



農村小童萌翻全臺， 行銷農村好有趣

身為盡責的農村代言人，隨時隨地宣傳農村活動及好物是必須的。

——蘇柏嘉¹·王志緯¹·陳榮俊¹

水土保持局南投分局為推廣農村行銷，規劃吉祥物形象 - 農村小童。以可愛小孩的萌外型，頭戴象徵農村意象的斗笠、腳穿象徵農村生態的鴨鴨雨鞋，打造在地化、友善親切的農村萌囡仔形象，並賦予其使命：彰投雲嘉農村代言人，期許吉祥物能成為農村社區與外界的溝通窗口。

而為了強化溝通力道，達到有效宣傳農村政務、旅遊、生態、特色食材、社區活動等農村資訊，以吉祥物形象開設粉絲專頁，其社群經營內容皆以農村小童童趣口吻帶出農村訊息，藉此包裝硬性議題引發更多網路用戶共鳴，以期突破農村行銷缺口。

除了建立虛擬社群並持續經營外，農村小童還積極參與線下活動的出席。小至攤位活動，大至機關活動站臺、全國活動等，甚至還飛出海外與外國民眾進行交流，活動足跡遍及廣泛，以可愛活潑的「萌」形象積極宣傳農村推廣。

註 1：行政院農業委員會水土保持局南投分局。

一開始建立農村小童粉絲專頁，如何設定經營策略、規劃發文內容、吸引民眾按讚、擴散粉絲層等操作即成為重要課題，在經局內同仁與社區夥伴的不斷嘗試及建議下，逐漸明確經營走向並持續嘗試新方法，為農村小童社群添加創意活力，還成立經營小組專門經營粉絲專頁、Instagram 及 Youtube 等社群渠道，局內同仁盡心盡力的經營，就是希望打響農村小童這個品牌，讓農村小童這個超萌代言人成功為農村發聲、讓更多人看見農村之美！

而農村小童社群經營有別於其他官方社群的不同之處，即為發文類型多元主題發布：主題影片拍攝、社區祕境美照曝光、活動趣味花絮及節慶創意梗圖等貼文，並皆以農村小童可愛口吻做敘述，成功消除單位與民眾的隔閡，趣味行銷農村。農村小童的粉絲專頁粉絲累積至今已有 12,477 人，成功培養不少對農村相關議題感興趣的鐵粉。



超萌吉祥物當然也要有個超萌社群。

在 2017 年度即出機拍攝了 12 部小童影片，影片內容包括農村料理教學、南投鹿谷茶文化、嘉義四股高頭蝠生態、活動側拍花絮等。更規劃一日體驗系列，讓農村小童深入農村拍攝體驗影片，像是一日大專生駐村體驗，為小童至橋頭社區與嶺東科大學生共同執行駐村任務；一日網紅體驗，邀請網紅一可可酒精與農村小農一起至虎尾農菜市

集現場直播市集盛況，並拍攝主題開箱影片，推廣農村特色良品；一日青農體驗，則讓小童深入農村，至南投埔里體驗採百香果、玉米種植及火龍果裝箱，並嘗試至新開幕的青農店坊擔任一日店長銷售蔬果。這些影片曝光皆達到不錯的宣傳效果，以小童萌萌形象實際拍攝趣味影片，提供民眾另一面向的農村宣傳。

除了影片拍攝外，農村小童也至彰化橋頭社區、南投南豐社區、雲林蕃薯社區、嘉義龍眼社區四縣市特色社區，進行農村秘境美照拍攝，此一系列更在粉絲專頁上深獲粉絲喜愛、大受好評！

農村小童萌翻全臺，而颯起這股萌旋風，除了虛擬社群的經營，實體活動的出席曝光一樣功不可沒，為了要活絡氣氛還特別請專業舞蹈老師編舞，每場重要出席都能看見農村小童晃著大大頭、賣力擺動身體跳舞，除此之外小童也非常喜歡與民眾互動拍照，多變可愛的拍照姿勢，每每讓現場民眾大呼卡哇伊！

2017年農村小童萌翻全臺，現在更將這股萌旋風颯往海外，在2018年年初，農村小童受邀前往日本九州宮崎縣，擔任「台灣文化祭」特別來賓，介紹臺灣彰投雲嘉地區的農村體驗遊程。參與活動的日本民眾在交流中認識並喜歡上「農村小童」，並稱小童擁有「療癒」的笑容，超萌形象深受小朋友歡迎，而在未來農村小童將以自己獨特的萌魅力，繼續趣味行銷農村，讓更多民眾發現彰投雲嘉農村的面向及魅力。



與年輕的大專生玩在一起，展現小童萌魅力。



小童超萌旋風從臺灣颯到日本，擄獲許多日本民眾的心。