

I. 50 億元桐花商機：

A. 設計輔導

1. 輔導類禮盒包裝重新設計

- a. 大窩口工作坊：目前在 101 旗艦店展示
- b. 郭家莊：豆腐乳禮盒
- c. 石岡媽媽美食小鋪
- d. 新竹農會：播茶、阿煥伯(酸菜、福菜、梅干菜)→美之味農業企業社：將文化包裝到產品中
- e. 台灣漆器(樺泰實業有限公司)陀螺筷架邊吃飯可以邊玩；日本時代只有大戶人家才有使用的
- f. 南投生活重建協會
- g. 扎木工作坊：森林中的小精靈
- h. 三義 Y 箱寶：稀有珍禽書籤，祈福馱笈也可以當成名片展示
- i. 魯冰花拼布工作坊：桐花娃娃

2. 設計輔導類

- a. 東華樟腦廠：樟腦、香茅、檜木皂，因為 921 地震倒塌
- b. 蒂岡企業有限公司(力馬生活工作坊)：桐花握杯、餐具組
- c. 曩古陶藝園藝
- d. 三鈴竹材加工廠：原物料供應商，竹炭相關產品
- e. 稻香客家米(客農知香)：客家播茶餅
- f. 東勢阿嬤：米食林(Miss Lin)
- g. 大房豆干：黃大目三房，大房後代，二房三房註冊商標，蛋豆角
- h. 關西仙草：
- i. 海瑞貢丸：橘紅色商標，香腸和米粉
- j. 德瑄燭園
- k. 金良興窯業股份有限公司：杯墊和相框
- l. 五穀文化村
- m. 活炭谷
- n. 九鼎軒：當天要消費，都是客家米食
- o. 勝興客棧：餐廳，客家醬菜

3. 推薦類

- a. 世奇藝術蛋糕：木雕餅
- b. 大湖酒莊：在草莓季時，釀酒
- c. 石圍牆酒庄：烈酒
- d. 泉順(山水米)食品企業股份有限公司
- e. 華陶窯文化事業股份有限公司：桐花提籃、燭台、月亮水杯對杯組
- f. 意念工房：用漂流木做成家具類
- g. 共同包裝：內裝米

4. 產業診斷成果

B. 問題研討：

1. 故事行銷示範

- a. 每一個都給予一個故事

2. 節慶活動與事件行銷

- a. 政策面：客委會只是給予一筆錢，需要量的績效
 1. 2007 年有 1000 家廠商參與，南投新竹都涵蓋其中
 2. 新港文教基金會：結合異業結盟作一日遊的活動
 3. 百貨公司：就是要讓顧客回流
 - (1). 文化館：有 DM
 - (2). 全館活動：
- b. 執行面方案的考量
 1. 食品、生活用品和設計團隊
 2. 很重要的事情：就是建立共識，這是很好的資訊來源
 - (1). 要從需求面去考慮：龜甲萬醬油改成小包裝

- i. 運送的過程費用多少是要設計師去一併考慮
 - ii. 是藝術品、生活用品的考慮要明確，定價策略就要明確
- (2). POP(point of purchase)
 - i. 由展示場(或許只是在百貨公司中)是否可以刺激顧客延伸到母館去參觀或是採購，這是一種操作模式
 - ii. 生活用品或是藝術品操作不同
 - a. 是否一定要到當地母館或是鄉下才可以採購到
- 3. 目前集集似乎每次活動很多
 - a. 也有桐花祭，火車活動，美食節
- 4. 推行客家文化