

第三屆桃園市青年諮詢委員會 110 年 3 月定期大會 會議紀錄

壹、時間：110 年 3 月 28 日星期日 11 時 30 分至 15 時 30 分。

貳、地點：南僑桃園觀光體驗工廠（桃園市龜山區興邦路 35 號）。

參、主席：顏副召集人蔚慈

記錄：劉琳萱

肆、出席人員：詳簽到表（附件）。

伍、主席致詞：

桃園近年來積極推動觀光工廠並由經濟發展局輔導，感謝經濟發展局綜合企劃科邱筱筑股長、劉婉諭專案助理及徐育婷專案助理出席與我們交流，可以看到市府女力是很平衡的，重要業務是由女性承辦；經過疫情影響，市長希望能振興桃園在地的觀光，除了重要的景點外，觀光工廠也是很重要的觀光發展區塊，透過市長的 Facebook 可以發現市府經發局及觀旅局持續透過行銷振興觀光工廠來客數，接下來就請經發局專題簡報針對觀光工廠發展及行銷的策略。

陸、專題簡報：（略）

柒、討論交流重點：

李誌偉委員：

我在歐萊德國際股份有限公司擔任永續發展主任，目前公司也接受經發局輔導，在簡報中看到輔導過程，讓我想到公司也在思考如何讓參訪者獲得環境教育知識，並希望引導他們帶走回到生活中落實，這是我們做環境教育思考的點，另外目前公司參訪由我負責導覽，也負責環境教育的教案編撰，教案內容著重第一是互動性，第二是參訪完歐萊德後有進一步的思考，未來不論是和家人或同學朋友，可以分享做有意義的交流，這是我們一直很想串連的，公司也將 SROI 的方法運用在永續中，例如：在來賓參訪前後各做一個問卷調查，再來對照前後評比，而目前問卷調查的實行狀況，評估下來的成效還缺乏互動性，這部分目前是採用簡報互動方式，由一對多的方式進行交流，未來持續規劃串連公司與來賓間互動及交流的方法。

顏副召集人蔚慈：

歐萊德在我們桃園市裡的永續指標名列前茅也曾獲獎，不只是在台灣也在國際上深獲肯定，致力於透過園區的開放參觀，逐步讓更多人認識歐萊德品牌、產品及產業理念，這也算是產業文化館推動的部分，經發局邱筱筑股長的簡報內提到，桃園觀光工廠，類型囊括食、衣、住、行等，觀光工廠有 21 間、產業文化館有 10 間，總共有 31 間，除了今天來到的南僑桃園觀光工廠，委員們之前是否有去過其他工廠或文化館可以跟大家分享。

謝發群委員：

國小校外教學去黑松飲料博物館，除了那次是桃園市，其他就是跟家人去外縣市的觀光工廠及產業文化館，我發現到來觀光工廠的族群大部分是家庭或長輩，因為觀光工廠大多不是設置在市區，所以這邊想提出是否有什麼方法是可以讓年輕族群接近觀光工廠？或是觀光工廠可以透過何種方式與學校建教合作？記得之前還有去過宜蘭金車噶瑪蘭威士忌酒廠，另外還有一個觀光工廠，記得裡面有展出藝術品，很像一個畫廊，有訂定畫季展出藝術品。

張謙暉委員：

我曾經去過義美食品觀光工廠，除了展區還有販售工廠產品，部分產品是其他通路沒有販售的，所以可以推銷限定產品吸引民眾前來，同時也可以參觀工廠。

孫瑋成委員：

我曾跟教育部青年發展署去祥儀機器人夢工廠的未來館，那時候是跟外國青年代表共同參加，到了工廠入口外觀設計其實比較沒有科技感，感覺偏向在地化，工廠展區有唱歌跳舞的機器人及紙模型人偶等，不過工廠內意象確實是有傳達到，入口進去有一個機器人大門，之後搭乘一座大電梯上樓層像是機器人一樣，希望未來可以多加一些科技機器人互動的體驗，多點科技、數位互動、AR、VR 等會更吸引人。

顏副召集人蔚慈：

張謙暉委員及孫瑋成委員的建議不錯，透過經發局的簡報介紹，各位委員可以思考，為什麼工廠要轉型做觀光工廠？如果靠賣產品就可以賺錢，那為什麼又要做觀光工廠？

鄭琮翰委員：

像阿拉伯國家依靠生產石油出口，但如果石油資源枯竭就會失去經濟來源，而傳統產業的工廠以生產產品販售，但因為世界變化太快，只靠單一服務可能會面臨問題，如果工廠擴充發展觀光，就可以增加其他的營收，除了簡報提到的輔導外，也建議加入數位化，例如孫瑋成委員提到運用 AR、VR 方式提升互動性，另外有幾家觀光工廠主打國際觀光，則可透過網路的數位行銷當媒介，讓更多外國遊客認識，或是運用線上互動的方式，例如直播、遊戲及虛擬會展方式等，最近有收看韓國的電視節目，也是在觀光工廠拍攝讓藝人做實境遊戲，透過節目行銷推廣到海外，可以為工廠帶來更多的外國觀光客，當然本國的粉絲們也會受吸引前來，這部分可以參考規劃。

李柏儒委員：

鄭琮翰委員提到關於觀光工廠轉型等新創建議，而我認為轉型也算是文化的保存，因為某些傳統產業勢必會凋零，透過轉型為觀光工廠可以讓民眾了解過去時代流行及盛產的東西，只是因為時代改變等原因，不再流行及盛產，也讓後代的子孫不會忘記所踏的這塊土地上的歷史，另外我這邊想了解的部分是，簡報內提到整合行銷是針對那些受眾？如剛剛謝發群委員所提到，大部分會到觀光工廠都是以家庭聚會為主，為何青年不會想找朋友一同去觀光工廠遊憩，我推測可能是推廣的訊息未被青年朋友接收到，而不知道桃園觀光工廠有趣的地方，我建議可以參考的是酒廠跟數位媒體有關的網紅合作推廣行銷，或許可以達到不錯的效果。

李庭儀委員：

我曾經參觀過觀光工廠，了解到產品生產的製程，並且工廠也可以向消費者傳達他們的經營理念，讓消費者增加對於品牌的認同度，我也蠻認同李柏儒委員所說，其實現在青年很少會特地去參觀觀光工廠，若真的要去通常是學校安排教育行程，像之前也有委員詢問其他委員組團去歐萊德參觀，歐萊德規定需 20 人才可成團的人數限制，但每個人空閒的時間並不一致，除非是學校登記參觀或社團社遊等才比較有機會，對於人數限制成團的規定，也可能是個問題。

顏副召集人蔚慈：

剛才各位委員是用消費者、體驗者的角度來看觀光工廠，倘若我們是以觀光工廠的經營者來看，是不是會有不同的角度？待會是否請劉婉諭專案助理跟我們分享，另外其實很多工廠也想發展觀光，但會遇到很多現實狀況，觀光工廠的本質是生產製造工廠，今天如果工廠把大門打開，要讓更多的遊客進到廠區，而原本的生產工作還是要進行，如何兼顧生產及轉型？其實是很大的難題，除了從建築面、法規面、空間規劃到委員們提到增加互動性，甚至還需要考量有無員工可以支援導覽接待，我想這也是為何有些工廠會以人數限制成團來管理，如果每個小團都要接，可能人力上會有很大的負擔，這部分請劉婉諭專案助理進一步跟我們分享經發局的做法。

經濟發展局綜合企劃科 劉婉諭專案助理：

李誌偉委員提到歐萊德環境教育設施場域的部分，其實市府環保局有針對業者想申請做環教設施場域的輔導團隊，輔導內容包括公司須派員上課，取得環教人員的認證資格後，輔導團隊會教導如何撰寫屬於歐萊德的教案，全國觀光工廠桃園有三家同時取得觀光工廠及環境教育設施場域的認證，像是中台資源科技觀光工廠、郭元益糕餅博物館，以及東和音樂體驗館；關於剛剛提到觀光工廠的地點偏遠，較難吸引青年前往或是如何跟教案結合，大部分的工廠例如南僑桃園觀光工廠主要設置於工業區，而我們一直都在思考克服交通問題，目前觀光工廠都自動自發積極轉型，例如像是仙草花季就很成功，找了青年拍很漂亮的相片再透過 Instagram 行銷及曝光，又或是蛋寶生技不老村的例子，透過與網紅，或是攝影師合作在園區拍下漂亮的鳥居建築，在 Instagram 或是網路社群分享，能有不錯的媒宣效果；張謙暉委員提到義美專屬觀光工廠限定商品，這也是目前輔導觀光工廠的一個策略，例如江記豆腐乳雖然可在全聯、家樂福等賣場購買，但要如何吸引消費者到工廠觀光，我們就會建議推出限定商品吸引客人專程到工廠，其實每家工廠想轉型的原因不同，有些是真的無法依靠傳統生產維持營運，有些是想要推廣品牌，甚至有些是單純想增加來客數及營業額，例如雅聞觀光工廠邀請蕭敬騰代言保養品，就是希望增加來客數，該工廠的行銷模式是希望遊客能再次回來消費，目前在全台灣已有 156 家通過經濟部評鑑的優質觀光工廠，而有些就是推廣品牌知名度，例如今天來到的南僑桃園觀光工廠體驗，製造的水晶肥皂或

是生活清潔用品，市面上各個通路都可購買，而且在工廠買不一定較便宜，因為工廠已有原本的行銷通路，前面有提到為什麼青年對觀光工廠不太了解，或是資訊傳遞會有落差，第一個是學生較少會自行騎車到觀光工廠，現在我們也在研擬適合青年的行程，例如位在新屋的太平洋自行車博物館，安排系列行程去試騎自行車，而且提供給遊客車一台都是六萬元起跳，從工廠內部騎到綠色隧道，也就是農業博覽會的場域，另外也介紹博物館裡很特殊的自行車，在整合行銷的部分我們每年度也會安排觀光工廠的導覽人員或是提供公司實施內部訓練，包含數位提升課程，至於祥儀機器人夢工廠，雖然他們稱為機器人工廠，其實該工廠以齒輪軸製作起家，看似不是科技先進，但也一直都在轉型，從齒輪軸到製作機器人，他們的理念是生活中的齒輪軸都可以做發想以及持續輔導提供數位行銷的課程，希望青年朋友能給觀光工廠們更多支持鼓勵。

顏副召集人蔚慈：

為什麼要轉型為觀光工廠？每家工廠業者著重的角度和面向不盡相同，從觀光轉型、行銷宣傳、企業形象、落實社會責任到教育，目的有很多種，但要考量工廠持續營收，使推動觀光達到加乘而不是變成負擔，在這過程中，市府經發局除了鼓勵更多工廠轉型，也有環保局環教中心的輔導及數位培訓，劉婉諭專案助理也對委員們提的問題像是整合行銷或是數位化，或是觀光工廠無法吸引年輕族群分享，我也想就觀光工廠轉型與國際化的部分來討論，其實製造業是台灣的強項甚至是舉世聞名，但轉型觀光後無法讓國外遊客看到，對於國際化接軌部分是具創意的設計發想，所以也是希望透過觀光工廠，給更多國際旅客有新的體驗，用新的角度來看台灣，不曉得是否有委員可以分享去國外參觀觀光工廠的經驗。

孫瑋成委員：

我曾經去日本北海道白色戀人觀光工廠，像是到了迪士尼樂園的感覺，裡面打造漂亮庭園，有白色城堡，及一整片的花園跟工廠，工廠內部生產線透明，工廠是在下層，參觀區域為在工廠上層，透過玻璃窗眺望一覽無遺；另外是位在澳洲莫特瑞扎一座關於巧克力製作的觀光工廠，把巧克力做成動態的模型，還有結合挑戰的遊戲，只要挑戰成功就可以獲得好吃的巧克力，結合遊戲及議題非常的有趣。

經濟發展局綜合企劃科 劉婉諭專案助理：

桃園市每年都會辦國外觀光工廠的見學，日本可以說是觀光工廠見學的始祖，108 年配合經濟部去日本，那時參觀的觀光工廠比較像是個人工作室，因為重點是職人精神，把職人精神與觀光工廠結合，也是我們未來的發展的方向。

捌、 散會：15 時 30 分。

桃園市第三屆青年諮詢委員會110年3月份定期大會 簽到表

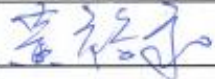
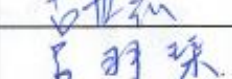
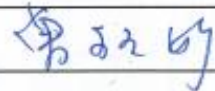
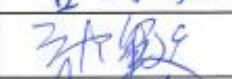
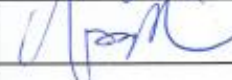
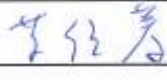
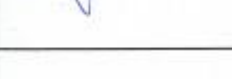
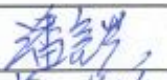
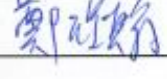
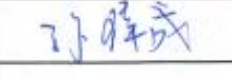
時間：110年3月28日(日)11時30分至15時30分

地點：南僑桃園觀光體驗工廠

主席：顏副召集人蔚慈

姓名	簽到
顏副召集人蔚慈	

出席委員：

姓名	簽到	姓名	簽到
王曉倩		莊才智	
李欣芸		馮輝倫	
李秉鴻		黃大益	
李柏儒		黃清宗	
李庭儀		黃裕和	
李誌偉		游璟蓉	
呂世弘		曾鈺婷	
呂羽霖		楊逸婷	
沈軍廷		葉佳蓁	
邱柏凱		趙天佑	
卓曄彥		潘念岑	
洪以柔		鄭琮翰	
范姜心瑜		劉曜維	
孫瑋成		謝名恒	
高譽誠		謝芷芸	
張智宇		謝發群	
張謙暉		鍾育欣	
許弘霖		魏季宏	
✓ 梁策		✓ 魏曉恩	
陳泰維			