

故事架構

SWOT分析

問為結果

STP分析

行銷組合

行銷策略與 操作工具

體驗活動

在地美化

認養蚵田

盲旅規劃

OTOP組合執 行方案 預期效益

團隊成員

彰化芳苑 | 芳苑◆故事

# **备哇因仔**

「彰化-芳苑」一帶擁有全台最大的潮間帶濕地,那唯美的黃昏揮灑在一串串 牡蠣上的景象,是當地最有特色的景色之一。「番哇因仔」爲「芳苑小孩」 的台語翻譯,有著「純樸、不怕辛勞」的象徵。

記得小的時候,養蚵的阿公總會一手牽著後院的牛,一手牽著我的小手,帶 上幾位手腳敏捷的工讀生,便往海裡去。徐徐的海風拂面吹來,踩在冰涼的 海洋濕地上,映入眼簾的是一大片牡蠣橫掛在眼前,場面好不壯觀。潮間帶 濕地看似平凡無奇,卻孕育了芳苑的子子孫孫。

如今,由於缺乏產業的規劃,過去一級產業的經營已無法創造更多的商業價 值,使得養蚵的人家越來越少,芳苑王功逐漸沒落.....

爲了找回家鄉從前的那份熱情與美好,我們希望透過這個行銷提案,協助芳 苑王功在未來進行產業轉型,打造出屬於王功獨特風格的觀光藍圖。

「番哇因仔」是由在地人所創造的品牌,也是在地人在外打拼思念家鄉的縮 影。跟上我們的腳步,帶你一起探索傳統漁村的魅力之處~~



大家好,我們是番哇因仔與 番啡因仔的小孩!



#### 彰化縣芳苑鄉趴趴走

#### 彰化縣芳苑鄉趴趴走

# 今天想去哪裡玩?!

# ◆哇O仔 ♀ 珍珠蚵故鄉的SWOT分析

故事架構

SWOT分析

問卷結果

STP分析

行銷組合

行銷策略與 操作工具

體驗活動

在地美化

認養蚵田

盲旅規劃

OTOP組合執 行方案

預期效益

團隊成員

# 芳苑郷の優勢

- 1. 珍珠蚵口感和味道相較其他地區有差異性。但有53.8%的人不了解珍珠蚵。
- 2. 豐富的生態資源:潮間帶、紅樹林等。
- 3. 純樸的鄉村文化:海牛、蚵車體驗活動、媽祖寺廟等。
- 4. 節日吸引外地觀光客:「王功漁火節」、「海牛文化節」。
- 5. 雜隻、水產養殖、農產品聞名: 雜隻雞蛋市場上有數量優勢;珍珠蚵以口感Q彈腥味小聞名。
- 6. 消費便宜,性價比高的海產美食: 95.1%遊客會想重遊王功的原因之一。

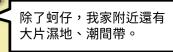
# 芳苑郷の機會

- 1. 國內休閒旅遊風氣日盛,可規劃行銷彰化縣一日遊觀光路線,且積極行銷芳苑鄉,以吸引更多觀光人潮。
- 2. 近年來生態教育受到重視:芳苑鄉擁有全台最大的潮間帶,行銷芳苑生 態資源不但可以吸引觀光人潮,也讓芳苑生態被國人重視,讓民眾意識 到永續發展的重要性。
- 3. 提升二三級產業,增加遊客可以消費的地方。根據產品優勢推出代表性 產品(蚵仔),再帶動其他第一級產業,可以帶來實質性的經濟活動,讓 觀光人潮不僅限節慶。

w B w

4. 輔導在地居民善用網路社群等媒體,讓芳苑被看到的機會更高。

珍珠蚵的特殊養殖方式,讓我Q彈不一樣。



# 芳苑郷の威脅

- 台灣多地方有養蚵和潮間帶導覽活動,需要作出芳苑特色,例如導覽、古時撈魚方式,才不會同質化。
- 2. 競爭激烈:近年來多傳統漁村轉型爲觀光漁港。
- 3. 競爭對手於淡季推出另類活動: 澎湖除了「夏季花火節」,秋季有「澎湖國際海灣燈光節」,冬季有「元宵嘉年華」,淡季則推出優惠方案吸引遊客及限定體驗活動(牽罟捕魚)。
- 4. 消費者對蚵仔差異化的敏感程度影響珍珠蚵行銷成果。

## 芳苑郷の劣勢

- 1. 人力資源老化: 年輕人多往都市發展,造成商業發展及數位行銷速度緩慢。
- 2. 芳苑在地的產業薄弱: 第一級產業多但未有能代表 芳苑的產品,且供觀光客消費地方少。
- 3. 交通不便: 大眾運輸少,85.3%開車自行前往,較少 人跟團遊玩。
- 4. 整體規劃不足: 缺乏公共設施(廁所、垃圾桶等)、 經營不完善(店家散亂等)、設施缺乏維護。
- 5. 缺乏旅遊資訊: 旅遊指南介紹少、缺乏導覽人員解 説。
- 6. 缺乏行銷:由行銷宣傳得知芳苑而來旅遊的只有10%, 剩餘由親友介紹或因離家近而觀光。

# 彰化芳苑鄉旅遊調查

故事架構

SWOT分析

問卷結果

STP分析

行銷組合

行銷菜略與 操作工具

體驗活動

在地美化

認養蚵田

盲旅規劃

OTOP組合執 行方案

預期效益

團隊成員

· 在SWOT分析中,我們發現到芳苑鄉擁有相當豐富的資源,但卻沒有 被大家看見及重視,因此希望藉由產業轉型及優化觀光的方式將商 業價值提升。除此之外,也利用問卷調查的方式,將產品面更貼近 遊客的需求。

- 本次調查一共收集到219則回應,問卷發放設定:
  - ◎21-40歲的年齡層
- ←21-40歲爲STP分析中的目標客群
  - ○一半有子女,一半無子女 ←家庭旅遊是我們著重的部分
- 本問卷調查一共分爲五種區段:A基本資訊、B對蚵的理解及興趣調 查、C去過芳苑鄉旅遊的遊客之喜好、D未去過芳苑鄉旅遊的遊客之 喜好、E對於永續經營的活動之理解與喜好。
- 目的
  - (1)調查民眾對於生態行程偏好之高低,設計出最吸引民眾前來 的一日遊及盲旅行程。
  - (2)藉由了解目標市場需求,提升需求之間的連貫性,增加民眾 對芳苑鄉的旅遊意願。
  - (3)基於民眾願意負擔的最高價位,採取加權平均訂出最合適的 定價策略。
  - (4)調查民眾獲取旅遊資訊的管道,決定出更有效的行銷推廣方 式及產品販售通路。

媽咪帶你來看看我的故鄉. 芳苑!



耶~好期待了解珍 珠蚵的養殖過程!

問卷調查



問卷結果 數據分析



#### 問卷結果分析

- 預期我們的規劃能讓遊客想在芳苑停留兩天以上。 五成以上至芳苑遊玩的人是一日遊,但據我們調 查沒去過芳苑鄉的人,對芳苑產生的好奇希望能 去兩天一夜或是三天兩夜,因此我們的規劃方向 是希望能給遊客帶來新鮮感、意猶未盡,一日遊 規劃搭配盲旅行程,讓遊客想在芳苑多停留一下。
- 預期可以提升遊客對蚵藝品DIY的滿意度。 蚵藝品DIY的滿意度僅得到3.6分,企劃中重新規 劃體驗活動内容,趣味化體驗活動,遊客可以製 作及彩繪蚵殼風鈴,打造不同風格的蚵藝產品, 也可以從零到有親手製作蚵殼小盆栽,體驗製作 過程。
- 預期有更多遊客關注到芳苑鄉的網站並使用網路 下單。

我們架設「芳苑鄉趴趴走」的網站,它不僅是在 地覽員也是取的資訊、產品的通路,使用線上平 台結合線上操作工具才更能把產品推廣出去。

# ▲哇四仔 ♀ 市場區隔/目標客群/定位

故事架構

SWOT分析

問卷結果

STP分析

行銷組合

行銷苯略與 操作工具

體驗活動

在地美化

認養蚵田

盲旅規劃

OTOP組合執 行方案 預期效益

團隊成員

#### 市場區隔

性別、年齡、收入、同行 者、旅遊方式偏好、旅遊 型態偏好、消費偏好 我們分別用人口變數、行為變數、消費偏好進行區隔。 發現大多數遊客都是女性且攜家帶眷而來,消費習慣屬於低價消費。

#### 目標客群

女性、21~40歲、中產階 級、家人、生態旅遊、自 由行、中低價位

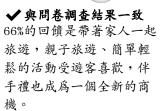
#### 定位

主要推廣<u>珍珠蚵</u>和<u>生態</u>, 吸引家庭來芳苑旅遊。 我們以21~40的女性做爲主要目標客群,藉由故事行銷與生態景觀,吸引家庭到芳苑鄉觀光。

芳苑鄉不僅自然生態豐富、大自然的景觀更是美不勝收,當地有 著悠久的蚵仔文化及國寶級的海牛文化,處處瀰漫著濃濃的鄉間 氣息及濃厚的人文風情。

- →打造出適合家庭出遊的「一日遊或盲旅」
- ,行程中讓遊客體驗「蚵農生活」、 了解「<u>生態環境教育</u>」 也進一步更認識「珍珠蚵的故鄉」。

# 問卷調查



✓回應問卷調查需求 75%的人偏好自由行的方式,因此在旅遊行程的 安排上需要更有彈性, 讓遊客有多種選擇。

✓回應問卷調查需求 80%的人喜愛生態旅遊、 約5成的人喜歡深入了解 當地文化、歷史。

#### 番哇因仔來上課囉!!

你知道嗎? 根據觀光局統計,國內觀光女性旅客較多; 我們再經過文獻資料收集,找出芳苑鄉遊客的特性: (1)女性 (2) 21-40歲 (3)學生的比率偏高 (4)家庭旅遊的占比高



原來如此~果然在家附近看 到很多家庭來玩~

#### 春哇因仔

# ₽ 體驗活動/在地美化/蚵田認養/盲旅

# 問卷調查··

最常接收到旅遊資訊的平

台是旅遊網站、臉書及親

IG也不算少數,它們各佔

有4成的人。另外有3成的

人是透過報章雜誌接收資

友推薦,另外Youtube、

故事架構 SWOT分析

問卷結果

STP分析

行銷組合

行銷策略與

操作工具

體驗活動

在地美化

認養蚵田

· 在STP分析中,發現生態環境教育是芳苑鄉所具備的優勢,因此利用體驗活動來吸引家庭、 親子消費,不僅在可以增加觀光商機,也可以讓遊客在體驗中學習。

• 在地美化也是一個重點,藉由芳苑鄉内景觀改造,營造出環境保護的重要性。遊客們也可 以藉由小小付出,貢獻當地社區的美化。

- 因爲我們要推廣珍珠蚵,所以藉由線上及線下的蚵田認養宣傳,來帶大家深入了解珍珠蚵 的價值。
- 利用行銷組合4P模型,來說明芳苑鄉產品,分別是體驗活動、在地美化以及蚵田認養。

訊。因此我們應以線上平 台爲我們投遞資訊的目標。 · 希望能夠增加地方產品的的吸引力,讓更多人看見芳苑之美—**永續的珍珠蚵**。 體驗活動 在地美化 蚵田認養 盲旅 價格 價格 價格 價格 \$ 1000/次 \$ 220/月 認養網站、社群粉 盲旅網站、社群粉 文藝館、蚵車區、 诵路 芳苑鄉 诵路 诵路 诵路 絲團、王功故事館 絲團、電話訂購 1.推廣以IG、FB 1.在網站與社群 1. 將資訊放上官 標籤或標註地 1.建立蚵田認養 專頁撰寫關於 方網站、社群 王功的故事 2.提供打卡優惠 網站及FB粉絲 點貼文 2. 與在地的店家 3. 製作旅遊地圖 2.邀請旅遊休閒 2.邀請環保團體 推廣 推廣 推廣 合作,協助推 推廣 4.提供線上購買 型Youtuber、

盲旅規劃 OTOP組合執 行方案 預期效益

團隊成員

#### 志芳苑了解生 廣盲旅的行程 部落客介紹新 優惠 興芳苑旅遊 態文化 3.邀請旅遊節目 5. 蚵車上貼海報 20 3.提供認養證書 3.在淡季舉辦千 拍攝此類新型 6.邀請網路創作 人騎行活動 熊的旅遊方式 者來芳苑遊玩

# ◆哇因仔 ♀ 行銷策略及操作工具/體驗行銷

故事架構

SWOT分析

問卷結果

STP分析

行銷組合

行銷策略與 操作工具

體驗活動

在地美化

認養蚵田

盲旅規劃

OTOP組合執 行方案

預期效益

團隊成員

• 搭配本組提供的各個產品,並利用線下操作工具來劃分體驗行銷的五個面向,以增加芳苑鄉遊客停留時間及重遊意願。

- Bernd Schmitt於1999年提出體驗式行銷的概念。
- 由於我們所提供的產品與遊客的互動性相當高,因此我們希望能夠在互動中帶給消費者不同的感受,藉由體驗行銷的方式,將每一種感受都給予不同的意義,不僅如此,體驗行銷的方式更能夠讓遊客在活動中更能融入在芳苑鄉悠閒的氛圍中,體驗在地人的生活型態。

-

來當一日番哇因仔吧!我們以感官體驗串聯情感、關聯、思考及行動體驗。

## 感官體驗 ★★★★★

讓遊客可以輕鬆體驗蚵農的生產工作。

- (1)體驗蚵農生活
- •(2)現抓現烤



**線下:**與當地**蚵農合作**,提供雙方互惠的方案。

**線上:**優化並增加線上行銷管道(如: 臉書專頁、IG帳號)

## 情感體驗 ★★★



增加活動的刺激情緒, 讓遊客暫時忘卻煩惱而 融入其中。

• 盲旅

線下:田野調查的 方式,詢問當地的 隱藏景點。

線上:透過與微網 紅的合作,進行盲 旅的開箱體驗與旅 遊宣傳

## 關聯體驗 ★★★



在活動中激發遊客自我價 值與生態的關聯,進而產 生對環境的保護意識。

• 蚵田認養

線下:與當地業者合作,將商家櫃檯前擺 放與蚵田認養相關的 資訊或是捐助零錢 線上:架設蚵田 線上:架設蚵田 網站,並搭配關鍵字 的優化

#### 思考體驗



透過新創方式引起遊客興趣,使他們在活動過程中 加以思考,進而對生態議 題產生更深刻的認同感。

• DIY活動

線下:利用蚵殼DIY 商品來促進芳苑鄉 在地美化,也讓旅 客印象更爲深刻。 線下:當地學校生 態課程,進行社區 美化。

#### |行動體驗 ★★★



遊客可以從參與活動 過程改變原有價值感, 進而深入旅遊—芳苑 鄉

#### • 慢活的行程規劃

線下:尋求彰化縣 政府協助設立自行 車步道

線上:景點設置QR code,利用智慧導 覽方式,更了解當 地文化。

#### 春哇因仔

#### D 體驗活動

故事架構

SWOT分析

問卷結果

STP分析

行銷組合

行銷菜略與 操作工具

體驗活動

在地美化

認養蚵田

盲旅規劃

OTOP組合執 行方案

預期效益

團隊成員

#### 問卷調查 🗓

- 1.約一半的人表示對於利用當地剩餘材料手工DIY感興趣,因此我們結合永續環保及推廣王功觀光,行銷DIY體驗活動。
- 2.大多數對於DIY活動願意支付最高費用為\$100,熱門項目爲體驗蚵車、小盆栽與風鈴。
- 3.有將近7成的遊客在意旅程花費,因此我們提供活動搭配的優惠或是消費滿額免費送體驗等方案。

## 坐海牛車+串蚵殼



- 定價:\$ 300/次(坐牛車價採芳苑鄉 爲共定價)
- 結束蚵車之旅,可以到蚵農家 體驗親手串蚵殼。
- 蚵殼經過打洞,串線後再放回 海裡孕育新的蚵生命。
- 讓遊客體驗蚵農爲蚵殼打洞、 串線的辛勞,感受地方的人文 故事,也更認識蚵的故事。
- □串蚵殼可以到餐廳換料理。

# 製作蚵殼風鈴、美化雞蛋殼





- 定價:\$100/次
- 將芳苑甚多的蚵殼及芳苑雞蛋趣味化, 給予遊客創作的空間及彩繪的時間。
- 結合產業、文化、創意,打造寓教於 樂的空間,發揮無限的創意潛能且更 認識芳苑地方特色。
- □消費滿額可以免費彩繪蚵殼、雞蛋殼。

#### 蚵殼盆栽

- 定價:\$ 100/個
  - 將蚵殼磨成粉,混入水泥、水後製成一個小盆栽,用芳苑盛多的雞蛋 殼當作堆肥。
- 解決蚵殼棄置的問題、發現蚵殼及 雞蛋殼的永續性,落實生態保護且 延伸產業的價值。 雞蛋殼粉



作爲肥料

快來跟我一起坐海牛車出發吧~~參與屬於你的珍珠蚵體 驗活動! 想體驗活動嗎? 下單這邊請→



故事架構

SWOT分析

問卷結果

STP分析

行銷組合

行銷菜略與 操作工具

體驗活動

在地美化

認養蚵田

盲旅規劃

OTOP組合執 行方案

預期效益

團隊成員

#### 2.打造蚵男寶寶(吉祥物)裝置 藝術與蚵殼盆栽栽種

結合景區特色打造屬於該景點的 蚵寶寶,上面有QRcode,根據問 卷調查,有61%的民眾希望有導 覽,因此掃描會介紹景點背景和 蚵寶寶設計理念,可以減少人力 增加互動性,而蚵寶寶也可搭配 實境解謎或是掃描 QRcode集點 抽獎等活動。

> 記得小時候,我都騎著腳踏車著幫在 蚵田工作的媽媽送便當,順便去老街

吃特色蚵仔小吃~

#### 3.牆面改造

在觀光道路上閒置的水泥牆面, 可以邀請在地藝術家、學生一同 來設計屬於芳苑鄉的藝術,美化 沿路景色,歡迎遊客來到芳苑。

台灣中油東亞

店(加盟)

東青食

彭121

彰121

牆壁都光秃秃的,加點芳 苑的特色元素吧!

新置

ß濱海



後港

#### 4. 王功老街重生

目前王功老街較像當 地人日常生活之地, 而非完全適合觀光客: 有約73%的人表示偏好 逛老街,美化和轉型 是必要的,因此可招 慕在地化美食和伴手 禮的店舖,例如:花生 海鮮醬。也可以和老 街店家配合推廣雙方 產品,並且將老街劃 分區域、增加公共設

1. 自行車道規劃

力燈塔

主打台灣海峽的海域景色、紅 樹林、蚵田風光和夕陽美景, 結合原本就有的景點,沿自行 車道上創造多個可供拍照的打 卡點。

功 鱼 港 旅 客 服 <sup>3</sup>;中 心

快到各個景點來找我吧!

章化芳苑 | 地方故事 08

故事架構

SWOT分析

問卷結果

STP分析

行銷組合

行銷策略與 操作工具

體驗活動

在地美化

認養蚵田

盲旅規劃

OTOP組合執 行方案

預期效益

團隊成員

#### 認養理念

- 溼地環境保育:保護養殖蚵仔的溼地
- 傳承生態文化:透過認養活動,讓 大眾認識到環境保育之責任
- 永續發展養殖蚵仔產業:幫助蚵農 增加產業收益

你知道我家附近有西部最大的潮間帶,是孕育蚵仔、白海豚、招潮蟹的地方,歡迎大家來看看他們的家~

#### 推行方案

- 1.建立蚵田認養網站/社群:每月固定以照片及影片紀錄蚵仔狀況。
- 2.提供認養優惠: 免費體驗蚵車、海牛、種蚵仔、採蚵仔等體 驗活動(價值 \$ 350 ),剩下的會轉爲蚵田養殖的費用。
- 3.邀請環保團體至芳苑了解蚵仔及生態文化
- 4.提供認養證書。
- 5. 蚵田認養定價 \$ 220 /月,此數據爲根據問卷調查民眾最高定價能負擔。

# 問卷調查

•

- 1. 高達63%能認知到蚵田認養活動是以保育環境爲目的,半數 以上的民眾擁有正確的觀念,並有76%的人有興趣認養,因 此推行蚵田認養活動是具備可行性的。
- 2. 根據問卷調查,民眾最高定價能負擔爲 \$ 220/月。

│快跟我一起認養蚵田吧!可 、以透過官網、臉書或IG線上 聯絡,也可以親自前來王功 故事館找我詢問唷! 想認養蚵田嗎? 這邊請→ 本組爲認養蚵田架設

的官網



幸化芳苑 | 地方故事 09

# 春哇因仔 >

👂 盲旅解説

故事架構

SWOT分析

問卷結果

STP分析

行銷組合

行銷策略與 操作工具

體驗活動

在地美化

認養蚵田

盲旅規劃

0T0P組合執 行方案 預期效益

團隊成員

# 盲旅是什麼?

盲旅是於 2016 年由 blindtour 創立的全新型態旅遊方式。

你能想像完全不用爲了行程煩惱,僅僅是因爲旅遊前收到的任務包以及小冊子便開啓的當地旅遊嗎?

盲旅將會利用小冊子帶您來到指定的地點,並在指定 的時間抵達,才能開啓小冊子知道下一個行程。

## 爲什麼要做盲旅?

我們希望透過盲旅手札,帶民眾走遍王功各處,透過 美食、私藏景點、當地文化來創造您與當地的獨特故 事與回憶。

實境解謎:透過一層層的闖關,讓遊客在解謎的過程中,可以更深入了解當地的故事與文化。

# 春

#### #闖入王功人的後花園

盲旅宣傳示意圖

體驗漁民生活 了解被遺忘的海洋

「闖上手機,感受生活」

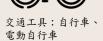
# 夏

#### #體驗驚奇的農村生活

了解農產品的耕種 拜訪母雞的家

「流點汗,聽點故事」







#### #實境解謎遊戲

海洋議題 戶外實境解謎遊戲

「踏出都市圈,接受挑戰」



## #揭發烏魚子的秘密

體驗烏魚子的製作 烏魚子的 N 種料理

「想吃的美食,自己來」





提供民宿、住宿

盲旅聽起來好酷? 該不會是蒙著眼睛玩吧!



當然不是呀!是拿著盲旅手冊並搭配 著腳踏車到王功各個指定的私藏景點 破關!並且有提供2日遊的旅客住宿 的服務喔~

**彰化芳苑 | 地方故事** 11



故事架構

SWOT分析

問卷結果

STP分析

行銷組合

行銷菜略與 操作工具

體驗活動

在地美化

認養蚵田

盲旅規劃

OTOP組合執 行方案

預期效益

團隊成員



# ◆吃四仔 ♀預期經費/預期效益

故事架構

SWOT分析

問卷結果

STP分析

行銷組合

行銷策略與 操作工具

體驗活動

在地美化

認養蚵田

- 15 to 4

盲旅規劃

OTOP組合執 行方案

預期效益

團隊成員

• 以下爲本組編列的預期經費表

預期經費					
經營項目	輔導款	自籌費	總經費	比例%	(填寫各預算項目之公式)
(一)直接薪資					
計畫主持人	10,000	10,000	20,000		10000*2人月=20000(找校
					園社團幫忙)
參與計畫人員	-	_	_		本組成員
兼職顧問	_	5,000	5,000		請地方創生講師
小計			25,000	25.6%	
(二)業務費					
自行執行					
1.消耗性器材及原材料			-		
費					
2.設備之使用費及維護			-		
費					15.00 1. 1. 1. 1.
3.城鄉創生人才培力	15,000	5,000	20,000		輔導當地商家
4.無形資產之引進			_		
5. 臨時聘用人員			-		
6.其他			_		
委外執行					
1.數位、循環、體驗經	2,500	2,500	5,000		網路平台之建置及維護
濟之諮詢與設計					
2.廣宣與成果發表	2,500	3,000	5,500		社群媒體宣傳、關鍵字廣
,					告等等
小計			30,500	31.3%	
(三)旅運費					
國内差旅費	2,000	10,000	12,000		彰化食宿差旅等支出
, ,,					(2000*六人)
小計			12,000		
(四)營業稅	-		30,000		
總計	32,000	65,500	97,500	100.0%	
佔總經費百分比					

- 我們對芳苑鄉進行三個面向的轉型包括: (一)經濟面 (二) 社會面 (三)環保面。
- 利用GRI準則及SDGs圖,讓我們可以更爲清楚的掌握芳苑鄉的 永續經營。
- GRI準則通常運用在企業社會責任報告書; SDGs為聯合國永續發展目標的項目。

類別	預期效益	對應GRI準則	(SDGs)
經濟	增加珍珠蚵價值	GRI 201 經濟績效	8 放射工作 总超通过层
	傳統漁業轉型成休閒漁業	GRI 201 經濟績效	12 RRIGO 22 RRAGUE
	帶動周邊商品	GRI 201 經濟績效	8 克赫工作。
	地方政府公共建設的提升	GRI 415 公共政策	9 法特征 前期
	協助地方產業加入線上行 銷元素	GRI 201 經濟績效	9 Zero din
	觀光產業發展	GRI 201 經濟績效	9 法常证证的
社會	輔導當地傳統產業轉型	GRI 404 訓練與教育	11 *******
	拥守面地付然准未特生	GRI 413 當地社區	4 使残数育
	創造在地就業機會	GRI403 職業安全衛生	1 eees A¥PP+A

# ▲哇因仔 ♀預期效益/故事未完待續

故事架構 SWOT分析

問卷結果

STP分析

行銷組合

行銷策略與 操作工具

體驗活動

在地美化

認養蚵田

盲旅規劃

OTOP組合執 行方案

預期效益

團隊成員

類別	預期效益	對於芳苑鄉的意義	對應GRI準則	(SDGs)
	推廣生態保育	濕地保育是目前世界各國廣爲重視的議題,亦是全球共同寶貴的環境資產。根據問卷調查,有8成喜歡生態旅遊,雖然大眾偏好生態旅遊但芳苑濕地卻沒沒無聞。在推廣芳苑 產品及旅遊之際,我們期望除了當地居民重視芳苑濕地,國人及觀光客也能保護濕地動 物的家園。	有關環境保護的	14 为开生物
	加強地方生態保育觀	定期舉辦生態工作坊,提供禮品誘因吸引當地民眾參加	GRI 103 有關環境保護的	15 HHIS
		加強生態導覽員的教育,使其協助推廣生態概念	法規諄尋管理方 針	
	昭 147三从 卒	與企業合作:推廣認養蚵田的活動,讓更多民眾珍惜台灣的蚵仔文化,並且給予參加認養蚵田的企業有一定的優惠。	GRI 304 生物多樣性	14 海洋主席

# 章三化芳苑 | 芳苑◆ Story to be continued...

搶先觀看! 番哇一日生活~



看完這麼多~有沒 有想當一日番哇 因仔~快跟我們一 起遊玩芳苑鄉吧! 爲了讓芳苑王功當地進行產業轉型,我們首先透過 SWOT 分析,掌握了當地的優劣勢資訊,並透過競品分析,了解其他觀光地區的商業經營模式。接著利用 STP 分析對目標客群進行頗析,洞悉出消費者的需求與喜好,並根據其所好,結合芳苑王功的在地生態與資源優勢,設計出了一整套的觀光活動。最後透過 GRI 作爲框架結合聯合國的 SDGs 指標的方式呈現出預期效益。



希望將來的芳苑王功,再注入新型態的觀光資源與整合後,可以一改中部的小漁村先前冷清模樣,成爲台灣人在平日繁忙工作之餘,假日可以散散心、回歸一日「番哇因仔」、吃新鮮海鮮的新去處。政府的推廣結合當地產業的合作與企業的共同推動下,相信不久後的未來,芳苑王功將會成爲成功產業轉型的代名詞。

#### ○ 我們都是番哇因仔 春哇因仔

故事架構

SWOT分析

問卷結果

STP分析

行銷組合

行銷菜略與 操作工具

體驗活動

在地美化

認養蚵田

盲旅規劃

OTOP組合執 行方案

預期效益

團隊成員



輔仁大學 管理 學院助理教授

精通媒體傳播、 整合行銷、品 牌管理



中原大學 國際經營與貿易學 系四年級

- 109數位人文關懷 短期營小隊輔
- 曾參與地方國小 服務計畫
- 曾參與新北市公 部門文宣製作



輔仁大學 經濟學系四年級

- 全球第 9 大藥廠 -GSK-人力資源實 習生
- 區塊鏈新創公司-每日幣研-數位行 銷實習生
- 資訊種子培訓計 畫第 18 屆學員



輔仁大學 金融與國際企業學 系四年級

- 電子商務學程
- 北大創業競賽第 二名
- 跨境電商競賽殿 軍



#### 輔仁大學 金融碩一

- 在2個月内創立的 投資社群達到近 2000人
- ATCC商業競賽-台 積電組
- 群益IB業務部實習 生組長



輔仁大學 統計資訊系二年級

• 高中爲校刊社幹 部,對編輯、文 章撰寫、採訪、 影片剪輯有相關 經驗