



小鎮文創股份有限公司

地址：南投縣竹山鎮中山里頂橫街1號

電話：(049) 265-7366

網址：www.townway.com.tw

不一樣的觀光事業 修古厝架網站與學堂

小鎮文創矢志打造 竹山成為文創矽谷

一股搶救文化的狂熱，讓何培鈞展開曲折的古厝修復工作。從「天空的院子」古厝民宿開始，他運用超強的組織力，架構網路平台，帶動鄉鎮經濟的活絡。他將竹山的小鎮風光，以及許多動人的故事，化為「竹山文創矽谷」的藍圖，讓台灣的鄉鎮聚落不再只是孤單與落寞，而是蘊藏更多的可能與機會。



撰文／林麗美
攝影／李昌元
圖片提供／小鎮文創



▲「天空的院子」坐落在群山與白雲間，宛如風姿綽約的少女，自有一股迷人的清麗氣質。

一片殘破不堪的日式古厝，無意間闖進一個對鄉土充滿熱情的年輕人何培鈞的心扉，並帶著「她」入伍當兵。在結束阿兵哥生活的第一天，何培鈞再度騎摩托車上山，驚喜「她」依然還在，雖然衣衫襤褸、卻風姿綽約，「我要恢復『她』的原貌、恢復『她』迷人的氣質。」



追夢少年的奇幻旅程

一股搶救文化的狂熱，讓他暫時將所學的醫事管理拋諸腦後，展開曲折的古厝修復工作。從經營民宿開始，一步一腳印，他運用

超強的組織力，讓竹山小鎮商店復活，創下曾經一天湧入兩千名遊客的紀錄。他的「小鎮文創」經驗，成為台灣鄉土聚落學習的對象。



▲好友相聚，在「天空的院子」裡，盡情享受山林野趣。

何培鈞，南投水里人，為了實現修古厝的夢想，他去找年輕時對建築充滿憧憬、卻被迫學醫的表哥。醫生表哥心中那股被壓抑的火花，瞬間就被燃起，向醫院告假一年，貸款台幣1千多萬元，買下南投這片古厝，展開修古厝的大工程。就這樣，一屋一瓦、一樑一柱逐漸浮現，重生後的古厝，就像竹林中的精靈，命名為「天空的院子」。

屋頂瓦片全部從日本進口，室內採用西班牙式瓷磚，將傳統與現代做完美結合。兩個表兄弟追求完美的個性，很快就把跑了16家銀行、以土地質押，最後才獲得土銀首肯的貸款用完。開始營運的第一個月才賺台幣8千元，但每月須繳的貸款卻要台幣6萬多元，「天空的院子」營運第4個月就面臨被法拍的命運。



修古厝、做民宿 搶救小鎮文化

為了改善財務，何培鈞騎著摩托車、穿梭大街小巷做業務，拜訪公司行號、寫信寄照片給各縣市文化局，找免費廣告、在廣場放電影，四處推銷「修古厝、做民宿」的文化搶救故事。

此時，新北市文化局正在為安排巡迴演唱會人員的住宿而發愁，看到何培鈞寄來的照片，驚艷古厝風華，決定讓一群音樂人住在這裡；愛好大自然的音樂家馬修·連恩一行人，立刻被這座山中古厝深深吸引，當天晚上，大夥兒把車上的樂器搬出來，整夜在院子狂歡不已。「天空的院子」之名，自此不脛而走。

為了強化旅遊功能，將竹山鎮裡的鐵皮屋修復成餐廳，更設立「大鞍山城旅遊中心」，並將位於高處的古厝變成「上山閱讀



▲ 在「天空的院子」演奏，琴音與大自然融合，如此扣人心弦！

Cafe」。另為了讓遊客能欣賞山中美景，何培鈞更自掏腰包，號召同志修了一條古道，讓古厝附近成為風景優美的旅遊景點。自此，山中不時可以看到手提著客家花布「幸福腳步便當」的遊客，隨著本地旅遊達人漫步山林的景象。便當盒是當地竹藝家設計的，甜點是鎮上米香店做的，客家便當布是鎮上棉被店縫的。何培鈞說：「這是老店文創的第一步。」



▲ 帶著「幸福腳步便當」走古道，享受優雅的山林氣息。



▲ 竹便當盒，花布與菜餚，全都堅持在地製作，以帶動地方產業發展。



SBIR計畫補助網路平台 帶動小鎮觀光人潮

為了突破旅遊業無法滿足多元客群需求的缺點，何培鈞於2011年成立「小鎮文創公司」，向經濟部技術處「小型企業創新研發（SBIR）計畫」，提出研發「特色小鎮適性旅遊與在地文創商品協同設計整合服務」方案，希望透過創新的「小鎮適性特色行程」，與「在地文創商品協同設計模式」、「特色小鎮行程系統設計」研發，帶動觀光與地方產業結合，並深獲政府支持。



何培鈞說：「小鄉鎮最大的經濟潛能，來自傳統老店產品與自然文化資源，現代化數位

▲ 小鎮文創用心做景點介紹、規劃觀光行程，帶動觀光人潮。

平台通路，可以改變鄉鎮的命運。」於是，在 SBIR 計畫經費的補助下，他著手架構一個系統性的旅遊服務平台，於網站上提供最新商家訊息、旅遊行程、大夥在地解說員資訊、訂單、行程協同設計及文創商品協同設計等六大功能。何培鈞表示：「主軸設定在一個『大家都能發聲』及『協力創造需求規格』的共通平台，讓更多人注意、投入，呈現市場的原貌，增加公司與小鎮的競爭力！」



文創老店熱情感召 以工代宿激盪腦力

何培鈞的計畫書中，一再出現「協同」的名詞，是為了讓更多人共襄盛舉。他提供辦公室二樓做為「以工代宿」場地，吸引對活化小鎮、搶救文化理念相同的人來竹山免費住宿，大家貢獻所長，為小鎮出點子、做商品與行程設計、為古厝與小鎮拍攝微電影。

何培鈞說：「文創產業需要更多不同的腦力激盪，不同背景元素的化學變化。」「像得過 IFFI 設計大獎的設計師，商業周刊退下來的行銷主管、記者，台北公關公司的高級主管，他們都不支薪，遠道來小鎮與我們開會，幫我們出主意、想辦法，甚至留下來義務一起工作，幫忙做了許多我們自己無法獨立完成的事。」



► 利用竹山盛產的竹材，加上巧妙設計，增加產品附加價值。



► 「啟明米麩店」受到何培鈞的鼓勵，積極研發米香的新口味產品。



► 原本做農具的「來發打鐵店」，升級製作情侶對戒。

所以在竹山鎮上，你可能遇到三五成群、透過網路平台來「換工」的年輕人，每天在街上走路，東逛西逛，研究小鎮商家如何工作、如何生活，並且耐心和他們溝通，免費幫他們的產品做創新設計、注入美學，最重要的，還每個月向他們採買。

何培鈞特別重視客製化旅遊設計這一區塊，在小鎮上尋找商家，協助老店升級。例如：找做農具的「來發打鐵店」，製作情侶對戒；找做米香的「啟明米麩店」，研發新口味產品；找「正益棉被店」將花布做成包裝材料。接下來再以整合行銷的方式，將這些商品重新組合，成為竹山的新伴手禮，讓遊客不會空手而返，也促進小鎮經濟活絡。



改變鄉鎮命運 企業揪團一日遊

在「天空的院子」號召下，竹山鎮曾創下一天湧進 2 千名遊客

的紀錄，何培鈞承接悍創公司及曼都美髮等企業之一日遊活動，更讓星巴克咖啡也來下單，訂製「企業伴手禮」提供當地的農產品做為企業員工的伴手禮。剛開始小鎮文創下單太大，商家反而害怕起來，但小鎮文創大方先付錢給商家買材料，告訴他們願意承擔所有風險，大家才高高興興出貨。在小鎮文創扮演生產與市場媒合的角色下，協力設計、在地生產與協力銷售。

小鎮文創以 SBIR 計畫建置了網路平台之後，遊客增多，商家生意活絡，在地解說員有工作，甚至提出行程規劃招商；設計師也有新舞台，企業可要求客製化產品，甚至鄉公所也透過平台來招募志工，造成「多贏」的局面。何培鈞指出：「平均一年可為竹山小鎮帶來 6 萬多名旅客。」發展至今，竹山客運一天已有三班直達車；而要轉好幾趟車的竹山鎮，即將也有從高鐵開來的直達公車。



竹山「文創矽谷」 挽救人口流失

台灣的城鄉距離不斷拉開，何培鈞注意到：「去年竹山遊客大量增加，小鎮人口卻從 8 萬銳減到 5 萬。」他想，「現在網路與電腦科



▶ 何培鈞設置簡單雅致的「竹巢學堂」，提供年輕人學習知識的場地。



▲ 何培鈞繼續朝著「文創矽谷在竹山」的理想邁進。



▲ 將許多古樸的產品賦予新意，喚起人們的購買慾。

技這麼發達，為什麼不把閒置的資源與人才，放在台灣的鄉鎮，好好利用呢？台灣的鄉鎮可以更美好，台灣的都市也可以不必這麼擁擠。」何培鈞的腦袋浮現「文創矽谷在竹山」的概念。

為了提供年輕人更多發揮熱力與創意的舞台，除了透過網路撮合之外，小鎮文創將一位醫生出借的日式空屋，整理成簡單雅致的「竹巢學堂」。何培鈞要做為提供年輕人學習知識的場地，他仿效TED網站的方式，舉辦講堂與活動，所有資訊放在網站公開分享，稱為「ShareBank」。

除了小鎮文創的傳奇故事，未來埔里 18°C 咖啡、南投微熱山丘鳳梨酥、魚池淡定紅茶等青創成功案例，都將成為竹巢學堂的教材。

經營小鎮文創公司，何培鈞的策略是開放大家來「抄襲」，希望在台灣鄉鎮長大的年輕人能夠像他一樣，返鄉貢獻所學，挖掘在地特色，使之成為觀光景點，改善地方經濟。

產官學合作 活絡地方經濟

完成SBIR計畫後，何培鈞又接了一個政府計畫，協助全台 5 個聚落發展，包括「南澳的自然田」、「桃園比亞外——無毒水果」、「竹鹿工藝」、「美濃紙傘工藝與農業」及「埔里手工紙聚落」。

何培鈞說，「小鎮文創完成 SBIR 計畫後，除了可發展竹山觀光與產業，未來這套創新服務與營運模式，亦可延伸到其他鄉鎮，協助地方活絡經濟。」「產官學合作的優良案例，將帶給年輕人很大的鼓勵。」



▲ 從「小鎮文創」看見台灣鄉鎮的未來，永遠充滿著希望。

從9百坪的古厝、只設計6個房間的民宿——「院子的天空」開始，帶動鄉鎮拚經濟、興辦知識學堂，何培鈞將竹山的小鎮風光，以及許多動人的故事，化做他的「竹山文創矽谷」藍圖。就像何培鈞說的，「台灣的鄉鎮不該只是孤單與落寞，而是蘊藏更多的可能與機會。」