



後來莓你不行－後龍藍莓永續發展

守護天使－國立聯合大學文化觀光產業學系 李宜庭、林芷瑩 國立聯合大學化學工程學系 賴孟昭、邱奕嘉

議題描述

苗栗縣後龍地區具備適合藍莓栽培的地理與氣候條件，已有農民導入溫室技術進行種植並展開小規模產銷。但目前整體產業仍處於起步階段，缺乏品牌形象與體驗型觀光設計，與觀光資源尚未有效串連。現有數位應用多著重產品銷售，難以促進農民、遊客與場域間的深度互動，也缺乏讓遊客回流與持續參與的機制。

本企劃以「農業與觀光的數位融合」為核心，規劃一款智慧觀光 APP，整合 VR 導覽、藍莓認養、互動任務、遊程推薦與 CRM 管理模組，協助農民提升服務設計，讓藍莓從農產品轉型為可體驗、可參與、可傳播的地方觀光資源。

提案動機

隨著台灣消費者對健康飲食的重視提升，藍莓因富含花青素與抗氧化成分，逐漸成為熱門機能性水果。不過，本土藍莓仍面臨價格高、品牌不明、觀光資源尚未整合等挑戰，特別是在體驗設計方面，缺乏讓消費者參與與建立記憶的機制。後龍地區的藍莓產業雖具潛力，已有農民導入溫室技術，但整體規模與人力有限，難以支撐觀光服務。遊客對產地多停留在購買階段，缺乏深度互動與品牌連結。因此，本企劃提出開發一款智慧觀光 APP，整合藍莓認養、VR 導覽、互動任務、遊程推薦與 CRM 顧客管理功能，結合地方品牌故事與社群行銷，從參與體驗出發，提升遊客黏著度與農業附加價值，推動後龍成為具識別度與永續潛力的農業旅遊據點。

具體解決方案



預期成效

一、質性效益

- 強化文化敘事與品牌形象：
- 提升遊客參與感與地方認同
- 協助農民提升數位經營能力
- 帶動在地觀光串聯與社群擴散

二、量化效益

- 提升觀光參與與回訪率
- 擴大品牌影響力
- 促進地方經濟成長

結論

導入智慧觀光系統有助於深化遊客對後龍藍莓產地的認識與情感連結，轉變其角色為地方文化的參與者。沉浸式體驗與數位互動機制，能有效提升品牌辨識度與回訪動機，並促進景點與店家的整合效益。另一方面，農民透過數位工具強化行銷與經營能力，也為後龍建立更具自主性與永續性的觀光發展模式。此一系統不僅優化遊客體驗，更為地方帶來經濟與文化層面的雙重成長動能。

