

國立聯合大學教育部高等教育深耕計畫

活動成果集錦

| | |
|------|--------------------------------------|
| 活動名稱 | 國立聯合大學 111 年度苗栗青年洄游暨大學社會責任實踐計畫 聯合成果展 |
| 活動時間 | 111 年 05 月 24 日-10 月 26 日 |
| 執行單位 | 國立聯合大學研究發展處創新育成中心 |

活動內容

國立聯合大學研發處創新育成中心於 111 年 10 月 26 日上午 10 時在二坪山校區產研創新暨推廣大樓辦理 111 年度聯合成果發表分享會，表揚 111 年苗栗青年洄游工作坊入選團隊與執行 USR 計畫教師，分享 111 年教育部大學社會責任 (USR) 計畫綜合執行成果。

當天活動出席人員包括：苗栗縣政府參議黃智群、苗栗縣政府勞工及青年發展處青年發展科長劉芸、苗縣文化觀光局文創產業科科長何文琪、苗栗縣銅鑼觀光產業協會理事長林僅迪、1895 文化生活館主委兼微光書旅創辦人賴世若、銅鑼灣創生發展協會理事長張維翰、保證責任苗栗縣富農農產運銷合作社理事主席兼巨揚物流股份有限公司負責人陳弘智、苗栗縣工商發展投資策進會副總幹事楊秀瑕、苗栗縣工商發展投資策進會專員張宏仁、苗栗縣中小企業榮譽指導員協進會會長曾建龍、苗栗縣中小企業榮譽指導員協進會輔導會長賴靜渝、達展企業有限公司代表人洪金輝等。

國立聯合大學柳文成副校長表示，聯合大學長期關注在地產業創新創業與校內師生創新創業，創新育成中心自民國 104 年辦理「苗栗青年洄游工作坊」，迄今已 8 年，累計協助 138 隊，285 人參與體驗洄游苗栗產業創生活動，並催生「好客一起來」、「山餡甜點」、「禮沐」、「銅鑼億品企業社」、「湖籽實驗室」、「蛋生奇蹟」、

「凍心炸冰淇淋」等中小企業團隊。

今年工作坊以銅鑼鄉為場域，連結在地農業、特產、人文、社區、商圈等議題，透過課程培訓、實地參訪、提案輔導、實作體驗與成果發表等活動，鼓勵青年以提出與在地創新創業有關的營運企畫書、行銷短片腳本、產品開發設計構想，並選出 14 組團隊入圍參與實作，評選作品頒獎表揚展出。若明年繼續執行青年洄游工作坊，希望可以擴大實作範圍至全苗栗縣之鄉鎮市，並邀請場域代表提出該地之轉型痛點，讓學員可以針對問題點做出創新想法及實踐，也希望可以提供優秀團隊駐點，能更深入了解當地環境背景，產出更有深度的營運行銷計畫。

在國立聯合大學結束展覽後，將於 11 月 5 日起移至銅鑼火車站旁舊倉庫改造的「1895 文化生活館」展出一個月（周六、周日白天開放），適逢銅鑼杭菊節，歡迎大家前往參觀。獲獎名單及團隊簡介如下：

獲獎名單：

（營運計畫類組）

第一名：赴原 saikin。

第二名：從缺。第三名：耕田人、顏萃所。

（行銷短片類組）

第一名：赴原 saikin。第二名：集嵐經紀工作室。第三名：洄游艦隊。佳作：兩人銅行。

（產品開發類組）

第一名：赴原 saikin。第二名：集嵐經紀工作室。第三名：顏萃所。

團隊簡介：

1. 赴原 saikin：藉由開發文化類桌遊，達到寓教於樂、增進與人互動和信任，進而提高幸福感。同時也強調文化真實和正確性，以對的方式傳遞文化，才是對文化的尊重。我們重視傳承、共學，不僅是做產品和計畫，更重要的是人與人相互的交流與溝通，達到本計畫「赴·原」之核心概念。

2. 集嵐經紀工作室：「童謠」總能使人回憶過往。團隊媒合苗栗縣銅鑼鄉之在地商家－銅鑼窯，為其特地設計一款「紀念音樂盒」，加以乘載銅鑼窯之傳承脈絡，其商品外觀以銅鑼窯公車站牌為主視覺，而背景歌謠則以現今第三代窯主「張維翰」口述銅鑼窯詩詞進而呈現。除此之外，本團隊也加以拍攝銅鑼窯形象故事短片，期許藉由影音媒介進行在地產業推廣與產業文化紀錄。

3. 洄游艦隊：根據 SDGs 的第 17 項目標「夥伴關係」，社會連結與互助合作是解決地方課題的重要力量，因此以「串聯銅鑼」為目標切入，期望實現銅鑼地方永續發展的生態環境。洄游艦隊將銅鑼鄉在地職人的設計與手作結合，透過在地杭菊茶農、銅鑼窯、天然奇木、綺源樟腦合作的方式，將銅鑼各個特色元素結合成「家箱味」的體驗箱推出，產品包含杭菊枸杞決明子茶、銅鑼窯小陶杯、樟木杯墊、香樟精油噴霧瓶。

4. 耕田人：「生食于你」是創立耕田人品牌的宗旨，由我們生長的這片土地孕育作物，不論是臺灣菊、仙草、薑，使得居民可以有更多選擇親近所生活的環境。尤其是以臺灣菊為例子，利用聯合行銷、開發新產品等方式幫助在地耕田人擁有品牌的知名度曝光，能在市場上更有吸引力並讓消費者更願意相信這片土地。這次開發的新產品有臺灣菊精油蠟燭、臺灣菊蓖麻按摩油等，如果你真的知道臺灣菊的味道，那你應該知道這是多麼可遇不可求，身在花海、那不到一個月的綻放期，卻是那麼清香卻迷人，保留杭菊的香氣是極為不易，利用古法熱萃取的方式，希望可以讓更多人用不同

的方式被臺灣菊所著迷。

5.顏萃所：自從 Covid-19 引發全球大流行疫情，造成人們生活翻天覆地的變化，「旅行」便是其中之一。隨著疫苗普及率提高，政策漸趨鬆綁，國內旅遊風氣緩緩甦醒，顏萃所希望結合「友善肌膚、友善環境」的品牌初衷，打造全新的旅遊紀念保養品，希望不僅能緩解大家口罩下的肌膚，更能復甦苗栗銅鑼旅遊景氣，恢復往日榮光。本計畫使用透明胺基酸皂基加熱融化，添加杭菊花瓣萃取液及杭菊乾燥花，耗時多日研發專屬固色技術，使花瓣維持原色，打造出「杭菊胺基酸手工潔顏皂」。

6.鳴鑼開道：影片以熱愛旅行和美食的女孩小米為主軸，串聯著銅鑼各地特色產業，完整的帶出銅鑼充滿人文以及自然的寶地風光。

7.兩人銅行：「我們銅鑼窯因為有手擠坯這個技藝，才足以繼續的傳承下去。」兩句話，道出獨一無二的價值；兩分鐘，拍出傳承三代的精神。「看見價值」是形象短片的題眼，也是青年回流這個計畫的目標，透過影像的紀錄，讓品牌的價值和青年的精神能被發覺，進一步讓銅鑼被看見。

8.塑淨：近年來，人們環保意識提升，有愈來愈多標榜「環境友善」的植萃產品油然而生，苗栗銅鑼具有豐富的天然資源，是個與生俱來的天然寶藏。本計畫選擇極具代表性的「杭菊」作為題材，開發出一款杭菊手工冷製皂，以杭菊入皂不僅可以提高杭菊的經濟效益，更可以讓外移青年意識到杭菊價值，進而回到苗栗銅鑼，投入創生產業，達到青年回流的用意。

9.膜栗：構想選擇銅鑼極具代表性的農特產「杭菊」作為題材，將乾燥杭菊花加入壓克力做成永生花，以各式模具造型營造不同變化樂趣。以創意出發，將杭菊不只使用在茶飲上，還能將其封存在透明的壓克力裡面，變成各式各樣美麗物件，便於來訪銅鑼的旅客能夠帶走一份專屬旅行銅鑼的回憶，珍藏於心。

10. 栗即返杭：以傳達青年洄游的重要為目的，拍攝一部以在外飄泊的青年為主角，回到家鄉銅鑼後開始的一段旅程，並產生了回家鄉工作、幫助家鄉發展的想法，希望能藉由影片，讓更多年輕朋友願意回鄉創造銅鑼新價值。

11. 咕溜咕溜：以行銷銅鑼灣為主題，利用現在趨勢的短影片來及各項社群來進行，期盼以社群行銷的方式將主題做出好的行銷，短影片的形式選擇用動畫與實圖做為畫面，這樣的呈現方式能將要介紹的品牌說得更清楚，因此成品是把三個獨立小短片剪輯在起做為短影片的示意，最後以一個影片檔進行輸出。

12. 桑葉桑 YA：銅鑼境內種植數百棵桑樹，近年免費開放民衆採桑椹，吸引全台各地民衆前往。但桑樹除了桑葚之外，其實桑葉具有很多活性成分，有助於人體保健。因此，藉由無有機溶劑的天然萃取方法來萃取桑葉的活性成分，並進行桑葉萃取液的抗氧化功效分析，再透過冷凍乾燥技術來優化活性成分的保存形式，最後開發出桑葉萃取物產品。

13. Fun 輕鬆：本團隊利用銅鑼在地特色產業(杭菊、香茅)，經由天然萃取提煉，再透過腦脈波測試儀器來分析使用萃取物後的放鬆程度。研究結果顯示杭菊具備一定程度的安神效果，推估杭菊能短暫帶來舒適放鬆之效果。香茅則明顯能使人清新活躍，具有提升專注力的效果。最終成功開發出杭菊香茅萃取精華液。

14. 防護好上手：六七十年前苗栗縣量產香茅油位居世界第一，當時香茅產業中苗栗縣的銅鑼鄉屬重中之重，但後來礙於人工合成香料的開發而逐漸喪失競爭力。近年全球趨勢皆走向環保與天然，且受疫情因素影響，個人健康與清潔意識提升。有鑑於此，本計畫透過天然萃取方式來萃取香茅萃取物，並進行功效性驗證，最後開發出一款香茅乾洗手凝膠，藉此提供優良的清潔產品與促進香茅產業之活絡。

活動照片



5月24日課程

創業基本功-設計發想與實踐



5月25日課程

銅鑼物產與社區營造成功案例分享



5月25日課程

拍攝技巧與畫面構圖分享



5月25日課程

創業基本功-創業營運計畫書撰寫





攝影團隊至銅鑼拍攝參訪影片：微光書旅



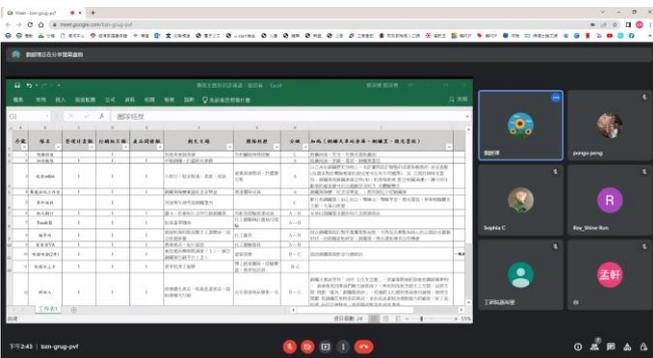
攝影團隊至銅鑼拍攝參訪影片：銅鑼窯



攝影團隊至銅鑼拍攝參訪影片：綺緣樟腦精油觀光工廠



攝影團隊至銅鑼拍攝參訪影片：雙峰草堂



第一階段線上審查會議



第二階段評選會議



成果發表團隊展覽區



團隊成員布置展櫃



頒獎典禮大合照



國立聯合大學副校長致詞



獲獎團隊頒發獎狀、獎金



獲獎團隊頒發獎狀、獎金



獲獎團隊頒發獎狀、獎金



獲獎團隊與銅鑼窯負責人於展櫃前合影



團隊與指導老師於成果展櫃前合影



團隊解說及展示成果



團隊解說及展示成果



團隊解說及展示成果



銅鑼灣創生發展協會補助第一階段實作金 6000 元



銅鑼觀光產業協會頒發特別獎 3000 元獎金