



創意讓地方被重新看見—— 勇奪《2025 ESG 高峰會黑客松》冠軍

在高密度、快節奏的四十八小時黑客松競賽中，來自國立臺北教育大學文化創意產業經營學系的學生團隊〈吾沕〉，以「新莊廟街」為場域，結合地方文化、永續思維與文創專業，從眾多跨域團隊中脫穎而出，榮獲《2025 ESG 高峰會黑客松競賽》地方創生實踐組冠軍與社會共融獎。這份成果，不僅是一項提案的勝出，更是一段從田野出發、以文化為本的創作實踐。

校園記者
陳姿君

從畢業製作出發，走向真實場域

談起參賽初衷，文創系學生巫牧耘坦言，這次報名其實源自一份「不甘心」。在畢業製作過程中，團隊成員歷經變動，最終只剩兩人繼續前行。「我很想證明，就算只剩下兩個人，我們還是有能力把專題完成。」這份想證明自己的心情，促使她們將畢製構想帶進校外競賽，報名了以「永續創新 × 地方創生」為核心的 ESG 黑客松。

原本只是抱著試試看的心態，卻在收到入選通知後，迎來真正的挑戰。競賽不僅要求限時完成概念發想、商業邏輯與簡報呈現，更重視提案是否具備實踐潛力與地方連結。對〈吾沕〉而言，這正是一個能驗證四年文創訓練是否真正「落地」的舞台。

文創，不只是創意，而是一套轉譯能力

「這次競賽，也是一場文創提案的總體測試。」巫牧耘指出，團隊並非只提出一個點



子，而是嘗試從文化理解、產品設定、包裝敘事到整體概念，建構一個可被想像、也可能被實踐的完整方案。這正是文創系長期訓練的核心能力——將文化轉譯為可被感知與參與的形式。

競賽前一個月，主辦單位即公布三個可能場域，讓參賽者進行前期調查，最終題目則在比賽首日抽籤決定。當〈吾沕〉抽中「新莊廟街 × 文創提案」時，先前累積的田野踏查與文化觀察，立刻成為關鍵優勢。

走進廟街，用感官理解地方

為了真正理解新莊廟街，巫牧耘選擇以「行走」作為貼近地方的方法。只要有空檔，她便走入街區漫步、觀察、記錄，讓地方的氣味、聲音與節奏成為靈感的來源。她相信，唯有親臨現場，才能讀懂地方生活的細微紋理。

多次踏查中，她注意到廟街周邊除了傳統糕餅舖，還聚集了一條中藥街，以及逐漸轉型的美藥行咖啡廳。某次品嚐以中藥材製作的花椒提拉米蘇與花椒拿鐵，顛覆了她對藥材風味的既定想像，也成為提案發想的轉捩點——原來，中藥辛香料能以如此溫和而親近的方式融入日常飲食。

在多次討論與取舍後，團隊將產品核心設定為結合中藥辛香料的「花椒鳳梨酥」，並以「中藥材融入糕點」作為整體品牌敘事的精神主軸。此一設定不僅呼應新莊在地中藥行「元益」與「寶來」以藥草茶與研磨咖啡為特色的



經營脈絡，也透過「花椒 × 鳳梨酥 × 紙糊包裝」的組合，期待引導遊客回到新莊廟街，進一步體驗中藥行的飲品與糕餅舖的其他傳統甜點。

鳳梨酥作為臺灣高度辨識的伴手禮，承載著節慶與分享的意涵；中藥元素的加入，則回應新莊廟街長久以來與信仰、藥材共存的生活脈絡。而更具文創辨識度的，則是包裝設計的



思考。〈吾泐〉並未採用常見紙盒，而是借鑑新莊在地的紙紮（糊紙）工藝作為靈感，將鳳梨酥包裝轉化為可摺疊、可展示的紙構形式。紙紮原本用於祭祀與儀式，承載人們對祝福、祈願與情感寄託的想像；團隊將這項技藝轉譯為食品包裝，讓消費者在拆開鳳梨酥的同時，也同步展開一段屬於地方的文化敘事。

於是，採用這樣的設計，不僅是視覺創新，更是一種「讓工藝進入日常」的嘗試，使地方文化不再停留於展示櫥窗，而是被實際使用、被重新理解。

把選擇權，交回地方

在提案過程中，團隊始終保持一份自覺：身為外來者，如何避免用自身視角過度詮釋地方？因此，她們在與店家訪談時，清楚說明提案僅為交流構想，是否採納完全尊重在地意願。這份「把決定權交回地方」的態度，反而建立起信任，也成為獲得社會共融獎的重要原因。

而長達數十小時的高壓賽程，考驗的不只

是創意，更是團隊默契。〈吾泐〉在前期畢製磨合中已建立清楚分工：一人負責企劃與研究，一人擅長與人互動、連結場域。過去的衝突經驗，反而讓她們在競賽中更穩定地前行。

提報當天，團隊抱持著「像和老師討論議題一樣」的心態，平靜地說明想法。出乎意料的是，評審不僅肯定提案內容，也注意到團隊在服裝與呈現細節上的用心。那一刻，巫牧耘形容，像是自己的想法被溫柔地接住。

讓想像，繼續留在地方

談及未來，她希望〈吾泐〉留下的，不一定是一個實體品牌，而是一種被延續的想像——讓來到新莊廟街的人，能在一杯飲品、一塊糕餅中，感受到中藥文化與信仰日常的交織。

黑客松落幕，專題仍在前行。對巫牧耘而言，這不只是一場競賽的勝利，而是一次重新確認：文創的價值，正是在地方、產業與人之間，做出負責任而溫柔的選擇。

