

〈創愛的業〉

O' rip 讓你重新認識花蓮

【朱永光】

花蓮，這個南北縱長 130 多公里、台灣占地面積最大的縣市，多數人對她的認識僅限於交通不便、資源缺乏的「後山」，更是人口外流嚴重的窮鄉僻壤。現在花蓮有一群「O' rip」夥伴們，他們住進花蓮、愛上花蓮，要讓大家都用深入的角度認識她、愛上她。

「O' rip」的主要夥伴八成都是花蓮的「新移民」，不同的因緣際會而陸續移居到花蓮。創辦人之一王玉萍是台北人，曾在誠品擔任企劃主任，結婚成為花蓮媳婦後，初期在丈夫開設的咖啡館舉辦藝文演講及展覽活動，引進誠品經驗讓咖啡館有了「花蓮小誠品」的封號。

蘇素敏則是因為丈夫工作調派來到花蓮，從小在瑞典長大的她，充滿社會公民意識與人文關懷，踏上這片土地後，第一件想做的事就是好好認識花蓮，後來才發現怎麼台灣民眾、甚至花蓮居民都不太認識自己的家園！

「一開始為花蓮帶來台北的藝文活動，但環看生活四周，才驚覺花蓮在地就有許多美好的事物。」2006 年在王玉萍的號召下，結合這群喜愛花蓮又愛玩的夥伴，利用工作閒暇之餘共同創辦「O' rip」雙月刊，「希望透過此刊物能開啟我們自己認識花蓮的機會，同時也能成為一個讓花蓮可以被看見的平台。」

「O' rip」在阿美族語是生活，也是文化、生命史的意思，夥伴們一起以文字照片的方式記錄在地的風土人情及生活文化，同時也將花蓮有趣的的人、事、物介紹給大家。每期印製 5,000 本透過全省定點免費流傳，細膩動人的故事加上精美的排版印刷，常常讓讀者愛不釋手，因為擔心索取不到還主動要求繳費訂閱，一年六期 300 元平價收費，連總統夫人周美青都是「O' rip」的長期訂戶！

蘇素敏說，「我們一路走訪，發現許多意想不到的豐富與感動，所以想要用更多元的方式傳遞出去。」2008 年合資成立了「O' rip 生活旅人工作室」，以「故事、漫走、有禮」為發展主軸，除了期刊發行，另開發出密境旅遊行程，帶旅人走進花蓮，深度體驗社區及花蓮多樣風情。透過和居民的分享交流，貼近自然，關心不同族群，也進一步成立門市，成為花蓮藝術家作品的展售通路，旅人可以在這裡挑選精美的在地禮物，是花蓮少有的在地藝術家集合平台。

「雜誌是傳遞理念的工具，但對當地社區及部落的產業發展幫助並不大」，「O' rip」開始朝向藝文社會企業之路，大家過去在工作上所累積的經驗也一

一成為提升在地經濟發展的養分。以漫走行程來說，「O'rip」四處開發非一般觀光景點的新路線，結合當地的有機小農、文史工作和社區活動，培養在地接待人員，由他們介紹自己的家園及文化，「口條、內容都需要設計、練習及測試，或許仍不及專業的導覽解說員，但負責每一站的在地朋友都是以最大的熱誠分享自己的生活！」

以手工藝品銷售來說，「O'rip」必須與藝術家溝通、評估如何兼顧創作精神與市場接受度，再協助設計包裝、尋找行銷通路，乃至布置展區都得使上力，「藝術家的專業是創作，對包裝和行銷較不熟悉，但我們會盡力陪伴完成所有環節。」蘇素敏相信，這些做法才能真正產生力量，讓更多人走進花蓮、認識花蓮，同時也為花蓮人創造收益。

愛這片土地的方式有很多種，一群來自四面八方的花蓮新移民，注入自己在藝文、行銷、商業等各方面的專業，透過期刊文字、漫走行程及手工藝品，與在地經濟結合、協力彼此成長發展，帶動真正具有「花蓮特色」的觀光及藝文產業。

（作者是社企流顧問、美商中經合集團總經理，本專欄隔周二刊登）

【2014-05-06/經濟日報/B7版/經營管理】