

**中國文化大學教育部高教深耕計畫  
計畫成果紀錄表**

<b>子計畫</b>	B4 強化學院跨領域特色教學
<b>具體作法</b>	辦理企業橋接講座
<b>主題</b>	主題：品牌與行銷：林三益毛筆 百年歷史 VS 時尚流行
<b>內容</b> (活動內容簡述 / 執行成效)	<p>主辦單位：中國文化大學 大眾傳播學系  活動日期：108/04/23 上午 9：00～12：00  活動地點：文化大學 大恩 101  主 講 者：林昌隆  參與人數： 人 (教師 <u>1</u> 人、學生、行政人員 <u>    </u> 人、校外 <u>    </u> 人)  內 容：</p> <p>台灣是一個擁有許多文化的地方，同時也有許多的產業應運而生，然而隨著時代的變遷部分產業也開始走下坡，面臨生存危機，今天我們邀請到百年毛筆世家「林三益」的第三代傳人，林昌隆先生來和我們分享，如何透過創意的思維，讓已然沒落的毛筆產業改頭換面，成為專櫃以及網路上的新寵兒，同時如何透過行銷讓好的產品及品牌更上一層樓。</p> <p>一 進入家族毛筆事業：  林昌隆先生自大學畢業後曾經想嘗試各種產業甚至是出國留學，就是沒有想過要回家賣毛筆，接下家族產業，但是家中向他發話，如果你想要出國，那就得自己想辦法，家中不會再資助你，就是因為這樣一句話，林昌隆先生回到家中，從賣筆的小業務員做起，然而到了林昌隆先生這一代，使用毛筆的人已大不如前，除了文具店，到底還有那些通路可以銷售呢？為了這個難題，林昌隆先生走許多產業，像是麵包店等，直到他看到了指甲彩繪師的作品，讓他看見了新的契機，開始平凡拜訪，希望可以為指甲彩繪師客製化專屬的「毛筆」，在三顧茅廬、鍥而不捨的精神下，終於林昌隆先生找到了新的出路。</p> <p>二 從毛筆到有毛的筆，林昌隆先生進入了彩妝筆的世界：  林昌隆先生憑藉著以往製作毛筆時對於毛料的專業知識，開始研究給予指甲彩繪師的「毛筆」，這支毛筆特別的細小，在經過多次改良後指甲彩繪師對於林昌隆先生的毛筆讚不絕口，但是也提出了相關建議，希望林先生可以美化筆桿的部分，讓「筆」更加美觀，有了這一次的成功，林昌隆先生正式將觸角伸入了彩妝界。</p>

### 三 品牌打造

林昌隆先生透過創意持續開發新產品，這次林昌隆先生看重的是一樣是使用「毛」製作的彩妝刷（眼影刷、粉餅刷、腮紅刷等），並開創了自有品牌「LSY—林三益」，賣起的彩妝刷，許多人好奇，怎麼會從毛筆製作跨足到的彩妝刷上面，但對於林昌隆先生來說他們都叫做有「毛」的筆，林昌隆先生透過是市場上的研究，不停地開發不同用途的「刷子」，憑藉的對於毛料的了解，陸續開發出了潔顏刷、粉刺刷、膝蓋刷等物，並成功與三麗鷗、華航、女人我最大節目、彩妝老師柳燕甚至是偶像劇置入等合作，林昌容先生也分享到，這些過程當然也有許多碰壁的時候，像是彩妝老師通常有自己的合作品牌，先前在找尋合作老師的時候並不順利，偶像劇的置入也有遇到過差點因置入被開罰的窘境，最有趣的還是三麗鷗的部分，因為刷子放入袋中造成Hello Kitty的臉變形，為此前後共修改了將近5次，讓他差點想放棄。

但是好產品不怕磨，在林昌隆先生的堅持之下，開始陸續有了其他單位主動邀請合作，像是便利商店，但是起初合作單位提供的單價時在連成本都不夠，需降低產品的品質才能做到，故此林先生打消了合作的念頭，他也提醒有得時候該堅持的還是要堅持，不然品牌的名聲一旦打折了，是永遠也救不回來的，但後來在討論過後，便利商店答應了林先生的要求，當然林先生也為便利商店創造了前所未有的銷售情況。

分享的過程中林先生給予了關於行銷的建議，他說：「雖然行銷可以包裝產品，但是本質上還是應該先將產品的品質，才可能創造好的銷售，好品牌也需要行銷，好行銷才能使產品曝光更多，所以產品品質加上品牌名聲以及行銷缺一不可。」

### 四 講師與學員互動：

Q：林先生當時剛跨入彩妝筆的領域時是如何推廣出自己的品牌的，有沒有印象深刻的事情：

A：當時和指甲彩繪師合作成功後，我開始研發其他產品，當時我給與自己五年的時間，每一年參與兩次美妝展覽，去推廣自己的產品，先前對於展覽也沒有經驗，時常在佈置時東缺西缺，導致白天進去，到晚上10點多才能出來，但是我珍惜每一次的參展機會，而且我必定親自出席，透過參展覽了解顧客需求，進行產品研發或修正。

最深刻的印象大概有 4 個吧！

1. 當時和三麗鷗合作成功後，我希望與三麗鷗再開發一組文房四寶，但是將 KITTY 做成硯台，但三麗鷗不能接受在角色的臉上磨墨，所以放棄，另外三麗鷗也提出質疑，筆的毛色怎麼能做成粉色的，但是我成功提供的粉色的筆毛，因此再次成功的與三麗鷗合作，但後來才發現這樣的合作，我竟將自己的受眾做小了，首先粉色的三麗鷗 (KITTY) 男生就不會喜歡，我已經失去一半的消費者，另外不是每個女孩都喜歡三麗鷗 (KITTY)，所以又失去了部分的消費者。
2. 因為在推廣的過程中有許多時候會有大筆的經費支出，如：節目置入，自己會很慌，希望尋求長輩的協助，但是父親常常都是要我自己決定，久了也會失望，也常因此與父親起衝突，但後來父親也說明了他覺得我已經夠大了，只要我想清楚就可以了，所以在往後的決策上面，我總是將後果想清楚，認為自己可以承擔了，就去執行。
3. 在一開始擔任毛筆業務員的時候，我曾拜訪過與台灣青花彩繪國寶級大師楊莉莉，並提供我認為最好的筆給楊老師試用，沒想到楊老師雖稱讚我們的筆好用，卻也告知請不要再提供筆給他，原來我當時給予他的筆太過柔軟，畫在瓷器上面根本不好用，但是後來我們開始製作彩妝筆後，我再次找上楊老師合作，希望和楊老師聯合創造一組青花瓷的彩妝套筆，圖案則是楊老師的胖娃娃，當時楊老師甚至疑惑，胖娃娃並不符合大家眼中的「美」的形象，為什麼想做這樣的合作，但我認為可以傳遞出各種「美」，而不是既定的「美」，就像我的品牌希望讓大眾都找到適合自己的「美」，讓自己變「美」一樣，就這樣我和楊老師成功的合作了。
4. 和原民老師開發原住民圖騰的彩妝套筆，而這位老師令我驚訝的是他的手相當的粗糙，但是卻很巧，可以做出很漂亮的很精巧的原民工藝品，而這次的研發也深受外國人的喜愛。

<p>照片 (檔案 大小以 不超過 2M 為 限)</p>	<p>活動照片電子檔名稱 (請用英數檔名)</p>	<p>活動照片內 容說明(每 張 20 字內)</p>
		<p>林昌隆先生 分享毛筆製 作與毛料的 知識。</p>
		<p>學生認真聽 課，紀錄 筆記與提 問。</p>



學生上課認真聽課及記錄



林昌隆先生  
分享品牌創立與行銷