

好「客」來—走進美濃民俗文化村

六堆 300 年慶典系列活動「2021 六堆 300 年高中職專題論文競賽」

題目：好「客」來—走進美濃民俗文化村

編號：（由主辦單位填寫）

指導老師：李欣珊

參賽組長：曾千慈

參賽組員：蔡承勳、王于姍

學校名稱：高雄高商

科系：商業經營科

2021 年 3 月 28 日

## 2021 六堆 300 年高中職專題論文競賽

### 目錄

壹、	前言.....	4
一、	研究動機.....	4
二、	研究目的.....	4
三、	研究方法.....	4
四、	研究範圍.....	4
五、	研究流程圖.....	4
貳、	正文.....	5
一、	美濃民俗村簡介.....	5
二、	客家文化介紹.....	5
(一)	文化.....	5
1.	客家人的精神堡壘—六堆.....	5
(二)	文物.....	5
1.	油紙傘.....	5
2.	藍衫.....	5
(一)	美食.....	5
1.	擂茶.....	5
2.	粄條.....	6
3.	粿粿.....	6
三、	實地探訪.....	6
四、	行銷分析.....	7
(一)	競爭對手分析.....	7
(二)	SWOT 交叉分析.....	8
(三)	STP 分析.....	9
(四)	行銷商業九宮格.....	9
參、	結論.....	10
一、	結論.....	10
二、	結論分析.....	10
三、	建議.....	10
(一)	社群網站.....	10
(二)	導覽方案.....	11
四、	如何傳承客家文化.....	12
肆、	引註資料.....	12

圖目錄

表 1：研究流程圖.....	4
表 2：競爭對手分析.....	7
表 3：SWOT 交叉分析.....	8
表 4：STP 分析.....	9
表 5：商業模式九宮格.....	9
表 6：導覽方案.....	12
圖 1：美濃民俗村招牌團照.....	6
圖 2：客家美食.....	6
圖 3：紙傘 DIY 成品.....	6
圖 4：紙傘 DIY 團照.....	6
圖 5：2019social media use.....	10
圖 6：美濃民俗村 IG 帳號.....	10
圖 7：美濃民俗村 IG 貼文.....	11
圖 8：美濃民俗村 IG 貼文.....	11
圖 9：美濃民俗村 IG 貼文.....	11

## 壹、前言

### 一、研究動機

「唐山過台灣，沒半點錢。」(涂敏恆，1989年)這是一首人人傳唱的客家歌謠。客家人離鄉背井，努力打拼才在台灣佔有一席之地。但現在，客家人，卻消失了.....

因為本小組有一位客家人，她從國小的第一節本土語言課起，一步步踏入客家世界，慢慢了解慢慢喜歡。更因有緣參加客語演講比賽的關係，接觸了許多這一代的客家子弟，但卻發現大多數的參賽選手好像都只想贏得比賽，並不想多去了解客家文化。她才意識到，客家血統還在，客家文化卻不見了。因此本小組決定深入去探討客家文化，並把客家祖先刻苦耐勞的精神發揚光大。

### 二、研究目的

了解客家文化並發掘客家文化的美，正快速消逝的客家文化，得以再度成為客家人所重視並珍視的對象，永續傳承至千代萬代。因此以高雄客家文化代表之一—美濃民俗文化村作為出發點，改變以往的等待遊客來訪，採取主動出擊的宣傳手法，吸引現代年輕人注重傳統文化，藉此推廣出去。

### 三、研究方法

- (一)實地探訪法：本小組於109年12月20日走訪高雄美濃民俗文化村。
- (二)文獻分析法：查詢許多網站、中學生論文及相關書籍等等，加以統整分析。

### 四、研究範圍

- (一)研究對象：本研究以高雄美濃民俗村為研究對象。
- (二)研究內容：研究美濃民俗村商業模式，和客家文化。

### 五、研究流程圖

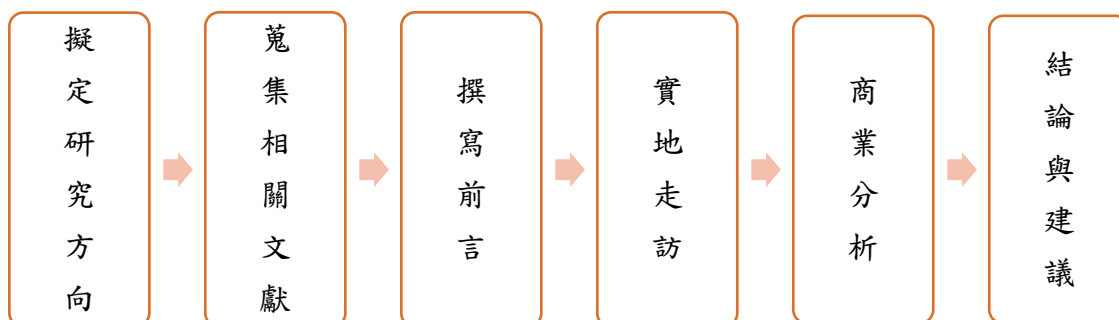


表 1：研究流程圖

(資料來源：本組自行彙整)

## 貳、正文

### 一、美濃民俗村簡介

為了傳承美濃傳統的客家文化，民國 85 年曾啟華先生將原有的廣華興紙傘廠改名為美濃民俗村，並招募與客家有關的攤販來設攤，以免費參觀的模式經營。民俗村裡有手工油紙傘、民俗文物、傳統美食、DIY 體驗等等。食衣育樂一應俱全，儼然是一座小型的客家庄。

### 二、客家文化介紹

#### (一)文化

##### 1. 客家人的精神堡壘—六堆

三百年來，客家先民在臺灣因言語、風俗習慣相同，血脈相連，在高、屏形成十鄉一鎮客家村莊，合稱「六堆」，前堆長治同麟洛，後面內埔南北通，新碑左堆和佳冬，右邊高樹同美濃，忠義竹田在中間，萬巒勇敢打先鋒！此六堆有自治自衛的性質。

#### (二)文物

##### 1. 油紙傘

油紙傘在客家傳統觀念中，除了遮陽避雨外，還蘊含多種特殊的意義。其一，「傘」字內有五個「人」字，有多子多孫的含意。其二，客家話中「紙」與「子」同音，因此送油紙傘給兒子表示已成年，而送兩把紙傘給女兒當嫁妝，則帶有早生貴子的祝福。其三，油紙傘打開呈圓狀，則象徵著「圓滿」的意思。雖然現在油紙傘已被機器量產的雨傘取代，不在為日常所用，但卻轉變為收藏和觀賞的藝術品，繼續傳承著客家文化。

##### 2. 藍衫

藍衫又名「長衫」、「大襟衫」和「士林衫」，是客家女性的傳統服飾，客家女性大多上身著藍衫，下身是大褲管。其中客家婦女的「藍衫」近年來引起相當的注目，甚至成為客家人的代名詞。不過現在台灣僅能在美濃鎮裡 80 歲的老婦人身上，發現「藍衫」仍繼續釋放著樸實無華的氣息。

#### (一)美食

##### 1. 擂茶

擂茶是客家人招待客人的茶點，擂就是研磨的意思，擂茶又名為「三生茶」，是以生茶、生薑和生米磨製而成。擂茶，不僅能生津止渴、清涼解暑，且還有健脾養胃，滋補長壽之功效。擂茶的主原料『米仔』和茶葉等材料輕

好「客」來一走進美濃民俗文化村

巧易攜帶、且食用方便，不易長米蟲，為客家人逃難中發展出的特殊飲食。

## 2. 板條

因為攤開的板條像是洗臉的毛巾，所以客家話又稱為「面帕板」。客家人還有一首童謠就叫「面帕板」。歌詞中提到：「面帕板面帕板，緊食都還愛，山珍海味毋過一碗面帕板。」(蕭吉紫，1989年)由此可見客家人對板條的喜愛程度。

## 3. 粢粑

早期客家庄資源匱乏，將餐後剩飯以杵臼搗勻成黏湖適口的米糰，再將米糰剪成小塊，沾上糖粉、芝麻與花生粉。在客家習俗中的婚喪喜慶及祭典宴客，都是不可或缺的甜點。

### 三、實地探訪

本小組於2020年12月20日走訪高雄美濃民俗村，第一站我們在美濃美食館坐下，品嚐著客家道地的美食，有板條、客家小炒和客家鹹豬肉這三樣必點客家美食。吃飽喝足後我們體驗了DIY紙傘，製作過程中導覽員細心告訴我們美濃紙傘的由來，因為藍衫的緣故，所以本小組以藍色為底，再畫上一些象徵堅強客家人的油桐花，最後則提上金榜題名四字，預祝本小組三位成員能在明年的統測金榜題名!後來我們在一間賣客家點心的攤販買了粢粑，粢粑沾上糖粉和花生粉真是美味極了!要回家之前我們還特地再買一些帶回家給家人品嚐，老闆記得我們曾光顧過還算我們便宜了一點呢!



圖 1：美濃民俗村招牌團照  
(資料來源：本組自行拍攝)



圖 2：客家美食  
(資料來源：本組自行拍攝)



圖 3：紙傘DIY成品  
(資料來源：本組自行拍攝)



圖 4：紙傘DIY團照  
(資料來源：本組自行拍攝)

## 四、行銷分析

## (一)競爭對手分析

本小組認為美濃原鄉緣紙傘文化村在當地較有名氣，且性質相同的營利個體，故以原鄉緣紙傘作為競爭對手而分析。「競爭對手分析主要側重於企業與競爭對手的比較分析。找出本企業的競爭優勢，揚長避短地開展經營。」(鄭紅，2019年)如下表 2。

競爭對手 條件	美濃民俗文化村	美濃原鄉緣紙傘文化村
油紙傘	兩者皆有 DIY 體驗，也可購現成的紙傘。	
擂茶	兩者皆有 DIY 體驗。	
粄條	兩者皆有客家美食館，但是美濃民俗文化村的美食較多樣。	
攤販	有禮品店，販賣粿粿、古早味商品(冰淇淋、飲料、零食)、養生雞蛋、棉花糖。	販賣美濃粄條、油蔥酥、豬籠粄、粿粿、古早味商品(冰淇淋、飲料)。
陶藝	無體驗活動及商家。	擁有 DIY 體驗(可包郵回家)。
客家文化介紹	地名和建築介紹、客家藍衫、山歌、農具。	六堆文化、客家建築、語言及農具。

表 2：競爭對手分析

(資料來源：本組自行彙整)

(二)SWOT 交叉分析

「由學者 Mrriott 提出，主要在考量企業在內優勢和劣勢，以及探索企業在環境會和威脅。」(林淑芬，2018 年)。如下表 3。

		外部	
		機會(O)	威脅(T)
內部		01 與文化局合作。 02 與鄰近的農民、攤販合作。 03 因疫情影響，現在國內旅遊盛行。 04 請客家明星代言或製作節目。	T1 原鄉緣紙傘文化村是強勁的競爭對手。 T2 前往美濃民俗村的人無法與成本成正比，導致價格偏高。 T3 現在新冠肺炎導致人潮較少，入不敷出。
	優勢(S) S1 有 DIY 課程，親自體驗更有參與感。 S2 客家族群所在地，比較道地。 S3 客家歷史、文物介紹資料詳實。 S4 廣場有客家童玩可以玩，容易吸引小朋友。	SO(增長型)策略 S201 與在地區公所聯合舉辦客家節日活動。 S503 與旅遊團合作，帶他們多去禮品店消費，促進美濃經濟。 S204 請土生土長的明星代言，比較有說服力，增加美濃曝光度。	ST(多元型)策略 S1T1 可結合原鄉紙傘文化村辦理大型活動，互相吸取經驗。 S3T3 建立 VR 線上參觀模式，加上講解配音，在家也能了解客家文化，不受疫情影響，並增加能見度。 S4T2 多推廣免費童玩，吸引家庭前來，以量制價。
	劣勢(W) W1 交通不便，公共運輸只有公車可以到達，且班次少。 W2 特色建築不夠多，且設備破舊。 W3 DIY 費用偏貴。 W4 官網設計不佳。	WO(扭轉型)策略 W203 將設備翻新，可增加旅遊團的遊客購買或體驗的意願。 W302 藉由跟攤販合作，壓低原物料成本，也可使 DIY 費用降低，增加顧客體驗意願。	WT(防禦型)策略 W3T2 可以縮減部分 DIY 或是以減量不加價的方式。 W4T3 將官網設計的更完善，定期更新，以活動預告引起民眾好奇心，也可在官網販售商品。

表 3：SWOT 交叉分析  
(資料來源：本組自行彙整)



(三)STP 分析

「STP 又稱目標行銷，是企業形成行銷策略的核心觀念，分為「市場區隔」、「選擇目標市場」和「市場定位」。」（張阿妙、王詩帆，2020 年）。如下表 4。

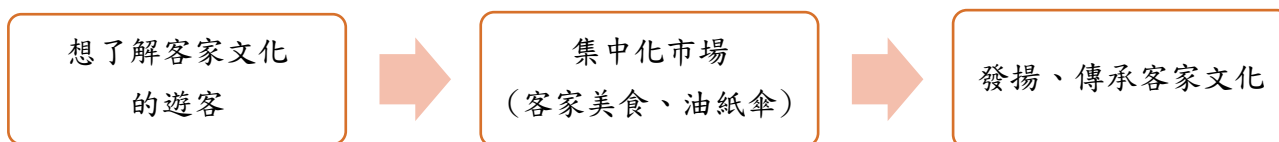


表 4：STP 分析  
(資料來源：本組自行彙整)

(四)行銷商業九宮格

「將創業時需要注意的重點加以歸納，便可以做出一份像是待辦事項備忘錄的格式」（依夫·比紐特，2015）「商業模式圖由橫跨四個領域的九大區塊構成目標客群。」（今津美樹，2015 年）。如下表 5。

關鍵活動夥伴 (Key Partners) 1. 文化局 2. 廣華興紙傘 3. 原物料廠商 4. 蔬果廠商	關鍵活動 (Key Activities) 1. 口碑行銷 關鍵資源 (Key Resources) 1. 客家文化 2. 土地 3. 資本 4. 員工	價值主張 (Value Provided) 1. 傳承客家文化 2. 促進美濃經濟發展	顧客關係 (Customer Relationships) 1. 立即反饋 通路 (Channels) 1. 實體店面 2. Google 評論 3. 官網 4. 粉絲專頁 5. 部落格	目標客層 (Customers) 1. 觀光客 2. 家庭 3. 情侶 4. 學生
成本結構(Costs) 1. TFC: 土地成本、房屋及建築成本、高階主管薪水、折舊 2. TVC: 員工薪水、水電瓦斯費、原物料成本		收益流(Revenue and Benefits) 1. DIY 收益 2. 客家美食收益 3. 禮品店收益 4. 小攤販收益		

表 5：商業模式九宮格  
(資料來源：本組自行彙整)

## 參、結論

### 一、結論

在這次的走訪中，我們發現了美濃民俗村擁有許多客家文物，還有傳承下來的客家美食，如擂茶、菜粿、板條等，且後面的廣場擁有很多免費的童玩，是一個適合家庭遊玩的場所。但小組成員來自不同的地方，相約後前往，交通著實不方便，公車一小時一班；除了交通不便外，DIY 的價格不斐，會讓想嘗試的人因而退縮。所以我們建議民俗村可以利用跟旅行團合作增加參訪人數、藉由知名明星代言或製作節目吸引人潮，以量制價，藉此壓低 DIY 價格，這樣可以讓更多人體驗到 DIY 的樂趣。

### 二、結論分析

我們實地走訪美濃民俗村，並分析其競爭對手，發現美濃民俗村的美食相較原鄉緣紙傘較有優勢，因為他們的美食較多元化；但是在體驗實作的部分，原鄉緣紙傘體驗項目較多，價格也較便宜。而在 SWOT 交叉分析中發現，美濃民俗村的設備較為老舊，且無較高的媒體曝光度，導致觀光客不一定會知道民俗村而前往參觀，是一種損失人潮的劣勢，加上交通運輸也較不便，公車只有一小時一班，導致坐公車會較為擁擠，也是一種損失人潮的劣勢。

### 三、建議

#### (一) 社群網站

##### 1. Instagram

根據 hootsuite 截止於 2019 年的台灣社群網站使用分析圖，圖 5，來看，IG 的使用量在台灣排名第五，是一個擁有很大客群的社群網站，且 IG 主要為發布照片和記錄生活的軟體，美濃民俗村的照片和活動都可以以貼文的形式發布在 IG 上面，帳號也分為私人跟商業模式，切換商業模式則可以看見貼文的洞察報告和粉絲統計資訊，因此本小組認為美濃民俗村應進駐 IG，以接觸更多更廣的使用者。

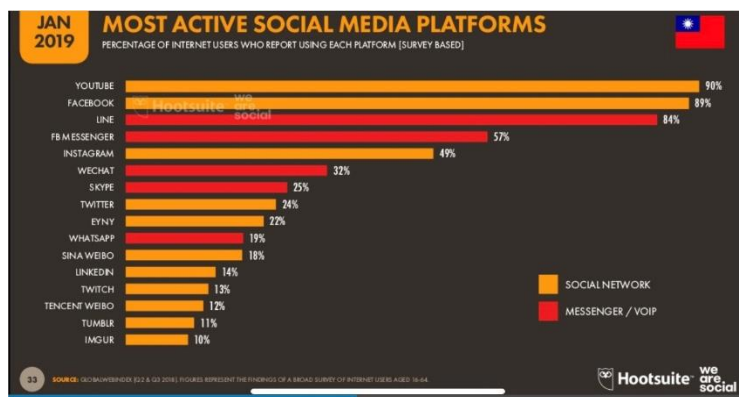


圖 6：2019social media use



圖 5：美濃民俗村擬定 IG 帳號

(資料來源：本組自行創辦)

 <p>meingung.folk.village 1個讚 meingung.folk.village 快來吃道地的客家美食吧！ #客家美食館 10小時前 · 翻譯年糕</p>	 <p>meingung.folk.village 1個讚 meingung.folk.village 今天那麼熱 我想來點...冰冰涼涼的客家擂茶！ 還可以自己DIY動手做哦... 更多 10小時前 · 翻譯年糕</p>	 <p>meingung.folk.village 想和你一起撐傘 漫步雨中默默牽手走 路~ 快來做一頂專屬你的小紙傘吧~ #廣草與紙傘 33分鐘前 · 翻譯年糕</p>
<p>圖 7：美濃民俗村 IG 貼文 (資料來源：本組自行創辦)</p>	<p>圖 8：美濃民俗村 IG 貼文 (資料來源：本組自行創辦)</p>	<p>圖 9：美濃民俗村 IG 貼文 (資料來源：本組自行創辦)</p>

## 2. 官網

本小組認為官網的顏色飽和度過高，導致觀感不佳，且官網介紹過於簡陋，除了本身的產品應詳細描述放上精美照片外，因多加最新資訊，把最新的優惠活動和營業時間變動都放上去，民眾才不需要打電話詢問。再放上本小組製作的 Instagram 網址，民眾可以看見她人在民俗村的打卡情形，更為客觀。

### (二) 導覽方案

實地走訪後我們發現很多民眾並不會仔細去觀看後面的文物介紹，因為民俗村的介紹過於枯燥乏味，所以我們認為應請一位專人來為遊客講解會比讓遊客自行觀看的成效更佳。本方案是採集合制，早上 09:20 的輕體驗方案和下午 13:50 在深度體驗方案，在民俗文化村門口集合，一起前往文化村裡的文物館，由導覽詳細講解 40 分鐘後，再一起去 DIY 體驗，上午每人各發一張 20 元的折價券，下午則是每人發一張 50 元的折價券，因為下午花費的時間較長，花費的金錢也多。優惠券可在民俗村裡的任意店家消費，不過有印當天的日期，因此只有當天可以消費。

時間 \ 方案	導覽方案	優惠方案
早上 09:30~11:00	導覽 40min + 紙傘 DIY 50min	每人送 20 元折價券
下午 14:00~16:00	導覽 40min+ 擂茶 DIY 40min+ 粿粿 DIY 40min	每人送 50 元折價券

好「客」來—走進美濃民俗文化村

表 6：導覽方案

(資料來源：本組自行彙整)

#### 四、如何傳承客家文化

經過本小組討論，我們認為傳承客家文化應從教學做起，以國小的本土語言課為例，應多鼓勵為客家人的學生選擇客語課，沉浸式客語教學活化課程內容，家庭生活化客語養成自是不能少，學校在政客的時候，撥出一點時間到當地參觀親身體驗了解客家文化。客語能力認證方面鼓勵學校申請政府補助開班的模式，讓更多人可以去爭取證照。各地的客家文物館可在客家人的傳統節日同時辦活動，聯合起來可以觸及更多的民眾，讓更多人認識客家傳統習俗。

#### 肆、引註資料

1. 涂敏恆(1989)。客家本色。取自 <https://www.youtube.com/watch?v=oWLp8bnwJJM>
2. 今津美樹(2015)。圖解獲利世代 實戰操作手冊。臺北市：如果出版。
3. 戴寶村(2006)。藍布衫 油紙傘—台灣客家歷史文化。臺北市：日創社文化事業有限公司。
4. 客家擂茶。2021年3月9日，取自 [http://john380920.blogspot.com/2018/09/blog-post\\_54.html](http://john380920.blogspot.com/2018/09/blog-post_54.html)
5. 掩不住的濃情—白玉面帕。2021年3月9日，取自 <http://www.shute.kh.edu.tw/~2010PBL19/b-2.htm>
6. 蕭吉紫(20004)。面帕版。2021年3月16日，取自 [https://www.youtube.com/watch?v=T\\_BE5t9BDmo](https://www.youtube.com/watch?v=T_BE5t9BDmo)
7. 張阿妙、王詩帆(2020)。行銷實務(上)。新北市：全華圖書股份有限公司。
8. 林淑芬(2018 三版)。專題製作 SOP 最佳祕笈。新北市：台科大圖書股份有限公司
9. 鄭紅(2019)。國際市場分析：管理，行銷與研究。台灣：崧燁文化
10. 【高雄美濃景點】原鄉緣紙傘文化村(2018)。2021年3月16日，取自 <https://whuy123.pixnet.net/blog/post/225060632>
11. Hootsuite 2019social media use。2021年3月27日，取自 <https://www.hootsuite.com/pages/digital-in-2019>