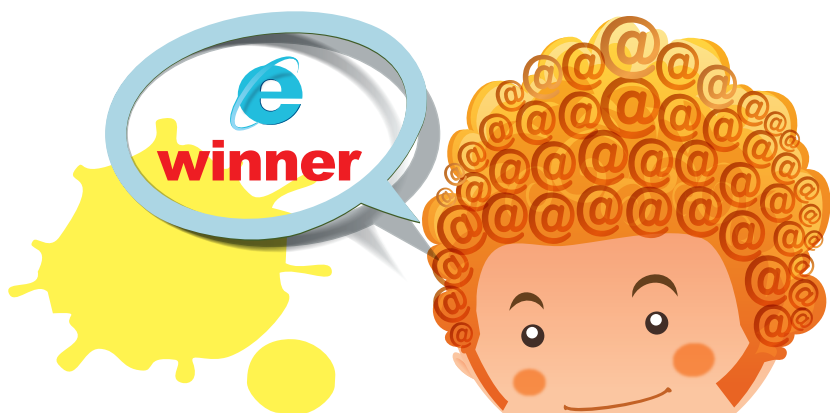


縮減產業Plan 數位落差計畫



大富大貴 給你一個機會 >>>

大吉大利 給我一個Dream >>>



教你當

 **winner**



縮減產業Play 數位落差計畫

你分享了嗎? 口碑行銷

您還在用傳統思維行銷嗎?仔細回想一下,在每天的生活中,當你決定要吃哪家餐廳、尋找哪裡好玩、哪款手機流行實用,是否都曾好奇詢問他人的經驗或意見?其實這股驅動大家分享的力量,就是網路上盛行的口碑評論,不管是透過facebook、blog、plurk或其他社群網誌,目的都是希望在透明的資訊市場中,找出合適自己的最佳產品。因此,處在這個人人都是媒體的網路世代,行銷不再是傳統的單向發佈傳單或做商品廣告,而是創造雙向管道與消費者溝通分享,讓每位消費者都成為會走路的通路!想要感染你的潛在消費者嗎?透過「縮減產業數位落差計畫」,帶您進入數位領域,一起感受這股口碑行銷的旋風吧!!

數位商機 你抓住了嗎?

根據研究統計,2010年台灣線上購物市場規模約新台幣3,583億元,在2011年更將達到4,300億元的規模,而這塊夯到發紅的網路市場,在其中佔有舉足輕重地位的正是本土的中小企業,平均一天即可創造高達4.2億元商機的驚人實力!

數位浪潮席捲而來,這不僅是劃時代的趨勢,背後帶動的更是一波波數位商機,消費市場與生活型態隨之改變,傳統的行銷模式已無法迎合網路使用者的購物習慣,更趕不上網路無遠弗屆的絕對優勢。



本計畫主要協助20人以下之企業提升數位應用能力，推廣範圍遍及全台且深入各地鄉鎮，透過專業的服務團隊提供在地化的貼心服務，幫助想要投入電子商務，但數位能力尚為不足的中小企業，透過適性化的培訓課程，導入網路行銷工具應用，在串連虛擬及實體網絡的同時，也有效降低行銷成本，讓資源較為不足的微型企業，也能以小成本創造大商機!

e心動 Let'go!

加入計畫輔導資格

▲具有公司登記或商業登記
(查詢網址: http://gcis.nat.gov.tw/new_open_system.jsp)

▲員工人數20人以下之企業

如何聯繫服務團隊？

e化軍師協助您 在地服務揪感心~

服務團隊聯絡資訊

申請日期：即日起~10月20日截止

台灣省商業會	台中市電腦商業同業公會
聯絡人:林明仁 02-25365455#113 台北市松江路168號13樓	聯絡人:朱芬滿 04-22421717 台中市北屯區昌平路1段95-8號9樓
高雄市電腦商業同業公會	喬立達數位媒體有限公司
聯絡人:吳啟銘 07-2693899#821 高雄市苓雅區新光路38號5樓之2	聯絡人:楊文宇 02-25176441 #608 台北市南京東路3段89巷5號
台南縣電腦商業同業公會	嘉義市電腦商業同業公會
聯絡人:許家華 06-6569877 台南縣新營市開元路59巷1號4樓	聯絡人:鄭潤潔 05-2234641 嘉義市和平路31號1樓

好物在台灣，給好物一個讚!



**你熱愛美食
熱愛旅遊嗎？**

想知道連「瀨上剛in台灣」都推薦的田園好風光隱身在哪嗎？
你知道火星人帶給地球的最大貢禮「火星糖」，是如何在網路上造成轟動？
團購市場爆紅的「老爸最愛蛋黃酥」，又是怎樣令人齒頰留香哩？
眾多特色企業邀您一同分享更多好吃好玩的熱門新鮮事！
快上FB搜尋「好物在台灣」，一同成為好物粉絲！

好物瘋台灣

- 民俗文藝，經典呈現！
- 美食饗宴，帶你嘗鮮！
- 流行生活，風華再現！
- 優遊玩樂，動感體驗！



中小企業線上資安檢測



各種駭客入侵、電腦病毒，網路釣魚和資料外洩事件頻傳…如今年3月傳出國安系統疑似出現漏洞，導致眾多立委收到該局發出的電子郵件，當中竟然隱藏危害系統運作的木馬程式，爆發出該局郵件遭人冒用的震撼消息！而法務部與經濟部已發布公告，無店面零售業，將自2010/7/1起納入現行電腦處理個人資料保護法，因此別再輕忽資訊安全，公司稍不留意，可會讓您丟了面子(企業形象)，也賠了裡子(金錢損失)！

如何做好資安防護？應用免費線上檢測，透過線上問題檢視公司資安缺口，10分鐘內剖析公司風險，帶你了解公司人力資源、密碼控管、日常電腦作業等安全問題，針對公司弱點告訴您為什麼要做，以及如何做！立即連線資安檢測 www.e98.org.tw讓你比對手先一步掌握資安優勢!!



黃興斌的捏麵人生

經心民俗網 網住童心 靠網路傳承民俗技藝



「奶奶佈滿紋路的雙手動作迅速捏出一隻小豬，我們兄弟三人迫不及待等著成品出爐，搶著心愛玩偶，但奶奶捏豬並不是為了哄騙我們，是為了犒賞神明，得等拜完神明後才能給我們賞玩！」

民俗技藝大師黃興斌回憶小時候祖母的好手藝

小時候在奶奶的耳濡目染下，黃興斌不知不覺中感染童玩製作興趣與潛質。黃興斌在上班生涯中，內心對童玩製作興趣不減，利用下班之餘積極報名捏麵、皮影戲與魔術的學習課程並以全縣最高分考取街頭藝人執照。

黃家克紹箕裘，滿門技藝高超

事實上，黃興斌兒子黃元岳為了讓父親作品給更廣大的民眾看見，大學時期就開始協助父親建置陽春網站「經心民俗網」推廣民俗技藝與童玩。黃元岳在99年申請計畫後，開始強化網頁設計功能與健全，並以「童玩時光機」賦予網站販售童玩更多故事性，而與網友互動上速度也變快，讓詢問度提升好多倍，臉書粉絲團在不到三個月就暴增到600位，大大擴增了網路知名度。



網路販售童年好時光

走過30多年民俗技藝生活的黃興斌認為捏麵創作出的人偶早已不僅僅是小孩手中玩意兒，而是具有高度專業的藝術品，近年來他陸續完成20位天上仙女仕偶，而18條好漢也已完成7條，這些作品對黃興斌而言都是獨一無二，是無價的，有人要高價收購他都不忍割愛，不賣就是不賣，他說現階段的他已把捏麵當成是一種藝術創作了，已到了收藏層次。

曾任職於科技業的黃元岳，現階段離開了科技業投入推廣民俗技藝工作，並開始利用樹脂創作公仔，雖然推廣工作繁忙程度不亞於擔任工程師時期，但他卻滿懷喜悅地說，現在不眠不休熬夜創作都不覺得累，完全不會像過去加班時常常抱怨，因為現在這個工作是為自己夢想而做，做起來特別起勁呢！



連外國人都愛收藏 府城光彩繡莊八仙彩

網路讓刺繡老師傅林玉泉走上光彩人生

自稱「府城繡才」的刺繡老師傅林玉泉在遇見網路後讓他的人生更為精彩，如同在他42歲那年開設「光彩繡莊」取名「光彩」除了產品本身特色外，他更希望他的人生充滿光彩。

中國刺繡師傅競爭下 「府城光彩繡莊」轉向精緻化

林玉泉在42歲那年成立「府城光彩繡莊」，也趕上那個年代的好光景，月營業額衝到上百萬。然而，好景不常，台灣開放與中國大陸交流後，中國大陸低價競爭，使「光彩繡莊」營業額瞬間跌到原有一半不到，樂觀的林玉泉說，危機就是轉機，他並沒有因此灰心，而是轉型讓「光彩繡莊」能夠更精緻化。



成立網站銷光庫存品

轉型期間，林玉泉為了讓繡莊老師父每天仍有工作做，每天叫他們繡「八仙彩」，卻在銷不出去情況下，存貨也一天比一天多，此時恰好女兒林慧芳回到家中幫忙，她回家的第一項任務就是把放在倉庫中的「八仙彩」想辦法銷出去。



林慧芳左思右想，想不出好方法，於是開始上網查詢是否有更好的行銷模式，擁有網拍經驗的她立即想到用網路來行銷。網站在成立第二年後就陸續賣出「八仙彩」，3年後，終於把庫存清光，不過，當時網站進來的營業額也僅佔繡莊營業額二成左右。

官方網站精緻化 行銷國際推展傳統技藝

此時，陸續有網路顧客抱怨產品不易搜尋，在朋友建議下，「光彩繡莊」申請計畫輔導後，讓網站呈現了更精緻化並具備了購物車功能，後台也更為人性化，並增加了英文網站，未來也將成立日文網站。「光彩繡莊」在網站更新後，目前營業額有八成來自網站，還有提供專屬訂作貼心服務，並研發創新到各項商品的應用上，例如背包的刺繡圖案或馬靴上，還有日本設計師特別找到林玉泉，請他做出立體高繡的蝴蝶結，並訂了八朵應用在米蘭服裝發表會上。

林玉泉不諱言網路讓他的人生變得更精彩，他驕傲地說，我們的顧客不再僅為了宗教目的而購買，都把它當成藝術品在收藏了呢！當時就因為不留戀固有市場，運用網路走出一條路，希望將此技藝推廣到全世界。



YOULEG

承襲30年製襪技術 靠網路打開國際知名度

台灣歷經40年的產業發展，台灣商人在全球打拚出品質保證，也是品牌行銷的賣點，其中，襪子就是台灣傲視全球的產品項目之一。

以「YOULEG」進軍國際的樂迅企業，是陳建達兄弟承襲了上一代擁有精湛製襪技術而創立的新品牌。陳建達說，我舅舅為國際品牌代工已長達30多年，隨著客戶要求與市場需求，彈性襪製作已達到具有醫學級能力，經過瑞士SAG分段壓力檢測儀器的檢驗，產品已能夠製作出分段式壓力的要求，而且獲得歐美國家FDA、CE認證。

現代人工作型態與對美的要求，對功能性襪子越來越講求，各種機能性襪子應運而生。陳建達分析，一般人對彈性襪的印象是穿起來很緊，其實我們的腿部每一個部位受力都不一樣，而採用高彈力分段減壓方式，才能讓身體的重量均衡地受力於腿部，減緩靜脈曲張和修飾美化腿部的功能。樂迅企業引進了德國MERZ及義大利Lonati循環編織機(Circular Knitting Machine)，並採用特殊的材質和設計使腿部達到健康、修飾腿部線條的功能。



在陳建達兄弟的努力下，改變以代工為主的生意模式，以自創品牌行銷國內，並透過網路拓展國際市場。從其它產業跨入的陳建達一開始也不知道如何開啟第一步？在獲知計畫為協助微型企業建置網站銷售平台時，進而申請參加。透過輔導團隊的協助，樂迅企業同時成立了「YOULEG」中文網站與英文網站，並舉辦網路「美腿仙子」票選活動，初步打開了知名度。

「YOULEG」因具有設計及開發能力，在行銷國際上，遍及歐、美、亞洲各國，單單一年來營業額已高達上億。同時，透過網路上各項曝光活動，更是深受國內護士、櫃姐等久站職業女性喜愛，揪團團購訂單不斷，履創銷售佳績。



盛發木醋液

七年級木醋液達人 網路闖出大生意

「大窩口木醋液」靠網路讓15萬人買單



五位七年級生用心地擦亮「木醋不倒翁」，這是盛發「大窩口木醋液」的企業吉祥物。

「木醋不倒翁」正是盛發「大窩口木醋液」艱辛推廣木醋的最佳寫照。歷經五年創業時期，頭2年，大夥還得兼差才能過活。

擔任團隊領導的陳偉誠父親是位木碳師，從小就知道木醋液的好處，尤其看到日本人對其應用相當廣泛，畢業後一頭栽進木

醋液推廣、銷售工作。陳偉誠一開始與夥伴分頭開拓業務，那時只能把產品到處寄賣，對於什麼是木醋液壓根兒沒有人了解，消費者很少主動購買，投入的資金收不回來，大家無以為繼的情況下，只能一邊打工一邊兼賣，陳偉誠一度想放棄，但又希望能夠跟一群好朋友完成創業的夢想，所以，他再給自己一年的時間，不成功就放棄。

木醋達人



三年前，因緣際會一位行銷老師建議他們可以透過部落格行銷，對部落格一竅不通的他們，當時只是以試試看的態度，沒想到就此開拓出市場。後來請朋友協助架設一個陽春網站，但功能簡陋，常被駭客入侵，又沒有多餘資金請專業公司架設網站。後來才透過拍賣與商店街等網路行銷方式，打開了「大窩口木醋液」人氣，但對「何謂木醋液？」消費者疑問相當多，每天面對詢問電話就讓夥伴們精疲力盡。

就在此時，在一位從事資訊朋友的推薦下，參加計畫成立了官網，與輔導團隊共同用心努力之下，短短一年內創造1萬多個會員，靠網路購買木醋液相關產品高達15萬人次，陳偉誠說沒想到效益「出奇的好」，讓營業額衝上每月平均50萬元，網站成立不到半年就獲得一筆300萬元訂單。

用心創作



菓森林圓了事業夢

一場車禍激起蔡容蓁畫畫創作慾



「一個充滿夢想、天真的女孩，面對繁忙的工作及資訊的無法掌握，她一點一滴的失去自己…」這段話是蔡容蓁在她自己網站自述的「菓森林之語」。多年前一場車禍，蔡容蓁躺在病床上重拾小時候最愛的畫筆，這一畫，畫出她浴火重生後的新事業。

蔡容蓁的創作大都以「心」為主軸，例如二顆心一正、一反就創作出小女孩圖像。在把作品演繹成為文具禮品過程中，她發現除了把自己畫作轉化為筆記本、鉛筆、胸針等個性商品外，似乎用她的美感，就可以為消費者找到更多具設計力的產品。把「藝術平價化」，於是自創了「菓森林品牌」，定期推出特色商品。

把「藝術平價化」，於是自創了「菓森林品牌」，定期推出特色商品。



走進位於台中東海藝術街的「菓森林小舖」，猶如走進童話世界般，陳列的商品都讓人愛不釋手。蔡容蓁說，這些商品在百貨公司一件都要百元以上，我們這裡只要30至50元，她說，她希望每一位有夢的小女孩都能夠買得起，做到真正「藝術平價化」。

在經營公司上，蔡容蓁也要建立一個幸福、快樂的企業，在2008年金融海嘯後，像「菓森林小舖」這樣的中小企業最容易受到影響，為留住消費者，以降價折扣因應，又讓員工有一個穩定的工作環境，業績反而不受影響。在「菓森林之願景樹」裡，蔡容蓁也清楚勾勒出公司願景與成長方向，讓員工有了共同打拚的動力。

不侷限在一家小店，她把「菓森林小舖」網路化，透過計畫的協助讓猶如童話般的店舖網路化了。蔡容蓁說，很感謝「縮減產業數位落差計畫」協助的資訊團隊，不厭其煩地與她溝通，將她想呈現出童話、愛心、手作的溫暖幸福感可以透過網站充分表達。

目前有二家店的「菓森林小舖」，自從架設網路商店後，詢問度大增，專程從北部、南部前來店裡朝聖的年輕人也變多了。繼菓森林網路化後，蔡容蓁也正著手佈置店面成為有著可愛的展示櫃，顧客可以在展示櫃裡隨意拍照，充分體驗童話森林的臨場感。

侯家 50 年好味道

滷味

第三代傳人侯達年善用網路傳滷香



擁有50年歷史的侯家滷味，創始於民國39年隨國民政府撤退來台的侯爺爺和侯奶奶，侯奶奶是南京人，精通鹹水鴨做法，推出的鹹水鴨相當受歡迎，自此，侯爺爺和侯奶奶以賣滷味謀生，手藝也越來越精進，至今已傳到第三代。

侯家滷味位於屏東大馬路旁，偌大的店面似乎與印象中的滷味店有點出入。「當初為了提供顧客潔淨選購空間，我母親可是爭取很久才獲得奶奶同意。」侯家滷味第三代的

侯達年訴說著母親接手經營時所遇到的改革難關。侯達年接著說，我的父母親相當重視品質，堅持挑選出的每隻鴨不超過4公斤，並用三十多種獨門香料醃浸4至5小時後再蒸熟，為的就是讓每一位購買顧客吃到的口感天天都不變。



吃過侯家滷味的人都讚不絕口，但是這些年來養生風潮與現代人不稀罕大魚大肉的大環境下，侯家滷味生意不如以前光景，侯達年說，以前過年一天可以賣500隻鴨，現在連200隻都不到。為了讓侯家滷味顧客不再僅限於屏東地區，剛退伍一年的侯達年決定留在屏東，要讓「侯家滷味」名號不再侷限在屏東當地，而能讓香味、名聲遠播至全台乃至於全世界。

侯達年在朋友告知下參加計畫，透過電子商務拓展網路商機，侯達年發現若能透過網路讓「侯家滷味」生意做到全台灣，一方面可以承接家業，拓展生意；一方面又不會讓自己委屈苦蹲屏東鄉下。

侯達年成立網路商店後，開始在網路分享「侯家滷味」美食故事與成立臉書粉絲團，他說，透過網路訂購，曾經有一筆訂單就達一萬元，這讓做店面生意的父親不敢相信，通常店面銷售，每筆生意都不會超過千元，這也讓爸爸侯信仁更信任兒子的想法，讓他專心經營，不再認為只有顧店才有生意，增加了網路行銷無比信心。

飛雁 手工傳奇

手工出良品 網路串起女性傳奇創業故事

誰說婆婆媽媽只會「東家長、西家短」，就有一群飛雁婆婆媽媽能做出手工良品，她們把個人私藏本領獻藝出來：有洋溢著幸福的洋果子，也有散發濃濃藝術品味的手工香皂，更有北方道地手工水餃、味道濃郁燻茶鵝、養生不黏牙花生糖、五色粉腸、寒天果凍、手工飾品…等，讓一雙巧手做出幸福好滋味，更可以在網路上買得到、吃得到。

台南、高雄的一群婆婆媽媽，她們來自不同背景，有幼稚園老師、護士、生意人、剛出社會小女孩，也有中國經商回來的台商媽媽，她們當初為了能跟上時代，便主動學習電腦及管理相關課程，學業結束後，大家成為好朋友，索性彼此互通有無，拿出個人私藏手藝或商品，共同做起網路商店生意。

擔任幼稚園老師的張瑞芬，因參加社群結識了許多朋友，她看她們做出來的手工良品相當讚，不過卻因對行銷一竅不通而苦無通路販售，張瑞芬說，在自己與飛雁姐妹創業過程中，適時有了計畫提供平台與機會，開創了新通路。



「飛雁手工傳奇」社群領導人張瑛俐，是這社群的主要推手，由於家族從事手工服飾訂作，後來也前往中國大陸設廠，為全球服飾品牌進行代工。但在中國大陸企業競爭下，張瑛俐回到台灣重返手工訂製服的生意，用純手工製作方式呈現中國傳統衣服之美。張瑛俐將她出外打拚的經驗結合張瑞芬的熱情，拼手抵足地集結了十位姐妹成立了「飛雁手工傳奇」社群。

原本只有十位女性加入創業行列，如今社群成員已成長到21家，張瑞芬說，擁有許多好商品與好服務的微型企業，要充分運用團隊力量，而如今的市場若能藉助網路工具，就可以讓每一位創業者都能走上捷徑。婦女朋友善於運用網路創業，造福更多婦女朋友充滿信心走出社會，走向璀璨人生。

【社群成員】

瑛俐企業社/陳姐廚房/糖巢食品坊/女煮餃水餃企業社/雅心堂烘焙事業/立杰創意行銷企業社/十皂創意工房/芳生香企業行/澤地萃綠能設計坊/嚐鮮一族商行

寧夏Yes!

台北之胃夜市

把台北人的肚子填飽飽

社群網站呈現美食好味道



夜幕低垂，經過台北建成圓環的遊客卻很難被這知名的寧夏夜市吸引，除了識途老馬外，閃著微暗燈光的寧夏夜市很難在一片沒落黑暗的大稻埕街廓中被發掘。

「我們只知道端出料好、實在、量多，延續老味道的牛排餐，不知道包裝跟行銷，面臨了老顧客凋零，新客不來。」盛極一時的西餐廳老闆娘林美雲一語道破寧夏夜市老攤販的心聲。

寧夏夜市發展於日治時期，到了國民政府來台時隨著大稻埕發展而盛極一時。但在都會東移後，位於大同區的寧夏夜市漸漸被年輕人忘記。寧夏夜市是連外國人都知道的台灣知名夜市。雖然人潮逐漸散去，寧夏夜市保有的美食與特色，可以算是台北之胃，舉凡赤肉蒸餃、沙拉船、蚵仔煎、雞肉飯、蚵仔麵、沙拉魚卵、魚翅肉羹、豬腳麵、麻辣豆腐、燒麻糬、虱目魚...等，都是充滿令人懷念的好滋味。



寧夏夜市攤商第二代潘威達繼承父親的鐵板燒生意，為了重振寧夏夜市的繁榮，特別結合夜夜忙碌的攤商、店家成立「台北之胃~寧夏Yes!」社群，並透過申請計畫輔導，幫助寧夏夜市附近店家進行網路行銷，讓年輕人看見寧夏夜市好滋味。

「台北之胃~寧夏Yes!」社群網站透過網友部落格連結、臉書粉絲團等網路病毒式行銷手法，讓更多網友知道寧夏夜市的特色。為了讓更多人走進寧夏夜市，舉辦「寧夏打牙祭」活動，半年下來成功吸引近5萬多人次到「台北之胃~寧夏Yes!」社群網站光顧，也成功擷獲近500位臉書粉絲團會員。

【社群成員】

香連鐵板料理店/古早味豆花專賣店/帝一沙茶海產小食/聞香茶店/雙連鵝肉小館/李家虱目魚店/益成當舖/美奇生技國際有限公司/光復豆腐工廠/肯特餐廳/吉品日式海

綠能生活 一指搞定

苗栗綠能生活網 搞定綠色生活大小事

省電燈泡真的比較省電嗎？「苗栗綠能生活網」算給你看。在「綠能生活網」裡「環保小常識」就將白熾燈泡與省電燈泡壽命、功率、價格拿來比一比，發現省電燈泡比白熾燈泡至少可以省下三倍的電費。

全球面臨暖化現象，疾呼救地球，節能省碳呼喊震天響，但真正落實又多少呢？尤其在日本福島電廠發生核事故後，節約能源成為我們要為人類永續發展盡一份心力。苗栗一群從事居家設備、用材的中小企業老闆，籌組「苗栗綠能生活網」社群，就是期望能透過網路的力量以宣導綠色建材、綠色生活及綠色概念。

「苗栗綠能生活網」成立源於一場會議，社群領導人劉焯發發現國人漸漸重視環保、節能、綠能，希望藉由結合住宅裝潢、建材、衛浴、室內設計、居家燈飾…等上、中、下游業者，參與計畫輔導後，透過網路方式，行銷綠生活



概念。社群成員之一的卓新慶以他從事多年空調為例，他說冷氣若採購冷煤式的冷氣機，其排放出來的熱氣是破壞地球臭氧層的元兇，一般消費者採購冷氣時往往僅考慮到價格，常常忽略冷煤式冷氣機對地球的傷害。

「苗栗綠能生活網」結合了建築設計師、建材、園藝造景、空調工程、衛浴廚具、太陽能光電、防水工程、飲用水設備、傢俱、環保回收業者，想要打造全綠能生活空間，只要到「苗栗綠能生活網」，所有綠色工程採購盡在其中。劉焯發說消費者若透過社群業者規劃出的省電空調系統、節能省電燈飾、省水衛浴設備、新型熱對流鋁門窗，可將室內溫度降約2°C，並可大大省下一大筆水費、電費。

劉焯發接著說：「網站經營時間僅短短一年多，卻已漸漸出現成效，網站陸續出現詢價及訂單，使得原本較冷清的社群成員生意也因而活絡起來。」為了讓網站持續經營，「苗栗綠能生活網」社群業者達成共識，每筆網路成交金額需提撥1%為公基金，網站成立三個月就已經累積了3萬多元的公基金，希望透過網路達到宣傳綠能生活，為愛護地球盡一份心力。

【社群成員】

奧得卡傢俱有限公司/旺苗科技工程股份有限公司/益育企業有限公司/必百盛建材有限公司/石秀室內設計有限公司/藍山園藝有限公司/一采有限公司/福隆昌工程有限公司/金良興窯業股份有限公司/尊新鋁門窗行/捷特蒙實業有限公司/同一工程有限公司/立順興資源科技股份有限公司/旭陽能源科技有限公司/麗塑環境景觀工程設計有限公司

悠遊瞧吧哞~ 芒果的故鄉

88風災重創 玉井轉型要網住商機



莫拉克88風災肆虐南台灣，甲仙、龜山遭到重創，位居路口要塞的玉井，以往遊客路經玉井還可以來此吃吃芒果冰、買買芒果乾，現今遊客變少了，也讓玉井當地店家有了轉型契機。玉井居民大部份務農，人口流失、老化情況相當嚴重，過去縱使有遊覽車停留，也都是純粹採買玉井農特產，對平日生意與增加當地年輕人就業機會沒有太大幫助。

為推廣玉井故鄉特色，吸引觀光客前來探索芒果的故鄉，由玉井老鄉長王石龍領導10家業者成立社群「悠遊瞧吧哞—芒果的故鄉」，透過計畫輔導，希望藉由網路的力量，一起行銷地方產業，採團體作戰方式提升農產品競爭力與附加價值。



王石龍認為一個人的力量有限，結合店家集體力量才能發揮綜效，他說，以前擔任鄉長時，憂心果農銷售通路問題，所以特別編列預算，當芒果收購價在10元以下時，就可以賣給鄉公所，鄉公所再運到台北銷售以保證農民農產價格，恰巧現今政府願意投入資源協助進行網路行銷，對我們是一項重大助力，當然要好好把握機會。

為了整個社群發展，王石龍不僅在領導上下一番功夫，他也發揮好學的本性，開始了解網路的世界與研發各種芒果附加產品。提到網路的影響力，王石龍有一次接到一群遠從台中來的客人，客人表明是在美國的兒子上網查到並推薦他來的，他為此深刻感受到網路無國界的影響力，他也認為玉井產業唯有透過網路，生意才會越來越好，希望未來網頁可以持續更新，創造更大商機。

【社群成員】

老鄉長庭園餐廳/愛文鄉商號/有間冰舖/振東飲食店(綠色空間)/盛發號/38度線韓式料理燒烤/連環炮涼飲屋/瑪莎商行/玉民麻油商行/吳家園企業行(大眾餐廳)

寵物我最大

♥ WE LOVE YOUR PETS ♥

提供給您最貼心、最完整的服務

甘願與動物為伍，每天從早拚到晚，幫小狗、小貓洗澡、把屎把尿的，這樣照顧還不夠，他們希望每一隻寵物主人都視寵物為最大，因此成立了「寵物我最大」社群網站推廣如何好好照顧家中寵物。

經營專業寵物美容館的程詩紋，年紀輕輕的她因為愛狗所以去學習如何幫寵物美容，她說，我本身愛動物，每一隻經手整理的寵物都抱著溫柔的心去對待他們，社群網站成立可以讓同為寵物業彼此交流，增進寵物對待知識。從事20多年寵物繁殖的詹宜桓，更是希望藉由社群網站運作，達到流浪動物的領養機制。

擔任「寵物我最大」社群網站領導人的詹宜桓說，台灣有許多動物飼主一時興起養了寵物，過不久沒有了耐心，讓寵物變成流浪動物，這些流浪動物不僅造成環境問題，往往最後落入被撲殺命運；另一方面，又有許多人花大筆錢購買寵物或進行配種，雖然，詹宜桓在南台灣是動物配種、繁殖達人，但他有



一個心願希望台灣能有一個機制讓被棄養寵物可以適得其所，結合台南寵物業者共同經營的「寵物我最大」社群網站，不僅可以將社群業者在各方面專精領域傳授寵物養殖知識外，也可以發展成全台最大寵物認養平台。

根據調查，台灣寵物犬約有130萬隻，寵物貓有35萬隻，未來飼養寵物人口將越來越多，如何讓更多飼主學習照顧寵物並找到具有愛心的店家與累積寵物知識庫，是「寵物我最大」社群網站十家業者的共同心聲。平常忙於照顧貓狗的台南十家寵物業者，總是利用晚上十點店面打烊後聚集開會，共同探討如何透過網站宣導理念並辦理行銷活動。

在計畫輔導後，「寵物我最大」社群網站陸續推出寵物嘉年華、集點訪店家等活動，網站也在社群店家的努力PO文下，讓飼主各種疑難雜症都可以瀏覽網站而獲得解決。其次，網站的寵物論壇還可以快速媒合流浪動物，為動物快速找到適合主人。

【社群成員】

愛犬之友寵物店/真愛可可寵物用品店/快樂尾巴專業寵物美容館/寵愛寵物生活館/真愛寵物用品生活館/彥宏寵物用品店/喜恩精緻寵物美容館/夢工場寵物生活館/幸福寵物自助澡堂館/翔羚有限公司

DIY體驗農村之旅 遊古坑就是要放fun輕鬆



遊古坑，第一印象總是停留在古坑華山咖啡街賞夜景。沿省道台3線穿越古坑綠色隧道，刻意避開華山咖啡街人潮，轉進華山步道體驗農村生活，享受自製咖啡豆、釀酒釀醋、採蜂蜜與燒陶樂趣，別有一番風味。

雲林雖然西有濁水溪流經盛產稻米，東接阿里山麓果產豐饒，但台灣在發展工業過程中，卻一直有著貧窮縣的封號。近年來在台灣發展觀光下，雲林古坑華山咖啡才漸露光芒，為讓遊客能夠深刻體驗雲林的天然、純樸，雲林女兒也是媳婦的黃碧珍結合當地業者，設計出深度體驗旅程，並利用網路成功行銷古坑，雲林樸實農村生活也才得以讓都市人一探究竟。

咖啡豆咬下是甜的，你相信嗎？經營「十一石庭園咖啡館」的黃碧珍率先獨家推出咖啡DIY體驗活動，結合當地業者共組「古坑全遊fun輕鬆」社群，在計畫輔導建立社群網站行銷後，這樣的DIY體驗旅遊行程已延伸出酒庄釀酒



DIY、酵素果醋DIY、捏陶DIY，近期更結合當地自然景觀推出石壁原始森林巡禮、高山生態踏青及華山土石流教學園區等套裝行程。

九二一地震後與先生回到老家十一石栽種咖啡豆與經營庭園咖啡，由於先生善於經營人脈，遊客絡繹不絕，但一場意外讓先生離開她，生意陷入危機。一個機緣下，黃碧珍有機會聽到「縮減產業數位落差計畫」簡報進而提出申請，輔導後透過網路吸引遊客光顧十一石庭園咖啡，讓十一石庭園咖啡館得以持續經營並成為她與三個孩子寄託所在。


如今，秉持這份愛鄉心情，她拉進上禾酒莊、長盛酒莊、谷泉咖啡莊園、青山佐陶等十家業者共組「古坑全遊fun輕鬆」社群，共同規劃套裝行程，讓外地遊客真真確確深入體驗雲林古坑之美。

【社群成員】

十一石休閒庭園咖啡/上禾酒莊/谷泉咖啡莊園/友山蜂蜜商行/玉興農產行/長盛酒莊/日盛食品行/紅果精品咖啡館/桂林香波農特產行/沐賞咖啡莊園/富埤陶商行/海宴商行/綠色隧道咖啡故事館

快來加入 e 化的行列吧！


計畫網址：www.e98.org.tw

主辦單位： 經濟部中小企業處

地 址：106台北市羅斯福路二段95號3樓

服務電話：(02)2368-6858 0800-059-000

傳 真：(02)2367-8541

執行單位： 中華民國資訊軟體協會

地 址：103台北市承德路二段239號6樓

服務電話：(02)2553-3988

傳 真：(02)2553-1319




中小企業 **拚亮** 台灣



www.e98.org.tw

主辦單位：  經濟部中小企業處

執行單位：  中華民國資訊軟體協會

