

網紅總合起來的龐大粉絲人數創造出一定程度的網路聲量後，即會開始引發潮流而有更多的網路自行創作加入同一主題。

## 6.實體活動行銷

由前述市場調查分析中之潛在消費者問卷調查分析結果得知，現階段原住民族的相關商品(文創商品及農特產品)，消費者還是都以現場看到實體商品的購買行為佔絕大多數，因此經營據點實體活動的辦理，乃是為創造到訪人潮，實屬必要。在行銷工作項目上，主要有辦理文化祭、常態性假日市集、歌手駐唱、以及原住民手作課程體驗等作法。

## 7.異業聯盟行銷

在異業聯盟行銷，主要有三大方向，分別為結合在地資源、旅遊體驗、品牌聯名。除園區本身線上線下推廣所累積的聲量，還可結合其他資源如政府、商圈、公協會及其他相關旅遊、交通、文創產業等之品牌，朝深度文化體驗、推廣商品價值等方向執行，發揮異業結盟之最大價值。

### (四)人才培育與產品提升

#### 1.專案輔導

A.業師陪伴深度輔導：提供一對一現場診斷輔導，有效解決新創事業面臨之經營難題，或針對技術產品研發相關之輔導，提供精進

式陪伴輔導措施，進而達到減少創業上遇到的困難與碰壁，提升創業的成功機率。

B.提供創業工作空間：依企業需求提供適切的創意空間、實驗基地及各項設備支援。

C.專案投資貸款規劃：善用經濟部針對青年投資融資政策，包括：青年創業及啟動金貸款、企業小頭家貸款、加強投資中小企業實施方案等；以及金融監督管理委員會所設立「創意集資資訊揭露專區」平台，提供夢想者向社會大眾於網站上推銷他們的創意計畫，只要想法可以獲得群眾支持，就有機會於短時間內向群眾募到足夠的資金來完成創意，而贊助者則能換取提案者承諾回饋之創意產品。

D.創業分享領航小聚：邀請各優質企業先進與業師，分享創業路途所遇到的挫折，與提供跨界結合或資源分享平台，希望透過經驗的傳承與交流，讓更多微型及小型創新企業創造未來可能合作機會，成就成功創業之美。

E.聯合品牌行銷展售：配合本案據點的市場趨勢以及未來的發展方向，善用多元行銷策略，以及學習母子品牌的實務運作方式(ITA伊達母品牌+商家子品牌)，提高進駐商家品牌管理與行銷推廣的效能，藉以振興原住民產業與文化，活化地方經濟與發展。

F.廠商聯誼異業結盟：每年舉辦產商聯誼活動，促成業界相互對接與需求互補。

## 2.培訓課程

A.創新育成輔導培訓課程：參照表3，特遴聘創業有成與輔導產業發展頗具經驗的業師，針對包裝行銷、創意創新潛能開發等單元介紹，讓進駐廠商能了解在研發創業過程中可能遭遇的各項事物，以及需具備的創業態度，協助建構創業基本能力。其中，109年1月起，將由專案辦公室在營運空間修繕的同時，針對正式人力及臨時人力辦理培訓課程，預計辦理18堂課(每堂3小時)，共計54小時。110年度試營運階段之培訓課程，預計辦理18堂課(每堂3小時)，共計54小時。

**表3 創新育成輔導培訓課程內容**

項目	課程內容	對象	時數
產品研發	產品需求探索、開發策略、分析	業者	9 小時
	產品開發能力培訓	業者	9 小時
	產品企劃、創意設計、研發	業者	9 小時
品牌設計	品牌設計概念	業者	9 小時
	品牌與包裝關係	業者	9 小時
	品牌企劃、設計	產品	9 小時
包裝設計	包裝策略、設計、材質	業者	12 小時
	品牌、產品與包裝關係	業者	12 小時
品牌建立	品牌定位、分類	業者	6 小時
	品牌成功要素	業者	6 小時
	上市策略	業者	6 小時
	品牌行銷、CIS 品牌設計、品牌識別	產品	12 小時

B.創意產品行銷競賽：藉由「創意商品發表與行銷競賽」，將產學合作研發能量聚集，運用文創設計與創意思維的加值，以活動展覽與行銷競賽的方式呈現，藉以提升技術及產品的水準；同時透過產官學研先進之參與及各平面及電子媒體報導，以達到行銷推廣之目的。

### 3.產品研發

A.研發與市場測試：增加產業與學校之鏈結機制，強化創意構想商品化及市場連結，連結產業與市場。冀望發掘特色產品，並協助研發商品進行市場測試。

B.協助取得政府計畫：以青年創業需求為導向觸發產學合作，引導新創企業取得政府研發補助計畫（如 SBIR, CITD,即時技術輔導計畫等）從事創新研發，進行「產品開發」及「產品設計」，以提升產業之競爭力。

C.促成技轉與產學案：為深化產學合作創新創業機制，提供本案據點廠商一個實踐夢想的創業實驗場域，期以產學合作計畫為基礎與媒合專利技轉，適時利用微型創業的彈性及育成協助，提升創業機會，並激發產學合作能量及提升本案據點創新創業文化。

本計畫在人才培育計畫裡所規劃的策略所可能產生的願景，希望能引發原住民族學生、都市或部落居民業者的信任與意願，加入未來構建的營

銷模式，即可增加未來的就業選擇機會，進一步作為生涯發展的源泉，則未來回鄉進行部落營造層面上、或者於都市創業發揚原住民族文化上，不管是進行創作、行銷、經營、教育等不同的工作內容，都能以涵養豐富臺灣原住民文化傳統作為底蘊，也更能讓世界看見臺灣原住民文化的美。

#### (五)資源盤點與市場調研

##### 1.籌組產業前瞻趨勢發展智庫

在未來三年推動計畫中，為有效結合在地資源、文化智慧、學術能量與實務經驗，聘邀組成特色農業、文化創意及休閒旅遊、原民知識、景觀環境、觀光行銷、美學設計、農業經濟、經營管理等領域的專家顧問團隊，提供各方面的專業資源協助，並依計畫需求進行國內標竿場館訪查、資源盤點、政策諮詢及產業資訊調查及研究等工作，除提供專業意見外，亦適時協助本計畫盤點法規、政策診斷、推廣宣傳及跨域整合協調、前瞻性政策建議與產業育成、服務創新加值服務等推動工作。

##### 2.建立市內原住民產業資料庫

本階段將每年持續進行與調查，除了進行市內產業之服務、產品及人才之調查盤點，以台南市較為活躍的玉山原鄉全人關懷協會、社團法人臺南市都會原住民服務協會、洄瀾舞集、社團法人臺南市馬楞楞學會等，以及後續接洽臺南市東山區東河社區發展協

會、臺南市蕭壠社北頭洋發展協會、西拉雅文化山城合作社、左鎮公館社區發展協會，等數個西拉雅族協會組織，針對上述提及之組織下各成員店家商品，或是個體戶之店家商品，包含原住民地區及非原住民地區現有之服務、產品及人才資源進行建檔，建置台南市原住民產業資料庫，定期追蹤營業狀況，每年進行資料更新，並撰寫調查研究報告，以供本展銷中心進行學習與調整，以掌握台南市在地產業狀況。

### 3.消費者分析調查

運用消費者 T.P.O model(時間，地點，動機)與消費者 A&U(態度&使用狀況)等研究，在未來三年推動計畫中，結合品牌識別與行銷規劃所欲建置之顧客關係管理系統 CRM，進一步透過網路問卷的方式，瞭解消費習慣與動機決策等資訊，藉此方式獲得消費者在消費時間所表現的行為模式與決策過程，購買時的需求、動機，決定購買前的心態活動，決定購買時的資訊來源購買後的評價等，用評定指標幫助在未來銷售策略定位上，有更明確的客群與方法可以選定，有利行銷規劃制定最佳之行銷方式，以及回饋調整後續選品及訂價策略。

## 二、本(109)年度預定工作項目查核點

工作期間 工作項目	預估全年成 果	109年												各工作執行 權重(%)
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
1.空間整建與氛圍營造														
1-1工程發包、 建築工程		1	2	4	5	6.96								6.96
1-2建築工程及 景觀工程						1	5	10	25	35	45	55	59.08	59.08
2.營運管理與團 隊合作														
2-1組織培訓與 成長		0.1	0.2	0.3	0.4	0.5	0.65	0.75	0.8	0.83	0.84	0.85	0.86	0.86
2-2營運系統建 置與制度規劃		1	1.5	2	2.5	3	3.5	4.5	5.5	6.5	7.5	8	8.69	8.69
3.品牌識別與行 銷規劃														
3-1品牌建立與 品牌識別		0.1	0.2	0.32										0.32
3-2建置官方網		0.1	0.2	0.3	0.4	0.45	0.4	0.54	0.56	0.58	0.6	0.62	0.64	0.64
3-3顧客關係管 理系統建置					0.15	0.2	0.22	0.24	0.26	0.29	0.3	0.31	0.32	0.32
3-4數位網路行					0.5	1	2	3	4	5	6	7	7.59	7.59
3-5社群口碑行		0.1	0.4	0.6	0.85	1	1.2	1.4	1.6	1.8	2	2.3	2.39	2.39
3-6實體活動行		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00
3-7異業聯盟行		0.1	0.12	0.13	0.14	0.19	0.2	0.23	0.25	0.28	0.29	0.3	0.32	0.32
4.人才培育與產 品提昇														
4-1專案輔導		0.5	1	2.1	2.7	3	3.2	4	4.6	5	5.8	6	6.38	6.38
4-2培訓課程		0.1	0.3	0.4	0.45	0.5	0.55	0.6	0.65	0.7	0.8	0.8	0.86	0.86
4-3產品研發		0.1	0.13	0.14	0.15	0.18	2	2.2	2.5	2.9	3	3.1	3.19	3.19
5.資源盤點與市 場調研														
5-1籌組產業前 瞻趨勢發展智庫		0.2	0.15	0.21	0.24	0.26	0.31	0.36	0.39	0.4	0.42	0.46	0.48	0.48
5-2建立市內原 住民產業資料庫								0.2	0.3	0.5	0.7	0.8	0.96	0.96
5-3消費者調查 分析								0.1	0.1	0.2	0.5	0.7	0.96	0.96
累計工作進度 (%)		3.40	6.20	10.50	13.80	18.56	26.51	35.40	53.79	67.26	81.03	93.52	100.00	100.00
累計經費分配 比率(%)		1,066,263	1,944,361	3,292,870	4,327,772	5,820,539	8,313,712	11,101,675	16,868,901	21,093,183	25,411,546	29,328,493	31,360,664	31,360,664
查核點							6月30日						12月15日	

## (一) 量化效益

### 1. 空間整建與氛圍營造

(1) 包括設備工程、空調工程、玻璃工程、鐵件工程、油漆工程、木作工程、燈具工程、水電工程、拆除工程、廣告工程等建物工程施工與設備購置一式。

(2) 包括步道空間修繕、管線、植栽、裝置藝術、整地回填等建物環境修繕與公共藝術設置一式。

### 2. 營運管理與團隊合作

(1) 協助成立管理委員會。

(2) 導入 ERP 系統 1 套。

(3) 建置銷售時點信息系統(POS 系統) 12 套。

(4) 營運管銷培訓課程 36 堂課程，共 108 小時。

(5) 原住民創意產品寄賣者總收入每年 1,054 仟元。

(6) 原住民手工產品每年總收入 3,783 仟元。

(7) 9 家原住民創意餐飲與 3 家手工市集商家進駐。

(8) 營運分析成果報告 1 份。

### 3. 品牌識別與行銷規劃

(1) 建置官方網站 1 式。

(2) CRM 系統導入 1 式。



- (3) 付費廣告投放 1 式。
- (4) GA 分析 1 份。
- (5) SEO 優化 1 式。
- (6) 建立 AI ChatBot 1 式。
- (7) 建置 FaceBook/IG/Youtube 社群平台 1 式。
- (8) 內容行銷及廣告投放 1 式
- (9) 網紅創作比賽 1 場。
- (10) 微電影競賽 1 場。
- (11) 網站成交金額 GMV 競賽 1 場。
- (12) 原民文化祭 3 場。
- (13) 常態性原民假日市集、原民歌手常態駐唱、與原民手作課程 10 場。
- (14) 文創商品電商平台合作 1 式。
- (15) 異業聯盟原住民體驗小旅遊 15 梯次。
- (16) 其他可合作通路 1 式。

#### 4.人才培育與產品提昇

- (1) 業師陪伴深度輔導 40 次。
- (2) 創業分享領航小聚 2 場。
- (3) 專案投資貸款規劃及協助取得政府計畫 3 件。

- (4) 促成技轉與產學案 2 件。
- (5) 聯合品牌行銷展售 2 場。
- (6) 廠商聯誼異業結盟 1 場。
- (7) 創新育成培訓課程 36 堂課程，共 108 小時。
- (8) 特色產品研發及市場測試 10 件。

#### 5.資源盤點與市場調研

- (1) 籌組專家顧問團隊。
- (2) 產出市內原住民產業盤點報告 1 份。
- (3) 產出消費者調查分析報告 1 份。

#### (二)質化效益

- 1.建置台南市新地標，呈現鏈結原住民族在台南市樂活的各方各面。
- 2.發展出「伊達 ITA」之品牌，「原粹」之定位，輔以「療癒」之氛圍，札哈木原住民創意中心相較於其他布建通路據點有更強烈的品牌識別。
- 3.在「ITA 伊達」品牌下，以「原粹」為定位，能在未來商品研發設計上更有明確的方向；以「療癒」之氛圍，能更貼切符合消費者需求，可吸引更多觀光客前來體驗。
- 4.成立管理委員會，在共榮共利的目標前提下，將能促成國定原住民族與台南市定原住民族之進一步交流，並實現在文創商品表現上。
- 5.培養原住民族在行政會計、經營管理、行銷企劃、以及導覽解說上的上才。