

找回原力・部落學堂～

部落遊程解說結合伴手禮之設計與行銷推廣

文/蔡文堅¹、何雅婷² 圖/陳佳馨、何雅婷

前言

本場近幾年執行找回原力計畫，最主要目標係為留住原鄉青年人才，藉由部落農遊之食衣住行帶動地方經濟繁榮。經過111與112年對部落遊程與人才盤點後，今（113）年3月27日於茂林國家風景區管理處禮納里遊客服務中心辦理部落學堂，以「部落遊程解說結合伴手禮之設計與行銷推廣」為主題，向來自禮納里大社部落、瑪家部落、好茶部落，和來義鄉文樂部落農友、導覽解說員及餐飲住宿等業者講解。

禮納里部落生態遊程解說技巧

本主題邀請瑪家鄉資深導覽魯珍老師分享禮納里部落生態遊程的解說技巧，她認為解說員對解說內容應謹慎，在南島多元族群中擁有不同的文化特質，在文化習俗上就算是同一種動（植）物也都有著不同的意涵與利用。因此可多在部落走動，謙虛向耆老請教以充實解說內容。這次的分享，魯珍老師也將魯凱族與排灣族不同傳統文化進行解說，並提醒族人進行解說時須注意事項：

- （1）解說時若能穿著族服，是自我族群認同的象徵，也是一個解說題材。
- （2）原民植物導覽：可依當次遊程的手作體驗和美食安排進行說明，例如月桃、小米、血桐、樹豆、芋頭、刺蔥、紅藜、油芒、高粱等。
- （3）百合花：在魯凱族社會代表著女性的純潔與勇士的榮耀；排灣族沒有佩戴百合花的習俗，女性戴耳掛耳環代表著純潔。
- （4）迎賓方式：魯凱族的迎賓是喝小米酒、吃檳榔，和聽部落領袖講魯凱族文化規則；而排灣族是以茅草或桑葚葉拍打身上的穢氣再過火，然後喝小米酒。因時代改變，取而代之以花環佩戴方式來迎賓。另外，檳榔在原住民獵人是不可缺少的，因為可以禦寒打起精神，並刺激唾液分泌補充水分。

¹農經研究室 助理研究員 (08)7746775

²農經研究室 研究助理

(5) 立鞦韆：魯凱族每一個少女都可以盪鞦韆，排灣族則不行。排灣族立鞦韆必須到當家領袖家前面，依階級選擇樹種，依次為九芎、桃花心木、松樹、相思樹、刺竹和檳榔；而魯凱族則是以刺竹為主。

(6) 男女差異：排灣族以第一個見到太陽/月亮為繼承者，所以是男女平等；魯凱族是男生為繼承者，重男女尊（不是每個原住民都是母系社會）。

(7) 排灣族美食之一的搖搖飯有很多種煮法，瑪家部落僅放入青菜、小魚乾、生薑。而來義鄉還會加入紅藜、芋頭粉和南瓜等。

(8) 紋手與刺青不同：對排灣族而言，紋手是身分的註記，也是階級權力象徵，是需要被尊重的傳統文化。

(9) 霧台鄉舊好茶部落自稱為雲豹的傳人，是源自於魯凱族祖先發現雲豹棲息的地點有水源且易守難攻，所以跟著雲豹在舊好茶居住下來而得名。

伴手禮設計包裝與行銷推廣

本主題邀請映品形象設計有限公司林杰輝藝術總監，以案例分享部落伴手禮的發展與設計包裝、行銷推廣、組合多樣性及部落遊程規劃結伴手禮等，於課程中不斷帶領學員反饋思考。此外，課堂中也針對大社部落、文樂部落的學員帶來研發中或已經販售之伴手禮進行互動討論，最後講師給予整體的建議：



與會族人感謝本場舉辦部落學堂，紛紛表示學習到很多。（陳佳馨 攝）



瑪家鄉資深導覽魯珍老師分享原民文化與生態（陳佳馨 攝）



戴順發場長(右一)與林勇信科長(右二)對禮納里族人研發中的商品給予建議和支持。（陳佳馨 攝）

- (1) 可思考一個禮盒是否有不同內容的組搭方式，創造消費者不同價格空間或是禮盒主題的選擇。
- (2) 可思考不同學員彼此商品合作的可能性，推出地方聯名商品，降低個人成本與擴大販售對象的機會。
- (3) 儘可能找尋與競爭者之間的差異化，地方元素的聚焦是最好的特色賣點，如文化轉譯、原民符碼、色彩記憶等，可同時評估是否結合慶典活動、體驗遊程的整合行銷進行推廣的思考。
- (4) 商品簡明化，內容勿過度繁瑣複雜，讓消費者好懂好選，進而好買。
- (5) 釐清生產端與消費端兩者之間的思考差異，如降低成本還是創造價值？提供給消費者的產品需求還是伴手禮需求？
- (6) 建立末端售價與營運成本基礎概念，制定合理價格與適當利潤，才是永續推廣的基本，「產品>商品>禮品>體驗」是不同階段的事情，選好位置才不會迷失方向。

結語

本場期許禮納里的族人們未來能共同合作串聯，具備從規劃部落解說、DIY體驗，到設計特色伴手禮的能力。吸引遊客參與部落農遊，藉由瞭解認同，進而選購符合自身需求的地方農產伴手禮，共同帶動地方經濟。



映品形象設計有限公司林杰輝藝術總監(中)給予來義鄉文樂部落農友商品包裝的回饋與建議(何雅婷 攝)



瑪家鄉資深導覽魯珍老師配戴檸檬香茅和排香草製成的花環，是另一種傳統文化的象徵，亦是解說的好題材。(何雅婷 攝)



紋手是文化，也是身分註記，常見有人形紋、百步蛇紋、太陽紋等。(何雅婷 攝)