

履約標的工作事項表

工作項目	交付內容	頁碼
A. 工作規劃及賣店經營現況調查	1. 全案細部工作規劃及期程	P. 1-1
	2. 基本資料及經營現況調查	P. 2-1 附件 2
	3. 規劃每一賣店(區)位置之經營定位與遊客服務需求	P. 2-5
B. 分析評估賣店營運狀況	1. 辦理座談會	P. 2-10
	2. 建立評估模式或指標	P. 2-19
	3. 賣店經營管理建議	
C. 輔導使用電子支付系統	1. 辦理說明會	P. 2-82
	2. 輔導店家使用，每年至少 5 家	
E. 賣店區形象規劃	評估小野柳、三仙台、八仙洞賣店區，擇 1 區進行整體形象規劃，內含公共空間、指標、動線、廣告及相關服務等，不涉建物改善，須完成細部設計圖及預算。	P. 2-95
F. 賣店輔導改善	1. 辦理教育訓練 1 場次	P. 2-41
	2. 賣店優化改善至少 3 家	
G. 賣店管理		P. 2-111
H. 行政協助		

第一章 本期計畫執行綜整說明

壹、 全期工作執行綜整表

工作項目		109 年	
		第四階段	
		12 月 10 日	交付內容
A. 工作計劃書			1. 108 年 9 月 11 日已通過整體工作期程規劃 2. 駐點人員簡司萍小姐已於 108 年 8 月 12 日到職，並於 108 年 12 月 1 日調薪。
B. 賣店經營現況調查			1. 於 108 年 10 月 14 日-18 日進行計畫區內賣店「賣店經營」調查完成。 2. 於 108 年 10 月 10 日-31 日進行賣店所屬風景區「觀光客消費行為」調查【改善前基礎調查】完成。 3. 於 109 年 10 月-11 月進行賣店所屬風景區「觀光客消費行為」調查【改善後成效調查】完成。 4. 於 108 年 11 月、109 年 12 月起進行問券統計與分析。 5. 於 108 年 8 月起建立賣店收租、水電費收取紀錄表，並研擬管理賣店之 SOP，提供主管機關使用與賣店使用 2 個版本。
C. 分析評估賣店營運狀況	C-1 座談會		1. 辦理 4 場次分區座談會 ➤ 108 年 8 月 21 日完成三仙台座談會

			➤ 108 年 9 月 30 日完成小野柳座談會 ➤ 108 年 10 月 14 日完成八仙洞座談會 ➤ 109 年 11 月 24 日完成三仙台座談會
	C-2 LINE 官方帳號建置		於 108 年 8 月中旬成立東管處賣店管理官方帳號，截至目前共有 80 位加入。
	C-3 GOOGLE MAP 建置		於 108 年 12 月起協助各風景區賣店建置 GOOGLE MAP。
D. 輔導使用電子支付系統	D-1 評估規劃系統		於 108 年 8 月起評估適合導入之電子化支付模式，擬定「台灣 PAY」、「LINE PAY」為首波推動系統。
	D-2 辦理說明會		1. 辦理 3 場次說明會 ➤ 於 108 年 11 月 14 日辦理說明會第 1 場次，共有 18 家賣店有意願申請，並於現場進行申辦，持續追蹤中。 ➤ 於 109 年 3 月 24 日辦理說明會第 2 場次。 ➤ 於 109 年 5 月 15 日辦理說明會第 3 場次，目前共有 25 家賣店有申辦完成。
	D-2 行銷推廣活動		1. 於 109 年 6 月 6 日至 10 月 31 日辦理「行動支付行銷活動」。 2. 於 109 年 8 月 14 日完成第一波抽獎。 3. 於 109 年 11 月 13 日完成第二波抽獎。 4. 於 109 年 11 月 24 日完成獎勵賣店業者補助。

E. 賣店區形象規劃		1. 於 108 年 12 月選定賣店區整形象規劃之位置 1 處。 2. 於 108 年 12 月起，設計團隊針對選定之賣店區進行設計調查，並與選定之賣店區業者召開發想會議。 3. 於 108 年 12 月起，提出賣店區形象初步構想與相關書圖製作。 4. 於 109 年擬定小野柳賣店區規劃設計 3D 模擬、賣店導覽配置圖。
F. 賣店輔導改善		1. 於 108 年 11 月 28 日，邀請 2 位專家顧問進行診斷訪視，遴選出 3 家賣店。 2. 於 108 年 12 月起依據專家顧問診斷訪視建議，進行賣店現況評估規劃及溝通改善項目。 3. 於 109 年 5 月 19 日開始施作執行賣店輔導優化改善 2 家，第 3 家因主管機關決策暫緩施作工程。
G. 教育訓練		1. 於 109 年 4 月 28 日拍攝劉觀生老師課程影片；於 109 年 5 月 7 日進行實地案例拍攝。 2. 於 109 年 5 月 8 日拍攝蔡進士老師課程影片。 3. 於 109 年 5 月 7 日至八仙洞進行賣店業者教育訓練 1 場次。 4. 於 109 年 11 月 24 日至三仙台進行賣店業者教育訓練 2 場次。 5. 於 109 年 11 月完成教育訓練數位教材，並上傳 Youtube 供大家上線學習。

貳、計畫目標與策略

本計畫規劃針對東部海岸國家風景區管理處所轄 21 處共 60 家「賣店」，透過計畫進行「工作規劃及賣店經營現況調查」、「分析評估賣店營運狀況」、「輔導使用電子支付系統」、「賣店區形象規劃」、「賣店輔導改善」及「賣店管理」等七大工作，並透過賣店主題的導入與營造，在強化服務品質的同時，也同步創造東部海岸賣店與其他地區與眾不同的型態與經營，達到整體提昇國內風景區賣店的經營品質與形象創新。

- 一、透過行動支付導入，強化消費便利性及擴大服務對象。
- 二、透過輔導提升賣店經營，讓賣店接地氣、用在地、賣當季。
- 三、透過賣店優化改善，達到提高消費者滿意度與創造回流。
- 四、透過賣店創新導入，讓賣店不只是販賣商品，更賣文化、賣故事，成為誘發遊客強往周邊從事深度部落旅遊的新「啟」點。

項次	工作項目		合約數	108 年度					109 年度											
				8 月	9 月	10 月	11 月	12 月	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月
5	賣店區形象規劃	位置選定	1 區																	
		規劃構想與書圖	1 式																	
6	賣店輔導改善	辦理教育訓練/6 小時	1 場次																	
		遴選優化改善賣店	3 家																	
		進行賣店優化																		
		建置 Google map	1 式																	
7	賣店人員聘僱		1 名																	
計畫查核點								12/10					6/10					12/10		

第二章 本期計畫執行說明

壹、賣店診斷訪視

一、賣店經營現況調查-賣店資料調查與分析

(一)推動目的

了解東管處所管轄的賣店發展狀況，並深入訪視其經營現況、歷史發展、營運模式、發展願景、產業能量等，並給予診斷建議、需求媒合或改善升級等建議方案，活絡業者自我產業發展與永續經營。

(二)執行作法

全期計畫共建置 70 家賣店資料庫，其中 64 家為營運中。

(三)執行成果(詳附件二)

編號	承租地點	聯絡地址
1	小野柳	臺東縣臺東市松江路一段448巷61號
2	小野柳	臺東縣臺東市松江路一段448巷62號
3	小野柳	臺東縣臺東市松江路一段448巷65號
4	小野柳	臺東縣臺東市松江路一段448巷66號
5	小野柳	臺東縣臺東市松江路一段448巷67號
6	小野柳	臺東縣臺東市松江路一段448巷68號
7	小野柳	臺東縣臺東市松江路一段448巷69號
8	小野柳	臺東縣臺東市松江路一段448巷70號
9	小野柳	臺東縣臺東市松江路一段448巷71號
10	三仙台	臺東縣成功鎮基翠路75號
11	三仙台	臺東縣成功鎮基翠路79號
12	三仙台	臺東縣成功鎮基翠路83號
13	三仙台	臺東縣成功鎮基翠路84號
14	三仙台	臺東縣成功鎮基翠路85號
15	三仙台	臺東縣成功鎮基翠路86號
16	八仙洞	臺東縣長濱鄉三間村水母丁路1-14號
17	八仙洞	臺東縣長濱鄉三間村水母丁路1-15號
18	八仙洞	臺東縣長濱鄉三間村水母丁路1-16號
19	八仙洞	臺東縣長濱鄉三間村水母丁路1-17號
20	八仙洞	臺東縣長濱鄉三間村水母丁路1-18號
21	八仙洞	臺東縣長濱鄉三間村水母丁路1-19號
22	八仙洞	臺東縣長濱鄉三間村水母丁路1-20號
23	八仙洞	臺東縣長濱鄉三間村水母丁路1-21號
24	八仙洞	臺東縣長濱鄉三間村水母丁路1-22號
25	八仙洞	臺東縣長濱鄉三間村水母丁路1-23號
26	八仙洞	臺東縣長濱鄉三間村水母丁路1-24號
27	八仙洞	臺東縣長濱鄉三間村水母丁路1-25號
28	八仙洞	臺東縣長濱鄉三間村水母丁路1-26號
29	八仙洞	臺東縣長濱鄉三間村水母丁路1-27號
30	八仙洞	臺東縣長濱鄉三間村水母丁路1-28號
31	八仙洞	臺東縣長濱鄉三間村水母丁路1-29號
32	八仙洞	臺東縣長濱鄉三間村水母丁路1-30號
33	八仙洞	臺東縣長濱鄉三間村水母丁路1-31號
34	八仙洞	臺東縣長濱鄉三間村水母丁路1-32號
35	八仙洞	臺東縣長濱鄉三間村水母丁路1-33號
36	八仙洞	臺東縣長濱鄉三間村水母丁路1-34號
37	八仙洞	臺東縣長濱鄉三間村水母丁路1-35號
38	八仙洞	臺東縣長濱鄉三間村水母丁路1-36號
39	花蓮觀海樓	花蓮縣壽豐鄉鹽寮村大坑5-1號
40	芭崎	花蓮縣豐濱鄉磯崎村芭崎48號

41	磯崎海濱遊憩區 (不含露營區)	花蓮縣豐濱鄉磯崎村6-1號
42	八仙洞餐飲部	臺東縣長濱鄉三間村水母丁路1-4號
43	石梯坪露營區	花蓮縣豐濱鄉石梯坪52號
45	奇美2	花蓮縣瑞穗鄉奇美段517-9地號
46	奇美A	花蓮縣瑞穗鄉奇美段517-11地號
47	美卜蘭	花蓮縣豐濱鄉靜浦村8-1號
48	靜浦驛站	花蓮縣豐濱鄉靜浦村138號
49	長濱驛站	臺東縣長濱鄉長光路58-1號
50	成功海環二樓	臺東縣成功鎮港邊路1-5號2F
51	成功海濱公園	臺東縣成功鎮忠仁里中山東路200號
52	都遊中心餐飲部	臺東縣成功鎮新村路25號
53	小野柳露營區	臺東縣臺東市松江路一段500號
54	瑞穗露營區	花蓮縣瑞穗鄉清達段544-548及563地號 花蓮縣瑞穗鄉中山路三段215號
55	東河橋賣店	臺東縣成功鎮隧道路88號(公廁地址)
56	金樽	臺東縣東河鄉隆昌村七里橋16號
57	月光小棧	臺東縣東河鄉都蘭村46鄰新社路20號
58	水往上流部落市	台東縣東河鄉都蘭村16鄰都蘭24之12號 (公廁地址)
59	三仙台展演中心暨輕食賣店	臺東縣成功鎮基單路74號
60	都蘭道班房	台東縣東河鄉都蘭村都蘭224號
61	椰子	臺東市到成功鎮
62	處本部行政中心、成功海洋環境教室及八仙洞屋頂設置行動通信基地臺	臺東縣成功鎮信義里新村路25號1樓屋頂 臺東縣成功鎮南都歷段785地號 臺東縣成功鎮忠仁里港邊路1-5號2樓屋頂 臺東縣成功鎮忠仁里段211-1地號 臺東縣長濱鄉三間村水母丁1-4號樓頂 臺東縣長濱鄉八仙洞段576地號
63	(空白)	(空白)
64	三仙台基地臺	臺東縣成功鎮
65	奇美1	花蓮縣瑞穗鄉奇美段517-11號上涼亭
66	石梯坪行動通信基地臺	花蓮縣豐濱鄉石門810地號
67	北回市集	花蓮縣豐濱鄉三富段北回歸線市集 原住民文創中心收
68	磯崎露營區	花蓮縣豐濱鄉磯崎村6-1號
69	奇美休憩區部分土地	瑞穗鄉下奇美511, 517地號 登記地址: 花蓮縣奇美村奇美94-5號
70	成功鎮港邊路1之4號二樓	臺東縣成功鎮港邊路1之4號二樓

東管處境內賣店出租簡要明細

109年12月25日									
賣店名稱	地點	土地/賣店面積(㎡)	承租人	租期		履約保證金	每月租金	出租方式	備註
小野柳賣店61號	台東	***	潘○○	108.04.01	113.03.31	***	***	公開標租	
小野柳賣店62號	台東	***	***	108.04.01	113.03.31	***	***	公開標租	
小野柳賣店65號	台東	***	***	108.04.01	113.03.31	***	***	續價續租	安置
小野柳賣店66號	台東	***	***	108.04.01	113.03.31	***	***	公開標租	
小野柳賣店67號	台東	***	***	108.04.01	113.03.31	***	***	公開標租	
小野柳賣店68號	台東	***	***	108.04.01	113.03.31	***	***	公開標租	
小野柳賣店69號	台東	***	***	108.05.01	113.03.31	***	***	公開標租	
小野柳賣店70號	台東	***	***	108.04.01	113.03.31	***	***	續價續租	安置
小野柳賣店71號	台東	***	***	108.04.01	113.03.31	***	***	續價續租	安置
小野柳露營區	台東	***	***	109.1.8	110.3.1	***	***	公開標租	原租約展延2個月
10間		0					0		
三仙台賣店75-78號	台東	***	***	106.03.01	111.02.28	***	***	公開標租	
三仙台賣店79-82、86-2號	台東	***	***	106.03.01	111.02.28	***	***	公開標租	
三仙台賣店83號	台東	***	***	106.01.01	110.12.31	***	***	還予出租	安置
三仙台賣店84號	台東	***	***	106.01.01	110.12.31	***	***	還予出租	安置
三仙台賣店85號	台東	***	***	106.01.01	110.12.31	***	***	還予出租	安置
三仙台賣店86號	台東	***	***	106.01.01	110.12.31	***	***	還予出租	安置
三仙台展演中心暨輕食賣店	台東	***	***	108.06.01	113.05.31	***	***	公開標租	
7間		***					0		

(四)執行紀錄



輔導團隊訪視-奚卜蘭遊客中心。



輔導團隊訪視-小野柳 61 號賣店。



輔導團隊訪視-小野柳 66、67 號賣店。



輔導團隊訪視-金樽賣店。



輔導團隊訪視-東河橋賣店。



輔導團隊訪視-八仙洞 1-32、33 號賣店。



輔導團隊訪視-八仙洞 1-26 號賣店。



輔導團隊訪視-三仙台努瓦里岸文化劇場。

(五)賣店(區)位置之經營定位與遊客服務需求

藉由這個計畫讓東海岸的賣店不再只是賣店，除了販賣商品，也販賣在地的文化、販賣更多在地的故事，並藉由更多元的消費模式導入及地方創生營造，讓東海岸賣店成為「食育」推廣、體驗在地文化、串聯在地部落小農及提供旅遊消費服務的 AREA EXPRESS。

透過【在地產業特色】的呈現，站在消費者的感官、情感、思考、行動等，重新定義並且設計行銷的思考方式，通過視覺、聽覺、觸覺與嗅覺的感官知覺體驗，誘發消費者的購買動機，並增加產品價值。

建議調整改善之區位			
編號	賣店區	建議經營定位	遊客服務需求
1	小野柳遊憩區	以「貝殼裡的精靈-寄居蟹」為主題，進行整區形象規劃，整個賣店區區位下凹，就如同隱士般，隱居於風景區中，它將幻化為寄居蟹最後的夢想家(殼)，創造魅力滿載的創新商店，並成為環境教育、在地文化的推廣基地，讓大	1. 商品差異化 2. 商品特色 3. 商品多樣化 4. 賣店形象創新 5. 主次動線區隔

		小朋友來此好食、好學、好玩。	
2	東河橋	成為串聯周圍部落特色的發展基地，讓部落技術交流、工藝展現，整合推廣當地特色。	1. 商品在地化 2. 餐飲多樣性
3	三仙台遊憩區	此區賣店經營模式呈現參差，有兩種型態，一為營運完善，且目標定位明確，如漁會、農會、藝品店...等，二為販售商品缺乏獨特性，如餐飲類，建議應整合部分賣店營運定位，了解顧客需求，結合在地特色，開發主題餐飲。	1. 商品在地化 2. 商品多樣性 3. 商品網路通路 4. 素食選擇 5. 遮蔭設施 6. 公共座位環境提升 7. 提款設備
4	長濱驛站	目前雖已販售在地農產品為主，但服務多元化稍嫌不足，建議增加餐飲提供服務，提升遊客滯留意願與時間。	1. 行動支付服務 2. 原民文化提升 3. 特色餐飲服務
5	八仙洞遊憩區	因遺址多部分封起，無法參觀，建議此區可定位為「花東創新文創聚落」-以發揚史前文化—長濱文化的遺址為主題，從空間營造、商品開發、文化解說、行銷推廣緊扣主題，創造文化新亮	1. 商品獨特性 2. 商品差異化 3. 賣店形象管理

		點。	
6	奇美遊憩區	擬定淡旺季餐飲推廣計畫，針對不同目標客群，推出特色餐飲，如旺季-泛舟遊客，以快速即食餐飲為主，淡季-觀光遊客，以部落特色套餐為主。	1. 商品多樣化 2. 商品在地化

現況營運模式完善且具發展特色之區位		
編號	賣店區	現況經營定位
1	小野柳露營區	郊外露營、特色遊程推廣
2	水往上流	在地部落市集：7-8 個部落媽媽（都蘭、長濱、台東）合作，手工織品獨一無二具差異性，不斷創新手工藝作品。
3	月光小棧	融合在地藝術空間創作有故事性之餐飲服務場域。
4	金樽	定期推出特色商品，並提供農特產品寄賣，透過 e 化宣傳 (FB)
5	都歷遊客中心	推廣花東原民手作及文創，結合藝文活動（例：展覽會、表演、大地藝術節辦公室及藝術展覽

		等)；不定期配合主題策劃小型藝術家創作展； 與旅行社遊程合作。
6	海洋環境教室	·台東唯一獲得賞鯨標章認證的賞鯨船 ·台東唯一成為國民旅遊卡特約商店的賞鯨船 ·專業解說-路上及船上解說 賞鯨豚：在東部海岸第一大漁港”成功漁港”，鯨豚之發現比率高達 9 成，靠著船長豐富的航海經驗及提供專業解說，提供一段有關水中巨無霸「鯨」及水中精靈「豚」之探索驚喜旅程。
7	成功海濱公園	提供一個地方讓所有人可以邊聽海浪拍打岩石聲，邊享受咖啡。依季節調整增列新飲品、主動辦促銷活動、進口咖啡豆(阿拉比卡)自行烘培
8	北回歸線	以銷售在地原民手工藝品獨立自主，販賣方向主要支持友善農作物及有關環境維護的。
9	奚卜蘭遊客中心	推廣在地原住民特色及花東文化，與部落媽媽合作自主研發創新商品、聯合部落的資源自主辦理活動

10	靜浦驛站	以阿美族野菜及當地海鮮推出無菜單創意料理，配合長濱豐濱地區季節野菜變化及根據族人及當地漁民所捕的海鮮作為食材。
11	石梯坪露營區	郊外露營、小農工藝推廣；部落生活小旅行（部落巡禮）；潮間帶、浮潛；溯溪、野菜採集、無具炊事
12	瑞穗露營區	郊外露營
13	磯崎海濱遊憩區	果乾(源自全台灣各類水果，專門合作廠商：屏東)、郊外露營
14	芭 崎	推廣花東原民手作及文創，固定辦理芭崎夏宴活動，聚集在地文創者、工藝家的作品展覽與原民工藝 DIY，店裡商品力挺原民文創，不僅推廣國際遊客(FB 與 IG)，更提供觀光局借問站服務功能，善用在地食材不定時推出自製餐飲(小米粽、竹筒飯、各式果凍等)。
15	花蓮遊客中心觀海樓	複合式餐廳，可作為咖啡廳、婚宴廳、團餐宴客使用。

(六)執行效益

1.提升賣店管理系統化、資訊化、透明化：有效完成 60 家賣店的基礎資料建置，包含：水表、電表的位置，水電、租金繳納方式、週期等，並將資料系統化，有利於收費管理，同時也是未來推動自動繳費機制的前置作業。

2.強化賣店的特色與建立差異性：團隊透過賣店資料的調查，一家一家走訪，與賣店經營者面對面的訪談，從中了解其經營的初衷與堅持，發掘賣店的主力商品與特色商品，未來在輔導過程中，團隊將持續強化賣店特色、人文故事等，以建立各家的差異性。

3.扮演溝通的媒介與橋樑：在輔導過程中，有效反應賣店所面臨的問題，並確實將問題回報所屬單位，讓問題有效獲得解決或是持續追蹤，同時也讓賣店知道有問題也可以隨時跟輔導團隊反應。

貳、賣店營運評估

一、分區座談會

(一)推動目的

針對東管處所轄風景區之賣店辦理分區座談會，透過計畫說明使業者瞭解計畫推動之目的與未來配合計畫推動的方式。

(二)執行作法

本計畫共規劃四場次座談會，分別於八仙洞區、三仙台區、小野柳區大型群聚型區域辦理，並邀請周邊風景區業者參與。本會議主要以座談方式聆聽業者對於計畫推動之想法與建議，以利後續推動計畫之重要參考，擴大計畫效益。

本計畫完成現地調查與邀請學者專家協助研擬之相關策略後，參考經濟部優良服務認證機制、現地調查資料、顧客消費行為調查等資料，和各區業者商討評估模式與指標，同時根據賣店評估訪談與消費者問卷調查結果，提出經營管理建議。

(三) 執行成果

1. 第一場次座談會(詳如附件 4-1)

(1) 時間：108 年 8 月 21 日(三)早上 11:00-12:30

(2) 地點：三仙台展演中心暨輕食賣店

(3) 參與人數：17 人

(4) 討論議題：

- 「賣店區形象規劃及管理案」內容說明
- 說明輔導使用電子支付系統
- 三仙台遊憩區賣店周邊場地使用管理要點實施檢討

(5) 會議過程：

	
座談會開始進行簽到，領取講義。	東管處莊課長致詞與計畫團隊介紹。
	
三仙台 85 號賣店提出對計畫想法。	努瓦里岸賣店提出目前空間指標問題。

2. 第二場次座談會(詳如附件 4-2)

(1) 時間：108 年 9 月 30 日(一)下午 14:30-16:30

(2) 地點：小野柳台東管理站會議室

(3) 參與人數：16 人

(4) 討論議題：

- 店鋪及消費者調查執行說明
- 電子支付申請說明
- 賣店輔導優化甄選說明

(5) 會議過程：



座談會開始，各賣店互相自我介紹。



東管處莊課長致詞與計畫團隊介紹。



開新團隊計畫說明。



小野柳 66 號賣店提出目前經營困境。

3. 第三場次座談會(詳如附件 4-3)

(1) 時間：108 年 10 月 14 日(一)下午 14:30-16:50

(2) 地點：八仙洞賣店前座位區

(3) 參與人數：30 人

(4) 討論議題：

- 店鋪及消費者調查執行說明
- 電子支付申請說明
- 賣店輔導優化甄選說明

(5) 會議過程：



東管處莊課長致詞與計畫團隊介紹。



開新團隊計畫說明。



八仙洞 1-16 號賣店意見回饋交流。



八仙洞 1-22 號賣店會後詢問優化徵選。

4. 第四場次座談會(詳如附件 4-4)

(1) 時間：109 年 11 月 24 日(二)下午 14:00-15:00

(2) 地點：三仙台努瓦里岸文化劇場

(3) 參與人數：11 人

(4) 討論議題：

- 未來工程說明
- 賣店周邊環境及中庭座位區清潔維護說明

(5) 會議過程：



東管處莊課長致詞與說明議題。



三仙台賣店意見回饋交流。



三仙台賣店意見回饋交流。



三仙台賣店意見回饋交流。

二、 Google map 建置

(一)推動目的

透過 Google Map 建置，除增加東海岸風景區店家的曝光度，並且提供完整且豐富的服務資訊。

1. 執行作法

(1)協助本計畫賣店於 Google Map 建置店家資訊，讓外地遊客更能掌握當地店家資訊，並且提供便利性的整合搜尋。

(2)於 108 年 9 月-10 月間，透過電話詢問、實地訪視進行賣店意願調查，並更新、蒐集建置帳號與密碼。

2. 執行成果

使用東管處帳號建置「東海岸賣店資訊盤點」Google 地圖，共盤點 20 區風景區、60 家賣店。目前建置情況如下：

名稱		地址
1	亞典商店(申辦中)	臺東縣臺東市松江路一段 448 巷 61 號
2	惠美名產店(申辦中)	臺東縣臺東市松江路一段 448 巷 62 號
3	忠信土產店	臺東縣臺東市松江路一段 448 巷 65 號
4	Y Cafe	臺東縣臺東市松江路一段 448 巷 66 號
5	甘露商店	臺東縣臺東市松江路一段 448 巷 67 號
6	無相藝品社	臺東縣臺東市松江路一段 448 巷 68 號
7	小野柳藝品店(申辦中)	臺東縣臺東市松江路一段 448 巷 69 號

8	勇馨商號(申辦中)	臺東縣臺東市松江路一段 448 巷 70 號
9	宏泰藝品社	臺東縣臺東市松江路一段 448 巷 71 號
10	小野柳露營區	臺東縣台東市松江路一段 500 號
11	水往上流部落市集	台東縣東河鄉都蘭村 16 鄰都蘭 24 之 12 號
12	月光小棧	臺東縣東河鄉都蘭村 46 鄰新社路 20 號
13	金樽小曼咖啡	臺東縣東河鄉隆昌村七里橋 16 號
14	東河橋太陽屋	臺東縣成功鎮隧道路 88 號
15	月光海咖啡屋	臺東縣成功鎮新村路 25 號
16	好時好日煎焙咖啡台東成功店	臺東縣成功鎮忠仁里中山東路 200 號
17	晉領號-賞鯨豚	臺東縣成功鎮港邊路 1-5 號 2F
18	努瓦里岸文化劇場	臺東縣成功鎮基翬路 74 號
19	黑潮旗跡	臺東縣成功鎮基翬路 75~78 號
20	台東縣成功鎮農會農特產品展售中心	臺東縣成功鎮基翬路 79 ~ 86-2 號
21	紅柿子茶舖	臺東縣成功鎮基翬路 85 號
22	東海岸寶石貝藝社	臺東縣成功鎮基翬路 86 號
23	長濱驛站	臺東縣長濱鄉長光路 58-1 號
24	山湖居商店	臺東縣長濱鄉三間村水母丁路 1-16 號
25	有德商號	臺東縣長濱鄉三間村水母丁路 1-18 號
26	長榮商行	臺東縣長濱鄉三間村水母丁路 1-19 號
27	仙洞餐飲部	臺東縣長濱鄉三間村水母丁路 1-20 號
28	財旺商行	臺東縣長濱鄉三間村水母丁路 1-21 號
29	姚瑤藝品店	臺東縣長濱鄉三間村水母丁路 1-22 號
30	四季藝品店	臺東縣長濱鄉三間村水母丁路 1-32 號
31	富貴藝品店	臺東縣長濱鄉三間村水母丁路 1-33 號
32	富華藝品店	臺東縣長濱鄉三間村水母丁路 1-35 號
33	隨緣藝品店	臺東縣長濱鄉三間村水母丁路 1-36 號
34	八仙洞風味餐	臺東縣長濱鄉三間村水母丁路 1-4 號
35	那魯灣北迴歸線原民文創產業推廣中心	花蓮縣豐濱鄉三富段 294、296 地號
36	新太平祥 1 號店	花蓮縣豐濱鄉靜浦村 8-1 號
37	陶甕百合春天餐飲	花蓮縣豐濱鄉靜浦村 138 號
38	石梯坪露營區	花蓮縣豐濱鄉石門段 889 地號
39	原山奇美(申辦中)	花蓮縣瑞穗鄉奇美段 517-9 地號 花蓮縣瑞穗鄉奇美村 2-4 號(電費單地址)
40	瑞穗露營區 2020	花蓮縣瑞穗鄉中山路三段 215 號
41	芭崎賣店	花蓮縣豐濱鄉磯崎村芭崎 48 號
42	11 不捨	花蓮縣壽豐鄉鹽寮村大坑 5-1 號
43	小野柳環教小屋	台東縣台東市松江路一段 60 號
44	可來兒藝品店	臺東縣長濱鄉三間村水母丁路 1-24 號
45	可來兒咖啡	臺東縣長濱鄉三間村水母丁路 1-30 號
46	磯崎露營區(申辦中)	花蓮縣豐濱鄉磯崎村 6-1 號
47	財團法人台東縣私立天主教聖十字架瑪利德蘭社會福利基金會(整備期後申辦)	臺東縣成功鎮港邊路 1 之 4 號二樓
48	花蓮縣奇美部落文化發展協會(申辦中)	花蓮縣瑞穗鄉奇美村 5 鄰 2-10 號

三、LINE 官方帳號建立

(一) 推動目的

針對本計畫區賣店成立「LINE 官方帳號群組」，利於後續計畫宣導及業者間相互聯繫，並且隨時提供觀光旅遊、業態趨勢、地方創生等相關議題訊息，供業者參考。



(二) 執行作法

(1) 成立東管處賣店管理官方帳號

(2) 透過電聯與實地訪視期間邀請賣店加入

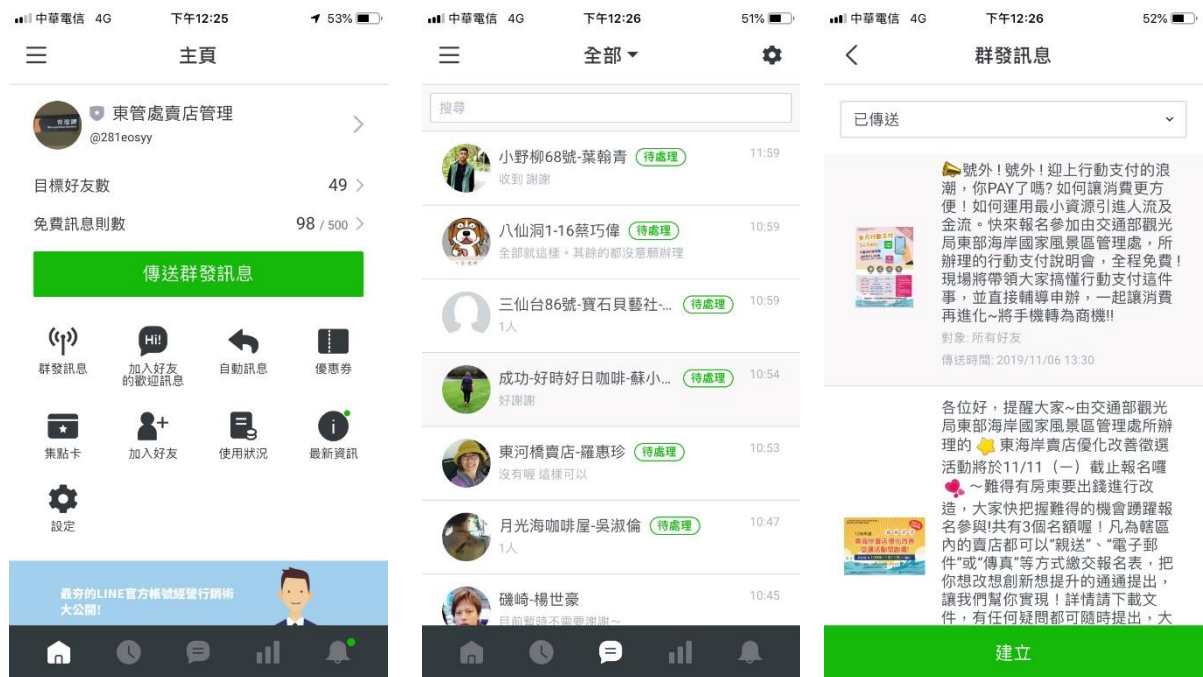
(三) 執行成果

(1) 成立時間：108 年 8 月中旬

(2) 目前好友數：至 2020/12/09 止共有 80 位，所有

賣店皆已加入

(3) 貼文篇數：33 篇



四、賣店經營管理建議

賣店經營管理的關鍵成功要素可分為以下幾項，提供未來賣店業者之參考與建議。

（一）賣店競爭：

賣店經營必須了解周圍同業的經營模式，建議由同業者 SWOT 分析中的劣勢及機會找出賣店的優勢與機會，彙整重點策略如下：

1. 品牌化經營：思考賣店營運定位，並規劃符合經營宗旨及核心價值的策略，提升遊客忠誠度。
2. 顧客導向：針對選定的目標客群，分析遊客需求，必須針對消費者在意的利益點，清楚地讓他們知道「我有多麼愛你，願意為你付出一切的努力」。視人為最大資產，重視顧客，並整合加強服務訓練。
3. 商品創新與多樣化：了解遊客需求與市場趨勢，持續創新研發或發掘新商品。
4. 賣店差異化：可能展現在產品、服務、人員能力，甚或品牌形象上，追求「人無我有」，我擁有的競爭優勢

就是不一樣，這是別家找不到的特色。

(二) 賣店銷售商品的定位：

重於定價策略，銷售產品最好能做市場區隔。可將定價決策方法分為以成本為導向的定價方法、以需求為導向的定價方法和以特殊要求為導向的定價方法三種類型。

1. 獨特性商品擬採用成本為導向的定價方法。
2. 舊品且同業對手商品而商品曝光率高擬採用需求為導向的定價方法。
3. 舊品且同業對手商品而商品曝光率低擬採用成本為導向的定價方法。
4. 新品、呆滯品或刺激消費...等的定價策略建議經營者依期望之目標彈性來訂出。

(三) 賣店的形象：建議從提高外在形象(燈光、清潔衛生、服務規範等)與商品視覺形象(包裝風格、色彩整體化(色系不超過 3 種)、陳列方式等)，來提高遊客進店率。

(四) 賣店的行銷推廣：首重於促銷方案的規劃，賣店必須不

定時舉辦促銷活動來刺激消費者消費，比方週年慶、節日或商品遇到庫存積壓...等，這都是最經常拿來實施促銷活動的好時機，而有了促銷計畫再來就得靠廣告宣傳來達到執行力。在二者相輔相成下的行銷推廣，力道就能發揮。

此外，網路蓬勃發展時代來臨，可透過多種通路來曝光，並提供消費者追求便利的需求上，可與網路消費或購物平台合作，線上結合線下，用社群軟體向消費者進行促銷，建立與消費者溝通的平台，貼近消費者的生活。

五、 執行效益

(一)分區座談會、賣店管理 SOP

1. 提升賣店管理系統化、資訊化、透明化：有效完成 62 家賣店的基礎資料建置，包含：水表、電表的位置，水電、租金繳納方式、週期等，並將資料系統化，有利於收費管理，同時也是未來推動自動繳費機制的前置作業。
2. 強化賣店的特色與建立差異性：團隊透過賣店資料的調查，一家一家走訪，與賣店經營者面對面的訪談，從中了解其經營的初衷與堅持，發掘賣店的主力商品與特色商品，未來在輔導過程中，團隊將持續強化賣店特色、人文故事等，以建立各家的差異性。
3. 扮演溝通的媒介與橋樑：在輔導過程中，有效反應賣店所面臨的問題，並確實將問題回報所屬單位，讓問題有效獲得解決或是持續追蹤，同時也讓賣店知道有問題也可以隨時跟輔導團隊反應。

(二) Google map 建置

1. 整合東海岸賣店資源，讓更多遊客快速搜尋賣店資料，
提升曝光率。
2. 當遊客在 Google 搜尋，或是 Google 地圖上搜尋東
海岸賣店時可即時顯示出地址、營業時間、聯絡電話
等資訊，增加遊客到達的方便性。

(三) LINE 官方帳號建立

1. 與賣店間建立良好溝通管道。
2. 整合賣店管理，有效掌控水電費、租金繳納情況。
3. 賣店與主管機關問題及時回應解決。

參、 遊客消費行為調查與分析

一、 推動目的

針對【賣店所屬風景區】進行「觀光客消費行為」之調查，主要以「問卷」方式，由輔導團隊、計畫駐點人員及問卷工讀生，針對各風景區遊客進行問卷調查...等基本資料收集，主要瞭解觀光客對於風景區賣店消費之行為、感受及建議，作為後續本計畫協助賣店優化改善及賣店區整體規劃之參考依據。

二、 執行作法

1. 時間：108 年 10 月 10-31 日
2. 內容：擬定遊客消費問卷執行計畫書(詳附件三)，並於 10 月 10-31 日二十二天，總計動員簡司萍、邱千修、李芍默、莊琇雯、陳力瑄等五位工作人員，並請部分賣店協助發放調查問卷，共完成改善前遊客消費行為問卷 700 份。

三、 執行成果

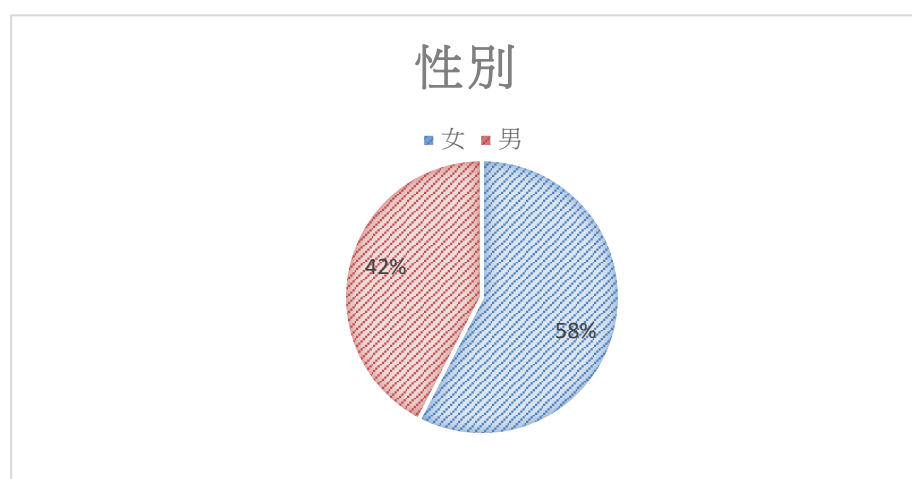
本團隊以問卷方式進行「觀光客消費行為」調查，並為提升遊客填寫意願，額外推出【填問卷領現金折價券】回饋賣店活動。觀光客消費行為-改善前基礎調查共回收 501 份；改善後成效調查共回收 203 份。

	
於三仙台發放遊客問券。	
	
於八仙洞發放遊客問券。	遊客使用活動現金折價券進行消費。
	
於月光小棧發放遊客問券。	於金樽發放遊客問券。
	
本調查活動發放之現金折價券	

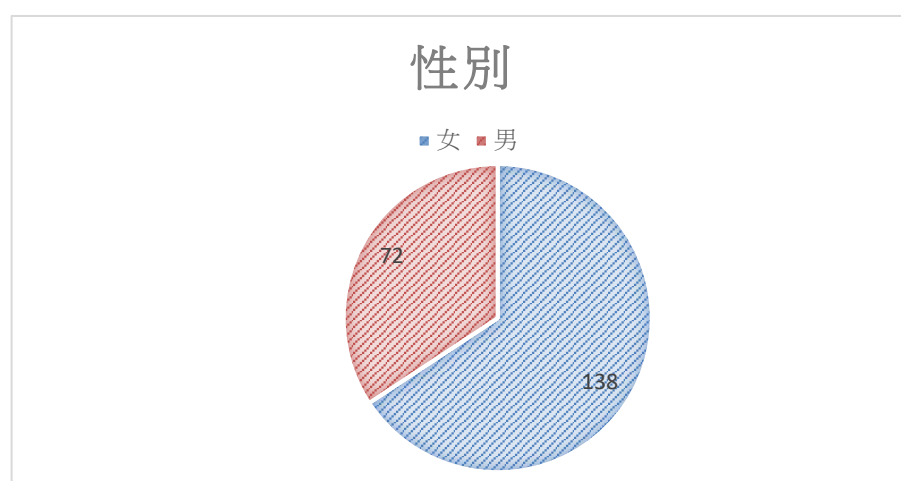
四、執行效益

1. 量化效益：今年度針對 3 個遊憩區(八仙洞、小野柳、三仙台)觀光客消費行為-改善後調查與去年度改善前基礎調查進行分析，量化效益說明如下：

A. 消費者基本資料來看，男女的比例為 34%跟 66% ，顯示女性多於男性。

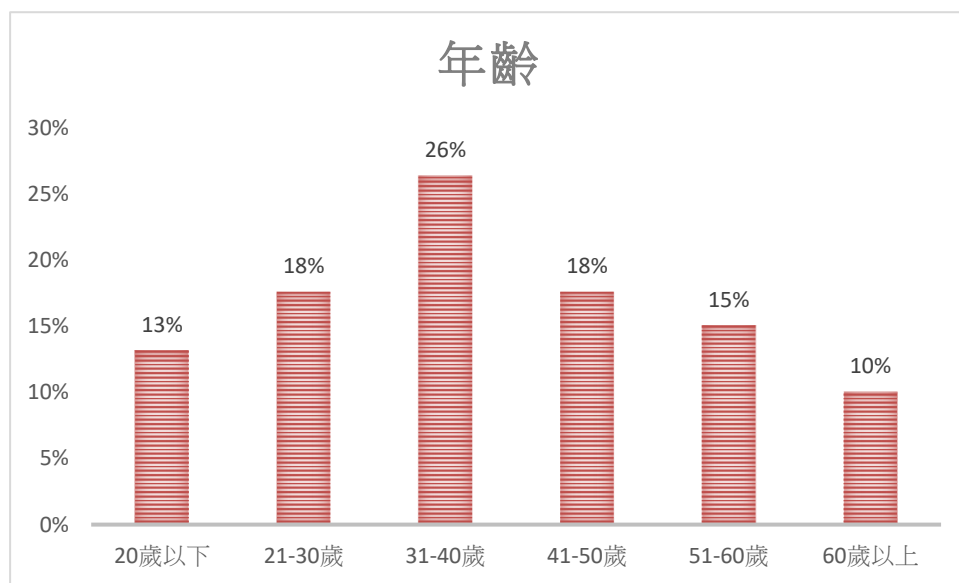


108 年度觀光客消費行為-改善前調查

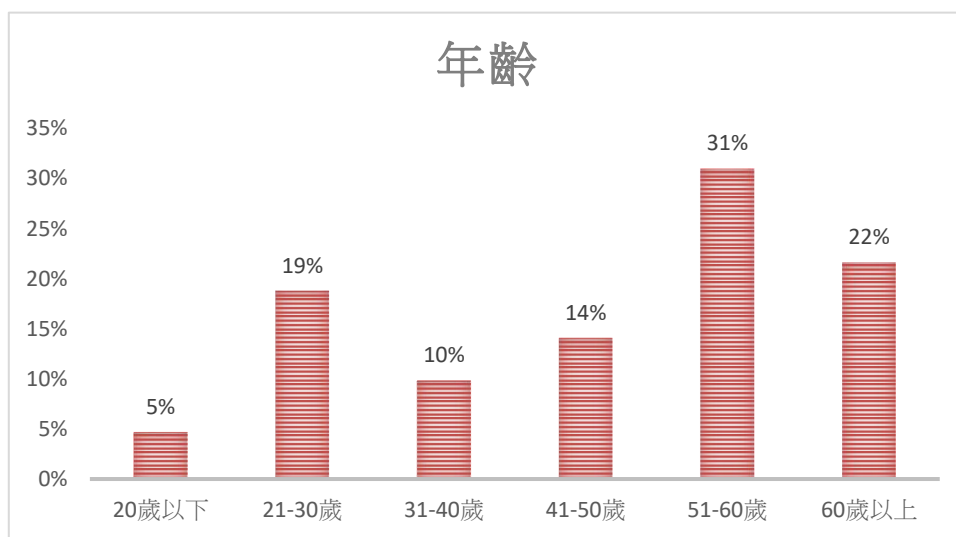


109 年度觀光客消費行為-改善後調查

本年度來訪的民眾年齡以 51-60 歲居多，佔了 31%，其次為 60 歲以上的民眾，佔了 22%。最少的是 20 歲以下，只佔 5%。相較於去年度以 31-40 歲的中壯年族居多，本年度遊客有老化趨勢。

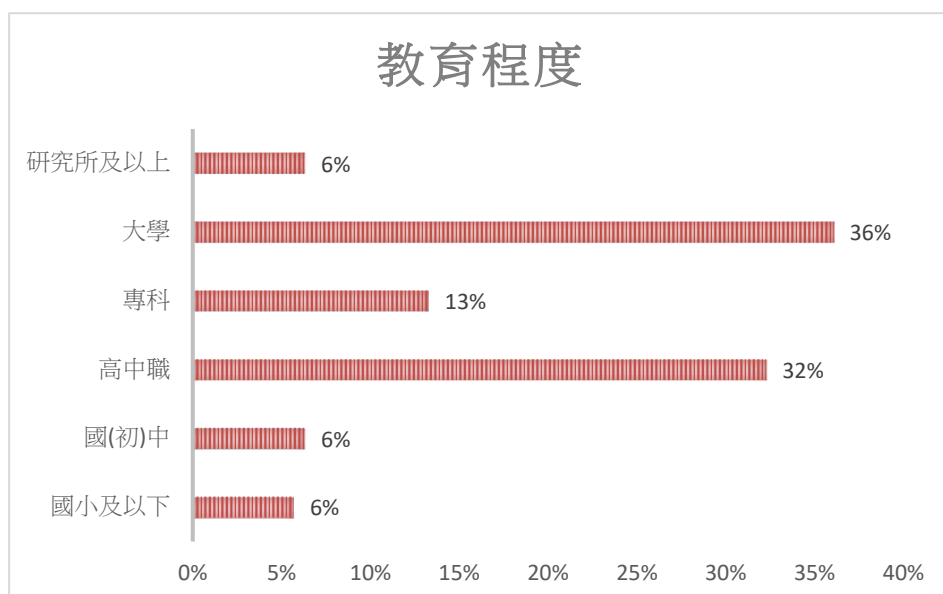


108 年度觀光客消費行為-改善前調查

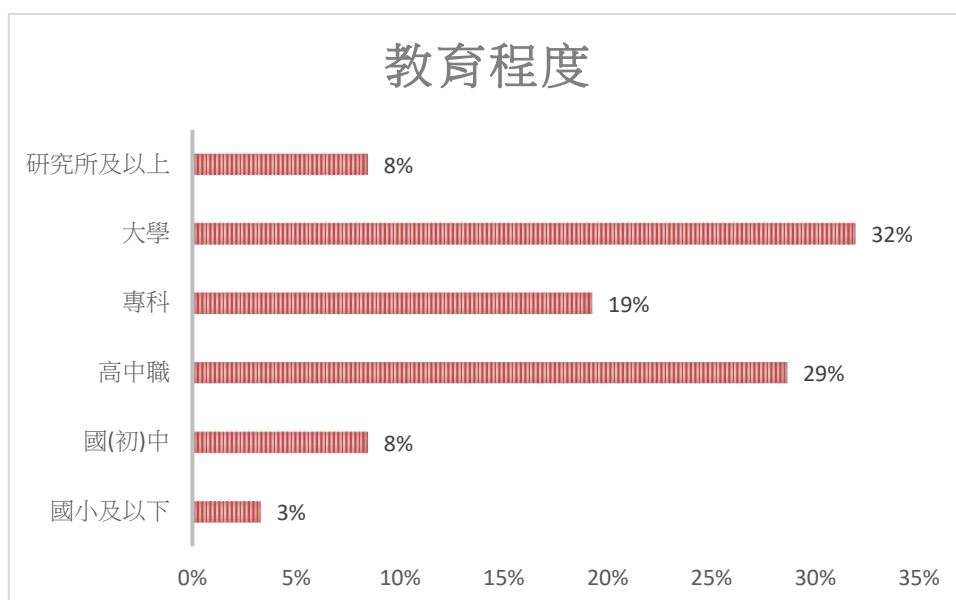


109 年度觀光客消費行為-改善後調查

教育程度以大學最多，佔 32%；高中職居次，佔 29%；第三則是專科，佔 19%；國小及以下最少，只占 3%。此現象與去年的調查結果相同。

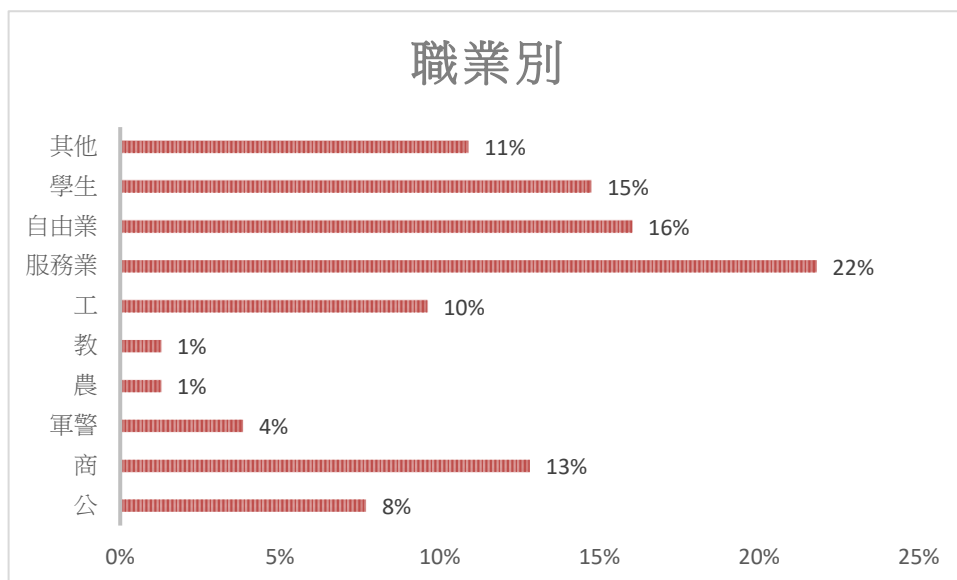


108 年度觀光客消費行為-改善前調查

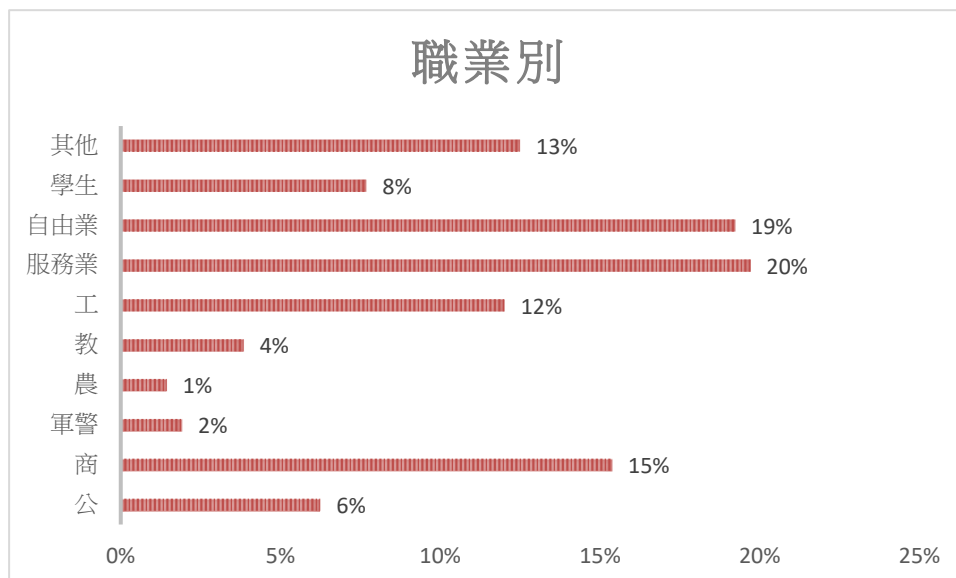


109 年度觀光客消費行為-改善後調查

職業類別以服務業和自由業居多，二者合計佔了 39%，商業居次，佔了 15%。最少的是農業、軍警等，各佔 1%、2%。推測是來訪遊客的居住縣市以北部居多，而北部來訪花東多安排三天以上假期，因此以非上班族居多。此現象與去年的調查結果相同。

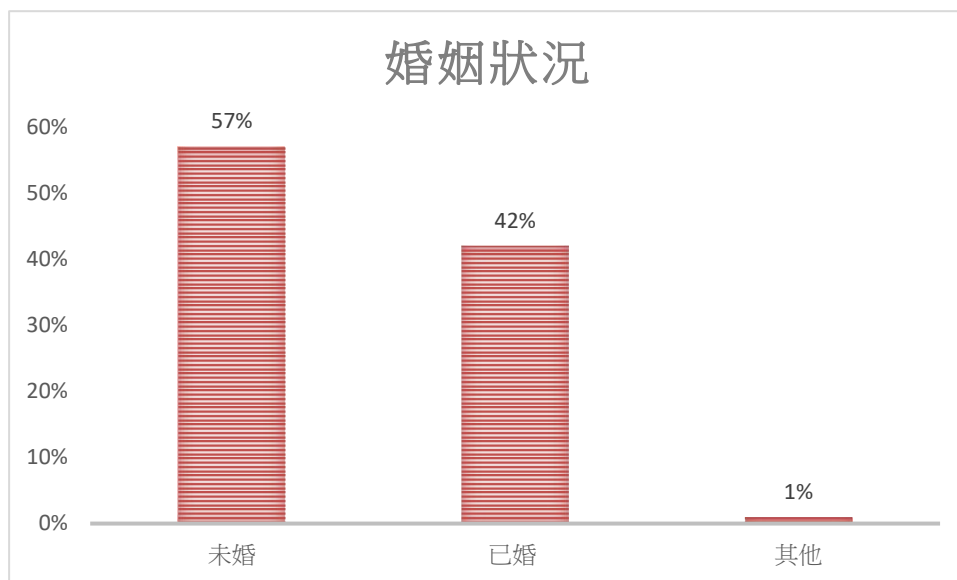


108 年度觀光客消費行為-改善前調查

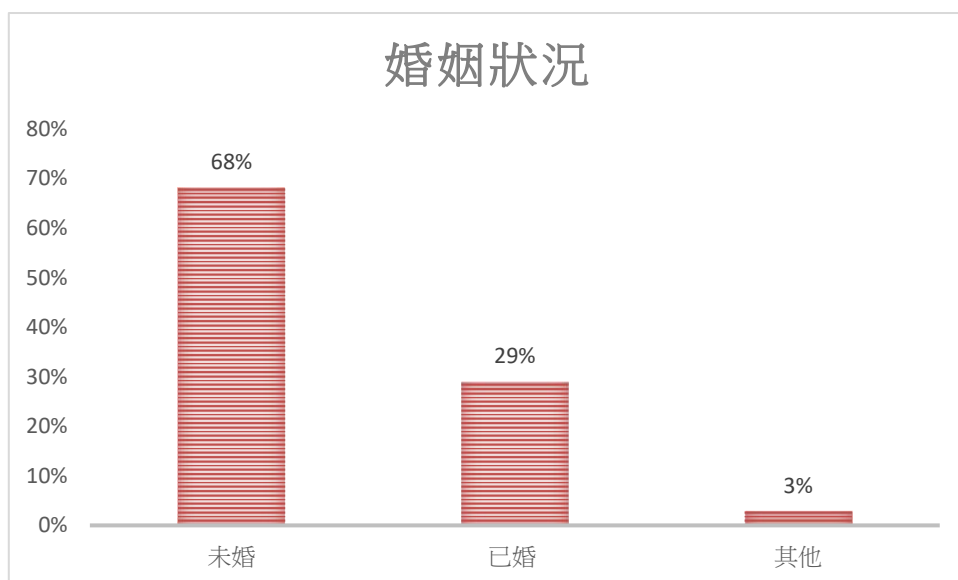


109 年度觀光客消費行為-改善後調查

調查婚姻狀況，發現未婚佔 68%、已婚佔 29%，其它佔了 3%。這是因為去年以未婚的青壯年族來訪居多，今年則以 50 歲以上長者居多。

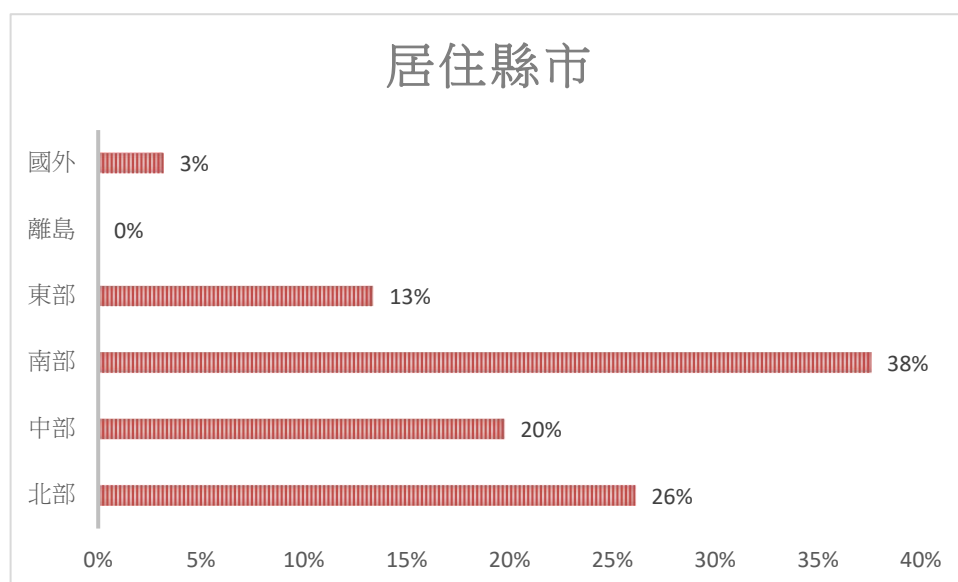


108 年度觀光客消費行為-改善前調查

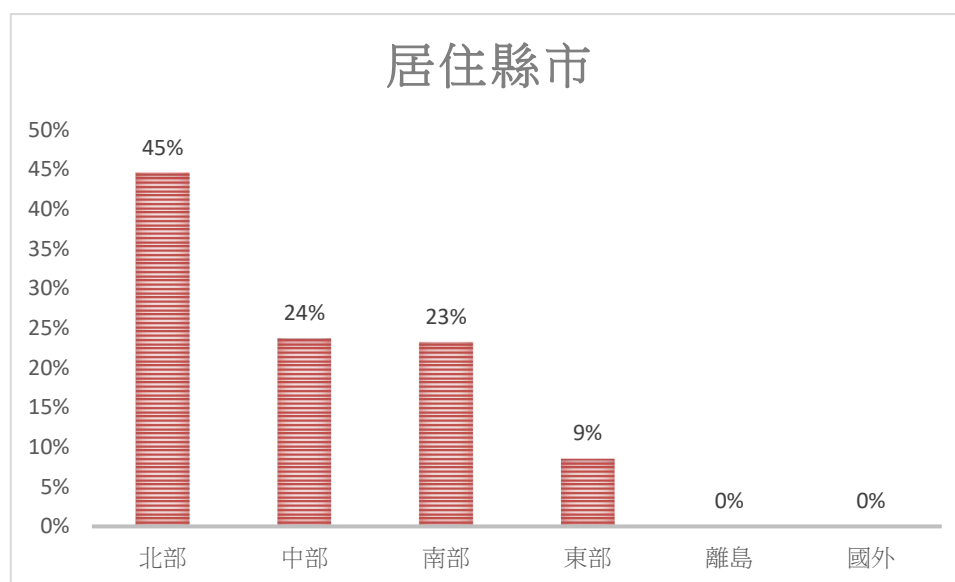


109 年度觀光客消費行為-改善後調查

以居住縣市來說，今年度以北部為最大宗，佔了 45%；中部、南部居次，各自佔 24%、23%，東部地區民眾只佔 9%，國外民眾只有 1 位。去年度則以南部為最大宗，佔了 38%。

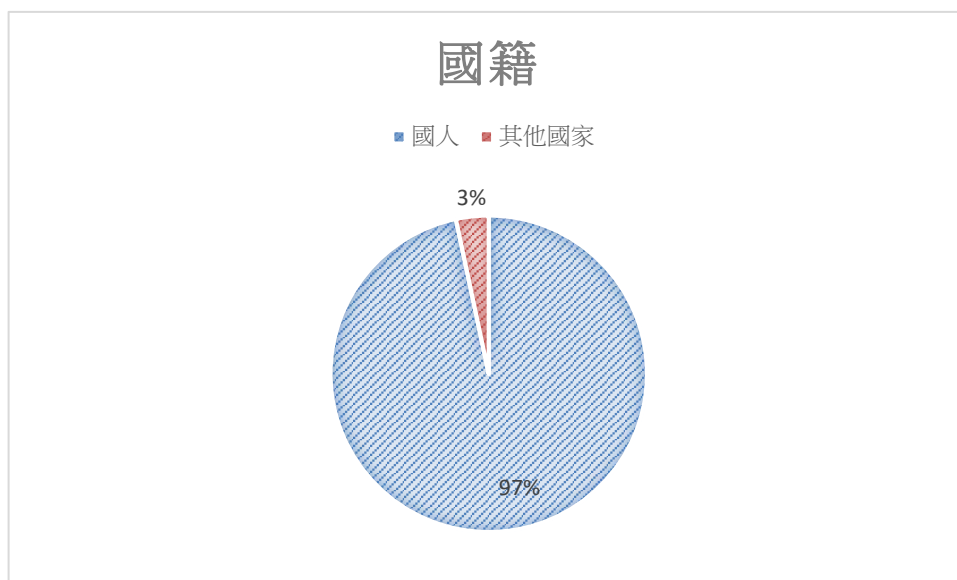


108 年度觀光客消費行為-改善前調查

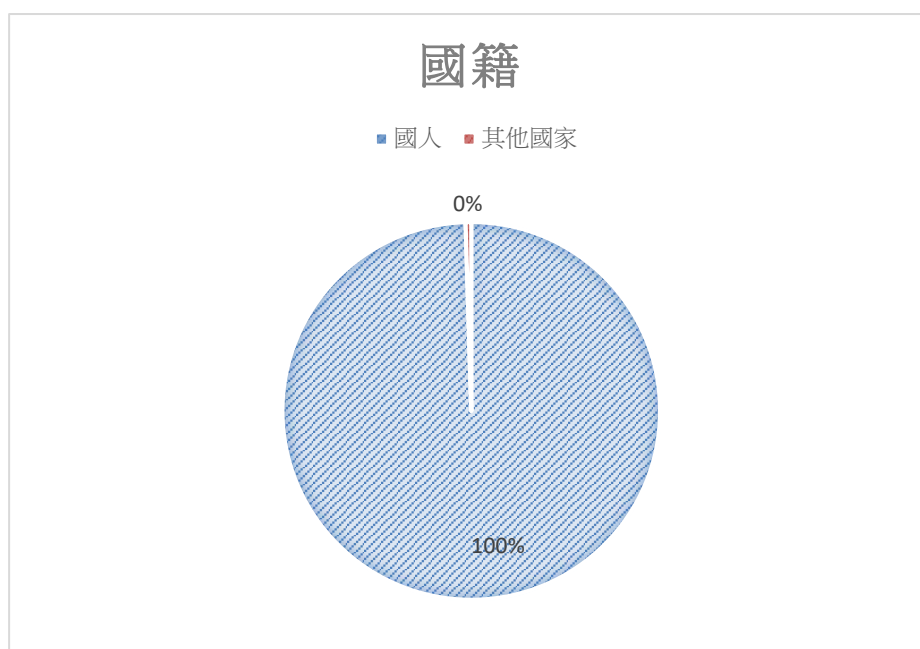


109 年度觀光客消費行為-改善後調查

以國籍來說，來東部海岸的遊客，還是以本國人居多，去年度有 5 位來自法國，今年度有 1 位來自韓國，推測除了調查期間，來訪的外籍遊客較少以外，也有可能是受限於語言，難以施作問卷。

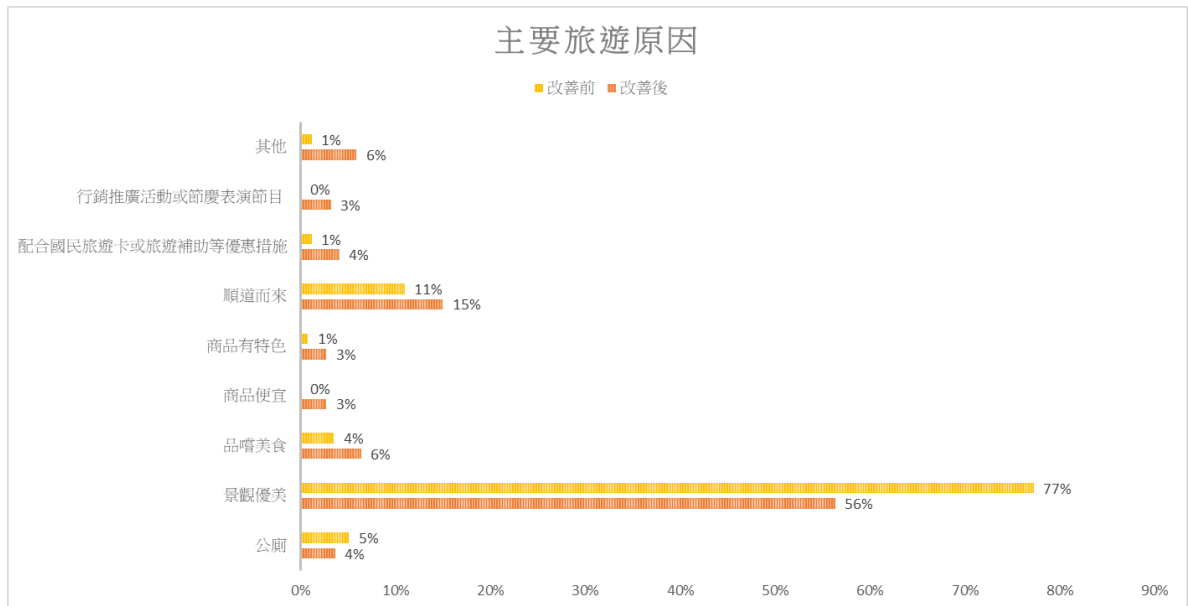


108 年度觀光客消費行為-改善前調查

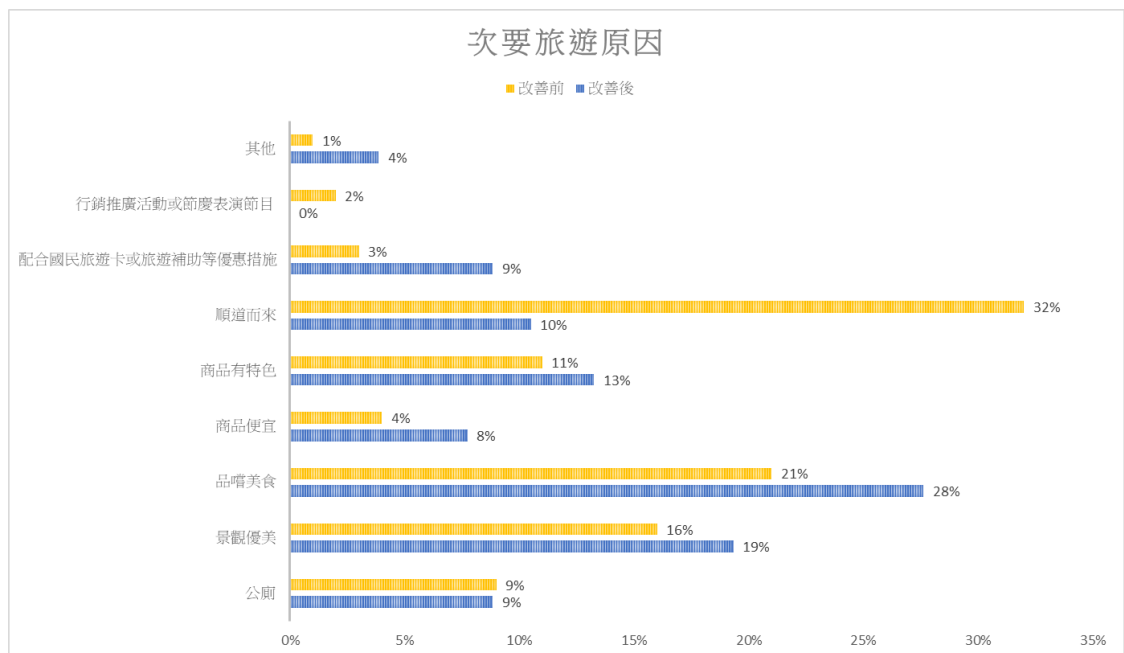


109 年度觀光客消費行為-改善後調查

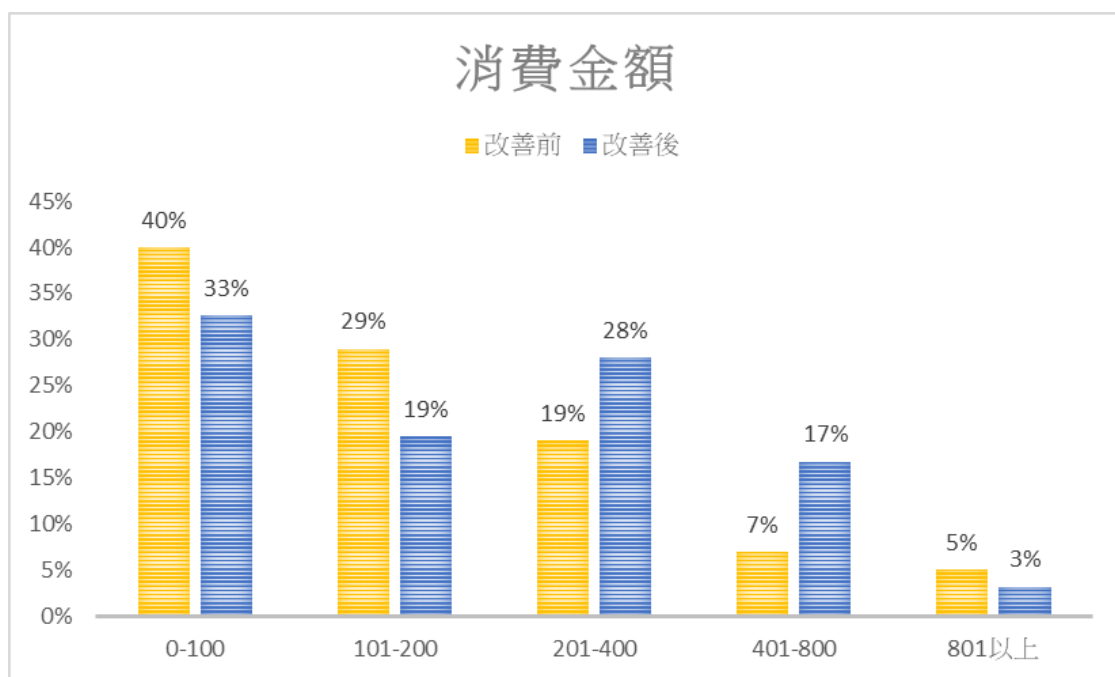
B.以消費行為來說，去年度與今年度大部分的消費者都還是因為東部海岸的景觀優美而前來，佔有 50%以上。



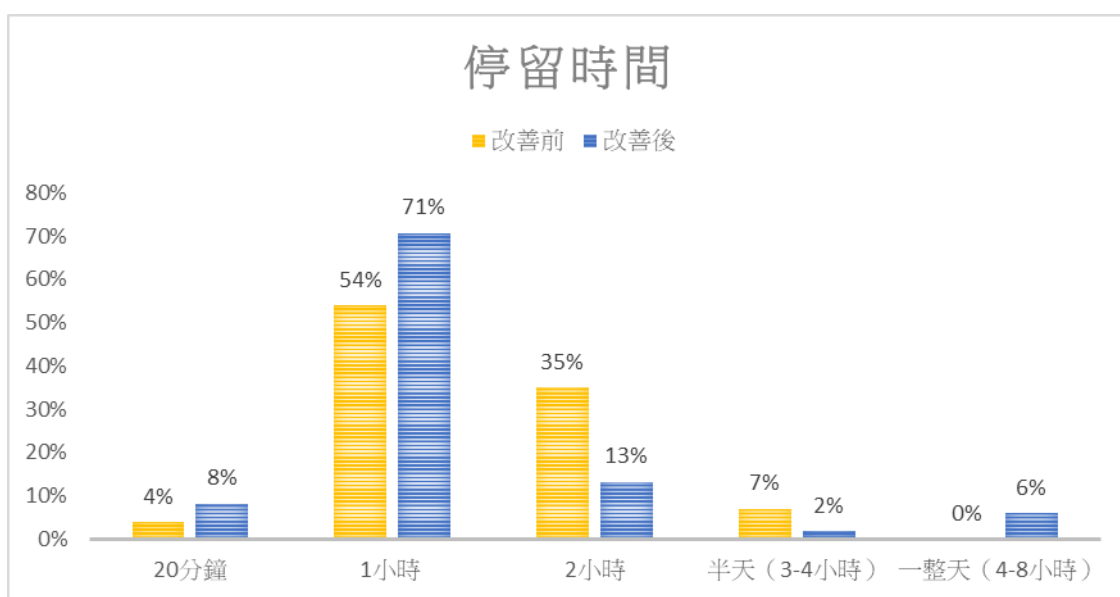
再次要旅遊原因分析：去年度以順道而來為主，占 32%，而其次為品嚐美食，占 21%；相較今年度則以品嚐美食為主，占 28%，而其次為景觀優美，占 19%，推測因疫情影響，大家開始關注國內旅遊勝地。



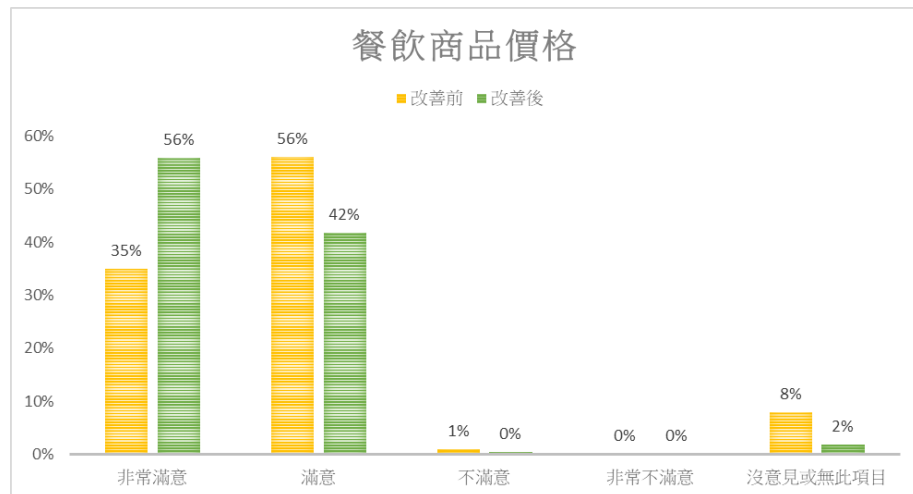
針對消費的金額，去年度與今年度大多數都落在 0-100 元之間，說明遊客停留的時間短暫，休息一下、上個廁所、吃個東西。



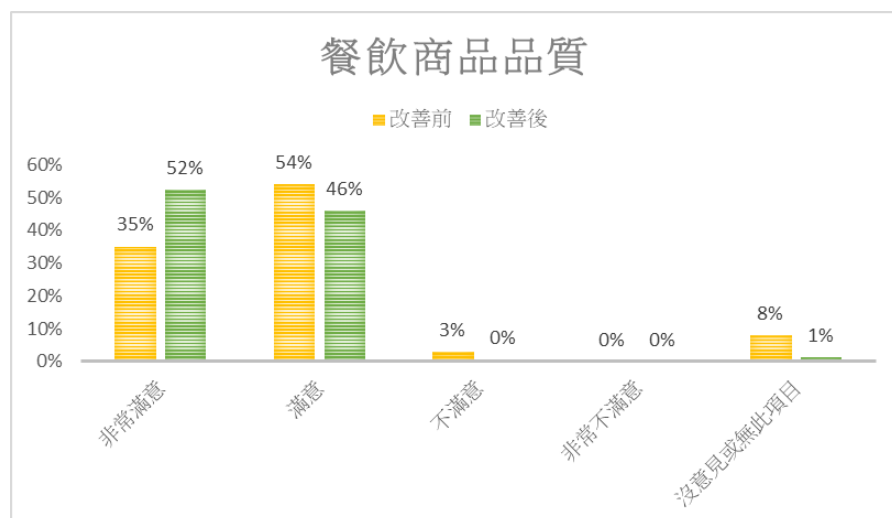
去年度與今年度遊客的停留時間多以一小時以內為多數，推測多為旅行團觀光，有限制遊玩時間。

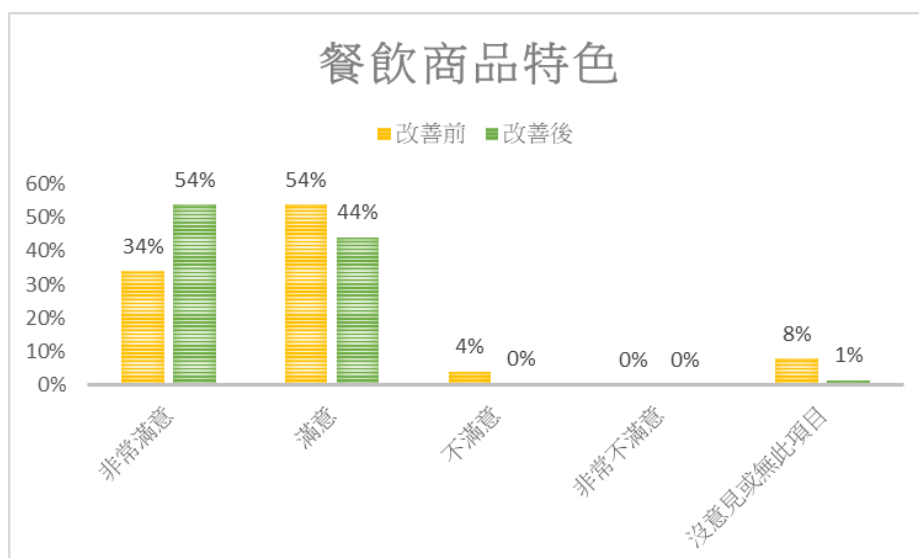


賣店餐飲商品價格中，去年度與今年度沒有多大差異，大部分介於非常滿意與滿意之間，推測是因為賣店餐飲的價格沒有太大浮動，都落在 50-150 元之間，能夠符合一般消費大眾的需求。

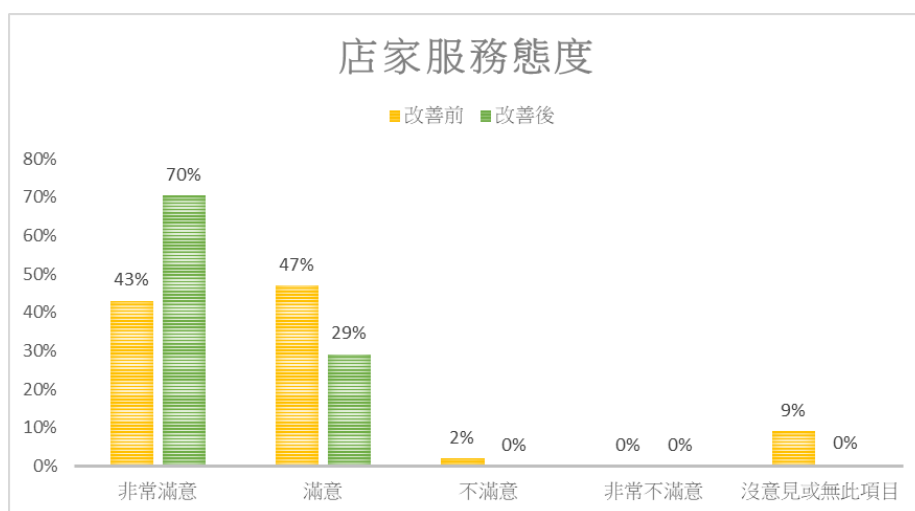


賣店餐飲商品品質與賣店餐飲商品特色中，去年度與今年度沒有多大差異，大部分都是非常滿意與滿意，推測是因為各遊憩區的賣店經營者，都還是以推出符合當地特色的產品，並提供良好的餐飲品質。

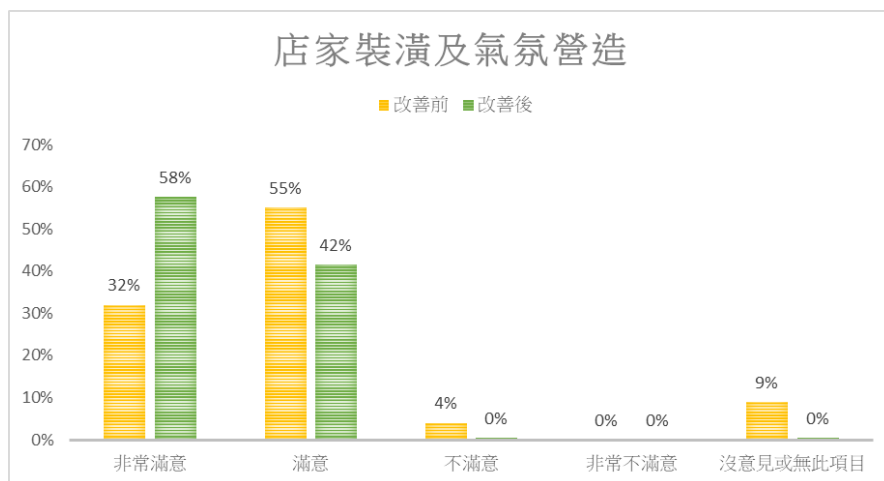




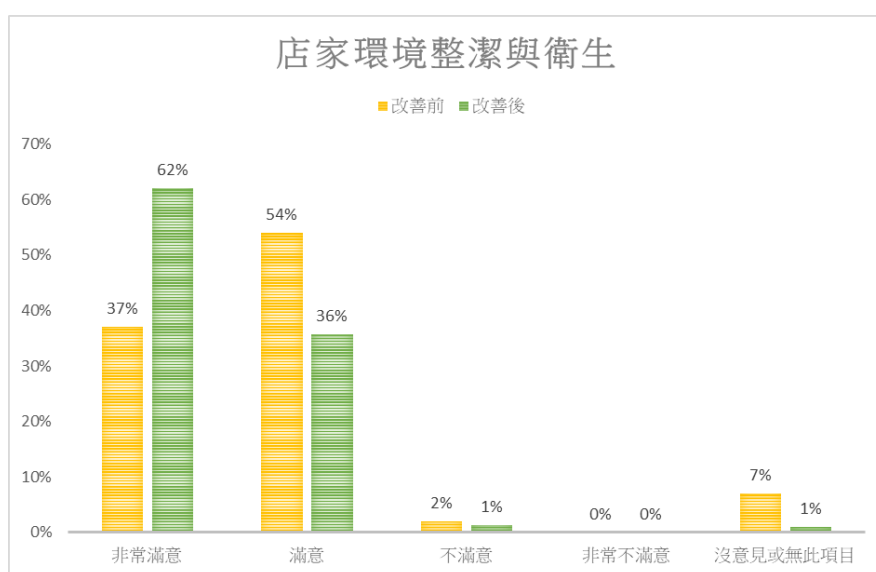
賣店服務態度中，今年度相較於去年度的滿意度有成長了一些，推測是因為計畫有介入輔導，並提供教育訓練供賣店經營者學學習精進。



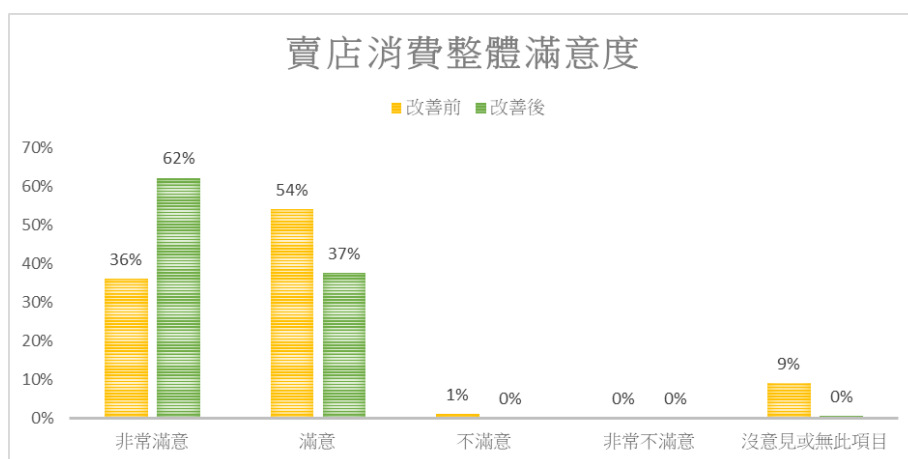
賣店裝潢及氣氛營造中，主要針對有改善的賣店進行調查，發現今年度相較於去年度的滿意度有成長了一些，推測是因為計畫有介入輔導，並提供優化改善服務，讓賣店裝潢都能符合當地特性，呈現獨特的風格，增加當地亮點。



賣店環境清潔與衛生中，去年度與今年度沒有多大差異，滿意度都還是達 50% 以上，由此可知主管機關、各賣店經營者，大都能維持好一定的清潔。

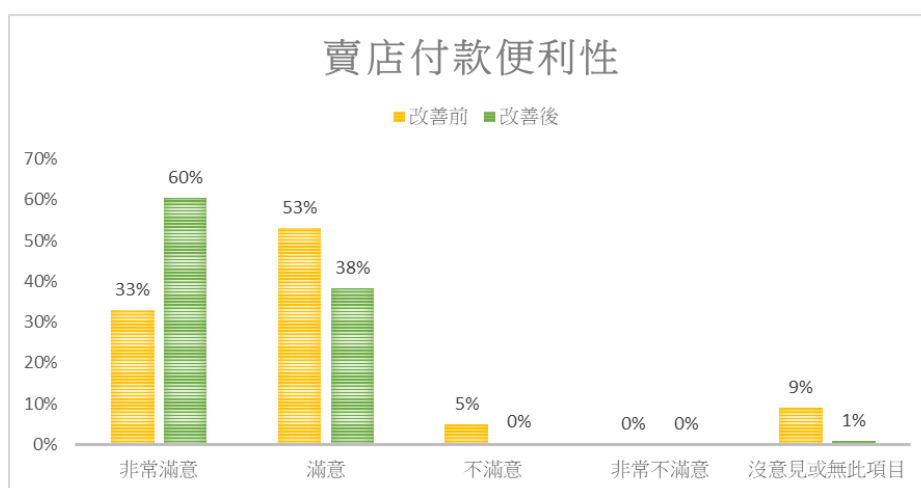


賣店消費整體滿意度中，今年度相較於去年度的滿意度有成長了一些，推測是因為計畫輔導賣店，增加了電子支付服務，提供遊客多元的消費選擇，且硬體設施或是賣店的餐食、服務、清潔等條件考量下，都能符合消費者的需求及滿意。



C. 針對未來推動行動支付的提問

以賣店付款便利性來說，去年度與今年度沒有多大差異，都還是保持滿意度極高。



以消費者慣用行動支付的工具來說，今年度有比去年度成長了一些，推測是因為近年政府積極推動，加上本計畫配合輔導業者安裝行動支付，讓此風潮漸漸發酵成長。

2. 質化效益

(1)透過消費問卷的調查，了解消費者對賣店的印象，無論是軟硬體的設施、服務等，都可做為賣店優化改善的參考數值。

(2)蒐集消費族群的基本資料，了解主要消費族群目標為青壯年、家庭旅遊、親子旅遊等客群，未來在設計行銷活動時，可以此為主要銷售目標族群。

(3)配合遊客問卷調查，推出發放 20 元現金折價券活動來回饋賣店與遊客，藉此增加遊客對賣店區的購買誘因，並提升賣店區曝光率。

肆、賣店輔導優化改善

一、推動目的

為提升賣店品質、增加遊憩區消費亮點，遴選出 3 處賣店輔導優化改善，結合計畫經費與業者自行籌措的配合款，針對賣店（如：商品包裝、商品陳列、專業服務或技術改善提升、特色商品研發、整體形象提升等）進行改造，以協助賣店提升營運模式，增加實質收入，其成功模式可成為其餘業者仿效對象。

二、執行作法

(一). 擬定遴選機制，並依據現況調查、專家顧問團訪視後

建議，經東管處及輔導團隊討論後，評選 3 處「有潛

力」且有「改造優化意願」及經評估有高度效益之賣店

進行「示範性改造」。

(二). 優化改善之內容包含：銷售內容、陳列、裝潢、服

務、形象等。

(三). 賣店改造所需費用，業者需自付 4 成，並由本計畫經

費提供 6 成改善費用。

三、 執行成果

(一)、專家顧問訪視

本團隊執行賣店輔導優化改善計畫(詳如附件 5-1)，自 108 年 10 月 21(一)開始受理報名，於 108 年 11 月 11 日(一)受理結束，共計收到 11 間賣店報名資料。

彙整所有賣店報名資料後，於 108 年 11 月 14 日(三)與交通部觀光局東部海岸國家風景區管理處主關機關，進行第一階段基本資格審查，經評估討論後，有部分賣店因租期關係，無法列入此次評選，其最後選定 6 間賣店進行第二階段專家審查及評選(詳如附件 5-2)。

第二階段專家顧問評選將選出 3 間「有潛力」且有「改造優化意願」及經評估有高度效益之賣店進行「示範性改造」，說明如下：

(1). 評選時間：108 年 11 月 28 日(四)

(2). 評選內容：

邀請 2 位專家學者國立臺東大學 蔡進士 教授、光+影規劃設計股份有限公司 黃小玲教授，進行診斷訪視。主要針對賣店配合意願及積極度、空間形象再造潛力、商品特色/特殊性、營運資源狀況、配合安裝行動支付意願等項目進行評選作業與提出具體建議。

(3). 訪視流程：

時間	內容	地址
08:15 - 08:30	訪視行前說明	台東管理站會議室 台東縣台東市松江路一段 500 號
08:30 - 09:00	小野柳 66 號	台東縣台東市松江路一段 500 號
09:00 - 09:30	小野柳 67 號	台東縣台東市松江路一段 500 號
10:00 - 10:30	東河橋太陽屋	台東縣東河鄉台 11 縣 131 公里路旁
11:00 - 11:30	三仙台努瓦里岸 文化劇場	台東縣成功鎮三仙里基翬路 74 號
11:30 - 13:00	中午休息 老師您辛苦了！	
13:30 - 14:00	八仙洞 1-32 號	台東縣長濱鄉三間村水母丁 1-4 號
16:00 - 16:30	花蓮遊客中心觀海樓 11 不捨	花蓮縣壽豐鄉鹽寮村大坑 5-1 號
16:30 - 17:00	訪視討論會議	花蓮縣壽豐鄉鹽寮村大坑 5-1 號
17:00-	賦歸	

(4). 評選結果：

經由 1 天緊湊的評選行程，2 位專家顧問評選出 3 家潛力賣店，分別為八仙洞 1-32 號賣店、三仙台努瓦里岸文化劇場、小野柳 66 號賣店，並針對各賣店提供專業的建議，以利未來輔導計畫進行。後續本團隊將針對專家顧問所給予的建議，進行賣店優化改善規劃。賣店評選結果與建議如下：

評分項目	編號 1 小野柳 66 號		編號 2 小野柳 67 號		編號 3 東河橋 太陽屋		編號 4 三仙台努瓦里 岸文化劇場		編號 5 八仙洞 1-32 號		編號 6 花蓮觀海樓 11 不捨	
	專家 1	專家 2	專家 1	專家 2	專家 1	專家 2	專家 1	專家 2	專家 1	專家 2	專家 1	專家 2
配合意願及積極度(30%)	24	16	20	16	18	15	26	30	28	30	24	30
賣店空間形象再造潛力(20%)	17	20	15	19	14	15	18	18	19	20	16	10
商品特色/ 特殊性(20%)	17	18	15	15	14	15	18	18	19	18	16	15
賣店營運 資源狀況(20%)	17	18	15	15	14	15	18	18	19	18	16	15
配合安裝行動 支付意願(10%)	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	8	10
小計	85	82	75	75	70	70	90	94	95	96	80	80
總分	83.5		75		70		92		95.5		80	
排名	3		5		6		2		1		4	
專家顧問簽名：日期：2019/11/28												

賣店名稱	評選建議
小野柳 66 號	1. 店家改變意願高，但仍有所顧慮，建議逐步取捨，定位主打商品之銷售，以利永續發展。 2. 賣店區位極佳，具門戶意象，必須改善賣店空間設計、氣氛營造。 3. 商品多主打在地與自己 DIY，建議未來可開發一款伴手禮、紀念品，並設計完善品牌包裝、LOGO。 4. 建議規劃短、中、長期經營計畫，思考大眾觀光客的需求，提升整體視覺意象。 5. 賣店整體資源完善，形象再造潛力高，建議可做為小野柳示範性賣店。
小野柳 67 號	1. 商品應積極減量，重新定位賣店主題。 2. 空間運用凌亂，雜物與商品位於同區域，降低遊客購買意願。
東河橋太陽屋	1. 目前販售的商品與當地較無直接關聯性。
三仙台努瓦里岸文化劇場	1. 建議從入口營造“請跟著羊走”羊群意象引導進來。 2. 可利用外廊現有空間提供部落特色產業、手作市集，及設置一處作為資訊站。 3. 建議表演時間微調，可搭配後續部落餐食，例如：上午 11:00 表演，12:00 用餐，與旅行社設計包套遊程。 4. 建議推出網路預訂，吸引外地人潮。 5. 宣傳摺頁建議再多突顯特色，可增加 QR code。 6. 建議擬定完善的經營企劃，重新建構整體商業經營模式。 7. 店家本身非常有想法與積極性，加上擁有部落文化獨特性與工藝技術，形象再造潛力極高。
八仙洞 1-32 號	1. 商品獨創性強，建議以打造台東 LV 為口號，創立自己的品牌。 2. 整體陳列空間凌亂，且商品需做減量並單純化，強化主打商品的故事性與獨創性。 3. 店家本身手作能力強，惟缺形象推廣，建議可以編織為主題進行空間佈置，並開發組合不同材料做編織商品。 4. 賣店氛圍建議可以個人工作室概念進行改造，並設置迎賓茶/咖啡，增加與遊客對話交流的機會。 5. 整體形象再造潛力高，可作為八仙洞示範性賣店。
花蓮遊客中心觀海樓 11 不捨	1. 整體空間形象已具雛形，形象修改幅度不大。 2. 建議調整賓客動線與完善宴客流程，可考慮調整婚禮新人進出口位置。 3. 建議需區分喜宴與一般團散客的差異性，釐清現況最需調整的問題。



顧問訪視行前說明會。



評選顧問訪視_小野柳 66 號賣店。



評選顧問訪視_小野柳 67 號賣店。



評選顧問訪視_東河橋賣店。



評選顧問訪視_三仙台努瓦里岸文化劇場賣店。



評選顧問訪視_八仙洞 1-32 號賣店。



評選顧問訪視_花蓮觀海樓 11 不捨。



訪視結果討論會議。

(二)、賣店輔導優化改善內容

經由 108 年 11 月 28 日(四)的評選行程，2 位專家顧問評選出 3 家潛力賣店，分別為八仙洞 1-32 號賣店、小野柳 66 號賣店、三仙台努瓦里岸文化劇場，本團隊已針對專家顧問所給予的建議，並與業者討論溝通，進行賣店優化改善規劃。進度說明如下：



八仙洞 1-32 號

四季藝品 台東 LV 專賣店

- 以「編織」為主要元素，重新塑造賣店門面，調整空間配置與燈光塑造，突現其獨特性。
- 以打造「台東 LV」為目標，讓買菜變得優雅，翻轉大眾對於塑膠編織籃的刻板印象，提高商品價值，並提供遊客一個舒適且有溫度的消費環境。
- 展示各式編織工藝，讓大眾了解不同編法與故事，提升商品認同感。
- 整體設計以「可活動式」為主，可依現況隨時拆卸與調配。



小野柳 66 號

Y cafe 複合式賣店

- 以複合式咖啡棧概念進行改造，讓外地人來這尋夢，店家在這築夢。
- 進行商品品項減量，定位主打商品，初期以紀念品，甜點，麵包，咖啡，名產，小米酒為主。原先超出範圍之帽架、產品架將撤除。
- 採複合式經營，並以永續在地發展為目標，連結當地資源，傳承老店精神。
- 整體設計以「可活動式」為主，可依現況隨時拆卸與調配。



三仙台努瓦里岸文化劇場

No Wali An

- 配合部落假期羊裝置藝術，設計直立式招牌，與羊形成入口迎賓裝置藝術。
- 初步以「No Wali An」作為標語。
- 配合部落假期，打造親子、情侶必訪的打卡點。

1. 八仙洞 1-32 號賣店 - 台東 LV 專賣店 四季藝品

(1) 現況課題：

原在八仙洞景區內為餐飲店面，主要販售麵、魚湯、海產為主，後搬遷至新建賣店區後，因遊客量與時機變遷，轉為工藝品店，以編織藝品為主，在特殊節日才會額外販售果汁、水果。

經本團隊訪視與評選後整理出以下課題：

- 賣店門面堆滿商品，略顯雜亂，無辨識度。



- 主打編織包，有優良的手工技術，但缺乏品牌形象包裝，無獨特性。



- 內部空間擺設雜亂，商品種類多樣，風格不一，無主題性，無法突顯賣店特色。



(2) 優化改善建議：

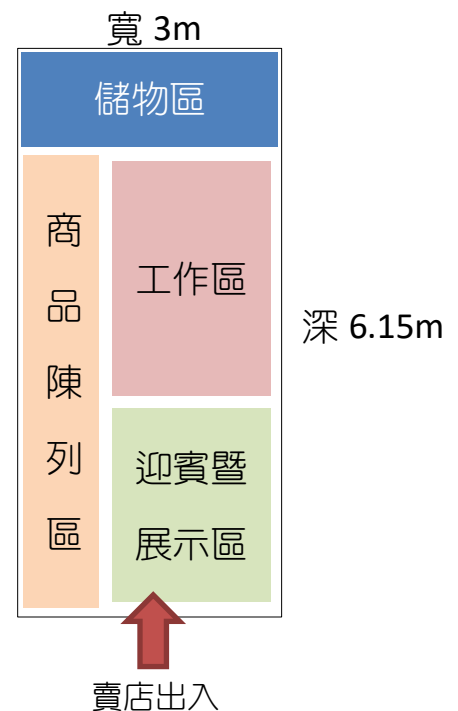
初步以空間改善規劃、品牌建立規劃兩大項目進行建議說明，後續將與各賣店開會討論本計畫優先改善之項目。說明如下：

A. 空間改善規劃：

以編織為主要元素，重新塑造賣店門面，調整空間配置與燈光塑造，突現其獨特性，以打造台東LV為目標，讓買菜變得優雅，翻轉大眾對於塑膠編織籃的刻板印象，提高商品價值，並提供遊客一個舒適且有溫度的消費環境。

初步構想說明如下：

- 以個人工作坊概念進行改造，並將空間劃分為四大區，如下說明：



- 迎賓暨展示區：提供免費茶/咖啡服務，藉以與遊客交流並增加介紹商品的機會。
- 商品陳列區：精選幾款特色的商品作擺設，並依編織難易度排序，不僅方便與遊客解說，更可創造每個商品的獨創性。
- 工作區：現場展現編織技術，並提供遊客臨時微調或增加裝飾的服務。未來更可增加DIY 課程，透過互動體驗讓遊客流連忘返。
- 儲物區：有效歸納商品與編織材料，並依類別收納，建立完好進出貨空間。



- 商品單純化，純販售編織類商品，並以編織為元素進行空間氛圍塑造，如牆壁、天花板。



B. 品牌建立規劃：

協助賣店確立目標受眾、品牌定位與品牌願景後，開始規劃品牌識別系統，包含賣店招牌、商品商標、品牌故事撰寫…等，後續更可創立網路銷售平台，提升遊客對賣店的辨識度與認同感。

(3) 施作成果：

本期以空間改善規劃為優先改善之項目，說明如下：

A. 【編織玫瑰招牌】-門面整理：將外部商品整理乾淨，請店家利用編織工藝設計屬於自己的招牌做佈置，增加遊客辨識度與獨特性。

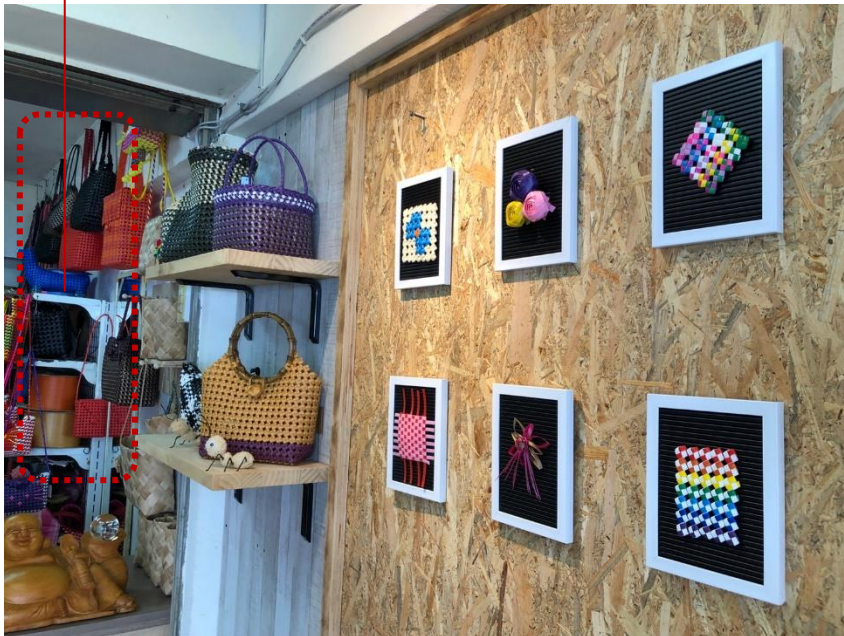


B. 【編織工法展區】-迎賓暨展示：提供各式編織工法展示，藉以與遊客交流並增加介紹商品的機會。

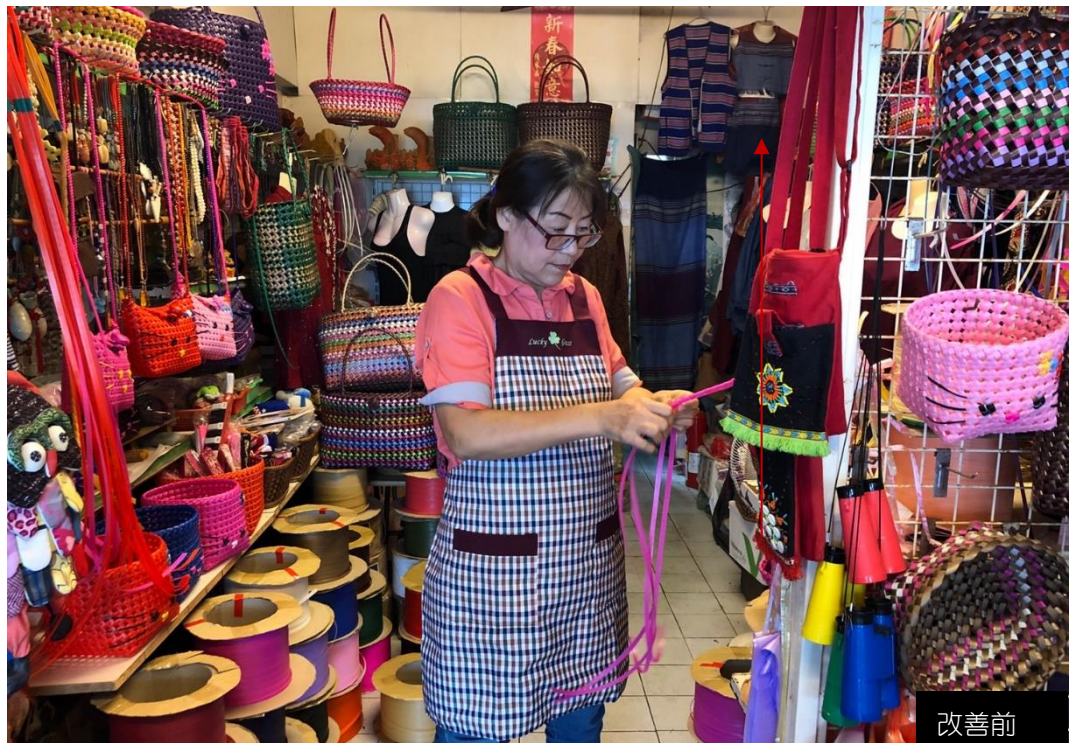


整理現有層架，將編織帶材料
整齊擺放，方便客人選色。

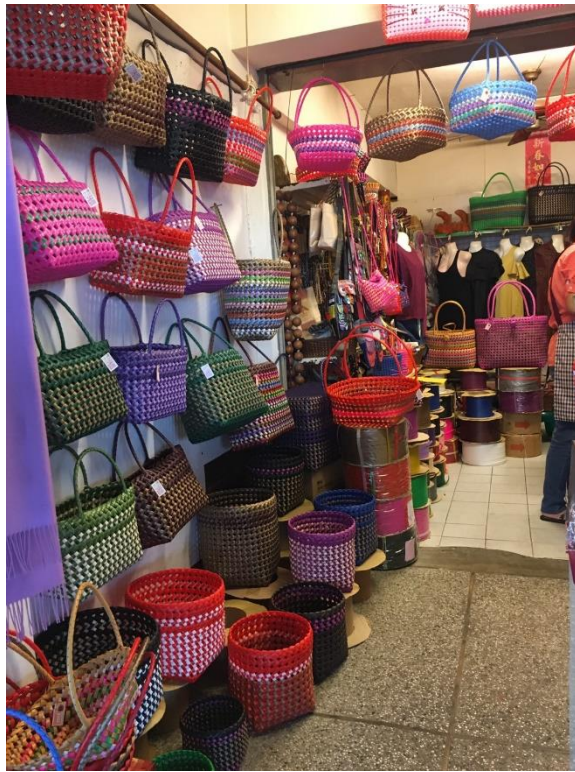
店家提供平織法、斜編法、傳統編
法...等作品放入相框進行展示。



C. 【編織數位支付】-工作暨結帳：輔導店家申裝行動支付，並於現場展現編織技術，並提供遊客臨時微調或增加裝飾的服務。未來更可增加DIY課程，透過互動體驗讓遊客流連忘返。



D. 【編織商品美顏區】-商品陳列：精選幾款特色的商品作擺設，並依編織難易度排序，不僅方便與遊客解說，更可創造每個商品的獨創性。



E. 【品牌建立】-文宣製作：設計商品專屬價格吊牌、店家名片，讓價格透明化，並推廣自家品牌，增加遊客印象。



正面



背面

台東LV專賣店-四季藝品

談春娥

地址：台東縣長濱鄉八仙洞1-32號
電話：0912-789-200

Life Value Local Value Love Value
提升生活價值 創造地方價值 連結情感價值



(4) 施作經費：

工程地點	工程總類	單位	數量	單價	小計	備註
八仙洞 1-32 號	木工	式	1	32, 120	32, 120	1. 壁面裝飾 (OS 板) 2. 商品層列板 3. 工作吧檯 (美耐板、木心板、皮板 (單面/雙面)) 4. 工法展示相框 5. 店面招牌裝飾底 (集成角料) 6. 五金 (螺絲、滑軌、調整腳座…等)
	水電	式	1	6, 930	6, 930	軌道燈、線材
	地坪	式	1	17, 000	17, 000	塑膠地板面料、黑底料、工具、小工
	小工	式	2	47, 000	47, 000	施作木工師傅 (前置作業、現場)、水電師傅、實習工班
	貨車載運	式	1	4, 000	4, 000	載送材料、完成品…
	雜支	式	1	4, 000	4, 000	強力膠、工具耗材、庶務…等
	設計與監造管理費	式	1	9, 600	9, 600	依建築物工程技術服務建造費用百分比上限參考表-第一類
施工總計					120, 650	
業者自負 40%					48, 260	編織招牌製作、編織工法展示製作、吊牌/名片輸出、施工協助 (木工、水電)、垃圾清運、入口自行增加層架、壁面油漆
工程總預算					168, 910	

2. 小野柳 66 號賣店-Y cafe 複合式賣店

(1) 現況課題：

本店以經營咖啡與休閒健康輕食/農特產品/旅遊相關商品等，販售 3 年有餘，以提供更多元更專業的商品與溫馨的服務為創業理念。

經本團隊訪視與評選後整理出以下課題：

- 現有商品擺設雜亂，無區分倉庫區與商品陳列區，物品多樣但無獨特性，降低遊客購買意願。



- 自製農產品無品牌包裝識別，無法強調在地性與獨特性。



- 餐飲空間與產品空間無區隔，整體氛圍營造不足，且在菜單、外帶杯、宣傳旗幟…等文宣設計上也無統一識別，不夠吸睛。



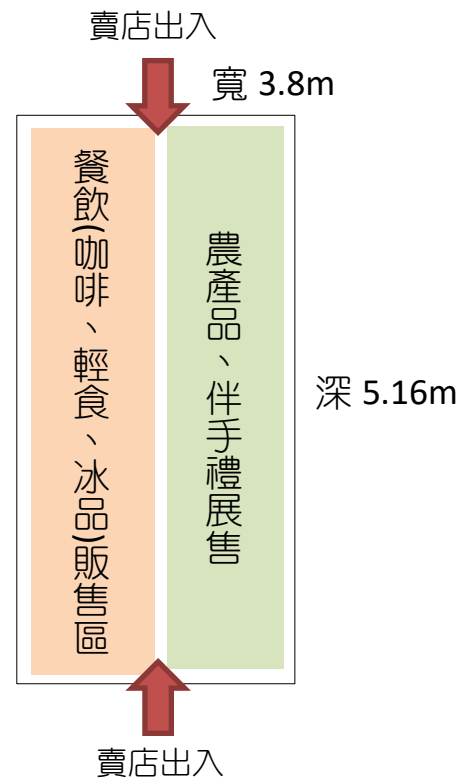
(2). 優化改善建議：

初步以空間改善規劃、品牌建立規劃兩大項目進行建議說明，後續將與各賣店開會討論本計畫優先改善之項目。說明如下：

A. 空間改善規劃：

首要進行商品品項減量，定位主打商品，初期建議以咖啡、輕食、冰品、自產農產品為主，採複合式經營，並以永續在地發展為目標，連結當地資源，傳承老店精神。建議重新塑造賣店門面、調整空間配置，建立老店創新形象，提供遊客一個明亮舒適且有家的溫度的消費環境。

- 以夢想咖啡棧概念進行改造，讓外地人來這尋夢，店家在這築夢，建議將一樓空間劃分為兩大區，二樓做為儲物區，如下說明：

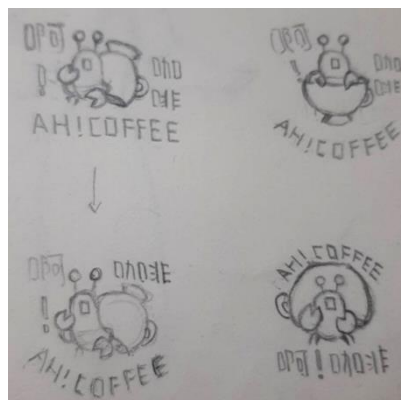


- 餐飲販售區：整合既有餐檯設備，設計完善製餐區與點餐區，並規劃收納收納空間，讓老闆娘流程更加順暢。
- 農產品販售區：改變商品陳列方式，並輔以燈光與產品說明牌。
- 二樓儲物區：有效歸納商品與材料，並依類別收納，建立完好進出貨空間。



B. 品牌建立規劃：

協助賣店確立目標受眾、品牌定位與品牌願景後，開始規劃品牌識別系統，包含賣店招牌、菜單設計、外帶容器包裝設計、自製農產品包裝設計、品牌故事撰寫…等，後續更可創立行銷社群平台，建構短、中、長期經營計畫，有效提升遊客對賣店的辨識度與認同感。



(3) 施作成果：

本期以空間改善規劃為優先改善之項目，說明如下：

A. **【夢想行動商品展區】**餐飲販售：將現有櫃檯區重新整理，歸納電器與既有櫃體，並進行外部裝飾。另外，將門口商品減量陳列，增加菜單、廣告展示區，並輔以投射軌道燈，增加明亮度與提升整體氛圍。



新增通透吊櫃增加儲物與展示空間

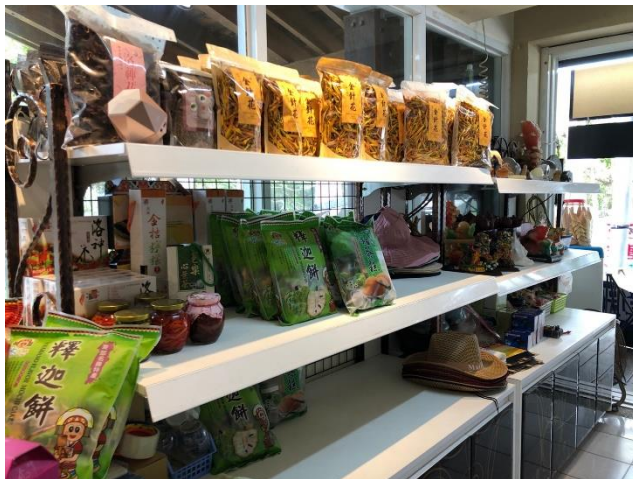


將既有吧檯整併，並外部設計背板，統一視覺。

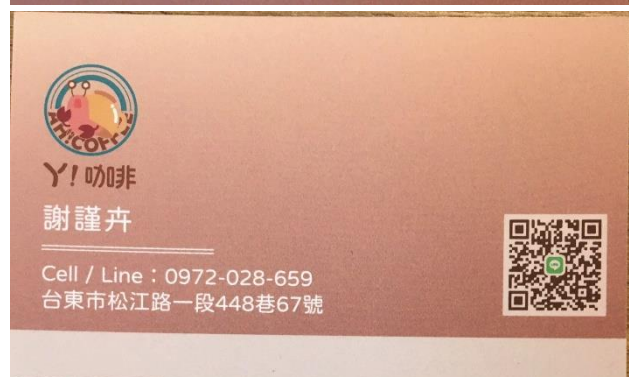
遮掩樓梯空間，裝上黑板式菜單與投射軌道燈。達到美觀與宣傳效果。



B. 【在地小農推廣區】農產品販售：改變商品陳列方式，並輔以燈光與產品說明牌。



C. 【品牌建立】-文宣製作：結合老闆女兒美術背景，共同討論設計咖啡廳 LOGO，從招牌、包裝貼紙、名片、菜單繪製等統一風格，加強遊客意象。



(4) 施作經費：

工程地點	工程總類	單位	數量	單價	小計	備註
小野柳 66 號	木工	式	1	48,000	48,000	1. 樓梯口裝飾(菜單黑板、皮板(單面)) 2. 吧檯(木心板、皮板(單面/雙面)、矽酸鈣板、美耐板、集成角料) 3. 吊櫃(木心板、皮板(單面/雙面)、美耐板、集成角料) 4. 五金(螺絲、滑軌、調整腳座…等)
	水電	式	1	5,590	5,590	軌道燈、線材
	小工	式	2	50,000	50,000	施作木工師傅(前置作業、現場)、水電師傅、實習工班
	貨車載運	式	1	4,000	4,000	載送材料、完成品…
	雜支	式	1	4,000	4,000	強力膠、工具耗材、庶務…等
	設計與監 造管理費	式	1	9,600	9,600	依建築物工程技術服務建造費用百分比上限參考表-第一類
施工總計					121,190	
業者自負 40%					48,476	咖啡廳形象設計、產品包裝設計與輸出、既有吧檯改裝整理、施工協助(木工、水電)、垃圾清運
工程總預算					169,666	

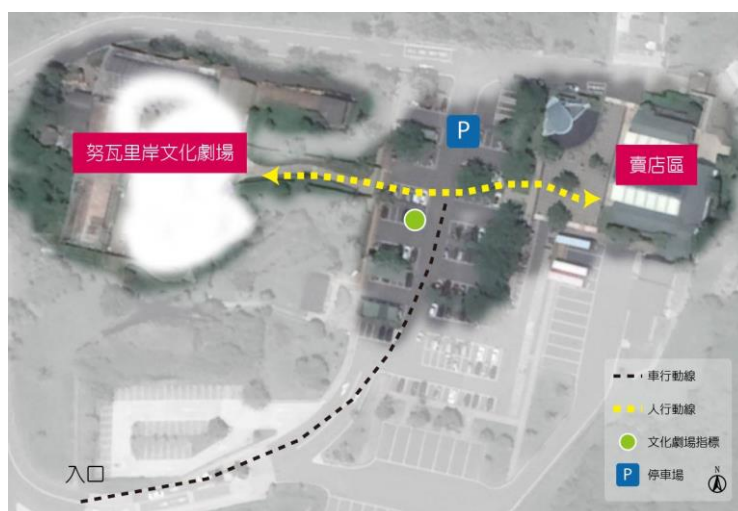
3. 三仙台

(1) 現況課題：

努瓦里岸文化劇場為比西里岸 PAWPAW 鼓樂團之展演場地，從鄰近部落比西里岸發跡，已成立十年，過去皆在部落演出，並無專業的演出場地，今年有幸承租三仙台內舊遊客中心作為新展演場，更多了提供餐飲以及木工藝禮品的複合式賣店，劇場於八月正式開幕，期待讓更多來台東遊玩的旅客認識 PAWPAW 鼓團，也讓這個具在地特色以及連結部落的鼓團能持續不斷的成長下去，也吸引更多的外出青年返鄉。

經本團隊訪視與評選後整理出以下課題：

- 缺乏入口引導，無法引領人潮：劇場位於景區內之舊遊客中心，與賣店區不同區位，中間隔有停車場，目前雖有設置一座指標指引，但不顯目且無特殊性，無法吸引遊客前





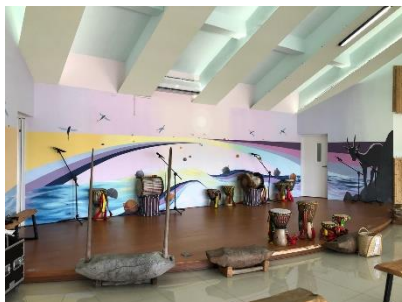
- 現況建築外觀特色不足，無彰顯文化劇場特色與部落氛圍。



- 現有文宣缺乏整合性與主題性，資訊太多，無法一目了然努瓦里岸提供的服務與特色。



- 現有行銷推廣策略有問題，活動表演免費與收費的制度、差異性不明確，無法顯現獨特性。



(2) 優化改善建議：

初步以入口意象規劃、空間改善規劃、行銷營運規劃三大項目進行建議說明，後續將與各賣店開會討論本計畫優先改善之項目。說明如下：

A. 入口意象規劃：

本賣店主要以“羊”做為形象代表，建議以「請跟著羊走」口號來串聯整體動線，以不同姿態、故事情節以及多樣色彩的羊群裝置藝術來引導遊客前往，此外，可改造現有的指標，結合羊裝置藝術，吸引遊客注意。



B. 空間改善規劃：

- ◆ 建築物外觀 - 建築為置高點，停車場處可直接瞭望屋頂，建議延續羊主題，於屋頂處設計裝置藝術或進行彩繪，創造拍照打卡據點，可透過遊客自體行銷推廣，增加賣店曝光率與人氣。
- ◆ 戶外廣場 - 利用現況延廊空間來規劃部落市集，並劃設不同主題，如木雕、編織、農特產……等，不僅可推廣部落文化，也可創造話題，吸引人潮。



C. 行銷營運規劃：

建議搭配全台年度節慶、當地的主題活動，研擬各式行銷專案，可分為春、夏、秋、冬四個季度，並針對不同群組設計專案活動，更可與旅行社配合設計包套遊程，提供遊客多樣的體驗。

(3) 施作成果：

本期以入口意象規劃為主要優化改善項目，說明如下：

A. 方案一

與部落師傅一起合作，將原有的木頭羊進行整修符合戶外使用，並重新設計直立式招牌，與羊形成入口迎賓裝置藝術。名稱建議以「美式賣場 Amis market」詼諧的標語作為主標，業者賣店名為副標，增加遊客好奇心進而前往參觀。

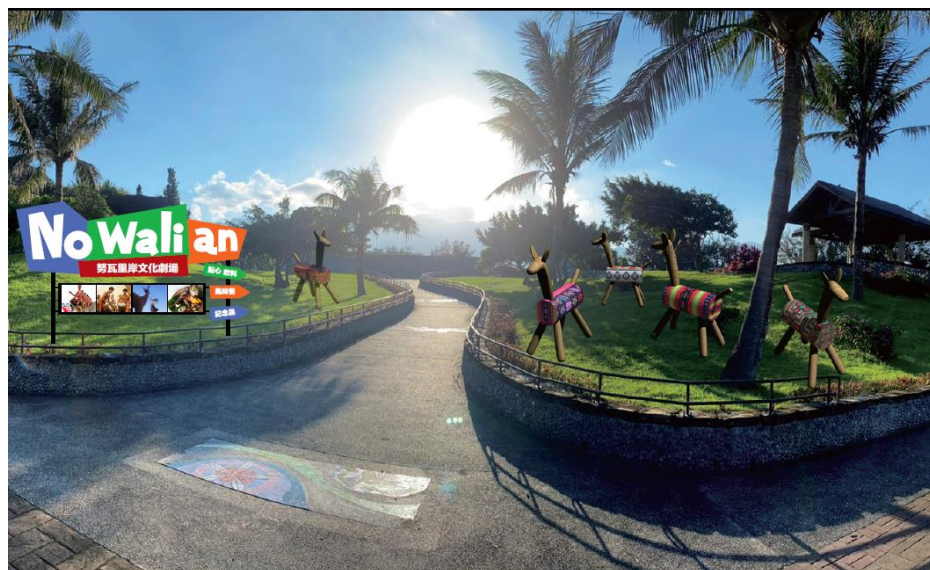


將既有羊重新修整為戶外使用。

利用立體字與木頭設計直立式招牌，名稱待與管處、店家討論後製作，可依現況做抽換。

B. 方案二

與部落假期合作，設計直立式招牌，與羊形成入口迎賓裝置藝術。以「No wali An」為主標，並將劇場營業項目、照片集錦放入，增加遊客注意力進而前往參觀。



C. 方案三

將標題「努瓦里岸文化劇場」或「No wali An」製作立體字裝置藝術，並結合賣店標準色彩，置放於路徑上，引導遊客視線進而前往參觀。



(4) 施作經費：

工程地點	工程總類	施工項目	單位	數量	單價	小計	備註
三仙台努 瓦里岸文 化劇場	廣告藝術	入口意象招牌	式	1	131, 975	131, 975	看板製作、水泥、 吊車、設計監造管 理
	設計規劃費		式	1	40, 000	40, 000	包含雅比斯設計費
	施工總計					171, 975	
	業者自負 40%					40, 000	
工程總預算						211, 975	

四、 執行效益

(一). 透過專家顧問訪視評選，協助賣店重新思考營運定位

與目標，並提供調整之建議，期望重塑賣店形象，提高

消費者滿意度，增加實質收入。

(二). 遴選出 3 處賣店輔導優化改善，做為各風景區示範亮

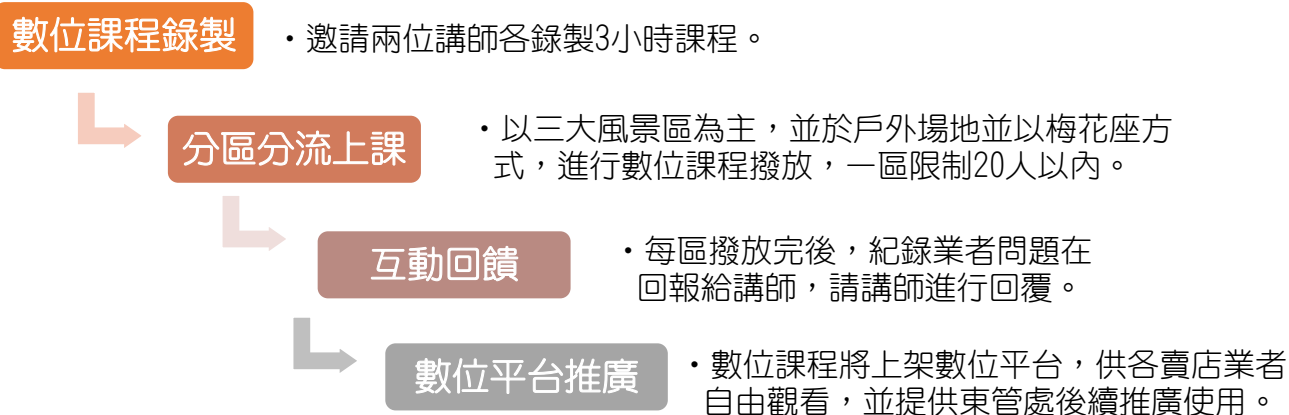
點，未來期望其成功模式可成為其餘業者仿效對象。

伍、賣店輔導教育訓練

一、 推動目的

因應新型冠狀病毒疫情影響，避免社區感染，加上防疫期間賣店的學習需求，本團隊將整合講師資源，進行數位課程錄製，提供講師教學及賣店業者自學的數位資源，讓賣店業者學習不間斷。

二、 執行作法



(一) 數位課程錄製：

1. 師資安排：

主題	主講人
店家優化與故事行銷	蔡進士 講師 台東大學文化資源與休閒產業學系
觀光品牌與 6S 管理	劉觀生 講師 中華民國品質學會專案顧問

2. 影片錄製：安排講師時間進行各 3 小時課程錄製。

(二) 分區分流上課：影片錄製完成，將分別至三大風景

區(八仙洞、小野柳、三仙台)戶外場地並以梅花座方式，進行數位課程撥放，一區限制 20 人以內。

(三) **互動回饋**：撥放課程結束後，將蒐集彙整業主問題

統一交給講師，再請講師提供回覆與說明，我們在回饋

給業者，同時也會提供老師聯繫資訊供業者互動交流。

(四) **數位平台推廣**：數位課程錄製完畢將會上傳相關數

位平台，並把連結發布給各業者自由免費觀看。

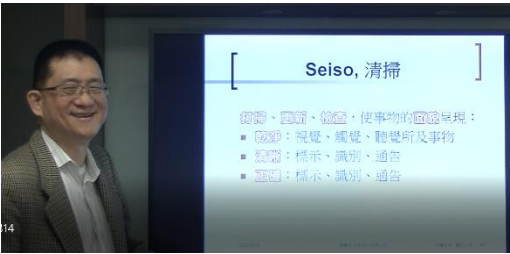
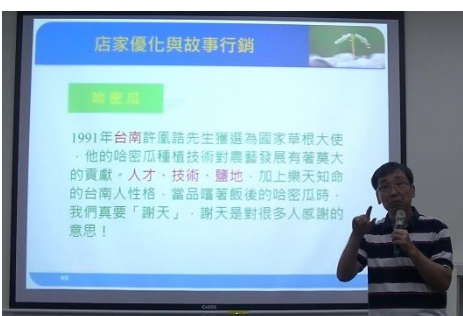
三、 執行成果

(一) 教育訓練課程數位教材

1. 錄製流程安排：

拍攝日期	拍攝時間	拍攝內容	拍攝地點	備註
109/4/28(二)	14:00-17:00	劉觀生 講師 觀光品牌與 6S 管理基礎概念	開新工程顧問 股份有限公司	剪輯 2 小時
109/5/7(四)	9:00-15:00	劉觀生 講師 實地案例拍攝 6S 操作模式	八仙洞 1-32 號	剪輯 1 小時
109/5/8(五)	8:30-12:00	蔡進士 講師 賣店優化與故事行銷	台東大學 知本校區	剪輯 3 小時

2. 錄製過程：

	
劉觀生老師錄製觀光品牌與 6S 管理基礎概念。	
	
劉觀生老師至八仙洞現場錄製與實地操作 6S 模式。	
	
蔡進士老師錄製賣店優化與故事行銷。	

3. 數位平台推廣

已於 109 年 11 月完成蔡進士老師、劉觀生老師數位教材後製，並同時上架於 Youtube 平台供主管機關、賣店業者學習使用。

講師	教材畫面	教材網址
蔡進士		➤ 賣店教育訓練 EP01 https://youtu.be/iQvy0Y9DANo ➤ 賣店教育訓練 EP02 https://youtu.be/qRdYfe-L3XQ ➤ 賣店教育訓練 EP03 https://youtu.be/UUIz23mdzoE
劉觀生		➤ 賣店教育訓練 - 課堂篇 EP01 https://youtu.be/ME4wI0x5zDs ➤ 賣店教育訓練 - 課堂篇 EP02 https://youtu.be/a2lvupzAtNw ➤ 賣店教育訓練 - 實例解說篇 https://youtu.be/Apr3Uef6_fw

(二)第一場次賣店業者教育訓練課程 – 八仙洞遊憩區

1. 時間：109 年 5 月 7 日(四)上午 10:00-15:00
2. 地點：八仙洞風味餐廳
3. 參與人數：21 人(詳如附件 4-5)
4. 議程：

時間	內容	地點
10:00-12:00	播放課程影片	八仙洞風味餐
12:00-12:15	互動回饋	
12:15-13:00	午餐	
13:00-15:00	實地案例拍攝 6S 操作模式	八仙洞 1-32 號

5/07 賣店區形象規劃教育訓練課程

時間：10:00am-15:00pm(敬備午餐餐盒)

地點：八仙洞風味餐廳(962台東縣長濱鄉三間村水母丁1-4號)

採事先報名，機會難得，全程免費!歡迎有興趣業者踴躍參加!!

*** 防疫期間請與會人員自行準備口罩 ***

報名窗口：交通部觀光局東部海岸國家風景區管理處 駐點人員 | 聯小組 089-841-520 分機1401
 指導單位：交通部觀光局東部海岸國家風景區管理處 | 執行單位：開新工程顧問股份有限公司

5. 課程過程：

	
賣店業者教育訓練影片撥放。	賣店業者教育訓練影片撥放。
	
劉觀生老師與賣店業者互動回饋。	現場實際案例操作示範。

(三) 第二場次賣店業者教育訓練課程 - 三仙台遊憩區

1. 時間：109 年 11 月 24 日(四)上午 10:00-15:00

2. 地點：三仙台努瓦里岸文化劇場

3. 參與人數：14 人(詳如附件 4-6)

4. 議程：

11/24 賣店區形象規劃教育訓練課程

10:00-13:00 店家優化與故事行銷 課程影片播放(蔡進士老師 台灣大眾文化與社會學研究所教授)

12:00-13:00 午 餐

13:00-13:30 業者使用電子支付獎勵金領取(300元/每戶)
【請攜帶使用紀錄證明(手機)與店家空白收據(需有大小章)/300元三联式發票,需參與本次活動才能領取】

地點：三仙台努瓦里岸劇場(961台東縣成功鎮基豐路74號)
機會難得，全程免費！歡迎有興趣業者踴躍參加！！

* 防疫期間請與會人員自行準備口罩 *

聯繫窗口：財神正合興股份有限公司 銷售行銷部陳麗端 井小綽 02-2521-7676 分機905
交通服務組：交通部觀光局東部海岸國家風景區管理處 駐紮人員 簡小姐 089-841-520 分機1401
拍攝單位：交通部觀光局東部海岸國家風景區管理處 執行單位：財神正合興股份有限公司

5. 課程過程：

賣店業者報到並領取紀念品。	賣店業者教育訓練影片撥放。
賣店業者教育訓練影片撥放。	賣店業者教育訓練影片撥放。

四、 執行效益：

- (一) 因應防疫措施採取分區分流上課機制，除減少群聚感染問題讓業者安心學習，也間接的讓業者們練習及適應操作未來數位化課程的模式，讓業者與講師不受時空限制，可直接互相交流，提升學習效益。
- (二) 數位課程錄製與上架，可提供賣店甚至其他部落業者可在任何地方、任何時間學習，更可作為東管處後續推廣宣傳之用途。

陸、 輔導電子支付

一、 推動目的

因應金融科技發展趨勢及協助落實行政院 2025 年行動支付提升至 90%的政策目標，加上行動支付在未來是個趨勢，可減少支付上動作，給使用者多了一些選擇與便利性。

二、 執行作法

(一)行動支付導入賣店之選擇：

建置東海岸賣店行動支付系統，除了考量「行動支付未來趨勢」與「首批導入之業者」可成為領頭羊，更發現 2017 與 2018 年行動支付發展，從排名變化可觀測 2018 年「LINE Pay」維持滲透率第一名，而「台灣 Pay/台灣行動支付」也擠進第五名，反映出本土業者崛起趨勢。因此首批行動支付導入賣店，選擇之行動支付業者為【台灣 PAY】及【Line Pay】；而第二批(109 年)以推動整合行動支付(LINE PAY、支付寶、微信支付、Apple Pay、ezPay、悠遊卡)為主。

(二)辦理說明會：

規劃 108 年辦理一場次及 109 年辦理兩場次推廣說明會（共三場次），並邀請相關業者前來說明申裝行動支付的優點及申裝步驟，同時調查有意願申請的店家。

(三)辦理行動支付行銷活動：

以「擴大行動支付使用」為推展方向，鼓勵民眾改變消費行為，以達到消費便利、輕鬆暢遊風景區之商業現代化目標。協助商家導入行動支付後，將配合淡旺季期間，舉辦實體與網路活動，希望促進東部海岸賣店導入行動支付的買氣及消費，增加更多交易金額、創造財富。

(四)協助賣店參與經濟部數位轉型補助：

進行賣店區商圈範圍申請，提供相關補助優惠資訊。

三、執行成果-

(一)第一場次電子支付說明會(詳如附件 4-7)

執行團隊於執行初期，利用分區座談會(小野柳、三仙台、八仙洞)、60 家賣店實地訪視，進行行動支付趨勢與優勢推廣，之後於 11 月中舉辦了第一場次電子支付說明會，邀請台灣 PAY-合作金庫台東分行至現場說明指導與進行申辦作業。

1. 時間：108 年 11 月 14 日(四)下午 13:30-16:00
2. 地點：東管處處本部第一會議室
3. 參與人數：32 人
4. 議程：

交通部觀光局東部海岸國家風景區管理處
臺北民生金庫東部管理處

多元行動支付 So Easy

行動支付說明會
2019.11.14 @
東管處處本部第一會議室

免費參加
現場申辦

LINE Pay
台灣Pay

無接觸 零現金 手機QR碼 即時收款

時間	內容	說明
13:30-13:40	報到	
13:40-13:50	主辦單位說明	東管處
13:50-14:30	行動支付的趨勢/趨勢 LINE PAY行動支付說明	開新工程
14:30-15:00	台灣PAY行動支付說明	合作金庫廠商
15:00-	輔導賣店現場申請作業	

機會難得，全程免費！歡迎有興趣業者踴躍參加！！

聯繫窗口：開新工程股份有限公司 業務行銷部陳麗娟 井小姐 02-2511-1999 分機602
交通部觀光局東部海岸國家風景區管理處 駐點人員：詹小姐 0986-645120 分機1401
協辦單位：交通部觀光局東部海岸國家風景區管理處 執行單位：開新工程股份有限公司

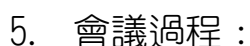
5. 會議過程：

	
計畫團隊針對電子支付進行概要說明。	邀請台灣 PAY 合作銀行-合作金庫台東分行，進行 APP 說明。
	
現場申辦電子支付作業。	現場申辦電子支付作業。

(二) 第二場次電子支付說明會

執行團隊已於 11 月中舉辦了第一場次電子支付說明

1. 時間：109 年 3 月 24 日(二)下午 14:30-16:00
2. 地點：東管處處本部餐廳
3. 參與人數：29 人(詳如附件 4-8)
4. 議程：



邀請盟成股份有限公司，進行整合支付說明。



現場申辦電子支付作業。



現場申辦電子支付作業。

(三) 第三場次電子支付說明會

本場次電子支付說明會邀請了盟成股份有限公司針對已申請成功之業者進行系統操作教學。

1. 時間：109 年 5 月 15 日(五)上午 10:00-12:00
2. 地點：東管處處本部行政中心
3. 參與人數：18 人(詳如附件 4-9)
4. 會議過程：



邀請盟成股份有限公司進行系統操作說明。



邀請盟成股份有限公司進行系統操作說明。

	
電子支付文宣。	電子支付文宣。

(四) 行動支付行銷活動

本團隊與東管處討論評估後，針對賣店與遊客提出兩項行銷活動方案，說明如下：

1. 「東海岸 Easy Pay ● Easy 購」特約賣店消費抽獎活動

(1)活動說明：活動期間於東海岸特約賣店使用行動支付消費，皆可與賣店索取抽獎頁面 QR code，上網登錄抽大獎。

(2)活動日期：109 年 6 月 6 日(六)至 109 年 10 月 31 日
(六)

(3)活動地點：凡屬交通部觀光局東部海岸國家風景區管理處所管轄的賣店區

(4)活動對象：於指定賣店使用行動支付消費之遊客

(5)參與對象：共計 25 家賣店(有新申請會再增加)

東海岸EASY PAY EASY 購			
至以下賣店消費，單筆行動支付消費不限金額，免費抽多項好禮			
區域	賣店	地址	支付類別
小琉球 旅遊圈	漁工小漁戶	臺東縣東港市社江2路 82440702號	IPAD-1、2、Apple Pay、Google Pay、NFC、ePay、轉帳、銀行、支付寶
	Mscale	臺東縣東港市社江2路 82440702號	IPAD-1、2、Apple Pay、Google Pay、NFC、ePay、轉帳、銀行、支付寶
	特選肉乾	臺東縣東港市社江1路一段4406657號	IPAD-1、2、Apple Pay、Google Pay、NFC、ePay、轉帳、銀行、支付寶
	知味園食品	臺東縣東港市社江1路一段4406657號	IPAD-1、2、Apple Pay、Google Pay、NFC、ePay、轉帳、銀行、支付寶
	小琉球飯店	臺東縣東港市社江1路一段4406657號	IPAD-1、2、Apple Pay、Google Pay、NFC、ePay、轉帳、銀行、支付寶
	海韻軒茶	臺東縣東港市社江2路 82440702號	IPAD-1、2、Apple Pay、Google Pay、NFC、ePay、轉帳、銀行、支付寶
東岸上流旅遊圈	茶莊上海點心街	臺東縣東港市社江2路 82440702號	IPAD-1、2、Apple Pay、Google Pay、NFC、ePay、轉帳、銀行、支付寶
	太海園	臺東縣東港市社江2路 82440702號	IPAD-1、2、Apple Pay、Google Pay、NFC、ePay、轉帳、銀行、支付寶
成功海岸邊圈	鮮味館	臺東縣成功鎮成功路440207	IPAD-1、2、Apple Pay、Google Pay、NFC、ePay、轉帳、銀行、支付寶
	東岸咖啡館	臺東縣成功鎮成功路440207	IPAD-1、2、Apple Pay、Google Pay、NFC、ePay、轉帳、銀行、支付寶
成功海岸圈	小漁戶	臺東縣成功鎮成功路440207	IPAD-1、2、Apple Pay、Google Pay、NFC、ePay、轉帳、銀行、支付寶
	小漁戶	臺東縣成功鎮成功路440207	IPAD-1、2、Apple Pay、Google Pay、NFC、ePay、轉帳、銀行、支付寶
	小漁戶	臺東縣成功鎮成功路440207	IPAD-1、2、Apple Pay、Google Pay、NFC、ePay、轉帳、銀行、支付寶
	小漁戶	臺東縣成功鎮成功路440207	IPAD-1、2、Apple Pay、Google Pay、NFC、ePay、轉帳、銀行、支付寶
八里坌圈	八里坌	臺東縣八里坌八里坌路440207	IPAD-1、2、Apple Pay、Google Pay、NFC、ePay、轉帳、銀行、支付寶
	八里坌	臺東縣八里坌八里坌路440207	IPAD-1、2、Apple Pay、Google Pay、NFC、ePay、轉帳、銀行、支付寶
	八里坌	臺東縣八里坌八里坌路440207	IPAD-1、2、Apple Pay、Google Pay、NFC、ePay、轉帳、銀行、支付寶
	八里坌	臺東縣八里坌八里坌路440207	IPAD-1、2、Apple Pay、Google Pay、NFC、ePay、轉帳、銀行、支付寶
成功海岸圈	成功海岸	臺東縣成功鎮成功路440207	IPAD-1、2、Apple Pay、Google Pay、NFC、ePay、轉帳、銀行、支付寶
	成功海岸	臺東縣成功鎮成功路440207	IPAD-1、2、Apple Pay、Google Pay、NFC、ePay、轉帳、銀行、支付寶
	成功海岸	臺東縣成功鎮成功路440207	IPAD-1、2、Apple Pay、Google Pay、NFC、ePay、轉帳、銀行、支付寶
	成功海岸	臺東縣成功鎮成功路440207	IPAD-1、2、Apple Pay、Google Pay、NFC、ePay、轉帳、銀行、支付寶

(6)活動流程：

東海岸EASY PAY EASY 購

多項大禮 隨你領

單筆行動支付消費不限金額，免費抽多項好禮

活動期間：109年6月6日(六)至109年10月31日(六)

參加方式 | 活動期間於交通部觀光局東部海岸國家風景區管理處所屬賣店(如附件清單)使用行動支付消費(不限金額)，上網登錄並上傳證明，即可抽大獎，每人限登錄一次，登錄網址 <https://reurl.cc/xZOed5>。

抽獎日期 | 共兩次(6/14(五)、11/13(五))，可累計抽獎，以電腦隨機方式抽出中獎人。

每次抽獎獎項

頭獎	iPad 9.7吋 32G WIFI版	1名
二獎	東海岸賣店農產品	4名
三獎	東海岸賣店紀念品	5名

名單公布 | 於抽獎結束後14日內公告於東官處官方網站，並電話通知獲獎人。

主辦單位：交通部觀光局東部海岸國家風景區管理處 | 執行單位：國網工程發展股份有限公司
 1. 抽獎活動由抽獎委員會負責，抽獎結果以抽獎委員會公告為準。
 2. 活動聯絡人：(02)2321-1375 鄭瑞雄、許小姐。

東海岸EASY PAY EASY 購

活動期間：109年6月6日(六)至109年11月30日(一)

上網登錄抽獎步驟

步驟一：請於東海岸賣店以行動支付消費(不限金額)，並截圖保存。

步驟二：請掃QRcode，上網登錄並上傳證明，即完成。

(填寫需登入GOOGLE帳戶)

抽獎登錄

主辦單位：交通部觀光局東部海岸國家風景區管理處 | 執行單位：國網工程發展股份有限公司
 1. 抽獎活動由抽獎委員會負責，抽獎結果以抽獎委員會公告為準。
 2. 活動聯絡人：(02)2321-1375 鄭瑞雄、許小姐。

2. 行動支付推廣補助

(1)活動說明：補助有具備任一行動支付的賣店行銷推廣費。

(2)活動日期：109 年 11 月底前。

(3)活動對象：有安裝行動支付的賣店業者皆可申請

(4)活動內容：活動結束前，提出後台證明，如行動支付紀錄..等，將補助每個賣店（名額有限，依申辦順序進行補助）。



四、 執行效益

(一)行動支付申裝

執行團隊分兩階段進行，第一階段(108 年)以推廣台灣 PAY 與 LINE PAY 為主，共有 4 家完成台灣 Pay、2 家完成 Line Pay、8 家台灣 Pay 核定確認中；第二階段(109 年)以推動整合行動支付(LINE PAY、支付寶、微信支付、Apple Pay、ezPay、悠遊卡)為主，整合行動支付目前已有 19 家申辦且全部完成；台灣 Pay 尚有 4 家補文件中(含 2 家非賣店)；LINE Pay 尚有 6 家待核定確認中。除推廣東管處賣店申辦電子支付外，外部區域共有 4 家申辦完成。

綜上，目前轄區共有 27 間賣店可提供行動支付(含支付寶、微信及街口支付等)

賣店擺放行動支付



編號	風景區	賣店數	名稱	申辦情形			
				LINE Pay	台灣 Pay	整合行動支付	其他
1	小野柳	6	惠美名產店(62 號)			已完成	
			啊 cafe(66 號)			已完成	
			甘露商店 (67 號)		核辦中	已完成	
			無相藝品社(68 號)		已完成	已完成	
			小野柳藝品店(69 號)		已完成	已完成	
			宏泰藝品社(71 號)			已完成	
2	水往上流	1	泰滿益工作室		已完成		支付寶, 微信
3	東河橋	1	太陽屋		已完成	已完成	
4	都歷遊客中心	1	月光海咖啡屋		已完成		
5	海洋環境教室	1	晉領號賞鯨船		已完成	已完成	
6	三仙台遊憩區	6	漁會(75-78)號		已完成		
			農會 (79-82、86-2) 號	核辦中	核辦中	核辦中	
			川美商行(83 號)		已完成		
			古藝行(84 號)		已完成	已完成	

			寶石貝藝社(86 號)	核辦中	已完成	已完成	
			比西里岸創意有限公司		已完成		
7	八仙洞遊憩區	4	山湖居商店(1-16 號)	已完成	已完成	已完成	街口
			可來兒咖啡飲料吧(1-30 號)	核辦中		已完成	
			四季藝品店(1-32 號)			已完成	
			富貴藝品店(1-33 號)	核辦中		已完成	
8	北回歸線	1	那魯灣部落風味工坊		已完成		微信
9	奚卜蘭遊客中心	1	新太平洋 1 號店	核辦中		已完成	
10	石梯坪露營區	1	米汐自然生活企業社		核辦中		
11	磯崎海濱遊憩區	1	蜜月四季餐旅購有限公司				支付寶
12	花蓮遊客中心	1	11 不捨海岸景觀餐廳			已完成	
13	部落市集	2	好的創意工作室(林瑞玉)	已完成	核辦中		
			好的創意工作室(馬淑儀)	已完成	核辦中		
14	賣店個人	1	陳麗華	核辦中		已完成	
15	賣店個人	1	賴蕙芷			已完成	

(二)行動支付行銷活動

1. 行銷活動預計於 109/6/6 (六)開跑，將於六月初進行

文宣發放，共分為三部分執行，說明如下：

(1)第一部分-網路推廣：於東海岸官網曝光店家

資訊與行動支付工具，供民眾瀏覽及查詢。

交通部觀光局東部海岸國家風景區管理處官網

The screenshot shows the official website of the East Coast National Scenic Area Management Bureau. The main headline reads: "東海岸EASY PAY EASY 購，最大獎抽iPad！" (East Coast EASY PAY EASY Purchase, Win a Big iPad!). Below the headline, it states the activity period from June 6 to October 31, 2020. The text explains that visitors can use EASY PAY EASY at participating shops to make purchases, and they will be entered into a drawing for a chance to win an iPad. A list of participating shops is provided, including various local businesses and restaurants. The website also features a navigation bar with links to "新聞快訊" (News), "旅遊導覽" (Travel Guide), and "玩樂情報" (Entertainment Info).

台東縣政府 線上宣傳-台東就醬玩及台東觀光旅遊網

The screenshot shows the official website of Taitung County Government. The main headline reads: "台東就醬玩 Amazing Taitung-台東聯安觀處" (Taitung Just Play Amazing Taitung - Taitung Joint Tourism Bureau). Below the headline, it states the activity period from June 6 to October 31, 2020. The text explains that visitors can use EASY PAY EASY at participating shops to make purchases, and they will be entered into a drawing for a chance to win an iPad. A list of participating shops is provided, including various local businesses and restaurants. The website also features a navigation bar with links to "發現" (Discover), "活動" (Activities), "遊程" (Itineraries), "景點" (Scenic Spots), "食宿" (Accommodation and Dining), and "資訊" (Information).

(2) 第二部分-公共區域推廣：已於 109 年 6 月 5 日寄發海報給各風景區遊客中心協助張貼曝光，包括小野柳遊客中心、三仙台遊客中心、都歷遊客中心、八仙洞遊客中心、奚卜蘭遊客中心、秀姑巒溪遊客中心、花蓮遊客中心，共計 7 處。

(3) 第三部分-賣店推廣：已於 109 年 6 月 5 日寄發文宣給有申裝行動支付之賣店進行推廣與張貼。

貼。



2. 鼓勵賣店導入多元支付工具，並透過聯合行銷活動協助賣店提高來客數與曝光率。
3. 藉由抽獎活動鼓勵遊客使用行動支付，刺激東海岸賣店買氣，一同享受「行動支付」優惠購物樂趣。
4. 透過行銷活動帶動其他賣店仿效增辦行動支付。

柒、賣店區形象規劃評估

本團隊已於 108/10/14(一)至 108/10/18(五)完成八仙洞/三仙台/小野柳等三大賣店區的現況調查與訪視。

主要針對這三大賣店區的整體形象(公共空間、指標、動線、廣告及相關服務等)進行盤查與檢討，後續將依據調查結果選定一處進行規劃設計。

一、三大賣店區主要規劃範圍

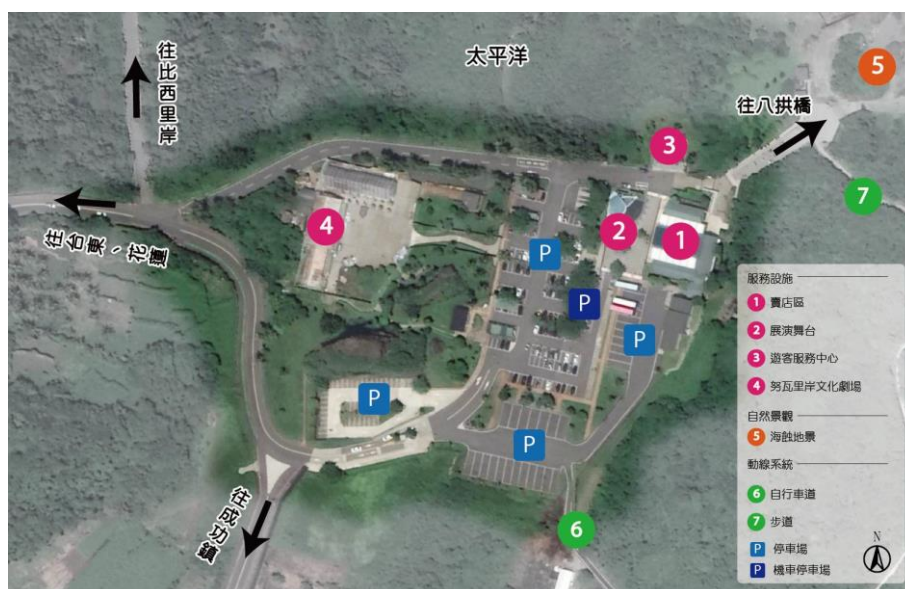
(一)八仙洞賣店區主要規劃範圍

八仙洞位在臺東縣長濱鄉三間村一座面海的峭壁上，擁有獨特的海蝕洞景觀，也是迄今臺灣最古老的史前文化——長濱文化的遺址之一，被列為國家一級古蹟，是臺東縣位置最北端的大型遊憩景點。景區內主要設有遊客中心、賣店區、餐飲部、海蝕洞地景、觀景台與觀景步道等。其中賣店區共設有 23 間，主要以販售工藝品、帽子、編織包為主，餐飲類除 1 家八仙洞餐廳外，另有 2 家小吃部。



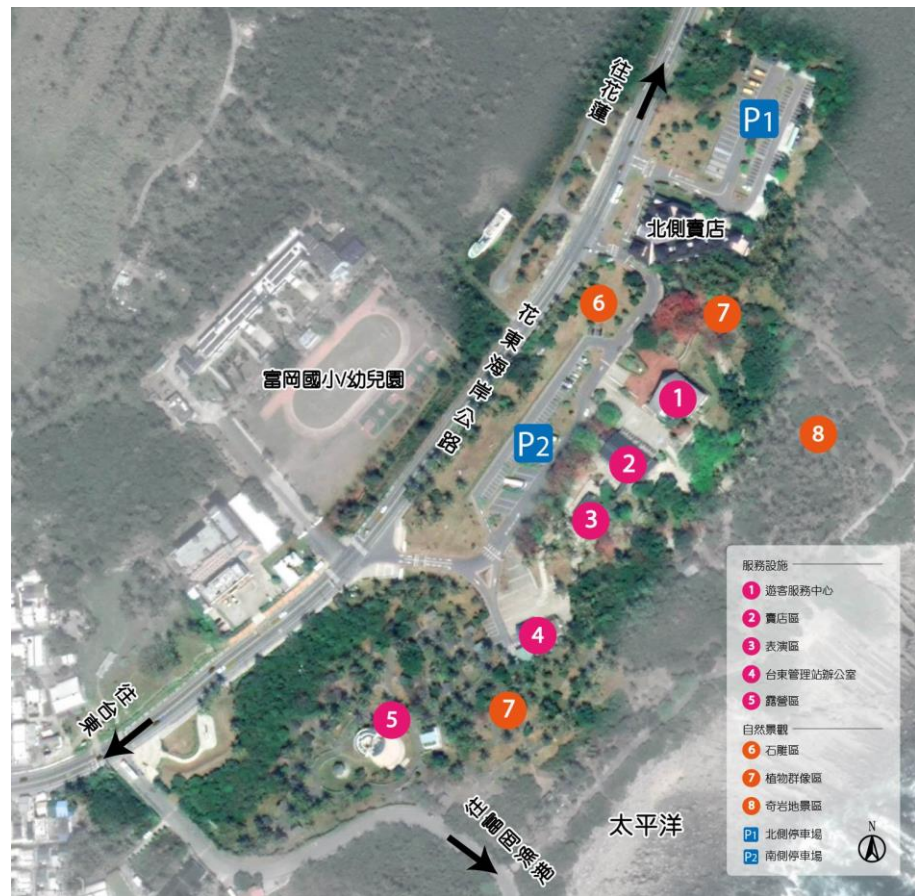
(二) 三仙台賣店區主要規劃範圍

三仙台位在臺東縣成功鎮東北方，是由突出的海岬與離岸小島所構成的，面積約 22 公頃，是研究海岸植物生態的重要據點，並列為自然保護區。景區內主要設有遊客中心、賣店區、努瓦里岸文化劇場、燈塔、跨海步橋、海蝕地景、觀景步道等。其中賣店區共設有 7 間，包含 1 家農會、1 家漁會專賣農特產品、1 家小吃部，2 家服飾衣帽店、1 家貝藝石店以及 1 家展演中心暨輕食店。



(三) 小野柳賣店區主要規劃範圍

小野柳位於富岡漁港北方的海域，是東部海岸最南端的風景據點。景區內主要設有遊客中心、賣店區、露營區、各式植物群像、奇岩地景與海邊步道等。其中賣店區共設有 9 間，主要以販售農特產品、服飾衣帽為主，其餘為木藝品、咖啡輕食。



二、 三大賣店區現況環境調查與分析

(一)八仙洞賣店區現況環境調查與分析：經實地調查與遊客問卷回饋，本區整體景觀雖已完善，但賣店區缺乏主題特色與增加遊客停留的服務設施。

賣店形象

建築整體外觀無主題風格，且內部賣店門面無規劃，招牌不統一，略顯凌亂。



解說/指引設施

現有解說設施僅針對景區做導覽，無賣店介紹，且指引不明顯，難以引領遊客前往。



入口指標/意象

目前主入口無明顯指示風景區位置，僅顯示停車場標示，無法明確指引。



休憩空間

現況座椅已老舊且制式，缺乏配合賣店需求性做規劃。



入口指標/意象

入口無明顯指示風景區位置。



(二)三仙台賣店區現況環境調查與分析：經實地調查與遊客問卷回饋，本區整體景觀多已完善，公共設施也於 102-106 年陸續完成改善工程，且賣店區門面相對較整潔、明亮。

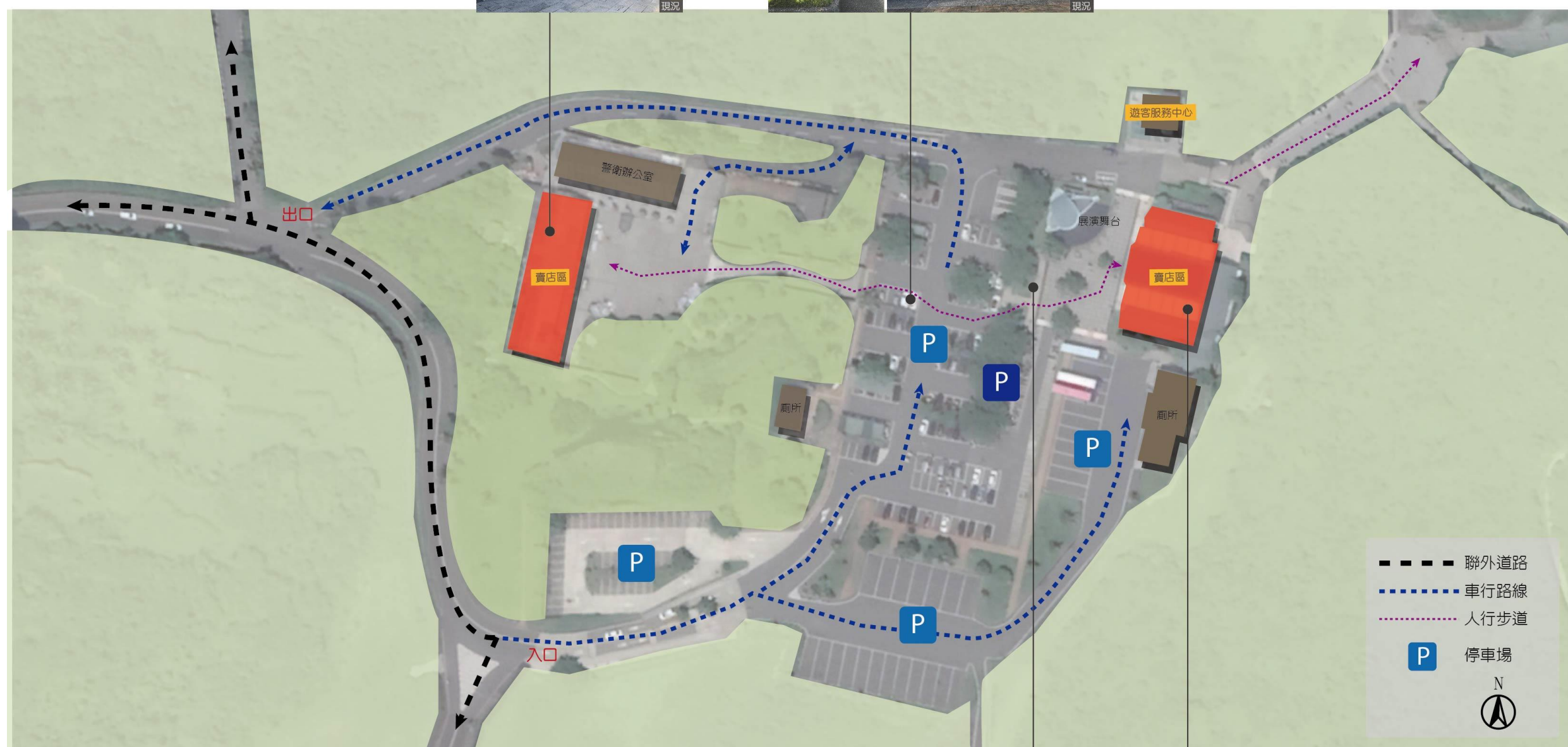
賣店區門面形象

本區定位為展演中心，但目前整體外觀主題性不足，無法一眼看出此賣店機能與提供之服務。



解說/指引設施

本區賣店分為兩區，現況雖設有指引設施，但不顯目與缺乏獨特性，導致無法吸引遊客辨別並有意願前往。



賣店區外公共設施

近 6 年有陸續進行改善工程，整體完善舒適，目前不需改善。



賣店區內公共設施

整體賣店區門面算整潔明亮，但戶外座椅區略顯老舊且制式，卻乏趣味性。

(三)小野柳賣店區現況環境調查與分析：經實地調查與遊客問卷回饋，本區整體景觀雖已完善，但現況動線規劃眾多且分散，賣店區缺乏整體形象規劃與主題性。

人行出入口

出入口眾多且分散，無分出主次要動線，造成遊客難以辨別。



廊道空間

棚架屋簷設計銜接雨水不良，經常造成積水問題。



解說/指引設施

賣店區位於下凹地形，且被整排老樹遮住視野，現況解說設施不足，難以引導遊客前往。



賣店區公共設施

現況公共區域座椅缺乏舒適度與趣味性，且照明不足，難以駐留。



賣店區形象

整區招牌無統一，照明略顯不足，門面物品擺放無章序。



(四) 綜合分析

以下綜整三區風景區優勢與劣勢，主要針對地理區位、遊客量、賣店經營現況與特性、訪視結果等因素進行分析，以利後續作為選址討論依據。

風景區	優勢	劣勢
八仙洞賣店區	● 賣店區租金成本低。 ● 地理位置面海，視野遼闊。 ● 停車空間完善。	● 洞廟遷移後，遊客量銳減。 ● 主入口指標不明確。 ● 導覽系統不完善。 ● 賣店區販售商品相似，無差異性。 ● 賣店經營者多為老一輩，營運理念較難更新。 ● 未來將進行改善工程。
三仙台賣店區	● 公共設施改善完善。 ● 遊客量穩定。 ● 賣店區營運穩定。 ● 停車空間完善。	● 賣店區指引系統不完善。 ● 公共空間照明不足。
小野柳賣店區	● 賣店區販售商品有區隔性與特殊性。 ● 賣店經營者部分為二代經營，較能接收新的營運概念。 ● 遊客量穩定。 ● 停車空間完善。	● 賣店區無主題性規劃。 ● 動線規劃眾多分散遊客。 ● 指標系統不完善。 ● 公共空間缺乏規劃。

三、 主要賣店區規劃位置選定與初步構想

(一)推動目的

我們期望藉由這個計畫讓東海岸的賣店不再只是賣店，除了販賣商品，也販賣在地的文化、販賣更多在地的故事，並藉由更多元的消費模式導入及地方創生營造，讓東海岸賣店成為「食育」推廣、體驗在地文化、串聯在地部落小農及提供旅遊消費服務的 AREA EXPRESS。

一個除提供遊客旅遊觀光消費需求之外，另一個可以誘發遊客前往周邊從事深度部落探索及消費的新「啟」點。

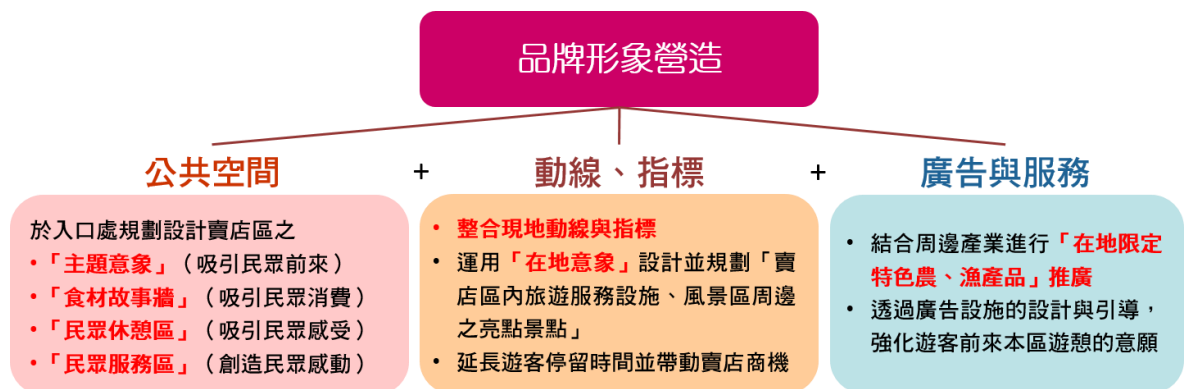
(二)執行作法

1. 依據現況調查、專家訪視後建議，經東管處及輔導團隊討論後，進行賣店區整形象規劃之位置選定一處及初步規劃。
2. 選定位置後，與東管處針對初步構想修正討論後定案，並與選定之賣店區業者召開討論會議，後續將進行整體形象規劃，內容含公共空間、指標、動線、廣告及相關服務等。

(三)位置選定與初步規劃構想

經前述綜合分析，現階段三區風景區中，以小野柳賣店區較具有改善潛力與推動效益，因此本團隊建議以小野柳賣店區作為本次形象規劃位置。

小野柳賣店區形象規劃將結合【在地產業特色】的呈現，站在消費者的感官、情感、思考、行動等，重新定義並且設計行銷的思考方式，通過視覺、聽覺、觸覺與嗅覺的感官知覺體驗，誘發消費者的購買動機，並增加產品價值。本階段將針對品牌形象規劃、公共空間、動線、指標、廣告與服務等進行初步規劃說明，如下：



1. 品牌形象營造

針對小野柳賣店區提出「整體品牌營造構想」，並延伸該「品牌意象」導入本次計畫之「示範賣店區」，並結合該賣店區之「在地特色與意象」，設計該「示範賣店區」之「同中求異」的品牌營造主題及設計呈現，並依此進行後續「公共空間」、「指標」、「動線」、「廣告及相關服務」...等細部設計規劃。

本團隊初步建議小野柳賣店區以「貝殼裡的精靈-寄居蟹」為主題，進行整區形象規劃，整個賣店區區位下凹，就如同隱士般，隱居於風景區中，它將幻化為寄居蟹最後的夢想家(殼)，創造魅力滿載的創新商店，並成為環境教育、在地文化的推廣基地，讓大小朋友來此好食、好學、好玩。

(1) 公共空間

依循空間整體意象營造的主題，於不同公共空間利用多樣手法呈現理念，說明如下：

A. 入口處設計賣店區之「主題意象」(吸引民眾前來)：

於入口廣場設置地景裝置藝術，並結合賣店主題，建立完善的門面形象。



B. 「民眾休憩/服務區」(吸引民眾感受、創造民眾感動)：

- 利用賣店間挑高空間規劃主題裝置藝術，創造遊客打卡點與獨特性，增加遊玩印象。



- 賣店區招牌與照明系統統一規劃管理，可提供一處固定的安裝位置，每個商家再依各自的屬性去設計獨樹一格的招牌，讓遊客容易辨識找尋，也可一目了然此處提供的服務與商品類別。



- 公共休憩廊道可結合數位與遊具，設計交互式的座具與數位遊戲裝置，以打造共融的遊戲場域為目標，導入寄居蟹、食育等相關環境教育推廣，讓此處兼具休憩與教育機能，增加遊客駐留時間，吸引民眾消費，以達寓教於樂效益。



(2) 動線、指標

整合並完善東部海岸賣店區動線與指標系統設計，運用不同型式的指標及引導設施，結合大型裝置意象，強化遊客願意停留在本風景區及賣店之意願，延長遊客停留時間並帶動賣店商機，以達到遊客好遊、好逛、好停留、好消費的目的。初步建議可透過地面引導塗鴉方式進行規劃：

地面引導塗鴉：建議可利用寄居蟹為主題進行設計。



(3) 廣告與服務

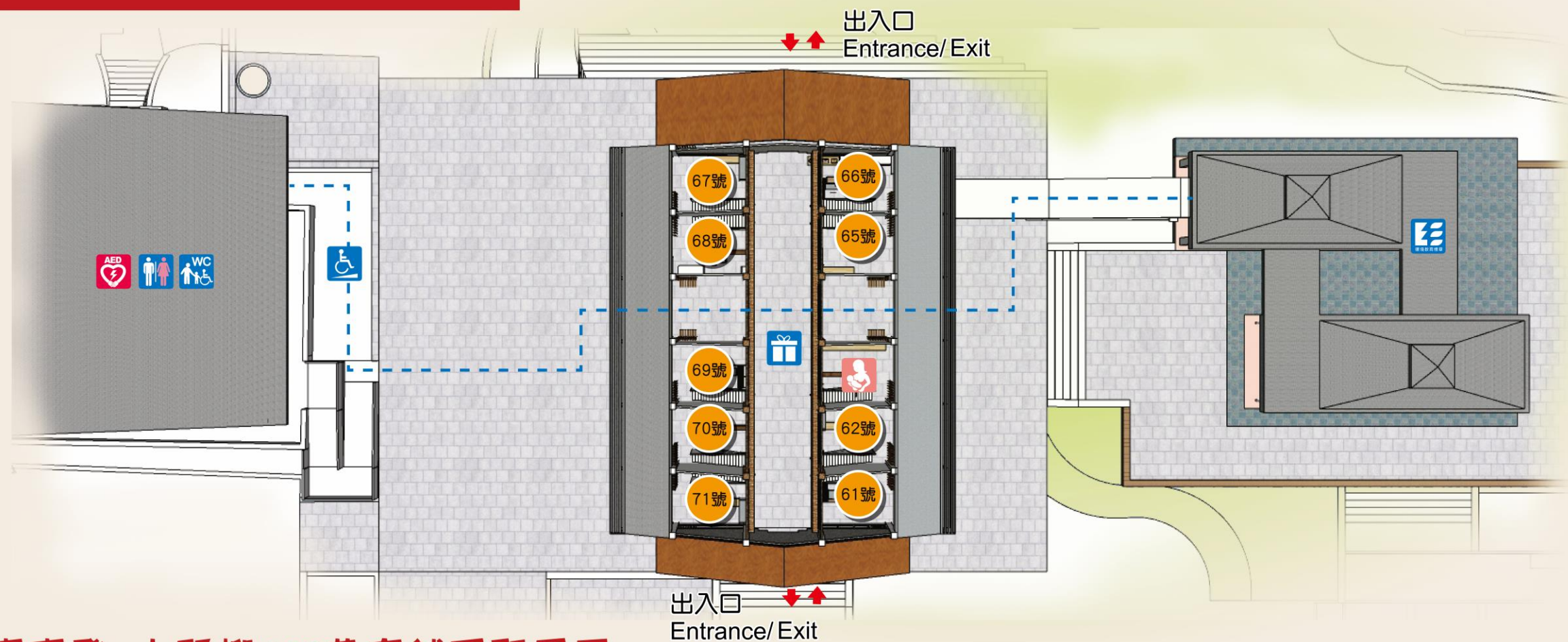
建議宣傳賣店區可規劃三種方式，說明如下：

- A. 建立**數位導覽系統**，讓遊客可利用智慧型手機掃描 QR Code，連結到「小野柳風景區行動導覽系統」，隨即進行賣店與風景區探索的行動導覽活動。
- B. 於入口處設立**導覽解說設施**，利用立體地圖結合一些互動裝置，用來介紹每間店的特色與商

小野柳遊憩區 XIAOYELIU
東部海岸富岡地質公園
EAST COAST FUGANG GEOPARK

地質公園區
Geopark

東部海岸國家風景區
East Coast National Scenic Area



事事發-小野柳448巷商鋪區配置圖

商鋪區介紹

61號 亞典商店

賣店特色：
玉石吊飾、佛像雕刻品
冰淇淋

68號 無相藝品社

賣店特色：
漂流木藝品、花東玉石紀念品
花生捲冰淇淋

62號 惠美名產店

賣店特色：
乾貨類-金針、香菇、木耳
及水晶蝦

69號 小野柳藝品店

賣店特色：
東南亞民俗風衣服

65號 忠信土產店

賣店特色：
剝皮辣椒、小米酒
特色冰品

70號 勇馨商號

賣店特色：
藍寶石、各式紀念品

66號 Y! 咖啡夢想棧

賣店特色：
咖啡、炸物、烤土司
焗烤厚片、鬆餅、在地農產品

71號 宏泰藝品社

賣店特色：
帽子、拖鞋

67號 甘露商店

賣店特色：
椰子水、釋迦冰
手工熬煮洛神花茶、當地金針花

P 停車場
Parking Lot

公車站
Bus Station

公廁
Restroom

WC 親子無障礙廁所
Restroom For The Disabled
And Parent With Toddler

無障礙專用斜坡
Wheelchair Ramp

無障礙遊憩路線
Accessible Route

賣店
Shop

環教小屋
Environmental Education

哺集乳室
Breastfeeding Room

AED 自動體外電擊去顫器
Automated External Defibrillator

Taiwan
THE HEART OF ASIA

交通部觀光局東部海岸國家風景區管理處
East Coast National Scenic Area Administration



<http://www.eastcoast-nsa.gov.tw>
東管處處本部/ECNSAA Headquarters Tel : 089-841520
臺東管理站/Taitung Management Station Tel : 089-281530

四、 執行效益

(一)協助賣店建立完善品牌形象，鞏固市場客源，打響知名度。

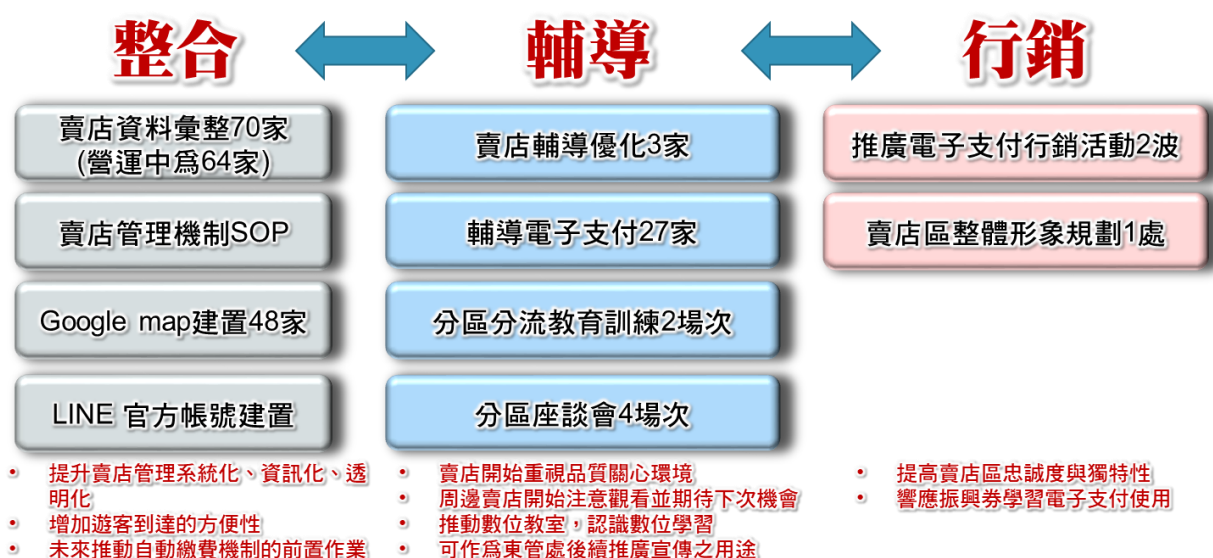
(二)成功建立遊客對賣店區主題空間、多樣的產品、友善的服務等印象，藉以提高賣店區忠誠度與獨特性。

(三)成為東海岸示範賣店區，提供完善的管理制度、營運目標等，藉以推動其他賣店區效仿。

(四)未來永續經營可成立賣店組織，招集業者利用公共空間推動多種的促銷活動，創造遊客四季來有不同體驗，且可感受在地多樣的文化風貌。

第三章 後續經營管理建議

本計畫執行期間(自 108 年 8 月 1 日起至 109 年 12 月 31 日止)針對東部海岸國家風景區管理處所轄 21 處共 70 家「賣店」(目前營運中 64 家)，進行「工作規劃及賣店經營現況調查」、「分析評估賣店營運狀況」、「輔導使用電子支付系統」、「賣店區形象規劃」、「賣店輔導改善」及「賣店管理」等七大工作，並透過賣店主題的導入與營造，在強化服務品質的同時，也同步創造東部海岸賣店與其他地區與眾不同的型態與經營，達到整體提昇國內風景區賣店的經營品質與形象創新。



一、賣店管理機制建置

(一)依據 108-109 年賣店管理經驗，建議未來可改善提升，定期與東管處和賣店業者商討，尋求平衡的解決的方案。例如依據賣店性質，於租約中增加相關附加保險，以餐飲業者來說，應附加火險、食物中毒等安全衛生保險。

(二)建立水電及租金繳交狀況追蹤機制

目前已建立水電及租金繳交 SOP 流程，並針對未準時繳交水電和租金業者進行催收機制，但是因無懲處機制，效果不彰。擬於 110-111 年進行改善修正。

- 1.尋求第三方金流廠商，評估 QR Code 水電費自動繳費機制的可能性。
- 2.研擬相關辦法規範店家用電量，當超過契約容量時，可對店家進行增收或罰則。
- 3.每月的水電使用量，增列分月分區分年總計，統計尖峰用量，供未來東管處制定區域契約容量之參考。

(三) Google map 與官方帳號升級管理

於 108-109 年已幫多家東海岸賣店建立 Google map 店家資訊，未來將定期檢視賣店資料是否與現實狀況相符，例如:營業時間、店家異動等，避免遊客投訴。

(四)Line 官方帳號各項異動因應

- 1.官方帳號管理人員異動時:應於異動後更改管理員登入密碼，以進行權限移轉。

- 2.承租業者異動時：為避免之後群發訊息誤發至舊業者，可於異動後將舊承租業者原有之標籤移除另加入新標籤「舊業者」；另名稱上也可修改增加「舊」字眼方便之後辨識或搜尋。
- 3.目前 APP 版本無法刪除已加入官 LINE 之成員，故群發訊息時，可選擇標籤群組發送訊息，即可避免誤發情形發生。
- 4.於 108-109 年已建置相關管理 SOP，未來建議規劃一系列承租業者懶人包，並加入官方帳號貼文中，讓新加入之業者可快速熟悉作業流程，縮短作業時間。

二、賣店輔導

計劃期間進行「優化改善」、「分區座談會」、「教育訓練」三大工作來提升所有賣店的經營模式，讓賣店接地氣、用在地、賣當季，且在遊客消費行為調查中，也發現 109 年度的滿意度高於 108 年度，達到提高消費者滿意度與創造回流。

1. 賣店優化改善：

共執行了 2 家，逆用「破窗效應」，有效克服惰性影響，成功帶動賣店改造風潮並持續發酵。

許多在觀望的業者已開始詢問明年度計畫編列，而受輔導的業者更是收到遊客對他們的實質回饋(印象加深、購買意願提高)，都自主開始提升自己的環境與形象，顯現此計畫推動非常

成功，建議明年應持續推動。

2. 教育訓練：

因應防疫措施採取分區分流上課機制，除減少群聚感染問題讓業者安心學習，也間接的讓業者們練習及適應操作未來數位化課程的模式，讓業者與講師不受時空限制，可直接互相交流，提升學習效益。

透過數位課程（店家優化與故事行銷、觀光品牌與 6S 管理）錄製與上架，可提供賣店甚至其他部落業者可在任何地方、任何時間學習，更可作為東管處後續推廣宣傳之用途。

3. 分區座談會：

共辦理 4 場次，團隊扮演了溝通的媒介與橋樑，在計畫中，有效反應賣店所面臨的問題，並確實將問題回報所屬單位，讓問題有效獲得解決或是持續追蹤，同時也讓賣店隨時可跟主管機關、輔導團隊討論與反應。

三、電子支付導入

鼓勵賣店導入多元支付工具，辦理 2 場次申辦說明會與 1 場次系統教學說明會，並透過聯合行銷活動 2 場次，協助賣店提高來客數與曝光率。加上響應振興券，提前佈署行動支付，帶動賣店申裝、使用。