

# 山林製造賣店廠商營運須知

## 1、品牌理念\_山林製造

每一次消費，都在決定這世界的樣貌，山林製造，致力創造山林永續的消費生態，透過一間店傳遞台灣 26 森的美好信念，為自然 & 生活製造美好循環，建立山林永續消費體驗的新典範。

註：26 森 為林務局管理的 26 處森林育樂場域，包含國家森林遊樂區、平地森林園區、林業文化巧區、林業鐵路。

## 3、品牌通則的實務應用

### ( 1 ) 空間通則 - 可以感受自然的空間

我們希望來到這個空間，可以鮮明得感受到空氣的流動、地球轉動光的變化、生態的活動力，賦予人們正向的能量。

因此，經營賣店時，我們需要時時檢視空間是否可以看見戶外的自然，讓自然採光最大化，空間中的五感體驗都與自然息息相關，如聲音、氣味、色彩等，都可取自大地、山林，不只兼具美學、舒適，更是永續態度的空間，打動消費者的同時，創造品牌記憶，行銷也能事半功倍。

### ( 2 ) 商品通則 - 從自然與生活出發的選品

少即是多的極簡思維，讓每一次為生活選品，都希望代表一個許願。取之於自然，用之於自然，回歸大地，就算是衛生紙，也要選擇友善地球的製造過程。

### 選品流程 - <https://reurl.cc/b7ldel>

1. 營運廠商投標營運空間時須提出選品企劃，並參照林務局提供之選品清單從中挑選商品，也能自行依循原則選擇清單外之商品，由智囊團審視確認得標後並根據建議修正執行。
2. 營運廠商每季可根據選品原則與銷售情況調整商品項目，提交管理處審視通過後執行。

## 選品原則

2022 山林製造 品牌智囊團從 305 件林務局、林管處開發產品，選出 82 件產品、33 個合作名單、21 本世界森林書籍。商品篩選依循以下選品原則：

- (一) 永續力 - 產品對環境友善，如低塑包裝、使用在地食材或國產材等。
- (二) 故事力 - 產品具動人的品牌信念、職人或產地及製成故事等。
- (三) 產品力 - 產品優質具吸引力。
- (四) 創新力 - 產品設計概念新穎有創意。
- (五) 歷史價值 - 產品可展現場域歷史文化特色。
- (六) 場域經營 - 產品可展現場域獨特性，結合在地特色，與森林五感呼應等。

清單連結 - <https://reurl.cc/AyxLKY>

### (3) 呈列通則 - 傳遞山林永續的理念

為了傳遞山林的美好，除了讓民眾買得到優質的商品帶入生活，也可以透過商品呈列(含解說牌)、展覽、體驗、餐飲，認識山林的永續思維、產地及職人的故事，開啟探索台灣 26 森的好奇與動機。因此，商品呈列須包含以下主題，每：

#### (一) 永續製造：

家中有多少物件是永續的思維，像是衛生紙、洗髮精、肥皂等生活用品，從商品的製造到使用，都可以看見對環境永續的用心。

#### (二) 綠生活製造：

為家製造一塊綠，不同的綠，從 0 開始到維護，以綠景、森音、森味、林職事，製造居家山林環境。(today music：環境播放森音)

#### (三) 健行製造：

親近森林從健行開始，即使是山林初心者，也能在這找到前進山林的好道具與事前準備。

#### **(四) 地方製造：**

為地方好 = 為世界好。收集當地社區、與林區管理合作的優質商品，如林下經濟、國產材、在地友善小農產品等。

#### **(4) 行銷素材**

林管處提供品牌通則與品牌工具，如商標、色彩計畫。

營運廠商提出應用與文宣，經由管理處同意，即可執行。

#### **(5) 維護管理**

營運廠商需以減法設計為執行原則，定期檢視空間運用。包含：

- (一) 親近自然的空間 - 走入賣店空間，能看到、感受、親近自然
- (二) 舒適的動線 - 使用者能舒適得移動與消費
- (三) 自然採光的照明 (明亮) - 感受得到自然光、整體光線舒適明亮
- (四) 空氣流通 - 空氣流通、沒有異味
- (五) 乾淨清爽 - 整體環境舒適乾淨、服務人員儀容整潔、減少告示
- (六) 環境永續 - 減少過度包裝、一次性塑料使用、節能省電等，落實環境永續。