

SBIR11312 得意中華食品有限公司



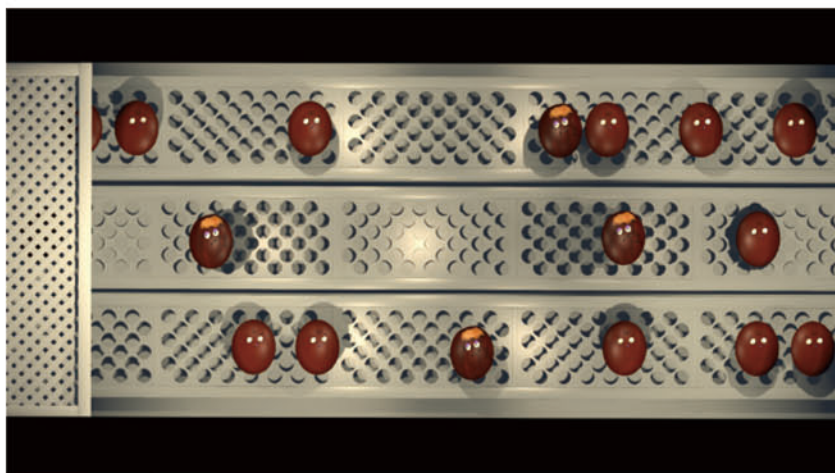
台灣滷味博物館XR 互動體驗計畫



公司官網

隨著《食農教育法》的頒布及國內食安事件頻傳，已有越來越多民眾重視餐盤上的食物來源，本次計畫希望藉由導入XR互動體驗科技，傳達本公司製作商品的過程、用心及相關知識，提高消費者對品牌及商品的信任度。

鐵蛋：信誓蛋蛋



XR互動遊戲畫面

跌跌撞撞的開始，意想不到的突破

本次計畫的推動，對團隊而言是一段兼具挑戰與突破的旅程。從最初館內展覽多以靜態圖文呈現，難以留住遊客的腳步，到嘗試導入XR互動體驗，過程中不僅是技術的學習，更是觀念的轉換。團隊必須跳脫「單純展示」的模式，轉向以「體驗」作為核心，將食安教育、在地食材與品牌故事融入遊戲中。研發過程中，我們以「食安五環」為基礎，設計出鐵蛋、豆干、秋刀魚、紅燒牛肉爐及岡山豆瓣羊肉爐等互動內容，並透過手勢辨識、嗅覺體驗、聲光設計，讓參觀者能身歷其境。過程中雖曾面臨如小朋友操作過度導致裝置毀損、遊客不知如何操作等問題，但這些挑戰反而成為改進的契機，促使團隊在遊戲前導動畫、流程設計與硬體強度上持續優化，展現出創新的彈性與韌性。

遊戲不只是遊戲：轉換為營收與信任

經過六個月的努力，計畫成果不僅達成，更超越原先目標。試營運期間，體驗人次達1125人，分享及兌換人次達1050人，均超過預期目標一倍以上，營收也較同期成長逾200萬元。

問卷調查結果顯示，透過XR互動遊戲，參觀者對產品製程的理解度與對品牌的信任度顯著提升，並有助於刺激消費意願。更重要的是，XR互動體驗解決了過往因導覽人手不足而導致的體驗落差，讓民眾能自主探索並留下深刻印象。對外部而言，本案帶動地方產業鏈合作，提升在地食材價值，符合企業社會責任與地方創生的理念；對內部而言，團隊在數位內容開發、遊戲設計及顧客回饋分析上都獲得寶貴經驗，建立了可持續擴充的基礎，未來可進一步導入競賽機制或多元互動，提升趣味性與再訪率。



超越觀光工廠，開啟體驗經濟的未來

整體而言，本計畫的推動不僅是一次單純的展示升級，更是一場從「傳統觀光工廠」走向「數位體驗場域」的跨越。XR互動體驗讓滷味文化、食安教育與在地食材轉化為生動的故事，縮短了品牌與消費者的距離。計畫成果驗證了「體驗式行銷」的可行性與價值，不僅有效提升營收，更深化了消費者對品牌的信任與情感連結。展望未來，團隊將以此次成果為基礎，持續優化互動內容，結合更多感官科技與在地特色，朝向成為全台獨具魅力的體驗型觀光工廠邁進。