

EMMA'S RESUME

從臨床心理研究走向中國商業案行銷經理・滿載對人事物的好奇・在過了處處充滿互聯網的生活兩年後・決定擁抱程式語言・沒想到卻豐富了自身看待人與數據的視角・熱切的想看見更多不同的世界・希望和貴司一起前行。謝謝您認真看待我的履歷！期待和您見面！

INDEX

1. 個人簡歷

2. 基隆長庚研究專案發表

3. 漳州台灣寶島埕行銷企劃案作品集

4. 相關認證

簡歷

- 學歷 國立東華大學臨床與諮商心理學系畢 2005-2009
- 專業領域 臨床與諮商心理 | 行銷企劃
- 個人工作網站 <https://emmasmallchu.github.io/my-website/>
- 聯絡信箱 cperfume827@yahoo.com.tw

使用技能

心理 · 專案 · 行銷

- 臨床心理諮詢技能
- 研究專案管理
- 行銷企劃案規劃與整合實行

使用工具

- GoogleAnalytics
- Adwords
- Seo
- Photoshop
- Illustrator
- Indesign

程式語言學習

- HTML
- CSS
- JAVASCRIPT.
- RUBY 持續學習中

主要工作經歷 總年資 6-7 年

福建省漳州永騰隆商務服務公司
行銷經理 2015.9-2017.8

1. 主要管理公司承接項目案 - 漳州永年台灣寶島埕，策畫及辦理實體及線上虛擬活動，以數據分析及實體觀測，達成寶島埕整體商鋪額外月均 40-50 萬人民幣之收益。(專案活動收益除外)
2. 異業結盟 - 如政府機構、民間團體、各媒體平台。
3. 管理社群平台(微博、微信公眾號、美拍秒拍)之文案、美宣、影片之發佈。
4. 管理特色店面 - 寶島好禮的經營。
5. 建置基礎網站及內容企劃以利後續使用。
6. 有關寶島埕之介紹請至 <https://emmasmallchu.github.io/Bao/> 查看。

基隆市長庚紀念醫院
臨床心理研究人員 2011.5-2014.5

1. 搜尋及閱讀相關文獻及撰寫、申請及推廣癌症病人心理正向適應研究案。
2. 陪伴病人並隨時給予心理衛教諮詢及正向支持。
3. 依照年度規劃與基隆市相關團體共同辦理成果展、義賣會、媒體發表及拍攝紀錄片。
4. 培訓及管理相關講師、志工對病人提供服務。
5. 擔任對外團體心理講師。
6. 有關工作專案成果請至：
<https://emmasmallchu.github.io/Chang-Gung/> 查看。

CHANG GUNG

本心理專案於2011年開辦至今，在2011-2015年由王郁嫻研究助理跨部門整合與執行辦理，期間共服務病人超過千人，執行心理支持性團體共3百餘場，並連結院內院外資源結合，運用媒體與年末大型成果展塑造樂癌形象，去除疾病所帶予病人之負面觀感，了解即使罹病，也能有不一樣的全人醫療選項，讓病人及家屬皆獲益良多。於2015年，由王郁嫻發表研究結果，研究結果顯示：長期給予心理支持並協助病人找回正向復原力有助於轉移生理不適及降低藥物副作用、舒緩負面情緒、增強自尊及自我價值感，並且可以提供病人信心與發展希望感以展為未來。後續拍攝紀錄片加以宣導，希冀拋磚引玉，改善癌症病人之預後生活。



強化復原力協助癌症病人適應之效益評估—— 以癌症病人日間關懷服務為例

王郁嫻^{1*} 王正旭² 詹美珠³

¹長庚醫療財團法人基隆長庚紀念醫院癌症中心心理研究助理 ²長庚醫療財團法人基隆長庚紀念醫院癌症中心主任暨長庚大學副教授

³長庚醫療財團法人基隆長庚紀念醫院癌症中心主任

研究目的

長庚醫療財團法人基隆長庚紀念醫院癌症中心欲建立針對癌症病人心理服務之完整架構，將每位病人的不同需求做一系統性、跨團隊的服務。累積醫院各單位服務經驗，本研究團隊認為癌症病人多有不同層面及程度之適應問題，進而影響癌症病人接受治療之效果。而翻閱相關文獻，本研究認為復原力理論十分切合協助病人適應之理念，因此從復原力培養及發展五大層面做為癌症病人日間關懷服務之設計，進而歸納出一些共同的因素做為效益之評估，做為復原力應用至癌症病人之參考研究及癌症病人日間關懷服務之推廣及修正依據。

研究方法

本研究依據Al Siebert在The Resiliency Advantage一書中所提倡發展復原力五大層次為發展復原力之實務策略，進而做為癌症病人日間關懷服務之架構，其五大層次分別為：1. 將自己的身心健康維持在最高檔。2. 發展出良好的問題解決技能。3. 發展出堅強的內心守門員。4. 發展出高水準的復原力技能。5. 發展出敏銳的觀察力和「轉運力」。研究執行一年後，再以質性研究開放式深度訪談蒐集資料，依生理、心理、社會層面歸納分析其實際效益。

研究結果

依據開放式訪談內容歸納三大主題：

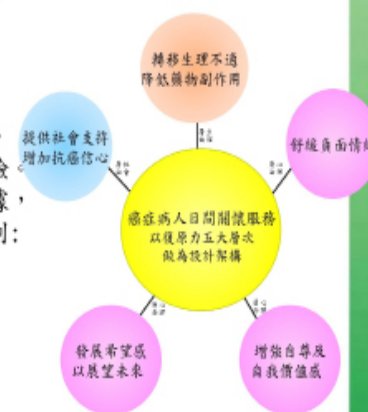
- 一、得知罹癌當下的反應及過程。
 - 二、加入癌症病人日間關懷服務前的生活經驗。
 - 三、加入癌症病人日間關懷服務後的改變與經驗
- 以加入服務後的改變與經驗做為效益評估之依據，將其主題依生理、心理、社會層面分為五項類別：
1. 轉移生理不適及降低藥物副作用。
 2. 舒緩負面情緒。
 3. 增強自尊及自我價值感。
 4. 提供社會支持以增加抗癌信心。
 5. 發展希望感以展為未來。

結論與建議

本研究得出五種效益，分別是1. 轉移生理不適及降低藥物副作用。2. 舒緩負面情緒。3. 增強自尊及自我價值感。4. 提供社會支持以增加抗癌信心。5. 發展希望感以展為未來。每一種效益互相影響，讓接受癌症病人日間關懷服務之病人可與癌症和平共處進而獲得良好適應，同時對自己的生命有另一種理解，並且有機會將其提升至另一個層次，發自內心享受生命及得到更好的生活品質。

未來將朝向增加樣本多樣性(性別、癌別)及量化研究努力，期盼提高服務之寬廣度及可信度。

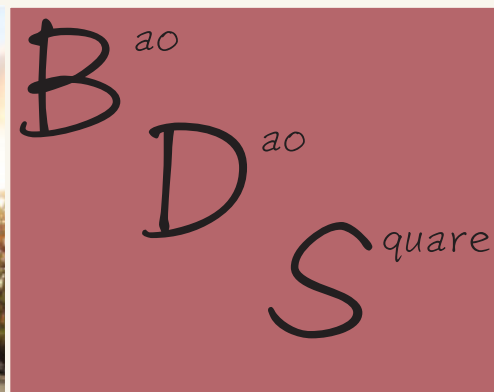
關鍵詞：癌症病人、復原力、適應、癌症病人日間關懷



紀錄片可至 :<https://emmasmallchu.github.io/Chang-Gung/> 觀看

漳州台灣寶島埕行銷企劃專案作品集

因原專案仍在運作・此份內容為個人以作品集方式展現・非實際運行版本



01

漳州永年台灣寶島埕背景介紹

介紹・營業目標

02

市場分析

市場規模・競品分析・消費者分析

產品定位・媒體分析・訂價與銷售分析

03

品牌定位・行銷策略

概括說明（詳細請查閱其他附件）

04

經手活動列表

線上線下虛實整合活動列表

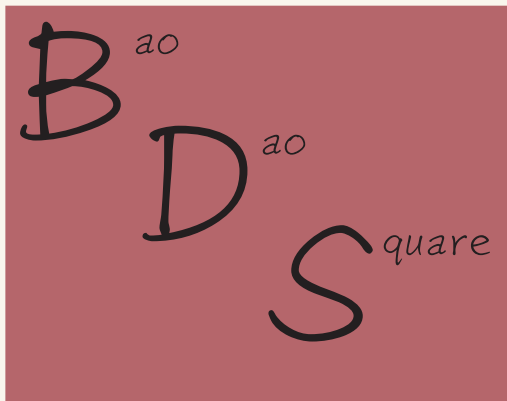
05

其他

附件檔補充

或至：<https://emmasmallchu.github.io/Chang-Gung/> 查看

背景介紹



為一住商結合開發案，由臺海兩岸地方政府背書支持、永年房地產資金導入、永騰隆商務服務公司招商與營運管理、許亦成有限公司與自由落體股份公司統籌空間及視覺設計、安杰物業、傑方廣告行銷公司...等多方專業團隊的共同合作所成立的台灣美食、文創商業街。

營業目標

台灣，因其特殊的歷史背景，在各階段的時空中匯集了原住民、客家、外省、閩南四大族群，其不同族群的文化特色在建築形成、飲食文化、生活習性上有顯著的不同，並且有著豐富的文化滋養。

本案透過空間與視覺設計、具品質的台灣美食、音樂部落村、文化創意，將記憶中滿滿的人情味飄洋過海傳遞到漳州，立志打造台灣這塊美麗的品牌，乘著潛力無窮的商機，跨越時空連結兩岸的台灣印象。

市場分析

Bao Dao Square

01 市場規模

根據大陸人民消費能力提高、互聯網+餐飲的結合蔚為風行、民以食為天、外食比例上升等因素，全大陸餐飲業在一年的預估產值高達人民幣逼近兩兆元。本專案地點落在福建省漳州市，正值開發階段，又鄰近廈門、泉州、福州等市，正缺乏具備生活、休閒、觀光、流行機能之商城。以商城餐飲市場預估收益而言：光漳州總人口數496萬人，年增長4.98%，保守預計台灣寶島埕商鋪收益一年可有億元以上人民幣。

02 競品分析

台灣寶島埕為一住商結合開發案，截至2015年為止，全中國主打台灣美食商鋪街區共計兩處，一處在上海、一處在廈門，開辦時皆相當轟動引入大量人潮，但後續根據場勘分析，商鋪經營者因皆非台灣人民，口味欠缺台灣味、缺乏整體營運規劃與設計，因此無法形成良好銷售循環，營業額後續低迷、評價不

03 消費者分析

漳州人口總人數為496萬人，年齡層佔比00-14歲人口為80.7607萬人(16.79%)、15-64歲人口為359.2794萬人(74.69%)、60歲以上人口為99萬0825萬人(20.6%)；男性人口為246.8871萬人(51.33%)、女性人口為234.1112萬人(48.67%)；在收入角度來看，由於漳州近年屬開發地段，又鄰近廈門，漳州人民月均職業收入約在1萬人民幣上下，買賣土地致富者眾，又漳州號稱美食之都、人民喜好美食，平均一餐可支付20-數百人民幣不等；普遍早婚、約莫在20歲上下便成立家庭。因此可知，至寶島埕用餐族群大多以家庭為單位、族群年齡層則在15-64歲、銷售項目金額平均可落在20-30RMB。

04 市場 / 產品定位

由於台灣居民大多由漳廈泉先人渡海而來，對於漳州人民而言，台灣是一個特別親切並且有許多相同的地方，而近年來中國官方特別希望引入有關文化及文創的記憶及團體，因此台灣寶島埕定位在六十年代台灣文化記憶，並且招募台灣團隊經營各家商鋪，原物料原汁原味從台灣運輸而至，喚起臺海兩岸的記憶。截至2015年漳州市仍未有主打台灣品牌的商城，各商城建築設計也未曾以台灣六十年代為主角，街頭所見台灣口味大多為零散的攤商與店家，就所在地而言，市場定位獨占鰲頭！

05 廣告 / 公關 / 媒體

由於台灣寶島埕地處漳州市郊區，周邊房屋建案尚未落成，未形成商圈，因此線上及實體廣告的觸及率相當重要。戶外廣告以大型看板、燈箱與電梯廣告、電視廣播及官方報紙為主；線上媒體則以漳州本地、美食、住宅、旅遊微信公眾號為投放重點；公關活動前三個月每個月一場大活動、每個禮拜一場促銷活動，以吸引大量人潮前來台灣寶島埕享用美食、建立客戶名單為主。

06 訂價策略

本地飲食價格：傳統小吃一餐人均大約落在10-20RMB，商城品牌餐廳一餐人均則落在40-100RMB之間，台灣寶島埕一期共有50家商鋪，販賣美食從夜市小吃到餐廳牛排、熱炒、音樂BAR皆有，考量到原物料皆從台灣運輸、商鋪至少聘僱一台灣人，原物料及人事成本大幅提升，因此合理定價策略則是由各商鋪老闆算出平均成本之兩倍（一般而言總成本佔六成、收益四成），對營運上可望較為寬裕並有穩健毛利。初步估計餐點價格平均落在20-60RMB，整體市場而言屬中價位。

07 銷售渠道

主要渠道銷售渠道分為兩大區塊，一為吸引民眾前來寶島埕用餐：台灣寶島埕預計提供餐券販賣，吸引寶島埕鄰近官方及民間團體之員工餐前來用餐；投放相關廣告，吸引年輕族群、家庭旅遊客群前來用餐；一為將商品透過系統外賣：與三大外賣系統合作，將食品送往十公里內之住家及辦公室。

品牌定位・行銷策略

Bao Dao Square 集美食・享文化・品音樂

品 牌 定 位

漳州首個	中國首創	漳州市級重點	漳州授牌
主打台灣品牌、原汁原味、統一管理的美食街區。	戶外音樂部落村。	由官方支持打造文創旅遊新地標。	官方輔導及資源導入之青年創業基地。

行 銷 策 略

台灣寶島埕根據六十年代舊時台灣的場景呈現，突顯兩岸先人冒著生命危險渡海而來的犯難精神，對勇於開創未來的先民表達尊重，感謝先民一路打造現今多元包容的台灣面貌。意欲喚起兩岸人民對於先人精神的感懷並且享受隨之發展出豐富口感的台灣小吃、台灣休閒活動，使溫度充盈台灣寶島埕。

因此從空間與視覺設計到行銷活動，寶島埕環繞著三大重點：1. 原汁原味台灣美食。2. 文化文創。3. 質感休閒。藉此三大重點衍生出一個包含飲食、文化、休閒機能的複合式商城。

台灣寶島埕希望，能在步調快速、內在匱乏的社會氛圍裡，提供給每一位來客一個好好吃飯、好好生活、溫度傳達的慢活氛圍。

行 銷 活 動

為符合四項品牌定位，每次的圖文及影像素材發佈與設計公司合作產出。

由於台灣寶島埕涉及範圍廣泛，意欲達成目標有著不同面向，因此將行銷活動分級，以不同規模與辦理頻率符合各類型受眾。

行銷活動層級分為：

1. 月主題活動（大型專案活動）每月辦理一次。
2. 週促銷活動，每週一次。
3. 部落音樂村，每日展演。

各使用不同廣告媒體佈局及行銷工具策略，依序往上堆疊品牌印象。

廣 告 佈 局

在廣告佈局上分為線上媒體及自媒體投放，主要採用官方媒體、電視、廣播、報紙、微信公眾號、微博及其他第三方平台廣告連結；線下廣告則以戶外廣告、燈箱、電梯廣告、公車候車亭為主。依不同行銷活動層級及目標投放之。

廣告列表：

1. 9家大陸官方媒體，含電視、廣播、報紙。
2. 7間微信公眾號媒體，各經營數十萬粉絲群。
3. 10個網站平台連結。
4. 8塊商業區、高速公路戶外廣告看板。
5. 4處LED看板。
6. 349塊輪廂廣告。
7. 18塊候車亭廣告。
8. 500塊電梯廣告。
9. 自營2個微信公眾號、兩個微博、美拍秒拍直播及數十個微信群組。

異 業 結 盟

台灣寶島埕因定位考量，在異業結盟上分為三大方向：1. 省級及市級官方機關。2. 民間企業單位及社團。3. 媒體與線上平台。

以下列表：

1. 官方：國台辦、創業基地、富聯會、創業孵化器...等。
2. 民間企業及社團：電影院、兩岸動漫文創、台商企業、健身房、銀行、大專院校、市集、車展、教育單位、旅遊業、電信業...等。
3. 媒體與線上平台：滴滴快車、小魚美食卡、百度、美團、餓了嗎外賣、支付寶...等。

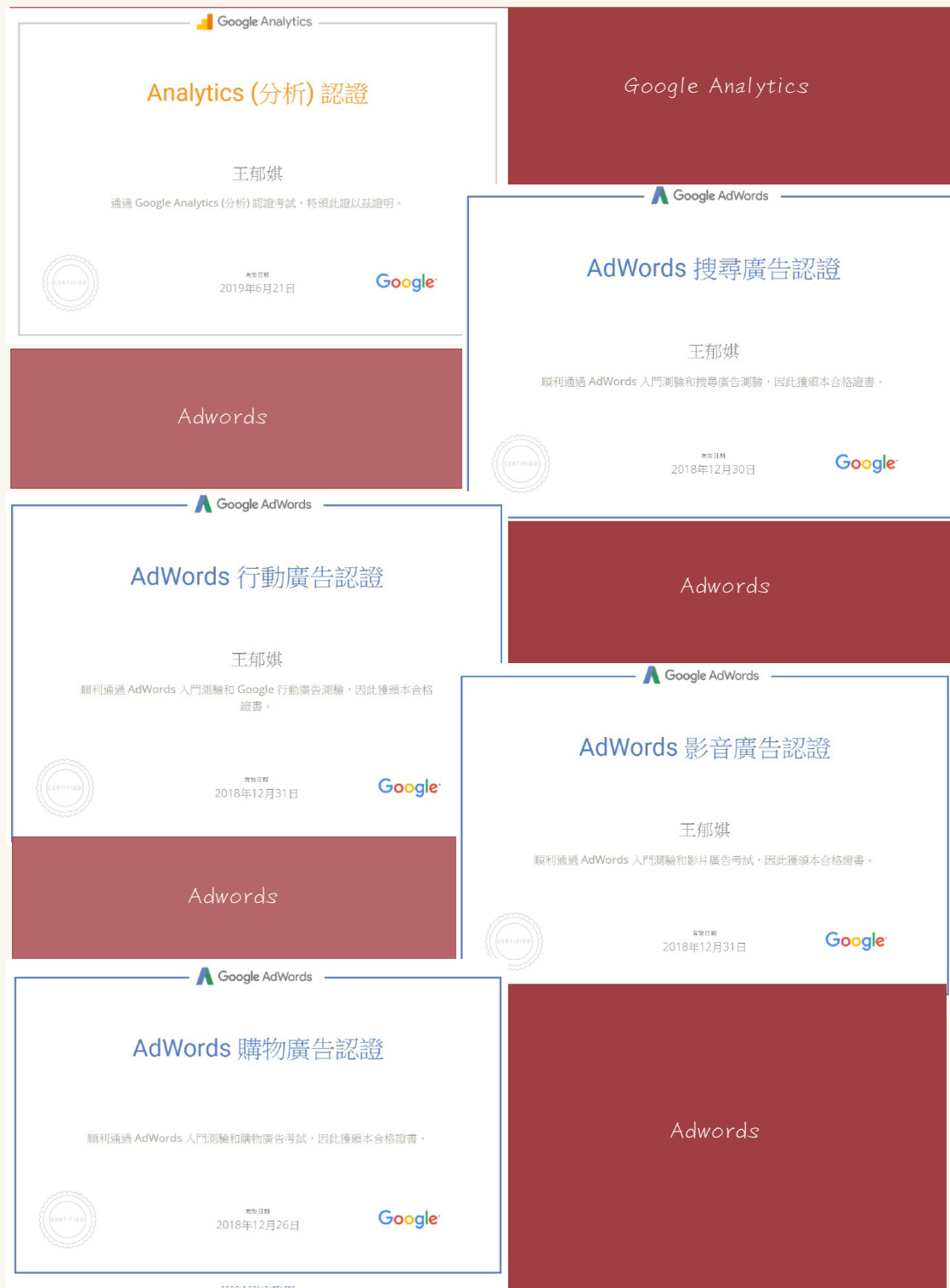
經手活動列表

Bao Dao Square

- 寶島埕開幕式。
- 兩岸牛肉麵節選拔賽。
- 連鎖加盟美食節。
- 年貨大街。
- 寶島埕試營運 - 全區五折起。
- 寶島好厝邊。
- 部落音樂村啟用典禮。
- 兩岸交流文化團 - 青創協會、青年排球聯盟、
文創、台商之夜。
- 動漫文化節。
- 派對活動 - 單身聯誼派對、生日派對。
- 節慶活動 - 兒童節、520 節、母親節、國慶、中秋節。
- 周末文創市集。
- 異業結盟 (線上與實體) - 滴滴快車、支付寶、微信支付、銀
聯卡、教育機構、電影院、百度外賣、美團外賣、餓了嗎外賣、
小魚美食卡、電視台與電影拍攝、當地社團與自媒體。

或至 :<https://emmasmallchu.github.io/Bao/> 查看更多

相關認證



感謝您的瀏覽，竭誠邀請您至我的工作網站查看更多