

亞洲大學 資訊傳播學系

114 年第二十屆畢業專題成果報告書

題目：牧前進度-網路節目拍攝計劃

指導老師：尤啟良

專題成員：資傳四 A 111024047 潘哲偉

資傳四 A 111024027 盧柏丞

資傳四 A 111024044 吳岳霖

資傳四 B 111024081 蔡沛萱

資傳四 B 111024088 吳欣俞

中華民國 一一四 年 十二 月 三十 日

亞洲大學資訊傳播學系

114 學年度 畢業專題發表 指導老師認可書

專題題目：牧前進度

專題成員：資傳4A 111024047 潘哲偉
資傳4A 111024027 盧柏丞
資傳4A 111024044 吳岳霖
資傳4B 111024081 蔡沛竺
資傳4A 111024088 梁欣甫

本人認可發表。

此 致

系所主管

指導老師：尤啟良 (簽章)

114 年 12 月 23 日

目錄

表目錄.....	IV
摘要.....	1
第一章 動機.....	3
第二章 國內外相關領域探討.....	5
2.1 相關領域現況說明.....	5
2.2 相關案例/作品之分析.....	8
第三章 執行方法.....	9
3.1 資料蒐集方式.....	9
3.2 時程規劃.....	9
3.3 團隊分工.....	10
3.4 工作進度管制.....	11
3.5 困難與解決方案.....	14
3.6 經費預算.....	15
3.7 專題檢討與解決方法.....	16
第四章 目前進度與現階段成果說明.....	17
4.1 執行進度.....	17
4.2 現階段成果.....	20
第五章 未來進度規劃.....	43
6.1 進度甘特圖.....	43
6.2 未來進度檢核項目.....	44
第六章 發表老師意見回覆.....	46
第七章 心得與討論.....	47
第八章 結論.....	48
參考文獻.....	49

附錄.....	51
---------	----

圖目錄

圖 1 《FARMLAND》主視覺海報圖	8
圖 2 IG 社群宣傳頁面圖(過去 90 天)	18
圖 3 YouTube 社群宣傳頁面圖	19
圖 4 TIKTOK 社群宣傳頁面圖	19
圖 5 第一集投放廣告圖	22
圖 6 第二集投放廣告圖	22
圖 7 第三集投放廣告圖	22
圖 8 初版 LOGO 圖	37
圖 9 最終版 LOGO 圖	37
圖 10 片頭 LOGO 圖	38
圖 11 介紹貼文拼圖	38
圖 12 攝牛影像工作室團隊介紹貼文圖	39
圖 13 攝牛影像工作室訪談嘉賓介紹貼文圖	40
圖 14 海報圖	41

表目錄

表 1 時程規劃表	9
表 2 團隊分工表	10
表 3 器材表	15
表 4 預算表	15
表 5 現階段執行進度表	17
表 6 影片上傳時間表	20
表 7 廣告投放表	21
表 8 禾康牧場拍攝情形表	23
表 9 梅桂牧場拍攝情形表	24
表 10 日月山景牧場拍攝情形表	25
表 11 社群短影片表	26
表 12 社群長影片表	31
表 13 社群正影片表	32
表 14 線下市集宣傳	33
表 15 市集商品販售表	34
表 16 青春有影大學盃	35
表 17 金穗獎	35
表 18 進行中項目表	42
表 19 甘特圖	43
表 20 未來進度檢核表	44
表 21 禾康牧場腳本	52
表 22 梅桂牧場腳本	55
表 23 日月山景牧場腳本	61

摘要

節目將鏡頭聚焦於不同類型的畜牧場，包括傳統酪農、智慧科技化牧場及結合觀光休閒的新型態經營模式。透過實地走訪與第一線人物訪談，呈現各牧場如何面對關稅進口、氣候變遷、人力短缺、動物福利與數位轉型等挑戰。

傳統型牧場，禾康牧場自民國 72 年創立，從最初的 8 頭牛發展至如今擁有超過 400 頭牛隻的規模，並承接 Dr. Milker 極鮮乳成為主要乳源供應商之一，主角是禾康牧場的第三代接班人與我們年齡相仿，在高中畢業後決定中斷大學學業回到牧場全力以赴。追溯他從初識牧場到深刻理解農業與乳業運作的過程，並呈現他面對挑戰與困境的堅持與努力。

觀光型牧場，日月山景成立於民國 58 年，當時政府推廣銀行山酪農專業區，許多居民紛紛加入養乳牛的行列，全盛時期有 50 多家的乳牛場，隨著時間的更迭，目前銀行山只剩 5 家經營乳牛場。為了將自家乳製品找尋通路，於是日月山景休閒農場主人便將乳牛牧場轉型生態教育休閒農場。

科技型牧場，梅桂牧場因為第二代養牛養到身體出現問題第三代不捨且同時又有想轉型成科技化的想法（2012），開始找尋相關資料，最後選定引進荷蘭的 LELY 的系統，因此在 2015 年時開始積極與荷蘭總部聯繫規劃轉型，最後於 2017 年導入智慧擠乳系統，成為台灣首批轉型自動化的牧場。

除了拍攝節目外，也會藉由報名市集販賣周邊並與禾康牧場合作製作奶酪進行販售宣傳，並設立 Facebook 和 Instagram 來定期宣傳團隊的最新動態，也預計製作 Youtube short、Tiktok 等短影音擴大影響力，並透過嘖嘖募資分享我們的理念和想法，讓感興趣的人透過贊助給我們支持，並製作 line 貼圖以及周邊回饋贊助我們的人。

關鍵字：牛奶、青年農民、在地酪農、牧場轉型、傳統牧場、觀光牧場、科技牧場

第一章 動機

台灣乳品產業正處於劇烈變動的風口浪尖。氣候變遷、生產成本上升、飼料進口價格飆漲，再加上台紐經濟合作協定導致國外低價乳品湧入，壓縮了在地市場空間，讓原本利潤就不高的牧場經營更加艱辛。

其中，傳統型牧場禾康牧場承載著世代相傳的養牛技藝，依靠經驗與勞力維繫生產。然而人力短缺正成為壓垮他們的另一根稻草。乳牛照護需要全年無休，卻因偏鄉生活條件與高體力門檻，願意投入的年輕人日益稀少。許多牧場主身兼數職、負荷過重，甚至不得不縮減規模或選擇退場。

面對困境，部分業者走向科技型牧場，梅桂牧場透過自動化擠乳系統、數據化飼養管理與智慧感測器，降低人力需求並提升效率。但高昂的投資成本，也讓牧場主必須面對「科技能否真的撐起未來」的現實考驗。

另一部分人則選擇打造觀光型牧場，日月山景牧場結合乳製品加工體驗、親子互動與教育導覽，讓消費者看見牛奶從牧場到餐桌的完整旅程。雖然開啟了新的收入來源，也需要更多的行銷與服務心力，牧場主因此在「農人」與「經營者」之間尋找平衡。

本節目將以紀實攝影的角度，深入台灣在地牧場，探索：

1. 牛奶價格波動對三種類型牧場經營的衝擊
2. 勞力斷層與人力招募的現實困境
3. 當代青年是否願意接手？牧場第二代的掙扎與抉擇

我們希望透過這部節目，帶觀眾認識「一杯牛奶」背後的真實生產鏈，以及不同型態牧場主如何在時代夾縫中尋找出路。這是關於土地與人的故事，也是農業未來的一場集體摸索。

第二章 國內外相關領域探討

2.1 相關領域現況說明

我國畜牧業的趨勢與分布

(資料出處:農業部 - 我國畜產生技之現況與展望)

目前，我國畜牧業正朝著科技化和現代化的方向發展。隨著科技研發與創新育成的推動，畜牧業逐漸轉型為知識、技術及資本密集型產業，並且強調產業經營的科學化和科技成果的產業化。

在牛乳產業中，台灣目前約有 550 戶酪農，飼養超過 12 萬頭乳牛，年產生乳量約 22 公斤/人，遠低於衛生福利部建議的每日 360 至 480 毫升的攝取量。然而，國產鮮乳的市佔率正受到進口液態乳和冰磚奶的影響，已降至約 70%。隨著 2025 年紐西蘭液態乳零關稅進口的實施，國產鮮乳將面臨更大的市場壓力。

地區分布：

養豬業：主要集中在雲林、高雄和屏東等地區，這些地區有較多的養豬場和相關設施。

養雞業：台灣的養雞業分布較廣，主要集中在中部和南部地區，如彰化、雲林和嘉義。

乳牛業：主要分布在北部和中部地區，如新竹、苗栗和台中。

我國政府對畜牧業的政策

我國政府為促進畜牧業的永續發展與國產品競爭力，積極推動多項政策與措施，涵蓋品質提升、疫病防控、環境保護、中小養殖戶支持及現代化設施導入等面向。以下為政府在畜牧業政策上的主要方向：

1. 提升畜牧業品質：政府致力於建立高品質、衛生、安全的國產畜產品品牌，如「台灣珍豬」、「自然豬」、「國產優良黑毛豬肉」等，以區隔進口產品，增強消費者對國產品的信心。
2. 動物疫病防控：加強動物疫病防控，推動動物保護法的落實，並強化飼料品質管理，確保畜產品的安全。
3. 環境保護與資源再利用：推動畜牧場減廢、污染防治及資源再利用，減少對環境的影響。
4. 支持中小養殖戶：輔導中小養殖戶，推動畜禽統合經營制度，提升生產效率和市場競爭力。
5. 現代化設施：以牛乳產業為例，引進先進的牧場管理技術，如以色列的乾式擠乳系統，改善牛隻飼養環境，提升乳牛健康與生乳品質。

國際畜牧業的政策及實例

隨著全球對環境永續與食品安全的重視，各國政府紛紛制定畜牧業發展政策，以降低碳排放、提升生產效率並確保食品供應的可持續性。以下為部分國家在畜牧業政策上的重要策略與實例：

1. 歐盟（從農場到餐桌戰略）：這個計畫旨在推動永續的畜牧生產方法，並促進飲食結構的轉變。措施包括產品標籤、研究植物和非植物

肉類替代品，以及制定學校和公共機構的永續食品採購政策。

2. 英國(淨零排放策略支柱)：包括促進生產力與減少排放、農業土地碳儲存、連結生物能源達到碳捕捉、碳利用及碳儲存等。具體措施有改善動物管理、飼料成分、糞便管理和土地管理。

3. 澳洲(碳中和目標)：目標是在 2030 年達成碳中和，包括減少紅肉產業與畜牧業的溫室氣體排放、生產 1 公斤牛肉用水量減少 65%等。

4. 紐西蘭(農牧溫室氣體研究聯盟)：通過育種、抑制劑及疫苗等策略降低畜牧業甲烷排放。政府也在研擬「甲烷定價策略」，針對高排放甲烷的畜牧業者收費。

5. 丹麥(沼氣再利用)：設置補助金鼓勵沼氣再利用為電力、熱能的生產及作為運輸燃料，將豬糞、廢水經過厭氧發酵處理產生沼氣，轉化為能源及肥料。

2.2 相關案例/作品之分析

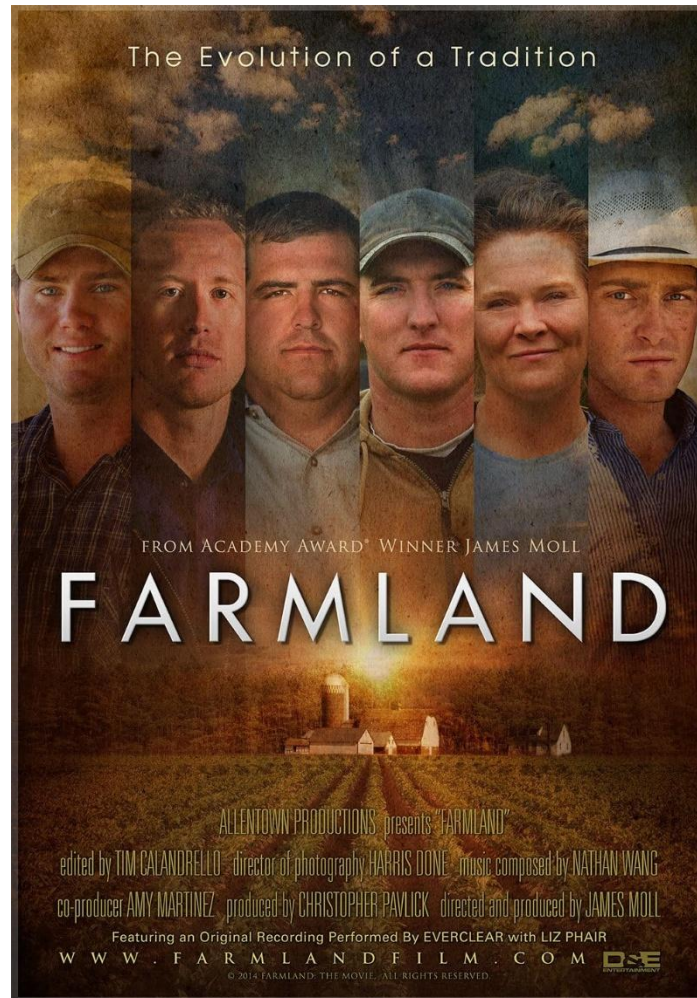


圖 1 《FARMLAND》主視覺海報圖

這是一部關於美國年輕一代農民的紀錄片，深入記錄了一群年輕農場經營者的日常生活、挑戰與夢想。影片的核心議題是在當代美國農業環境變遷的背景下，年輕一代如何選擇回到家鄉接管家族農場，並在現代技術與傳統農業之間尋找平衡。

這部紀錄片的部分拍攝內容及人物故事及敘事方式與我們所想拍攝的作品有相關聯性，對於我們作品的主角來說他也和此作品的年輕人們一樣正在面臨學習如何接管並且經營好家族所傳承給他的牧場，同時他也在尋找以現代技術去改善目前所遇到的困難的解決辦法。

第三章 執行方法

3.1 資料蒐集方式

1. 查閱網路資料

1.1 台灣動物社會研究會

1.2 日月山景介紹網站-撲克馬旅遊筆記本

1.3 梅桂牧場介紹網站-農傳媒

2. 實地田野調查

2.1 禾康牧場 第三代接班人

2.2 日月山景牧場 老闆

2.3 梅桂牧場 老闆娘

3.2 時程規劃

表 1 時程規劃表

日期	內容
2025. 2. - 2025. 3.	二手資料田野調查
2025. 3.	一手資料田野調查、拍攝者聯絡
2025. 3. 12	禾康牧場場勘
2025. 4. - 2026. 3.	宣傳期

2025. 6. 30	日月山景場勘
2025. 7. 5	梅桂牧場場勘
2025. 7. 20 - 2025. 7. 21	禾康牧場拍攝
2025. 7. 24 - 2025. 7. 25	日月山景拍攝
2025. 8. 4 - 2025. 8. 5	梅桂牧場拍攝
2025. 9. - 2025. 10.	文宣、周邊相關產品製作
2025. 9. - 2025. 12. 15	後製期
2025. 10. - 2025. 11	補拍期
2026. 3.	校內外展、公播

3.3 團隊分工

本專題的團隊分工如表 2 所示：

表 2 團隊分工表

	潘哲偉	盧柏丞	吳岳霖	蔡沛萱	吳欣俞
導演					✓
製片	✓				

攝影		✓	✓		
後製	✓			✓	✓
收音	✓				
燈光	✓				
機動		✓	✓		
美宣				✓	
行銷					✓
主持					✓

3.4 工作進度管制

進度安排

總時程：2025 年 2 月至 2026 年 5 月

每週選擇 4 到 5 日至學校進行實體會議，共同討論問題、提出解決辦法，並定期與指導老師匯報製作進度。

2.關鍵里程碑：

企劃書定稿：2025 年 2 月 5 日

拍攝開始：2025 年 7 月

剪輯與後製：2025 年 9 月 1 日 ~ 2025 年 11 月 28 日

拍攝禾康牧場：2025 年 7 月 20 日 ~ 7 月 21 日

拍攝日月山景牧場：2025 年 7 月 24 日 ~ 7 月 25 日

拍攝梅桂牧場：2025 年 8 月 4 日 ~ 8 月 5 日

最終三部成品完成：2025 年 11 月 29 日

主要工作項目

1. 前期：資料蒐集、訪談安排、拍攝計畫
2. 執行：訪談與拍攝、素材整理、前期行銷宣傳
3. 後期：剪輯、音效處理、內部審查
4. 發佈：後期行銷宣傳、競賽參與、校內外展、公播

責任分配

1. 導演：視覺與敘事
2. 製片：預算與時程管理
3. 攝影：影像拍攝
4. 收音：拍攝現場及訪談收音執行
5. 燈光：協助拍攝現場燈光設備
6. 後製：影片後製
7. 機動：配合拍攝現場人力調度
8. 美宣：協助設計周邊、海報等相關事宜
9. 行銷：宣傳及管理社群帳號

進度監控

1. 定期檢討:每週至少開會一次
2. 風險應對:

拍攝變動：調整計畫

預算監控：確保合理支出

人力調整：彈性應變

3.5 困難與解決方案

困難

- 1.影片內容容易被牧場畫面、訪談或觀光氛圍吸引，忽略掉真正想表達的「紐西蘭關稅影響」
- 2.議題內容受眾較有限，難以吸引觀眾主動點擊與持續收看

解決方案

- 1.將關稅議題以簡單的動畫條圖呈現，讓觀眾直覺理解影響內容
- 2.結合市集與牧場合作，打造實體互動體驗，導流觀眾回到節目平台、提升觀看率

3.6 經費預算

表 3 器材表

器材	數量	備註
相機	3	SONY α7 IV SONY α7S III
鏡頭	2	SONY FE 24-105 F4 Tamron 28-75mm F2.8
麥克風	2	DJI MIC MINI RODE VIDEO MICRO II
腳架	3	一般腳架 x2 章魚腳架 x1
補光燈	2	Aputure MC PRO Aputure Amaran 200X
穩定器	1	DJI RS4
空拍機	1	DJI MINI 4 PRO

表 4 預算表

項目	金額
車費	22200
器材租借	10000

周邊支出	5000
畢籌會基金	28800
耗材	5000
雜費	5000
總計:75000	

備註:成員每月會匯 2000 元至畢業基金共用帳戶中

3.7 專題檢討與解決方法

專題檢討

1. 正片觀看數不如預期
2. 社群無法吸引觀眾持續關注及追蹤

解決方案

1. 購買廣告增加觀看觸及率
2. 設立線下宣傳擺放市集，加以推廣內容及增加陌生客群

第四章 目前進度與現階段成果說明

4.1 執行進度

表 5 現階段執行進度表

內容	確認
腳本內容田調	V
訪談單位接洽	V
經費預算規劃	V
第一、二、三支腳本	V
第一、二、三支長影片拍攝	V
第一、二、三支預告剪輯	V
第一、二、三支後製	V
第一、二、三支影片發佈	V
短影片企劃	V
短影片拍攝與後製	V
短影片發佈	V
行銷周邊企劃	V
線下行銷	V
團員社群介紹設計圖、文案	V

團員與來賓社群介紹發佈	V
形象海報設計	V
市集周邊商品	V
市集攤位設計	V

社群經營



圖 2 IG 社群宣傳頁面圖(過去 90 天)

https://www.instagram.com/catching.cows?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNlZDc0MzIxNw==



圖 3 YouTube 社群宣傳頁面圖

<https://www.youtube.com/@E6%94%9D%E7%89%9B%E5%BD%B1%E5%83%8F%E5%B7%A5%E4%BD%9C%E5%AE%A4>



圖 4 TIKTOK 社群宣傳頁面圖

https://www.tiktok.com/@catching.cows?_t=ZS-8wDFIOKcWhD&_r=1&fbclid=PAZXh0bgNhZW0CMTEAAadRUZY6eENfe2sh88yAzfLHmT43AojLwi0zpkWND7JQnftjOXD4iks7A4Y0MQ_aem_2D733A7sUf2tj1TrZurhRg

4.2 現階段成果

1. 三部影片的腳本與影片均在 9 月前完成撰寫及拍攝，且已上傳完畢正片及預告片，正片及預告片均會在本團隊之 YouTube 頻道，每週及每月之行銷影片均持續上傳當中。

三集影片連結:

https://www.youtube.com/playlist?list=PLD6kqNpuvyj3j1NScYQP-MoOKuWw_GX-q

表 6 影片上傳時間表

禾康牧場科技還沒到，危機先到了？ 面對零關稅的青年酪農《牧前進度 EP1》Feat. 禾康牧場 	9/19 禾康介紹文 9/24 上傳預告片 9/27 上傳正片 10/1 修改版正片上傳 影片連結： https://youtu.be/zxRP_D3Qys0?si=5W012qmWtD2-Tp38
在機械裡找出路，自動化牧場的效率 革命《牧前進度 EP2》Feat. 梅桂牧場 	10/17 梅桂介紹文 10/22 上傳預告片 10/25 上傳正片 11/8 修改版正片上傳 影片連結： https://youtu.be/zmYvgixLPaQ?si=ht_qb6s0J1TYaFYd

創造三種收入可能！跨界經營下的牧場生存法則《牧前進度 EP3》Feat. 日月山景觀光牧場 	11/21 日月介紹文 11/26 上傳預告片 11/29 上傳正片 影片連結： https://youtu.be/3sYsjVhpeCc?si=9tzMzj0AtKylhW7c
社群平台經營(youtube、instagram、tiktok、facebook)	一週上傳 2 支短影音、一個月一支長影音，目前已發布 55 部短影音(含預告片)，6 部長影音。

2. 廣告投放：我們在三支正片當中均投放廣告，第一集、第二集正片在投放廣告後觀看數逐漸上升到 1 萬人左右，目前第三集正片廣告正在進行中，廣告的投放可以更好的讓更多觀眾注意到我們，不必依賴演算法不確定性的推廣。

表 7 廣告投放表

集數	自然觀看量	付費觀看量	總觀看數	投放時間
第一集	280	10,245	10,525	10/11~10/27
第二集	114	10,742	10,856	11/18~12/4
第三集	273	4,834	5,108	12/15~



圖 5 第一集投放廣告圖



圖 6 第二集投放廣告圖

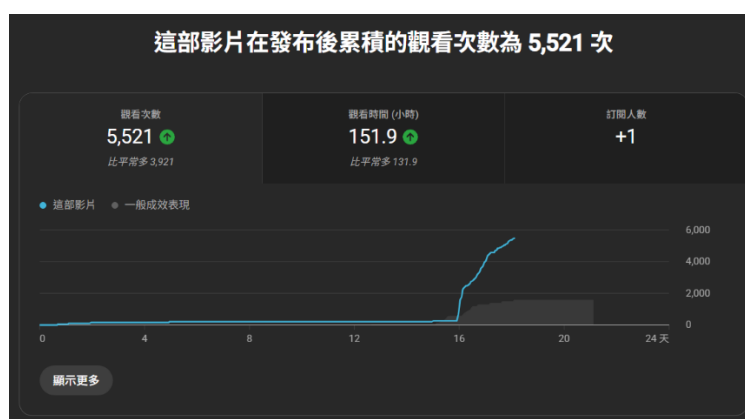


圖 7 第三集投放廣告圖

3. 三部影片拍攝成果

禾康牧場

表 8 禾康牧場拍攝情形表

時間	地點	說明	圖片
7/20	禾康牧場	剛出生小牛	
7/20	禾康牧場	主角工作	
7/20	禾康牧場	榨乳室	
7/21	禾康牧場	主角介紹牧場跟拍	
7/21	禾康牧場	訪談	

梅桂牧場

表 9 梅桂牧場拍攝情形表

時間	地點	說明	圖片
8/4	梅桂牧場	機器主角巡視	
8/4	梅桂牧場	主角工作	
8/4	梅桂牧場	訪談	
8/5	梅桂牧場	科技機器拍攝	
8/5	梅桂牧場	牛隻擠乳畫面	

日月山景牧場

表 10 日月山景牧場拍攝情形表

時間	地點	說明	圖片
7/24	日月山景	牧場跟拍訪談	
7/24	日月山景	牧場跟拍訪談	
7/25	日月山景	遊客體驗畫面	
7/25	日月山景	牧場商店	
7/25	日月山景	商品畫面	

4. 線上宣傳

我們希望透過這部節目，帶觀眾認識「一杯牛奶」背後的真實生產鏈，以及這群農民如何在時代夾縫中尋找出路。這是關於土地與人的故事，是一場農業未來的集體摸索。

集數安排共 3 集單集長度：7-10 分鐘，每集聚焦不同形式的牧場轉型及探討 2025 年紐西蘭牛乳零關稅對牧場造成之影響。

並以一周發兩次(一個月約 6-8 次)的短影音，及一個月一隻長影音進行社群宣傳

表 11 社群短影片表

日期	人物	進行項目
2025 年 5 月 3 日	盧柏丞、 潘哲偉	攝牛冷知識 🐮 人類什麼時候開始偷喝牛的奶？
2025 年 5 月 10 日	盧柏丞、 潘哲偉	攝牛冷知識 🐮 你知道牛奶以前超賤、後來超慘、最後超紅嗎？
2025 年 5 月 13 日		嘿嘿 我是上次偷偷出現過的包子 🐶 不記得？那你要多看幾遍！
2025 年 5 月 17 日		她是一頭仙女牛 She was a fairy COW 🦄 🐮
2025 年 5 月 24 日		凱奇的誕生~ 🎉 🐮
2025 年 5 月 27 日		你喝的牛奶 🥛 乳牛過得好嗎！？
2025 年 6 月 3 日		哇哈哈 尿尿我又來啦 來給你展示新才藝 😎
2025 年 6 月 7 日		在牧場午休的狗狗 🐶 你們認為牠在夢裡會

		數羊還是數牛 🐑❤️
2025 年 6 月 10 日	盧柏丞	你以為乳牛只有黑白色的嗎？最常見的乳牛-荷蘭牛介紹
2025 年 6 月 14 日		凱奇的學期末之歌~The end of term is drawing near 🎵🐮
2025 年 6 月 17 日		little cute guy 🐮❤️可愛的小牛
2025 年 6 月 21 日	盧柏丞、 潘哲偉	臺灣有養殖的第二種牛牛-娟珊牛介紹
2025 年 6 月 24 日		攝牛時事懶人包-「班班有鮮乳(上)」
2025 年 6 月 28 日	盧柏丞、 潘哲偉	台北 vlog - 第一集 !! 居然有人不認識國父??(預告片)
2025 年 7 月 5 日		我是黑麻糬 我回來了❤️但有件事變得很不一樣...我生寶寶了?!當媽媽了?!看到最後就知道了🐮
2025 年 7 月 9 日		凱奇終於有貼圖啦~🐮[攝牛凱奇]
2025 年 7 月 12 日	盧柏丞、 潘哲偉	乳牛的牛生
2025 年 7 月 15 日		攝牛時事懶人包-「班班有鮮乳(下)」
2025 年 7 月 19 日	蔡沛萱、 潘哲偉	攝牛小遊戲時間!!! 寂靜中的吶喊 ep. 1
2025 年 7 月 22 日		天才凱奇~#攝牛影像工作室
2025 年 7 月 26 日	盧柏丞、 潘哲偉	【攝牛影像工作室】台北行 Vlog - 第二集 !! 西門町詭異食物好多 阿偉：我是去北部炸馬桶的吧!!!(預告片)
2025 年 8 月 1 日		攝牛小教室-台灣牛奶為什麼這麼貴？

2025 年 8 月 2 日	黃柏原、 攝牛影像 工作室成 員	《牧前進度》攝牛在牧場跳 Soda Pop？場 主也下場了！？第一集殺青啦？節目快上 線啦！Coming soon… 🐮
2025 年 8 月 5 日	許尚文、 攝牛影像 工作室成 員	《牧前進度》什麼！？攝牛和場主竟然在 牛面前跳舞？節目正在煉製中 🔥 感謝日月 山景協力拍攝！Coming soon… 🐮
2025 年 8 月 9 日	牧場主阿 嬪、攝牛 影像工作 室成員	《牧前進度》場主阿嬪親自下場跳 Ba-ra- bam？！攝牛拍到一半差點被阿嬪電到 😳 這 還只是前菜 主餐正在生產中！Coming soon… 🐮
2025 年 8 月 12 日	盧柏丞、 吳岳霖	攝牛小遊戲時間!!! 寂靜中的吶喊 ep. 2
2025 年 8 月 16 日		《牧前進度》牛這個字 不覺得充滿陰咩～ 嗎！細思極恐！
2025 年 8 月 19 日		短影片-凱奇路過~順便打個招呼！
2025 年 8 月 23 日	盧柏丞、 潘哲偉	攝牛小遊戲時間!!! 寂靜中的吶喊-番外篇
2025 年 9 月 2 日		好久不見的『這隻牛』粉絲在哪快站出 來！👋 下次出現時間：未定 但很快會再見 敬請期待（？）
2025 年 9 月 6 日		攝牛小教室-40 秒帶你了解保久乳和冷藏 鮮乳的差別
2025 年 9 月 9 日		好久不見了的凱奇~祝大家開學順利！

2025 年 9 月 13 日	盧柏丞、 潘哲偉、 吳岳霖	攝牛版《一站到底》!!牛奶知識搶答 ep. 1
2025 年 9 月 16 日	潘哲偉、 吳岳霖	攝牛版《你畫我猜》!到底在畫什麼~ep. 1
2025 年 9 月 20 日	潘哲偉、 吳岳霖、 黃宛柔、 張捷心、 陳修群、 盧柏丞	第一屆 牛把我灌醉-牛奶調飲大賽到底誰才是真正的調飲大師呢!?(預告片)
2025 年 9 月 23 日	蔡沛萱、 盧柏丞	攝牛版《你畫我猜》!這到底要怎麼畫~ep. 2
2025 年 9 月 30 日		《牧前進度》 驚!!疑似專題發表影像流出
2025 年 10 月 4 日		牧場醬嗨嗨嗨!牧場版 AiScReam 出道啦🤩
2025 年 10 月 7 日	盧柏丞、 潘哲偉、 吳岳霖	攝牛版《一站到底》!!牛奶知識搶答 ep. 2
2025 年 10 月 11 日	盧柏丞、 潘哲偉	攝牛版《折氣球挑戰》!!能做出一隻牛嗎~
2025 年 10 月 16 日	吳欣俞、 吳岳霖	喝起來都一樣猜起來像在賭博!牛奶盲測~
2025 年 10 月 18 日	潘哲偉、 吳欣俞、	第一集上映後心得 Podcast 幕後究竟有什麼故事呢?(預告)

	盧柏丞	
2025 年 10 月 21 日	攝牛影像 工作室成 員	牛奶加料行動!能製作出彩虹牛奶嗎?採買 篇~ep. 1
2025 年 10 月 29 日	潘哲偉、 吳岳霖、 盧柏丞	管它有料沒聊，喝就對了~牛奶加料行動 ep. 2
2025 年 11 月 1 日		Happy Halloween 🎃 南瓜好好玩~
2025 年 11 月 4 日		牧場醬嗨嗨嗨! 牧場版 AiScReam 出道啦 🤩
2025 年 11 月 8 日		攝牛小教室-鮮乳標章的重要性
2025 年 11 月 11 日		跳舞小牛~It's a Wonderful Day 🎵
2025 年 11 月 15 日		諧音梗牛成語大挑戰!
2025 年 11 月 18 日		請勿打擾! 凱奇想練習冬眠~夢境會成真 嗎?
2025 年 11 月 21 日	黃偉誠、 張捷心、 張景硯、 趙凱宏、 潘哲偉、 盧柏丞	第一屆 牛奶盲測大挑戰四種不同國家的牛 奶究竟喝不喝得出差別呢?(預告片)
2025 年 11 月 25 日		攝牛小教室-乳牛的小小進化論
2025 年 12 月 2 日		請問這個凱奇在哪裡買得到? 太逼真了讓 人分不清楚! 🇹🇼 🐮
2025 年 12 月 7 日	張景硯、 張捷心	牛把我灌醉大賽的冠、亞軍驚喜登場! DIY 牛海瓶? 更像 DIY 笑料 DIY 牛海瓶? 更像

		DIY 笑料 甚至變直播間現場 🎉
2025 年 12 月 7 日	黃偉誠、 張捷心	重金禮聘牛奶盲測大挑戰的「優秀」主播 們來接你上車囉～ 🚗 🧲 穩！好穩！ MagSafe 磁吸支架比牛穩！ 🧲
2025 年 12 月 13 日	攝牛影像 工作室成 員	我們不衝武嶺，衝牧場
2025 年 12 月 16 日		凱奇發現超好吃奶酪 belike
2025 年 12 月 20 日		攝牛小教室-「鮮乳」這個詞的爭議
2025 年 12 月 23 日		凱奇也在 pabour～ 🎄 🎵 走れソリよ 風の様に 月見原を はどる はどる 🎵
2025 年 12 月 27 日	黃柏原、 黃偉誠、 攝牛影像 工作室成 員	《牧前進度 EP4》 傳說中 失傳已久一度夭折的第四集～ 現正熱映！（預告）

表 12 社群長影片表

日期	人物	進行項目
2025 年 5 月 31 日	潘哲偉	不用 1999 不用 999 只要 899 就可以讓你去朋友家 當他一天爹-巧達濃湯
2025 年 6 月 28 日	盧柏丞、 潘哲偉	【攝牛影像工作室】台北行 Vlog - 第一集 !! 居然有人不認識國父??
2025 年 7 月 26 日	盧柏丞、 潘哲偉	【攝牛影像工作室】台北行 Vlog - 第二集 !! 西門町詭異食物好多 阿偉：我是

		去北部炸馬桶的吧!!!
2025 年 9 月 20 日	潘哲偉、 吳岳霖、 黃宛柔、 張捷心、 陳修群、 盧柏丞	第一屆 牛把我灌醉-牛奶調飲大賽到底誰才是真正的調飲大師呢!?
2025 年 10 月 18 日	潘哲偉、 吳欣俞、 盧柏丞	第一集上映後心得 Podcast 幕後究竟有什麼故事呢?
2025 年 11 月 22 日	黃偉誠、 張捷心、 張景硯、 趙凱宏、 潘哲偉、 盧柏丞	第一屆 牛奶盲測大挑戰四種不同國家的牛奶究竟喝不喝得出差別呢?
2025 年 12 月 27 日	攝牛影像 工作室成 員	《牧前進度 EP4》沒想到 沒想到!! 怎麼有人偷上第四集~~

表 13 社群正影片表

日期	人物	進行項目
2025 年 9 月 24 日	黃柏原、 吳欣俞	《牧前進度 EP1》預告 feat. 禾康牧場
2025 年 10 月 1 日	黃柏原、	科技還沒到，危機先到了？面對零關稅的

	吳欣俞	青年酪農《牧前進度 EP1》Feat. 禾康牧場
2025 年 10 月 22 日	沈月春、 吳欣俞	《牧前進度 EP2》預告 feat. 梅桂牧場
2025 年 11 月 8 日	沈月春、 吳欣俞	在機械裡找出路，自動化牧場的效率革命 《牧前進度 EP2》Feat. 梅桂牧場
2025 年 11 月 26 日	許尚文、 吳欣俞	《牧前進度 EP3》預告 feat. 日月山景觀 光牧場
2025 年 11 月 29 日	許尚文、 吳欣俞	創造三種收入可能！跨界經營下的牧場生 存法則《牧前進度 EP3》Feat. 日月山景 觀光牧場
2025 年 12 月 8 日	黃柏原、 沈月春、 許尚文、 吳欣俞	《牧前進度》一分半預告

6. 線下宣傳

與日月山景觀光牧場合作批發（奶酪、牛奶）報名市集進行販賣，也同時藉由參與市集來提高我們的曝光率，提升粉絲數量。

表 14 線下市集宣傳

參與市集	亞大學生會聖誕市集	
活動日期	12/10、12/11	

	15:00~20:00(兩天)	 
粉絲成長	YT:48 → 75 IG:55 → 100	

表 15 市集商品販售表

商品	數量
奶酪	60
奶茶	12
奶綠	5
珍奶	18
海洋瓶	7
手機支架	11

7. 參與競賽

目前團隊預計參加青春有影大學盃、金穗獎兩項獎項，希望透過參加比賽的方式與業界人士廣結善緣並達到宣傳作品的成果，同時也希望有更多人瞭解到畜牧業與青年農民所遇到的困境，除此之外也

能藉由認識不同的群體與觸及到不同想法的人群，藉此交換彼此意見，達到變相思考的效果。

表 16 青春有影大學盃

參與比賽	青春有影大學盃-創意 短片組	
徵件期限	至 2025/12/31 止	
結果公佈	2026 年 3 月	
得獎獎勵	百大精選獎獎狀 分組競賽獎獎狀 線上展映機會	
獎勵展映平台	微電影協會官網 FB 粉絲頁 微電影俱樂部	

表 17 金穗獎

參與比賽	金穗獎	
徵件日期	2025 年 12 月 19 日 - 2026 年 1 月 19 日	
入圍公佈	2026 年 3 月 11 日	
得獎公佈	2026 年 5 月 1 日	

得獎獎勵	金穗大獎獎座 和六十萬元 分組類別獎座 和三十萬元 評審團特別獎座 和二十萬元 個人單項表現獎 觀眾票選、影評推薦 、社群名人 推薦獎狀證書"	
-------------	--	--

8. 團隊設計成果

目前已完成 YouTube 頻道三隻正片，其中 Youtube 頻道、片頭、貼文設計的 logo，IG 頻道介紹貼文拼圖、團隊成員介紹貼文、訪談嘉賓介紹貼文、團隊吉祥物以及海報，相關設計如下圖所示。



圖 8 初版 LOGO 圖



圖 9 最終版 LOGO 圖

設計理念:我們親手繪製作初版 LOGO 並投入 AI 精修疊代出二代，LOGO 也製作了代表我們攝牛攝影工作室靈魂吉祥物凱奇，凱奇名字取自 catchingcowsvideosdio 的 catching，設計理念是喜歡拍攝帶著藍色小相機的乳牛是我們組內最具有好奇心的 E 牛。



圖 10 片頭 LOGO 圖

設計理念:融合乳牛元素的手繪字體，代表與「牧場」、「乳牛」等我們的主題，加入乳牛花紋。

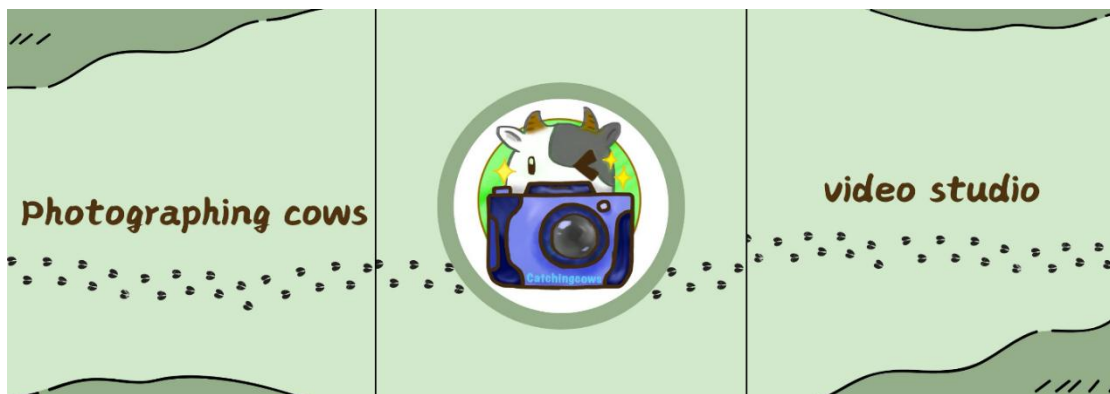


圖 11 介紹貼文拼圖



圖 12 攝牛影像工作室團隊介紹貼文圖



圖 13 攝牛影像工作室訪談嘉賓介紹貼文圖



圖 14 海報圖

設計理念：海報展現了拼貼風格，運用了手繪的小圖示來呼應牧場的不同發展階段，代表三集節目三種牧場類型，玻璃牛奶瓶代表傳統牧場，復古的造型象徵了最原始、純粹的乳製品生產。冰淇淋代表了休閒、甜點與消費體驗的觀光牧場，科技牧場則是紅色吸糞機，小巧思是海報內藏了五隻吉祥物凱奇。

5. 進行中項目

表 18 進行中項目表

項目	內容	效應評估
參與比賽	報名青春有影大學盃-創意短片組、金穗獎兩獎項	為我們的作品提供曝光機會，接觸更大觀眾群
校內外展	展示實體乳杯及乳刷零件，加強影片內容的真實感	透過校內外展展示此次畢專成果，並取得校內外觀眾對酪農業相關議題的認識及認同
問卷收集	製作 Google 表單並舉辦抽獎	透過問卷抽獎，提升觀看觸及率

第五章 未來進度規劃

6.1 進度甘特圖

表 19 甘特圖

	114 年											115 年		
	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月	1 月	2 月	3 月
前期	二手資料田野調查、拍攝者聯絡													
拍攝						拍攝			補拍					
後製								後製						
宣傳			宣傳					文宣、周邊相關產品			宣傳			
完成														校內外展

[illegible]

6.2 未來進度檢核項目

本專題目前的進度如表二所示：

表 20 未來進度檢核表

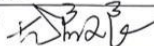
主要工作	工作細項	是否完成
前置期	資料蒐集	✓
	資料統整	✓
	田野調查	✓
	團隊開會	✓
	與指導老師討論	✓
	腳本構想	✓
	聯絡事宜	✓
拍攝期	禾康拍攝	✓
	日月山景拍攝	✓
	梅桂拍攝	✓
	禾康預告片	✓
	禾康初剪	✓
	禾康二剪	✓
	禾康調光調色	✓

後製期	禾康字幕	✓
	梅桂預告片	✓
	梅桂初剪	✓
	梅桂二剪	✓
	梅桂調光調色	✓
	梅桂字幕	✓
	日月山景預告片	✓
	日月山景初剪	✓
	日月山景二剪	✓
	日月山景調光調色	✓
	日月山景字幕	✓
比賽/策展	校內展	
	校外展	
	青春有影大學盃	✓
	金穗獎	✓
行銷	周邊製作	✓
	前期行銷	✓
	後期行銷	✓

第六章 發表老師意見回覆

114 學年度 畢業專題第四次發表 老師講評及學生回覆

發表順序：		專題題目：牧前進度 專題成員：資傳3A 111024047 潘哲偉 資傳3A 111024027 盧柏丞 資傳3A 111024044 吳岳霖 資傳3B 111024081 蔡沛瑩 資傳3B 111024088 吳欣俞	指導老師：尤啟良
老師講評		學生回覆	
1	曾也慎：在影片品質是好的，好像不錯的片段只有這些，能拍的畫面大概是這樣而已無法構成完整內容，社群很糟糕觸及到的人有沒有觀看，成果是不成功的，要解釋怎麼反省檢討。	我們在整合影片部分希望呈現比較多關議題有關的片段，因此牧場的背景故事以及互動部分沒有呈現出來，所以整體看起來會比較無法撐起一個節目，社群部分我們有在進行線下行銷，有參與的市集等讓更多人關注我們及這個議題。	
2	陳士農：沒有善用時間，沒有把時間用完把內容說清楚 投放廣告效益拉上來 但粉絲們沒增加要再努力。	時間部分是我們報告部分沒有控制好，另外投放廣告的部分我們有注意到的是只有提升觀看數但沒有提升到粉絲數的部分，我們內部討論後認為與我們的主題較為小眾所以無法留住觀眾進行觀看。	
3	張建人：觀看人數上萬但粉絲太少缺少宣傳，只講到業者政策比較少消費者心聲，消費者想法很重要。	紀錄片的目的是青年酪農在市場壓力與動物福利間的取捨，這次發表主要把重心放在動物福利這塊，本身劇情還是以青年酪農為主，協會僅為我們的牧場補充，Ai 合作是叫 Ai 生成與牛相關的影片達當高產片量的目的。	
4	徐也翔：前面拍的很棒，文創產品很棒，但走歪了重點應該是三集主題，有沒有問學者專家政府政策產業間如何處理，只記錄三個牧場怎麼做，用錯方向去做文創市集 後期行銷部分跑偏。	宣傳部分，有在持續進行製作短影音跟長影音，也會進行線下宣傳，像我們參與的市集等等，消費者心聲部分，我們會在短影音的部分進行呈現。	
5	陳勇國：三集沒有濃縮進去，不知道為什麼要投廣告，不是你的目標群眾，要找出受眾學會經營，找到受眾把他們吸引過來，要有測驗討論分析。	這次播放的影片是三集整合的影片，我們擷取了三個牧場主對零關稅的言論進行整合，讓整體更扣合主題，目標群眾的部分，有持續在進行找尋也有要與我們合作的觀光牧場投放播映影片。	

指導老師：  (簽章)

114 年 12 月 30 日

第七章 心得與討論

在本次專題的製作過程中，我們經歷了從企劃撰寫、牧場洽談、實地勘景、正式拍攝到後期剪輯的一連串挑戰。過程中不僅需要掌握節目節奏，也必須面對牧場環境不可控、動物行為難以預測、拍攝時間受限等因素，使我們在現場必須具備高度的臨場反應能力。

團隊在合作中也逐漸摸索出彼此的節奏和工作模式，到後期能夠形成固定產線、快速調整不足的畫面、重新補拍缺漏內容，是我們在這段日子裡最明顯的成長。實地訪談讓我們感受到酪農面臨的辛苦與衝擊，也讓我們重新反思媒體工作者在議題呈現上的責任。

此外，在短影音營運上，我們觀察到觀眾在不同類型內容上的反應差異，使我們對數位平台的運作邏輯有更具體的理解。這些經驗不僅提升了我們作為媒體創作者的能力，也讓我們更意識到專題的重量與價值。

第八章 結論

本專題透過三家牧場的深度田調與大量影音製作，呈現台灣酪農在傳統、科技與觀光轉型之間的多元樣貌。三集節目以不同角度切入，包括青年酪農承擔家業的壓力、自動化設備帶來的效率革命，以及休閒農場在市場變化中的新生存方式，使觀眾能以更全面的視角理解乳品產業的挑戰。

在內容推廣方面，短影音成功讓較艱深的議題以易理解、具趣味性的形式擴散至更多族群，也提高本專題的觸及率與討論度。這證明影音內容在公共議題傳播上的力量，也讓我們確信跨平台經營的重要性。

《牧前進度》不僅完成三集節目與多部短影音，更實際將酪農議題推向大眾視野。此專題不只是影像作品，更是一項具有社會意義的行動。我們期望未來能持續累積資料、擴大議題深度，讓更多人理解酪農產業與在地農業的重要性。

參考文獻

- [1] 林怡均.(2025/01/23).農業部規劃乳業轉型政策，鼓勵起司奶油等加工、輔導小農品牌、補助生產製造. <https://www.newsmarket.com.tw/blog/217395/>
- [2] 游昇俯.(2025/01/15).零關稅紐乳壓境每天 2 杯國產牛乳翻轉乳業：臺灣乳品突圍靠「新鮮」酪農望加強產地識別 .AgriHarvest 豐年社 .
<https://www.agriharvest.tw/archives/122967>
- [3] 黃森源 .(91 年 8 月). 我國畜產生技之現況與展望 .
<https://www.moa.gov.tw/ws.php?id=4198>
- [4] 林弘仁 .(2024/04/09). 台灣畜牧業的演進與挑戰(上). 台灣新社會智庫.
<http://www.taiwansig.tw/index.php/>
- [5] 農業部 .(2002). 農業部全球資訊網 91 年年報捌、畜牧管理.
<https://www.moa.gov.tw/ws.php?id=6092>
- [6] 郭儀蕙.(2023/11/13).《國際潮流篇》智能畜牧改變世界淨零碳排精準飼育助畜牧業達標.台灣經濟網.
<https://reurl.cc/5Dmb37>
- [7] 國際.(2022/02/07).歐洲議會投票通過歐盟「從農場到餐桌策略」報告.
<https://agritechforesight.atri.org.tw/article/contents/3800>
- [8] 蘇忠楨.2050 全球淨零排放趨勢下的畜牧業調適策略 <https://smctw.tw/11998/>
- [9] 王順德.牛羊排氣加劇暖化 紐西蘭科學家三策略改造畜牧業
<https://ubrand.udn.com/ubrand/story/>
- [10] 黃欣培.豬便變綠電！養豬王國丹麥翻轉「畜牧業＝高污染」
<https://ubrand.udn.com/ubrand/story/>
- [11] 撲克馬.(2025/02/01).彰化市景點〉日月山景休閒農場：大草坪、牛羊餵食、鮮乳火鍋 .
<https://bookmarktrip.com/changhua-travel/city-sun-moon-leisure-farm/>.撲克馬旅遊筆記本
- [12] 李佳芬.(2021/10/26).梅桂牧場科技化養牛 擠乳機器人上線讓酪農第一次睡

到飽.<https://www.agriharvest.tw/archives/68631>.豐年雜誌

附錄

創意設計多媒體文創+AI 學習歷程(<https://caseprofile.asia.edu.tw>)

我的專題名稱	明天會更好	分類	程式組
標籤屬性	2D 動畫、環境互動、互動電影、微電影、應用軟體		
可參考名稱		年度	
內容			
收穫			
建議			
可參考名稱		年度	
內容			
收穫			
建議			
可參考名稱		年度	
內容			
收穫			
建議			
可參考名稱		年度	
內容			
收穫			
建議			

(各組可以視需要自行增加表格內容)

2.三部影片腳本

表 21 禾康牧場腳本

場次	場大綱	畫面內容	聲音內容
第一場 議題開頭	當 2025 年來臨，紐西蘭牛乳正式零關稅進口，台灣的牛奶，還有競爭力嗎？你還會願意多花一點錢支持台灣鮮奶嗎？	快速剪輯的牛、草原、貨櫃、超市牛奶價格、新聞標題	主持人旁白
	LOGO 片頭	去往牧場的街景 (備案牧場空拍)LOGO 字卡	配樂
第二場 開場白 地點：牧場外街景	主持人開場：「傳統牧場要生存下去，靠的不只是牛，更靠一群選擇留下來的年輕人。今天，我們來到彰化福興鄉的禾康牧場，拜訪一位特別的青年酪農。他不僅是第三代接班人，還在轉型風暴中努力站穩腳步。」	1. 主持人半身景 2. 牧場外街景 Dolly out	現場音
第三場 主角+牧場背景基本介紹 地點：牧場內	主角帶領介紹牧場環境及背景故事以及主角自身的故事 (捨棄大學生活選擇回鄉繼承)主角背景故事:在小學 4	1. 主角及主持人在牧場中訪談的跟拍半身景(上主角字卡)	現場音 部分情緒配樂

部	年級開始接觸牧場工作，只要有放假就一定會進牧場工作，但真正瞭解牧場是在高中畢業之後，當時剛好牧場兩位場長離職，大學那邊不得已先休學，這時候想其實未來也會朝著會牧場的方向來前進。進了牧場才發現要學的好多，像是牛隻的治療、營養、配種、擠乳、餵養仔牛還有人員的管理…。等等，老實說還有很多的事情還沒有學，人員也不好聘請，所以再三思考下就先退學。 牧場簡易背景：牧場於民國72年創立由原先的8頭牛到現在的400多頭的規模目前已是第三代接手(主角)	2. 牧場跟主角的舊照片 3. 主角在牧場工作 B ROLL(定鏡)	
第四場 牛奶生產體驗 地點：擠乳室	主角平時擠乳的工作流程畫面以及帶領主持人體驗擠乳 擠乳工作流程：引導牛隻進入擠乳室擠乳前乾式清潔使用真空擠乳機擠乳生乳經管線冷卻並儲存於集乳槽擠乳	1. 擠乳機器特寫 2. 主角擠乳工作中景及特寫 3. 主角帶領主持人體驗(雙機，一機主角及主持人	現場音

	完再次以藥浴護理乳頭乳頭 乾燥後牛隻返回牛舍，降低 感染風險確認乳桶溫度 測 試酒精與抗生素殘留通過檢 測後進行運送處理	半身畫面，一機 操作時的手部特 寫)	
第五場 關稅衝擊+大 環境衝擊訪談 地點：客廳跟 牛棚內	1. 談論 2025 紐西蘭牛乳正 式零關稅對他們帶來的影響 (帶到大環境影響較大) 2. 大環境影響喝鮮奶的人減 少，反而轉向喝植物奶，並且 人力成本上漲，不得不進行 轉型 議題問題： Q1. 台紐經濟合作協定這個 協定對牧場經營有實質影響 嗎？(有部分影響，但實際式 大環境的影響較大) Q2. 大環境的影響有哪 些？(飲食習慣改變，人力成 本上漲) Q3. 該如何去應對大環境的 改變？(帶到牧場目前已著手 開始準備轉型科技化)	1. 主持人與主角 訪談(兩機架腳 架定鏡，一機兩 人正面全景，一 機主角半身景) 2. 牛棚空拍畫面 3. 牧場內現有的 科技化設備 4. 主角在牛棚中 比劃預計要規劃 自動化設備的畫 面 5. 主角獨自工作 的畫面	現場訪談音 部分配樂 訪談畫外音
第六場	主角自述對轉型的不安與期	1. 主角從早到晚	主角畫外音

轉型的未知數 地點:牧場	許 1. 已開始著手轉型科技化牧場(進行式) 2. 未來有考慮轉型成觀光牧場(需長期規劃) 預期困難: 1. 轉型成本高 2. 無法確定能否轉型成功	工作快剪 2. 主角下班收拾畫面 3. 夜晚牧場空景	背景音樂
-----------------	--	---	------

表 22 梅桂牧場腳本

場次	場大綱	畫面內容	聲音內容
第一場 議題開頭+開場白	你每天喝的牛奶，是從本地牧場來的嗎？ 當零關稅開放、進口乳品壓境，有一間台灣牧場選擇以科技轉型迎戰。 梅桂牧場，作為全台首批智慧化酪農場，引進機器人擠奶、數據化育種管理，大幅提升產量與品質，以科技實力對抗國際價格競爭。今天，就讓我們一起走進這場由乳牛與科技共同展開的農業革	1. 製片跟攝影師從冰箱拿牛奶 → 左右分屏：牧場擠奶／船運進口 2. 台南鄉間，機器人在牛舍工作，牛群排隊做自動擠乳	主場持人旁白

	命。		
	LOGO 片頭	牛棚環境 (平移全景) LOGO 字卡	配樂
第二場 轉型動機+牧 場歷史 地點:客廳	和沈月春及第四代接班人談 論牧場歷史及轉型動機 轉型故事:因為第二代養牛 養到身體出現問題第三代不 捨且同時又有想轉型成科技 化的想法(2012),開始找尋 相關資料,最後選定引進荷 蘭的 LELY 的系統,因此在 2015 年時開始積極與荷蘭總 部聯繫規劃轉型,最後於 2017 年導入智慧擠乳系統, 成為台灣首批轉型自動化的 牧場 (可請沈月春簡易介紹第四 代接班人)	1. 牧場家族老照 片 → 鏡頭帶出 沈月春及第四代 接班人站在牧場 現場 2. 沈月春及第四 代接班人訪談 (兩機架腳架定 鏡,一機沈月春 側面胸上景,一 機沈月春及第四 代接班人正面半 身景/上字卡)	1. 現場訪談 音 2. 訪談畫外 音(搭配 B ROLL) 3. 部分情緒 配樂
第三場 科技化設備介 紹 地點:牧場內	沈月春及第四代接班人帶領 介紹牧場環境及科技化設備 (可帶到機器價格) 科技化設備:	1. 沈月春及第四 代接班人及主持 人在牧場中訪談 的跟拍半身景	現場音

部	1. 榨乳機： 自動化前榨乳人數約六人， 引進榨乳機後僅需一人 2. 數據監控室： 遠端數據監控，掌控牛隻健康狀況，確保乳量不下滑 3. TMR 拌料機： 定時攪拌粗料細料，定時配送飼料減少人力成本 4. 推料機： 隨時保證牛隻正前方常有草料，避免草料四散 5. 測光照明： 感測環境燈光，晚上開啟生物修護燈，讓牛隻隔天處於最佳狀態 6. 牛背刷： 減輕牛隻焦慮 7. 吸糞機： 全天運作清理牧場環境，大幅降低人力需求 科技化優點：牛可以找回擠乳的主權、產量比以往增加 2 倍且品質提升、人力可減少（目前整間牧場約剩 5	2. 機器運作特寫 3. 機器儀錶板特寫 4. 沈月春及第四代接班人操作機器畫面	
---	--	---	--

	名人力)		
第四場 育種培育 地點:小牛區	沈月春及第四代接班人談論過往他們持續在從事育種培育的故事及最終獲得國際認證 (HOLSTEIN ASSOCIATION USA) 育種並不單看乳量，而是全面評估牛隻的體態與性狀表現。 重點包括： 脊椎是否平整：關係到結構穩定與整體體型 乳房排列與高度：過低將影響泌乳週期後期的表現 四肢與腳部結構：影響日常行動與飼養效率 秀氣度與性格：從臉型與互動判斷牛隻是否溫和、易管理 脂肪性狀與體型平衡：不能過瘦，也不能失衡 A2 酪蛋白基因：提升乳品品質，照顧乳糖不耐者需求 (體貼乳糖不耐者:A2 基因的	1. 沈月春及第四代接班人及主持人在牧場中訪談的跟拍半身景 2. 相關證書資料畫面 3. 牛隻畫面特寫(體型脊椎)	現場音

	價值牧場近年導入 A2 酪蛋白基因育種，生產的乳品對乳糖不耐症者更友善。雖然 A2 牛奶仍含乳糖，但其蛋白質結構更接近人類母乳，較不易引起腸胃不適。）		
第五場 關稅衝擊訪談 地點：客廳	1. 談論 2025 紐西蘭牛乳正式零關稅對他們帶來的影響 2. 帶到食安教育較為重要議題問題： Q1. 台紐經濟合作協定 這個協定對牧場經營有實質影響嗎？ (有部分影響，如限乳，但會依產季調配，透過生產季節跟數量的增減來達到限乳要求) Q2. 那除了限乳外，這次的關稅衝擊還有造成其他的影響或是有甚麼應對政策嗎？ (零關稅開放後，紐西蘭乳品雖網路聲量高，但因運費、包裝、通路與碳足跡等成本，售價吸引力有限，實際銷售不	1. 沈月春及第四代接班人訪談 (兩機架腳架定鏡，一機沈月春側面胸上景，一機沈月春及第四代接班人正面半身景) 2. 台紐乳品從生產到上架過程之圖卡動畫 3. 沈月春及第四代接班人操作集乳桶設備畫面	1. 現場訪談音 2. 訪談畫外音 (搭配 B ROLL) 3. 部分情緒配樂

	如預期，主因是消費者對乳品產業鏈了解不足。） Q3. 從您的觀察，消費者對於乳品從產地到貨架的流程中，最大的認知落差會出現在什麼地方？以及在產業鏈教育上有哪些可以加強的地方？ （進口乳品因長途運輸易因晃動與溫差影響乳脂、蛋白等成分，導致品質與風味下降。市面上的還原奶、冰磚奶則為濃縮或冷凍重組，並非真正鮮奶。這凸顯推動食安與食農教育的重要，讓消費者認識乳品差異，建立「能選就選在地、支持台灣農業」的健康觀念。）		
第六場 結尾：未來規劃 地點：	1. 談論他們未來預計規劃（小牛區的科技化籌備） 2. 主持人旁白：面對國際競爭與零關稅衝擊，梅桂牧場選擇不退讓。 他們以科技與堅持，重新定	1. 日落斜陽照進牛舍 2. 沈月春及第四代接班人的工作背影畫面 3. 機器休息畫面	訪談 畫外音

	義「台灣乳品」。這不只是酪農的轉型，更是一份對土地與消費者的承諾。下次打開冰箱，望向那瓶牛奶時，或許你會記得，這份選擇背後的努力與故事。		
--	---	--	--

表 23 日月山景牧場腳本

場次	場大綱	畫面內容	聲音內容
第一場 轉型觀光牧場 開頭	你還以為，台灣牧場只會擠牛奶嗎？ 當「零關稅時代」悄悄降臨，許多本土乳業開始面對出口國低價乳品的衝擊。有些人選擇退出，有些人選擇轉型。而這裡——位於彰化的日月山景牧場，就是其中之一。從傳統酪農，到休閒觀光，他們不是為了拍照打卡而改變，而是為了生存下去，才開始重新定義什麼叫做「養牛」。	1. 親子在牧場奔跑(中景+推鏡) 2. 零關稅小動畫 3. 快剪：冰淇淋、布置、導覽、互動、牧場導覽圖、牧場 LOGO(而這裡開始為快剪)	主持人旁白
	LOGO 片頭	牛吃草、販售區	配樂

		人潮(定鏡) LOGO 字卡	
第二場 開場白 地點：牧場門口	主持人開場：「這裡是彰化的銀行山酪農專業區，從民國58年開始，政府為推動本土乳品產業，在這片丘陵地引導居民養乳牛。當時，最多有超過50家乳牛牧場，是台灣酪農的重要基地。但時代變了，乳品進口逐年開放，年輕人離開這裡，酪農場也一間間關門。如今，全盛時期的五十家，只剩下不到五家牧場還在撐著。 而眼前這座牧場，選擇走上一條很不一樣的路。透過轉型，他們不只讓牧場活了下來，還讓更多人走進來，看見這塊土地的故事。今天，就讓我們一起來看看，這家牧場如何走出一條屬於自己的生存之道。」	1. 銀行山空景畫面 2. 主持人走在牧場外街道 3. 牧場入口招牌 4. 小孩餵牛、遊客拍照 B ROLL 5. 牧場內介紹銀行山的展示牌	1. 現場音 2. 溫柔音樂鋪底＋鳥叫／牛鳴 3. 部分 B ROLL 現場音
第三場 過去歷史＋轉	和牧場主談論為何從傳統牧場轉型成觀光牧場的背後故	1. 主角訪談(兩機架腳架定鏡，	1. 現場訪談音

型之路 地點:會議室	事 先請牧場主簡單介紹一下他們在銀行山經營傳統牧場時的背景故事 (民國 58 年左右，政府推廣銀行山酪農專業區，當時許多居民紛紛加入養乳牛的行列，全盛時期有 50 多家的乳牛場，隨著時間的更迭，目前銀行山只剩 5 家經營乳牛場。為了將自家乳製品找尋通路，於是日月山景休閒農場主人便將乳牛牧場轉型生態教育休閒農場。) Q1:「你們什麼時候開始轉型的？背後的契機是什麼？」 Q2:「剛開始轉型有遇到甚麼問題嗎？」 Q3:「轉型過程中有遇到甚麼比較特別的故事嗎？」 (官方契機:老闆看到中彰快速道路準備開通，再來想提供一個讓大家週休二日能有一個遊玩的景點讓親子家庭可以來農場認識動物與	一機主角側面胸上景，一機主角正面半身景/上主角字卡) 2. 雜草、老牛特寫，與主角一邊講述過去經營困難畫面交錯 B ROLL 3. 中彰快速道路開通歷史畫面交錯插入(談論到契機時) 4. 牧場以前的老照片(如果有需再詢問)	2. 訪談畫外音(搭配 B ROLL) 3. 部分情緒配樂
--------------------------	--	---	---

	休閒的環境)		
第四場 疫情的打擊 地點:牧場內	與牧場主談論他們真正轉型成觀光業後遇到新冠時期的背後故事 (可先詢問看看他們剛開始在準備轉型時有沒有遇到2003年 SARS 疫情 如果有那有沒有因為這個疫情讓他們轉型計畫停擺或延後) (補充:中彰快速道路部分區段開通為 2002 年 全線開通為 2005 年/2005 年 12/17 從一般酪農轉型成休閒農場) Q1:「在前幾年疫情時有做甚麼樣的策略去應對嗎?」 Q2:「在疫情時有沒有後悔過轉型成觀光牧場?」	1. 主角及主持人在牧場中訪談的跟拍半身景 2. 疫情時的觀光產業相關新聞畫面報導 3. 牧場空無一人只有工作人員在工作的畫面	現場音 新聞報導聲
第五場 關稅衝擊訪談 地點:餐廳	Q:「今年起,紐西蘭牛奶正式零關稅進口。你們怎麼看這件事?」 (事前詢問之答覆:基本上我們已經轉型成自給自足農場無在跟食品工廠契作零關稅的確造成本土酪農衝	1. 主持人與主角訪談(兩機架腳架定鏡,一機兩人正面全景,一機主角半身景) 2. 插入圖表:鮮奶 VS 植物奶消	1. 現場訪談音 2. 訪談畫外音(搭配 B ROLL)

	擊 但其實 本土酪農在零關稅前 也早已慢慢萎縮 畢竟酪農這份工作 非常辛苦 很多都是最後無人接班 就收了 加上成本越來越高漲 本土鮮奶 價格來到全世界第二高 消費者對本土鮮奶需求也慢慢減少 也是本土酪農萎縮的主因之一)	費趨勢動畫、台灣 VS 世界鮮奶價格比較 (談論到價格趨勢及需求時) 3. 牧場自產自銷商品特寫(鮮奶鮮奶相關製品餐廳販售之鮮奶相關餐點) 4. 牧場主在照顧牛隻畫面 B ROLL	
第六場 結尾 地點:	轉型不只是把牛換成人流，也不只是把草地鋪成步道。 它是一種冒險，也是一場賭注。 這些酪農們或許無法改變政策，但他們用自己的方式留下乳牛的足跡，也留下一種，台灣土地的味道。	1. 夕陽西下時的招牌剪影 2. 快閃回顧：今日畫面精華 3. 牛隻放風空景	1. 主持人旁白 2. 配樂