值及產量表	42
表 4-8 第一級產業農作物產季表	42
表 4-9 孩沙里社區公共設施一覽表	43
表 4-10 公共設施調查統計表	44
表 4-11 社區內部優、劣勢分析	47
表 4-12 社區外部機會與威脅分析	48
表 4-13 孩沙里社區的發展課題與對策	48
表 4-14 孩沙里社區整體發展構想	50
表 4-15 訪談四個主題大綱、內容及預期取得資料內容方向	55
表 4-16 社區深度訪談對象、時間及地點一覽表	57
表 4-17 社區深度訪談對象介紹	58
表 4-18 取得訪談資料結果	84

圖目錄

圖 3-1 研究架構圖	21
圖 3-2 研究步驟	26
圖 4-1 孩沙里社區位置圖	33
圖 4-2 社區男、女性的性別圓餅圖與年齡層人口長條圖	33
圖 4-3 孩沙里社區導覽地圖	38
圖 4-4 孩沙里社區土地利用現況圖	39
圖 4-5 孩沙里社區產業分布示意圖	42
圖 4-6 社區現有公共設施示意圖	43
圖 4-7 孩沙里社區對外交通圖	45
圖 4-8 孩沙里交通動線	45
圖 4-9 孩沙里社區願景圖	46
圖 4-10 孩沙里社區土地分區規劃圖	54
圖 4-11 社區公共設施位置示意圖	54

第一章 緒論

「文化創意產業」近年來逐漸成熟，似乎成為現今商品市場的當紅話題，舉凡食、衣、住、行、育、樂中均免不了創意文化的影響。而社區營造的進程當中，漸漸地走向社區產業開發的同時，甚至迎合國際潮流，標榜著「一鄉一特產」的發展趨勢；面對鄉村型的文化產業課題時，農村文化商品的設計與經營方式，需注意到農產品的文化意涵與新時代的經營模式，結合社區營造與文化產業的型態發展，應該是社區產業永續發展不可或缺的趨勢；關於文化商品的創意設計與發展，相信學者與專家陸續已經提供相當多的意見，此研究將著重於文化商品的行銷設計與經營；文中雲林縣荊桐鄉孩沙里社區的文創商品「五百甲圳米」的成功模式即是很好的例子，或許可成為文化商品行銷的新典範。

1.1 研究背景

雲林縣是嘉南平原稻米最大生產量的農業縣市之一，而荊桐鄉更為雲林縣產量之冠，因濁水溪灌溉支線(即「五百甲圳」)流經此地，加上生產稻米的品質優良，所以從日治時代即聞名全國，而其中孩沙里社區目前人口僅有二百三十七戶、六百六十六人，大部分居民以農事為主，日治昭和十四年，該社區即有「大日本青年團」的代表成員，代表台灣農民前往當時日本的「明治神宮」及「靖國神社」奉獻米糧，因此該地區所生產的稻米名稱，皆有「獻納米」的別稱，目前該社區尚保留有「大日本青年團」的「祥饌奉獻」徽章，及該青年團的團體相片，其歷史性在田野調查已經證實，當地社區瀰漫著一股濃濃思古幽情及居民一直引以為傲的榮耀感。

1.2 研究動機與目的

雲林縣荊桐鄉古稱「荊桐巷」，它正是以刺桐樹為地名；清代時期，此地刺桐樹密布叢生，而先民至該地開墾，選擇一小巷子建屋成村，刺桐樹佈滿全巷，因此取名「荊桐巷」，後改名荊桐，荊桐巷不僅佈滿刺桐樹，且雜草叢生，所以村民把刺改為「荊」，故地名為荊桐，樹則為刺桐。孩沙里社區為荊桐鄉最重要的發展社區之一，該社區以「福天宮」為全村信仰及地理中心，住屋與街道輻射狀向外發展，無論是宗教信仰或地理環境都相當完整，屬於少見的集村型社區，當地民風純樸並以務農為主，社區有「五百甲圳」，為清朝嘉慶元年(1796年)，西螺街「三塊厝」王有成等幾位富戶集資於今荊桐鄉創設該圳，並引濁水溪水灌溉，以生產稻米為主，為全台良質濁水米的最重要產地。

根據社區居民的考證，在日治時代孩沙里有林深坑與高樹枝以「大日本青年團」身分

代表台灣奉獻第二期稻米給日本天皇，不但留下合影的團體紀念照，也有「明治神宮」及「靖國神社」的奉獻徽章為佐證，與日後孩沙里社區地方耆老陳昭皇先生所言的「獻納米」緣由相驗證符合，正所謂是獻納米的典故，再經過地方文史工作者的田野調查，更可以證明該社區所生產的稻米，為傳言已久的獻納米，綜合以上的文獻資料，孩沙里社區擁有台灣優質稻米的悠久歷史，在文化價值上，此區的稻米特色正是文化商品的最佳樣本。

當地人文薈萃，社區擁有悠久的歷史文化，有三百多年的「福天宮」與兩百多年的「五百甲圳」，百年以上歷史的「孩沙里古井」及古厝，更有超過一甲子歷史的「孩沙里樂隊」；多年前，該社區附近的僑和國小，在當時簡校長與師生的用心共同經營下，不但校務興盛，亦鼓勵學生親近鄉土教育與體驗農業，而在地方農忙之餘，規劃學生在農田裡作戶外教學，讓莘莘學子接觸實際農務的經驗，學生們可以真正接觸到農田泥土的芬芳，由於此思維的發端，慢慢形成農村亦可以成為休閒體驗與教學的最佳場域。

而孩沙里社區附近的農田也因環保及無毒的經營概念下，在每年的冬季期間，遍植向日葵與波斯菊等景觀綠肥作物，並成功營造出壯麗的花海專區，一方面讓農田滋養有機化，滿佈農田的花海景觀，亦成為觀光旅遊的最佳景點，如此運用社區意識與休閒概念的營造，讓一年四季非但有休閒價值，自產自銷的僑和國小「僑和牌五百甲圳葵花濁水愛心米」也在公益義賣推廣、行銷下，漸漸讓文創商品「五百甲圳米」具有無毒與優質的美譽，該社區一年四季的文化商品及活動運作方式，是本文希望建立的研究模式之一。

綜合以上研究範疇，本研究目的有三：

1. 探討社區文化分析與設計規劃。
2. 建立社區文化商品運作模式。
3. 提出永續經營文化產業之可能性。

1.3 研究範圍與對象

本研究主要以孩沙里社區近年來推動文創商品「五百甲圳濁水米」的主要參與人物及地方耆老為深度訪談對象，主要訪談對象有：孩沙里社區發展協會理事長吳先生、前任理事長黃先生、執行長林先生、僑和國小前任校長簡先生、社區專業資訊顧問曾先生、「五百甲圳濁水米」的主要推動者鍾姓農夫、五百甲圳濁水米包裝設計者之一的鍾老師，及地方耆老陳先生及洪女士等共九人。

第二章 文獻探討

文獻探討主要歸納國內社區產業相關重要文獻，重點在分析、釐清各相關研究落實在發展鄉村型社區產業的適用性，並歸納出發展鄉村型社區產業的規劃。本章分為 2.1 文化創意產業、2.2 文化創意商品、2.3 社區總體營造、2.4 孩沙里社區相關研究之回顧等四節，分別探討如下。

2.1 文化創意產業

根據文化部給予「文化創意產業」的定義則是「源自創意或文化積累，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升的行業。」其產業範疇包括有視覺藝術業、音樂與表演藝術業、文化展演設施業、工藝業、電影業、廣播電視業、出版業、廣告業、設計業、數位休閒娛樂業、設計品牌時尚業、建築設計業、創意生活業等產業。

2.1.1 文化創意產業之定義與範疇

1997年，英國工黨贏得大選及工黨領袖布萊爾成為首相後，新政府為了振興英國經濟與提高國內生產總值(Gross Domestic Product；GDP)，決定以發展知識經濟為目的，便於當年七月成立文化媒體體育部(Department for Culture, Media and Sport；DCMS)。1998年，文化媒體體育部組成了創意產業任務小組(Creative industries task force)，並於1998年11月與2001年提出創意產業發展藍圖(Creative Industries Mapping Documents)，使世界各國紛紛重視起這些早已存在已久，卻因一個名詞的整合而大翻身的產業。創意產業這個觀念自英國正式被正名，並快速在幾年內被新加坡、澳洲、紐西蘭、韓國、台灣與香港等國家調整採用。在名詞的使用上各國訂名不一，包括英國的「創意產業(creative industries)」、韓國的「內容產業」、芬蘭的「文化產業」與台灣的「文化創意產業(cultural and creative industries)」等。不過就其發展歷程與特性來看，均指文化或創意相關產業內容，本文引用文建會之定名「文化創意產業」，作為接下去討論之依據。因應十年內各國政府對文化創意產業之定義整理於表2-1。

表2-1各國文化創意產業之定義

組織/國家	定義
聯合國教科文組織	結合創意生產和商品化等方式，運用本質為無形的文化內涵，這些內容基本上受著作權保障，形式可以是物質的商品或非物質的服務。這個文化產業也可以視為創意產業(Creative Industries)，或是在經濟領域稱之為朝陽或未來性產業(Sunrise or Future Oriented Industries)，或是在科技領域稱之為內容產業(Content Industries)。
英國、紐西蘭	以個人的創造力、技藝、與才能為基礎，透過智慧財產權的建立與開發，創造財富與就業機會。
加拿大	藝術與文化活動被界定為文化產業者，應包括實質的文化產品、虛擬的文化服務、亦包括著作權。
芬蘭	使用文化產業結合文化與經濟，包括：意義內容的生產；傳統與現代的文化藝術；結合成功的商業機制、大眾閱聽者與近代電子生產；文化的創業精神。
香港	源自於個人創意、技巧及才華，通過知識產權的開發與運用，具創造財富與就業潛力的行業。
韓國	文化內容產業包括各類經濟活動，如創作、生產、製造、流通等，而其活動內容源自於任何知識、資訊及文化相關之基礎資源。
台灣	源自創意或文化積累，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升的行業。

資料來源：文建會「2003年文化創意產業發展年報」(2004a)；台灣經濟研究院「文化創意產業產值調查與推估」(2003a)；邱誌勇、劉柏君、廖淑雯(2004)；劉大和(2003)。

在各國對文化創意產業的定義下，不同國家便有不同產業項目的選擇，大制上文化創意產業之類別可區分為三個部份：包括文化藝術、工藝、古董等，與「文化創意產業」同源詞的產業；包括電視、廣播、電影等營利性企業的產業；以及包括軟體、互動式休閒軟體等的數位內容的新經濟產業。在這樣的產業集成文化創意產業，而依據各國對自身的國情與產業定義有其同的類別，茲將各國對文化創意產業之類別劃分整理於表2-2。

表2-2各國文化創意產業之分類

國家/組織	文化創意產業內容
聯合國教科文組織	視覺藝術、表演藝術、工藝與設計、印刷出版、電影、廣告、建築、歌舞劇與音樂的製造、多媒體、視聽產品、文化觀光、運動。
英國	藝術及古董市場、表演藝術、工藝設計、時尚設計、出版、廣播電視、電影及錄影帶、廣告、建築、音樂產業、軟體及電腦、服務、互動休閒軟體。
韓國	漫畫產業、電影產業、音樂產業、電玩產業、動畫產業、人物產業。
紐西蘭	視覺藝術(精緻藝術、工藝與古董)、設計、時尚設計、出版、電視與電台、電影及錄影帶、廣告、建築、音樂與表演藝術、軟體及電腦服務(包括休閒軟體)。
澳洲	娛樂業及劇場、設計、文學出版雜誌、電影電視、錄影帶及廣播、圖書館、社區文化發展、博物館美術館、動物園植物園、多媒體。
新加坡	媒體產業、設計、流行音樂、出版、藝術支援服務。
香港	視覺藝術及工藝、表演藝術、設計、時尚設計、出版、電視、電影、廣告、建築、音樂、軟體及電腦服務、遊戲軟體、漫畫產業。
台灣	視覺藝術、音樂及表演藝術、工藝、設計產業、設計品牌時尚、電視與廣播、電影、廣告、建築設計、文化展演設施、數位休閒娛樂、創意生活。

資料來源：文建會「文化創意產業手冊」(2003)；藤人傑(2004)；劉大和(2003)。

在表 2-1 及表 2-2 各國對文化創意產業之定義以及分類的文獻中，整理文化創意產業包括幾個必要的條件：

1.源於創意、文化或知識

文化創意產業的來源具有很強的「原創性」，雖然來源依據各國的定義有所不同，但可歸納為兩大來源：是源自在地的傳統文化與核心藝術；或者源自於個人的創造力與才能知識，這是與一般產業最大的差別，也是定義中辨別文化創意產業與分類的依據之一。

2.產值與就業的提升

創意能夠被視為一個區域主要經濟潛力的原因，是因為其能帶來就業發展以及產值成長(英國的文化媒體體育部(DCMS)，1998、2001；于國華，2003；劉大和，2003)。也因此，文化創意產業的發展可以同時創造經濟產值及增加就業，綜觀英國文化創意產業不僅是該國的第二大產業(僅次金融服務業)，更是該國僱用就業人口的第一大產業(吳思華，2004)，歐盟在視聽媒體方面，歐盟各國中前100大視聽媒體公司在1995年度有70億美元的營業額，比1994年提昇了15%；音樂唱片產業1995年也有88億美元的營業，比1994年提昇了9%。整個文化產業界1995年在歐盟即提供了兩百五十萬個工作機會，如果把手工藝業也算進去，甚至超過三百萬個工作機會，約佔歐洲勞工聯盟2%。產值及就業的提升成為文化創意產業明顯的特性，以致在各國對文化創意產業的定義中均將兩者納入。

3.產品的普羅化

文化創意產業源自創意或文化，但是其產品是屬於生活化、可商品化產品。商品化就是能夠被大眾消費者所接納，才具有商品價值。因此，從原創性到變成一個大眾商品，其實關鍵轉折就是能不能被多數的消費者所接受，因此有所謂「原創和世俗的調和過程」。除此之外，文化創意產品最大的特性就是跨國界的特性，反過來說，如商品不能成為一個國際性的商品，就不容易取得資源的回收，相對來講也不易成為一個國際級的產品(文建會，2003)。因此，產品的普羅化可以指是「自創意或文化商品化到為廣大社會所接受的過程。」

4.智慧財產權的保障

在文化創意產業中，「原創性」中的創意或文化成為經濟價值的來源，在商品化的轉換過程下，所產生的價值比任何實體財產更大。因為「內容」及「符號」本身的無形性，綜觀聯合國教科文組織、英國、芬蘭等對文化創意產業的定義中都可歸納出其組成的核心元素必定包括「智慧財產權受到保障」(吳思華，2004)。

2.1.2 文化創意產業之特性

文化創意產業研究學者Cave提出創意活動具備七項基本的經濟特性(Cave，2003)，如表2-3所示。

表2-3Cave的創意活動的七項基本經濟特性

經濟特性	內容
需求之不確定性。	由於創作者難以實際在消費者的面前創作，且創作者對作品創作過程過於投入，造成對等的無知(symmetrical ignorance)致使無法掌握消費者對其創作的評價。
創意工作者重視其作品。	藝術家與工匠的差異在於對藝術真實的追求，此外創作者的品味與偏好亦會影響創作表現，因此對企業家而言，創意工作者的雇用條件與其創作的產品特性必須同時協議，但實際上有困難。
創意商品需要多元技能。	大多數的創作需要眾多不同專業的工作者完成，某些產品，甚至每位投入者必須在場工作或至少以熟練的程度在某個端點執行任務。
區隔性產品。	消費者評價一件創意商品時通常透過比較的方法做商品評估，比較的方法包括垂直性區隔(如依張CD與一部電影)與水平性區隔(如兩首歌)。這樣的特性誘使創作者創作較受歡迎的作品。
垂直性區隔之技能。	創作者被熟悉市場運作的經理人定位在不同的水平上，而這樣的排名評比建構創意市場的價格。
時間就是金錢。	因為部分創意商品的創作必須要所有的參與者同時在場，因此人力成本變成為重要考量，具備短期密切合作及快速兌現獲利之經濟依賴的特性。
耐久性產品與耐久性租金。	因為藝術不朽的特性，因此許多的創意商品是耐久性的，並且會隨著每一次的演出或播放而累積名聲。

資料來源：Cave(2003)，5-17 頁。

除了考夫對文化創意產業經濟特性的理解外，英國學者 Hesmondhalgh 認為所謂核心的文化創意產業是指工業化產製、文本(Text)流通及高度仰賴符號創作者的產業類別，有其他非核心文化產業，也就是「周邊」文化創意產業，與核心文化產業相較，其再製的符號則僅需運用半工業化甚至或是非工業化的方法(Hesmondhalgh，2006)。在這樣的定義與

範圍下，以文本製作與複製的核心文化產業，其產業特徵包括三個問題及五個對問題的回應，其項目與內容如表 2-4 所示。

表2-4 Hesmondhalgh的文化產業特徵

產業特徵	內容
問題一：高風險的產業。	源自文化產業核心是要產製文本以供買賣，而閱聽人使用文化商品的習慣卻反覆無常。
問題二：生產成本高而再製成本低。	這是多數文化商品的特徵，只要「原版」製作出來之後，就可以極低的價格再製後續版本。
問題三：半公共財。	有些商品具備公共財的特性(例如：廣告)，有些則否(例如：工藝)。
回應一：生產大量作品以平衡失敗作與暢銷作。	利用「過量生產」的手段，使失敗作品與暢銷作品相互抵銷。
回應二：集中、整合、與知名度管理。	利用水平整合、垂直整合、國際化、多部門及多媒體整合、收編(co-opt)使企業型態大型化，以管理風險並極大化閱聽人的數量。
回應三：經由人為手段創造稀有性。	透過垂直整合來達到稀有性創造的目的，其管道例如廣告，影響銷售利潤；版權，禁止文本自由複製等。
回應四：類型化、類目與系列作品。	利用「類型化」降低產製出失敗作品的可能性，而類型化主要的方式之一，就是建立明星體制(例如列出明星作家或者電影的強大卡司)。
回應五：鬆綁對符號創作者的控制；嚴密管理通路及行銷。	有些創意無法接受科層組織的管理，因此未了降低管理創意帶來的高度風險，管理者選擇更嚴密的管控再製、通路及行銷等流通面向的策略。

資料來源：Hesmondhalgh(2006)，17-23 頁。

相較於Hesmondhalgh對文化產業的定義與觀點，英國學者Garnham認為英國文化產業在政府政策的介入與發展下，「文化創意」包括兩個意含：第一，不僅是法蘭克福學派所指陳的資本主義的經濟形式，更是指資訊經濟的特徵以及動態的符號生產、分配與消費；第二，包含水平、垂直的創意集中整合的過程，不管是印刷、電影等，甚至超越這些產業而包括全球的經濟體(Garnham, 2005)。對英國創意產業特性的觀點，部分認同Caves所提出概念的論點影響，Garnham認為文化產業具備有的特徵，如表2-5所示。

表2-5 Garnham文化產業之特徵

產業特徵	內容
高固定成本、低管理及再製成本。	因為這樣的特性，因此利用規模經濟、消費者極大化、垂直與水平整合作為因應策略。
因需求未知導致高度投資風險。	在產品完成並銷售之前，包括創作者與消費者都無法事先知道需求與市場情況。
固有公共財特性。	原有公共財的特性無法藉由價格機制完全私有化，另外也藉此突顯智慧財產權的問題，因此，文化創意產業又另稱為「內容產業(copyright industries)」。
關聯性生產。	文化產業被視為一個複雜的價值鏈：利潤的關鍵在控制生產投資與配送而非創意工作者，創意產業的管理者選擇將關鍵的創意事務外包，轉而以經營智慧財產權為核心。
受科技影響。	因為所有的東西逐漸受到科技與數位化的影響，取得利潤的關鍵已成為掌握多少科技而非提供原始文化產品及服務。

資料來源：Garnham(2005)，19-20 頁。

2.2 文化創意商品

許多現在正流行的文化創意商品，大多是年輕人自己手工製作的創意小商品，例如銀飾、掛飾、皮件、布偶等，若要開發屬於自己的個性商品，需要有「文化」的內涵，尤其是手工的、獨創的商品，更需要找到一個說故事的軸線，讓消費者受到文化內容的吸引並

願意購買該商品。

2.2.1 文化商品之定義

商品是指某種勞動產品，商品作為勞動產品，它必須通過市場交換去實現其使用價值和經濟利益的客觀物件。而文化商品則因商品蘊含文化元素、符碼而必須加以重新審視與省思，運用設計手法將其文化元素尋求適當的設計，以達到商品被消費使用之餘，還能進一步達到文化學習層面的功能，稱之為「文化商品」(黃世輝，2003)。

2.2.2 文化商品之種類

近年來，台灣的文化創意產業蓬勃發展，各地方率續推出各項具有地方及產業特色的文化商品，這不僅有助於帶動經濟成長與產業升級，對於未來工藝、藝術、文化與生活的結合，讓生活精品為人們生活帶來文化、歡笑，透過文化創意的加持，如同形象品牌一般，對地方、企業及文化形成很高的經濟效益。

文化商品類別在一般大眾消費者的方式有區分兩種文化商品類型，一種是大眾文化下的文化商品，另一種是具有壟斷與獨特性質。黃世輝(2003)則將文化商品依其性質，區分為六大類：

- 1.實用型商品。
- 2.鑑賞型商品。
- 3.知識理解型商品。
- 4.體驗型商品。
- 5.社造理解型商品。
- 6.哲學認同型商品。

2.2.3 文化商品之功能

文化商品所傳達的美學、安全、品味及風格等訴求無一不是和文化息息相關，因為文化反映該地區人民的生活型態，因此文化商品旨在傳遞該地域的文化及其民族性；亦即為商品本身給人感受的整體意象，而文化商品的功能如下(黃世輝，2003)。

1.文化識別

文化商品即是針對器物本身所蘊含的文化因素加以重新審視與省思，運用設計，將其

文化因素尋求一新的現代面貌，並探求器物使用的精神層面的滿足，這是文化商品與一般商品所異之處，在於其多了一項文化識別的功能。」文化產業重視無形的資訊，以及人與人之間的感情連結，需要另一套不同於一般產業的經營方法。我們甚至可以擴大商品一詞的指涉範圍，將服務性商品也包括在內。但文化的記號如何滲入商品中而又浮出於商品外表，基本上包括文化記號的文飾、造型與意義轉用等方法。

2.文化經濟

一般而言，文化商品的開發具有一定程度的經濟導向，然而，文化商品不同於一般大量生產的產品，特別是對於社區型文化商品而言，由於它涉及產業規模大小的發展、社區自製加工的材料來源以及商品具有的獨特性與地方性，都是社區型文化商品不同於一般量產商品的個性，由於其規模不大，一般都以「地方微型產業」看待。

2.2.4 文化商品設計

結合科技產業與文化創意，從體驗地區的文化特色，透過文化創意加值設計，經由文化、創意與設計的過程行銷產品，以達到「文化創意、社區營造、生活設計、行銷產品」的目的。透過文化創意加值產品發展產業在地化，營造地區創意產業。

文化產品設計主要目的是將文化特性轉換為產品特色的程序。根據文化產品內涵、文化產品設計模式等概念，配合文化產品設計特色。

基本上的設計程序是針對多人的設計小組，以設計團隊的方式運作。其包括下列 10 個步驟：(1)設計定位，(2)理解與感知，(3)消費者描述，(4)使用情境描述，(5)設計規範的建立，(6.1)文化特質、意義間的探討，(6.2) 文化、產品脈絡及特性的編寫，(7)適宜的轉換脈絡，(8)設計訴求確立及概念發展，(9)概念整合及構想發展，(10)階段性設計評價(徐啟賢，2004)。

而文化商品設計又可分為「參與式設計」及「敘事設計」(黃世輝，2001)，分述如下。

1.參與式設計

參與式設計一詞是指社區設計、合作設計與協力設計三者的結合，其核心概念為「參與」，意指在一個民主的社會裡，我們必須尊重且滿足所有個人的需求。因為在一個多元的社會裡每個人應有平等的參與機會、資訊與資源，同時尊重不同個體的看法與差異。而參與式設計的進行原則為：

- (1)使用者參與：可能會為這設計決策所影響的任何人，都應該進到這個決策過程來。
- (2)平等的環境使用機會。

(3)不同生活經驗的文化脈絡。

(4)大眾的集體美學價值，反對菁英文化專斷的美學觀。

(5)在民主化與多元化的時代，參與式設計代表設計決策權力的重新分配，不再是專業設計者的主導，也不是開發者的所有權，而是藉由過程的討論中讓使用者、開發者、專業者三個角色的得到平衡。

(6)參與式的設計者應做到溝通、居間並相互學習的程度。並透過參與式設計以溝通與共同決策的方式，使居民能在規劃過程中做意見表達，甚至要求改變設計，居民若能參與其中將能學習規劃相關知識，並對環境產生認同及共識，對於日後永續社區發展及社區管理維護都有助益。

2.敘事設計

敘事設計又稱「敘述性設計」，是以說故事的方式來表達設計作品的內容意涵；透過說故事的表達方法來感動消費者，創作重點在於表達一種完整的「故事意涵」，而不在於強調實用性。

運用敘事設計的方法來進行文化商品設計時，可由地方文化脈絡及特質來發展故事內容，經過敘述表達而讓消費者瞭解，進而達成述說、認識與被學習的目的。

2.2.5 文化商品行銷

文化產業在行銷的重點是文化，才會脫離一般商品市場的行銷策略。企劃的重心強調故事性延展，要創造一個故事情境，這是敘事性文化內容。品牌的建立並不單純只是賦予公司、產品一個名字一個招牌，還涵蓋了其他。所具有的文化內涵才是反映品牌自身的價值與意義。文化創意產業的品牌創意加值是根基於文化特色，經由設計營造生活品味，透過品牌形成生活型態。地區文化特色就從品牌創意中轉變為經濟。創意是經由感動的認同，品牌則是實現文化設計創意的媒介、手段或方法。因此，地區的品牌創意簡單的說就是地區文化透過創意設計，經由品牌行銷實現一種設計品味或生活型態(黃世輝，2003)。

2.2.6 文化產業化與產業文化化

「文化產業化」是將在舊傳統資本主義之利益導向發展模式下，被忽略或甚至被犧牲的地方環境、傳統、特色等文化資源重新賦予生命力，並藉創意、想像力與科技之助予以恢復、重建、或再造，並加以適度包裝成為文化產品，而發展成兼具文化價值與經濟效益的文化產業。「產業文化化」則是將原來工商引導的掠奪式、入侵式、剝削式的產業型態，

以及失去競爭力與經濟價值的傳統農漁牧林礦、手工藝的初級產業形態，轉型為內發性、建設性、與創造性的產業形態，除了部分產業必須捨棄之外，原本許多產業都可以因為注入豐富的文化內涵而提昇附加價值。文建會曾提出「產業文化化、文化產業化」的口號，希望將「地方產業」加以文化包裝，提昇其價值；或將「文化」營造為「產業」，帶動地方經濟發展，活化社區(陳其南，1995)。

文化創意產業的推動，「在促使直線的兩端向中間靠攏，一方面產業要文化化，另一方面文化藝術要產業化(台灣經濟研究月刊社論，2005)。」然而，「文化產業」、「產業文化」、「文化產業化」與「產業文化化」，是如此相像、卻又如此的不相同。為正本清源，在此先為兩者做出區隔。

黃世輝(2001)認為，所謂產業文化，指的是產業所具有的文化，亦即：某產業(包括農林漁業)在多年產品(包括農林漁業)生產的過程中，基於對材料選擇與處理的仔細經驗、產品設計製作的創意與品管，而發展出屬於自己特有的文化。

而文化產業則是指運用文化特色的產業，也就是將生活文化、生產文化加以發揮應用，所形成的產業。「例如水里蛇窯、華陶窯等不同於一般專重生產的陶瓷工廠，而將陶瓷生產製作的文化，設計成為參觀者所可學習體會的對象，讓窯場成為新型的文化產業(周錫洋主編，2000)。」

1.文化產業化

在全球化效益的結合下，隨著科技進步與經濟發展，資本主義引發的大量生產、大量消費與現代科技，特別是與傳播媒體的結合，促使文化藝術與商業結合，文化創作品為迎合消費者之需求，變的更加多元化；亦即一種強調以「文化民粹主義(cultural populism)」的觀點明顯刺激了文化消費性的發生，並將文化消費和參與形式帶入「大眾化」和「大量化」的發展階段(廖淑容、周志龍、古宜靈，2000)。

漢寶德(2002)認為，對高級文化，只要努力讓它自給自足，而不要去改變文化的本質；而以「大眾文化」為主要內容的產業，才是「文化產業」，推行高級文化經營合理化的方向，則可稱為「文化的產業化」。日下公人(1994)將「能恰當地表達追求生活的快樂和生命的價值之經濟行為的詞彙」稱為「文化產業化」。

陳其南則認為文化產業化「係指源自於文化所具有的特殊產業價值，由文化本身或地方內劃出來的產業化過程及經濟生產活動(陳姿月，2004)。」

文化產業化可透過兩種方法進行：「一為文化藝術自身的產業化，利用行銷、策展、活動與媒體等擴大文化藝術的消費群，並導入營利性特質，另一為透過授權、設計、創意

等轉換與「產業文化」接軌(台灣經濟研究月刊社論，2005)。」

2.產業文化化

相對於科學與技術，「心」才是新時代的致勝關鍵，而莫忘初心的道理，就在於如何汲取文化的養分，讓心變的更柔軟。藝術本身充滿了可能性與未來性，這種娛樂、技術、創意想像的特質，有機會成為企業體無可取代的專利發明物，造成獨特的文化效應，具有深度的文化內涵，進而廣泛影響未來的生活發展(王菊櫻，2005)。故而，產業文化化就是「將文化藝術的內涵加入產業的商品或服務中，以提高產業的商品或服務的附加價值，並使消費者不僅可滿足物質的需要，也同時滿足心靈的需要。」(台灣經濟研究月刊社論，2005)。

相對於公部門說法所主力推動的文化產業化，企業界則更關注於產業文化化。詹宏志(2003)以業界「產業文化化」觀點，提出他心目中的文化創意產業，並不是垂直的產業類型，而是企業附加價值的一環。「每一樣產業裡，靠產生差異而來的產值，代表的就是你的設計、知識、專利、形象等等，這就是水準概念的文化創意產業」。破除公部門因應便於統計所歸納的類型分類法思考，他以嶄新的觀點，提出文化創意產業是出現於各種產業中，附加價值最大的前端與尾端，此論述與施振榮所提出的微笑曲線可謂不謀而合。日下公人(1994)以「汽車業」做了很貼切的說明。他認為，轎車業年年推出新款，只需少許象徵某種時尚和表示某種文化符號的改款，就能吸引消費者掏錢；從意義上來說，汽車業一半是機械製造業，另一半則是文化製造業，「總之，是一種文化產業。」

由此可見，相對於官方汲汲於意圖將「文化業」扶助成「文化產業」，民間產學研界卻更為重視在產業界中加入文化活水，或者讓文化業脫胎成為生活中真正的產業。

3.文化產業化與產業文化化的融合

馮久玲(2002)認為雙軌開發文化產業化和產業文化化，才是所謂正確的戰略。若要將文化做成好生意，產業文化化扮演不可或缺的重要角色，故她綜合以上兩者提出雙向觀點，認為應透過現代人的手段，有效地推廣好文化讓世人接受，成為生活的一種選擇、流行的時尚，活用生命，讓生活更有趣。

2.3 社區總體營造

社區總體營造是1994年臺灣的新名詞與新概念。概念來自日本的造町、英國的社區建築(Community Architect)和美國的社區設計(Community Design)等。在翻譯上述的概念時採用既有的名詞「社區」，意味著要從人口和面積比較少的地方開始(黃世輝、宮崎清，1996a)。

文化建設委員會所稱的「社區總體營造」就是以「社區共同體」的存在和意識作為前提和目標。藉著社區居民積極參與地方公共事務，凝聚社區共識，經由社區的自主能力，配合社區總體營造理念的推動，使各地方建立屬於自己的文化特色，也讓社區居民共同營造「產業文化化，文化產業化」、「文化事物發展」、「地方文化團體與社區組織運作」、「整體文化空間及重要公共建設的整合」及其他相關的文化活動。社區總體營造本質上是一種新社會培力運動，也是一個社會改造運動，運用各種方法與手段，將居住在一個小地域(社區)內的居民凝聚共識，透過大家的參與，共同規劃社區的願景，面對社區的問題，也就是希望恢復並提升社區中已經逐漸喪失的居民自主能力(文建會，2004b)。

「社區總體營造」起始於1993年12月，當時台灣的文建會主委申學庸向立法院提出施政報告時提出「社區總體營造」之名詞，該詞以「建立社區文化、凝聚社區共識、建構社區生命共同體的概念，來作為一類文化行政的新思維與政策。」作為主要目標。主要目的是為了整合「人、文、地、景、產」五大社區發展面向，所產生出來的政策性名詞。

社區營造中的「社區」一詞，並不侷限於村里的行政範圍，它可能是一棟公寓、一條街道、一個村落等，所以只要是一群人的共同空間，並產生彼此的共識或認同，這就是一個社區。

因為愛護及疼惜這個地方，並為了使追求社區更美好的未來，每個居民都願意積極行動及解決社區的存在問題，並實現理想家園的願景，這正是社區營造的基本理念；因此在這個過程中，不論是大人、小孩及老人，每個人都可以參與社區營造，自由交換意見，大家都是平等的；因為社區問題是環環相扣，環境、文化及產業之間是互相影響，必須綜合性解決，所以叫做「總體」營造。

在台灣經濟的快速發展下，其所產生許多層面的問題，使傳統文化逐漸消失殆盡，也造成了人際關係的疏離、冷漠、自私及投機，對地方事務缺乏參與的熱誠，也缺乏了對土地的認同感及共同體意識。

就人類的生活文化而言，家庭是每個人生活中最重要的領域，而社區則是民眾公共生活的最基本場所，因此，文化的發展必須根植於社區才能開花結果；民眾也必須凝聚社區的共同體意識，關心自身的環境與家園，積極地參與社區公共性事務，協力經營社區以達到永續發展目標。

希望藉由社區總體營造，讓民眾對於社區產生關懷及認同感，進而改善社區的生活環境及保存社區的傳統文化，並建立社區的自我特色，培養民眾的公共參與精神，循序漸進地建立社區文化。

單靠政府「由上而下」推行政策，這是無法全盤性解決並改善社區的環境、產業、文化及生態等問題；反而是透過社區總體營造「由下而上」的推動方式，可以發揮自主意識並整合各方資源，達到總體營造的實質效果。

而推動社區總體營造就是要使民眾重新建立參與地方事務的能力，從參與過程中，讓民眾可學習並培養出參與公共事務的意願與能力，並關心及疼惜自己居住的故鄉；因此社區總體營造的精神即為「由下而上」、「民眾參與」及「地方自主」。

在解決社區問題的過程中，要養成社區執行計畫及動員的基本能力，並建立社區工作團隊，學習面對社區的各種問題及討論議題，並經由社區成員共同參與的方式，達成因應問題的共同意識，並讓「共同參與機制」成為社區永續發展的最大動力來源；自發，運用民眾參與的力量，一點一滴的由社區各層面做起，才是社區營造最具體的推動方式；並「由下而上」有效整合政府、學術界、產業界及民間等資源，才能實現社區總體營造的願景，並使社區永續經營；因此，社區總體營造就是倡導「社區居民總動員能力」，並培養社區意識及建立共識，讓社區居民自行發掘並討論社區問題及自行提出解決方法。

2.3.1 社區概述與定義

「社區」一詞由英文「Community」翻譯而來，在希臘文中，指的是「友伴、團契」(fellowship)的意思；拉丁文「Communis」意指團體、共同的關係與感覺(鄭熙彥，1979)。

社區一詞，源自拉丁字 *communis*，意指伙伴關係(fellowship)或指共同的關係及感覺，譯為「社區」，亦有人譯為「共同體」。社區一詞雖為人們所常用，但其意義卻常隨著不同專家學者的認知而有不同的解釋。社會學家希來瑞(George A. Hillery)曾研究 94 個定義，歸納出多數社會學家所認同的社區含義，應包括三個要素：地理區域、共同關係、社會互動。

徐震(1995)對社區的定義提出如下的說法：「社區是居住於某一地理區域，具有共同關係，社會互動及服務體系的一個人群。」析言之，社區是一個人群，他們：(1)住於相當鄰接的地區，彼此常有往返。(2)具有若干共同的利益，彼此需要支援。(3)具有若干共同的服務：如交通、學校、市場等。(4)面臨若干共同的問題：如經濟的、衛生的、教育的等。(5)產生若干共同的需要：如生活的、心理的、社會的等。

黃世輝、宮崎清(1996b)，則提出傳統的社區定義，是指一特定地理區域，在此區域中關於文化、產業、教育、公共行政等問題，均形成「對外自主」、「對內互助合作」的社會體系，且共享與生活有關的利益。

陳其南(1998)，則從「社區」的英文(Community)將之定義為社會性較強，空間性、行

政性較弱的一個「共同體」：「無論一條街、一棟公寓大樓、一個村落、一個城市，只要這些地方具某種程度的共同性格，即可稱為社區。」社區則有更新、更哲學性的看法，他認為：「社區的本意比較接近『社群』或『共同體』的含義，它既非單純的空間地域單位，也非行政體系的一環，它應該是指一群具有共識的社會單位，所謂共識也就是『社區意識』。因此，一個社區當然指的是『人』而非『地』；是『社群』而非『空間』。」

綜合以上的社區定義，如表 2-6。

表 2-6 社區定義一覽表

學者	年份	定義
徐震	1995	社區是居住於某一地理區域，具有共同關係，社會互動及服務體系的一個人群。形成社區應具有居民、地區、共同的關係、社區組織、社區意識等 5 項。
黃世輝、 宮崎清	1996	提出傳統的社區定義，是指一特定地理區域，在此區域中關於文化、產業、教育、公共行政等問題，均形成「對外自主」、「對內互助合作」的社會體系，且共享與生活有關的利益。
陳其南	1998	社區則有更新、更哲學性的看法，他認為「社區的本意比較接近「社群」或「共同體」的含義，它既非單純的空間地域單位，也非行政體系的一環，它應該是指一群具有共識的社會單位，所謂共識也就是「社區意識」。因此，一個社區當然指的是「人」而非「地」；是「社群」而非「空間」。

資料來源：本研究整理。

台灣的社區工作源自於 1965 年行政院頒布「民生主義現階段社會政策」，確立「社區發展」是我國社會福利措施七大要項之一，希望藉以進行鄉村社會的整合。爾後，陸續頒布「社區發展工作綱要」，並接受美援成立臺灣「中華民國社區發展研究訓練中心」。直至 1991 年 5 月 1 日再修訂發布「社區發展工作綱要」，特別將「社區理事會」組織改制為依人民團體法運作的「社區發展協會」。「社區發展協會」是一種人民團體組織，其成立的宗旨是在促進社區發展，增進居民福利，建設安和樂利、融洽的、團結互助之現代化社會。意即配合政府推行社區公共設施、生產福利、精神倫理等三大建設。

2.3.2 社區總體營造之議題與目標

在台灣，1960年代有「社區發展」的政策推動，自1994年陳其南在文建會提倡「社區總體營造」的新概念之後，逐漸地才改用「社區營造」一詞。居住在同一地理範圍內的居民，持續以集體的行動來處理其共同面對社區的生活議題，解決問題同時也創造共同的生活福祉，逐漸地，居民彼此之間以及居民與社區環境之間建立起緊密的社會連繫，此一過程即稱為「社區營造」。

社區營造冀望藉由具體的行動來增進社區中人與人、人與環境之間的社區感，這些具體的行動，依據日本社造專家宮崎清教授的主張可以分為：人、文、地、產、景等五大分類(黃世輝，2006)。

一般而言，社區營造針對不同種類的社區議題而行動，宮崎清教授主張將這些議題區分為「人」、「文」、「地」、「產」、「景」五大類。「人」指的是社區居民的需求的滿足、人際關係的經營和生活福祉之創造；「文」指的是社區共同歷史文化之延續，藝文活動之經營以及終身學習等；「地」指的是地理環境的保育與特色發揚，在地性的延續；「產」指的是在地產業與經濟活動的集體經營，地產的創發與行銷等；「景」指的是社區公共空間的營造、生活環境的永續經營、獨特景觀的創造、居民自力營造等。

文建會自1994年提出「社區總體營造」此一明確而實質的概念，並推動數項補助計畫，台灣的社區協力政策逐步由文建會擴展到其他中央部會，如環保署的「生活環境改造計畫」、經濟部的「創造形象商圈計畫」；2002年甚至整合提昇為「挑戰2008國家發展重點計畫」中的「新故鄉營造計畫」。使得地域振興與社造運動聯結、整合為一體；當時文建會主委陳其南表示：「社區共同體的生產模式透過空間與產業的多樣性、聯結性、整合性，形成一套結構性的生產模式，強調內需機制及區域性發展，而非降低成本、大量開發的既往經濟模式」。

社區營造的目標為喚醒居民對地方的認識與關心，並凝聚居民的共同意識，及關心故鄉的人(人力)、文(文史)、地(地理)、景(景觀)及產(產業)，社區居民一起努力於故鄉的營造工作，為區域創造出更多的活力與文化特色；並經由縣級社區營造點的徵選，從理念宣導、社區組織的輔導、社區田野的調查、社區特色的發掘及社區培訓課程做基礎的擾動，透過這樣的過程讓居民知道社區的方向及未來，並成為申請各項計畫經費的基礎。社區營造工作是「從下而上」的提升力量及改變現狀的最佳方式，如何有效整合社區人文、景觀及產業特色、區域學術單位的專家資源及地方政府各部門的行政資源，達到產、官、學界的相互信賴、合作與資源共享的三贏局面，進而從地方縣市政府與鄉鎮市持續推動「社區環境」、「衛生保健」、「社區治安」、「社會福利」、「教育文化」、「經濟發展」、「觀光旅遊」等

各面向的發展，這正是社區營造工作刻不容緩的首要工作，亦是最理想方式。

2.4 孩沙里社區相關研究之回顧

透過孩沙里社區的相關文獻(游元隆，2008；王雅晨等，2000)及網路資料(行政院農業委員會水土保持局全球資訊網-農村再生、雲林縣政府文化處社區營造網站、雲林縣文化旅遊網全球資訊網-雲林之美-孩沙里社區、向日葵的故鄉雲林縣荊桐鄉-孩沙里社區的部落格等)搜尋並整理得知，社區相關文獻略述如下。

1. 五百甲圳米

雲林縣是嘉南平原上的大米倉，而荊桐稻米的產量是雲林之冠，生產的濁水米的米質香 Q、營養又好吃，遠近馳名，為什麼荊桐鄉能生產這麼好吃的米(日治時代，濁水米當時是被上貢給日本天皇吃的「獻納米」)呢？因為台灣本島氣候屬於高溫多雨，最適合稻穀的生長，而荊桐鄉就位於土壤肥沃(粘板岩)的濁水溪沖積平原上(富含有機質、生產力極佳)，再加上人文(農民勤勞、以農維生)及水利(地下水充沛、再加上「鹿場課圳」、「嘉南大圳」灌溉溝渠的完成)的配合，本區的稻米即佔本省重要地位。

「五百甲圳」即今「鹿場課圳」，為清朝嘉慶元年(1796 年)，西螺街「三塊厝」王有成等幾位富戶集資於今雲林縣荊桐鄉孩沙里創設五百甲圳，並引濁水溪水灌溉，以生產稻米為主，為全台良質濁水米之最重要產地，而以葵花作為綠肥所產的「五百甲圳葵花濁水米」正是荊桐鄉知名的農特產之一。

知名的「五百甲圳米」是濁水溪品質最好的米，產地就在荊桐鄉的五百甲圳，只是早年地主多住西螺，在荊桐鄉五百甲圳耕作的都是佃戶，所以賣米、納貢的都是地主，才會造成西螺米的名聲比較響亮，而在日治時代就是獻給日本天皇食用的，品質有口皆碑，並享譽海內外。更於民國 96 年、97 年及 98 年連續三年蟬聯「全國十大經典好米」，孩沙里社區的文創商品「五百甲圳米」已成為全台好米的最新代名詞(游元隆，2008)。

2. 人文薈萃、物產豐饒、俯拾皆是美的孩沙里社區

「孩沙里」是雲林縣僅存二個平埔族發音的部落之一，在這小小的美麗農村社區，有人文薈萃的純樸鄉民、有最自然的芬芳大地與景致、有最與世無爭的悠閒農趣，更有最好吃的農特產「全國十大經典好米」的荊桐鄉「五百甲圳濁水米」，營造向日葵花海、健康及無毒的台灣農業奇蹟「葵花濁水米」、「五百甲圳單車專用道」、「獻納米原鄉」典故及「一甲子孩沙里樂團」傳奇與音樂饗宴等，現在「向日葵的故鄉」孩沙里社區就像現代版的和氏璧，它已呈現真正的寶玉光彩。位在雲林縣荊桐鄉濁水溪南畔的小小美麗農村社區「孩

沙里」，它美麗、有趣的地名總是成為遊客對它的第一印象，嘉南平原午后的溫馴冬陽讓大地的百花盛開，只見來自於台灣各地扶老攜幼的遊客們盡情徜徉於花海當中，老少喜悅的神情表露出驚嘆及滿足，這裡正是台灣冬季最自然、美麗的新角落。

3. 葵花寶玉孩沙尋、「五百甲圳」御米鄉

2007年九月荊桐僑和國小的「小農夫種稻團隊」，推出「五百甲圳葵花濁水米」愛心米，獲得熱烈迴響，而五百甲圳御皇米原鄉，唯有踏訪孩沙里才能尋得葵花寶玉，新春時節的孩沙里，綠野平疇、葵花、波斯菊花海、幽靜的農村，正向您招手。

4. 香火鼎盛的「福天宮」媽祖廟

沿著荊桐鄉外環道接雲 156 線道路，路旁牌樓處即達；「孩沙里」之名，源自「平埔族」語；當地「福天宮」主祀「徐府千歲」，並奉祀「天上聖母」，據記載距今有三百多年歷史，成為居民信仰中心。

5. 「五百甲圳獻納米原鄉」

社區內路旁土地公廟，規模雖小，卻香火鼎盛，廟前農田，即是日治時代五百甲圳御皇米產地，孩沙里被譽為「五百甲圳獻納米原鄉」也由此起。「五百甲圳」即今「鹿場課圳」，清朝嘉慶元年(1796年)自濁水溪上游引水，灌溉孩沙里周圍五百甲農田，故稱五百甲圳；當時保正(村長)陳懷，挑選一處農田，專種日本蓬萊米，收成後由學童戴手套和口罩，一粒一粒篩選共兩斗米，由「大日本青年團」送至日本進貢天皇。荊桐鄉民高清水，珍藏父親高樹枝於 1939 年至日本呈獻「濁水米」胸章，這枚約十元硬幣大小的橢圓形胸章，正面雕刻稻穗圖案，下刻「神饌奉獻」字樣，背面刻有昭和十四年十一月二十至二十二日字樣，傳說中的「獻納米」，得到文物印證，也證明孩沙里「五百甲圳獻納米原鄉」之名。

6. 聞名遐邇的一甲子「孩沙里樂團」

「孩沙里吹奏樂隊」創立至今一甲子，台灣光復初期，聞名遐邇，樂隊至今猶存，喜慶節日表演，成為社區特色之一。

7. 孩沙里社區的「全國十大景觀花田」

孩沙里每年兩期稻作收成後，農民種植向日葵花、波斯菊當綠肥，冬季期間，花海一片，成為特色景觀，吸引愛花、愛好攝影人士流連，踏訪「五百甲圳葵花濁水米原鄉」，綠野平疇自是春遊踏青好去處。

第三章 研究設計及執行

本章分為 3.1 研究架構、3.2 研究方法、3.3 研究工具、3.4 資料整理與分析等四節，分別敘述如下。

3.1 研究架構

本研究從地方特色商品創意設計、地方特色商品包裝及地方特色商品行銷的構面開端，輔以結合社區總體營造因素的地方特色營造與產業活化，及文化創意產業政策因素等構面，藉由各構面的因素，並經由田野調查與深度訪談等方式，進而了解社區傳統產業成功發展文創商品模式的成功因素，研究架構圖如下圖 3-1 研究架構圖所示。

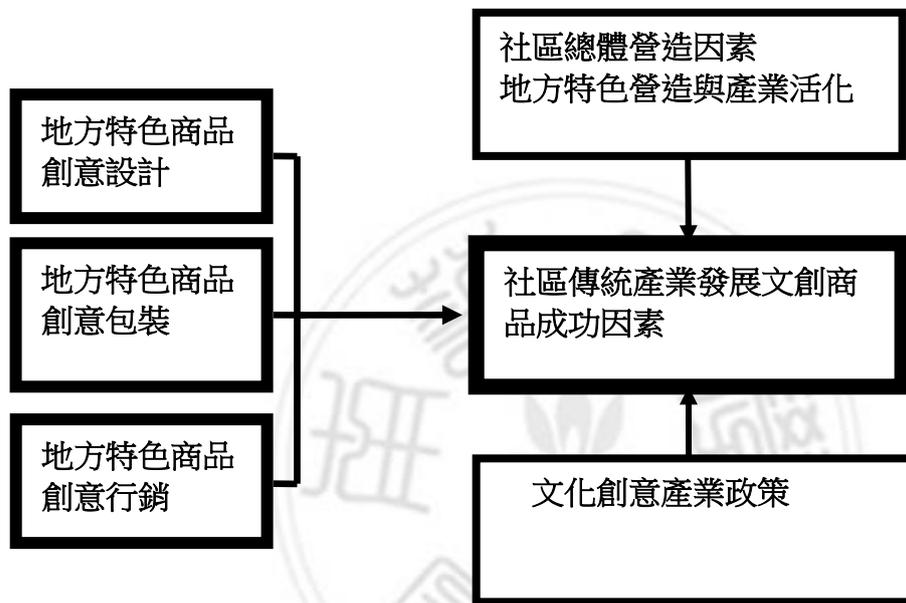


圖 3-1 研究架構圖

3.2 研究方法

本研究採用質化研究的「文獻分析法」、「田野調查法」及半結構化的「深度訪談法」等三個研究方法。

首先透過相關文獻及網路資料等整理研究，加上實地的田野調查方式，再運用深入訪談法，針對孩沙里社區傳統產業「五百甲圳米」發展成文創商品的過程，進行深度訪談，透過訪談記錄的整理分析，對資料進行歸納，建構社區傳統產業發展文創商品的成功模式。

本研究共計訪問九位受訪者，經由資料分析與實證結果，歸納並論述成「探討孩沙里社區「五百甲圳米」的設計包裝規劃」、「建立社區文化商品行銷運作模式」、「提出永續經營文化商品之可能性」三大概念，建構社區傳統產業發展文創商品的成功模式。希望提出對於文化商品廣義的界定，以季節性設計或活動方法，來進一步形塑文化商品的面相，再依照所歸納整理之資料，進而尋找最完整的文化商品永續經營模式，期望本研究的結果也能作為發展社區傳統產業成為文創商品模式及其相關產業之參考依據。

3.3 研究工具

本研究選擇以質性研究的方式，透過文獻的分析、實地的田野調查法與面對面的半結構化的深度訪談，進行資料蒐集及分析，期望可推演出社區傳統產業發展文創商品的成功模式。

3.3.1 質性研究方法

本研究從探索的角度，分析社區傳統產業發展文創商品的模式與績效；因此，本文擬採「質性研究」方法，進行資料之蒐集與分析。

「質性研究」(qualitative research)典型上市針對少數人和個案，蒐集詳盡且豐富的資料，以增進研究者對研究個案和情境的瞭解。正因唯有別於量的研究以數字呈現期統計結果，質的研究乃以文字敘述來表達事實。研究者為了瞭解事務的情境(context)與意義(meaning)，採取參與觀察(participant observation)或深度訪談(depth interview)等研究方法，讓自身融入研究情境中，以掌握研究對象的行為，或其動之外顯的和蘊含的意義(manifest and latent meaning)(王文科，1990)。相關的研究方法如下。

1. 文獻分析法

文獻回顧主要歸納國內社區產業相關重要文獻，重點在分析、釐清各相關研究落實在發展鄉村型社區產業的適用性，並歸納出發展鄉村型社區產業之規劃。

2. 田野調查法

Emerson(1983)認為，田野研究法是質的研究法中最主要的資料蒐集策略。廣義而言，所有的實地研究工作都可稱為「田野研究」，但狹義而言田野工作卻特指人類學研究領域中的考古發掘與民族調查(葉至誠、葉立誠，2000)。

Earl Babbie 指出，田野研究一項主要特性在於「它能提供給研究者對研究觀點的理解程度。透過儘可能完全直接地觀察與學習一個社會現象，也可以對其瞭解得較深入以及周全」(Babbie，1998)。

而田野調查法中社區資源調查的範疇如下所述。

何謂「社區資源」？舉凡能夠標示社區特色、凝聚居民的認同、創造社區價值的人、事、物，都可視為「社區資源」。日本宮崎清教授曾對地方資源提出「人力、文史、產業、土地、景觀」的五大分類(黃世輝，2006)。五大分類的說明如下。

(1)人力：就是社區裏面到底有甚麼有意思的人，如果從社區營造的角度來看，人是最重要的一個部分，但並非一定指具有政治成就的人，會剪頭髮的師傅，會包粽子的阿媽等都可

以是重要的文化資源，茲如社區人口狀況、可動員之人力、社區組織、當地藝文人士、社區耆老等。

(2)文史：就是它的歷史文化，各種有形或無形文化財、社會風土民情，例如村落來源、廟會、地方俚語(方言)、老照片、小故事等。

(3)產業：社區內的各種產業，跟文化資產有關的，當我們在進行生產行為的時候，所留下的證據，例如農業的鼓風車等。

(4)土地：地理與自然的部分，例如社區裏面特殊的地質結構與自然環境、地區動植物、水域、礦業等資源。

(5)景觀：社區的自然景觀、人文景觀(社會景觀及生活景觀)等。

3.深度訪談法

本研究所採用的深度訪談法(in-depth interview)，是質化研究中經常採行的資料蒐集方法之一，主要是利用訪談者與受訪者之間的口語交談，達到意見交換與建構，是一種單獨的、個人的互動方式，受訪者藉由訪談的過程與內容，發覺、分析出受訪者的動機、信念、態度、作法與看法等。此研究方法是一種訪談者與受訪者雙方面對面的社會互動過程，訪問資料正是社會互動的產物(畢恆達，1996；Babbie，1998；袁方，2002)。

深度訪談法一般分為結構化、非結構化以及半結構化的訪談，所謂結構化的訪談是致問題與答案之間有一定的形式與結構，而非結構化的訪談是以閒聊的方式來進行，而半結構化的訪談是直接面對面的個人訪問方式，再訪談過程中掌握高度的技巧，對某一問題的潛在動機、信念、態度和感情作深入訪談。依據蒐集的資料取向，將深度訪談法分為非正式的會話訪談、一般性訪談導引訪談，以及標準化開放式訪談三種取向(Sekaran，2003)。

「深度訪談」旨在研究現場的對話中，瞭解研究對象的生活世界，發現研究對象的觀點，蒐集特定的爭論問題或事件訊息，包括研究對象的經驗、意見、感受、和知識等直接引述並進一步探求資料或訊息本身所反映的一些事實真相(歐用生，1989)。

深度訪談法的優點是一種臨床式訪談，有利蒐集個人特定經驗的過程、動機和情感、態度等資料。研究者可藉由長時間的訪問，讓受訪者深入談出問題核心，藉由對事件的敘述與描繪，使問題與答案不經意浮現。

簡言之，深度訪談所著重的是，研究對象的言談內容，及言談內容中所表達的真實意涵；而這絕非是表面觀察，或是統計數字的蒐羅所能夠呈現的。

因此，本研究選擇採半結構式的深度訪談，來做進一步的分析與討論驗證，整理出文研究的主要架構，並由此歸納出結論。

本研究採行的是面對面的直接訪談方式，但訪談方式上又分類為結構性訪談(structured Interviews)、非結構訪談(unstructured Interviews)及半結構訪談(semistructured Interviews)三種(袁方，2002；Berger，2004)，本研究將採行半結構訪談方式。

簡單的說，結構性訪談又稱標準化訪問，它是一種對訪談過程高度控制的訪問，包括提出的問題、提問次序和方式，以及記錄方式等都完全統一。這多用在問卷訪問，或由一組特定的訪員依照特定的訪問規則去進行訪問(袁方，2002；Berger，2004)。

基於受訪者的多變及多樣性，研究方法上採行非結構的訪談方式較佳。所謂非結構訪談方式，即指沒有提出問題的標準程序，只給一個題目，由訪談者和受訪者依題目自由交談，提出問題的方式或次序都不統一，非常有彈性，訪談者與受訪者可以自由隨意地談出自己的意見與感受(袁方，2002)。如此才能廣泛取得有用的資訊，而不會受到問題內容與提問次序的限制，使得受訪者無法暢所欲言。

而非結構訪談方式，又有無控制與半控制的不同，無控制類型指的即是所謂非正式的訪談(Informal Interview)，沒有特定談話焦點，訪談內容也沒有組織，一切自然發生(袁方，2002；Berger，2004)。

半結構訪談的特點是：一、有一定主題，提問問題的結構雖然鬆散，但仍有重點和焦點，不是漫無邊際的；二、訪問前擬定訪談大綱或訪談要點，但所提問題可以在訪問過程中隨時邊談邊形成，提問的方式和順序也可依受訪者的回答隨時提出，有相當彈性；三、訪談者不需使用特定文字或語意進行訪問，但訪問過程以受訪者的回答為主(袁方，2002；Berger，2004)。

3.3.2 深度訪談

本研究選擇採半結構式的深度訪談，來做進一步的分析與討論驗證，整理出文研究的主要架構，並由此歸納出結論。

1. 訪問對象

本研究深度訪談對象限定於社區意見領袖，包含地方社區團體成員及地方耆老等。也就是選擇特定、具代表性的人及事件，以從中獲取其他抽樣方法無法得到的訊息(Maxwell，2001)。

本研究主要以孩沙里社區近年來推動文創商品「五百甲圳濁水米」的主要參與人物及地方耆老為深度訪談對象，主要訪談對象有：孩沙里社區發展協會理事長吳先生、前任理事長黃先生、執行長林先生、僑和國小前任校長簡先生、社區專業資訊顧問曾先生、五百

甲圳濁水米的主要推動者鍾姓農夫、五百甲圳米包裝設計者之一的鍾老師，及地方耆老陳先生及洪女士等共九人。

2. 訪談過程

(1) 訪談原則

訪談過程中將把握幾項訪談原則，以利研究資料的取得。首先，一、研究者會先向受訪者說明，所有訪談內容都以匿名方式處理，如此才能讓受訪者放心暢所欲言；二、避免使用誘導性問題或問話方式，也就是盡量以簡短、中性用語，避免主觀因素影響受訪者；三、訪問過程要隨時注意勿偏離主題，因此必須巧妙、不經意地將受訪者拉回主題；四、提出的問題順序會視訪談當時的情境，以及受訪者的回答，彈性調整；五、訪問內容會著重社區產業的發展，陳述其知道的事項；六、為讓受訪者願意作更深入的回答，訪談過程中不隨便打斷談話，鼓勵多言但不誘導，做到收放有度、承轉無跡；七、訪談者可依受訪者回答內容適時進行追問；八、訪談內容以受訪者所言為主，讓受訪者自由發洩，不在訪談過程中與受訪者爭辯，或對所言內容提出反駁，更不能顯示驚訝或反對的語氣、表情影響受訪者，對受訪者所言都要立即接受，不洩露自己意見，以免影響受訪者；九、訪談情境必須輕鬆、自在，因此在地點選擇上，會選擇公共場合或受訪者的家中環境，設法讓受訪者在訪談過程中比較沒有顧忌；十、訪談過程中會全程錄音，並在事後記下逐字稿，做為日後資料分析的主要依據(袁方，2002；Berger，2004)。

(2) 訪談四大主題

歸納出幾種具有可行性的研究主題，以進行訪問時的訪談重點，並配合相關文獻與網站內容及實地田野調查的資料來作為參考之依據。進一步彙整出本研究的訪談大綱，一共分為四大主題，主要分為「社區基本資料」、「探討孩沙里社區「五百甲圳米」的設計包裝規劃」、「建立社區文化商品行銷運作模式」、「提出永續經營文化商品之可能性」。因此，本研究並以這四大主題詢問受訪者。

3.3.3 研究步驟

本研究先透過網路上的資料收集與書面的文獻閱讀的方式，來進行研究主題的探討，加上實地田野調查的現況資料收集，設定訪談對象，再以深度訪談來做驗證，透過這樣的研究分析過程，分析並探討社區傳統產業發展文創商品的模式與績效與未來發展之方向，研究步驟分為文獻探討、界定研究目的與範圍、現況資料收集、設定訪談對象、深度訪談、資料分析與實證結果、討論與建議等，如下圖3-2研究步驟所示。

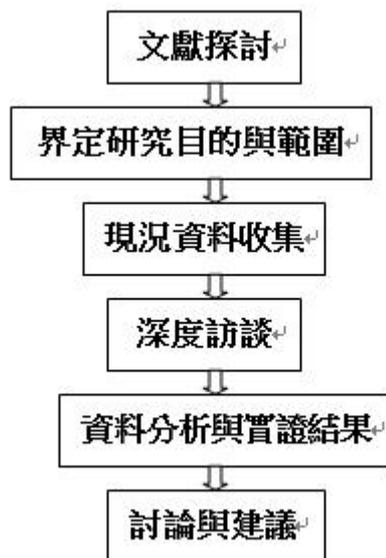


圖3-2研究步驟

圖3-2研究步驟分述如下。

1.資料收集與口頭詢問

透過網際網路的搜尋，先找出孩沙里社區的「五百甲圳」相關研究主題的網站與資料，加上實地田野調查的現況資料收集，並與孩沙里社區相關人員取得聯繫，瞭解目前孩沙里社區文創商品「五百甲圳米」的現狀，並同時進行初步的口頭諮詢。

2.資料分析與研究架構

配合訪問時研究所需的内容，及來自文獻分析後所歸納成果，加上實地田野調查的現況資料收集，進一步將所需的資訊彙整出來做資料内容的分析整理，歸納出本研究的訪談架構：

- (1)探討孩沙里社區「五百甲圳米」的設計規劃。
- (2)建立社區文化商品運作模式。
- (3)提出永續經營文化商品之可能性。

3.3.4 訪談研究

歸納出幾種具有可行性的研究主題，以進行訪問時的訪談重點，並配合相關文獻與網站内容及實地田野調查的現況資料收集來作為參考之依據。進一步彙整出本研究的訪談大綱，一共分為四大主題，主要分為「社區基本資料」、「探討孩沙里社區「五百甲圳米」的設計包裝規劃」、「建立社區文化商品行銷運作模式」、「提出永續經營文化商品之可能性」。訪談大綱的四大主題如下。

主題一.社區基本資料

- 1.請略述貴社區的人、文、地、景、產，或所知道的地方歷史及諳聞。
- 2.請略述貴社區的特色產業，及參與社區特色產業發展的經驗。
- 3.請略述貴社區曾經參與過政府哪些的計畫或活動？貴社區的執行績效又是如何？
- 4.請略述貴社區的發展願景及藍圖。

主題二.探討孩沙里社區「五百甲圳米」的設計與包裝規劃

- 1.請略述貴社區「五百甲圳米」運用設計規劃從何時開始、以及在何種時空背景？
- 2.請問貴社區「五百甲圳米」是否有設計及包裝的專屬團隊？參與設計及包裝的主要人員是誰？
- 3.請問貴社區「五百甲圳米」的設計與包裝規劃的主要依據元素是什麼？有無Logo或CIS的識別設計？而Logo或CIS的代表意向又是如何？
- 4.請問貴社區「五百甲圳米」進行設計與包裝規劃時的經費，當時有無政府資源適時的投入或協助？

主題三.建立社區文化商品行銷運作模式(行銷4P: Product、Price、Place、Promotion)

- 1.請問貴社區「五百甲圳米」的文化產品(Product)如何產生？產品的本質好或不好？
- 2.請問貴社區「五百甲圳米」的訂價(Price)如何？相較於同類商品的訂價策略又如何？屬於攻擊型訂價？消費者為中心訂價？或是防禦型訂價？
- 3.請問貴社區「五百甲圳米」的行銷通路(Place)如何？是擺在量販店賣？零售店賣？還是專門店賣？
- 4.請問貴社區「五百甲圳米」的促銷(Promotion)方式如何？採取何種促銷手法：廣告？會員專屬？限量包？
- 5.請問貴社區「五百甲圳米」就網路的行銷策略如何？在促銷方面除了網路促銷之外，是否還有其他促銷手法？
- 6.就目前貴社區的網站而言，網路行銷還有哪些通路是可以開發的？
- 7.貴社區是否因運用網路行銷媒介，做進一步的市場區隔？
- 8.請問是如何設計出貴社區的網站？是專業人士設計還是使用者提供建議？
- 9.就網路行銷模式而言，一種是消極型。也就是必須等到消費者使用搜尋引擎找到該網站之後，才能將所行銷的產品資訊傳遞給消費者；另一種是積極型。就是將資訊主動透過網路傳遞給目標族群的方法。請問貴社區使用那一種網路行銷手法，如何做？

主題四.提出永續經營文化商品之可能性

- 1.請略述僑和國小的「僑和牌五百甲圳葵花濁水愛心米」的過程及經驗。

- 2.您認為貴社區「五百甲圳米」現在所面臨的問題？
- 3.您認為貴社區「五百甲圳米」現況問題的解決對策方式？
- 4.您認為貴社區「五百甲圳米」永續經營文化商品之看法？
- 5.請略述您對貴社區「五百甲圳米」發展的願景及想法？
- 6.請略述若有外部公部門(比如：農村再生計畫及社區總體營造計畫的地方營造特色與產業活化及文化創意產業政策)資源及經費的持續投入，您認為貴社區永續經營「五百甲圳米」文化商品之可能性有多大？

3.4 資料整理與分析

1.資料來源

本研究經由文獻資料蒐集的彙整及實地的田野調查資料，以瞭解孩沙里社區文創商品「五百甲圳米」發展現況。

2.資料分析方式

資料分析方式採用歸納方式。資料分析之蒐集整理方面，主要相關文獻的廣泛閱讀，並且將文獻歸類整理，試從文獻中歸納整理出與本研究相關之主題，並將文獻資料逐一分類，形成文獻探討之架構，並作為後續設計深度訪談大綱的參考依據。在資料內容分析方面，主要以半結構性深度訪談，為研究者主要的研究工具，因此除了文獻資料與觀察資料彙整分析，再根據受訪者所提出之務實的經驗與建言進行分析。

就如上述所言，本研究採質性研究方法，以深度訪談的方式，以半結構式訪問為議題架構，直接面對面與受訪者深入的訪談，在訪問過程中全程錄音，可獲的完整詳細的資料，可不破壞受訪者與訪問者之間的互動，而後為確認訪問內容的完整性，必須紀錄成文字稿，再將文字稿轉換成正式電子文件，寄給受訪者檢視訪談的內容，並確認訪談過程中是否有溝通上的誤差，以便即時修正。研究完成後，研究者會將研究結果寄送給資料的提供者，以便賜予本研究建議能進一步提供研究修改的依據。

資料的蒐集和分析，與理論的發展是彼此相關、彼此影響的。他先有一個待研究的領域，然後自此領域中萌生出概念和理論(Strauss and Cobin，1997)。

第四章 研究結果與討論

本章分為 4.1 田野調查及 4.2 深度訪談等二項研究結果，本研究透過實地的田野調查的現況資料收集方式，得知孩沙里社區的人、文、地、產、景等資源、發展願景、課題、對策及整體發展構想等，並歸納出幾種具有可行性的研究主題，以進行訪問時的訪談重點，並配合相關文獻及實地田野調查的現況資料收集來作為參考之依據，進一步彙整出本研究的訪談四大主題及大綱；並以面對面的半結構化的深度訪談方式，針對九位曾經參與並推動「五百甲圳濁水米」的主要參與人物及地方耆老，作為深度訪談對象，最後經由訪談內容紀錄整理與分析驗證，瞭解孩沙里社區文創商品「五百甲圳米」發展現況及未來期望，更進一步經由「五百甲圳米」之設計行銷案例，及適當地歸納整理出文化商品的行銷運作模式，進而了解社區傳統產業成功發展文創商品模式的成功因素，研究結果如下。

4.1 田野調查

本研究透過孩沙里社區實地的田野調查的現況資料收集方式進行，田野調查為期約三個月，得知孩沙里社區的現況資料如下所述。

4.1.1 社區資源調查的內涵

社區資源是社區永續經營的源頭，但是對居民而言，大家生活其中，反而無法認識這些可貴的資源，因此，許多社區的資源是隱藏的、潛在的，必須主動去發掘，重新去指認，其實，發掘社區資源的過程是動員社區和凝聚共識非常重要的一個環節；因此從鄉親及仕紳熱情提供的資料，彙整作成珍貴的記錄，使社區民眾從中瞭解自己的歷史，明白社區的環境潛力與限制，從而喚起愛鄉、愛土的情愫，並在既有的社區基礎上，努力去奉獻自己的心力，形成一股集體式的社區動力。

4.1.2 孩沙里社區基本資料

- 1.社區名稱：雲林縣荊桐鄉孩沙里社區
- 2.社區組織或團體：雲林縣荊桐鄉孩沙里社區發展協會
3. 社區主要核心幹部成員，如下。
 - (1)吳進祿，現任孩沙里社區發展協會理事長。
 - (2)林武文，現任孩沙里社區發展協會執行長。
 - (3)黃文芳，現任孩沙里社區發展協會總幹事。

4.1.3 社區整合及參與方式

1. 參與社區組織或團體

孩沙里社區已成立許多的在地組織及班隊(如媽媽教室、環保志工隊、長壽俱樂部、義務導覽隊、守望相助隊、荊桐鄉國樂推廣協會、福天宮管理委員會、荊桐鄉興桐村辦公室等)，現今社區已開始進行資源整合，並依照既有組織人力及專長領域進行分工，並以「孩沙里社區發展協會」為提案組織代表，期望未來推動農村再生計畫，能促進社區發展及生活品質的提昇。

2. 社區組織曾經參與政府的計畫

孩沙里社區從民國 96 年起，就開始參與地方政府及中央相關部會計畫，從雲林縣政府文化處的社區總體營造培力計畫開始起步，引動社區居民參與社區活動，凝聚社區向心力，歷年來參與的計畫著重於鄉村改造與田野風貌營造等計畫，由此看出社區對於在地鄉村景觀的重視，至今參與並順利完成行政院農業委員會水土保持局農村再生培根計畫課程培訓(如表 4-1、表 4-2)，藉由培根課程，帶動社區產業的生機，創造幸福農村的期望；孩沙里社區積極、適時配合並爭取中央及地方政府的政策、計畫及補助方案，而順利獲得許多外部資源及經費的挹注，如表 4-3 所示。

表 4-1 社區推動農村再生成果一覽表

年度	主辦單位	計畫名稱	結業人數
98	行政院農業委員會水土保持局	農村再生培根計畫-關懷班	結業人數26人
100	行政院農業委員會水土保持局	農村再生培根計畫-進階班	結業人數38人
101	行政院農業委員會水土保持局	農村再生培根計畫-核心班	結業人數36人
101	行政院農業委員會水土保持局	農村再生培根計畫-再生班	結業人數36人

資料來源：本研究整理。

表 4-2 參與社區農村再生計畫之社區組織或團體資料一覽表

社區組織	負責人	職稱	設立宗旨
孩沙里社區發展協會	吳進祿	理事長	推動及執行社區發展相關事務。
青年志工	吳志傑	隊長	配合社區推動各項公共事務需要提供人力支援。
媽媽教室	林素琴	執行長	活絡社區，風味餐烹飪，遊客接待。
	陳麗秋	副執行長	
	林美霞	副執行長	
長壽俱樂部	吳錫欽	會長	促使老人活動健康，老有所終。
環保志工隊	林木東	隊長	維護社區環境整潔，美化環境。
	吳慈訓	副隊長	
義務導覽隊	曾美滿	隊長	介紹社區景點與願景，讓遊客緬懷社區。
守望相助隊	廖志強	隊長	配合荊桐鄉新庄巡守隊定點式巡視與關懷。
電腦種子教師志工隊	曾永賓	隊長	教導社區居民增加對電腦操作熟悉與瞭解。
荊桐鄉國樂推廣協會	鍾川上	理事長	推廣社區國樂文化，傳承文化。
福天宮管理委員會	林武文	主任委員	管理廟宇相關事務
荊桐鄉農會	張鈺萱	總幹事	規廣及幫助鄉內農作物及農民相關事務。
僑和國小	蔡啟達	校長	1.健康：健康成長、健全發展。 2.快樂：適性發展、因材施教、快樂學習。 3.創新：想像推理、勇於嘗試、主動突破、創意、多元與適性化教學與評量。 4.感恩：知福惜福、飲水思源、關心自己、關懷他人、熱愛鄉土。
產銷班班名	班所屬農(漁)民團		主要作物
荊桐鄉稻米產銷班第4班	雲林縣斗六農業生物科技生產合作社		稻米
荊桐鄉蔬菜產銷班第41班	荊桐鄉農會		甘藍、蒜頭
荊桐鄉蔬菜產銷班第42班	荊桐鄉農會		甘藍、蒜頭

資料來源：本研究整理。

表 4-3 相關補助案件

年度	補助單位	計畫名稱
96	雲林縣政府文化處	雲林縣社區總體營造培力計畫
96	行政院農委會	96 年度雲林縣花海嘉年華會(百萬葵花開、荊桐亮起來活動)
96	行政院農委會	整合鄉村社區組織計畫
97	雲林縣政府文化處	藝術家駐村計畫
97-98	林務局	擴大植樹節活動
97	行政院農委會	全國十大景觀花田計畫
97-98	行政院農委會	創新鄉村人文發展計畫
98	行政院農業委員會水土保持局	農村再生活化及體驗活動
98	行政院農業委員會水土保持局	社區富麗新農村建設
98	雲林縣政府環保局	社區環境改造計畫
99	雲林縣政府環保局	雲林縣清淨家園補助計畫
99	雲林縣政府城鄉發展處	雲林縣社區規劃師操作型輔導計畫成果
100	行政院農業委員會水土保持局	彎腰掃社區—農村大掃除、亮麗過新年活動
100	行政院農業委員會水土保持局	紮根種希望-社區植樹活動
100	行政院農業委員會水土保持局	推動 100 年農村再生社區歷史紀錄活動計畫
101	雲林縣政府城鄉發展處	雲林縣社區規劃師操作型輔導計畫成果
101	雲林縣政府農業處	花海節活動
101	雲林縣荊桐鄉農會	彩繪稻田

資料來源：本研究整理。

4.1.4 孩沙里社區資源調查

1. 社區位置、範圍及面積

孩沙里社區的行政區域屬於雲林縣荊桐鄉興桐村(如圖 4-1)，北鄰近雲林縣荊桐鄉義和村、饒平村，西接東興里，南接甘西村、甘厝村、荊桐村、埔子村，東接興貴村，於濁水溪肥沃的沖積平原上，社區以「福天宮」為信仰中心，社區為輻射狀向外發展，形成一個相當完整的聚落型態，面積約為 207.62 公頃。



圖 4-1 孩沙里社區位置圖(資料來源：孩沙里社區發展協會)

2.人文資源調查

(1)人口

孩沙里社區至民國 102 年四月，人口約有二百三十七戶、六百六十六人(資料來源：荊桐鄉戶政事務所)，社區人口變動從 101 年至 102 年四月為止，人口僅減少八人，主要原因為生育減少所致，目前社區險有外籍配偶有大陸籍四人、越南籍二人，比率不多，近年來年輕人口不斷流失至都市發展，每年均呈負成長趨勢，人口外流趨勢明顯，同時社區趨向老年化，所以本社區致力於參與農村再生，希望能留住流失的青年人口。

孩沙里社區目前職業類別，經過調查大部分以務農為生，百分之九十以種稻為主，有十家從事溫室及網式蔬果園，四家鐵工、六家水電工、三家水泥工、三家板模工、一家紙器工廠、一家休閒農場及二家「柑仔店」，其餘為上班族，如圖 4-2。

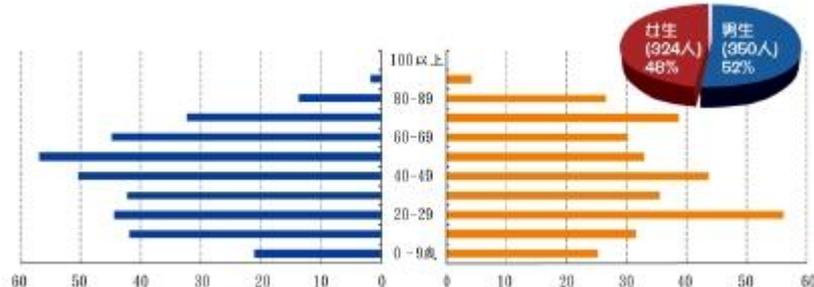


圖 4-2 社區男、女性的性別圓餅圖與年齡層人口長條圖(資料來源：孩沙里社區發展協會)

(2)信仰

(a)福天宮

「福天宮」位於孩沙里社區的中心，村內交通來往必經之處。福天宮管理委員會的廟祝吳清音先生，他說：「廟地是鳥穴，所以聖母自己選擇住這兒。圳頭橋是鳥頭，道路彎

彎是脖子，廟是鳥身，廟旁大榕樹是鳥翅。」吳清音相信聖母做的是最好的選擇，因為連孩沙里的井都是「龍目井」；站在廟口，吳清音指著左前方說：「前頭不遠處，是龍喉，水一直汨出來，以前庄尾那片田，全吃這古井水。而庄裡另兩口井，則是龍肚與龍尾。」

福天宮主祭「徐府千歲」，初建於竹壇，清康熙年間(1721年)先民自閩渡海來台時供奉渡航神像「三媽」(即「天上聖母」)留在本地保佑眾生，距今已近三百年。而後姊弟共同發揮、神威顯赫、濟世佑民，頗有靈驗，近鄰民眾受蔭不淺，進而成為村民之信仰中心。

日治時期，「保正」陳懷，倡募丁金依原地改建，磚瓦木造結構到。民國 25 年，日人極力推行皇民化運動，除神毀廟，適時本庄有志唯恐廟宇遭拆除乃協議將廟翎脊打掉，改為民眾集會所。「進興宮」是福天宮的舊名，在民國 85 年福天宮重建完成後，信徒決議保留進興宮這名稱，但也因為如此給了社區居民更多緬懷的機會。

(b)土地公廟

孩沙里除了有名的媽祖廟外，還可以看到一間土地公廟，這間土地公廟坐落於路旁，和「孩沙里休閒釣場」相對，雖然沒有「福天宮」規模的壯麗，但麻雀雖小、五臟俱全，還是有不少香客前來祭拜。

(3)社區特色活動

(a)一甲子樂團表演

孩沙里社區民俗文化與表演活動的根基與傳承相當深厚，社區中的民俗劇團(即「一甲子樂團」)，每逢佳節慶典都會出場表演，孩沙里樂隊創立至今已超過一甲子的時間，日治時代，廖主矦先生在基督教教會裡擔任詩歌班的指揮，當時力邀當時壯丁團的成員而創立「一甲子吹奏樂團」。台灣光復之後樂隊名震整個雲林地區，民國 36 年的縣運會時，孩沙里樂隊更獲邀擔任開閉幕典禮演奏；至今社區樂隊仍廣受歡迎，是孩沙里社區的重要特色。

而社區一甲子吹奏樂團享譽全台，素負盛名，地方的婚喪喜慶都會請樂隊表演，堪稱民國六、七十年後的電子花車的前身。

社區在民國 97 年實施縣府文化處的「藝術家進駐孩沙里社區計畫書」，希望藉由此計畫能夠讓國樂傳承下去，因此聘請專業國樂老師幫社區民眾上課，不但參與社區活動，也經常四處演出，此外，並設計孩沙里樂隊的創意表演隊形，委託著名譜曲老師雷一郎將「孩沙里獻納米典故」譜曲，嘗試將地方典故結合音樂融入研習課程中，藉此延續在地人文藝術及孩沙里獻納米典故的傳承使命及價值，在舉辦活動時基本演出單位能傳播社區優良的音樂技藝。

(b)花海節

孩沙里社區的農田是社區的寶，為配合政府推展「一鄉一特產」、「農村新風貌」政策，因此於民國 96 年起，社區申請農業委員會及雲林縣政府相關經費補助方案，結合社區產業，社區居民利用二期稻作收成之後，於社區四周的農田種滿向日葵及波斯菊等，打造美輪美奐的花田景觀，近年來，社區陸續舉辦「百萬葵花開，荊桐亮起來」、「戀戀向日葵」、「全國十大景觀花田計畫」等系列活動，積極推廣花海旅遊及地方的文化商品特色，並藉以增加農民的實質收益。

2013 年第二次擴大舉辦「雲林花海」活動，計 50 公頃的花海規模，期間共吸引三十萬人次蒞臨賞花，創造雲林的休閒旅遊熱門景點，並打響「五百甲圳米」品牌。

(c)彩繪稻田

荊桐鄉農會在孩沙里社區 1.63 公頃稻田，用紫色稻穗彩繪巨型字樣和圖騰，彩繪稻田於 2012 年七月插秧，經過二個月生長，形成雲林縣政府、荊桐鄉農會、2013 農博在雲林、美麗花海在荊桐、農業首都等巨型字形及荊桐鄉農會的圖騰。

(d)福天宮媽祖繞境活動

「福天宮」是孩沙里社區的信仰中心，每年農曆的三月二十三日的「媽祖」生日，社區居民會在這天一起到福天宮媽祖廟祭拜並看熱鬧，在廟埕上，則有各式各樣的陣頭演出，鑼鼓喧天，相當熱鬧。而社區的重要民俗表演劇團及社區常民活動，如表 4-4、表 4-5 所示。

表 4-4 孩沙里社區重要民俗表演劇團一覽表

劇團名稱	表演藝術種類	團長/負責人
一甲子樂團	西樂藝術	王貞山
孩沙里女子樂團	西樂藝術	陳月圓
牛仔樂團	西樂藝術	黃文龍
林佳儀樂團	國樂表演	林佳儀
荊桐國樂團	國樂藝術	鍾川上

資料來源：本研究整理。

表 4-5 社區常民活動一覽表

農曆	一月	二月	三月	四月	五月	六月
傳統	春節			清明節	端午節	
宗教			媽祖繞境活動	媽祖、徐府千歲聖誕活動		
社區	花海節			樂團嘉年華		

農曆	七月	八月	九月	十月	十一月	十二月
傳統		中秋節	重陽節			
宗教						謝平安
社區						花海節

資料來源：本研究整理。

(4)文化景觀

(a)百年廖家古厝

由於孩沙里是歷史悠久的社區，在社區內隨處可見百年以上的古厝，如廖家古厝、林家百年古厝等，至今仍然有人居住，且建物保存完整。

(b)儲存稻米的糧倉

「古亭畚」是台灣農村早期的穀倉，孩沙里居民自古以種稻為生，對農民而言，特別具有意義，至今社區仍保有古亭畚，供後代子孫及遊客觀賞。

(c)孩沙里百年古井

孩沙里百年歷史古井是庄內最早的古井，據說以前即使冬天缺水，這口井水源不斷，所以以前庄內的家庭用水，全仰賴這古井的水，後來因為雲林超抽地下水的緣故，井水的水源就消失了，但社區依然保存著這口古井，供外來遊客參觀。

現在的孩沙里社區的景觀井然有序，路旁栽種的樹木還有村民認養，實在很難想像先前聽到的傳說：「清朝時孩沙里，很壞庄，全庄都是土匪，一到夜晚就蒙臉出外搶劫，早上才回來，全庄土匪很出名，聽說是地理的關係，孩沙里有一口井，喝了水就變土匪。」

(d)「土地公拐」

孩沙里社區主要作物是稻米，農民會在許多田地插著一竹枝，竹枝上頭劈開並夾著三枝馨香及一小疊「壽金」，名為「土地公拐」，農民相信在「八月半」時，田裡插上土地公拐，土地公在夜半時會柱著土地公拐來巡田，並保佑農作物有好收成。

(e)「五營門」將軍廟

所謂「五營」是指「東營」(青色，即「羅焜」)、「西營」(白色，即「羅燦」)、「南營」(紅色，即「文良」)、「北營」(黑色，即「招賢」)、「中營」(黃色，即「太子爺」)，信徒們相信藉由五營將軍的法力，可保佑境內平安。

2.自然環境資源調查

(1)地形

雲林縣位於台灣西方的中南部，在「嘉南平原」最北端，東邊是南投縣，西臨「台灣海峽」，南邊隔著「北港溪」與嘉義縣為鄰，北邊沿著「濁水溪」和彰化縣接壤；東西最

寬的地方有五十公里，南北最長的地方有三十八公里，全縣面積總計約 1,291 平方公里；其中十分之九為平原，十分之一為山地，屬亞熱帶型氣候，年均溫攝氏 23.35 度，年均雨量 1,202.2 毫米，人口約七十一萬；雲林縣有二十個鄉鎮市，除斗六市、古坑鄉及林內鄉靠近山地，地勢較高外，其餘十七鄉鎮均屬平原地區，孩沙里社區即屬於沖積平原。

(2) 水文

(a) 自然河川

孩沙里社區的主要河川為「濁水溪」，濁水溪在荊桐鄉的北界，是孕育「嘉南平原」的主要命脈，也是全台最大、最長的河川；它發源於「合歡山」主峰與東峰間的「佐久間鞍部」，主流全長約 186 公里，流域面積廣達 4,316 平方公里。

最上游為「霧社溪」，集合歡山西坡的水，沿北北東向之縱谷流下，在廬山附近，會合「塔羅灣溪」，流至萬大附近，再匯入「萬大溪」，隨後又匯集「丹大」、「郡大」兩溪之水，其後又陸續會合「陳有蘭溪」、「清水溪」，而在西部海岸形成龐大沖積扇。濁水溪流量豐富，河川含砂量也豐富，濁水溪之名乃因其上游丹大溪挾帶泥沙特多，而使濁水溪四季混濁而得。濁水溪因長年溪水湍急，溪水雖然混濁但含有大量的有機物，使得灌溉過的稻米養分非常好，所以病蟲害也變得很少。

(b) 灌溉及排水系統

「五百甲圳」自古即為孩沙里社區的主要灌溉設施，灌溉區域包括荊桐鄉及西螺鎮等地面積 2800 公頃的農田。五百甲圳即今「鹿場課圳」，為清朝嘉慶元年(1796 年)，西螺街「三塊厝」王有成等幾位富戶集資於今荊桐鄉孩沙里創設五百甲圳；民國前 2 年，日治時期，改組為公共埤圳，圳名改稱鹿場課圳迄今。

「五百甲圳」的銘誌：「灌溉用水引自濁水溪，溪水含沙及有機物等，肥沃無比，灌溉蓬萊米及水稻，米質特優，口碑遠播，名冠全省，外銷日本。鹿場課圳開發甚早，距今已有二百餘年歷史，先人胼手胝足，開鑿圳渠，造福後代子孫，甚為傳承典範。茲值鹿場課圳全線改建為鋼筋水泥造矩形圳渠之際，緬懷先賢，飲水思源，感念之餘，特為之記。」

3. 景觀(觀光遊憩)

(a) 環村田野道路

孩沙里社區沿路的景緻優美、鳥語花香，每天晨昏，都吸引很多村民到此散步及騎腳踏車運動，是從事休閒的最佳好去處，堪稱是環境美化及快樂農村的典範，如圖 4-3 孩沙里社區導覽地圖。

(b) 百年龍眼樹

位於林家古厝的北側，至今已有百年歷史，是社區居民乘涼、聊天的好處所。

(c)龍柏大道

位於社區南邊的入口，早年即種植許多珍貴的龍柏，民國 80 年，當時為擴寬馬路，把西側的龍柏樹給拔除；民國 98 年，由水保局補助經費，社區重新種植龍柏，目前社區南邊入口的兩側，形成完整的龍柏大道。

(d)彩繪圍牆

社區於民國 98 年十月執行「加速農村再生規劃及建設案」所完成，圍牆彩繪總長為 41 公尺，共發動社區媽媽、小朋友及老師等六十多人共同參與完成，強化社區居民對於環境的認同感。

(e)生態農塘

民國 98 年，社區參加水保局「富麗新農村」計畫，向水保局申請 88 萬元補助經費，由社區居民以「僱工購料」方式施作完成。

(f)動物資源調查

社區內有廣大的稻田，田野間有許多的鳥類、蛙類及昆蟲，鳥類方面包括有小雲雀、白鷺鷥等。

(g)植物資源調查

社區大部分土地為農業生產區，所種植物為具經濟價值的作物，如稻米、大蒜、蕃茄、及蔬菜等，而社區聚落中植於路旁的喬木種類，包括老榕樹、龍柏、龍眼樹等。



圖 4-3 孩沙里社區導覽地圖(資料來源：孩沙里社區發展協會)

3.社區生活現況

(1)土地利用

孩沙里社區的土地利用現況以農業使用土地為主，為稻作種植區，為社區的重要經濟

來源：建物主要分布於雲 50 道路及雲 47-1 道路的兩側旁。

目前社區土地利用現況(如 4-4 圖)以農業使用面積最多，以稻作面積最大；其次為建築使用土地，其中以純住宅區為主；尚有部份森林使用土地、遊憩使用土地(公園綠地廣場、遊樂場所及體育場所)及公共使用土地(環保設施及社會福利設施)等。

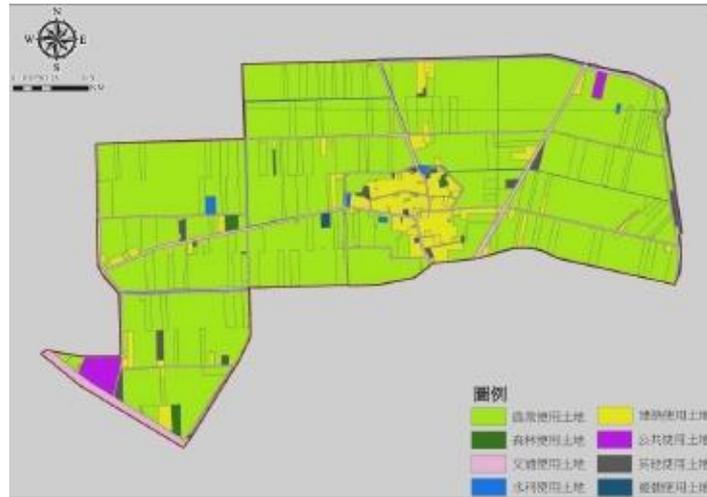


圖 4-4 孩沙里社區土地利用現況圖(資料來源：孩沙里社區發展協會)

(2)產業型態

目前社區產業仍以一級產業(農、牧業)為主，農產品主要以稻米、大蒜、蔬菜、黑柿蕃茄及玉女蕃茄(如表 4-6 孩沙里社區產業調查資料一覽表、表 4-7 第一級產業農漁牧作物產值及產量表、表 4-8 第一級產業農作物產季表及圖 4-5 孩沙里社區產業分布示意圖)，尤其稻米為最大宗，稻米因為有濁水溪及水圳的灌溉，再加上稻米循環耕作計畫，希望藉由結合花海及觀光旅遊的方式，帶來更高的經濟效益。

(a) 荊桐良質濁水米

雲林縣是嘉南平原上的大米倉，而荊桐稻米的產量是雲林之冠，生產的米質(濁水米)，香 Q、營養好吃，遠近馳名。日治時代，濁水米是上貢給日本天皇吃的米，因為台灣本島氣候就屬於高溫多雨，最適合稻穀的生長，而荊桐鄉就位於土壤肥沃(即粘板岩)的濁水溪沖積平原上(富含有機質、生產力極佳)，再加上農民勤勞，水源充沛，再加上「鹿場課圳」、「嘉南大圳」等灌溉渠溝的完成，讓本區的稻米就佔本省重要地位；在農業改良下，1922 年，台灣「蓬萊米」培植成功，在當時的總督府強制推廣下，蓬萊米的種植迅速普及全台，稻米產量大增，且大量輸往日本。

整個荊桐鄉而言，水稻是鄉民最重要的農作物，日治時期，除了水稻、甘蔗是殖民政府大力推廣外，經濟價值較低者如蕃薯及花生也是。蕃薯被推廣的原因是希望台灣人多吃蕃薯，以增加稻米銷至日本的數量，所以三、四十年代的台灣人民主食不是「米」，而是

以「蕃薯」為主，普通家庭如果想吃一鍋「蕃薯摻米」的飯可真不簡單，一般家庭三餐主食，幾乎都是硬梆梆的「蕃薯籤」。而花生在當時是副食外，大部分提煉製成花生油，所以才有「油車口」、「油車仔」等庄地名的出現。

「濁水溪畔荊桐巷；五百甲圳米最香；昔時良米獻天皇；今日好米全民享。」這首流傳已久的台語打油詩，就是五百甲圳優質米最佳寫照，日治時代，孩沙里居民揹著在地生產的「皇田米」，千里迢迢渡海，獻納給日本天皇食用，大受日皇喜愛。

孩沙里「獻納米」的考證及尊貴

日治時代，孩沙里即有林深坑協同高樹枝以「大日本青年團」身份代表台灣到日本謁見日本天皇，時間正是昭和十四年(1939年)十一月，十一月剛好是第二期稻作收成時，再加上保存至今的「明治神宮」及「靖國神社」之祥饌奉獻徽章，和陳昭皇先生記述相驗證，正與「獻納米」的典故不謀而合；過去只聽說社區所生產的稻米，在日治時代曾經送給日本天皇食用，可是苦無證據，只流於傳說而已，因此只要是濁水米都可以自稱為「獻納米」；經過社區的田野調查，終於把獻納米的歷史證實，對於未來行銷社區的文創商品「五百甲圳米」貢獻頗鉅。

(b)大蒜

蒜頭是嘉南平原的特產，又以荊桐鄉種植的蒜頭最享盛名，品質可謂全省之冠，尤以辛辣結實為其特點，民國五、六十年代，當時 TT 牌(即荊桐英文縮寫)標誌曾風靡全省及海外市場；本地品種又有黑葉蒜頭及白皮蒜頭。大蒜喜好冷涼氣候，不耐暑熱，發芽適溫在 20 至 25 度 C，生長室溫為 18 至 20 度 C，故均利用二期水稻於十月採收後種植，約 150 天後(即隔年三月到四月)可採收，由於栽培面積廣大，每年三月到四月間採收時節，只見家家戶戶利用自家前埕、馬路邊搭起竹架或鐵架來曬大蒜，於是「大蒜屋」漸成特色。荊桐鄉農會致力大蒜加工發展，於是加上苦茶油並抽出辛辣素，煉製而成「蒜頭精」，為大蒜開啟新的銷售通路，也紓緩大蒜滯銷的壓力。

(c)蔬菜、黑柿蕃茄及玉女蕃茄

近年來在縣政府大力推廣下，一批批的年輕人陸續返鄉種植網式蔬菜，成果豐碩，尤其是黑柿蕃茄及玉女番茄，最近價格不錯，提高農民不少收益。

(d)養豬業

早期農家養豬，大多屬於小規模圈養。後來隨著時代的進步逐漸的設置廢水處理設備，也大幅改善溝渠的水質，並成為都會區小朋友參訪時，參觀豬舍時與小豬合影留念的好去處。

(e)家禽

主要飼養雞、鵝及鴨，雖有經濟收益較高的優點，但飼養家禽所產生的污染(空氣、水及土地)問題，時常造成社區居民許多生活的困擾。

(f)紙器工廠

隱身在社區裡的紙工廠，別看它默默運作生產，它不但是許多荊桐鄉民謀生養家的一份工作，屹立二十年間製作無數紙藝品外銷歐美，在工廠裡工作的人，以荊桐鄉附近的居民為主，工廠主管也是本地人，每一件物品皆需要經過多道繁雜的機械裁切、人工上膠等手續，由於是幫美國的品牌代工，還會有美方的專業人員前來工廠進行品質管控。

表 4-6 孩沙里社區產業調查資料一覽表

產業別	事業種類	事業名稱	家數
一級	農產	稻米、大蒜、蕃茄、蔬菜等。	120
	畜牧業	養豬場	1
		養雞場	1
		養鴨場	1
二級	食品製造業	合和碾米工廠	1
	紙造製造業	昌育紙器工廠	1
	建材製造業	石材工廠	1
	輪船製造業	輪船公司	1
三級	商品買賣業	振和商店、復興商店	2
	個人服務業	傳統理髮店、信祐堂國術館、美華花店、肉粽店、太眾輪胎行、建大輪胎行、釣蝦場、金桔觀光果園、文旦觀光果園、鐵工廠、水電行、泥水工、小吃部等。	13

資料來源：本研究整理。



圖 4-5 孩沙里社區產業分布示意圖(資料來源：孩沙里社區發展協會)

表 4-7 第一級產業農漁牧作物產值及產量表

種類		面積(公頃)	粗產量(公斤)	產值(元)
農業	稻米	50	200,000	2000,000
	蕃茄	10	210,000	6300,000
	蔬菜	10	350,000	3500,000
畜牧業	豬	100(隻)	1,800	105,084
	雞	2,000(隻)	3,320	161,584
	鴨	10,000(隻)	代工養殖	--

資料來源：本研究整理。

表 4-8 第一級產業農作物產季表

月份農產	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
稻米						■					■	
大蒜			■									
蕃茄	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
蔬菜	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

資料來源：本研究整理。

(3)公共設施

孩沙里社區的公共設施，除社區活動中心之外，近年完成的社區口袋公園、生態池、音樂廣場、社區庭園、運動廣場及僑和國小等公共設施，詳如表 4-9 孩沙里社區公共設施一覽表。各公共設施的分佈位置與類型，整理如圖 4-6 社區現有公共設施示意圖、表 4-10 公共設施調查統計表。

表 4-9 孩沙里社區公共設施一覽表

公共設施名稱	服務範圍	服務性質
孩沙里社區活動中心	孩沙里	社教設施
社區口袋公園	孩沙里	遊憩與康樂設施
社區生態池	孩沙里	遊憩與康樂設施
音樂廣場	孩沙里	遊憩與康樂設施
社區庭園	孩沙里	遊憩與康樂設施
運動廣場	孩沙里	遊憩與康樂設施
僑和國小	孩沙里、興桐村	文教設施

資料來源：本研究整理。



圖 4-6 社區現有公共設施示意圖(資料來源：孩沙里社區發展協會)

(a)五百甲圳親水公園(口袋公園)

「五百甲圳」水圳旁綠美化成公園，古意盎然的涼亭、花園、小橋流水，美景賽江南，每天晨昏都吸引村民前來運動休閒，社區將原本雜草叢生的水路沿岸重新整治成為親水公園，堪稱環境美化的典範。

(b)運動公園

運動公園用地是由社區旅北鄉親曾獅先生所提供，民國 98 年，由水保局補助經費發包完成，非常堅固耐用，是目前使用率最高的公共設施。

(c)頂瓜瓜音樂廣場

社區內的公有用地不多，為了解決閒置空間問題，居民無償出借閒置空地來作為公用

空間使用，由社區居民以「僱工購料」方式施作完成「頂呱呱音樂廣場」及周遭的綠美化工程。

(d)生態池公園

民國 98 年，參加水保局「富麗新農村」計畫，向水保局申請八十八萬元補助經費，由社區以「僱工購料」方式完成施作。

(e)復興商店與振和甘仔店

這間雜貨店已經存在孩沙里幾十年，社區裡不管是大人或小孩都是這間店的常客，大人可以在這裡買到生活所需的用品，而小孩也可以在這裡買到餅乾、糖果、飲料等愛吃的零食，就算沒有 7-11 這間雜貨店，也是當地居民便利的好夥伴。

(f)正義堂國術館及益禎理髮廳

「益禎理髮廳」是在民國 59 年所開設的，社區唯一的理髮店，至今已有三十多年，現在依然是社區居民無法取代的唯一選擇。而理髮廳旁邊就是「正義堂國術館」。

(g)活動中心

活動中心是目前社區集會的場所，經過幾次的整修，勉強只能夠聚會討論，今年已經向縣政府申請經費補助，一樓將建設成多媒體視聽中心，二樓將成為親子閱讀空間，未來社區活動中心，將可充分用來舉辦研習、才藝及閱讀等活動。

表 4-10 公共設施調查統計表

類型	項目	名稱
文化設施	社區活動中心	孩沙里活動中心
	宗教廟宇	福天宮
		土地公廟
教育設施	國小	僑和國小
遊憩設施	旅遊服務	紙器工廠
	公園休憩設施	口袋公園
		生態魚池
		音樂廣場
運動廣場		
商業設施	產品展售	美華花店
公用設施	灌溉系統	五百甲圳

資料來源：本研究整理。

(4)交通運輸

孩沙里社區對外的交通堪稱便利，貫穿社區的道路有四條，分別是國道一號、縣道156、鄉道雲50及鄉道雲47-1，見圖4-7，社區對外聯繫通常使用以上道路，鄉道交會處即是福天宮牌樓，正是社區之入口意象。



圖 4-7 孩沙里社區對外交通圖(資料來源：孩沙里社區發展協會)

社區動線(如圖4-8)如下。

孩沙里聚落主要行走道路分別為鄉道雲50及鄉道雲47-1道路，社區資源都集中於道路兩旁，其次則為社區鄉間小路，道路兩旁可看到一片廣大的稻田美景。



圖 4-8 孩沙里交通動線(資料來源：孩沙里社區發展協會)

4.1.5 社區發展願景及課題

1.社區發展願景

「稻地獻納米、樂聲傳千里」(說稻、做稻、食在好味稻)

稻米是孩沙里社區的寶及命脈，「一甲子樂團」是社區的快樂泉源，社區居民，很單純、很純樸，大家只希望能在這小小的農村聚落內，有最自然的芬芳大地、有最與世無爭的悠閒農趣、有最好吃的農村特產，營造向日葵花海、健康無毒的葵花濁水米、「五百甲圳」單車專用道、音樂饗宴(一甲子傳承)等，打造幸福快樂的農村生活。

(1)產業文化化(造產)

社區是「獻納米」的原鄉，社區所產的稻米更是名聞遐邇，雖然沉寂一段時間，但是希望透過營造花海景觀，爭取「五百甲圳」沿途綠美化，及舉辦人文、歷史等系列活動，以增進國人對獻納米的認識；另外舉辦米食品嚐會及成立稻米產銷班，建立稻作生產履歷及認證制度等方式，以提升獻納米的品質，期使「五百甲圳濁水米」重現風光，並增進農民收益。

(2)文化商品化(造人)

「一甲子樂隊」經過歷史的整理，希望透過再培育的方式，提昇素質，讓社區樂隊提高競爭力，並以社區營造的方式，成立小型樂隊博物館，期能讓樂隊的風華再現；另外持續辦理各項志工培育及才藝研習。

(3)社區綠美化(造景)

孩沙里社區部落相當完整，雖然沒有充足的公共空間，但是鄉村社區三合院的特色，家家戶戶都有空地，未來希望透過家戶的綠美化，營造環村公園，期使社區居住環境非常整潔宜人，也是令人稱羨的桃花源。

(4)幸福孩沙里(照顧)

透過社區營造的方式，發展社區休閒產業，進而促進地方觀光產業及增進社區居民的所得及收益；另外結合社會上各種資源，舉辦各類型的活動，讓社區的老少都能盡歡顏，並打造一個安居樂業的「快樂四季農村曲」，達成「創力農業」、「活力農民」及「魅力農村」目標，邁向「美麗新社區、幸福孩沙里」的美好願景。

為達成社區願景的目標，社區必須就社區整體發展所需，思考在空間區位上作主題或功能性的劃分，及相關串聯或路線的規劃，整體規劃合宜的生活環境，經社區多次共同研商討論後，提出社區空間整體規劃的構想圖(詳如圖 4-9)



圖 4-9 孩沙里社區願景圖(資料來源：孩沙里社區發展協會)

2.社區發展課題

(1)社區環境 SWOT 分析

為完備孩沙里社區的發展計畫，社區居民除定期討論社區未來的發展方向，並透過資源調查分析，並以「SWOT」來分析社區內部環境的優、劣勢及外部環境的機會與威脅(整理如表 4-11、表 4-12)，來探討社區所面臨的課題及解決的對策。

表 4-11 社區內部優、劣勢分析

面向	內部優勢(S)	內部劣勢(W)
生活	<ol style="list-style-type: none"> 1.友善、人情味濃、熱情好客。 2.環保志工及社區媽媽等組織健全。 3.社區整合能力強，活動及計畫都能具備社區特色。 4.社區居民凝聚力強，溝通協調配合性高，且積極參與社區各項活動。 5.社區累積社區營造活動基礎且穩定厚實，居民樂於提供私人土地作為公共用途。 6.社區內已累積多個公園營造點，如加以再規劃點跟點之間的連結景點，將更具特色。 	<ol style="list-style-type: none"> 1.公共設施明顯不足，孩沙里社區周遭農田均為「三則等田」，因為生產力極佳，在早期戒嚴時期被規劃為「特定用途農地」，民國五零年代即完成土地重劃，故公有土地極度欠缺，沒有足夠的空間爭取設置中、大型公園綠地。 2.社區人口老化嚴重，人口外移。 3.閒置空間多形成環境與治安死角。 4.巷弄空間狹小、凌亂，易造成交通事故。
生產	<ol style="list-style-type: none"> 1.擁有社區特色產業，稻作為社區最大宗的產業，社區內也有碾米廠、穀物加工廠。 2.社區其他作物也頗有成就，像是大蒜、番茄等。 3.社區土地肥沃，優質濁水米。 	<ol style="list-style-type: none"> 1.社區產業行銷不力，社區位於濁水溪南畔，有極佳的耕地及農產，更是獻納米的原鄉，只可惜因為地方政府長期的漠視，未能協力做好行銷工作，以致農民的收益普遍不佳。 2.較缺乏現代行銷農產品的概念。
生態	<ol style="list-style-type: none"> 1.屬於濁水溪的灌溉流域，生態豐富。 2.因近年極力推動社區營造，社區內綠美化面積增加，花海也擴大舉辦。 	<ol style="list-style-type: none"> 1.農民未能合理化施肥及用藥，恐傷及環境及生態。 2.社區內生態保育觀念尚不普級。
文化	<ol style="list-style-type: none"> 1.社區重視傳統的歷史文化及參與文化面向的計畫。積極保留一甲子樂隊。 2.社區內保留許多的傳統建築，部分結構完整，有利推廣傳統農村建築之美。 	<ol style="list-style-type: none"> 1.樂隊風華亟待重現，社區樂隊雖有一甲子的歷史，但因環境變遷，鄉下謀生不易，樂隊只能停留在跑攤層次，藝術無法精進。 2.因社區青年人口外移，文化傳承出現斷層。

資料來源：本研究整理。

表 4-12 社區外部機會與威脅分析

外部機會(O)	外部威脅(T)
<p>1.社區擁有濁水溪流域的生態景觀，因有濁水溪流域的灌溉，稻米養分非常好，病蟲害少，品質極高。</p> <p>2.積極整合外部資源，參與政府計畫，讓社區整體發展。</p> <p>3.花海活動帶來觀光人潮，並帶動社區商機。</p> <p>4.五百甲圳濁水米已成功開發成社區的文化特色產業。</p> <p>5.透過計畫，精進社區樂隊的吹奏技能，再造樂隊文化風華。</p>	<p>1.社區農特產價格受中盤商及糧商控制，居民農作收益無法保障。</p> <p>2.社區對外的大眾交通運輸工具仍不足，發展地方觀光休閒產業因此受限。</p>

資料來源：本研究整理。

4.1.6 社區發展課題與對策

孩沙里社區現在的發展課題與對策，整理如表 4-13。

表 4-13 孩沙里社區的發展課題與對策

面向	課題	說明	對策
生活	課題一： 社區公共設施明顯不足。	孩沙里社區周遭農田均為「三則等田」，因為生產力極佳，在早期戒嚴時期早就被規劃為「特定用途農地」，民國五零年代即完成土地重劃，故公有土地極度欠缺，沒有足夠的空間爭取設置中、大型公園綠地。	<p>1.將社區閒置空間再利用。</p> <p>2.利用社區居民提供之土地重新規劃成口袋公園。</p>
	課題二： 社區人口老化嚴重，人口外移。	孩沙里社區聚落集中，社區範圍較其他社區小，就業機會不多，造成青年人口外移，人口老化問題日漸嚴重。	<p>1.改善社區居住環境及品質。</p> <p>2.配合計畫提出社區環境改善方案。</p> <p>3.創造就業機會。</p> <p>4.提升社區競爭力。</p> <p>5.擬以荊桐鄉農會為指導，結合社區既有人力資源，以教育性、休閒性、娛樂性、藝術性的課程安排，妥善輔導兒童有效學習，期能增進社區小孩健全發展，達成造人之目的。</p> <p>6.結合社區各類組織，動員社區居民，協力推行活化運動，增進對長者的關懷，進而全面提升居民生活品質。</p>
	課題三： 閒置空間多形成環境與治安死角。	社區內因人口外移及許多閒置空間，長期缺乏管理及維護，形成環境髒亂，進而居民不敢靠近，而成為治安死角。	<p>1.配合農再計畫提出窳陋空間改善與綠美化，亦可加入農村風情主題空間營造，運用社區特色在其中。</p> <p>2.與鄰近巡守隊配合，並加強夜間巡邏工作。</p>
	課題四：	社區為傳統集中型農村聚落，	1.訂定社區公約，限制行車速限。

	巷弄空間狹小及凌亂，易造成事故。	巷弄空間狹小、造成車行及會車的不便，常造成事故。	2.在巷弄轉彎處增設反射鏡，增加行車及路人安全。 3.將巷弄做整體空間特色營造，加入社區特有元素，吸引目光，進而降低行車速度。
	課題五：社區目前環境上有許多空間未妥善規劃。	社區近年積極參與社區營造工作，日漸成效，也因為花海的舉辦，吸引許多遊客至孩沙里社區觀光，但社區空間上有許多未妥善規劃之處，仍須透過農村再生計畫的持續實施。	透過社區營造專案小組的運作，召開社區營造會議，以討論社區組織架構及社區未來發展主軸，以解決社區空間改善工作。
生產	課題一：社區特色產業如何創造更高產值？	社區擁有傳統特色產業，具歷史價值、可塑性高，從清朝嘉慶年間即有「五百甲圳」的灌溉，產業、文化資源豐富，結合觀光旅遊，開發成「獻納米行銷專區」。	1.社區傳統農業朝向發展休閒精緻農業，推廣種植無毒作物及景觀作物(稻米、大蒜、番茄、波斯菊、向日葵等)。 2.發展無污染的農業加工及開心體驗農場，融入社區傳統稻田、花海及開心農場的特色，吸引遊客前往觀光。 3.利用產業盛產期，舉辦產業行銷的花海音樂節及農民假日藝術市集活動，並推銷農作物，增加農村就業人口、活絡農村經濟。 4.增設蔬果溫室產業田園的體驗教育場地。 5.結合附近學校體驗農事教育活動。
	課題二：社區缺乏產業行銷的概念。	孩沙里社區位於濁水溪南畔，有極佳的耕地及農產，更是「獻納米」的原鄉，只可惜因為地方政府長期的漠視，未能協力做好行銷工作，以致農民收益普遍不佳。台灣近年來加入WTO之後，鄉村受到相當大的衝擊，過去只重視生產的模式，已不符現代發展需求；朝向休閒與精緻的農業及社區整體營造方式，正是未來鄉村發展的新趨勢。	1.解決社區產業行銷問題，須藉由社區整體營造的方式，培養社區專業行銷人才。 2.結合既有產銷班、家政班、四健會及其他的學習型組織共同行銷。 3.共同推動社區產業發展工作，提升社區居民收益。
生態	課題一：營造濁水溪流域的生態環境。	濁水河流域水岸的自然景觀秀麗、生態豐富，尤其溪水內的有機物豐富，使得灌溉過的稻米養分非常好，病蟲害少。	1.分別由溪流、水圳、水岸整治、邊坡植生，具體推動生態水資源保育。 2.融合周邊地形及自然景觀，並以生態工法，減少造成生態環境衝擊。 3.構築可供多樣性生物棲息的多孔隙設施，塑造親水空間，營造產業、休閒及生態兼備的優質環境。
	課題二：未能合理化施肥及	社區內農民對於農業技術栽培尚保留傳統觀念，稻作未能合理化施肥及用藥，即會造成環	1.宣導安全、無毒農作。 2.輔導合理化施肥。 3.將花海轉化有機綠肥、增強地力。

	用藥，恐傷及當地環境。	境的傷害及造成收益減少。	4.土地有機化、提昇稻米品質。
	課題三：生態保育觀念尚不普及。	社區內居民對於生態保育觀念尚不普及，對於生態及環保概念薄弱。	1.宣導生態的保育概念。 2.舉辦生態教育及生態調查活動。
文化	課題：一甲子樂隊風華待重現。	社區樂隊雖有一甲子的歷史，但因環境變遷及鄉下謀生不易，樂隊只能停留在「跑攤」層次。現在少子化現象，加上西樂演奏在鄉下地方，大部分只能在喪事場合才看得到，導致西樂演奏多少受到污名化，讓父母不願意讓小孩學習西樂，造成西樂傳承的困難。	1.為增加樂隊競爭力及傳承，擬以社區營造的方式，先成立小型樂團來培育小孩，並設置樂隊主題庭園，配合地方行銷，讓樂隊的風華再現。 2.配合政府輔導計畫，構思如何讓樂隊轉型，並符合社區發展理念的需求。

資料來源：本研究整理。

4.1.7 社區整體發展構想

孩沙里社區的整體發展構想，整理如表 4-14。

表 4-14 孩沙里社區整體發展構想

類別	名稱	現況分析	規劃構想
規劃設計類	(1)昌育紙器工廠產業空間活化	「昌育紙器工廠」目前生產紙器加工成品，以外銷為主。	規劃成觀光紙器工廠，將紙藝與「獻納米」、「一甲子樂團」做串連，成為另一個社區特點。
	(2)聚落商家-懷舊理髮店、老店鋪再現	「復興柑仔店」及「振和柑仔店」是僅存的兩家柑仔店，都有一甲子以上的歷史，位於福天宮前廣場旁，緊鄰社區核心。理髮店亦有一甲子歷史。	聚落商家-理髮店、復興及振和柑仔店規劃整建為復古特色的商店，期使老店鋪再現。
	(3)參與或共同舉辦文化商品設計與經營模式研討會	目前「獻納米」包裝研發已有初步構想，但社區內其他農作物尚未開發，透過研討會或是產業活化的相關計畫，提升社區文化商品的品質與價值。	結合鄰近的大專院校(如雲林科技大學、虎尾科技大學及環球科技大學等)，參與或共同舉辦文化商品設計與經營模式研討會，商討商品設計與文化結合，經營模式探討，朝向產業精緻化發展，探討與研發提升經濟價值的方式，創造獻納米的產業價值。
	(4)開發米食相關產品	雖然社區於每年年底時舉辦花海節，吸引數以萬計的遊客前往賞花，但目前社區內的飲食販售及服務比較薄弱。	申請計畫請專人輔導，並共同研發米食相關產品，如獻納米飯糰、米蛋糕、米漢堡、米穀粉、米餅乾等與稻米相關的食品。
	(5)開發文創商品	一甲子樂團的歷史久遠及壯麗的花海景觀，成為社區特色	開發一甲子樂隊及花海相關的系列文創商品(吊飾、迷你樂器、

		之一。	花田音符意象等)。
	(6)社區網路及資訊系統的基礎建置	社區網路及資訊系統已初步完成基礎建置，並有專人負責管理及維護工作。	利用網路資訊基礎的建置，可將社區產業、文化及活動等相關資訊，即時刊登於網路系統中，並結合伴手禮的網路販售通路，將社區文化商品推廣至各地。
行銷推廣類	(1)舉辦花海節	社區營造花海活動已行之有年，民國 97 年，配合荊桐鄉農會獲得「全國十大景觀花田」，民國 102 年的雲林縣「全國農業博覽會」，縣政府規劃孩沙里為亮點社區，並於民國 100 年及 101 年擴大試辦「雲林花海」計畫活動，成為全國的旅遊焦點，雲林花海期間並吸引數十萬的遊客前往賞花。	未來規劃每年利用二期稻作收割完後，舉辦花海節，並利用花海活動期間，行銷社區文創商品及農特產，創造農民收益，活動結束後將花海轉化為有機綠肥滋養土地。訂定外來攤販擺設辦法及規範，規劃活動攤位擺設及布置，並研發及販賣特色伴手禮及農產品，以增加社區及居民的收入。
	(2)舉辦音樂嘉年華	每年農曆三月，台灣都在「瘋媽祖」，孩沙里「福天宮」媽祖是 1721 年從泉州「天后宮」分靈過來，具有悠久的歷史；孩沙里的樂隊亦有七十多年的歷史，具有光榮的傳承，至今仍然屹立不搖。目前社區樂團透過「草根藝術季」將朝向更精緻的音樂團體邁進，並融合現代的流行元素，期望能產生新的組合與火花。	透過各項計畫提升社區樂隊的素質並加入新流行的演出元素，例如與其他音樂類型結合，或聘請專業老師協助並提升樂團素質，並每年利用農曆三月媽祖生日時，結合民間信仰，舉辦音樂嘉年華，結合附近荊桐國中及僑和國小的學生共同參與演出，期許社區樂隊能夠再現風華。
	(3)學童種稻體驗營	社區於民國 96 年及 97 年曾與學區僑和國小合作過「學童種稻體驗」活動，成果豐碩，但限於經費無法持續進行，實屬可惜。	規劃每年利用二期稻作耕作期間，社區與僑和國小合作舉辦學童種稻體驗活動。
文化保存及空間活化	(1)產業空間活化：「獻納米產業文化館」及數位生活館	舊碾米工廠及農村工具間目前機具都已搬空，空間閒置。	將舊碾米工廠及農村工具間進行規劃，並活化成社區的「獻納米產業文化館」及數位生活館。
	(2)「福天宮」文化空間規劃	巍峨的「福天宮」富麗堂皇，唯其周遭環境並未配合規劃及整建。	以社區「福天宮」的廟埕空間進行規劃，施以簡易的環境綠美化，並設計廟埕歷史文化展示空間，使廟埕有多元的使用功能及整體美觀。
	(3)營造音樂村 (a) 一甲子樂團風華再現 (b) 成立樂隊博物館	1.社區樂隊雖有一甲子的歷史，但因環境變遷，鄉下謀生不易，樂隊只能停留在「跑攤」層次。由於少子化現象，加上西樂演奏在鄉下大部分只能	1.延續「一甲子樂團」表演活動，並訓練新進成員及投入資源，維持社區傳統藝文的運作。 2.利用社區閒置空間，收集更充實的資料，成立樂隊博物館，期

		在喪事場合才看得到，導致西樂多少受到污名化，讓現在的父母不願意讓小孩學習西樂，造成西樂的傳承困難。 2.社區樂隊從廖主獲先生於民國 26 年創立至今，已有七十多年，樂隊文化從未間斷，其後代子孫亦有心繼續傳承下去。	使社區樂隊能夠風華再現。
社區人才培育機制與研習課程	(1)招募並訓練文化志工	目前社區志工以環保志工為主，文化志工人數仍顯不足。	招募並訓練社區的文化志工，及培訓成社區文化導覽解說員。
	(2)社區青年志工培訓	社區青年志工曾經訓練過一批，但青年志工為課業升學因素，目前已停止運作。	規劃重新招募訓練青年志工，以昔日的種子青年志工帶領培訓，並持續運作。
	(3)才藝研習班	推動社區營造已有多多年，透過各項計劃執行才藝研習，參與人數非常踴躍，效果頗佳。	每年利用農忙之餘，規劃各項的才藝研習，讓社區居民學習成長。
	(4)社區媽媽教室舞蹈班	1.目前每天有十多位銀髮族自行練習「元極舞」。 2.目前社區家政班每天有十多位媽媽自行組隊，並定時跳土風舞。	1.規劃並聘請專業老師教導元極舞，並擴大招生，期使社區銀髮族踴躍參加，形成銀髮族運動風氣。 2.規劃並聘請專業老師教學土風舞，並擴大招生，期使社區婦女踴躍參加，帶動運動風氣。
社區生態資源調查及保育	(1)社區生態資源調查	社區人、文、地、景、產的資源調查已有初步成果，但有關生態部分仍然顯得不足。	開設生態調查研習課程，聘請學者及專家調查社區的生態資源。另可將社區內人文故事、生態調查結果整體成冊，並透過繪本方式呈現將調查紀錄保存。
	(2)生態保育 (a) 生態魚池周邊小公園綠美化(僱工構料) (b) 生態教育 (c) 社區污水處理及水資源的再利用	1.社區鄭家的生態魚池曾經透過計畫向水保局申請經費整建，唯周邊環境尚需要綠美化；鍾家人具備生態觀念，鍾家的生態魚池及周遭環境，維護狀況好。 2.農村長期都有施肥及農藥使用過量的問題。 3.社區未完整建構污水處理及水資源的再利用。	1.社區鄭家生態魚池已經整建，周邊環境整體規劃造景及綠美化；鍾家生態魚池及周遭是理想的生態維護及教育環境，只需稍為整建即可成為最佳生態公園。 2.透過生態教育的講習，教導農民合理化施肥及使用農藥，確保地力培養及農特產的品質安全，並營造生態環境。 3.設置污水處理及水資源再利用系統或裝置，使社區污水、雨水及民生用水皆能透過此裝置或設施，達到回收再利用的效果。
土地分區規劃及配	(1)土地分區規劃	社區歷經多次的居民會議討論後，並彙整專家與學者給予建議及社區居民的意見，確立社區的發展願景。	在社區整體規劃中，依據區域屬性、社區公共設施位置及整體願景發展的方向，將社區規劃為農村生活區、生產區、生態區等土

置公共設施構想			地發展區塊(如圖 4-13)。
	(2)農村生活區-音樂與花海	社區居民主要聚集及活動區域，依其空照圖所示的建築物密集分布程度而劃設，聚落內有宗教信仰中心，如「福天宮」、「土地公廟」、「五營門將軍廟」等，皆與社區居民生活息息相關。	改善並維護聚落的基礎生活設施、公共設施、產業、人才培訓、文化保存與傳承等項目，再透過既有設施物修繕與整體性規劃、宗教文化保存與規劃、產業體驗與文化活動等執行策略，提升社區居民的生活與環境品質。
	(3)農村生產區-稻田及獻納米	依照現有作物(稻米、大蒜、蔬果、玉女蕃茄)與畜牧(豬、鴨、雞、鵝)的座落位置為劃設範圍。	發展社區的景觀特色(稻田、花海)，並發展「獻納米」社區文化商品，進行志工及專業導覽人員的培訓、研發社區的特色風味餐及伴手禮，舉辦農村產業體驗活動，創造農民之經濟收益，並發展社區觀光休閒產業。
	(4)農村生態區-美化及永續	依照社區現有生態池座落位置為劃設範圍。	推廣社區無毒產業的永續發展，宣導居民的自然生態觀念及做好環境維護工作，讓居民對生態環境產生認同感。
	(5)配置公共設施構想	為因應社區的整體發展規劃，配合各項公共設施的配置，以利土地合理的利用與管理。	依照社區整體發展規劃原則，以符合社區發展需求為前提，並為維持社區農村生活、農業生產、農地生態等的農村型態的風貌，建議劃設社區發展分區，以維持其各自區域的完整性，如圖 4-14 所示。
對外部資源的連結規劃	(1)結合老人關懷協會(健康、旅遊、休閒)	社區人口老化，而且獨居老人越來越多。	規劃成立社區關懷據點，結合老人關懷協會，照顧社區老人的健康、用餐及運動休閒，期使社區老人得到最好的照顧。
	(2)結合社會關懷協會(小秀才學堂)	社區人口老化，加上隔代教養問題眾多，社區兒童未能得到妥善的教導。	結合社會關懷協會，充分利用社區活動中心與親子閱讀空間，舉辦各種研習及才藝活動，讓社區的兒童能夠得到最適切的學習。
	(3)結合學區小學(生態、文化、才藝、教育)	自從少子化之後，學區僑和國小的班級及人數越來越少，教育資源也相對減少。	透過社區的資源，利用寒、暑假期間，與學區僑和國小結合舉辦體驗營，實施各種生態、文化、才藝教育各方面的研習課程。
	(4)結合地方衛生所資源(反毒、無煙、戒檳榔)	鄉村社區居民染毒時有所聞，抽菸及吃檳榔惡習的居民也不少。	結合衛生所舉辦各種健康講座，透過各種教育研習方式，改正社區居民不良習性，營造一個反毒、無菸、戒檳榔優質社區。

資料來源：本研究整理。

容及預期取得資料內容方向，如表 4-15。

表 4-15 訪談四個主題大綱、內容及預期取得資料內容方向

主題	主題大綱、內容	預期取得資料內容方向
主題一	<p>社區基本資料</p> <p>1.請略述貴社區的人、文、地、景、產，或所知道的地方歷史及諳聞。</p> <p>2.請略述貴社區的特色產業，及參與社區特色產業發展的經驗。</p> <p>3.請略述貴社區曾經參與過政府哪些的計畫或活動？貴社區的執行績效又是如何？</p> <p>4.請略述貴社區的發展願景及藍圖。</p>	<p>希望透過受訪者的專業知識及實際參與社區工作的經驗，能得知該社區的人、文、地、景、產，或所知道的地方歷史及諳聞；特色產業，及參與社區特色產業發展的經驗；曾參與過政府哪些的計畫或活動、執行績效；及發展願景及藍圖等。</p>
主題二	<p>探討孩沙里社區「五百甲圳米」的設計與包裝規劃</p> <p>1.請略述貴社區「五百甲圳米」運用設計規劃從何時開始、以及在何種時空背景？</p> <p>2.請問貴社區「五百甲圳米」是否有設計及包裝的專屬團隊？參與設計及包裝的主要人員是誰？</p> <p>3.請問貴社區「五百甲圳米」的設計與包裝規劃的主要依據元素是什麼？有無Logo或CIS的識別設計？而Logo或CIS的代表意向又是如何？</p> <p>4.請問貴社區「五百甲圳米」進行設計與包裝規劃時的經費，當時有無政府資源適時的投入或協助？</p>	<p>希望透過受訪者的專業知識及實際參與社區文創商品「五百甲圳米」的設計與包裝規劃的經驗，能得知該社區「五百甲圳米」的運用設計規劃從何時開始、以及在何種時空背景；設計及包裝的專屬團隊、參與設計及包裝的主要人員；設計與包裝規劃的主要依據元素、Logo 或 CIS 的識別設計及代表意向；及當時有無政府資源適時的投入或協助等。</p>

<p>主題三</p>	<p>建立社區文化商品行銷運作模式(行銷 4P：Product、Price、Place、Promotion)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.請問貴社區「五百甲圳米」的文化產品(Product)如何產生？產品的本質好或不好？ 2.請問貴社區「五百甲圳米」的訂價(Price)如何？相較於同類商品的訂價策略又如何？屬於攻擊型訂價？消費者為中心訂價？或是防禦型訂價？ 3.請問貴社區「五百甲圳米」的行銷通路(Place)如何？是擺在量販店賣？零售店賣？還是專門店賣？ 4.請問貴社區「五百甲圳米」的促銷(Promotion)方式如何？採取何種促銷手法：廣告？會員專屬？限量包？ 5.請問貴社區「五百甲圳米」就網路的行銷策略如何？在促銷方面除了網路促銷之外，是否還有其他促銷手法？ 6.就目前貴社區的網站而言，網路行銷還有哪些通路是可以開發的？ 7.貴社區是否因運用網路行銷媒介，做進一步的市場區隔？ 8.請問是如何設計出貴社區的網站？是專業人士設計還是使用者提供建議？ 9.就網路行銷模式而言，一種是消極型。也就是必須等到消費者使用搜尋引擎找到該網站之後，才能將所行銷的產品資訊傳遞給消費者；另一種是積極型。就是將資訊主動透過網路傳遞給目標族群的方法。請問貴社區使用那一種網路行銷手法，如何做？ 	<p>希望透過受訪者的專業知識及實際參與社區「五百甲圳米」文化商品行銷運作模式的經驗，能得知該社區「五百甲圳米」文化產品(Product)產生情況及產品本質；訂價(Price)及相較於同類商品的訂價策略；行銷通路(Place)；促銷(Promotion)方式；網路的行銷策略及其他促銷手法；通路開發及市場區隔；是否有專業人士的介入及網路行銷手法等行銷 4P 的行銷運作模式。</p>
<p>主題四</p>	<p>提出永續經營文化商品之可能性</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.請略述僑和國小的「僑和牌五百甲圳葵花濁水愛心米」過程及經驗。 2.您認為貴社區「五百甲圳米」現在所面臨的問題？ 3.您認為貴社區「五百甲圳米」現況問題的解決對策方式？ 4.您認為貴社區「五百甲圳米」永續經營文化商品之看法？ 5.請略述您對貴社區「五百甲圳米」發展的願景及想法？ 6.請略述若有外部公部門(比如：農村再生計畫及社區總體營造計畫的地方營造特色與產業活化及文化創意產業政策)資源及經費的持續投入，您認為貴社區永續經營「五百甲圳米」文化商品之可能性有多大？ 	<p>希望透過受訪者的專業知識及實際參與僑和國小的「僑和牌五百甲圳葵花濁水愛心米」的及社區「五百甲圳米」過程及經驗，能得知「五百甲圳米」現在所面臨的問題、解決對策、及對永續經營文化商品之看法、發展的願景及想法、如果外部公部門(比如：農村再生計畫及社區總體營造計畫的地方營造特色與產業活化及文化創意產業政策)資源及經費的持續投入，該社區是否能夠永續經營「五百甲圳米」文化商品之可能性等。</p>

4.2.2 社區訪談對象及內容紀錄

本研究對象限定於社區意見領袖，包含地方社區團體成員及地方耆老等。先透過資料的蒐集，瞭解社區內那些在歷史上有名氣的人事物，之後透過地方人物的訪談，讓受訪者發表自小對故鄉的體會與成長體驗，甚至是對地方發展的計畫、願景及藍圖等，受訪者所說的内容無所不包，有成長史、地方史及地方諳聞，藉此讓其他人更瞭解這片土地的歷史及特色。

1. 社區訪談對象

本研究主要以孩沙里社區近年來推動文創商品「五百甲圳濁水米」的參與人物及地方耆老為深度訪談對象，主要訪談對象有：孩沙里社區發展協會理事長吳先生、總幹事黃先生、執行長林先生、僑和國小前任校長簡先生、社區專業資訊顧問曾先生、五百甲圳濁水米之主要推動者鍾姓農夫、五百甲圳米包裝設計者之一鍾老師，及地方耆老陳先生及洪女士等共九人，社區深度訪談對象、時間及地點，如表4-16。

表4-16社區深度訪談對象、時間及地點一覽表

對象	職稱	訪談時間	訪談地點
吳先生	孩沙里社區發展協會理事長	2014/1/4 pm2:00-4:00	孩沙里社區活動中心
黃先生	孩沙里社區發展協會總幹事	2014/1/5 pm2:00-4:00	孩沙里社區活動中心
林先生	孩沙里社區發展協會執行長	2014/1/11 pm2:00-4:00	林先生家中(孩沙里社區)
簡校長	僑和國小前任校長	2014/1/12 pm2:00-4:00	孩沙里社區活動中心
曾先生	社區專業顧問	2014/1/18 pm2:00-4:00	曾先生家中(孩沙里社區)
鍾先生	社區農業顧問	2014/1/19 pm2:00-4:00	鍾先生家中
鍾老師	雲林科技大學副教授	2014/1/20 pm2:00-4:00	雲林科技大學研究室
陳先生	社區地方耆老	2014/1/25 pm2:00-4:00	福天宮
洪女士	社區地方耆老	2014/1/26 pm2:00-4:00	洪女士家中(孩沙里社區)

社區深度訪談對象介紹，見表 4-17。

表 4-17 社區深度訪談對象介紹

對象	職稱	介紹
吳先生	孩沙里社區發展協會理事長	從小在孩沙里長大，公司主管退休，他於退休前即積極參與社區營造工作，熟悉社區營造各項的事務工作，另外對於地方傳說及歷史皆有深入瞭解。
黃先生	孩沙里社區發展協會總幹事	多年前從公職退休後，即積極投入社區營造工作，曾擔任孩沙里社區發展協會理事長，對社區事務極為瞭解，熟悉社區各項的事務工作，多年前，在其努力奔走之下，對凝聚社區整體意識方面頗具成效，並建立社區營造良好基礎。
林先生	孩沙里社區發展協會執行長	自海軍上校退休後，熱心參與社區營造工作，整合社區資源並實施計畫，多年積極參與社區營造工作事項，不遺餘力，為促使地方進步及繁榮的領航員。
簡校長	僑和國小前任校長	孩沙里社區的學區僑和國小的前校長，在他任內並積極推動僑和國小的「小農夫種稻體驗」，「小農夫種稻體驗」團隊成員之一，並成功推出「僑和牌五百甲圳葵花濁水愛心米」，對推廣孩沙里社區「五百甲圳米」貢獻卓越。
曾先生	社區專業顧問	中央大學畢業，僑和國小「小農夫種稻體驗」團隊成員之一，擔任社區專業顧問及新聞聯絡人，負責孩沙里社區及「五百甲圳米」的媒體及包裝設計與網路行銷，精通媒體及電腦資訊，長期關懷鄉土文史，並建立豐富的社區數位資料庫，熱心參與地方公益活動，對地方發展充滿熱情與使命，是雲林縣社區營造非常重要的人物及動力來源。
鍾先生	社區農業顧問	一位實際參與農業生產的農夫，僑和國小「小農夫種稻體驗」團隊成員之一，嘉義農專畢業，荊桐鄉葵花園迷宮主人，為篤實之自耕農，具有「篤農家」稱呼，他正是「五百甲圳米」的主要推動者，並推出「篤農家」品牌的「五百甲圳葵花濁水米」，因為限量及米質健康又美味，常常供不應求；長期投入社區關懷及教育，並積極推動國樂發展及推展以葵花為綠肥的「五百甲圳濁水米」，好善樂施，深受社會各界讚譽，民國 95 年，曾榮獲雲林縣政府推薦台灣中部五縣市推展社會教育有功人員。
鍾老師	雲林科技大學副教授	「五百甲圳米」包裝設計者之一，鍾先生的長子，擁有成大建築博士學位，目前為雲林科技大學創意生活設計系副教授及「雲林社造中心」的空間專業老師及計畫主持人，對雲林縣社區營造工作貢獻卓著。
陳先生	社區地方耆老	出生於昭和三年(1928 年)，是當年荊桐地區保正(陳懷)之子，他正是熟知「五百甲圳獻納米」典故的地方耆宿；擔任孩沙里福天宮會計四十餘年，故對孩沙里日治時期和福天宮歷史有著深刻的瞭解並認識，可以說是孩沙里社區的活歷史。
洪女士	社區地方耆老	虎尾鎮和平小學校長退休，對於孩沙里社區的歷史及鄉土傳說，皆有深入瞭解，專長兒童教育，對於鄉土文化體驗深刻，熱心地方公共事務，曾擔任荊桐鄉婦女會理事長及主持社教站、讀書會等，為推動地方教育及文化的重要人物。

2.訪談對象的內容紀錄

(1)吳先生的訪談內容及資料記錄如下。

(a)訪談內容：請略述貴社區的人、文、地、景、產及特色產業。

(b)資料記錄

吳先生表示：孩沙里社區是雲林縣僅存二個平埔族發音的部落之一，在這小小的美麗農村社區，有最可愛的純樸鄉親、有最自然的芬芳大地、有最與世無爭的悠閒農趣，更有最好吃的家鄉農特產，營造向日葵花海、健康無毒的葵花濁水米、「五百甲圳」單車專用道、音樂饗宴等；孩沙里社區具有悠久的歷史文化及豐富的農特產，社區人口大部份由農民組成，居民大都個性純樸、刻苦耐勞，具有典型農村的勤樸美德，居民團結心強、動員力佳，個個為善不落人後，急公好義、好善樂施，是個充滿祥和及樂業的快樂社區。

社區行政區域屬於雲林縣莿桐鄉興桐村，位於濁水溪肥沃的沖積平原上，人口約有二百三十七戶、六百六十六人。為莿桐鄉最重要的發展社區之一，社區以「福天宮」為全村信仰及地理中心，住屋與街道輻射狀向外發展，無論是宗教信仰或地理環境都相當完整，屬於少見的集村型社區，當地民風純樸並以務農為主。社區人文薈萃、產業豐富，社區擁有悠久歷史文化，有三百多年的「福天宮」與兩百多年的「五百甲圳」，百年以上歷史的「孩沙里古井」及古厝，更有超過一甲子歷史的「孩沙里樂隊」。

家鄉孩沙里的乾淨與美麗在全國是早出了名的，從民國七十年代，社區就曾經獲得「台灣省綠美化競賽」乙等第一名，所以社區鄉親對此榮耀一直引以為傲，常自動自發清掃自家周遭的環境，讓社區常保持清爽與整潔。

這些年來，我們更努力從公部門計畫爭取到許多社區總體營造建設經費，讓孩沙里鄉親有更完善的生活空間；但是建設一多，維護工作就繁重許多，幸好有可愛鄉親們不分彼此、一直的默默付出，願意當個快樂的志工傻瓜，而我固定一周會當志工一天，勞動揮汗當運動，讓這小小經典農村社區依舊美侖美奐。

「獻納米原鄉」的孩沙里社區所產出高品質的「五百甲圳米」一直是有口皆碑的，也是許多好口碑的碾米廠爭購的對象，但我們不會因此而自滿，反而更加努力創造出社區產業「五百甲圳濁水米」的形象口碑，及未來朝向稻作「產銷合一」制度，為社區農民帶來真正的利潤及創造社區的更大商機，也為昔日的「皇田五百甲圳米」(孩沙里社區的稻米古稱)尋找出真正的定位及價值。

無論是僑和國小的「僑和牌五百甲圳葵花濁水愛心米」、「全國十大經典好米」的莿桐鄉「五百甲圳濁水米」、「篤農家」品牌的「五百甲圳葵花濁水米」及孩沙里社區的「神饌

米」等，都是屬於孩沙里社區文創商品「五百甲圳米」的其中一環，只是方式稍有不同，但全是遵循無毒及健康的傳統農法所產生的「五百甲圳」良質濁水米，只是名稱不同，殊途同歸罷了；因此我們推動社區營造的最大目的就是推廣無毒及健康的五百甲圳濁水米給國人，甚至到全世界。

(2)黃先生的訪談內容及資料記錄如下。

(a)訪談內容：請略述貴社區的發展願景及藍圖。

(b)資料記錄

黃先生表示：孩沙里社區經過多年雲林縣政府文化處的「社區總體營造計畫」及行政院農業委員會水土保持局的「農村再生計畫」等過程洗禮，已規劃並發展出社區願景及藍圖，如下：創造波斯菊及向日葵的花海景觀，營造本土美麗又有趣的農村社區新風貌，並配合目前雲林縣政府規劃中之「五百甲圳沿線單車專用道-綠色廊道」景點計畫，未來沿線道路將逐步廣植 2 萬棵樹木，進行綠美化工程並設計成為單車專用道，推展歷史與生態旅遊，吸引外人來此觀光，可為當地及周遭社區帶來經濟及宣傳效益，對居民的經濟及收入亦有極大的助益，真正達到增加休耕田之附加價值及目的。並藉由配合其他經費，繼續舉辦「小農夫種稻體驗」、「五百甲圳快樂單車行-歷史、生態之旅」及「花海田園音樂響宴」等人文、生態豐富又有趣的系列活動；每年舉辦戶外大型花海田園音樂響宴及米食品嚐會及農特產嘉年華會，推廣我們真正好吃、台灣第一名的「五百甲圳濁水米」給全體國人。進而促進地方觀光產業及增進家鄉農民的所得及收益，徹底解決傳統農業貧困的經濟問題，讓社區老少盡歡顏，並打造一個安居樂業的快樂四季農村曲，達成「創力農業」、「活力農民」、「魅力農村」，邁向「美麗新社區、健康孩沙里」的美好社區願景。

(3)林先生的訪談內容及資料記錄如下。

(a)請略述您投入孩沙里社區營造的過程及心得。

林先生：自小學畢業之後，一直在外地求學、就業，從來沒有機會深刻的認識家鄉。後來選擇了軍旅生涯，歲月如梭，轉眼離鄉背井有三十多年，服役期間，我曾在國立中山大學公共事務管理研究所上學分班，民國92年考上在職專班，民國94年研究所畢業。深造期間，涉略很多關於社區營造的課程，自此便和社區營造工作結了不解之緣。當時即開始思索退伍後想從事的工作。直到民國94年十一月配合部隊精實專案提早退伍，隔年即開始了我的社造之夢。

民國95年六月，我太太陳麗秋競選荊桐鄉鄉民代表連任時，正值社區發展協會要改選，因此我仔細觀察在選舉過程中特別熱心的鄉親，然後邀請他們擔任社區發展協會的理監

事，與原任理事長共同攜手營造社區工作，經過改組之後，社區發展協會果然較有活力及向心力，也正式啟動社區的營造工作。今年通過文化局的甄選，獲得經費補助與人力支援，讓社區的推展工作事半功倍，尤其是社區營造中心的協力指導，使得社區的營造工作更加順遂。

(b)請略述貴社區曾經參與過政府哪些的計畫或活動及執行績效又是如何？

林先生：孩沙里社區從民國 96 年起，就開始參與相關部會計畫，從雲林縣政府文化處的社區總體營造培力計畫開始起步，引動社區居民參與社區活動，凝聚社區向心力，歷年來參與的計畫著重於鄉村改造與田野風貌營造等計畫，由此看出孩沙里社區對於在地鄉村景觀的重視，至今參與並完成農業委員會水土保持局農村再生培根計畫課程培訓，希望藉由培根課程，帶動社區產業的生機，並創造幸福農村的期望。多年來，都按照上級單位的指導與要求，逐步推動社造工作；除了參加研討課程之外，社區也辦了許多活動。期間讓人最感動的是，原來在心目中不怎麼起眼的東西，經過田野調查之後，都讓人產生很大的驚喜，很多大家認為平凡的東西都變成社區的寶。尤其是這次能把「一甲子樂隊」的歷史與人物整理起來，作為未來樂隊博物館的基楚，可謂獲益良多。最難能可貴的是，過去只聽說社區所生產的稻米，在日治時代曾經送給日本天皇食用，可是苦無證據，只能流於傳說而已，因此，只要是濁水米都可以自稱為「獻納米」，歷經數次的田野調查及用心的追查，終於皇天不負苦心人，我們把獻納米的歷史、人、事、時、地的證據通通找到，這件事可以說是這次田野調查最大的收穫，對於未來地方行銷農特產濁水米貢獻頗鉅。

「吉園飄香好青菜，楊桃好吃通人知，蒜頭轟動全世界，荊桐真是好所在。」

荊桐鄉的天災地變很少，地震、颱風、水災幾乎很少發生，所以荊桐真是個好所在，民國96年底，我們社區的鄉親，利用二期稻作收成之後，把社區周遭的農田撒滿一百甲的向日葵，並透過立委及農會申請經費補助，舉辦「百萬葵花開，荊桐亮起來」的活動，活動期間，人山人海，這是社區幾十年未曾有過的大事，這也是凝聚社區意識、動員社區人力最具體的表現。利用農田休耕之際，以向日葵及波斯菊造景來吸引外客，然後行銷地方的農特產網室蔬菜、楊桃及蒜頭，期能幫助社區居民提高經濟收益，而真正的目的是要行銷五百甲圳濁水米，讓獻納米的原鄉所產的濁水米能擴大市場，甚至行銷於全世界，讓社區的產業能夠永續經營。「美麗新社區、健康孩沙里」是我們營造社區的目標，喚起大家的熱情，凝聚社區的共識，大家一同努力打造孩沙里。

(c)您認為貴社區「五百甲圳米」現在所面臨的問題？及解決對策方式？

林先生：「五百甲圳濁水米」是社區的珍寶及命脈，推動台灣真正好米的我們也曾面臨經

費及行銷等許多問題，正如雲林科技大學創意生活設計系游元隆老師在〈文化商品設計與經營模式-以孩沙里社區為例〉的論文中所述：「優質的「五百甲圳濁水米」無論是農事耕作、形象營造與包裝設計等，在媒體的熱度退卻下，當思考的是，如何專業分工與引入活動企劃的系列運作，地方產業在耕作者、產銷者、教育人士與文史工作者四方面的積極運作下，雖然呈現一片輝煌的成果，但如何加以整合與聯繫，讓地方產業轉型為文化商品運作，甚至成為創意文化商品的型態，即為現今極需面臨的轉型思維，一般而言，產官學的協力合作應該是地方所能爭取到的最大利基，藉由各方的專業能力，相信更可以讓地方文化商品走入主流市場。」

所以我們最近積極尋找更多專家及學者們的加入及協助，開始真正朝向專業分工及尋找產官學的協力合作，並開始將社區產業發展成為文化創意商品運作，讓「五百甲圳濁水米」成為真正的文化創意加值產業。

(d)您認為貴社區「五百甲圳米」現在所面臨的問題？及解決對策方式？

林先生：「五百甲圳米」現在因需求未知，導致高度投資風險，即在產品完成並銷售之前，包括製造者與消費者都無法事先知道需求與市場情況，加上社區沒有雄厚的資本來購買設備及機械，因此無法囤積與冷藏大量白米及擴大稻米生產面積及產能，因此「五百甲圳米」還是停留在以客製化商品方式進行，再行推出包裝產品販售。

目前客製化「五百甲圳米」商品雖然價格及利潤不錯，但還是達不到規模經濟的基礎，因此，除了強化網路行銷、尋求更多的通路行銷據點，若能尋求產官學的合作、續辦雲林花海節吸引大量賞花觀光人潮，鼓勵有遠見企業家的投資，社區朝向發展觀光休閒產業方式，及申請「五百甲圳米」稻米生產專區，建立稻作生產履歷及認證制度，並吸引更多年輕的科技農夫返鄉耕種及專業分工經營，逐步累積社區雄厚的資本，才能真正解決之前社區資源、經費及專業人才不足的困境。

(e)您認為貴社區「五百甲圳米」永續經營文化商品之看法？及發展的願景及想法？

林先生：全國「十大經典好米」的「五百甲圳米」是孩沙里社區的文創商品，也是社區傳統產業成功發展文創商品模式的成功例子，社區永續經營發展模式的建立基礎在於繼續推動社區營造各項工作，持續做好造產、造人及造景的工作，及發展社區休閒產業，進而促進地方觀光產業，增進社區農民及住民的所得及收益，如此社區才能永續經營「五百甲圳米」文創商品。「五百甲圳米」的發展願景要透過「產業文化化」的方式進行，「獻納米原鄉」的孩沙里社區，社區所產的稻米更是名聞遐邇，近年來，社區於年底時，社區居民在休耕農田中營造美麗的花田景觀，透過花海造景，每年吸引數十萬的愛好美麗花海的遊客

前往朝聖，並積極爭取「五百甲圳」沿途綠美化工程經費補助，及舉辦一些人文、歷史等系列活動，以增進國人對獻納米的認識；另外舉辦米食品嚐及成立稻米產銷班，建立稻作生產履歷及認證制等作為，以提升獻納米的品質，期使「五百甲圳濁水米」重現風光，並增進社區農民的實質收益。結合社會上各種資源，舉辦各類型的活動，讓社區的老少都能盡歡顏，打造一個安居樂業的「快樂四季農村曲」，達成「創力農業」、「活力農民」及「魅力農村」目標，邁向「美麗新社區、幸福孩沙里」的美好願景。面臨之前社區經費短缺及行銷薄弱等許多問題及困境，孩沙里社區未來的重要工作將陸續推動以下的規劃：

1.產業文化化(造產)

社區是「獻納米的原鄉」，社區所產的稻米更是名聞遐邇，雖然沉寂一段時間，但是希望透過葵花造景，爭取「五百甲圳」沿途綠美化，以及舉辦一些人文、歷史等系列活動，以增進國人對獻納米的認識；另外舉辦米食品嚐及成立稻米產銷班，建立稻作生產履歷及認證制度等作為，以提升獻納米品質，期使「五百甲圳濁水米」重現風光，並增進農民收益。

2.文化商品化(造人)

「一甲子樂隊」經過歷史的整理，希望透過再培育的方式，提昇素質，讓社區樂隊提高競爭力，並以社區營造的方式，成立小型樂隊博物館，期能讓樂隊的風華再現。另外持續辦理各項志工培育及才藝研習。

3.社區綠美化(造景)

孩沙里社區部落相當完整，雖然沒有充足的公共空間，但是鄉村社區三合院的特色，家家戶戶都有空地，未來希望透過家戶的綠美化，營造環村公園，期使社區居住環境非常整潔宜人，也是令人稱羨的桃花源。

4.幸福孩沙里(照顧)

透過社區營造的方式，發展社區休閒產業，進而促進地方觀光產業及增進社區住民的所得及收益；另外結合社會上各種資源，舉辦各類型的活動，讓社區的老少都能盡歡顏！打造一個安居樂業的「快樂四季農村曲」，達成「創力農業」、「活力農民」及「魅力農村」目標，邁向「美麗新社區、幸福孩沙里」的美好願景。

(f)請略述若有外部公部門(比如：農村再生計畫及社區總體營造計畫的地方營造特色與產業活化及文化創意產業政策)資源及經費的持續投入，您認為貴社區永續經營「五百甲圳米」文化商品之可能性有多大？

林先生：若社區可持續推動農村再生計畫及社區總體營造計畫，地方營造特色與產業活化

等外部公部門補助經費的挹注，加上文化創意產業政策補助資金並鼓勵年輕人返鄉，從事地方的文化創意產業工作，陸續加強「五百甲圳米」的設計及包裝及增加行銷方式與通路，讓社區產業升級並增加收益，如此，社區永續經營「五百甲圳米」文創商品才有可能性。

(4)簡校長的訪談內容及資料記錄如下。

(a)訪談內容：請略述僑和國小的「僑和牌五百甲圳葵花濁水愛心米」的過程及經驗。

(b)資料記錄

簡校長表示：從僑和國小的「小農夫種稻體驗」到「僑和牌五百甲圳葵花濁水愛心米」

只有兩百個左右學生的雲林縣荊桐鄉僑和國小，學區之一中孩沙里社區的農田正是日治時期「五百甲圳獻納米」的原鄉，僑和國小因此把「小農夫種稻體驗」列為學校本位課程，在僑和國小簡校長用心經營下，獲得社區家長支持並無償提供零點七五公頃農田給學生作為種稻體驗的合作農園；學生種稻採用健康、無毒的自然農法，一年只耕種一期稻作，休耕期間種植向日葵當有機肥，讓無毒安全的農業觀念向下扎根；學生種植的米獲得口碑，不但有自己的品牌，更連續二年榮獲全國「十大經典好米」評選，還得到企業家的愛心認購，成了豐富學童學習體驗的最佳資源，走出屬於自己的一片天空。

民國 96 年及 97 年的僑和國小小農夫種稻體驗，計畫透過生活、活動與自然間的互動「從做中學」體驗等方式，讓學童親身體驗並觀察稻作的生長與收穫，進而培養學童對大自然的尊重及對農夫辛勞付出的珍惜。課程內容含有擴大米食品賞安排、辦理成果展示，運用配合之學校資源，邀請學生家長、全校師生及地方人士參加。收成稻米將包裝成「僑和牌五百甲圳葵花濁水愛心米」，於擴大米食品賞、辦理成果展示，舉辦愛心義賣活動，義賣所得將捐贈愛心機構及作為僑和國小棒球隊及營養午餐、校務發展基金。

民國 96 年二月二十七日上午，我帶領全校四、五、六年級全體學生與學區的耆老、家長們於合作農田舉辦「祭天儀式及小農夫插秧活動」，祭天儀式的主祭人為「篤農家」鍾先生，他於田埂間備清香、素果，帶領全體小農夫以最虔敬的心焚香祈禱，向上天宣示以最健康、自然的耕種方式及最熱誠的心照顧秧苗，並祈求風調雨順。在祭天儀式後將隨即舉行小農夫插秧活動，由社區務農長輩解說稻子的故事及傳授插秧的技巧，並帶領小朋友動手插秧，體驗布袋和尚的《莊稼詩》的境界：「手把青秧插滿田，低頭便見水中天；心地清淨方為道，退步原來是向前。」；並透過人與土地的互動「從做中學」，進而培養小朋友對大自然的尊重及對農夫辛勞付出的珍惜。

社區農民鍾先生免費提供面積七分的田地，讓僑和國小學童體驗農民插秧、種稻的辛勞，鍾先生不是要鼓勵小孩子將來種田，但必須瞭解白米飯並非天上掉下來，更要知道家

鄉「五百甲圳」生產優質白米的歷史，進而擦亮「五百甲圳米」這塊招牌。

自從民國96年以來，僑和國小的「小農夫種稻體驗團隊」成員，連續辦理二年的「小農夫種稻體驗」，以「少化肥、低農藥」及休耕培養地力的「稻米循環耕作計劃」自然農法來栽種稻米，產生真正健康、無毒的五百甲圳葵花濁水米，生產過程並做了詳實、完整的數位記錄及製作生產履歷，並以籌募清寒午餐基金為目標，自產自銷「僑和牌五百甲圳葵花濁水愛心米」的義賣善舉，曾經獲得社會大眾的極大迴響及共襄盛舉，而民國97年計畫種植的愛心米，更是早被善心人士大量預購。參與的小農夫們除了親自體驗種稻的甘苦，還不辭辛勞、身體力行參與西螺大橋節及台北的義賣等活動，並重新詮釋教師節時，學校舉辦「尊師重稻」的新意，小朋友為愛心米的不畏苦精神與行動，曾經感動並溫暖廣大人心。

民國96年六月，我將僑和國小的畢業典禮場地移至僑和國小合作農田中舉辦，讓即將畢業的僑和國小小農夫能夠用心及身體力行方式，用雙腳去體會接觸大地的感動及以雙手「割稻仔」慶豐收的行動來代表人生童年階段的完成，讓他們終身難以忘懷並會成為津津樂道的經驗，並為台灣農業培育新種子及走出嶄新的希望與契機。

(5)曾先生的訪談內容及資料記錄如下。

(a)請略述您投入孩沙里社區營造的過程及心得。

曾先生：因為愛家鄉的使命召喚，我常利用忙碌工作之餘，開車回家鄉荊桐鄉，拿起數位相機開始記錄家鄉的一切影像，並著手記錄、整理、研究荊桐鄉的文史資料，恰好遇到鄉土語言教育的興起，更因此認識了一些文史工作的志同道合者，開始跟他們聚會討論，慢慢地，家鄉的願景拼圖一塊塊在腦海浮現，

我開始透過網路平台用文字與圖像簡單記錄著我的故鄉的點滴，正因為用心投入並渴望瞭解故鄉的一切，慢慢地，我發現它的獨特及純樸之美，並喜歡上它；許多初次見面的朋友問我來自何方？我總是很驕傲的大聲說：我來自雲林荊桐孩沙里。「雲林」、「荊桐」及「孩沙里」正是我故鄉的三個代名詞，真正台灣農業大縣的「雲林」、豐饒之地的「荊桐」及向日葵故鄉的「孩沙里」，我們正努力打造它們成為一處好所在。

那時沒有團隊，也沒有政府經費的奧援，孤軍奮鬥，但是我沒有因此退縮或放棄，當初明瞭那是「零」的遊戲開始，理所當然什麼都沒有！真的是天公疼憨，就在我一步一步踏實並慢慢地進行單兵作戰的過程中，上天巧妙安排的因緣際會，讓我開始遇到跟我一樣默默為故鄉做事的人(如：默默行善的「篤農家」鍾先生、最有創意的僑和國小簡校長及行動力十足的當時社區總幹事林先生)，因為理念契合，我們一拍即合，我們開始逐漸形成一

支具有戰鬥力的行動團隊。

民國 96 年，孩沙里社區開始由我撰寫計畫書，積極爭取地方及中央的各項補助經費，社區陸續通過文建會的「96 年度雲林縣社區總體營造點計畫-美麗新社區、健康孩沙里」、農委會的「雲林縣荊桐鄉休耕田種植景觀綠肥作物示範專區計畫-100 公頃的向日葵當為種植景觀綠肥作物示範專區」，我並積極委託由雲林科技大學 鍾老師所規劃的「興桐村(孩沙里社區)綠、美化工程計畫」及雲林縣政府的「五百甲圳沿線單車專用道-綠色廊道景點計畫」；以往社區要舉辦活動都須以募款方式，才能取得活動經費；但現在孩沙里社區獨立以實力及計畫方式，爭取到包含造人、造景及產業補助三種不同領域的政府補助款，社區已經要開始振翅起飛！「從零到起飛」這過程的心酸及血汗絕非言語或文字可以形容，但我深刻感受到這一切是由努力及信心所堆積而成的，未來只要務實去執行這些計畫，孩沙里社區成功的社造模式就會成形，達成社區老少盡歡顏的願景就近在咫尺。

我們後來透過社區營造計畫及農村再生計畫的方式，深入社區基層讓地方鄉親明白「社區一家人」的觀念及共同參與，並維護社區環境乾淨與清爽及開創美麗的農村新景觀；另外以社區產業活化為前提，提倡利益分享與資源共享的作法，振興地方產業及為農民開創全新的活水與商機，一步步計畫性地展開合作共存的藍海新策略。

(b)請略述僑和國小的「僑和牌五百甲圳葵花濁水愛心米」的過程及經驗。

曾先生：2007 年初春，我們在雲林荊桐的鄉下組成「僑和國小小農夫種稻體驗團隊」(成員包含：實踐愛與夢想的教育家簡校長、踏實樂活的「篤農家」鍾先生及「樂活達人」的我)，在「獻納米原鄉」的孩沙里社區七分多的實驗農田中，開始帶領僑和國小小農夫動手學習並體驗插秧與照顧；教導從做中學，培養對大自然的尊重及對農夫辛勞付出的珍惜。

2007 年六月天的酷夏，我們下田親手割稻子，並感恩大地慶豐收；九月推出自產自銷的「僑和國小五百甲圳葵花濁水米」的愛心米包裝上市，並帶領小農夫們陸續前往「西螺大橋」及「台大體育館」展開義賣活動，當時獲得社會大眾的熱烈迴響與認同，更獲得台北「大碩文化公司」的丘昌其董事長動員公司員工全數認購愛心米。美國人類學家 瑪格利特.米德說：「別懷疑一小群深思熟慮、信念堅定的人有能力改變世界；實際上，就只有這些人曾改變過這個世界。」

猶記得在那時，我們一起揮灑汗水與淚水及共同歡笑，一一克服困難，默默無私付出與承受委屈，汗流浹背的伙伴，大愛付出的篤農家，簡校長累倒住院了，但是沒有人說苦與退出，因為我們心中明白那不僅是施比受更有福及義務，還已經成為為台灣農業發聲的某種使命；期間我們成就許多的台灣農業的第一：第一有生產履歷的無毒稻米包裝、第一

國小自產自銷的愛心米品牌、第一雲林鄉下的稻米到台北市義賣、第一全台的國小在農田舉辦畢業典禮，為什麼我們能完成別人不敢為、做不到的工作？或許因為我們正是一小群深思熟慮、信念堅定的人。

2007年9月7日，五百甲圳葵花濁水米的 CIS 及 Logo、僑和國小義賣包裝米的正、背面設計完成，正式公開及上市，並開始接受預訂。包裝米為 1 包/2 公斤，並使用環保真空包裝袋。我們計畫 2007 年 9 月下旬起，由僑和國小簡校長帶領僑和國小小農夫到西螺文化節(9/24-9/25)及台北的「台大體育館」進行稻米義賣，讓鄉下小朋友種的米賣給台北人，這絕對是個好新聞及題材。

2007 年，我們位於孩沙里社區七分多的實驗農田，遵循少化肥、低農藥及休耕培養地力的自然農法「稻米循環耕作計劃」來栽種稻米，產生真正健康、無毒的五百甲圳葵花濁水米，稻穀收成共計 5,350 公斤，碾米成 3,000 公斤的精選一等米，限量 1,500 包；2008 年我們計畫以十公頃稻田，大量生產「五百甲圳葵花濁水米」，而後年，則計畫以 100 公頃稻田的契作專區，大規模生產五百甲圳葵花濁水米，從限量到大量，甚至大規模生產，五百甲圳葵花濁水米這品牌形象，相信不久的將來，絕對是台灣第一名的健康米。

五百甲圳葵花濁水米的 Logo 很特別，它代表以向日葵為綠肥、肥沃與蒼翠的五百甲圳田及引濁水溪的五百甲圳灌溉系統所構思而成的，給人的印象概念是：「好水、好土才能產出真正健康、無毒米。」這次米包裝的文宣及包裝貼紙是由我負責撰寫的，為了宣傳而將生產履歷過程都寫進去，造成文字介紹較多；我並跑遍各大型超商參考許多市面包裝米的設計並與「小農夫種稻體驗團隊」成員開會討論，終於僑和牌五百甲圳葵花濁水米的包裝正式完成。

(c)請略述雲林縣「2013全國農業博覽會」的「雲林花海」試辦專區。

曾先生：雲林縣政府為了舉辦「2013 全國農業博覽會」會，除了成立專屬的農業博覽會小組之外，正緊鑼密鼓準備各項前置工作，而農業處選定曾經榮獲 2008 年「全國十大景觀花田」的荊桐鄉孩沙里社區，當為 2013 全國農業博覽會「雲林花海」試辦專區，未來逐步計畫將於 2011 年冬，在孩沙里社區試辦花海區二十公頃，2012 年冬為四十公頃，並將於 2013 全國農業博覽會時，打造孩沙里六十公頃的超大型花海區，如年度任務工作能順利完成，屆時，雲林將有一處可以與台中「新社花海」比美的賞花海勝地。

我參考 2008 年，農委會舉辦全國十大景觀花田甄選時，由我所擬定的雲林縣荊桐鄉 97 年度「全國十大景觀花田評選暨宣傳計畫」構想書，並增刪內容與項目，提出「2013 全國農業博覽會-雲林花海專區試辦計畫」，並提供給農業處參考使用。

而我的「2013 全國農業博覽會-雲林花海專區」設計構想為：

- 1.在第二期稻作休耕期間，於 2013 全國農業博覽會「雲林花海」試辦專區基地區位(孩沙里社區花海主場區)，透過居民的共同參與模式，種植約二十公頃(2011 年，2012 年為四十公頃，2013 年為六十公頃)左右的金黃色的向日葵及五彩繽紛的波斯菊等綠肥景觀作物，營造大規模的農村田園美麗花海景觀，打造農村社區美麗新風貌。
- 2.配合由雲林縣政府與千里步道共同規劃的「五百甲圳綠色單車廊道計畫」(路線由荖桐鄉孩沙里社區至林內鄉林北社區的林內「三號水門」)
- 3.雲林縣是嘉南平原上的大米倉，荖桐稻米的產量是雲林之冠，而孩沙里社區的米質又是荖桐之最，所生產的無毒、健康米「五百甲圳濁水米」香 Q、營養又好吃，中外遠近馳名，更連續蟬聯農委會農糧署 96 年、97 年及 98 年度「全國十大經典好米」的殊榮。
- 4.透過以營造美麗、本土又有趣的四季農村社區景觀的方式，吸引外人來此觀光，並藉由配合其他經費，舉辦如「小農夫種稻體驗」、「五百甲圳」快樂單車行-歷史、生態之旅及花海田園音樂饗宴等人文、生態豐富又有趣的系列活動，來推廣我們真正好吃、台灣第一名的「五百甲圳濁水米」給國人。
- 5.爭取即將由雲林縣政府主辦的 2013 全國農業博覽會的雲林花海節專區，續辦真正壯觀又美麗的孩沙里社區花海節，進而大力促進地方觀光產業及增進家鄉農民的所得收益，徹底解決傳統農業貧困的經濟問題，讓社區老少盡歡顏，營造一個安居樂業的快樂四季農村曲「美麗新社區、幸福孩沙里」，進而打造出「創力農業」、「活力農民」、「魅力農村」的無毒又健康的農業新主張。

(d)貴社區「五百甲圳米」進行設計與包裝規劃時的經費，當時有無政府資源適時的投入或協助？

曾先生：當時無政府資源適時的投入或協助設計與包裝規劃「五百甲圳米」所需的經費，經費完全由民國 96 年時的「小農夫種稻體驗」團隊成員所捐贈而來。

(e)請問貴社區「五百甲圳米」的文化產品(Product)如何產生？產品的本質好或不好？

曾先生：「孩沙里」是雲林縣僅存二個平埔族發音的部落之一，它是「全國十大經典好米」荖桐鄉「五百甲圳濁水米」的產地；「五百甲圳」即今「鹿場課圳」，清朝嘉慶元年時(1796 年)西螺街「三塊厝」王有成等富戶集資合夥創設五百甲圳，引進含帶大量粘板岩泥土及礦物質的濁水溪，灌溉孩沙里周圍的五百甲農田，故稱「五百甲圳」。在日治時代，孩沙里社區周遭的農田即評等為台灣地區水田評等的最高等級「三則等田」，因為所生產的稻米品質相當優越，被日本皇室欽點為皇室級「御用米」，並獲天皇頒發「神饌奉獻」徽章，

使「五百甲圳濁水米」聞名全台；更於民國96年、97年及98年連續三年蟬聯「全國十大經典好米」，社區文創商品「五百甲圳米」已成為全台好米的最新代名詞。

(f)請問貴社區「五百甲圳米」的訂價(Price)如何？相較於同類商品的訂價策略又如何？屬於攻擊型訂價？消費者為中心訂價？或是防禦型訂價？

曾先生：「五百甲圳米」的訂價為不二價100元/1公斤一級白米，相較於市面的其他白米商品，價位介於中、高價位，因為購買者大都為認同「五百甲圳米」的中產階級消費者，屬於消費者為中心訂價。

(g)請問貴社區「五百甲圳米」的行銷通路(Place)如何？是擺在量販店賣？零售店賣？還是專門店賣？

曾先生：「五百甲圳米」除了透過舉辦年底的花海節及各項產業活化的活動時進行展售，社區並透過網路行銷方式，並有專人管理社區的FB社團及進駐社區活動中心的專門店，進行「五百甲圳米」的銷售業務及消費者服務。

(h)請問貴社區「五百甲圳米」的促銷(Promotion)方式如何？採取何種促銷手法：廣告？會員專屬？限量包？

曾先生：「五百甲圳米」的銷售方式主要透過網路行銷，而促銷方式主要為以限量包手法，吸引消費者購買。

(i)請問貴社區「五百甲圳米」就網路的行銷策略如何？在促銷方面除了網路促銷之外，是否還有其他促銷手法？

曾先生：在網路時代，只要產品具備競爭性，若能夠依照產品特性進行網路行銷，就能夠讓客戶自己找上門。網路行銷與傳統行銷本質其實沒有太大的不同，但是必須更敏銳的利用網路特性及投入更多心力，當然獲得的回報也將是大於傳統行銷。運用網路企業成長關鍵的四大思維(珍惜每一個建立關係的機會、以同理心做顧客關係、建立點點滴滴的服務與信賴及成長的關鍵在於累積等)及六力行銷(讓商品自己去說話(商品力)、讓客戶當你的業務(客戶力)、讓非廣告隨時曝光(行銷力)、用故事去感動人心(故事力)、用客戶的角度思考(感動力)、用服務去強化黏度(服務力)等)，將可以在網路行銷戰中贏得勝利。

「五百甲圳米」除了網路促銷之外，另其他促銷手法是透過產學合作及異業結盟方式進行，也就是與農會及許多實體店面進行聯合展售活動。

(j)就目前貴社區的網站而言，網路行銷還有哪些通路是可以開發的？

曾先生：「五百甲圳米」除了網路促銷之外，另其他促銷手法是透過產學合作及異業結盟方式進行，也就是與農會及許多實體店面進行聯合展售活動。

(k)貴社區是否因運用網路行銷媒介，做進一步的市場區隔？

曾先生：「五百甲圳米」的訂價為不二價 100 元/1 公斤一級白米，相較於市面的平價白米商品，價位介於中、高價位，但因為購買者大都為認同「五百甲圳米」的中產階級消費者，並透過網路購買，因此有市場區隔的性質存在。

(l)如何設計出貴社區的網站？是專業人士設計還是使用者提供建議？

曾先生：目前社區的網站屬於一般的社群網站，非專業人士設計，由會操作電腦及網路的社區專職人員負責建構，並維護網站運作及服務。

(m)就網路行銷模式而言，一種是消極型。也就是必須等到消費者使用搜尋引擎找到該網站之後，才能將所行銷的產品資訊傳遞給消費者；另一種是積極型。就是將資訊主動透過網路傳遞給目標族群的方法。請問貴社區使用那一種網路行銷手法，如何做？

曾先生：「五百甲圳米」目前雖然銷售方式主要透過網路行銷，但等到消費者使用搜尋引擎找到該網站之後，才能將所行銷的產品資訊傳遞給消費者，所以尚屬於消極型的網路行銷模式，未來社區文創商品「五百甲圳米」將尋求產官學的合作、續辦雲林花海節吸引大量賞花觀光人潮，朝向觀光休閒產業發展，並申請「五百甲圳米」稻米生產專區，建立稻作生產履歷及認證制度，獲得更多消費者的支持與信賴，並將資訊主動透過網路傳遞給目標族群，吸引消費者購買。

(6)鍾先生的訪談內容及資料記錄如下。

鍾先生：其實濁水溪品質最好的米，產地就在五百甲圳，「小時候和老爸到嘉義賣米，糧商一聽是產自五百甲圳，馬上說，那多幾「針」(元)給你。」目前還種植八甲稻田，我出身稻農世家，一心要重現荊桐鄉五百甲圳米風華。

清朝嘉慶年間，地主王有成在荊桐鄉開圳，引濁水溪流灌溉良田數百頃，因而名為五百甲圳；濁水溪豐富的礦物質，孕育優質白米，但因當時地主多住西螺，收成的稻米送到西螺銷售，「西螺米」之名不脛而走，產地荊桐多佃戶，反而沒沒無聞。只是，早年地主多住西螺，在荊桐鄉五百甲圳耕作的都是佃戶，賣米、納貢的都是地主，才會造成西螺米的名聲比較響亮。

以前荊桐白米以西螺之名行銷，很不服氣，我曾經在荊桐舉辦桐花季時，自擬一副對聯，「荊桐鄉辦桐花季，農會專賣西螺米」，橫批是「豈有此理！」；多年前，荊桐鄉農會總幹事張鈺萱開始行銷五百甲圳米，讓我充滿期待，希望橫批可以早日改為「農民大家攬歡喜！」。此次無償提供土地讓小朋友種稻，收成的稻穀一併贈送；但是，鍾川上還是有所堅持，他認為一定要小包裝販售，才能讓更多人吃到，如果企業、糧商要一舉收購，就

喪失原來的意義。比較台東關山、池上的米後，發現五百甲圳生產的白米，因為有濁水溪豐富的有機質、礦物質加持，品質絕對有過之而無不及。加上種植向日葵做為綠肥，讓綠地變黃金，生產出「葵花米」，絕對可以讓僑和國小的學童們，驕傲的打響家鄉五百甲圳優質白米的名號。

本身栽培八甲多的稻田面積，一般人可能會覺得忙不過來，我卻是老神在在，還與同好組國樂團到處表演。能夠悠哉種田的祕訣，就在於粗放式的經營「盡量少用農藥，施肥看時機。」許多農友缺乏定見，聽到農藥行老闆推銷農藥，就以為不趕快噴藥、換新藥不行，其實，大部份的農藥都是多餘的，不但影響稻米的衛生安全，也危害自己。施肥時機也很重要，肥料很貴，但是農友為了讓稻子趕快成大，一再催肥，卻是揠苗助長，不是造成肥傷，就是因而導致稻熱病。

五百甲圳種的稻子，不能只賣荊桐人或雲林人，一定要銷售到外縣市，名聲才會響！我管理大片稻田，生活無虞，加上子女都事業有成，早無後顧之憂；但是傳承祖產，對發揚光大五百甲圳白米的心情非常急切，也希望其他農友可以一起投入，生產無毒、不用化學肥料的稻米，重新擦亮五百甲圳米的招牌。

(b)請略述僑和國小的「僑和牌五百甲圳葵花濁水愛心米」的過程及經驗。

鍾先生：五百甲圳實驗農田，今年位於孩沙里社區七分多的實驗農田，遵循少化肥、低農藥及休耕培養地力的自然農法「稻米循環耕作計劃」來栽種稻米，產生真正健康、無毒的五百甲圳葵花濁水米，稻穀收成共計 5,350 公斤，碾米成 3,000 公斤的精選一等米。孩沙里家鄉米於日治時期由先人背著在地生產的皇田米，千里迢迢渡海，獻納給日本天皇食用的真實故事，所流傳的台語打油詩：「濁水溪畔荊桐巷；五百甲圳米尚香；昔時良米獻天皇；今日好米全民享。」

僑和國小「小農夫種稻體驗團隊」是一計畫性的團隊，我們踏實地做，努力以自然農法來栽種，行銷自有品牌並建立產銷制度及網路銷售通路，來消除中間剝削，進而利益共享，大幅改善農民所得，這樣才能真正解決農民貧窮的問題；我也相信唯有以民間具體的做法來展現真正踏實、有效的農業精髓及漸進式的柔性政策改革，以合作來代替抗爭，如此才能真正讓從業農民獲益，真正創造政府的政策落實、農民的獲益及消費者吃的健康的三贏局面。

(7)鍾老師的訪談內容及資料記錄如下。

(a)請略述「五百甲圳米」運用設計規劃從何時開始、以及在何種時空背景？是否有設計及包裝的專屬團隊？參與設計及包裝的主要人員是誰？

鍾老師：民國96年八月左右，當時僑和國小舉辦的「小農夫種稻體驗」正計畫推出「僑和牌五百甲圳葵花濁水愛心米」設計及包裝，進行義賣時，文創商品「五百甲圳米」運用設計規劃正式開始。

時空背景為於民國 96 年，於孩沙里社區七分多的實驗農田，遵循「少化肥、低農藥」及休耕培養地力的自然農法「稻米循環耕作計劃」來栽種稻米，產生真正健康、無毒的「五百甲圳葵花濁水米」，稻穀收成共計 5,350 公斤，碾米成 3,000 公斤的精選一等米。民國 96 年八月，完成「五百甲圳葵花濁水米」的 CIS 及 Logo 設計及「僑和牌五百甲圳葵花濁水米」包裝米的正、背面設計，正式公開及上市。當年九月，由當時僑和國小簡校長帶領僑和國小小農夫到台北及西螺的文化節義賣稻米，讓鄉下小朋友種的米賣給台北人。

有專屬團隊。主要參與「五百甲圳米」設計及包裝者為我自己、僑和國小的前任校長簡先生及社區專業顧問曾先生等三人。

(b)設計與包裝規劃的主要依據元素是什麼？有無 Logo 或 CIS 的識別設計？而 Logo 或 CIS 的代表意向又是如何？

鍾老師：「五百甲圳米」的設計與包裝規劃主要依據地方特色產業「五百甲圳獻納米」典故、美麗向日葵花田景觀及「少化肥、低農藥」、休耕培養地力的自然農法等當為元素。其中 Logo 或 CIS 代表「以向日葵為綠肥、肥沃與蒼翠的五百甲圳田及引濁水溪的五百甲圳灌溉系統。」所構思而成的，給人的印象概念是：「好水、好土才能產出真正健康、無毒米。」意向。這 Logo 是委託雲科大視傳所施建安所設計的，與他討論許久，並交換意見及想法，建安還設計八套 Logo 給我們，且經過小農夫種稻體驗團隊成員開會討論並票選而出。而包裝設計的文宣及構思：文字則由曾先生所撰寫，包裝正面的封面照片以僑和國小「小農夫種稻體驗系列-感恩大地慶豐收、小農夫割稻仔」活動時，僑和國小簡校長與僑和國小棒球隊於割稻時的合影。

包裝正面的文字則為：雲林縣僑和國小「小農夫種稻體驗」以「少化肥、低農藥」及休耕培養地力的自然農法-「稻米循環耕作計劃」來栽種稻米，產生真正健康、無毒的「五百甲圳葵花濁水米」；並將收成的稻米包裝成「僑和牌五百甲圳葵花濁水米」（以向日葵為綠肥的健康、無毒米）二公斤小包裝，舉辦愛心義賣活動，義賣所得將全數捐贈愛心機構及作為僑和國小棒球隊及營養午餐、校務發展基金。歡迎您踴躍認購「僑和牌五百甲圳葵花濁水米」。包裝背面以於孩沙里社區舉辦的 2007 年「雲林縣花海嘉年華會百萬葵花開、荊桐亮起來」活動的向日葵花海為底圖，並加入一年的稻米循環耕作計劃圖為輔助說明「少化肥、低農藥」及休耕培養地力的自然農法。文字則為：特別感謝合作農田地主「篤農家」

鍾先生的義舉，他不僅無償提供位於孩沙里社區七分的農地給小朋友體驗種稻，並不計成本將合作農田的全數稻米義賣所得，全數捐贈給僑和國小做為公益基金；希望更多的善心人士能夠共襄盛舉！孩沙里家鄉米於日治時期由先人背著在地生產的皇田米，千里迢迢渡海，獻納給日本天皇食用的真實故事，所流傳的台語打油詩：「濁水溪畔荊桐巷；五百甲圳米最香；昔時良米獻天皇；今日好米全民享。」

加上「五百甲圳米」的簡介：「五百甲圳」即今「鹿場課圳」，為清朝嘉慶元年(1796年)，西螺街「三塊厝」王有成等幾位富戶集資於今荊桐鄉創設五百甲圳，並引濁水溪水灌溉，以生產稻米為主，為全台良質濁水米之最重要產地，以葵花作為綠肥所產的「五百甲圳葵花濁水米」是荊桐鄉農特產之一；五百甲圳荊桐濁水米是濁水溪品質最好的米，產地就在荊桐鄉五百甲圳地區，只是早年地主多住西螺，在荊桐鄉五百甲圳耕作的都是佃戶，賣米、納貢的都是地主，才會造成西螺米的名聲比較響亮，而在日治時代就是獻給日本天皇食用的，品質有口皆碑！享譽海內外！及僑和牌五百甲圳葵花濁水米的生產履歷等。

(8)陳先生的訪談內容及資料記錄如下。

(a)訪談內容：請略述貴社區的人、文、地、景、產，或所知道的地方歷史及諺聞。

(b)資料記錄

陳先生筆述：「孩沙里」是少數平埔族存在時的部落，在清朝嘉慶時期即有地主引濁水溪水灌溉，所經流域大約五百甲，形成沖積的平原，土地非常肥沃，全區流域是台灣少見的「三則等田」的優良農地，所以早期聚集不少村民在此開墾謀生，日治時期的昭和十四年，更有本村林深坑與高樹枝兩位青年代表「大日本青年團」謁見日本天皇時，攜帶本村特產「五百甲圳」的濁水米奉獻日本天皇食用，民國73年，政府尚未提倡社區營造時，本村即代表雲林縣參加全省社區評比並獲得第一等的榮譽。

當時「五百甲圳濁水米」是聞名台灣跟日本的好米，因此當時台南州要向日本天皇獻貢時，便找上了當時的荊桐地區的保正陳懷(我的父親)，請他有計劃的來種植「獻納米」，當時在他們家的土地上規劃了一分地來專門種植獻納米，但這一分地卻只用上四厘地並且週圍都用竹竿交叉做為竹籬笆，且如沒有陳懷的允許任何人都不能接近這塊田地。當稻米收割後，稻穗不像一般的作法是直接曝曬在太陽下，而是平鋪在曬穀場後在它的上面再以黑布做出一個棚子以避免太陽直接照射。曬乾脫殼後再把稻子送到荊桐小學，讓小學生帶口罩並且用筆尖(手不能直接接觸稻米)，一個一個挑出品質最好的米，一分地總共挑二斗米出來進貢日本天皇。如此尊貴及麻煩的手續在現代社會中是令人想像不到的，但卻也完全呈現日本天皇在當時的尊貴。

(9)洪女士的訪談內容及資料記錄如下。

(a)訪談內容：請略述貴社區的人、文、地、景、產，或所知道的地方歷史及諺聞。

(b)資料記錄

洪女士說：「孩沙里」雖然歷經台灣地區多次的行政改制，孩沙里的名稱始終不變，地方的諺聞如下：

(1)八七水災的傳說：

民國48年，「八七水災」時，對全省都造成巨大的傷害，那時親眼目睹水災的將軍就看著大水延著圳溝直接切過來，使得圳溝一段一段的崩毀，之後就看著洪水把田地給沖崩掉，把屋舍給摧毀。就當大水要衝進孩沙里時相傳那時就有人看到一位白衣的老先生出現，嘴唸咒語、手操法印，就將大水給引導到另外的方向，使得孩沙里流域都沒有受到太大的損失，而大家皆相傳那位白衣老先生就是「聖母娘娘」顯靈，為孩沙里的居民擋掉了這次天災。但也因為此舉相傳福天宮所供奉的聖母娘娘便遭玉皇大帝給處罰，而後民國37年未再降駕乩身，直到福天宮最後一次改建完成，聖母娘娘才又重新回來。

(2)聖母的傳說：

福天宮的聖母在「八七水災」前會開藥方給需要的人，當時的醫療並不發達，因此許多人會到福天宮求取藥籤，請求聖母娘娘的幫忙，而在當時藥籤是非常靈驗的，「聖母娘娘」不但會告訴他要那些藥材及哪裡有這些藥材，即使藥店老闆說找不到，聖母也會告知說放在老闆藥房的哪一處。

以前有些不肖的建築工人會因為跟雇主不合，故將雞冠或是雞血埋在屋舍的牆壁中，使得該屋主夜不安寧，常發生一些怪事。如：天未亮雞便啼、半夜吹狗螺等，居民在不堪其擾下，去請示聖母娘娘，在聖母娘娘的指示下才解決了這些異象。

(3)福天宮保衛戰：

福天宮一開始所祭拜的神「徐府千歲」，且是由口湖鄉「無尾墩」(古名)所迎來的，之後，才再迎媽祖來到福天宮一同祭拜。福天宮在日據時期只是一間小小的廟，且是由一位村民叫新糖的人捐地興建的。初期並不像目前規模如此宏大，且在日治時期因「皇民化」的政策還有一段驚險的插曲，那時的信眾為了保存廟內諸神的金身，在日本政府要摧毀之前，便將諸神的金身藏於民宅，同時雕刻了假的神像放進廟裡，如此偷天換日，就是為了讓日本政府誤以為政策成功，直到光復後才再由陳懷先生發起重建福天宮的活動，當時諸神的金身才得以全數保存下來，也才使當地的宗教信仰得以延續。

福天宮牆上的廟誌銘如此寫著：「福天宮，主祭徐府千歲，出建於竹壇，清康熙年間

先民自閩渡海來台時供奉渡航神像「三媽」(即天上聖母)留在本地保佑眾生，距今已有三百餘年以上。而後姊弟共同發揮、神威顯赫、濟世佑民，頗有靈驗，近鄰民眾受蔭不淺，進而成為村民之信仰中心。日本領台後，保正陳懷倡募金依原地改建，磚瓦木造結構到日據末期。民國 25 年起日人極力推行皇民化運動，除神毀廟，適時本庄有志唯恐廟宇遭拆除乃協議將廟翎脊打掉，改為民眾集會所。而神像迎入民宅奉祀。迨本省光復後從歸祖國，百廢待興而廟宇經久年風雨剝蝕，已經破損不堪，於民國 41 年村長鄭清來和有志陳懷、林登富等發起村民樂捐金及丁錢，依原地從建中殿，擴展廟貌，同時由神賜改廟名為「福天宮」。民國 52 年陳懷等信徒倡議增其樂捐金並成立興建委員會增建前殿拜亭。全新廟貌成為前後兩殿廟宇，而後因地形及環境之變遷，經數次改革，且社區中信徒以及旅居南北外埠信士的共同努力之下於民國 71 年再組織興建委員會發起興建後殿工程，經三年餘的歲月二樓式後殿興建完成，廟貌富麗堂皇，尤其在夜幕低垂，燈火通明時，更顯得金碧輝煌，氣象萬千。因前中二殿建築簡陋，與後殿興建二樓廟貌不甚配合，經村內熱心信士之倡議以及籌備，於民國 79 年將前、中殿拆除重新興建，因蒙受各界信士熱誠的捐贈，全體建築於民國 85 年全部興建完成，全新廟貌成為三殿式。」

對於林保寶在《荊桐最後的望族》一書中所提到的孩沙里是「土匪莊」的說法，非常不以為然，因為孩沙里在我們那一輩也出了許多的學士、碩士甚至是博士，在當時可以說是人文教育水準相當高，縱使當初物質生活不富裕但家家戶戶皆很注重兒女的教育；再者種種的神蹟皆顯示孩沙里是受聖母娘娘保佑的福氣之地，而聖母娘娘又怎麼會去保佑一個土匪莊呢？

4.3 研究資料整理與分析

本研究以雲林縣荊桐鄉孩沙里社區目前推動地方文創商品「五百甲圳米」的現況情形進行分析社區產業發展文創商品之成功要素。透過受訪者對訪談大綱的四大主題所提出之務實的經驗與建言，經過資料整理與分析驗證，可以瞭解孩沙里社區文創商品「五百甲圳米」發展現況及未來期望，更進一步經由「五百甲圳米」之設計行銷案例，適當地歸納整理出文化商品的行銷運作，並提供理想的社區營造與文化商品結合最佳案例，透過此研究，讓文化與商業設計密切地結合，而在文化商品完成開發後，如何永續經營文化商品，亦是希望在此成功案例下找出新的契機。

1. 研究資料來源

本研究首先透過相關文獻及網路資料等整理研究，加上實地的田野調查方式，獲得孩

沙里社區的現況資料來源。

2.研究資料整理與分析

本研究依據孩沙里社區的現況資料來源，再從地方特色商品創意設計、地方特色商品包裝及地方特色商品行銷的構面開端，輔以結合社區總體營造因素的地方特色營造與產業活化，及文化創意產業政策因素等構面，藉由各構面的因素，並再運用深入訪談法，針對孩沙里社區傳統產業「五百甲圳米」發展成文創商品的過程，進行深度訪談，透過訪談記錄的整理分析，對資料進行歸納，建構社區傳統產業發展文創商品的成功模式。

本研究主要以孩沙里社區近年來推動文創商品「五百甲圳濁水米」的主要參與人物及地方耆老為深度訪談對象，主要訪談對象有：孩沙里社區發展協會理事長吳先生、前任理事長黃先生、執行長林先生、僑和國小前任校長簡先生、社區專業資訊顧問曾先生、五百甲圳濁水米的主要推動者鍾姓農夫、五百甲圳米包裝設計者之一的鍾老師，及地方耆老陳先生及洪女士等共九人。並經由受訪者對訪談大綱的四大主題所提出之務實的經驗與建言，經過資料整理與分析驗證，可以瞭解孩沙里社區文創商品「五百甲圳米」發展現況及未來期望，並透過訪談主題及預期取得資料內容方向，經由資料分析及實證結果，取得訪談資料結果如表 4-18，並依據本研究架構的構面因素(地方特色商品創意設計元素、地方特色商品包裝元素、地方特色商品行銷元素、社區總體營造的地方特色營造與產業活化因素及文化創意產業政策因素)，分別探討如下。

1.地方特色商品創意設計元素

孩沙里社區「五百甲圳米」的設計與包裝規劃，主要依據地方特色產業「五百甲圳獻納米」典故、美麗向日葵花田景觀及「少化肥、低農藥」、休耕培養地力的自然農法等當為創意設計元素；其中 Logo 或 CIS 代表「以向日葵為綠肥、肥沃與蒼翠的五百甲圳田及引濁水溪的五百甲圳灌溉系統。」所構思而成的，給人的印象概念是：「好水、好土才能產出真正健康、無毒米。」意向；「五百甲圳米」原本就是荊桐鄉的「全國十大經典好米」，經過近幾年加入的創意設計元素，正符合現今時代環保趨勢及消費者追求高品質，無毒、健康安全食品的訴求，並透過僑和國小的「僑和牌五百甲圳葵花濁水愛心米」及「獻納米」典故的故事行銷方式，打動消費者的心，進而有意願購買，由此得知透過地方特色商品的創意設計元素及故事行銷方式，可以有效吸引消費者的注意及青睞。

“其實濁水溪品質最好的米，產地就在五百甲圳，「小時候和老爸到嘉義賣米，糧商一聽是產自五百甲圳，馬上說，那多幾「針」(元)給你。」目前還種植八甲稻田，我出身稻農世家，一心要重現荊桐鄉五百甲圳米風華(社區農業顧問 鍾先生)。”

“「五百甲圳米」的設計與包裝規劃主要依據地方特色產業「五百甲圳獻納米」典故、美麗向日葵花田景觀及「少化肥、低農藥」、休耕培養地力的自然農法等當為元素。其中 Logo 或 CIS 代表「以向日葵為綠肥、肥沃與蒼翠的五百甲圳田及引濁水溪的五百甲圳灌溉系統。」所構思而成的，給人的印象概念是：「好水、好土才能產出真正健康、無毒米。」意向(雲林科技大學副教授 鍾老師)。”

“在清朝嘉慶時期即有地主引濁水溪水灌溉，所經流域大約五百甲，形成沖積的平原，土地非常肥沃，全區流域是台灣少見的「三則等田」的優良農地，所以早期聚集不少村民在此開墾謀生，日治時期的昭和十四年，更有社區林深坑與高樹枝兩位青年代表「大日本青年團」謁見日本天皇時，攜帶社區特產「五百甲圳」的濁水米奉獻日本天皇食用。當時「五百甲圳濁水米」是聞名台灣跟日本的好米，因此當時台南州要向日本天皇獻貢時，便找上了當時的荊桐地區的保正陳懷，請他有計劃的來種植「獻納米」，當時在他們家的土地上規劃了一分地來專門種植獻納米，但這一分地卻只用上四厘地，並且週圍都用竹竿交叉做為竹籬笆，且如沒有陳懷的允許，任何人都不能接近這塊田地。當稻米收割後，稻穗不像一般的作法是直接曝曬在太陽下，而是平鋪在曬穀場後在它的上面再以黑布做出一個棚子以避免太陽直接照射。曬乾脫殼後再把稻子送到荊桐小學，讓小學生帶口罩並且用筆尖(手不能直接接觸稻米)，一個一個挑出品質最好的米，一分地總共挑二斗米出來進貢日本天皇。如此尊貴及麻煩的手續在現代社會中是令人想像不到的，但卻也完全呈現日本天皇在當時的尊貴(社區地方耆老 陳先生)。”

“2007年初春，我們在雲林荊桐的鄉下組成「僑和國小小農夫種稻體驗團隊」，在「獻納米原鄉」的孩沙里社區七分多的實驗農田中，開始帶領僑和國小小農夫動手學習並體驗插秧與照顧；教導從做中學，培養對大自然的尊重及對農夫辛勞付出的珍惜。2007年六月天的酷夏，我們下田親手割稻子，並感恩大地慶豐收；九月推出自產自銷的「僑和國小五百甲圳葵花濁水米」的愛心米包裝上市，並帶領小農夫們陸續前往「西螺大橋」及「台大體育館」展開義賣活動，當時獲得社會大眾的熱烈迴響與認同，更獲得台北「大碩文化公司」的丘昌其董事長動員公司員工全數認購愛心米(社區專業顧問 曾先生)。”

“…在日治時代，孩沙里社區周遭的農田即評等為台灣地區水田評等的最高等級「三則等田」，因為所生產的稻米品質相當優越，被日本皇室欽點為皇室級「御用米」，並獲天皇頒發「神饌奉獻」徽章，使「五百甲圳濁水米」聞名全台；更於民國 96 年、97 年及 98 年連續三年蟬聯「全國十大經典好米」，社區文化商品「五百甲圳米」已成為全台好米的最新代名詞(社區專業顧問 曾先生)。”

“民國 96 年六月，我將僑和國小的畢業典禮場地移至僑和國小合作農田中舉辦，讓即將畢業的僑和國小小農夫能夠用心及身體力行方式，用雙腳去體會接觸大地的感動及以雙手「割稻仔」慶豐收的行動來代表人生童年階段的完成，讓他們終身難以忘懷並會成為津津樂道的經驗，並為台灣農業培育新種子及走出嶄新的希望與契機。社區農民鍾先生免費提供面積七分田地，讓僑和國小學童體驗農民插秧、種稻的辛勞，鍾先生不是要鼓勵小孩子將來種田，但必須瞭解白米飯並非天上掉下來，更要知道家鄉「五百甲圳」生產優質白米的歷史，進而擦亮「五百甲圳米」這塊招牌。自從民國 96 年以來，僑和國小的「小農夫種稻體驗團隊」成員，連續辦理二年的「小農夫種稻體驗」，以「少化肥、低農藥」及休耕培養地力的「稻米循環耕作計劃」自然農法來栽種稻米，產生真正健康、無毒的五百甲圳葵花濁水米，生產過程並做了詳實、完整的數位記錄及製作生產履歷，並以籌募清寒午餐基金為目標，自產自銷「僑和牌五百甲圳葵花濁水愛心米」的義賣善舉，曾經獲得社會大眾的極大迴響及共襄盛舉，而民國 97 年計畫種植的愛心米，更是早被善心人士大量預購。參與的小農夫們除了親自體驗種稻的甘苦，還不辭辛勞、身體力行參與西螺大橋節及台北的義賣等活動，並重新詮釋教師節時，學校舉辦「尊師重稻」的新意，小朋友為愛心米的不畏苦精神與行動，曾經感動並溫暖廣大人心(僑和國小前任校長 簡校長)。

2.地方特色商品包裝元素

孩沙里社區積極透過社區專業人士及學界的介入及協助，運用地方特色商品「五百甲圳米」的文化產業特色及故事性，由團隊進行整合式的包裝設計，成功發展出社區「五百甲圳米」的文創商品包裝，並成為外地遊客來社區走訪時的最佳伴手禮，進而成功形塑「五百甲圳米」的品牌形象、文化內涵，及所想傳達給消費者的無毒農業的全新健康概念。

“2007 年 9 月 7 日，五百甲圳葵花濁水米的 CIS 及 Logo、僑和國小義賣包裝米的正、背面設計完成，正式公開及上市，並開始接受預訂。包裝米為 1 包/2 公斤，並使用環保真空包裝袋。2007 年 9 月，由僑和國小簡校長帶領僑和國小小農夫到西螺文化節(9/24-9/25)及台北的「台大體育館」進行稻米義賣，讓鄉下小朋友種的米賣給台北人，這絕對是個好新聞及題材。2007 年，我們位於孩沙里社區七分多的實驗農田，遵循少化肥、低農藥及休耕培養地力的自然農法「稻米循環耕作計劃」來栽種稻米，產生真正健康、無毒的五百甲圳葵花濁水米，稻穀收成共計 5,350 公斤，碾米成 3,000 公斤的精選一等米，限量 1500 包。五百甲圳葵花濁水米的 Logo 很特別，它代表以向日葵為綠肥、肥沃與蒼翠的五百甲圳田及引濁水溪的五百甲圳灌溉系統所構思而成的，給人的印象概念是：「好水、好土才能產出真正健康、無毒米。」(社區專業顧問 曾先生)。”

“民國 96 年八月左右，當時僑和國小舉辦的「小農夫種稻體驗」正計畫推出「僑和牌五百甲圳葵花濁水愛心米」設計及包裝並進行義賣時正式開始。主要參與社區「五百甲圳米」設計及包裝的專屬團隊為僑和國小的前任校長簡先生及社區專業顧問曾先生及我等三人。「五百甲圳米」的設計與包裝規劃主要依據地方特色產業「五百甲圳獻納米」典故、美麗向日葵花田景觀及「少化肥、低農藥」、休耕培養地力的自然農法等當為元素。其中 Logo 或 CIS 代表「以向日葵為綠肥、肥沃與蒼翠的五百甲圳田及引濁水溪的五百甲圳灌溉系統。」所構思而成的，給人的印象概念是：「好水、好土才能產出真正健康、無毒米。」意向(雲林科技大學副教授 鍾老師)。”

3.地方特色商品行銷元素

孩沙里社區地方特色商品「五百甲圳米」的銷售方式除了透過網路行銷，另於每年年底，由社區舉辦花海節活動等特色旅遊景點方式，期間吸引大量的觀光人潮，並透過舉辦各項產業活化活動時，進行地方特色產業行銷及展售活動，進而為社區打響知名度並帶來更好的經濟及宣傳效益。

“民國 96 年底，我們社區的鄉親利用二期稻作收成之後，把社區周遭的農田撒滿一百甲的向日葵，並透過立委及農會申請經費補助，舉辦「百萬葵花開，荊桐亮起來」的活動，活動期間，人山人海，這是社區幾十年未曾有過的大事，這也是凝聚社區意識、動員社區人力最具體的表現。利用農田休耕之際，以向日葵及波斯菊造景來吸引外客，然後行銷地方的農特產網室蔬菜、楊桃及蒜頭，期能幫助社區居民提高經濟收益，而真正的目的是要行銷五百甲圳濁水米，讓獻納米的原鄉所產的濁水米能擴大市場，甚至行銷於全世界，讓社區的產業能夠永續經營。「美麗新社區、健康孩沙里」是我們營造社區的目標，喚起大家的熱情，凝聚社區的共識，大家一同努力打造孩沙里(孩沙里社區發展協會執行長 林先生)。”

“創造波斯菊及向日葵的花海景觀，營造本土美麗又有趣的農村社區新風貌，並配合目前雲林縣政府規劃中的「五百甲圳沿線單車專用道-綠色廊道」景點計畫，未來沿線道路將逐步廣植二萬棵樹木，進行綠美化工程並設計成為單車專用道，推展歷史與生態旅遊，吸引外人來此觀光，可為當地及周遭社區帶來經濟及宣傳效益，對居民的經濟及收入亦有極大的助益，真正達到增加休耕田的附加價值及目的(孩沙里社區發展協會執行長 林先生)。”

「五百甲圳米」除了透過舉辦年底的花海節及各項產業活化的活動時進行展售，社區並透過網路行銷方式，並有專人管理社區的FB社團及進駐社區活動中心的專門店，進行「五

百甲圳米」的銷售業務及消費者服務。「五百甲圳米」的銷售方式主要透過網路行銷，而促銷方式主要為以限量包手法，吸引消費者購買。在網路時代，只要產品具備競爭性，若能夠依照產品特性進行網路行銷，就能夠讓客戶自己找上門。網路行銷與傳統行銷本質其實沒有太大的不同，但是必須更敏銳的利用網路特性及投入更多心力，當然獲得的回報也將是大於傳統行銷。運用網路企業成長關鍵的四大思維(珍惜每一個建立關係的機會、以同理心做顧客關係、建立點點滴滴的服務與信賴及成長的關鍵在於累積等)及六力行銷(讓商品自己去說話(商品力)、讓客戶當你的業務(客戶力)、讓非廣告隨時曝光(行銷力)、用故事去感動人心(故事力)、用客戶的角度思考(感動力)、用服務去強化黏度(服務力)等)，將可以在網路行銷戰中贏得勝利。「五百甲圳米」除了網路促銷之外，另其他促銷手法是透過產學合作及異業結盟方式進行，也就是與農會及許多實體店面進行聯合展售活動。透過網站的網路行銷雖然看似相當廣闊，但還是需要再開發更多通路並增加曝光度，如此才能吸引更多潛在顧客的青睞並願意購買「五百甲圳米」。「五百甲圳米」的訂價為不二價100元/1公斤一級白米，相較於市面的平價白米商品，價位介於中、高價位，但因為購買者大都為認同「五百甲圳米」的中產階級消費者，並透過網路購買，因此有市場區隔的性質存在。目前社區的網站屬於一般的社群網站，非專業人士設計，由會操作電腦及網路的社區專職人員負責建構，並維護網站運作及服務。「五百甲圳米」目前雖然銷售方式主要透過網路行銷，但等到消費者使用搜尋引擎找到該網站之後，才能將所行銷的產品資訊傳遞給消費者，所以尚屬於消極型的網路行銷模式，未來社區文化商品，「五百甲圳米」將尋求產官學的合作、續辦雲林花海節吸引大量賞花觀光人潮，朝向觀光休閒產業發展，並申請「五百甲圳米」稻米生產專區，建立稻作生產履歷及認證制度，獲得更多消費者支持與信賴，並將資訊主動透過網路傳遞給目標族群，吸引消費者購買(社區專業顧問 曾先生)。”

4.社區總體營造因素(地方特色營造與產業活化)

孩沙里社區配合雲林縣政府文化處的「社區總體營造計畫」及行政院農業委員會水土保持局的「農村再生培根計畫」等政策推動，透過計畫及社區居民的參與的方式，積極尋求爭取外部經費、資源，及專業人才的參與協助，成功整合的產官學的資源，加上產業活化計畫，舉辦各項社區的大型活動，結合網路與媒體行銷及文化創意的發想，成功帶動地方的文化特色產業發展，並陸續推出僑和國小的「僑和牌五百甲圳葵花濁水愛心米」、「全國十大經典好米」的荊桐鄉「五百甲圳濁水米」、鍾姓農夫「篤農家」品牌的「五百甲圳葵花濁水米」及孩沙里社區的「神饌米」等文創商品，為社區農民帶來更大的利潤及創造社區的更大產業商機。

“孩沙里社區是荊桐鄉最重要的發展社區之一。當地民風純樸並以務農為主，居民團結心強、動員力佳。當地人文薈萃、產業豐富，社區擁有悠久歷史文化，有三百多年的「福天宮」與兩百多年的「五百甲圳」，百年以上歷史的「孩沙里古井」及古厝，更有超過一甲子歷史的「孩沙里樂隊」。民國 73 年，政府尚未提倡社區營造時，即代表雲林縣參加全省社區評比並獲得第一等之榮譽。社區從民國 96 年起，就開始參與地方政府及中央相關部會計畫，從縣府文化處的社區總體營造培力計畫開始起步，至今參與並完成農委會水保局的農村再生培根計畫課程培訓。社區並利用農田休耕之際，以向日葵及波斯菊造景來吸引外客，真正的目的是要行銷五百甲圳濁水米，讓獻納米的原鄉所產的濁水米能擴大市場，甚至行銷於全世界(孩沙里社區發展協會理事長 吳先生)。”

“社區經過多年雲林縣政府文化處的「社區總體營造計畫」及行政院農業委員會水土保持局的「農村再生計畫」等的過程洗禮，已規劃並發展出社區的願景及藍圖，如下。

(1)創造波斯菊及向日葵的花海景觀，營造本土美麗又有趣的農村社區新風貌，並配合目前雲林縣政府規劃中的「五百甲圳沿線單車專用道-綠色廊道」景點計畫，未來沿線道路將逐步廣植二萬棵樹木，進行綠美化工程並設計成為單車專用道。

(2)並藉由配合其他經費，繼續舉辦「小農夫種稻體驗」、「五百甲圳快樂單車行-歷史、生態之旅」及「花海田園音樂饗宴」等人文、生態豐富又有趣的系列活動；每年舉辦戶外大型花海田園音樂饗宴及米食品嚐會及農特產嘉年華會，推廣真正好吃、台灣第一名的「五百甲圳濁水米」給全體國人。

(3)進而促進地方觀光產業及增進家鄉農民的所得及收益，徹底解決傳統農業貧困的經濟問題，讓社區老少盡歡顏，並打造一個安居樂業的快樂四季農村曲，達成「創力農業」、「活力農民」、「魅力農村」，邁向「美麗新社區、健康孩沙里」的美好社區願景。

全國「十大經典好米」的「五百甲圳米」是孩沙里社區的文化特色產業，也是社區傳統產業成功發展文創商品模式的成功例子，社區永續經營發展模式的建立基礎在於繼續推動社區營造各項工作，持續做好造產、造人及造景的工作，及發展社區休閒產業，進而促進地方觀光產業，增進社區農民及住民的所得及收益，如此社區才能永續經營「五百甲圳米」文化商品(孩沙里社區發展協會總幹事 黃先生)。”

“「五百甲圳米」現在因需求未知，導致高度投資風險，即在產品完成並銷售之前，包括製造者與消費者都無法事先知道需求與市場情況，加上社區沒有雄厚的資本來購買設備及機械，因此無法囤積與冷藏大量白米及擴大稻米生產面積及產能，因此「五百甲圳米」還是停留在以客製化商品方式進行，再行推出包裝產品販售。目前客製化「五百甲圳米」

商品雖然價格及利潤不錯，但還是達不到規模經濟的基礎，因此，除了強化網路行銷、尋求更多的通路行銷據點，若能尋求產官學的合作、續辦雲林花海節吸引大量賞花觀光人潮，鼓勵有遠見企業家的投資，社區朝向發展觀光休閒產業方式，及申請「五百甲圳米」稻米生產專區，建立稻作生產履歷及認證制度，並吸引更多年輕的科技農夫返鄉耕種及專業分工經營，逐步累積社區雄厚的資本，才能真正解決之前社區資源、經費及專業人才不足的困境(孩沙里社區發展協會執行長 林先生)。”

“全國「十大經典好米」的「五百甲圳米」是孩沙里社區的文化特色產業，也是社區傳統產業成功發展文創商品模式的成功例子，社區永續經營發展模式的建立基礎在於繼續推動社區營造各項工作，持續做好造產、造人及造景的工作，及發展社區休閒產業，進而促進地方觀光產業，增進社區農民及住民的所得及收益，如此社區才能永續經營「五百甲圳米」文化商品。「五百甲圳米」的發展願景要透過產業文化化的方式進行，獻納米原鄉的孩沙里社區，社區所產的稻米更是名聞遐邇，近年來，社區於年底時，社區居民在休耕農田中營造美麗的花田景觀，透過花海造景，每年吸引數十萬的愛好美麗花海的遊客前往朝聖，並積極爭取「五百甲圳」沿途綠美化工程經費補助，及舉辦一些人文、歷史等系列活動，以增進國人對獻納米的認識；另外舉辦米食品嚐及成立稻米產銷班，建立稻作生產履歷及認證制等作為，以提升獻納米的品質。面臨之前社區經費短缺及行銷薄弱等許多問題及困境，孩沙里社區未來的重要工作將陸續推動以下的規劃。

(1)產業文化化(造產)

社區是「獻納米的原鄉」，社區所產的稻米更是名聞遐邇，雖然沉寂一段時間，但是希望透過葵花造景，爭取「五百甲圳」沿途綠美化，以及舉辦一些人文、歷史等系列活動，以增進國人對獻納米的認識；另外舉辦米食品嚐及成立稻米產銷班，建立稻作生產履歷及認證制等作為，以提升獻納米品質，期使「五百甲圳濁水米」重現風光，並增進農民收益。

(2)文化商品化(造人)

「一甲子樂隊」經過歷史的整理，希望透過再培育的方式，提昇素質，讓社區樂隊提高競爭力，並以社區營造的方式，成立小型樂隊博物館，期能讓樂隊的風華再現。另外持續辦理各項志工培育及才藝研習。

(3)社區綠美化(造景)

孩沙里社區部落相當完整，雖然沒有充足的公共空間，但是鄉村社區三合院的特色，家家戶戶都有空地，未來希望透過家戶的綠美化，營造環村公園，期使社區居住環境非常整潔宜人，也是令人稱羨的桃花源。

(4)幸福孩沙里(照顧)

透過社區營造的方式，發展社區休閒產業，進而促進地方觀光產業及增進社區住民的所得及收益；另外結合社會上各種資源，舉辦各類型的活動，讓社區的老少都能盡歡顏！（孩沙里社區發展協會執行長 林先生）。”

5.文化創意產業政策因素

孩沙里社區「五百甲圳米」文創商品的後續開發資金來源及專業文創人才來源，可以透過申請地方政府或文化部的文化創意產業政策補助資金方式，並鼓勵地方年輕人返鄉共同參與及協助發展。2010年元月「文創法」通過後，帶動台灣文創產業向前邁進一大步，此法的精神是以「藝文」為核心，再透過「增值」或「授權」的方式，為文創人創造更多附加價值，因此文化、創意與產業不會互相排擠，反而可以達到互相提攜的作用；關於文化創意產業發展的面向，大致可分為「供給」和「需求」兩方面，在「供給面」部分，文化部規劃將提供人才的培育、創業融資等方式來扶植相關產業；在「需求面」的部分，未來規劃透過基層學校教育，帶動國內公民生活品味的提升，進而強化國內文創產業的消費意願和習慣；為了輔導文創產業發展，「國家發展基金」將提撥 200 億作為文創業者創業融資來源，未來亦將立法成立「文創院」協助藝文界進行營運輔導。在「文創院」成立前，文化部以專案小組方式提供藝文界資金和融資的協助。

“社區「五百甲圳米」進行設計與包裝規劃時的經費，當時無政府資源適時的投入或協助設計與包裝規劃「五百甲圳米」所需的經費，經費完全由民國 96 年時的「小農夫種稻體驗」團隊成員所捐贈而來（社區專業顧問 曾先生）。”

“目前客製化「五百甲圳米」商品雖然價格及利潤不錯，但還是達不到規模經濟的基礎，因此，除了強化網路行銷、尋求更多的通路行銷據點，若能尋求產官學的合作、續辦雲林花海節吸引大量賞花觀光人潮，鼓勵有遠見企業家的投資，社區朝向發展觀光休閒產業方式，及申請「五百甲圳米」稻米生產專區，建立稻作生產履歷及認證制度，並吸引更多年輕的科技農夫返鄉耕種及專業分工經營，逐步累積社區雄厚的資本，才能真正解決之前社區資源、經費及專業人才不足的困境（孩沙里社區發展協會執行長 林先生）。”

“若社區可持續推動農村再生計畫及社區總體營造計畫，地方營造特色與產業活化等外部公部門補助經費的挹注，加上文化創意產業政策補助資金並鼓勵年輕人返鄉，從事地方的文化創意產業工作，陸續加強「五百甲圳米」的設計及包裝及增加行銷方式與通路，讓社區產業升級並增加收益，如此，社區永續經營「五百甲圳米」文化商品才有可能性（孩沙里社區發展協會執行長 林先生）。”

表 4-18 取得訪談資料結果

預期取得資料內容	取得訪談資料結果
<p>主題一.社區基本資料 希望透過受訪者的專業知識及實際參與社區工作的經驗，能得知該社區的人、文、地、景、產，或所知道的地方歷史及諺聞；特色產業，及參與社區特色產業發展的經驗；曾參與過政府哪些的計畫或活動、執行績效，及發展願景及藍圖等。</p>	<p>孩沙里社區是雲林縣僅存二個平埔族發音的部落之一，行政區域屬於荊桐鄉興桐村，位於濁水溪肥沃的沖積平原上，人口約有二百三十七戶、六百六十六人，為荊桐鄉最重要的發展社區之一。社區以「福天宮」為全村信仰及地理中心，住屋與街道輻射狀向外發展，無論是宗教信仰或地理環境都相當完整，屬於少見的集村型社區，當地民風純樸並以務農為主，居民團結心強、動員力佳。當地人文薈萃、產業豐富，社區擁有悠久歷史文化，有三百多年的「福天宮」與兩百多年的「五百甲圳」，百年以上歷史的「孩沙里古井」及古厝，更有超過一甲子歷史的「孩沙里樂隊」。孩沙里是「全國十大經典好米」荊桐鄉「五百甲圳濁水米」的產地；在日治時代，社區周遭的農田即評等為台灣地區水田評等的最高等級「三則等田」，因為所生產的稻米品質相當優越，被日本皇室欽點為皇室級「御用米」，並獲天皇頒發「神饌奉獻」徽章，使「五百甲圳濁水米」聞名全台；更於民國 96 年、97 年及 98 年連續三年蟬聯「全國十大經典好米」，社區文創商品「五百甲圳米」已成為全台好米的最新代名詞。民國 73 年，曾代表雲林縣參加全省社區評比，並獲得第一等的榮譽。地方的諺聞如八七水災的傳說、聖母的傳說及福天宮保衛戰。社區從民國 96 年起，就開始參與地方政府及中央相關部會計畫，從縣府文化處的社區總體營造培力計畫開始起步，至今參與並完成農委會水保局的農村再生培力計畫課程培訓。社區並利用農田休耕之際，以向日葵及波斯菊造景來吸引外客，真正的目的是要行銷五百甲圳濁水米，讓獻納米的原鄉所產的濁水米能擴大市場，甚至行銷於全世界，並能永續經營。「美麗新社區、健康孩沙里」是營造社區的目標。社區經過多年縣府文化處的「社區總體營造計畫」及農委會水保局的「農村再生計畫」等的過程洗禮，已規劃並發展出社區的願景及藍圖，如下：(1)營造波斯菊及向日葵的花海景觀，並配合目前縣府規劃中的「五百甲圳沿線單車專用道-綠色廊道」景點計畫，推展歷史與生態旅遊，吸引外人來此觀光，可為當地及周遭社區帶來經濟及宣傳效益。(2)藉由配合其他經費，繼續舉辦系列活動；每年舉辦花海田園音樂饗宴及米食品嚐會及農特產嘉年華會。(3)促進地方觀光產業及增進農民收益，解決貧困問題，達成「創力農業」、「活力農民」、「魅力農村」，邁向「美麗新社區、健康孩沙里」的美好社區願景。</p>

表 4-18 取得訪談資料結果(續)

預期取得資料內容	取得訪談資料結果
<p>主題二.探討孩沙里社區「五百甲圳米」的設計與包裝規劃</p> <p>希望透過受訪者的專業知識及實際參與社區「五百甲圳米」的設計與包裝規劃的經驗，能得知該社區「五百甲圳米」的運用設計規劃從何時開始、以及在何種時空背景；設計及包裝的專屬團隊、參與設計及包裝的主要人員；設計與包裝規劃的主要依據元素、Logo 或 CIS 的識別設計及代表意向；及當時有無政府資源適時的投入或協助等。</p>	<p>民國 96 年八月，當時由僑和國小舉辦的「小農夫種稻體驗」正計畫推出「僑和牌五百甲圳葵花濁水愛心米」設計及包裝並進行義賣時開始，當年 9 月 7 日，五百甲圳葵花濁水米的 CIS 及 Logo、僑和國小義賣包裝米的正、背面設計完成，正式公開及上市，並開始接受預訂。包裝米為 1 包/2 公斤，並使用環保真空包裝袋。主要參與社區文創商品「五百甲圳米」設計及包裝的專屬團隊為雲林科技大學的鍾老師、僑和國小的前任校長簡先生及社區專業顧問曾先生等三人。「五百甲圳米」的設計與包裝規劃主要依據地方特色產業「五百甲圳獻納米」典故、美麗向日葵花田景觀及「少化肥、低農藥」、休耕培養地力的自然農法等當為元素。其中 Logo 或 CIS 代表「以向日葵為綠肥、肥沃與蒼翠的五百甲圳田及引濁水溪的五百甲圳灌溉系統。」所構思而成的，給人的印象概念是：「好水、好土才能產出真正健康、無毒米。」意向。當時無政府資源適時的投入或協助設計與包裝規劃「五百甲圳米」所需的經費，經費完全由民國 96 年時的「小農夫種稻體驗」團隊成員所捐贈而來。</p>

表 4-18 取得訪談資料結果(續)

預期取得資料內容	取得訪談資料結果
<p>主題三.建立社區文化商品行銷運作模式(行銷 4P: Product、Price、Place、Promotion) 希望透過受訪者的專業知識及實際參與社區「五百甲圳米」文化商品行銷運作模式的經驗，能得知該社區「五百甲圳米」文化產品(Product)產生情況及產品本質；訂價(Price)及相較於同類商品的訂價策略；行銷通路(Place)；促銷(Promotion)方式；網路行銷策略及其他促銷手法；通路開發及市場區隔；是否有專業人士的介入及網路行銷手法等行銷 4P 的行銷運作模式。</p>	<p>孩沙里是「全國十大經典好米」荊桐鄉「五百甲圳濁水米」的產地；在日治時代，社區周遭的農田即評等為台灣地區水田評等的最高等級「三則等田」，因為所生產的稻米品質相當優越，被日本皇室欽點為皇室級「御用米」，並獲天皇頒發「神饌奉獻」徽章，使「五百甲圳濁水米」聞名全台；更於民國 96 年、97 年及 98 年連續三年蟬聯「全國十大經典好米」，社區文創商品「五百甲圳米」已成為全台好米的最新代名詞。「五百甲圳米」的訂價為不二價 100 元/1 公斤一級白米，相較於市面的其他白米商品，價位介於中、高價位，因為購買者大都為認同「五百甲圳米」的中產階級消費者，屬於消費者為中心訂價。除了透過舉辦年底的花海節及各項產業活化的活動時進行展售，社區並透過網路行銷方式，並有專人管理社區的 FB 社團及進駐社區活動中心的專門店，進行「五百甲圳米」的銷售業務及消費者服務。米的銷售方式主要透過網路行銷，而促銷方式主要為以限量包手法，吸引消費者購買。在網路時代，只要產品具備競爭性，若能夠依照產品特性進行網路行銷，就能夠讓客戶自己找上門。網路行銷與傳統行銷本質其實沒有太大的不同，但是必須更敏銳的利用網路特性及投入更多心力，當然獲得的回報也將是大於傳統行銷。運用網路企業成長關鍵的四大思維(珍惜每一個建立關係的機會、以同理心做顧客關係、建立點點滴滴的服務與信賴及成長的關鍵在於累積等)及六力行銷(讓商品自己去說話(商品力)、讓客戶當你的業務(客戶力)、讓非廣告隨時曝光(行銷力)、用故事去感動人心(故事力)、用客戶的角度思考(感動力)、用服務去強化黏度(服務力)等)，將可以在網路行銷戰中贏得勝利。除了網路促銷之外，另其他促銷手法是透過產學合作及異業結盟方式進行，也就是與農會及許多實體店面進行聯合展售活動。透過網站的網路行銷雖然看似相當廣闊，但還是需要再開發更多通路並增加曝光度，如此才能吸引更多潛在顧客的青睞並願意購買。米的訂價為不二價 100 元/1 公斤一級白米，相較於市面的平價白米商品，價位介於中、高價位，但因為購買者大都為認同「五百甲圳米」的中產階級消費者，並透過網路購買，因此有市場區隔的性質存在。目前社區的網站屬於一般的社群網站，非專業人士設計，由會操作電腦及網路的社區專職人員負責建構，並維護網站運作及服務。目前雖然銷售方式主要透過網路行銷，但等到消費者使用搜尋引擎找到該網站之後，才能將所行銷的產品資訊傳遞給消費者，所以尚屬於消極型的網路行銷模式，未來社區文化商品，將尋求產官學的合作、續辦雲林花海節吸引大量賞花觀光人潮，朝向觀光休閒產業發展，並申請「五百甲圳米」稻米生產專區，建立稻作生產履歷及認證制度，獲得更多消費者支持與信賴，並將資訊主動透過網路傳遞給目標族群，吸引消費者購買。</p>

表 4-18 取得訪談資料結果(續)

預期取得資料內容	取得訪談資料結果
<p>主題四.提出永續經營文化商品之可能性 希望透過受訪者的專業知識及實際參與僑和國小的「僑和牌五百甲圳葵花濁水愛心米」的及社區「五百甲圳米」過程及經驗，能得知「五百甲圳米」現在所面臨的問題、解決對策、及對永續經營文化商品之看法、發展的願景及想法、如果外部公部門(比如：農村再生計畫及社區總體營造計畫的地方營造特色與產業活化及文化創意產業政策)資源及經費的持續投入，該社區是否能夠永續經營「五百甲圳米」文化商品之可能性等。</p>	<p>只有兩百個左右學生的雲林縣荊桐鄉僑和國小，學區之一中孩沙里社區的農田正是日治時期「五百甲圳獻納米」的原鄉，僑和國小因此把「小農夫種稻體驗」列為學校本位課程，在僑和國小簡校長用心經營下，獲得社區家長支持並無償提供零點七五公頃農田給學生作為種稻體驗的合作農園；學生種稻採用健康、無毒的自然農法，一年只耕種一期稻作，休耕期間種植向日葵當有機肥，讓無毒安全的農業觀念向下扎根；學生種植的米獲得口碑，不但有自己的品牌，更連續二年榮獲全國「十大經典好米」評選，還得到企業家的愛心認購，成了豐富學童學習體驗的最佳資源，走出屬於自己的一片天空。僑和國小「小農夫種稻體驗團隊」是一計畫性的團隊，他們踏實地做，努力以自然農法來栽種，行銷自有品牌並建立產銷制度及網路銷售通路，來消除中間剝削，進而利益共享，大幅改善農民所得，這樣才能真正解決農民貧窮的問題。「五百甲圳米」現在因需求未知，導致高度投資風險，即在產品完成並銷售之前，包括製造者與消費者都無法事先知道需求與市場情況，加上社區沒有雄厚的資本來購買設備及機械，因此無法囤積與冷藏大量白米及擴大稻米生產面積及產能，因此「五百甲圳米」還是停留在以客製化商品方式進行，再行推出包裝產品販售。目前客製化商品雖然價格及利潤不錯，但還是達不到規模經濟的基礎，因此，除了強化網路行銷、尋求更多的通路行銷據點，若能尋求產官學的合作、續辦雲林花海節吸引大量賞花觀光人潮，鼓勵有遠見企業家的投資，社區朝向發展觀光休閒產業方式，及申請「五百甲圳米」稻米生產專區，建立稻作生產履歷及認證制度，並吸引更多年輕的科技農夫返鄉耕種及專業分工經營，逐步累積社區雄厚的資本，才能真正解決之前社區資源、經費及專業人才不足的困境。「五百甲圳米」是孩沙里社區的文創商品，也是社區傳統產業成功發展文創商品模式的成功例子，社區永續經營發展模式的建立基礎在於繼續推動社區營造各項工作，持續做好造產、造人及造景的工作，及發展社區休閒產業，進而促進地方觀光產業，增進社區農民及住民的所得及收益，如此社區才能永續經營「五百甲圳米」文創商品。「五百甲圳米」的發展願景要透過產業文化化的方式進行，獻納米原鄉的孩沙里社區，社區所產的稻米更是名聞遐邇，近年來，社區於年底時，社區居民在休耕農田中營造美麗的花田景觀，透過花海造景，每年吸引數十萬的愛好美麗花海的遊客前往朝聖，並積極爭取「五百甲圳」沿途綠美化工程經費補助，及舉辦一些人文、歷史等系列活動，以增進國人對獻納米的認識；另外舉辦米食品嘗及成立稻米產銷班，建立稻作生產履歷及認證制等作為，以提升獻納米的品質，期使「五百甲圳濁水米」重現風光，並增進社區農民的實質收益。結合社會上各種資源，舉辦各類型的活動，讓社區的老少都能盡歡顏，打造一個安居樂業的「快樂四季農村曲」，達成「創力農業」、「活力農民」及「魅力農村」目標，邁向「美麗新社區、幸福孩沙里」的美好願景。若社區可持續推動農村再生計畫及社區總體營造計畫，地方營造特色與產業活化等外部公部門補助經費的挹注，加上文化創意產業政策補助資金並鼓勵年輕人返鄉，從事地方的文化創意產業工作，陸續加強「五百甲圳米」的設計及包裝及增加行銷方式與通路，讓社區產業升級並增加收益，如此，社區永續經營「五百甲圳米」文創商品才有可能性。</p>

4.3.1 研究小結

本研究以雲林縣莿桐鄉孩沙里社區目前推動地方文創商品「五百甲圳米」的現況情形進行分析社區產業發展文創商品之成功要素，如下所述。

1.社區的資源條件充沛及居民的積極參與

孩沙里社區當地人文薈萃、產業豐富，擁有台灣優質稻米「五百甲圳米」及悠久的歷史文化，加上許多社區農民近年來積極投入社區營造工作及無毒的農業經營方式，成功推動花海專區計畫，吸引大量的觀光人潮，並適時透過媒體及網路的宣傳與行銷，成功打響社區知名度，帶來更好的經濟及宣傳效益。

2.社區專業人士及學界的介入及協助「五百甲圳米」的設計、包裝與行銷

孩沙里社區積極透過社區專業人士及學界的介入及協助，運用地方特色商品「五百甲圳米」的文化產業特色及故事性，由團隊進行整合式的包裝設計，成功發展出社區「五百甲圳米」的文創商品包裝，並透過社區文化商品運作的故事與網路行銷模式，成為外地遊客來社區走訪時的最佳伴手禮，進而成功形塑「五百甲圳米」的品牌形象、文化內涵，及所想傳達給消費者的無毒農業的全新健康概念。

3.積極參與政府計畫並爭取外部資源及經費補助

孩沙里社區多年來配合雲林縣政府文化處的社區總體營造計畫及行政院農業委員會水土保持局的農村再生計畫等政策推動，有效解決經費及資源不足的困境，透過計畫及社區居民的參與的方式，積極尋求爭取外部資源及經費補助，成功整合的產官學的資源，營造地方特色，加上產業活化計畫，舉辦各項社區的大型活動，成功帶動地方的文化特色產業發展，並為社區農民帶來更大的利潤，及創造社區更大的產業商機。

4.參與文化創意產業政策，推動永續經營文化產業

孩沙里社區除了持續推動農村再生計畫及社區總體營造計畫，獲得地方營造特色與產業活化等外部公部門補助經費的挹注，加上文化創意產業政策補助資金並鼓勵年輕人返鄉，從事地方的文化創意產業工作，陸續加強「五百甲圳米」的設計及包裝及增加行銷方式與通路，讓社區產業升級並增加收益，如此社區永續經營「五百甲圳米」文化產業才有可能性。

第五章 結論與建議

近年來，政府正大力推動文化創意產業，地方的文化商品在社區總體營造概念下，以在地特色做為發展社區的訴求，其目標在經由造人、造景及造產，進而真正活化整體社區；在世界各國均大力推動文化創意產業的趨勢下，地方文化商品是社區的基礎工程；因此，它是當前世界的潮流及社區應該努力的方向。

本章分為 5.1 研究結論及 5.2 研究建議等二節，經由前述研究結果的分析與說明，列出本研究的結論與建議如下。

5.1 研究結論

當農村型社區開始面臨文化商品的新議題時，卻無法如同政府規劃的方案順利進行，除了遭受到援助不足的困境外，最大的窘境應該是設計規劃人才的缺乏，設計人才可以由專業系所來培養，但文化創意中的設計領域，卻是需要具有整合概念的設計師方能勝任。本研究以雲林縣莿桐鄉孩沙里社區目前成功推動地方文創商品「五百甲圳米」的現況分析，並歸納得知社區產業發展文創商品的成功要素，研究結論如下。

1. 積極爭取外部資源及經費補助。

孩沙里社區積極、適時配合中央及地方政府的政策、計畫及補助方案，而順利獲得許多外部資源及經費的適時挹注；雖然孩沙里社區也曾經面臨經費及資源不足的困境；然而，多年來，經過社區配合雲林縣政府文化處的社區總體營造計畫及行政院農業委員會水土保持局的農村再生培根計畫等政策推動，透過計畫及社區居民的參與的方式，積極尋求爭取外部經費及資源的協助，成功整合的產官學的資源，加上產業活化計畫，網路行銷及文化創意的發想，成功帶動地方的文化特色產業發展，並陸續推出僑和國小的「僑和牌五百甲圳葵花濁水愛心米」、「全國十大經典好米」的莿桐鄉「五百甲圳濁水米」、鍾姓農夫「篤農家」品牌的「五百甲圳葵花濁水米」及孩沙里社區的「神饌米」等文創商品，為社區農民帶來更大的利潤及創造社區更大的產業商機。

2. 專業人才的介入及協助。

孩沙里社區積極透過社區專業人士及學界的介入及協助，成功發展出社區「五百甲圳米」文創商品，及建立社區品牌行銷的運作模式。

3. 藉由社區營造方式，營造社區特色並解決問題。

孩沙里社區多年來藉由社區總體營造方式，讓民眾對於社區產生關懷及認同感，在解決社區問題的過程中，養成社區執行計畫及動員的基本能力，並建立工作團隊，學習面對

社區的各種問題及討論議題，並經由社區成員共同參與的方式，達成因應問題的共同意識並解決問題，讓「共同參與機制」成為社區永續發展的最大動力來源，進而有效改善社區的生活環境及保存社區的傳統文化，並建立社區的自我特色，培養民眾的公共參與精神，循序漸進地建立社區文化商品的永續發展模式。

4.舉辦各項社區大型活動，結合網路與媒體行銷及文化創意發想，成功行銷地方文化商品。

孩沙里社區於一年四季中，舉辦各項社區的大型活動，如：學童種稻體驗、音樂節、社區成果展及花海節等，吸引大量遊客前往，並結合網路與媒體行銷及文化創意的發想，成功行銷社區「五百甲圳米」的文創商品。

5.2 研究建議

本研究雖然經由孩沙里社區透過社區營造方式成功發展出「五百甲圳米」的地方文創商品的案例模式，但是考量到社區產業的永續發展，需兼顧經濟、社會及環境保護等三個層面的共同發展，因此，本研究建議如下。

1.提高經濟效益

(1)增加社區居民收入、提高就業機會、並改善社區生活環境品質、吸引更多有志青年返鄉發展。

(2)計畫推動結合農村產業體驗及教育的觀光休閒活動，提供遊客深入體驗農村生活及產業，居民與遊客共同分享農村體驗，增加農民的直接收益，促進社區觀光發展，並提供更多的農村工作機會。

(3)確保特色農作物(如社區所生產知名的稻米、大蒜及黑柿番茄等)產品的品質及產量，建立品牌及形成口碑，加強產品的設計與包裝，及銷售通路，並形塑季節性的產品促銷活動，提高遊客消費意願，擴大社區產業的能見度及經濟效益。

(4)結合農村特色文化及產業，依季節性，規劃並舉辦各項文化或產業旅遊活動，滿足深度遊客的旅遊觀光及教育體驗，讓遊客輕鬆融入農村生活，並透過親自參與農村生產過程，體驗如何觀察周遭環境及採收農作物等，並在過程中學習及認同地方文化及產業之美。

2.發揮社會效益

(1)確立社區發展定位及方針(如朝向觀光休閒專區或花海、音樂社區發展)。

(2)提升社區操作執行能力(如建立社區雇工購料的工班及社區專案經理人等)，並建立對外資源連結與合作平台(如設計並建立社區專業網站，並隨時更新資訊及維復管理網站的正常運作)。

(3)營造社區自發性的經營與管理(如制立社區及產業公約,讓每位居民都有參與社區及產業經營與管理的機會與權利),並獲得社區居民的認同。

(4)凝聚社區居民的力量與共識(如舉辦社區的公聽會及文創產業、休憩與教育等研習),並落實社區營造由下而上的機制,居民共同群策群力,達到「五百甲圳獻納米」、「花田樂聲傳千里」的社區願景。

(5)申請政府的多元就業相關計畫與補助方案,鼓勵居民投入參與社區遊憩活動的服務工作與社區產業活動的推廣工作,增加居民的收入及就業機會,讓居民共同參與並建設社區。

(6)保存農村自然景觀及純樸的風氣,並做好環境維護與景觀修護工程,配合社區的觀光發展,讓遊客欣賞農村自然景觀並感受農村的濃厚人情味。

(7)社區公共設施建置與閒置空間的再利用,提升環境品質與服務設施的完善度。

3.做好環境保護

(1)推廣自然生態及環境教育,透過居民導覽解說,使遊客參與農村產業體驗及環境教育活動時,產生對社區產業及環境的認同感。

(2)繼續推動無毒、安全農業,續辦花海節及「小農夫種稻體驗」,營造向日葵及波斯菊壯麗花田,並當為綠肥以滋養土壤,小農夫種稻體驗計畫透過生活、活動與自然間的互動「從做中學」體驗等方式,讓學童親身體驗並觀察稻作的生長與收穫,進而培養學童對大自然的尊重及對農夫辛勞付出的珍惜,並使農業向下紮根。

(3)改善農村社區整體環境,建構成為環保、無毒及整潔的優質生活環境。

(4)復育生態(如社區復育螢火蟲及青蛙等生態指標性的昆蟲及動物等,並舉辦社區賞螢或抓青蛙體驗活動等。),維持社區生態的平衡性與生物的多樣性。

參考文獻

中文部分

- 于國華(2003)，文化·創意·產業-十年來臺灣文化政策中的「產業」發展，典藏今藝術，128期，46-49頁。
- 文建會(2003)，文化創意產業手冊，臺北市：文建會。
- 文建會(2004a)，2003年文化創意產業發展年報，臺北市：文建會。
- 文建會(2004b)，文化台灣：新世紀新容顏，臺北市：遠流。
- 文建會(2004c)，文建會文化白皮書，臺北市：文建會。
- 方至民(2010)，策略管理：建立企業永續競爭力，新北市：前程文化。
- 王文科(1990)，教育研究法，臺北：五南。
- 王菊櫻(2005)，數位創意的創新魔力：當產業結構從製造導向轉變為創意與體驗導向，台灣經濟研究月刊，28卷9期，47-53頁。
- 王雅晨等(2000)，建立文化創意產業輔導機制之初探研究-以雲林縣為例，崑山科技大學不動產經營系實務專題報告。
- 台灣經濟研究月刊社論(2005)，文化創意產業發展中失落的環節-「媒合產業」，台灣經濟研究月刊，28卷7期，6-7頁。
- 台灣經濟研究院(2003a)，文化創意產業產值調查與推估，臺北：文建會。
- 台灣經濟研究院(2003b)，文化創意產業產值調查與推估研究報告，臺北：文建會。
- 余朝權(1991)，現代行銷管理，臺北市：五南。
- 吳思華(2003)，文化創意的產業化思維(上)，典藏今藝術，136期，134-137頁。
- 吳思華(2004)，文化創意的產業化思維(下)，典藏今藝術，137期，114-117頁。
- 吳思華(2007)，台灣製造文化創意向前走，臺北：允晨出版社。
- 李美華、孔祥明、林嘉娟、王婷玉譯(1998)，The Practice of Social Research./Earl Babbie 著，社會科學研究方法，臺北：時英出版社。
- 李璞良譯(2003)，The Creative Economy:How People Make Money From Idea/John Howkins 著，創意經濟：好點子變成好生意，臺北縣：韋伯。
- 周錫洋(2000)，地方文化商品振興計畫經驗交流研討會暨人才培訓計畫成果專輯，行政院文化建設委員會。
- 邱誌勇、劉柏君、廖淑雯(2004)，自滿的狂享與虛幻及其之後-論台灣文化商品，當代，200期，116-123頁。

- 邱馨儀(2013)，都市型生態社區永續經營理論之研究，朝陽科技大學建築及都市設計研究所碩士論文。
- 倪心一譯(1994)，日下公人著，無摩擦的輸出：文化商品的國際化之路，臺北市：錦繡文化事業。
- 徐子超、仲曉玲譯(2003)，Creative Industries:Contracts Between Art and Commerce/Richard Caves 著，文化創意產業：以契約達成藝術與商業的媒合，臺北市：典藏。
- 徐宗國譯(1997)，Basics of Qualitative Research:Grounded Theory Procedures and Techniques/Strauss,A.,and Cobin,J.著，質性研究概論，臺北市：巨流。
- 徐啟賢(2004)，以台灣原住民文化為例-探討文化產品設計的轉換，長庚大學工業設計研究所碩士論文。
- 徐震(1995)，論社區意識與社區發展，社會建設，90期，4-12頁。
- 祝道松、林家五譯(2003)，Research Methods for Business:A Skill Building Approach/Sekaran,Uma 著，企業研究方法，臺北：智勝。
- 袁方(2002)，社會研究方法，臺北：五南。
- 高熏芳、林盈助、王向葵譯(2001)，Qualitative research design:an interactive approach/Maxwell, Joseph A.著，質化研究設計：一種互動取向的方法，臺北市：心理。
- 張可婷譯(2013)，質性研究分析方法，新北市：韋伯文化國際出版有限公司。
- 張京成(2011)，文化創意產業集群發展理論與實踐，中國北京：科學出版社。
- 張維倫等譯(2003)，Economics and Culture/David Throsby 著，文化經濟學，臺北市：典藏藝術家庭。
- 張瓊慧(2003)，認識文化創意產業：行政院文建會主委陳郁秀特輯，臺北市：中國時報系時廣企業有限公司生活美學館。
- 畢恆達(1996)，詮釋學與質性研究，臺北：巨流。
- 郭為籟(2006)，全球視野的文化政策，臺北市：心理出版社。
- 陳其南(1995)，社區總體營造與文化商品發展，文建會編印「文化·產業」研討會暨「社區總體營造中日交流展」論文集，4-7頁。
- 陳其南(1998)，社區總體營造的永續發展策略，社教資料雜誌，241期，5-7頁。
- 陳姿月(2004)，南韓政府文化創意產業政策分析，國立台灣大學商學研究所碩士論文。
- 陳郁秀(2003)，全球化台灣文化心思維，文建會網路學院。
- 陳智凱譯(2002)，Consumers,2e/Eric A., Linda P. & George Z.著，消費者行為，第二版，臺北

市：麥格羅希爾。

游元隆(2008)，文化商品設計與經營模式-以孩沙里社區為例，「2008 文化商品設計與展示設計國際研討會」論文集，雲林科技大學創意生活設計系。

馮久玲(2002)，文化是好生意，臺北：臉譜出版社。

黃世輝(2001)，文化商品與居民參與，文建會 90 年度社區總體營造年會成果彙編，23-31 頁。

黃世輝(2003)，文化商品與文化商品設計，環球技術學院「文化創意產業設計學術研討會」演講。

黃世輝(2006)，社區自主營造的理念與機制，臺北市：建築情報季刊雜誌社。

黃世輝、宮崎清(1996a)，從地方文化的再生看台灣社區總體營造的發展與課題，留日學人學術研討會論文集，東京，103-114 頁。

黃世輝、宮崎清(1996b)，從產品設計到社區設計：談台灣社區總體營造的發展與方法，台灣手工業，60 期，4-20 頁。

黃光玉、劉念夏、陳清文譯(2004)，Media and Communication Research Methods:Qualitative and Quantitative Approache/Arthur A. Berger 著，媒介與傳播研究方法：質化與量話研究途徑，臺北：風雲論壇。

葉至誠、葉立誠(2002)，研究方法與論文寫作，第二版，臺北市：商鼎。

詹宏志(2003)，台灣的下一個繁榮-發展創意產業的 3 個理由與 2 個策略，數位時代雙週刊，58 期，106-109 頁。

廖珮君譯(2006)，The Cultural Industries / David Hesmondhalgh 著，文化商品分析，初版，台北縣：韋伯。

廖淑容、周志龍、古宜靈(2000)，文化商品生根與地方發展，都市與計劃，27 期，117-139 頁。

漢寶德(2002)，城市文化的產業化，文化商品與城市競爭力論壇，臺北市文化局，中央日報副刊。

劉大和(2003)，文化創意產業界定及其意義，台灣經濟研究月刊，26 卷 5 期，115-122 頁。

歐用生(1989)，質的研究，臺北：師大書苑。

滕人傑(2004)，國內文化創意產業生態初探-以新興之音樂與表演藝術、視覺藝術及工藝產業為例，台灣經濟研究月刊，27 卷 6 期，90-100 頁。

蔣永明譯(2002)，小島敏彥編著，新產品開發管理：企業革新的生存之道，初版，臺北市：

中衛發展中心。

蔣玉嬋(2004)，地方文化商品營造與社區發展，社區發展季刊，第 107 期，241-247 頁。

鄭熙彥(1979)，學校教育與社區發展：兼論國民教育功能與社區發展工作之適應途徑，臺北市：省政府教育廳。

謝明瑞(2012)，台灣從 OTOP 計畫、家有產業到文創產業的兌變，國家政策研究基金會，財金(研)101-024 號，November 22。

謝沛錡(2010)，文化產業群聚之地域鑲嵌發展研究-以桃米生態村為例，南華大學出版與文化事業管理研究所碩士論文。

瞿海源等(2012)，社會及行為科學研究法(二)：質性研究法，臺北市：臺灣東華書局。

參考中文網站如下。

行政院農業委員會水土保持局全球資訊網-農村再生：

<http://www.swcb.gov.tw/form/index.asp?m=2&m1=13&m2=398>

雲林縣政府全球資訊網：<http://www.yunlin.gov.tw/home.asp>

雲林縣政府文化處社區營造網站：

<http://www2.ylccb.gov.tw/from2/index.asp?m=2&m1=10&m2=32>

雲林縣文化旅遊網全球資訊網-雲林之美-孩沙里社區：

<http://tour.yunlin.gov.tw/scenery/index-1.asp?id=310&m=99&m1=3&m2=13>

雲林縣荊桐鄉戶政事務所：<http://cihtong.household.yunlin.gov.tw/>

雲林縣荊桐鄉公所資訊網：<http://www.cihtong.gov.tw/index.php>

向日葵的故鄉雲林縣荊桐鄉-孩沙里社區的部落格：<http://tw.blog.yahoo.com/robints6017>

英文部分

- CBI's report (2014), The creative nation : A new growth strategy for the UK's creative industries.
- Department of Culture, Media & Sport (DCMS). (1998), Creative Industries Mapping Documents, London:Auther.
- Department of Culture, Media & Sport (DCMS). (2001), Creative Industries Mapping Documents, London:Auther.
- Emerson, R. M. (1983), Contemporary Field Research:A collection of readings, Scott:Foresman & Company.
- Fon Trompenaars,Charles Hampden-Turner (1997), Riding the Waves Of Culture : Understanding Diversity in Global Business, Irwin Professional Publishing.
- Garnham, N. (2005), From cultural to creative industries. International Journal of Cultural Policy, 11(1), p15-29.
- Hennie Boeije (2010), Analysis in Qualitative Research,2010, London:Sage.
- Home Affairs Bureau,The Hong Kong Special Administrative Region Government (2005), A Study on Creativity Index.
- Isin, E. F. and Patricia, K. W. (1999), Citizenship & Identity, London:Sage.
- Uma Sekaran (2003), Research method for business: A skill building approach, 4th edition,John Wiley & Sons.
- William C. L., & David E. R. (1993), New Product Screening-A Step-Wise Approach, New York:The Haworth Press.

附錄一

深度訪談對象、時間及地點一覽表

對象	職稱	訪談時間	訪談地點
吳先生	孩沙里社區發展協會理事長	2014/1/4 pm2:00-4:00	孩沙里社區活動中心
黃先生	孩沙里社區發展協會總幹事	2014/1/5 pm2:00-4:00	孩沙里社區活動中心
林先生	孩沙里社區發展協會執行長	2014/1/11 pm2:00-4:00	林先生家中(孩沙里社區)
簡校長	僑和國小前任校長	2014/1/12 pm2:00-4:00	孩沙里社區活動中心
曾先生	社區專業顧問	2014/1/18 pm2:00-4:00	曾先生家中(孩沙里社區)
鍾先生	社區農業顧問	2014/1/19 pm2:00-4:00	鍾先生家中
鍾老師	雲林科技大學副教授	2014/1/20 pm2:00-4:00	雲林科技大學研究室
陳先生	社區地方耆老	2014/1/25 pm2:00-4:00	福天宮
洪女士	社區地方耆老	2014/1/26 pm2:00-4:00	洪女士家中(孩沙里社區)

社區深度訪談記錄(一)

訪談對象：孩沙里社區發展協會理事長 吳先生

訪談時間：2014/1/4 pm2:00-4:00

訪談地點：孩沙里社區活動中心

訪問者：請略述貴社區的人、文、地、景、產及特色產業。

吳先生：孩沙里社區是雲林縣僅存二個平埔族發音的部落之一，在這小小的美麗農村社區，有最可愛的純樸鄉親、有最自然的芬芳大地、有最與世無爭的悠閒農趣，更有最好吃的家鄉農特產，營造向日葵花海、健康無毒的葵花濁水米、「五百甲圳」單車專用道、音樂饗宴等；孩沙里社區具有悠久的歷史文化及豐富的農特產，社區人口大部份由農民組成，居民大都個性純樸、刻苦耐勞，具有典型農村的勤樸美德，居民團結心強、動員力佳，個個為善不落人後，急公好義、好善樂施，是個充滿祥和及樂業的快樂社區。孩沙里社區是雲林縣僅存二個平埔族發音的部落之一，行政區域屬於荊桐鄉興桐村，位於濁水溪肥沃的沖積平原上，人口約有二百三十七戶、六百六十六人，為荊桐鄉最重要的發展社區之一。社區以「福天宮」為全村信仰及地理中心，住屋與街道輻射狀向外發展，無論是宗教信仰或地理環境都相當完整，屬於少見的集村型社區，當地民風純樸並以務農為主，居民團結心強、動員力佳。當地人文薈萃、產業豐富，社區擁有三百多年的「福天宮」與兩百多年的「五百甲圳」，百年以上歷史的「孩沙里古井」及古厝，更有超過一甲子歷史的「孩沙

里樂隊」。孩沙里是「全國十大經典好米」荊桐鄉「五百甲圳濁水米」的產地；在日治時代，社區周遭的農田即評等為台灣地區水田評等的最高等級「三則等田」，因為所生產的稻米品質相當優越，被日本皇室欽點為皇室級「御用米」，並獲天皇頒發「神饌奉獻」徽章，使「五百甲圳濁水米」聞名全台；更於民國 96 年、97 年及 98 年連續三年蟬聯「全國十大經典好米」，社區文創商品「五百甲圳米」已成為全台好米的最新代名詞。

家鄉孩沙里的乾淨與美麗在全國是早出了名的，從民國七十年代，社區就曾經獲得「台灣省綠美化競賽」乙等第一名，所以社區鄉親對此榮耀一直引以為傲，常自動自發清掃自家周遭的環境，讓社區常保持清爽與整潔。

這些年來，我們更努力從公部門計畫爭取到許多社區總體營造建設經費，讓孩沙里鄉親有更完善的生活空間；但是建設一多，維護工作就繁重許多，幸好有可愛鄉親們不分彼此、一直的默默付出，願意當個快樂的志工傻瓜，而我固定一周會當志工一天，勞動揮汗當運動，讓這小小經典農村社區依舊美侖美奐。

「獻納米原鄉」的孩沙里社區所產出高品質的「五百甲圳米」一直是有口皆碑的，也是許多好口碑的碾米廠爭購的對象，但我們不會因此而自滿，反而更加努力創造出社區產業「五百甲圳濁水米」的形象口碑，及未來朝向稻作「產銷合一」制度，為社區農民帶來真正的利潤及創造社區的更大商機，也為昔日的「皇田五百甲圳米」(孩沙里社區的稻米古稱)尋找出真正的定位及價值。

無論是僑和國小的「僑和牌五百甲圳葵花濁水愛心米」、「全國十大經典好米」的荊桐鄉「五百甲圳濁水米」、「篤農家」品牌的「五百甲圳葵花濁水米」及孩沙里社區的「神饌米」等，都是屬於孩沙里社區文創商品「五百甲圳米」的其中一環，只是方式稍有不同，但全是遵循無毒及健康的傳統農法所產生的「五百甲圳」良質濁水米，只是名稱不同，殊途同歸罷了；因此我們推動社區營造的最大目的就是推廣無毒及健康的「五百甲圳濁水米」給國人，甚至到全世界。

社區深度訪談記錄(二)

訪談對象：孩沙里社區發展協會總幹事 黃先生

訪談時間：2014/1/5 pm2:00-4:00

訪談地點：孩沙里社區活動中心

訪問者：請略述貴社區的發展願景及藍圖。

黃先生：孩沙里社區經過多年雲林縣政府文化處的「社區總體營造計畫」及行政院農業委員會水土保持局的「農村再生計畫」等的過程洗禮，已規劃並發展出社區的願景及藍圖，

如下：

(1)創造波斯菊及向日葵的花海景觀，營造本土美麗又有趣的農村社區新風貌，並配合目前雲林縣政府規劃中之「五百甲圳沿線單車專用道-綠色廊道」景點計畫，未來沿線道路將逐步廣植 2 萬棵樹木，進行綠美化工程並設計成為單車專用道，推展歷史與生態旅遊，吸引外人來此觀光，可為當地及周遭社區帶來經濟及宣傳效益，對居民的經濟及收入亦有極大的助益，真正達到增加休耕田之附加價值及目的。

(2)並藉由配合其他經費，繼續舉辦「小農夫種稻體驗」、「五百甲圳快樂單車行-歷史、生態之旅」及「花海田園音樂饗宴」等人文、生態豐富又有趣的系列活動；每年舉辦戶外大型花海田園音樂饗宴及米食品嚐會及農特產嘉年華會，推廣我們真正好吃、台灣第一名的「五百甲圳濁水米」給全體國人。

(3)進而促進地方觀光產業及增進家鄉農民的所得及收益，徹底解決傳統農業貧困的經濟問題，讓社區老少盡歡顏，並打造一個安居樂業的快樂四季農村曲，達成「創力農業」、「活力農民」、「魅力農村」，邁向「美麗新社區、健康孩沙里」的美好社區願景。

社區深度訪談記錄(三)

訪談對象：孩沙里社區發展協會執行長 林先生

訪談時間：2014/1/11 pm2:00-4:00

訪談地點：林先生家中(孩沙里社區)

訪問者：請略述您投入孩沙里社區營造的過程及心得。

林先生：自小學畢業之後，一直在外地求學、就業，從來沒有機會深刻的認識家鄉。後來選擇了軍旅生涯，時光荏苒，歲月如梭，轉眼離鄉背井有三十多年了，服役期間，我在國立中山大學公共事務管理研究所上學分班，民國92年考上在職專班，民國94年研究所畢業。深造期間，涉略很多關於社區營造的課程，自此便和社區營造工作結了不解之緣。當時即開始思索退伍後想從事的工作。直到民國94年11月配合部隊精實專案提早退伍，隔年即開始了我的社造之夢。

民國95年六月，我太太陳麗秋競選荊桐鄉鄉民代表連任時，正值社區發展協會要改選，因此我仔細觀察在選舉過程中特別熱心的鄉親，然後邀請他們擔任社區發展協會的理監事，與原任理事長共同攜手營造社區工作，經過改組之後，社區發展協會果然較有活力及向心力，也正式啟動社區的營造工作。今年通過文化局的甄選，獲得經費補助與人力支援，讓社區的推展工作事半功倍，尤其是社區營造中心的協力指導，使得社區的營造工作更加順遂。

訪問者：請略述貴社區曾經參與過政府哪些的計畫或活動及執行績效又是如何？

林先生：孩沙里社區從民國 96 年起，就開始參與相關部會計畫，從雲林縣政府文化處的社區總體營造培力計畫開始起步，引動社區居民參與社區活動，凝聚社區向心力，歷年來參與的計畫著重於鄉村改造與田野風貌營造等計畫，由此看出孩沙里社區對於在地鄉村景觀的重視，至今參與並完成農業委員會水土保持局農村再生培根計畫課程培訓，希望藉由培根課程，帶動社區產業的生機，並創造幸福農村的期望。多年來，都按照上級單位的指導與要求，逐步推動社造工作；除了參加研討課程之外，社區也辦了許多活動。期間讓人最感動的是，原來在心目中不怎麼起眼的東西，經過田野調查之後，都讓人產生很大的驚喜，很多大家認為平凡的東西都變成社區的寶。尤其是這次能把「一甲子樂隊」的歷史與人物整理起來，作為未來樂隊博物館的基楚，可謂獲益良多。最難能可貴的是，過去只聽說社區所生產的稻米，在日治時代曾經送給日本天皇食用，可是苦無證據，只能流於傳說而已，因此，只要是濁水米都可以自稱為「獻納米」，歷經數次的田野調查及用心的追查，終於皇天不負苦心人，我們把獻納米的歷史、人、事、時、地的證據通通找到，這件事可以說是這次田野調查最大的收穫，對於未來地方行銷農特產濁水米貢獻頗鉅。多年來，都按照文化局的指導與要求，逐步推動社造工作；除了參加研討課程之外，社區也辦了許多活動。期間讓人最感動的是，原來在心目中不怎麼起眼的東西，經過田野調查之後，都讓人產生很大的驚喜，很多大家認為平凡的東西都變成社區的寶。尤其是這次能把「一甲子樂隊」的歷史與人物整理起來，作為未來樂隊博物館的基礎，可謂獲益良多。最難能可貴的是，過去只聽說社區所生產的稻米，在日治時代曾經送給日本天皇食用，可是苦無證據，只能流於傳說而已，因此，只要是濁水米都可以自稱為「獻納米」，歷經數次的田野調查及用心的追查，終於皇天不負苦心人，我們把獻納米的歷史、人、事、時、地的證據通通找到，這件事可以說是這次田野調查最大的收穫，對於未來地方行銷農特產濁水米貢獻頗鉅。

「吉園飄香好青菜，楊桃好吃通人知，蒜頭轟動全世界，荊桐真是好所在。」

荊桐鄉的天災地變很少，地震、颱風、水災幾乎很少發生，所以荊桐真是個好所在，民國 96 年底，我們社區的鄉親，利用二期稻作收成之後，把社區周遭的農田撒滿一百甲的向日葵，並透過立委及農會申請經費補助，舉辦「百萬葵花開，荊桐亮起來」的活動，活動期間，人山人海，這是社區幾十年未曾有過的大事，這也是凝聚社區意識、動員社區人力最具體的表現。利用農田休耕之際，以向日葵及波斯菊造景來吸引外客，然後行銷地方的農特產網室蔬菜、楊桃及蒜頭，期能幫助社區居民提高經濟收益，而真正的目的是要行銷五百甲圳濁水米，讓獻納米的原鄉所產的濁水米能擴大市場，甚至行銷於全世界，讓社

區的產業能夠永續經營。「美麗新社區、健康孩沙里」是我們營造社區的目標，喚起大家的熱情，凝聚社區的共識，大家一同努力打造孩沙里。

訪問者：您認為貴社區「五百甲圳米」現在所面臨的問題？及解決對策方式？

林先生：「五百甲圳濁水米」是社區的珍寶及命脈，推動台灣真正好米的我們也曾面臨經費及行銷等許多問題，正如雲林科技大學創意生活設計系游元隆老師在〈文化商品設計與經營模式-以孩沙里社區為例〉的論文中所述：「優質的「五百甲圳濁水米」無論是農事耕作、形象營造與包裝設計等，在媒體的熱度退卻下，當思考的是，如何專業分工與引入活動企劃的系列運作，地方產業在耕作者、產銷者、教育人士與文史工作者四方面的積極運作下，雖然呈現一片輝煌的成果，但如何加以整合與聯繫，讓地方產業轉型為文化商品運作，甚至成為創意文化商品的型態，即為現今極需面臨的轉型思維，一般而言，產官學的協力合作應該是地方所能爭取到的最大利基，藉由各方的專業能力，相信更可以讓地方文化商品走入主流市場。」

所以我們最近積極尋找更多專家及學者們的加入及協助，開始真正朝向專業分工及尋找產官學的協力合作，並開始將社區產業發展成為文化創意商品運作，讓「五百甲圳濁水米」成為真正的文化創意加值產業。

訪問者：您認為貴社區「五百甲圳米」現在所面臨的問題？及解決對策方式？

林先生：「五百甲圳米」現在因需求未知，導致高度投資風險，即在產品完成並銷售之前，包括製造者與消費者都無法事先知道需求與市場情況，加上社區沒有雄厚的資本來購買設備及機械，因此無法囤積與冷藏大量白米及擴大稻米生產面積及產能，因此「五百甲圳米」還是停留在以客製化商品方式進行，再行推出包裝產品販售。

目前客製化「五百甲圳米」商品雖然價格及利潤不錯，但還是達不到規模經濟的基礎，因此，除了強化網路行銷、尋求更多的通路行銷據點，若能尋求產官學的合作、續辦雲林花海節吸引大量賞花觀光人潮，鼓勵有遠見企業家的投資，社區朝向發展觀光休閒產業方式，及申請「五百甲圳米」稻米生產專區，建立稻作生產履歷及認證制度，並吸引更多年輕的科技農夫返鄉耕種及專業分工經營，逐步累積社區雄厚的資本，才能真正解決之前社區資源、經費及專業人才不足的困境。

訪問者：您認為貴社區「五百甲圳米」永續經營文化商品之看法？及發展的願景及想法？

林先生：全國「十大經典好米」的「五百甲圳米」是孩沙里社區的文創商品，也是社區傳統產業成功發展文創商品模式的成功例子，社區永續經營發展模式的建立基礎在於繼續推動社區營造各項工作，持續做好造產、造人及造景的工作，及發展社區休閒產業，進而促

進地方觀光產業，增進社區農民及住民的所得及收益，如此社區才能永續經營「五百甲圳米」文創商品。「五百甲圳米」的發展願景要透過產業文化化的方式進行，獻納米原鄉的孩沙里社區，社區所產的稻米更是名聞遐邇，近年來，社區於年底時，社區居民在休耕農田中營造美麗的花田景觀，透過花海造景，每年吸引數十萬的愛好美麗花海的遊客前往朝聖，並積極爭取「五百甲圳」沿途綠美化工程經費補助，及舉辦一些人文、歷史等系列活動，以增進國人對獻納米的認識；另外舉辦米食品嚐及成立稻米產銷班，建立稻作生產履歷及認證制等作為，以提升獻納米的品質，期使「五百甲圳濁水米」重現風光，並增進社區農民的實質收益。結合社會上各種資源，舉辦各類型的活動，讓社區的老少都能盡歡顏，打造一個安居樂業的「快樂四季農村曲」，達成「創力農業」、「活力農民」及「魅力農村」目標，邁向「美麗新社區、幸福孩沙里」的美好願景。面臨之前社區經費短缺及行銷薄弱等許多問題及困境，孩沙里社區未來的重要工作將陸續推動以下的規劃：

1.產業文化化(造產)

社區是「獻納米的原鄉」，社區所產的稻米更是名聞遐邇，雖然沉寂一段時間，但是希望透過葵花造景，爭取「五百甲圳」沿途綠美化，以及舉辦一些人文、歷史等系列活動，以增進國人對獻納米的認識；另外舉辦米食品嚐及成立稻米產銷班，建立稻作生產履歷及認證制等作為，以提升獻納米品質，期使「五百甲圳濁水米」重現風光，並增進農民收益。

2.文化商品化(造人)

「一甲子樂隊」經過歷史的整理，希望透過再培育的方式，提昇素質，讓社區樂隊提高競爭力，並以社區營造的方式，成立小型樂隊博物館，期能讓樂隊的風華再現。另外持續辦理各項志工培育及才藝研習。

3.社區綠美化(造景)

孩沙里社區部落相當完整，雖然沒有充足的公共空間，但是鄉村社區三合院的特色，家家戶戶都有空地，未來希望透過家戶的綠美化，營造環村公園，期使社區居住環境非常整潔宜人，也是令人稱羨的桃花源。

4.幸福孩沙里(照顧)

透過社區營造的方式，發展社區休閒產業，進而促進地方觀光產業及增進社區住民的所得及收益；另外結合社會上各種資源，舉辦各類型的活動，讓社區的老少都能盡歡顏！打造一個安居樂業的「快樂四季農村曲」，達成「創力農業」、「活力農民」及「魅力農村」目標，邁向「美麗新社區、幸福孩沙里」的美好願景。

訪問者：請略述若有外部公部門(比如：農村再生計畫及社區總體營造計畫的地方營造特色

與產業活化及文化創意產業政策)資源及經費的持續投入，您認為貴社區永續經營「五百甲圳米」文化商品之可能性有多大？

林先生：若社區可持續推動農村再生計畫及社區總體營造計畫，地方營造特色與產業活化等外部公部門補助經費的挹注，加上文化創意產業政策補助資金並鼓勵年輕人返鄉，從事地方的文化創意產業工作，陸續加強「五百甲圳米」的設計及包裝及增加行銷方式與通路，讓社區產業升級並增加收益，如此，社區永續經營「五百甲圳米」文化商品才有可能性。

社區深度訪談記錄(四)

訪談對象：僑和國小前任校長 簡先生

訪談時間：2014/1/2 pm2:00-4:00

訪談地點：孩沙里社區活動中心

訪問者：請略述僑和國小的「僑和牌五百甲圳葵花濁水愛心米」的過程及經驗。

簡校長：從僑和國小的「小農夫種稻體驗」到「僑和牌五百甲圳葵花濁水愛心米」

只有兩百個左右學生的雲林縣莿桐鄉僑和國小，學區之一中孩沙里社區的農田正是日治時期「五百甲圳獻納米」的原鄉，僑和國小因此把「小農夫種稻體驗」列為學校本位課程，在僑和國小簡校長用心經營下，獲得社區家長支持並無償提供零點七五公頃農田給學生作為種稻體驗的合作農園；學生種稻採用健康、無毒的自然農法，一年只耕種一期稻作，休耕期間種植向日葵當有機肥，讓無毒安全的農業觀念向下扎根；學生種植的米獲得口碑，不但有自己的品牌，更連續二年榮獲全國「十大經典好米」評選，還得到企業家的愛心認購，成了豐富學童學習體驗的最佳資源，走出屬於自己的一片天空。

民國 96 年及 97 年的僑和國小小農夫種稻體驗，計畫透過生活、活動與自然間的互動「從做中學」體驗等方式，讓學童親身體驗並觀察稻作的生長與收穫，進而培養學童對大自然的尊重及對農夫辛勞付出的珍惜。課程內容含有擴大米食品賞安排、辦理成果展示，運用配合之學校資源，邀請學生家長、全校師生及地方人士參加。收成稻米將包裝成「僑和牌五百甲圳葵花濁水愛心米」，於擴大米食品賞、辦理成果展示，舉辦愛心義賣活動，義賣所得將捐贈愛心機構及作為僑和國小棒球隊及營養午餐、校務發展基金。

民國 96 年二月二十七日上午，我帶領全校四、五、六年級全體學生與學區的耆老、家長們於合作農田舉辦「祭天儀式及小農夫插秧活動」，祭天儀式的主祭人為「篤農家」鍾先生，他將於田埂間備清香、素果，帶領全體小農夫以最虔敬的心焚香祈禱，向上天宣示以最健康、自然的耕種方式及最熱誠的心照顧秧苗，並祈求風調雨順。在祭天儀式後將隨即舉行小農夫插秧活動，由社區務農長輩解說稻子的故事及傳授插秧的技巧，並帶領小朋

友動手插秧，體驗布袋和尚的《莊稼詩》的境界：「手把青秧插滿田，低頭便見水中天；心地清淨方為道，退步原來是向前。」；並透過人與土地的互動「從做中學」，進而培養小朋友對大自然的尊重及對農夫辛勞付出的珍惜。

民國 96 年六月，我將僑和國小的畢業典禮場地移至僑和國小合作農田中舉辦，讓即將畢業的僑和國小小農夫能夠用心及身體力行方式，用雙腳去體會接觸大地的感動及以雙手「割稻仔」慶豐收的行動來代表人生童年階段的完成，讓他們終身難以忘懷並會成為津津樂道的經驗，並為台灣農業培育新種子及走出嶄新的希望與契機。

社區農民鍾先生免費提供面積七分的田地，讓僑和國小學童體驗農民插秧、種稻的辛勞，鍾先生不是要鼓勵小孩子將來種田，但必須瞭解白米飯並非天上掉下來，更要知道家鄉「五百甲圳」生產優質白米的歷史，進而擦亮「五百甲圳米」這塊招牌。

自從民國96年以來，僑和國小的「小農夫種稻體驗團隊」成員，連續辦理二年的「小農夫種稻體驗」，以「少化肥、低農藥」及休耕培養地力的「稻米循環耕作計劃」自然農法來栽種稻米，產生真正健康、無毒的五百甲圳葵花濁水米，生產過程並做了詳實、完整的數位記錄及製作生產履歷，並以籌募清寒午餐基金為目標，自產自銷「僑和牌五百甲圳葵花濁水愛心米」的義賣善舉，曾經獲得社會大眾的極大迴響及共襄盛舉，而民國97年計畫種植的愛心米，更是早被善心人士大量預購。參與的小農夫們除了親自體驗種稻的甘苦，還不辭辛勞、身體力行參與西螺大橋節及台北的義賣等活動，並重新詮釋教師節時，學校舉辦「尊師重稻」的新意，小朋友為愛心米的不畏苦精神與行動，曾經感動並溫暖廣大人心。

社區深度訪談記錄(五)

訪談對象：社區專業顧問 曾先生

訪談時間：2014/1/8 pm2:00-4:00

訪談地點：曾先生家中(孩沙里社區)

訪問者：請略述您投入孩沙里社區營造的過程及心得。

曾先生：因為愛家鄉的使命召喚，我常利用忙碌工作之餘，開車回家鄉荊桐鄉，拿起數位相機開始記錄家鄉的一切影像，並著手記錄、整理、研究荊桐鄉的文史資料，恰好遇到鄉土語言教育的興起，更因此認識了一些文史工作的志同道合者，開始跟他們聚會討論，慢慢地，家鄉的願景拼圖一塊塊在腦海浮現，

我開始透過網路平台用文字與圖像簡單記錄著我的故鄉的點滴，正因為用心投入並渴望瞭解故鄉的一切，慢慢地，我發現它的獨特及純樸之美，並喜歡上它；許多初次見面的

朋友問我來自何方？我總是很驕傲的大聲說：我來自雲林莿桐孩沙里。「雲林」、「莿桐」及「孩沙里」正是我故鄉的三個代名詞，真正台灣農業大縣的「雲林」、豐饒之地的「莿桐」及向日葵故鄉的「孩沙里」，我們正努力打造它們成為一處好所在。

那時沒有團隊，也沒有政府經費的奧援，孤軍奮鬥，但是我沒有因此退縮或放棄，當初明瞭那是「零」的遊戲開始，理所當然什麼都沒有！真的是天公疼憨，就在我一步一步踏實並慢慢地進行單兵作戰的過程中，上天巧妙安排的因緣際會，讓我開始遇到跟我一樣默默為故鄉做事的人(如：默默行善的「篤農家」鍾先生、最有創意的僑和國小簡校長及行動力十足的當時社區總幹事林先生)，因為理念契合，我們一拍即合，我們開始逐漸形成一支具有戰鬥力的行動團隊。

民國 96 年，孩沙里社區開始由我撰寫計畫書，積極爭取中央的各項補助經費，社區陸續通過文建會的「96 年度雲林縣社區總體營造點計畫-美麗新社區、健康孩沙里」、農委會的「雲林縣莿桐鄉休耕田種植景觀綠肥作物示範專區計畫-100 公頃的向日葵當為種植景觀綠肥作物示範專區」，我並積極委託由雲林科技大學 鍾老師所規劃的「興桐村(孩沙里社區)綠、美化工程計畫」及雲林縣政府的「五百甲圳沿線單車專用道-綠色廊道景點計畫」；以往社區要舉辦活動都須以募款方式，才能取得活動經費；但現在孩沙里社區獨立以實力及計畫方式，爭取到包含造人、造景及產業補助三種不同領域的政府補助款，社區已經要開始振翅起飛！「從零到起飛」這過程的心酸及血汗絕非言語或文字可以形容，但我深刻感受到這一切是由努力及信心所堆積而成的，未來只要務實去執行這些計畫，孩沙里社區成功的社造模式就會成形，達成社區老少盡歡顏的願景就近在咫尺。

我們後來透過社區營造計畫及農村再生計畫的方式，深入社區基層讓地方鄉親明白「社區一家人」的觀念及共同參與，並維護社區環境乾淨與清爽及開創美麗的農村新景觀；另外以社區產業活化為前提，提倡利益分享與資源共享的作法，振興地方產業及為農民開創全新的活水與商機，一步步計畫性地展開合作共存的藍海新策略。

訪問者：請略述僑和國小的「僑和牌五百甲圳葵花濁水愛心米」的過程及經驗。

曾先生：2007 年初春，我們在雲林莿桐的鄉下組成「僑和國小小農夫種稻體驗團隊」(成員包含：實踐愛與夢想的教育家簡校長、踏實樂活的「篤農家」鍾先生及「樂活達人」的我)，在「獻納米原鄉」的孩沙里社區七分多的實驗農田中，開始帶領僑和國小小農夫動手學習並體驗插秧與照顧；教導從做中學，培養對大自然的尊重及對農夫辛勞付出的珍惜。

2007 年六月天的酷夏，我們下田親手割稻子，並感恩大地慶豐收；九月推出自產自銷的「僑和國小五百甲圳葵花濁水米」的愛心米包裝上市，並帶領小農夫們陸續前往「西螺

大橋」及「台大體育館」展開義賣活動，當時獲得社會大眾的熱烈迴響與認同，更獲得台北「大碩文化公司」的丘昌其董事長動員公司員工全數認購愛心米。

美國人類學家瑪格利特·米德說：「別懷疑一小群深思熟慮、信念堅定的人有能力改變世界；實際上，就只有這些人曾改變過這個世界。」

猶記得在那時，我們一起揮灑汗水與淚水及共同歡笑，一一克服困難，默默無私付出與承受委屈，汗流浹背的伙伴，大愛付出的篤農家，簡校長累倒住院了，但是沒有人說苦與退出，因為我們心中明白那不僅是施比受更有福及義務，還已經成為為台灣農業發聲的某種使命；期間我們成就許多的台灣農業的第一：第一有生產履歷的無毒稻米包裝、第一國小自產自銷的愛心米品牌、第一雲林鄉下的稻米到台北市義賣、第一全台的國小在農田舉辦畢業典禮，為什麼我們能完成別人不敢為、做不到的工作？或許因為我們正是一小群深思熟慮、信念堅定的人。

2007年9月7日，五百甲圳葵花濁水米的 CIS 及 Logo、僑和國小義賣包裝米的正、背面設計完成，正式公開及上市，並開始接受預訂。包裝米為 1 包/2 公斤，並使用環保真空包裝袋。我們計畫 2007 年 9 月下旬起，由僑和國小簡校長帶領僑和國小小農夫到西螺文化節(9/24-9/25)及台北的「台大體育館」進行稻米義賣，讓鄉下小朋友種的米賣給台北人，這絕對是個好新聞及題材。

2007 年，我們位於孩沙里社區七分多的實驗農田，遵循少化肥、低農藥及休耕培養地力的自然農法「稻米循環耕作計劃」來栽種稻米，產生真正健康、無毒的五百甲圳葵花濁水米，稻穀收成共計 5,350 公斤，碾米成 3,000 公斤的精選一等米，限量 1,500 包；2008 年我們計畫以十公頃稻田，大量生產「五百甲圳葵花濁水米」，而後年，則計畫以 100 公頃稻田的製作專區，大規模生產五百甲圳葵花濁水米，從限量到大量，甚至大規模生產，五百甲圳葵花濁水米這形象品牌，相信不久的將來，絕對是台灣第一名的健康米。

五百甲圳葵花濁水米的 Logo 很特別，它代表以向日葵為綠肥、肥沃與蒼翠的五百甲圳田及引濁水溪的五百甲圳灌溉系統所構思而成的，給人的印象概念是：「好水、好土才能產出真正健康、無毒米。」這次米包裝的文宣及包裝貼紙是由我負責撰寫的，為了宣傳而將生產履歷過程都寫進去，造成文字介紹較多；我並跑遍各大型超商參考許多市面包裝米的設計並與「小農夫種稻體驗團隊」成員開會討論，終於僑和牌五百甲圳葵花濁水米的包裝正式完成。

訪問者：請略述雲林縣「2013全國農業博覽會」的「雲林花海」試辦專區。

曾先生：雲林縣政府為了舉辦「2013 全國農業博覽會」會，除了成立專屬的農業博覽會小

組之外，正緊鑼密鼓準備各項前置工作，而農業處選定曾經榮獲 2008 年「全國十大景觀花田」的荊桐鄉孩沙里社區，當為 2013 全國農業博覽會-「雲林花海」試辦專區，未來逐步計畫將於 2011 年冬，在孩沙里社區試辦花海區二十公頃，2012 年冬為四十公頃，並將於 2013 全國農業博覽會"，打造孩沙里六十公頃的超大型花海區，如年度任務工作能順利完成，屆時，雲林將有一處可以與台中「新社花海」比美的賞花海勝地。

我參考 2008 年，農委會舉辦全國十大景觀花田甄選時，由我所擬定的雲林縣荊桐鄉 97 年度「全國十大景觀花田評選暨宣傳計畫」構想書，並增刪內容與項目，提出「2013 全國農業博覽會-雲林花海專區試辦計畫」，並提供給農業處參考使用。

而我的「2013 全國農業博覽會-雲林花海專區」設計構想為：

- 1.在第二期稻作休耕期間，於 2013 全國農業博覽會-雲林花海試辦專區基地區位(孩沙里社區花海主場區)，透過居民的共同參與模式，種植約二十公頃(2011 年，2012 年為四十公頃，2013 年為六十公頃)左右的金黃色的向日葵及五彩繽紛的波斯菊等綠肥景觀作物，營造大規模的農村田園美麗花海景觀，打造農村社區美麗新風貌。
- 2.配合由雲林縣政府與千里步道共同規劃的「五百甲圳綠色單車廊道計畫」（路線由荊桐鄉孩沙里社區至林內鄉林北社區之林內「三號水門」）
- 3.雲林縣是嘉南平原上的大米倉，荊桐稻米的產量是雲林之冠，而孩沙里社區的米質又是荊桐之最，所生產的無毒、健康米「五百甲圳葵花濁水米」香 Q、營養又好吃，中外遠近馳名，更連續蟬聯農委會農糧署 96 年、97 年、98 年度「全國十大經典好米」的殊榮。
- 4.透過以營造美麗、本土又有趣的四季農村社區景觀的方式，吸引外人來此觀光，並藉由配合其他經費，舉辦如「小農夫種稻體驗」、「五百甲圳」快樂單車行-歷史、生態之旅及花海田園音樂饗宴等人文、生態豐富又有趣的系列活動，來推廣我們真正好吃、台灣第一名的「五百甲圳濁水米」給國人。
- 5.爭取即將由雲林縣政府主辦的 2013 全國農業博覽會的雲林花海節專區，續辦真正壯觀又美麗的孩沙里社區花海節，進而大力促進雲林的地方觀光產業及增進家鄉農民的所得收益，徹底解決傳統農業貧困的經濟問題，讓社區老少盡歡顏！營造一個安居樂業的快樂四季農村曲「美麗新社區、幸福孩沙里」，進而打造出「創力農業、活力農民、魅力農村」的無毒又健康的農業新主張。

訪問者：貴社區「五百甲圳米」進行設計與包裝規劃時的經費，當時有無政府資源適時的投入或協助？

曾先生：當時無政府資源適時的投入或協助設計與包裝規劃「五百甲圳米」所需的經費，

經費完全由民國 96 年時的「小農夫種稻體驗」團隊成員所捐贈而來。

訪問者：請問貴社區「五百甲圳米」的文化產品(Product)如何產生？產品的本質好或不好？

曾先生：「孩沙里」是雲林縣僅存二個平埔族發音的部落之一，它是「全國十大經典好米」蔴桐鄉「五百甲圳濁水米」的產地；「五百甲圳」即今「鹿場課圳」，清朝嘉慶元年時(1796年)西螺街「三塊厝」王有成等富戶集資合夥創設五百甲圳，引進含帶大量粘板岩泥土及礦物質的濁水溪，灌溉孩沙里周圍的五百甲農田，故稱「五百甲圳」。在日治時代，孩沙里社區周遭的農田即評等為台灣地區水田評等的最高等級「三則等田」，因為所生產的稻米品質相當優越，被日本皇室欽點為皇室級「御用米」，並獲天皇頒發「神饌奉獻」徽章，使「五百甲圳濁水米」聞名全台；更於民國96年、97年及98年連續三年蟬聯「全國十大經典好米」，社區文化商品「五百甲圳米」已成為全台好米的最新代名詞。

訪問者：請問貴社區「五百甲圳米」的訂價(Price)如何？相較於同類商品的訂價策略又如何？屬於攻擊型訂價？消費者為中心訂價？或是防禦型訂價？

曾先生：「五百甲圳米」的訂價為不二價100元/1公斤一級白米，相較於市面的其他白米商品，價位介於中、高價位，因為購買者大都為認同「五百甲圳米」的中產階級消費者，屬於消費者為中心訂價。

訪問者：請問貴社區「五百甲圳米」的行銷通路(Place)如何？是擺在量販店賣？零售店賣？還是專門店賣？

曾先生：「五百甲圳米」除了透過舉辦年底的花海節及各項產業活化的活動時進行展售，社區並透過網路行銷方式，並有專人管理社區的FB社團及進駐社區活動中心的專門店，進行「五百甲圳米」的銷售業務及消費者服務。

訪問者：請問貴社區「五百甲圳米」的促銷(Promotion)方式如何？採取何種促銷手法：廣告？會員專屬？限量包？

曾先生：「五百甲圳米」除了透過舉辦年底的花海節及各項產業活化的活動時進行展售，社區並透過網路行銷方式，並有專人管理社區的FB社團及進駐社區活動中心的專門店，進行「五百甲圳米」的銷售業務及消費者服務。

訪問者：請問貴社區「五百甲圳米」就網路的行銷策略如何？

曾先生：在網路時代，只要產品具備競爭性，若能夠依照產品特性進行網路行銷，就能夠讓客戶自己找上門。網路行銷與傳統行銷本質其實沒有太大的不同，但是必須更敏銳的利用網路特性及投入更多心力，當然獲得的回報也將是大於傳統行銷。運用網路企業成長關鍵的四大思維(珍惜每一個建立關係的機會、以同理心做顧客關係、建立點點滴滴的服務與

信賴及成長的關鍵在於累積等)及六力行銷(讓商品自己去說話(商品力)、讓客戶當你的業務(客戶力)、讓非廣告隨時曝光(行銷力)、用故事去感動人心(故事力)、用客戶的角度思考(感動力)、用服務去強化黏度(服務力)等)，將可以在網路行銷戰中贏得勝利。

訪問者：貴社區「五百甲圳米」就網路的行銷策略如何？在促銷方面除了網路促銷之外，是否還有其他促銷手法？

曾先生：「五百甲圳米」除了網路促銷之外，另其他促銷手法是透過產學合作及異業結盟方式進行，也就是與農會及許多實體店面進行聯合展售活動。

訪問者：就目前貴社區的網站而言，網路行銷還有哪些通路是可以開發的？

曾先生：透過網站的網路行銷雖然看似相當廣闊，但還是需要再開發更多通路並增加曝光度，如此才能吸引更多潛在顧客的青睞並願意購買「五百甲圳米」。

訪問者：貴社區是否因運用網路行銷媒介，做進一步的市場區隔？

曾先生：「五百甲圳米」的訂價為不二價 100 元/1 公斤一級白米，相較於市面的平價白米商品，價位介於中、高價位，但因為購買者大都為認同「五百甲圳米」的中產階級消費者，並透過網路購買，因此有市場區隔的性質存在。

訪問者：如何設計出貴社區的網站？是專業人士設計還是使用者提供建議？

曾先生：目前社區的網站屬於一般的社群網站，非專業人士設計，由會操作電腦及網路的社區專職人員負責建構，並維護網站運作及服務。

訪問者：就網路行銷模式而言，一種是消極型。也就是必須等到消費者使用搜尋引擎找到該網站之後，才能將所行銷的產品資訊傳遞給消費者；另一種是積極型。就是將資訊主動透過網路傳遞給目標族群的方法。請問貴社區使用那一種網路行銷手法，如何做？

曾先生：「五百甲圳米」目前雖然銷售方式主要透過網路行銷，但等到消費者使用搜尋引擎找到該網站之後，才能將所行銷的產品資訊傳遞給消費者，所以尚屬於消極型的網路行銷模式，未來社區文化商品，「五百甲圳米」將尋求產官學的合作、續辦雲林花海節吸引大量賞花觀光人潮，朝向觀光休閒產業發展，並申請「五百甲圳米」稻米生產專區，建立稻作生產履歷及認證制度，獲得更多消費者的支持與信賴，並將資訊主動透過網路傳遞給目標族群，吸引消費者購買。

社區深度訪談記錄(六)

訪談對象：社區農業顧問 鍾先生

訪談時間：2014/1/19 pm2:00-4:00

訪談地點：鍾先生家中

訪問者：請略述貴社區的特色產業，及參與社區特色產業發展的經驗。

鍾先生：其實濁水溪品質最好的米，產地就在五百甲圳，「小時候和老爸到嘉義賣米，糧商一聽是產自五百甲圳，馬上說，那多幾「針」(元)給你。」目前還種植八甲稻田，我出身稻農世家，一心要重現荊桐鄉五百甲圳米風華。清朝嘉慶年間，地主王有成在荊桐鄉開圳，引濁水溪流灌溉良田數百頃，因而名為五百甲圳；濁水溪豐富的礦物質，孕育優質白米，但因當時地主多住西螺，收成的稻米送到西螺銷售，「西螺米」之名不脛而走，產地荊桐多佃戶，反而沒沒無聞。只是，早年地主多住西螺，在荊桐鄉五百甲圳耕作的都是佃戶，賣米、納貢的都是地主，才會造成西螺米的名聲比較響亮。

以前荊桐白米以西螺之名行銷，很不服氣，我曾經在荊桐舉辦桐花季時，自擬一副對聯，「荊桐鄉辦桐花季，農會專賣西螺米」，橫批是「豈有此理！」多年前，荊桐鄉農會總幹事張鈺萱開始行銷五百甲圳米，讓我充滿期待，希望橫批可以早日改為「農民大家攏歡喜！」。此次無償提供土地讓小朋友種稻，收成的稻穀一併贈送；但是，鍾川上還是有所堅持，他認為一定要小包裝販售，才能讓更多人吃到，如果企業、糧商要一舉收購，就喪失原來的意義。比較台東關山、池上的米後，發現五百甲圳生產的白米，因為有濁水溪豐富的有機質、礦物質加持，品質絕對有過之而無不及。加上種植向日葵做為綠肥，讓綠地變黃金，生產出「葵花米」，絕對可以讓僑和國小的學童們，驕傲的打響家鄉五百甲圳優質白米的名號。

本身栽培八甲多的稻田面積，一般人可能會覺得忙不過來，我卻是老神在在，還與同好組國樂團到處表演。能夠悠哉種田的祕訣，就在於粗放式的經營—「盡量少用農藥，施肥看時機。」許多農友缺乏定見，聽到農藥行老闆推銷農藥，就以為不趕快噴藥、換新藥不行，其實，大部份的農藥都是多餘的，不但影響稻米的衛生安全，也危害自己。施肥時機也很重要，肥料很貴，但是農友為了讓稻子趕快成大，一再催肥，卻是揠苗助長，不是造成肥傷，就是因而導致稻熱病。

五百甲圳種的稻子，不能只賣荊桐人或雲林人，一定要銷售到外縣市，名聲才會響！我管理大片稻田，生活無虞，加上子女都事業有成，早無後顧之憂；但是傳承祖產，對發揚光大五百甲圳白米的心情非常急切，也希望其他農友可以一起投入，生產無毒、不用化學肥料的稻米，重新擦亮五百甲圳米的招牌。

訪問者：請略述僑和國小的「僑和牌五百甲圳葵花濁水愛心米」的過程及經驗。

鍾先生：五百甲圳實驗農田，今年位於孩沙里社區七分多的實驗農田，遵循少化肥、低農藥及休耕培養地力的自然農法「稻米循環耕作計劃」來栽種稻米，產生真正健康、無毒的

五百甲圳葵花濁水米，稻穀收成共計5,350公斤，碾米成3,000公斤的精選一等米。孩沙里家鄉米於日治時期由先人背著在地生產的皇田米，千里迢迢渡海，納給日本天皇食用的真實故事，所流傳的台語打油詩：「濁水溪畔荊桐巷；五百甲圳米尚香；昔時良米獻天皇；今日好米全民享。」

僑和國小「小農夫種稻體驗團隊」是一群計畫性的團隊，我們踏實地做，努力以自然農法來栽種，行銷自有品牌並建立產銷制度及網路銷售通路，來消除中間剝削，進而利益共享，大幅改善農民所得，這樣才能真正解決農民貧窮的問題；我也相信唯有以民間具體的做法來展現真正踏實、有效的農業精髓及漸進式的柔性政策改革，以合作來代替抗爭，如此才能真正讓從業農民獲益，真正創造政府的政策落實、農民的獲益及消費者吃的健康的三贏局面。

社區深度訪談記錄(七)

訪談對象：雲林科技大學副教授 鍾老師

訪談時間：2014/1/20 pm2:00-4:00

訪談地點：雲林科技大學研究室

訪問者：請略述「五百甲圳米」運用設計規劃從何時開始、以及在何種時空背景？是否有設計及包裝的專屬團隊？參與設計及包裝的主要人員是誰？

鍾老師：民國96年八月左右，當時僑和國小舉辦的「小農夫種稻體驗」正計畫推出「僑和牌五百甲圳葵花濁水愛心米」設計及包裝，進行義賣時，「五百甲圳米」運用設計規劃正式開始。

時空背景為於民國96年，於孩沙里社區七分多的實驗農田，遵循「少化肥、低農藥」及休耕培養地力的自然農法「稻米循環耕作計劃」來栽種稻米，產生真正健康、無毒的「五百甲圳葵花濁水米，稻穀收成共計5350公斤，碾米成3000公斤的精選一等米。民國96年八月，完成「五百甲圳葵花濁水米」的CIS及Logo設計及「僑和牌五百甲圳葵花濁水米」包裝米的正、背面設計，正式公開及上市。當年九月，由當時僑和國小簡校長帶領僑和國小小農夫到台北及西螺的文化節義賣稻米，讓鄉下小朋友種的米賣給台北人。

有專屬團隊。主要參與「五百甲圳米」設計及包裝者為僑和國小的前任校長簡先生及社區專業顧問曾先生及我等三人。

訪問者：設計與包裝規劃的主要依據元素是什麼？有無Logo或CIS的識別設計？而Logo或CIS的代表意向又是如何？

鍾老師：「五百甲圳米」的設計與包裝規劃主要依據地方特色產業「五百甲圳獻納米」典

故、美麗向日葵花田景觀及「少化肥、低農藥」、休耕培養地力的自然農法等當為元素。其中 Logo 或 CIS 代表「以向日葵為綠肥、肥沃與蒼翠的五百甲圳田及引濁水溪的五百甲圳灌溉系統。」所構思而成的，給人的印象概念是：「好水、好土才能產出真正健康、無毒米。」意向。

這 Logo 是委託雲科大視傳所施建安所設計的，與他討論許久，並交換意見及想法，建安還設計 8 套 Logo 給我們，且經過小農夫種稻體驗團隊成員開會討論並票選而出。

而包裝設計的文宣及構思：文字則由曾先生所撰寫，包裝正面的封面照片以僑和國小「小農夫種稻體驗系列-感恩大地慶豐收、小農夫割稻仔」活動時，僑和國小簡校長與僑和國小棒球隊於割稻時的合影。

包裝正面的文字則為：雲林縣僑和國小「小農夫種稻體驗」以「少化肥、低農藥」及休耕培養地力的自然農法-「稻米循環耕作計劃」來栽種稻米，產生真正健康、無毒的「五百甲圳葵花濁水米；並將收成的稻米包裝成「僑和牌五百甲圳葵花濁水米」（以向日葵為綠肥的健康、無毒米）2 公斤小包裝，舉辦愛心義賣活動，義賣所得將全數捐贈愛心機構及作為僑和國小棒球隊及營養午餐、校務發展基金。歡迎您踴躍認購「僑和牌五百甲圳葵花濁水米」。

包裝背面以於孩沙里社區舉辦的 2007 年「雲林縣花海嘉年華會-百萬葵花開、荊桐亮起來」活動的向日葵花海為底圖，並加入一年的稻米循環耕作計劃圖為輔助說明「少化肥、低農藥」及休耕培養地力的自然農法。文字則為：特別感謝合作農田地主「篤農家」鍾先生的義舉，他不僅無償提供位於孩沙里社區七分的農地給小朋友體驗種稻，並不計成本將合作農田的全數稻米義賣所得，全數捐贈給僑和國小做為公益基金；希望更多的善心人士能夠共襄盛舉！孩沙里家鄉米於日治時期由先人背著在地生產的皇田米，千里迢迢渡海，獻納給日本天皇食用的真實故事，所流傳的台語打油詩：「濁水溪畔荊桐巷；五百甲圳米最香；昔時良米獻天皇；今日好米全民享。」

「五百甲圳米」的簡介：「五百甲圳」即今「鹿場課圳」，為清朝嘉慶元年(1796 年)，西螺街「三塊厝」王有成等幾位富戶集資於今荊桐鄉創設五百甲圳，並引濁水溪水灌溉，以生產稻米為主，為全台良質濁水米之最重要產地，以葵花作為綠肥所產之「五百甲圳葵花濁水米」是荊桐鄉農特產之一；五百甲圳荊桐濁水米是濁水溪品質最好的米，產地就在荊桐鄉五百甲圳地區，只是早年地主多住西螺，在荊桐鄉五百甲圳耕作的都是佃戶，賣米、納貢的都是地主，才會造成西螺米的名聲比較響亮，而在日據時代就是獻給日本天皇食用的，品質有口皆碑！享譽海內外！及僑和牌五百甲圳葵花濁水米之生產履歷等。

社區深度訪談記錄(八)

訪談對象：孩沙里社區地方耆老 陳先生

訪談時間：2014/1/25 pm2:00-4:00

訪談地點：福天宮

訪問者：請略述貴社區的人、文、地、景、產，或所知道的地方歷史及諺聞。

陳先生筆述：「孩沙里」是少數平埔族存在時的部落，在清朝嘉慶時期即有地主引濁水溪水灌溉，所經流域大約五百甲，形成沖積的平原，土地非常肥沃，全區流域是台灣少見的「三則田」的優良農地，所以早期聚集不少村民在此開墾謀生，日治時期的昭和十四年，更有本村林深坑與高樹枝兩位青年代表「大日本青年團」謁見日本天皇時，攜帶本村特產「五百甲圳的濁水米奉獻日本天皇食用，民國 73 年，政府尚未提倡社區營造時，本村即代表雲林縣參加全省社區評比並獲得第一等之榮譽。

當時「五百甲圳濁水米」是聞名台灣跟日本的好米，因此當時台南州要向日本天皇獻貢時，便找上了當時的荊桐地區的保正陳懷(我的父親)，請他有計劃的來種植「獻納米」，當時在他們家的土地上規劃了一分地來專門種植獻納米，但這一分地卻只用上四厘地並且週圍都用竹竿交叉做為竹籬笆，且如沒有陳懷的允許任何人都不能接近這塊田地。當稻米收割後，稻穗不像一般的作法是直接曝曬在太陽下，而是平鋪在曬穀場後在它的上面再以黑布做出一個棚子以避免太陽直接照射。曬乾脫殼後再把稻子送到荊桐小學，讓小學生帶口罩並且用筆尖(手不能直接接觸稻米)，一個一個挑出品質最好的米，一分地總共挑二斗米出來進貢日本天皇。如此尊貴及麻煩的手續在現代社會中是令人想像不到的，但卻也完全呈現日本天皇在當時的尊貴。

社區深度訪談記錄(九)

訪談對象：孩沙里社區地方耆老 洪女士

訪談時間：2014/1/26 pm2:00-4:00

訪談地點：洪女士家中(孩沙里社區)

訪問者：請略述貴社區的人、文、地、景、產，或所知道的地方歷史及諺聞。

洪女士：「孩沙里」雖然歷經台灣地區多次的行政改制，孩沙里的名稱始終不變，地方的諺聞如下：

(1)八七水災的傳說：

民國48年，「八七水災」時，對全省都造成巨大的傷害，那時親眼目睹水災的將軍就看著大水延著圳溝直接切過來，使得圳溝一段一段的崩毀，之後就看著洪水把田地給沖崩

掉，把屋舍給摧毀。就當大水要衝進孩沙里時相傳那時就有人看到一位白衣的老先生出現，嘴唸咒語、手操法印，就將大水給引導到另外的方向，使得孩沙里流域都沒有受到太大的損失，而大家皆相傳那位白衣老先生就是「聖母娘娘」顯靈，為孩沙里的居民擋掉了這次天災。但也因為此舉相傳福天宮所共奉的聖母娘娘便遭玉皇大帝給處罰，而後民國37年未再降駕乩身，直到福天宮最後一次改建完成，聖母娘娘才又重新回來。

(2)聖母的傳說：

福天宮的聖母在「八七水災」前會開藥方給需要的人，當時的醫療並不發達，因此許多人會到福天宮求取藥籤，請求聖母娘娘的幫忙，而在當時藥籤是非常靈驗的，「聖母娘娘」不但會告訴他要那些藥材及哪裡有這些藥材，即使藥店老闆說找不到，聖母也會告知說放在老闆藥房的哪一處。

以前有些不肖的建築工人會因為跟雇主不合，故將雞冠或是雞血埋在屋舍的牆壁中，使得該屋主夜不安寧，常發生一些怪事。如：天未亮雞便啼、半夜吹狗螺等，居民在不堪其擾下，去請示聖母娘娘，在聖母娘娘的指示下才解決了這些異象。

(3)福天宮保衛戰：

福天宮一開始所祭拜的神「徐府千歲」，且是由口湖鄉「無尾墩」(古名)所迎來的，之後，才再迎媽祖來到福天宮一同祭拜。福天宮在日據時期只是一間小小的廟，且是由一位村民叫新糖的人捐地興建的。初期並不像目前規模如此宏大，且在日治時期因「皇民化」的政策還有一段驚險的插曲，那時的信眾為了保存廟內諸神的金身，在日本政府要摧毀之前，便將諸神的金身藏於民宅，同時雕刻了假的神像放進廟裡，如此偷天換日，就是為了讓日本政府誤以為政策成功，直到光復後才再由陳懷先生發起重建福天宮的活動，當時諸神的金身才得以全數保存下來，也才使當地的宗教信仰得以延續。

福天宮牆上的廟誌銘如此寫：「福天宮，主祭徐府千歲，出建於竹壇，清康熙年間先民自閩渡海來台時供奉渡航神像「三媽」(即天上聖母)留在本地保佑眾生，距今已有三百餘年以上。而後姊弟共同發揮、神威顯赫、濟世佑民，頗有靈驗，近鄰民眾受蔭不淺，進而成為村民之信仰中心。日本領台後，保正陳懷倡募金依原地改建，磚瓦木造結構到日據末期。民國二十五年起日人極力推行皇民化運動，除神毀廟，適時本庄有志唯恐廟宇遭拆除乃協議將廟翎脊打掉，改為民眾集會所。而神像迎人民宅奉祀。迨本省光復後從歸祖國，百廢待興而廟宇經久年風雨剝蝕，已經破損不堪，於民國 41 年村長鄭清來和有志陳懷、林登富等發起村民樂捐金及丁錢，依原地從建中殿，擴展廟貌，同時由神賜改廟名為「福天宮」。民國五十二年陳懷等信徒倡議增其樂捐金並成立興建委員會增建前殿拜亭。全新廟

貌成為前後兩殿廟宇，而後因地形及環境之變遷，經數次改革，且社區中信徒以及旅居南北外埠信士的共同努力之下於民國七十一年再組織興建委員會發起興建後殿工程，經三年餘的歲月二樓式後殿興建完成，廟貌富麗堂皇，尤其在夜幕低垂，燈火通明時，更顯得金碧輝煌，氣象萬千。因前中二殿建築簡陋，與後殿興建二樓廟貌不甚配合，經村內熱心信士之倡議以及籌備，於民國七十九年將前、中殿拆除重新興建，因蒙受各界信士熱誠的捐贈，全體建築於民國八十五年全部興建完成，全新廟貌成為三殿式。」

對於林保寶在《荊桐最後的望族》一書中所提到的孩沙里是「土匪莊」的說法，非常不以為然，因為孩沙里在我們那一輩也出了許多的學士、碩士甚至是博士，在當時可以說是人文教育水準相當高，縱使當初物質生活不富裕但家家戶戶皆很注重兒女的教育；再者種種的神蹟皆顯示孩沙里是受聖母娘娘保佑的福氣之地，而聖母娘娘又怎麼會去保佑一個土匪莊呢？



附錄二



附圖 1.僑和國小的「小農夫種稻體驗」照片圖集(資料來源：本研究整理)



附圖 2.孩沙里社區照片圖集(資料來源：本研究整理)



附圖 3.社區整合照片圖集(資料來源：孩沙里社區發展協會)



附圖 4.社區整合照片集人力培訓計畫照片圖集說明(資料來源：孩沙里社區發展協會)

		
<p>擴大植樹節活動施作情形</p>	<p>清淨家園整理環境實作情形</p>	<p>整合鄉村社區組織計畫培訓情形</p>
		
<p>雲林縣社區總體營造培力計畫</p>	<p>「戀戀向日葵」賞花活動辦理情形</p>	<p>雲林縣花海嘉年華會成果</p>
		
<p>整合鄉村社區組織計畫</p>	<p>農村再生活化及體驗活動成果</p>	<p>社區規劃師操作型輔導計畫成果</p>
		
<p>社區家政班才藝研習</p>	<p>小農夫種稻體驗</p>	

附圖 5.相關補助案件相片圖集說明(資料來源：孩沙里社區發展協會)



附圖 6.孩沙里社區綠美化圖集(資料來源：本研究整理)



附圖 7.新聞報導：荊桐獻納米 一枚胸章見證(資料來源：本研究整理)

荊桐獻納米 一枚胸章見證

自由時報 社會新聞 2007/9/19 記者林國賢/雲林報導

雲林縣荊桐鄉民高清木，珍藏父親高樹枝於 1939 年至日本呈獻「濁水米」胸章，原僅流於傳說的「獻納米」，確有文物佐證，也見證荊桐五百甲圳優質好米。

橢圓胸章 正面稻穗圖案

這枚大約只有 10 元硬幣大小的橢圓形胸章，製作相當精細，正面面有稻穗圖案，底下有「神饌奉獻」的字樣，背面則記載昭和 14 年(1939 年)11 月 20-23 日。

高清木說，這個胸章是他父親與同鄉林深坑當時至日本獻貢白米給明治天皇的文物，日期剛好是二期稻作收成。

見證五百甲圳優良白米

孩沙里社區發展協會總幹事林武文表示，這幾年濁水溪沿線部分村落，為「獻納米」真正出處爭執不已，現在有這枚胸章，足以見證五百甲圳白米的優良傳統。

一分地只取 2 斗米獻貢

高清木說，當時獻給日本明治天皇的白米，篩選相當嚴格，除了土地、土質要好外，農民還要「家世清白、思想純正」，才能獲選作為獻貢農田，位於濁水溪灌溉區源頭的五百甲圳(現荊桐鄉孩沙里)，稻米品質早有口碑，日本選擇時任「保正」陳懷的土地，規劃一分地作為獻貢米農田。

高清木表示，雖然獻納田有一分地，但稻作收成時只取 4 厘地(農田距馬路遠內側處)，周圍用竹竿交叉作為竹籬笆，必須獲得陳懷許可才能接近田地，稻米收割後，不能直接曝曬在太陽下，必須在曬穀場上搭棚子，避免陽光直接照射，曬乾脫殼後，再拿到荊桐國小，由小學生戴口罩用筆尖，一個一個挑出品質最好的米，才進貢到日本皇室，當時這些一分地只取 2 斗米獻貢而已，真的非常珍貴！



附圖 8.「2013 全國農業博覽會」時的壯麗「雲林花海」(資料來源：本研究整理)



附圖 9.「五百甲圳米」的 CIS 及 Logo 設計(資料來源：本研究整理)



附圖 10. 孩沙里社區「五百甲圳濁水米」系列文創產品(資料來源：本研究整理)

個人簡歷

曾永賓

學歷：正心高級中學初中部、高中部，中央大學畢業。

專長：文化創意產業、活動企劃、媒體公關、電腦資訊、社區營造及產業活化。

我自民國 96 年迄今，多年來在雲林各社區及學校擔任社區營造、資訊及文化創意產業等講師工作，到處宣揚社區營造的重要性，並積極協助及輔導社區從事營造工作，及教育許多社區居民使用網路資訊，並積極推動及協助雲林縣的觀光導覽解說、地方藝文及文化創意產業發展等工作不遺餘力，還將更多時間投入社區營造工作，結合學校單位的協助並參與許多的雲林縣大小活動，並運用所學及網路媒體專長為雲林縣做詳盡的電子報導與介紹，由於努力付出心力及愛鄉土的熱情，讓全國更多人更加瞭解到雲林各地的活力與脈動。

熱情、開朗，精通文學寫作、計畫撰寫、新聞媒體、電腦資訊、社區營造及創意產業，並長期關懷鄉土文史，及建立豐富的社區數位資料庫，熱心參與地方公益活動，對地方發展充滿熱情與使命，是地方社區營造非常重要的動力來源。

2010 年，更榮獲雲林縣社教有功人員或單位的最高榮譽「惠風獎」，曾任記者、班主任、輔導員、社區專業顧問及新聞聯絡人、校友會總幹事、文創講師、專案經理、專案研究員、農村再生計畫培根講師、勞動部勞動力發展署雲嘉南分署講師、台灣文化创意協會總幹事，現任正心中學校友會秘書長等。

多年來，透過我的社區營造計畫及持續為雲林進行無數次的記錄與報導，他除了將自己一個小小的美麗農村的社區故鄉，發展成為令人驚豔的台灣美麗農村新社區，並將雲林社區的人文、自然景觀及產業之美做出最佳的呈現與詮釋。