



案例分享

農業創新與地方轉型 泰國之清邁設計

作者：王翠菱 研究助理、
孫正華 副研究員、
劉興榮 副研究員兼科長
農業推廣科
農村經營研究室
電話：(03)852-1108 轉 1905

前 言

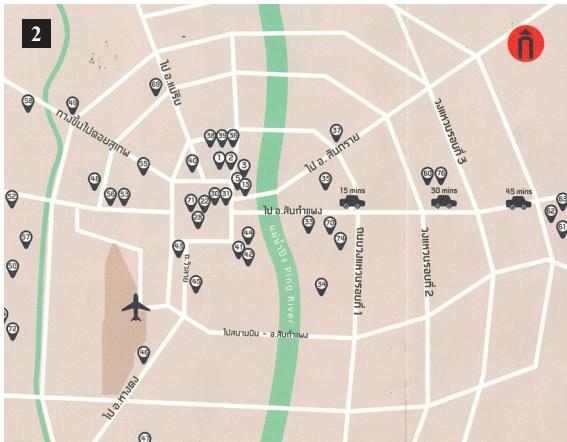
本文以 2018 年、2022 年及 2023 年清邁設計周活動期間，實地觀察其農業結合觀光，展現飲食文化的多元樣貌之經驗供推廣參考。清邁是泰國北部政治經濟中心，人口約 120 萬人，經濟主要依賴旅遊業、手工藝品和農業，於 2017 年註冊為聯合國手工藝和民間藝術領域之創意城市，在 COVID-19 疫情爆發前，2019 年清邁接待超過 1,000 萬名旅客。在此背景下，為了促進當地農業，許多訴求「產地到餐桌」的餐廳或泰式料理遊程相應而生，帶領遊客從傳統市場、家庭農園，到學習泰式料理烹飪，這個過程促進遊客對泰國飲食文化的認識。此外，本文也分享清邁創意設計中心（Thailand Creative and Design Center-Chiang Mai, TCDC-Chiang Mai）結合農

業與飲食、生活和文化設計之食材發表，展現農業推廣的活潑樣貌。

清邁 TCDC—結合創意、藝術擴大效益

泰國創意設計中心（Thailand Creative and Design Center, TCDC）源自於泰國 4.0 國家經濟策略，藉由創意人才、創意商業、創意場域三個面向推動社會經濟發展。清邁 TCDC 於 2013 年 4 月開幕，有材料資料庫、設計書籍、雜誌、共享空間等，供設計師了解材料應用趨勢，並透過舉辦展覽、研討會、工作坊等活動，做為當地企業家、設計師、學生以及公眾提供創業、學習與交流平台。

清邁設計周（Chiang Mai Design



Week) 是一年一度的設計與創意盛會，2022 年以“Local ‘Rise’ ation: creativity and community growth”(地方崛起：創造力與社區發展)為題，2023 年以“Transforming Local”(地方轉型)為題，主題與近年日本、台灣推動的地方創生不謀而合，強調地方力量與經濟的覺醒。清邁設計周包括展覽、工作坊、音樂會、研討會、市集等活動，分佈於清邁古城及周邊的餐廳、展館、閒置空間和工坊等 70 餘個地點，展現農業、飲食、音樂、展覽、藝術創作的多元樣貌，吸引 18 萬名旅客、為泰北地區創造 2.94 億泰銖產值。其農業跨領域合作、擴大效益，值得借鏡。

「產地到餐桌」、「農場到城市」多面向的理念推廣

縮短「從產地到餐桌」的經營方式，實踐在餐廳、民宿及廚藝教室等觀光遊程中。以 The Goodcery 為例，The Goodcery 原是閒置超過 5 年的建築，5 年前重新整理，成為銷售周邊村落農產品，支持地方經濟與農業的雜貨店與餐廳。餐廳料理藉由不同食材的搭

配，呈現泰北飲食隨時間、文化轉變與融合的過程，例如：炸豆腐有清邁山豆腐、泰式大豆腐、日本豆腐搭配泰式沾醬；泰北麵條有來自中國雲南的秘方，及北方清萊的酸辣香料等。此外，餐廳後院廣場辦理周末農民市集及飲食相關活動，2-4 樓則有農藝展覽、講座、工作坊、電影、音樂等藝文與農業活動。

另一案例 Ginger Farm Kitchen 是一家米其林餐廳，餐廳提倡“farm to city”(農場到城市)理念，採用當地農場新鮮、有機和放養的食材，餐廳支持農場永續耕種，除了自家農場的食材，餐廳廚師會和其他供應食材的農場定期會面，討論種植、收成時間表與菜單，以確保供貨穩定，並測試新的季節性食材。此

- 1** 清邁設計中心，有共享空間、圖書、材料、展覽空間，並展示農業六級化的創意經濟
- 2** 2023 年清邁設計周結合農業、餐飲、音樂、工藝、展覽、市集，創造 2.94 億泰銖產值
- 3** 閒置空間改造的 The Goodcery 餐廳，展售小農產品並呈現飲食文化內涵



外，餐廳在清邁擁有自己的農場，辦理兒童、成人工作坊體驗泰國農場生活，如：種稻、收割、烹飪、藝術課程、泥漿滑梯、企業團建、生日、婚禮派對等，藉由活動辦理，分享、推廣、實踐農場到城市的理念。

以文化為基礎的農業創意經濟

泰國飲食注重環保、健康、在地生活方式保存的永續價值觀，經過數百年的融合仍展現其獨特口味，例如："Tomyum Kung"(冬蔭功)，使用香茅草、薑、檸檬葉、辣椒和魚露等香料，這些材料在傳統市場容易取得且價格親民。曾被美國 CNN 評選為全球 20 大湯品，Tomyum Kung 是一道美味的湯，是家庭聚餐、街頭小吃、高級餐廳的必備菜餚，亦是文化象徵。

具有文化底蘊的泰式料理課程是受遊客喜愛的行程，數十家農場或飯店的料理課程供各國旅客選擇，行程多 4-5 小時，學員約 8-15 名。以九人座車接駁學員後，由廚師帶著學員到傳統市場，在廚師的引導下認識傳統市場、常用料理食材、食材選購技巧，例如：在傳統市場教導學員選購香料或 Tomyum Kung 基本配

方。再前往烹飪學校的家庭農園或有機農園採集食材，再至料理廚房，認識烹飪用具、學習烹飪技巧，最後與來自各地的旅客享用自己烹調成果。半天或一天的行程，旅客學習 3-6 道經典菜餚，包括：開胃菜、咖哩、炒菜、湯品、甜點等，是將農業、飲食文化結合觀光推廣的成功作法。本場近年推動筷閃野美味，亦可效仿結合家庭農園、廚藝課程、飲食文化、食農教育的模式。

酸甜餐桌 **ສີ້ມະແ**(Si-ma 或 Si-ma chae) 食材發表會

ສີ້ມະແ(Si-ma) 是泰北地區原住民 Akha 族會使用的種子，生長在泰北海拔 900-1200 公尺的區域，品嘗起來是獨特的酸味。在 Akha 族語言中，Si-ma chae 是「酸」的意思，族人在 12-2 月期間採收果實，應用於料理調味，如：香蕉葉蒸魚、烤魚、肉、醃菜或豆類等；不論 Si-ma 的採集有多麼困難，對 Akha 族人而言，Si-ma 的取得是必要的，為了利用 Si-ma，族人必須妥善伐木、紀錄、照顧好森林，否則也有可能失去 Si-ma。Si-ma 不僅是食物的味道，是連結森林自然環境中的生物多



樣性，也關乎上游河流保護與下游農業。食物發表會將「酸」味食材由山區帶到城市，搭配於啤酒、野蜂蜜、甜點、拉麵，提供「酸」味的另一種選擇，不僅述說食材與文化、環境的關聯性，也是地方觀光、飲食文化與生活美學的展現，公開報名且收費的食材發表會，吸引各國旅客參與，也值得學習。

結 語

透過 2018 年及 2022-2023 年清邁設計週的觀察，看到如何將傳統飲食、觀光和農業結合，創造出獨特的文化體驗和經濟價值，其「產地到餐桌」、將閒置建築轉化為支持地方農業經濟的多功能場地、「農場到城市」、以料理課程推廣飲食文化與家庭農園，及將 Akha 族食材從山區帶到市區創新應用，這些創意與傳統結合，促進地方經濟發展，值得農業推廣借鑒。



4 The Goodcery 辦理農民市集、展覽、講座等活動

5 帶領遊客到傳統市場認識泰式料理材料，廚藝老師介紹家戶必備 "Tom yum Kung"(冬蔭功) 香料

6 料理課程帶領遊客認識有機耕種的家庭農園，種植泰式料理常用食材

7 藉由料理讓來自世界各地的遊客認識泰國飲食文化

8 Zabb E Lee Thai Cooking School 融合現代設計與傳統竹材建築技術的廚藝教室

9 泰北原住民食材 **ສີມະໄ (Si-ma)**

10 小而美的食材發表會現場，吸引各國旅客報名參與