



麻竹筍「寶」 創意發想

109212009 國企二 汪昱昕
109212006 國企二 賴玉婷
109212012 國企二 曾保初
109212077 國企二 馮羿詠
109212079 國企二 蔡維展
109212082 國企二 黃硯煦



目錄

STP分析

1

行銷4P

2

市場區隔變數

3

包裝設計

4

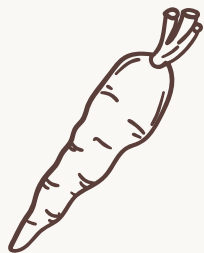
DIY課程設計

5

具體網紅行銷

6

STP分析



「S」市場區隔

35歲以上家庭，12歲以下
孩童、出遊、觀光、
青少年



「T」目標市場

地方特色、精美成品、
親子互動



「P」市場定位

走進桃米、學習技能、
認識竹筍、DIY

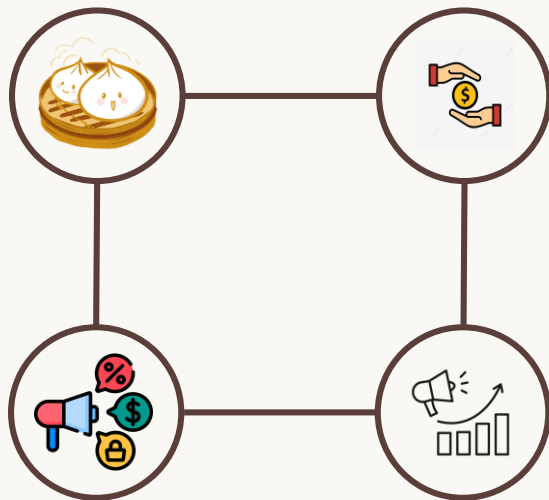
行銷 4P

Product 產品策略

使用桃米當地食材製作筍包，在包裝印上桃米的特色吉祥物-筍寶，體驗課程於紙教堂進行

Promotion 促銷策略

搭配活動、合作或推出優惠方案提供給消費者折扣有助於吸引更多顧客



Price 價格策略

主打平價策略，吸引更多學生、小家庭、長青旅遊團等族群，使用尾數定價法，刺激消費者購物慾望

Place 通路策略

刊登廣告以及與網紅合作推出宣傳影片，提高曝光度及知名度，吸引潛在顧客

市場區隔變數



01

心理變數

生活型態、使
用目的

02

行為變數

購買準備階段、
使用時機、購
買行為

03

地理變數

地方特色、地
理位置



我們的計畫：

包裝
設計



DIY
課程設計



包裝設計文案

在筍包的包裝上做了些設計，融入了吉祥物的巧思，讓整個筍包都發亮了起來！除了方便性的提升，更是受大家的歡迎。並在精巧、可愛的包裝下，能方便的將桃米的美味帶回去回味，同時也讓以筍包送禮的我們富有面子！讓女孩興奮的是，我們的精心設計的包裝以及優美的自然環境，希望成為IG打卡的熱點之一！

Welcome To Taomi



LOGO 貼紙設計



吉祥物「筍寶」

筍寶的誕生，帶著正面、活潑、可愛、外向來到了擁有濃濃人情味，以及許多生態保護的桃米。他的到來為桃米帶來生氣，他想把笑容傳遞給身邊所有人，因為他覺得每一個來到這邊的人，都像他一樣可愛！



LOGO 貼紙設計

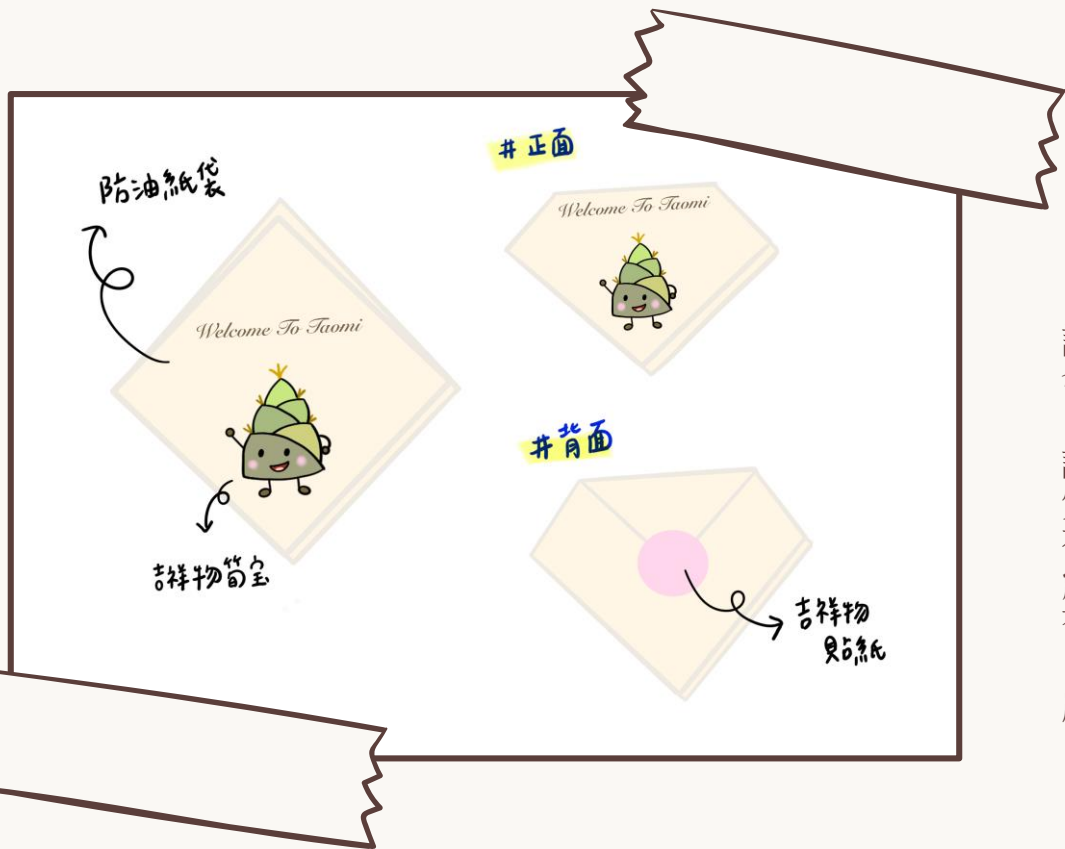
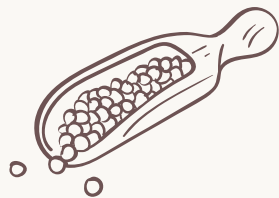
貼紙本身以圓形做為基底，表面材質為霧面設計。中間圖案加入吉祥物筍寶，外圍印有歡迎字樣，整體顏色以繽紛、親近、歡樂為主題希望帶給大家輕鬆、可愛、舒服的感覺！

包裝設計(1)

設計理念：以方便、快速又兼具美觀做為發想設計

詳細內容：這個包裝利用特殊防油紙的材質，讓顧客拿取時避免用髒手。其正面印有歡迎字樣以及吉祥物筍寶，為了讓顧客能感受桃米的溫暖。背面為封口處，以吉祥物貼紙封口

成本定價：\$8~\$10(大量印製)



包裝設計(2)

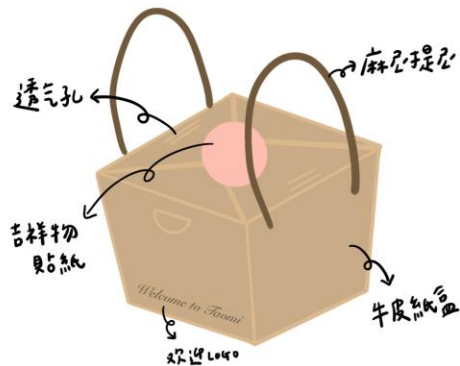
設計理念：以質感、復古，又兼具流行做為發想設計

詳細內容：這個包裝利用牛皮紙盒做為外面的主要包裝，盒子側邊對面兩側印有歡迎的字樣，另外兩側則無。封口處用吉祥物貼紙封住，另外，盒子還附有麻繩提繩，讓顧客方便提取。這個設計最初是為那些沒有要馬上吃筍包的客人設計，但因廣受女孩們的歡迎，所以我們打算將其推廣成為IG打卡熱點之一。

成本定價：\$10~\$12(大量製作)



1. 外盒設計



2. 內部設計



筍包DIY課程文案

男女老少都適合參加的筍肉包的DIY課程，課程融入了設計小組的無數智慧結晶、心血累積，創造出輕鬆無負擔的體驗課程，搭配上熱情、可愛的筍肉包大師-楊奶奶老師，短短的兩小時內，保證讓參加者們體會到屬於桃米的溫度，做出此生最美味的筍肉包，配上楊奶奶老師秘製的竹筍湯，想著想著就餓了，還不趕快報名參加嗎？趕快揪身邊的親朋好友一同前往吧！

Welcome To Taomi

筍包 DIY 課程

- 課程地點
- 指導老師
- 課程費用
- 課程時長
- 成品
- 附贈



The image shows the interior of a large, conical structure made of bamboo. The roof is a complex web of bamboo poles, with a dense layer of woven bamboo or paper at the top. Several black, cylindrical lanterns with white interiors are hanging from the roof. The structure is open at the bottom, revealing a glimpse of the outdoors with greenery and a wooden fence. The text is overlaid in the center of the image.

課程地點

桃米紙教堂「夢蝶亭」

指導老師



楊奶奶

楊奶奶是埔里的居民
非常和藹可親，且活潑可愛
擁有一身好手藝的她
不藏私的要來教大家做出獨家筍肉包！



課程費用：

\$299 / 人

\$1400 / 五人團報

課程時長

60% 製作



40% 發酵, 蒸熟



共約2小時



成品:

4個筍肉包/人



附贈：

一碗美味筍湯 / 人





具體網紅行銷

蔡阿嘎

網紅特色：

Youtuber始祖，影片多以「台灣」主體為主，近幾年融入許多親子元素，是適合闔家觀看的大眾頻道

希望達成目標：

希望蔡阿嘎可以帶一家四口一同遊玩桃米，並將親子間有趣的互動及美食傳達給他的訂閱者們，帶大家認識桃米，藉此希望能增加「親子家庭」的潛在客群



我是老爸， 我不要當爸！

網紅特色：

因病而決心好好體驗人生，尤其又為人父。正向樂觀的態度以及與家人的溫馨日常更感染了許多家庭！

希望達成目標：

以家庭休閒為主要對象，激發家庭想來桃米體驗筍包課程的慾望，不僅能感受溫馨家庭氛圍，也能讓小朋友了解親力而為，成長的動力。



壹加壹

網紅特色：

早期就起家的情侶YT頻道。時常出遊拍攝VLOG，兩人幽默風趣的性格，一直是很多情侶心目中嚮往的樣子！

希望達成目標：

透過影片營造情侶旅遊勝地，增進感情。使普遍情侶爭相前往，不只女生可以，男生也能一起動手做，顯現暖男風範！



dd邊走邊吃

網紅特色：

影片以「獨旅」系列最為有名，說走就走的簡單旅行，配上文青、獨立又勇敢的風格，令許多年輕女性都喜歡觀看她的影片！

希望達成目標：

希望透過dd來到埔里、桃米拍攝「獨旅」影片，能夠增加年輕女性對於這裡的了解，不只跟隨dd買好吃又可愛的筍包，更可以跟著dd體驗筍包DIY的樂趣！



組內分工表

- **STP** — 曾保初
- **行銷4P** — 蔡維展
- **市場區隔變數** — 馮羿詠
- **文案發想** — 黃硯煦
- **具體網紅行銷** — 黃硯煦、馮羿詠、曾保初、汪昱昕
- **包裝設計、PPT整合製作** — 汪昱昕
- **筍包DIY課程設計、目錄** — 賴玉婷

Thanks !

