中原大學 111 學年度高等教育深耕計畫活動執行成果報告

活動類型	□研討會 □成果展示/發表 □專題	夏演講 □ ■	享業諮詢	☑其他:讀書會		
主題	《未來的設計創造》- 沈豪挺老師					
時間	111年10月31日(四)12:00-13:00	地點	全人南極	₹ 606		
主辦單位	中原大學通識教育中心					

活動成效報告

老師繼續延續上次的主題:地方創生,提到打早地域品牌三部曲,包含挖掘、轉譯集 詮釋,挖掘即是找出地方的 DNA、地方的特色、特性等,而轉意識從眾多資料中萃取內 容,找到符合地方價值的資料並從中汲取出有用的資訊,最後將資料透過多元載體、自己 的方式呈現出來,有許多案例皆是如此,例如:風格策展、地方藝術祭、地方雜誌期體驗 旅行的方式,皆是屬於打造地域品牌的案例。

由於地方創生的範疇涉極廣,理所當然會誤將其他範疇歸納進地方創去的案利內,例如:誤把創作當創生,這個概念是透過黃金圈(Why,how, What)的方式提出,創生是需將永續的概念融入進去項目,但現在有很多年輕人由於經驗不足的因素,經費用盡後無法持續將項目進行下去,有一個案例是日本新瀉縣越後妻有大日藝術祭,他是日本最知名的藝術祭,但他缺乏與在地的連結,所以在活動結束後造成人口持續流失,不符合持續創生的概念。

活動現況剪影



▲活動現場



▲活動現場

中原大學 111 學年度高等教育深耕計畫活動執行成果報告

活動類型	□研討會 □成果展示/發表 □專題演	眞講 □	專業諮詢	☑其他:讀書會		
主題	《未來的設計創造》- 沈豪挺老師					
時間	111年11月21日(四)12:00-13:00	地點	全人南棟	606		
主辦單位	中原大學通識教育中心					

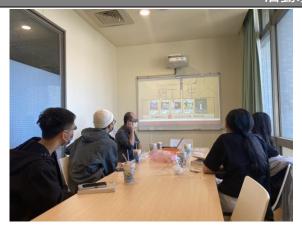
活動成效報告

今天提到了賦予市場仲介性新價值及用物營造體驗的概念。

許多傳統市場已被超市或是網購等方式取代,但透過重新定位市場可以讓市場有更大的人流及客流量,維持市場本身的功能外,也提供仲介性的服務,例如:創業實驗場、食農教育基地、新手家庭冰箱、在地會所、在地文化探尋地及鄉愁記憶寶庫等,都可以讓市場為民眾、消費者提供更多價值。

用物營造體驗的概念提到了兩個例子,一是商店提供不同顏色手環區分課程需求,例如紅色手環為有急迫需求的客人,藍色為需要店員介紹商品,白色為自己逛即可,透過這種方式讓顧客及商店雙方都有更好的體驗。另一個例子為,之前中原大學內的反毒宣導,在門外貼著能夠讓人變得開心、心奮等標語,引發同學進去後,發現是牢籠,象徵毒品僅能夠帶來一時的快感,卻會產生終生傷害。

活動現況剪影



▲活動現場



▲活動現場