
農村再生成果聯展暨嘉年華會
Exhibition of Rural Rejuvenation
Achievements and Carnival Activities

執行單位：跨界策略顧問股份有限公司

執行期間：109年3月30日至109年12月21日

計畫主持人：廖佳意 總監

共同主持人：高治中 總經理

行政院農業委員會水土保持局 編印

中華民國 109 年 12 月

(本報告書內容及建議純屬執行單位意見，僅供本局施政參考)



農村再生成果聯展暨嘉年華會

摘要

109 年 8 月農村再生條例施行屆滿 10 年，為充分展現出農委會水土保持局推動農村再生這 10 年所做努力及成果，「農村再生成果聯展暨嘉年華會」(以下簡稱本計畫)透過展覽及嘉年華活動，提高民眾對在地農村之興趣、讓民眾更清楚瞭解農村再生，感受到農村的蛻變。

本計畫辦理農村再生成果聯展 3 日，邀請政務委員、監察委員、可樂旅遊(康福旅行社)及遠見雜誌等農村領域產官學專家學者進行主題分享，東森幼幼台番茄姐姐說故事、農村駐村藝術家王國仁現場彩繪。另外，更邀請入圍金曲製作人廖誌汶為農村再生 10 週年創作「幸福青村」歌曲，讓參展民眾透過聽覺也感受到農村的幸福滋味。

本計畫亦辦理農村再生嘉年華會 2 日，邀請農村社區團體、街頭藝人輪番演出，並有 22 家農村好物及農村社區企業業者共同參與展售，販售農村的好食、好玩、好工藝特色好物。

為擴大農村再生成果推廣效益，透過虛實整合行銷，從觀展懶人包引發社群擴散力，至團體預約專屬導覽達到精準分眾，並利用多元媒體提升整體活動曝光率與活動行銷宣傳。本計畫亦導入 AI 影像人流辨識，透過科技掌握各時段觀展人潮及展區人潮熱點，並提供智慧化展覽效益數據分析，線上線下行銷活動觸及人次為 163,053 人次。

關鍵詞：農村再生、農村再生 10 週年、成果聯展、嘉年華會、AI 影像人流辨識

Exhibition of Rural Rejuvenation Achievements and Carnival Activities

Abstract

In August 2020, the Rural Rejuvenation Act will have been in force for 10 years. In order to fully demonstrate the efforts and achievements of the Soil and Water Conservation Bureau of Agriculture Commission in promoting rural rejuvenation in the past 10 years, the "Exhibition of Rural Rejuvenation Achievements and Carnival Activities" (hereinafter referred to as "the plan") will be held to raise people's interest in the local rural areas. And by exhibitions and carnival activities, people will understand more about rural rejuvenation achievements and feel the big transformation of the rural areas.

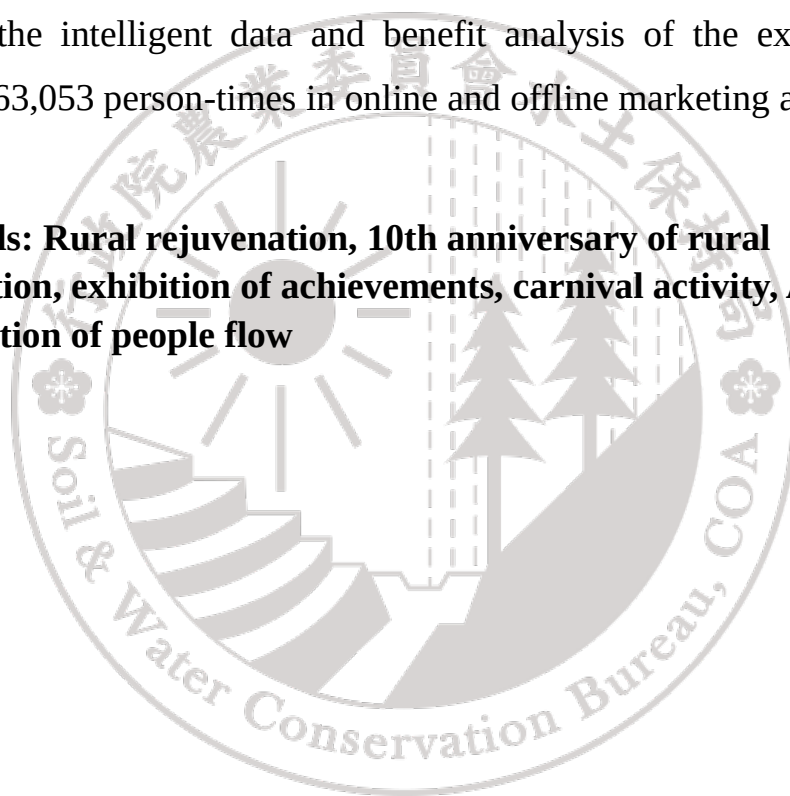
The plan will hold an exhibition of rural rejuvenation achievements for 3 days. The government councilors, supervisory committee members, Cola Tour (Comfort Travel Agency), Global Views magazine and other experts and scholars in rural study field will be invited to share the thematic achievements. The program of tomato sister telling stories from YOYO TV and the color paintings by the residential artist Wang Gu ren will be present at the exhibition scene. In addition, the award-winning music producer Liao Zhiwen is invited to create a song entitled "Happy Youth Village" for the 10th anniversary of rural rejuvenation, making the exhibitors and visitors feel the happiness of the countryside through their sense of hearing.

The plan will also hold a rural rejuvenation carnival for 2 days, inviting rural community art groups and street artists to perform by taking turns. There will be 22 rural good goods and rural community enterprises

to participate in the exhibition, selling the good food, funny stuff, excellent crafts and other characteristic goods that are produced in rural areas.

In order to expand the promotion benefits of rural rejuvenation, the plan will carry out virtual-real integration marketing strategy, from the spreading influence on the community caused by the exhibition Lazy Bag to the exclusive group reservation guide to lead accurate target visitors. The use of multi-media methods will again enhance the exposure and marketing force of the overall events and campaigns. This plan also introduces AI image technology to identify and grasp people flows at exhibition hot-spots and other areas in different periods of time. It provides the intelligent data and benefit analysis of the exhibition as totaling 163,053 person-times in online and offline marketing activities.

Key words: Rural rejuvenation, 10th anniversary of rural rejuvenation, exhibition of achievements, carnival activity, AI image identification of people flow



目 次

第一章 計畫概述	1-1
第一節 計畫緣起及目的	1-1
第二節 工作範圍及項目	1-2
第三節 執行進度自我檢核	1-8
第二章 整體規劃	2-1
第一節 計畫作業流程規劃	2-1
第二節 農村再生條例發展歷程	2-2
第三節 活動參與對象	2-4
第四節 整體行銷策略	2-5
第三章 辦理農村再生成果聯展	3-1
第一節 成果聯展整體規劃	3-2
第二節 展覽分區構想	3-5
第三節 剪輯農村再生成果回顧短片	3-33
第四節 成果聯展文宣設計及製作	3-35
第四章 農村再生嘉年華會	4-1
第一節 嘉年華會籌備與執行	4-2
第二節 場地空間規劃	4-9
第三節 集客活動規劃	4-11
第四節 雨備、安全措施與緊急應變疏散計畫	4-13
第五節 環境清潔規劃	4-15
第六節 防疫措施	4-16

第七節 問卷設計與發放調查	4-17
第八節 活動特色紀念品	4-21
第五章 行銷推廣	5-1
第一節 展期前中後行銷宣傳	5-1
第二節 活動網頁建置	5-10
第三節 新媒體宣傳	5-15
第四節 成果聯展暨嘉年華會開幕式	5-18
第五節 活動成果紀錄片剪輯	5-28
第六節 創意行銷宣傳	5-29
第六章 創意回饋	6-1
第一節「農村再生 10 載幸福」智慧導覽 APP	6-1
第二節 觀展優化服務：觀展懶人包、團體預約服務	6-3
第三節 展場 AI 人流及熱點數據分析	6-5
第七章 工作進度及交付項目	7-1
第一節 工作進度表	7-1
第二節 計畫交付項目	7-3
第八章 結論與建議	8-1
附錄	
附錄一 審查會議紀錄及回覆	附錄一
附錄二 滿意度問卷調查回饋分析	附錄二
附錄三 滿意度問卷調查表	附錄三
附錄四 banner 交換分享清單	附錄四
附錄五 媒體露出清單	附錄五
附錄六 開幕式簽到表	附錄六
附錄七 工作會議紀錄	附錄七

附錄八 展後檢討及精進回饋.....	附錄八
附錄九 委辦計畫摘要報告.....	附錄九
附錄十 成果海報.....	附錄十



表 次

表 1-1 整體行銷時程表	1-8
表 2-1 整體行銷時程表	2-6
表 3-1 展覽辦理場地	3-4
表 3-2 本局成果展示主題及內容	3-8
表 3-3 各分局成果展示主題及內容	3-10
表 3-4 各成果展區互動活動	3-15
表 3-5 地方政府分區展示主題及內容	3-16
表 3-6 地方政府區互動活動	3-17
表 3-7 展覽期間舞台區活動場次表	3-21
表 3-8 講座 DIY 區活動場次表	3-24
表 3-9 DIY 體驗內容一覽表	3-25
表 3-10 圖書成果盤點清單	3-27
表 3-11 姐姐說故事活動場次表	3-30
表 3-12 互動區主題及內容	3-31
表 3-13 農村再生成果回顧短片架構大綱	3-33
表 4-1 活力嘉年華活動分區規劃	4-2
表 4-2 寶島舞台節目表	4-3
表 4-3 市集廠商名單	4-6

表 4-4 空間規劃	4-9
表 4-5 集章關卡名稱及問題	4-11
表 4-6 成果聯展暨嘉年華會防疫措施說明	4-16
表 4-7 問卷調查分析一覽表-活動訊息來源分析	4-18
表 4-8 問卷調查分析一覽表-觀展動機分析	4-19
表 5-1 線上宣傳- FB 社群貼文一覽表	5-2
表 5-2 線下宣傳-系列活動海報	5-5
表 5-3 展前宣傳懶人包影片腳本分鏡圖	5-5
表 5-4 展覽中線上及線下宣傳一覽表	5-6
表 5-5 展覽後媒體行銷宣傳	5-9
表 5-6 農村再生成果回顧短片主題及理念	5-15
表 5-7 農村再生成果回顧影片架構(3 分鐘)	5-15
表 5-8 網路直播主題及統計數據	5-17
表 5-9 開幕式議程表	5-19
表 5-10 活動成果紀錄片影片架構	5-28
表 7-1 預定工作進度表	7-1
表 8-1 整體活動量化效益	8-3

圖 次

圖 2-1 計畫整體作業流程圖	2-1
圖 2-2 99 年農村再生條例通過	2-2
圖 2-3 農村再生條例主要工作項目	2-3
圖 2-4 推動農村再生之農村永續發展願景	2-3
圖 2-5 本計畫整體目標及行動方案	2-5
圖 2-6 農村再生 10 週年 logo 設計	2-7
圖 2-7 農村再生成果聯展暨嘉年華會主視覺設計	2-8
圖 3-1 農村再生成果聯展事宜籌辦流程圖	3-1
圖 3-2 展覽分區說明	3-5
圖 3-3 整體空間配置規劃	3-6
圖 3-4 場內入口意象	3-7
圖 3-5 場外入口意象	3-8
圖 3-6 農好青攤位佈置	3-13
圖 3-7 農好藝攤位佈置	3-13
圖 3-8 農好企攤位佈置	3-13
圖 3-9 農好物攤位佈置	3-13
圖 3-10 農好政攤位佈置	3-13
圖 3-11 農好趣攤位佈置	3-13

圖 3-12 農好藝(工藝中心)攤位佈置	3-13
圖 3-13 臺北分局攤位佈置	3-13
圖 3-14 臺中分局攤位佈置	3-14
圖 3-15 南投分局攤位佈置	3-14
圖 3-16 臺南分局攤位佈置	3-14
圖 3-17 臺東分局攤位佈置	3-14
圖 3-18 花蓮分局攤位佈置	3-14
圖 3-19 中央地方協力攤位佈置	3-14
圖 3-20 宜蘭縣、基隆市、臺北市、新北市、桃園市地方政府攤位佈置	3-18
圖 3-21 新竹縣、新竹市、苗栗縣、臺中市攤位佈置	3-18
圖 3-22 彰化縣、南投縣、雲林縣、嘉義縣、嘉義市攤位佈置	3-18
圖 3-23 臺南市、高雄市、屏東縣攤位佈置	3-18
圖 3-24 花蓮縣、臺東縣攤位佈置	3-18
圖 3-25 澎湖縣、金門縣、連江縣攤位佈置	3-18
圖 3-26 手作木藝 DIY	3-18
圖 3-27 紙雕 DIY	3-18
圖 3-28 食通信雜誌	3-19
圖 3-29 產業跨域合作-食通信攤位佈置	3-19

圖 3-30 舞台區大型 LED 電視牆	3-20
圖 3-31 余宛如秘書長主題分享	3-21
圖 3-32 林盛豐監察委員主題分享	3-21
圖 3-33 唐鳳政委主題分享	3-22
圖 3-34 林副局長主題分享	3-22
圖 3-35 第二屆金牌農村啟動記者會	3-22
圖 3-36 農村好物頒獎典禮	3-23
圖 3-37 可樂旅遊王清宇副理主題分享	3-23
圖 3-38 遠見雜誌李建興總編輯主題分享	3-23
圖 3-39 水土保持成果發表會講座照片	3-25
圖 3-40 香艾工作坊老師講解	3-26
圖 3-41 民眾體驗艾草手作 DIY	3-26
圖 3-42 東岸部落產業促進發展協會老師講解	3-26
圖 3-43 民眾製作賽德克族傳統飾品	3-26
圖 3-44 蘭子工作室老師講解	3-26
圖 3-45 民眾體驗蘭草編織	3-26
圖 3-46 成果發表會農社企講座	3-26
圖 3-47 農社企講座	3-26
圖 3-48 頂溪貓咪の書屋佈景	3-30

圖 3-49 農村選片影音區可提供民眾觀賞及休憩使用	3-30
圖 3-50 太和茶莊園布旗互動區	3-32
圖 3-51 藝術家現場創作	3-32
圖 3-52 民眾於打卡牆拍照	3-32
圖 3-53 農村攝影美照互動區	3-32
圖 3-54 一句話挺農村互動區	3-32
圖 3-55 民眾於小卡上留下祝福的話	3-32
圖 3-56 農村美景拍貼區	3-32
圖 3-57 民眾體驗即時拍貼互動	3-32
圖 3-58 農村再生成果回顧短片片段	3-34
圖 3-59 系列活動宣傳海報設計	3-35
圖 3-60 成果聯展活動摺頁	3-36
圖 3-61 10 週年 logo 貼紙	3-36
圖 3-62 活動指引立牌設計	3-37
圖 4-1 嘉年華籌辦流程圖	4-1
圖 4-2 嘉年華視覺設計	4-3
圖 4-3 舞台活動背板設計	4-4
圖 4-4 陀螺表演-淡溝社區	4-4
圖 4-5 造型氣球-氣球米妮	4-4

圖 4-6 現場演唱-入圍金曲製作人 廖誌汶.....	4-4
圖 4-7 吉他彈唱-布朗尼.....	4-4
圖 4-8 氣球魔術秀-氣旅人生 Mr.香蕉	4-5
圖 4-9 參展廠商特賣發表	4-5
圖 4-10 打擊樂-巴奇先生.....	4-5
圖 4-11 互動遊戲-農村大賓果.....	4-5
圖 4-12 市集攤位擺設	4-7
圖 4-13 市集門楣及桌邊介紹板設計	4-8
圖 4-14 嘉年華平面配置圖	4-9
圖 4-15 活動時刻表及即時活動立牌設計.....	4-10
圖 4-16 玩農村集幸福電子集章畫面	4-11
圖 4-17 民眾實際參與集章活動(紙本集章/電子集章).....	4-12
圖 4-18 滿額贈送農遊券活動宣導	4-12
圖 4-19 群聚活動安全措施規劃	4-13
圖 4-20 緊急應變疏散路線.....	4-13
圖 4-21 參展廠商特賣發表-陽光鵝鵝牧場移至 3 號倉庫	4-14
圖 4-22 吉他彈唱-布朗尼移置場內舞台區.....	4-14
圖 4-23 造型氣球-氣球米妮移置場內書屋.....	4-14
圖 4-24 防疫服務台	4-16

圖 4-25 展場內所設置之電子回饋問卷立板	4-17
圖 4-26 滿意度調查問卷(紙本問卷/電子問卷)	4-20
圖 4-27 活動提袋設計	4-21
圖 4-28 10 週年紀念 L 夾設計正反面設計-第一款(正反面)	4-21
圖 4-29 10 週年紀念 L 夾設計正反面設計-第二款(正反面)	4-22
圖 5-1 「活動緣起」網站頁面	5-11
圖 5-2 「展場配置圖及節目表」網站頁面	5-11
圖 5-3 「農村再生成果聯展」網站頁面	5-12
圖 5-4 「農村再生嘉年華會」網站頁面	5-13
圖 5-5 「團體觀展/DIY 預約報名」網站頁面	5-13
圖 5-6 「系列活動」網站頁面	5-14
圖 5-7 「下載專區」網站頁面	5-14
圖 5-8 農村再生相關人物祝福短片	5-16
圖 5-9 影片集結超過 300 位之人物頭像形成臺灣地圖	5-16
圖 5-10 「因為有你 農村再生」成果回顧影片片段	5-20
圖 5-11 開場表演-鼓動農村	5-21
圖 5-12 長官貴賓為成果聯展暨嘉年華會揭開序幕	5-21
圖 5-13 與會貴賓大合照	5-22
圖 5-14 開幕式活動貴賓禮品	5-22

圖 5-15 開幕式活動邀請卡正反面設計	5-23
圖 5-16 電子邀請卡設計	5-24
圖 5-17 活動識別證設計	5-25
圖 5-18 電視媒體報導	5-26
圖 5-19 電視新聞跑馬燈	5-26
圖 5-20 網路新聞媒體露出	5-26
圖 5-21 農委會副主委蒞臨致詞	5-27
圖 5-22 長官貴賓為成果聯展揭開序幕	5-27
圖 5-23 開幕式現場座無虛席	5-27
圖 5-24 會後媒體聯訪	5-27
圖 5-25 活動成果紀錄影片片段	5-28
圖 5-26 幸福青村歌詞	5-29
圖 5-27 廖誌汶製作人於嘉年華活動現場演唱	5-30
圖 5-28 番茄姐姐現場分享「躲貓貓」電子繪本	5-30
圖 6-1 「農村再生 10 載幸福」APP 畫面	6-1
圖 6-2 智慧語音導覽功能	6-2
圖 6-3 觀展懶人包影片貼文	6-3
圖 6-4 團體觀展導覽報名表	6-4
圖 6-5 民眾實際參與展場導覽服務	6-4

圖 6-6AI 人流攝影機架設位置.....	6-5
圖 6-7AI 人流及熱點數據分析結果.....	6-5
圖 8-1 一年一會一年一展各期構想.....	8-7
圖 8-2 農村永續發展會展預期效益.....	8-8



第一章 計畫概述

第一節 計畫緣起及目的

行政院農業委員會水土保持局(以下簡稱水保局)於 99 年「農村再生條例」通過後，致力於促進農業產業發展，美化農村景觀，維護農村生態與產業文化，提升農村居住與人文品質，活絡在地經濟活動，打造「活力、健康、幸福」的希望農村。

109 年 8 月農村再生條例施行屆滿 10 年，為充分展現出政府部門推動農村再生這 10 年所做之努力，藉由辦理農村再生成果聯展及嘉年華，廣邀民眾共襄盛舉，並針對農村社區產業輔導業者、農村好物及水土保持教育推廣等設置展售攤位，並規劃具農村再生社區之體驗活動，讓民眾了解多樣化的農村社區，透過活動及媒體行銷宣導特色農村，增加農村旅遊人潮，提高民眾對在地農村之興趣，進而帶動消費，期能讓民眾更清楚瞭解農村再生，感受到農村的蛻變，並能達到政策宣導之實。

第二節 工作範圍及項目

一、整合行銷推廣

農村再生於 109 年 8 月，推動滿 10 年，為讓相關民眾能夠瞭解農村再生執行成效，於該月份將整合水保局、各分局及地方政府農村再生相關活動，並予以整合行銷推廣，增加媒體曝光度，且讓民眾深刻感受到農村再生的力與美，期能藉由相關宣導，讓民眾期盼更加深入了解農村再生，提高民眾參與農村再生成果聯展與嘉年華會。

二、辦理農村再生成果聯展

- (一)農村再生成果策展 3 日。邀集水保局、各分局或地方政府辦理農村再生成果展示。
- (二)剪輯農村再生成果回顧短片(由機關做最終決定)，需搭配配樂或旁白，並於現場輪播，且可供一般個人電腦、行動載具(如手機、平板等)閱覽。
- (三)得標廠商應負責投保公共意外責任險（另須含醫療險）、場地租借(如松菸或等同等級場地)、場地佈置(包含報到區，休息區、大型布幕設置、各看板設置)、現場拍照攝影紀錄、現場接待所需之人力等作業。
- (四)設計並製作策展主視覺設計、海報底板、簡報底板、主題看板或入口看板等至少 1 款(須經水保局同意)。

三、農村再生嘉年華會

- (一)農村再生嘉年華連續舉辦至少 2 天。將結合農村好物、農

村社區特色產業或水土保持教育等展售，另規劃農村體驗活動或表演活動等，得標廠商須配合水保局要求，整合相關系列活動。

(二)配合本活動目標，規劃 2 天舞台活動流程，邀請農村社區、學校或音樂藝文團體等表演活動。

(三)得標廠商應負責舞台活動主持人、所需軟硬體設施(如舞台、燈光、音響、背板等)及保管之責，設計並製作嘉年華主視覺設計、舞台背板、海報底板、主題看板或入口看板等至少 1 款(須經水保局同意，並得視情形與需求，由水保局評估是否得與成果發展聯展同一系列或一致)。另應規劃貴賓及觀眾座席區設置，並提供座椅。

(四)展售攤至少 20 攤，其中「業者攤位區」邀請農村好物獲選業者、農村社區企業輔導計畫受輔導業者、分局輔導之社區業者於現場設置攤位，「推廣及產品展示區」應依各種方式呈現農村好物、農村社區企業政策、水土保持或土石流防災之形象，得標廠商應負責投保公共意外責任險（另須含醫療險）、場地租借(如松菸或等同等級場地)、場地佈置、攤位設計及相關施工費用。於活動期間為促進展售攤位銷售情形，得視需求規劃設置相關設施等免費提供民眾使用，以提升買氣，如有相關設施租借應依「充氣式遊樂設施及非固定式機械遊樂設施安全管理規範」辦理。廠商應於服務建議書中說明相關規劃。

(五)與農村社區體驗活動結合，至少規劃 3 場體驗活動(含親子

活動體驗)，得採預約制提供參與民眾免費體驗，體驗活動攤位應與農村社區活動、農產業或水土保持等相關。

(六)得標廠商須負擔場地租金(如松菸或等同等級場地)、投保公共意外責任險(另須含醫療險及附加食物中毒保險)、停車費(主辦單位、貴賓等)、場區整潔維護、垃圾清理、水電、網路通訊等之配置及衍生費用(含油料及維修人員)等，整體活動所需空間規劃、場域佈置(如互動 3D 地景彩繪區域或其他裝置藝術等)及執行，包括入口意象、舞台、歐式帳棚(含攤位牌示、照明設備、桌椅等)、表演團體休息區、媒體接待區、貴賓室、服務台、醫護站、滅火器或桌椅。如有必要時，水保局得要求設置電力設備、發電設備或流動廁所(含無障礙廁所、維護清掃、衛生紙)等，另現場應設置區域動線(含無障礙動線)或緊急疏散指引平面圖等。廠商應於服務建議書中說明相關規劃。

(七)活動特色紀念品製作：請廠商設計至少 3 種紀念品供機關挑選，共 1,000 份，由水保局於活動期間等發送。

(八)活動期間工作人員(含水保局同仁、主辦、協辦單位、來賓、警消或醫護等人員)之誤餐、茶水(數量視實際情形計算)。

(九)針對天候因素，請於服務建議書中敘明雨天(含颱風)應變之備案。

(十)針對本活動得視現場需求提出環境清潔維護計畫書或交通維持計畫書，並依計畫辦理環境清潔維護、交通宣導或加

派人力疏導等事宜，並由標廠商負擔其衍生費用。

(十一)活動安全維護及緊急應變計畫：提出本活動如遇緊急災害相關應變、疏散或救護措施，另應針對活動期間各工作同仁做活動前教育訓練。得標廠商須確保如因應本活動設置之各式臨時搭建物、構造物之安全性。

(十二)問卷設計與發放調查彙整並撰寫銷售統計分析報告

- 1.就本次活動規劃方式設計問卷，進行市場調查，問卷內容需由水保局同意，得以 google 表單或紙本形式發放訪問，並以各式活動或贈送禮物吸引填寫問卷並回收，有效問卷數應達 200 份，彙整並提出問卷結果。
- 2.與本次活動相關之成果歸納統計並應提出活動辦理問題及改進建議，如參與人次、各產品銷售統計、問卷彙整、業者銷售狀況觀察或行銷活動辦理後效益等。

四、行銷推廣

(一)活動網頁建置：得標廠商應規劃、設計、製作農村再生嘉年華活動頁面，內容包含活動緣起、各項活動(遊程)介紹、活動相關訊息、報名系統或票選活動等，並應與水保局官網及相關業務網頁(如農村好讚 FB 等)做網頁連結，履約期間須由專人負責經營管理，並須隨時配合活動內容需要更新維護運作。

(二)新媒體宣傳

- 1.剪輯 1 支本案 CF 廣告宣傳影片，長度至少 30 秒，需搭配配樂或旁白，可供一般個人電腦、行動載具(如手

- 機、平板等)閱覽，並上傳至 Youtube、Facebook、Line、Instagram 等平台之檔案，並得透過廣告宣傳等方式提高曝光率。
- 2.農村再生成果聯展及嘉年華活動前 2 個月，得標廠商於水保局規定之 FB 頁面，每週至少於上傳更新 1 則活動訊息進行議題操作、宣傳活動，粉絲頁觸及人次率總計達 20,000 次。
- 3.農村再生成果聯展及嘉年華活動前 2 週，在 2 家以上全國性有線電視台(如東森、年代、中天、TVBS、民視或三立等同等級電視台)播出活動宣傳(含新聞頻道)，不得少於 2 則。
- 4.農村再生嘉年華活動期間須配合水保局進行新聞發布，即時提供新聞照片或錄影畫面，並透過媒體公關或通路等，積極安排媒體報導前述相關活動。
- 5.得標廠商得另規劃提供其他創意宣傳計畫及其他可達本案宣傳目的之加值服務，以增活動宣傳效益。

(三)辦理宣傳記者會活動

- 1.會場佈置(含表演舞台、背板、背板架、面鋪地毯、音響等會場舞台所需設備)。
- 2.主持人、工作人員及其他相關活動等支出。
- 3.會場服務(含來賓報到、新聞稿、宣導 DM 及伴手禮等發送)。

4.記者新聞稿撰寫、印製。記者會流程規劃、記者邀請、特效設計、現場茶點、活動伴手禮等(實際數量依機關需求而定)。

5.平面或電子媒體至少 10 則露出。

(四)活動期間，得視活動需求每日至少網路直播一次，並於 Facebook 或 YOUTUBE 等頻道轉播。

(五)將農村再生成果聯展及嘉年華活動剪輯一式至少 15 分鐘紀錄片。

(六)活動文宣製作:包含製作、寄送農村再生成果聯展及嘉年華、記者會之相關文宣或活動海報、記者會邀請卡(含信封)、活動邀請卡(含信封)、活動相關指示牌、標示牌或工作人員證與貴賓證(須附識別證帶及塑膠保護套)。製作數量依實際需求調整。

(七)廠商需配合本案相關活動派員採訪及新聞稿之撰寫發佈。

(八)創意行銷宣傳:請廠商於服務建議書內提出創意行銷方案，該方案須能創造行銷宣傳話題，如部落客、網紅宣傳等宣傳方式，經水保局同意後至少執行 1 項。

第三節 執行進度自我檢核

本計畫完成工作項目及工作期程執行成果說明如下表：

表 1-1 整體行銷時程表

契約工作項目	工項內容	內容說明	完成度	執行狀況	參照附表、章節說明
1.整合行銷推廣	整合行銷推廣	整合水保局、各分局及地方政府農村再生相關活動，予以整合行銷推廣	100%	本計畫已盤點並彙整水保局、各分局及地方政府農村再生相關活動，並製作為系列活動海報，發送至各農村再生社區，進行整合行銷推廣。	請參閱第五章第一節至第三節、第六節、附錄四、附錄五
2.辦理農村再生成果聯展	農村再生成果策展3日	邀集水保局、各分局或地方政府辦理農村再生成果展示	100%	已於9/25(五)~9/27(日)於台北松山文創園區2、3號倉庫辦理完成。	請參閱第三章
	剪輯農村再生成果回顧短片	需搭配配樂或旁白，並於現場輪播，且可供一般個人電腦、行動載具(如手機、平板等)閱覽。	100%	已完成一式10分鐘「農村再生 因為有你」成果回顧短片。	請參閱第三章第三節
3.農村再生嘉年華會	農村再生嘉年華連續舉辦至少2天	結合農村好物、農村社區特色產業或水土保持教育等展售，另規劃農村體驗活動或表演活動等	100%	已於9/26(六)~9/27(日)於台北松山文創園區文創大街辦理完成。	請參閱第四章
	展售攤至少20攤	設置「業者攤位區」及「推廣及產品展示區」	100%	嘉年華會共22組好物市集攤位，2組大會冷(凍)藏區，大會服務處2組、表演團體休息區1組與水保推廣攤位1組。	請參閱第四章第一節
	至少規劃3場體驗活動	與農村社區體驗活動結合，得採預約制提供參與民眾免費體驗	100%	已於9/25(五)~9/27(日)下午時段辦理完成3場次農村手作體驗活動-「香艾工作坊」、「東岸部落產業促進發展協會」、「藺子工作室」，提供一場免費體驗場次及兩場收費場次，並提供民眾預約參與。	請參閱第三章第二節
	活動特色紀念品製作，共1,000份	由水保局於活動期間發送	100%	已設計製作完成2,000份之提袋，配合農村社區之金碳米，作為贈送參展貴賓之紀念品。而為擴大農村再生10週年宣傳效益，也完成二款共1,000份之10週年紀念L夾設計及印製。	請參閱第四章第八節
	問卷設計與發放調查彙整並撰寫銷售統計分析報告	有效問卷數應達200份，彙整並提出問卷結果	100%	已完成問卷設計及發放調查分析，有效問卷數達1,100份。	請參閱第四章第七節

契約工作項目	工項內容	內容說明	完成度	執行狀況	參照附表、章節說明
4.行銷推廣	活動網頁建置	規劃、設計、製作農村再生嘉年華活動頁面	100%	已建置完成一式活動網頁，並依續配合更新活動資訊。	請參閱第五章第二節
	剪輯 1 支本案 CF 廣告宣傳影片，長度至少 30 秒	需搭配配樂或旁白，可供一般個人電腦、行動載具(如手機、平板等)閱覽，並上傳至 Youtube、Facebook、Line、Instagram 等平台之檔案	100%	已完成一式 3 分鐘「農村再生因為有你」成果回顧短片，並於開幕式進行播放。	請參閱第五章第三節
	FB 活動訊息更新	每週至少於上傳更新 1 則活動訊息	100%	本計畫於活動前已上傳 8 則貼文，進行行銷推廣。	請參閱第五章第一節
	電視台活動宣傳	在 2 家以上全國性有線電視台播出活動宣傳(含新聞頻道)，不得少於 2 則	100%	相關活動訊息已於民視、台視新聞進行露出；中天新聞跑馬燈露出 1 式。	請參閱第五章第一節、附錄五
	辦理宣傳記者會活動	宣傳記者會活動 1 式，平面或電子媒體至少 10 則露出	100%	於工作會議決議，宣傳記者會調整為開幕式活動，並已於 9/25(五)完成辦理，共計有 40 則網路新聞媒體露出(包含三立、TVBS、聯合、中時、yahoo 等)。	請參閱第五章第四節
	網路直播	視活動需求每日至少網路直播一次，並於 Facebook 或 YOUTUBE 等頻道轉播	100%	於 9/25(五)、9/27(日)活動期間，共完成 4 場次網路直播。	請參閱第五章第三節
	活動成果紀錄片	將農村再生成果聯展及嘉年華活動剪輯一式至少 15 分鐘紀錄片	100%	已於活動辦理期間進行影片、相片拍攝紀錄，並於活動後蒐集整理影片、相片素材，剪輯為約 15 分鐘之成果紀錄片乙式。	請參閱第五章第五節
	活動文宣製作	相關文宣或活動海報、記者會邀請卡(含信封)、活動邀請卡(含信封)、活動相關指示牌、標示牌或工作人員證與貴賓證	100%	已完成活動邀請卡、系列活動海報、相關展場設計物、指引牌、工作證、貴賓證之設計。	請參閱第三章第四節
	創意行銷宣傳	創意行銷宣傳至少執行 1 式	100%	已完成番茄姐姐說故事、及邀請金曲製作人廖誌汶打造活動專屬歌曲，2 式創意行銷宣傳	請參閱第六章第六節



第二章 整體規劃

第一節 計畫作業流程規劃

本計畫依據工作項目進行專案管理，訂出本計畫執行流程，深入討論並做好最適工作分配並據以實施；依據工作項目分為辦理農村再生成果聯展、辦理農村再生嘉年華會、行銷推廣等三大項目，於執行期間積極與委託單位溝通協調，循序完成每一階段之工作項目，確保專案執行與管理品質，使計畫成果盡善盡美。

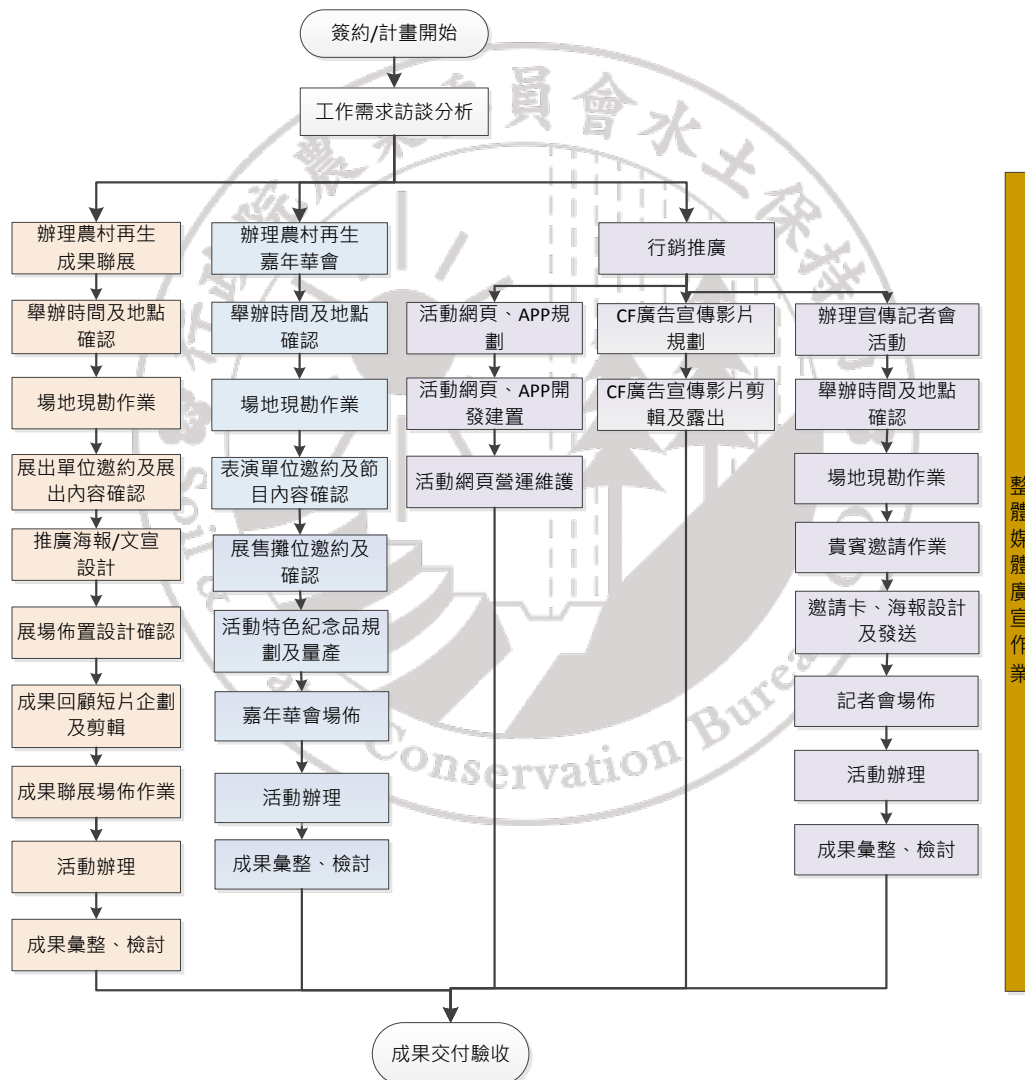


圖 2-1 計畫整體作業流程圖

第二節 農村再生條例發展歷程

臺灣 60、70 年代因都市化風潮及工商蓬勃發展趨勢下，人口大量往都市集中，造成農村人口外移嚴重、發展相對落後，政府鑒於臺灣農村長期缺乏有計畫及系統性來協助整體發展，乃制定「農村再生條例」，於 99 年 8 月 4 日公布施行，希望以有秩序、有計畫地推動農村活化再生，打造「活力、健康、幸福」的希望農村。



圖 2-2 99 年農村再生條例通過

農村再生條例自 99 年公布施行以來，今年度邁向第 10 年，10 年來政府部門各單位皆齊力透過各相關工作項目，協助農村社區自主發展及蛻變，並累積許多亮眼成果，本計畫透過辦理農村再生成果聯展及嘉年華活動，將這 10 年所累積之風華及蛻變成果，展現於民眾面前，並讓更多民眾認識農村再生計畫及臺灣在地農村社區。



圖 2-3 農村再生條例主要工作項目



圖 2-4 推動農村再生之農村永續發展願景

第三節 活動參與對象

為展現政府部會推動農村再生之成果，本計畫辦理農村再生成果聯展、農村再生嘉年華會等推廣活動廣邀民眾參與，本計畫將整體活動主軸定位為「**農村再生 10 載幸福**」，希望透過本計畫之策展及行銷推廣，帶民眾一同認識臺灣農村，將農村再生之理念向下推廣，讓更多年輕族群瞭解臺灣農村、走進農村、為臺灣農村注入新活力。。

透過本次活動問卷調查分析得知，參觀農村再生成果聯展嘉年華會之民眾年齡層，以 30~49 歲為主，占總比例的 39%；其次為 19-29 歲，佔 29%；職業身分別則以上班族佔比最多 (51%)，其次為學生(14%)族群。



第四節 整體行銷策略

本計畫依各工項內容及推廣活動，分為「農再成果 智慧策展」、「活力農村 深度體驗」和「創意設計 虛實行銷」三個面向，結合多媒體影片、KOL、智慧互動遊戲置入，提升分享與宣傳力，連結科技、行銷及設計，讓民眾了解多樣化的農村社區，提高民眾對在地農村之興趣。

計畫願景	策略	行動方案	
促進農村永續發展 點亮農村再生成果	1.農再成果・智慧策展 辦理農村再生成果聯展	1.1農村再生成果策展 3日 1.2剪輯農村再生成果回顧短片 1式 1.3策展主視覺設計、海報底板、簡報底板、主題看板、入口看板等至少 1款 1.4觀展介紹懶人包、智能語音導覽(創意回饋)	智慧互動
	2.活力農村・深度體驗 農村再生嘉年華會	2.1農村再生嘉年華會連續舉辦至少 2天 2.2邀請農村社區、學校或之音樂藝文團體等表演活動，規劃 2天舞台活動 流程 2.3展售攤至少 20攤 (業者攤位區、推廣及產品展示區) 2.4與農村社區體驗活動結合，至少規劃 3場 體驗活動 2.5解任務集章活動、KOL(創意回饋)	網紅銷售
	3.創意設計・虛實行銷 活動特色紀念品製作及 虛實整合行銷推廣	3.1活動特色紀念品：至少3種供挑選，共 1,000份 3.2活動網頁建置 1式 3.3活動問卷設計及統計分析 1式 3.4CF廣告宣傳影片 1支 (至少30秒) 3.5活動前2個月，於FB粉絲頁進行活動宣傳(每週至少 1則 ；觸及率總計達 3,000次 ；活動前2週於2家以上有線電視台播出活動宣傳，不得少於 2則) 3.6辦理宣傳記者會活動 1式 3.7活動期間， 每日擇一時段 網路直播 3.8活動剪輯成紀錄片 1式 (15分鐘)	媒體曝光效益

圖 2-5 本計畫整體目標及行動方案

一、整體行銷時程

為加強虛實行銷和提升活動能見度，本計畫結合計畫內其他創意作為進行行銷推廣。線上部分，整合自有媒體「農村再生 10 載幸福」主題網站、活動 APP、「農村好讚」、「水土保持局-永續水土保持」Facebook 粉絲專頁，並透過社群行銷、KOL 行銷、多媒體影音等多元行銷推廣方式，擴散社群影響力，整體行銷時程執行如下。

表 2-1 整體行銷時程表

行銷廣宣排程		5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月
線 上	1.粉絲團社群行銷		系列活動盤點		FB 貼文及 社群活動一式	FB 貼文/ 網路直播/	成果紀錄影片
	2.網路/社群媒體		相關單位網站 banner 資訊蒐集		● FB 貼文廣告 ● 觀展懶人包 FB 露出 ● 相關單位網站 banner 交換		
	3.主題網站	雛型規劃、確認		測試	● 上線 ● 定期更新		
	4.網站 SEM				● 站內外連結 ● 關鍵詞優化操作		
	5.農村再生 10 載幸福 APP		功能開發建置/測試			● 上線 ● 展區智慧導覽	
線 下	1.實體活動推廣				團體預約服務	● 開幕式 ● 成果聯展 ● 嘉年華會	
	2.KOL 行銷					● 線上直播影片 ● 姐姐說故事	
	3.虛實整合打卡					嘉年華集章闖關趣	
	4.新媒體宣傳					● 活動新聞稿 ● 全國性有線電視新聞	平面或電子媒體 露出

線下部分包含開幕式、成果聯展、嘉年華等實體活動推廣。透過主題網站及社群媒體廣告投放操作，及 KOL 行銷活動，以虛實整合方式，結合線上線下之自有媒體及付費媒體，創造活動話題性，強化本計畫之宣傳效益。

二、logo、展覽主題 slogan、主視覺設計

本計畫以「農村再生 10 載幸福」為核心主軸，並依循水保 60 週年 CI 風格，設計農村再生 10 週年 logo，並據以發展系列性活動規劃及視覺，傳遞本計畫推廣農村再生執行成果，輔以行銷活動為內容主軸，強化本計畫之記憶強度。

農村再生 10 週年 logo 設計理念：

融合水保 60 週年 CI 風格，用色活潑且具慶典之美，並融合農村三生意象，以弧型色塊象徵孕育豐富生命之農村大地、隨風飛揚之蝴蝶與圓點種子，象徵農村生生不息的美好生態及永續發展過程，傳達出農村再生 10 年來的精彩成果。



圖 2-6 農村再生 10 週年 logo 設計

本次展覽主題 Slogan：農村再生 10 載幸福

Slogan 理念：呈現農村再生政策推動後，在各領域專家、農村在地人才等多方共同努力這 10 年來，創造有別以往的農村特色新價值，也讓人更期待未來幸福農村的發展。

主視覺設計共提出四款，經工作會議討論決議，以下列視覺做為本次活動視覺，並以此進行相關設計物之延伸設計，如活動海報、摺頁、集章卡等。

主視覺設計理念：

以農村再生五大面向「青年共創」、「產業發展」、「農村體驗」、「文化傳承」、「區域亮點」為主軸。融合使用活潑且時下流行的扁平化插畫與人物呈現作為設計元素，象徵農村的多元化與蓬勃發展，讓深耕這一塊土地的人們都「10 載幸福」，並呈現歡樂嘉年華的青春氣息，展現農村新意象之氛圍。



圖 2-7 農村再生成果聯展暨嘉年華會主視覺設計

第三章 辦理農村再生成果聯展

本展以「農村再生 10 載幸福」作為展覽主軸，完成辦理 3 天之成果聯展活動，展出內容包含農村再生「青年共創」、「產業發展」、「農村體驗」、「文化傳承」、「區域亮點」五大面向，同時透過推廣行銷方式、提升人氣活動熱場。

本計畫整合中央及地方政府於執行農村再生之成果，進行為期 3 天之成果聯展，透過 AI 人流分析結果顯示，本次活動共計有 6,559 人次進場觀展。本計畫亦整合農村再生系列活動聯合辦理，並結合社群平台直播，合計辦理 4 場次直播，共超過 2.4K 人次線上觀展。以下為成果聯展執行流程圖與相關執行細節說明。

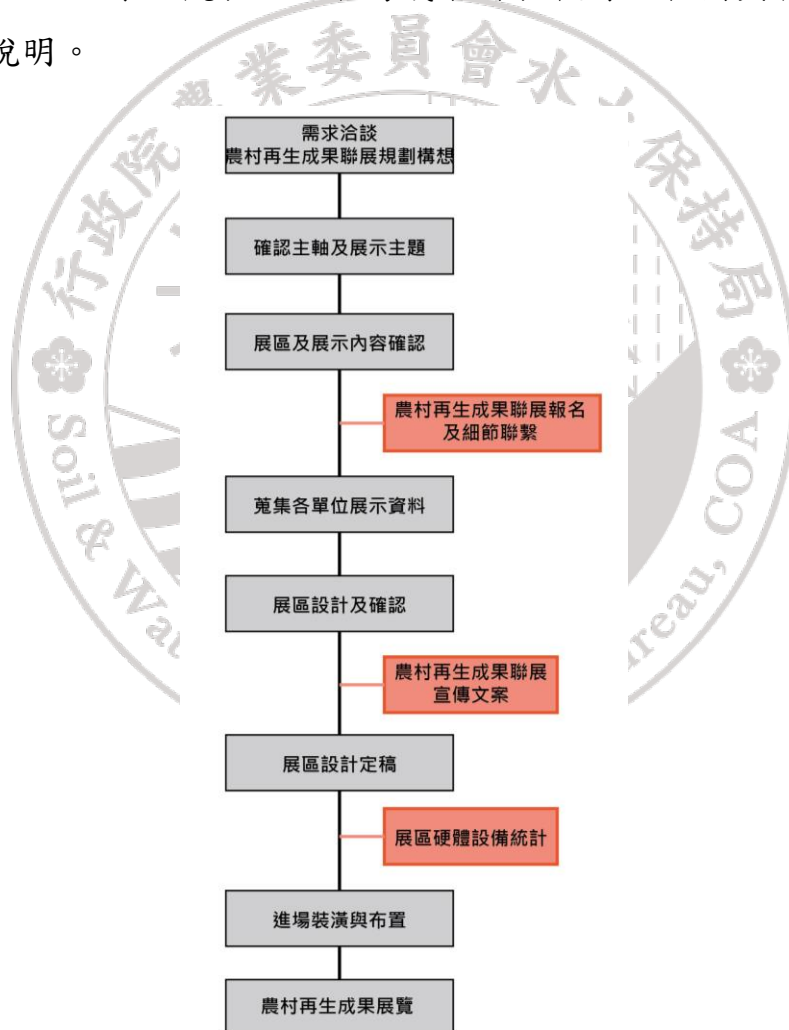


圖 3-1 農村再生成果聯展事宜籌辦流程圖

第一節 成果聯展整體規劃

本展展示農村再生重點成果內容，讓民眾瞭解過去十年臺灣農村在多方努力下所累積的美好及獨特魅力。

一、整體規劃構想

(一)整體主題包裝企劃

藉由展覽整體主題性及各系列性分區包裝企劃，完整呈現農村主軸意象及農村再生成果。

(二)水保局各分局及全臺地方政府展示區域

透過水保局各分局及全臺地方政府農村再生成果展示區，引導參觀者放慢腳步參觀展覽，深度認識與發現臺灣農村之美。

(三)動靜態展示內容

展示內容除靜態展示(解說展板、農村展示品)外，亦規劃互動設施、數位影片等，讓民眾可以透過互動、趣味、簡易的方式深入淺出瞭解農村再生成果。

二、展覽企劃

本計畫以「農村再生 10 載幸福」為整體展覽之主題定調，並以其為展區企劃，企劃內容分述如下：

(一) 展覽主題：農村再生 10 載幸福

(二) 目標對象：農村社區、青農、農產業經營者、年輕族群、親子家庭

(三) 展覽日期：109 年 9 月 25(五)~9 月 27 日(日) 3 天

(四) 展覽時間：每日上午 9：00~下午 18：00(9/26(六)提早於 8:00 開場)

(五) 展宣文案：

您記憶裡的臺灣農村，是什麼樣美麗的樣貌？

是大灶旁，阿公阿嬤掀開蒸籠，從蒸騰熱氣裡搬起一籠籠的紅龜粿。或是海風中，淌著汗水、將一籃籃蚵仔搬上鐵牛車。或是水田裡，踏著溫暖的泥土，種下一株株滿懷希望的秧苗。

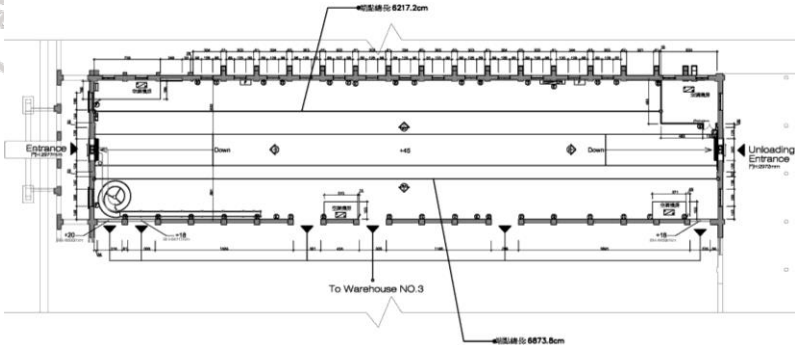
春耕、夏耘、秋收、冬藏，歷經十年醞釀，農村再生持續踏著堅定的腳步，奮力耕耘、踏實築夢。不僅傳承農村傳統精神與文化記憶，更用創新與創意，走出農村新價值。

邀請您走入展區，開啟感官、用心體驗，臺灣農村的活力與蛻變。

三、辦理場地

考量本次展覽內容為全臺灣各區之 10 年農村再生成果，為擁有良好之集客效果，經需求訪談會議確認，於松山文創園區 2 號及 3 號倉庫辦理。

表 3-1 展覽辦理場地

辦理場地	松山文創園區 2 號、3 號倉庫	
		
地址	臺北市信義區光復南路 133 號	
簡介	松山文創園區為臺灣重要的創意樞紐，更是國際性的文創聚落，民眾可在此平台參與藝術與原創，體驗無限創意。	
場館內部空間照片		
平面圖		

第二節 展覽分區構想

本展以「農村再生 10 載幸福」為主題，規劃設置共分為六大展區，分別為水保局成果區、舞台區、書屋、講座 DIY 區、縣市政府成果區及互動區，藉由多元展區規劃及趣味互動方式，提供民眾豐富體驗，傳遞農村再生推動 10 年成果，內容說明如下。



圖 3-2 展覽分區說明

一、展場配置

展場空間配置以松山文創園區場地進行規劃，共分為六大區域，包括水保局成果區、舞台區、書屋、講座 DIY 區、縣市政府成果區及互動區，採出口、入口各別設置之方式，展場整體規劃以「農村再生 10 載幸福」為策展概念，展場之空間規劃自入口處之農村意象營造，經由整體農村再生政策簡介、10 年發展歷程展示，並搭配農村再生各面向成果動靜態展示，循序漸進地讓觀展者深入了解農村再生推動理念、目標、階段成果及未來之持續發展之方向與內容，配置如下圖所示：

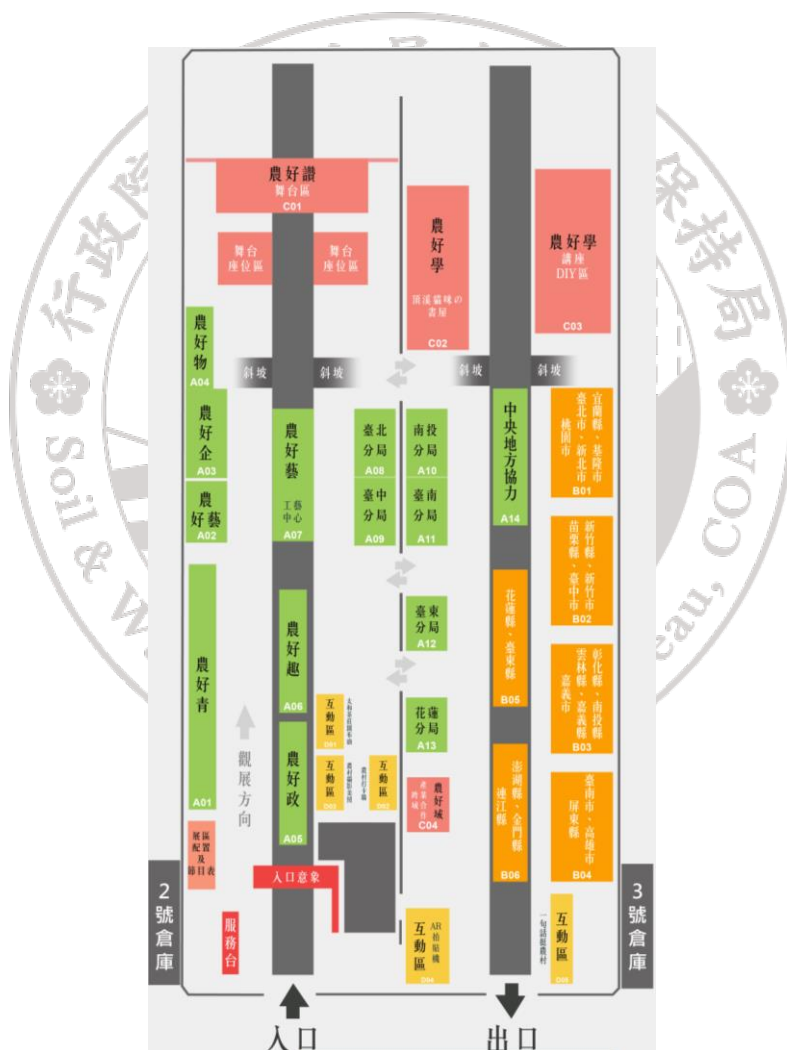


圖 3-3 整體空間配置規劃

二、場內外入口意象

場內入口意象以植生牆做為主意象，象徵農村源源不絕的活力，搭配部份 LED 牆面，代表農村再生之科技元素。前方再配合農村再生各面向之元素人物裁型立板，營造農村生活面貌。



圖 3-4 場內入口意象

場外入口意象則結合嘉義板頭社區馬賽克拼貼工藝，將社區馬賽克牛實際運送至活動會場，再搭配農村再生立體割字，進行場外入口意象營造，打造民眾拍照打卡之地點。



圖 3-5 場外入口意象

三、水保局成果區

水保局成果區依農村再生發展之各面向內容及工作會議討論，將本局成果劃分為 8 個區域進行展示，分別為農好青、農好藝、農好企、農好物、農好政、農好趣、農好藝(工藝中心)及中央地方協力，並邀請各分局共同展示農村再生推動成果。

表 3-2 本局成果展示主題及內容

攤位名稱	展覽主題	展覽內容介紹	負責單位
農好青	青村有氧運動	以青村有氧運動帶出青年洄游體系相關計畫，從大專生洄游農 stay 開始，到青年回鄉、留鄉的各種進入農村的方法，並展現青年歷年來在地方上努力的成果，以明亮、輕快的方式，帶出農村的活力以及青年的行動力。	農村組 培力科
農好藝	技藝藏村-臺灣農村常民文化技藝	臺灣農村蘊含豐富地區性、族群性、常民化的特有傳統技藝。與當時生活、生產息息相關。在早期經濟收入不佳的農村生活，卻是家家戶戶添補家用的副業。甚至因應大量需求，拓展成為地區集體性的工作，衍生具完整分工系統之區域型產業。隨時代變遷，傳統技藝因不符當代實用性，或因便利替代	農村文化 技藝庫

攤位名稱	展覽主題	展覽內容介紹	負責單位
		材料開發，在農村漸漸沒落，甚至悄悄消失。惟恐有文化佚失之虞，實有加以尋找、挖掘及保存之迫切需要，期望將收錄的傳統技藝、職人、工具、製作、成品，具以完整展示，呈現傳統技藝價值及其關鍵發展脈絡，以傳承農村特有文化技術及彰顯農村豐富人文歷史。	
農好企	農社企挺在地	展區選出歷年輔導的標竿案例，並分為社區協會轉型企業、企業協助產業活化與青年回鄉發展產業三大類型的案例介紹，透過輔導作法與轉變的成果讓民眾更能瞭解本計畫的輔導範疇與成效。	農村組 規劃科
農好物	農好物振經濟	展出歷屆選拔的優良產品介紹，產品陳列採用民眾生活可使用的好物產品為主軸發想，讓消費者可進一步理解展區的產品屬性與內容，將分為戶外休閒、節慶送禮、優閒午茶、家的味道與養生首選等各類生活產品。	
農好政	農村再生發展歷程	本區呈現農村再生條例自民國 99 年通過以來，10 年來的重要發展歷程事蹟，並彙整這 10 年來重要相關人物製作成臺灣意象圖，傳遞其於農村再生發展過程中所扮演的重要角色。	農村組 規劃科
農好趣	優遊農村	行政院農業委員會水土保持局推出『優遊農村』品牌，精選 45 條優質農村體驗路線，帶給民眾無可取代的優質農村體驗感受！活動類型多元且豐富，包括到北臺灣的茶鄉、客庄農村體驗茶農及客家生活；中臺灣品嚐紅棗、葡萄紅酒、香菇、茉莉花、香蕉、筴白筍、梅子等風味餐；南臺灣感受剪紙藝術、交趾陶工藝、茶席體驗、復古糖廊等文化藝術之旅；東臺灣探尋部落文化、金針花田秘境等山林輕旅行。讓您從南到北、從西到東用五感進行深度體驗，在玩樂中體驗臺灣農村豐富的物產、地景、人情、美食，並感受原民、客庄、閩南農漁村所交織出的人文風景。	農村組 培力科
農好藝 (工藝中心)	欸，我只是藝食興起！	美食與美景總是療癒心靈，而富有手感的文化工藝更是令人著迷，本次展示呈現臺灣北、中、南、東不同地區的手作工藝、飲食文化與旅行漫遊等元素讓觀展者能夠沈浸在農村創生所展現的活力中。 欸，我只是藝食興起，來場說走就走的旅行吧！	國立臺灣 工藝研究 發展中心
中央地方 協力	刺繡台灣	本展區以「刺繡台灣」為主要意象，透過臺灣島上各色的刺繡畫布，展現水保局與各地縣市政府攜手栽培農村再生的努力與成果！	農村組 再生科

表 3-3 各分局成果展示主題及內容

攤位名稱	展覽主題	展覽內容介紹	負責單位
臺北分局	金色山脈	農再十年北區農村成果點點成金，本次展覽將展區空間分為兩區，一側以時間軸方式，呈北區農村的黃金價值及亮點成果，包含：全國第一個的農村再生社區、通過國家環境教育獎農村社區型場域、金牌農村以及樂齡農村；另一側將短掛軸搭配情境桌面，以山脈和流域的意象延伸介紹新竹至宜蘭地區的黃金產業鏈特色資源。 整體空間分為四區，說明如下： (一) A 區，黃金產業介紹區 短掛軸搭配情境桌面，呈現北區黃金產業鏈特色內容，對應北區農村重點故事之縣市，個別露出新竹、桃園、新北與台北以及宜蘭等地區之黃金產業鏈資源。 1. 新竹縣 以愛玉、柿餅、柑橘、黑糖為代表產業，文案聚焦分享台灣特有產業與文化，以及帶動社福營運的柑橘和黑糖產業。 2. 桃園市 以觀音蓮荷葉、龍潭區的茶為代表產業，文案聚焦分享友善農作環境與桃園地區的產業特色。 3. 新北市與台北市 以跨域產業大文山茶產業為代表，文案聚焦分享跨域產業及農村青農的合作。 4. 宜蘭縣 以鐵牛車筆筒象徵農村遊程，搭配宜蘭縣代表農作，文案聚焦分享農再社區推動的休閒農業產業。 (二) B 區黃金產業農產展示區 以桌面陳列方式搭配高低落差象徵山脈意象，露出新竹至宜蘭等地區黃金產業農產亮點。 (三) C 區北區農村亮點故事回顧區 將以掛軸方式呈現時間軸故事，共為四段： 1. 黃金大地，幸福糧倉（2010）： 介紹全國第一個通過農村再生計畫的「新竹縣北埔鄉南埔社區」，分享南埔村居民如何突破水源缺乏的窘境，到修復清淤，逐步凝聚地方意識，積極打造友善生態農村，亦成為各處農村社區的典範，使「幸福南埔·黃金水鄉」的美名廣為眾知。 2. 悠活森呼吸，樂活初心（2012）： 介紹全國第一個通過環境教育認證的農村場域「桃園市龍潭區三和社區」，分享三和社區對於生態永續共存的理念，降低水泥搭建的營造景觀與燈光設備，讓環境更貼近自然，並透過青年返鄉投入里山實踐，亦透過青年志工交流，激發創新思維回饋在地。 3. 友善農村，共好生活(2018)：	臺北分局

攤位名稱	展覽主題	展覽內容介紹	負責單位
		介紹全國第一屆金牌農村金牌得獎社區「新北市三芝區共榮社區暨安康社區」，三芝共榮與安康社區過去受到環境汙染而遍佈廢耕地，在退休返鄉的林義峰老師帶動下，致力投入八連溪水源與生環境的回物，朝向里山倡議的目標發展，並透過分局輔導建置心療走廊、生產體驗區以及水梯田復育，建立生態生產地景，成為人與自然和諧共好共存的典範。 4.綠色樂齡，長樂笑開懷(2020)： 介紹水保局推動綠色樂齡的農村社區「宜蘭縣員山鄉內城社區」，內城社區為典型山邊農村社區，自 2005 年起發展「鐵牛力阿卡遊內城」的觀光產業，邀請農友與居民擔任導覽員發展深度導覽與遊程，使長者有生活重心和凝聚目標，同時運用閒置校舍進行空間活化，串聯社區與鄰近資源並深化銀髮照護服務，建立內城不老學校，辦理社福市集與染布工作坊，打造不老休閒產業。 (四) D 區主視覺 將本次展覽主視覺意象作為背板，以農再十年北區農村，點點成金、富饒黃金、綻放光芒等字句作為展望關鍵字。	
臺中分局	農村好里 森川里海	本分局轄區主要以大安溪流域為界，區隔為臺中、苗栗地區，於周邊農村社區積極推動農村再生軟硬體建設並導入里山倡議精神，打造在地區域亮點農村，本次展覽以大安溪流域海拔高至低之概念，將森、川、里、海之各農村場域，來向民眾介紹本分局推動農村再生之優良成果，展覽主要內容概述如下： 1. 苗栗大湖薑麻園地區友善水保及休閒產業 2. 苗栗大湖石門地區水環境體驗空間營造金質獎工程 3. 臺中豐原公老坪社區水資源維護 2020 年之 IPSI 精選案例 4. 苗栗三義鯉魚社區有機米產業及綠保田推動 5. 臺中霧峰五福社區守護黑翅鳶帶動農村友善生態產業鏈 6. 苗栗市八甲茶園茶產業復興、茶區空間環境營造 7. 苗栗通霄新埔社區山海農村交會帶之里海軸線 8. 山守現農村產業共同品牌以農村好里/禮之概念呈現，體現里山農村好產品。	臺中分局
南投分局	小童帶你農 菜呷，農菜 憩桃	1. 「農來呷」-吃喝玩了「吃優鮮」的概念，呈現彰投雲嘉四季特色產物透過慢食地圖呈現友善耕作區、傳統工藝、樟湖小花蔓哲藍植物藍染與大地餐桌飲食融合地方生活文化，傳遞中台灣在地好物的精緻與好味道。 2. 「農菜憩桃」-搭配里山的南豐社區，凸顯賽德克族原民農村景致、環境和營造蝴蝶王國生態的特色；一新社區，復育台灣白魚推動，綠保田標章友善耕種筴白筍、特色筴白筍餐點，傳達生產和體驗樂趣。 3. 現場擺設賽德克披肩與花仙子葡萄藤花園展示，供現場民眾拍照打卡，另製作「小童帶你農菜呷，農菜憩桃」小卡供現場索取，拿這小卡漫遊中台灣。	南投分局

攤位名稱	展覽主題	展覽內容介紹	負責單位
臺南分局	守護希望 幸福回家	臺南分局轄管南高屏澎金等五個行政區，在陪伴著農村推動再生的過程中，不僅攜手地方改善營造環境、發掘地方文化特色、保育瑰麗山水生態、升級臺灣糧倉產業，更陪伴受到風災重創的居民們走出傷痛…滿滿的苦辣酸甜，成為滋潤大地生命的養分。走入展區，清晨岸邊滿滿的漁獲、午時樹下徐徐山嵐、傍晚田間汗涔涔的笑顏，都是南臺灣充滿自信且幸福的風景！	臺南分局
臺東分局	萬物糧倉・ 大地慶典	「萬物糧倉」不僅僅是餵養人，也同時供養天地萬物一同共享糧倉；「大地慶典」以翻轉在地經濟的初心，試圖重申地方慶典與農村日常的互補。 透過臺東大地、人文與自然的結合，指出地方生活的內涵，展現農村場域的美感，運用紅藜、香草意象裝置，以及大地慶典展示，搭配饗宴臺東及大地香草生活體驗，「萬物糧倉・大地慶典」不止豐富感官，也讓觀賞者駐足環顧四周時，可以一同身歷臺東農村之境，感受臺東帶來的怦然心動。	臺東分局
花蓮分局	回憶・拾光	蔚藍的天空，浩瀚的太平洋，壯闊的太魯閣峽谷構築了花蓮好山好水的形象，花蓮分局以「天空之城」的概念塑造了漂浮的花蓮淨土圖像，其中囊括了花蓮農村產業與文化的特色，並以奇幻童趣的手法呈現，本次展覽將以其作為主視覺，並用十塊拼圖懸吊的概念加以解構排列，成為具有高低遠近的立體畫，正面為視覺裝置藝術，而在圖版之間的空間可以讓人入拍照打卡，並從圖板的背面了解到這些圖案「背後的故事」—花蓮農村 10 年經典故事回顧，回歸到農村再生以人為核心出發點的特色。	花蓮分局



圖 3-6 農好青攤位佈置



圖 3-7 農好藝攤位佈置



圖 3-8 農好企攤位佈置



圖 3-9 農好物攤位佈置



圖 3-10 農好政攤位佈置



圖 3-11 農好趣攤位佈置



圖 3-12 農好藝(工藝中心)攤位佈置



圖 3-13 臺北分局攤位佈置



圖 3-14 臺中分局攤位佈置



圖 3-15 南投分局攤位佈置

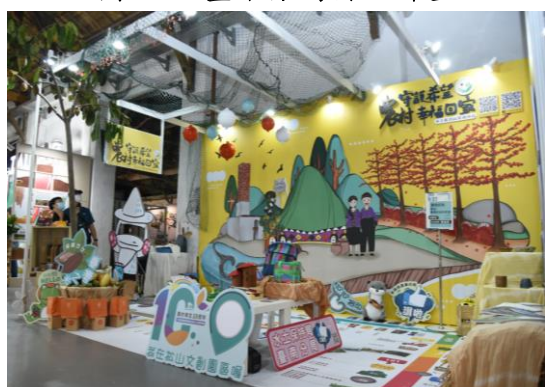


圖 3-16 臺南分局攤位佈置



圖 3-17 臺東分局攤位佈置



圖 3-18 花蓮分局攤位佈置



圖 3-19 中央地方協力攤位佈置

成果區除靜態說明背板外，各單位並規劃有 DIY 互動活動，並於展覽期間提供導覽解說服務，增加互動參與率。

表 3-4 各成果展區互動活動

項次	活動攤位	活動日期/時間	活動主題	活動內容
1	農好青	9/25-9/27	青村有氧拍照打卡換好禮	仿照場內青村有氧小隊之動作拍照，或與青村有氧小隊合照，上傳社群網站，並按讚「青村白皮書-洄游農村」粉絲頁，可兌換小禮物一份。
2	農好企、農好物	9/26~9/27	展區有獎徵答	透過展區問題尋找兌換每日限量的贈品與折價券。
3	農好藝 (工藝中心)	9/25-27 13:00-17:00	夜市人生主題展覽-珍珠奶茶柿汁刷染	購物袋刷染
4			(愛我，就別走吧)	藍染木質胸針
5			(寄一張地方風土)	藍染明信片
6			(雲的聯想)	藍染領巾
7	臺中分局	9/25-9/27	黑翅鳶娃娃機活動	將夾娃娃機遊戲形塑黑翅鳶爪子捕捉稻田害鼠的意象，讓參與民眾能了解本分局在臺中市霧峰區五福社區推動黑翅鳶保育以維護在地生態產業鏈之重要意涵。
8	臺東分局	9/25(五) 09:00~12:00	開幕儀式/記者會 迎賓導覽・饗宴臺東	—
9		9/25(五) 14:00~15:00	四季體驗・農遊促銷	—
10		9/25(五) 15:00~16:00	香遇臺東・大地香氣	—
11		9/26(六) 09:00~12:00	迎賓活動 山海饗宴・品味臺東	—
12		9/26(六) 14:00~15:00	藜厚臺東・伴手行銷	—
13		9/26(六) 15:00~16:00	香遇臺東・香草 DIY	—
14		9/27(日) 09:00~12:00	迎賓活動 山海饗宴・品味臺東	—
15		9/27(日) 14:00~15:00	藜厚臺東・伴手行銷	—
16		9/27(日) 15:00~16:00	相關行銷活動	—
17	花蓮分局	9/25	富興社區體驗	鳳梨產品試吃
18		9/26	豐山社區體驗	蜆殼 DIY
19		9/27	馬太鞍社區體驗	種子彩繪

四、地方政府成果區

地方政府成果區根據各縣市地理位置，將各縣市政府以分區聯合展攤的方式，分為 B01 到 B06 等六個攤位，並以生產、生活、生態及文化為主軸展現各區域內各縣市政府的農村再生成果，再搭配攤位活動展演、DIY 體驗，讓民眾能藉由地方政府成果區的展示，更加了解臺灣各區域不同的人文風情及地方特色。

表 3-5 地方政府分區展示主題及內容

攤位名稱	展覽主題	展覽內容介紹	負責單位
B01 宜蘭縣、基隆市、臺北市、新北市、桃園市	你農我農，海誓山盟	從各縣市的地理位置、農村特性、特色產業進行發想。採用山與海，將 5 縣市擁有的農村特性進行融合。	新北市
B02 新竹縣、新竹市、苗栗縣、臺中市	幸福農再，漫遊山海	經過 10 年的農村再生計畫的支持，使社區逐漸邁向幸福農村的願景，希望能夠透過本次展覽讓觀展遊客體會面山面海的農村社區所帶來的幸福、悠活感。	苗栗縣
B03 彰化縣、南投縣、雲林縣、嘉義縣、嘉義市	榕仔跤	以農村中最具人情味，感情聯繫最緊密之大樹下為主題，展現中臺灣在生活、生活、生態之各項成果。	彰化縣
B04 臺南市、高雄市、屏東縣	搖搖南台灣	農再十年，臺南、高雄、屏東三縣市，決定以深具地方風格與特色，具有農村再生計畫核心精神與價值的手搖店為代表，以「搖搖南台灣」來展現三縣市農再十年成果。	屏東縣
B05 花蓮縣、臺東縣	花東百納	農村再生載入了十年，豐厚了花東農村價值的底蘊，花東的農村就像「阿嬤拼布」，是農村職人們在山、在海之間，以一磚一瓦、一土一鏟拼縫起來的，縫入了彼此的情感溫度，也堆疊了農村的印記。	台東縣
B06 澎湖縣、金門縣、連江縣	農嶼海 嶼之心動。海那邊	以島嶼等高線呈現離島三縣的農漁村生活樣貌，海洋潮間帶島嶼展現在各位眼前與文字的呈現增加玄武岩特色形象，農海中也加入簡易山形筆畫。	澎湖縣

表 3-6 地方政府區互動活動

項次	活動攤位	活動日期/時間	活動主題	活動內容
1	B01 宜蘭縣、基隆市、臺北市、新北市、桃園市	9/25 13:00~14:00 9/26 10:00~11:00 9/27 10:00~11:00	來趣喫桃 x 松菸 (桃園市政府)	1.內柵社區-手作木藝 DIY(暫) 2.溪海社區-造型手工皂 DIY 3.社區小農農特產品試吃分享
2		9/25 15:00~16:00 9/26 13:00~14:00	社區/休區產業及文化推廣(基隆市政府)	1.農產繪本故事 2.手作礦車
3		9/26 15:00~16:00 9/27 13:00~14:00	社區產業行銷推廣(臺北市府)	1.花卉工藝 2.洛神+蜂蜜手作
4		9/25 10:00~11:00 9/26 14:00~15:00 9/27 14:00~15:00	手做 DIY 體驗(新北市政府)	1.琉璃手工皂 DIY 2.編織帶 DIY 體驗 3.魚菜共生系統 DIY
5		9/25 14:00~15:00 9/27 15:00~16:00	茶香體驗(宜蘭縣政府)	不同茶的聞香體驗
6	B02 新竹縣、新竹市、苗栗縣、臺中市	9/25 13:30~14:30 9/27 13:30~14:30	活動展演(苗栗縣政府)	1.手拉坯展演 2.蘭草編織展演
7		9/25 14:30~15:30 9/26 13:30~14:30 9/27 15:30~16:30	DIY 體驗(新竹縣政府)	1.柿染體驗 2.鹹鴨蛋製作體驗 3.種子陀螺製作體驗
8		9/26 14:30~15:30 9/27 10:30~11:30	AR 互動遊戲、紙雕 DIY(臺中市政府)	1.AR 讚出來 2.紙雕展演及 DIY 體驗
9	B03 彰化縣、南投縣、雲林縣、嘉義縣、嘉義市	9/25 (上午 1 場、下午 2 場)	茶席	品茶、接待、茶點
10		9/26 (上午 1 場、下午 2 場)	咖啡席	咖啡品嚐、接待、點心
11		9/27 (上午 1 場、下午 2 場)	茶席	品茶、接待、茶點
12		9/27 (下午 4 場)	有獎徵答	有獎徵答
13	B05 花蓮縣、臺東縣	9/25 09:00~12:00 9/26 09:00~12:00 9/27 09:00~12:00	互動活動	迎賓導覽送好禮
14		9/25 14:00~16:00 9/26 14:00~16:00 9/27 14:00~16:00	限定伴手禮	產業行銷活動
15	B06 澎湖縣、金門縣、連江縣	9/25(早上、下午各一場 1HR) 9/26 11:00~12:00 15:00~16:00 9/27 11:00~12:00	金門縣-體驗擲餅活動	擲餅骰子(大隻 50cm 高水獺娃娃、小隻鑰匙圈 13cm 高水獺娃娃、高粱酒小杯)
16		9/25	澎湖縣-體驗石滬疊砌(石滬模型)	體驗石滬疊砌(即獲宣導品乙份)



圖 3-20 宜蘭縣、基隆市、臺北市、新北市、桃園市地方政府攤位佈置



圖 3-21 新竹縣、新竹市、苗栗縣、臺中市攤位佈置



圖 3-22 彰化縣、南投縣、雲林縣、嘉義縣、嘉義市攤位佈置



圖 3-23 臺南市、高雄市、屏東縣攤位佈置



圖 3-24 花蓮縣、臺東縣攤位佈置



圖 3-25 澎湖縣、金門縣、連江縣攤位佈置



圖 3-26 手作木藝 DIY



圖 3-27 紙雕 DIY

五、產業跨域合作

此區展出結合各地農產及介紹雜誌之「食通信在台灣」為主題，食通信為一本可以吃的雜誌，連結「生產的人」與「吃的人」，是一本將情報與食材一起寄送給讀者的「附食材情報誌」。全台灣的食通信，共有中台灣食通信、雲林食通信、東台灣食通信、旅人食通信、琅嶠食通信等，希望透過本次展覽，推廣與台灣各地農產結合之雜誌文宣。



圖 3-28 食通信雜誌



圖 3-29 產業跨域合作-食通信攤位佈置

六、舞台區

舞台區作為開幕及展覽期間之主題演講舞台，除以本計畫主視覺融入背板設計佈置外，為提升演講及活動相關簡報、影片之播放品質，本計畫特採用**大型 LED 電視牆**，搭配麥克風及電腦等設備，力求播放品質達到一定水準。



圖 3-30 舞台區大型 LED 電視牆

為完整傳遞農村再生理念、精神並提高民眾參與度，本計畫於舞台區除規劃有定時主題演講活動，邀請近年於農村跨域產業、農村旅遊黃金軸線等具有亮點成果之相關專家進行分享，讓民眾進一步思考臺灣農村的未來，或造訪農村，深度認識與瞭解農村。另外，舞台區活動也結合水土保持成果發表會特邀演講、第二屆金牌農村啟動記者會及農村好物頒獎典禮等與農村再生相關之活動，進行聯合辦理，以擴大整體推廣效益。

表 3-7 展覽期間舞台區活動場次表

時間/日期	9/25(五)	09/26(六)	09/27(日)
9:00~12:00	10:30~11:30 開幕式	9:00~9:50 社會創新發展趨勢 唐鳳政委 9:50~10:10 農村再生的過去與蛻變 林長立副局長	10:30~11:30 農村好物頒獎典禮
13:30~14:30	建構農村創業生態系 余宛如 秘書長	14:00~15:00 第二屆金牌農村 啟動記者會	優遊農村好遊趣 可樂旅行社 王清宇副理
15:00~16:00	台灣邁向先進國家的 關鍵：優先建設農村 及二三線城市 林盛豐 監察委員	金牌農村分享 臺德交流分享	遇見臺灣真實的感動 遠見雜誌 李建興總編輯



圖 3-31 余宛如秘書長主題分享



圖 3-32 林盛豐監察委員主題分享



圖 3-33 唐鳳政委主題分享



圖 3-34 林副局長主題分享



圖 3-35 第二屆金牌農村啟動記者會



圖 3-36 農村好物頒獎典禮



圖 3-37 可樂旅遊王清字副理主題分享



圖 3-38 遠見雜誌李建興總編輯主題分享

七、講座 DIY 區

經需求訪談討論，為配合農村再生 10 週年相關活動及講座需求，本計畫於展場內規劃一處約可容納 40~50 人之講座空間。於 9 月 26 日(六)上午時段結合水土保持成果發表會，安排講座時間，三天下午時段則將該空間將作為 DIY 體驗區，提高報名參與 DIY 體驗之民眾進場觀展之效益。

表 3-8 講座 DIY 區活動場次表

時間	9/25(五)	9/26(六)	9/27(日)
10:10~10:50	—	水土保持成果發表會 (源天然農業有限公司、保證責任屏東縣優質農產品生產合作社、漁品軒有限公司、淘圃國際有限公司、百二歲國際開發有限公司)	—
11:00~11:50			
	香艾工作坊 艾草手作	東岸部落產業促進發展協會 賽德克傳統織布	蘭子工作室 蘭草編織
14:30~15:20	免費體驗場次(15 人)		
15:20~16:10	開放社區自主宣傳集客(30 人)		
16:10~17:00	開放社區自主宣傳集客(30 人)		

為使民眾更深入認識農村，本計畫共辦理 3 場次農村手作體驗活動，邀請「香艾工作坊」、「東岸部落產業促進發展協會」、「蘭子工作室」分別於 9/25(五)~9/27(日)下午時段各辦理一場免費體驗場次及兩場收費場次，並提供民眾預約參與。免費場次限額 15 名、收費場次限額 30 名，以透過充滿趣味的體驗，讓民眾認識農村社區之特色，進而將臺灣優質農村推廣發揚，

體驗如下說明。

表 3-9 DIY 體驗內容一覽表

DIY 單位	體驗項目	說明
香艾工作坊	艾草手作 薰香艾條/香包	香艾工作坊所在地是典型的客家聚落，由於土地較為貧瘠，早期以種植耐旱的茶葉為發展重心。但是，隨著時代，茶產業逐漸失去競爭力，社區居民便集思廣益，以「艾草」作為社區產業的主角。艾草所需的生長環境其實並不嚴苛，一年四季皆可採收，香艾工作坊的艾草最特別之處，便是在於是以「無毒、天然」的方式栽種。目前開發出各種艾草商品，包括艾草香、安枕包、艾草饅頭等等 DIY 手作活動！
東岸部落產業 促進發展協會	賽德克傳統織布飾品	織布是傳統賽德克女性必備的天職，不會織布就無法取得紋面與婚嫁資格。而善織的女人必須勤勞且才德兼備，死後才能通過彩虹橋與祖靈團聚。賽德克族的女性從小就跟著媽媽學習織布技術，除了做為準備將來出嫁時的嫁妝，也是完成賽德克族女性對家庭的責任。透過傳統織布體驗，從傳統工藝裡看見賽德克婦女對完美的堅持與世代傳承的精神與使命。
蘭子工作室	蘭草編織	蘭子團隊秉持著希望產業能永續發展的初衷，促成了蘭子的誕生。蘭子的作品乘載著編蘭人掌心的溫度，編織完成作品可當書籤使用，是超級療癒的辦公室小物。



圖 3-39 水土保持成果發表會講座照片



圖 3-40 香艾工作坊老師講解



圖 3-41 民眾體驗艾草手作 DIY



圖 3-42 東岸部落產業促進發展協會老師講解



圖 3-43 民眾製作賽德克族傳統飾品



圖 3-44 蘭子工作室老師講解



圖 3-45 民眾體驗蘭草編織



圖 3-46 成果發表會農社企講座



圖 3-47 農社企講座

八、書屋

書屋主題設計以農村再生具代表性的雲林虎尾-頂溪社區裝置藝術為主要視覺意象，將頂溪社區立體貓咪裝置藝術搬至現場擺放及社區特色景點以拍攝並後製輸出的方式，營造溫馨且熱鬧氛圍，並於現場擺放水保局及各分局提供之書籍約 350 本書籍，打造為頂溪貓咪の書屋；影音區則透過 80 吋大螢幕播放農村再生成果回顧短片及農村相關推廣影片約 20 部以上，作為民眾交流互動或提供觀展中途休憩之區域。

表 3-10 圖書成果盤點清單

所屬單位	類別	名稱
農村建設組	專刊	窳後有成新農村-窳陋空間改善案例
	專刊	同心・圓 農村的夢
	專刊	培根，把農村的小夢做大
	專刊	農村景農村情
	專刊	農村建設新浪潮
	專刊	Young!青村
	專刊	友善農村小指南
	專刊	40+個勇闖青村的故事
	專刊	染藝起手式 縫紉&藍染的初心相遇
	專刊	植粹 - 貼近自然的在地美學
	專刊	青村力-第六屆大專生洄游農村競賽全紀錄
	專刊	104 年多角化社區工藝扶植計畫成果專輯 (請提供最新或其他年度等)
	專刊	農村再生 99-104 年成果回顧
	雜誌	遠見：看見台灣向前的生命力
	雜誌	遠見：遇見台灣真實的感動
	圖書	農村建設新浪潮
	圖書	農村景 農村情
	型錄	2020 農村好物商品型錄
	專刊	新農力崛起 30 個農村再生故事
	電子書	深度農遊電子書
	電子書	設計翻轉電子書

所屬單位	類別	名稱
	電子書	創生行銷電子書
	專刊	農學共創
	專刊	水土保持季刊(春/夏/秋/冬季號)
	專刊	107 年水土保持局年報
	手冊	第九屆大專生洄游成果發表會手冊
臺北分局	圖書	泰雅・山・靈魂：南澳古道人文與自然生態
	圖書	來去鄉下遇見愛
	圖書	田夢 甜夢我們的成長故事
	圖書	從心愛上農村 (請問是否只有電子書?)
	圖書	蛻變樂章 再生大坪
	圖書(繪本)	謝謝你，茶小綠
臺中分局	圖書	未成年的大冠鷲
	圖書	黑翅鳶尋家記
	DM	公老坪 IPSI 成果 DM
	摺頁	2018 茶產業地圖摺頁
	型錄	山守現產品型錄
南投分局	圖書	102 年在福爾摩莎上的農村美學-窳陋空間改善成果圖輯
	專刊	農村四季遊
	專刊	里山推動成果專刊(一新/南豐)
	專刊	旅遊別冊
	雜誌	農菜四季刊物(春/夏/秋/冬季刊物)
	雜誌	TO' GO 泛遊情報
	雜誌	中台灣食通信 vol.3 黃豆
	雜誌	BiCYCLE CLUB
	圖書(繪本)	食農 一只碗 從山林到海洋
	圖書(繪本)	繪出農村文化新願景_阿爸的黑手指
	圖書(繪本)	繪出農村文化新願景_好事會發生
	圖書(繪本)	繪出農村文化新願景_阿哥討脯娘
	圖書(繪本)	繪出農村文化新願景_噶哈巫 Amo 來了！
	圖書(繪本)	來聽茶山村說故事
	圖書(繪本)	溪北叨位去～七彩甜椒 甜椒的故事
	圖書(繪本)	溪北叨位去～大戰海怪 王得錄的故事
	圖書(繪本)	溪北叨位去～阿保的碗 鳳梨的故事
	圖書(繪本)	溪北叨位去～遍地開花 洋桔梗的故事
	圖書(繪本)	躲貓貓～小小農村 生命再繽紛

所屬單位	類別	名稱
	圖書(繪本)	食譜
臺南分局	圖書	做農讀冊人
	圖書	農村好伴手 南臺灣農村特色伴手禮
	圖書	石灘地上建家園
	專刊	金牌巧克力-屏東可可新故鄉
	雜誌	TO GO 雜誌(2019 年 8 月份、9 月份、10 月份)
	雜誌	行遍天下雜誌_2 期(2018 年 6 月份、8 月份)
	雜誌	天下雜誌 (新農力崛起)
	雜誌	Where 旅遊味
	圖書(繪本)	讓伯勞鳥平平安安回家
	圖書(繪本)	躲貓貓
	型錄	農村好伴手
臺東分局	圖書	走一條藜家不遠的路
	圖書	萬物糧倉大地慶典
	圖書	炭頂夢想曲
	圖書	102 年在福爾摩莎上的農村美學-窳陋空間改善成果圖輯
	圖書	2012 農村再生-築夢軌跡
	專刊	青農的網路時代 電子商務・成就花東百萬青年夢
	專刊	101-102 成果彙總 台東地區農村再生結合產業發展 跨域合作示範計畫
花蓮分局	圖書	種下希望迎接洄瀾心未來 30 個農村再生社區
	圖書	103 年度花蓮地區農村素人生活圖文誌計畫《花蓮最美的風情-30 農村素人》
	圖書	洄瀾培根社區紀實
	專刊	馬錫山下的珍珠-拉索埃湧泉生態園區
	摺頁	愛在洄瀾看見蔚藍農村再生有你尚讚
	摺頁	光復馬太鞍吉利潭周邊環境改善三期工程

為增添活動豐富度及推廣農村相關圖書，本計於活動期間特定時段邀請東森幼幼台番茄姐姐、喜愛小朋友的鹹魚姐姐一同於書屋與大小朋友分享農村相關繪本。

表 3-11 姐姐說故事活動場次表

日期	9/26	9/27
時間	14:00~14:30	
名稱	番茄姐姐	鹹魚姐姐
繪本書名	躲貓貓	集集大山的寶藏
現場活動照片		

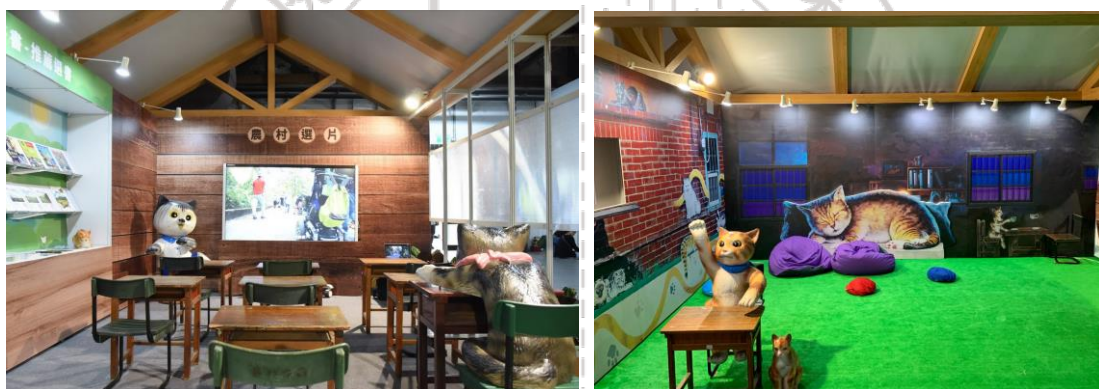


圖 3-48 頂溪貓咪の書屋佈景



圖 3-49 農村選片影音區可提供民眾觀賞及休憩使用

九、互動區

為提高展場互動性，除以靜態展出農村再生相關成果外，本計畫於展場內特規劃 5 處互動拍照區，包括結合農村再生社區特色及美照之拍照場景、以及邀請農村駐村藝術家至現場進行打卡牆之彩繪、邀請民眾於觀展後留下一句想對臺灣農村說的話，並且本計畫也回饋於展場內設置 4 台拍貼機，結合農村攝影比賽之美照，讓民眾於完成一句話挺農村之任務後，即可自由挑選一處場景進行拍照，並可即時印出照片，提供民眾即時有趣之觀展體驗。

表 3-12 互動區主題及內容

項次	互動區主題	互動內容
1	太和茶莊園布旗	本區結合嘉義梅山太和社區、瑞里社區之茶藝文化，於展場現場實景懸掛大型茶旗、架起茶桌、鋪上茶巾，擺上茶壺、茶杯與茶盤，營造文人雅士品茶之場景，也展現農村社區之茶藝精神。
2	農村打卡牆	本計畫特邀請農村駐村藝術家-王國仁至現場進行打卡牆之彩繪，現場創作「豐收農神」之彩繪，象徵農村再生滿滿豐收氣息與能量。
3	農村攝影美照	本區結合攝影比賽之美照及臺中東勢石城社區之竹工藝文化，於展場現場實景設置竹籃、米簍、魚簍、畚箕、竹編斗笠等，讓民眾於拍照留念的同時，也能認識竹工藝文化之歷史。
4	一句話挺農村	邀請民眾於觀展後於樹葉小卡留下一句想對臺灣農村說的話，並吊掛於農村再生大樹上，象徵農村再生這 10 年來的豐碩成果，並在各界的祝福下，將持續往下一個 10 年邁進。
5	農村美景拍貼區	本計畫回饋於展場內設置 4 台拍貼機，結合農村攝影比賽之美照，讓民眾於完成一句話挺農村之任務後，即可自由挑選一處場景進行拍照，並可即時印出照片，提供民眾即時有趣之觀展體驗。



圖 3-50 太和茶莊園布旗互動區

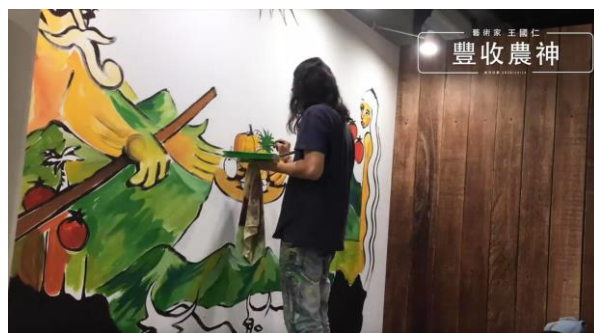


圖 3-51 藝術家現場創作



圖 3-52 民眾於打卡牆拍照



圖 3-53 農村攝影美照互動區



圖 3-54 一句話挺農村互動區



圖 3-55 民眾於小卡上留下祝福的話



圖 3-56 農村美景拍貼區



圖 3-57 民眾體驗即時拍貼互動

第三節 剪輯農村再生成果回顧短片

為宣傳農村再生執行之成果，本計畫製作一式 10 分鐘農村再生成果回顧短片，使用時間軸形式及量化效益，呈現農村再生演變，以新舊照片對比、居民陳述之手法呈現農村改變之成果。搭配文字說明及片段動態特效輔佐呈現，影片架構如下。

表 3-13 農村再生成果回顧短片架構大綱

單元	段落主題	說明	秒數
片頭	片頭	●以經設計之影片標題及農村空拍做為開場。	10 秒
-	農村景色	●捕捉農村感動、美好畫面	32 秒
啟	引言	●點出農村再生十年主軸、演變 ●說明農村再生的緣由、理念與價值。	130 秒
承	農村發展過程	●以主題業務搭配時間軸，呈現從農村再生條例公布施行至農村 2.0 至現今發展的歷程及大事記。 ●99 年農村再生條例正式通過 ●100 年大專生洄游農村系列計畫 ●101 年窳陋空間改善計畫、農村社區建設個人及團體績優表揚計畫 ●102 年農村再生結合產業發展跨域合作示範計畫 ●103 年農村微型工藝產業培力計畫 ●104 年青年農 Stay、大專生洄游農村二次方行動計畫、2015 農村好物選拔 ●106 年金牌農村、優質農村體驗品質評鑑、農村社區企業經營輔導 ●109 年農村再生條例通過施行 10 週年	193 秒
轉	成果效益	●延伸經典歷程及大事記加以介紹內容，並以農村生活、產業發展、生態農村、文化傳承、人才培育五大面向呈現其重點及成果效益。	250 秒
	結語	●農村再生系列活動回顧照片	83 秒
合	期許與祝福	●集結近 40 位致力於農村再生之相關人物的祝福片段	36 秒
片尾	片尾	●顯示農村再生 LOGO+10 週年紀念 LOGO。	6 秒



圖 3-58 農村再生成果回顧短片片段

第四節 成果聯展文宣設計及製作

農村再生成果聯展相關活動文宣由本計畫主視覺進行延伸設計，主要相關設計物如下。

一、農村再生 10 週年系列活動宣傳海報

為營造農村再生 10 週年之慶祝氛圍，本計畫盤點及彙整各分局及各縣市政府之農村相關活動，以系列活動之企劃進行宣傳海報設計及活動推廣，以達活動整合宣傳之效益。系列活動海報共計印製 1,500 張，發送至全臺農村再生社區，請社區進行張貼宣傳。



圖 3-59 系列活動宣傳海報設計

二、成果聯展活動摺頁

為使民眾於觀展時有更佳的引導性，及進行本次成果聯展之介紹，本計畫設計印製活動摺頁共 2,000 份，於展場現場供民眾索取。



圖 3-60 成果聯展活動摺頁

三、10 週年 logo 貼紙

為營造 10 週年整體活動氛圍，本計畫特設計印製 10 週年 logo 貼紙，供成果聯展文宣及紀念品張貼使用。



圖 3-61 10 週年 logo 貼紙

四、活動指引立牌

本計畫於松山文創園區設置 4 座指引立牌，以提供民眾清楚之活動指引。



圖 3-62 活動指引立牌設計



第四章 農村再生嘉年華會

為行銷宣導特色農村，提高民眾對臺灣農村之興趣、增加農村旅遊人潮，進而帶動消費，嘉年華會規劃以延續「農村再生 10 載幸福」為主題，完成辦理為期 2 天之嘉年華活動，總共邀集 **22 攤** 農村好物獲選業者、農村社區企業輔導計畫受輔導業者於現場設置攤位展示銷售，並規劃有互動遊戲及舞台表演進行現場集客。為期 2 天活動共有 **7,067 人次** 共襄盛舉，引領民眾發現農村新魅力。

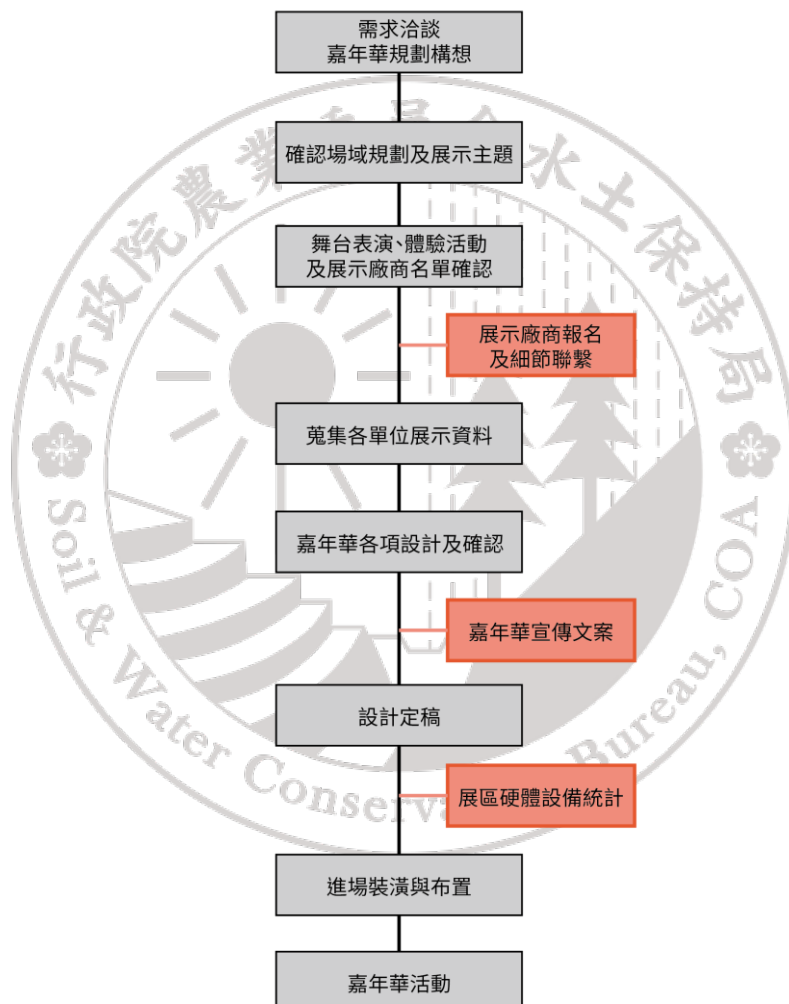


圖 4-1 嘉年華籌辦流程圖

第一節 嘉年華會籌備與執行

一、嘉年華整體規劃

嘉年華主軸為「農村再生 10 載幸福」嘉年華會，延續成果聯展主視覺，呈現一致風格，使民眾對整體活動加深印象。嘉年華活動中設置兩大區域，分別為「寶島舞台」及「好物市集」，希望藉由多元內容呈現推廣臺灣農村。

(一) 活動主題：農村再生 10 載幸福 嘉年華會

(二) 活動時間：109 年 9 月 26 日(六)至 9 月 27 日(日)

(三) 活動地點：松山文創園區-文創大街

(四) 活動對象：

- 一般民眾：邀請全民共同參與嘉年華活動。
- 農村社區：邀請社區夥伴參與農村市集攤位展示。
- 來賓及單位：邀請相關計畫單位長官、媒體記者朋友參與。

(五) 活動分區規劃：

表 4-1 活力嘉年華活動分區規劃

項次	區域	說明
1	寶島舞台	為展現農村多元化發展，特別邀請農村社區相關表演進行演出，另安排有街頭藝人、魔術表演等增添內容豐富度，亦邀請現場民眾與主持人進行互動遊戲、參展廠商特賣發表等活動，成功吸引民眾駐足觀看。
2	好物市集	邀請農村好物獲選業者、農村社區企業輔導計畫受輔導業者於現場設置展售攤位，以提升農村社區曝光度及銷售。

(六) 活動主視覺：



圖 4-2 嘉年華視覺設計

二、寶島舞台活動

本計畫以表演活動穿插農村社區介紹，有效吸引民眾目光進而匯聚人潮。寶島舞台活動依主題邀請 4 組農村社區表演及 4 組街頭藝人、魔術表演等連番上台表演，並於活動中穿插 4 場廠商特賣發表會及互動遊戲-農村大賓果，由 2 位專業 Showgirl 擔任現場主持人，藉由舞台活動營造嘉年華熱鬧氛圍。

表 4-2 寶島舞台節目表

時間/內容	9/26(六)	9/27(日)
10:00~10:20	有獎徵答/拍照打卡活動	有獎徵答/拍照打卡活動
10:25~11:00	陀螺表演-淡溝社區	遐齡藝術舞蹈-東光社區
11:05~11:35	參展廠商特賣發表	參展廠商特賣發表
11:40~12:00	互動遊戲-農村大賓果	互動遊戲-農村大賓果
	中場休息	
13:30~14:00	有獎徵答/拍照打卡活動	有獎徵答/拍照打卡活動
14:00~14:20	互動遊戲-農村大賓果	互動遊戲-農村大賓果
14:25~15:05	氣球魔術秀-氣旅人生 Mr.香蕉	造型氣球-氣球米妮
15:10~15:40	參展廠商特賣發表	參展廠商特賣發表
15:45~16:10	現場演唱- 入圍金曲製作人 廖誌汶	原住民歌舞表演 新竹 Yamai 石生部落
16:15~16:45	互動遊戲-農村大賓果	互動遊戲-農村大賓果
16:50~17:20	參展廠商特賣發表	參展廠商特賣發表
17:20~18:00	打擊樂-巴奇先生	吉他彈唱-布朗尼
18:00~18:30	互動遊戲-農村大賓果	互動遊戲-農村大賓果



圖 4-3 舞台活動背板設計



圖 4-4 陀螺表演-淡溝社區



圖 4-5 造型氣球-氣球米妮



圖 4-6 現場演唱-入圍金曲製作人 廖誌汶



圖 4-7 吉他彈唱-布朗尼



圖 4-8 氣球魔術秀-氣旅人生 Mr.香蕉



圖 4-9 參展廠商特賣發表



圖 4-10 打擊樂-巴奇先生



圖 4-11 互動遊戲-農村大賓果



四、好物市集攤位

(一) 市集廠商名單

嘉年華會共設置 22 攤展售攤位，包括農村好物獲選業者、農村社區企業輔導計畫受輔導業者共襄盛舉，兩天活動營業額總計 87,500 元(11 家業者回覆)，若以每家以平均 7,955 元推估，整場累積營業額超過 15 萬。

表 4-3 市集廠商名單

項次	廠商/社區名稱	備註
1	有限責任苗栗縣福康油料作物生產合作社	農社企受輔導廠商&農村好物獲獎
2	大方合展有限公司	農村好物獲獎
3	三小文創有限公司	農社企受輔導廠商
4	淺草堂	農村好物獲獎
5	義益農產有限公司	農村好物獲獎
6	東里家風	農社企受輔導廠商&農村好物獲獎
7	芒果好吃	農社企受輔導廠商&農村好物獲獎
8	陳上有限公司	農社企受輔導廠商&農村好物獲獎
9	源天然農業有限公司	農社企受輔導廠商&農村好物獲獎
10	部落廚房企業社	農社企受輔導廠商&農村好物獲獎
11	哈客愛	農村好物獲獎
12	得樂社會企業有限公司	農社企受輔導廠商&農村好物獲獎
13	阿甘薯叔	農村好物獲獎
14	保證責任台灣區阿丹果菜生產合作社	農社企受輔導廠商
15	水長流生態農業有限公司	農社企受輔導廠商&農村好物獲獎
16	陽光鵲鴉牧場	農社企受輔導廠商
17	全農企業社	農社企受輔導廠商
18	淘圃國際有限公司	農社企受輔導廠商&農村好物獲獎
19	保證責任嘉義縣南笨港雜糧生產合作社	農社企受輔導廠商
20	禾誠興業有限公司	農社企受輔導廠商
21	漁品軒有限公司	農村好物獲獎
22	青稻夫農產工作室	農社企受輔導廠商&農村好物獲獎

(二) 市集攤位規劃

市集攤位設置有 28 組 300cm*300cm 白色歐式帳棚，以一個市集廠商使用一個歐式帳為原則，其中 22 組提供好物市集攤位擺設，2 組安排大會冷(凍)藏區，另 4 組則設置大會服務處、表演團體休息區與水保推廣攤位，達到宣傳農村再生成果之目標。

好物市集提供基本設備有長桌 1 張、桌巾 1 條、摺疊椅 2 張、基本電力需求、公共冷藏(凍)區域，另為讓好物市集攤位視覺呈現統一、乾淨之形象，本計畫統一設計攤位門楣及桌邊介紹板，以提高整體市集質感。



圖 4-12 市集攤位擺設



圖 4-13 市集門楣及桌邊介紹板設計



第二節 場地空間規劃

為搭配農村再生成果聯展，本計畫規劃於松山文創園區的文創大街辦理嘉年華會，結合戶外及室內的場域有效集客以提升民參與率，活動場地以狹長形長線呈現劃分各主題區，詳細空間配置如下。

表 4-4 空間規劃

項目	攤位數量
寶島舞台	-
好物市集	22
服務處(含問卷推廣)	2
水保宣導	1
大會冷藏(凍)區	2
表演團體休息室	1
共計	28 攤



市集業者	01 福氣安康	11 薄天然。台東黑纖米	21 阿丹果菜生產合作社
	02 阿里棒棒	12 大會服務台	22 大會冷藏區
	03 三小市集	13 部落廚房	23 陽光鸛鵲牧場
	04 花蓮 淺草堂	14 大會服務台	24 盧家芒果
	05 薯職人	15 哈客愛養生擂茶	25 淘氣小農
	06 東里家風百年古厝	16 紅華之家	26 ST有善田園
	07 芒果好吃 MangoHouse	17 瓊埔社區-阿甘薯叔	27 漁品軒
	08 大會冷藏區	18 嘉義縣南竿港雜糧生產合作社	28 青稻大農產工作室
	09 花生什麼事	19 台灣之心咖啡-雅谷莊園	
	10 表演團體休息區	20 水保宣導	



圖 4-14 嘉年華平面配置圖

為讓民眾了解嘉年華會現場活動資訊，特別設立兩天的活動時刻表及即時活動立牌，引導民眾了解活動相關資訊並吸引園區路過民眾駐足參觀。



圖 4-15 活動時刻表及即時活動立牌設計

第三節 集客活動規劃

一、「玩農村集幸福」闖關集章活動(創意回饋)

為提高民眾觀展意願、增加觀展樂趣，本計畫於活動期間總計設置 4 個集章互動關卡(A05 農好政、C02 農好學、D05 互動區-一句話挺農村、大會服務台)，並規劃「玩農村集幸福」闖關集章活動。民眾可透過本計畫所製作之「農村再生 10 載幸福」APP 或紙本集點卡方式進行集點，集滿 4 個章後即可兌換金碳稻米或春一枝冰棒乙份，活動期間吸引民眾熱情參與，總計人次達 1,797 人次。

表 4-5 集章關卡名稱及問題

集章點	關卡名稱	集章問題
1	農好政	「農村再生條例」是在民國幾年通過的呢?
2	農好學	「書屋」裡伴讀的貓咪，是來自臺灣哪個農村社區呢?
3	互動區	留下您的「一句話挺農村」，並張貼上留言牆
4	戶外嘉年華服務台	填答活動成果滿意度問卷



圖 4-16 玩農村集幸福電子集章畫面



圖 4-17 民眾實際參與集章活動(紙本集章/電子集章)

二、滿額送農遊券活動

為鼓勵民眾至好物市集消費，本團隊規劃民眾於市集區消費滿 1,500 元即送農遊券一張，以活動專屬贈品只送不賣作為誘因帶動買氣。為期兩天的展售，共兌換 105 張農遊券，整場累積營業額超過 15 萬。



圖 4-18 滿額贈送農遊券活動宣導

第四節 雨備、安全措施與緊急應變疏散計畫

針對活動期間可能發生潛在意外風險，本計畫針對安全措施及緊急應變疏散計畫，及不確定天候因素規劃雨天備案，以維持活動整體安全性及流暢性，詳細規劃如下。



圖 4-19 群聚活動安全措施規劃



圖 4-20 緊急應變疏散路線

嘉年華會活動第二日，因天氣因素陰雨連綿，本計畫即啟動雨備方案，將街頭藝人表演活動、參展廠商特賣發表移動至成果聯展場內適當區域，以延續活動熱度。



圖 4-21 參展廠商特賣發表-陽光鵝鵝牧場移至 3 號倉庫



圖 4-22 吉他彈唱-布朗尼移置場內舞台區



圖 4-23 造型氣球-氣球米妮移置場內書屋

第五節 環境清潔規劃

為維持活動現場之整潔，本團隊負責活動期間每日公共區域、走道之清潔打掃以及日常營運垃圾之清理，攤位內部之清潔打掃則由參展單位自行負責。

各市集參展攤位每日之日常營運垃圾，於攤位內自行準備垃圾袋供民眾使用。並於每日下午 17:30 前，將攤位之日常營運垃圾集中至大會服務台，由團隊統一把垃圾棄置於松菸規定之地點。



第六節 防疫措施

因應武漢肺炎疫情及中央流行疫情指揮中心防疫政策，本計畫室內成果聯展配合中央及臺北市政府防疫政策，於展場入口處設置防疫服務台，實施防疫新生活運動實聯制登記，民眾進場須出示臺北隨行碼 myCode 或身分證，完成實聯(名)制登記後才能入場；戶外嘉年華會，則要求市集攤商以單包裝方式提供民眾試吃，並宣導配帶口罩、保持社交距離等防疫作為。

表 4-6 成果聯展暨嘉年華會防疫措施說明

區域	防疫措施說明
成果聯展(室內)	1.出示臺北隨行碼 myCode 或身分證，完成實聯(名)制登記。 2.進行體溫量測及酒精消毒雙手，並請觀展者配帶口罩入場。 3.如有發燒或呼吸道症狀者，婉拒入場。
嘉年華會(戶外)	1.要求市集攤商以單包裝方式提供民眾試吃。 2.請民眾配帶口罩、保持社交距離。



圖 4-24 防疫服務台

第七節 問卷設計與發放調查

為了解成果聯展暨嘉年華會之具體成效及民眾參與滿意度，本計畫設計「農村再生 10 載幸福成果聯展暨嘉年華會滿意度問卷調查」，並提供線上 google 表單及紙本問卷兩種形式供現場民眾填答。為提升問卷填寫率，於成果展服務台及嘉年華大會服務台皆設置問卷填寫推廣立板，並將問卷規劃為「玩農村集幸福」集章闖關之最後一關，透過集章贈獎提升問卷回收率，並延長民眾停留於活動場域之時間。



圖 4-25 展場內所設置之電子回饋問卷立板

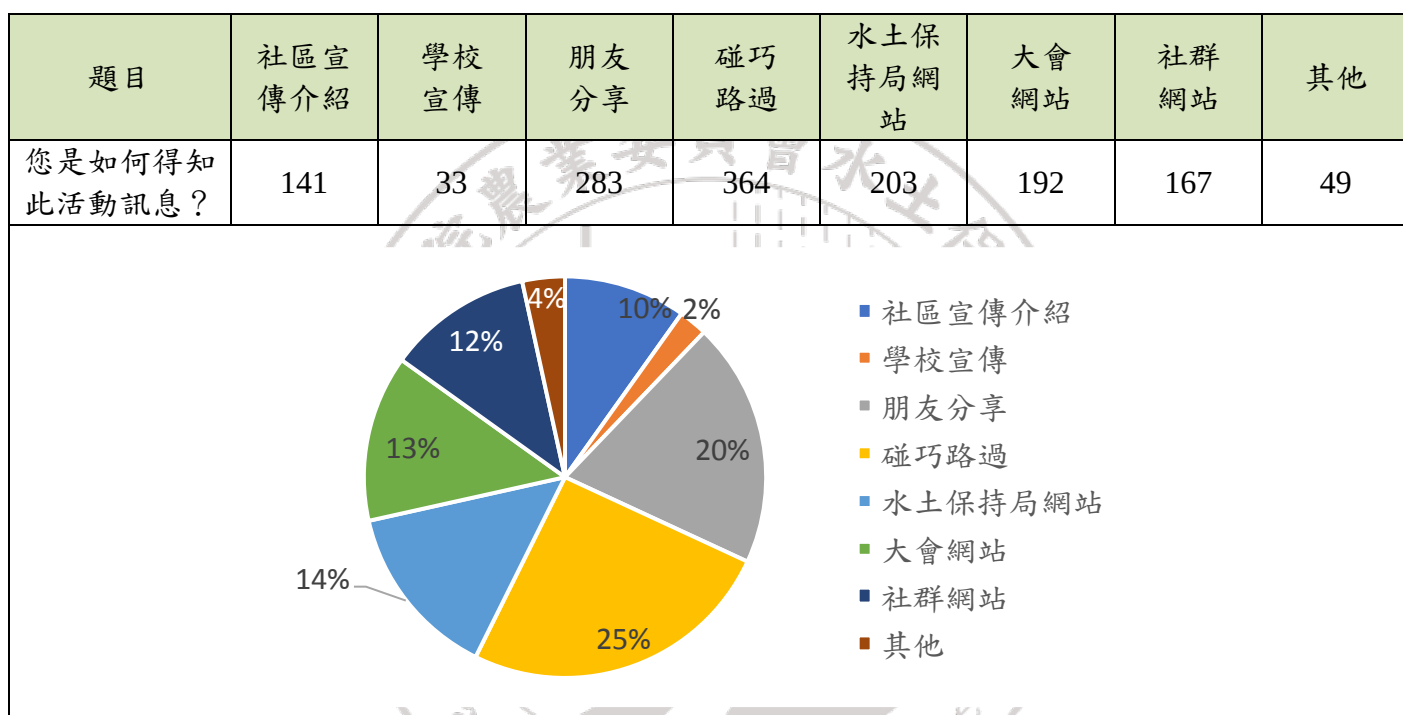
一、問卷分析概要說明

問卷內容分為「成果展」滿意度調查、「嘉年華—好物市集」滿意度調查及基本資料填答三大部分(請參照附錄三)，並各自規劃質化及量化問項。活動後總計蒐集 1,100 份有效問卷，以下針對本次活動問卷分析擷取重點概要分析說明如下。

1. 活動訊息來源分析

由問卷分析得知，「您是如何得知此活動訊息？(可複選)」，以有效樣本為基準，45%的觀展民眾以「碰巧路過」、「朋友分享」為最主要的原因，其次為「水土保持局網站」、「農村再生 10 載幸福主題網站」。而「其他」選項中，則是透過「松山文創官網」、「廣播電台」、「家人」、「政府機關」、「報紙」、「山守現網站」得知此活動訊息，如下表所示。

表 4-7 問卷調查分析一覽表-活動訊息來源分析



2. 觀展動機分析

由問卷分析得知，對於「您為什麼想要參觀本次展覽？」(可複選)，以有效樣本(共 1100 份)，**63%觀展民眾為「想了解農村再生成果」**、45%的民眾「對農村議題有興趣」，如下表所示。

表 4-8 問卷調查分析一覽表-觀展動機分析

題目	想了解農村再生成果	對農村議題有興趣	對手作體驗有興趣	對互動區體驗有興趣	對專題演講有興趣	對集章獎品有興趣	碰巧經過	其他
您為什麼想要參觀本次展覽	694	498	317	290	103	221	154	16

動機	人次
想了解農村再生成果	694
對農村議題有興趣	498
對手作體驗有興趣	317
對互動區體驗有興趣	290
對專題演講有興趣	103
對集章獎品有興趣	221
碰巧經過	154
其他	16

依所有有效問卷之調查總結結如論，詳細之問卷分析請詳閱附錄二：

1. 成果聯展及嘉年華會整體分數：依參與民眾之回饋，本次成果聯展活動整體平均分數約達 92.45 分；嘉年華會整體平均分數約達 92.14 分，顯示不論於成果聯展或嘉年華會之內容及品質皆獲得民眾高度的肯定。
2. 其他建議部分，則有「整體很棒」、「策展的很用心」等高評價肯定，同時也給予「展覽時間延長」、「建議展覽如能更結合通路概念，讓參與者容易購買到農村好物」等回饋建議，提供給主辦科參考。

「農村再生 10 載幸福」成果聯展暨嘉年華會滿意度問卷調查

您好：感謝您撥冗參加由行政院農業委員會水土保持局主辦的「農村再生 10 載幸福」成果聯展暨嘉年華會，本問卷採全匿名制，填答內容僅供成果展及嘉年華活動滿意度分析使用，敬請您放心填答！

第一部份：「成果展」滿意度調查

- 您是如何得知此活動訊息？(可複選)

☐ 社區宣傳介紹
☐ 學校宣傳
☐ 朋友分享
☐ 碰巧路過
☐ 水土保持局網站
☐ 農村再生 10 載幸福主題網站
☐ 社群網站(facebook、Instagram 等)
☐ 其他：_____
- 您為什麼想要參觀本次展覽？(可複選)

☐ 想要了解農村再生成果
☐ 對農村議題有興趣
☐ 對手作體驗有興趣
☐ 對互動區體驗有興趣
☐ 對專題演講有興趣
☐ 對集章獎品有興趣
☐ 碰巧經過
☐ 其他：_____
- 在觀展前，您對農村再生的「了解程度」為何？

☐ 瞭若指掌，倒背如流
☐ 有聽過，大概知道方向與政策
☐ 有聽過，但不知道實際在做什麼
- 您在成果展的「停留時間」大約多久？

☐ 15 分鐘以內
☐ 15 分鐘至 30 分鐘
☐ 30 分鐘至 1 小時
☐ 1 小時以上
- 您印象最深的地方政府攤位為何？

☐ 你我我農，海墘山盟(宜蘭縣、基隆市、臺北市、新北市、桃園市)
☐ 幸福農再，溪遊山海(新竹縣、新竹市、苗栗縣、臺中市)
☐ 橙仔紋(彰化縣、南投縣、雲林縣、嘉義縣、嘉義市)
☐ 搖搖南臺灣(臺南市、高雄市、屏東縣)
☐ 花東百畝(花蓮縣、臺東縣)
☐ 農嶼海 (澎湖縣、金門縣、連江縣)
- 您對「整體展覽主題內容」滿意度為何？☐ 非常滿意 ☐ 滿意 ☐ 普通 ☐ 不滿意 ☐ 極不滿意
- 您對「整體展覽動線規劃適宜性」滿意度為何？☐ 非常滿意 ☐ 滿意 ☐ 普通 ☐ 不滿意 ☐ 極不滿意
- 您對「整體展覽設計意象」滿意度為何？☐ 非常滿意 ☐ 滿意 ☐ 普通 ☐ 不滿意 ☐ 極不滿意
- 您對「整體展覽專業度」滿意度為何？☐ 非常滿意 ☐ 滿意 ☐ 普通 ☐ 不滿意 ☐ 極不滿意
- 如果滿分是 10 分，您給本次展覽幾分呢？_____
- 您對哪個展區(展覽內容)印象最為深刻？為什麼？

- 歡迎提供其他建議：



The smartphone screen displays the same survey form as the paper version, titled 「農村再生 10 載幸福」成果聯展暨嘉年華會滿意度問卷調查. It includes the introductory text, the first section header, and the first question about how the respondent learned about the event. The interface is clean and mobile-friendly, with checkboxes and text input fields clearly visible.

1

圖 4-26 滿意度調查問卷(紙本問卷/電子問卷)

第八節 活動特色紀念品

為營造本次活動整體視覺形象及提升精緻度，經工作會議討論確認，本計畫設計製作 2,000 份之提袋，配合農村社區之金碳米，作為贈送參展貴賓之紀念品。

而為擴大農村再生 10 週年宣傳效益，本計畫也設計製作二款 10 週年紀念 L 夾之廣發型紀念品，供主辦科可持續發送宣傳。



圖 4-27 活動提袋設計



圖 4-28 10 週年紀念 L 夾設計正反面設計-第一款(正反面)



圖 4-29 10 週年紀念 L 夾設計正反面設計-第二款(正反面)



第五章 行銷推廣

第一節 展期前中後行銷宣傳

本團隊將「農村再生 10 載幸福」成果聯展暨嘉年華會宣傳規劃分為前中後期，進行行銷推廣，並透過虛實宣傳管道進行活動訊息曝光。

線上推廣方式為運用水保局自有媒體「水土保持局-永續水土保持」、「農村好讚」Facebook 粉絲專頁、官網分享活動訊息。除於活動前每周發布至少 1 則活動訊息宣傳露出、介紹活動主題及亮點外；本計畫也回饋製作展前宣傳懶人包，介紹本次成果展相關展覽資訊，以達展覽資訊露出之效果。

線下宣傳則採實體海報張貼及發送，並結合團體預約服務等方式，邀請學校、農村社區等團體到場觀展，以多重管道進行行銷推廣。整體活動線上及線下行銷推廣觸及人次合計為 163,053 人次。說明如下。

(一)展覽前：

「農村再生 10 載幸福」成果聯展暨嘉年華會活動前，透過線上行銷結合水保局自有媒體「水土保持局-永續水土保持」、「農村好讚」Facebook 粉絲專頁行銷曝光，共計 8 則貼文，提升本次展覽之能見度，並結合線下海報寄送推廣，將本次展覽主題及內容先行曝光。

除水保局自有媒體，本計畫也規劃設計各式 Banner 尺寸，請各展出單位在其官方網站、Facebook 更換露出「農村再生 10 載幸福」成果聯展暨嘉年華會資訊，共計有 19 則 Banner 交換露出，請見附錄四。

表 5-1 線上宣傳- FB 社群貼文一覽表

貼文日期	宣傳方式	活動說明	活動效益
8/4	水土保持局-永續水土保持 Facebook 官方粉絲團	活動預告，於農村再生條例通過滿 10 周年當天，透過生日祝賀，預告「農村再生 10 載幸福」活動即將啟動。 	貼文觸及人次：<u>6,152 人</u> 分享次數：<u>47 次</u>
8/12	水土保持局-永續水土保持 Facebook 官方粉絲團	介紹活動整體內容、舉辦時間、地點及當月農村再生系列活動預告。 	觸及人次：<u>17,436 人</u>

8/19	水土保持局-永續水土保持育 Facebook 官方粉絲團	宣傳農村再生系列活動 	觸及人次： <u>1,173 人</u>
8/26	水土保持局-永續水土保持育 Facebook 官方粉絲團	介紹戶外嘉年華及寶島舞台之舉辦時間、地點及活動表演內容。 	觸及人次： <u>9,646 人</u> 分享次數： <u>44 次</u>
9/2	水土保持局-永續水土保持育 Facebook 官方粉絲團	介紹書屋活動並搭配留言抽好禮： 底下留言【我想去松山文創園區聽(番茄/鹹魚)姊姊說繪本~】，出 10 名幸運兒，於活動當天至服務台兌換禮物 	觸及人次： <u>10,009 人</u> 分享次數： <u>58 次</u>

9/10	農村好讚 Facebook 粉絲團	介紹 3 個 DIY 農村體驗活動及農再系列活動，並導連結至農再官網，要請民眾透過線上預約報名免費名額。  你、蕭雪麗和其他24人 2則留言 1次分享	觸及人次： <u>647 人</u>
9/16	水土保持局-永續水土保持 Facebook 官方粉絲團	舞台區講座及講者介紹  8,192 觸及人數 1,126 互動次數	觸及人次： <u>8,192 人</u>
9/23	水土保持局-永續水土保持 Facebook 官方粉絲團	展前觀展懶人包宣傳  這段影片被用於4則貼文中 Facebook 上影片觀看 3 秒以上的次數總計：3 萬	觸及人次： <u>69,398 人</u>

表 5-2 線下宣傳-系列活動海報

宣傳方式	說明	圖示
「農村再生 10 載幸福」 宣傳海報	介紹「農村再生 10 載幸福」活動辦理時間、地點，並透過聯合行銷宣傳農村再生系列活動，分發給農村社區、學校機關和其他相關單位。	

表 5-3 展前宣傳懶人包影片腳本分鏡圖

段落	分秒	分鏡圖
開場 說明時間及地點	4"	
介紹展區 1.水保局成果區 2.舞台活動 3.縣市政府成果區	15"	
介紹展區 1.DIY 體驗活動 2.頂溪貓咪書屋 3.互動區	15"	

段落	分秒	分鏡圖
介紹嘉年華	10''	
結尾 宣傳集章拿好禮活動	10''	
合計共 54 秒 (影片網址 https://reurl.cc/m9x9y9)		

(二)展覽中：

「農村再生 10 載幸福」成果聯展活動中透過水土保持局-永續水土保育 Facebook 官方粉絲團直播舞台區名人講座，並於 9/26 剪輯發布活動花絮影片，廣邀民眾參與活動。

表 5-4 展覽中線上及線下宣傳一覽表

類別	貼文日期	宣傳方式	活動說明	活動效益
線上宣傳	9/25	水土保持局-永續水土保育 Facebook 官方粉絲團線上直播	9/25 開幕式線上直播 (直播影片: https://reurl.cc/pyagpa) 	貼文觸及人數: <u>7,272 人</u> 直播互動次數: <u>1,158 人</u>

類別	貼文日期	宣傳方式	活動說明	活動效益
	9/26	水土保持局-永續水土保持 Facebook 官方粉絲團線上直播	9/26 第二屆金牌農村競賽啟動記者會直播 (直播影片: https://reurl.cc/pyag8a) 	貼文觸及人數:<u>10,905 人</u> 直播互動次數:<u>1,055 人</u>
		水土保持局-永續水土保持 Facebook 官方粉絲團	9/26 成果展花絮影片(直播影片: https://reurl.cc/gmRWNb) 	貼文觸及人數:<u>2,855 人</u>
	9/27	水土保持局-永續水土保持 Facebook 官方粉絲團線上直播	9/27 直播可樂旅遊 王清宇 副理 講座「優遊農村好遊趣」 (直播影片: https://reurl.cc/8nD3z7) 	貼文觸及人數:<u>3,329 人</u> 直播互動次數:<u>944 人</u>

類別	貼文日期	宣傳方式	活動說明	活動效益
線下行銷	9/25~9/27	學校團體觀展	配合大會承接團體參觀攤位，進行個別展區介紹及活動體驗。 	接待 8 組團體導覽(各國小、農旅協會、台大學術等)
		DIY 大聲公集客宣傳	由現場工作人員於活動開始前以大聲公進行集客，並搭配贈送農遊券活動，吸引民眾報名參與。 	免費體驗場次皆額滿

(二)展覽後：

展覽後以活動成果再次宣傳為主，藉由各大電視、網路新聞媒體報導，讓更多人知道農村再生 10 年之成果，電視、新聞媒體曝光共計 43 則，請見附錄五。

表 5-5 展覽後媒體行銷宣傳

宣傳方式	活動說明	活動效益
電視網路媒體報導	將此展覽後精彩成果彙集，於活動結束後發送新聞稿，包含三立、TVBS、聯合、中天、yahoo 等，進行電視、網路媒體報導。  	電視、新聞媒體曝光總計超過 43 則

第二節 活動網頁建置

為加強推廣農村再生成果及系列活動，本計畫架設「農村再生 10 載幸福」主題網站，網站採響應式網頁設計(Responsive web design, RWD)設計，以利使用者於各項行動裝置皆能方便閱讀。並整合本計畫之「農村再生 十載幸福」APP，連結 貴局官網、農村好讚 FB、農村風情網、農村易遊網及各分局所系列之系列活動連結。

主題網站主要提供本計畫相關系列活動資訊、農村再生成果等，並提供團體預約及 DIY 手作報名預約服務服務。透過主題網站、APP、Facebook 專業的相互串聯，讓系列活動及農村再生成果資訊在各平台互通有無。

一、「農村再生 10 載幸福」主題網站架構

為推廣農村再生相關成果，並提供民眾觀展前資訊瀏覽，網站主架構區分「活動緣起」、「展場配置圖及節目表」、「農村再生成果聯展」、「農村再生嘉年華會」、「團體觀展/DIY 預約報名」、「系列活動」、「下載專區」7 項區塊。

二、主題網站各區塊介紹

(一)活動緣起

介紹農村再生發展歷程及興辦農村再生成果聯展暨嘉年華會之緣由，並播放本計畫農村再生 10 載幸福開場影片。



圖 5-1「活動緣起」網站頁面

(二)展場配置圖及節目表

提供本次成果聯展之展場配置圖，以及三日之舞台活動、主題講座、DIY 手作體驗之時程及簡要介紹。

展場配置圖

舞台活動

時間	9/25(五)	9/26(六)	9/27(日)
10:00-12:00	【開幕典禮】 開幕式 剪綵	【開幕典禮】 開幕式 剪綵	【開幕典禮】 開幕式 剪綵
13:00-15:00	【開幕典禮】 開幕式 剪綵	【開幕典禮】 開幕式 剪綵	【開幕典禮】 開幕式 剪綵
16:00-18:00	【開幕典禮】 開幕式 剪綵	【開幕典禮】 開幕式 剪綵	【開幕典禮】 開幕式 剪綵

主題講座

時間	9/25(五)	9/26(六)	9/27(日)
10:00-12:00	【開幕典禮】 開幕式 剪綵	【開幕典禮】 開幕式 剪綵	【開幕典禮】 開幕式 剪綵
13:00-15:00	【開幕典禮】 開幕式 剪綵	【開幕典禮】 開幕式 剪綵	【開幕典禮】 開幕式 剪綵
16:00-18:00	【開幕典禮】 開幕式 剪綵	【開幕典禮】 開幕式 剪綵	【開幕典禮】 開幕式 剪綵

DIY手作體驗

時間	9/25(五)	9/26(六)	9/27(日)
10:00-12:00	【開幕典禮】 開幕式 剪綵	【開幕典禮】 開幕式 剪綵	【開幕典禮】 開幕式 剪綵
13:00-15:00	【開幕典禮】 開幕式 剪綵	【開幕典禮】 開幕式 剪綵	【開幕典禮】 開幕式 剪綵
16:00-18:00	【開幕典禮】 開幕式 剪綵	【開幕典禮】 開幕式 剪綵	【開幕典禮】 開幕式 剪綵

圖 5-2「展場配置圖及節目表」網站頁面

(三)農村再生成果聯展

共分為水保局成果區、縣市政府成果區、互動區、書屋、講座區及舞台區六大主題，分別以相片及文字介紹各展區(攤)特色，並於活動前一日完成現場相片更新，提供民眾清楚的展覽及活動資訊。



圖 5-3「農村再生成果聯展」網站頁面

(四)農村再生嘉年華會

共分為寶島舞台、好物市集及體驗活動三大主題，除展示嘉年華舞台表演時間及表演內容，好物市集主題更詳細介紹 22 家農村好物展售攤位之販賣業者及資訊。



圖 5-4「農村再生嘉年華會」網站頁面

(五)團體觀展/DIY 預約報名

連結 Google 線上表單提供團體觀展導覽預約服務，活動期間計有 3 組團體(共 60 人)透過該頁面進行報名。另同時提供 DIY 活動預約功能，民眾可於網頁查詢場次報名狀況，並直接完成線上預約報名，活動期間總計約有 40 人透過該預約系統進行報名作業。



圖 5-5「團體觀展/DIY 預約報名」網站頁面

(六)系列活動

本計畫盤點及彙整今年度水保局及各分局單位所辦理之農村再生相關系列活動，並於活動網站內提供系列活動基本資訊、時程及網站連結，便利民眾一站式獲得農村再生 10 週年完整系列活動資訊。

系列活動		
活動時程	活動主題	辦理單位
06/01~07/31	農村再生大地慶典-南島197從發大地慶典 活動連結	臺南分局
07/01~07/31	【活動已結束】屏東33鄉鎮會	屏東分局
07/01~08/30	屏東好鄉-埔頂油公祭	臺北分局
07/09~07/18	【活動已結束】2020少耕地區紅瓦文化節 活動連結	臺中分局
07/11~08/30	【活動已結束】苗栗鹿野區加工中心發展暨系列活動	苗栗分局
07/11~08/30	【活動已結束】苗栗紅毛港區系列活動	苗栗分局
07/11~07/12	【活動已結束】2020轉盤節 活動連結	臺中分局
07/12~08/31	大地經濟計畫	臺南分局
07/12~07/31	苗栗、鹿港地區F1大賽	臺南分局
07/18~07/19	【活動已結束】鹿港兩村行銷活動 活動連結	臺中分局
07/25	【活動已結束】「鹿港」農村運動會	臺南分局
07/25~07/26	【活動已結束】新埔市制餅	臺北分局
08/01~08/02	【活動已結束】2020泰山好地深度體驗計畫-咖啡農場活動	南投分局

圖 5-6「系列活動」網站頁面

(七)下載專區

提供本次 10 週年成果聯展暨嘉年華會相關 logo、主視覺、海報、參展手冊及展場平面配置圖下載，以利各參展單位能及時取得成果聯展資訊及視覺使用。

下載專區		
序號	下載連結	下載連結
1	農村再生10週年LOGO(jpg/ai檔)	下載連結
2	農村再生10週年成果聯展暨嘉年華會主視覺 (jpg/ai檔)	下載連結
3	農村再生10週年系列活動海報 (jpg/ai檔)	下載連結
4	農村再生10週年成果聯展暨嘉年華會參展手冊(pdf)	下載連結
5	展場平面配置圖(jpg)	下載連結

圖 5-7「下載專區」網站頁面

第三節 新媒體宣傳

一、CF 廣告宣傳影片

為呈現農村再生 10 年發展成果，本計畫剪輯一式 3 分鐘「因為有你 農村再生」成果回顧短片，並於開幕式活動上進行播放。成果回顧短片集結農村再生 10 年來重要計畫成果，並邀請這 10 年來將近 40 位致力於農村再生之相關人物，錄製祝福短片，並將這 10 年來參與農村再生超過 300 位之人物頭像，集結為臺灣地圖，展現各界對於農村再生之貢獻。

表 5-6 農村再生成果回顧短片主題及理念

影片主題	主題理念
因為有你 農村再生	農村再生十年歷程，因為許多人的共同努力及打造，不只保存農村的文化、技藝、物產與思想，更傳承世代的記憶，使農村的美好，觸及到臺灣每一個角落。 因為有你，所以讓大家共享十年成果；因為有你，才能持續期盼下一個十年的誕生。

表 5-7 農村再生成果回顧影片架構(3 分鐘)

單元	段落主題	說明	秒數
片頭	片頭	以經設計之影片標題及農村空拍做為開場。	5 秒
引言	農村景色	捕捉農村感動、美好畫面	38 秒
-	發展歷程	農村社區前後對比照片	14 秒
-	成果效益	農村生活、產業發展、生態農村、文化傳承、人才建構等五大面向加以介紹	180 秒
-	期許與祝福	集結近 40 位致力於農村再生之相關人物的祝福片段	20 秒
結語	結語	串聯農再社區合照或獲獎相片展現農村活力。	7 秒
片尾	片尾	顯示農村再生 LOGO+10 週年紀念 LOGO。	5 秒

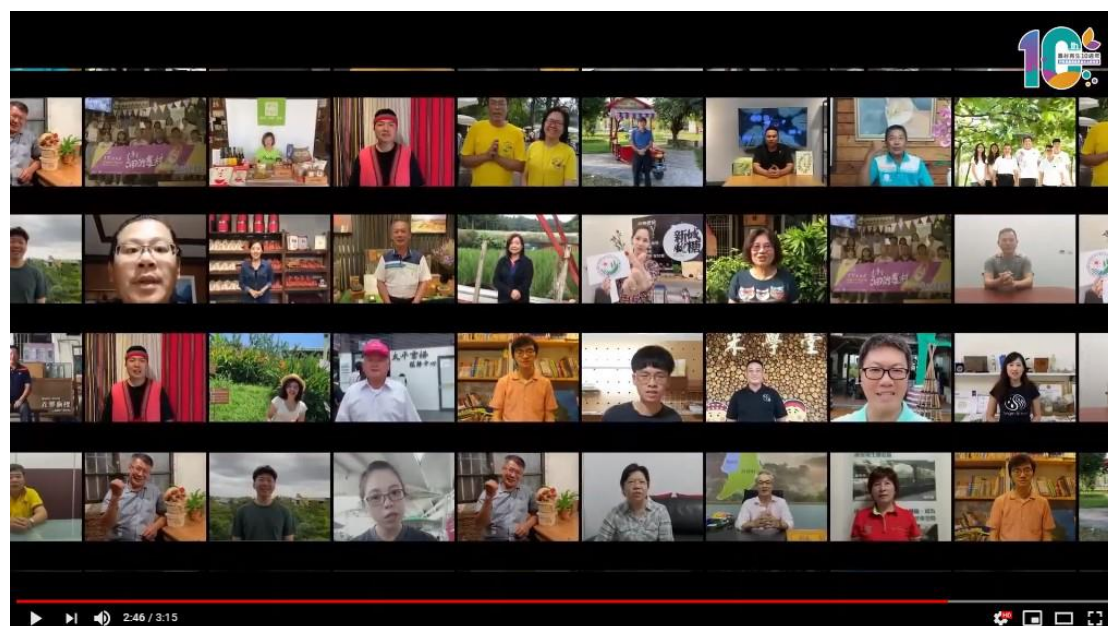


圖 5-8 農村再生相關人物祝福短片

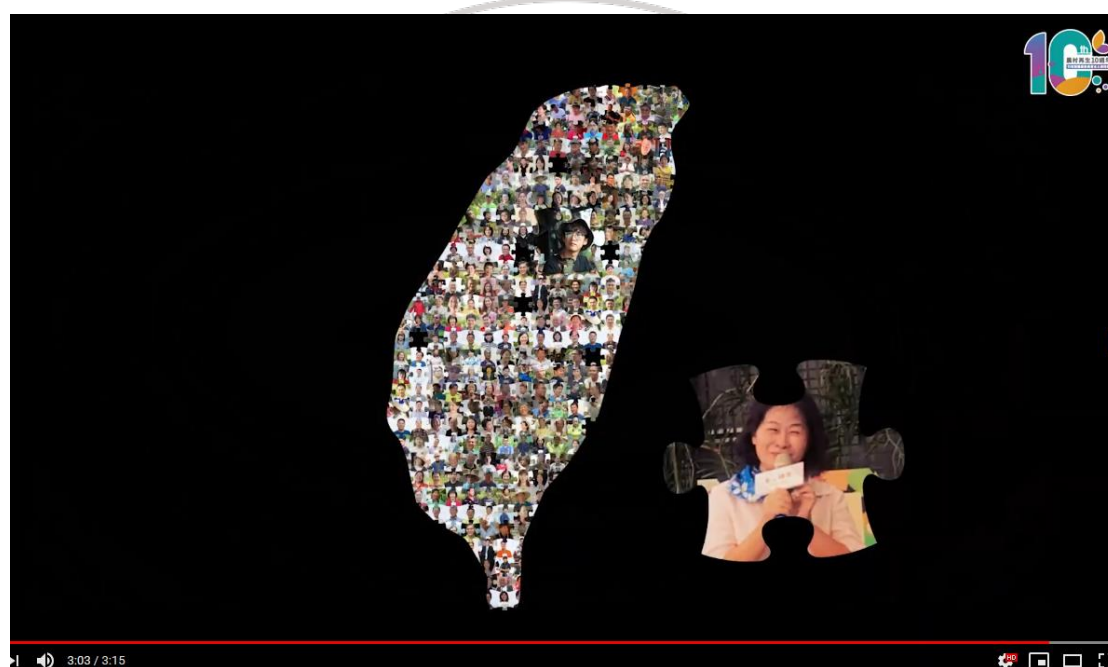


圖 5-9 影片集結超過 300 位之人物頭像形成臺灣地圖

二、網路直播

為使未能到場之民眾能觀賞成果聯展的舞台活動及主題講座，本計畫在活動期間總計辦理 4 場次專業直播服務，以現場影像搭配圖卡、字卡、子母投影畫面等處理，於水土保持局-永續水土保育 FB 粉絲專頁進行直播，總計累積觀看近 9,000 人次，各直播場次主題及統計數據如下表。

表 5-8 網路直播主題及統計數據

場次	直播畫面	講者	主題	觀看人次
1		—	農村再生成果聯展開幕式	1,969
2		唐鳳政委 林長立副局長	社區創新發展趨勢 農村再生的過去與蛻變	2,695
3		—	第二屆金牌農村競賽 啟動記者會	2,998
4		可樂旅遊 王清宇副理	優遊農村好遊趣	1,312
合計				8,974

第四節 成果聯展暨嘉年華會開幕式

為宣傳農村再生成果聯展暨嘉年華會，經工作會議討論，本計畫於三天成果聯展之第一天上午，於成果聯展舞台區辦理開幕式活動，透過開幕式廣邀各界貴賓、農村社區、記者媒體，以達成行銷宣傳本次展覽及嘉年華活動之目標。

(一) 活動主題：「農村再生 10 載幸福」農村再生成果聯展暨嘉年華會開幕式

(二) 活動時間：109 年 9 月 25 日(五)10:30~11:30

(三) 活動地點：松山文創園區 2 號倉庫

(四) 活動對象：農村社區、一般民眾、記者媒體

(五) 行銷推廣重點：

1. 農村再生成果回顧短片
2. 農村再生成果聯展暨嘉年華會活動宣傳

一、活動議程

表 5-9 開幕式議程表

時間	開幕式議程	說明
10:00-10:30	來賓報到	貴賓、媒體來賓報到
10:30-10:35	開場表演-鼓動農村	主持人開場，邀請「御鼓坊」帶來「鼓動農村」開場表演。
10:35-10:38	因為有你 農村再生 成果回顧影片	以 3 分鐘「因為有你 農村再生」影片，呈現這 10 年農村再生精彩成果。
10:38-10:45	貴賓介紹	—
10:45-11:00	長官及貴賓致詞	—
11:00-11:20	開展啟動儀式	邀請長官上台為為期三天的成果聯展及嘉年華會活動，進行開展啟儀式，象徵農村再生成果聯展暨嘉年華會開跑！
11:20-11:30	大合照	邀請長官及貴賓合影
11:30-12:00	媒體聯訪及展區導覽	於展場入口意象前進行媒體聯訪，並安排專人進行展區導覽介紹。

二、開場影片

為讓來賓瞭解農村再生計畫推動 10 年之歷程與成果，於記者會開場時，播放 3 分鐘「因為有你 農村再生」成果回顧短片讓來賓欣賞，向來賓介紹農再亮點成果，透過先行認識農村再生，再到現場觀展，進而造訪美麗的臺灣農村，完整傳達本次農村再生成果聯展與嘉年華活動之目的。



圖 5-10 「因為有你 農村再生」成果回顧影片片段

三、開場表演及開展啟動儀式

成果聯展暨嘉年華會開幕式，邀請「御鼓坊」帶來「鼓動農村」開場表演，此表演結合臺灣豐富的民俗藝陣精華，搭配傳統鼓藝、笛子、二胡等樂器，融合現代音樂元素與傳統精髓，用震撼的鼓聲脈動，展現臺灣農村的熱情與活力。



圖 5-11 開場表演-鼓動農村

而為象徵農村再生成果聯展暨嘉年華會活動順利開展，也於開幕式活動規劃一式啟動儀式，邀請與會長官、貴賓共同上台揭開為期三日農村再生成果聯展暨嘉年華會之序幕。



圖 5-12 長官貴賓為成果聯展暨嘉年華會揭開序幕



圖 5-13 與會貴賓大合照

四、開幕式活動貴賓禮品

開幕式活動貴賓禮品以本計畫設計製作之提袋，搭配今年金馬獎貴賓禮品之大有社區「金碳米」作為本次開幕式活動貴賓禮品。希望透過本次展覽活動將農村社區優質好物提供給與會之貴賓及記者，以達擴大推廣之效益。



圖 5-14 開幕式活動貴賓禮品

五、開幕式文宣設計及製作

開幕式相關活動文宣由本計畫主視覺進行延伸設計，活動主要相關設計物如下。

(一) 開幕式活動邀請卡

於開幕式活動前透過邀請卡進行活動邀約，發送對象包含中央相關部會、農委會、農委會所屬機關、水保局、水保局各分局、各縣市政府首長、各縣市政府農業處或建設處長官、歷屆領航農村得主等，共計發出 367 份邀請卡。

另外，為利於局內長官以 line 或 mail 進行貴賓邀請，本計畫亦設計一式電子邀請卡，以供電子傳遞使用。



圖 5-15 開幕式活動邀請卡正反面設計

農村再生 10載幸福

行政院農業委員會水土保持局 農村再生成果聯展



農村再生十年有成，全民攜手共創幸福農村，謹訂於109年9月25日(星期五)至9月27日(星期日)，假臺北松山文創園區2、3號倉庫及文創大街(臺北市信義區光復南路133號)，舉辦「農村再生 10載幸福」成果展，誠摯邀請您共享農村再生成果的喜悅！

敬請
蒞臨指導

行政院農業委員會 主任委員  敬邀

展期重點活動

開幕式			唐鳳政務委員 特邀演講			第二屆金牌農村 啟動記者會		
	9/25(五)	10:30		9/26(六)	9:00		9/26(六)	14:00
	10:30-11:30 開幕式		9:00-9:50 社會創新發展趨勢 唐鳳政務委員 9:50-10:10 農村再生的過去與蛻變 林義立 副局長		10:30-12:00 農村好物頒獎典禮			
	13:30-14:30 繼續農村創生新系 余宛如 委員		14:00-15:00 第二屆金牌農村 啟動記者會		15:30-16:00 優良農村好成績 可樂旅行社 王清宇 副理			
	15:00-16:00 臺灣邁向先進國家的關鍵： 優先建設農村及二三线城市 林盛豐 監察委員		金牌農村分享 臺灣交流分享		遇見臺灣真實的感動 遇見雜誌 李建興 總編輯			

臺北松山文創園區地圖(臺北市信義區光復南路133號)



指導機關：行政院農業委員會 主辦機關：行政院農業委員會水土保持局 展覽單位：跨界策略顧問股份有限公司

圖 5-16 電子邀請卡設計

(二) 活動識別證

設計製作活動識別證，包括貴賓證、工作證、參展證等，以利活動現場識別。



圖 5-17 活動識別證設計

六、媒體露出成果

開幕式活動透過事前發送採訪通知及事後成果新聞稿，共計有 2 則電視媒體報導，為民視及台視；1 則電視新聞跑馬燈露出，為中天新聞；及 40 則網路新聞媒體露出，總計 43 則之新聞媒體露出。



圖 5-18 電視媒體報導



圖 5-19 電視新聞跑馬燈



圖 5-20 網路新聞媒體露出

七、開幕式活動紀錄



圖 5-21 農委會副主委蒞臨致詞



圖 5-22 長官貴賓為成果聯展揭開序幕



圖 5-23 開幕式現場座無虛席



圖 5-24 會後媒體聯訪

第五節 活動成果紀錄片剪輯

本計畫於農村再生成果聯展及嘉年華活動辦理期間，持續進行影片、相片拍攝紀錄，並於活動後蒐集整理影片、相片素材，剪輯為約 15 分鐘之成果紀錄片乙式。影片前半部以影像搭配說明文字介紹本次展覽主題、個別展區及市集介紹特色，後半部呈現講座、舞台表演、市集及民眾參觀展覽、體驗手作、集章闖關、活動效益數據之畫面。

表 5-10 活動成果紀錄片影片架構

單元	段落主題	說明	分鐘數
片頭	片頭	活動主視覺	5 秒
單元一	展覽及嘉年華介紹	以第一人稱視角影片、相片搭配圖說文字輔佐介紹展覽主題及展區。	5 分鐘
單元二	市集介紹	以第一人稱視角影片、相片搭配圖說文字輔佐說明。	2 分鐘
單元三	民眾參與及活動成效	拍攝民眾參觀展覽、嘉年華、手作體驗及集章闖關之紀錄相片。以數據化呈現本次活動成效，如參與人次、滿意度等。	8 分鐘
片尾	片尾	民眾合照及單位 LOGO。	5 秒



圖 5-25 活動成果紀錄影片片段

第六節 創意行銷宣傳

一、邀請入圍金曲製作人-廖誌汶製作專屬主題曲

為提高「農村再生 10 載幸福」成果聯展暨嘉年華會活動之宣傳效益，本計畫特邀請入圍金曲獎之農村製作人-廖誌汶，為活動專屬作詞譜曲「幸福青村」之歌曲。

「幸福青村」創作理念以傳統農村為背景，描述年青人回鄉後，努力工作著。一日在傍晚的稻程回想小時候純真的回憶，並期許自己能在農村有更好的發展，帶給家人幸福快樂。而歌曲視角則是以水保局的夥伴，從陪伴的角度看待這些回鄉的青年，慢慢長大，為家鄉打拼著。

牽你的手 走到三合院的瓦厝 我看見你害羞的抬頭
有沒有一種寄託 是阿公陪著阿嬤坐在星空下的門口
看著星星 想要為你摘下一顆 是一輩子不變的承諾
一陣風吹得輕柔 是阮庄腳小小幸福的角落
思念 著你回鄉種的咖啡 那濃濃的香味
十年 有你守候著的故鄉 那暖暖的人情味
思念 著你用手編的帽子 那蘭草的香味
遠方 那道彩虹是我們的夢緊緊相隨
看著青春 默默汗水流的額頭 心中享受完成的快樂
喝掉一口的 脆弱 是我手牽著你一起往前走
夢見你回到那小時候 追著
賣雜貨的三輪車 經過
村落的巷子口 幻想
會掉一顆 彩色的玻璃球
阿伯拿著鋤頭要掘芋 天黑黑
阿桑要收衫怕下雨
順著時間的河流 火金姑 來照路
思念 著你回鄉種的咖啡 那濃濃的香味
十年 有你守候著的故鄉 那暖暖的人情味
思念 著你用手編的帽子 那蘭草的香味
遠方 那道彩虹是我們的夢緊緊相隨

圖 5-26 幸福青村歌詞

「幸福青村」一曲不只於成果聯展場內播放，增添熱鬧氛圍營造活動氛圍，本計畫也特別邀請廖誌汶製作人至嘉年華活動現場自彈自唱，藉由製作人現場魅力，也為嘉年華之市集攤商招攬生意，熱絡現場氣氛。



圖 5-27 廖誌汶製作人於嘉年華活動現場演唱

二、東森幼幼台番茄姐姐說繪本故事

本計畫特別邀請東森幼幼台番茄姐姐至場內頂溪の貓咪書屋，為大小朋友說繪本故事，番茄姐姐以有趣、活潑的互動，帶領大小朋友進入「躲貓貓」故事情節，將臺灣農村豐富內涵向下傳遞給更多的親子族群。



圖 5-28 番茄姐姐現場分享「躲貓貓」電子繪本

第六章 創意回饋

第一節「農村再生 10 載幸福」智慧導覽 APP

智慧化、行動化體驗已成為時下的觀展風潮，為使觀展民眾擁有更深刻、更趣味的觀展體驗，本計畫搭配「農村再生 10 載幸福」主題網站，開發建置「農村再生 10 載幸福」APP，內容除包括農村再生相關訊息、成果聯展及嘉年華活動資訊，讓民眾可即時獲得相關訊息，也搭配智慧語音導覽、「玩農村集幸福」集章活動，活動期間 APP 觸及總計達 1,797 人次。



圖 6-1「農村再生 10 載幸福」APP 畫面

一、農村再生成果聯展智慧語音導覽

為使參觀成果聯展之來賓及民眾更加了解展區特色，在場內只要透過行動裝置，開啟頁面中的智慧語音導覽功能，即能擁有專屬的展場導覽小幫手，加速了解展場動線及展出內容等資訊。



圖 6-2 智慧語音導覽功能

二、「玩農村集幸福」闖關集章活動

為提高嘉年華活動觀展民眾參與度，特別於 APP 中加入「玩農村集幸福」電子集章活動，總計規劃室內室外共 4 個集章地點，民眾完成集點後即能兌換金嘆米或春一枝冰棒一份，以遊戲式體驗使民眾深入參與活動。

第二節 觀展優化服務：觀展懶人包、團體預約服務

一、觀展懶人包

為使民眾於觀展前能更加瞭解本計畫成果聯展暨嘉年華會活動內容，本計畫回饋剪輯製作「農村再生，10 載幸福 即將開展囉！」55 秒觀展懶人包短片一式，內容介紹活動時間、活動地點及一系列特色活動介紹，並於水土保持局-永續水土保育、農村好讚 facebook 粉絲專頁露出，搭配廣告資源挹注，總計累積 3 萬次以上觀看人次，達到活動前廣泛宣傳之成效。

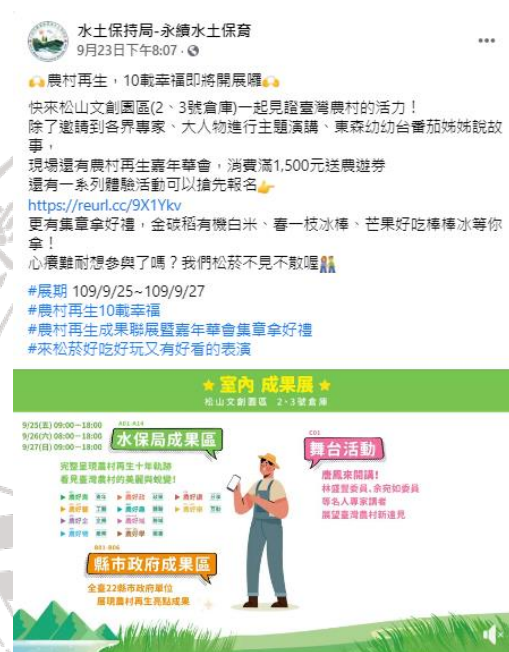


圖 6-3 觀展懶人包影片貼文

二、團體預約及展場導覽服務

為使機關團體更加深入了解農村再生發展歷程及各展攤特色，本計畫同時於主題網站開設團體預約導覽報名功能，總計有 2 組協會團體、2 組國小團體，共計 81 人透過事前預約，體驗展場導覽服務。活動現場則由工作人員手持擴音式喇叭講解，依動線帶領團體遊客逛展。



「農村再生 10 載幸福」成果展團體觀展導覽報名表

※ 展覽時間：109年9月25、26、27，上午10:00-下午18:00
※ 展覽地點：松山文創園區2、3號倉庫(110台北市信義區光復南路133號)
※ 主辦單位：行政院農業委員會水土保持局
※ 承辦單位：跨界策略顧問股份有限公司
※ 活動聯絡人：薛小姐 04-2298-5258#250
※ E-MAIL: jane@geo.com.tw
※ 注意事項：每團人數限15~20位，實際導覽時間將依各團體報名順序及人數進行安排，將再以電話通知

觀展單位名稱
簡答文字

報名聯絡人姓名 *
簡答文字

報名聯絡人電話 *
簡答文字

圖 6-4 團體觀展導覽報名表



圖 6-5 民眾實際參與展場導覽服務

第三節 展場 AI 人流及熱點數據分析

本計畫回饋導入展場 AI 人流及熱點數據分析，活動期間於展場內共架設 7 支 AI 人流攝影機，用以拍攝觀展人流及停留熱點，本計畫也於活動後進行人流及熱點數據分析，依分析結果顯示總進場人次為 6,559 人次、熱門區域為縣市政府區。

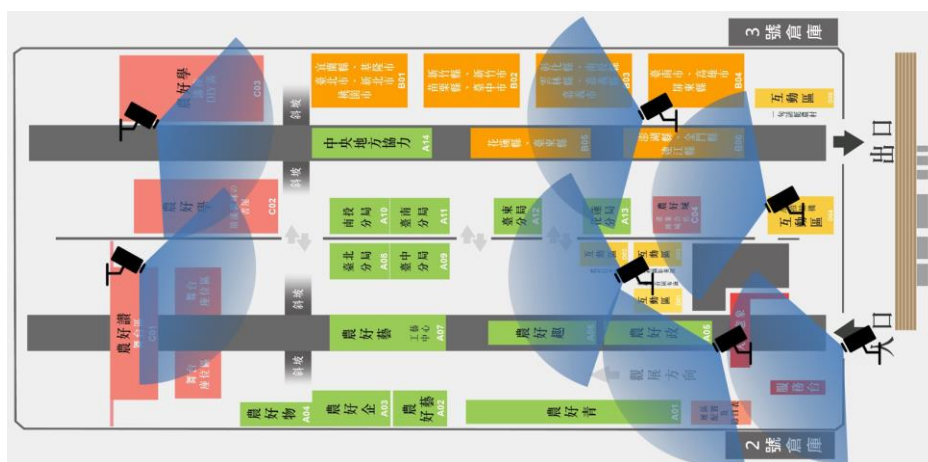


圖 6-6 AI 人流攝影機架設位置



圖 6-7 AI 人流及熱點數據分析結果



第七章 工作進度及交付項目

第一節 工作進度表

本計畫之工作期限自決標次日起至 109 年 12 月 21 日止，
各工作時程規劃如下：

表 7-1 預定工作進度表

項次	工作項目	年/月	109 年											
		2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
一	辦理農村再生成果聯展													
	1.舉辦時間及地點確認		■	■										
	2.場地現勘作業				■									
	3.展出單位邀約及展出內容確認					■	■							
	4.推廣海報/文宣設計						■	■						
	5.展場佈置設計確認							■	■	■				
	6.農村再生成果回顧短片企劃及確認						■	■						
	7.農村再生成果回顧短片剪輯							■	■					
	8.成果聯展場佈									■				
9.成果聯展活動辦理									■					
二	農村再生嘉年華會													
	1.舉辦時間及地點確認		■	■										
	2.場地現勘作業				■									
	3.表演單位邀約及節目內容確認					■	■							
	4.展售攤位邀約及確認						■	■						
	5.活動特色紀念品規劃及確認				■	■								
	6.活動特色紀念品打樣及量產						■	■	■					
	7.嘉年華會場佈									■				
	8.嘉年華會活動辦理									■				
9.問卷滿意度調查統計、分析									■	■				
三	行銷推廣													
	1.活動網頁、APP 規劃及確認		■	■	■									
	2.活動網頁、APP 開發建置					■	■	■						
	3.活動網頁營運維護							■	■	■				
	3.CF 廣告宣傳影片規劃及確認						■	■						
	4.CF 廣告宣傳影片剪輯及露出							■	■	■				
5.媒體宣傳							■	■	■	■				

項次	工作項目	年/月	109 年											
			2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
四	辦理宣傳記者會活動													
	1.舉辦時間及地點確認	■	■	■										
	2.場地現勘作業				■	■								
	3.貴賓邀請作業						■							
	4.邀請卡、海報設計及發送						■							
	5.記者會場佈							■						
	6.記者會活動辦理							■						
五	計畫查核點													
	提送工作執行計畫書			▲										
	提送期中報告書									▲				
	提送期末報告書										▲			
	成果報告書												▲	



第二節 計畫交付項目

一、成果報告書：3 份。

二、工作執行計畫書、成果報告文字檔、各期報告及簡報檔：

採用 ODF(Open Document Format)相容文件格式或*.pdf 或

其他可攜式文件格式，並以光碟或可攜式電子儲存媒體 3 份。

三、紀念品 1,000 份。

四、其他：如協助各期會議記錄等事項。

五、成果報告、摘要報告及計畫成果(含圖資)電子檔應儲存至

電子圖書管理中心，如單一檔案資料量大於 4GB，請連同詮釋資料繳送至本局技術研究發展小組。





第八章 結論與建議

本計畫於 109 年 9 月 25(五)至 9 月 27 日(日)辦理 3 日農村再生成果聯展及 2 日嘉年華會，並透過網站建置、影片宣傳、媒體宣傳、開幕式活動、集章互動遊戲等行銷推廣方式，進行整體活動曝光、展出農村再生 10 週年豐碩成果。本計畫執行之各項成果如下所述，並規劃後續建議及彙整展後檢討及精進回饋於附錄八，供後續計畫辦理參考。

一、執行成果

(一)【策展內容】整合中央及地方農村再生成果完整展現

農村再生成果聯展暨嘉年華會共分為室內及戶外兩大場域。室內「成果聯展」展示水保局及地方政府等單位執行成果。水保局成果區共分為 10 大主題展區，分別為「農好政」、「農好青」、「農好趣」、「農好藝」、「農好企」、「農好物」、「農好域」、「中央地方協力-看見臺灣農再 10 年」、「食通信」、「互動區」；地方政府成果區共有 6 大主題展區，分別為「你農我農，海誓山盟」、「幸福農再 漫遊山海」、「榕仔跤」、「搖滾南台灣」、「花東百衲」、「農嶼海」。

除成果展示外，為提高展覽互動性，展場內更設置有舞台區、互動區、講座 DIY 區、書屋等主題區。其中，舞台區邀請到行政院唐鳳政務委員、林盛豐監察委員、余宛如委員、可樂旅遊(康福旅行社)及遠見雜誌等農村領域產官學專家學者分享。書屋區則有東森幼幼台番茄姐姐說故事，以及手作 DIY 活動讓民眾體驗農村特色產品與傳統技藝；互動區則有農村驻村藝術家王國仁親自彩繪打卡牆裝

置藝術、拍貼區則讓民眾可即時與農村美景拍照及印出照片，增添整體展覽活動豐富度。另外，整體活動更邀請入圍金曲製作人廖誌汶先生為農村再生 10 週年創作「幸福青村」專屬歌曲，讓參展民眾透過聽覺也感受到農村的幸福滋味。

戶外「嘉年華會」則由廖誌汶先生以及農村社區團體、街頭藝人於寶島舞台輪番演出，文創大街上邀請 20 多家農村好物及農村社區企業業者共同參與展售，現場販售農村的好食、好玩、好工藝等各項特色好物。

(二)【虛實行銷】提高媒體曝光度，活絡農村經濟

1. 名人加持：透過本計畫自有媒體、數位媒體及電視媒體採購，達到多元推廣方式，結合名人主題演講、東森幼幼台番茄姐姐 KOL 宣傳、農村藝術家現場彩繪合作，提高民眾對臺灣在地農村之興趣，並引發民眾自主走進農村、深入體驗農村生活，進而活絡農村經濟，共同創造臺灣農村的新價值。
2. 虛實整合：透過虛實整合行銷串聯線上線下，從觀展懶人包引發社群擴散力，至團體預約專屬導覽達到精準分眾，提升整體活動曝光率與活動行銷宣傳品質。整體活動線上及線下行銷推廣活動觸及人次合計為 **163,053 人次**(線下活動觸及人次 15,423 人、線上觸及人次 149,409 人)，並回收 1,100 份滿意度問卷，成果聯展及嘉年華會平均滿意度均達 92 分以上。

表 8-1 整體活動量化效益

線下活動效益	
項目	觸及人次
成果聯展(9/25-9/27)	6,559
嘉年華會(9/26-9/27)	7,067
APP 觸及+集章拿好禮人次	1,797
線下觸及人次總計	15,423
線上活動效益	
項目	觸及人次
9/27 直播-優遊農村好遊趣	3,329
9/26 成果影片	2,855
9/26 直播-金牌農村	10,905
9/25 影片-開幕成果	2,395
9/25 直播-開幕式	7,272
9/23 影片-懶人包	69,398
9/16 貼文-專家開講	8,192
9/10 貼文-DIY 體驗	647
9/2 貼文-繪本說故事	10,009
8/26 貼文-嘉年華	9,646
8/19 貼文-農再系列活動	1,173
8/12 貼文-活動介紹	17,436
8/4 貼文-活動預告	6,152
線上觸及人次總計	149,409
整體線上線下觸及人次	163,053

(三) 【智慧應用】引用智慧科技潮流，創造展覽新亮點

1. 電子集章遊戲化：運用導覽集章專屬 APP，將展出內容設計為集章闖關之遊戲，引導民眾深入觀展解題，進而吸收此次展覽之內涵；並提供語音導覽功能，讓民眾於展場擁有專屬導覽小幫手，即時快速瞭解各展區特色。
2. 互動拍貼機共享樂趣：於展場內設置有 4 台互動拍貼機，結合農村美景照片，讓觀展民眾能與親朋好友共享拍貼樂趣。
3. AI 影像人流辨識：於展場內設置有多台 AI 攝影機，透過科技掌握各時段觀展人潮及展區人潮熱點，進行智慧人流統計與資訊收集作業，並於活動後提供智慧化展覽效益數據分析。



二、活動檢討回饋

(一)【活動規劃】同時段不同活動，整合簽辦及統一發送邀請卡

本次活動同時段尚有綜合企劃組水土保持及農村再生成果發表會，而農村再生 10 載幸福內又安排第二屆金牌農村競賽啟動記者會、農村好物頒獎典禮等，建議後續局內所有活動可先溝通確認，並整合簽辦相關文件，邀請卡亦可統一發送，再依不同活動屬性夾放單一活動小卡，避免受邀對象誤解。且與長官確認活動出席狀況，建議由組內同仁電話洽詢處理，較能兼顧電話禮貌，且對整體內容較能清楚回應。

(二)【貴賓接待/導覽解說】負責單位共同參與貴賓接待及導覽

本次活動於現場引導貴賓導覽時，發現部分展區偶爾出現空攤情形，未能及時安排人員主動解說，未來建議負責單位應共同參與。且為加強服務台人員之機動性，建議未來能事先訓練組內同仁導覽解說，且服務台可安排一名媒體接待人員，以利於跟陪並解說。

(三)【展場配置】預算編列需考量場地狀況，展區配置需考量鄰近展區活動

本次嘉年華會活動，因戶外場地電力不足，一方面導致臨時增加電力設備(發電機)衍伸租賃費用，一方面電器設備(如：電風扇及燈具)受限電力不足無法安裝。建議未

來可前置了解場地狀況，並納入預算編列，以利於活動辦理順暢及展售品質。

另本次展場節目十分熱鬧，考量各活動之區域(如：舞台區、書屋、講座區)，音量易彼此干擾。建議未來針對活動展區位置，可盡量錯開以達活動進行之最佳品質。

(四) 【活動設計】體驗活動收費可考量補助機制

本次活動 DIY 免費體驗場次(各場次為 20 名)報名踴躍且額滿，反觀需繳交費用之場次(每名約 200-250 元)，民眾意願不高。建議未來規劃 DIY 體驗活動，可考量補助機制，如：分攤補助金額或結合市集購買金額滿額贈 DIY 體驗的方式，擴大推廣，增加民眾體驗農村工藝及文化之意願。



三、後續辦理建議

(一)【全民參與】一年一會、一年一展，持續發展臺灣農村特色

本計畫農村再生成果聯展暨嘉年華會，於執行階段透過工作會議、協商會議不斷討論，並邀請地方政府共同參與策展，從中央到地方充分展現農村再生整體成果。為持續滾動臺灣農村發展，建議未來可朝一年一會、一年一展之方式，持續展現臺灣農村發展成果。一年一會建議可以嘉年華會之方式，匯集各地農村社區之精華成果並結合農村好物展售，以農村市集嘉年華會之概念，呈現相關成果；一年一展則建議以專業主題展會之方式，廣邀產官學研以及所有關心農村未來發展的公民團體與大眾，齊聚一堂交流與討論農村發展議題。透過每年滾動式全民參與，讓中央、地方、農村、企業成果交流及廣納創意，並據以訂定合時合宜之農村政策主軸及施政策略，俾利臺灣經營出一系列有各自特色及文化的農村。



圖 8-1 一年一會一年一展各期構想



圖 8-2 農村永續發展會展預期效益

(二) 【虛實整合】線下展會結合線上導購，延續展會效益

本計畫建置有專屬活動網站，於活動前提供相關活動資訊、活動後持續彙整更新活動成果照片、影片等。建議未來若有類似活動，可運用網站此媒介，開發線上虛擬導覽功能，提供無法到場觀展之民眾也能透過網站進行線上觀展；另外，也可透過導購方式，將民眾由活動網站導流至各好物業者網站，讓民眾離開展場後仍可購買農村好物，將線下展會效益延伸至線上。

(三) 【展品轉化】農村再生成果展示空間，保留展覽成果

本計畫為豐富成果聯展展出內容，於展場內設置有以頂溪社區貓咪裝置藝術所打造之書屋，並匯集了這 10 年來之農村再生成果圖書；也打造一句話挺農村大樹，匯集來自各地觀展民眾對農村之期許，建議可於局內規劃一農村再生成果展示空間，像此類之展品，可於展覽活動結束後，移展至局內，不僅可保留展覽成果，也能持續堆疊相關計畫執行成果，不讓成果隨著展覽活動結束而消失。

(四) 【媒體宣傳】針對不同客群，拓展媒體宣傳管道

本次成果聯展暨嘉年華會行銷宣傳主要透過 Facebook 進行宣傳，也獲得極佳之成效。未來若有類似活動，建議也可拓展不同管道如 Youtube、Instagram 之宣傳，並搭配不同辦理場地之客群，拓展不同年齡層及目前對象之宣傳。

