



Dream works of the Mei 梅子夢工廠

秉持著健康自然的原則及原料產地化為目標，希望每一位顧客能吃的更加健康、自然、美麗。

文■王瑜慧 圖■黃隆鑫

4/27早上8點20分大家都非常準時及興高采烈的到達集合地點學校大門口，感覺真的很開心，因為期待已久的國際行銷校外參訪就在太陽公公賞臉下，開始我們一整天的旅程，10點40分我們到達梅子夢工廠，迎接我們的是親切笑容的辜副廠長，還有令人陶醉的

酒香。信義鄉農會以梅子出名，梅子充其量就只是農產品，若是要提昇價值，就要創造與眾不同的產品，一開始由於梅子加工的產品利潤微薄，便開始思考要如何轉型，後來才有品牌的概念，但因為信義鄉農會包袱重，對於改變比較無法接受，內部開始有服務業必需



去找出自己的特色，所以和一些國際級的大企業合作，強迫改變，也因為如此透過對於品牌的不斷衝擊，擦出更多的火花，像“忘記回家”

、“梅子跳舞”等大家都耳熟能詳的作品，也因為幽默有趣令人會心一笑，它成功的地方就是品牌深植人心。

梅子夢工廠品牌目標

Made in Taiwan 等於 Mei in Taiwan 以臺灣在地產業文化與當地傳統工法，為產品主軸，主力開發以台灣在地物產為原料的在地特色，農特產品。並以未來出口行銷台灣產業文化農特產為目標。（產品原料皆採用本會輔導之青梅產銷班班員、會員生產之青梅）品牌是顧客對產品的內心認同價值，除了產品定位要好以外，行銷策略更是重要，結合電影的海角7號，就是強迫行銷，讓名字可以一直重覆出現而造成無限大效果，就像“馬拉桑”一部

電影裡面重覆出現這個品牌200次，叫人想忘也忘不了，這

梅子夢工廠園區經營的六大方向：

1. 以信義鄉在地產業文化為主題。
2. 以信義鄉農業為主軸。
3. 三生農業(生產、生態、生活)為目標。
4. 群眾透過軟硬體設施，深入瞭解信義鄉當地文化。
5. 提升信義鄉產業整體收益增加，增加在地居民收益。
6. 增加消費群眾對在地農特產品信賴。

就是『藉由產業文化，提升在地印象，推廣生活結合』，另外信義鄉農會也透過贊助活動來增加知名度，對於當地的一些表演也可以借由辦活動來宣傳，而消費者可以有機會認識到信義鄉農會的產品，等於是

三贏的局面。

辜副廠長對於梅子夢工廠的產品也做國際行銷的分享—為了將梅子發揚光大，信義鄉農會更和華航合作，使得我們的梅子可以透過空中交流有不一樣的感覺，一個屬於台灣

人的特色，又能代表我們的文化過程，也可以是我們的驕傲，我想這是我在這一參訪中所得到的最多的收穫，品牌不光是品牌，他的價值更多在於認同感。



本次採訪小組左起，郭珍杏、王瑜慧、萬忠誠。