

彰化縣花卉文化觀光策略

莊翰華*

摘要

本文分彰化縣整體文化產業競爭策略、花卉文化產業運作機制、花卉觀光產業行銷策略三個部份，提出彰化縣結合「花卉文化」與「觀光產業」應施力處。

關鍵詞：花卉文化、觀光產業、行銷策略

*國立彰化師範大學地理學系教授

Strategy of Flower Cultural-Tourism in Changhua

Han-Hwa Juang

Abstract

Three sections are presented. The first drew up different spatial strategies to be aimed at the three spatial development area of culture in Changhua. The second focuses on the operation mechanism for flower culture industry areas. The last section reveals the strategy implication for the flower culture tourism.

Keywords: Flower culture, Tourism Industry, Marketing strategies

壹、前言

成功的產業背後都有故事，這個故事是與當地文化結合的，消費者觀光購買的不只是產品、服務，最重要是這個產品代表的文化價值。文化創意產業為 21 世紀知識經濟時代的主流，文化創意與觀光發展的結合，蘊涵文化政策與經濟政策的組合。

貳、整體產業競爭策略體文化¹

彰化縣鄉鎮市地方文化產業發展，可劃分為「高度發展潛力」、「中度發展潛力」與「低度發展潛力」三大空間發展區域，而 26 個鄉鎮市之間地方文化產業發展潛力的高低差異，引導出彰化縣地方文化產業空間發展的三個不同方向(圖 1)。

1. 高度發展潛力區域，著重地方文化產業「質」的提昇：彰化市、員林鎮、鹿港鎮、田尾鄉、二水鄉。
2. 中度發展潛力區域，著重地方文化產業「量」的提昇：和美鎮、伸港鄉、福興鄉、埔鹽鄉、二林鎮、溪湖鎮、社頭鄉、秀水鄉、大村鄉、田中鎮。
3. 低度發展潛力區域，鄉鎮地方歷史產業項目：線西鄉、花壇鄉、芬園鄉、埔心鄉、永靖鄉、芳苑鄉、大城鄉、竹塘鄉、埤頭鄉、溪州鄉、北斗鎮。

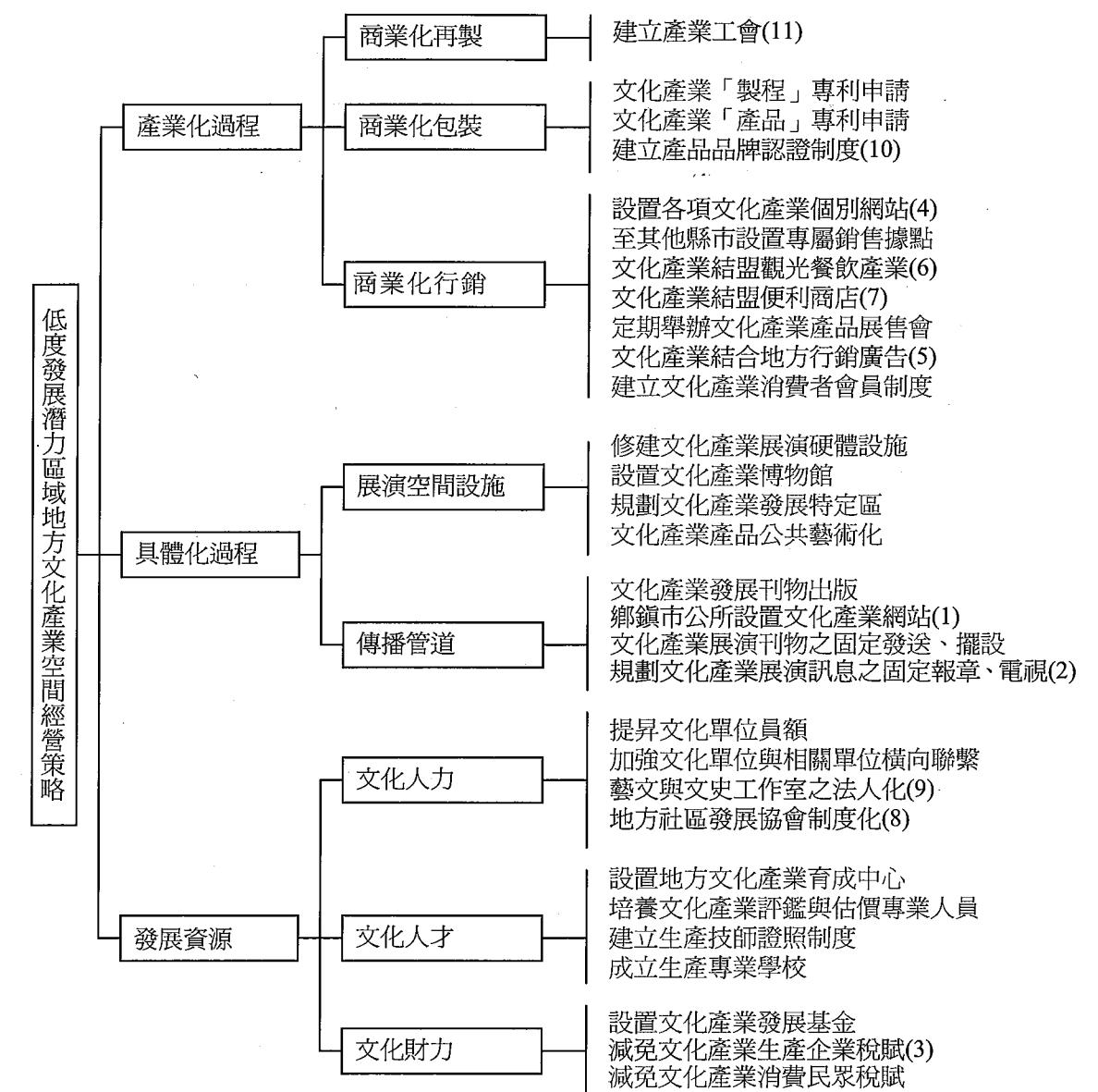
依地方文化產業發展原則評估項目權重，彰化縣地方文化產業在中部區域的競爭態勢，以及彰化縣地方文化產業發展策略，在採行度、立即度與優先運用鄉鎮市等方面的探討成果，確立彰化縣鄉鎮市地方文化產業之空間經營策略。

¹ 摘述自吳郁萍(2004)。研究方法：文獻回顧、專家問卷(實際有效問卷 26 份)，深度訪談(4 人)。



圖 1 彰化縣地方文化產業發展的三大空間發展區域與發展方向

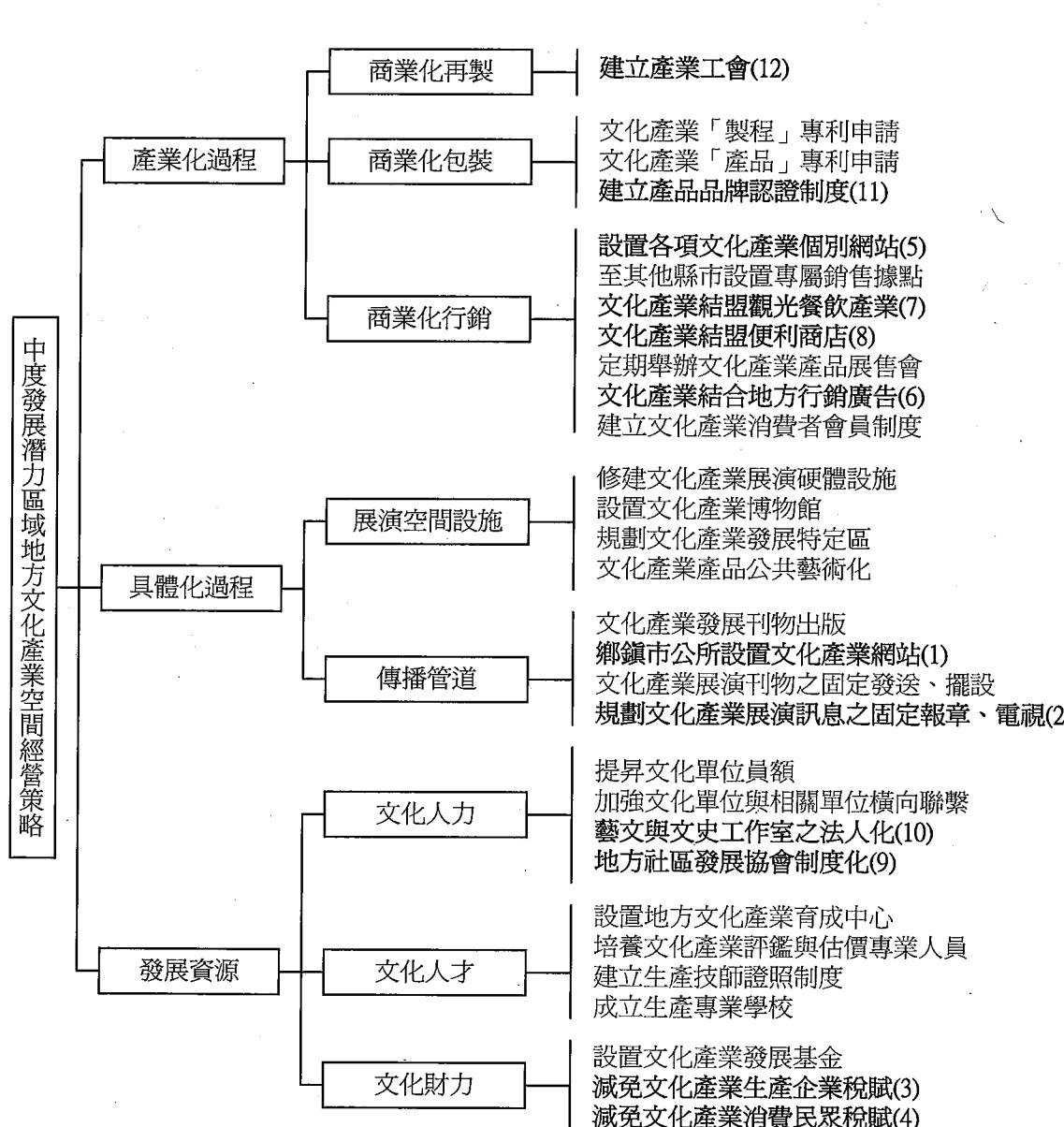
1. 低度發展潛力區域地方文化產業空間經營策略



註：■屬於適合運用策略，（ ）代表適合運用策略順序；■屬於不適合運用策略。

圖 2 低度發展潛力區域地方文化產業空間經營策略圖

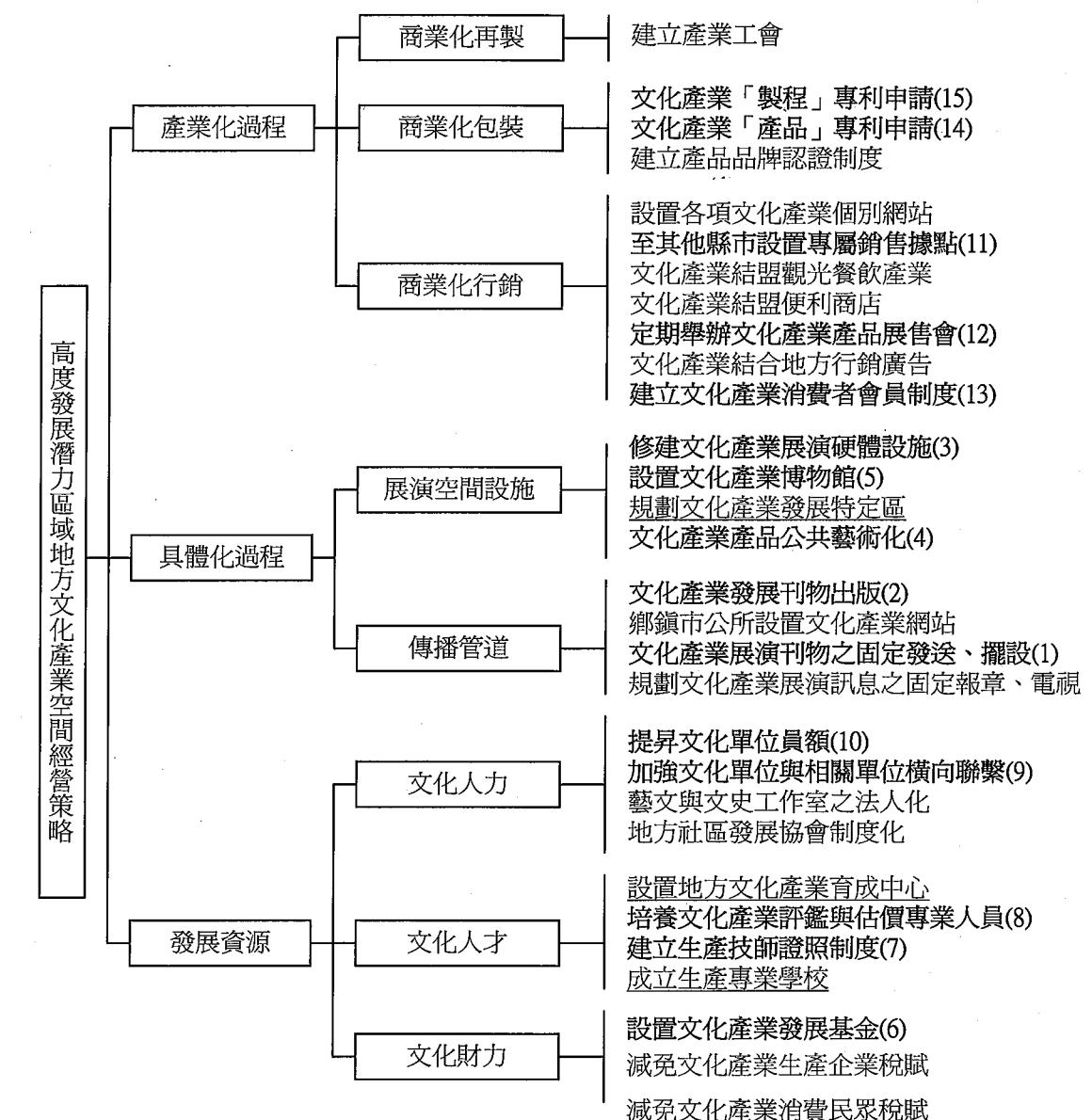
2. 中度發展潛力區域地方文化產業空間經營策略



註：■屬於適合運用策略，()代表適合運用策略順序；■■■屬於不適合運用策略。

圖 3 中度發展潛力區域地方文化產業空間經營策略圖

3. 高度發展潛力區域地方文化產業空間經營策略



註：■屬於優先著重運用策略，()代表優先著重運用策略順序；■■■屬於次要適合運用策略；_____屬於不適合運用策略。

圖 4 高度發展潛力區域地方文化產業空間經營策略圖

參、花卉產業運作機制2

健全的花卉產業鏈，是業者追求創新與創意產品行銷、鋪貨的基礎，因此農政單位應引導花農整合和花市整合。文化創意產業由於其取材的內容可以從地方尋求靈感；而產業的群聚，有利於資源的整合，或藉由創造性模仿以追求創新。故文化創意產業的運作，可藉由整合彰化縣內公部門資源，與田尾鄉花卉業者的私部門資源，作為推動花卉產業創新之開始。

一、成員角色

分為農政機構(農委會、縣政府農業局、鄉公所農業觀光課)、文化行政部門、技術支援單位、私部門(田尾鄉農會、田尾公路花園發展協會、彰化縣花卉生產合作社、彰化縣園藝花卉商業同業公會等組織在增進花卉產業的創新上，應扮演之角色如表1。

表1 花卉文化創意產業相關成員角色建構表

組織		傳統角色	未來應強化之角色
農政機構	行政院農委會	對地方政府執行主管事務，指示、監督之責。協調、導引產業發展方向	引導花農整合、協調花市整合、整備易於結合文化資源的環境
	縣政府農業局	監督、輔導花卉產業發展規劃「花卉栽培特定區」、「國家花卉園區」	強化教育訓練等軟體公共建設、建立花卉業者與藝術家定期對話的機制、協調產銷班產生一市場敏感度高之總班長
	田尾鄉公所農業觀光課	執行田尾休閒園區之規劃	強化園區景觀之創意與獨特性、園區交通問題之改善、公私部門合作規劃淡季活動
文化行政部門(縣政府文化局)		補助與推廣藝文活動	鼓勵行政體系，在產業政策制定與執行上，考量文化與創意價值、協助產業與藝術的媒合
技術支援單位		品種改良、花卉生產技術之改進	花卉周邊產品之研發
私部門	田尾鄉農會	提供創業資金貸款、農民與政府溝通之橋樑	協調產銷班整合，並進行生產與分級包裝分工。培養花農對「美」敏銳感受力。教育消費者
	田尾公路花園發展協會	開發花卉周邊產品、帶領解說服務	分析既有的花卉產品銷售狀況、汰弱留強、與藝術創作者合作，以特定的策略價位，針對不同之客源市場，開發不同之花卉產品、敦請公部門聘請

² 摘述自彭筱麗(2005)。研究方法：田野調查、問卷調查(實際有效問卷72份)，深度訪談(17人)。

			藝術總監，指導業者與居民進行公路花園園區藝術設計、強化解說教育觀摩訓練
	彰化縣花卉生產合作社	輔導花農成立產銷班、經營田尾鄉花卉拍賣市場、經營外銷花卉處理場	協調花市之整合、以集中市場的優勢，轉型為發貨中心
	彰化縣園藝花卉商業同業公會	園藝景觀設計業者的組織	結合組織之利益與社區之利益，舉辦社區園藝景觀設計競賽

二、互動方式

花卉專家與藝術家各有不同的生活背景與創作經驗，觀念不同，對藝術的要求也不同。欲在田尾鄉建立花卉與藝術的對話，首先必須在了解花卉、喜歡花卉的在地人中，發掘藝術家，一方面他有對地方的情感，願意認真投入；再方面由於他具有藝術的素養，又有對於花卉產業的了解，可減少花卉業者和藝術家溝通之障礙，搭起雙方溝通的橋樑。花卉與藝術相關之公私部門人員應扮演之角色與整合方式，如表2、圖5。

表2 花卉文化創意產業運作機制建構表

中央層級 (方向擘劃)	農委會 (休閒農業、策略聯盟)	文建會 (文化創意產業)
地方政府 (督導)	台中區農業改良場(技術支援)	縣政府文化局 (產業與藝術媒合)
	縣政府、鄉公所農政單位 (引導業者整合)	
	藉由舉辦「花卉文化創意產業研討會」進行觀念交流	
私部門 (塑造文化、產生創意)	田尾公路花園發展協會 田尾鄉農會 彰化縣園藝花卉商業同業公會 彰化縣花卉生產合作社 (業者與文史工作室合作激發創意，並協調公部門辦理研習)	田心文史工作室 (知識中介)
	辦理「花卉與藝術」研習時進行整合，並結合民間力量，將研習成果以花卉主題活動展現	藝術家 作家

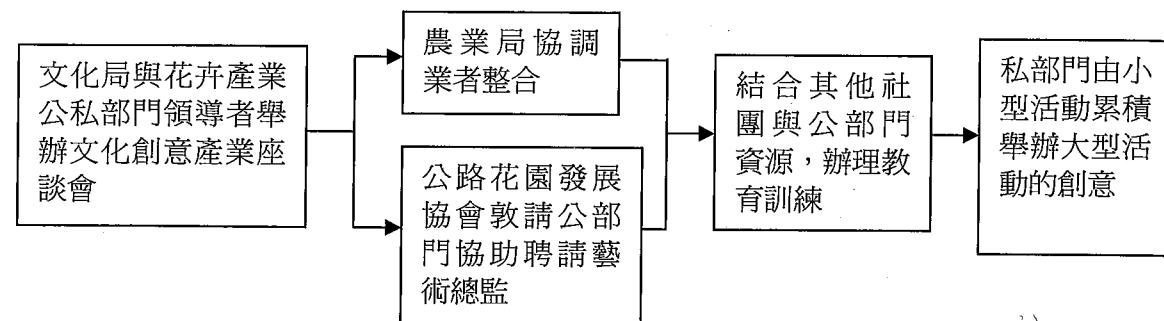


圖 5 花卉創意產業互動方式

三、整備途徑

整備花卉創意產業環境，應以人和空間資源的整合為基礎，進而依據產業或地方的歷史背景、產品製造過程的獨特性、不同季節的花卉屬性等，創造內容與話題，最後則是發展出能增進花卉產值的產品，如圖 6。

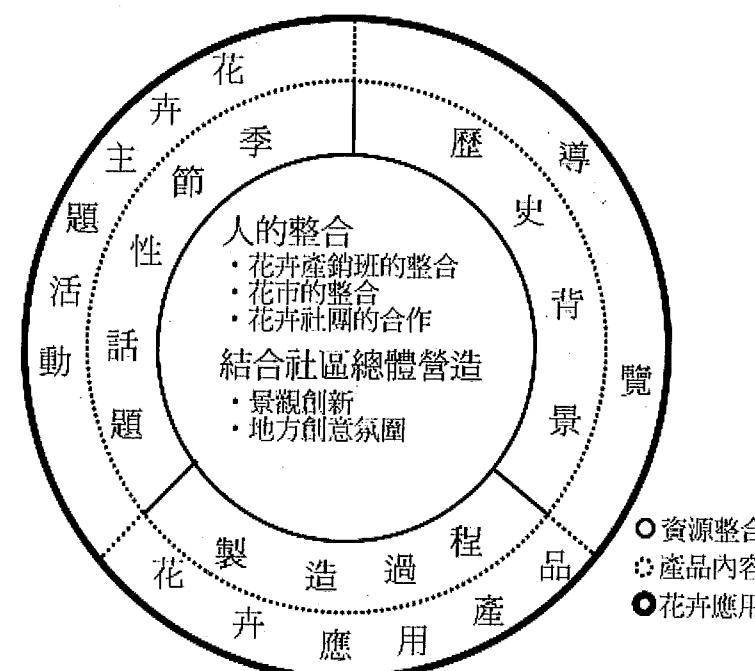


圖 6 花卉產業轉型為文化創意產業的整備途徑

肆、花卉觀光產業行銷策略³

從整體面向關注彰化縣的花卉觀光產業發展，瞭解彰化縣花卉觀光產業之內部優勢(S)和劣勢(W)，與外部之機會(O)和威脅(T)後(表 3)，進行課題研討，並根據不同的條件，擬出合適的因應對策(表 4)。彰化縣花卉觀光產業地區發展定位與產品策略見圖 7、圖 8。

表 3 彰化縣花卉觀光產業 SWOT 矩陣分析示意表

	內部環境		外部環境	
	S 優勢	W 劣勢	O 機會	T 威脅
1	悠久歷史經驗傳承	花卉產業受自然災害影	大型花卉產業計畫	其他縣市引進新品種
2	產量、產值、面積	傳統生產技術	田尾公路花園形象商圈	其他縣市花卉博覽會
3	聚集經濟	個體戶規模小	與荷簽備忘錄進入國際	成立其他花卉生技園區
4	田尾公路花園全國知名	注重生產面	開放大陸觀光客來台旅	
5	觀光資源豐富	田尾公路花園規劃年代久		
6	介於阿里山與日月潭	部門配合差 資源整合低		

³ 摘述自謝玉文(2007)。研究方法：文獻回顧、問卷調查(實際有效問卷 65 份)，深度訪談(15 人)。

表 4 花卉觀光產業課題與策略對照表

分析層面	課題	策略	因應 SWOT
花卉產業的發展性	花卉產業逐漸沒落中	把握技術研發功能，重視創意產品價值	S1、S2、S3、S4、T1、T3
	國際市場拓展未實現	堅持品質產量穩定，建立國家花卉品牌	S4、S5、S6、O1、O3
	國內市場未充分打開	培養國人購花認知，促進國內花卉消費	S2、S3、S4、O1、O2
觀光產業的支援性	遊憩景點的分佈不均	建立縣內區域合作，整備縣級遊憩設計	S4、S5、W6、O2、T2
	遊憩資源發展的偏頗	加強自然資源開發，提供全方位的遊憩	S4、S5、T2
	未達國際級服務品質	加速國際化服務，吸引國際消費者進入	S4、S5、W3、W5、O1、O2、O4
政策規劃的周延性	地區發展規劃的缺失	重新檢視競爭優勢，建立明確發展定位	S1、S2、S3、S4、W5、O2、T1、T2、T3
	地區特色未呈現差異	發展地方特色產業，建立獨特識別形象	S1、S5、O1、O2、O4
	行政分工缺乏的整合	改善行政之間互動，促進部門之間合作	W6、O1、T3
現況評價的普遍性	資源優勢無明顯差異	擴大同業異業之間聯盟，發展套裝產品	S1、S2、S3、S4、O1、O3
	產品分工專業無整合	整備現有資源，推出花卉觀光綜合產品	S2、S3、S4、T1、T2
	發展地點選擇的思考	基於產業發展評估模式，選擇花卉產地	S2、S3、S4、W2、W5、O1、O2、T3
策略研擬的差異性	策略選擇保守無特色	提昇經營者競爭認知，設計差異化策略	W2、W3、W4、T1、T3
	推廣促銷雷同無區隔	整合推廣方式，善用宣傳媒體強力曝光	S4、S5、W6、T2
	產品價格制訂多保守	基於花卉產品特性，採取平價永續經營	S2、S3、S4、O1

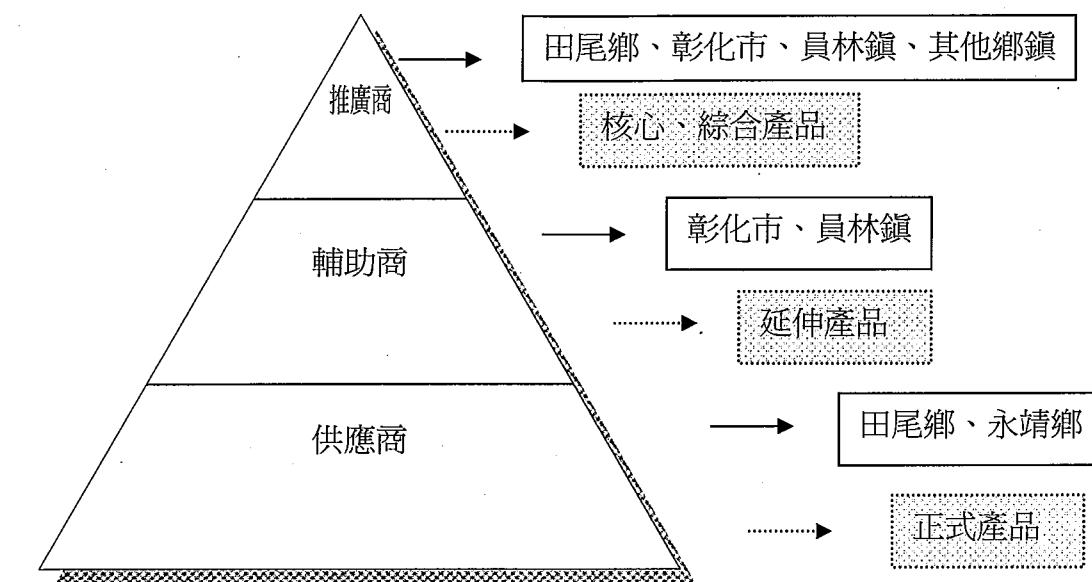


圖 7 彰化縣花卉觀光產業地區發展定位與產品策略示意圖

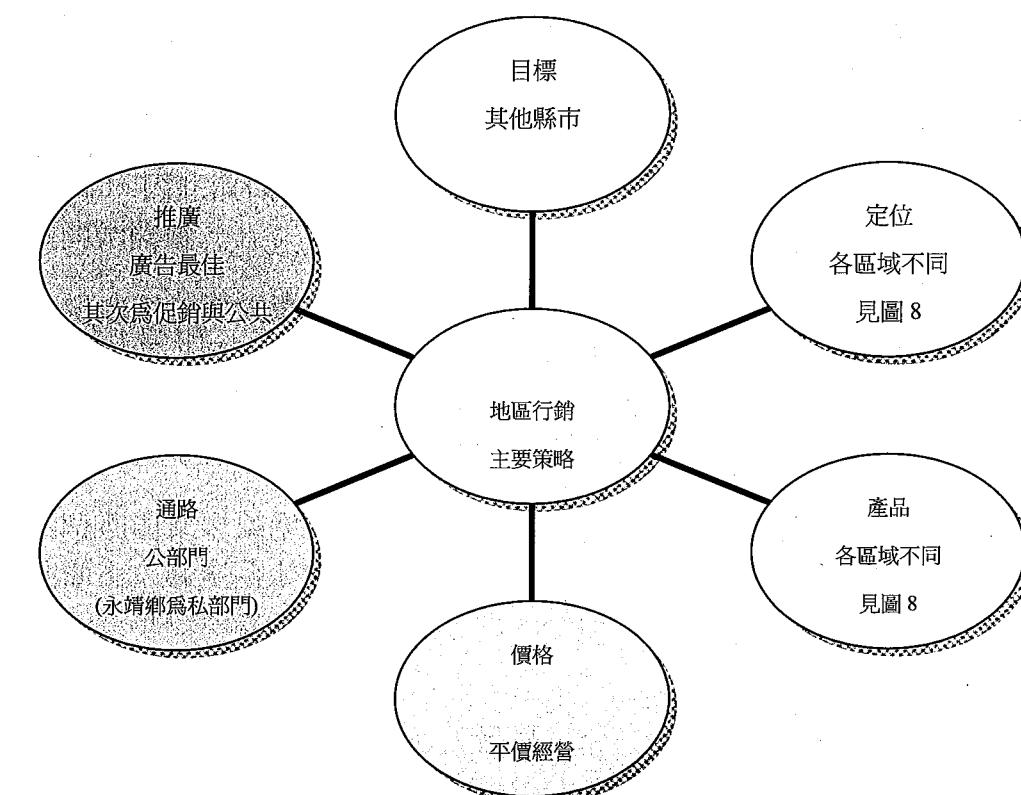


圖 8 彰化縣花卉觀光產業地區行銷策略示意圖

伍、結語

創意文化以人和土地為核心，獨特的創意與創新之經營能力。文化與商業並不對立，主政者必須主動發掘創造文化的觀光價值；新世紀的新觀光型態會在文化中誕生，但它必須平衡物質與精神。文化向來就是個冷衙門，只有主事者文化企圖旺盛，觀光做法上能夠推陳出新，這個冷衙門才有可能翻轉為熱衙門。當彰化縣試圖學習：營造文化觀光之都或城鄉節慶的概念及作法、如何將文化農產與觀光環境政策互相結合、居民對文化觀光活動的高參與度、文化觀光產業的相關配套措施等，必須同樣看待文化觀光活動背後，文化觀光政策對教育的影響。文化觀光政策與教育，正是促成文化創意觀光產業盛行之推手。

參考文獻

- 吳郁萍：《地方文化產業空間競爭策略之研究-以彰化縣為例》，國立彰化師範大學地理學系碩士論文，2004。
- 彭筱麗：《文化創意產業運作機制之建構 - 彰化縣田尾鄉花卉產業為例》，國立彰化師範大學地理學系碩士論文，2005。
- 謝玉文：《花卉觀光產業之地區行銷策略-以彰化縣為例》，國立彰化師範大學地理學系碩士論文，2007。