

# 文藻外語大學公共關係室剪報表格

資料來源：Yahoo 奇摩新聞

• 刊登版面：第\_\_版

日期：108年09月06日



「關於屏東的 6 件事」旅遊手冊「山、海、咖啡、甜點、米食、閱讀」

## 「關於屏東的 6 件事」看見 山、海、咖啡、甜點、米食、閱讀 新美學

【新聞來源：民報】如果你問屏東人有沒有推薦的好地方？「關於屏東的 6 件事」旅遊手冊「山、海、咖啡、甜點、米食、閱讀」這就是屏東人不藏私的口袋名單啦！最新出版的「關於屏東的 6 件事」旅遊手冊就是屏東的美學呈現，屏東縣長潘孟安說，這套 6 冊的屏東旅遊手冊再一次顛覆大家對屏東的想像。「屏東，再次被看見了！」

屏東有一座國家公園、二個國家風景區、三個森林遊樂區，有原住民、客家、新住民等族群，自然生態及人文元素豐富又多元，還有許多創新領先全國的措施，例如屏東率先推動兒童表意權，聽取孩子的意見打造共融公園，把整座城市變成孩童的遊樂園。

潘孟安縣長表示，但外界對屏東的印象大多仍停留在熱情的農業縣或是墾丁，「屏東的美好要如何讓人知道，所以我們努力打造屏東品牌，讓「屏東」不只是一個地理名詞，而是一種美好生活的品牌」。

「我們成功把問號變成驚歎號！」今年初台灣燈會在屏東舉辦就讓國人驚艷，潘孟安縣長說，燈會後大家開始注意到這個台灣尾的縣市，其實屏東一直在蘊積能量，我們不拘泥傳統，不斷地自我挑戰跨出舒適圈，如果我們仍然是公部門的舊思維，絕對不會有令人驚喜的成果。

### 不為了做而做的公務思維

籌劃旅遊手冊的屏東縣政府傳播暨國際事務處指出，每年出版新的旅遊摺頁，好像是各縣市政府的業務常態；製作、印製了摺頁，然後在各旅遊景點、國內外旅展發送。但是有沒有想過「民眾真的在乎、喜歡、甚至是想蒐藏這些紙本文宣嗎？」、「政府單位花了這麼多錢與時間，然後只是做一份擺在那裡的文宣而已？」；再者，當今旅遊的趨勢已經改變，民眾不再是被動、固定的資訊接收者，他們是會主動發現好地方的深度旅人。

也因此，這份關於屏東的文宣品一開始就設定「不能為了做而做」，它應該是一份讓人想蒐藏、看了會療癒、讀了會想來屏東的讀本，承載屏東的各種美好，直達他方讀者。

既然要做這份不一樣的文宣品，傳播處蒐集了這幾年屏東興起的產業、人文或自然景點、餐廳店家，然後歸類成咖啡、甜點、米食、閱讀、山與海等 6 大類別，附上各點位的資訊和照片，以手繪風插畫及圖文穿插的方式進行編排。而且，不只是圖說資訊的手冊，還附錄了登山倫理、衝浪資訊，更甚者，還有創意客家板條教學的圖解。

期間傳播處的承辦同仁一再校對、調整排版與圖樣，眼睛都校對到疲澀不堪，但務求清楚正確傳達屏東的意象，「我們希望從視覺的美感就觸發大家對屏東的興趣，看到，就想來屏東」傳播處長黃建嘉說，最終的成果是讓人感動的。

### 不一樣的文宣，也大膽起用年輕團隊

此次屏東縣政府委託執行設計的聚流設計有限公司，負責的團隊也是出乎意料的年輕，插畫及設計的曹語縈去年 7 月才從南台科技大學視覺傳達設計系畢業，工作僅經歷一年，清新的畫風卻攬獲大家的目光。

「小冊內一個小小插圖，可能是畫了 10 個以上的圖片經過修改後才確認」，聚流公司說，小女生自我要求高，不斷反覆繪製力求完美。而攝影師陳建弘是文藻外語大學傳播藝術系畢業三年而已，但他從大學開始接觸攝影，心思細膩拍攝的角度很有自己的視界，搭配曹語縈的手繪，讓這本旅遊手冊有了溫度起來。

### 「出口轉內銷的」行銷邏輯

而做了這些刊物，要如何推出去是重要關鍵，黃建嘉認為，如果只對屏東自家人宣傳太可惜，所以縣府主動出擊，寄給全台各地的文青店家、餐廳，以「出口轉內銷」，讓往來這些店家的客群閱讀，或許就能讓更多人知道不一樣的屏東。也因旅遊手冊太美，引起民眾的迴響與喜愛。