

珍珠

24

無心插柳 創造新社花海美景

🖋️ | 周明燕

一、紫色浪漫 參與休閒活動濫觴

民國90年代初期，國內席捲起休閒旅遊風潮，農業休閒才剛剛摸索起步，本場生產課園藝農場張定霖先生也在此時開始進行香藥草作物資源收集與利用研究。張定霖廣泛引進數百種香藥草植物種類及品種，進行適應性試作及生長性狀調查；經篩選出薰衣草、迷迭香、薄荷、羅勒等數十種生育習性適合中、低海拔地區之香藥草作物及品種，掌握其種苗培育及資培核心技術，於民國92年3月舉辦『戀戀香草鄉』推廣示範活動，展出120多種香藥草作物種類及品種，短短2天的展出，吸引11,000以上人次的參觀人潮，一舉打響本場香藥草作物研究成果知名度。



📍 花海活動濫觴～『戀戀香草鄉』



政黨輪替後的農委會，為了展現親民作風，要求所屬單位透過活動展示研發成果，主動積極與社會大眾溝通互動，民國93年起，遂有每年舉辦兩次機關開放日活動的機制。當時的機關首長蕭吉雄場長首開與地方結合舉辦活動先例，93年6月本場結合生產、生活、生態均衡發展的三生農業理念，與政策結合，推動新故鄉社區營造與社區風貌營造，配合香藥草園區落成，順勢推出『與種苗有約~香藥草及綠美化種苗展示』作為開放日活動第一砲。當年12月再次透過開放日活動，結合新社鄉公所舉辦『紫色浪漫之鄉』，展現新社之美，本次活動創下幾個先例：「農特產品展售活動」，介紹新社地區休閒特色，首開本場與地區休閒業者結合先例；「心靈饗宴~發現紫色浪漫故鄉活動」，在滿天星斗下舉辦交響音樂會，首開新社山區舉辦交響樂活動先例；「新社地區休閒產業特色巡禮」，設計套裝行程路線及導覽解說，首開休閒景點觀光導覽先例，活動敲鑼打鼓展開，引起中部地區民眾對新社美景的好奇嚮往，也奠定新社地區休閒業者以『紫色故鄉』為主體的行銷調性。



①戀戀苗圃風光報紙稿

②③紫色浪漫之鄉活動

二、油菜花休耕田 成聚睛好所在

本場場區面積105公頃，除了溫室區外，大面積的試驗田區每年進行一季玉米、高粱及綠肥種子生產工作，休耕期間則栽種油菜、太陽麻等綠肥作物休養地力。綠肥作物盛花期往往會跨越新春假期，一望無際的油菜花田吸引大批遊客來新社賞花，賞花人潮意外的帶動週邊休閒產業商機。

由新社地區休閒、觀光農場經營業者所組成的新社鄉休閒農業導覽發展協會（簡稱導覽協會）甫於民國92年正式立案，導覽協會嗅到濃厚商機，遂要求臺中縣政府將例行花展活動移到新社舉辦，以為新社休閒產業造勢。



為了促進地方休閒產業發展，民國93年元月臺中縣政府商借用本場約10公頃農地舉辦花卉展示活動，可惜因花田栽培技術不純熟，並沒有達到預期效果；94年本場利用第二農場50公頃休耕田區，建置花海景觀30公頃，辦理『戀戀苗圃風光_種苗改良繁殖場開放日暨中部休閒產業行銷』活動，三天活動期間吸引近十萬人潮，活動受到肯定，此為新社花海前身。

三、新社花海 媲美富良野

95年開始以推廣「魅力農村」為主軸，正式啟動「新社花海行」系列活動，由本場主導活動規劃與籌備，與臺中縣政府共同舉辦，邀請山城地區五個鄉鎮公所及農會一起參與活動促進地區休閒產業發展。花海除了大面積的色塊花田外，開闢2公頃精緻草花區，以園藝花壇造景方式營造聚睛景觀，美麗花田搭配山景，壯麗景觀足以媲美日本富良野，活動期間拉長到一個月，吸引了數十萬以上人次參訪，區域型農業活動能吸引如此多人到訪，奠定新社花海欲罷不能的原因。

民國96年的花海活動，展現更寬闊視野，導入產業帶動策略，以三級服務業帶動二級優質農產品，透過優質農產加工方式帶動一級農產產業的活動主軸，開始進行整合五鄉鎮休閒服務、農產加工及農產品，聯合活動行銷，以活動帶動農村消費經濟。透過農委會公關科的整合行銷力道加持，本年活動吸引近80萬人次到訪，為週邊產業創造約8億元的經濟產值，新社花海活動一舉打開知名度，從區域型轉化成全國性的大型花海活動。

97年起透過聚焦與擴散運作手法，以「大山城旅遊圈概念」擴大新社花海活動效益。成功將花海磁吸的百萬人潮以順遊周邊鄉鎮的方式，帶動大山城旅遊圈，97、98年透過此策略，為地方帶來百萬人潮、超過10億元以上的經濟效益。新社花海活動聚集人潮、帶動地方經濟的成功模式，廣為各地爭相模仿，一時間，全臺灣一年到頭，到處都有花海活動，簡直可以設計一個賞花海遊臺灣、追逐花海行程了！

新社花海
Logo



前景的五種顏色代表五彩繽紛的花朵，也代表大山城地區多元的農業文化發展，也如同一個跳躍的人，充滿活力與歡樂，S型組成的花瓣代表臺中市新社區 (Shinshou) 以及花海 (Sea of flowers)，背景的花型襯托前景人物置身於絢麗花海中。

四、關懷社會 為花海導入人文元素

新社花海除了以休閒活動實現產業帶動，活絡地方經濟為主要目標外，也透過活動展現社會關懷，深化花海內涵。97年在花海期間辦理「花現關懷」活動，透過臺中縣政



府社會局邀請縣內弱勢兒童參訪休閒農業區及花海，讓平常較沒能力進行休閒活動的弱勢團體也有機會欣賞花海美景。民國98年，因應臺灣有史以來最嚴重的八八風災，整個活動調性設計由歡樂轉化成溫馨的「花香伴溫情」，籌備會透過3家廠商贊助，募集200萬元經費，設計「溫馨巴士」活動，邀請風災重災區學童以兩天一夜方式，到花海及中部山城地區體驗旅遊，藉由本活動撫慰舒緩受災心靈，感受各界的關懷與鼓勵；「溫馨巴士」共辦理20梯次，有14所學校共計800位學子受益。

五、創新元素導入 活化活動生命

一個活動的持續，仰賴創新元素的不斷導入，花海活動連續舉辦幾年後，到訪民眾開始期待變化，然而受到既有天然條件限制，能作的變化還真是有限。既有的花田、精緻花毯及農特產品展售等基本元素外，主辦單位也不斷構思如何加深、加廣新社花海活動的內涵，透過不同主題的設計，妝點花海，賦與不同的風貌。民國100年臺中縣市合併，新社花海活動合作對象轉到擁有豐富資源的臺中市政府。在胡志強市長的強力主導下，第二年舉辦的國際花毯節移到新社花海場域舉辦，成為花海中的嬌點，在一加一大於二的相乘效應加持下，參訪人數突破150萬人次，創造周邊經濟活動新臺幣13億元產值。新社花海活動不斷吸引注目、創造成效，被觀光局選入20項臺灣代表性活動之一，逐漸開始打開國際知名度。能有這樣的成就，真是始料未及呀，相信所有參與過的同仁，應該都與有榮焉才是！

