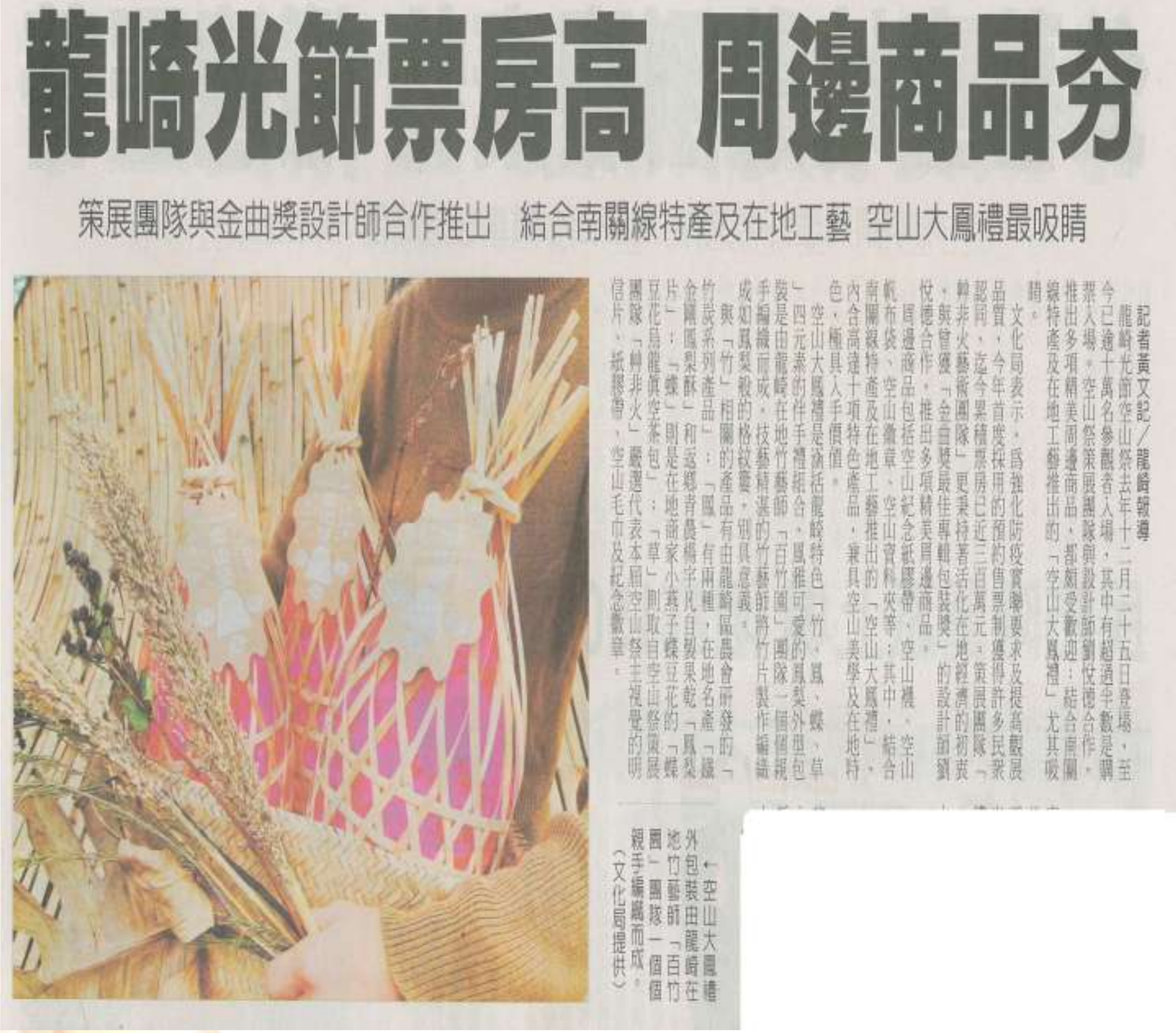
龍崎新聞-中華日報 110 年 02 月 04 日

龍崎新聞一龍崎光節票房高 空山大鳳禮最吸睛



龍崎光節票房高 周邊商品夯

策展團隊與金曲獎設計師合作推出 結合南關線特產及在地工藝 空山大鳳禮最吸睛

記者黃文記／龍崎報導

龍崎光節空山祭去年十二月二十五日登場，至今已逾十萬名參觀者入場，其中有超過半數是購票入場。空山祭策展團隊與設計師劉悅德合作，推出多項精美周邊商品，都頗受歡迎；結合南關線特產及在地工藝推出的「空山大鳳禮」尤其吸睛。

文化局表示，為強化防疫實聯要求及提高觀展品質，今年首度採用的預約售票制獲得許多民眾認同，迄今累積票房已近三百萬元。策展團隊「棘非火藝術團隊」更秉持著活化在地經濟的初衷，與曾獲「金曲獎最佳專輯包裝獎」的設計師劉悅德合作，推出多項精美周邊商品。

周邊商品包括空山紀念紙膠帶、空山襪、空山帆布袋、空山徽章、空山資料夾等；其中，結合南關線特產及在地工藝推出的「空山大鳳禮」，內含高達十項特色產品，兼具空山美學及在地特色，極具入手價值。

空山大鳳禮是涵括龍崎特色「竹、鳳、蝶、草」四元素的伴手禮組合，鳳推可愛的鳳梨外型包裝是由龍崎在地竹藝師「百竹園」團隊一個個親手編織而成，技藝精湛的竹藝師將竹片製作編織成如鳳梨般的格紋樣，別具意義。

與「竹」相關的產品有由龍崎區農會研發的「竹炭系列產品」；「鳳」有兩種，在地名產「鐵金鋼鳳梨酥」和返鄉青農楊宇凡自製果乾「鳳梨片」；「蝶」則是在地商家小燕子蝶豆花的「蝶豆花烏龍真空茶包」；「草」則取自空山祭策展團隊「棘非火」嚴選代表本屆空山祭主視覺的明信片、紙膠帶、空山毛巾及紀念徽章。

←空山大鳳禮外包裝由龍崎在地竹藝師「百竹園」團隊一個個親手編織而成。（文化局提供）