



展示主題

臺中市新社花海於2011年統計，已超過百萬人次參觀，其所帶來的觀光及經濟效益自然不在話下，如果能妥善規劃及利用百萬人次參觀的機會，達到社會教育及文化藝術行銷之目的，其效益更為可觀。

國立彰化生活美學館負責輔導中臺灣四縣市之生活美學業務推廣，如果能利用機會行銷生活美學觀念並達社會教育之目的，將使中臺灣民眾更能加深體會生活美學之意義，並造成中臺灣民眾在精神生活、實質生活上品質的提升。

因此「生活美學主題展示館」透過衣食住行育樂等面向，將中臺灣生活中一切美好事物介紹給大家。例如咖啡、茶葉、服飾、民俗、花卉、自行車、生態等等，都是存在生活當中的細節，而民眾因工業化、商業化、科技化之後，我們的步伐愈來愈快，無法仔細品味及欣賞周遭美好事物，透過生活美學主題展示館，呈現中臺灣無論是文化、產業及觀光等，足以展現生活美學一切事物，重新引領民眾體會生活美學。

生活美學主題展示館將主題區分為「食」、「衣」、「住」、「行」、「育」、「樂」等六面向，結合文化、產業及觀光等元素，分別引領民眾體會生活美感的體驗。

這些內容並結合臺中市新社區觀光導覽協會，將實際物品（意象）陳列現場，除可提供民眾視覺實際上呈現，亦可供民眾進行觸摸體驗，展現生活美學體驗的特性；茲將六面向分別介紹如後。

食 Food

中臺灣的糕餅類向來有名，例如鳳梨酥、芋頭酥、牛舌餅、發酵餅、太陽餅、綠豆糕、鳳眼糕等等，且多與地方特色農作物及宗教禮俗文化有關。

其次，雲林縣古坑鄉及南投縣國姓鄉，都生產優質且具特色之咖啡，咖啡色澤呈金黃色，味覺溫潤，口味十分獨特；在2003年左右，雲林縣古坑咖啡再度被發掘，並辦理首屆咖啡節活動，臺灣咖啡再度活躍起來並成為新的飲品文化。

茶葉本為臺灣固有飲品文化，近年來並結合日本的茶道文化，臺灣的茶文化愈來愈多元。中臺灣地區本即具有產製茶葉的產業，例如早期聞名的「凍頂烏龍茶」即來自南投縣鹿谷鄉，而南投縣魚池鄉更生產有多項優質的紅茶，這些茶葉產業造就中臺灣地區常民文化中常常出現飲茶的活動，近年來生活美學的觀念深入民眾生活，更有日本的茶道文化結合進中臺灣的飲茶文化活動中。



住 housing

中臺灣有林家花園及國立彰化生活美學館，林家花園可以表現臺灣傳統建築之美，國立彰化生活美學館可以說明臺灣現代建築之美。林家花園之建築元素以飛簷、斗拱及花園等，具體展現傳統建築之美；而國立彰化生活美學館以生態考量，依山而建，將現代建築與中臺灣在地文化元素做結合，成為中臺灣新興的「文化」、「觀光」及「生態遊憩」結合的景點。在未來更有彰化鹿港的玻璃媽祖廟，將玻璃材料引進建築物中，在燈光折射輝映之下，更顯色彩繽紛，為中臺灣具特色建築之一。



Transportation 行

中臺灣為單車設計、製造之重鎮，而中臺灣騎乘自行車的文化方興未艾，甚至已朝向「健康、生態、旅遊、生活」方向發展，除了運動取向之活動，更多民眾開始思考以單車進行旅遊，或結合生態活動進行，以更貼近大地及環保的方式進行，另外也有許多民眾願意以單車通勤來取代汽機車的通勤方式，民眾以自己最喜歡的方式，最具個人風格的方式來進行單車相關活動，這亦將成為民眾未來的生活方式之一，單車正正式成為文化之一環，單車亦可體現民眾的生活美學。

育 Education

在臺灣教育的活動不僅在課堂上，臺灣常常將教育目標結合進各項活動，這類活動亦常見在生態遊憩活動中。在中臺灣常常可見各類大型生態活動，這些活動並賦有社會教育之重要意義。

例如彰化縣及南投縣的八卦山脈，於每年4月及10月有大量灰面鵲鷹經過，尤以3月至4月左右，有大量灰面鵲鷹北返經過八卦山脈，許多政府機關及民間生態保育團體會聯手辦理各項活動，最常見的活動是賞鷹，欣賞灰面鵲鷹飛翔及落鷹的美麗身影，體會生命的感動。

而臺中市的高美濕地更有少見獨特的生態景觀，除了潮間帶的豐富生命之外，更有臺灣最多數量的雲林莖草，在傍晚時分，常可見民眾在高美濕地欣賞夕陽。



樂 Entertainment

中臺灣有許多與花卉有關的產業，因此造就臺中市的新社花海活動及彰化縣田尾鄉的公路花園。花卉本來就是生活美學的最佳元素，居家中如果妥善規劃布置花卉，除了提供視覺舒緩之外，心情亦可隨之愉悅。

效益

- 一、促進民眾瞭解生活美學之意義，發動民眾思索生活美學之文化涵義，培養民眾對於文化之共識，提高精神與實質生活之品質。
- 二、藉由超過百萬人次之人潮，行銷中臺灣文化、特色產業、觀光遊憩景點，觀看並瞭解之後，期望發生連鎖反應，將人潮亦帶進中臺灣各角落。
- 三、藉由活動過程，將生活美學觀念介紹給民眾，另因本館甫遷新館，可利用機會將本館服務內容行銷給予民眾，讓民眾瞭解可取得那些服務或協助。

