

投稿類別：史地類

篇名：

文創如何花現新世界－以田尾花卉為例

作者：

周彥廷。精誠高中。高三 10 班

林蕙蓁。精誠高中。高三 10 班

指導老師：廖元禎老師

壹、問題意識

由於作者住在田尾鄉的附近，總能看到辛勤的花農在艷陽下栽培著美麗盛開的花朵。而祖父也是一位鄉下的花農，教育程度不高，只能憑著代代相傳的經驗照顧農田，但近幾年來的花卉價格遠不及多年前，加上台灣在 2002 年加入世界貿易組織後，花卉更面臨國外低價的衝擊。李金龍(2003)在〈加入 WTO 農業整體情況與展望〉提到「台灣未來農業發展應從過去偏重初級產業朝向轉型為高附加價值產業，以及多元有特色之休閒三級產業發展。」但這些改變單憑著鄉下人的那份堅持，要改變似乎不是那麼容易，不禁為這片土地的未來感到懷疑。

隨著時代進步，這些花農的農田生產的依舊只能是農產品嗎？當我們思索著這個問題的同時，網路上的一則新聞〈新農業文創抬頭，小確幸產業紮根〉(2014)為我們提供了解答，新聞內容描述著政府如何透過商業、設計、旅遊來輔導一些台灣農業區內的小農及老舖，結合縣府推動的生態遊程並將在地人文特色傳播出去。而洪瑞琴(2014)，〈農業文創有看頭「台南農村食創 show」登場〉也提到了農業文創的觀念，透過「台南農村食創 show」推展農村改造及創新，而台南縣長賴清德也表示：「透過活動讓住在都市的市民更了解全市 37 區特色農產、縮短城鄉認知差距外，也讓社區間彼此交流，互相學習成功的行銷及經營經驗，進一步發揮各區特色。」透過這些成功將文創融入農業的案例，讓我們想進一步了解農業文創。

提到農業文創，就必須討論到農業，而農業向來被世界各國視為是在地文化的根源，但細覽我國「文化創意產業發展法」所指 16 項產業並無農業在內，雖然該法遺漏了農業，但由於文創幾乎無所不包，如何讓孕育在地文化底蘊的農業，在文創加持下逐漸提升成為與時俱進的新興產業，絕對不是緣木求魚之事。而「農業文創」在台灣至今已有許多成功案例，讓我們真正產生研究動機的是這個政策在農村所激盪出的文化火花，以及附帶的龐大商機，而選擇田尾花卉最為研究目標的原因為田尾花卉的產量及種類皆居台灣之冠，在產業全球化的過程下，田尾勢必也要有應變之道，我們認為不能再拘泥於傳統的生產及經營，應該要力求創新，結合當地文化特色以擴大市場。並且我們相信，這份研究背後價值不僅在於讓讀者了解農業與文創的結合，更能讓讀者學習在生活中發揮創意，創造不凡。

對許多人來說，農業文創是一個新的議題，且多數人尚不了解其內涵及背後價值，因此研究的成果會更具有意義。雖然當下並無能力去研發新技術，更不可能修改法律為農民發聲，但透過研究一個新的創意及理念，或許就能賦予農業一個嶄新的風貌。

貳、文獻回顧

第一節 文創產業的定義與發展

一、從「文創工業」到「文創產業」

劉新園(2009)於〈什麼是文化創意產業？〉提到，文化產業原本稱作「文化工業」，起自於阿多諾與霍克海默等法蘭克福派學者所著〈啓蒙的辯證〉，內容提到阿多諾等學者對於文化創意產業的認知應是屬於高藝術價值的，同時也對文化工業進行強烈的批評。幾十年後，法國社會學家米亞基等學者提出了複數的「cultural industries」，認為文創應是多元且大眾化的，雖然將文創商品化會降低藝術價值，但對社會來說則會有更多創新的機會。

二、文創產業：文化作為在地情感、集體記憶

農訊雜誌 298 期(2014)提到：「文化創意產業中的『文化』，指的是一族群共同經歷之集體記憶和生活軌跡，因此文化能透過歷史、地理來展現。而所謂『創意』，是以如何提升附加價值為目的，其中包含創新、原創性三個元素。」農業在結合創意時融合當地特色是必然的，既然一地區具有對土地共同的記憶，我們認為其在改變及創新時自然會將對土地的情感融入商品中，造出原創性足夠、在地特色強且具體化的商品。

賴書婷(2005)在〈文化產業的反思：從法蘭克福學派到鶯歌陶瓷產業〉提到：「『文化產業』所強調的是以文化的角度將傳統產業再生產。現今文化產業所談的創意性及在地性正反映了大量生產後遇見的瓶頸」。我們認為目前田尾將商品融合在地特色便是一種過度強調生產後所做的轉變。若缺乏對於自身產業的認識而大量發展大眾化文創商品，反而會失去它的價值，這時候「文化產業」的出現，強調了文創是應對某一個地的情感與記憶而生，正給了一個將「文化工業」轉變為「文化產業」的機會。

第二節 台灣文創產業及農業文創的發展

一、台灣對於文創產業的解釋

依據全國法規資料庫(2010)在〈文化創意產業法〉第三條，其中提到文化創意產業屬於創意及文化的積累，並運用智慧財產權創造財富及就業機會的潛力。我們發現台灣還未明確的將「農業」定義在文創產業的範疇內，但在第三項「文化資產應用及展演設施產業」及第十六項「其他經中央主管機關指定之產業」條例中似乎又有農業的影子在內，因此我們也將探討為何台灣還未將農業清楚的規劃在文創產業中。同時，我們能得知台灣目前對於文化產業的定義與阿多諾等學者所提倡的追求高藝術、高價值的文創有些差別，我國政府似乎較注重在文創該如何創造就業機會和創造財富，當中加入了許多經濟發展的因素，所以我們認為台灣的〈文化創意產業法〉是以商品的販售創造的經濟福祉為主要目標。

二、文創在台灣的發展趨勢

文建會(98-102)在〈創意台灣－文化創意產業發展方案〉中提出兩點正向發展與三項隱憂，台灣有較強的產業環境調整能力，能使數位出版業或靈活的結合策略都使台灣在文創上具有優勢；又因台灣是以多元民族組成，環境開放的台灣使得它成為文創產業的溫床。討論到「農業文創」，我們認為這必定是一項正向的開創，但目前也有許多資料提出了對發展文創的隱憂，分別為「大者恆大」、「集中化問題」、「嚴酷的市場競爭」。規模較大的企業會有越來越大的趨勢，使得中小企業界需協助；文創在台灣의 各地區也有明顯差距，存有「創意落差」的問題；市場在政策推動後也將開始淘汰不適合的產業，競爭力會日趨激烈。

上述所提到文創在台灣的發展趨勢一方面持有正向的觀點；另一方面卻指出了市場競爭、集中化等問題，我們從中能得知文化創意產業不一定能為商家帶來絕對的利益，其中的風險評估、改造的成本與產業結構的轉變都會影響到文創在台灣の 進程。

第三節 田尾為何要發展文創：田尾花卉的發展困境與農業文創

一、台灣花卉農業的困境及農業文創的發展

謝廷芳、林玲娜(2011)在〈我國花卉產業需求與未來研發方向〉中提到台灣的花卉產業產值近年來一直維持 120 億左右，並無太大的成長，國內消費成長也佇足不前，各項研發不能跟上產業的需求，缺乏有效的國際市場策略、未掌握花卉之生長特性，這些都是花卉在台灣發展的障礙。因此，政府正積極推動產業升級，未來的研發方向有「降低生產成本極推動自動化技術」、「分析國際市場產銷資訊」、「開發新品種，提高栽培、防病蟲害技術」，透過新的產銷政策，期望能突破瓶頸。我們注意到面對台灣花卉的困境，部分的解決方法是利用產業升級，如提升生產技術或是開發自動化的技術，但融合文創的農業是否能使台灣的花卉市場更具有競爭力、農業文創能否確實的改善台灣花卉經濟停滯不前的瓶頸是我們要討論的問題。

二、田尾農業文創做為可能的解決之道

在上述中無論是農業或是花卉都會遇到發展的困難，在研究中我們主要在於探討「農業文創」在田尾發展的情形與利弊，而田尾做為一個在以前已轉型過的地區，面對先今新的發展困境，確實有做過不少的計畫與改革，我們找到了幾項經由政府或是民間發起的使田尾走向文創的例子：

(一)OTOP 輔導改造計畫

經濟部中小企業(2012)處在〈彰化縣田尾鄉花卉產業〉提出 OTOP 的輔導改造計畫講道：「自 1990 年代以後，因為其他強勢產業的競爭，田尾公路花園的傳統花卉產業已經慢慢的沉寂，為了重現田尾產業的商機，田尾在 94 年由經濟部中小企業處推動『彰化縣田尾鄉花卉特色產業輔導計畫』，提出了強化地方產業與經濟發展的策略。」經由彰化縣田尾公路花園發展協會的協助下，OTOP 計畫達成「利用當地資源創造特色」、「整合當地環境及廠商」、「進行產業輔導，創造新的產品」等目標，而兩年後的輔導成果完成了「展示規劃方案」、「整合行銷方案」與「組織共識學習」等預期的成果，達成一店一特色的輔導、參加經營學習的課程和觀摩標竿案例等目標。

(二)Sweet Garden 系列活動

蘇育萍(2012)在〈寄信給田尾 Sweet Garden 愛情樹 守護你的愛情甜蜜永恆〉報導中說道：「邀請情侶夫妻在 8 月 26 日當天前往田尾公路花園內的園藝店家，尋找田尾在地專屬的『Sweet 盆栽』，在祈福小卡上寫下對愛情的承諾，寄給愛情樹旁的信箱。」從 2013—2014 的 Sweet Garden 系列活動也是一項農業文創的例子，除了專屬於田尾的 Sweet 盆栽，更有田尾在地的祈福卡，透過 Sweet Garden 品牌自創的一系列商品都是一種農業文創的見證。

參、研究方法

一、參與觀察法

我們將觀察田尾轉型前及轉型後店家的差異，分析其商品、顧客群等的不同，藉觀察兩者之差異以分析農業文創與傳統產業在各方面的利與弊。

二、訪談法:

(一)、訪談方式:

採用直接訪談法，從不同的面向和不同受訪問者來討論農業文創在田尾發展的相關問題。透過各種面向的答案，得出文創到底能否真正的提升田尾的競爭力。

(二)、訪談對象:

1.傳統花卉產業之店家

欲訪談之對象：富登園藝、台佳仙人掌園、全家園園藝

經由訪問未改造之店家，我們將得知未與文化創意產業之店家在運行上遇到的瓶頸，並了解他們對於農業文創的想法，以推知農業文創在田尾鄉發展可能遇到的困難。

2.公部門協助單位

欲訪談之對象：田尾鄉鄉長、田尾鄉農業觀光部課長

透過其公部門協助單位，得知田尾鄉目前的整體狀況及未來走向，並從其舉辦過的活動來討論，田尾花卉與文創集合是否能有效提高競爭力及執行的可行性，與田尾鄉公部門對於農業文創抱持的態度。

3.私部門協助單位

欲訪談對象：社團法人田尾公路花園發展協會、kiwi house 負責人

透過其私部門協助單位，得知田尾花卉在私部門推行農業改造時遇到的困難，及私部門對於農業文創抱持的態度。

肆、正文

一、田尾花卉農業的現況

(一)田尾一年四季的花卉種類：

田尾花卉在一年四季都有生產花卉，其中又以春天和冬天為花卉產量的最高峰，田尾鄉公所也會定期依照花期舉辦相關活動吸引觀光客，而田尾的觀光發展也以舉辦活動時最為興盛。

(二)田尾花卉產業與經營

田尾花卉產業分為「苗圃農場經營」和「花卉種植」兩種。田尾大約有 250 戶從事苗圃經營，為全台面積最廣者，而近年部分業者有走向休閒農業的趨勢。而花卉種植之花卉又分為切花、盆花、花壇苗、樹木苗，其中又以切花類及盆花類為大宗。

(三)店家之間的聯繫

店家之間的聯繫以社區發展協會的影響力最大，社區發展協會屬民間組織，只要認同組織章程，並符合特定條件的店家都可以自由參加。發展協會會定期舉辦其舉辦各種活動聯繫店家之間的情誼，社區發展協會對於田尾花卉及田尾農業文創的發展有極大貢獻。

(四)顧客群分布

田尾花卉產品多運銷至全省各大花卉批發市場及寄交各行口商，而其所得也是田尾店家的主要收入來源。雖然田尾在假日時會有大量遊客湧入，但是遊客多以小家庭出遊為主，其的購買率並不高，少量的購買對於田尾花卉的整體經濟狀況並無太大的助益。

二、田尾農業文創的現況

(一)農業文創之店家

「文創」在農業文創之店家的所有商品中屬於附加的價值，多數店家仍以傳統農業為主軸來發展。張秘書認為：「農業文創的發展對田尾說比較像是多元行銷的方式之一。」由此我們得知，農業文創對於田尾鄉農業的發展仍是扮演著一個輔佐的角色，推廣農業文創店家在田尾總店家的比例不算高，但在田尾花卉及田尾農業文創的發展都佔有舉足輕重的地位，農業文創之店家會自發性尋求更多學習的管道並且和其他地方的農業文創產業進行交流這些店家數量縱使比例不高，但對田尾農業文創及傳統產業的發展無疑都是一大助益。

(二)傳統花卉產業之店家

田尾鄉鄉長在訪談中提到：「一級產業的發展在田尾是不能失去的。」，傳統花卉產業之店家為田尾的主力產業，但在經過參與觀察後我們發現其並非是完完全全的「傳統」產業，他們的產品或多或少都融入了當地的文化及創意，例如在植栽的外型上，傳統店家若不做出些微的調整及創新，會被市場淘汰，只是改變的幅度相對低。張秘書提到：「在去年之田尾公路花園營運狀況問卷中顯示這些佔田尾農業的大多數的產業，有超過 80%反應其營業額在去年有下降的趨勢。」我們認為會有此情況的發生可能可以歸咎於整個花卉市場的不景氣，而這些認為營業額下降的店家多屬傳統產業之店家，在訪談過程中有幾位受訪者向我們提到他們因為傳統產業的收入不像以往的好，因而產生了將自家店家轉型的想法，因此我們推論在傳統產業之中不乏想轉型的店家。

(三)官方單位的運作

官方單位在田尾農業文創的運作大部分為文創活動上，在訪談過程中，我們得知，田尾並無一專門進行農業文創的部門，其運作主要為田尾鄉公所的農業暨觀光部管轄，在執行過程中容易因為政黨輪替等因素更會其內部成員，但田尾花卉的發展還是非常需要公部門的支援及統合。

三、農業文創之優點

(一)文創對客源的影響

在本研究中我們發現，「農業文創」確實能提升田尾花卉產業的競爭力，因為田尾原先的客群多屬外地且以大量批發居多，觀光只是附加價值，遊客固然會買植栽，但購買的金額在田尾鄉鄉民的收入中所佔的比重不大，縱使比重不大，卻為田尾打響知名度，我們認為拓展客源對田尾尤其重要。田尾若發展農業文創，必能擴大客源，減輕花農承受天災的或市場

上價格的變動的風險，或許短期內田尾鄉民的收益不會有非常顯著的成長，但長期來看農業文創對田尾來說一定是利大於弊。

(二) 文創對於商品的影響

第一，文創能將田尾的商品更加多元化，全家園園藝的負責人提到：「文創即是生活。」因此將農業產品往更多面向發展，推展至日常生活中，讓商品擺脫僅觀賞用的植栽，會讓田尾花卉更有獨特性。因為田尾主要客群以家庭出遊為主，也以家庭的購買力最為旺盛，因此我們認為商品必須盡量顧及到各年齡層，而農業文創正符合其需求，發展出多元化的產品將提升田尾的經濟效益。第二，農業文創的商品與其地方文化做連結，能提升產品的吸引力，一件有故事的商品，必會加深遊客的印象。例如在 2012 年的 Sweet Garden 守護愛情樹的活動，其背後的故事便是田尾的一棵夫妻樹，交纏的形狀讓它被定位成愛情樹，遊客藉寄信給愛情樹來守護自己的愛情，此活動吸引許多夫妻、情侶前來觀光，而在活動期間商家販售的愛情樹相關商品大獲好評，證實與地方有連結之商品確實提升了遊客的購買欲望，而故事也會讓田尾縱使在活動結束後也不被遺忘。

(三) 商家認為農業文創的優點

在訪問各店家融合文創的情況或想法時，受訪者因為將農業文創定義在藝術品或文創活動上，所以他們大多回答自己並無將自己的商品與文創結合，而當我們結合文創的利與弊時，他們都認為結合文創的優點不外乎是能讓商品、客群多樣化、以及提升利潤，而其中又以提升利潤最為重要。如台佳仙人掌的公關跟富登園藝的蕭先生都跟我們提到他們認為最大的優點是能提升利潤。由訪員的回答我們得知，在眾多優點中，田尾鄉鄉民最在意的便是利潤的提升，欲提升自家商品的利潤成為店家推行農業文創的主因，這其中有利也有弊，利是這個動力會使店家推動農業文創更為積極，而弊便是某些店家會為求己利，不願配合政府單位的活動計畫，但整體來說積極發展之店家仍占多數，而我們認為配合度不高的店家在見活動成果後，配合度會有一定程度的提升，因此整體來說仍是有利於田尾花卉產業的發展。

(四) 輔導單位認為農業文創的優點

不同於商家，公部門較為重視田尾整體利益，其認為農業文創最大的優點整體市場的擴大，整體的市場擴大對於田尾是長期的效益，舉辦的活動都以田尾的整個田尾商圈為主，設計統一風格的商圈，將田尾當成一個大商家，向遊客販售其產品，認為如此才能長期提升田尾的競爭力，而非活動後田尾回復以往的型態。當我們問及農業文創的優點，

社區發展協會的張秘書說：「文創最大的優點它比較具有變動性、比較有突破性，它在固定的客群裡會有一定的優勢，比方說你可能會看見有人在賣有刻字的魔豆，或是它有一些仙人掌放在一個蛋的樣子裡面，甚至婚禮小物也有，等於說它(文創)的市場面比較廣。」我們認為商家與輔導單位在推廣心態上的不同，在某些方面可是為相輔相成的狀態，在公部門推動農業文創時，商家努力維護其本身利益，能促進田尾農業文創之發展。

(五) 其本身優勢對於推廣農業文創之效果

一年四季都有不同種花卉綻放是田尾花卉產業的一大優勢，相較於其他地區花季上的限制，這項優勢讓田尾花卉更具有獨特性。筆者認為這對於田尾推行農業文創有極大的益處，

因為在政府單位推動活動時若還需考慮花季，會讓活動窒礙難行，並且在每一季活動結束後，恢復先前的經營型態。另一優勢是田尾位於台灣的中部，具有交通上的優勢。這些都使農業文創在田尾鄉更加茁壯，其背後雖然尚存在許多尚未解決的困難，但這些優勢對田尾造成的仍為良好的影響居多。

四、農業文創的缺點

(一)客源不穩定

在此研究，農業文創對於長遠的方向來看雖然是利大於弊的，但在這其中，原本透過批發販售的傳統店家若要進行改造，就可能失去原本穩定的客源，原因出在於若要販售具有在地性且具創意的商品，便無法如傳統販售的方式進行花卉銷售，並且會面臨客群改變的危機。

(二)容易成為廉價商品

農業文創強調的是創新，但若創新的程度不夠具有「新」意，那透過農業文創所出產的商品將淪為一項免費贈品，如許多落入俗套的紀念品，就無法使人感受到所謂的創新，所以商品背後的理念及創意對於商品而言極為重要，我們認為創意不夠也是任何產業在結合文創中可能會有的弊病。

(三)無法擴及整個地區

農業文創產業至今還尚未發展出一個成熟的體制能夠讓商家從中獲取固定的利益，相較於能夠固定從中獲取利潤的傳統批發農業，文創農業對於店家還是存在著許多不確定性，加上傳統花卉產業是一項不可或缺的存在，批發花卉所獲得的龐大利益仍是軍民收入之重要來源，因此，農業文創相較於傳統農業，依舊無法整個地區。

五、推展文創結合的阻力

(四)對於文創的差異界定

許多店家把文化創意產業定義在藝文活動或藝術品這些較狹義的文創產品上，認為文化創意產業是屬於年輕人的東西，抱持著支持，但無意願實行的心態，加上目前田尾鄉農產店家的經營權大部份尚未讓渡給下一代，所以思想較為保守，因此不少店家在將文創因素融入原有的農業產品後，因為認知的不同而否定了其店家和農業文創之間的關聯，進而可能在政府單位或民間單位舉辦的活動或開辦相關課程時，認定和其本身沒有關係而不願參與，而店家的參與度低會造成活動主辦方缺乏持續執行的動力，而店家方面，若缺少那些額外的新知，無論是行銷或生產，在農業文創的推動上也必會產生一定的困難。相關知識的匱乏和安於現況的心態，造成推動缺乏動力，縱使田尾鄉已經有不少推動農業文創之店家，他們致力於與外界交流和內部溝通，並且在這方面有一定的成果，但仍舊無法在田尾鄉帶起推行的風氣。

(五)商家之間凝聚力不足

大部分受訪者在訪談時幾乎都有提到田尾內部凝聚力不足的問題，如在訪問蕭先生時，當我們問其田尾鄉的改造是否該從民間做起且統一成一個大的商圈，受訪員的回應為：「需要整合成一個形象商圈，但居民的思想都很古板，不願意改變，整個田尾的形象，到現在為

止只出現一個 LOGO，他的改造太分散了。」大部分的受訪者在被問及對於建一個大型商圈的想法時，他們的回答大部分都是正面的，但當損害到自身權益時，店家的配合度便會降低，所以我們認為建一個大型商圈必須建立在店家的凝聚力要夠強的基礎上，不然只會造成更多的惡性競爭。

凝聚力不足是田尾鄉一個很大的問題，公部門認為因地理因素及商家參與意願不高導致凝聚力不足；商家認為政府推行政策不夠有統整力，這些都造成了田尾凝聚力不足。但還是有人提出了相反的意見，當我們訪問張秘書時問到張秘書他覺得社區發展協會對田尾相的最大貢獻時張秘書說：「我覺得是凝聚力。比方說我們的會員它們彼此之間會有固定的聚會，或者是我們會有固定的旅遊，一起出去觀摩或是一些聯誼的活動，我認為商品上面的互通有無和經驗上面的交流是非常緊密的。」但張秘書所說的「會員」必須加入社區發展協會，並且每年固定繳交會費，雖然田尾之商家入會者佔大多數，但仍有一部分為非會員商家，因此此觀點不適用於整個田尾。且並非所有店家都認為田尾的凝聚力不足，全家園園藝的負責人跟我們說，他認為田尾商家之間凝聚力尚可，並且競爭以的良性競爭居多，這些促進了田尾農業文創之發展。我們認為這公部門與私部門之間對於凝聚力認知的差異，是來自於公部門和私部門間的協調不佳，海豐崙彩繪村的畫家曾向我們提到，他認為民間對公部門必須建立一個單一窗口功用為傳達資訊，才不會因為傳達訊息不清造成誤會，進而影響商家之間的關係；而商家之間對於凝聚力的認知差異，我們認為與加入社區發展協會與否有很大的關係，因為社區發展協會的活動有限制參與對象，而這些限制可能造成更多的隔閡與芥蒂。在我們看來，田尾鄉辦過不少整體性的形象活動，但因為商家各自對於農業文創的定義並不相同並且過於注重自身利益等諸多問題，導致商家對田尾的凝聚力低落並無信心。

(六)商家改造與不改造間的利益差距小

縱使就長期來看，將農業結合文創對田尾整體來說是利大於弊的，但田尾公路花園法展協會的張秘書說：「做文創的話要先有傳統的基礎才有辦法再做後天的創造，所以我們這邊有一些老店家就是以傳統產業為主，如苗木、草皮的批發，因為他們長久以來的經營所以他們有固定的客源，相較農業文創的客源不穩定，很多店家會不願意改變。」

從以上的敘述來看，若要鼓勵田尾商家將自身產業融入文創，要先讓商家相信未來獲得的利益一定會成長，但就短期來看，轉變目前的經營型態能回收的利益似乎沒有比較多，造成田尾商家不願意冒險去轉變經營型態，這和店家對於這方面知識的不足有很深的關係，它們並不清楚農業文創的發展型態，並且可能在短暫嘗試未見結果後就放棄。

(七)改造中和改造後面臨的風險

提到店家不願意冒險去改變經營型態因為相較於傳統產業，其改造中和改造後面臨的風險都相對高出許多，如蕭先生說：「文創很廣，如果做得深，會很漂亮，但若做得淺，它就沒有意義。就比如說保險公司每年都送的月曆，你根本不想掛上去，就丟在那邊放了一年跟拿出去資源回收一樣。」

由受訪者的回答我們可以看出他們對農業文創，因為這方面的知識不足造成的不確定性，這對田尾農業文創的發展影響甚大。以及張秘書說的：「文創要有一些冒險的精神，等於是文創比較有突破性，但它就像投資一樣會有一定的風險，它不是很好就是很差，所以它的優勢是說它有突破性，但是沒有那麼穩定，這是還要長期發展的。」

透過以上受訪者的敘述，我們得知店家會考慮到的風險是加入文創後，若是沒辦法發揮最大的創意，文創商品的附加價值就會不斷降低；再者，相較於傳統花卉販賣在客源上、經濟上的穩定性，文創商品雖較有突破性，但同時也會帶來不可預知的風險，田尾的店家多因目前的經營狀況穩定因而不願意承擔未知的風險，因此我們認為，要在田尾將文創真正的推動到每個商家還是需要長期的努力才有辦法。

(八)政府組織、執行單位的問題

這股由民間吹起的「農業文創」風對於田尾有非常大的重要性，因為我們發現單靠政府單位是不夠的，政府有許多政治層面的因素是民間單位難以干涉的。田尾鄉課長所說：「很多事情不能違反它在地政上的分類，我們做很多事情都要考慮到它那個地段的分類，做的時候要把這個地政因素納入考量範圍，我當然也想將我們田尾變成一個大的農業文創區，可是你會發現台一線會把東西兩邊分開，造成很大的阻隔。」

這是屬於地政上無法解決的困難，加上如欲統合，政府間的聯繫又曠日費時，因此公部門常因先前作業的不足，造成後續發展上的問題。再如政黨的輪替，政府單位內部可能會面臨大換血或者黨派上的對立，進而衍生不同的政策，政府單位無法成立一個不受政治壓力影響的單位，專門負責田尾鄉的農業「改造」，所以在政策的實行上多了一個不容忽視的困難點。

伍、結論

經由研究文創在田尾發展的情形後，我們能夠發現田尾做為一個轉型後地區，面臨到先今經濟停滯或 WTO 的衝擊，仍正在尋找新的改革。就我們的研究來看，「農業文創」這個新的名詞確實能夠為田尾帶來轉變，從擴大客群、發展獨特性，乃至突破傳統農業的框架，創造更多的可能，這些都是文創能為田尾當地帶來的新發展。不過在實地探訪後，我們認為有更多的阻力導致文創在田尾的發展並不如預期中的成功，在地商家的凝聚力不足、對於「文創」一詞的界定不清、政府與民間的認知不同造成執行上的困難都會影響到文創的發展，其中我們找到一個較重要的原因是，傳統商家本身具有固定的客源，就算轉型為文創店家也無法從中獲得較大的利益，導致轉型的意願低。

儘管文創在田尾的發展並沒有非常完善，我們也能從田尾公路發展協會辦的各項活動中看到輔導單位正積極的推動農業文創，而我們認為發展文創雖然在短期內無法看到非常顯著的成果，但就長期而言，店家無論是在面對衝擊的應變能力上或是產品的獨特性和多樣性的變化都能有成長。再者，文創產業在近年來已經從強調商品的利益逐漸轉移成對自身土地的情感及記憶，若能將在地獨有的特色融合各個商品或活動，不僅能讓店家重新找到田尾獨有的風貌，也能讓外人對田尾有更進一步的認識。

本論文的研究能夠看見農業文創在田尾的發展情形，以及店家對於它的看法，同時，若能夠改善上述中提到的各項困難，積極的合作、改造，我們相信文創在田尾這樣知名且具有在地特色地區能創造出更多的收益，何況田尾鄉還有田尾公路花園和各大企業在協助發展在地營造，只要有更好的政策規劃和提升商家的知識，農業文創會是一個美好的遠景。

往後，我們也將繼續探討文創在田尾的進程，由於在這次的研究發現中，我們的發現並不如原本預期的成果，所以我們將陸續探討商家、發展協會或是鄉公所等田尾在地組織對於田尾鄉未來的規劃，觀察田尾是否會持續的推動文創亦或是保持較多傳統農業的比例。無論是推動文創或是保持傳統的經營型態都各有利弊，但怎麼樣自身甚至是整個田尾創造成功的

地方總體營造，就端看店家是否能從長遠的角度來為自身或是田尾創造最大的利益了。

陸、引註資料

1. 今日新聞網，〈新農業文創抬頭 小確幸產業紮根〉，
<http://www.nownews.com/n/2014/06/09/1269954>，2014
2. 文建會，〈創意台灣－文化創意產業發展方案〉，〈行動計畫核定本〉，2009－2013，P8~P10
3. 全國法規資料庫，〈文化創意產業發展法〉，
<http://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?PCode=H0170075>，2010
4. 李金龍，〈加入 WTO 農業整體情況與展望〉，〈農政與農情〉，
<http://www.coa.gov.tw/view.php?catid=4332>，128 期，2003
5. 吳莉玲，〈社區產業的設計思考與文化價值之形塑〉，P3，2013
6. 洪瑞琴，〈農業文創有看頭「台南農村食創 show」登場
<http://news.ltn.com.tw/news/society/breakingnews/1180695>，2014
7. 候錦雄、謝宗恆、胡高偉、李素馨，〈彰化縣田尾鄉園藝產業創新經濟之永續經營模式〉，P2~P3，2013
8. 國立臺灣師範大學全人教育百寶箱，〈文化產業（Cultural Industry）〉，
<http://hep.ccic.ntnu.edu.tw/browse2.php?s=1008>，2009
9. 劉新圓，〈什麼是文化創意產業？〉，<http://www.npf.org.tw/post/2/5867>，2009
10. 蔡裕源，〈花漾田尾 花香村落－打簾經典農村〉，〈農政與農情〉，
<http://www.coa.gov.tw/view.php?catid=18011>，194 期，2008
11. 賴書婷，〈文化產業的反思：從法蘭克福學派到鶯歌陶瓷產業〉，東海大學碩博士論文，P7~P9，2005
12. 謝廷芳、林鈴娜，〈我國花卉產業需求與未來研發方向〉，《2010 花卉研究團隊研究現況與展望研討會專刊》P173，2011
13. 蘇育萍，〈寄信給田尾 Sweet Garden 愛情樹 守護你的愛情甜蜜永恆〉，
<https://tw.news.yahoo.com/%E5%AF%84%E4%BF%A1%E7%B5%A6%E7%94%B0%E5%B0%BEsweet-garden%E6%84%9B%E6%83%85%E6%A8%B9-%E5%AE%88%E8%AD%B7%E4%BD%A0%E7%9A%84%E6%84%9B%E6%83%85%E7%94%9C%E8%9C%9C%E6%B0%B8%E6%81%86-163421325.html>，2014
14. KONO 網，〈農訊雜誌〉，
https://www.thekono.com/titles/training_and_development/magazines/548541a85c96d，298 期，2014
15. OTOP 地方特色網，〈彰化縣田尾鄉花卉產業〉，
<http://www.otop.tw/knowledge/storypage4.php?k=1>，2012