「2014年度優良觀光工廠」頒獎典禮

深化產業價值 觀光工廠向前行

經濟部自 2003 年起積極輔導國內傳統工廠轉型，以創新思維導入服務加值的營運內涵，使具遊憩休閒價值的觀光工廠在全臺遍地開花。繼而為了鼓勵廠商自我提升，於 2009 年開始著手「優良觀光工廠」評選，藉由選出能彰顯產業特色的觀光工廠，來帶動產業新價值及觀光服務再升級。2013 年再接再勵開始推動「國際亮點觀光工廠」輔導工作，不斷翻轉傳統工廠印象、帶動休閒旅遊的新視野與新風貌。

撰文／許慈倩　攝影／呂恩賜

經濟部為國內傳統產業積極轉型所特設的「優良觀光工廠」，每年的選拔競爭都相當激烈，以 2014 年為例，就有上百家競逐，8 家脫穎而出的「2014 年度優良觀光工廠」皆足以成為產業觀摩與學習的新典範。兩屆的「國際亮點觀光工廠」在政府傾資源挹注下，將協助參與國際展覽、機場燈箱曝光、網站連結、與國際業者異業結盟及微電影行銷等，同步深化廠商經營能力及將優質的觀光工廠推向國際。

觀光工廠帶來人潮與錢潮

在國民旅遊方興未艾，加上國際觀光客訪臺意願不墜的利多因素中，觀光工廠藉由生產與觀光的複合經營模式，掀起新的旅遊與消費風潮，不只建立起消費者對產品的信心與忠誠度，企業形象與品牌價值也隨之提升。

由經濟部主辦、工研院執行的「觀光工廠輔導」計畫，主要就是針對國內具有獨特產業歷史文化，並有意願轉型升級的工廠，藉由整體再發展的設計規畫，展現其新意與魅力，繼而選出能彰顯產業獨特價值的觀光工廠典範賦予「優良觀光工廠」殊榮。其評選標準有 5 大面向：包括產業特色、空間、形象、設施與服務品質，經由過去的評選經驗，已成功激勵全國觀光工廠廠商積極發展產業特色，和提升觀光服務價值。今年就有臺灣不二衛生套知識館、臺灣滷味博物館、吳福洋襪子故事館、宏洲磁磚觀光工廠、和明織品文化館、宜蘭餅發明館、緞帶王觀光工廠、寶熊漁樂館等 8 家觀光工廠脫穎而出，戴上全國觀光工廠最榮耀的桂冠。

經濟部中部辦公室主任許茂新在頒獎典禮中指出，製造業升級與轉型是擁抱時代趨勢的不二法門，尤其加入觀光休閒元素貼近消費者，在全世界都大受歡迎，並且帶來可觀的收益，產業觀光化的熱潮，在未來 10 年將銳不可當。

不只優良更有亮點 傳統產業邁向國際

臺灣觀光工廠的效益顯著，不只在國民旅遊市場掀起旋風，在國際上也開始嶄露頭角，例如今年來臺的國外參訪團中，就有團體特別指定要參觀、學習觀光工廠，可以肯定臺灣觀光工廠整體素質不斷提升。因此，在建置典範推升整體產業價值之外，經濟部從去年開始推動「國際亮點觀光工廠」的輔導工作，致力協助業者與國際接軌，提升臺灣觀光工廠的能見度，繼去年第一屆入選兩家後，今年又選出包括白蘭氏健康博物館、手信坊

「2014 年度優良觀光工廠」頒獎典禮，遴選出 8 家優秀廠商，給予產業觀摩學習。

創意和菓子文化館、臺灣金屬創意館，及宏亞食品巧克力等 4 家，臺灣國際亮點觀光工廠已增至 6 家。

國際亮點觀光工廠的評鑑分 3 個面向，即經營理念與未來發展、廠區環境設施與服務品質，及區域產業連動效益。許茂新進一步解釋，區域產業連動效益包括了觀光景點群聚與異業合作、與政府及地方互動程度。今年針對國際亮點觀光工廠的輔導重點，除協助業者深化經營能力及開拓知名度外，還會與國際觀光旅遊業異業結盟，甚至配合觀光局文宣「移外版」，宣傳國際亮點觀光工廠。

在行銷手法上，也希望增加觸及國外旅客的機會，因此將這些觀光工廠放上機場登機走道燈箱廣宣。另外也將以國際亮點為主題進行全國性的微電影競賽，讓觀光工廠更加深入人心。而政府也將協助業者參與國際展覽及推動各項國際行銷廣告宣傳，讓業者有機會登上國際舞臺。

建置觀光工廠展開學習之旅

每一家觀光工廠的背後都少不了感動的故事，從 20 年前用 5,000 元在高雄十全夜市擺攤到成立全球第一家「臺灣滷味博物館」，一路走來無不秉持食品業就是良心事業的終極價值。董事長陳秀卿笑著說：「最近食安問題鬧的沸沸揚揚，很多消費者一進來就問『你們是用哪一家的油』？」她總是耐著性子解釋「我們的滷味是

用中藥材和醬油來製作的，沒有用到油，所以完全不用擔心。」觀光工廠的好處就是眼見為憑，任憑廠商說的天花亂墜，都比不上消費者親眼所見。遊客不只可以了解滷味的前世今生，看見現場一包包美味可口的滷味是怎麼做出來的，由於 DIY 常是遊客的最愛，因此館內亦準備足夠的體驗空間和教學時段，不只看和買，還可以「玩」得很盡興。

從路邊攤到工廠，陳秀卿坦言壓力很大，她表示在轉型過程中得到政府部門諸多幫助，例如 1998 年臺灣開始為加入 WTO 做準備，當時農委會就有許多課程協助農民轉型，「我們搭上順風車，到屏科大、中興大學等處去學製程標準化、常溫保存技術等，然後把這些技術運用在我們產品的製作與保存上。」她透露，不用防腐劑而能保存 1 年的技術，不只領先同業，也讓其產品得以站穩行銷海外的利基。2002 年到香港參展，果然獲得國際買家青睞，讓臺灣美食站上國際舞臺。

為了衝刺外銷訂單，陳秀卿在 2005 年擴建新廠，2008 年看準國內旅遊風氣日盛，開始推動觀光工廠，「一開始什麼都不懂，經濟部中部辦公室推出很多課程讓我們學習，然後還有免費的創業張老師，工研院的顧問等，對業者進行深度輔導，讓我們在學習過程中，逐漸去思考如何讓社會大眾認識我們。」

製程透明 食在有安心

陳秀卿感嘆的說，以前大家買東西會先找找看有沒有相關的認證標章，可是現在大家卻失去信心，一個不肖廠商就足以打壞整個環境，相當令人扼腕。藉由觀光工廠把原料、製程真實呈現在消費者面前，是和消費者溝通最直接的方式，面對食安風暴，危機就可能化為轉機，因為唯有優質產品才能經得起考驗。而隨著消費族群的多元，該公司近年來已著手開發新商品，因為公司靠近海港，陳秀卿把秋刀魚、烏魚等製成海洋系列產品，讓消費者有更多元的選擇。

開發新商品外，陳秀卿也重視創新服務，例如兩年舉辦一次滷味文化季，將其中繪畫比賽的優秀作品公開展示。「小朋友第一次可能是跟學校來參觀，但因為有自己的畫作被展示，就會想要帶爸爸、媽媽或阿公、阿嬤來看，而且幾年後小朋友長大了，畫風也不同了，回到這裡還是可以看見自己成長的軌跡。」此外，由於滷味博物館內，可以看見產業演進與文化特色，許多高中的產業觀摩課程都樂於安排讓學生參訪。把品牌向下扎根，讓所有投資變得相當超值。

陳秀卿也發現，觀光工廠的資源相當豐富且多元，彼此觀摩學習可以刺激更多創新的點子，當然也可以透過異業結盟，例如交換產品展售藉以擴大市場，或是食品展或旅遊展的積極曝光，加上直營店，都可以和觀光工廠交叉產生綜效。陳秀卿說，善用資源可以產生許多意想不到的效果，

「臺灣滷味博物館」董事長陳秀卿認為，透過觀光工廠的模式，讓異業結盟，更能使品牌向下扎根，有多元的發展方向。

她藉由申請計畫、比賽等過程不斷省思，確信觀光工廠是值得的投資，重點在於你要賦予它什麼樣的內涵？以臺灣滷味博物館來說，這是生活價值的延伸，若是經營有成，還可以帶動區域經濟的發展，中小企業生存不易，但是團結就會產生大力量。

縉陽企業創辦人吳世長表示，觀光工廠若能互相串聯，較易於增加臺灣產業收益。

用滿滿誠意說產業的故事

創業已 20 餘年，主力產品為織帶類紡織品的縉陽企業，於 2007 年投資彰濱工業區，2010 年積極轉型為觀光工廠。創辦人吳世長說，連續兩屆獲選優良觀光工廠，這個榮耀肯定公司深耕產業文化所付出的努力。然而今年公司還收到另一項「大禮」，那就是美國的織帶傾銷調查，「這種衝擊並不是資源有限的中小企業所能承受的，由於這項『非戰之罪』導致原本規畫中的二期廠房擴建暫停，但也因此使我們在觀光工廠的硬體、軟體及服務深化方面更加積極。」

吳世長自信的說，如果 2、3 年前曾來參觀過的，現在再回頭來看，肯定會有耳目一新的感受。廠內設有 6 個免費體驗區，遊客只要前來，隨時都能體驗。另外還有各式 DIY 教學，雖是收費項目卻深受大小朋友的喜愛。而在這亞洲首座緞帶博物館中，還展示不少世界之最，例如有一個用緞帶製成的二維條碼 QR code，是全世界第一個、也是最大的。

觀光工廠最熱門的不外乎吃吃喝喝，感覺上緞帶的訴求比較侷限，「所以如果我做得起來，其他產業應該也沒有問題，」吳世長的秘訣就是從遊客的眼、耳、鼻、舌、身、意，所有感官都能感受到誠意，所以從體驗、DIY 到裝置藝術等，都是建立消費者與產業文化的連結。此外，縉陽對環境保護也有使命感，過去由於產品要推向國際，而積極取得歐洲相關認證，證明產品安全無毒且對地球友善。落腳彰濱工業區後，則將環境教育課程融入團康活動，與遊客互動過程中，認識織帶美學，也認識彰濱。

產業 人才多贏的策略

推動觀光工廠以來，很多人都問吳世長為何經營觀光工廠？他說，很多人都覺得紡織業是夕陽產業，堅持的人都很辛苦，年輕人也覺得這行發展性較低，而不願投入。但他反問，「如果這真的已經是夕陽產業，那也就代表無足輕重，為什麼還會被美國告呢？」吳世長幽默反問。他相信有興趣的年輕人能夠在這裡看到工廠如何運作、管理，其實也能具有吸引人才、培養人才的意義。他也常告訴員工，參觀的人來來去去，「大家都看得到你專業的背影」，因此同仁會更加兢兢業業，對於營運品質的提升絕對有幫助。

吳世長也強調，借力使力是聰明的經營哲學，推動觀光工廠之初，就是看準當地前有白蘭氏健康博物館、後有臺灣玻璃館，有利發揮群聚效應。他也樂觀地相信，只要所有觀光工廠彼此串聯、互相增益，小而美的臺灣有形成觀光工廠島的潛力，隨著臺灣在國際旅遊市場上能見度越來越高，規畫三日遊、五日遊的觀光工廠參訪行程大有可為，不只可為臺灣創造收益，把臺灣產業文化之美流傳到全世界將是指日可待！