

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 | <input type="checkbox"/> 研討會 <input type="checkbox"/> 成果展示/發表 <input type="checkbox"/> 專題演講 <input type="checkbox"/> 專業諮詢 <input checked="" type="checkbox"/> 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 | 全人南棟 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生的案內，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潟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 | <input type="checkbox"/> 研討會 <input type="checkbox"/> 成果展示/發表 <input type="checkbox"/> 專題演講 <input type="checkbox"/> 專業諮詢 <input checked="" type="checkbox"/> 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