

投商青年



投商
青年

Nantou Commercial
High School

南投高級商業職業學校

南投高級商業職業學校
Nantou Commercial High School



壹／校長的話	01
貳／邁向教涯之路	03
參／縣優秀青年	05
肆／投商青旅	09
伍／閱讀寫作心得	22
陸／學生小品文	35
柒／專題製作	44
捌／一一〇學年度班級楷模	153
玖／學生攝影展作品	156

你為什麼不能當躺平族？

校長 何景標

很多職場新鮮人進入職場後，被形容為「草莓族」，代表著他們抗壓性、積極性的不足，因此無法在工作上有很好的成就，獲得上司賞識，甚至於時常更換工作，無法找到自己自認為滿意的工作，最後就淪為打工族或乾脆不去工作在家做啃老族。現在流行一個新的網路用語「躺平族」，它是專指這一時期的年輕人因經濟下滑等因素，對現實生活產生失望，而選擇利用無欲無求的處世態度來面對人生；這種現象也在台灣蔓延中，台灣的人口現在已開始呈現負成長、高齡化等現象，高房價及高失業率來臨，使得許多年輕族群找不到自己理想中工作，賺不到足夠的錢來消費生活，也看不到希望。然而近年流行的「躺平文化」，即代表著不買房、不買車、不結婚、不生小孩及不消費這五大原則，而面對台灣未來的前景，也讓我們不禁困惑地詢問「這個所謂低慾望青年的想法在台灣社會也正在快速蔓延中，那不久的將來，台灣將會變成甚麼樣的社會？」。

在台灣現今狀況，上大學早已不再是早期農業社會窮人子弟晉身翻轉的捷徑，也不是謀生求職的護身符，更不再是鯉躍龍門的萬靈丹。台灣這一代年輕人因為在父母過度保護下，不論是國際觀、求學積極度或對自己目標理想追求度，已經明顯輸在起跑點上，如何改善台灣的現況？著手補救措施，刻不容緩。首先心須扭轉「萬般皆下品，唯有讀書高」的錯誤認知，文憑又



能代表甚麼？有了文憑又能怎樣？唯有自己能建立新世代族群正確的價值觀，重新找回務實致用的教育，讓自己畢業後能找得到工作，確立人生目標、自我定位和社會價值，這才是王道。

同學們你其實根本不用管別人，那些有錢人還有人比他們更有錢，同樣還有人比你更窮，如果沒有必要，何必自我設定階級，比較是比不完的，反正做自己能力所及的事就好了，不要讓自己耍廢，也不要讓自己有壓力，開開心心過日子就好了，懂得調適的心態或許也是一種成長。

人生充滿無限的可能性，社會變因太過於多，世事難料，沒有人能預測自己的未來，有沒有人能預測未來的世界將會變甚麼？既使有美好的幸運事從天而降，也有可能遭遇到始所料未及的打擊與考驗；烏俄的戰爭、新冠肺炎的爆發給我們最大的警惕是甚麼？唯有自己能拯救自己，別人是無法替你受苦的、做決定的，那麼你還能當草莓族？啃老族或躺平族？





我在投商的「幸芙」時光

回首初進投商，能一窺校園全貌的大門一覽無遺，那一片像是鋪著青色褥子的集合場，步入合作社，新書味與肉燥飯香氣撲鼻而來，正是記憶中的青春。整齊劃一的課桌椅上坐著怯怯生的我們，與窗台邊以炙熱眼光注視新生的學長姐們產生了強烈對比。講桌台前短髮親切的教師不疾不徐的將層層堆疊的新生資料發送到我們手中，在我們手忙腳亂之時迎來了我們第一聲上課鐘聲，彷彿正式宣告我們成為投商人迎接「幸芙」人生。

投商人常常以「頭傷」自嘲，說是傷了腦才進投商，但我卻不以為意，雖然當時確實也是在眾多學校中傷透了腦筋，但最後很幸運地選擇了投商的



應用外語科就讀。學長姐在各項校內外比賽創下了許多輝煌紀錄讓我們備感壓力，也正因如此激起了我們的鬥志。除了學業表現外，我們有一展長才抑或是抒發熱血的空間，進而培養我們把事情做好做滿的匠人精神。

學習階段中要感謝的人實在太多了，在英文科中尤其能感受到老師們的用心。除了安排多元的課程外，老師們更全心投入教學，在課餘時間撥空輔導學生替我們解惑；對於校外競賽的培訓更是不遺餘力。有時時督促我們專注的佳蕙老師，每堂課用心設計課堂的活動，期間更是歡笑不斷；常常讓我們越級打怪的芳蓮老師，在商用英文課上深信我們的能力，並時時關心學生學習進度，輔導我們心無旁騖挑戰自我；充滿耐心跟細心又不失風趣的潔屏老師，帶領我們品味英文閱讀中的美好；鉅細靡遺講解文本讓我們更有世界觀的慧玲老師；發掘學生潛能，並在我統測失利時耐心鼓勵我的郁娟老師；時刻為學生著想替學生帶來「幸福」，卻常常忙到無法好好休息的幸芙老師。還有許許多多教授我的老師們，謝謝您們。

在這樣教學環境的薰陶下，內心深處的教師夢也默默萌了芽，期許自己有朝一日能夠站在講台授課。因此在大學時期便開始嘗試我的教職人生，從國小文理補習班到成人英文班，乃至現在的公立高中，不斷探索各式教學法並精熟自己的教學風格，發現教師之路走起來千溝萬壑，不過幸運的是一路上我都不孤單，貴人們的幫助、與日俱增的教師信念都促使自己往目的地昂首前行。雖然辛苦卻也甘之如飴。生在最壞的時代也是最好的時代，戰勝艱難險阻，方才能享受甘甜、享受「幸福」人生。



商二2 林怡伶

111年南投縣優秀青年

很榮幸獲選111年南投縣優秀青年。

在學校擔任服務性社團——同青社的社長一職。南投高商同青社隸屬於南投區九二一會，在學校社團指導老師輔導下，我及社員們參與了多項活動，包含了街頭募集發票、協助「創世基金會」募款相關文件整理及農曆春節送暖分送愛到仁愛之家...等活動。在每次的社團時間，全體社員在社團老師指導之下，快速地將創世基金會所印製的勸募文件，進行整理及黏貼郵寄地址，過程中，我才發現，原來曾經捐贈過物資或善款的善心人士有這麼多！每



年基金會透過勸募郵件寄送，來提醒社會大眾發揮義舉，幫助需要幫助的人，全體社員也希望我們快速將文件整理完畢後交寄出去，讓社會大眾可以踴躍發揮愛心，讓更多等待幫助的人可以獲得協助，心中一股一股的暖流在我們彼此心中不斷流過去，祈禱我們的棉薄之力，可以發揮無窮的力量，將這股暖流，推送至全台各地，成為一個溫暖有愛的台灣。

另外，我也協助衛生組，擔任校園環境整潔的評分人員，雖然每天必須巡走偌大的校園，檢視各班級隊共同環境的清掃狀況及維護，一個乾淨環境，才有安全衛生的活動空間，期望在我的協助之下，可以讓全體師生在一个乾淨環境下快樂學習。

喜歡服務的我，讓我有機會獲選南投優秀青年，我很珍惜。到南開科大參加表揚大會時，也見識到了很多來自南投各地的優秀青年，除了大開眼界以外，還看到了其他優秀青年的優良事蹟，我發現很厲害很棒的人真的很多，也讓我明白，自己還有許多繼續學習的範圍及空間。大家齊聚在一起分享真的很開心，雖然因為疫情而無法更進一步深入交流，但這次的經驗依然讓我收益良多，特別謝謝學校的推薦，讓我有這次的機會可以繼續學習，讓學習視野變得更加寬廣。期許自己懷著感謝的心，繼續學習、不斷付出，為這個世代帶來正向溫暖的力量。



商二2 楊喜綦

111年南投縣優秀青年

很榮幸能夠在眾多二年級中獲選為111年度的南投優秀青年。在學校我所擔任的是學生會副會長、育德童軍的社長以及儀典組大隊長。

擔任副會長期間需要策劃許多活動，包括教師節、學生團體性競賽活動、聖誕節暨歲末聯歡活動...等，籌辦活動過程中，需要擬定相關活動流程、競賽規則，召集相關活動組的同學一起完成活動，活動過程中，同學之間的



協調對我來說相對困難，畢竟要發號施令讓大家認同、配合，使活動可以順利完成，不是一件容易的事，更凸顯出溝通協調能力的重要性。另外，還有像是參加學生相關疫會議，學習如何理性提出問題，而非單方面站在學生面提出訴求，更全面的了解會議過程，討論時兼顧合法、合理及合情，並且在會議過後，透過溝通，向同學們說明及解釋結果。

另外，本著對童軍的熱情，我參與童軍社，童軍要培養的是智、仁、勇時代年輕人，且須懷熱情、熱心服務的情懷參與各項活動，一般在校內有活動或是表演時，學校會請童軍社的同學協助接待外賓...等公差勤務。

在高中階段，除了課業，這些職位成為了我另一項重要的事情！因為這三個不同性質的職位，讓我學習到在課業上無法得到的新知識，像是站在不同角度看事情、學習說話技巧、日行一善，這些都是無法從一般課程學習到的。我很熱愛這三份職位，雖然擔任這些職務，需要一定的責任，付出相對的時間，但我依然樂在其中，因為這些獨特的經驗成了我生命中的養分，也讓我的高中生活變得更加充實多元，多采多姿。

作者：胡宗賢

投商輕旅——愛「歷」絲「夢」遊仙境



一、旅程緣起：

108 課綱的歷史新單元，打破以往同心圓歷史模式，以「主題式」講解歷史發展脈絡，個別單元都能與技術型中學的專業有所呼應，連接同學生活周遭歷史。

歷史課程以同學們為主題，採取「立體動課程」的方式帶學生理解這個重點，使用英文、中文影像資料給與同學做多元的閱讀。搭配教師自製學習單，請學生以透過小組合作討論的方式，讓同學根據影像資料對於各單元有初步的理解與回應。

其次108課綱的高職歷史圍繞在食、衣、住、行、科技等六個面向，從2021年的夏天到2022的夏天，同學們與歷史課有約，共同遊歷了一段輕旅程。

二、簡易行程：

此次行程中由歷史老師擔任導遊，沿途與同學們介紹數個至今仍令人歷歷在目的景點：
景點一、分子料理；
景點二、手沖咖啡；
景點三、服裝設計；
景點四



、建築創造歷；
景點五、桌遊－鬱金香泡沫；
景點六、三天兩夜規劃旅程。

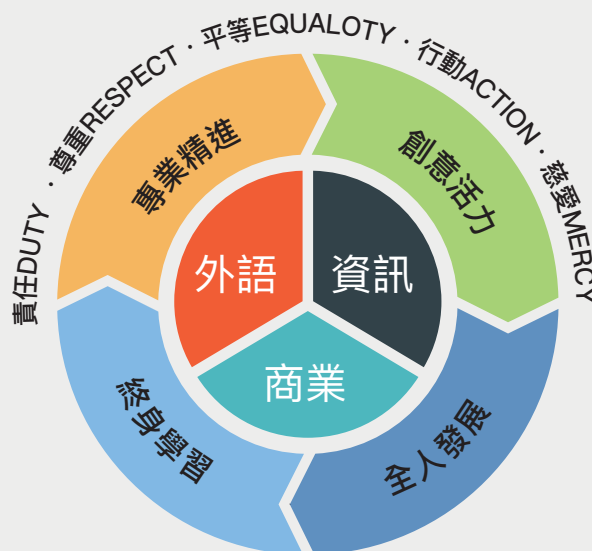
從鼓勵同學「創新」、動手做的角度出發，梳理各單元的歷史發展，搭配各式活動讓同學對於課程內容有感覺。進而使學生在體驗活動過程當中，能培養自主「解決問題」的思路想法。



經過系列的活動，建立學生對相關知能的概念，並以「自主學習」的方式讓學生閱讀影像文本，以文字書寫、繪畫、動手實作等多元評量的方式來完成學習單。接著教師以「創意教學法」，帶學生以「設身處地」、「解決問題」的角度進入「愛歷史」的世界。讓學生在小組活動時體驗小組成員對於各主題想法與認知上的異同。

三、遊客需求：

投商願景為「夢」-DREAM，即Duty責任、Respect尊重、Equality平等、Action行動與Mercy慈愛。期許同學們專業精進、創意活力、終身學習、全人發展。因此有別於傳統的行程，本旅途規劃融入「素養」的方式來處理，提高學生參與課堂與動機與狀況，並能展現跨科處理問題的能力。



四、行程備註：

首先，透過「電腦輔助教學」的活動，學生能由影視資料中擷取有用資訊，完成學習單的表格，並能以過往所學的專業角度進行課程參與回答，展現專業的應用與結合。其次、在「分組學習」的過程中，能以清楚的言詞進行有效溝通，並能理解與包容不同的觀點。第三、藉由影像多元文本的方式進行閱讀與理解，學生能團隊合作回答問題，並在討論的過程中，歷史神入地思考主角處理問題時想法。第四、建立「解決問題」的系統化認知，認識解決問題的具體步驟後，能以此概念來爬梳影像文本大意與重點，進而動手實作。題的能力。

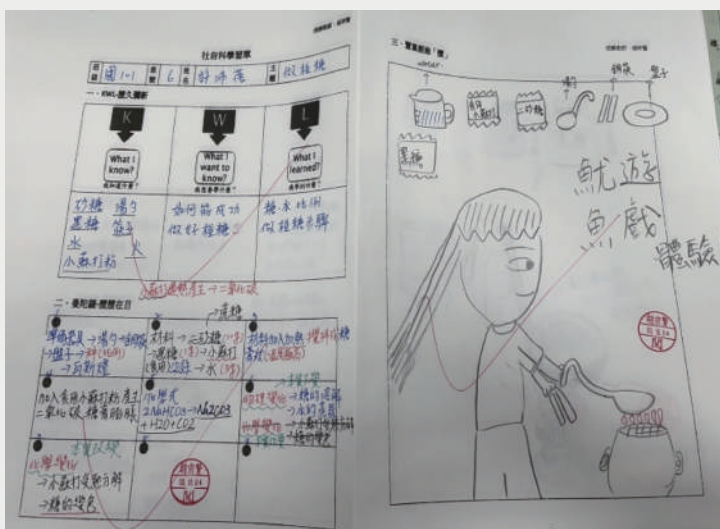


五、完整行程：

景點一、分子料理

1. 魷魚遊戲-做槌糖：

大紅的韓國影劇《魷魚遊戲》中的槌糖引起全球熱潮，這款利用糖水加上小蘇打膨脹，凝固而成的小糖餅，乘載東亞文化圈(台、日、韓)的漫長回憶。



活動中，當小蘇打受熱分解產生出的二氧化碳， $2\text{NaHCO}_3 \rightarrow \text{Na}_2\text{CO}_3 + \text{H}_2\text{O} + \text{CO}_2$ ，二氧化碳被逐漸冷卻的糖膏阻擋，因此使得糖在冷卻過程中凸起並成形。過程中，糖的溶解、水的蒸發為物理變化，而小蘇打粉受熱分解、糖的變色都是化學變化。

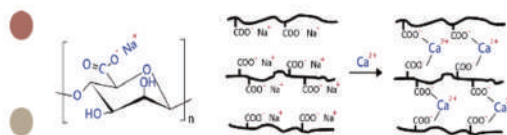
砂糖主成分是蔗糖分子，蔗糖為雙糖，是由葡萄糖與果糖所構成。無色的蔗糖受熱時首先會化成濃稠的糖漿，然則慢慢變為淺黃色，再逐步變深為黑褐色。除了顏色改變，氣味也不一樣了，一開始是糖漿是甜的，聞起來沒有特殊氣味，然後慢慢出現酸味與些許苦味，並散發出豐富的香氣。

2. 分子料理-茶晶球



原理

運用到交聯反應的原理，海藻酸鈉的鈉離子會與氯化鈣的鈣離子產生交聯反應，鈣離子取代鈉離子，而鈣離子也會在兩個海藻酸鈉間產生鍵結，構成網狀結構在最外面形成一層膜。



圖片引自泰宇職人手作坊-分子料理

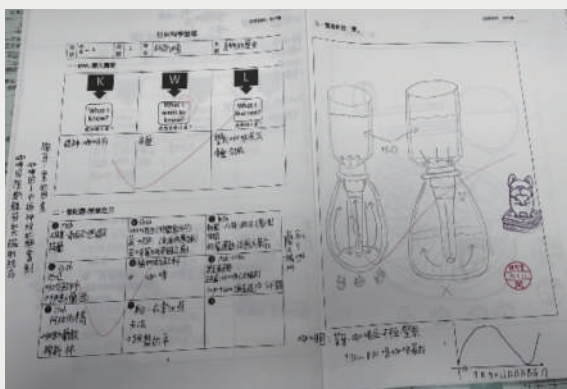


所謂分子料理就是透過物理或化學的手法來解構食物，讓食物外在形體或形狀去開始產生改變，所謂的分子料理其實可以很簡單，也可以變得無比複雜。

本節課以動漫「食戟之靈第二季-第一集」開端，讓同學學習利用簡單的化學反應，親手做出遙不可及的茶晶球分子料理。達到「所吃非所見」，體驗有別於生活經驗當中的料理，超越以往認知食物的樣子，帶給人們無限的想像跟體驗。

事實上，只要我們試著張開雙眼，打開自己的好奇心，這趟「史化」旅程一定滿載而歸。

景點二、手沖咖啡



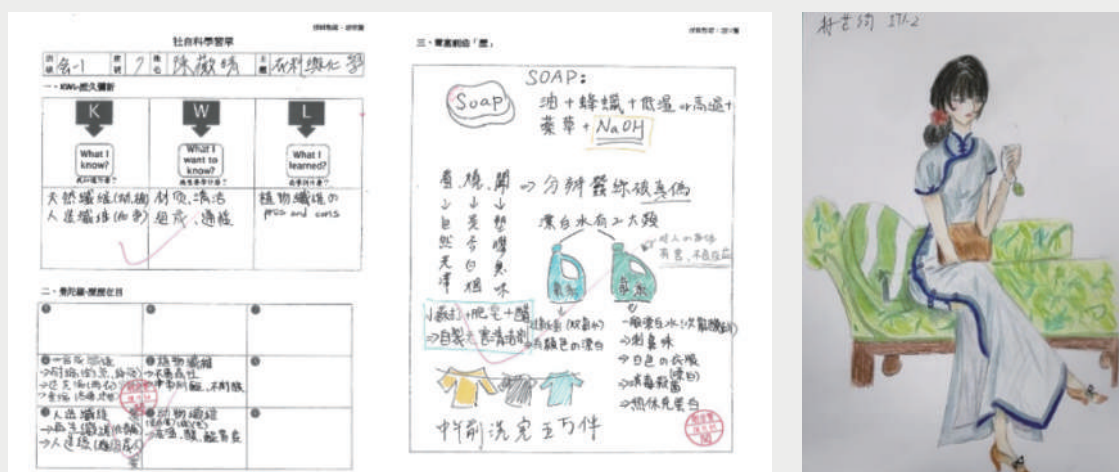
咖啡，在今日世界是僅次於石油的第二大期貨交易商品，對現代人的重要性與影響力不言而喻。

從1960年代，台灣出現專業歐式風格咖啡館開始，經過幾十年來的發展，台灣咖啡文化已從小眾精英文化，蛻變為普羅大眾的庶民文化，無論是星巴克等連鎖咖啡館的定位與推廣，為咖啡注入時尚與流行感。

又或者原創個性化的小型咖啡館，林立在大街小巷，經營出獨樹一格的品味；乃至於便利商店提供新鮮現磨咖啡，使咖啡變得平價又好喝，都促使咖啡文化成為一種時尚流行。

咖啡幾乎成為許多上班族每天的必備飲品。透過對咖啡的認識與咖啡史探討，加上對於手沖咖啡的嘗試，無疑能提供同學另一個理解歷史的面向與觀點。

此外，從泡咖啡除了理解化學原理之外，也能發現人生哲理。在高溫玻璃瓶內塞風咖啡不過兩種姿態或浮、或沉。喝咖啡也不過兩種姿勢拿起、放下。人生如咖啡，沉時坦然，浮時淡然，拿得起也需要放得下。



景點三、服裝設計

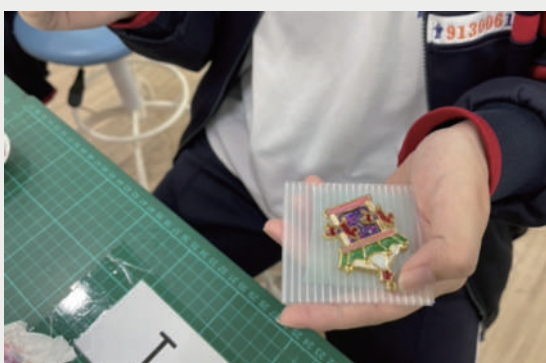
張愛玲曾說：「衣服是一種言語，隨身帶著一種袖珍戲劇。」

我們從各文化衣服的歷史背景談起，介紹了各地服裝、也認識西裝發展、印度的洗衣文化，更與化學科結合，介紹了布料與化學的關係。

其次以一分鐘短片分別讓同學了解，百年來世界男性、女性服裝流行的轉變。過程中為了讓同學更加深刻了解台灣戰後服飾的轉變，我們更以各時期的流行音樂，搭配服裝來進行連結，並進而複習台灣的商業經濟發展史。課程最後請同學設計一套對於此單元中最有感服飾加印象的連結。

同時期為延伸課程內容，於春暉扶少社團課時，更帶領同學到南投創客中心體驗皮雕縫紉、美甲鑰匙圈的課程。





景點四、建築創造歷

建築創造「歷」，從2021年12月初開始緊鑼密鼓的籌畫活動。用歷史建築為經，創意思考為緯，搭配生活情境就地取材的方式，期待能透過同學們集體創作與協同創意，在手作設計的課程下，對建築歷史的文化脈絡有另類的新體認。

先從簡易建築史了解「住」的歷史；其次小組協作討論出自己組別要建造的建築方向，接著再學習單背後畫出屬於自己組別的建築藍圖；最後同心協力著手完成「蓋房子」這件事。

同學們於課中、後努力奮鬥、積極參與。同學在建築師、現場工程師、室內設計師不同身分上頻繁討論與對話，試圖與他人分享，盡力營造出屬於自己心目中的夢幻建築。在時間壓力下，學生們仍能努力表達自我心中訴求，難能可貴。

建築創造「歷」成果展作品多元。建築風格上，從精緻簡約的現代主義風格，橫跨到華麗類巴洛克式建築；宗教主題上，從基督教、伊斯蘭教、甚至到台灣傳統寺廟建築；使用建材上，有以回收材料為主軸的各式建築，更有以專業冰棒棍所構築的各式洋樓別墅，令人目不暇給。





我愛廟會(應一 1 白承威、林宗賢、曾佑仁、蔡侑儒)



文藝復興(商三 2 王柔雅、黃婉甄、蘇聿婕)

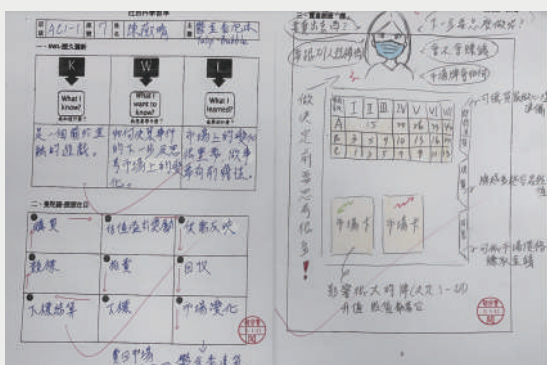


景點五、桌遊-鬱金香泡沫

台灣歷史是一部移墾開發的拓荒史，極富企業家精神，其中逐利性格相當顯著。近年來，從普洱茶成為「投資茶」「金融茶」中的代表，到目前的比特幣、NFT，這些都可以很顯著看到商品市場遊走在泡沫狂歡之間的投機史。



鬱金香泡沫(投資性桌遊)。
遊戲中，每一回鬱金香的價格都有可能大幅度波動，你手中高價買進的鬱金香可能下回合就真的只剩下紙片的價值，當然也有可能一下子就價格翻了數倍，讓你搖身一變成爲富有的財主。



課程將以「改變與創新」的知識點銜接「戰後茶經濟」。以一片茶葉來看各時期的突破與挑戰。透過跨域課程的安排，讓學生在對「歷史動盪時代」的概念有基本的認識後，能嘗試以課堂所學的內容來同理「生涯發展」、「創業過程」會面臨的問題，透過「影像」、「桌遊」的角度加深學生對學習內容的印象，再以「茶文化理解」、「解決問題」的角度閱讀影像資料。

希望透過桌遊體驗能激發同學思辨能力與創造力。透過一系列的課程安排，培養學生「分析思考」、「設身處地」、「解決問題」與「創造」的能力，以期學生在課堂上能獲得「帶得走的能力」。

同時期為延伸課程內容，體現108課綱核心素養導向，「發展適切的人際互動關係，並展現相互包容、溝通協調、社會參與及服務等團隊合作的精神與行動。」於春暉扶少社團課時，更帶領同學到南投聖教會進行服務學習，並與小學生進行桌遊活動課程。



課程將以「改變與創新」的知識點銜接「戰後台茶經濟」。以一片茶葉來看 各時期的突破與挑戰。透過跨域課程的安排，讓學生在對「歷史動盪時代」的概念有基本的認識後，能嘗試以課堂所學的內容來同理「生涯發展」、「創業過程」會面臨的問題，透過「影像」、「桌遊」的角度加深學生對學習內容的印象，再以「茶文化理解」、「解決問題」的角度閱讀影像資料。

希望透過桌遊體驗能激發同學思辨能力與創造力。透過一系列的課程安排，培養學生「分析思考」、「設身處地」、「解決問題」與「創造」的能力，以期學生在課堂上能獲得「帶得走的能力」。

同時期為延伸課程內容，體現 108 課綱核心素養導向，「發展適切的人際互動關係，並展現相互包容、溝通協調、社會參與及服務等團隊合作的精神與行動。」於春暉扶少社團課時，更帶領同學到南投聖教會進行服務學習，並與小學生進行桌遊活動課程。



景點六、三天兩夜規劃旅程

由於交通便利，旅遊成為現代生活中的一環。了解交通的歷史之後，如何好好利用科技軟體(參考以下 APP)，來進行規劃一次有意義的旅遊行程很重要。

本堂課整合第五章交通與第六章科技，以主題式活動來規劃課程。同學將自行規劃一趟三天兩夜的旅程，並分析旅途過程中的交通路線、景點規劃、飲食行程、住宿訂房等。



重點在於學習安排行程，選擇交通方式，列出預定的時程表，並在花費上進行預算控制，完成一次壯遊臺灣計劃。

旅遊規劃過程中，多數同學傾向於成年以後自架旅遊。於是課程中臨時增加 車禍處理步驟。即簡要提醒同學，如出遊自己遇到交通事故應該怎麼辦？

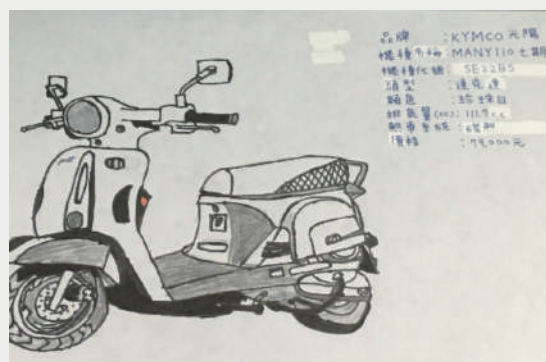
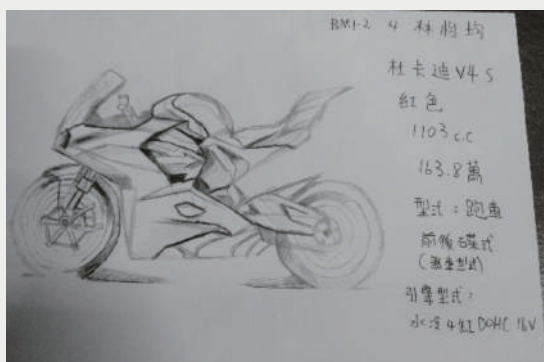
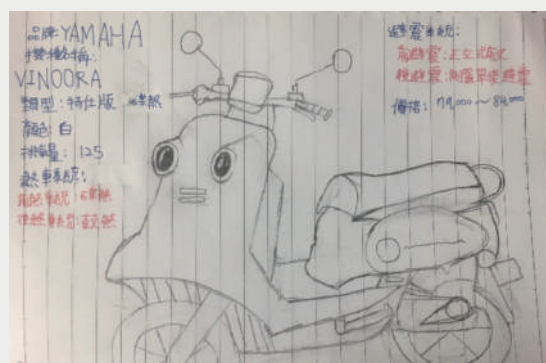
最後再請同學上網蒐集資料，畫出自己心中的夢幻機車與老師分享。

時期	1949年5月15日	1949年5月16日	1949年5月17日
11:30 - 12:00	前次表南 (重訂)		
12:30 - 1:00	通電：一、關於軍事問題 二、關於政治問題	通電：一、關於軍事問題 二、關於政治問題	通電：一、關於軍事問題 二、關於政治問題
1:30 - 2:00	通電：一、關於軍事問題 二、關於政治問題	通電：一、關於軍事問題 二、關於政治問題	通電：一、關於軍事問題 二、關於政治問題
2:30 - 3:00	通電：一、關於軍事問題 二、關於政治問題	通電：一、關於軍事問題 二、關於政治問題	通電：一、關於軍事問題 二、關於政治問題
3:30 - 4:00	通電：一、關於軍事問題 二、關於政治問題	通電：一、關於軍事問題 二、關於政治問題	通電：一、關於軍事問題 二、關於政治問題
4:30 - 5:00	通電：一、關於軍事問題 二、關於政治問題	通電：一、關於軍事問題 二、關於政治問題	通電：一、關於軍事問題 二、關於政治問題
5:30 - 6:00	通電：一、關於軍事問題 二、關於政治問題	通電：一、關於軍事問題 二、關於政治問題	通電：一、關於軍事問題 二、關於政治問題
6:30 - 7:00	通電：一、關於軍事問題 二、關於政治問題	通電：一、關於軍事問題 二、關於政治問題	通電：一、關於軍事問題 二、關於政治問題
7:30 - 8:00	通電：一、關於軍事問題 二、關於政治問題	通電：一、關於軍事問題 二、關於政治問題	通電：一、關於軍事問題 二、關於政治問題
8:30 - 9:00	通電：一、關於軍事問題 二、關於政治問題	通電：一、關於軍事問題 二、關於政治問題	通電：一、關於軍事問題 二、關於政治問題
9:30 - 10:00	通電：一、關於軍事問題 二、關於政治問題	通電：一、關於軍事問題 二、關於政治問題	通電：一、關於軍事問題 二、關於政治問題
10:30 - 11:00	通電：一、關於軍事問題 二、關於政治問題	通電：一、關於軍事問題 二、關於政治問題	通電：一、關於軍事問題 二、關於政治問題
11:30 - 12:00	通電：一、關於軍事問題 二、關於政治問題	通電：一、關於軍事問題 二、關於政治問題	通電：一、關於軍事問題 二、關於政治問題



[illegible]

日期	姓名	性别	年龄	职业	住址	电话	备注
1950.1.1	王德胜	男	45	工人	上海南京路	1234	
1950.1.2	李德胜	男	40	工人	上海南京路	1235	
1950.1.3	张德胜	男	35	工人	上海南京路	1236	
1950.1.4	赵德胜	男	30	工人	上海南京路	1237	
1950.1.5	刘德胜	男	25	工人	上海南京路	1238	
1950.1.6	陈德胜	男	20	工人	上海南京路	1239	
1950.1.7	周德胜	男	15	工人	上海南京路	1240	
1950.1.8	吴德胜	男	10	工人	上海南京路	1241	
1950.1.9	孙德胜	男	5	工人	上海南京路	1242	
1950.1.10	朱德胜	男	0	工人	上海南京路	1243	





六、「導遊」省思：

1. 教師即「導遊」：

教師以「導遊」視角，以教科書為「觀光地圖」，透過不同「旅遊方式」的觀點，暢遊在歷史教學的模式中，便會賦予課程新意義。

2. 「遊客」有感：

108 高職歷史上路數年，學習知識與教學脈絡邁向穩定，這時以活動帶領學習，增加手動與參與的機會，同時訓練表達、邏輯思考、在眾人面前說話等能力，也有助於訓練同學的核心能力，最重要的是讓遊客感同身受、歷史神入。

3. 有助口語表達：

教師若能在學生報告之餘，反問同學其報告中的觀點看法，更有助於培養深思熟慮，以及臨場反應。學生很喜歡表現、表演，在眾人面前展示觀點，但是需要有適當的引導，讓其表現與創意能夠發揮。

4. 素養跨域縫合：

本系列課程透過歷史科與一般科目包含化學、地理、音樂，及商管群商概、經濟的進行跨域課程的安排，讓學生應用過往所學的知能，與商經專業知識解決現實生活問題，培養學生「解決問題」的能力，讓學生在課堂中習得「帶得走的能力」以應付未來社會需求。

5. 發揮創新精神：

透過各式主題活動，同學能了解各章節重點，並提供學生人文價值的一些啟發。這是設計一系列教學活動的目的。過去常以文字來認識歷史，但現在可以藉由身旁跨科媒介，從更多的角度來看待歷史。

6. 日常事覺察力：

歷史課非高職升學考科，但可以很豐富，端看怎麼去解讀。教師除了傳道、授業、解惑之外，與時俱進的增進見聞是一個必要的過程。跨域結合不同層面的知識精粹，與學生一起在廣博的知識之海教學相長，面對不同主題與媒材，都有不同的處理做法，讓我們看到歷史複雜的一面，而這僅是歷史巨流當中的一個小支流，未來還有許多挑戰等著我們去面對。



商一1 陳姿霖

書名：用心去活：生命的十五堂必修課

心是生命的根源

一、圖書作者與內容簡介

伊麗莎白說：「人生要學習的課題太多了，一輩子是不夠的。學得愈多，完成的也就愈多，生命也就愈豐富。」大衛說，花時間跟臨終的人談話，這個工作讓他自己的生命更豐富、更寬廣，無論在心裡、情感、精神上都獲得很大的成長。不斷失去愛的人，但也不斷在學習。本書由伊麗莎白與大衛合著，書中個案與個人經驗取材自兩人演講、心靈課程、與病患及家屬的談話。

二、內容摘錄：

- 1.凡虛構的恐懼都與過去或未來有關，只有愛存在這一刻。我們唯一能擁有的時刻是現在，而唯一能在當下發生的情感就是愛。恐懼通常都是源於過去發生過的事，以致對未來可能發生的事心懷憂懼。要活在當下唯有活在愛裡，這也是人生最大的目標，朝這個目標前進的第一步就是學習愛自己。勤於灌溉心靈的愛，你就能開始洗去恐懼。
- 2.每個人內在都蘊藏著強大的力量，只是不知道如何去發揮。真正的力量源自了解自己，認識自己在世界上的位置。一味求多只會忘了自己是誰，當你知道萬事萬物都有它的道理，你的力量自然會發揮出來。
- 3.你必須認真的看待你的生活經驗
- 4.只要生命持續流動，時間就會治癒一切

三、我的觀點：

生命中需要學習的事情太多了，而我們的人生卻像沙漏般快速的在流失掉，導致時間

不夠讓我們學習與領悟那些對於人生重要的道理。我們的一生，學習是非常重要的事，從出生開始我們每一天都在學習，不管是從什麼樣的管道；而學習到的事物有好有壞。例如：現在讀高我的我，身邊有很多值得學習的師長跟同學，他們就像一本本的好書，可以豐富自己的閱歷。但也有不好的錯誤示範在我的周圍，我不該去學習，並且提醒自己避免類似的過錯。所謂：「見賢思齊焉，見不賢而內自省。」

書中，我最印象深刻的兩堂課：「愛的功課」與「關係的功課」，是現在的最需要學習的重要功課。愛是我要學會愛自己，才能去愛別人；而關係就是人與人之間的相處，不管是對家人、朋友、師長，每個人的相處模式都不同，要找到和他們合得來的相處模式，我還有很多要學習。

書裡提到：「愛是快樂的泉源，也是活在每個人心中的力量。」愛的力量很強大，可以讓人幸福快樂、堅強、無所畏懼，面對所有困難都能迎刃而解。「愛無所不在，因為有了愛，世界變得更美麗更精彩，能付出關懷就是偉大愛的表現。」偉大的母愛、嚴厲的父愛、尊敬的師愛、互助的友愛……，這些人都用不同的方式愛著我們，而當我們察覺時，往往都在生離死別的時候，常常都後悔莫及。

每個人對愛的定義不同，所以表現出來的方式也會不同，例如：以行動代表愛、以言語代表愛、以肢體接觸代表愛等等以各種方式表現愛。有時你並不會察覺別人在愛你，因為他的表現方式你可能不明白，但不代表他不愛你。而學習愛是每個人生命中不可缺少的一堂課，如何愛人、愛自己，甚至愛這個世界的一草一木，有人可以找到答案；有人卻不行。我們這一生都需要透過無止境的學習去尋找愛的答案。

在「關係的功課」中說：「用心看待和人相處的每一刻。」人際關係，顧名思義就是人跟人的相處。人際關係會對生活重心、情緒、工作有很大的影響，每個個體都有自己的個性、脾氣、價值觀等等，遇到不同的人，這些東西都會不一樣，而我們要如何去克服這些問題，然後跟每個人好好的相處呢？



我認為要好好相處，首要條件是能夠聆聽他人的想法。與自己不同的思考方向，得到的答案也會不同，而我們不能否定別人想的，有時換位思考反而可以增加不同的知識。我們和別人相處需要用心，而不是隨便敷衍了事；我曾因為無法跟別人好好相處，而受到同學們的排擠，所以我害怕跟別人相處，也害怕受傷害，我努力的增進課業的成績，但是我很孤獨，常常一個人，沒有朋友可以聊心事、討論功課、打遊戲。為了不再自己一個人，我開始接觸人群，開始學習和他人相處的方法。漸漸的，也結交了幾位可以談心的好朋友。

不管和誰相處，我們都應該用心看待，努力學習。人和人的相處之道是段漫長的路，不斷的學習、聆聽、思考，是這條路上不能缺失的能力。每個十字路口有不同答案跟選擇，就像與不同的人相處，方法都會不一樣。

四、討論議題：

愛是無形也是有形的，我們找得到愛，但愛真的有答案嗎？如果愛有答案，你覺得是什麼呢？

人際關係裡需要同時具備學習、聆聽、思考的能力，才能讓我們找到和別人相處的模式，可是這些能力若有不足，我們應該如何解決？又要如何加強這些能力呢？

商二2 黃乙軒

書名：讓不願平凡的你，全力以赴到感動自己。

可怕的不是失敗，而是逃避的心態

一、相關書訊：

作者是一位身兼多職的人，是一位醫生、是一位作家，又是一位大學教授，目前已經出版七十幾本得心應手勵志書。在這七十幾本書中，我選的這本適合在追尋夢想低潮時期的人，書裡運用了許多名人的名言，透過作者淺顯易懂的道理，不但能解開所有解不開的煩惱，還能收穫滿滿。

二、內容摘錄：

- 1.一般人遇到痛苦都想逃避，但成功者不在乎做一件事是否辛苦，而是把眼光放得更長遠，看到長遠的效益。
- 2.水滴終可穿石，不是因為他力量強大，而是由於晝夜不停的滴墜。成功不是從不跌倒，而是每次跌倒能站起來，來能夠堅持的走下去。
- 3.不要活在別人眼裡 死在別人嘴裡。
- 4.多數的失敗者並沒有真正的被打敗，他們只是放棄了。
- 5.努力並不是盲目地投入，而是你知道自己該往哪裡走。

三、我的觀點：

還記得小的時候，幼稚園老師、國小老師、長輩們最常問的話就是：「妳長大的夢想是什麼？」單純的我總能說出很多，像是：一位站在舞台上發光發熱的歌手、伸手一畫就能掛在美術館的畫家、能傾聽心以想法並給予正面回應的心理醫生、又想自己開店當老闆娘...等，每次大人們聽到，都會笑笑地看著我說：「哇！這麼厲害那你要好好加油喔！」那時候懵懂的我總覺得，夢想不就跟我們伸手要一顆糖果一樣簡單嗎？直到現在我終於懂了，如果夢想唾手可及，這世界上就不會有那麼多人因為無法實現夢想而煩惱了！



人之所以能有意義地活著，是為了完成自己所定的目標，沒有了目標就像生活沒有重心一樣，所有的努力都會盲目地投入在不對的地方，永遠都到達不了想要的目的地。尋找目標其實並不難，可以夢想或是想想未來自己想過著什麼樣的日子，並且在現在努力地改變自己的生活方式，讀書的就好好讀書，工作的就好好工作，不要好高騖遠，只要踏實築夢。

「夢」是一種欲望，「想」是一種行動，「夢想」是夢與想和在一起的結晶，但很多人都只沉浸在夢而已，忘了行動才是重要的，沒了行動，再多的大夢想也都只是幻想而已，雖然人生有夢很美，但築夢才是最完美的。不過我們也常常高估了以後想做的事，卻低估了現在能做的事，夢想並沒有年齡及時間的限制，向前走總比原地踏步好，至少離夢想越來越近了，只要有那顆熱忱的心，就放膽去做。

塞約翰生說過：「成大事不在於力量大小，而在於能堅持多久。」很多事一但沒有了堅持跟信心，就很難走到最後，在追尋夢想的過程中最容易會遇到一些挫折、失敗或被別人否定自己能力...等，這時候「堅持」跟「信心」就能派上用場了，即使再怎麼不被看好，也不要輕易放棄已經設下的目標，作者說過：「不要活在別人眼裡，死在別人眼裡」，自己的人生主導權是在自己的手上而不是別人，人生最完美時刻不是達成夢想的那瞬間，而是堅持走在夢想道路上的那些日子，只要熬過現在的苦，未來就能闖出自己的一片天了！

人的一生就那麼短，每個人一天都擁有二十四小時，有的人夢想看似很大，卻能花比他人短的時間完成，他在成功的背後，往往都會有不為人知的辛苦，他們在其他人在熟睡、玩樂、發呆等等的時間時，不浪費一分一秒，努力地想著如何完成自己偉大的夢想，香港首富李嘉誠說過：「人不會苦一輩子，但總會苦一陣子，許多人為了逃避苦一陣子，卻苦了一輩子。」天底下絕對沒有不勞而獲的事，每一件事都是要有所犧牲以及付出才会有回報，只要肯努力，就沒有達不到的事，可怕的不是失敗，而是逃避的心態，用自己最大的力量來完成畢生最偉大的夢想吧！

四、討論議題：

在追尋夢想的過程中，曾經有哪些挫折讓你有想放棄的念頭？讓你堅持下去的動力又是什麼呢？

商二1 郭妤璿

中文書名：TED最撼動演說101

最撼動演說101

一、圖書作者與相關書訊：

許毓仁，國立政治大學英文系畢業，阿姆斯特丹THNK創意領袖學程（School of Creative Leadership）畢業，2008年創辦The Big Question Conference，鼓勵年輕人「問對的問題，走自己的路」，2009年與朋友創辦TEDxTaipei，期許打造華人說故事的平台。

二、內容摘錄：

- 1.高學歷不等同於較好的技術、工作或人生。
- 2.學習的主要關鍵在是否具備學習的「熱忱」，其次才是學習的「方式」。
- 3.快樂的秘訣在於你怎麼看世界。
- 4.思考能力才是成功的關鍵。
- 5.不要害怕和世界不一樣，因為出生當下獨一無二的你就是不一樣。
- 6.沒有失敗，就沒有成功。
- 7.願意認真的付出，就會有成功的機會。

三、我的觀點：

這本書匯集了許多演講者們的演講，而每一篇都有一句想要傳達給我們的「座右銘」，這些演講者利用這短短的一小篇故事來陳述自己的觀點以及分享許多自身的寶貴經驗來鼓勵讀者，提供讀者們一些人生建議，令我們增廣見聞，豐富自身的涵養，也帶給我們不少啟發。

這本書裡面有一篇標題叫〈拒絕害怕失敗〉—雷吉娜•杜根，這一篇讓我體悟很深，因為到現在我依然很害怕「失敗」，尤其是對自己努力嘗試過的事物，只要是努力過的事物或者是自己在乎的事，我甚至是不容許自己有任何一點失誤，只要出了一個小錯就會令



我感到挫折不已，更不容許自己失敗。

目前我最害怕失敗的就是我的「成績」，我總是很努力的去準備每一次的考試，所以只要有小失誤或者是分數沒有達到自己的標準，我就會感到很沮喪、頹廢，並且無法接受。但在這篇文章裡面，作者雷吉娜提到「沒有失敗，就沒有成功」的想法，他利用 DARPA 研發超音速測試機失敗的例子來佐證，他說：「第一次飛行時滑翔器不受控；到了第二次試飛時，完全在控制之中」，看完後我認為他說的「沒有失敗，就沒有成功」這句話很有道理，我們應該要學會接受自己的失敗，不應該沈浸在失敗的沮喪中，唯有失敗過，才會清楚明白自己的問題出在哪裡，並且找出自己的缺失並改善它。失敗就好像一次次學習的經驗，我們不應該因為失敗而氣餒，而是要檢討自己還有哪裡需要改進，針對問題去改善，讓自己一次比一次更進步，最後才能順利的達到目標。

另外，其中一篇演講者尚恩•愛科爾提到「快樂的秘訣在於你如何看世界」，他說：「其實，我們可以改變思考方式、換個角度看待事情，甚至把壓力當作挑戰而非威脅」，這篇演講者的思維令我感到敬佩不已，他所說的話也讓我有思考了許久。每件事都可以從不同的角度去看待，而從每個角度看都會有不同的感受，只要我們能夠將遇到瓶頸當作是一項挑戰，便能夠將負面的情緒化為努力的動力，也就是化悲憤為力量。很多時候當我在遇到瓶頸時總淪陷在絕望當中，只想逃避問題，不想面對，倘若我能把這篇演講者的精神套用在我所遇到的問題當中，我便能夠以正面的心態去解決當前的困難，最終也能順利的渡過難關。

閱讀完這本書後令我受益無窮，每篇演講者的名言都如此激勵人心，頗具說服力，我從這本書學到不畏懼失敗、永不退縮以及勇於挑戰的精神，學習到如何利用這些演講者的思維來面對當前的瓶頸、挑戰。往後的日子裡若遇到困難與挑戰，只要回想起這些演講者分享的經驗以及名言，能夠利用他們在面對困境所用的思維去做心境上的轉變，就能鼓起勇氣去面對這些挑戰，讓我們更加進步，繼續往前進。

四.討論議題

- 1.如何能夠不在意別人的眼光做自己呢？
- 2.面對矛盾的時候你該如何面對？

商二2 張庭瑄

中文書名：悲嘆之門

詭獸渴望

一、圖書作者與內容簡介：

作者寫作橫跨推理、時代、奇幻三大類型，以溫暖的關懷為底蘊，富含對社會的批判與反省，不分男女老少皆能閱讀的作品，而有了「國民作家」的美稱！三個相隔遙遠的城市，都饒來了分肢殺人案。一位正義大學生與一位退休老刑警都關注起此案件！可望勾起滴水獸像，於是展開了迷幻傳說！

二、內容摘錄：

1. 話語不會消失，沒有人能逃避自己發出的話語。
2. 擁有秘密就是這麼一回事，不光是心頭沈重而已；不光是難受而已，這等於是把自己與周圍的人隔絕開來。
3. 宇宙也在這裡。雖然看不見，但我們將他當成知識加以理解，因為科學已經為我們闡明了。
4. 話語本身，都是活生生的人創造出來的！只不過是活人的影子。

三、我的觀點：

從懸疑驚悚到魔幻世界再帶到網路議題，緊湊的故事節奏，閱讀起來不但不厭倦反而是更加期待接下來的劇情章節，不只是讚嘆，更令人為之驚艷、嘖嘖稱奇！這本書以人類渴望的黑洞為出發點，把渴望當成與怪獸交易的物品，顯現出渴望是怪獸在收集的，代表渴望是一個極為恐怖的東西，不禁讓我好好反思：渴望到底是什麼？渴望，是用來滿足自己需求的東西，還是會讓自己越陷越深的黑洞呢？渴望是一種飢餓，當飢餓到將人類吞噬，那就會變成一個無法收拾的殘局！一開始驚悚的分屍章節，到後來有正義感的大學生與退休的刑警，原來該是平行線的兩人發生了交點，他們兩人一同在分屍案線索地點相遇，展開一系列的合作追查，表友誼也能是忘年之交，即使是年齡差距這麼大，但只要相互都是對一件事情感到關心，就都能成為彼此最好的搭檔。



本書還有帶到現在最嚴重的問題，那就是「網路」議題，現代大多數人都會覺得在網路的世界就可以為所欲為，可以無止境的散播自己的負面情緒、嫉妒心態，甚至還用來傷害他人，常常令人在不知情的情況下被話語傷及，代表網路上最恐怖的不是什麼所謂的恐怖電影、驚悚片，而是最恐怖的無形負能量殺手！美好的一天可能就被一個無意間滑到的貼文、文章所影響了心情，除了利用網路的便利外，我們都應該把自己的判變能力條到最好，以免被網路假消息或是惡意訊息所打倒。

這本書還有講到「話語的力量」，我們脫口而出的話語都會轉變成可見之物，好的話語，會變成一切幸運來回報；惡的言行，會變成一切惡報來回向，即便是一句不經意脫口而出的話語，背後可能都要付出極大的代價！看完這段省思後，我一直在想，如果好的話語能用來感動他人，甚至是改變他人的話，我們為何不嘗試看看呢？網路構成的虛擬世界，有人可以散發出強大無比的正能量以及像大學生與退休刑警的正義感，但也有人可以把它構成是一個黑暗地帶，散發著無數的負能量。由此可知，網路雖然是虛擬看不見的，但進入網路的世界還是要慎行，否則一時的失誤可能就會造成無法修補的後果。

作者在推理案件的過程還用文字來一一解剖人類的歧視態度，有錢人家的子女被像玉石般的捧在手中被大家呵護，窮困家庭的小孩就像是低級奴隸般地被使喚，我覺得每個人的一舉一動，都是在顯現這個社會的縮影，會有歧視，代表是那人的心裡不平衡所造成出的宣洩！我們能做的不是與他們的對立，增加他們的歧視，而是放下偏見的與他們溝通、搏得認同，或許無法次次都成功，但失敗也不一定是壞事，至少我們嘗試過了，也為下次的成功增加了更多的經驗。

這本書把各種社會案件用故事的方式串連起來來呈現，節奏很快又很精彩，議題很多都結合時事，是值得推薦的一本書。

四.討論議題

手機網路的發明原本是為了給人民方便，但現在卻被引用為不當言論的宣洩管道，這真的有符合發明者的期待嗎？虛擬世界可以散發正能量；也可以是負能量的出口，我們該如何在正能量與負能量取捨呢？

國二1 戴辰誼

中文書名：雖然想死，但還是想吃辣炒年糕

輕鬱症也是憂鬱

一、相關書訊：

作者於1990年出生，10多年飽受輕鬱症和焦慮障礙的困擾。在2017年接受治療，透過具體情境找出根本原因，然後往健康的方向邁進，而不是一味的只是開導負面情緒，因為喜歡閱讀、寫作，而且喜歡吃辣炒年糕，所以有了這個書名。

二、內容摘錄：

- 1.「這就好比是在跑倉鼠輪一樣，一直努力想擺脫憂鬱，卻又不斷失敗，最終，憂鬱就成了日常生活裡的主要感情。」
- 2.「與其自己一個人承受痛苦，不如像現在這樣對某個人傾訴，說不定更舒服。」
- 3.「沒關係，沒有陰影的人本來就無法理解陽光。」

三、我的觀點：

人在世上，總是會有喜怒哀樂的不同情緒，但情緒達到極致，即便剛剛明明很絕望，遇到自己喜歡的食物，內心卻還是會感到開心。這本書內容跟辣炒年糕並沒有有任何關聯，但是透過這個書名，能表達出作者那種想死但又沒有很想死的憂鬱情緒，呈現了當憂鬱到了極致，也不會輕易放手的想法。書裡敘述作者到精神科治療的過程，雖然看似很索然無味的對話，可是每個字句卻能深入人心，展現自己的樣子，「陪你擁抱不完美的自己」就是作者想傳達的。

憂鬱有分程度，而我跟作者都是屬於輕鬱症，會因為一些事情或是別人說的話影響心情，甚至有時候明明沒事，卻因突然想到什麼而導致心情不好，形成種種負面情緒。但輕鬱症也只是情緒上的變動，不能說是一種病症，因為我們也會因為好笑的事情高興到捧腹大笑，只是我們與其他人不同的是自卑感很重，而有時的強顏歡笑也已經成為習慣，所以我們會覺得是不是自己哪裡有問題，而去檢討自己、封閉自己，使自己情緒越來越低沉。



但看完書，我才知道原來「展現自己的陰暗面，也是使自己自由的方法之一」，更能坦然接受面對負面情緒。

書裡闡述12週的治療，每週治療都有小故事，從感到有點憂鬱到接受憂鬱的自己，每個故事都有屬於自己的寓意。例如第十一週：我覺得自己好醜。我本身也有這樣的容貌焦慮，會覺得自己是不是哪裡不夠漂亮？是不是要再瘦一點？但沒有思考到其實我們並未找尋到自己的優點，說不定我有些五官是優點，或是其實我有其他地方很漂亮，卻總是覺得自己不完美，都只是因為我覺得自己不夠好而造成的，自卑感形成我容貌焦慮，相信我只要找到自己的優點，展現出來，並去接納自己的缺點，就不會覺得「自己很醜了」。如同書中所寫「一旦了解自己的喜好，也找到降低內心焦慮的方法之後，就會提升對自我的滿意度，就算有人指責你，批評你，也會變得可以欣然接受或坦然拒絕。」

從故事作者與醫師的對話能發現，作者都知道自己的問題，所以跟醫師講述自己的時候，都能直接表達出來，但醫師總是沒有直述，而是舉例來表達他要講的，這樣他也能一步步走入作者的心裡，幫助他變得更好。醫生告訴她：「妳需要的是突破，如果想要從憂鬱和挫折的倉鼠輪中逃脫，建議妳不妨挑戰自己從未想過的事情。」

人生還在繼續，故事也是，最後能不能脫離憂鬱我不知道，但我知道，要做情緒的主人，要靠自己找尋人生的美好意義，也要為了自己而活，為了自己而開心，找回大腦原本就存在的自信感，向著自己的未來，努力且自信的走，畢竟大家都是不完美的，沒有人能做到永遠歡樂且完美無瑕。

四.討論議題

人在做自己喜歡的事時，都會感到開心或者愉悅，但患有憂鬱症的人，為什麼開心不起來？他們都在煩惱什麼？當周遭的人發現自己不尋常的時候，都是什麼想法？又能夠被理解嗎？

應一 1 蔡侑儒

中文書名:未來的未來

未來的未來

一、圖書作者與內容簡介：

作者細田守是一位膾炙人口的日本動畫導演，他的作品充滿了友情，親情以及愛情，而他最著名的作品是<<未來的未來>>。<<未來的未來>>這本書的內容是描述一位名叫訓訓的四歲小男孩，原本是一位獨生子，獨自享有了父母親的寵愛，但是自從名叫「未來」的妹妹出現後，改變了他原有的生活，他失去了父母的獨寵，然而未來的「未來」竟然出現在他的眼前！一開始訓訓有點討厭「未來」，但未來的「未來」帶他穿越時空看看之前各個家人的事，途中兄妹倆的感情也逐漸好轉，這本書把各個角色的內心世界寫得淋漓盡致，非常值得一看。

二、內容摘錄：

- 1.「我只希望能讓他們更幸福」「知道這一點就行了，扶養小孩的時候『願望』是很重要的」。
- 2.「凡事都有第一次啊」「.....凡事?」「沒錯.不是說凡事都有第一次嗎?」。
- 3.「像這樣微小的事件一直累積，才會形塑成『現在』的我們」。

三、我的觀點：

之前我曾看過細田守寫的幾本小說，在讀這本書時，讓我聯想到他寫的其中一本書，那本書叫做<<狼的孩子雨和雪>>。<<未來的未來>>比那一本書還要晚出版，但同樣都是在講親情和手足之間的感情。雖然<<狼的孩子雨和雪>>比較令人感動，但我個人還是比較喜歡<<未來的未來>>，因為我覺得內容真的很寫實。一位原本備受寵愛的哥哥卻因為妹妹的出生導致父母疏忽了他，而他也因此討厭妹妹。雖然身為弟弟的我不懂哥哥的這種感受，可是我和我哥哥的感情還算不錯。還有一點我還蠻喜歡的，就是這本書寫主角（訓訓）說話時的語氣很生動，以文字就能讓我感受到一位四歲小男孩的單純以及天真無邪，因為這樣讓我覺得訓訓真的還蠻可愛的。



而其中我最喜歡的部分是訓訓穿越到曾外公的過去的時候，曾外公因為戰爭的關係而缺少了一隻腳，不過他沒有因為缺一隻腳而感到很自卑，他反而把腳斷掉講得像跌倒時擦傷膝蓋一樣稀鬆平常，這真的太不容易了！當時的訓訓因為不會騎腳踏車而想放棄學騎腳踏車，在他看到曾外公拖著一隻義肢還能騎馬和騎摩托車時，他就開始反省了，而之後也因為曾外公給了他一個大大的鼓勵而讓他學會了騎腳踏車。

真的很佩服曾外公這個人的毅力，要是我的腳因為戰爭而失去了，得裝上義肢，拖著義肢行走不僅很麻煩，還很不舒服；更別說還要騎摩托車和騎馬了。曾外公的故事相當激勵人心的，在所有故事的最後，訓訓和未來看到了年輕時的曾外公和曾外婆兩人在比賽跑，雖然一開始是曾外婆領先，不過最後曾外婆卻在終點線前停了下來，原來他在等曾外公跑到終點線，而曾外公也很努力地跑到終點線了。因為曾外公永不放棄的精神而和曾外婆在一起，要是沒有曾外公的精神，那未來和訓訓也不會出現在這個世上了，這就是為甚麼我很喜歡曾外公這個人物設定的原因。

這一本書中還有一個特別的地方，就是把家人的過去背景寫得很清楚，使我了解到形塑一個人性格的根源很重要。而且這也讓小孩子明白，每一個大人曾經都當過小孩，也有各自的童年。像裡面訓訓覺得媽媽根本就是一個鬼婆婆，根本就沒有當過小孩，不懂小孩子的感受，但當訓訓穿越到媽媽還是小孩子的時候，他才知道原來媽媽以前也是一個令大人頭痛的小孩。而我小時候也覺得我的爸媽根本不懂我的感受，我覺得他們只會兇而已，也很好奇他們有沒有童年，可是當我漸漸長大，面對生活上的挑戰時，才知道原來他們兇我是為了我好，自然而然就懂了為甚麼我小時候他們會對我這麼嚴格。

閱讀這一本書有一個考驗，就是需弄懂跨越時空的這個問題。閱讀時一定要搞清楚現在看到的地方到底是過去還是未來，而且也要搞清楚現在看到的這個人是誰的小時候或者是誰的未來，思考這些還挺有趣的，更大大提升我對這一本書的好感。整體而言，<<未來的未來>>是一本值得推薦的書，整本書以家庭和兄妹之間的情感為主軸，用令人意想不到的方式來介紹每一個人物的過去跟未來，之後再以完美的結局來收尾。

四.討論議題

你是否喜歡自己的家人呢?如何了解他們並與他們相處，才能好好珍惜這個能一起當家人的緣份?理解嗎?

資二2 曹緯傑

困境

困境是惡魔的化身，同時也是成長的良劑，年幼無知的孩子們，一遇到困難就只會哭打滾鬧，但隨著年紀增長的我們，面對困境的方式也截然不同，有的深受挫折倒地不起，有的自甘墮落半途而廢，但最好的例子，還是那些越挫越勇且努力不懈的人，看似愚蠢卻收益良多。

在台灣的教育裡，沒有一個老師會教你如何長大，更不會教你當自己有困難時，該用什麼心態、方式去面對這道高聳的牆。小孩子的困境在於學業，大人的困境在於現實，但如果克服了學業的困難，長大後的現實還會是那道高牆嗎？

既然改變不了教育的法則，那就改變自己的心態，沒有人天生就善於面對困境。但我能保證，如果現在的我們是一個輕易放棄的人，那未來的我們只會更容易放棄。老師和父母只會幫我們解決難題，實質上的收穫還是取決於我們面對困境時的勇氣和付出。

困境那隻惡魔在我八歲那年，以迅雷不及掩耳的速度降臨在了我的生活裡，也因此在我的人生中劃下了一道永久的傷疤：那就是我父母親的離異。起初年幼的我只在乎玩耍，但隨著時光飛逝，漸漸感受到別人家的小孩永遠都有兩個家長，但我僅擁有一個的痛苦。慢慢地感受到寂寞，慢慢地想深入了解原因，可永遠只得到一個：「你還小，不需要知道那麼多」的答案。直到現在快成年了，答案也慢慢浮現在我眼前，即使是爸爸媽媽，他們也是人，他們會做錯事情，正也因為他們是人，所以都有各自的選擇、命運以及旅程，即使路還很長，但該說再見時也要心存感激。

面對困境的我學會如何換位思考，學會如何分析問題，找出屬於他的公式解。如果我們不嘗試面對，我們就永遠無法找出那道牆的擊破點。克服我們從前所不能克服的，人生才會開始美好，唯有我們不斷強大，世界才會變得更溫柔，願所有人都得以善良相待。



應一1 曾家慧

我與小狗花田的那段時光

真正的離別，不是桃花山水，不是長亭古道，只不過在同樣灑滿陽光的早晨，有些人事物永遠留在了昨天.....

還記得那天，天空萬里無雲，我在同學家嬉戲。突然，媽媽打電話過來說：「我們家要有新成員了！」我連忙跟同學道別，急奔回家。一路上，既興奮又期待，一邊想像小狗的模樣，一邊嘴角忍不住往上揚了起來。一進門便看到一隻渾身濕漉漉的小狗，耳朵黑黑的，尾巴也一樣黑漆漆的，但身體其餘部分卻是土黃色，彷彿是狗媽媽生牠時，斷了墨水一樣，真的可愛極了！這是我和花田第一次見面的情景。

名字叫花田，是因為爸爸喜歡看動漫，所以引用《花田少年史》裡主角的名字。花田很頑皮，很難相信牠是個小女生，牠總是捉小動物回來送給我們，像是向我們報恩一樣，感謝我們讓牠成為家中的一分子！牠就是我們家的開心果，帶給我們意想不到的樂趣。有了牠的陪伴，我每一天都充滿歡笑與幸福。

在某一天，再平常不過的一天，發生令人難過的事。或許我跟花田心有靈犀，那一整天，心中一直有個疙瘩，很不安。回到家，媽媽跟我說：「花田走了.....」起初還以為媽媽在跟我開玩笑，但看到媽媽一臉嚴肅，我才知道這不是在開玩笑.....。

爸爸媽媽也不知道為什麼牠突然離開了，前一天牠還好好的，捉了一條蛇送給爸爸。隔天，爸爸媽媽回家的時候，看見牠渾身僵硬地躺在地上，一動也不動。到現在，我還是不想要相信牠離開我們了.....

我與小狗花田的那段時光，就像絢麗的煙花，雖然短暫，卻美得令我想珍藏一輩子。

資二2 陳立庭

面對困境我學會，面對自己

在傷痕之上，精心修繕；在逆境中，學會成長。這兩句話的共通點就是：當我們遇到困境和修補傷痕時，要找出對應的方法並從中學習，改善自己。

在現代社會，處處都充斥著：「你必須失敗，這樣才會成長」的觀念。但當我們重複遇到相同困境時，大腦的第一反應不會是：「上一次的失敗我是如何應對的？」而是責怪自己為什麼一直在犯錯，一直在逃避。對，我失敗了，但要怎麼保證一次的失敗就有足夠的經驗讓我們去學習？假如無法學習，為什麼總是要我們勇敢的面對失敗？曾經的我，對於「失敗」這件事情有諸多的疑問，因為當我反覆遇到困境時，我的反應總是害怕與怠惰。為什麼會這樣呢？這跟家庭教育有很大的關聯性。

從小家人催促我去讀書時，皆是利用威嚇、懲罰的方式。讓我從有意識以來，面對困境和學習的觀念都是：「不想挨罵、不想被嘲笑，更不想面對『失敗。』」而隨著年齡的增長，慢慢發現自己面對失敗的觀念以及應付的方法和同年紀的好友們相差甚遠。從小就不敢面對失敗帶來的影響，所以總是在躲避自己犯下的錯誤，而沒有從失敗的經驗中挖掘到解決方法，講白一點就是不知道要從失敗中學習，好友們的學習模式都是勇敢面對自己犯的錯誤，並知道下一次該如何應付相同情況。關於這點，我還在努力的學習中。

舉一個我曾失敗的例子：「上台報告講不出話。」很詭異吧，人人都可以做到的事，對我來說居然是難以跨越的困境，而且這個曾失敗的經驗更讓我從此更畏懼上台報告。但後來經過時間的拖磨和沈澱，慢慢的，我知道失敗並不可怕，可怕的是沒有從中學習，會失敗不代表是自己做了錯誤的決定而導致的，我要尊重當時做決定的自己。後來，我學會在上台報告前多練習，讓自己適應上台時的氣氛。以前只知道逃避失敗，現在我的大腦會給我勇氣，鼓勵我去面對，告訴我說不定這次的嘗試會為我帶來與眾不同的經驗。



商一1 陳姿霖

愛不變，思念也是

從出生起，我的姊姊就陪在我身邊。因為爸媽工作忙碌，所以幾乎都是姊姊照顧我的生活起居；她會請外婆煮麵、蘿蔔糕等她喜歡的食物，然後和我一起分享。我的生活一直都有姊姊的影子，我根本離不開她，甚至只想跟她在一起不分離。只要看不見她，我就很想她；她去哪，我就去哪，我就是她的跟屁蟲，直到老天爺跟我開了一個大玩笑。

有次姊姊發高燒，到醫院檢查，醫生說她的白血球過高，需要到大醫院去，所以我們半夜開車到台中的「中國醫藥大學」掛急診。醫生要姊姊住院觀察，而我被媽媽先載回家，因隔天我還要去上學。可是我回去後，完全睡不著覺，非常擔心姊姊，我不知道我該怎麼辦，一直以來我都跟姊姊睡，她不在身邊，我真的很害怕。隔天上學，我整天無精打采，無法專心上課，心裡總牽掛著還在醫院的姊姊。放學之後，我便跟著媽媽飛快地直奔台中。不幸的是姊姊確定罹患癌症，而且需要盡快化療，不然癌細胞會擴散到大腦。最後醫生說，病患家屬要抽血配對骨髓，移植骨髓是最好的治療方法，痊癒的機會比較大。

抽血後需要一個禮拜才能知道結果，等我知道我是跟姊姊配對成功的那個人，我很開心我可以救回她，就算我們天天吵架，我也不想她離開我，我一定會救回她的。但是醫生說要等她身體癌細胞殺光才能移植骨髓，所以姊姊還要繼續做化療。然而現實是殘酷的，姊姊的癌細胞擴增，進而導致器官衰竭。當醫生盡力搶救的時候，我在旁邊邊哭邊說：「姊姊，你不能離開我，你絕對不能離開……」搶救到一半，舅舅說不要讓我看到這些畫面，所以他要讓我離開病房，但我偏不，他硬是拖走了我。因為舅舅，我沒有見到姊姊生前最後一面。從那以後，我就很討厭見到舅舅，一點都不想跟他說話。

後來我們開始處理姊姊的後事，我幾乎每天都是哭著睡著、哭著醒來，我不知道自己活在世上有什麼意義，好幾次有自殺的想法。我在這段期間很痛苦、壓抑、脾氣暴躁……，生活一團糟。我很想要去跟姊姊作伴，但我知道我不行，我還有其他家人，所以我努力振作起來，好好的讀書。雖然我的成績也只能維持在中等，但上了高中後，慢慢提升自己的成績，可以連姊姊來不及上的高中、大學的份一起努力。

因姊姊的離開而脾氣變暴躁的我，也一點一點的在改變自己，我希望姊姊可以看到我快樂的活著而為我高興。她離開我已經快十年了，今年也是她的18歲生日；我特地買個小蛋糕到她的牌位旁為她慶生，跟她說說話，告訴她，我會一直在這裡堅強的生活，等到上天讓我可以去找她為止，對她的思念永遠不會停止。我和她的姐妹情深是彌足珍貴且永恆不變的……

國二1 宋潔筠

生命的滋味

人生總有悲歡離合，在當中我們品嚐著酸甜苦辣，然而沒有永遠的痛苦，也沒有永遠的歡喜，生活在這婆娑世界，若是平淡單調的過完這一生，或將索然乏味。

依稀記得，一年前，媽媽載著我去到不認識的人家中，寒暄一番過後，才得知有一個新成員要來我們家，牠的膚色猶如咖啡奶般，當下我便為牠取名為「奶茶」。常人道，當給了新生命名字時，則會在彼此生命中連結，再也無法分開。牠是一隻小倉鼠，活潑且好動，有時也很文靜，靜靜地玩耍，我常在想，如果牠是一個人類，我們一定會是談得來的好朋友。最近牠的身體越發虛弱，也不愛吃食物了，我逐漸感受到離別二字，幾天前，牠過世了，每當我回憶起一起玩的時光，牠真的就像一個家人的存在，我既無奈又覺得難過，這時，我才發覺，原來離別離我那麼近，也真的沒有想像中容易跨越。

今年的我十七歲，看過與體會過的人、事、物皆不多，萬物的生命總交織悲與喜，而離別到了眼前，也經常不得不向他低頭。但幸運的是，相處過程中的點點滴滴都令我十分歡喜，我不再孤單、不再寂寥，我親愛的夥伴雖離去，卻也一直守護著我，這使我對分離不再那麼懼怕了。只因為有了思想、情感的人，才能領悟悲歡離合的存在。

痛苦與歡喜，是人生道路上的必經，如果這些情感不再湧出，我會是一個多麼無情的人類啊！生活中的大小事，豐富了我的世界及情感歷練，這一年來也哭過、也笑過，猶如張曼娟文章裡所寫「我的世界這樣小，卻是剛剛好。剛剛好，遇見最美好。」這也使我從悲傷的情緒中，調整對這世界所發生的萬物，並開始接受所有經歷過的事情。希望在未來，我的世界也繼續充斥著喜，也夾雜著悲，品嚐著不同的人生滋味。



商一1 洪滋均

最想列印的畫面

如果可以選擇一瞬間的記憶列印出來，我會選擇列印出與逝去家人的點點滴滴。曾經，我也身在福中不知福，恣意的享受著、以為理所當然、不會改變的那專屬於我的寵愛... ..的成績，可以連姊姊來不及上的高中、大學的份一起努力。

那時候是小學，每天早上都需要有人不斷的叫起床，因為我很喜歡賴床。那時候爸爸每天都不厭其煩的來叫我起床，但是當時的我卻覺得好煩，好討厭。在上學的路上依舊感到特別煩躁，覺得沿路風景沒什麼值得觀賞的，和爸爸也沒什麼互動。不過一到學校，我從來不會忘記跟他說聲再見，即使我表面上有那討人厭的起床氣，內心深處卻是感謝他每天叫我起床並且載我上學。

當這些日常已成往事，當時間在不知不覺中流逝，我多麼害怕有一天，我會把他忘記。忘記他每天早上耐心又溫柔叫醒我的時候，忘記我總是不耐煩回答他的時候，忘記在路上被同學嘲笑他很老的時候，忘記他在我快遲到前，催促我跑進去的時候，忘記他離去時蹣跚的背影，忘記所有關於他的事情，忘記我的爸爸.....。

看似平凡的家長接送，對我來說卻是意義重大且最不想忘記的一段記憶。人生不能重來，但是曾經那些美好的時光，如果能列印出來，是否就能保存到永久？

商一1 陳祺文

最想留下的剎那

小時候的我，總是夢想著長大，認為長大是非常美好的：擁有小時候無可比擬的自由，可以做小時候無法做到的事，可以隨意地玩耍……絲毫不知長大後也會承受更多艱辛。在這十五年不長不短的時間裡，遇到了許多的人事物，有歡笑也有淚水。

小學中年級的時光，是我最懷念的。那時候的我，是個單純的小孩子，沒什麼慾望，爸媽也沒有分居，不需要面對生活壓力，心中與現實一樣，都還是簡單無憂的小孩子。

那時的我，最喜歡的時光就是下課後跑到廚房幫忙料理晚餐，一邊和媽媽煎、煮、炒、炸，一邊等著爸爸下班回家。等大功告成後，全家人便在充滿香氣的餐桌前，開心地吃飯、聊天，分享著當天的點點滴滴，享受簡單的幸福。看似平凡的情景，卻已成記憶中的歷史畫面。

慢慢長大，學業與青春期的壓力逐漸增大，不再像以前一樣有許多時間，不再如以前一般單純無憂，跟家人不再有以前一般的熱絡；開始有了少年的煩惱，開始有了對未來的惆悵，也漸漸感到了迷茫。這時候回頭才發現，小時候的自己是多麼的幸福。

我多想有台可以把剎那拍下來的照相機，對小時候的自己按下快門鍵，並把這瞬間取名：幸福的剎那。



資一2 龐子綺

學會自我管理

升上高中，從臺中來到南投就讀，第一次離家住校，迥異於國中的生活型態，讓我無比的興奮也開了眼界。開學一個月後，我感到既興奮又挫敗，興奮的是，脫離了父母的管束，自己像個小大人一樣能夠安排自己的生活。挫敗的是，原來自己的自我管理能力的如此不足，許多國中不曾犯的錯，竟然在高中犯了，例如：遲到與作業不夠用心。

學會自我管理是非常重要的，我認為在時間管理方面，能夠妥善安排時間，不拖拉，無論是課業上、班級事務上的各種作業與任務，按照輕重緩急排列，才不會到了該交作業的時候延遲和缺漏。雖然，有時事後可以補救，但錯失了時效性，也因為趕時間的緣故，作業與交辦事務的品質也慘不忍睹！更何況，有些事錯過就是錯過了，根本無從補救！

另外就是按照自己的計劃「今日事今日畢」，嚴格的管理自己的執行力，該做的事情每天都能夠完成，那麼自我管理哪有不成功的呢？完善的計畫更需要每日的踐履、執行，能夠自我約束就能確保每日計畫完成的進度。

「今日事今日畢」雖說是陳腔濫調，但是「涓滴成流，聚沙成塔」，所有浩瀚的工程都由一磚一瓦蓋起，沒有細小的組成分子、沒有能夠實現計畫的細節，即時有再偉大的遠景與擘劃，也都只是癡人說夢的空中樓閣。

前一陣子因為我沒有管理好自己的時間，遲到了二次，被罰寫了一百字的心得。但學校每天的作息都相同，我完全無法控制，管理好自己的時間嗎？其實不是，說穿了還不是因為自己的拖沓與散漫，是自己「不為」而不是「不能」，這正是欠缺自我管理的結果。

孔子說：「逝者如斯夫，不捨晝夜！」上天是公平的，每人每天僅有24小時，如果生活不能自律，不能自我管理和自我約束，更遑論有好的成績與效率，只是虛擲生命罷了。

資一2 龐子綺

我最欣賞的生活態度

良好的生活態度，會讓人有規律且充實地過好每一天，而我最欣賞的生活態度就是「今日事，今日畢」。

或許對很多人來說「今日事，今日畢」是了無新意的陳腔濫調，但是「涓滴成流，聚沙成塔」，所有浩瀚的工程都由一磚一瓦蓋起，沒有細小的組成分子、沒有能夠實現計畫的細節，即時有再偉大的遠景與擘劃，也都只是癡人說夢的空中樓閣。

所有優秀的勝出者，都需要熟練的技術與不斷精進研究與練習，這些技術與研究都不是一蹴可幾的，那就需要平日的練習累積。完善的計畫更需要每日的踐履、執行，能夠自我約束、自我管理，那麼能夠「今日事，今日畢」就能確保每日計畫完成的進度。

記得剛升上高中時，對於課業有莫大的信心，我為段考訂定了計畫，考前兩周就緊鑼密鼓的準備，要寫哪些練習卷、要複習哪些不熟的單元……，縝密的計畫安排到段考前一天。但是，新奇的社團活動與教室佈置佔去了我大部分的時間。遑論剛剛擁有手機，更是沉迷於手遊世界而難以自拔。直到段考前幾天，我突然翻到開學時信誓旦旦安排的計劃表，才發現我總在「明天再補做」中拖沓過去，即使有補完成，也因為當天還有其他作業而敷衍了事，不到一周我就遺忘了它。可想而知，段考成績出來自然慘不忍睹，連國中同學也詫異我成績的一落千丈。

經過這件事情，我明白「今日事，今日畢」的重要，老師每天教導的內容必須當天複習，才能達到最好的成效。良好的生活態度，會讓人充實地過好每一天，而「今日事，今日畢」就是我認為最好的生活態度。



一片蘿蔔糕長成一片森林 粿家幫品牌形塑之行動研究



一片蘿蔔糕長成一片森林-裸家幫品牌形塑之行動研究

摘要

蘿蔔糕是隨處可得的一項商品，南北各地各具特色且電商平台興盛的時代裏，業者間的競爭更加激烈，平凡且價格不高的蘿蔔糕為何大費周章規畫策略活動去進行品牌形塑？「裸家幫」努力地進行商業模式創新、品牌形塑及強化品質保存的技術，在生產同時，堅持環保意識以達到永續發展的理念。

本小組採用行動研究參與裸家幫由雙鑽石理論發展出：慎選配合電商平台、辦理食農教育、品牌及平台交叉活動行銷及運用公共關係等策略活動，從過程中所發現的問題進行回饋以做為下一次活動改善。裸家幫勇於走與同業不同方式的創新行銷，運用地方創生的模式匯結在地特色廠商一起進行文化行銷以開創出新的商業競爭模式，期待提升傳統產業服務品質及價值。

壹、研究背景、動機及目的

一、研究背景

「蘿蔔糕」應該是我們個人從小開始就接觸的食品，尤其是過年過節家家戶戶在祭拜祖先時必要的傳統糕點，這樣的食物可說價格不高、普通又平常，且跟「傳統、老舊」的刻板印象畫上等號，也是每年過年除夕夜一家圍爐餐桌上必備的一道菜，似乎一年都要吃一次。

台灣經歷多次食安風暴後，民眾對於食材的溯源越來越重視，也願意多付一點錢以確保日常食物的安全。但蘿蔔糕的製作過程為了降低成本、增加口感與美味，生產業者透過添加修飾澱粉及多種添加物，達到物美價廉以吸引消費者購買。在網路上進行蘿蔔糕販售的店家很多，銷售通路多以是臉書粉絲頁或加入各大電商平台，銷售的手法不外乎是價格競爭，根據 Ipsos2021 消費者行為調查中發現「消費者首重價格，因網路方便比價，優惠促銷最容易吸睛，其次有 10% 的消費者重包裝設計、有 8% 重視話題趣味。」

在疫情較舒緩期間，本小組參加在地科技大學辦理的在地創生產業研習活動中，「裸家幫」說到對所生產的蘿蔔糕追求給消費者最純真的美味、為我們生存的土地善盡責任，期望整個社會永續發展之論調。一塊平凡且價格不高的蘿蔔糕為何需要如此大費周章地進行相關活動，到底能夠為「裸家幫」帶來甚麼經濟效益？一片蘿蔔糕又將如何



長成一片森林呢？

二、研究動機

翔豪味發跡於台中第二市場以港式點心受到消費者的喜愛，從祖父開始遵循古法，注重食材來源且不添加防腐劑，產品強調冷藏才可以保留其風味。因美味受到很多店家熱愛前來邀約協助代工，但代工價格偏低且如果要求保存期限加長又要使用替代食材，這與企業長久以來追求的理念背道而馳。翔豪味公司走在轉型之路上，堅持給消費者健康、美味的食品，於是放棄港式點心的生產，專心生產屬於台灣人的傳統美味－菜頭粿。粿家幫目前已經傳承到第四代，第四代的掌門人立志做一個「好粿子」，把「生產、生態、生活」三生的理念結合祖父傳承下來的好風味發揚光大，期望將「粿家幫」這個招牌的品牌精神建立出來。

在品牌形塑的過程中，第四代掌門人經歷8年與父母的溝通，可稱是一場家庭革命。在秉持祖父對食材的尊重及食品安全理念，推動經營團隊對社會責任的認知並落實到品牌精神的塑造，讓父母也一起推動品牌形象，化身最佳代言人。

2020年可說是粿家幫進行形塑品牌形象的元年，但在2019年末爆發了新冠肺炎導致原本擬定的相關計畫皆只能修正式的執行及活動可能所需資源的檢視、調整以醞釀更多能量。本小組於2021年七月與翔豪味公司進行第一次的接觸及初步認識，我們懷疑的是銷售一塊蘿蔔糕為何需要如此耗費周章去建立品牌形象？且由國教署規劃「中彰投-教育創生事業生態系」活動下，粿家幫入選中彰投地區特色企業及廠商，到底「粿家幫」的特色是甚麼？在地方創生活動中想要為這個產業帶來甚麼示範的做法？

三、研究目的

1. 探討粿家幫所面臨的市場競爭之困境。
2. 運用雙鑽石理論進行品牌形塑之策略研究。
3. 研究粿家幫的文化行銷與品牌形塑之活動內容及過程。
4. 分析文化體驗及企業參與新創（CSE）模式所帶來效益並提出建議。

四、主題與課程之相關性或教學單元之說明

1. 商業與管理應用

運用商業管理群所學專業科目，商業概論、行銷學課程教導的行銷策略，分析商家本身的優、劣勢及所面臨的機會與威脅。透過相關文獻進行商家的SWOT分析、STP分析及行銷4P分析，跟商家檢視及了解消費者需求，輔以品牌形塑

過程中所執行相關活動，本小組在參與過程中參與與稞家幫會議及活動，藉由活動前後的會議討論進行活動規畫、執行及檢討並擬出改善方針。

表 1 相關課程表

課程名稱	運用課程內容
專題製作	■ 文獻資料蒐集分析 ■ 小論文架構 ■ 簡報設計、口頭發表
商業概論	■ 電子商務 ■ SWOT 分析、4P 分析、STP 分析
數位科技概論	■ 利用雲端硬碟儲存資料 ■ 利用即時通訊(LINE)小組討論 ■ 利用 Google 表單設計問卷 ■ 利用文書處理軟體(Word)製作書面報告 ■ 利用簡報設計軟體(PowerPoint)製作簡報 ■ 利用電子試算表軟體(Excel)統計資料結果
行銷實務	■ 問卷設計 ■ 市場調查 ■ 市場調查與行銷資訊 ■ 行銷企劃書撰寫

(資料來原本小組自行彙整)

貳、文獻探討

一、行動研究

社會心理學家勒溫(Kurt Lewin)為最早提出行動研究的學者，其定義行為研究的課題來自實際工作者的需要，研究在實際工作中進行，由實際工作者和研究者共同參與完成，研究成果為實際參與者的理解、掌握和實施，以解決實際問題、改善社會行動為目的。研究的參與者，為了解決所遭遇實際問題的需要，與專家、學者或組織中的成員進行合作，將問題發展成研究主題，進行有系統的研究(陳伯璋)。因此，行動研究是透過一種共同參與，結合理論與實際的研究，過程中強調行動過程中所有參與者一起合作，診斷與治療並重，思想與行動相互為用，以獲得最佳行動方案與效益。



此次與裸家幫進行品牌形象過程中，公司銷售暨品牌發展經理與本小組互動過程中提出以下問題：電商平台銷售力不佳、品牌知名度不足、行銷通路過度集中在批發銷售等，公司也委託市調公司進行蘿蔔糕市場相關調查，檢視公司所面臨的問題，公司經營層開始著手嘗試來解決，其行動過程與學者 **Chein, Cook** 及 **Harding** 對行動研究的類型不謀而合，以下分別針對四個類型進行說明：

1. 診斷式行動研究：指實務工作者在面臨工作困境時，簡單及典型的解決問題的方式。如：電商平台的所遭遇的問題及對應的解決行動方案。
2. 參與式行動研究：研究過程中，提供機會與位置給問題有關的人員，以協助投入研究，透過協同行動，獲得良好的結果。本小組在裸家幫辦理產地到餐桌系列活動中，參與行動方案的研討、籌備、辦理、追蹤與檢討。
3. 實證式行動研究：針對問題提供某些特定行事的處理，並對研究者所作所為藉由情境中發生的任何變化，作成正確紀錄。在此次產地到餐桌、文化行銷活動及參與公司企業品牌形象發表活動，記載活動後對於企業所造成的影響為何？
4. 實驗式行動研究：唯一與實驗室相近的研究形式，在實際情境中解決實務問題。此次行動中嘗試運用公共關係企圖增加裸家幫品牌能見度及知名度；再者是在產地到餐桌活動及參與「青青市集」籌設的過程進行異業結盟，期待能夠增加裸家幫品牌精神的認同度進而推進銷售量的提升。

裸家幫經營團隊鑑於現有通路批發有一定基礎之下，為傳承四代的好味道，堅持自然、健康的理念，第四代的簡家兄弟不斷與家族長輩溝通與協調目前蘿蔔糕市場所面對的問題及困境，嘗試突破業界既有發展模式，邊做邊修正相關策略活動的內容，為讓傳承 60 年的好口味、好工藝突破現況創新商業模式，期待下一個一甲子的永續企業奠下深厚根基。

二、雙鑽石理論

雙鑽石設計流程(The Double Diamond Design Process) 稱為 4D Model，是由英國設計協會(Design Council)於 2005 年提出一套設計流程，主要由發現 (Discover) - 定義 (Define) - 發展 (Develop) - 付出 (Deliver)等四階段組成，而每兩個階段就是一次「發散 - 收斂」，看起來就像是兩顆鑽石，因而得其名。雙鑽石流程特別強調設計過程中的兩次發散與收斂，透過雙鑽石模式來避免落入「定義錯問題」或「太快進入解決問題的階段，忽略其他更好解方」的困境。本專題將採用雙鑽石理論進行「裸家幫」在共好的

精神之下追求企業永續經營、地方創生及品牌形象過程中一系列策略擬定、修訂、方案執行、目標及效益等修訂與檢討。

三、地方創生

臺灣推動地方創生計畫主要是針對人口分布不均勻的問題，是行政院在 106 年 12 月宣示三大施政主軸之一，並宣示 108 年為地方創生元年。因為區域人口的不均衡，造成許多偏鄉地區的人口一直在減少，根據地方特色發展地方特色產業，讓人口回流及青年返鄉，解決人口變化。國發會為協助地方政府挖掘在地文化底蘊，形塑地方創生的產業策略，推動「設計翻轉、地方創生」計畫，透過盤點各地「地、產、人」的特色資源，以「創意、創新、創業、創生」的策略規劃，開拓地方深具特色的產業資源，引導優質人才專業服務與回饋故鄉，達到地域、產業與優秀人才的多元結合。

在地方創生的精神之下，為了不讓參與的企業或廠家單打獨鬥之下，由國教署規劃「中彰投－教育創生事業生態系」活動下，選出中彰投地區特色企業及廠商由協力師進行資源盤點與營運評估，彙整所有參與企業的優缺點，在「共好」下，進行六級產業的整合，透過交叉行銷有效帶動地方產業及文化的創新。而稞家幫在國教署活動之前已經默默在進行企業內部的一場革命，而這樣的革命與政府推動政策之目的不謀而合，稞家幫與「青青市集」(請參照附錄資料三)正在展開一系列的活動，讓台灣看見稞家幫的堅持與努力。

四、蚯蚓箱

蚯蚓箱的概念由戈峰、霍維周等專家在 2008 年北京奧運會組委會獻言，提出蚯蚓可大量吞食垃圾中的有機物，如飯菜、紙張等。一個 3 口之家一天產生的生活垃圾，幾千條成年蚯蚓可將其全部消耗。蚯蚓吃垃圾的同時會產生無味、無害、高效的多功能生物肥料。據環保署統計，台灣每天產生的廚餘超過 5 千噸，一年超過 2 百萬噸的廚餘，以往大半交由業者回收給養豬業餵養豬隻，為了防杜非洲豬瘟疫情透過廚餘傳播，許多廚餘養豬業者紛紛轉用飼料，大量廚餘何處去成了重要的環境問題。

桃園龍潭的農民李朝安可說是台灣蚯蚓箱製作的導師，在自己農場裡運用蚯蚓的堆肥功能，將廚餘轉為有機肥料種植蔬果，更為蚯蚓設計生態箱，從源頭減少家庭的廚餘，無臭無味的蚓糞可用來改良土壤增加地力、種植農作物和園藝使用，減少化肥的使用，也可用來除臭、淨化水質，及作飼料。



裸家幫在品牌形塑的源由強化企業永續經營、友善耕作的理念，在企業本身開始推動蚯蚓箱的養殖，裸家幫將日常生活垃圾放置蚯蚓箱內，其中也發現對周遭環境產生良善的回應，友善大地的理念更深植在蘿蔔糕材料來源的取得，提供消費者安全、健康的食品，也一同為社會善盡公民責任。



圖 1 蚯蚓箱介紹 (資料來源本組自行拍攝)

五、裸家幫的介紹

(一)、裸家幫源由：

翔豪味食品有限公司是一家專精於生產製造古早味米食及糕點的加工廠，旗下有由產品線劃分成裸家幫、廣味軒及糧之三個產品，一開始並非只販賣蘿蔔糕，而是從港式點心開始走到現在轉型經營品牌訴求綠色循環經濟及在地的好滋味。從第一代為草屯米農開始默默開始了堅持美味之路！自己不敢吃的作物及產品也不賣給其他人！簡阿公為第二代掌門人，仍為在地米農，種植及供應生產需要用的米。第三代掌門人簡添財先生出社會在母親家業「廣味軒」餅舖工作並學習傳統漢餅工藝，因而認識母親結為連理。「廣味軒」相信是每一個老台中人記憶中的美味，尤其是已經絕響的「海棠果」。兩人婚後在七零年代，從台中第二市場起家，以港式點心聞名，後來市場及通路逐漸改變，港式點心席捲市場通路成為廉價商品，為了保有風味及品質，堅持不願意摻雜其他添加物的想法進而捨棄港式點心業務，開始專營製作蘿蔔糕！歷經多年的生產技術調整及設備的設計改善，品質獲得市場認可逐漸的打下中部一片天成為眾多早餐店及零售市場的供應商。第四代掌門人逐漸成長，蘿蔔糕也陪著他們長大，吃著蘿蔔糕成長的第四代簡氏兄弟也回來承接家業，創立裸家幫及糧之品牌同時承接廣味軒作為轉型開創新的營運模式。至今經歷 60 年的好滋味，有著代代相傳對於食品的執著，從征服在地的老台中人到現在行銷全台！

(二)、「裸家幫」品牌精神：延續台灣在地真正美好的菜頭粿

「裸家幫」認為一塊簡單的蘿蔔糕如果能和台灣在地更多材料來源供應者講好一起

守護土地，把那種單純做回來，那麼蘿蔔糕就不只是蘿蔔糕了。以前的蘿蔔糕是蘿蔔盛產之餘再利用的產物，早期製作蘿蔔糕有什麼材料就加什麼來提味，可能是小蝦、小魚乾，阿嬤自己曬的鹹菜脯、醃臘肉，甚至各種菜乾，或者單純的白蘿蔔和米，不同的阿嬤各自詮釋自己認為最美味的蘿蔔糕，且從小看阿公、爸爸、媽媽做蘿蔔糕長大，決定繼續延續這種在地的好滋味，提供全台灣人一塊真正單純且美好的菜頭粿。

(三)、「裸家幫」商業模式：從加工到跨產業的合作形成產業聚落

「裸家幫」透過推動綠色循環經濟發揮保護環境的影響力，更落實延展到供應鏈及跨界的品牌與平台合作。有鑑於一個品牌的孤軍奮鬥力量單薄，需要集結更多元的品牌及不同型態企業組織一起合作，讓行銷的力量加大，業務行銷企劃可以多元發展，結合餐會、體驗、職人講堂、文創品牌及商品、深度文化旅遊等不同型態的企劃，也透過加入青青市集平台集聚有志一同的企業及產業共同聯合行銷，讓一片蘿蔔糕透過平台的延伸發揮更大的影響力，長成一片森林的願望可以有朝一日達成。

參、研究方法

- 1.文獻分析法：透過上網搜尋產業相關資料進行研究及探討。
- 2.行動研究法：參與並協助裸家幫品牌形象各項活動，從活動過程中學習活動從發想、規劃、提案到付諸實現、最後進行活動檢討及改善。
- 3.實地訪談探討法：運用雙鑽石理論與裸家幫進行訪問、活動辦理討論、修正及檢討。
- 4.問卷發放法：透過實際參與活動發放問卷，透過問卷的回饋來進行分析。



圖 2 研究方法流程圖(資料來源:本組自行整理)

肆、粿家幫面對的問題與困境

一、市場資料分析

本小組綜合 Google 搜尋趨勢、第三方公開資料 (政府統計數據、專業機構公開報告) 及 Ipsos2021 消費者行為調查，進行 2021 年消費趨勢、蘿蔔糕市場相關資料彙整及說明：

(一)2021 年消費趨勢：

- 1.疫情驅使下網購需求激增，網路的使用率及網購消費金額皆攀高峰，2020 年相較 2019 年網路使用量成長 50%；網路銷售量成長 17%。
- 2.臉書直播成為宅食品的討論王，從調查中發現消費者有 73% 因網路聲量而選擇、55% 因開箱影片購買、17% 因 youtuber 而購買及 4% 因 IG 的推播而下單購買。
- 3.體驗分享刺激消費者購物決策，社群或口碑相傳採一條龍式的誘導銷售，提高消費者下單意願。
- 4.30 世代消費族群為消費主力，而 50 世代消費族群最重視食安，且有 87% 民眾曾網購冷凍生鮮食品。
- 5.消費者首重價格與促銷，因網路方便比價，優惠促銷最容易吸睛，其次有 10 % 的消費者重包裝設計、8% 重視話題趣味。
- 6.深度體驗式旅行風潮盛行，近年來更颯起了深度旅遊的風潮，現在民眾嚮往著進行慢活式的深度旅遊，實實在在踏進從未經歷的土地，體驗在地人們生活的方式。
- 7.食安問題及消費者價格判斷為主，根據 2020 年台灣食品消費與通路調查資料統計，消費者選購食品時，各年齡所考量的各有所不同，受最多消費者重視的

第一群是：品質優良、衛生安全；第二為價格、好吃；第三群為具保健、機能性、環保；第四為操作簡單、品牌。

(二)菜頭粿(蘿蔔糕)相關調查

1.Google 搜尋聲量調查

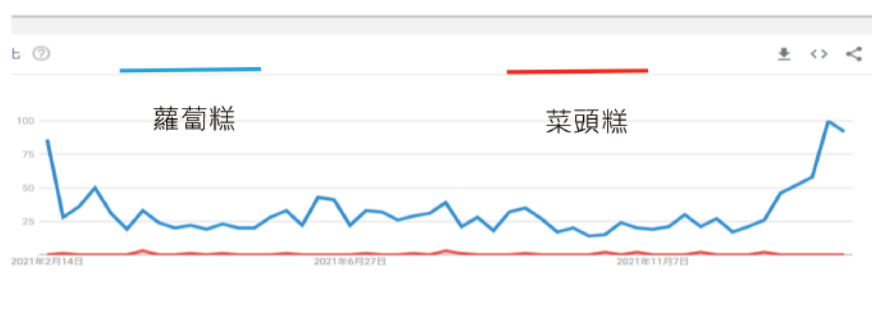


圖 3 菜頭粿(蘿蔔糕) Google 搜尋聲量調查(資料來源Google 搜尋)

結論：蘿蔔糕在關鍵字上的運用相較菜頭粿有顯著差異。

2.蘿蔔糕延伸相關搜尋

表 2 蘿蔔糕延伸相關搜尋排名表

排名	1	2	3	4
搜尋問題	料理	社群	品牌	保存問題

(資料來源：Google 名詞搜尋；本小組自行彙整)

結論：民眾在意的是的是蘿蔔糕可以改變料理的方式比較有興趣。

3.蘿蔔糕網路知名品牌

表 3 電商平台蘿蔔糕經營業者

品牌	價位	地區	網購	特色
梁家瘋味	高價位	台南	有	嘗試用高價位及在地化食材加入產品，創造話題
添好運	高價位	台北市	有	因本業在餐飲界獲消費者好評
盛裸一切	中高價位	台北市	有	首先透過販賣機進行販售造成新聞話題
中山招待所	中高價位	台中	有	為歷史悠久的知名餐館



木木言己	中價位	台南	有	透過電商平台搭配促銷方式行銷
曾家莊	中價位	雲林	有	透過電商平台搭配促銷方式行銷
好運來家傳	中價位	高雄	有	透過電商平台搭配促銷方式行銷
華村食品	中價位	宜蘭	有	透過電商平台搭配促銷方式行銷

(資料來源：食尚玩家 2021 推薦；本小組自行彙整)

結論：目前在經營推廣產品包含運用公共關係，原本企業品牌知名度，創造話題或進行活動價格促銷以吸引消費者關注。

(三) 粿家幫分析

1. SWOT 分析

表 4 SWOT 分析

S 優勢	W 劣勢
1. 傳承 60 年在地好口味 2. 推動並取得永續發展之認證 3. 通路批發與自有品牌並重 4. 推動有機、友善生產之產品 5. 食材透過契作確保產量與品質穩定性 6. 精進冷鏈技術及真空包裝延長賞味期限	1. 品牌知名度不高 2. 產品價格屬中高價位 3. 理念認同之銷售通路不足 4. 促銷活動少
O 機會	T 威脅
1. 民眾越加重視食安 2. 消費者對食農教育課程體驗參與高 3. 消費者重視生產者的社會責任實踐 4. 電商平台及社群網路盛行 5. 創設虛擬店面增加購買方便性	1. 消費者價格導向 2. 修飾澱粉產品充斥市場 3. 年輕族群對「粿」存著刻板印象 4. 食材成本不斷上漲 5. 中式點心種類眾多，競爭激烈 6. 現代飲食習慣傾向輕食與養生，而本產品熱量偏高

(資料來源：本小組自行彙整)

2. 行銷 4P 分析

表 5 裸家幫 4P 分析

產品策略 Product	產品線：蘿蔔糕、中式漢餅、農畜產品 品 牌：裸家幫、廣味軒、糧之 特 色：強調傳統工藝、不添加多餘的添加物、友善 大地生產方式
價格策略 Price	1.訂價策略採行成本加成法及認知訂價法 2.目前產品線之價位均為市場上之中高價位
通路策略 Place	1.電商平台 2.通路批發 3.市集銷售
推廣策略 Promotion	1.電商平台網站合作 2.報章雜誌專欄 3.臉書粉絲專業

(資料來源：本小組自行彙整)

3.裸家幫 STP 市場區隔

(1)市場區隔(Segment)：裸家幫的行銷策略主要歸調傳承四代的工法、堅持安全與健康、善盡社會責任的企業。透過以 60 年的蘿蔔糕專業生產者為主軸，堅持不添加人工調味品，保留食材的原味，與小農進行契作讓生產用的稻米、蘿蔔可穩定及品質保證，讓裸家幫所生產的蘿蔔糕保有最天然、純真的好口味，並為我們生活的環境善盡一份責任。

(2)目標市場(Target)：由於蘿蔔糕是老少咸宜、平民小吃且高貴不貴的食物，但購買蘿蔔糕主要的消費者為家庭中餐食準備者，且裸家幫在品牌形象塑造過程中強調給消費者純真、安全與健康的食品，因此主要的客群鎖定負責家庭餐食準備者且認同天然及健康的理念。

(3)定位(Position)：主要定位是天然、健康且高貴不貴的蘿蔔糕，讓每一位顧客都能放心享受裸家幫的食品，一起為我們生活的環境善盡一份責任。

綜合上述的相關資料分析，本小組歸結出裸家幫所面臨的問題：

1.理想與現實落差，市場仍以方便好吃、較低價為主



消費者在調查中認為健康、食安重要，但在消費時仍以好吃、方便與便宜為考慮的重點，且偏甜食、重口味及價格低更容易吸引消費者目光與親睞。

2. 網路銷售通路比例大幅成長，品牌力不佳

在實體方面，大幅度偏向網路通路市場，消費者首重價格、方便等，除了特定老牌的差異性較低。

3. 缺乏口碑推薦

因網路搜尋相關方便，消費者除著重食品特色及創新，再者是社群推薦(試吃)和單一品牌，裸家幫品牌力及媒體曝光度偏低。

4. 購買首重價格促銷，安全有加分

網購市場由於無法直接試吃產品，消費者相當程度上會選擇熟悉的品牌，接著便是優惠、食安履歷及包裝設計皆有加分。

5. 偏重通路及市場銷售，自有品牌知名度不高

檢視裸家幫目前營收狀況，主要經營市場及通路批發的蘿蔔糕，蘿蔔糕代工佔目前營收的百分之八十，其他的營收來自自有品牌蘿蔔糕、中式漢餅及畜牧農產品。

6. 缺乏進行事件行銷之公共關係，品牌理念難以廣大宣導

裸家幫致力推動友善耕作，透過與全台在地小農進行契作，確保食材品質；實施德國BD動力農法，運用蚯蚓箱的培育讓土地降載壓力，達到土地永續生長。因缺乏行銷管道難引起消費者認同品牌，帶動自有品牌銷售營收比率提升。

伍、裸家幫品牌形塑策略

「裸家幫」從原本在中部經營傳統市場及通路批發的蘿蔔糕，因用料實在及堅持無添加物的理念而斷送市場通路，簡家兄弟意識到自有品牌的重要性，但除了自有品牌外，裸家幫也致力推動聯合國公布 17 項永續發展目標中的 SDG4、SDG11 及 SDG12 三項目標，透過推動食農教育、友善耕作，更重要的是要與土地有所連結，才是簡家兄弟認為「永續發展」的路，期盼這樣的理念達到整體經濟社會「共好」、「共享」，逐漸拓展成共同生活的一片大森林，達到品牌精神建立與能見度，共同邁向永續發展。

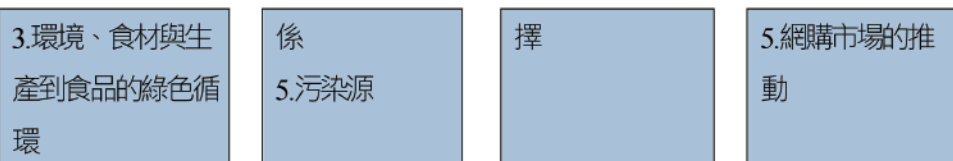
一、品牌形塑發展方案之歷程與反思

為了堅持祖父的傳統好味道能永久傳承下去，且消費者食安意識抬頭；如何持續提供天然、美味、可口又能善盡一份社會責任、自有品牌的營收比重提高，須對於公司本身的資源、外在的機會及資源進行分析與統整，在形塑的過程中邊做邊調整其策略及行動方案，因此本研究小組採用雙鑽石理論與裸家幫經營團隊進行策略發想，透過二次的

發散與收斂，讓品牌形塑的目標更加完整，以下為本小組與稞家幫經營團隊成員採用雙鑽石理論進行稞家幫品牌形塑發展方案之歷程與反思：

表 6 稞家幫品牌形塑發展方案之歷程與反思

1.疫情提升帶動網購普及率。 2.全通路及行動電商蓬勃發展。 3.在地產業經濟偏重第一、二級製造業 4.食安問題及消費者價格判斷為主。 5.全球企業須於2050年達到零碳排放。 6.深度體驗式旅行風潮盛行。	1.企業及產品的差異性 2.持續溝通食農教育及食安問題。 3.發展理念相同之微型經濟。 4.致力企業與環境永續發展。 5.寓教於樂的文化觀光	1.創生及形塑企業品牌精神 2.推動食安及食農教育 3.傳承先人精湛工藝 4.推動在地特色產業進行交叉行銷 5.推動綠色生產實驗室(Lab)	1.慎選理念相同之配合電商平台 2.目標消費族群食農教育及美食品嘗活動。 3.內部整體永續發展政策實踐及回饋。 4.創設在地創生之市集。 5.規劃文化行銷觀光。
探索 (discover)	定義 (define)	發展 (develop)	實行 (deliver)
1.品牌精神認同 2.企業與環境永續發展	1.利害關係人 2.角色的界定	1.策略發展限制 2.利害關係人角色扮演 3.行動方案意見回饋	1.腦力激盪及勞力支援到企業能力發揮 2.合作綜效創造
1.閩客及原民飲食文化的風味探索 2.在地特色食材與代表風味品項的研發	1.食品安全 2.添加物迷思 3.食物食品 4.產地、耕作方式與環境的關	1.產地到餐桌 2.食農生態教育 3.多元體驗遊程 4.產學合作 5.電商平台的選	1.移動餐車 2.快閃市集 3.主題性市集 4.稞家幫的音樂廚房



(資料來原本小組自行彙整)

二、策略使命：四代人的創生之路-傳承與自我認同

- 1.質地：融合南北風情、喚起傳統美味的回憶、發揮料理人的創意與愛。
- 2.口味：堅持零添加，提供消費者最新鮮的蘿蔔糕，期望給消費者最純真的美味。
- 3.風味：注重原料生長的合適水土、食材的獨特性、採用適地適種與耕種方式並且示範多元料理方式，給消費者帶來食物的多層次與化學變化的感受。
- 4.技藝：將製作蘿蔔糕的匠具與技藝提升，從傳統走向科技、且追求全食材利用、讓生態動力降解，善盡並完成社會責任。
- 5.生命共同體：透過自我的認同與覺醒，推動合作共榮共好，找到共同理念的夥伴一起努力，在全台最高的市集達到產業六級化、社區活化、發揚地方文化與國際接軌的綠色循環經濟與永續傳承。

三、策略目的：品牌精神塑造與社會創新概念確保企業永續發展

- 1.提升自有品牌佔營收比例，以壯大企業本身資源。
- 2.透過食農教育的推廣，以提升品牌能見度。
- 3.推動企業生產過程零碳排，爭取國際認證，以拓展國外消費市場。
- 4.透過文化行銷模式參與在地創生活動，達到在地產業共好及繁榮地方經濟。

四、策略目標：實踐傳承與創新、文化轉譯對焦市場需求及設計

- 1.漢餅與台灣茶的文藝復興-廣味軒
傳承皇家御傳的國寶技藝，走向精神富足的茶藝文化。
- 2.傳統但不傳統的蘿蔔糕王國-粿家幫
傳遞台灣傳統米食料理的風味與創新。
- 3.綠色循環經濟的生態教室-糧之畜牧場
食安與食農教育、產地到餐桌、綠色生產實驗室(Lab)。

五、策略行動：

- 1.堅持品牌理念慎選配合電商平台。

- 2.食農教育：辦理產地到餐桌、餐桌到產地體驗行銷活動。
- 3.品牌及平台交叉活動行銷開拓多元行銷模式(CSE)。
- 4.運用公共關係強化品牌理念宣導。

陸、策略行動方案執行與檢討：

一.慎選配合電商平台：

1.源由：

- (1)現有市場主流電商平台多以價格為主要訴求，未能善盡食安之責。
- (2)大部分消費者多因節慶的促銷活動進行一次性的消費。
- (3)配合電商平台所執行的行銷活動，未能確實轉成實質訂單。
- (4)消費者重視品牌的內涵與平台所行銷之商品的介紹及信賴度。
- (5)社交網絡盛行，可聚焦理念相同的消費者進行品牌精神溝通。
- (6)東南亞新住民在台人數激增，有助新市場的推廣。

2.目的：強化重視食安及幫消費者選擇與管理健康下，強化品牌精神訴求。

3.合作條件：

- (1)具認同有機、友善、優質產品之理念。
- (2)不以價格為唯一考量之促銷手法。
- (3)強調給消費者安心、健康的食品。
- (4)電商平台經營者為消費者把關為職責，值得被信賴的專家。

4.行動：原電商平台→普利商城→慢慢選商城→我在台灣（越南跨境電商）

5.電商平台的活動

表 7 境內電商平台配合

電商平台名稱	普利共好商城	慢慢選安心選
創辦人	台中市霧峰區農會	食療系料理家沈曼江
平台訴求	1.結合國內在地原料，製作安全安心的農產食品。	1.身體負擔少一點健康多一些 2.只選有故事的美食好物。



	2.堅持有機、友善、優質的產品。 3.創造整個經濟體系的共好。	3.商品通過安全檢驗的真正好食材。 4.有故事的食物，才有自己的溫度。 5.以「吃」養生，不只美味更要對身體好。
地區	全台	全台
品牌	粿家幫	廣味軒
上架時間	2021 年 7 月	2021 年 8 月
網址	taiwanfarmersmall.com.tw	mmxshops.com
網頁		
	圖 4 普利共好商城網頁	圖 5 慢慢選安心選網頁
粿家幫 訴求	1.平台累積了足夠的會員，可以讓中部地區會員看見粿家幫的存在。 2.主要是經營大中部地區的族群及讓全台整個農業體系看見我們加工能量。	1.產品背後的經營理念跟價值可以被傳達。 2.傳遞飲食可以跟健康產生連結，與土地有互動的關係。

(資料來源：本小組自行彙整)

表 8 境外電商的開拓

電商平台	Tôi ở Đài Loan 我在台灣 (越南跨境電商)
創辦人	立達國際興業股份有限公司
平台訴求	1.台灣的好農品牌帶往越南曝光及行銷。 2.創造整個經濟體系的共好。
地區	越南
上架品牌	廣味軒
上架時間	2021 年 8 月
網址	Tôi ở Đài Loan - Trải nghiệm Đài Loan cùng bạn (shoptoioidailoan.com)

網頁	 圖 6 我在台灣網頁
粿家幫訴求	1.越南是東南亞電商平台成長最快速的國家，提早曝光被東南亞的平台注意。 2.藉由台灣境內的越籍員工及配偶強化東南亞部分客群的消費習性及需求之研究。

(資料來源本小組自行彙整)

6.活動檢討：

- (1)尋求認同粿家幫品牌精神的電商平台有助於品牌知名度的拓展，如：普利商城。
- (2)深入分析各大電商平台專營的客層進行提案，尋求上架的機會，如：慢慢選安心選。
- (3)因應東南亞新住民的人數增加且其國內經濟成長尋找國內經營東南亞電商平台業者進行提案，以拓展東南亞消費市場，如：Tôi ở Đài Loan 我在台灣之越南電商平台。
- (4)農會系統電商平台主打粿家幫及糧之畜牧場的產品進行品牌精神的訴求。
- (5)已建立專有客層的電商平台如：慢慢選安心選。越南電商平台則以廣味軒品牌推出中式漢餅，強調其工法的細膩及食材的精選以符合既有客層需求。
- (6)中式漢餅搭配中秋節檔期採取限量訂購，以吸引客層好奇更進一步下單訂購，也順利達成搶購熱潮。

結論：挑選對的電商平台進行品牌訴求才能拓展品牌的曝光度及知名度，「不以價格作為主要訴求，找到對的客層才是提升銷售量的方法」，只是在公司品牌知名度的推展速度較慢，難立即見到銷售量及營業額有大幅成長。

二、產地到餐桌活動：

(一)目的：

- 1.推動食農教育，強化健康、友善耕作之企業形象。
- 2.增加品牌曝光度。



- 3.推動企業之社會責任，建立整體環境永續發展。
- 4.採用強調五感六覺的體驗式行銷，強化活動參與者的認同感。
- 5.透過各類型之在地文化行銷，運用在地創生之理念活化地方經濟。
- 6.運用交叉行銷搭配旅行業者尋找對的目標顧客群。

(二)活動程序：

- 1.運用市場區隔化的因素進行活動參與者的人文、心理及購買行為因素的研究。
- 2.確認活動參與者後進行活動內容設計。
- 3.邀請或參與符合此活動相關配合協力廠商一起參與此項活動。
- 4.邀請中彰投-教育創生事業生態系之地方產業沙龍及訪視見習的協力師蒞臨指導。
- 5.現場活動參與者 Q & A 及意見回饋。

(三)活動系列

- 1.活動一：粿家幫的音樂廚房

表 9 活動相關資料彙整表

活動一：粿家幫的音樂廚房			
活動簡介	粿家幫為重視食材來源的食品加工業者，並親力親為的實踐生態循環之農場，透過分享粿家幫的綠色循環經濟系統是如何落實到企業與品牌的實踐道路上，且運用其產出之加工食品與友善農場節令食材，搭配精心設計的音樂內容，譜出視覺、聽覺、味覺的多重饗宴，達到創造優質生態循環的生活圈。		
主辦方	龍潭區佳安里里辦公室	時間	2021 年 10 月 13 日 10 點
協辦方	財團法人信義公益基金會	對象	桃園市龍潭區佳安里長者
地點	都市蜆農農場	人數	社區高齡長輩 30 人

進行方式	1.以簡報說明稞家幫企業經營理念
	2.以蚯蚓箱建構訴求企業追求永續發展之堅持
	3.搭配音樂進行美食饗宴達到體驗式行銷
	4.進行現場Q&A，再次與來賓進行品牌理念訴求

(資料來源本小組自行彙整)

		
活動介紹	企業品牌溝通	說菜與品嘗
		
友善工作實地訪視	蚯蚓箱建構	現場Q&A

圖 7 活動照片(資料來源本小組自行彙整)

(1)活動後分析與檢討：

- 1.首先嘗試與長者進行品牌訴求，強化企業將產品視為良心的成品，輔以四代傳承的好口味訴求，讓長輩得到情感式的依靠。
- 2.蚯蚓箱建構協助長輩認識大地生長力：養雞場的管理模式引導友善耕作模式，傳達自然的最好。
- 3.搭配都市蚓農農場的品牌推廣讓長輩在認識大地的力量之下，輔以稞家幫也參與蚯蚓箱建構之下，所生產的產品也是良心、健康及安全：在現場邊料理邊解說產品的製作過程，最後透過品嘗達到對公司品牌的認同。

結論：面對年長的長輩訴求方式以健康、天然及安全的出發點，不去作價格的削價競爭，因為蘿蔔糕是家常品，如何讓長輩可以認同甚至願意去購買是一大難題。此次活動期許能讓長輩回去傳遞品牌知名度，帶動買氣，這是一大課題。

2.活動二：在地食力-稞家幫食堂

表 10 活動相關資料彙整表

活動二：在地食力-粿家幫食堂			
活動簡介	1. 透過餐會活動進行中帶著嘉賓一起享受五感六覺的在地美食文化之旅。 2. 此次參與活動的嘉賓來自台北地區扶輪社社員，其共同的生活經驗為曾經罹患乳癌，加入戴老師的音樂及飲食雙重療程後徵狀獲得控制，每次聚會皆以音樂為主題，進行相關活動設計。 3. 此次活動由青青市集團隊負責規畫2天一夜活動，第一站由粿家幫進行產地到餐桌第一項活動，強調粿家幫對於食材的堅持及友善大地耕作之社會責任。 4. 餐桌現場布置之材料完全取自生產工廠周圍天然植物進行擺飾，給予最單純的美麗視覺場景。 5. 特別為參與來賓提供無多餘添加调味品之在地食材之食物，給予最純真聽覺、味覺、視覺之饗宴。		
主辦方	中信旅行社	時間	2021 年 10 月 30 日
協辦方	粿家幫	對象	扶輪社成員
地點	粿家幫生產工廠	人數	24 人
活動文宣	一甲子的粿文化 草屯是越光米的故鄉 四代人在地黑燐的傳承著台灣古早風味及生產工藝 米、蘿蔔、油蔥、紅薏仁有著一連串的食材風味等著你發現		
進行方式	1.以就地取材進行餐桌擺飾之設計。 2.以簡報說明粿家幫企業經營理念。 3.以餐會進行食材來源與製作過程解說。 4.播放黑膠復古音樂，挑選台灣在地具年代歌手樂曲。 5.進行現場Q&A，再次與來賓進行品牌理念訴求。		

(資料來源本小組自行彙整)



活動前會議	會場發放黑膠唱片	就地取材餐桌擺飾
-------	----------	----------

圖 8 活動前準備(資料來源本小組自行彙整)

		
在地水果盤	農場雞肉準備	在地紅藜麥米糕
		
老闆私藏味-香腸	裸家幫產品	不加味精高湯

圖 9 餐食準備(資料來源本小組自行彙整)

		
解說及品嘗	說菜及餐食飲用	第二代經營者

圖 10 活動進行(資料來源本小組自行彙整)

		
蚯蚓箱的詢問價	裸家幫產品詢問	詢問餐桌食品的來源

圖 11 賓主互動(資料來源本小組自行彙整)



(1)活動檢討：

- 1.與旅行業者合作經營特定客層，規劃合適之餐飲內容及活動，才能達到品牌精神的訴求。
- 2.此次服務對象主要是仍在追蹤及控制乳癌的遊客，其日常的生活品質屬於社經地位較高，成員皆喜歡音樂及旅遊，疫情前每年都會安排國外深度旅行，首次在國內進行深度旅行。
- 3.裸家幫這一站所推出內容強調在地、天然及富音樂性的產地到餐桌活動，遊客一入座呈現在眼前的即是當天現採芭蕉葉及花朵，形塑最天然的場景。
- 4.透過說菜的方式進行食材來源說明，不添加任何人工調味品烹煮，提供遊客安全及健康的餐飲。
- 5.挑選美味可口的在地水果，讓遊客稱讚連連，甚至請求代為購買的訴求，強化裸家幫對事的要求細膩、完美。
- 6.裸家幫家族成員每位皆是食品的專家，引導遊客對食品製作認識與認同，帶動銷售的實質訂單展現。
- 7.蚯蚓箱的建構引導遊客對大地的認識及復原，生活中的廚餘透過蚯蚓箱可達到分化分解，恢復地力，訴求裸家幫之永續發展的企業經營方向。

結論：確實掌握客層之人口統計、生理及行為變數進行活動內容規劃與執行，才能達到品牌訴求的認同及實質訂單的實現。

三、文化行銷活動

1.活動內容：

表 11 活動相關資料

活動名稱：南投地區深度體驗之行-中興新村特色美食

活動簡介	1.透過餐會活動進行中帶著嘉賓一起享受五感六覺的在地美食文化之旅。 2.此次參與活動的嘉賓來自北部新光人壽高階經理人進行南投地區在地特色吃喝玩樂的優質體驗式旅行。 3.此次活動由南投中興新村在地美食業者一起負責貴賓第一個午餐。 4.餐飲特色：家鄉味、有機無毒，每個嘉賓皆擺放餐食介紹卡。 5.特別為參與來賓提供中興新村腳踏車巡旅、具中興新村眷村老房子戶外餐會。		
主辦方	旅行社	時間	2021 年 12 月 4 日 11-14 點
協辦方	稞家幫/帶人尋味貳月食藝	對象	新光人壽北部高階經理人
地點	中興新村大美生活提案所	人數	50 人
活動文宣	引以自豪的蘿蔔糕，食材的有毒無毒雖然看不到但是對我們很重要，更是對客人最大的品質把關 1.香煎招牌蘿蔔糕 採用傳統港式茶樓的經典作法，品嚐多層次豐富味道的同時，也吃得到蘿蔔糕的鮮甜清爽。 2.清蒸芋絲糕 秋天限定產品，嚴選芋頭，刨絲入稞，刻意加入手工肉燥進行蒸炊，是阿嬤灶咖才有的芋頭稞味道。		
進行方式	1.由南投地區具特色及有機餐飲的在地美食業者負責午餐內容準備。 2.中興新村大美生活提案所負責人擔任活動主持人。 3.以餐會進行食材來源與製作過程解說。 4.進行現場 Q & A，再次與來賓進行品牌理念訴求。		

(資料來源本小組自行彙整)

		
餐桌擺飾	餐桌擺飾	香菇肉燥麵準備



圖 12 活動準備(資料來源本小組自行彙整)



圖 13 活動進行(資料來源本小組自行彙整)

2.活動檢討

- (1)此次活動主軸為文化行銷之旅活動，為北部地區保險業高所得的客群，為期二天一夜的中部地區體驗式旅遊。第一站在中興新村進行省府辦公地點的探訪及眷村知名小吃品嘗。
- (2)此次餐點為按人頭計費的套餐設計，結合在地眷村味、家鄉味及食材注重的餐飲，現場透過說菜的方式與遊客互動，一問一答提供遊客對每道餐飲的風味品嘗。
- (3)戶外餐桌擺飾在眷村建築下營造歐式庭園典雅風格，中、西式餐飲供膳提供遊客多重享受。
- (4)樸家幫的說菜及神醬品嘗，尤其在神醬的回應最為熱烈，因為醬料就是一個私家料理，且作法最為精緻與細膩。

- (5).由於蘿蔔糕與芋絲糕為平民小吃，要引起高熱度的回應較難，主持人藉由品牌傳承四代的做法之下提升品牌訴求，讓遊客細味品嘗工法特別之處。
- (6).結合在地產業進行交叉行銷積極爭取合作機會，除裸家幫之糕類推廣外，搭配南投特色產業－茶葉合作中式漢餅的推廣，達到集團之廣味軒品牌的行銷。

結論：在地創生的精神之下，與在地特色廠家進行合作，藉由文化行銷模式訴求品牌精神。如何將餐飲運用說故事的方式達到餐飲特色呈現及認同，一問一答引起遊客關注品牌精神的訴求，但是否能夠找到對的目標客層值得進行追蹤。

四、公共關係的運用：

表 12 活動相關資料

活動名稱：青年創生平台講座分享會			
活動簡介	透過南投地區創新經營方式優良廠商裸家幫、藝杯咖啡及駿騏數位印刷進行經驗分享。		
活動目的	1.現場提供裸家幫產品給餐與人士品嘗，傳達企業品牌形象，形塑出健康、友善耕作、善盡社會責任之認同感。 2.裸家幫藉此次經驗分享，期盼能尋找到理念相同、有志一同之企業與廠商。		
主辦方	救國團南投縣團委會	時間	2021 年 10 月 18 日 19-21 點
協辦方	華麗轉身有限公司	對象	1.南投地區具有創業意願之青年 2.追求經營創新之在地企業及廠商
地點	駿騏數位印刷	人數	30 人
活動文宣	青年創生平台系列活動		
進行方式	1.南投地區具創新經營之優良廠商經驗分享。 2.裸家幫產品品嚐。		

(資料來原本小組自行彙整)



圖 14 活動過程(資料來源本小組自行彙整)

1.活動檢討

- (1)積極參與政府推動地方創生系列活動，分享裸家幫品牌形塑的理念及企業永續經營的做法。
- (2)青年創生平台系列活動可吸引有興趣之青年夥伴及在地企業經營者，強化青青市集可配合廠家之資源，可將青青共同市集聲量擴大，豐富市集的產品線，間接讓裸家幫的品牌能見度增加。
- (3)地方特色產業透過政府政策推動達到相互媒合，可促進日後交叉行銷的契機，增加品牌曝光度。

柒、策略活動效益分析與檢討

一、電商平台客單價變化

表 13 電商平台客單價統計表

年度	2019 年	2020 年	2021 年
金額	1,000 元以下	1,500~2,750 元	3,000~5,000 元

(資料來源本小組自行彙整)

在檢討原搭配電商平台所產生的營收變化不大，也淪於進行價格競爭：在此次重新選擇搭配的電商平台著重於與裸家幫品牌精神理念相同，且新配合的電商平台都是主要

經營追求食物的自然、健康，注重生活品質的職業婦女，這與翔豪味之自有品牌系列產品目標顧客群相同，帶動電商平台客單價的提升。

二、自有品牌營收比例變化

鑒於 2020 年為翔豪味公司品牌形塑的元年，在此之前企業的營收多來自批發通路佔比高達 95% 以上，在經過一連串的活動包含北部及中部的產地到餐桌活動、電商平台重新尋找及各種媒體的企業報導之下，翔豪味旗下三大品牌：稞家幫、廣味軒及糧之畜牧場在營業額的佔比產生明顯的成長與突破，以下是公司內部針對自有品牌佔營收比率進行統計：

表 14 自有品牌佔營收比率統計表

年度	2019 年	2020 年	2021 年
比率	5% 以下	12%	25%

(資料來源本小組自行彙整)

三、文化行銷與在地創生活動效益

本小組在研究過程中參與了 2 場文化行銷與在地創生活動，從提案到製作相關文宣讓與會來賓可以進行一趟深度南投地區人文與文化的體驗，稞家幫不管是提案主或是協辦單位都在活動過程中透過說菜的方式讓在場的來賓認識稞家幫及其品牌精神，也充分讓與會來賓了解稞家幫對食材的重視及料理方式堅持，也立即在當下產生立即性的訂單，訂單金額及後續延續性訂單統計如下：

表 15 訂單統計表

活動名稱	與會人數	稞家幫系列產品	糧之畜牧場系列產品	延續性
星光山城音樂會輕旅開箱團行程	25 人	23,000	6,500	30%
南投地區深度體驗之行-中興新村特色美食	50 人	39,000	5,600	25%

(資料來源本小組自行彙整)

雖然一場活動下來可以讓與會來賓認識稞家幫也立即性產生訂單，在後續追蹤過程中稞家幫與本小組發現活動現場音說菜方式讓來賓對於企業精神認同及信任願意立即

下單，但日後願意持續下單的來賓去都不及 30%，也是裸家幫未來在進行相關活動時在進行相關活動上的設計需再加強。

四、品牌能見度

以裸家幫為名主辦的各項活動，本小組作了以下的彙整、統計與分析如下：

表 16 裸家幫為名依地區別活動辦理次數統計表

年度	北部	中部	南部
2019 年	0	0	0
2020 年	5	3	1
2021 年	3	2	1

(資料來源本小組自行彙整)

表 17 客戶群依地區別佔營收比率統計表

年度	北部	中部	南部
2021 年	50%	30%	20%

(資料來源本小組自行彙整)

五、產地到餐桌活動效益分析

表 18 效益分析表

活動名稱	參與者	裸家幫 系列產品	糧之畜牧場 系列產品	延續性
泰順有機店活動	有機食品愛好者	32,000	12,000	33%
台北內湖科學園區活動	都會區就業青年	15,000	20,000	22%
台北社創中心活動 (樂伴而生)	1.準媽媽 2.綠色健康飲食者	39,000	18,000	45%
台北社創中心活動 (黑膠市集)	1.社區居民 2.黑膠愛樂者 3.綠色健康飲食者	18,000	11,000	32%
桃園龍潭區佳安里活動	中高年齡負責家庭 三餐準備者	25,000	9,000	28%

(資料來源本小組自行彙整)

從上列活動中本小組可知在台北社創中心所辦理的活動中，鑒於現在對於生兒育女的工作更加重視，期待給自己的下一代最天然、健康的食品，所引起的回應也是最大，在後續訂單的展延由與稞家幫配合月子中心進行供餐，產生效益也比較大。再者是有機店的推廣活動，由於客戶群對於產品有一定的堅持，稞家幫獲邀參加泰順有機店的店內活動，所引起的回應也是最快最直接。而在糧之畜牧場的產品為雞蛋、雞精還有肉製品、食用上比較簡單方便，比較受到上班族青年喜歡，相對蘿蔔糕較受喜愛。

六、策略行動方案活動紀錄

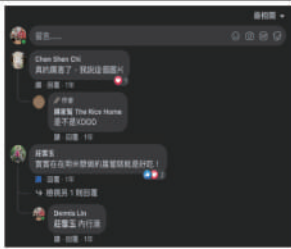
蘿蔔糕消費者意見回饋		
		
蘿蔔糕推薦文	起司蘿蔔糕意見回饋	蘿蔔糕售後回應
中式漢餅消費者意見回饋		
		
中式漢餅消費者推薦文	梅子酥推薦文	梅子酥售後回應
北部地區產地到餐桌活動紀錄及回饋		
		
社創中心活動回應	泰順有機店活動回應	台北內科活動回應

圖 15 顧客回饋(資料來原本小組自行彙整)

捌、結論與建議

一、結論



裸家幫在進行品牌形塑過程中所規劃的行動，本研究小組歸納出其優勢及劣勢如下：

優點：

- 1.透過食農教育活動-產地到餐桌進行說菜的形式進行企業品牌精神的訴說，讓遊客在品嘗過程中進行感受，可直接產生最直接的回饋。
- 2.挑選品牌目標顧客群向旅行業者搭配進行文化行銷的旅遊活動進行提案，規劃產地到餐桌活動讓遊客可以在享用美食的同時進行企業品牌精神的訴求，更貼近遊客的消費行為模式。
- 3.運用交叉行銷及地方創生的概念，積極參與地方創生相關活動的經驗分享，增加企業品牌的曝光度及聲量，擴增產業間交叉行銷的機會。
- 4.確認品牌定位後再進行電商平台的挑選及旅行業者遊客類型配合行程規劃，對準正確的目標顧客群進行相關活動，更容易取得對企業品牌精神的認同。
- 5.加入蚯蚓箱的養育引申到企業永續發展的意念，對社會善盡一份責任之下，讓我們農作物生長的环境可永保地力，且提供消費者健康、安全的食品。
- 6.裸家幫為一家傳承四代好風味的蘿蔔糕業者，因堅持祖父對於食品的理念，進行企業品牌形塑的思考與行動，逐漸降低通路批發的營收比重，以自有品牌推廣到消費市場，為一大創舉。

缺點：

- 1.蘿蔔糕為平民小吃，大部分的消費者多在傳統市場、向熟識的人購買或自行製作，在品嘗之後願意下單購買意願偏低。
- 2.隨著生活型態的改變及電商平台、網路的興起，因為方便且容易比價，且會參考網路上的評語進行下單，讓整個市場競爭更加激烈。
- 3.辦理產地到餐桌的食農教育之活動，現場參與的來賓與遊客能夠完全接受品牌精神到實際轉換成實質訂單的機會偏低，效益不彰。
- 4.電商平台的上架活動必須時常更新產品樣式及行銷廣告支出，因公司所選擇的目標顧客群為注重生活品質，在各電商平台上架的品牌及產品必須區隔出來，對裸家幫這個品牌的訴求效益不高。
- 5.品牌精神的形塑與擴散需要長時間的行動，無法與降價、大量廣告、社交平台運用下立即產生訂單，需要有豐厚的企業資源來支撐。
- 6.裸家幫在社交平台上的廣告及應用不高，在自己的粉絲頁上的經營不夠，粉絲頁上的互動偏低。

- 7.辦理相關活動過程中未設計積極爭取來賓與遊客加入粉絲頁的流程，浪費擴大忠實顧客群的機會。
- 8.蘿蔔糕口味創新度不足，料理方式也未有創新，在推廣上難見成效。

二、建議

- 1.加強社交平台粉絲頁的經營，蘿蔔糕的口味可多些變化性，搭配相關與粉絲互動活動強化產品訊息的推播，達到實際轉換成訂單的業績。
- 2.未來辦理相關活動可規劃現場加入粉絲頁贈送小禮物之活動，可在裸家幫有活動時進行提醒與告知，可達到提高下單意願或提醒。
- 3.辦理活動的現場建議可告知來賓或遊客現場立即下單可享優惠或免運費，帶動買氣，可再次強化對裸家幫產品的印象，甚至成為死忠的消費者。
- 4.辦理產地到餐桌的食農教育或說菜活動過程中，可再增加互動的時間，讓來賓與遊客深層認識裸家幫及品牌的精神。
- 5.廣味軒、裸家幫及糧知畜牧場這三個品牌的訴求要更明確，尤其是在進行公共關係宣傳過程中能完整呈現，避免造成消費者誤解為代售的商品。
- 6.裸家幫整個產品線明確告知顧客，年菜的組合進行相關活動宣傳及預訂，帶動年節蘿蔔糕訂單的增加。
- 7.強化蘿蔔糕口味的創新及推廣，增加蘿蔔糕料理及品嘗方式的分享，拓展年輕族群市場，可讓品牌的能見度及曝光度提升。

玖、參考文獻

- 1.雙鑽石模型導入地方創生之探討：慢城鳳林個案，張淑華，國立東華大學藝術創意產業學系設計學報第 25 卷第 4 期 2020 年 12 月
- 2.「初探地方創生」之一：隨創理論，方維熙，2021/11/30，myMKC 管理知識中心
- 3.免上菜市場！開箱 6 家人氣宅配蘿蔔糕，2021/05/27，
<https://supertaste.tvbs.com.tw/pack/330463>
- 4.消費者不再「線性思考」，The News Lens 關鍵評論，2021/08/23，
<https://www.thenewslens.com/article/155320>
- 5.探討 B2C 平台經濟下台灣小電商經營之道，李青蓉，國立空中大學管理與資訊學系管理與資訊學報，民 106，22 期，55-98 頁



6. 梁家瘋味掌握 2 大品牌營運關鍵，將創新及美味兼具的蘿蔔糕送上你的餐桌！
SHOPLINE 電商教室，2021/02/17 <https://blog.shopline.tw/merchant-showcase-fooddealer/>
7. 傳到第五代不想斷在自己的手裡！木可蘿蔔糕用台東小店的故事行銷繼續走下去。食力，2020/09/16，<https://www.foodnext.net/issue/paper/5616513162>
8. 以地方創生觀點探討鄉村地區產業振興策略之研究，蔡宜錚，碩士論文，政治大學，2020 年
9. 社會心理學家勒溫(Kurt Lewin) <https://mail.tku.edu.tw/panhlw/actionresearch.pdf>
10. 雙鑽石設計流程
<https://medium.com/agile-coffee/%E9%9B%99%E9%91%BD%E7%9F%B3%E6%A8%A1%E5%9E%8B-double-diamond-model-505aaeacde17>
11. 蚯蚓箱 <https://wenku.baidu.com/view/cca3380e763231126edb1176.html>
12. 市場資料分析、Google 搜尋聲量調查 <https://trends.google.com/trends/?geo=TW>

三、電商平台選擇訪問彙整稿

訪問的日期：2021 年 09 月 4 日及 2021 年 11 月 28 日

1. 請問貴公司何時將以「稞家幫」為名的蘿蔔糕推上電商平台進行推廣？

公司有鑑於線上購物已經蔚為風潮，與 2019 年開始將稞家幫自有品牌推上電商平台，也開啟從傳統市集轉換到電子市集的銷售環境，且意識到品牌知名度及能見度的重要性。

2. 請問從 2019 年開始與電商平台配合至今，以稞家幫為名的蘿蔔糕系列對櫃公司的營收產生甚麼變化？

2019 年開始自創稞家幫品牌進入電商平台販售，因為品牌知名度及能見度都不足，稞家幫系列產每周營業額不到 1,000 元，為解決銷售困境與 2019 年 12 月便向外徵聘品牌經營經理人加入經營團隊進行一連串的相關活動，也使得稞家幫蘿蔔糕系列營收產生正向的成長。依據本公司自行統計稞家幫蘿蔔糕系列每周營業額變化如下：

年度	2019 年	2020 年	2021 年
金額	1,000 元以下	5,000 元	18,000 元

3. 請問貴公司在進行挑選配合電商平台時，是如何進行考量？是否一直都沒更新？對於貴公司的營收產生重大變化嗎？

一開始進行電商平台銷售時，也是依照消費者最喜歡的購物平台列為優先考慮，除了基本的上架費及平台管理費外，不過這中間最大的問題是不一定能夠產生有效訂單，且一般電商平台的克服也無法協助解決消費者的問題與疑慮，可說是美夢被打破了。

經過 2019 年的不好經驗，在 2020 年本公司重新盤點品牌精神的訴求，將旗下的三個品牌分別是稞家幫、廣味軒及糧之畜牧場分別定義清楚及特色，逐步洽談理念相同的電商平台，但有一家電商平台洽談時可說對本公司可產生大幅度成長。但實際狀況卻是不佳。其問題在於此電商平台在目標顧客群經營上效益不佳，包含產品組合、促銷活動的規畫不足等問題。

在 2021 年開始再次重新檢視電商平台選擇策略後，著重在電商平台經營理念與翔豪味雷同，有專注在經營固定一群消費者、完整客服單位、產品組合的規劃、銷售計劃規劃完整的才列為預計上架的平台，結果讓自有品牌的營收比例獲得大幅度的成長，其營收比例變化如下：



自有品牌佔營收比率統計表

年度	2019 年	2020 年	2021 年
比率	5%以下	12%	25%

4. 目前選擇到貴公司理念相配合的電商平台後，請問是否就完整解決貴公司的問題？

應該這麼說，短暫的效益是有看見，但持續力是有待突破。因為現在配合的電商平台在每一次推動的檔期活動皆能產生銷售金額的大幅提升，但也造成公司內部人力產生短缺，如 2021 年中秋節時慢慢選安心選電商平台發起會員團購以南投在地的梅子搭配廣味軒精湛的漢餅工藝推出一顆售價 80 元的梅子酥月餅禮盒及綜合月餅禮盒計畫是 400 盒，上架不到 2 天搶購一空，被迫再追加 200 盒的訂單，也間接影響到蘿蔔糕的生產。但後續的訂單就無法持續下去，僅在有活動有檔期時才能產生助益。

另外，霧峰農會所經營的普利商城之電商平台所提供本公司可以曝光的公開發表會，讓裸家幫可以直接面對到消費者進行企業品牌精神與理念的溝通，由於這些挑選出來的電商平台都有一定的固定消費者，只要能有效提出符合之產品組合就能產生效益，但這些活動都必須內部經過規劃與討論後才能在短短 1 個小時內有效溝通達到訂單的連結性，對於傳統食品工廠可說是一場挑戰，也只能不斷學習不斷挑戰。

5. 最後，我們知道貴公司有三個自有品牌，各有主要的產品系列，可否跟我們說明如何配合現有電商平台。

(1)普利商城：因為隸屬於霧峰農會體系，其平台上所經營的產品多為農畜作物相關衍生產品，因此在這個平台主推裸家幫蘿蔔糕系列及糧之畜牧場系列產品，貼近此平台消費者屬性。

(2)慢慢選安心選：此電商平台經營者為江老師，致力於為消費者尋找健康、安全、自然及好工藝的產品為訴求，經過雙方討論後決定先推上廣味軒月餅組合上架，每盒單價約 1000 元左右，原企劃案目標是 400 盒，但竟創造出 600 盒銷售佳績，由此印證限量商品也可帶動一波搶購風潮，我們也獲得名家推薦我們的梅子酥喔。至於裸家幫蘿蔔糕系列也必須重新提案是否可行。

(3) Tôi ở Đài Loan 我在台灣：此為跨境電商平台，主要在經營越南當地高品質的台灣進口商品，考量其運送工具及保存期限，且越南國民所得也大幅提升，因此目前暫定廣味軒中式漢餅上架，期待可以打開越南市場的第一步。



四、產地到餐桌活動訪問暨檢討紀錄

1. 請問貴公司為何會想辦理產地到餐桌系列活動？

從我的祖父時代開始以生產稻米維生，在耕作的歷程中堅持最天然的最好，既然是自己要吃的就是要健康，這樣的想法就這樣的傳承下來，且全台唯一生產「越光米」的產地就在南投草屯，位在裸家幫生產基地前方。為了讓消費者可以一起享受最自然、健康、品質高的食品，透過辦理產地到餐桌的活動可直接面對消費者進行相關理念溝通。希望透過活動辦理讓裸家幫走出鄉間的食品生產者，讓全台的消



費者可以認識裸家幫。

2. 請問貴公司在辦理產地到餐桌的活動前做了甚麼樣的思考及討論？

要做品牌這一件事我跟家族的人經過八年的溝通，家族的成員大多認為只要做好一件事就好 - 專心生產蘿蔔糕給批發商就好，多年下來也沒有甚麼不好，為何需要做品牌？但鑒於整個食品市場競爭越來越激烈，電商平台蓬勃發展，消費者除了對熟悉品牌的選擇外，價格更是最大問題。公司從 2020 年一開始想要做品牌開始就先行委託行銷顧問公司進行相關市場調查，將整個蘿蔔糕市場概況進行分析與了解。

過程中我們重新檢視過裸家幫自身的長處及弱點，如同各位同學在 2021 年 8 月第一次與我們認識的場合，與會中我們與在場所有企業分享裸家幫發展的歷往，我們想要發展的是有別於傳統食品業者只專注生產的狹隘想法，我們追求企業永續發展，善盡社會公民的一份責任。

3. 請問貴公司如何推動品牌形塑？

為了不在價格競爭之下，我們認為需要一種新的商業模式來進行，我們想做的是：從加工到跨產業的合作形成產業聚落。透過推動綠色循環經濟發揮保護環境的影響力，更落實延展到供應鏈及跨界的品牌與平台合作，以上的活動相信對於我們重新將冠上裸家幫為名的系列產品可以精準地向從事家庭中餐飲準備的主要者進行產品精神的訴求，透過食農教育的推廣，以提升品牌能見度進而引起購買的意願。

4. 請問貴公司將採取甚麼樣的方式進行產地到餐桌的企劃？

為了讓消費者可以更直接與我們面對面溝通與傾聽，我們將規劃結合餐會、體驗、深度文化旅遊等不同型態的企劃。我們嘗試向旅行社提案，在新冠肺炎的衝擊之下，原本熱愛國外旅行的民眾轉向國內深度體驗旅行，單純的美食之旅似乎無法引起旅遊的意願，南投地區好山好水且可以推薦的特色行程也很多，在裸家幫發展品牌的一系列活動中，我們深知單槍匹馬的力量無法持續且走的遠，參仿地方創生的概念我們持續與一些較具特色且願意一起為地方繁榮進一份力量的企業溝通與討論，在未來有相關套裝式行程都可以一起合作。

我們也跟月子中心提案，在少子化且新世代年輕人的年代裡，家中長輩也不是家中協助帶小孩的主要幫手，新世代年輕人對傳統式坐月子方式及食補料理都有不同接受度，給自己及孩子最好的東西相信是每位父母的想法，追求自然、健康及美味的食補與裸家幫想要的目標顧客群不謀而合。再者，蘿蔔糕應該是每個年齡層都是適合的食品，尤其是中高年齡層及小孩，但購買蘿蔔糕主要的消費者為家中負責三餐的女性族群，因此如何透過產地到餐桌的系列活動將裸家幫在活動過程中介紹及爭取認同，這是我們想要做的事情。當然我們也會再思考可以對準目標顧客群的方式，期待裸家幫的品牌精神可以被認同及全國、世界都可以看見裸家幫。

5. 請問貴公司與都市蚓農一起在桃園辦理產地到餐桌的活動，從籌辦到結束有甚麼想法？

裸家幫在品牌形塑的源由強化企業永續經營、友善耕作的理念，裸家幫將日常生活



垃圾放置蚯蚓箱內，我們認為對周遭環境產生良善的回應，友善大地的理念希望能夠深植在蘿蔔糕材料來源的取得，提供消費者安全、健康的食品精神可以傳達到消費者的身上。在桃園這場活動主要參加成員為中高年齡的婦女族群，主要張羅家裡平日三餐，對於食品安全更是在乎，我們透過產地到餐桌的活動讓與會人士了解最天然的美味最健康，裸家幫就是這樣的理念在生產，堅持提供最天然與健康的產品是我們的初衷，在現場我們在進行分享企業經營理念當下另一邊同時進行品嘗食品的烹飪，而這些食材除了是裸家幫的系列產品外，另外由現場與會人員共同一起準備，從採收、揀菜、清洗到烹調由裸家幫一起協助料理，再由現場人士一起品嘗並進行經驗分享與回饋。整個活動過程藉由分享我們聽見消費者的聲音及想法，也最直接得到消費者的肯定與認同，這一場活動辦理下來在現場我們也獲得立即性訂單，都市蚓農分享蚯蚓箱的概念引進裸家幫永續發展的概念，在現場我們將糧之畜牧場雞蛋現場烹調讓現場人士享用，也成功將產品推向與會人士，一顆雞蛋 15 元的價位讓消費者可以接受，相信我們正在創造歷史。

6. 在 2021 年 10 月 30 日中信旅行社的二天一夜活動請問貴公司如何提案？

接觸這個案子是裸家幫第一次跨業的結盟方式，首先我們先行向旅行社了解此次參加成員的消費習性、生活習慣及生活態度。我們掌握到這次的成員主要來自北部一群熱愛音樂、每年都會出國做深度旅行更特別的是大部分的成員為乳癌的患者，他們目前搭配著食療且運用音樂持續在追蹤，因此面對這群的貴賓我們必須提出深度文化體驗的套裝行程。此

次套裝行程名稱為「青青市集 2 日輕旅開箱團行程」，青青市集是一項地方創生的概念，結合在地特色產業願意一起帶動地方經濟的夥伴一起參與此次行程，當然整趟行程中不可或缺的主角-音樂，在每次的餐會進行中皆伴隨音樂，期望在這趟旅行中給嘉賓一個充滿五感六覺的深度體驗之旅。

7. 「青青市集 2 日輕旅開箱團行程」第一站在地食力-稞家幫食堂我們專題小組參與了活動整個過程，我們小組說一下活動過程中的想法及感想

- (1) 餐桌擺飾：我們一開始跟著大姊走出公司門口面對一片生意盎然的綠色植物，我們看見大姊隨手紅花綠葉東剪西剪，接下來我們進行清洗乾淨作業，接續進行餐桌擺置，在大姊巧思之下一會兒功夫創意巧思讓餐桌呈現生意盎然，正準備迎接貴賓的來臨，果然貴賓一坐下來開始詢問著桌上的擺飾，讚嘆聲連連，讓整個餐會的起頭式就先造成一個話題。
- (2) 說菜：蘿蔔糕米的追溯及培育以確保稞家幫品質的穩定，讓遊客在享用當下體驗稞家幫的堅持。糧之畜牧場的雞蛋上菜透過說明如何飼養這群生力軍，堅持自然動力培育方式給予最健康美味的雞蛋。烤香蔬選擇南投在的有機耕作的黑美人菇、青花椰菜，這樣對於貴賓來說更是重要；老母雞湯一上桌讓貴賓接連要求續湯，此湯我們訴求完全不添加人工調味品；再者是驚歎聲連連的當地



甜美水果，現場開始要求團購的呼聲。讓我們驚訝的是簡家爸爸媽媽現場開始接受來賓的詢問並進行更深層的說菜活動，遊客更深入瞭解今天第一餐的準備是如何完成的，更向在場來賓推薦了芝麻油，親切又專業的說明讓來賓欲罷不能的開始索取訂購單大手筆的下單了。

- (3) 蚯蚓箱的介紹：對於黑黑的蚯蚓箱對於我們來說就是一項挑戰，我們伸手要去抓取泥土更是難事，但為了扮演一位稱職的粿家幫成員就要自然協助去讓來賓一起體驗及了解，竟然有來賓紛紛問起是否有販售？讓我們打了一個問號，似乎企業精神的訴求成功打入來賓的心中。
- (4) 神醬：這樣名詞還是讓在場的賓客驚豔了，純天然植物製作出來的辣醬沾了粿家幫的蘿蔔糕簡直是絕配，原本不敢吃辣的來賓卻是一直向我們要求要再來一次，也立即獲得訂購的請求。
- (5) 水果：公司幫來賓挑選在地甜美水果，一上桌的第一口吞下後馬上要求代購，希望粿家幫可以協助直送北部，他們肯定與相信粿家幫，我們認為第一站的在地食力真正成功了

但我們也馬上詢問簡大哥在後續的用餐安排還有一餐是粿家幫在清境農場上所準備的第二天早餐，是否還有蘿蔔糕？但第一餐已經讓來賓品嚐過了，還能有甚麼變化？且蘿蔔糕這個名詞存在著年代久的刻板印象，

沒有變化如何讓來賓再次品嚐出不一樣的風味。

8. 「青青市集 2 日輕旅開箱團行程」的行程中，我們發現貴公司融入地方創生的概念，安排了南投地區特色產物－茶葉及毓繡美術館深度文化之旅，請問如何設定出搭配的業者？另外餐食的提供如何進行挑選出特色美食，讓來自北部的來賓可以進行一趟在充滿音樂的陪襯之下，進行此趟旅行？

我們是透過與旅行社配合溝通，請他們為我們鎖定有罹患過乳癌，經濟能力較高在沒有疫情的時候會安排出國旅遊，現在因為疫情則只能安排在國內旅遊的客群，而他們的共通點是喜歡音樂，所以你們也有發現當天我們有擺設出黑膠唱片來提升氣氛，餐食的部分我們是以天然為主，這也是這次客群所注重的，因為他們身體有生病的因素，所以也特別注重養生這部分，剛好也就是我們在提倡的從產地到餐桌。

9. 請問這次活動下來，為貴公司帶來甚麼效益？

在活動過程中我們透過邊品嚐餐點邊說菜的活動確實有提高顧客對於我們品牌精神的認同，因為當面與顧客說明這道菜的歷史以及他的來源，確實有助於顧客們更理解及認同我們的理念，當下也會提升顧客立即下訂單的意願度，但在活動後顧客持續下單的意願就沒有很多，所以我們都還在想要如何解決這個問題。



五、公共關係運用活動檢討紀錄

1. 請問貴公司舉辦完這次的講座有什麼感想嗎？

我們積極參與政府推動的地方創生系列活動，這次的講座主要是為了吸引有創業意願的青年和與我們有著相同的理念的廠商舉辦的，可以藉由這個講座跟大家分享本公司創業經驗，也能增加品牌的曝光度及能見度。

2. 請問貴公司是如何找到理念相同的廠商合作呢？

是透過南投地區創新經營方式優良廠商找到藝杯咖啡、駿騏數位印刷一起進行本次的講座，將經驗分享給更多人知道，同時也吸引一些想創業的青年來聆聽我們的經驗分享，了解我們的理念，希望能透過這樣擴大青青市集的發展。

3. 請問青青市集的主要理念是什麼？

這個市集是把一些致力於友善耕種的在地小農、文化工作者等一起舉辦的，讓生產者及消費者能夠互相了解、信任並凝聚共識，這樣一來就能夠提升各家廠商的知名度，在合作的過程中也可以互補對方缺少的東西，或是用原本自家有的與別人做行銷組合，產生異業結盟，創造出一片森林，這就是青青市集的理念。

六、青青市集的介紹



(一)青青市集的緣由:

活力創意公司在台北經營企業品牌形象顧問及商品設計已快滿 20 年！夥伴們在長時間的市場經營的過程中，其中也不乏對文創及綠色生態的喜愛與支持！青青市集就在這樣的醞釀中催生了，是由一群認同這片土地、想把在地的好東西和更多人分享的熱血的工作夥伴一同努力而成。發現清境農場國民賓館有這場域在招標時，試著把我們的想法提案、透過市集作為舞台（平台），把一些對生態友善的農產品、有趣有故事的人、在地的職人、輔萌芽的新創藝術家，做整合、串連，相互扶持、學習，形成一種產銷合作鏈及文化風景！

(二)青青市集的理念:

銷售不單單只是銷售，而是種帶有溫度的交流，生產者和消費者能相互瞭解而信任而凝聚共識，同時間推動綠色友善生產及聯合國永續發展目標 SDGs、落實企業社會責任讓企業與社區、環境共生共好！

(三)青青市集合作夥伴:

1.致力於友善耕種的在地小農

- (四)青青市集產品系列:

(五) 粿家幫上架青青市集的產品

Good Taste From Canton 產品介紹 紅蔥酥油(國產) 紅蔥油，是粵人烹調的半味，用於煎炒或拌食等，調配好時能增加風味。傳統上，會一次煎好很多罐裝，每罐約500克，罐裝1罐約有6至8罐裝，一般為個人、家庭加溫。 創新標局 延禧傳統 綠色健康 重視食安  廣東聯合服務中心推廣 徐穎文製法	Good Taste From Canton 產品介紹 桂圓紅麴米糕 糯米粉製，中飽飽點心，紅麴糯米糕，香品甜口，八十年代開始製造現在是多人用自製的點心。 創新標局 延禧傳統 綠色健康 重視食安  廣東聯合服務中心推廣 徐穎文製法	Good Taste From Canton 產品介紹 神醬(蔬果辣醬) 一種甜辣爽滑、清涼、開胃消食，由多種蔬菜及特製辣椒搗碎，減至零食份分裝特種玻璃瓶，非在北方產製，11個半罐裝每罐售價，11罐裝每罐售價每罐售價，每瓶4元。 創新標局 延禧傳統 綠色健康 重視食安  廣東聯合服務中心推廣 徐穎文製法
紅蔥酥油	桂圓紅麴米糕	神醬(蔬果辣醬)

產品介紹 起司蘿蔔糕(奶素) 紐西蘭大牧場產New Zealand 起司糕選用澳洲產最優質、純淨度最高的有機鮮乳，搭配可麗爾紐西蘭入口時，一嘗一口即能品味到新鮮厚白且自然香甜的風味，綠蔴口香，甜而不膩。 創新格局 延續傳統 綠色產業 重視食安 廣智聯合發展基金公益信託 陳錦文發起	產品介紹 紅薏仁蘿蔔糕(純素) 選擇草屯在地有機紅薏仁，為節慶人士饗宴首選，也把握安全多層次對萬全食材，創造健康美味的好吃味道。 創新格局 延續傳統 綠色產業 重視食安 廣智聯合發展基金公益信託 陳錦文發起	產品介紹 招牌蘿蔔糕(葷食) 我們採用傳統炮製工藝的台灣臘肉，並增添漢口雲耳，吃進的同時，也吃得健康與新鮮健康。 創新格局 延續傳統 綠色產業 重視食安 廣智聯合發展基金公益信託 陳錦文發起
起司蘿蔔糕	紅薏仁蘿蔔糕	招牌蘿蔔糕
產品介紹 白玉蘿蔔糕(純素) 純潔寧靜的懷，隨風見其出光，展現佛門有靈覺應感帶來為主的心性，向來是羅智竹家的首選最愛。 創新格局 延續傳統 綠色產業 重視食安 廣智聯合發展基金公益信託 陳錦文發起	產品介紹 玉桂黑豬肉香腸 創設雙倍品質的，獨特生中包製豬腳口味，五種香、多種滋味，多款系列口味適合家人朋友、送禮皆宜的禮品。 創新格局 延續傳統 綠色產業 重視食安 廣智聯合發展基金公益信託 陳錦文發起	特約禮盒 2021中秋禮盒包裝款式 - 佳月禮盒款 1.虎皮包款 2.雙喜福祿 3.金猴包款 禮盒系列： 綠玉桂 國產貨
白玉蘿蔔糕	玉桂黑豬肉香腸	季節限定



六、活動問卷

(一) 粿家幫音樂廚房活動問卷

粿家幫的音樂廚房 滿意度調查問卷

親愛的遊客您好：

我們是 的學生，目前正在製作有關粿家幫的專題，藉此問卷來探討活動之滿意度。感謝您參加本次粿家幫的音樂廚房活動，請依據實際情況填寫下列問卷內容，並於活動結束後交給工作人員。您提供的寶貴意見，將對這份專題報告有非常大的幫助，也成為我們日後規劃及辦理活動之參考，您所填寫的內容與資料，僅供專題研究之用，不會對外公開，敬請放心填答，最後在此感謝您的協助。

敬祝 平安健康 事事順心！

壹、活動內容

項目內容	滿 常	滿 意	尚 可	不 滿 意	非 常 不 滿 意
一、活動主題和內容相符	☐	☐	☐	☐	☐
二、活動進行方式	☐	☐	☐	☐	☐
三、服務(或工作)人員的態度	☐	☐	☐	☐	☐
四、活動流程設計	☐	☐	☐	☐	☐
五、活動時間的安排	☐	☐	☐	☐	☐
六、活動場地(地點)的安排	☐	☐	☐	☐	☐
七、活動資訊對您的幫助	☐	☐	☐	☐	☐
八、蚯蚓箱的介紹	☐	☐	☐	☐	☐
九、會場音樂	☐	☐	☐	☐	☐
十、對於本次活動整體內容	☐	☐	☐	☐	☐

貳、餐飲整體安排方面

一、餐點布置及擺設	☐	☐	☐	☐	☐
二、蘿蔔糕	☐	☐	☐	☐	☐
三、芋絲糕	☐	☐	☐	☐	☐

四、神醬-蔬果辣醬	☐	☐	☐	☐	☐
五、香椿醬[茹素 XO 醬]	☐	☐	☐	☐	☐
六、特製醬料	☐	☐	☐	☐	☐
七、荷包蛋	☐	☐	☐	☐	☐

參、請勾選以上餐飲最值得您推薦給親朋好友的項目(請勾選 3 樣)

☐蘿蔔糕

☐芋絲糕

☐神醬-蔬果辣醬

☐特製醬料

☐荷包蛋

☐香椿醬[茹素 XO 醬]

一、這次活動對您最有幫助的地方是：_____

二、其它建議：_____

〔問卷填答完畢！再次感謝您的填答！〕

(二)在地食力活動問卷

在地食力-裸家幫食堂活動 滿意度調查問卷

親愛的遊客您好：

我們是_____的學生，目前正在製作有關裸家幫的專題，藉此問卷來探討活動之滿意度。感謝您參加本次在地食力-裸家幫食堂活動，請依據實際情況填寫下列問卷內容，並於活動結束後交給工作人員。您提供的寶貴意見，將對這份專題報告有非常大的幫助，也成為我們日後規劃及辦理活動之參考，您所填寫的內容與資料，僅供專題研究之用，不會對外公開，敬請放心填答，最後在此感謝您的協助。

敬祝 平安健康 事事順心！

壹、活動內容

項目內容	非常 滿意	滿意	尚可	不滿 意	非常 不滿 意
一、活動主題和內容相符	☐	☐	☐	☐	☐
二、活動進行方式	☐	☐	☐	☐	☐
三、服務(或工作)人員的態度	☐	☐	☐	☐	☐
四、活動流程設計	☐	☐	☐	☐	☐
五、活動時間的安排	☐	☐	☐	☐	☐
六、活動場地(地點)的安排	☐	☐	☐	☐	☐
七、活動對您的幫助	☐	☐	☐	☐	☐
八、蚯蚓箱的介紹	☐	☐	☐	☐	☐

九、會場音樂的安排	☐	☐	☐	☐	☐
-----------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

貳、餐飲整體安排方面

一、餐桌擺設	☐	☐	☐	☐	☐
二、糧之畜牧場雞肉	☐	☐	☐	☐	☐
三、蘿蔔糕及芋絲糕	☐	☐	☐	☐	☐
四、烤時蔬(黑美人菇)	☐	☐	☐	☐	☐
五、老母雞高湯	☐	☐	☐	☐	☐
六、黑豬肉香腸	☐	☐	☐	☐	☐
七、在地紅藜麥米糕	☐	☐	☐	☐	☐
八、在地水果餐盤	☐	☐	☐	☐	☐
九、神醬	☐	☐	☐	☐	☐
十、芝麻油	☐	☐	☐	☐	☐

參、請勾選以上餐飲最值得您推薦給親朋好友的項目(請勾選 3 樣)

☐糧之畜牧場雞肉 ☐蘿蔔糕及芋絲糕 ☐烤時蔬(黑美人菇) ☐老母雞高湯
☐黑豬肉香腸 ☐在地紅藜麥米糕 ☐在地水果餐盤 ☐神醬 ☐芝麻油

一、這次活動對您最有幫助的地方是：_____

二、其它建議：_____

〔問卷填答完畢！再次感謝您的填答！〕

(三)中興新村特色美食活動問卷

粿家幫的音樂廚房 滿意度調查問卷

親愛的遊客您好：

我們是 _____ 的學生，目前正在製作有關粿家幫的專題，藉此問卷來探討活動之滿意度。感謝您參加本次粿家幫的音樂廚房活動，請依據實際情況填寫下列問卷內容，並於活動結束後交給工作人員。您提供的寶貴意見，將對這份專題報告有非常大的幫助，也成為我們日後規劃及辦理活動之參考，您所填寫的內容與資料，僅供專題研究之用，不會對外公開，敬請放心填答，最後在此感謝您的協助。

敬祝 平安健康 事事順心！

壹、活動內容

項目內容	非常 滿意	滿意	尚可	不 滿意	非常 不 滿意
一、活動主題和內容相符	☐	☐	☐	☐	☐
二、活動進行方式	☐	☐	☐	☐	☐
三、服務(或工作)人員的態度	☐	☐	☐	☐	☐
四、活動流程設計	☐	☐	☐	☐	☐
五、活動時間的安排	☐	☐	☐	☐	☐
六、活動場地(地點)的安排	☐	☐	☐	☐	☐
七、活動資訊對您的幫助	☐	☐	☐	☐	☐
八、蚯蚓箱的介紹	☐	☐	☐	☐	☐
九、會場音樂	☐	☐	☐	☐	☐
十、對於本次活動整體內容	☐	☐	☐	☐	☐

貳、餐飲整體安排方面

一、餐點布置及擺設	☐	☐	☐	☐	☐
二、蘿蔔糕	☐	☐	☐	☐	☐
三、芋絲糕	☐	☐	☐	☐	☐
四、神醬-蔬果辣醬	☐	☐	☐	☐	☐
五、香椿醬[茹素 XO 醬]	☐	☐	☐	☐	☐
六、特製醬料	☐	☐	☐	☐	☐
七、荷包蛋	☐	☐	☐	☐	☐

參、請勾選以上餐飲最值得您推薦給親朋好友的項目(請勾選 3 樣)

☐蘿蔔糕

☐芋絲糕

☐神醬-蔬果辣醬

☐特製醬料

☐荷包蛋

☐香椿醬[茹素 XO 醬]

一、這次活動對您最有幫助的地方是：_____

二、其它建議：_____

〔問卷填答完畢！再次感謝您的填答！〕

(四)青年創生講座分享會活動問卷

青年創生平台講座分享會 滿意度調查問卷



親愛的遊客您好：

我們是 的學生，目前正在製作有關粿家幫的專題，藉此問卷來探討活動之滿意度。感謝您參加本次青年創生平台講座分享會活動，請依據實際情況填寫下列問卷內容，並於活動結束後交給工作人員。您提供的寶貴意見，將對這份專題報告有非常大的幫助，也成為我們日後規劃及辦理活動之參考，您所填寫的內容與資料，僅供專題研究之用，不會對外公開，敬請放心填答，最後在此感謝您的協助。

敬祝 平安健康 事事順心！

壹、活動內容

項目內容	非常 滿意	滿意	尚可	不 滿意	非常 不 滿意
一、粿家幫品牌精神解說	☐	☐	☐	☐	☐
二、駿騏數位印刷企業創新說明	☐	☐	☐	☐	☐
三、青青市集理念說明	☐	☐	☐	☐	☐
四、藝杯咖啡創新理念分享	☐	☐	☐	☐	☐
五、粿家幫及糧知產品品嘗	☐	☐	☐	☐	☐
六、活動進行方式	☐	☐	☐	☐	☐
七、活動流程設計	☐	☐	☐	☐	☐
八、活動時間的安排	☐	☐	☐	☐	☐
九、活動場地(地點)的安排	☐	☐	☐	☐	☐
十、活動資訊對您的幫助	☐	☐	☐	☐	☐
十一、對於本次活動整體內容	☐	☐	☐	☐	☐

貳、餐飲整體安排方面

一、餐點布置及擺設	☐	☐	☐	☐	☐
二、蘿蔔糕	☐	☐	☐	☐	☐
三、芋絲糕	☐	☐	☐	☐	☐
四、玉桂黑豬肉香腸	☐	☐	☐	☐	☐
五、荷包蛋	☐	☐	☐	☐	☐
六、蛋黃酥	☐	☐	☐	☐	☐

參、請勾選以上餐飲最值得您推薦給親朋好友的項目(請勾選 3 樣)

☐蘿蔔糕

☐芋絲糕

☐玉桂黑豬肉香腸

☐荷包蛋

☐蛋黃酥

一、這次活動對您最有幫助的地方是：_____

二、其它建議：_____

〔問卷填答完畢！再次感謝您的填答！〕

(五)地方創生系列活動行程表

1.地方產業沙龍及訪視見學

中彰投。教育創生事業生態系

地方產業沙龍及訪視見學

一、【日期】2020/10/01-03 (五～日)

二、【集合地點及時間】10/01(五)

(基隆安樂區公所 07:30/台北南港火車站 08:00/標家幫：預計 10:00)

三、【聯絡人/遊覽車資訊】

何立德 0937-456-652；陳柔穎 0980-772-042

司機：陳峰彬 0925-441-383 868-YY，車行：玉晟交通有限公司

四、【見學內容】

Day1(10/01) 基隆/安樂區公所—台北/南港火車站—南投/標家幫—南投/清境農場。青青市集—南投/清境農場國民賓館			
時間	內容	接待單位	在地參與單位
13:00-16:00	沙龍小聚(一) 青青市集資源盤點及營運評估	南投清境農場。 青青市集籌備處	退輔會國民賓館
17:00-18:30	在地產業會餐交流		
	飯店 Check-in	清境農場國民賓館	
Day2(10/02) 南投/清境農場國民賓館—南投/日月山莊—南投/中興新村—台中/全國大飯店			
8:00	集合出發	清境農場國民賓館	
9:15-11:00	喝喝茶產業見學	日月山莊/喝喝茶	喝喝茶地方事業體 (營運團隊)
12:00-13:30	在地產業會餐交流	中興新村	
13:30-15:30	沙龍小聚(二) 中興新村場域活化案例	中興新村地方創生中心	
16:30-18:00	沙龍小聚(三) 勤美事業集團/共識會議	全國大飯店	
18:00-	自由探索在地美食		
Day3(10/03) 台中/全國大飯店—台中/寶熊漁樂碼頭—台中/有春茶館—南投/標家幫—台北/南港火車站—基隆/安樂區公所			
08:30	集合出發	全國大飯店	
09:30-11:00	見學參訪	寶熊漁樂碼頭	
11:20-14:00	見學參訪	台灣味噌釀造文化館	
14:30-17:30	沙龍小聚(四) 產地食材聚	有春茶館(大墩店) *邀請彰投農漁民參與	
17:30-	賦歸		

2.地方創生系列活動-青年創生平台

青年創生 平台

講座分享會



10/18 (一)

18:00 - 20:00

📍 駿騏數位印刷(南投縣草屯鎮中正路486-5號)

報名專線：049-2223441*34 (林鳳翔)



林建誠

裸家幫

【從一片蘿蔔糕長出一片森林】



謝承運

藝杯咖啡

【老謝的斜槓生活】



李宗祐

駿騏數位印刷

【美感共融，用快門打破傳統框架】



3. 青青市集 2 日輕旅開箱團行程表



青青市集 2 日輕旅開箱團行程

第一天

● 在地食力-樸家幫食堂

一甲子的樸文化 草屯是越光米的故鄉
四代人在地默默傳承著台灣古早風味及生產工藝
米、蘿蔔、油蔥、紅蔥仁有著一連串的食材風味等著你發現

● 清境博望新村 松崗漢緬文史館

電影「異域」，說的就是緬甸國軍孤軍奮鬥的故事，展示緬甸國軍遺族來台50年的歷史相片記錄。

● 茶文化體驗之旅

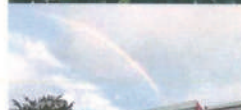
茶與米是台灣兩大物產 南投當之無愧同時擁有兩者
也同時擁有台灣這塊土地最久遠的生態發展故事
下午我們就來一趟真實茶故鄉的接觸之旅

● 晚餐 茶園茶餐料理

● 星空音樂饗宴

青青市集廣場為您打造一場專屬的星空音樂饗宴，配上一杯調酒輕飲，悠揚的樂聲，舒緩一天身心靈能量

● 夜宿 國民賓館



第二天

● 陽光音樂慢食Brunch-青青市集

台灣擁有豐富的食材及物產
在台灣最高的市集上為您打造一場專屬的陽光音樂餐會
慢慢的舒醒 享受最新鮮的空氣
為您Brew一杯好茶好咖啡 搭上美好的音樂與輕食
療癒身心靈 為生活注入鮮活的能量

● 清境農場(含牧羊人體驗活動)

清境農場遠離城市酷熱，清新自然與靜謐，台灣少數四季分明的地區，楓樹開始轉色，紅黃綠錯落在視線中形容這裡為台灣最美麗的牧場一點也不為過、用餐結束後來場「小瑞士」的輕旅～

● 午餐 滇之南香草藥食之旅(雲南料理)

● 毓繡美術館

毓繡美術館是目前全世界第一間以「當代寫實藝術」為定位的私人美術館，由企業家侯英葵先生、葉毓繡女士賢伉儷出資興建。希望透過展覽、典藏、研究、教學、駐村等方式，提升台灣藝術創作水準及美感教育，更期望能將台灣年輕藝術家推向國際。

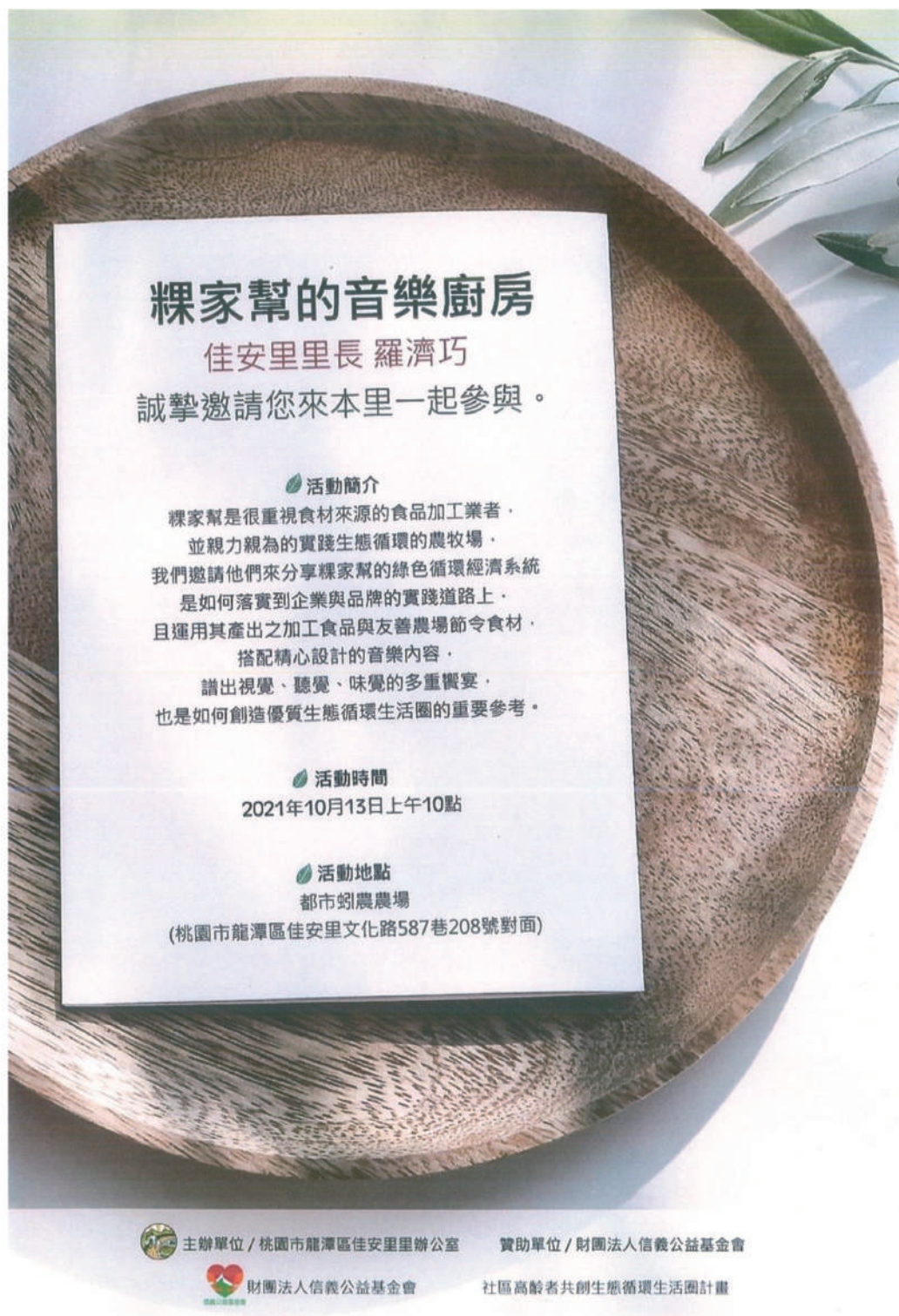


官網詳情

中信旅行社X青青市集
南投縣仁愛鄉定遠新村25號(清境國民賓館旁)
諮詢專線：049-2801898

fb搜尋：青青市集

4. 裸家幫的音樂廚房活動宣傳單



裸家幫的音樂廚房
佳安里里長 羅濟巧
誠摯邀請您來本里一起參與。

活動簡介
裸家幫是很重視食材來源的食品加工業者，
並親力親為的實踐生態循環的農牧場，
我們邀請他們來分享裸家幫的綠色循環經濟系統
是如何落實到企業與品牌的實踐道路上，
且運用其產出之加工食品與友善農場節令食材，
搭配精心設計的音樂內容，
譜出視覺、聽覺、味覺的多重饗宴，
也是如何創造優質生態循環生活圈的重要參考。

活動時間
2021年10月13日上午10點

活動地點
都市蚓農場
(桃園市龍潭區佳安里文化路587巷208號對面)

主辦單位 / 桃園市龍潭區佳安里辦公室 贊助單位 / 財團法人信義公益基金會
財團法人信義公益基金會 社區高齡者共創生態循環生活圈計畫



新社區薰衣草森林關鍵服務品質屬性確認 及滿意度分析Kano模式及IPA之-1



新社區薰衣草森林關鍵服務品質屬性確認及

滿意度分析—Kano 模式及 IPA 之應用

摘要

隨著經濟時代演變，消費模式轉變成注重顧客在消費過程中所能獲得的體驗，不再是過去單純只重視產品的功能，因新冠肺炎影響民眾對於戶外、空曠的休閒景點需求更大，且同性質的休閒景點競爭激烈。選擇薰衣草森林新社店作為研究對象，透過相關報導及研究文獻、實地訪談遊客等資料彙整，且為避免運用 Kano 二維品質模式而忽略考慮重要度的問題，或僅運用 IPA 而未考慮二維品質特性存在的問題，將上述二種方法並結合學者提出的體驗式行銷理論，進行問卷設計、調查、彙整及分析統計資料，找出遊客所在意的關鍵品質及目前對於園區的服務是否滿意，作出結論與建議，在企業資源有限下著手改進消費者最在意及不滿意的服務內容，期望繼續帶給入園遊客滿滿的幸福感。

壹、前言

一、研究動機

你幸福了嗎？二十年前全台最早以香草與森林為主題的庭園咖啡坐落於台中新社山區，二位 30 出頭的女生懷著對「幸福感」的夢想，結合去日本旅遊對所見的薰衣草森林之景色體驗，努力在台灣營造出第一片紫色夢境般的薰衣草森林，而薰衣草森林始終堅持著，要在緩慢中給遊客滿滿的幸福感。

在 COVID-19 後疫情時代，因擔心染疫的畏懼之情仍在，在疫情只是受到控制，尚未徹底消滅的情勢下，為避免染疫風險，大部份旅客選擇的不會是大都會或人潮擁擠的城市，改選空間開闊、風景優美且人口相對稀少的景點。歷經 1 年多嚴謹的防疫措施下，走向大自然的需求增加。

位在台中新社的薰衣草森林已經 20 年了，而遊客對於園區所提供各項服務中最重視及在乎的是甚麼？在後疫情時代下，人與人之間情感更加冷漠下，如何持續提供滿滿的幸福感讓入園的遊客在充滿紫色景致下獲得最大的滿足，願意再次入園甚至是呼朋引伴拜訪薰衣草森林及其他相關分



店，值得我們一探究竟。

二、研究目的

薰衣草森林位於台中新社以薰衣草以及香草植栽為名的花園農場休閒景點，進而開拓薰衣草與香草系列相關體驗之周邊商品，發展至今已建立八個品牌全品牌含括餐飲、旅宿、零售、婚禮、遊憩、策展等多元業種。薰衣草森林注重給消費者的感受是滿滿的幸福感和舒適悠閒的氛圍，旗下的品牌皆以五感六覺的體驗式服務讓消費者更直接感受商品所帶來的感受。對於薰衣草森林而言以這種型態出現在大眾面前是否能使消費者慕名前來？為何會吸引眾多消費者的重複前往？薰衣草森林是如何讓消費者感受到幸福感？

本組以親自拜訪薰衣草森林並與入園的遊客針對進行園區相關服務設施進行訪談式的交流，藉由分析休閒事業與體驗行銷的型態，進行消費者對於薰衣草森林各種體驗式行銷來研究與分析，蒐集相關資料還有實地查訪，進行分析整合。依上述之研究方法，本研究將會達成以下目的：

1. 了解薰衣草森林的目前經營理念及分析。
2. 探討薰衣草森林之體驗行銷及相關文獻資料。
3. 運用 Kano 二維品質分析薰衣草森林的關鍵服務品質屬性。
4. 運用 IPA 分析薰衣草森林所提供的服務之重要-表現程度。
5. 運用 Kano 與 IPA 分析進行結論與建議。

貳、主題與課程之相關性或教學單元之說明

運用商業管理群所學的相關科目，行銷實務與商業概論的行銷策略，分析園區的優劣勢及目前市場對於園區的機會和威脅。用我們所蒐集的文獻資料進行 SWOT 分析；本組利用行銷實務中的行銷環境分析薰衣草森林如何帶動周邊產業。藉由實地訪談及走訪討論出我們想給薰衣草森林的結論與建議。

表 1：相關課程表

課程名稱	運用課程內容
------	--------

商業概論	● SWOT 分析
數位科技概論	● 使用即時通訊 (Messenger) 組別討論 ● 使用雲端硬碟儲存資料 ● 使用 Google 表單編製網路問卷 ● 使用文書處理軟體 (Word) 製作報告 ● 使用簡報設計軟體 (PowerPoint) 製作簡報 ● 使用電子試算表軟體 (Excel) 統計數據資料
專題製作	● 網站資源介紹 ● 小論文整體架構 ● 資料處理與分析 ● 問卷設計 ● 簡報設計 ● 簡報口頭發表
行銷實務	● 問卷設計 ● 行銷環境分析

(資料來源：本組自行彙整)

參、文獻探討

一、體驗行銷的型式

行銷方式多樣化，市面上也充斥著各種廣告，對消費者來說一般的廣告已經無法吸引注意。經由消費者實際參與體驗、感受產品得到立即的回應來爭取認同，與一般透過電視廣告強調產品的特性或廣告明星代言有所不同，品質的體驗式行銷所產生效果與回應更直接與快速，據相關實證研究，消費者也更熱衷參加各式各樣體驗式活動 (蕭羽鈞，2013)。Bernd Schmitt 於 1999 年提出體驗式行銷的概念，將其定義為「消費者經由觀察或參與某件事後，感受到刺激而引發動機，產生消費行為或思考的認同，增強產品價值」，(陳正，2007)，可分為「親身參與體驗」與「經由別人的體驗感受來認同」兩種形式。而行銷也需從消費者的角度出發，經由親身的體驗或由別人的體驗感受，不論是實際接觸或網路的傳播，讓消費者能對產品深刻認同且產生連結並刺激購買動機，其共有 5 種方式如下：



表 2：體驗行銷的類型

型式	定義
感官式體驗	大部分是透過五官所建立，主要是藉由體驗促進消費者的購買慾望及創造產品的附加價值。
情感式體驗	觸動消費者的內心情感與情緒來促使其主動參與，創造情感上的體驗使得消費者相信品牌進而達成銷售目的。
思考式體驗	可藉由創意性與啟發性刺激消費者的思考，產生共鳴，進而獲得感受認知和解決問題的能力。
行動式體驗	藉由偶像代言品牌，使得消費者產生購買之慾望，強而有力的行動呼籲，往往會提升消費之行為。
關聯式體驗	關聯性體驗包含以上四種體驗行銷，將有關聯品牌的物品作為加強推廣此商品的推廣，凸顯品牌之獨特。

(資料來源：本組自行彙整)

二、體驗媒介的類型

在執行上述五種類型體驗必須藉由體驗媒介來搭配執行，通常藉由溝通工具、視覺口語的識別、產品的呈現、共同品牌的建立、空間環境、電子媒介及人員等，以下分別說明各種媒介。

表 3：各種媒介說明

媒介種類	形式
溝通工具	廣告、公司外部與內部溝通(如雜誌報導、新聞稿、政府活動等)品牌化的公共關係活動等。
口語及視覺識別	品牌名稱、商標與標誌系統等。
產品呈現	產品設計、包裝、周遭相關產品規劃。
共同建立品牌	事件行銷與贊助、參與地方政府相關活動、電視偶像劇拍攝場景及合作活動案等。
空間環境	建築物、園區布置、場景路徑規劃、遊樂設施及商展攤位等。
電子媒介	網站、電子布告欄、部落客報導及電子旅遊書籍等。

人員	銷售人員、客服人員以及任何與公司或是品牌連結的人員。
----	----------------------------

(資料來源：本組自行彙整)

三、薰衣草森林創造幸福感之模式

新社地區的深山裡一片紫色場景如何創造出讓遊客可以流連忘返、輕鬆緩慢及尋找熟悉的感覺與氛圍，本小組彙整部落客文章及薰衣草相關研究進行探討幸福感的來源：

1. 園區主角-羽葉薰衣草

目前在台灣栽種的薰衣草主要有四個品種：甜薰衣草、齒葉薰衣草、羽葉薰衣草、真薰衣草(農業知識入口網站)。選擇羽葉薰衣草的品種主要原因為一年四季都會開花，可讓遊客隨時拜訪園區可享受到薰衣草的芳香及具身心靈放鬆的氛圍，並在每周六、日下午進行仿造中古歐洲修道院燃燒薰衣草可以破除厄運，為每位遊客祈福。



圖 1：羽葉薰衣草
(圖片來源：台中光觀旅遊網-台中市政府)



圖 2：羽葉薰衣草
(圖片來源：每日頭條最美台灣民宿賞析-薰衣草森林篇)

2. 手作屬於自己的味道-初衷小屋

薰衣草園區內的初衷小屋，當初建造時因為薰衣草森林曾經發生過火災，所以園區內的員工以當初創店相同方式，建造一棟森林咖啡屋，模仿的過程是為了對過去的重新發現以及致敬，藉由「初衷小屋」讓遊客與員工們記得紫色夢想的初衷，有莫忘初衷的意思。

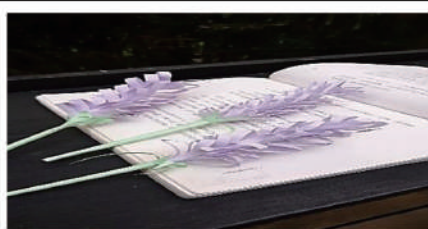


圖 3：手作成果
(圖片來源：薰衣草森林官網)



圖 4：初衷小屋
(圖片來源：薰衣草森林官網)

3. 與自己的對話-許願樹以及許願鐘

許願樹在薰衣草田的最高處，將心願寫在許願卡掛在許願樹的周圍，誠心的許下自己的心願，敲響不遠處的許願鐘，讓你的願望可以早日實現。

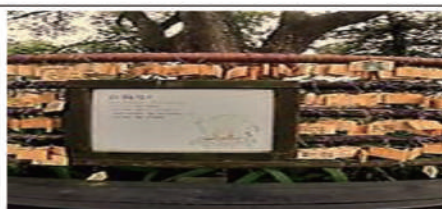


圖 5：許願樹
(圖片來源：本組自行拍攝)



圖 6：許願鐘
(圖片來源：本組自行拍攝)

4. 兒童歡樂與戀人浪漫之回憶-旋轉木馬

旋轉木馬在早上拜訪時的景觀，看起來會是普通的旋轉木馬覺得平淡無奇，但是到了接近傍晚會點起周圍的燈光，在此氛圍會覺得自己從真實世界躍入夢幻的童話故事中。



圖 7：旋轉木馬
(圖片來源：本組自行拍攝)



圖 8：旋轉木馬
(圖片來源：本組自行拍攝)

5.好食精神-大地餐桌

承襲「好食」精神，薰衣草森林強調「有態度、有溫度」的自然料理，採用在地食材、自然農法栽種的蔬果作物、友善環境養殖的畜產肉類及堅持不浪費食材的態度下，讓遊客可以看得到來源，吃得出原味，不追求珍稀繁複，且同遊的夥伴一起在芳香中享用幸福的食物。



圖 9：餐桌擺設

(圖片來源：中部旅遊紫色夢幻-行驅天下)



圖 10：園區餐點

(圖片來源：中部旅遊紫色夢幻-行驅天下)

6.幸福的連結與延續-年輪郵局

年輪郵局中的明信片有不同的樣式，可以寫明信片給以後的自己、好友、家人以及不認識的陌生人，類似時空膠囊的概念，製造一張張不同主題的內容寄送給不同的人將這份祝福傳遞給對方使得這張親手寫的明信片難以忘懷。



圖 11：幸福信箱

(圖片來源：本組自行拍攝)

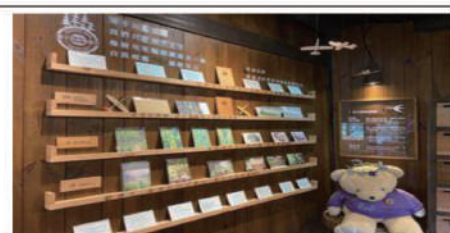


圖 12：年輪郵局

(圖片來源：本組自行拍攝)

7.身心靈最深層享受的芬多精-紫丘&森林咖啡館

園區擁有唯美又浪漫的紫色花園、香草田、大片肖楠、柳杉、紫斑蝶，在園區中遠離都市的喧鬧，眼簾映入滿山的美景及撲鼻的花草香，提供遊客可以放鬆、舒緩及與好友情感交流的好地方。



圖 13：紫丘
(圖片來源：本組自行拍攝)



圖 14：森林咖啡館
(圖片來源：本組自行拍攝)

四、問卷設計

本組由相關參考文獻進行體驗型態及媒介問卷題目設計，來探討薰衣草森林新社區在遊客的心中最为意的內容及服務是甚麼？園區內的甚麼特色與裝置是必要的？感受為何？是否會讓消費者在對於園區整體設計、產品內容及服務感到深刻認同且產生連結並刺激消費。期待能找出新社地區薰衣草森林的各項服務品質在遊客心目中之屬性，對於園區內的各項服務、氛圍、設置及規劃是否都符合遊客最佳利益及獲得身心靈放鬆？

(一)IPA 重要度績效分析

由 Martilla 與 James(1977) 的研究提出 Importance-performance analysis(IPA)，以水平座標軸代表消費者對產品品質認知的績效水準的滿意度，並以垂直座標軸代表消費者對於產品品質的重要度，藉以衡量產品各項品質的狀況。IPA 主要以重要度與滿意度的平均數或中位數作為輔助線，在平面座標上將產品的重要度以及產品績效滿意度分為四個區域。第一區域為繼續保持、第二區域為優先改善、第三區域為次要改善，第四區域則為過度重視。

鑒於薰衣草森林開啟國內體驗式旅行的先鋒，本小組採行 Bernd Schmitt 的體驗式行銷類型的五種類型體驗：感官式、情感式、思考式、行動式及關聯式體驗搭配五種體驗媒介：溝通工具、視覺口語的識別、產品的呈現、共同品牌的建立、空間環境、電子媒介及人員等進行遊客入園後滿意度及重要度的問卷調查設計及編寫。

1. 期望重要度：

評量遊客對於薰衣草森林所提供的園區各項規劃及所提供服務之期望重要度。評分方式分別是「非常不重要」、「不重要」、「普通」、「重要」與「非常重要」，分別給予 1、2、3、4、5 分。5 分表示顧客對於該項品質要素所期望之重要度越高，1 分表示期望之重要度最低。

2. 認知滿意度：

評量遊客對於薰衣草森林所提供的園區各項規劃及所提供服務之認知滿意度。評分方式分別是，「非常不滿意」、「不滿意」、「普通」、「滿意」與「非常滿意」，分別給予 1、2、3、4、5 分。5 分表示對於該項品質要素所認知之滿意度越高，1 分表示認知之滿意度最低。

本組透過 IPA 重要度績效分析瞭解消費者對薰衣草森林新社地區的重要度認知及對目前園區所提供服務與產品的滿意度情形，從重要度績效矩陣中得知園區運作的優缺點，做為未來園區品質屬性運作優先改善順序的參考。

表 4：薰衣草森林研究問卷

構面	衡量問項
感官式體驗	1. 您是否滿意園區環境的整體設計與規劃很吸引您，讓您有想深入了解的衝動？ 2. 您是否滿意薰衣草森林相關產品包裝設計及色彩很吸引您，讓您有想購買的慾望？ 3. 您是否滿意進入新社後沿途的電線桿標誌及提醒話語？ 4. 您是否滿意園區專屬停車位數量足夠，且不會有找不到車位的狀況？ 5. 您是否滿意薰衣草森林各項展示、服務及活動能按公告時間實施，並不會感覺白跑一趟？ 6. 您是否滿意園區指示路徑動線流暢、指示標示明確，在逛園區過程中不會迷路？ 7. 您是否滿意園區內相關無障礙空間設施足夠？



情感式體驗	8.您是否滿意薰衣草森林的整體氣氛？ 9.您是否滿意薰衣草森林的休閒風格？ 10.您是否滿意薰衣草森林提供的互動性活動(紀念小印章、許願卡、栽種花苗)，使您感到開心及喜愛？ 11.您是否滿意工作人員的服務態度？ 12.您是否滿意服務人員傳遞園區設施、活動、餐點的訊息，讓您感到信任？ 13.您是否會因為園區定期規劃的志工栽種花朵活動而前往旅遊？
思考式體驗	14.您在參與活動中是否滿意園區的生態環境，進而產生好奇？ 15.您透過園區的活動是否滿意對薰衣草的了解，並且對其他花種有更進一步的認識？ 16.您是否滿意薰衣草森林網頁所安排的展示、園區佈置及活動，並認同都符合遊客利益？ 17.您是否滿意園區內栽種的花草都各有標示，有助於了解其名稱與用途？
行動式體驗	18.您是否會想參加薰衣草森林依照季節或節日所規劃的體驗活動嗎？ 19.您是否會想買薰衣草森林的相關產品嗎？ 20.您是否會因為入場費可折抵園區商品銷售而進行購買嗎？
關聯式體驗	21.您是否會想將薰衣草森林的遊玩感受與朋友們分享？ 22.您會因為去了薰衣草森林從而加入會員獲取最新園區活動資訊？ 23.您會因為企業網站上的推薦景點前往薰衣草森林欣賞風景嗎？ 24.您會不會因為新社地區的「花海節」前往薰衣草森林欣賞大自然？ 25.您是否想把薰衣草森林的美麗景色紀錄下來跟朋友們一

	同觀賞？
--	------

【資料來源：參考自鄒文恩(2005)、丁昭尤(2009)、張偉斌(2011)、李美宜(2011)、許芳瑜(2014)及本組自行彙整。】

(二)Kano 二維品質模式

Kano(1984)將影響遊客滿意的品質特性區分為五類：

1.當然品質(Must-Be,M)：

指的是遊客認為產品必須具備的基本品質特性，如果這些需求沒有被滿足，遊客會非常不滿意。

2.一元品質(One-Dimensional Quality,O)：

遊客的滿意程度是與一元品質的具備程度成正比，當具備的程度愈高遊客的滿意度愈高；反之則愈低。

3.魅力品質(Attractive,A)：

魅力品質是產品品質特性中影響遊客滿意度最大的因子。當產品具備時，遊客會感到滿意；即使產品不具備時，遊客也不會因此而感到不滿意。

4.無差異品質(Indifferent,I)：

無差異品質代表不論該品質特性是具備或不具備，都不會讓遊客感到滿意或不滿意。

5.反轉品質(Reversal,R)：

當該品質特性具備時，反而會引起遊客的不滿意，而不具備時，卻會讓遊客感到滿意。

(1)Kano 二維品質模式之歸類



品質要素的歸類方式透過正向充足與反向不充足為題目型式所組成，藉由問卷調查取得旅客就某項品質具備與不具備時的感受(如表 6)，最後依照每項品質要素所回答的選擇項目交叉對照而得(如表 5)。

表 5：正反向旅客體驗認知屬性

		反向問題-不充足				
正向問題 充足	遊客需求	喜歡	理所當然	無所謂	還可以	不喜歡
	喜歡	Q	A	A	A	O
	理所當然	R	I	I	I	M
	無所謂	R	I	I	I	M
	還可以	R	I	I	I	M
	不喜歡	R	R	R	R	Q

說明：當然品質-M，一元品質-O，反轉品質-R，無差異品質-I，魅力品質-A，無效評價-Q
【資料來源：魏上欽(2003)】

由於不同遊客對於品質屬性的具備與否，可能有不同的滿意程度，也就是不同的遊客對一品質屬性也有可能不同的分類，為了減少歸類上的問題，本組將採用統計上之顯著多數的選項來歸類。

本組將透過問卷分析進行分析遊客對於薰衣草森林新社地區之服務品質的屬性歸類，接續透過品質改善指標歸納出遊客的意見及想法，供業者未來經營上的參考。以下為本小組的 Kano 問卷中之正反成對問項：

如果園區指示具有路徑動線流暢、指示標示明確，您的感受為何？(品質屬性充足時)

☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡

如果園區指示不具有路徑動線流暢、指示標示明確，您的感受為何？(品質屬性不充足時)

☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡

本小組在進行園區遊客及曾經拜訪過新社地區薰衣草森林的問卷調查及統計後，採用(如表 6)的歸類方法進行服務品質分類，並進一步找出遊客心目中關鍵服務品質，以提供日後業者經營可持續保持及改善的參考意見。

表 6：歸類方法

旅客對於 體驗要素 之感受	品質要素歸類				
	魅力品質	一元品質	當然品質	無差異品質	反向品質
具備時	(5)	(5)	(2)(3)(4)	(2)(3)(4)	(1)
不具備時	(2)(3)(4)	(1)	(1)	(2)(3)(4)	(5)

說明：(1)不喜歡(2)還可以(3)無所謂(4)理所當然(5)喜歡

【資料

來源：魏上欽(2003)】

(三)Kano 與 IPA 交叉分析

本小組進行薰衣草森林相關研究文獻探討過程中，尚未有進行 Kano 與 IPA 交叉分析之研究，採用 Kano 二維品質模式和 IPA 分析二種研究方法結合的目的為避免運用 Kano 二維品質模式而忽略考慮重要度的問題，或是僅運用 IPA 而未考慮二維品質特性存在的問題，對於企業如何進行改善的優先順序依據 Kano 二維品質歸類之屬性作為改善優先順序的依據，即可明確排序出需加強改善同時也最需要優先改善之工作項目流程。

五、後疫情下台灣旅遊的變化與趨勢

隨著 COVID-19 的爆發，入境人次轉眼間就大幅下降至 35 萬人次，減少五成以上（台灣數位平台經濟協會，2021），面對疫情的影響下，消費者因擔憂而降低外出意願，政府推出相關防疫政策並希望社會大眾能多待在家中做好防疫措施，但也因為這次的政策導致旅遊觀光產業大受打擊。聯合國世界旅遊組織（UNWTO）指出光是 2020 年 1-5 月之間全球旅遊觀光產值就損失了 3,200 億美金，旅館空房率更是高達八成以上。在國內疫



情控制得宜後，政府為了刺激經濟發放三倍券及五倍券時，國內旅遊開始興盛且遠高於國外旅遊（如圖 15）。相關防疫措施指示同一環境進行人流限量管制，國人對於相關防疫觀念提升，對於旅遊的需求呈現較疫情前不同，以下彙整相關報導及調查整理出民眾對於旅遊的想法及趨勢(如圖 15)：

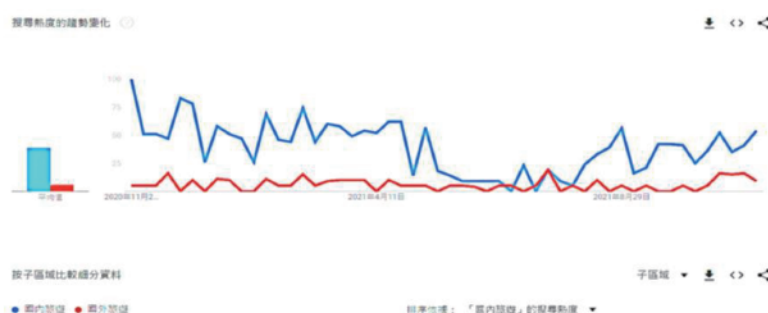


圖 15：國內外旅遊比較趨勢圖

（圖片來源：Google 搜尋趨勢）

從 Agoda、skyscanner、booking.com、Expedia 等旅遊業者分析近年旅遊趨勢改變，發現約有 60% 旅客認為旅遊之體驗較物質享受更重要(陳君毅 2019)。遊客對觀光、旅遊景點的需求隨著台灣民眾生活品質提升改變，對於團體旅行的人數及內容將朝向小而美，尋找特色整合行銷，涵蓋臺灣地方特色、文化資產及美食慢遊體驗，從以往的購物行程改變成深度且具特色的文化行銷之旅。

在新冠肺炎疫情後，相關衛教讓民眾對於防疫措施都有相對程度的認識與實踐，疫情的正面影響是民眾提升了消費者自我保護與風險意識（曹勝雄、張德儀，2021），遊客排斥擁擠景點，盡可能避免接觸陌生人，在這樣的趨勢與需求之下因此非接觸式旅遊、自由行、豪華旅遊、安康旅遊逐漸成為趨勢（曹勝雄、張德儀，2021），同時大自然、海灘等遠離都市地區成為最熱門景點（許芊蔚，2015）。疫情讓遊客消費行為改變，因為無法出國導致偏遠地區或郊區的體驗總數成長。隨著疫情逐漸平穩，遊客趨向於結合大自然慢活、寧靜悠閒、療癒的慢系生活。

六、薰衣草森林集團企業版圖介紹

自 2001 年成立以來，以持續的創新能量每年吸引超過百萬國內外遊客造訪。旗下目前擁有 8 個品牌、20 餘家分店與 300 位工作夥伴。薰衣草森林集團全品牌跨足了餐飲、旅宿、零售、婚禮、遊憩、策展等多元業種，其中緩慢北海道更是台灣首家以企業形式於日本設立的民宿。而整個集團的產品種類以薰衣草為主的各式產品，有香草料理的餐飲、森林咖啡館與紀念品商店等，規劃遊客體驗的活動主要以推廣香草植物栽種入菜，讓遊客欣賞香草植物及瞭解這些植物的用處，寓教於樂中，帶動了香草文化與休閒產業，倡導保護環境生態理念，為旅遊內容帶入另一個層次，改變原有旅行之走走買買的刻板印象。以下針對薰衣草森林集團彙整(如表 7)：

表 7：薰衣草森林集團企業版圖

品牌	說明	
薰衣草森林	服務內容	夢想體驗、餐飲與商品
	傳達主題	傳遞夢想與勇氣，以美學休閒園區呈現
	服務據點	新社區-台中市新社區中興路 20 號 尖石店-新竹縣尖石鄉嘉樂村嘉樂 129 號
心之芳庭	服務內容	莊園婚禮、宴會、遊憩、餐飲與商品
	傳達主題	結合婚禮與遊憩服務，以浪漫實現友善大地
	服務據點	台中市北屯區民政里芳庭路 1 號
森林島嶼	服務內容	香氛保養、香草商品與職人選品
	傳達主題	分享台灣生活美感，將島嶼之美融入日常
	服務據點	線上購物及集團各公司門市擺設
桐花村	服務內容	客家文化、餐飲與周邊商品
	傳達主題	訴求客家文化與料理
	服務據點	苗栗縣三義鄉水美街 114 號 1 樓
好好	服務內容	具策展概念的共好食材、餐飲與職人選品
	傳達主題	不只是餐廳，為了傳遞美好與共好的平台
	服務據點	台中市西屯區朝富路 232 號
緩慢	服務內容	傳遞慢體驗在地民宿
	傳達主題	提供旅人沉澱慢活



	服務據點	緩慢·金瓜石-新北市瑞芳區石山里山尖路 93-1 號 緩慢·石梯坪-花蓮縣豐濱鄉 123 號 緩慢·北海道-日本北海道上川郡美瑛町字みどり アダージオ
緩慢尋路	服務內容	展現自我風格和生活態度的民宿
	傳達主題	尋找台灣山海秘境與忠於自我風格
	服務據點	香草 House 本館-台中市新社區中和里中興街 20 號 香草 House 會館-台中市新社區中和里中興街 21 號 三義綠波浪-苗栗縣三義鄉龍騰 3-6 號 石梯灣 118-花蓮縣豐濱鄉港口村石梯灣 118 號
漂鳥	服務內容	青年旅館/啤酒咖啡/聚會空間
	傳達主題	鼓勵年輕人勇敢出走冒險
	服務據點	台中市西區公益路 201 號 8 樓

(資料來源：本組自行彙整)

表 8：薰衣草森林集團品牌介紹

薰衣草森林	心之芳庭
	
圖 16：薰衣草森林 (圖片來源：薰衣草森林官網)	圖 17：心之芳庭 (圖片來源：心之芳庭官網)
森林島嶼	桐花村
	
圖 18：森林島嶼 (圖片來源：森林島嶼官網)	圖 19：桐花村 (圖片來源：桐花村官網)

好好	緩慢
	
圖 20：好好 (圖片來源：好好官網)	圖 21：緩慢 (圖片來源：緩慢官網)
緩慢尋路	漂鳥
	
圖 22：緩慢；尋路 (圖片來源：緩慢；尋路官網)	圖 23：漂鳥 (圖片來源：漂鳥官網)

(資料來源：本組自行彙整)

此次將進行薰衣草森林集團之「薰衣草森林新社區」做為研究對象，在台灣中部地區以薰衣草香草植栽為名的花園農場休閒景點，為台灣中部地區熱門休憩區也是台灣指標性的景觀餐廳。整個園區以夢幻紫色薰衣草花園或依節令的花海、旋轉木馬、繡球花牆、螢火蟲、天空鞦韆吸引國內外旅客拜訪，門票為 \$ 150 元，以精緻且印有薰衣草 logo 的硬幣為門票，全區可折抵消費 \$ 100 元，期望找出薰衣草森林的服務內容，有哪些是遊客認為必須要有或改進的地方，作為業者經營上或日後研究可深入的參考資料。

肆、研究設計與實施

一、研究對象

本研究由本小組親自到訪薰衣草森林以遊客的方式進行參訪作業，在園區內與造訪的遊客進行互動訪談，彙整相關訪談資料及薰衣草森林相關研究後進行問卷題目設計及測試期間 110 年 10 月 2 日到 10 月 31 日，完成問卷設計後再次進行實地發放及網路問卷發放，發放時間 110 年 11 月 3



日到 110 年 12 月 20 日，共收回 283 份，有效問卷 257 份，無效問卷 26 份。

二、研究方法

依據本文研究目的，希望經由文獻探討、實地訪談及問卷調查，以實證的方式得知薰衣草森林現階段經營體驗行銷項目，並經由遊客的訪談進行問卷設計，問卷設計先以體驗行銷五種型態進行問題設計，完成後進行網路問卷及園區發放問卷，加以做 Kano 二維品質的歸類及重要-滿意度的分析。

1.文獻分析法：

收集並閱讀體驗行銷及疫情後旅遊趨勢相關文獻以了解體驗行銷的策略矩陣模式及相關問卷分析的相關分析理論，運用在對薰衣草森林新社區的觀察研究與分析。

2.實地訪查(問)法：

藉由實地調查來瞭解薰衣草森林新社區的個別環境現況與遊客對園區提供相關服務及設施之感受，進行 Kano 二維品質之問卷設計及修訂。

3.問卷調查法：

依研究目的設計問卷並進行實地發放問卷，收集薰衣草森林新社區的相關資料，以瞭解其現況並以區分出影響遊客滿意的品質特性類型，進行園區滿意度的分析。

三、研究架構

本組依據研究目的及文獻回顧探討擬定出研究架構流程。

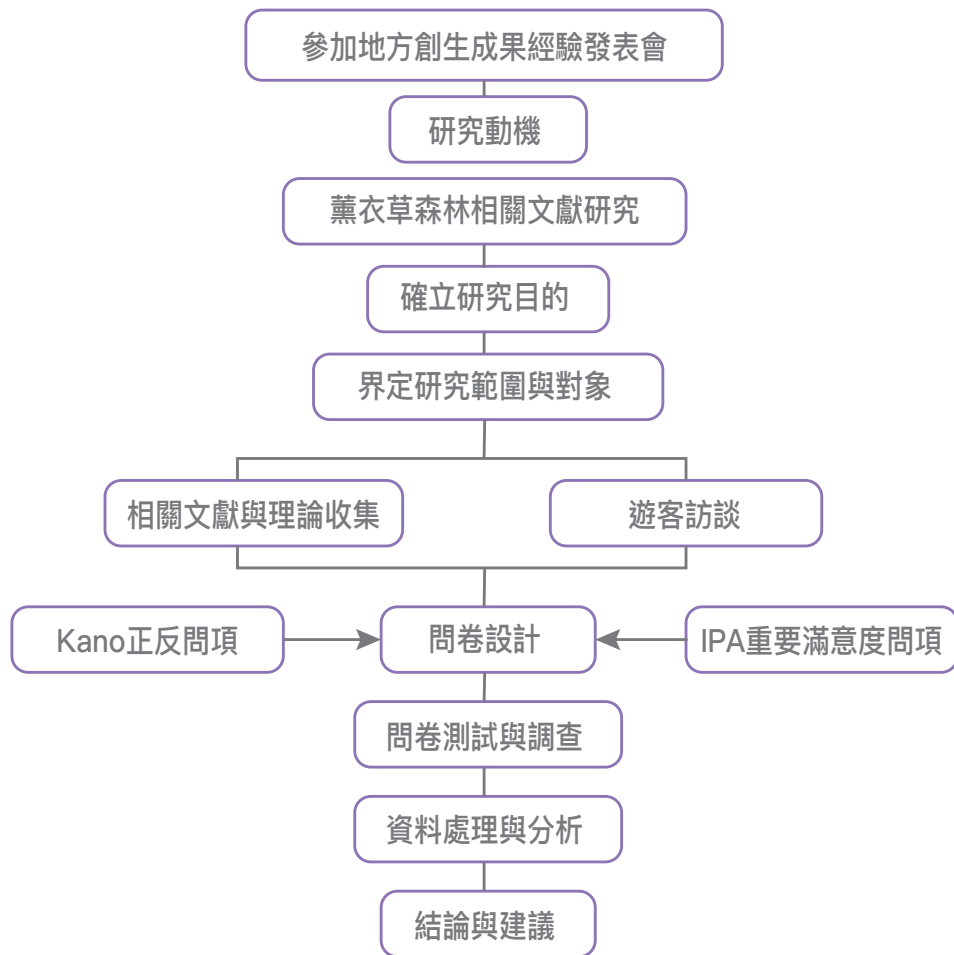


圖 24：研究流程圖

(資料來源：本組自行彙整)

伍、研究分析與結果

一、薰衣草森林新社店 SWOT 分析

表 9：薰衣草森林新社區 SWOT 分析

S 優勢	W 劣勢	O 機會	T 威脅
1.品牌形象好 2.符合現代人的休閒需求 3.注重客戶的感	1.交通不方便 2.婚宴場所不對外開放參觀 3.物價偏高	1.地方創生推動 2.地方政府推動新社地區季節性活動	1.全台各地庭園餐廳眾多 2.天然災害 3.因 Covid-19 疫



受	4.園區偏山上， 員工招攬不便	3.現代人傾向一 日式的旅遊	情影響旅遊意願
4.香草周邊商品 種類多	5.商業色彩太濃	4.體驗式旅遊趨 勢盛行	4.新社地區鄰近 地區同性質園區 眾多
5.園區景觀設置 及維護用心	6.景觀維護費用 高	5.網際網路的發 達，提升更多行 銷的機會	5.民眾喜新厭 舊，重複性到訪 低
6.企業擁有豐富 庭園餐廳經營 經驗			
7.網路及口碑行 銷良好			
8.多樣化的體驗 活			

(資料來源：本組自行彙整)

本組彙整薰衣草森林相關研究、疫情後旅遊市場的變化與實地訪查之資料，本組提出 SWOT 分析並歸納出：由於薰衣草森林已在庭園景觀經營達 20 年，從一而終的幸福感是對遊客的承諾，雖全台各地庭園景觀式的經營模式遍地開花，遊客也喜新厭舊的尋找從未到訪的景觀園區，但在疫情後的旅遊市場都以國內行程為主，面對疫情的威脅卻又期待旅遊的心情下，選擇空曠、人群聚集密度低、深度體驗性的旅遊需求增加，且薰衣草森林已建立的品牌形象，在後疫情時代相信園區在完善的防疫措施之下，能帶給遊客滿滿的溫暖及幸福。

二、Kano 二維品質模式分析

表 10：Kano 二維品質模式分析

構面	項目 題號	Kano 品質屬性歸類比例(%)						分 屬 歸 類
		Q	A	I	M	R	O	
體式官恩	1	0	9.7	19.4	59.1	2.2	9.7	M
	2	0	17.2	18.3	36.6	2.2	25.8	M

	3	0	32.3	17.2	25.8	2.2	22.6	A
	4	0	17.2	8.6	46.2	7.5	20.4	M
	5	0	11.8	16.1	38.7	4.3	29	M
	6	0	14	12.9	53.8	3.2	16.1	M
	7	0	17.2	10.8	44.1	3.2	24.7	M
情感式體驗	8	0	22.6	7.5	32.3	3.2	33.3	O
	9	0	33.3	7.5	24.7	31.2	3.2	A
	10	0	23.7	34.4	18.3	3.2	20.4	I
	11	0	28	6.5	40.9	5.4	19.4	M
	12	0	16.1	14	46.2	5.4	18.3	M
思考式體驗	13	0	28	26.9	23.7	2.2	19.4	A
	14	0	20.4	20.4	30.1	8.6	20.4	M
	15	0	19.4	21.5	26.9	7.5	24.7	M
	16	0	25	10.9	35.9	7.6	20.7	M
	17	0	39.1	19.6	18.5	3.3	19.6	A
關聯性體驗	18	0	30.5	15.2	21.7	0	31.5	O
	19	0	20.7	16.3	20.7	35.9	6.5	R
	20	0	20.9	25.3	26.4	4.4	23.1	M
	21	0	18.7	14.3	36.3	0	30.8	M
	22	0	16.5	35.2	27.5	8.8	12.1	I
	23	0	24.2	26.4	28.6	6.6	14.3	M
	24	0	29.7	6.6	30.8	12.1	20.9	M
	25	0	23.3	16.7	33.3	1.1	15.6	M

(資料來源：本組自行彙整)

表 11：薰衣草森林品質歸類表

代碼	意義	題號
M	當然品質	1、2、4、5、6、7、11、12、14、15、16、20、21、23、24、25
O	一元品質	8、18
R	反轉品質	19
I	無差異品質	10、22
A	魅力品質	3、9、13、17
Q	無效評價	無

(資料來源：本組自行彙整)

根據上述(表 10、表 11)分析後可得知·項目 1.環境的整體設計與規劃；



2.相關產品包裝設計及色彩；4.專屬停車位數量足夠；5.各項展示、服務及活動能按公告時間實施；6.路徑動線流暢、指示標示明確；7.相關無障礙空間設施足夠；11.工作人員的服務態度；12.服務人員傳遞園區設施、活動、餐點的訊息；14.園區的生態環境；15.對其他花種有更進一步的認識；16.網頁所安排的展示、園區布置及活動，並認同都符合遊客利益；20.因為入場費可折抵園區商品銷售而進行購買；21.想將薰衣草森林的遊玩感受與朋友們分享；23.因為社群媒體和部落客文章上的推薦景點前往薰衣草森林欣賞風景；24.因為新社地區的「花海節」前往薰衣草森林欣賞大自然；25.園區美麗景色紀錄下來跟友們觀賞為當然品質，遊客認為必須具備的基本品質，若這些需求沒有被滿足，遊客會非常不滿意。

項目 8.薰衣草森林的整體氣氛；18.依照季節或節日所規劃的體驗活動為一元品質中，遊客認為當條件具備時會感到滿意，反之則越低。

項目 19.會想買薰衣草森林的相關產品為反轉品質，當該品質特性具備時，反而會引起遊客的不滿意，而不具備時，卻會讓遊客感到滿意。

項目 10.薰衣草森林提供的互動性活動(紀念小印章、許願卡、栽種花苗)；22.去了薰衣草森林從而加入會員獲取最新園區活動資訊為無差異品質，遊客不論該品質特性是具備或不具備，都不會讓遊客感到滿意或不滿意。

項目 3.新社沿途的電線桿標誌及提醒話語；9.薰衣草森林的休閒風格；13.園區定期規劃的志工栽種花朵活動而前往旅遊；17.栽種的花草都各有標示，有助於了解其名稱與用途為魅力品質，遊客認為當條件具備時會感到滿意，不具備時不會感到不滿意。

表 12：薰衣草森林重要度與滿意度問卷統計表

構面	衡量問項	重要程度		滿意程度	
		平均	排序	平均	排序

感官式體驗	1.環境的整體設計與規劃				
	2.相關產品包裝設計及色彩很吸引您	4.426	4	3.905	2
	3.新社沿途的電線桿標誌及提醒話語	2.152	25	3.6	21
	4.專屬停車位數量足夠	2.928	24	3.695	18
	5.各項展示、服務及活動按公告時間實施	4.135	13	3.768	11
	6.園區指示路徑動線流暢、指示標示明確	4.372	6	3.779	10
	7.園區內相關無障礙空間設施足夠	4.392	5	3.8	9
情感式體驗		4.031	15	3.379	24
	8.薰衣草森林的整體氣氛				
	9.薰衣草森林的休閒風格	4.431	3	3.958	1
	10.提供的互動性活動感到開心及喜愛	4.365	7	3.895	3
	11.工作人員的服務態度	4.328	9	3.863	7
	12.服務人員傳遞相關訊息感到信任	3.925	16	3.695	18
	13.因志工栽種花朵活動而前往旅遊	3.921	17	3.737	13
思考式體驗		4.231	12	3.737	13
	14.滿意園區的生態環境產生好奇				
	15.對薰衣草的了解並且對其他花種的認識	3.621	21	3.558	22
	16.安排的展示、布置及活動符合遊客利益	3.751	20	3.726	15
	17.花草都各有標示有助於了解名稱與用途	3.797	18	3.726	15
行動式體驗		3.792	19	3.516	23
	18.園區依照季節或節日所規劃的體驗活動	4.245	11	3.747	12
	19.想買園區的相關產品	4.046	14	3.642	20
	20.入場費可折抵園區商品而消費	3.425	22	3.726	15
關聯式體驗	21.將園區的遊玩感受與朋友們分享				
	22.為獲取最新園區活動資訊而加入會員	4.728	2	3.895	3
	23.因企業網站上的推薦前往園區	3.031	23	3.221	25
	24.因「花海節」前往薰衣草森林	4.337	8	3.895	3
	25.園區美麗景色紀錄下來跟朋友們觀賞	4.248	10	3.842	8
		4.892	1	3.895	3
平均數		3.981		3.721	

(資料來源：本組自行彙整)

本組根據上述(表 12)得知遊客對於薰衣草森林問項重要程度及滿意程度，並探討出以下六項為排列前三項及排列倒數三項：

- 1.問項 25.園區美麗景色紀錄下來跟朋友們觀賞是遊客認為最具重要，排列第一，經由問卷可以得知園區美麗景色紀錄下來跟朋友們觀賞，排列第三。
- 2.問項 21.將園區的遊玩感受與朋友們分享在遊客心中重要度排列第二，經由問卷可以得知將園區的遊玩感受與朋友們分享，在遊客心中滿意度排列第三。
- 3.問項 8.薰衣草森林的整體氣氛，在遊客心中重要度排列第三，經由問卷可以得知薰衣草森林的整體氣氛在遊客心中滿意度排名第一。
- 4.問項 2.相關產品包裝設計及色彩很吸引您在遊客心中重要度不高，排列倒數第一，經由問卷可以得知雖然在遊客心中重要度不高，在遊客心中也不太滿意，排列第二十一。
- 5.問項 3.新社沿途的電線桿標誌及提醒話語在遊客心中重要度不高，排列倒數第二，經由問卷可以得知在遊客心中滿意度也不高，所以排列倒數第十八。
- 6.問項 22.為獲取最新園區活動資訊而加入會員在遊客心中重要度不高，排列倒數第三，經由問卷可以得知薰衣草森林在吸引顧客加入會員方面稍有欠佳，遊客心中排名最後。

三、IPA 重要度及滿意度分析圖

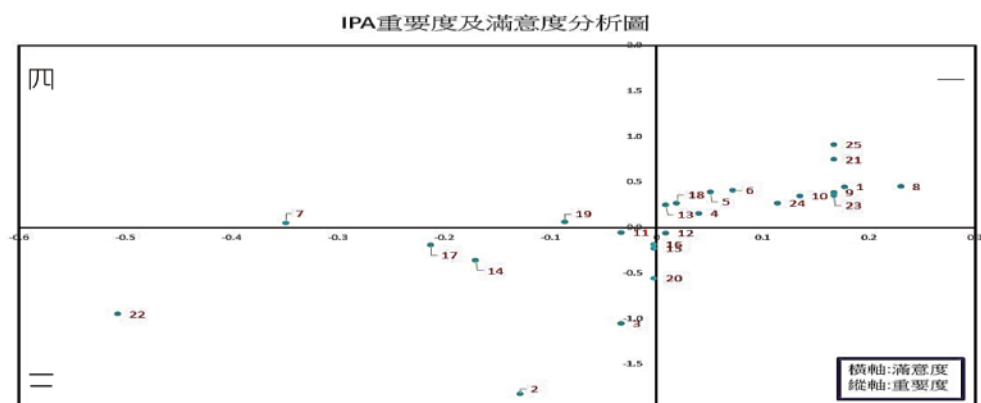


圖 25：薰衣草森林重要度與滿意度分析圖

(資料來源：本組自行彙整)

表 13：薰衣草森林 IPA 分析歸類表

象限	意義	題號
第一象限	繼續保持	1、4、5、6、8、9、10、13、18、21、23、24、25
第二象限	過度努力	12
第三象限	次要改善	2、3、11、14、15、16、17、20、22
第四象限	改善重點	7、19

(資料來源：本組自行彙整)

表(13)及圖(25)是以 IPA 分析薰衣草森林重要性及滿意度程度結果，二十四個題項中，有十三個題項屬於第一象限，為「應該繼續保持」的題項；一個題項屬於第二象限，為「過度努力」的題項；九個題項屬於第三象限，為「次要改善」的題項；兩個題項屬於第四象限，為「改善重點」的題項。以下針對這四個象限內的題項進行說明與討論。

第一象限：繼續保持

應該「繼續保持」的題項共有十三題，依序為：1.環境的整體設計與規劃 4.專屬停車位數量足夠 5.各項展示、服務及活動按公告時間實施 6.園區指示路徑動線流暢、指示標示明確 8.薰衣草森林的整體氣氛 9.薰衣草森林的休閒風格 10.提供的互動性活動感到開心及喜愛 13.因志工栽種花朵活動而前往旅遊 18.園區依照季節或節日所規劃的體驗活動 21.將園區的遊玩感受與朋友們分享 23.因企業網站上的推薦前往園區 24.因「花海節」前往薰衣草森林 25.園區美麗景色紀錄下來跟朋友們觀賞。而這些題項均是遊客認為重要且感到滿意的部分，薰衣草森林應該繼續保持並提供更優質的服務給遊客。

第二象限：過度努力

顯示「過度努力」的題項共有一題，依序為：12.服務人員傳遞相關訊息感到信任。以上敘述題項可知，遊客感受到較高的滿意程度，卻較不受



重視，這是薰衣草森林的優勢，雖然不是遊客所重視的項目，但可以繼續保持且減少不必要的資源支出。

第三象限：次要改善

應該「次要改善」的題項共有九題，依序為：2.相關產品包裝設計及色彩很吸引您 3.新社沿途的電線桿標誌及提醒話語 11.工作人員的服務態度 14.滿意園區的生態環境產生好奇 15.對薰衣草的了解並且對其他花種的認識 16.安排的展示、布置及活動符合遊客利益 17.花草都各有標示有助於了解名稱與用途 20.入場費可折抵園區商品而消費 22.為獲取最新園區活動資訊而加入會員。因此，建議薰衣草森林將資源投入在「優先改善」的項目時，若有其餘的資源，亦可針對上述題項進行改善，以提高遊客滿意度。

第四象限：改善重點

顯示「改善重點」的題項總共有一項，依序為：7.園區內相關無障礙空間設施足夠 19.想買園區的相關產品。因此建議薰衣草森林優先針對此項目進行檢討並做出完整的改善對策，以提升遊客的滿意度。

柒、結論與建議

一、 結論

薰衣草森林新社區以薰衣草香草植栽為名的花園農場休閒景點，進而開拓以各式香草相關體驗發展出周邊商品，發展至 2019 年已建立八個品牌，究竟薰衣草森林為何會吸引慕名而來的民眾，透過 SWOT 分析、問卷調查結果分析以及 Kano 二維品質模式分析可以歸納出以下幾點：

- 1.遊客滿意薰衣草森林指示路徑動線流暢、指示標示明確。
- 2.在前往薰衣草森林途中有相關紫色指示及溫馨用語指標，讓遊客能明確知道前往方向。
- 3.薰衣草森林擁有多樣化體驗活動，使遊客每次到訪都有不同的感受加上近年體驗式旅遊盛行，符合了現代人的休閒需求。
- 4.薰衣草森林工作人員的服務態度表現良好，使遊客感到滿意。

- 5.薰衣草森林官方網站放出的活動訊息皆標示明確，讓遊客能及時了解最新資訊。
- 6.薰衣草森林有提供園區抵用幣，讓遊客在園區消費時能折抵。
- 7.薰衣草森林相關產品的包裝或設計商業色彩過於濃厚，降低遊客購買率。
- 8.薰衣草森林園區內相關無障礙空間設施不足，讓身心障礙者及家屬感到不便。

二、具體建議

以下為本組分析過後，對薰衣草森林的建議：

- 1.寓教於樂於花草強化品種介紹及用途。
- 2.建議增加情感式活動與遊客互動，以強化幸福感。
- 3.規劃季節限定餐點。
- 4.如果想增加老年人客層可以平日提供相關活動或優惠吸引此客層。
- 5.規劃平日某特定時段提供接駁車讓遊客搭乘至園區內。
- 6.近年來體驗式旅遊盛行，薰衣草森林擁有多樣化的體驗活動，可以持續朝體驗式行銷發展。
- 7.園區內無障礙設施及有些景點的安全防護設施不足，易造成身心障礙者及家屬感到不便與造成不必要的意外，建議添加相關設施。
- 8.園區內整體設計與規劃及製造出的整體氛圍，讓遊客感到滿意可以繼續保持。直
- 9.工作人員的服務態度表現良好可以繼續維持。
- 10.官方網站放出的活動資訊皆標示明確可以繼續維持品質。
- 11.園區內部動線標示明確，讓遊客明確知道園區們景點位於何處，可以繼續維持。
- 12.因位於較深山處且薰衣草花海在台灣不常見，遊客會因部落客及薰衣草節等活動前往園區，可以增加此部分活動推廣。
- 13.園區抵用幣會隨著活動而更變樣貌再加上園區抵用幣在園區消費有折抵功用，遊客認為非常新奇且滿意，此設置可以繼續保持。
- 14.園區內相關產品設計及色彩商業色彩太重，導致遊客購買頻率低，建議



可以搭配活動作為贈品吸引遊客前往購買。

捌、參考文獻

- 1.陳正(2007)。體驗行銷策略、遊客關係管理與行銷績效關係模式研究-台灣旅館業之驗證。朝陽科技大學企業管理學系：碩士論文。
- 2.丁昭尤(2009)。體驗行銷、體驗價值、觀光意象、遊客滿意度與忠誠度關係之研究—以台東青山休閒農場為例。國立臺東大學資訊管理學碩士班：碩士論文。
- 3.張偉斌(2011)。服務品質、體驗行銷、體驗價值對遊客滿意度之影響—以 2010 台北國際花卉博覽會為例。國立中正大學企業管理碩士班：碩士論文。
- 4.李美宜(2011)。體驗行銷、體驗價值與遊客忠誠度關係之研究 - 以宜蘭地區民宿為例。國立高雄餐旅大學餐旅管理研究所在職專班：碩士論文。
- 5.許芳瑜(2014)。以體驗行銷來探討遊客體驗價值對老街的重遊意願之因素-以鹿港老街為例。逢甲大學企業管理學系：碩士論文。
- 6.魏上欽(2003)。以 Kano 模式建構遊客導向之品質屋—以中華職棒大聯盟兄弟象為例。國立臺北科技大學工業工程與管理研究所：碩士論文。
- 7.陳君毅(2019)。旅遊新創兩大成長中商機：即時玩樂需求、深入在地的體驗。取自 110 年 10 月 10 日。<https://myppt.cc/d3Zgck>
- 8.鄭湘凌(2016)。文創旅店體驗行銷之研究-以承德文旅為例。國立中山大學企業管理學系：碩士論文。
- 9.劉明盛、謝雯如、姚惠文、張玉芷、曾于庭、王薇雁(2012)。精緻化 Kano 二維模式探討渡假飯店體驗行銷之研究-以墾丁福華渡假飯店為例。遠東科技大學餐飲管理學系：碩士論文。
- 10.張玲惠、何光明、周鈺凱(2017)。技術校院餐飲管理系教育品質屬性之個案研究-Kano 二維品質模式與 IPA 方法的應用分析。技術及職業教育學報，第四期第三卷，1-38。

- 11.張紘炬、廖玲珠(2012)。應用 Kano 模式語 IPA 於海運承攬運送業內部服務品質之研究:以 KF 公司為例。經營管理叢,第二期第八卷,43-61。
- 12.林佑融、賴福來(101)。整合 Kano 模式與 IPA 分析應用於工具機產業服務品質之實證研究-以 YCM 公司為例。全球商業經營管理學報,第四期,135-150。
- 13.薰衣草森林官網。取自 <https://myppt.cc/0h3C9x>
- 14.心之芳庭官網。取自 <https://reurl.cc/yQyGdO>
- 15.森林島嶼官網。取自 <https://reurl.cc/Lp1qyy>
- 16.桐花村官網。取自 <https://reurl.cc/jkVk7m>
- 17.好好官網。取自 <https://reurl.cc/RjRj16>
- 18.緩慢官網。取自 <https://reurl.cc/yQWQgD>
- 19.緩慢;尋路官網。取自 <https://reurl.cc/KpEpjn>
- 20.漂鳥官網。取自 <https://reurl.cc/Qjpxz9>
- 21.台中光觀旅遊網-台中市政府。取自 <https://reurl.cc/X4Xyvj>
- 22.許芊蔚(2015)。背包客棧不再陽春:服務創新模式的個案研究。義守大學企業管理學系:碩士論文。
- 23.曹勝雄、張德儀(2021)。後疫情時代之臺灣觀光發展與創新。人文與社會科學簡訊,第二期二十二卷,90-96。
- 24.蕭羽鈞(2013)。體驗行銷、品牌形象與消費者購買意願關係之研究。中國文化大學商學院國際企業管理學系:碩士論文。
- 25.林惠鈴(2005)。體驗行銷與顧客價值、顧客忠誠度之相關聯性研究-以薰衣草森林餐廳為例。遠東學報,第二十二卷第二期,155-168。
- 26.廖珮玟(2015)。體驗行銷、體驗價值與顧客忠誠度關係之研究-以薰衣草森林為例。東吳大學企業管理學系:碩士論文。
- 27.余詩婷(2015)。薰衣草森林創新商業模式之個案研究。大葉大學企業管理學系:碩士論文。
- 28.農業知識入口網站。取自 110 年 10 月 15 日。<https://myppt.cc/3CVrmb>

三、其他



(一)品質問卷

親愛的遊客您好：

首先感謝您填寫本問卷，我們是_____的學生，因專題製作課程研究，希望透過此問卷調查新社薰衣草森林服務品質，此問卷作為專題參考資料，問卷為匿名形式，請盡可能以您現在的經驗作答，您所提供的資料都將保密，僅作為學術研究之用，不做個別處理及商業用途，懇請您惠予協助，在此感謝您的支持與協助。

1. 如果園區環境具有的整體設計與規劃很吸引您，您的感受為何？
☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡
2. 如果園區環境不具有的整體設計與規劃很吸引您，您的感受為何？
☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡
3. 如果薰衣草森林具有相關產品包裝設計及色彩很吸引您，您的感受為何？
☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡
4. 如果薰衣草森林不具有相關產品包裝設計及色彩很吸引您，您的感受為何？
☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡
5. 如果薰衣草森林進入新社後具有沿途的電線桿標誌及提醒話語，您的感受為何？
☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡
6. 如果薰衣草森林進入新社後不具有沿途的電線桿標誌及提醒話語，您的感受為何？
☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡
7. 如果園區具有專屬停車位數量足夠，您的感受為何？

☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡

8. 如果園區不具有專屬停車位數量足夠，您的感受為何？

☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡

9. 如果薰衣草森林具有各項展示、服務及活動能按公告時間實施，您的感受為何？

☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡

10. 如果薰衣草森林不具有各項展示、服務及活動能按公告時間實施，您的感受為何？

☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡

11. 如果園區具有指示路徑動線流暢、指示標示明確，您的感受為何？

☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡

12. 如果園區不具有指示路徑動線流暢、指示標示明確，您的感受為何？

☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡

13. 如果園區內具有相關無障礙空間設施足夠，您的感受為何？

☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡

14. 如果園區內不具有相關無障礙空間設施足夠，您的感受為何？

☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡

15. 如果園區內各項設備及設施具有完整依照規劃所呈現出來的氛圍，您的感受為何？

☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡

16. 如果園區內各項設備及設施不具有完整依照規劃所呈現出來的氛圍，您的感受為何？

☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡

17. 如果園區內各項設備及設施具有讓人感覺輕鬆與自在的氛圍，您的感受為何？



☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡

18. 如果園區內各項設備及設施不具有讓人感覺輕鬆與自在的氛圍，您的感受為何？

☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡

19. 如果薰衣草森林具有提供的互動性活動(紀念小印章、許願卡、栽種花苗)，您的感受為何？

☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡

20. 如果薰衣草森林不具有提供的互動性活動(紀念小印章、許願卡、栽種花苗)，您的感受為何？

☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡

21. 如果薰衣草森林工作人員具有專業解說及服務態度，您的感受為何？

☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡

22. 如果薰衣草森林工作人員不具有專業解說及服務態度，您的感受為何？

☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡

23. 如果薰衣草森林工作人員具有能完整傳遞傳遞園區設施、活動、餐點的訊息，您的感受為何？

☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡

24. 如果薰衣草森林工作人員不具有能完整傳遞傳遞園區設施、活動、餐點的訊息，您的感受為何？

☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡

25. 如果薰衣草森林具有規劃的志工栽種花朵而吸引您前往旅遊的活動，您的感受為何？

☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡

26. 如果薰衣草森林不具有規劃的志工栽種花朵而吸引您前往旅遊的活動，您的感受為何？

☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡

27. 如果薰衣草森林整體園區規劃的生態樣態具有讓人感到好奇願意進一步認識，您的感受為何？

☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡

28. 如果薰衣草森林整體園區規劃的生態樣態不具有讓人感到好奇願意進一步認識，您的感受為何？

☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡

29. 如果薰衣草森林園區內活動具有讓您認識薰衣草且願意更進一步認識其他花種，您的感受為何？

☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡

30. 如果薰衣草森林園區內活動不具有讓您認識薰衣草且願意更進一步認識其他花種，您的感受為何？

☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡

31. 如果薰衣草森林網頁具有安排的展示、園區佈置及活動，您的感受為何？

☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡

32. 如果薰衣草森林網頁不具有安排的展示、園區佈置及活動，您的感受為何？

☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡

33. 如果園區內栽種的花草具有標示，助於了解其名稱與用途，您的感受為何？

☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡

34. 如果園區內栽種的花草不具有標示，助於了解其名稱與用途，您的感受為何？

☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡



35. 如果薰衣草森林依照季節或節日具有體驗活動，您的感受為何？

☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡

36. 如果薰衣草森林依照季節或節日不具有體驗活動，您的感受為何？

☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡

37. 如果薰衣草森林具有相關產品，您的感受為何？

☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡

38. 如果薰衣草森林不具有相關產品，您的感受為何？

☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡

39. 如果薰衣草森林具有入場費可折抵園區商品銷售，您的感受為何？

☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡

40. 如果薰衣草森林不具有入場費可折抵園區商品銷售，您的感受為何？

☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡

41. 如果您具有想將薰衣草森林的遊玩感受與朋友們分享，您的感受為

何？

☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡

42. 如果您不具有想將薰衣草森林的遊玩感受與朋友們分享，您的感受為

何？

☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡

43. 如果薰衣草森林具有加入會員可獲取最新園區活動資訊，您的感受為何？

☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡

44. 如果薰衣草森林不具有加入會員可獲取最新園區活動資訊，您的感受為何？

☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡

45. 如果薰衣草森林網頁具有園區最新景致及活動而吸引您前往薰衣草森林，您的感受為何？
☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡
46. 如果薰衣草森林網頁不具有園區最新景致及活動而吸引您前往薰衣草森林，您的感受為何？
☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡
47. 如果薰衣草森林具有配合台中新社地區的「花海節」規劃相關活動吸引您前往薰衣草森林，您的感受為何？
☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡
48. 如果薰衣草森林不具有配合台中新社地區的「花海節」規劃相關活動吸引您前往薰衣草森林，您的感受為何？
☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡
49. 如果薰衣草森林的美麗景色具有使您記錄下來跟朋友們起觀賞，您的感受為何？
☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡
50. 如果薰衣草森林的美麗景色不具有使您記錄下來跟朋友們起觀賞，您的感受為何？
☐喜歡 ☐理所當然 ☐無所謂 ☐還可以 ☐不喜歡



(二)紙本問卷

新社薰衣草森林遊客滿意度問卷

親愛的遊客您好：

首先感謝您填寫本問卷，我們是 的學生，因專題製作課程研究，希望透過此問卷調查新社薰衣草森林遊客滿意度，此問卷作為專題參考資料，問卷為匿名形式，請盡可能以您現在的經驗作答，您所提供的資料都將保密，僅作為學術研究之用，不做個別處理及商業用途，懇請您惠予協助，在此感謝您的支持與協助。

一、基本資料

1. 性別：☐男 ☐女
2. 年齡：☐20 歲以下 ☐21~30 歲 ☐31~40 歲 ☐41~50 歲 ☐50 歲以上
3. 學歷：☐國中 ☐高中職 ☐五專 ☐大學 ☐研究所以上
4. 薪資：☐10,000 元以下 ☐10,000~20,000 元 ☐20,001~30,000 元
☐30,001~40,000 元 ☐50,000 元以上
5. 職業：☐學生 ☐服務業 ☐農林漁牧業 ☐製造業 ☐金融業 ☐軍公教
☐待業中
6. 此次前往的交通工具：☐公共運輸 ☐自行開車 ☐參加旅行團

7. 此次前往薰衣草森林的伴侶：☐單身 ☐朋友 ☐家人 ☐旅行團

二、請您協助填寫以下問題

1. 請問您是否滿意園區環境的整體設計與規劃很吸引您，讓您有想深入了解的衝動？

☐非常滿意 ☐滿意 ☐普通 ☐不滿意 ☐非常不滿意

2. 請問您是否不滿意薰衣草森林相關產品包裝設計及色彩很吸引您，讓您有想購買的慾望？

☐非常滿意 ☐滿意 ☐普通 ☐不滿意 ☐非常不滿意

3. 請問您是否滿意進入新社後沿途的電線桿標準及提醒話語？

☐非常滿意 ☐滿意 ☐普通 ☐不滿意 ☐非常不滿意

4. 請問您是否滿意園區專屬停車位數量足夠，且不會有找不到車位的狀況？

☐非常滿意 ☐滿意 ☐普通 ☐不滿意 ☐非常不滿意

5. 請問您是否滿意薰衣草森林各項展示、服務及活動能按公告時間實施，並不會感覺白跑一趟？

☐非常滿意 ☐滿意 ☐普通 ☐不滿意 ☐非常不滿意

6. 請問您是否滿意園區指示路徑動線流暢、指示標示明確，在逛園區過程中不會迷路？

☐非常滿意 ☐滿意 ☐普通 ☐不滿意 ☐非常不滿意

7. 請問您是否滿意園區內相關無障礙空間設施足夠？

☐非常滿意 ☐滿意 ☐普通 ☐不滿意 ☐非常不滿意

8. 請問您是否滿意薰衣草森林的整體氣氛？

☐非常滿意 ☐滿意 ☐普通 ☐不滿意 ☐非常不滿意

9. 請問您是否滿意薰衣草森林的休閒風格？

☐非常滿意 ☐滿意 ☐普通 ☐不滿意 ☐非常不滿意



10. 請問您是否滿意薰衣草森林提供的互動性活動(紀念小印章、許願卡、栽種花苗)，使您感到開心及喜愛？
- ☐非常滿意 ☐滿意 ☐普通 ☐不滿意 ☐非常不滿意
11. 請問您是否滿意工作人員的服務態度？
- ☐非常滿意 ☐滿意 ☐普通 ☐不滿意 ☐非常不滿意
12. 請問您是否滿意服務人員傳遞園區設施、活動、餐點的訊息，讓您感到信任？
- ☐非常滿意 ☐滿意 ☐普通 ☐不滿意 ☐非常不滿意
13. 請問您是否會因為園區定期規劃的志工栽種花朵活動而前往旅遊？
- ☐是 ☐否
14. 請問您在參與活動中是否滿意園區的生態環境，進而產生好奇？
- ☐非常滿意 ☐滿意 ☐普通 ☐不滿意 ☐非常不滿意
15. 請問您透過園區的活動是否滿意對薰衣草的了解，並且對其他花種有更進一步的認識？
- ☐非常滿意 ☐滿意 ☐普通 ☐不滿意 ☐非常不滿意
16. 請問您是否滿意薰衣草森林網頁所安排的展示、園區布置及活動，並認同都符合遊客利益？
- ☐非常滿意 ☐滿意 ☐普通 ☐不滿意 ☐非常不滿意
17. 請問您是否滿意園區內栽種的花草都各有標示，有助於了解其名稱與用途？
- ☐非常滿意 ☐滿意 ☐普通 ☐不滿意 ☐非常不滿意
18. 請問您是否會想參加薰衣草森林依照節日或季節規劃的體驗活動嗎？
- ☐非常滿意 ☐滿意 ☐普通 ☐不滿意 ☐非常不滿意

19. 請問您是否會想買薰衣草森林的相關商品嗎？
- ☐非常滿意 ☐滿意 ☐普通 ☐不滿意 ☐非常不滿意
20. 請問您是否會因為入場費可折抵園區商品銷售而進行購買嗎？
- ☐非常滿意 ☐滿意 ☐普通 ☐不滿意 ☐非常不滿意
21. 請問您是否會想將薰衣草森林的遊玩感受與朋友們分享？
- ☐非常滿意 ☐滿意 ☐普通 ☐不滿意 ☐非常不滿意
22. 請問您會因為去了薰衣草森林從而加入會員獲取園區最新活動資訊？
- ☐非常滿意 ☐滿意 ☐普通 ☐不滿意 ☐非常不滿意
23. 請問您會因為企業網站上的推薦景點前往薰衣草森林欣賞風景嗎？
- ☐非常滿意 ☐滿意 ☐普通 ☐不滿意 ☐非常不滿意
24. 請問您會不會因為新社地區的「花海節」活動前往薰衣草森林欣賞大自然？
- ☐非常滿意 ☐滿意 ☐普通 ☐不滿意 ☐非常不滿意
25. 請問您是否想把薰衣草森林的美麗景色紀錄下來跟朋友們一同觀賞？
- ☐非常滿意 ☐滿意 ☐普通 ☐不滿意 ☐非常不滿意



新社薰衣草森林遊客重要度問卷

親愛的遊客您好：

首先感謝您填寫本問卷，我們是 的學生，因專題製作課程研究，希望透過此問卷調查新社薰衣草森林遊客重要度，此問卷作為專題參考資料，問卷為匿名形式，請盡可能以您現在的經驗作答，您所提供的資料都將保密，僅作為學術研究之用，不做個別處理及商業用途，懇請您惠予協助，在此感謝您的支持與協助。

一、基本資料

1.性別：☐男 ☐女

2.年齡：☐20 歲以下 ☐21~30 歲 ☐31~40 歲 ☐41~50 歲 ☐50 歲以上

3.學歷：☐國中 ☐高中職 ☐五專 ☐大學 ☐研究所以上

4.薪資：☐10,000 元以下 ☐10,000~20,000 元 ☐20,001~30,000 元

☐30,001~40,000 元 ☐50,000 元以上

5.職業：☐學生 ☐服務業 ☐農林漁牧業 ☐製造業 ☐金融業 ☐軍公教

☐待業中

6.此次前往的交通工具：☐公共運輸 ☐自行開車 ☐參加旅行團

7.此次前往薰衣草森林的伴侶：☐單身 ☐朋友 ☐家人 ☐旅行團

二、請您協助填寫以下問題

1.請問您是否覺得園區環境的整體設計與規劃能吸引您，讓您有想深入了解的衝動？

☐非常重要 ☐重要 ☐普通 ☐不重要 ☐非常不重要

2.請問您認為薰衣草森林相關產品包裝設計及色彩很吸引遊客，讓遊客有想購買的慾望？

☐非常重要 ☐重要 ☐普通 ☐不重要 ☐非常不重要

3.請問您覺得進入新社後沿途的電線桿標準及提醒話語是重要的指引？

☐非常重要 ☐重要 ☐普通 ☐不重要 ☐非常不重要

4.請問您覺得園區必須提供專屬停車位數量需足夠，且不會有找不到車位的狀況？

☐非常重要 ☐重要 ☐普通 ☐不重要 ☐非常不重要

5.請問您是否認為薰衣草森林各項展示、服務及活動必須按公告時間實施，並不會感覺白跑一趟？

☐非常重要 ☐重要 ☐普通 ☐不重要 ☐非常不重要

6.請問您覺得園區指示路徑動線流暢、指示標示必須明確，在逛園區過程中不會迷路？

☐非常重要 ☐重要 ☐普通 ☐不重要 ☐非常不重要

7.請問您是否覺得園區內必須提供相關無障礙空間設施？



☐非常重要 ☐重要 ☐普通 ☐不重要 ☐非常不重要

8.請問您覺得薰衣草森林必須規劃及塑造園區整體氣氛？

☐非常重要 ☐重要 ☐普通 ☐不重要 ☐非常不重要

9.請問您是否覺得薰衣草森林的休閒風格可以吸引遊客到訪？

☐非常重要 ☐重要 ☐普通 ☐不重要 ☐非常不重要

10.請問您覺得薰衣草森林必須提供的互動性活動(紀念小印章、許願卡、栽種花苗)，讓遊客感到開心及喜愛？

☐非常重要 ☐重要 ☐普通 ☐不重要 ☐非常不重要

11.請問您覺得工作人員的服務態度是否重要？

☐非常重要 ☐重要 ☐普通 ☐不重要 ☐非常不重要

12.請問您是否覺得服務人員能完整傳遞園區設施、活動、餐點的訊息，讓您感到信任？

☐非常重要 ☐重要 ☐普通 ☐不重要 ☐非常不重要

13.請問您是否覺得園區應該定期規劃的志工栽種花朵活動以吸引遊客前往旅遊？

☐非常重要 ☐重要 ☐普通 ☐不重要 ☐非常不重要

14.請問您在參與活動中是否滿意園區的生態環境，進而產生好奇？

☐非常重要 ☐重要 ☐普通 ☐不重要 ☐非常不重要

15.請問您透過園區的活動對薰衣草的了解，並且對其他花種有更進一步的認識？

☐非常重要 ☐重要 ☐普通 ☐不重要 ☐非常不重要

16.請問您是否覺得薰衣草森林網頁所安排的展示、園區布置及活動，必須都符合遊客利益？

☐非常重要 ☐重要 ☐普通 ☐不重要 ☐非常不重要

17.請問您是否覺得園區內栽種的花草應該都有標示，有助於了解其名稱與

用途？

☐非常重要 ☐重要 ☐普通 ☐不重要 ☐非常不重要

18.請問您是否認為薰衣草森林必須依照節日或季節規劃的體驗活動嗎？

☐非常重要 ☐重要 ☐普通 ☐不重要 ☐非常不重要

19.請問您是否會想買薰衣草森林的相關商品嗎？

☐非常重要 ☐重要 ☐普通 ☐不重要 ☐非常不重要

20.請問您是否會因為入場費可折抵園區商品銷售而進行購買嗎？

☐非常重要 ☐重要 ☐普通 ☐不重要 ☐非常不重要

21.請問您是否願意將薰衣草森林的遊玩感受與朋友們分享？

☐非常重要 ☐重要 ☐普通 ☐不重要 ☐非常不重要

22.請問您會因為去了薰衣草森林從而加入會員獲取園區最新活動資訊？

☐非常重要 ☐重要 ☐普通 ☐不重要 ☐非常不重要

23.請問您會因為企業網站上的推薦景點前往薰衣草森林欣賞風景嗎？

☐非常重要 ☐重要 ☐普通 ☐不重要 ☐非常不重要

24.請問您覺得配合台中市政府所辦理新社地區的「花海節」活動規劃相關

活動以吸引遊客前往？

☐非常重要 ☐重要 ☐普通 ☐不重要 ☐非常不重要

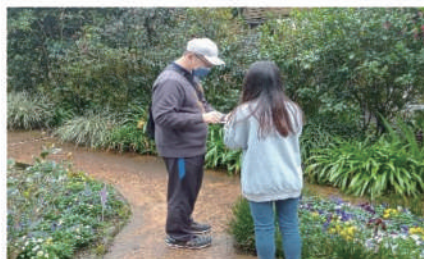
25.請問您覺得薰衣草森林的美麗景色能夠紀錄下來跟朋友們一同觀賞？

☐非常重要 ☐重要 ☐普通 ☐不重要 ☐非常不重要



(三)第一次訪談整理

9 月中考察薰衣草森林環境並與遊客互動，詢問來薰衣草森林的原因及欣賞薰衣草森林那些地方等。



學生：請問您從哪裡得知薰衣草森林？

遊客：我們是在社群媒體看到這邊有薰衣草花海的活動所以想來這邊看看。

學生：請問您是怎麼來薰衣草森林的呢？

遊客：和朋友開車一起來。

學生：請問您是否第一次前來薰衣草森林？

遊客：是的，無意間看到有活動想著出來走走也不錯。

學生：請問您認為薰衣草森林整體為何？

遊客：感覺讓人非常神清氣爽，有放鬆放慢腳步的生活，而且薰衣草花海也非常美麗。

學生：請問您是否有注意到沿途有標示指引及標語？

遊客：有，我認為做的不錯因為有標示能更清楚讓人知道方向，但是如果沒有也沒什麼。



(標語)

(標示指引)

學生：請問您是否認為入場時給予的園區抵用幣對您來說是否幫助？

遊客：我覺得還是滿有幫助的因為這邊滿山上的所以要運輸資源上來挺費時間的所以物價蠻高的而且這個抵用幣是 100 元還是不錯的。

學生：請問您是否會去購買薰衣草森林內的相關產品？

遊客：一開始進園區的那間店我不會去注意到他，自然就不會去購買。

學生：薰衣草森林有規劃志工栽種花朵活動，請問您是否會想參與此活動？

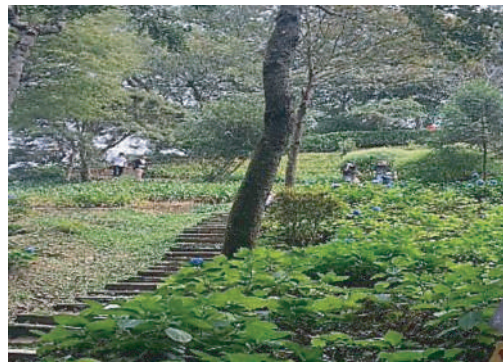
遊客：當然會想參加啊！可以跟朋友、家人一起來當志工。

學生：請問您認為園區內那裡需要改善？

遊客：我認為植物園區內沒有解釋牌讓我很難知道這是什麼植物，並且在走上去許願樹那邊的路時，旁邊並沒有圍欄的防護設施，那邊的路不平整走不好可能會跌下去，還有許願樹旁的盪鞦韆我認為應該要有防護措施，因為他在高處如果不慎跌倒就滾下去了。



(缺少植物解釋牌)



(樓梯缺少防護措施)

學生：您是否有在此園區進行用餐，如果有那您覺得餐飲方面的感覺如何？

遊客：我有去用餐，我覺得他們的餐點非常好吃而且他們會用一些香草植物跟餐點進行混合搭配讓人有眼前一亮的感覺。

學生：您是否會將遊玩此園區的感受分享給家人與朋友？



遊客：會呀！因為這邊的環境非常安靜而且食物非常好吃份量也剛好，還能看到蝴蝶跟蜜蜂在飛也看到很多花花草草，園區內的景點也非常好拍照，整體氛圍讓人非常放鬆。

學生：請問您來此園區覺得那些最吸引你？

遊客：年輪郵局！他們有活動在打卡後可以獲得薰衣草香包，還可以購買明信片寫下寄給家人、朋友，還可以選擇要在哪一個月份寄出，還有旋轉木馬非常漂亮，尤其是在接近傍晚的時候，可以拍下美美的照片。



(薰衣草香包)



(明信片)

學生：請問您對於服務人員的態度有什麼感受嗎？

遊客：我覺得這邊的服務人員都很親切而且都很溫柔，剛剛我去問了一些問題他們都很有耐心的回答我們。

學生：那您遊完薰衣草森林後，下次還會想再來遊玩嗎？

遊客：一定會，因為這裡讓我感覺非常漂亮跟空氣非常好。





(四)第二次訪談整理

10 月中關鍵品質確認

學生：請問您是怎麼前來薰衣草森林的？

遊客：跟朋友自行開車來。

學生：請問您是否第一次前來薰衣草森林？

遊客：不是，因為之前來過一次覺得整體氣氛很棒，所以前來參觀第二次。

學生：請問您覺得這次前來薰衣草森林跟第一次來有甚麼差別呢？

遊客：這次來多了薰衣草節的活動，也發現他們抵用幣換了新的樣貌，並且園區的植物相關解釋牌有增加。

學生：請問您認為入場時給予的園區抵用幣對您來說是否有幫助？

遊客：雖然看似商品很貴，但因為有抵用幣其實花費不會到很高，我們也會因為要花掉抵用幣而去買紀念品。

學生：請問您對薰衣草森林的餐飲感覺如何？有何特色？

遊客：在每道菜裡都能發現不同的香草佐料，且在上菜前提供給客人的水，也有淡淡的草香。

學生：請問您認為薰衣草森林整體為何？

遊客：他們的整體氣氛讓我感到很放鬆，在不知不覺中生活步調也逐漸在變慢。

學生：請問您覺得甚麼服務或設施讓你印象最深刻？

遊客：年輪郵局，因為可以買那邊專屬的明信片，寫完再寄給想寄的人。

學生：請問您是否滿意園區專屬停車位數量？會有找不到車位的狀況嗎？

遊客：他們都停車場很大、位子很多，但是因為在山上所以停的地方是泥土地，如果遇到下雨就會變得濕濕的不好走路，鞋子也會髒掉。



學生：請問您覺得薰衣草森林有甚麼樣的內容讓你想要來？

遊客：位居深山裡，來這讓人有放鬆悠閒的感覺。

學生：請問您覺得園區內還有甚麼地方需要改進的？

遊客：我覺得要前往許願樹的階梯有點斜且每片木板的間距過小，不太適合老年人行走。

學生：請問您會因為每年花海節活動前來觀賞嗎？

遊客：會，因為能欣賞到一整片花海同時綻放的景觀覺得非常美。

學生：請問您覺得園區內的景觀會讓您想拍照跟家人與朋友分享嗎？

遊客：不會特地去分享給親戚朋友，但還是會拍照紀念，畢竟這裡很漂亮，很值得拍照留念。

110學年度 班級楷模



1-1商—1王玉君



1-2商—2許淋盈



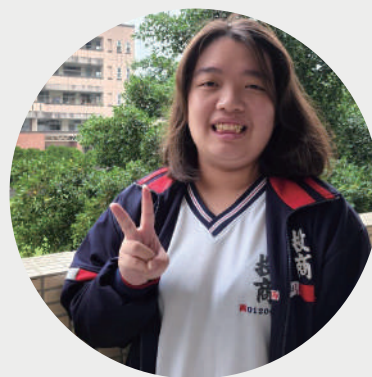
1-3會—1陳佩妤



1-4資—1秦仕勳



1-5資—2龐子綺



1-6國—1周佳雯



1-7國—2蔡愉均



1-8應—1簡婕杼



1-9應—2劉雙慈



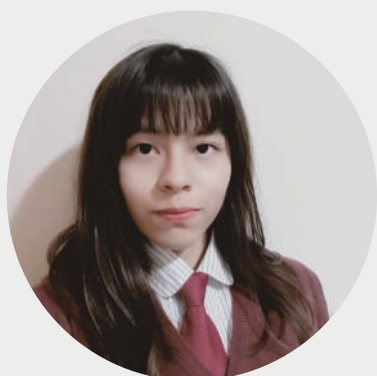
1-10綜一1張致瑋



2-1商二1余采芳



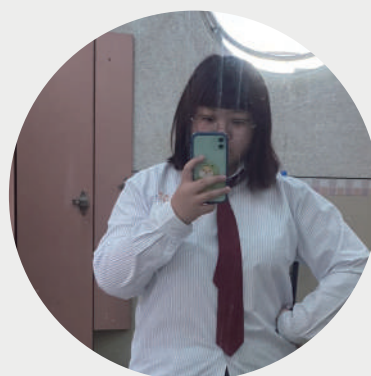
2-2商二2張庭瑄



2-3會二1林苡湘



2-4資二1許郁梅



2-5資二2黃映慈



2-6國二1戴辰諠



2-7應二1劉品萱



2-8應二2林宗緯

110學年度 班級楷模



2-9綜二1羅佩諭



3-1商三1曾念筑



3-2商三2簡慈慧



3-3會三1王惠真



3-4資三1陳俊諺



3-5資三2蔡佳真



3-6國三1 林昕儀



3-7國三2李亭好



3-8應三1張怡慈



3-9應三2陳虹仔



3-10綜三1李姍樺



看似霧茫灰暗的天空，仰望著，彷彿看見了裂隙中透出的微光，
我知道，當我拍下的此時，天空正在回應我的心。



一個男孩望著遠方，也許我不能明白他的思緒，
但我能看見他眼神中那一股年少氣盛的堅定。

裏面的，都是我，
照映反射的，
是一股，純粹的真心。



橙黃的夕陽灑落在少女的長髮，
透映的紅讓我感受到一股不輕易展現的熱情，
她看著遠處，或許也在想著她擁有的青春。



站在高山上我彷彿隱身於世，遠眺遠處的山嵐，看著遠在天邊的雲朵，
我知道，那是想念，我看著它，離我，越來越遠。