

112 年壯世代優化轉型：社區創生篇

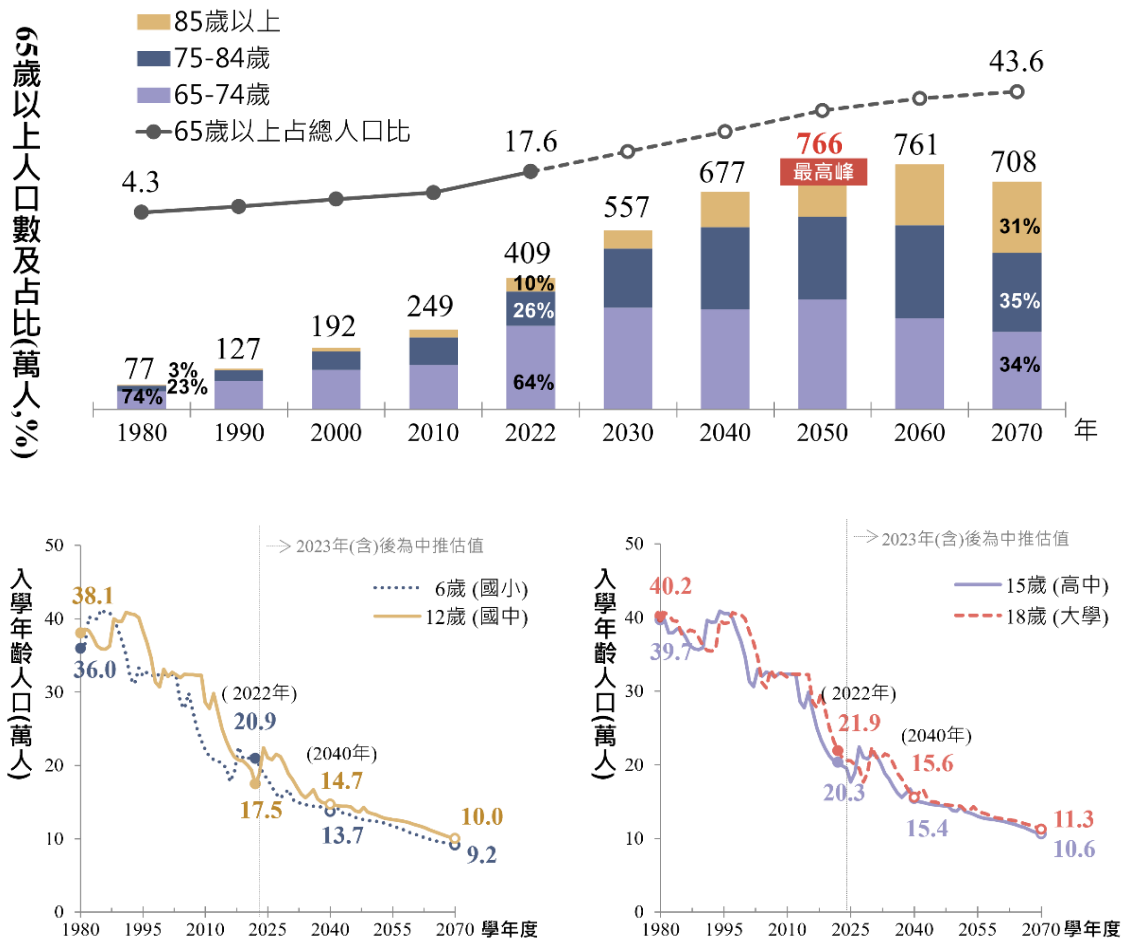
實踐社區創價 成果報告書

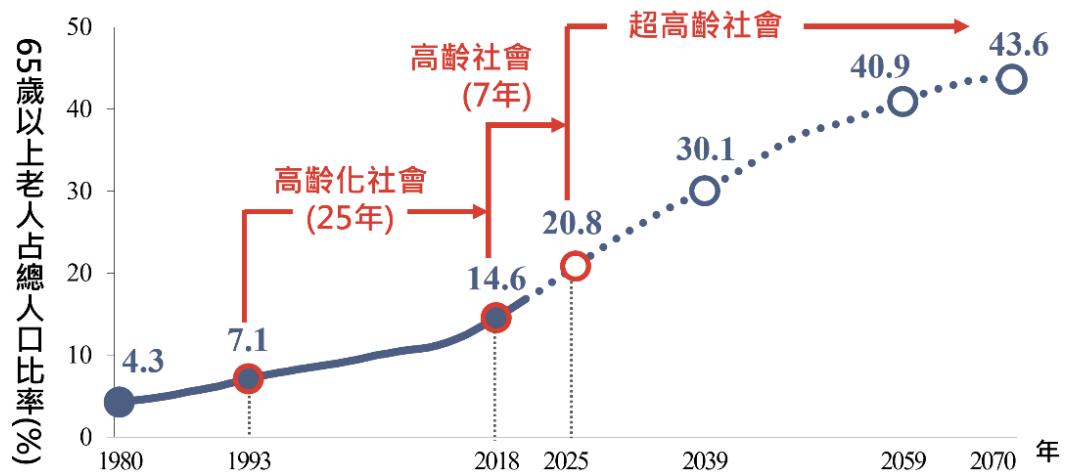
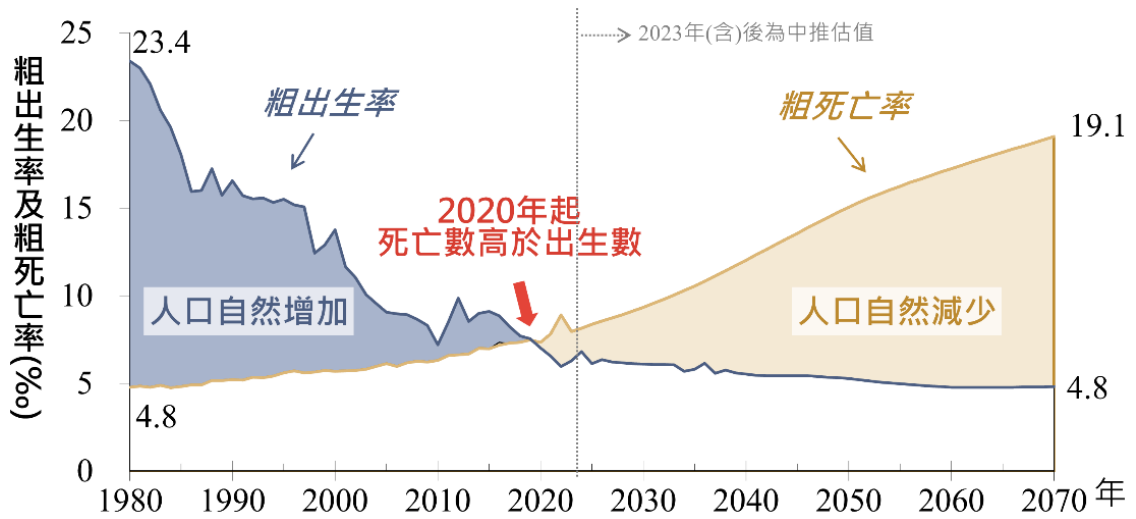
中 華 民 國 一 一 二 年 十 二 月 十 二 日

一、計畫緣起

台灣於 2025 年時，65 歲以上的人口將超過總人口數 20%，屆時將邁入超高齡社會。另外，由於年輕人為了工作與子女的教育問題，很多鄉村人口銳減，再不解決，將有滅村的危機。由下列幾張統計圖（資料來源：國發會網站）顯示，高齡化加上少子化，讓台灣面臨「人口懸崖」的危機。高齡的臥床族、年輕無希望的躺平族越來越多。

圖表 1、國發會統計圖表





01. 台灣平均退休年齡?

60.3歲 | 500萬人

02. 台灣平均壽命?

80歲 | 一半超過90歲 | 還有30年



03. 擁有整體財富的佔比?

2/3

04. 社會的對待?

消失的人口: 等待報銷

壞掉的家具 | 過時的滯銷品

政府: 長照

企業: 拐杖 | 輪椅

個人: 得過且過

雖然高齡人口逐漸增加，然而他們仍然保持活躍的生活型態，因此本團隊將其稱為「壯世代」，而非高齡銀髮族。這一大群的人口板塊多數擁有不動產及資金，還有較多的空閒時間，稱他們為台灣富裕族也不為過。但是他們的需求與能力，一直未被重視。如何讓壯世代發揮更高的社會與經濟價值，是解決高齡少子化的重要契機，並善用在地文化的特色，創造在地價值，吸引年輕族群服務壯世代、與壯士代共創價值，共享生活，共建生命意義，解決人口斷崖的重大危機。

李雅慧教授以及張佑在執行長在國立中正大學青銀共生基地的實踐經驗，根據成人教育所設計的「壯世代飲食需求調查」，已經彙整出因應高齡社會的飲食需求以及友善環境指標。並在這幾年於彰化、雲林等地區進行高齡社區創價計畫，成效頗佳。而聯合大學長照研發與數位服務中心、資工系以及文創系的周念湘主任、陳君山老師以及熊子扉老師，則在資訊技術、品牌行銷與設計方面有豐富的經驗與技術。因此，本計畫借助成功經驗在苗栗複製，透過中正大學青銀共生基地與聯合大學長照研發與數位服務中心合作，進行社區產業優化與創價設計。其中包括藉由與社區主要經營者辦理座談討論會以及工作坊，除針對壯世代需求進行質性分析，作為在地特色產品設計與友善環境改善之依據外，並輔導社區進行特色產品創價與友善環境設施優化。

二、 實施策略與進行步驟

圖表 2、計畫實施策略與進行步驟

	實施策略	進行步驟
1	辦理 3 場壯世代需求討論會	輔導苗栗地區壯世代民眾學習如何利用數位行銷 ChatGPT 建立個人知識體系，並認識壯世代的特性、需求與市場潛力。
2	辦理產業優化轉型工作坊	透過工作坊剖析發想，理解高齡化消費市場，並如何調整和升級他們的產業
3	特色產品優化輔導	針對苗栗在地文化產業提供優化轉型方向及實際專業指導，幫助在地業者改進和優化他們的產品及服務流程。

三、 執行期程

計畫執行期間：自 112 年 10 月 1 日至 11 月 30 日止

四、 執行目標編列預算

圖表 3、計畫執行目標編列預算

	衡量指標	定義/說明	目標值
1	辦理討論會與工作坊	1)辦理壯世代需求討論會。 2)辦理產業優化轉型工作坊。	討論會 3 場，每場參與人數預計 15 人，合計至少 45 人 工作坊 1 場，參與人數至少 15 人
2	特色產品優化輔導	藉由討論會發現苗栗在地特色生活文化產業，並進一步結合壯世代需求進行產品優化輔導。	至少 1 項優化產品

五、執行成果

本團隊以成人教育為核心，結合成人特性、高齡社會趨勢、數位行銷、ChatGPT 以及學員的生涯發展需求，將在地生活文化特色及永續發展融入課程，善用並活化在地特色、環境與資源，同時幫助學員重新審視自我生涯目標，增加個人與產業競爭力。本團隊於 10 月 3 日及 10 月 12 日共舉辦了 3 場壯世代需求討論會，並於 10 月 13 日舉辦產業優化轉型工作坊，執行內容如下：

(一) 社造在地生活產業創生與創價：

1. 3 場壯世代需求討論會。

本團隊透過壯世代需求討論會，協助參訓者學習如何利用 ChatGPT 建立個人知識體系，連結數位行銷，並認識更多商業夥伴合作推廣產品與服務，發掘在地獨特元素，以及認識壯世代的特性、需求與市場潛力，創價且精準提升競爭力。

圖表 5、壯世代需求討論會場次

日期	課程主題	參與人次
10/3(二)	第 1 場、案例分享與討論	15
10/12(四)	第 2 場、Chat GPT 原理與應用	15
	第 3 場、高齡化社會趨勢與壯世代需求	15

圖表 6、壯世代需求討論會執行照片

▼ 10/3 案例分享與討論



▼ 10/12 Chat GPT 原理與應用



▼ 10/12 高齡化社會趨勢與壯世代需求



(二) 產業優化轉型：

1. 產業優化轉型工作坊。

透過 10 月 13 日(五)舉辦產業優化轉型工作坊，帶領學員進行剖析發想，理解高齡化消費市場，並如何調整和升級他們的產業，以滿足 40 歲以上的壯世代需求，工作坊內容包含青銀世代需求、在地化、產業轉型、優化具體方向等互動式討論，並以苗栗擂茶做為實際體驗與案例分享。

圖表 7、產業優化轉型工作坊執行照片

▼ 10/13 分組進行互動式討論



10/13 上台分享發想內容



▼ 10/13 苗栗擂茶實際行銷個案體驗



▼10/13 苗栗播茶 實際行銷個案體驗



2. 特色產品優化輔導。

在計畫期程中持續針對苗栗在地擂茶文化產業提供優化轉型方向及實際專業指導，幫助在地業者改進和優化他們的產品及服務流程，以更好地迎合壯世代人口的需求。其中包括產品設計、市場定位、品牌戰略和市場推廣全方面輔導。

圖表 8、特色產品優化輔導照片

輔導苗栗擂茶產品優化轉型



服務流程再設計



成果反饋

