

中原大學高等教育深耕計畫活動執行成果

活動類型	☐ 研討會 ☐ 成果展示 / 發表 ☒ 專題演講 ☐ 專業諮詢 ☐ 其他：		
主 題	如果連字體都能賣！談行銷與品牌經營		
時 間	115 年 5 月 5 日 (三) 15:10-17:00	地 點	張靜愚紀念圖書館一樓秀德廳
主辦單位	通識教育中心		

活動成效報告

本次通識青年論壇邀請到 justfont 執行長葉俊麟，從極其冷門的字體設計產業談起。葉執行長幽默地形容字體如同空氣與水般無所不在，卻在台灣長期面臨市場忽視與盜版的困境。他分享自己從程式背景跨足字體領域的歷程，並深入探討「行銷」與「品牌」的本質差異。他認為行銷側重於解決功能需求與促發立即行動，而品牌則是關於故事與形象的堆疊，其核心在於「信任」的建立；正是因為 justfont 在產品問世前便長年深耕社群教育，建立起專業且誠信的品牌人設，才讓「金萱字體」募資案創造出驚人的紀錄。

在品牌經營的實務中，葉執行長特別強調危機處理與誠信的重要性。以金萱字體延遲出貨的爭議為例，他主張品牌面對錯誤的第一要務是「認錯」並「解決問題」，而非辯解，甚至可以透過自嘲來平衡負面印象。此外，他堅守不做虛假的限時促銷，拒絕為了短期利益損害品牌長期的誠信，這種「內外一致」的透明經營方式，讓 justfont 在競爭中脫穎而出。

面對 AI 浪潮的衝擊，葉執行長也分享了對於科技與人文之間關係的深刻思考。他認為 AI 雖然能快速模仿產出，卻無法取代人類在創作過程中的掙扎與文化對話。他鼓勵學生透過大量閱讀來訓練大腦，強調「人的味道」與「文化命題」才是品牌無法被複製的核心門檻。justfont 的目標不只是銷售產品，更是透過獎助計畫與文化保存來賦予文字風景意義；這場演講證明了即便在冷門領域，只要能建立起不可取代的品牌認同，同樣能將冷門生意轉化為充滿影響力的精彩事業。

活動現況剪影





中原大學高等教育深耕計畫活動執行成果

活動類型	☐ 研討會 ☐ 成果展示 / 發表 ☒ 專題演講 ☐ 專業諮詢 ☐ 其他：		
主 題	在地方做品牌：藺編工藝的實踐與選擇		
時 間	115 年 6 月 9 日 (三) 15:10-17:00	地 點	張靜愚紀念圖書館一樓秀德廳
主辦單位	通識教育中心		

活動成效報告

本次通識青年論壇邀請到睦晴文創有限公司執行長廖怡雅，同時也是「藺子」創辦人，帶領聽眾認識苗栗苑裡將近三百年的藺草編織工藝。專攻工業設計的廖老師，畢業後進入苗栗苑裡從事社區營造與地方創生。她分享，苑裡曾是藺草編織重鎮，在 1930 年代草帽外銷量高達一千六百萬頂，是當時僅次於糖與稻米的三大出口品，然而隨著工業化與低價草編進口，這項手工產業嚴重沒落。為了翻轉產業極度依賴政府補助的困境，老師於 2016 年憑著 20 萬存款創立品牌，透過市集驗證與通路合作，逐步建立起精緻工藝的品牌形象。

在經營過程中，老師分享了許多溫暖的背後故事。2018 年，一位患有白內障的八十六歲阿嬤因視力退化導致編織瑕疵，為了保護長者的勞動活力，品牌研發出結合設計布料的入門款錢包，不僅保住阿嬤的成就感，更意外接獲大企業訂單。老師強調，品牌堅持在產品吊牌上讓工藝師簽名蓋章，藉此翻轉她們的自我認同。此外，為了打破傳統帽蓆行款式單一的限制，她們於 2019 年發起群眾集資計劃，成功募集 387 萬元，成功開發 3D 列印模具並引進新型整燙機，大幅提升了帽型的時尚感與產能穩定度。

最後，老師分享了深層的社會影響力。該品牌於 2019 年獲得英國社會投資報酬率認證，證明消費者每花費一千元，就能在文化保存、環境保護與高齡照顧上創造兩千四百元的社會價值。面對草農與工藝師老化消失的現實，老師在 2018 至 2023 年間親自實驗種植六年的無毒藺草田、建立工法資料庫，培訓中生代重拾編織記憶，成功將合作工藝師的平均年齡降至七十歲以下，同時透過國小美感教育與青年培力，持續為在地文化注入薪傳火光。

活動現況剪影



