

投稿類別:商業類

篇名:

環山簪纓顧四寶-推廣深坑四寶文化及文創發展

作者:

林奕繡。私立景文高中。管三 1 班

林禹萱。私立景文高中。管三 1 班

楊于瑩。私立景文高中。管三 1 班

指導老師:

歐淑娟老師

摘要

製作此專題目標是在於推廣深坑四寶文化讓更多消費者可以知道這項在地文化的發展，在這過程中我們有親身走訪有關深坑四寶的相關產業，例如：觀光農場、製作豆腐體驗營、農地、推廣中心等，並且製作手工書翻拍成推廣影片，我們也將研發新展品，讓更多的消費者藉由品嚐美食來曉得深坑四寶，希望可以利用創意美食讓更多人可以來了解深坑四寶這項在地文化，並為深坑帶來商機。

壹●前言

一、研究動機

從小住在深坑這個環山的好地方，因此經常品當地的美食料理，一講到深坑就會想到「豆腐」，但是令人百思不得其解的是為何一塊小小的長方體會有如此美味的口感，無論是什麼烹調方法都可以使它展現出獨特的口感，所以我們決定要掀起它藏在背後的美味關鍵因素。

之後便深入了解深坑的文化才發現深坑不僅僅是豆腐出名還有三樣知名的產品「茶葉」、「綠竹筍」以及「黑豬肉」這四樣和稱深坑的「四寶」。

在文山這個地區最出名的就是茶葉，小組的成員都是喜歡喝茶的同好，因此就想了解「深坑茶」的特色、口感與其它的茶飲有何不同之處，藉由了解茶來探討茶葉是如何行銷至國外的成功祕訣；綠竹筍有著特別的甜味與口感，國產黑豬肉可以拚過國外的周肉產品。

品嚐過四寶料理，印象很深刻，想要進一步了解深坑的四寶文化，所以我們想要藉由這次的專題來探討深坑在地文化的發展以及推廣深坑四寶文化讓更多消費者知道。

二、研究目的

- (一) 了解豆腐、茶葉、黑豬肉、綠竹筍的文化發展
- (二) 推廣深坑四寶文化
- (三) 研發創意四寶料理

三、研究方法

(一) 行動研究法

1. 豆腐：參加製作豆腐體驗營、參訪工廠。
2. 茶葉：參觀茶業博物館、觀光農場、觀光餐廳、貓空茶推廣中心。
3. 綠竹筍：參訪觀光餐廳、種植農地。
4. 黑豬肉：參觀養殖場。

(二) 問卷訪問法

主要是了解國人對深坑四寶及深坑四寶文化節的了解情形。

(三) 人員訪問法

直接與廠商接洽商討，利用問與答的方式得知他們成功的方式。

四、研究流程

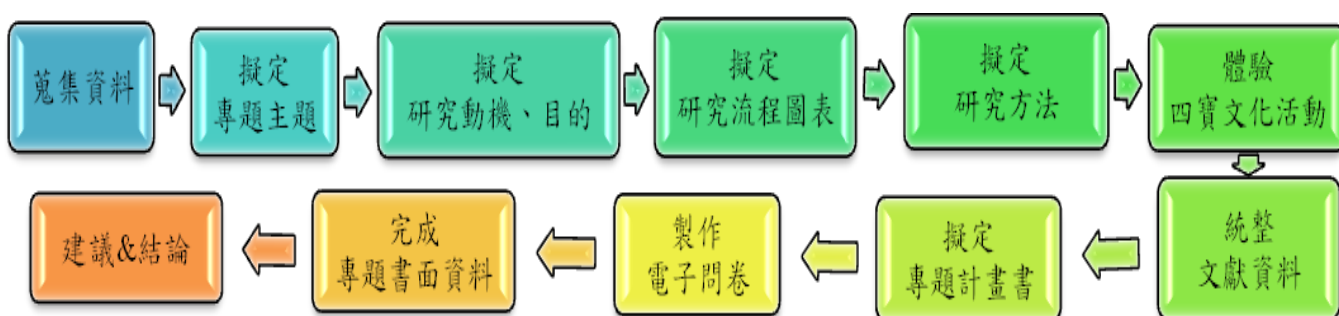


圖 1 研究流程

貳•正文

一、文獻理論

(一) 深坑四寶

1. 豆腐

深坑以豆腐聞名，其特色為純手工製作，並遵循歷代流傳的古代 - 「鹽滷法」釀製，風味相當獨特。

2. 綠竹筍

深坑地形與水質適合綠竹筍生長，每年 5 月至 10 月是綠竹筍盛產時期，為國內最重要的夏季蔬菜之一。四無為無出青、無受傷、無漂白及無臭水管味。四有為竹筍有形（牛角形）、籜葉有緊、纖維有細及筍底有白

3. 黑豬肉

早期在農會政策的推動下，成為大台北地區重要的豬肉供應地。深坑的黑豬以專業技術及先進衛生方式飼養，因此成為深坑鄉有名的特有農畜產品。

4. 茶葉

早期在農會政策的推動下，成為大台北地區重要的豬肉供應地。深坑的黑豬以專業技術及先進衛生方式飼養，因此成為深坑鄉有名的特有農畜產品。

(二) 文創發展

文化創意產業，各方解讀定義都不盡相同，是注重「文化」的內容產業？還是注重創意的「創意產業」或「創意經濟」？其實，「文化」與「創意」根本就是密不可分，深植文化內涵而得以累積發展的核心價值正是「原創性」，也是反映地區和人文特色得創造力展現。

(三) SWOT 分析

又稱「強弱危機綜合分析法」、「優劣分析法」。是一種企業競爭態勢分析方法，評價企業的優勢、劣勢、競爭市場上的機會和威脅，用以在制定企業的發展定位。

而此方法是由 Albert Humphrey 所提出來的。

(四) 推廣

推廣是營銷組合的 4P（產品、價格、推廣、通路與配銷）中的一個因素，是賣家和買家之間的訊息連結，目的在於提供潛在買家有關產品的相關訊息，並設法影響或說服潛在買家購買賣家的產品。

推廣組合（英語：promotional mix）或推廣計劃可以分解為以下的五個要素：人員行銷、廣告、促銷活動、直效營銷及公共關係。

(五) STP 分析

「有效的行銷，是針對正確的顧客，建立正確的關係。」具體的方法就是透過市場區隔（segmentation）→選擇目標市場（targeting）→定位（positioning）的過程。

(六) 產品五層次

產品是指「可以提供於市場上做為交易標的，以滿足消費者慾望或需求的一種創意、實體（物品）、服務或是其他組合」。產品依其本質可分為「核心產品」、「基本產品」、「期望產品」、「附加產品」及「潛在產品」。

(七) 4P 分析

即產品（product）、價格（price）、通路（place）與促銷（promotion）。

1. 產品策略包括產品多樣化、品質、設計、特性、品牌名稱、包裝、規格、服務、保證及退貨。
2. 價格策略包括訂價、折扣、折讓、付款期限及信用條件。
3. 通路策略包括通路、涵蓋區域、分類、地點、存貨及運輸。
4. 促銷策略包括銷售促進、廣告、銷售團隊、公共關係及直效行銷。

二、問卷分析

為了解國人對深坑四寶以及深坑四寶文化節的認知，本組以問卷的方式進行調查。問卷以便利，問卷以便利抽樣方式發放，共發放 340 份問卷，回收 340 份問卷，分析結

果如下：

(一) 前側：

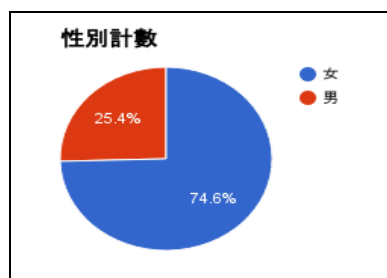


圖 2 性別計數

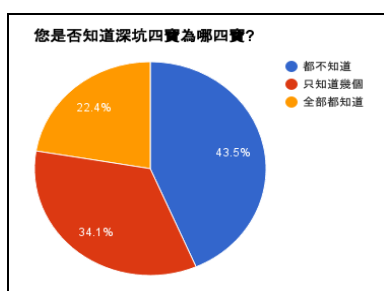


圖 3 是否知道深坑四寶為哪四寶

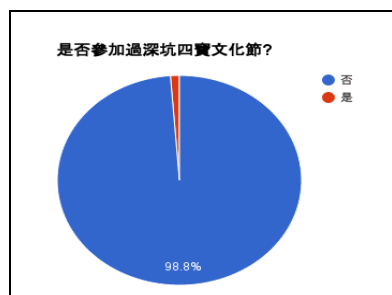


圖 4 是否參加過深坑四寶文化節

(二) 後側：

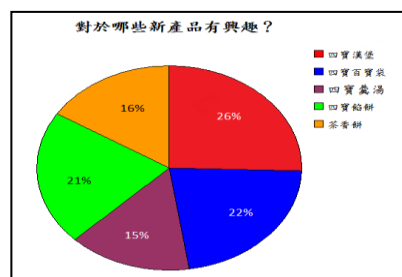


圖 5 對於那些新產品有興趣

前測分析：

發放 340 份問卷，收回 340 份問卷，有效問卷為 340 份。其中，74.6% 為女性，25.4% 為男性，在這份問卷中可以得知男性較女性知道的較少，因此之後推廣需注意男女的推廣平衡。

發放的問卷中只有 22.4% 的人全部都知道深坑四寶。其中，只知道幾個的為 34.1% 以及全部都知道的 43.5% 是這次將推廣深坑四寶文化的主要消費族群，因此需加強推廣。

有效的 340 份問卷當中，只有極少數參加過深坑四寶文化節的活動。在回收回來的問卷裡，得知，從未參加過的人希望可以參加看看，而且，還有有少數人不知道有深坑四寶文化節的活動。

後側分析：

這五項新產品對於消費者的興趣，大約在 15%~25%。另外，消費者也在問卷給予本專題小組以下建議：

產品適合全齡層。你們還想了新產品，很有創意。新產品想法還不錯，希望有機會能嘗試看看！

消費者也在問卷上給予我們新產品價格的建議：

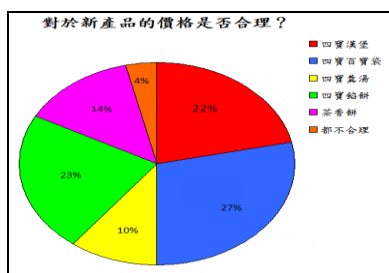


圖 6 對於新產品的價格是否合理

應該考慮不同年齡層的消費能力。促銷價。對於說不會特地為了這些美食前往深坑來品嚐，這我們會多加增加特色美食的曝光度，讓消費者願意來購買，我們對於深坑四寶、特色美食的推廣迪癩不夠充足，因此我們會多加利用不同的管道來推廣，讓更多消費者了解。

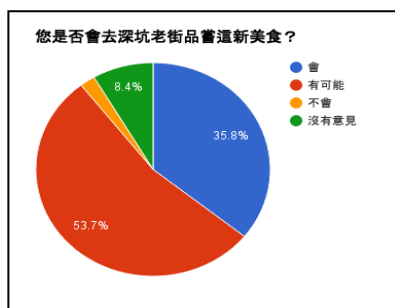


圖 7 您是否會去深坑老街品嚐這些美食

三、 文創發展

除了現有的四寶料理之外，未來還可以出現的新產品：

(一) 四寶漢堡：在豆漿麵包中加入黑豬肉豆腐排、綠竹筍片、生菜、起司、醬料（碳烤醬/沙拉醬/沙茶醬/甜辣醬/番茄醬）。

1、 特色：

在麵包內夾入由黑豬肉以及豆腐而製成的豬肉豆腐排還有竹筍片，吃起來不僅有脆脆的竹筍，還有香氣飽滿的黑豬肉豆腐排，這產品結合了年輕族群喜歡的漢堡，在其中加入一些新元素，製作出營養滿分的美食。

2、 市場定位：

- (1) 產品定位：清淡不油膩，不同於一般的漢堡。成本大約\$50 - \$55 元。
- (2) 競爭定位：一般速食餐廳的漢堡吃多了對人體有害，但四堡漢寶的內餡是純天然的，對人體無害，可以安心食用。
- (3) 消費者定位：主要以年輕消費族群為主

(二) 茶香餅：用麵團加入磨碎的茶葉，揉好麵糰，在平底鍋煎熟。

1、 特色：

在麵團內加入磨碎的茶葉，不僅讓麵團內有茶葉的香氣，吃起也有淡淡的茶香味，且撲鼻而來的茶香，再加上咬下去茶葉的香氣在空中飄散，令人食指大動。

2、 市場定位：

- (1) 產品定位：作為觀光夜市、下午茶、早餐店的新產品，成本大約\$70 - \$75 元。
- (2) 競爭定位：類似蔥油餅，但是，卻又比蔥油餅來的清淡。

(3) 消費者定位：所有的族群皆可食用。

(三) 四寶百寶袋：豆腐皮內加入豆腐、綠竹筍塊、黑豬肉絞肉，利用茶葉燻四寶百寶袋。

1、特色：

用茶葉煙燻過的豆腐皮，都瀰漫者一股淡淡的茶香，內餡更是不同於豆皮壽司，用的不是飯，而是脆的竹筍、嫩的豆腐和有嚼勁的黑豬絞肉，咬一口下去，嘴裡充滿者四寶的濃濃味道。

2、市場定位：

(1) 產品定位：特色是一口就能吞嚥，攜帶方便、類似豆皮壽司。成本大約\$35 - \$40元。

(2) 競爭定位：強調一口就可以吞嚥，不像一般的豆皮壽司需要兩口才能吞嚥

(3) 消費者定位：主要以上班族群、學生族群為主。

(四) 四寶羹湯：豆腐丁、綠竹筍絲、切碎的茶葉、醃過的絞肉、太白粉或玉米粉。

1、特色：

內料用的是深坑道地的四寶，味道有別於一般的羹湯，吃下去那瞬間的滑順口感，令人愛不釋手，吃者一碗接一碗，讓人回味無窮，是搭配主食的好搭檔。

2、市場定位：

(1) 產品定位：作為觀光夜市、宵夜的新產品，成本為\$148元。

(2) 競爭定位：跟一般的羹湯相比較，四寶羹湯較清淡，且對養生也有幫助。

(3) 消費者定位：所有族群皆可食用。

四、SWOT 分析

表 1 SWOT 分析

優勢 (Strengths)	劣勢 (Weaknesses)
1.新產品新穎。 2.養生健康。 3.使用在地食材。	1.有產季，綠竹筍的品質不一樣。 2.新產品推廣不足。 3.沒有品牌形象。
機會 (Opportunities)	威脅 (Threats)

<p>1. 文創產業興起，特色美食曝光率增加。</p> <p>2. 越來越多的消費者會注重養生。</p>	<p>1. 競爭業者多，口味多樣。</p> <p>2. 有相似的產品。</p> <p>3. 市場的供需均衡影響到的食材價格，並連帶的影響新產品販售的</p>
--	--

表 2 SWOT 分析因應策略

<p>如何善用每個優勢?</p>	<p>1. 把握住現在消費者所注重的養身與健康。</p> <p>2. 採取在地食材不使用噴灑農藥的蔬菜。</p>
<p>如何停止每個劣勢?</p>	<p>1. 讓品牌形象提升。</p> <p>2. 蔬菜盡量找當季都會盛產的材料或可替代的蔬菜。</p> <p>3. 利用創的傳單與網頁推廣讓消費者了解。</p>
<p>如何成就每個機會?</p>	<p>1. 創出新的美食與不同的口味來吸引消費者。</p> <p>2. 現代消費者注重美食的衛生與養身。</p> <p>3. 走上平民化路線與親民價格。</p>
<p>如何抵禦每個威脅?</p>	<p>1. 要比其他的店家創出更不同的美食。</p> <p>2. 推出口款多樣化價格合理。</p> <p>3. 慎選市場帶來的衛生食材與成本價錢。</p> <p>4. 選對的地點去推廣這些消息。</p>

五、STP 分析:

表 3 STP 分析

市場區隔(S)	選擇目標市場(T)	市場定位(P)
<p>現代的消費者開始注重養身的飲食，因此，我們主要以注重養身的顧客為主要族群。因為主打的是可以吃的健康又養生的新產品，所以，對於注重健康的消費者來說，是個可以選擇嘗試的新產品。</p>	<p>以注重養生的消費者為行銷的主要目標。我們以同一個行銷組合去面對所有含有以養生為主的市場，並經營我們的產品，並且與深坑區公所所推出的深坑四寶文化節的活動，讓消費者可以更知道在地文化。</p>	<p>主要走平民化路線、價格親民，以及注重養身為主要重點。不讓消費者感到負擔有壓力，也讓消費者覺得不但可以以合理的價格買到養身的產品，並且創造出產品的獨特個性。也使消費者支持我們的新產品並且認同這個平民化路線。</p>

六、產品五層次

表 4 產品五層次

(一)核心產品	我們所設計的產品，是以注重養生的消費者為主要族群。以能夠滿足顧客的心理層面跟現實生活中的滿足口腹，將會推出以養生為主的新產品。
(二)基本產品	我們所推出的四寶新產品有四寶漢堡、四寶百寶袋、四寶羹湯、四寶餡餅以及茶香餅。雖然外表不會有什麼的特殊包裝，但是，實體的產品會讓消費者覺得好吃又健康。
(三)期望產品	因為新產品符合消費者的需求而且價格平價、合理，所以吃的時候既可以滿足消費者的口味，而且也不會讓消費者覺得很貴。
(四)附加產品	新產品為我們帶來商機，並促進在地文化發展，提升消費者來品嚐美食的契機。
(五)潛在產品	預期新產品能為我們帶動地方經濟以及提升消費者對於深坑的在地文化了解。

七、4P 分析

表 5 4P 分析

產品(Product)	Promotion(推廣)
1.四寶漢堡 2.四寶百寶袋 3.四寶羹湯 4.四寶餡餅 5.茶香餅	1.特色美食為輔，深坑四寶文化為主推廣。 2.定期舉辦四寶相關活動。 3.將四寶料理放在網路上販售，提高知名度以及買氣。 4.在各大知名網站張貼四寶產品的資訊。
Price(價格)	Place(通路)
1.四寶漢堡：70 - 80 元 2.四寶百寶袋：50 - 60 元 3.四寶羹湯：160 - 170 元 4.四寶餡餅：50 - 60 元 5.茶香餅：70 - 80 元	1.老街店面 2.網路購物

八、推廣內容

我們將會藉由製作手工書的方式來分別介紹深坑四寶，然後在製作完成之後會將手工書的內容翻拍製成影片，再放在社群網站上推廣，在校內作推廣、製作 DM，以增進對於深坑四寶的推廣。



圖 16 Facebook 深坑四寶粉絲團



圖 17 校內推廣

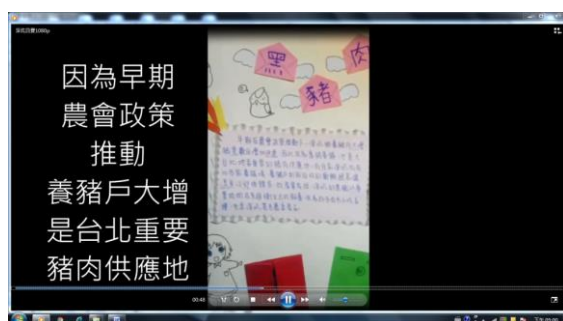


圖 18 手工書影片截圖



圖 19 四寶 DM

九、結果與討論

由於問卷分析的結果顯示後發現有 43.5% 的受訪者都不知道深坑四寶是哪些，所以我們計畫推廣深坑四寶文化讓消費者更加了解深坑四寶文化。除了現有的四寶產品之外，未來還可以研發出現在更多美食或文創商品，讓消費者的選擇可以更多元，不局限於現有的產品。

參●結論

依問卷調查的結果發現有 43.5% 都不知道深坑四寶是哪些，所以我們決定研發出未來可以出現的四寶料理，例如：推出四寶特餐。結合年輕人的飲食習慣，讓新產品打入年輕族群，讓更多年輕人了解深坑的在地文化。

現在的人們也越來越注重衛生習慣，當然在這方面也是個重要的課程之一不讓老街看起來骯髒又很不習慣衛生，讓消費者逛的舒適也很自在，盡量以環保為主提供餐具等。

這讓現今的遊客於各地逛老街時，純粹只是懷舊之旅及休閒娛樂並無真正的歷史懷舊，

為此各地方政府應該致力於推廣各地區老街之文化傳承、產業保護並使其產生各自的差異性與獨特性方能各自提升當地之競爭力

肆●引註資料

一、書籍類

- (一) 北縣深坑鄉公所(2009)。深坑印象 彩繪深坑:深坑四寶文化節紀念畫冊。
台北:台北縣深坑鄉公所。
- (二) 田炎欣(2003)。深坑美簪纓。台北:紅樹林。
- (三) 林嘉榮(2010)。地方節慶活動價值對居民滿意度之研究-以台北縣深坑鄉為例。
世新大學:碩士論文
- (四) 陳韻宇、黃薇伊、沈沛儀(2000)。深坑四寶大蒐秘。啟英高中:中學生小論文。
- (五) 2009 深坑四寶文化節美食推廣影片[錄影資料]/深坑鄉立圖書館(DVD)。

二、網路相關資料類

- (一) 豆腐簡介歷史
http://library.taiwanschoolnet.org/cyberfair2008/s_boy_s/web2/homepage/04.htm。
- (二) 黑豬肉簡介、歷史
http://library.taiwanschoolnet.org/cyberfair2008/s_boy_s/web2/homepage/06.htm。
- (三) 綠竹筍簡介、歷史
https://books.google.com.tw/books?id=2_0QAQAAMAAJ&q=%E7%B6%A0%E7%AB%B9%E7%AD%8D%E6%AD%B7%E5%8F%B2&dq=%E7%B6%A0%E7%AB%B9%E7%AD%8D%E6%AD%B7%E5%8F%B2&hl=zh-TW&sa=X&ved=0CEgQ6AEwCGoVChMIuaeE-LznxwIVQtumCh2FigjR。
- (四) 茶葉簡介歷史
http://library.taiwanschoolnet.org/cyberfair2008/s_boy_s/web2/homepage/07.ht。

三、電子報類

- (一) 李穎(2009)，台北都會深坑四寶、碧潭水岸 邀你週末來。自由時報，07月14日。
<http://news.ltn.com.tw/news/local/paper/318857>。
- (二) 魏苒伊(2015)，百人雨中玩混搭 深坑四寶包春捲。聯合報，8月17日。
<http://udn.com/news/story/7323/1125899>。