

全國高級中等學校專業群科 106 年專題及創意製作競賽

「專題組」作品說明書

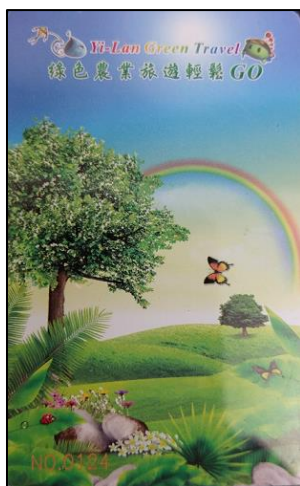
群別：商業與管理群

作品名稱：

走訪金橘的故鄉——

橘之鄉蜜餞形象館的經營現況探討與NFC輔助導覽

關鍵字：觀光工廠、安心食品、NFC 導覽



橘之鄉形象館



此物是我摘，此處是我開，
想嚐金棗味，歡迎走進來。

橘之鄉形象館提供免費的
生津金棗茶和各式蜜餞試
吃品，一定讓您感受到老
闆滿滿的誠懇心意。

橘之鄉
AGRIOZ

目錄

摘要.....	1
壹、前言.....	1
一、研究動機.....	1
二、研究目的.....	1
三、研究範圍.....	2
四、研究方法.....	2
貳、正文.....	2
一、橘之鄉的創業由來.....	2
(一) 金棗的特性.....	3
(二) 金棗的食用與加工.....	3
(三) 橘之鄉的創業與經營理念.....	3
二、橘之鄉蜜餞形象館是個觀光工廠.....	4
三、實際走訪橘之鄉蜜餞形象館.....	4
(一) 假日人潮.....	5
(二) 蜜餞DIY體驗.....	5
(三) 橘之鄉的裝潢巧思.....	5
(四) 觀光工廠的角度來審視橘之鄉.....	5
(五) 發現問題：.....	5
四、相關研究參考.....	6
五、橘之鄉的訪談紀錄.....	6
六、SWOT分析.....	8
參、研究結果與討論.....	8
三、NFC設計成品.....	10
肆、結論與建議.....	14
一、結論.....	14
三、建議.....	15

伍、參考資料.....	16
-------------	----

走訪金橘的故鄉——

橘之鄉蜜餞形象館的經營現況探討與NFC輔助導覽

摘要

橘之鄉蜜餞形象館是宜蘭第 1 間觀光工廠，在宜蘭觀光業持續衰退時是相當適合的研究對象，我們實地觀察時發現導覽人力不足的問題，在無人導覽的狀況下，雖然看得到蜜餞透明的生產過程，但是很難了解蜜餞的生產步驟和機器的功能。實地訪談時經由導覽人員解說，才了解橘之鄉的蜜餞是如何做出「無添加」的安心食品，因此能理解成本高導致售價較高。訪談後，我們用 NFC 輔助導覽解決導覽人力不足的問題，我們以有趣、說故事等原則設計 NFC 標籤，透過宜蘭大學的「智慧導覽 APP」即可讀取 NFC 標籤導覽橘之鄉。

關鍵字：觀光工廠、安心食品、NFC 導覽

壹、前言

一、研究動機

宜蘭的觀光產業在 2006 年雪山隧道通車後，帶來更多外縣市的觀光人潮，促進宜蘭地區觀光產業的蓬勃發展。2016 年雪山隧道通車 10 年了，宜蘭的觀光產業從 2014 年的高峰持續衰退 2 年。我們很關心到底是雪山隧道假日的塞車，還是觀光景點本身沒有特色，無法吸引遊客來玩或回流。橘之鄉蜜餞形象館是宜蘭第 1 間觀光工廠，很適合作為我們的研究對象。

「早期宜蘭人不懂得如何運用金棗，因此往往放任滿山金棗落地」(行遍天下記者群，2016)，由於金棗是具有潤喉生津助消化等功效的水果，基於惜物愛物的精神，創始人林枝漫決定將金棗加工成蜜餞，1979 年成立金棗加工廠，2008 年橘之鄉蜜餞形象館成為全國第一個蜜餞觀光工廠，橘之鄉多年來堅持生產不加糖精、色素、防腐劑與漂白劑的蜜餞。在 2014 年爆發一連串食安風暴之後，消費者的食品安全意識逐漸抬頭，我們很想了解這個趨勢對橘之鄉的營運影響如何？也希望透過我們的專題對橘之鄉的營運有實質的貢獻。

本研究結合商業概論「企業家精神與創業能力」裡的 SWOT 分析，來分析檢視橘之鄉的營運現況，並利用計算機概論「電腦科技與現代生活」單元的 NFC 近距離(近場)通訊技術與「簡報軟體」進行 NFC 導覽標籤設計，能夠透過 NFC 輔助導覽為橘之鄉蜜餞形象館解決導覽人力不足問題，所有的 NFC 標籤全部獲得採用，讓我們覺得非常有意義。

二、研究目的

- (一)介紹並探討橘之鄉蜜餞形象館的起源與特色。
- (二)藉由實地觀察法與 SWOT 分析了解橘之鄉目前的經營現況。
- (三)確認橘之鄉的需求，實作 NFC 輔助導覽標籤的內容改善導覽人力不足的問題。

三、研究範圍

以橘之鄉蜜餞形象館為研究對象，橘之鄉的經營現況及 NFC 標籤設計以輔助導覽為研究範圍。

四、研究方法

(一)文獻分析法

利用電子報章雜誌及部落格、橘之鄉網站蒐集相關資料。

(二)實地觀察法

實地參觀橘之鄉一天，試圖從觀光客的觀點來看問題，並給予經營者建議。

(三)訪談法

到橘之鄉與林鼎剛經理和金棗姐姐(導覽人員)進行訪談。

(四)研究流程：



圖 1：研究流程圖

貳、正文

一、橘之鄉的創業由來

要了解橘之鄉的創業由來，可從金棗的特性、金棗的加工與橘之鄉的創業談起：

(一)金棗的特性

金棗是宜蘭人對金橘(金柑、金桔；桔念成ㄌㄧㄣˇ)的稱呼，由於外型橢圓約拇指大小，看起來像顆金黃色的棗子，美觀又喜氣，因此宜蘭人將金橘稱為金棗。金棗的栽種大多分佈在北台灣，宜蘭縣栽種面積約280公頃，佔全國92%以上，是金棗主要栽種地區。

為什麼金棗多數栽種在宜蘭？

根據礁溪鄉金棗文化協會網站的資料，蘭陽平原鄰近山區之處，冬季溼冷多霧，是排水良好的坡地，為金棗樹的絕佳的生長環境，「林美村、乾崙村及二結村是宜蘭縣境內金棗的主要產地」(李界木，2015)，就在橘之鄉附近，橘之鄉的命名就是取自「宜蘭是金橘的故鄉」，金棗的盛產期為每年12月和1月。



圖2：金棗

資料來源：橘之鄉

(二)金棗的食用與加工

金棗皮甜肉酸，可以直接生吃，但多半加工處理。本草綱目記載，金橘氣味酸、甘、溫，無毒。可潤喉，生津解渴，使口氣芬芳，幫助消化。金棗加工通常做成金棗蜜餞、金棗糕、金棗汁與金棗茶。



圖3：金棗蜜餞

資料來源：橘之鄉

(三)橘之鄉的創業與經營理念

1、創辦緣起於惜物愛物的精神

宜蘭盛產金棗，大豐收時「穀賤傷農」，金棗價格低到果農連採收都沒動力，由於橘之鄉創辦人的父親種植許多金棗，為了解決金棗滯銷，不想浪費這麼好的水果，因此創辦人林枝漫(橘之鄉鄉長)和洪美芳夫婦決定將金棗加工為蜜餞，因此成立金棗加工廠。

2、生產自己能安心食用的蜜餞

蜜餞是宜蘭名產，由於宜蘭潮濕多雨，在沒有冷凍技術的年代，食物保存不易，因此多使用醃漬的方法來保存食物，而醃漬方法又分糖漬和鹽漬兩種，蜜餞大多使用糖漬，橘之鄉就是使用糖和鹽來作為天然防腐劑製作蜜餞，只要含水度

低夠低，不用添加防腐劑也能保存一段期間。

橘之鄉開始的研究蜜餞製造方法時發現，「傳統蜜餞因糖漬時間必須 15 到 30 天，且需加溫到 100℃ 以上，果皮會產生褐變現象」(岳翔雲，2012)，褐變就是果皮因高溫而變成褐色，若要賣相好，就必須添加漂白劑，這對曾在宜蘭農工食品科教書的洪美芳來說是違背良心的，經過無數次的試驗失敗，終於完成在真空下 60℃ 糖漬的作法，解決了「褐變」的問題，讓不加漂白劑的夢想成真。

3、蜜餞的糖果化與精品化

蜜餞品質獲得肯定後，為了參加宜蘭縣政府農業局的產品發表會，洪美芳把金橘蜜餞一顆一顆包裝成糖果，讓蜜餞有進口糖果的質感，這種分開包裝的方式除了讓蜜餞食用更方便，也利於蜜餞的保存。從此之後，別人的蜜餞是論斤論兩賣，橘之鄉的蜜餞是一顆一顆賣。



圖 4：蜜餞形象館

資料來源：橘之鄉

4、成立橘之鄉蜜餞形象館

2008 年「橘之鄉蜜餞形象館」成立，是宜蘭縣第一間觀光工廠，也是全國第一間蜜餞觀光工廠，秉持無添加純天然製造，遊客來這裡不但能全程參觀蜜餞的製作過程，也可以體驗蜜餞製作 DIY，還能享受充滿宜蘭在地風情的蜜餞形象館。洪美芳說：「我們成本高、單價高，如果沒有經過特別的解說，產品光擺在那邊可能不被認同。」(岳翔雲，2012)因此透過參觀與解說導覽，讓顧客可以安心購買蜜餞，是橘之鄉蜜餞形象館成立的重要原因。

二、橘之鄉蜜餞形象館是個觀光工廠

依據經濟部觀光工廠輔導評鑑作業要點，觀光工廠是指「取得工廠登記，具有產業文化、教育價值或地方特色，實際從事製造加工，而將其產品、製程或廠地、廠房提供遊客參觀、休憩之工廠。」觀光工廠其實就是「推動工廠觀光」的地方，中華民國觀光工廠促進協會理事長易榮昌表示觀光工廠是「讓來廠的人都能看得到、照得到、吃得到、玩得到與買得到」(岳翔雲，2012)的地方，讓遊客可以有「五到體驗」。

橘之鄉蜜餞形象館就是藉由將蜜餞生產過程透明化，讓遊客參觀生產製程區，從事蜜餞 DIY，使遊客對蜜餞生產過程感到安心，進而採購蜜餞的觀光工廠。

三、實際走訪橘之鄉蜜餞形象館

時間：105.8.21(日)

地點：橘之鄉蜜餞形象館

人員：林孝宣、林詩晴、黃子馨、蔡靜儀
觀察心得如下：

(一)假日人潮

假日人很多，有遊覽車和自用轎車，許多外地觀光客前來參觀。

(二)蜜餞 DIY 體驗

吉箱工坊是提供蜜餞 DIY 的場地，我們參加金棗蜜餞 DIY，經由專業人員解說，發現製作過程簡單、材料取得容易，可藉由 DIY 活動增加親子樂趣。橘之鄉使用天然的鹽、糖來製作金棗蜜餞，同樣甜度的 1 兩糖精相當於 30~50 斤的砂糖，橘之鄉採用砂糖製作蜜餞因此成本較高。

(三)橘之鄉的裝潢巧思

橘之鄉的裝潢有許多巧思，AGRIOZ 咖啡館，透明玻璃上畫的攀藤線條，從內望外看像是一棵大樹，而我們就在大樹下乘涼，在裡面休息喝咖啡，有一種忙裡偷閒的小確幸。咖啡館還有一組特別大的桌椅，上面放著一個醃漬蜜餞的罐子，人站在下面往上看，好像回到小時候，媽媽把糖罐子放在高處，小孩想吃，但不管怎麼踮腳都構不著糖罐子。



圖 5：裝潢巧思

資料來源：橘之鄉

(四)觀光工廠的角度來審視橘之鄉

- 1、橘之鄉的產品金棗蜜餞是具有**宜蘭地方特色的產品**，金棗是本地特產，蜜餞也是地方特產。
- 2、橘之鄉蜜餞形象館是**宜蘭縣蜜餞產業文化的代表**，工廠是免費參觀的，產品製程透過玻璃牆讓遊客參觀欣賞，外牆上有簡單的文字與圖片說明讓遊客觀看。試著讓遊客了解橘之鄉的蜜餞生產流程相當衛生安全。
- 3、有透明工廠可以參觀拍照、吉箱工坊可以 DIY、橘之鄉形象館可以試吃和購買產品，**讓遊客確實擁有看得到、照得到、吃得到、玩得到與買得到的「五到體驗」**。

(五)發現問題：

沒有人為我們導覽，可能因為我們是散客。假日人潮多，外場工作人員忙碌，導覽人力不足。在沒有專人導覽的狀況下，雖然有解說牌(圖 5)，可是我們對製作流程仍有許多疑問。



圖 6：橘之鄉原料準備過程的解說牌

資料來源：本小組自拍照片

四、相關研究參考

橘之鄉蜜餞形象館的相關研究有中學生小論文「甜蜜的餞別—橘之鄉」(黃憶婷、陳慧怡, 2010)可供參考, 我們認為有下列 4 點問卷結果可以參考, 由於此篇小論文只有問卷結果, 未進行分析與推論, 因此我們分析推論如下:

- (一)顧客在橘之鄉的消費金額: 有 53.33% 的顧客在橘之鄉消費 501 元以上, 由此推論, 橘之鄉的平均消費金額不低。
- (二)顧客喜歡程度和顧客可能回流率: 喜歡和非常喜歡的共有 66.29%, 不喜歡的有 10.11%。雖然有 10.11% 的人不喜歡橘之鄉, 但是不願意再度光臨的顧客只有 3.92%, 由此推論, 橘之鄉有「誠意」的免付費參觀與試吃, 讓不喜歡的顧客也願意配合其他人再度光臨。
- (三)顧客對橘之鄉的價格是否滿意: 滿意和非常滿意橘之鄉價格的共有 58.33% 的人, 普通的有 33.33%, 只有 8.33% 的人對價格不滿意和非常不滿意。顯示橘之鄉的產品雖然單價高, 但是顧客在經過參觀與解說後, 對於令人安心的蜜餞價格接受度還不錯。
- (四)顧客對橘之鄉的食安管理是否滿意: 有 75.26% 的人滿意橘之鄉的食安管理, 24.76% 的人選普通, 沒有人(0%)對橘之鄉的食安管理不滿, 顯然橘之鄉在食安管理方面做得相當好, 深植人心, 這是橘之鄉最大的無形資產。

五、橘之鄉的訪談紀錄

我們先陳述林鼎剛經理的橘之鄉經營理念: 以【誠意】對待每一位客人, 不需要購買門票就能參觀, 沒有基本消費, 招待您金棗茶、免費試吃蜜餞, 免費讓客人看蜜餞生產流程。就算客人覺得不滿意, 也不花一毛錢。至於買不買產品, 就看我們的產品是否讓您安心購買, 【誠意】就是我們的經營理念。

時間: 105.12.21 (星期三) 15:30~17:00

地點: 橘之鄉的吉箱工坊

訪談對象：林鼎剛經理(林；餅乾叔叔)和導覽人員金棗姊姊(金)

(一)自從雪山隧道開通後，假日往往大塞車，會影響橘之鄉的業績嗎？

林：來橘之鄉的客人，分為兩種：特地前來的觀光客或是過客，雪山隧道塞車，反而讓過客可以慢下腳步來參觀橘之鄉，可能增加消費，雪山隧道塞車目前沒有影響橘之鄉的業績。

(二)請談談橘之鄉的在地化特色？

林：橘之鄉的主力產品金棗與金桔，從原料、工作人員到銷售通路，都是宜蘭在地。礁溪的 5 星級餐廳也採用我們的產品作為在地零嘴的代表。

(三)對於食安問題的看法？

林：橘之鄉的產品並非有機食品，我們談的是安心食品與無添加，是用老祖先的方法加以改良，利用現代機器製作出來而已。

(四)橘之鄉的產品是否售價較高？

林：橘之鄉的產品比市面上產品售價高是事實，如果其他產品和我們用同樣的方式生產，那麼成本就是這麼高，不是我們售價高，是其他產品售價低。

(五)橘之鄉是否想要增加營業項目，提升餐廳品質？

林：當然會想提高餐廳的品質，增加營業項目以增加營收，但同時也希望，可以保有橘之鄉的特色與本心，莫忘初衷。

(六)橘之鄉命名的由來？

金：橘之鄉—金橘的故鄉，金棗是宜蘭人的說法，正式名稱是金橘(金桔ㄐㄩ ㄘㄨˊ)，所以我們命名為橘之鄉，代表宜蘭是金橘的故鄉。而金桔檸檬的金桔，正式名稱為四季桔。

(七)導覽人力是否足夠？

金：我們 12 位前場工作人員都受過導覽訓練，都可兼任導覽工作，但假日往往超過 2000 名遊客，我們只能為團體導覽，散客就只能自行參觀，導覽人力當然不夠。

(八)NFC 目前只能在較新的 Android 手機使用，是否確認要讓我們

設計製作 NFC 標籤？

林：期待 NFC 能協助部分遊客導覽橘之鄉，即使 NFC 輔助導覽只有 10% 的顧客使用，都很有幫助。

六、SWOT 分析

表 1 橘之鄉蜜餞形象館的 SWOT 分析表

優勢(S)	劣勢(W)
S1 工廠鄰近於原料產地	W1 所在地離市區遠
S2 有透明化工廠	W2 產品價格比市價高
S3 設有網路商店	W3 大眾對蜜餞生產過程有刻板印象
S4 單顆包裝精美且方便食用	W4 導覽人力不足，假日尤其嚴重
S5 安心無添加的製造過程	
機會(O)	威脅(T)
O1 食品安全意識抬頭	T1 連假國道塞車，影響觀光人數
O2 生活水準提高，蜜餞品質要求提高	T2 宜蘭觀光業者多，分散客群
O3 政府設置免費公車站於橘之鄉	T3 天災容易影響原物料產量

資料來源：本小組自行整理

參、研究結果與討論

一、問題討論

(一) 依據 SWOT 分析，橘之鄉應如何把握機會？

透過橘之鄉蜜餞形象館的參觀、展示與解說，有機會讓消費者了解橘之鄉的蜜餞正是「無添加、高品質」，因此可以掌握 O1 食品安全意識抬頭、O2 生活水準提高，蜜餞品質要求提高等 2 項機會，也可改變 W3 對蜜餞生產過程骯髒的刻板印象。

(二) 依據 SWOT 分析，橘之鄉應如何扭轉劣勢？

W4 導覽人力不足，假日尤其嚴重這項劣勢，我們建議可透過手機使用 NFC 輔助導覽改善這項劣勢，只要更多的消費者能理解高品質蜜餞來自於高成本，就有機會讓消費者接受較高的價格，因此達到改善 W2 產品價格比市價高的劣勢。

二、NFC 輔助導覽

NFC(Near Field Communication 近距離無線通訊)功能近似於 RFID，可結合現有非接觸智慧卡技術。NFC 可以支援「讀卡機模式：這是將 NFC 功能應用在讀取的用途。」(陳惠珍, 2016)可利用手機讀取 NFC 標籤的資訊，能運用在導覽、門票、電子錢包等小額付款的應用上。本專題應用了宜蘭大學開發的 NFC 智慧導覽 APP，「提供靜態導覽解說服務，將宜蘭 14 個休閒農業區的景觀、文化、產業、生態特色資源呈現」(陳凱俐, 2016)。優缺點評估如下：

(一)優點

可以導覽宜農牧場還有宜蘭的 14 個其他休閒農業區。下載 APP 後，不須上網，打開 NFC 通訊功能後，將 NFC 標籤放在手機背面即可導覽。

(二)缺點

iPhone 的 NFC 不支援 NFC 智慧導覽，而且只有較新的 Android 手機的 NFC 支援(舊的 Android 手機可能沒有 NFC)。

我們負責製作橘之鄉的 NFC 標籤內容的數位化檔案，宜蘭大學協助更新 APP，共同完成橘之鄉的 NFC 智慧導覽，希望可以改善橘之鄉導覽人力不足的劣勢。

NFC 智慧導覽 APP 的用法，請參考圖 6~圖 9：



圖 7：開啟 NFC 智慧導覽



圖 8：開啟 NFC

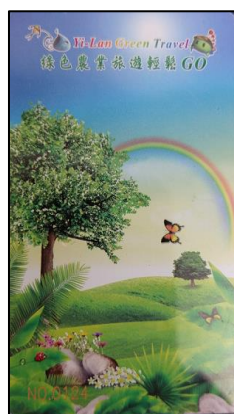


圖 9：手機背面靠近 NFC 標籤



圖 10：手機畫面出現橘之鄉 NFC 導覽

資料來源：本小組自行拍攝製作

(一)NFC 標籤設計原則與過程

我們討論後決定採用「有趣、說故事」的原則設計 NFC 標籤內容，所有標籤的標題、圖片與內文格式大小盡量統一。

我們在 2017.1.23 完成黃色調和白色調 2 種版本的設計風格讓橘之鄉選擇，林鼎剛經理選擇以白色調為主的 NFC 標籤，於是我們開始實作 NFC 標籤內容。



圖 11：黃色調 NFC 標籤風格 圖 12：白色調 NFC 標籤風格
資料來源：本小組自行設計製作

三、NFC 設計成品

我們的第一批 NFC 導覽標籤內容已獲橘之鄉採用，目前正在製作標籤卡片中，其中包括金棗、蜜餞、橘之鄉蜜餞形象館介紹，猜燈謎與謎底與蜜餞製程介紹等共 14 張，其中橘之鄉蜜餞形象館介紹的相關介紹，請參考圖 13~圖 19。圖 20~圖 21 是橘之鄉猜燈謎與謎底，可以增加趣味性，圖 22~圖 23 蜜餞製程相關標籤是根據橘之鄉林鼎剛的要求而製作，主要是讓遊客了解橘之鄉的蜜餞製程，讓遊客可以安心購買。這些 NFC 標籤可以透過 NFC 智慧導覽 APP 讀取，達到導覽的效果，希望能解決導覽人員不足的問題，NFC 標籤內容如下：

金棗(金橘;金桔)



金棗是宜蘭人對**金橘**(金桔；**桔**念成**ㄐㄧˊ**)的稱呼。金橘外型橢圓約拇指大小，看起來像一顆**金黃色**的棗子，美觀又喜氣，因此宜蘭人稱金橘為金棗。至於「**金桔檸檬**」的**金桔**是其實**是四季桔**。

AGRIOZ

圖 13：金棗介紹 NFC 標籤

宜蘭特產金棗



蘭陽平原鄰近**山區**之處，冬季溼冷多霧，也是排水良好的坡地，正是金棗樹的最佳的生長環境，主要產地就在橘之鄉附近。而橘之鄉的命名就是取自「**宜蘭是金橘的故鄉**」。

AGRIOZ

圖 14：宜蘭特產金棗 NFC 標籤

蜜餞—甜蜜的餞別



古代蜜餞是以將水果以蜂蜜醃製而成，用蜂蜜的高糖度達到天然防腐效果。古代貴族女孩在心上人出遠門時，會用**粉紅色絹布包些蜜餞**和1首詩，放在男方行囊中，作為**甜蜜的餞別**，希望男生吃蜜餞時甜蜜的想起**她**。

AGRIOZ

圖 15：蜜餞由來 NFC 標籤

金棗蜜餞DIY



蜜餞DIY體驗在**吉箱工坊**進行，由專人指導完成蜜餞的製程，透過親手DIY體驗在地的金棗蜜餞文化，相當適合**深度旅遊與親子同遊**，蜜餞製程中只加鹽和糖，讓顧客可安心食用。

AGRIOZ

圖 16：金棗蜜餞 DIY NFC 標籤

橘之鄉觀光工廠



想了解蜜餞製程，請到我們全透明的蜜餞工廠參觀迴廊，在這裡你可以清楚的看到保存不易的鮮果是如何轉換為可口的蜜餞。讓遊客見證橘之鄉天然、健康、無添加的蜜餞。

AGRIOZ

橘之鄉形象館



此物是我摘，此處是我開，想嚐金棗味，歡迎走進來。

橘之鄉形象館提供免費的生津金棗茶和各式蜜餞試吃品，一定讓您感受到老闆滿滿的誠懇心意。

AGRIOZ

圖 17：橘之鄉觀光工廠 NFC 標籤

圖 18：橘之鄉形象館 NFC 標籤

AGRIOZ 咖啡館



AGRIOZ 是複合字，是西班牙文 **Agrio**「柑橘」加上英文 **Zest**「風味」，意為柑橘的風味。背景是希臘風的白色愛琴海風格，是偶像劇「絕對達令」拍攝場景，適合來此悠閒的品嚐下午茶。

AGRIOZ

圖 19：AGRIOZ 咖啡館 NFC 標籤



圖 20：猜燈謎 NFC 標籤



圖 21：開謎底 NFC 標籤內容



圖 22：製成準備 I NFC 標籤



圖 23：製成準備 II NFC 標籤

資料來源：本小組自行設計製作

製程—真空糖漬



糖漬可將果實的含水量降至**40%**，讓蜜餞容易保存。傳統的高溫糖漬會造成蜜餞變為褐色，因此需要加漂**白劑**改善蜜餞賣相。橘之鄉的**真空糖漬**技術，糖漬溫度低不會褐變，**不需要**添加漂**白劑**。

AGRIOZ

製程—熱風乾燥



蜜餞的含水量低於**18%**，濃縮果實精華，才能長期保存。橘之鄉採用熱風乾燥機將蜜餞的含水量由**40%降為18%**，熱風機採夜間開機，日間停機讓蜜餞內外濕度均衡，當蜜餞含水量低於**18%**即大功告成。

AGRIOZ

圖 24：真空糖漬製程 NFC 標籤

圖 25：熱風乾燥製程 NFC 標籤

製程—衛生包裝



為了改變蜜餞黏手食用不便的形象，橘之鄉的蜜餞採用**機器單顆衛生包裝**，不黏手方便食用，也比較容易保存。橘之鄉是CAS認證的優良工廠，我們致力於**生產健康衛生的蜜餞**。

AGRIOZ

圖 26：衛生包裝製成 NFC 標籤

資料來源：本小組自行設計製作

肆、結論與建議

一、結論

我們根據實地觀察與實地訪談，並且站在消費者與經營者的角度，做出以下 3 點結論：

- (一) 橘之鄉蜜餞形象館的成立是為了改善金棗生產過剩的問題，橘之鄉生產自己敢吃的蜜餞，是「無添加」的安心食品，經營團隊用「誠意」待客，不需要購買門票就能參觀，招待金棗茶、試吃蜜餞，客人不花一毛錢就能體驗完整的橘之鄉，所以在宜蘭觀光業持續衰退的狀況下，橘之鄉的業績並未受到影響。
- (二) 大眾普遍對蜜餞的生產過程感到憂心，而且橘之鄉的產品售價較市面高，所以橘之鄉蜜餞形象館的導覽非常重要，顧客一旦了解生產過程衛生且「無添加」，才能理解因為成本較高，進而接受售價較高。在這個講求食品安全且追求高品質的年代，橘之鄉的「安心食品」得到了很好的機會。
- (三) 橘之鄉的導覽人力不足，我們用 NFC 智慧導覽 APP 輔助導覽解決這個問題，我們以有趣、說故事等原則設計 NFC 標籤，透過宜蘭大學的「智慧導覽 APP」即可讀取 NFC 標籤導覽橘之鄉蜜餞形象館。

三、建議

我們根據實地觀察和文獻資料，做出以下 3 點建議：

- (一) 橘之鄉的主心產品「金棗蜜餞」，寓意美好(甜蜜的餞別、吃在嘴裡、甜在心裡)，適合新婚佳偶，可做為「婚禮的伴手禮」，是個可考慮的推廣方向。

(二)可考慮跟鄰近的亞典蛋糕合作推出金棗蛋糕，用橘之鄉的金棗蜜

餠為原料，加上亞典蛋糕的技術，聯合研發商品，或許可以達到

雙贏效果，為雙方帶來收益。

(三)宜蘭盛產金棗，橘之鄉主要研發金棗、四季桔製成安心食品，DIY

體驗以蜜餠 DIY 為主，但其實能開發更多 DIY 體驗活動，例如：

利用金棗精油開發「金棗香皂 DIY」。

伍、參考資料

行遍天下記者群(2016)。愛台玩觀光工廠 100+。新北市：宏碩文化出版社。

岳翔雲(2012)。宜蘭大步邁向觀光工廠大縣，看雜誌，124，28-31。

岳翔雲(2012)。橘之鄉讓金橘蜜餠成為宜蘭縣禮。看雜誌，124，32-35。

岳翔雲(2012)。橘之鄉蜜餠形象館行銷幸福滋味。看雜誌，124，36-39。

李界木(2015)。巡田水遊記礁溪金棗文化館。民報，系列 37。2016 年 9 月 13 日。

取自 <http://www.peoplenews.tw/news/b5acc9d1-eecca-42d3-8ab2-3fd9324cfb2a>

黃憶婷、陳慧怡(2010)。甜蜜的餠別—橘之鄉。國立宜蘭高商國際貿易科。

中學生小論文。2016 年 9 月 13 日。取自

<http://www.shs.edu.tw/works/essay/2010/11/2010111010060416.pdf>

陳凱俐(2016)。智慧綠遊。載於宜蘭大學 S 計畫跨領域特色團隊成果發表會手冊 (8-15)。宜蘭大學應用經濟管理系。

陳惠珍(2016)。2017 新趨勢計算機概論。台北市：碁峰出版社。