



土气 变神气

打造“一带一路”中的一乡一品
文创教主 程湘如 著



中央编译出版社
Central Compilation & Translation Press

土气 变神气

打造“一带一路”中的一乡一品

文创教主 程湘如 著



中央编译出版社
Central Compilation & Translation Press

图书在版编目 (CIP) 数据

土气变神气：打造“一带一路”中的一乡一品 / 程湘如著. —北京：中央编译出版社，2017.10

ISBN 978-7-5117-3382-5

- I. ①土…
- II. ①程…
- III. ①农村—文化产业—产业发展—研究—中国
- IV. ① G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 204048 号

土气变神气：打造“一带一路”中的一乡一品
程湘如 著

出版人：葛海彦

出版统筹：贾宇琰

责任编辑：廖晓莹

责任印制：刘 慧

出版发行：中央编译出版社

地 址：北京西城区车公庄大街乙 5 号鸿儒大厦 B 座 (100044)

电 话：(010) 52612345 (总编室) (010) 52612345 (编辑室)
(010) 52612316 (发行部) (010) 52612317 (网络销售)
(010) 52612346 (馆配部) (010) 55626985 (读者服务部)

传 真：(010) 66515838

经 销：全国新华书店

印 刷：北京文昌阁彩色印刷有限责任公司

开 本：787 毫米 × 1092 毫米 1/16

字 数：170 千字

印 张：15.25

版 次：2017 年 10 月第 1 版

印 次：2017 年 10 月第 1 次印刷

定 价：90.00 元

网 址：www.cctphome.com 邮 箱：cctp@cctphome.com

新浪微博：@中央编译出版社 微 信：中央编译出版社 (ID: cctphome)

淘宝店铺：中央编译出版社直销店 (<http://shop108367160.taobao.com>) (010) 55626985

本社常年法律顾问：北京市吴栾赵阎律师事务所律师 闫军 梁勤

凡有印装质量问题，本社负责调换，电话：(010) 55626985

目 录

【推荐序】走在“乡间小路”上——半失忆后的回想

与惊觉 / 李再铃6

顽石逆境不转移，终成大器 / 陈立恒9

点石成金 / 王侠军10

扬眉吐气，源于从“心”设计 / 范周12

关怀乡土的设计 / 靳埭强14

文创心经：文化创意产业实践心得与经历 / 林盘耸15

开创地方文创产业新视界 / 林正仪16

湘如真女子 / 何清辉17

【自序】我的设计宝剑18

【前言】物归原乡·风生水起22

Part 1 启动农产礼的地心引力**农会及小农的品牌转型之路27**

从台东县农会到山海经脉的品牌建立30

“日光大稻”为桃园稻米开拓一条康庄大道35

建立以邱垂昌个人为延伸的稻米品牌40

Part 2 启动小农募资的地心引力**和气稻——小农募资操作全纪录49**

“和气稻”与创梦市集募资平台的前期沟通50

千日等待的黄金米革命51

黄金列车开往你家计划55

Part3 启动穷乡林的地心引力

五月雪翻转客家产业命运69

打造客家共同品牌意象70

客家桐花季的成功营销链75

客家文化的文创商品实践案例78

Part4 启动一乡一特色的地心引力

神气活县山海经93

针对地标等八大元素打造94

结合上、中、下游产业链95

寻宝图 IP 开发97

打造田野调查的文化宝藏链99

 地标元素100

 产业元素116

 建筑元素136

 观光元素138

 民俗元素142

 信仰元素148

 祈福元素152

 美食元素154

- Part5 启动生态文化的地心引力**
萃取樟木魂挖掘苗栗宝藏161
历史地缘的产业基础162
重新唤起如母亲般守候的樟木163
由“森林乐樟”奏起森林交响乐165
森林乐樟七重奏，奏出在地凝聚力166
量身接地气，四乡四特色169
- Part6 启动台湾在地的地心引力**
台湾各地的乡镇文创179
桃园180
屏东181
苗栗182
澎湖183
马祖187
台北194
台湾地区201
台铁古物再生文创203
- Part7 启动大陆各地的地心引力**
大陆地区的主题文创211
西安曲江财神园区212
北京礼品218
武汉礼品220
重庆礼品230
- 【结 语】 落实土地生根，启动新地心引力234**

土气 变神气

打造“一带一路”中的一乡一品

文创教主 程湘如 著



中央编译出版社
Central Compilation & Translation Press

目 录

【推荐序】走在“乡间小路”上——半失忆后的回想

与惊觉 / 李再钤6

顽石逆境不转移，终成大器 / 陈立恒9

点石成金 / 王侠军10

扬眉吐气，源于从“心”设计 / 范周12

关怀乡土的设计 / 靳埭强14

文创心经：文化创意产业实践心得与经历 / 林盘耸15

开创地方文创产业新视界 / 林正仪16

湘如真女子 / 何清辉17

【自 序】我的设计宝剑18

【前 言】物归原乡·风生水起22

Part 1 启动农产礼的地心引力**农会及小农的品牌转型之路27**

从台东县农会到山海经脉的品牌建立30

“日光大稻”为桃园稻米开拓一条康庄大道35

建立以邱垂昌个人为延伸的稻米品牌40

Part 2 启动小农募资的地心引力**和气稻——小农募资操作全纪录49**

“和气稻”与创梦市集募资平台的前期沟通50

千日等待的黄金米革命51

黄金列车开往你家计划55

Part3 启动穷乡林的地心引力

五月雪翻转客家产业命运69

打造客家共同品牌意象70

客家桐花季的成功营销链75

客家文化的文创商品实践案例78

Part4 启动一乡一特色的地心引力

神气活县山海经93

针对地标等八大元素打造94

结合上、中、下游产业链95

寻宝图 IP 开发97

打造田野调查的文化宝藏链99

 地标元素100

 产业元素116

 建筑元素136

 观光元素138

 民俗元素142

 信仰元素148

 祈福元素152

 美食元素154

Part5 启动生态文化的地心引力
萃取樟木魂挖掘苗栗宝藏161

- 历史地缘的产业基础162
重新唤起如母亲般守候的樟木163
由“森林乐樟”奏起森林交响乐165
森林乐樟七重奏，奏出在地凝聚力166
量身接地气，四乡四特色169

Part6 启动台湾在地的地心引力
台湾各地的乡镇文创179

- 桃园180
屏东181
苗栗182
澎湖183
马祖187
台北194
台湾地区201
台铁古物再生文创203

Part7 启动大陆各地的地心引力
大陆地区的主题文创211

- 西安曲江财神园区212
北京礼品218
武汉礼品220
重庆礼品230

【结 语】 落实土地生根，启动新地心引力234

【推荐序】

走在“鄉間小路”上 ——半失憶後的回想與驚覺

雕塑家 李再鈞

那個時候好像是台灣錢淹腳目之後，
上世紀七十年代後期某一天。

好些日子不見的程娟，突然叩門來訪，要
我為她用毛筆寫四個字——“鄉間小路”。沒說
明要用，我也沒問，好像小詩集的书名，或是
一本愛情小說。

我立即採用真、草、隸、行各書体各寫一橫直
小幅，又另加寫一紙不全書体都別具風味的十
條幅，就這樣交付給她任選取。反正有機會
玩一次書法總是好事，管它幹啥用，事後也就
忘得一乾二淨。

回想那個時候我已經非專業的教職中
退下，移居台北近郊一處密植相思樹的山野
，養狗作伴，過悠閒清靜鄉間生活，怡然自
得，但已誤人子弟好些年了！

又過了一段時間的某一天，我在農會超市上
赫然見到一些小農產品的包裝上出現有“鄉間小路”
四個字，不成格調的田字形，好面熟，那不是
我的筆跡嗎？好像欸！怎麼在這裡遇到你，
皮蛋、鹹鴨蛋、蜜餞、果汁，還有什么麵条等。

噢！原來如此，我恍然大悟。你們從鄉間繞了許多小路走到城市裡來，從田畝中走到市場上，是我那個愛練功夫的徒弟帶領你們走來的。

以後我常在超市見到更多貼有“鄉間小路”的其他各類農產品。我知道它已成為家喻戶曉的固定品牌了，一個高知名度的系列產品商標。有一種溫馨的親切感，令我欣慰和喜悅，當然我也經常購買享用，滋味百倍。

又經過了好多年漫長的月，我~~每~~^對程娟的漸覺陌生，神龍見首不見身的偶在友好的畫展會場上邂逅外，甚少往來。她的行~~動~~^蹤我一無所知，乾坤她沒日沒夜地都在練功，忙於她的業務。

忽地有一天手機聲响，是她，急促而簡短地說她要出一本書，要我寫篇序言，速而寄來書稿內容和圖片。

過日之後，頓覺我已太老朽了，太落伍了！我和她之間隔着很深很寬的難越‘代溝’，觀念差距甚大。隨而想電話婉拒，但說不出口，改謔須擱延數日詳加瞭解和思考之後動筆。

經一晝夜再度翻刻細察編目和內容之後，
驚覺到她的功夫了得，劍及履及，直抵“地心”。
沒人教她這樣搞設計，從規劃、開發、創意
到設計、產銷、營運、廣告、上市、國貿；從無到有，從
有到盛；從內到外；從貧瘠到富裕。
從小路到大路

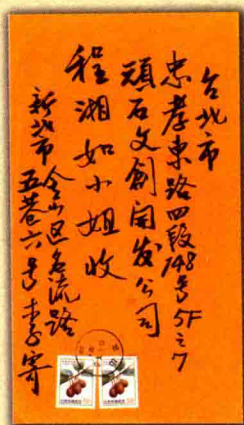
她並不是僅替既有的產品塗脂抹粉，改換
時裝、矯柔作態而已。她這一套系列性系統性、
土裡土氣的創業作爲，是合理而正確的。這是最
有效的新世代、新商業設計的真理。

她這一棍打到老師傅僵硬的頭殼上，
打醒了食古不化的舊知；她的頑石又擊中了老
師傅心肌梗塞的血脈，震打通了沉滯昏厥的
思路，我已經認識到什么叫設計，什么叫創

我還活著，程娟娟！我已意識到你的這
一套作業“程式”，正如電腦和手機之於我，雖
不喜歡，却没法丟棄，但可以閑棧。不讓你找
到我，我可以隨時找到你，真好！這很現代，
很現實，不是嗎？

李再鈴

2016.10.1.



【推荐序】

顽石逆境不转移，终成大器

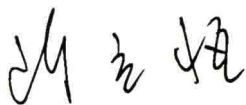
法蓝瓷有限公司总裁 陈立恒

因为义台文创设计中心的合作项目而结识的湘如小姐，属于华人文创中的强者之一，从社会大众对于设计行业轻视冷漠的 20 世纪 70 年代到人人都知道文化创意等于增值关键的 21 世纪，她数十年来以精诚所至的顽石精神，孜孜矻矻地在华人设计圈里砥砺磨炼，经历了创业失利、他人剽窃、扩张受阻、追寻定位、重建品牌等等难以为外人道也的种种难关。

正是这些难关的打磨，让湘如小姐在顽石设计逆袭成功后，特别愿意将自身点石成金的经验推己及人，甚至到海峡对岸众多潜力无限却资源有限的乡土产品之上。本书集结了她多年来在一乡一特色的文创耕耘点滴，她的努力方向十分契合亚太文创产业协会与义台创意设计中心的起点初衷，我们都希望能够用文创的力量，让那些看似土里土气、却代表一方水土人文的食品杂货，都有着扬眉吐气的一天。

然而，文创人都知道，真正的文创不是事业，而是一门志业，它是一条路漫漫其修远兮的旅程，看不见终点，不能问归途，在创意及智权意识尚在成形中的大陆及台湾做文创尤为艰苦，其实台湾自 1990 年起即借鉴日本“一村一品”（One Village One Product），推出了 OTOP（One Town One Product）计划，目前已经积累了 319 个乡镇的数百样产品。可惜除了凤梨酥、高山茶、高档水果等原本就需求强劲的品项之外，事实上，在主客观环境条件的影响下，距离欧美日等乡土商品的国际化程度，还有一定需要急起直追的距离。

希冀湘如小姐的顽石精神伴随此书的问世，能够邀集更多各界人士加入一乡一特色的项目推动，让华人乡土产品的文创化与国际化更上层楼，不只扬眉吐气，更在全球市场上终成大器。



【推荐序】

点石成金

八方新气创办人 王侠军

辅导地方产业升级，协助打开市场而两岸走透飞遍了的设计界古道热肠的大姊大程湘如，终于在百忙中出了书，这积累了30多年力道的出手，自然琳琅满目博大精深。

湘如的顽石文创公司用笺上印有“点石成金”的字样，创意能否点出金来要绝对的本事和全心的投入，《土气变神气：打造“一带一路”中的一乡一品》一书清楚地诠释了这魔法的精妙，这本书是她多面向、完整地读者揭开她独到“点”金秘诀的完全手册。

适切的商品提案，不仅是对业主也是对市场的解决方案，其精髓除了业主认同那是地方或产业特有基因符码的完美对接外，更要将这些有形或无形的基因幻化为人见人爱的商品，在形塑差异化之余更精准地带出商品精气神的韵味，而完成市场上极大化认同的销售佳绩。在书中我们可以看到在理性分析田野调查的讯息后，湘如如何以感性诉求的转换和活泼爽朗的呈现，让土气老成的保守质朴转化为容光焕发的愉悦神采，其中有扎实前置作业的基本功，更多巧妙灵动的创意发想，其过程是设计创意工作有趣的地方，这也是这本书热闹缤纷好看的所在。

湘如曾说：“如果没有办法撼动人心，基本上就是无效的沟通。”在书中她细腻地就个案有条不紊地梳理许多如何与业主和市场有效沟通的元素，沟通的手段要理性也要感性，那些调研整理的刚性资料，最终就是要成为从地方到市场种种对应的利多，这高妙的转换就是湘如的绝活，它让沟通顺畅有效，这能耐就是当道文创产业道行所必要的精进。这本书是学习门道极佳读本。

她这些源自地方文史、生态、自然、传奇和民艺等多元田野调查所建构出的创意提案，让地方色彩更鲜明而深刻，那是绝对量身

定做的血脉相承，这些基因包括从地标、产业等所严选的特色。经她点化，地方或产业特有的元素变得有活力而动人，单看这些活化自生活、文字、习俗等幽默玩味的优雅命名所诉求的商品，即明瞭创意加值后的商品魅力。例如台铁古物再生的“铁不出轨”爱情文镇，这创意活化了汰换不用的坚硬铁轨，切片的铁轨表达了绝不变形的情感，同时外包装以巧克力甜蜜温暖的色调，带出商品刚柔并济里外映照丰富的意象。从台铁铁轨到爱情宣誓的情节发酵，耐人寻味且深得人心，又如为苗栗所规划“森林乐樟”等等，创意演化过程都如此雅致流畅，如此撼动人心。

从定位、商品、命名、包装和文案，湘如打造一连串情趣的联结，彼此在地方风情、有形商品和无形喻义间有着愉悦的感情对应，其中精妙令人莞尔共鸣。仔细品味咀嚼书中所铺陈各式解题感性与逻辑交织的入径步术，相信看到周遭城乡许多生动亲切文创商品的景象，再看这本书的详细陈述，即可理解土气到扬眉，多么需要高明的点化。

欣见湘如点石成金完整教战手册的出版，劳苦功高，特此为序祝贺。

王健军