

113 臺灣 OTOP 產品設計獎



II 活動目的

為協助具有歷史性、文化性、獨特性之城鄉特色產業發展，形塑更多具有臺灣原真品味、融合在地文化價值的優質產品，並鼓勵業者提升永續經營的能量，持續深化 OTOP (One Town One Product, 一鄉鎮一特產) 識別形象及知名度，提升城鄉產業軟實力，特辦理臺灣 OTOP 產品設計獎甄選活動，期望運用地方特色結合創意巧思，開啟城鄉特色產業與設計產業人才交流的管道，同時將設計產業資源導入城鄉特色產業，賦予城鄉特色產品新的生命力，拓展臺灣城鄉特色產品的創新價值，打造明日城鄉，群聚共好。

II 活動對象

以具城鄉特色且符合中小企業認定標準之業者或完成合法立案登記之團體為活動對象；城鄉特色產業業者可獨立參賽，亦可與合作單位（如設計公司、設計產業業者及大專院校相關科系師生等）共同提案參賽。

參賽者須為臺灣自有品牌並具備經營市場且能掌控產量之能力。

II 徵件主題—創意城鄉

本屆臺灣 OTOP 產品設計獎以「創意城鄉」為主題，希望融入「產品故事」及「城鄉設計」兩個概念，將臺灣各城鄉所擁有的人文、環境、物產予以結合，使日常化為美學，期以創新設計展現獨一無二的城鄉風格，為城鄉特色產品寫下獨特故事，共同打造具魅力特色之明日城鄉，達到「一起共好」之推動目標，

「產品故事」為創造獨特的城鄉故事，希冀產品設計能夠融入更多城鄉人文、環境、物產之元素，賦予產品更深切的意義，打造產品豐富生命力，並藉由設計能量增添附加價值，以拓展城鄉特色產品的創新能量。

「城鄉設計」即為推動產品結合城鄉設計，為臺灣城鄉所面臨之問題思考解決辦法，創造明日城鄉的共好未來。期透過設計師與業者共同思考產品意義，藉產品的推出協助解決城鄉或社會議題，如運用循環概念改善生產鏈、結合體驗於產品上增添互動性、或將傳統文化保留於包裝上等，創造產品的意義性，提升臺灣城鄉特色產品之質量與意涵。

II 徵件內容

參賽作品須以「臺灣城鄉特色」為核心元素，其特色可展現於產品（本體）或包裝（載體）；參賽作品須包含產品內容物及外包裝或包材，構成一完整可直接銷售之產品品項。

為達拓展城鄉特色產品市場並增加市場能見度之目的，參賽作品須具備通路出口之能量。

備註：城鄉特色產品之範疇為臺灣各鄉、鎮、市、區或社區（部落、聚落）等具歷史性、文化性、獨特性之產品。 □ [OTOP 城鄉特色網](#)