

柚香傳情產業創生計畫 -業師經驗分享與課後指導

活動時間	110年9月4日星期六 08:00~9月5日星期日 20:00
活動地點	花蓮縣瑞穗鄉鶴岡社區發展協會、梧撓部落、鶴岡部落
主持人	蔡顯榮
活動內容	<ul style="list-style-type: none"> ● 活動進行方式與內容 <p>此次活動主要延續8月5日「與地方人士交流」及8月13日「柚香產品及遊程社群行銷」活動，邀請業界教師前往教學實踐場地，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：威典展覽公司副總經理<u>邱志豪</u>、瑪思整合行銷總經理<u>彭鼎堯</u>、台灣連鎖加盟促進協會副秘書長<u>柯建斌</u>、凱毅工業有限公司負責人<u>紀順耀</u>及採購經理<u>陳盈璇</u>、九久烘焙坊企業負責人<u>陳青枝</u>、欣泰針織廠顧問同時也是國家國術教練<u>楊聰賢</u>、擎寶實業有限公司經理<u>顏華吟</u>…等人。</p> <p>採分組方式進行，由地方人士先針對前期所執行的柚香清潔劑製作、設計清潔劑包材、柚果紙箱的設計製作進行滿意度報告，這些人士包含：<u>余新德</u>村長，鶴岡社區發展協會的頭目、部落青年、農民，及鶴岡國小<u>游可如</u>校長及師生與家長。然後由業界人士針對網路行銷的故事性進行點評，點評的重點在網路行銷的網頁路徑、網頁內容、社群運作，尤其在Line貼圖的製作上，討論更是精彩。</p> ● 重點與助益 <p>許多農民聽到為柚香產品製作Line貼圖，大家都是眼睛為之一亮，因為這是大家耳熟能詳的網路行銷工具，但不時只知是網路行銷工具，卻不知如何使用這網路行銷工具，於是經由威典展覽公司副總經理<u>邱志豪</u>、瑪思整合行銷總經理<u>彭鼎堯</u>、台灣連鎖加盟促進協會副秘書長<u>柯建斌</u>這幾位有實際運作網路行銷的業者進行業務諮詢與講解、面授機宜，並經由<u>紀順耀</u>、<u>陳盈璇</u>、<u>陳青枝</u>、<u>楊聰賢</u>、<u>顏華吟</u>等業界人士的經驗分享，使地方人士能快速接軌網路行銷技能。而隨同的學生在與企業人士的互動過程中，以實作方式取得網路行銷知識及技術，相當難得，這種以親眼看、親手做的方式，結合花蓮偏鄉產業的地理條件，經由網路行銷誘發其經濟行為，增進地方創生的可能認知，是本次活動的最大收穫。</p>

● 與會人員意見與回饋

◎在「地方行銷」方面：

鶴岡社區發展協會何碧貞女士，引用余新德村長的關心，表示文旦產銷受節日影響頗大，地方俗語「中秋節前一顆 30 元、中秋節後一顆 3 元」，反應果農看天吃飯的心酸。此次活動在許多企業人士的支持下，由在地農民帶領大學生與地方青年，共同投入鶴岡文旦柚的採收、洗滌、削皮、浸泡等過程，將文旦的副產品價值提升，也為地方青年打造與都市青年接觸的機會，可以直接使農民獲得經濟上的助益，進而照顧鶴岡國小學生福利，是挺好的計畫。

鶴岡社區發展協會黃榮金先生表示，自己在花蓮瑞穗土生土長已七十多年，看到鄉內青年外移、人口老化，大家都知道日復一日、年復一年的工作，但也知道缺少靈感或動力去從事產業創生工作，村裡的人都知道「人才」是產業發展的重心，但多數是心有餘而力不足，「鶴岡國小」是鶴岡社區的精神文化中心，該校游可如校長及老師經常是社區智庫，學生家長則半數以上是文旦柚果農，此次地方的故事採集工作從鶴岡國小家長開始，家長即農民，是很好的起步，感謝宏國德霖科大蔡教授這二年對地方產業的支持，今日有許多企業來現場指導，相信一定會有不同往年的行銷成效。

活動回饋
與成效

鶴岡社區發展協會黃薇月女士表示，今年因為疫情關係許多部落青年回到了原鄉，但這些青年回到部落後，如果部落沒有舞台讓他們發揮，疫情後他們還是會離開的，如果能結合地方產業，讓他們有生計，這樣地方年青人就會留在部落，部落才會有生機，這兩年蔡教授帶許多大學生來到部落，以前看他自己在做，我們都不清楚蔡教授來做什麼，現在看懂了，原來一顆柚子經過包裝、行銷，有機會一顆 30 塊變 50 塊，而中秋節後把它製作成清潔劑，價格更可以高到 100 塊以上，這些方法我們不是不知道，而是沒人教我們，這次趁疫情使青年回流到部落，剛好可以借重青年對網路電腦的能力，讓部落的網路行銷工作快速成長起來。

◎在「柚香產品製作及品牌建立」方面：

台灣連鎖加盟促進協會副秘書長柯建斌表示，經由此次的地方踩踏，充份瞭解到疫情對柚子銷售的重大影響，地方青年能快速找到替代方案，將柚子加工改造製造成清潔劑、洗手乳等等，將這些副產品以年節送禮的模式增加銷售率，並經由網路行銷工作，將大學的產銷理論實際運作於本計畫中，讓參與此次活動的大學生及地方青年，都能學習會展活動的本職學技能，是很不錯的合作方案，自己未來會多投入這樣的計畫，協助蔡教授共同把地方創生工作給

落實了，也算是一個很好的輔導教案。

擎寶實業有限公司經理顏華吟，在聽取地方人士余信億的分享後表示，此次由蔡教授帶領數十位大學生及企業人士來到花蓮瑞穗，以實際動手作的方式去體驗鶴岡文旦柚的採收、洗滌、削皮、浸泡等過程，並經由地方踏踩去瞭解阿美族歌舞、語言、建築、習俗等文化內涵，對地方產業及文化認同具有正面意義。因為今年受疫情影響，農民的產銷受企業不景氣影響頗大，許多企業已經表明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，幸好有蔡教授適時教我們如何網路行銷，或許可創造一個產銷新局面，這也是地方青年該學習的地方。

◎在「社群網頁的建立」方面：

威典展覽公司副總經理邱志豪呼應鶴岡國小游可如校長的部落小旅行構想表示，事實上學生家長既然普遍是柚農，USR 團隊訪談這些家長，可以發掘許多與柚子相關的故事題材，不論是放在社群網頁上，或於此次柚農行銷的柚箱裡，都是很好促進柚子產銷的亮點，也可以達到與其他柚農的產品區隔。此外在網路行銷上，團隊可以研究是否研發 Line 貼圖，因為現在大家都會使用 Line 貼圖，拿 Line 貼圖來作贈品或文旦行銷意象是不錯的想法，團隊可以思考哪些 Line 貼圖具有時事梗、平常會用到的文字，讓大家會產生共鳴，有時可以不只一個版本，這些構思一旦落實，對本計畫的執行及學生能力的提升具有一定的價值，值得核心團隊去思考並執行。

瑪思整合行銷總經理彭鼎堯表示，自己以活動籌辦的過來人經驗分享，對於本計畫的行銷傳播上，已知鶴岡村有上部落-梧繞部落，及下部落-屋拉力部落，先前已經藉由柚香防疫海報、柚香果箱、柚香清潔劑的機會，結合這二個部落村民共同參與。而八月初原本有機會透過豐年祭在網路上創造話題，發酵成為柚香產品的網路行銷利器，可惜因疫情無法實踐，但沒關係我們的活動規劃能力訓練仍繼續進行，諸如：捏耳儀式-此為傳統的阿美文化，捏耳祈福通常是在出生或給予祝福，很值得團隊學生去深入挖掘，讓人知道原來阿美族的代表文化不僅是豐年祭，還有捏耳儀，這是很好的網路行銷話題。

計畫主持人蔡顯榮表示，有鑑於國際間 Line 通訊軟體的使用普及，已有不少個人或企業利用 Line 從事商業運作，本計畫已有許多好的故事題材，社群網頁也開始建立，如果能夠進一步在 Line 的平台上露出，可以創造更多的網路行銷效果，但 Line 貼圖涉及許多的繪圖技巧，還有對社群工具應用的產業知識，這些都有賴團隊學生進一步的研究，讓網路行銷無所不在，才能擴大

地方產業創生的有效性，大家加油。

- 活動反思檢討

此次活動反思集中在後續 Line 貼圖的製作上：

凱毅工業有限公司負責人紀順耀給我們的反饋是，貼圖在廣泛使用 Line 貼圖的使用者之間越來越重要，可以節省打字的時間，也可以更精確地表達自己當下的心情。能使用平常的用語作為貼圖素材當然很好，不過宣傳的部分還是很重要，我覺得可以在貼圖裡加上一些諧音、時事梗，或者在其他系列裡可以加入有節日氣氛的貼圖，效果會更好。

九久烘焙坊企業負責人陳青枝給我們的反饋是，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。

凱毅工業有限公司採購經理陳瑩璇給我們的反饋是，當我們忙碌或是想表達自己的感受時，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。

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。

活動剪影



9月4日，由鶴岡國小游可如校長(右三)帶領業界教師群拜訪屋拉力部落柚子形象館，深度瞭解地方柚農產品特性。



計畫主持人蔡顯榮(左一)主持業師經驗分享，向各位業師說明USR計畫緣由，並請各位業師向地方農民指導行銷方案。



威典展覽公司邱志豪副總，以展覽行銷角度對柚子形象館提供建議，並對網路行銷工作說明企業的作法以供農民借鏡。



學生上台分享USR參與過程，尤其在海報設計、貼標及紙箱的圖案設計、粉絲專頁維護等方面向業師進行請教。



業界教師群實地走訪李王淑娟(鶴岡李太太)的興鶴果園，透過座談方式提供柚子產銷的建議，尤其是網路行銷部份。



興鶴果園負責人李王淑娟(鶴岡李太太)，向業界教師自我介紹果園經營實務，期待業師能提供企業經營理念扶助柚農地方創生。



以實地走踏方式深入瞭解農家的柚子生產過程，同時業師也對地方故事行銷提供建言，以形塑地方小旅行方式增加產銷的故事性。



學生與業師一同投入柚子的貼標、裝箱、打包等工作，實際參與的體驗將以文字及圖片方式投放在粉絲專頁上。



9月5日，再次與地方座談會議，地方農民與業界教師群互動討論關於品牌行銷議題，一致認為柚見幸福計畫能吸引消費者眼球。



地方產銷座談會上，擎寶實業有限公司經理顏華吟認為，USR能結合地方阿美文化、祭典等主題能帶動地方小旅行，很有意義。



疫情關係使部落青年回流，產業創生計畫有助青年思考留在部落發展的可能性，此為業界教師團與地方青年合照，。



農民子弟也是鶴岡國小學生，協助柚子產品裝箱、搬運工作，為自己的家長(柚農)產品盡一份心力也更認識USR計畫的重點。



愛的柚惑

昨天上午10:22 · 🌐

[文旦好吃的時節—白露]

中秋節要到了！🌕

準備好跟親戚好友吃柚子帶柚帽了嗎🍊

俗話說👁️「白露白茫茫，秋分稻秀齊。」意思就是說：白露前後若有露，則晚稻將有好收成👍👍

所以白露前後十天採收柚子，經過幾天的辭水，口感風味會達到最佳狀態👍

也告訴大家一些關於柚子和白露的知識吧！🍊

什麼是白露👁️？

當天氣轉涼，葉子在清晨凝結露珠💧，另外，秋天在五行中為「金」，金是指白色，因此就有了「白露」的由來。



在粉絲專頁上傳達活動訊息，希望經由社群平台的力量，觸及更多受眾，以達到推廣鶴岡文旦的目標，進而增進購買量。

計畫主持人蔡顯榮接受花蓮地方電視台-迴瀾電視台採訪，記者對 USR 帶動地方文旦產業頗感興趣，認為這是很好的創新創意模式。

為方便大家測試，這個版本目前未設定必填選項，經大家同意後才會設定並公開，謝謝大家！

下午 1:37



112 四維日文 Nikko

我覺得精簡很多，而且也照了姐姐和主任老師的要求，一頁到底，並且價格清楚一看就懂，我覺得很好，非常謝謝老師，也辛苦老師了

下午 1:52



徐文儀

實際用起来相當方便。我覺得這個版本就可以直接用了，很清楚。

下午 2:00



計畫群組中師生互動討論過程截圖