

## 柚香傳情產業創生計畫 - 會展活動規劃與原民祭典體驗

活動時間	110 年 11 月 5 日 星期五 08:00~11 月 6 日 星期六 20:00
活動地點	花蓮縣瑞穗鄉鶴岡國小、富里鄉吳江國小
主持人	蔡顯榮
活動內容	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 活動進行方式與內容 <p>此次活動主要延續 9 月 17~19 日「會展活動規劃與原民祭典體驗」活動，上次活動由於受疫情影響僅進行「會展活動規劃」部份，「原民祭典體驗」部份則延至疫情較緩和的 11 月進行。前次活動將在地的柚香產品進行中秋節前採收及備製體驗，並結合部落小旅行的設計，作為會展活動規劃的一部份，已順利完成，此次則再度邀請業界教師前往 USR 實踐場地，對在地柚農及青年進行品牌建立、網路行銷、產品與通路作業細節進行經驗分享，同時讓學生在旁觀摩與學習，業師隨時從旁指導，以吸收實戰效果。這群業師包含：九久烘焙坊企業負責人陳青枝、欣泰針織廠顧問同時也是國家國術教練楊聰賢、擎寶實業有限公司經理顏華吟、板橋市農會副主任黃淑美、志航科技股份有限公司林子玉董事長等人。</p> </li> <li>● 重點與助益 <p>此可分三個方面來說明：</p> <p>第一，為中秋節後的鶴岡文旦，打造轉形商品，延用本 USR 計畫第一期(2020 年)精神，將節後的柚子經由清洗、削皮、浸泡酒精、混以發泡劑及甘油，製作成柚香清潔劑，並協助地方農民建立 FB 粉絲專頁，將此柚香清潔劑經由網路行銷方式推播社會大眾。尤其在 9 月 4 日「業師經驗分享與課後指導」活動後，許多業界人士對在地柚農及青年進行品牌建立、網路行銷、產品與通路作業細節進行經驗分享，有利在地青年旁觀摩與學習，這次活動一方面來檢視業師建議的可行性，一方面也經由地方踩踏更深入了解 USR 計畫的精神。</p> <p>第二，對於這學期在進行的「柚香傳情產業創生延伸技能微學分課程」，及教師成長社群，能夠提供教材教案，而有助於網路直播主技巧、網路商店經營實務、線上潮牌活動創意構思…等課程的執行。事實上以上微學分課程已在 10 月底前陸續執行完畢，學生對於位處偏遠地區的農特產品或服務要進行推</p> </li> </ul>

	<p>銷或行銷，可以經由官網、部落客、FB 等工具快速傳播，這可從近幾年更掀起一陣網路商店、直播主乃至於潮品牌的小眾經營模式看出端倪，雖說小眾但匯集的人氣亦不可小嘍，且顧客的忠誠度之高、回購力之強，令人重視。</p> <p>第三，更進一步的讓業師與學生參與 USR 計畫，在與當地的布農文化、阿美文化進行交流後，瞭解都市及偏鄉的差異性。同時也瞭解到鶴岡阿美部落的柚農產銷情況，今年因疫情的關係，企業經濟景氣不佳，不會購買大量的禮盒進行送禮，而家庭式的採購也不會太高，因此導致柚子銷售不佳，將柚子加工改造製造成清潔劑、洗手乳等等，可將這些副產品以年節送禮的模式增加銷售率，將產銷理論實際運作於本計畫中，實踐會展系的本職學能。</p>
<p>活動回饋 與成效</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 與會人員意見與回饋</li> <li>◎在節後的鶴岡農產行銷部份 <p>九久烘焙坊企業負責人陳青枝再次表示，現今的 line 貼圖對於我們而言是非常方便的，因為有些文字的傳達不會有人知道我們想表達的語氣，那有了貼圖就可以依照貼圖的文字及表情，能夠幫助對方稍微了解要表達的語氣，對方也不需要猜測就能明白了解，那設計就是重要關鍵，要能夠設計有特色或有時事梗的文字及符合文字的表情圖畫。</p> <p>板橋農會黃淑美主任表示，自己在農會上班很能感到到農民靠天吃飯的辛勞，在節後農產品的行銷上，可以運用當今流行通路，例如 IG 或 FB，先前計畫製作 LINE 貼點，我覺得挺好的，line 貼圖會比文字還要來得實用方便，因此我們可以先從我們日常常用的表情或情緒來做 line 貼圖的基礎，再來沿用但前的時事梗或是年輕時下流行用語，來增廣我們的使用客群。</p> <p>欣泰針織廠顧問同時也是國家國術教練(樹林少林拳委員會)楊聰賢給我們的反饋是，line 貼圖不僅能夠好好的宣傳我們的產品特色和我們的兩位吉祥物，也可以增廣我們的客群與知名度，這是不錯的行銷工具，如果能配合節慶出特別版貼圖，也可以收到不錯的效果，這點可以大家集思廣益一下。</p> </li> <li>◎在微學分的課程應用上 <p>擎寶實業有限公司經理顏華吟表示，偏鄉產業創生工作，不能僅是將偏鄉產業產品、服務創造出來，還必需透過推廣、行銷的方式讓世人知道這個偏鄉產業產品、服務的存在。例如花蓮地區有很多農特產品，觀光旅遊資源亦相當豐富，但是這些好山、好水、好產品如果不能轉換成產品或服務，就不具經濟價值，即便轉換成產品或服務有了經濟價值，如果沒有好的行銷管道，其創</p> </li> </ul>

生工作亦是事倍功半。

志航科技林子玉董事長表示，過去對於位處偏遠地區的農特產品或服務要進行推銷或行銷，僅能仰賴平面媒體、廣播媒體、電視媒體，有了網路媒體後行銷工作已經可以經由官網、部落客、FB 等工具快速傳播，近幾年更掀起一陣網路商店、直播主乃至於潮品牌的小眾經營模式，雖說小眾但匯集的人氣亦不可小噓，且顧客的忠誠度之高、回購力之強，令人重視。

板橋農會黃淑美主任再次表示，自己經常在 ig 看直播，喜歡看主題談話、美妝開箱、服飾類的，覺得直播更能讓大家更瞭解這項物品的細節，賣家也能直接知道我的客人想要什麼他們有什麼問題想要詢問。個人比較喜歡先事前說明幾點會開直播，因為有時候真的不想錯過，很多時候抽獎也只有當下直播會有，不過抽獎也很容易發生紛爭，每個人顯示的頁面都不一樣，這時候就很看賣家的處理能力，這些可提供給地方農民參考。

#### ◎在部落微慶典體驗部份

九久烘焙坊企業負責人陳青枝及其同仁張添順表示，原本八月要參加瑞穗鶴岡的阿美族梧繞部落，適逢一年一度的阿美族豐年祭，但因疫情延遲到現在，雖然這一次是部落小小慶典，稱不上豐年祭，但經由蔡顯榮老師透過地方長老安排，讓我們一起體驗阿美族人的風俗習慣，是很不同的經驗。據了解，豐年祭為阿美族最盛大且熱鬧非凡的節慶，它包含了政治、軍事、經濟、教育、訓練等功能，故豐年祭到現在仍在阿美族人心目中認為是一年中最神聖的祭典，也是族人命脈延續根源。在活動中，豐年祭是以歌舞為重心，有歌舞才是完整的豐年祭，由男生擔任主角，女生僅次於助興地位。基本上豐年祭都會有兩天以上的活動，祭典裡也包含了不一樣的主題習俗，雖然豐年祭是以歌舞貫穿整個祭典活動，但整個祭儀是必須分為準備、迎靈、宴靈、送靈等階段。而在最後一天祭典裡，都會安排準備豐味餐，邀請來賓們一同用餐，欣賞演出，整個部落一同享用至祭典正式開始前。

欣泰針織廠顧問同時也是國家國術教練楊聰賢表示，在阿美豐年祭中可以明白是一個歡樂的節慶祭典，藉由這次的活動，可以瞭解阿美族人們都必須著裝阿美族族服，戴上不同階層的頭巾等，為這次微體驗活動，我們手作屬於自己的頭巾，讓我們有入境隨俗的感覺，跟上族人們的腳步，原住民的熱情歡迎，讓我們樂在其中，一起享受音樂下歌舞的歡樂，讓我們學習到了原住民文化、習俗以及豐年祭的由來、禁忌等等，在這個暑假裡，多了一個特別的體驗，

也長了知識，雖然是載歌載舞，聽起來不用運用到頭腦，但讓我們收穫滿滿，帶著學習到的知識及愉快的心，回到台北。

#### ● 活動反思檢討

隨著花蓮瑞穗鶴岡文旦的陸續採收、行銷，第二期的 USR 產業創生計畫在實踐場域的活動即將告一段落，回顧這一期與上一期的差異在於：第一期著重在將柚子轉型成柚香清潔劑，而第二期除延續柚香清潔劑製作外，更著重在柚香清潔劑的行銷，團隊透過海報、貼標、紙箱、網頁等設計，提升柚子、柚香清潔劑的品牌形象。

此外第二期開始引導花蓮地方青年投入 USR 產業創生計畫，在與花蓮四維高中商資科的合作過程中，地方青年可以運用自身專業-商業及資訊技能，為在地農產品行銷推廣盡一份心力，此作為讓地方長輩大表認同，包含余新德村長、游可如校長，及社區發展協會、梧撓部落、屋拉力部落等地方人士，都認同地方青年應該更關心自己故鄉、愛自己故鄉，這部份很值得在下一期的計畫中繼續深耕。

隨著課程、微學分、成長社群的陸續推動及結案，本計畫在 11 月將告一段落，面對學生面的微課程訓練、教師面的成長社群訓練，包含網路直播主技巧、網路商店經營實務、線上潮牌活動創意構思…等，以期能在下一期的計畫中，更能拉動網路行銷質量，讓柚香傳情的創業創生計畫獲得更多人的關注。

### 活動剪影



鶴岡國小游可如校長為我們解說中秋節後的柚農產銷工作現況



計畫主持人蔡顯榮，講述 USR 計畫緣由，並期望業師的經驗交流，產出地方創生靈感。



梧橈部落何碧貞女士為我們解說阿美族豐年祭典的由來的活動過程典故



微解封下的阿美節慶體驗



與吳江國小校長座談，期望業師的經驗交流，產出地方創生靈感，深化USR計畫。



全體業師於吳江國小村校運動會上合影。