

檔 號：5780502
保存年限：3

朝陽科技大學 函

地址：41349臺中市霧峰區吉峰東路168號

承辦人：曾子宣

電話：04-23323000 #7062

傳真：04-23742331

電子郵件：tthseng@cyut.edu.tw

受文者：國立暨南國際大學 第 層 決行

擬

學務處 侯東成
秘書 104.10.05

發文日期：中華民國104年9月30日

擬：陳閱後公告周知，文存。

發文字號：朝管(企)字第10400031200號

速別：普通件

密等及解密條件或保密期限：

學務處 許宏斌
校外活動組 104.10.05
學務處 許宏斌
校外活動組 104.10.05

明列 104.10.05

代為 決行

附件：隨文（附件1-企劃書參考格式.PDF、附件2-2015賣吶炬個案廠商-禮自慢文創坊.PDF、附件3-2015賣吶炬個案廠商-藝禾私房.PDF、附件4 報名表及授權書.DOCX，共4個電子檔案）

主旨：本校辦理2015全國賣吶炬達人創新行銷競賽，詳如說明，請轉知貴校師生踴躍報名參加。

說明：

一、本案為提供學生實務訓練及理論知識所建立之產業交流平台，本次競賽與廠商合作，透過替合作廠商規劃創新行銷企劃案，作為學生操演專業與創意之實務場域，冀望全國大專院校學生透過此次競賽，整合知識及技能，藉由發揮團隊精神與創新行銷思維，培養產業趨勢與需求敏感度，進而獲得解決產業問題之實務能力。

二、本次競賽分別依據藝禾私房餐廳和禮自慢文創坊兩事業目前面臨之實務問題進行出題。參賽者請自行選擇1個個案題目進行行銷企劃書之撰寫，企劃書參考格式如附件1。

個案說明資料如下：

（一）2015賣吶炬個案廠商說明—禮自慢文創坊（附件2）。

（二）2015賣吶炬個案廠商說明—藝禾私房（附件3）。

三、報名時間：即日起至2015年10月23日(星期五)止。

四、初賽文件繳交：2015年11月20日(星期五)止。

五、公告決賽入選名單：2015年12月7日(星期一)。



六、決賽簡報繳交：2015年12月16日(星期三)前。

七、決賽日期：2015年12月19日(星期六)。

八、競賽相關資料請逕至網站下載，網址為

<http://www.ba.cyut.edu.tw/?p=3646>。

九、檢附報名表及授權同意書1份（附件4）。

正本：公私立大專校院

副本：本校管理學院企業管理系

104/09/30
16:25:06

裝



線

附件 1、企劃書參考格式

企劃案內容包含：（以下為建議格式，但不限於下列格式，各參賽隊伍可自行設計撰寫格式）

1. 企劃摘要：說明企劃。
2. 問題背景與分析：說明企劃背景與議題分析。
3. 企劃目標：企劃所要達成的具體目標。
4. 企劃策略與行動方案：根據議題進行分析，擬定適當的行銷策略與行動方案，並說明其關連與邏輯。
5. 企劃步驟或流程：具體呈現企劃細部執行的活動規劃。
6. 執行時程：各行動方案的細部內容進行時間表。
7. 人力資源：參與企劃活動所需人員及分工。
8. 預算編列：企劃執行項目與所需經費，或其他補助經費來源。
9. 行銷 DM 創意設計：搭配企劃內容，請設計相關的 DM 或必要的行銷物件，以具體呈現該行銷企劃之精神。
10. 其他注意事項：
 - (1). 企劃書內容不宜太過冗長，建議盡量保持在 20 頁之內。可配合圖片、表格、插畫讓說明更易瞭解，但標示務必清楚。
 - (2) 若有引用資料，應註明資料來源及資料日期。

附件2、個案議題說明(1):知達開發有限公司-禮自慢文創坊

一、公司簡介

禮自慢文創坊(見表一)成立於 98 年,是由知達開發股份有限公司(以下簡稱知達開發)轉投資禮品市場所成立的工藝文創品牌;禮自慢文創坊原僅為自有飯店—苗栗明湖水漾會館的禮品銷售櫃位,於 101 年 3 月正式成立專賣店於國立台灣工藝研究發展中心生活工藝館一樓(見圖一),其環境氛圍以台灣工藝文化主體,具工藝風氣、生活美學空間,故非常適合作為展店的啟始;於 105 年 5 月轉型將中國五行意象,金、木、水、火、土融合台灣工藝元素來應用於禮品之創新產品設計,並以此做為禮自慢文創坊之自有品牌差異化商品之開端。工藝園區固定週一休館,營業時間為 9:00~18:00。

表一、禮自慢文創坊簡介

店面名稱	禮自慢文創坊
草創日期	98 年 10 月 7 日
董事長	林吉財 Mercy Lin
負責協理	林靜怡 Lynn Lin
成員	銷售專員 *2 名 + 假日兼職 *2 名
地址	南投縣草屯鎮中正路 573 號



圖一、國立台灣工藝研究發展中心園區地圖
(圖片來源：國立台灣工藝研究發展中心網站)

企業網站：<http://www.zhidacaotun.com.tw/> (知達工藝會館網頁，關係企業網站增設中)

二、產品內容與品牌內涵

顧客的消費型態價值觀已從機能需求演進到心靈與感知美學的需求,使得「禮自慢」的潛在市場仍大有可為。禮自慢 LOGO(見圖二)是以禮物造型為整體概念而呈現,而自古以來數字「九」仍為至高至大,有珍貴之意屬帝王之數,故以九塊方格象徵禮自慢品牌在禮品領域所代表的高級質感,並延伸其涵意反應出品牌的多元性。禮品上的蝴蝶結是以「自慢」為出發點,表現出細節的細緻感,以點綴心意及巧思為設計目的,富

含情與理的品味，希望對送收禮雙方都是一件愉悅美妙之事，再加上帶有期待拆開禮品的喜悅，給品牌更富有鮮明的美感和趣味。



三、運用範疇與產品特色

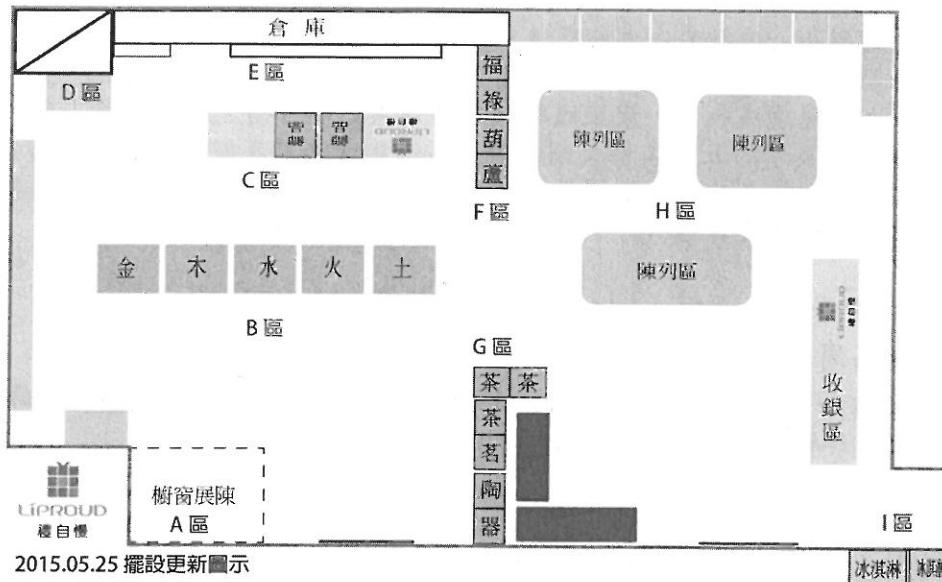
1. 「禮自慢文創坊」位於台灣工藝研究發展中心園區 生活工藝館 內，園區內美學氛

圍環境佳，由於園區未收門票、同時提供寬敞停車空間，因此吸引一般民眾及旅行團體前來參訪觀光。

2. 「禮自慢文創坊」展售區規劃如下—

- A 區 櫥窗展陳：以季節性搭配五行，更變櫥窗設計主題色系及活動促銷。
- B 區 五行工藝：金、木、水、火、土與工藝或新銳設計師共同開發合作。
- C 區 包裝櫃檯：目前缺乏自有品牌產品及包裝材，所以消費者無品牌忠誠度，公司目前採階段性作法，導入設計包材、小卡及提袋，建立商品識別系統。
- D 區 文創商品：搭配新銳設計文創者，展售明信片、筆札集文創用品等。
- E 區 獨賣工藝：搭配工藝大師限量創作，產出價位偏高且具收藏價值之作品。
- F 區 精選商品：優惠每季銷售最佳之精選商品，擺至入口顯眼處增加銷售。
- G 區 茶茗專區：搭配茶席擺設，教育潛在消費者，生活美學非奢侈品專利。
- H 區 伴手禮區：精選南投在地或週遭之農特伴手禮，成立特色區及特價區。
- I 區 冰品專區：因應假日人潮眾多，運用清楚招牌促進銷售又不能流於俗氣。

「禮自慢文創坊」與工藝家熟識合作關係佳，禮品開發配合度及客製化程度較一般供應商佳；而雙方擁有信賴的夥伴基礎，7 成商品採寄賣方式，因此庫存營銷壓力較低。



圖四、「禮自慢文創坊」展售空間規劃圖

四、困境與機會

「禮自慢文創坊」處於郊區景點，平日客層與假日客層比例懸殊，人員異動頻繁，且不易甄選到適當人才，特別是公司目前在行銷預算的投入不多，同時也缺乏專案設計與美編人才，對於一心想推動品牌的「禮自慢」顯得十分辛苦。而身為 OT¹廠商，本身受限於營業時間及多重管制，營業時間更改、廣告招牌擺設皆需公文通報後方能實行，這使得推動活動存在時效性延滯問題。

其次，供應「禮自慢文創坊」工藝禮品的工藝家皆有其自有品牌，若已設點於台灣工藝研究發展中心，往往會選擇設置在美學館或福利工藝店，或直接進駐工坊進行展售，而「禮自慢文創坊」就不得展售這些品項，如此做，雖然有維持產品力的效益，但對於「禮自慢文創坊」來說，卻必須另外花費時間檢視各品項重複性，若因發覺重複品項進行下架，將會增加「禮自慢文創坊」的內部耗損。

同樣設於台灣工藝研究發展中心園區內如地方工藝館等也都是採工藝老師進駐模式，其販售的自有商品具有價格優勢；而園區內的其他工藝店及美學館也因販售具有替代性的文創禮品而存在直接競爭問題，因此同工藝師作品不得展售對「禮自慢文創坊」來說不僅是限制也是威脅。

「禮自慢文創坊」過去曾運用的實體通路還有飯店，帶來不錯的銷售成績，但後來因為新品開發速度過慢，無法及時提供適量的產品進行展售，而暫時退出非自有飯店通路；其次，飯店通路雖然讓「禮自慢」快速接觸潛在顧客，但飯店通路要求的通路成本卻也相對較高。

五、競賽議題

請針對「禮自慢文創坊」面臨的周間與假日來客數落差大問題，提供因應之道，如何才能提高周間的來客數與平均客單價？目前禮自慢仍停留在傳統的店鋪經營模式，面臨外部環境快速變遷，不僅充斥許多

競爭替代性商品，消費者透過網路能輕易而快速獲得購買的產品及價格資訊，這使得企

¹ OT案(Operation Transfer；營運移轉案)，指政府進行投資興建完成後，委由民間機構進行營運，帶合約期滿後再將營運權交還政府機構。

6/11

業獲利空間變小。但從另一方面來說，虛擬與實體通路整合儼然已成銷售服務的重要趨勢，依據調查²：「2014 年台灣電子商務市場規模將達到 8,833 億元，且近年來都以每年 15% 以上的速度成長」，虛擬通路銷售的前景不言可喻。因此若將「禮自慢文創坊」視為提供生活美學的五行工藝文創品牌，其銷售通路不應侷限於實體店面或專櫃。如何為「禮自慢」發展成功的定位策略？又如何轉換規劃出有助企業成長的創新行銷手法將是「禮自慢」的重要課題。

六、期待成果

1. 提高周間園區遊客的平均客單價與消費金額。
2. 透過各種有效的創新行銷手法，提高「禮自慢」的知名度並建立鮮明的品牌形象；終極目的在提高「禮自慢」的整體營收。

² 資料來源：EZprice 公關室(2014.5.29) <http://news.ezprice.com.tw/3679/>

附件3、個案議題說明(2)：知達開發有限公司-藝禾私房

一、公司簡介

藝禾私房位於南投縣草屯鎮，為知達開發股份有限公司(以下簡稱知達開發)旗下投資之餐飲事業。知達開發以提供在地傳統文化藝術與工藝美學融入時尚潮流的休閒遊憩服務，延續經營苗栗明湖水漾會館、鹿港知達文教會館的經驗，與國立臺灣工藝研究發展中心合作，成立草屯知達工藝會館(屬 OT 案)¹，將工藝藝術參訪、體驗結合工藝休閒服務，打造一個「身、心、靈，五感體驗」的休憩空間。藝禾私房以提供中餐為主，主要顧客為台灣工藝研究中心園區參訪和旅遊的團客與散客。

企業網站：<http://www.zhidacaotun.com.tw/>

<https://www.facebook.com/CaoTunZhiDaGongYiHuiGuan/timeline>

二、產品內容與品牌內涵

藝禾私房以體驗生活工藝作為餐飲文化主軸，除以割稻飯作為招牌特色餐，尚提供中式桌菜價位介於 2,500~4,000 之間(加一成服務費)，需三天前預約；針對散客則提供套餐和麵食、港式點心、甜點和飲料，套餐內附飲料和水果，價位統一定價為 280 元，今年 10 月開始，每逢雙月將推出定價為 380 元的新款套餐。

三、運用範疇與產品特色

1. 知達開發在台灣工藝研究發展中心園區內設有多家關係企業，如知達工藝會館(提供住宿服務)、禮自慢文創坊(工藝品展售區)、藝珈琲咖啡館等。
2. 藝禾私房位於生活工藝會館一樓，以具有感恩精神的割稻飯作為招牌餐，主要訴求草屯在地食材、苗栗陶藝大師溫潤手作拉坯陶瓷碗為基底，蘊載在地工藝之美的飲食體驗，換言之，藝禾私房是知達開發用以展現工藝美學的餐飲體驗服務。
3. 同樣位於生活工藝會館中的工藝創作體驗坊(2~3 樓)，提供豐富的文創體驗：工藝創作體驗坊以金木水火土為主題，規劃磚藝、漆藝、樹藝、竹藝、藍染、金工等六大工坊，每個工坊都邀請具有知名度之工藝家經營，除提供各主題藝術創作展售，也在特定時間開設手作班，或現場之 DIY 體驗活動；工坊由六位不同領域的工藝家進駐(磚藝/張澄淵、漆藝/梁旺璋、樹藝/李永謨、竹藝/李榮烈、藍染/湯文君、金工/楊忻彪)。為提高遊客對工藝會館的深度體驗，館區內針對團客提供文創導覽解說。
4. 關係企業知達工藝會館主要提供住宿服務，可供住宿之房間共計四樓 28 間房，1~3 樓規劃為親子主題，紅樓則是由林芳仕等大師設計，以融入不同工藝設計為主，並置入工藝家創作作品，藉由創造氛圍與工藝美感，建立與其他飯店的差異性。飯店住宿以 2 人或 4 人房為主，房價介於 2,520~7,200。

四、困境問題

¹ OT案(Operation Transfer；營運移轉案)，指政府進行投資興建完成後，委由民間機構進行營運，帶合約期滿後再將營運權交還政府機構。

藝禾私房所服務的顧客以到訪台灣工藝研究中心園區的遊客為主，鮮少附近民眾或特地到餐廳用餐的消費者，換言之，藝禾私房似乎已被定位為台灣工藝研究中心的附加餐飲服務。因此，藝禾私房面臨周間顧客來客量不僅不穩定，來客數不高、客單價也較假日時更低，形成營收偏低且人力易出現閒置；即使偶爾出現大批遊覽車，大多屬於非預約的臨時遊客，其停留時間往往較短，消費金額也較低。其次，生活工藝會館雖以五行工藝為主題，但藝禾私房與五行主題的連結與呼應相對偏低。目前主廚專長為西餐，因此對於以割稻飯中餐為訴求的招牌餐來說，相對較難有所展現。

五、競賽議題 請針對藝禾私房面臨的周間與假日來客數落差大問題，如何才能提高周間的來客數與平

均客單價？其次，藝禾私房與五行主題的連結與呼應相對偏低，提出能傳遞工藝與餐飲結合的餐飲服務組合，強化其餐飲服務的特色，是藝禾私房值得努力的方向。

六、期待成果

1. 提高藝禾私房周間遊客的消費金額。
2. 建立呼應五行主題的餐飲服務特色，提高藝禾私房在園區內的能見度，並帶動遊客在藝禾私房的來客量。

附件 4、2015 全國賣吶炬達人創新行銷競賽報名表 (※煩請用電腦繕打)

參賽議題	☐ 禮自慢文創坊個案組		隊名				
	☐ 藝禾私房個案組		作品名稱				
參賽者	系所	姓名	性別	年級	手機	FB 帳號(暱稱)	E-mail
組員 1 (隊長)			☐ 男 ☐ 女				
組員 2			☐ 男 ☐ 女				
組員 3			☐ 男 ☐ 女				
組員 4			☐ 男 ☐ 女				
組員 5			☐ 男 ☐ 女				
組員 6			☐ 男 ☐ 女				
組員 7			☐ 男 ☐ 女				
指導老師	服務學校/系所/姓名/職級						
	e-mail / 手機						

註：1. 參賽同學必須「3~7 人」組成一隊，不接受 2 人以下、8 人以上報名參賽。同學可跨系或跨校組隊，亦可大學部與研究所共同組隊，每隊只能參加一個個案企業組別。

2. 貴組同學所提供之個人資料，朝陽科技大學企業管理系(主辦單位)僅作為系所或活動相關資訊通知使用，如有疑慮敬請於報名時提出。

附件 4、授權同意書

簽署聲明：

- 一、參賽團隊的創意想法、參選作品其智慧財產權與各項權利均同意歸「主辦單位」所有，並同意不得行使著作人格權。
- 二、參選作品不得抄襲仿冒、剽竊他人作品，如經發現有侵害著作權法、商標法或任何法規者，除取消得獎資格，追回已頒發之獎項外，法律責任應由參賽者自行負責，不得異議。
- 三、參賽作品不得為已參加其他競賽並獲獎之作品，如經發現將取消獲獎與參賽資格。
- 四、所有參賽作品的資料概不退還（請自行保留副本）。
- 五、本組及各組員均同意依照主辦單位競賽實施辦法之一切規定辦理。
- 六、本組同學同意收到朝陽科技大學企業管理系所寄發系所或活動相關資訊。

立聲明書人：（※全體隊員皆須簽名，未簽名者視同資格不符）

隊員 1 簽名	隊員 2 簽名	隊員 3 簽名	隊員 4 簽名	隊員 5 簽名	隊員 6 簽名	隊員 7 簽名

簽名日期：2015 年 10 月 日

說明

1. 授權同意書請簽名後掃描，請將掃描電子檔連同報名表於 2015 年 10 月 23 日(五)17:00 前寄送至 2015csmile@gmail.com，(依電子郵件寄送時間為憑)，主旨請輸入：「2015 全國賣吶炬達人創新行銷競賽 xxx 團隊報名表暨授權書」。
2. 各參賽團隊於 2015 年 11 月 20 日(五)中午 12:00 初賽企劃書繳交截止前，需寄送「企劃書電子檔（檔案若過大，請自行分為數個檔案，並依照順序命名）」資料寄至 2015csmile@gmail.com (依電子郵件件寄送時間為憑)，主旨請輸入：「2015 全國賣吶炬達人創新行銷競賽 xxx 團隊企劃書」。
3. 活動詳情請上朝陽科技大學企業管理系網站(<http://www.ba.cyut.edu.tw>)。