

111年萬物糧倉大地慶典- 台東地區縱谷百選與品牌型塑計畫

計畫目的

- 一、奠基縱谷百選店家過去基礎之上，導入輔導、研發、設計、整合出店家的優質伴手禮或空間，深化產業發展。
- 二、協助大地餐桌提升服務流程、精進餐食品質，強調其食農教育體驗內涵，朝向商業化模式穩定經營。
- 三、持續豐富縱谷百選、大地餐桌品牌內涵，為地方產業永續發展建構在地品牌續航力。

計畫執行方法

一、縱谷百選店家輔導推廣

- (一) 設計、改造店家產品或空間據點
- (二) 縱谷百選品牌整合推動
- (三) 包裝食品之食品安全標示輔導
- (四) V-select產品宅配箱與提袋設計製作
- (五) 通路策展推廣

二、大地餐桌產業化輔導推廣

- (一) 優化大地餐桌內涵與服務
- (二) 大地餐桌產業化輔導
- (三) 食農教育食譜紀錄與發展實體印刷物
- (四) 推廣食農教育體驗活動
- (五) 食農問卷設計與蒐集

三、品牌形象服務

- (一) 品牌社群與故事開發
- (二) 活動形象影片與活動紀錄
- (三) 針對各項活動之文稿撰擬發佈及露出

計畫執行成果

本計畫今年度執行成果包括：

一、縱谷百選店家輔導推廣

- (一) 輔導優化15個店家，包含商品12家共27件及空間3處，使縱谷百選店家增至112家。
- (二) 協助完善食品安全標示共12件。
- (三) 整合V-select品牌設計宅配箱與保冷袋共3款。
- (四) 辦理縱谷百選通路策展推廣共3處。
- (五) 協助改造商品媒合通路共2處。

二、大地餐桌產業化輔導

- (一) 優化大地餐桌內涵與服務，遴選4組深具潛力的培育團隊、辦理培育團隊共識會議1場、客製化課程4場、食農走訪討論會4場、行前籌備與試菜會議4場、團隊精進課程1場及年度分享會1場。
- (二) 舉辦示範餐桌共8場。
- (三) 建立臺東大地餐桌品牌形象1式。
- (四) 串聯預約平台1處。
- (五) 開發特色食譜20款。
- (六) 蒐集食農問卷553份。

三、品牌形象服務

- (一) 官網優化及維護、社群行銷、形象影片及活動紀錄影片2支。
- (二) 總體活動整合行銷等文宣品製作、整體露出報導次數33篇以上。

結論

本計畫持續以品牌發展思維、設計美學導入、社群化的建構來推動臺東的風土農產；並從市場消費與公眾認知角度出發，進一步達成產業整合提升與品牌化的發展綜效。今年持續以「縱谷百選」與「大地餐桌」品牌化為目標，透過深化品牌內涵來推動臺東地區產業的創生，以在地產業展現生活、生產及農村美學，打開五感貼近農村人文底蘊及體驗產業特色，發掘屬於臺東在地蘊含的價值，為產業搭一座新舞台。將臺東農業、文創與觀光各式產業資源結合，透過產業輔導群體互繫的地域創生融入概念，實踐萬物糧倉的地方品牌，同時也辦理活動，並記錄執行過程與成果影像製作，作為在地產業與觀光活動合流，讓臺東地方產業成為臺灣地方創生永續發展的亮點。

委託機關：農業部農村發展及水土保持署 臺東分署 農村營造課

受託單位 / 設計監造單位：津和堂城鄉創意顧問有限公司

執行期間 / 開工起迄：111年3月 - 111年12月

