

老鍋米食體驗創新加值計畫

老鍋食品企業有限公司

創立日期 112 年 05 月 25 日

負責人 郭又豪

經營項目 休閒體驗、批發零售、國際貿易

創新動機

西元 1858 年，郭家四兄弟在新竹「大南勢」落戶生產米粉，開啟新竹米粉的時代。60 年代，新竹米粉生產的全盛時期，大南勢米粉工廠共有 120 多家，盛況空前，所以大南勢又有「米粉寮」之稱。如今，已傳承到了第二代負責人郭又豪，創立老鍋食品企業有限公司，延續郭創辦人理念，透過寓教於樂經營老鍋休閒農莊，要導入創新應用，發展深度體驗內容，強化品牌理念之傳遞。

重點成果

- 1 運用顧客完整服務體驗 TCE 輔導手法，調整館內導覽動線，並深化體驗活動內容，建立老鍋農莊服務體驗模式，提升散客體驗深度與再訪度。
- 2 導入設計美學，同時運用影音工具、自動販賣機應用等，建立新商品販售模式，期望透過商業模式複製，

拓展銷售點擴大市場。

- 3 透過官方臉書、網頁及參加展會活動，擴大品牌行銷推廣，持續深化與目標客群的互動，吸引更多顧客到農莊實際旅遊體驗，並串聯新竹產業與景點推薦，提升在地經濟。

未來創新

- 1 服務體驗模式建立：運用顧客完整服務體驗 TCE 輔導手法，透過服務藍圖、服務設計、體驗接觸點等，調整館內導覽動線與體驗活動內容及流程，建立老鍋農莊服務體驗模式。
- 2 導入美學設計：體驗活動與空間以懷舊質樸的風格進行整體美感調整優化，同時運用影音工具提升米食體驗導覽深度，並於米粉產業首次導入自動販賣機應用建立新商品販售模式，未來期望透過商業模式複製拓展銷售點，結合企業特色產品或地方特色農

產，開發在地咖啡及米食風味冰淇淋等，優化米食體驗活動及餐飲體驗場域美感。

③ 品牌行銷推廣：透過官方臉書與官方網頁，持續深化與目標客群的互動，豐富新竹米食產業知識服務平台內容；另預計參加展覽活動，推廣新服務體驗及產品，吸引更多顧客到農莊實際旅遊體驗。

在地回饋

① 老鍋休閒農莊自 1999 年創立，透過完整 SOP 將米粉歷史、產業知識等展覽，並提供實際體驗活動，帶領製造業轉型休閒觀光，積極推廣新竹米粉產業文化。

② 首度將自動販售設備導入，建立創新服務體驗模式，期待未來可將其商業模式複製各地，擴大市場，成為地方示範案例。

③ 老鍋為當地具代表性品牌，積極串聯地方特色產業合作，除提升自身品牌知名度，更帶動新竹地方經濟力，具有業界領導地位。

執行過程中得到的協助

感謝新竹市政府提供地方產業創新研

發推動計畫，讓老鍋食品有機會轉型升級，在服務體驗面提升導覽動線的流暢度及提供更豐富體驗活動內容及流程；於展場場域上導入美學設計，讓整體場域美感優化升級，並在品牌行銷面上，提供更多元推廣方式，利用社群媒體整合，結合時事創造話題性及透過國內外展會活動來提供產品能見度，讓老鍋米粉跟上時代邁入國際化。

量化效益

- + 增加產值 8000 仟元
- + 產出新產品或服務共 2 項
- + 衍生商品或服務數共 3 項
- + 額外投入研發費用 1000 仟元
- + 促成投資額 1000 仟元
- + 增加就業人數 1 人

