

妖怪村主題飯店總經理林志穎 重塑老溪頭 親子遊客絡繹

卓爾不群

【記者周雨萱專訪】2015年春節期間，南投縣湧入遊客逾177萬人，得動員警力在景點必經要道指揮交通；溪頭，更是交通部2月公布臺灣十大塞車熱門景點之一，與阿里山、墾丁齊名。三年來每逢假日就大塞車，「去年更是迎來約300萬旅遊人次」，溪頭妖怪村更是亮點，幕後推手溪頭妖怪村主題飯店總經理是本校電子學系（今電機工程學系）校友林志穎。

聊祖父的故事 意外發展成賣點

「很難想像在6年前，這裡人煙稀少。」林志穎說，溪頭在921地震、桃芝風災後受災嚴重，身為在地經營40年的明山森林會館第三代，於1994年電子系畢業、退伍後接手家族事業，旋即面臨到經營管理、人事成本等壓力；決定為飯店規劃未來的他，先與設計師、綽號「牛哥」的曾俊琳跑遍國內外取經，嘗試「抗老重生」，卻接連失敗，舉凡童話森林、精靈部落等主題，人潮皆不如預期、宣告失敗，直到他聊起家族歷史、說到阿公的故事，才於2009年萌起「松林町商店街」的新點子。

他以祖父在年輕時意外檢獲雲豹和黑熊的故事，創造出吉祥物，黑熊變「枯麻」，命名取自日語發音；雲豹取名「八豆妖」，與閩南語「肚子」同音，因此建立了村落的雛型。不過，兩隻吉祥物卻被誤認為妖怪，意外引發遊客熱烈反應，妖怪村由此而生！名聲不脛而走正因為名字夠吸睛，加上日式商店街的佈景與裝飾，逐漸在網路上成為話題，也慢慢在年輕族群間傳了開來。

獨排眾議 感謝員工不離不棄

林志穎坦言，正當摩拳擦掌，打算一展身手之際，身邊的人和股東因忌諱名稱與「鬼神」的沾上連結不甚支持。但是他撇除雜音、堅持主張，更樂觀豁達地堅信妖怪村會是個「賣點」，「踏入這一行就像上了一條船，很多事情都應該心無旁騖地去做。」如今，滿載人潮的長長車龍，只為了排隊上山「看妖怪」，林志穎對員工、部屬們的情誼仍是念茲在茲，「感謝他們的不離不棄，才能讓溪頭重現比早年自然景觀休憩勝地更加繁榮的盛況。」

專賣搞怪 讓「妖怪」成為獨特地景

回首妖怪村成功的關鍵，林志穎信心滿滿地說：「臺灣人很喜歡逛夜市、商店街，但

主題一定要鮮明！愈是違反邏輯、突破傳統，愈是讓人想嚐鮮，例如互動式表演總是讓遊客目不轉睛。」他強調，「如果太嚴肅，做觀光就一點意思也沒有了。」

談起經營管理，林志穎於2006年起接掌妖怪村總經理，自有獨到的心法，他說：「所有商家不能有自己的想法，要賣東西必須由商店街管委會審核通過，千萬不要看隔壁甚麼好賣也跟著賣，只會導致店家間為了搶生意而勾心鬥角。」正因如此，妖怪村從店名到產品名稱皆稀奇古怪，例如「妖獸七辣麻辣豆腐」、「三眼湯圓」，趣味橫生。而且熱門程度也受到地方上的認同，現在連溪頭派出所門口前也有著「怪獸籠」，成為獨特一景。

妖怪外交X節慶狂想 抓緊顧客心

去年，林志穎和創意團隊赴日本交流，以妖怪之名搭起友誼橋梁，與京都的大將軍商店街締結姊妹街。而今年的暑期盛典「魔神祭—妖怪嘉年華」更邀請來自日本「一條百鬼夜行」的妖怪們參與「妖怪大遊行」。林志穎不僅樂於促成妖怪外交，更懂得掌握季節變化，在特殊節慶舉辦特色活動，維持新鮮感。

以年節為例，他打造了「山神祭」，有別於臺灣傳統的宗教活動，希望以感恩、敬天的方式，邀民眾歡慶豐年，「看到老老少少上山來祈求山神賜福，穿著祭典服的盛況、十分吸睛！」

林志穎始終不汲汲營營在短期的經濟效益，也慷慨分享妖怪村創意團隊的點子給其他商家無償使用，希望一同打響知名度，衝高遊覽人次、刺激商機，更盼打開地方的國際知名度。

旅館公會理事長一職 扛起南投觀光重責

今年3月，林志穎新任南投縣旅館公會理事長，肩負起推廣地方觀光產業的重責，視野高度與角度也有了變化，他發現，近年在南投縣新興的飯店與商務旅館數量日益增多，為避免產生了削價競爭，他期待業者重新思考話題、主動發想新創意，更以自身經營飯店的經驗分享，建議可從開發伴手禮來平衡收益。未來，他想打造在地的旅館資訊平台，透過資源共享、相互觀摩的方式來取代旅館業傳統經營模式，期待同業良性競爭，進而帶動南投觀光產業的興盛。

籲學弟妹積極打造職場最佳利器

雖然電子系畢業的林志穎不是學以致用，也早已把所學還給老師，「但養成邏輯的訓練及資訊的判斷能力至今仍受用。」他強調自己在面試新人會注意外語能力，而淡江學風自由、且擁有豐厚的外語學習資源，建議學弟妹要懂得善用，例如修習第二、第三外語專長。同時，他體認到人脈在商場經營的重要，希望學弟妹擴大生活圈，廣泛結識其他系所的朋友、培養樂觀外向的個性，將來皆會成為大家跨入職場的最佳利器。

2015/12/02



圖為妖怪村主題飯店總經理林志穎。（圖／妖怪村主題飯店提供）