

## 榮景再現 - 一應俱泉古早 味創新體驗計畫

### 榮泉汽水工廠



高雄市目前碩果僅存的彈珠汽水工廠目前已傳到第三代，因為對保存傳統文化有著強烈使命感，所以即使投資在口味研發、生產機具的花費需要付出更多的成本，但是家族成員依然堅持守住這傳統特色的彈珠汽水工廠，想盡辦法要讓彈珠汽水這項傳統特色產業能夠重新活化、再創新機，也希望透過榮泉品牌的力量，再次帶動三塊厝車站周圍、三鳳宮與三鳳中街的繁華景象，因此榮泉希冀透過創新體驗的服務模式，強化 O2O 服務，期許以線上帶動線下，線下轉化線上的良性循環，提升品牌客戶數。



### 保存傳統文化「榮泉彈珠汽水」使命感

榮泉彈珠汽水由薛朝福先生於民國 48 年所創，是全臺最早的彈珠汽水生產商之一。當初由日本老師傳身上學得製造技術，以純糖加入碳酸水、調味料，還有那顆栓塞於瓶口的彈珠，傳統的老滋味擄獲無數人心。直至第三代薛仲崑接手後，已深耕高雄超過 60 年以上的歷史，亦是高雄市碩果僅存的彈珠汽水工廠，因為對保存傳統文化有著強烈使命感，所以即使投資在口味研發、生產機具的花費需要付出更多的成本，但是家族成員依然堅持守住這傳統特色的彈珠汽水工廠，想盡辦法要讓彈珠汽水這項傳統特色產業能夠重新活化、再創新機。

### 重新活化的特色品牌

透過創新體驗的服務模式，強化 O2O 服務，期許以線上帶動線下再轉化線上的良性循環，提升品牌客戶數，透過榮泉品牌深厚的影響力，配合政府交通車站建設及三塊厝周邊店家、三鳳宮以及三鳳中街商圈的榮景，讓政府重大政策有加乘效果。榮泉高雄工廠轉型成為對外開放的品牌，產品透過「六覺體驗」設置汽水製造體驗服務場域與實體販售，讓彈珠汽水的趣味、古早味延續下去，並支援行動支付結帳，提升資訊化服務，藉以匯集更多的人流及金流。

### 開啟多元的行銷模式

本計畫重新讓品牌年輕活化，規劃各種不同的活動執行，嘗試與年輕人說話溝通，陸續開通 LINE@、Instagram 社群及 YouTube 平台，增加許多年輕族群消費者透過線上平台主動詢問，並積極與更多產業類別的廠商進行產品聯名活動，讓榮泉獲得更多曝光。在廠區體驗服務的部份，動線完整規劃後，觀光客進到榮泉即能享受我們分享高雄的在地歷史與喝到冰冰涼涼的彈珠汽水，也讓榮泉與三鳳中街在地的店家合作，創造不同的行銷模式，期盼人潮回流。

