

TRAVEL RICH

旅奇週刊

2017.11.13 出刊 每週一發行

466



台中市觀光旅遊局
局長 陳盛山

2017
臺中國際

踩舞祭

TAICHUNG INTERNATIONAL
DANCE PARADE & FESTIVAL

11/17 (五) - 11/19 (日)

臺灣大道市政廣場 & 夏綠地公園周邊

臺中街頭成舞台，創造臺灣踩舞新文化

專屬臺中的慶典 將感動與悸動傳遞每位觀眾心中

臺日雙方號召 18 隊打造精彩盛事 用力與美點亮臺中

聆聽台中奮鬥的不同聲音 年輕

從日常所需看見城市行銷的另類櫥窗 台中觀旅局局長陳盛山讓傳統產業走出新面貌 年輕創意家進駐台中金典綠園道

世代故事為城市行銷妝點觀光

長陳盛山讓2、3代創業故事成為觀光誘因 園道 用夢想譜寫有溫度、人情味的亮點

撰文、攝影/王政



▲台中市觀光旅遊局局長陳盛山（後排左3）與第六市場的攤商代表合影，共同撐亮台中的城市行銷櫥窗。

在陳盛山的眼中，城市的每個面向就如同一片片櫥窗，裝載著由不同的元素所構成的事物，可以是當地的知名地標性建築、景點，也能是人們所傳遞的每個故事，都為城市勾勒出大大小小的觀光櫥窗。

如同位於金典綠園道的金典綠園道百貨，於今年9月份推出了結合菜市場的絕佳人情味，以及百貨公司給人乾淨、舒適環境的「第六市場」，在這，就有一

個個值得挖掘、品味的故事，看見傳統產業的第2、3代接班人如何突破創新、發揮靈感，賦予產業新生命來吸引顧客。於此同時，多樣貌的呈現，也為城市妝點出不同的色彩，成功抓住往來的大眾目光。

「城市的行銷不一定只能鎖定在景致上的呈現，有時候人文也是吸引旅客到訪的主因之一。第六市場中的許多攤商，都是肩負著多年歷史的家族產業，但為了在

城市的行銷是一門藝術，要如何將自身所擁有的優勢、特色都化作成一手好牌，將打出去的每張牌都能精準抓住旅客目光，便考驗著每個觀光推廣者的智慧。台中不只坐擁著國際性的代表建築、充滿吸引力的自然景致，亦有著專屬於中台灣的濃厚人情味，以及為了理想所奮鬥的精美故事，對於台中市觀光旅遊局局長陳盛山而言，這都是吸引旅客到來的最佳誘因之一。

市場的競爭中脫穎而出，他們願意放棄原有的工作，回到家族掌舵，並積極找出自身所能供給市場的差異化服務，致力成為產業裡獨樹一格的焦點。

觀光亦是如此，肩負著城市行銷的觀光負責人，需要的就是將這些散落在城市各個角落的亮點找尋出來，擦亮它們並導入到城市的行銷之中，被更多人看見，讓每位到訪的遊客，能讀到這些人們的用心與商品背後的真正價值，這才是最佳的城市行銷。」

漫步在第六市場的陳盛山邊走邊說，這些攤商所供給的商品雖屬於基本的民生必需品、消費性商品，在這些尋常的商品中，攤商的熱情賦予了全新的生命，並將這些用心的結晶在第六市場的舞台上發光發熱，讓台中也因此呈現出更多元的面貌。



將Freestyle菜市場銷售方式搬進百貨

因為媽媽與舅舅等周遭親友皆從事蔬果相關工作，游松育自小便對各種水果的特性瞭若指掌。由於不忍心家人隨著年紀大卻仍需常來回搬運重達數十斤的水果，讓他退伍後毅然決然接掌家族事業，與老婆一同奮鬥，將年輕活力注入這個傳統產業中。除了原先的水果行外，游松育將創意延伸到成立風格獨特的作客青果冰室，以及進駐第六市場的宏辰天天青果行，用創意與熱情來賦予水果多元面貌的呈現。

雖經營傳統產業，但游松育卻堅持品質的嚴格把關，在第六市場的攤位中，除了水果貨源皆精心挑選外，在商店的擺設亦特別由設計師規劃，將整體感官提升，售價卻仍維持市場價的親民。

而訪談中不難發現，游松育流著菜市場豐富人情味的DNA，每每都以熱情來招呼客人、介紹商品，短短幾秒鐘便能讓客人如老友般熱絡、拉近距離，在金典綠園道第六市場的舞台上，看見他致力追求新變，為水果產業蛻變出新面貌。



將有溫度的雞蛋傳遞給都市人的八年級生

我們賣的是有溫度的鮮蛋，從81年次的施銘林口中說出，不難看出這個來自彰化縣埔鹽鄉順益畜牧場的第三代，對於自家雞蛋的驕傲與信心。為了讓都市生活的人能品嘗到最新鮮的雞蛋，施銘林卸去公務員的身分，轉而投身在這個平凡、非高利潤，但卻是民生必需品的雞蛋中找尋出新的銷售方式，讓養殖戶的用心能被大眾所看見。

從飼養雞隻的飼料嚴格把關做起，由自家牧場新鮮貨源供應下，施銘林用第六市場當作與消費者面對面接觸的舞台，在這個小卻精巧的攤位中，他不厭其煩的為客人解說雞蛋的特性、挑選方式，並掃除先前喧嘩一時的毒蛋風波陰霾。未來更將導入電商市場，從網購、宅配的方式，讓每位消費者都能安心享用。

施銘林的用心就如同將品牌取作旭日鮮蛋，期盼能如同旭日般升起，以重新開始的心態來耕耘這個傳統產業，用「心新鮮人」的理念，傳遞安心、創新、鮮蛋與人情味，將最美好的希望呈現給每位選購的消費者。



用蔬果熬煮出低油、低鹽、低糖的健康肉鬆

胖胖豬的創辦人謝澄哲來自於三代都以肉鬆與肉乾製品批發為主業的家族，在地經營數十年的累積，曾經寫下市面上半以上的肉鬆都源自於其供應的做人成績。在自幼的耳濡目染，讓他對於肉鬆製作了然於胸，也因為看到現代人健康意識的抬頭，讓他看見肉鬆轉型需要，也因此胖胖豬這個品牌於3年前誕生。

擺脫以往肉鬆與高鈉、高油的刻板印象，謝澄哲開始調整肉鬆的製作方式，從原先無糖、無鹽的方式遇到挫折，後續研發出以各式蔬果熬煮的精華湯底取代傳統用味精調味的場頭，並與豬肉燉煮數小時，讓後續所烘炒出的肉鬆能達到低糖、低鹽、低油，並無須添加黃豆粉等添加物，整體香味卻更加濃郁。

隨著胖胖豬進駐第六市場，由於全方位的完善規劃、高度配合下，讓謝澄哲感受到與以往在各大百貨公司參展的新體會，因此願意投入其中，搭架出能與客人面對面的舞台，將引以為傲的肉鬆與各類商品推薦給民眾，達到相輔相成的效果。



讓蔬果品牌成為一種生活美學

面對電商崛起導致產業劇烈變化，自身產業又因入門極低造成激烈競爭，換作是您將如何因應。來自水果批發30多年的家族，黃勳維看見上一代對於水果的熱愛，卻局限在傳統思維與作法無法突破，因而萌發推出新品牌的想法，從網路出發，再到第六市場設立第一個實體商店來與客人面對面溝通。

為了讓顧客品嘗到安心的味道，他從產地精心挑選每一種最香甜的當季果物，用豐富經驗層層嚴格把關，讓鮮果直達第六市場，同時更引進耗資數億元建構果園而生的彩虹番茄，這從加拿大進口的蜜寶火龍果，讓顧客體驗到不同以往的味當享受。為了讓品牌能做出區隔，黃勳維從生活美學的角度出發，包括邀請品牌設計師來為果物美學妝點出新面貌，傳遞出「寵愛自己、分享最愛」的核心價值，更研發出極具質感的客製化禮盒服務，讓安心吃水果，也能成為一件很時尚的事。



用衝浪的熱情端出美味的雞料理

因衝浪而結緣的陳立言與江本渝，有感於現代眾多的食安問題，懷抱著讓消費者能對於食品來源安心的理想，因而孕育出元榆牧場這個品牌。

對於這對年輕創業家來說，品質的控管是最堅持的初衷，在陳立言養雞世家豐富經驗與資源、技術供應的基礎上，他們從自行飼養的雞隻，到低密度培育、不使用抗生素、半自動化設備等嚴格管理，以及商品使用急速冷凍來確保新鮮度，再到社群網絡的行銷，讓成立僅2年多的元榆牧場成功打響名號，更被第六市場注意並親自登門邀請加入攤商的行列。

第六市場雖然並非元榆牧場第1個實體





2017

臺中國際

踩舞祭

TAICHUNG INTERNATIONAL
DANCE PARADE & FESTIVAL
台中國際ダンスパレードフェスティバル

11/17 (五) - 11/19 (日)

臺灣大道市政廣場 & 夏綠地公園周邊

11/17

臺灣大道市政廣場:
特色市集、前夜祭

11/18

夏綠地公園:舞蹈踩街展演
臺灣大道市政廣場:大型晚會、特色市集

11/19

臺灣大道市政廣場:
臺灣表團展演+踩舞教學、特色市集

指導單位: Taiwan

交通部觀光局
Tourism Bureau, MOTC



主辦單位: 臺中市政府觀光旅遊局
Taichung and Youth Bureau, Taichung City Government

化街道為舞臺磅礴力獻

「2017臺中國際踩舞祭」將於11月17日到19日於臺灣大道市政廣場及夏綠地公園正式登場。今年度為配合2018臺中世界花卉博覽會,各表演團隊分別發揮創意巧思,將花卉元素融入表團服裝及舞蹈道具,盡情發揮,自由舞動,是任何人都能參加的參與型慶典,完全全打造屬於臺灣自己的「踩舞祭」。

「2017臺中國際踩舞祭」將有日本及臺灣表團共18隊輪番上陣,表演陣容更勝首屆,由6隊日本表團,包含三重縣津市的安濃津YOSAKOI HAPPY ARCHIVE、愛知縣犬山市JYO(笑)、北海道札幌市KITA SUBARU(北昂)、小樽市的翔樂舞、岐阜縣的瑞浪和大阪市南大阪連,以及12隊的臺灣學校及民間表團接力上陣。

臺日踩舞文化交流,建立信賴感和友誼

臺灣與日本踩舞的互動已經有14年了,從2003年交通部觀光局舉辦臺灣燈會時,首度邀請日本YOSAKOI團體來臺演出,到了2004年,雙方開始有了交流活動,每年交通部觀光局都會邀請臺灣舞蹈相關科系的學生赴日表演交流,透過踩舞,臺日之間有了良好的文化交流。YOSAKOI祭典在日本市場裡面是一個全民運動的活動,我們在參與日本慶典文化交流的時候,除觀看日本怎麼辦活動之外,也藉此機會宣傳臺灣,吸引不少日本觀光客來臺。而臺中國際踩舞祭當初就是整個概念的引進,把臺灣優秀的學校團體匯集起來,將編舞、口號、道具等等都能夠融合本土在地文化,彰顯出臺灣的歷史文化背景。



臺中國際踩舞祭是創新的活動,是臺灣過去沒有的模式;從無到有,地方政府要有相當的決心跟魄力,用臺灣精神與臺灣元素來辦踩舞活動;這一切需要民間企業支持、政府的主導、學校的參與以及臺日之間的信賴感跟深厚友誼基礎,14年來帶了許多學校前往日本交流,培養了踩舞祭種子隊伍,各方面條件都趨成熟,多方面凝聚成一個共識,才可能一觸即發,水到渠成。



近距離接觸,力與美踩舞表演

以街道為舞台的演出方式,對很多學生舞者來說都是第一次,既新奇又興奮,首次與觀眾這麼近距離的接觸,隨著音樂情緒的起伏,舞者們賣力地跳躍,盡情的吶喊,彷彿用盡全身的力量,只為了這一次的表演!民眾們看得熱血沸騰,完全被舞者的熱情活力所感染!

民眾們在大馬路上席地而坐觀賞表演,有坐著輪椅的老人家,也有媽媽推著嬰兒車駐足街頭,大人小孩聚精會神、目不轉睛,就怕錯過任何一個精彩的細節。以往只能在台下,看著舞台上的表演,現在舞者只距離自己三五步,每個一動作,每個吶喊、每個笑容、每一段的表演都可以清楚看到舞者的妝容表情,深刻感受他們的情緒,舞者的喘息聲,額頭上的汗珠都清晰可見,讓人心裡莫名的悸動與感動,還有人看得熱淚盈眶,情緒跟著為之沸騰,這就是踩舞的迷人之處!



官方民間共同參與與城市盛會

在日本YOSAKOI類型的踩舞活動十分成熟,由各地的民間組委會負責辦理活動;而在臺中,觀光旅遊局只有一部分的預算,要辦場國際性踩舞活動經費仍得向企業界爭取贊助。為此,觀光旅遊局陳盛山局長與團隊積極尋找企業贊助,包括臺中市不動產開發同業公會、麗明營造、麗寶集團渡假村、和大工業、星動銀河旅站、富宇建設、台中福華大飯店、禮客、富邦人壽、臺中市國際觀光發展協會、菇神餐飲、國洲營造、上好印刷、臺中市國際觀光旅館商業同業公會、台中市旅館商業同業公會、台中港酒店、大振豐洋傘、玉鈦科技、臺中市糕餅商業同業公會、萬里晴食品股份有限公司、味丹企業、好市多Costco、無事茶飲業者、賴炳文整形外科診所、玫瑰的旅行者、熊霸激能飲料,都大力支持、共襄盛舉。其中,富邦人壽贊助青年高中表團;臺中公園智選假日飯店贊助台南應用科技大學,業者們贊助表團、贊助旗幟LOGO,透過全民參與,一起帶動渲染,提高每個人的參與感。

參與活動的不論是發起人、支持者、推動者、參與者,只要對這個城市有幫助,不為出名,也不分主配角,每個人的積極參與見證了這個盛會城市的活力與幸福。

街道舞台接力SHOW 場場皆精彩

今年為期3天的「2017臺中國際踩舞祭」活動內容精彩豐富,在臺灣大道市政廣場除了有定點舞台表演、特色市集及美食攤位等,11月17日晚間6時由前夜祭隆重開場,將有日本及臺灣舞團共18隊輪番上陣,精彩的表演絕對讓您目不轉睛。

11月18日下午2時,萬眾矚目的移動踩舞正式在夏綠地公園周邊及臺中國家歌劇院前隆重展現,街道化身為舞台,舞者們將邊走邊跳,近距離的與民眾演出互動,踩舞的感染魅力絕對讓您感受深刻。

11月19日市政廣場前更有多場踩舞教學與交流活動,歡迎喜歡舞蹈的民眾踴躍到場參加。活動期間將有特色展攤市集、踩街舞蹈教學等活動,歡迎闔家蒞臨體驗「臺中國際踩舞祭」的魅力!活動相關訊息請上2017臺中國際踩舞祭活動網站 <http://www.2017tcdanceparade.com>查詢,或是上FB粉絲專頁搜尋「2017臺中國際踩舞祭」。

活動網站 www.2017tcdanceparade.com

粉絲專頁

2017臺中國際踩舞祭

大玩台中

