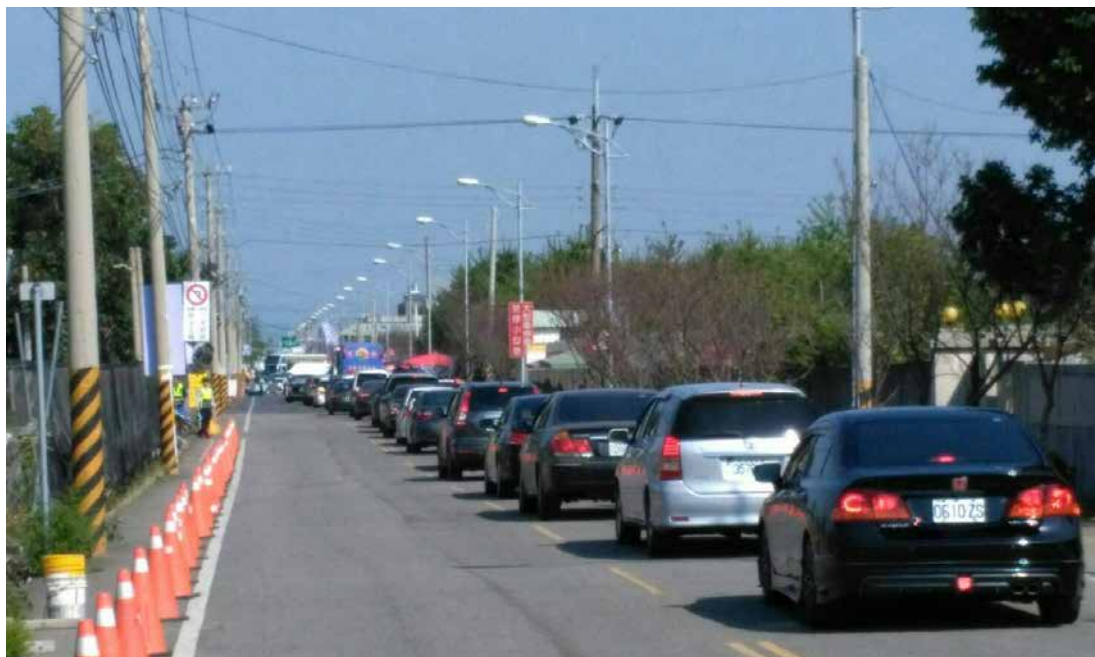


捌 · 各工作小組成果

1. 交通疏導運作成果



2016 年度新社花海活動籌備會議下設有交通疏導組，由臺中市政府交通局召開多次交通疏導組會議，由本組成員共同研訂新社花海展區周邊及聯外道路之大小型車輛交通動線、交通管制措施、臨時停車場規劃設置、活動交通指示及管制標誌設置、活動接駁專車規劃及執行等交通疏導事宜，本組主要成員包括行政院農業委員會種苗改良繁殖場、臺中市政府農業局、臺中市政府觀光旅遊局、臺中市政府警察局、臺中市政府警察局東勢分局、臺中市政府警察局第五分局、臺中市政府警察局豐原分

局、臺中市政府建設局、臺中市新社區公所、陸軍第十軍團、臺中市政府交通局、臺中市公共運輸處、臺中市停車管理處等機關。

今年新社花海活動總參觀人數高達約 306 萬人次，超越去年的 276 萬人次，平均每日約 10.2 萬人潮，尤其是以 11 月 15 日星期日的參觀人潮更是高達 27.8 萬，也是十年來新社花海的最高參觀人次。另外接駁人數也高達 38.3 萬人，兩項數據都創下十年來的新紀錄。



本次活動交通疏導計畫包括規劃車輛禁行路段（行人徒步區）、單向行車管制、車種管制、時段管制、建議大型車輛行駛路線、假日接駁車接駁行駛路線與場站、實施調撥車道、接駁車專用道，與大小型車輛分流措施等等，除較往年增加指示及管制標誌牌面數量外，行政院農業委員會種苗改良繁殖場提供總面積達 8 公頃，可同時停放約 2,500 部小型車之免費臨時停車場，便利遊客停車。為配合接駁站設置，太原停車場、東勢河濱公園停車場、景賢停車場、新社區公所、新社高中、復盛公園

也提供共 2,439 格免費停車格，讓小客車停放後轉乘接駁車至花海展區，減少小客車進入花海展區以維花海周邊道路交通順暢。

另臺中市政府為鼓勵民眾踴躍搭乘大眾運輸工具，除有市區公車 10 公里免費搭乘措施外，規劃花海活動期間假日 4 條（北屯線、豐原線、東勢線、櫻木花道線）及平日 1 條（北屯線）接駁車路線，分別從北屯區建和路太原停車場、臺鐵豐原車站及東勢河濱公園停車場發車，為便利遊客搭乘，接駁車由



原規劃班距 10 至 30 分鐘，進一步調整為坐滿即開，尖峰班距縮短為 3 至 5 分鐘，便利遊客往返花海展區；另為提升新社高中、新社區公所及復盛公園等 3 處臨時停車場使用率，以疏解花海周邊道路壅塞情形，櫻木花道接駁車路線成功地以區內接駁車取代花海展區周邊道路小客車數量，維持周邊道路交通順暢；而星期一增開櫻木花道線經勘查也實質發揮平日次尖峰接駁輸運旅客的效果。此外，為分流市區接駁旅客，亦於活動期間新增景賢接駁站，有效分擔了原有太原接駁站的旅客量。今年接駁車遊客反映熱烈，搭乘人次屢創新高，總計接駁遊客 383,701 人次，發車 10,890 班次，對於紓解假日花海展區周邊及聯外道路交通壅塞情形有明顯助益。

本次活動期間依本組擬定交通疏導計畫，由臺中市政府警察局及所屬東勢分局、第五分局、豐原分局等全力交通疏導，方得以因應龐大車流及人潮，特別是警察局東勢分局於花海展區三個停車場車輛停滿後，疏導小客車至新社區公所、新社高中及復盛公園等處臨時停車場，成功紓解花海周邊道路壅塞狀況。此外，今年度首次於重要路口如豐勢路 / 和盛街、豐勢路 / 萬仙街、大坑圓環、廓子路 / 祥順東路



圖 - 進入花海展區的街道車潮多



圖 - 華豐街路口交警人員



圖 - 警方於花海重要路口設立即時車輛監控



圖 - 花海區內停車場將滿

口實施交通管制禁止小客車進入，將東山路上山的小客車車輛引到景賢與太原接駁站，將萬仙街的小客車導引至東勢河濱停車場，搭乘接駁車上山，均成功地提升接駁車效率，並有助於維持新社花海周邊交通順暢。

本次活動期間統計有關各主要道路、停車場、接駁車乘車處等交通指揮所動員之警力及協勤民力，總計出勤警力共 9,600 人次、協勤民力共 3,600 人次，另行政院農業委員會種苗改良繁殖場、臺中市政府觀光旅遊局、臺中市政府交通局、臺中市公共運輸處與臺中市停車管理處等機關亦投入眾多人力維持各處活動臨時停車場、接駁車乘車處之運作及秩序，並致力於各項交通疏導工作，以維持花海活動展區周邊及聯外道路交通秩序及順暢，讓民眾能賞花不塞車。



圖 - 東山路連坑巷實施調撥車道作為接駁車專用道



圖 - 拖吊車進駐於花海會場以維持周邊停車秩序



圖 - 現場預備多台接駁車彈性增派與調度支援



圖 - 接駁車專用道單行管制



圖 - 豐原火車站接駁狀況，民眾依序排隊上車

2. 聯合服務中心運作成果

本年度聯合服務中心由種苗場、臺中市府農業局於活動期間每日各派 1 人值班，每逢週末另加入臺中市府環保局人員一名聯合服務，於每日上午八點至下午五點半，在主展區大型孔雀立體花卉雕塑的對面為蒞臨花海的來賓們服務。提供的服務內容如下：

媒體服務（媒體中心）

於活動開幕當天由種苗場及臺中市府新聞局共派員 3 名駐點服務，提供各展館文宣資料、花海記者會新聞稿、安排花海發言人接受媒體訪談及對外發佈訊息之窗口名單。

廣播服務

提供尋人、活動訊息、失物協尋及相關提醒訊息廣播。

活動訊息徵詢

提供花海展區配置、各展館活動訊息徵詢及相關資料索閱平台。

服務專線

提供兩組專用電話號碼，供民眾於花海期間諮詢服務用。

借用服務

提供公用輪椅 39 部（由臺中市社會局提供）分設於三個鄰近停車場之輪椅借用站及手動打氣機（腳踏車輪胎充氣可用）供民眾借用，並訂定借用方法與登記簿。

花海設施維修（設施維修中心）

由種苗改良繁殖場提供水電等設施專業技術人員全程駐點，提供花海現場之展館設施及公用休憩設施之維護及緊急修理。

交通資訊服務

提供花海現場週末接駁公車與接駁站轉運之間相關資訊，及協調接駁車接送與發車，以利交通順暢，供民眾搭乘。

提供東勢、豐原及臺中地區至新社花海周邊公車路線時刻表及花海活動場地之周邊公車站牌資訊。

提供自行開車至新社花海活動場地之交通資訊與諮詢。

警察服務站

東勢分局於每日提供機動式派出所（車）一輛及員警（週一至週五 1 名；週末 2 名）及多位志工，於種苗場二農場辦公室門口處，提供現場賞花民眾安全維護及突發事件之處理。另每日提供外事警察一名，以服務國外人士於突發狀況發生時進行處理。

本年度花海活動期間，最常提供的服務諮詢項目為有關交通問題的詢問，包括：接駁車資訊、公車路線及時刻、開車路線以外，也因應部分行動不便之民眾之需求，協助聯絡計程車服務。活動期間天候不佳的幾日，造成場地狀況不佳，聯合服務中心人員除一般服務外，更多的是在聯絡協調種苗場駕駛曳引機的工作人員與警方配合，協助民眾車輛自停車場移出。關於這點要感謝蒞臨新社花海來賓們的體諒與耐心等待，也對在天氣狀況不佳的情形下，仍努力維持停車場狀況的工作人員及進行交通調度的警方致上萬分的謝意。除此之外，民眾對於聯合服務中心所提出建議與肯定，將有助於提升未來活動的服務內容與品質。



3. 展場管理組運作成果



本年度花海展售區規劃有「臺中市農特產品行銷區」，佔地 0.91 公頃，展區內設置視覺入口意象、農村酒莊行銷區、農特產品行銷區及餐飲服務區，現場備有餐桌、座椅、垃圾桶、哺（集）乳室及輪椅借用處等設施，並設有專責清潔人員維護展場環境整潔，夜間雇用保全負責維護營業時間外會場設備安全，於活動期間提供民眾良好的休憩空間。



臺中市農特產品行銷區

主辦單位為臺中市政府農業局。

共規劃 100 個臺中在地農特產品行銷展攤，另規劃設置農村酒莊行銷區。

展區規劃：以宣傳「2018 臺中世界花卉博覽會」為主軸，各展攤統一設計製作攤位背板、攤位牌、桌前板、桌椅，增加展場布置之一致性及美感，並藉由新社花海活動與農產品行銷結合，讓民眾感受臺中農業之美。

銷售總金額約新臺幣 2,600 萬元。



4. 環境衛生組運作成果

2016 年度新社花海活動期間共於活動會場設置流動廁所 120 座供賞花遊客使用，包括向民間租賃流動廁所 120 座及本局景觀流動廁所 5 座，分別設置於種苗場第二農場辦公室後方、小型車第 2 停車場及接駁車轉運區等 3 區，每區皆指派專責清潔人員隨時執行清潔維護及補充衛生用品、藥劑等工作。為督導流動廁所之清潔，環保局於新社花海活動期間每日派員進行巡檢工作，共計派員 70 人次督導現場環境清潔相關工作，以維護流動廁所整潔品質。

2016 年度執行活動現場水肥處理共計 465 公噸。

環保局於新社花海活動期間每日派員進駐花海現場，共計 70 人次現場維護相關工作。

於新社花海活動期間設置 30 組回收桶（垃圾桶 30 個，回收桶 30 個），分別設置於 8 個回收點供賞花遊客使用，並於現場派駐垃圾車 2 輛及資源回收車 2 輛。

負責活動期間垃圾清運、活動會場周邊及花海聯外道路環境維護工作，供計支援 1800 人次。

活動期間共計清運廢棄物 105.7 公噸，其中一般垃圾 72.511 公噸、資源回收 33.189 公噸，資源回收率達 31.4%。



5. 救護組運作成果



新社花海活動為符合大型群聚活動安全管理要點及提供民眾緊急救護服務，種苗改良繁殖場依「臺中市政府衛生局支援機關團體活動救護實施要點」，委託具有臺中市急救責任醫院資格之東勢區農會附設農民醫院於 2016 年新社花海活動期間，提供救護站輪值及相關救護服務，服務內容如下：

服務地點：於種苗改良繁殖場第 2 農場（臺中市新社區協興街 30 號）新社花海活動聯合服務中心旁，服務站以空飄紅十字氣球為顯目標示。

服務時間：新社花海活動期間（2016 年 11 月 5 日至 12 月 4 日），每日上午八點至下午五點半。

醫護人力：

週一至週五：每日提供護理人員 2 名駐點服務。

週六及週日：每日提供護理人員 3 名、救護技術員兼救護車駕駛 1 名及救護車一輛駐點服務。

救護相關用品及設備：

救護站備有救護包（不同尺寸的OK 繃、滅菌紗布數塊、頭頸專用的網狀繃帶、安全別針、酒精棉片優碘棉片、消毒棉花、短型塑膠棉花夾、伸縮小刀、簡單刀傷藥、標準三角巾、紗布剪刀、棉花棒、血壓計、體溫計等等）、AED 傻瓜電擊器、電動機車、躺椅、隔簾等。

救護執行情況：



圖 - 護理人員救護之情形



圖 - 患者步行至馬路等待救護車救援



圖 - 護理人員救護之情形



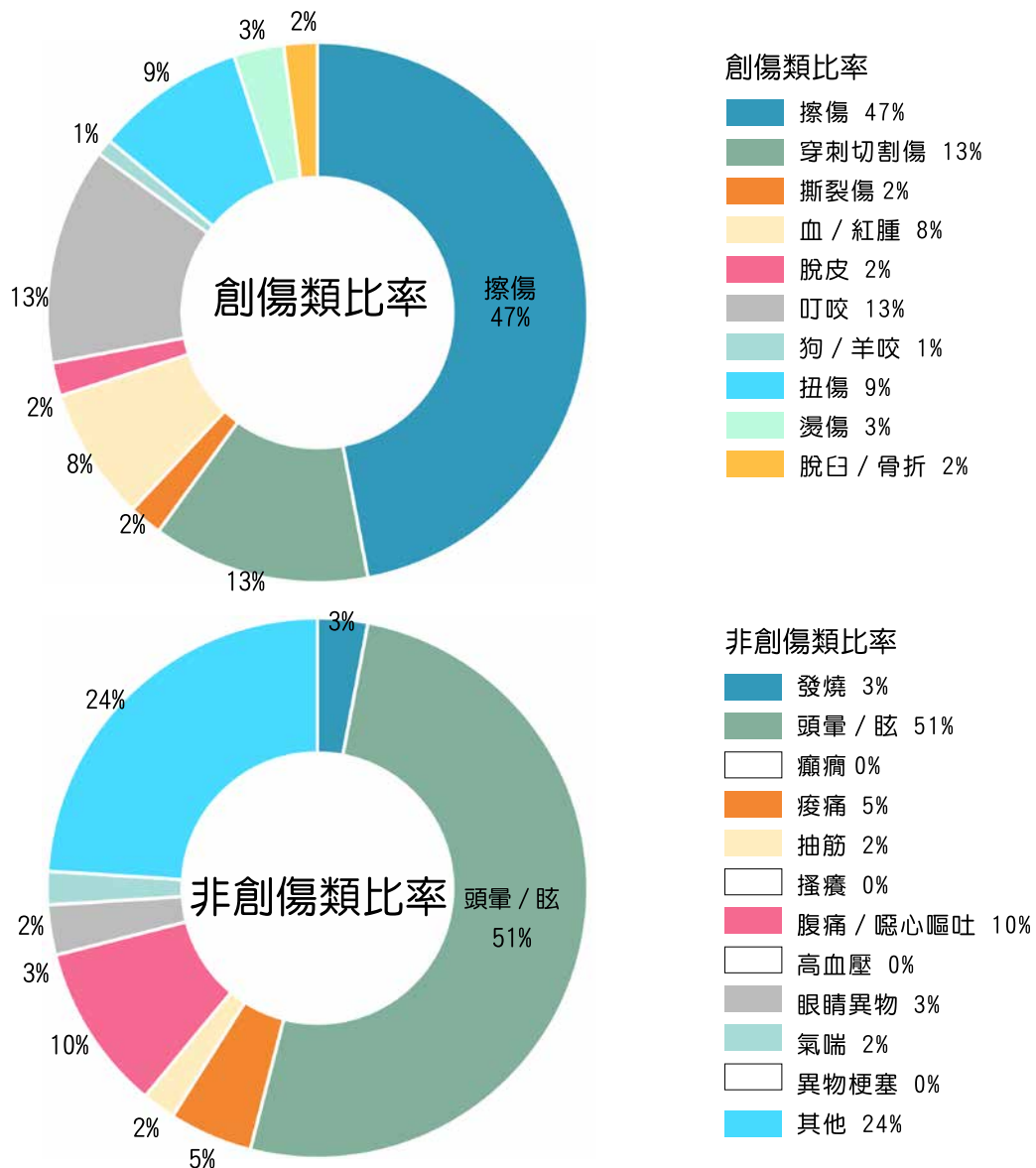
圖 - 設置躺椅供患者休息

救護站服務案件分析：

2016 年救護傷患人數共計 244 人受傷，其中創傷類 190(78%)、非創傷類 41 人 (17%)、後送 13 人 (5%)。

服務種類以擦傷 (88 人)、頭暈 / 眩暈 (30 人)、蜂叮咬 (24 人)、穿刺切割 (24 人) 及扭傷 (17 人) 居多。

傷患類別分析詳如圖。



6. 文宣行銷組運作成果

文宣行銷組 / 種苗改良繁殖場 許意筠、蔡瑜卿、鍾依萍、郭宏遠

文宣行銷組工作職掌

本組負責花海活動文宣行銷工作之規劃、統整、執行及記錄，主要工作內容包括活動主標題擬訂、主視覺設計；文宣品資料蒐集、設計、製作及發放；展前全國記者會策劃與舉辦；花海開幕以及活動期間媒體之應對；花海官網與 Facebook 粉絲團架設與維運服務；活動訊息傳播規劃及推動；主題行銷活動策劃及推動；以及活動成果彙整等項

目。本年度花海文宣行銷組由種苗改良繁殖場技術服務室郭宏遠主任擔任組長，邀集主協辦單位代表及中華郵政臺中分局等共有 11 個單位共同參與，從 2016 年 7 月起至 9 月下旬止，共召開 2 次文宣行銷組工作會議，討論文宣行銷工作事宜，並參與 4 次新社花海籌備會議共同討論整體活動籌劃事宜。



文宣行銷成果說明

文宣工作綜理作業

分為文宣工作規劃、資料彙整、進度管控、文書撰寫四部分，以「工作期程進度管制表」為綱要，進行文宣工作進度控管及完成相關會議紀錄的統整，並製作『新社花海整體活動企劃書』與『專案工作計畫書』各 1 份。

活動主軸標題及主視覺設計

今年為新社花海第十一年舉辦，文宣組於第一次小組會議中提出「魅力新社花海景綻」、「2016 綻 Fun 新花 i 幸福」、「農閒情 漫遊趣」三項主題討論，「魅力新社 花海景綻」獲得文宣組成員一致通過。因此文宣組於第 2 次花海籌備會提出建議之主題，經籌備會決議以『魅力新社 花海景綻』為 2016 年新社花海活動主標題，並以此設計整體活動主視覺與海報等文宣品。邀請遊客再次暢遊壯麗繽紛的新社花海，帶著悠閒的心情來趟新社享受豐富多元的農村旅遊，體驗秋風輕拂下青春又美麗的魅力新社，達到落實農業永續發展「農村旅遊」的活動設計，以及結合大山城五鄉鎮的豐沛資源，呈現當前農業政策－「農村生活、優質農產、地產地消」的主軸。

文宣品設計製發

本年度文宣品的製發量為統計本組成員的需求量，參酌歷年經驗在預算額度內設定。配合遊客使用智慧型手機查詢活動資訊比例快速增加，2014 年起花海官網設置手機版網頁，本年度延續去年海報放置 QR code 讓民眾連結官網之設計，並考量民眾使用手機版查詢花海官網與粉絲專頁之資訊比例增加，紙本摺頁可減少印製數量。因此本年文宣品總計印製 1,400 張海報、3,000 張邀請卡與 8 萬 5 千張摺頁宣傳單，展期之前即分配給各主協辦單位、臺鐵、高鐵站、臺中市長途客運轉運站、臺中市各郵局、超商及加油站協助發放，告知各地民眾 2016 年新社花海即將於 11 月 6 日至 12 月 5 日展開，歡迎大家前來共襄盛舉。



活動訊息傳播規劃及推動

今年的行銷宣傳以「平面媒體行銷」和「網路行銷」兩大方向進行，主要宣傳工作執行如下，同時整合農委會、臺中市政府與各協辦單位媒體資源，例如廣播與報章雜誌廣告、網站 banner、跑馬燈、LED 字幕機、電子看板訊息播送，使全國民眾有多重管道接觸本活動訊息，吸引其前參與 2016 年新社花海活動。

廣播媒體：

錄製 2016 新社花海 30 秒的廣播稿與 10 秒的插播卡於 11 月 3 日至 12 月 2 日間在廣播電台與電視媒體中播放，同時農委會協助於中部調頻與調幅電台播放，供不同族群的民眾收聽。

報章雜誌媒體：

透過舉辦記者會、開幕活動等邀請媒體採訪，將本年度花海訊息刊載在「臺灣會展」、「山城週刊」、「蘋果日報」等報章雜誌之平面媒體或網路媒體。

官方網站：

新社花海官方網站網址為 <http://flowersea.tw>，於 10 月 13 日正式對外營運，建置有中英日版及手機版；官方網站內有 11 項主題內容，介紹最新消息、花海介紹、交流活動、交通資訊、旅遊情報、下載專區、客服中心等資訊，並開設 2016 新社花海 Facebook (<https://www.facebook.com/flowersea2016>)，提供即時訊息，讓民眾在活動訊息查詢上更加便利。今年度在官方網站與臉書粉絲專頁首度增加假日停車場資訊，供民眾參考並安排行程，避免往年塞車困境。

影片傳播：

製作廣告影片 1 部（20、60 秒版）與「花海開幕日空拍搶先看」3 分鐘版於 2016 新社花海官網、Facebook 以及三立電視台（廣告影片 20 秒版）、行政院與臺中市政府數位多媒體電子看板播放等，也以傳播速度最快的 LINE，將製作的影片傳遞出去，吸引民眾前來現場參觀。

活動規劃與執行

在活動前、中、後期規劃與執行相關活動，增加媒體曝光度與與民眾互動性，包括媒體接待與應對、大樹命名活動以及攝影徵件比賽等。

媒體接待與應對：

執行新社花海全國記者會 1 場次（10 月 26 日在農委會舉辦）以及開幕日（11 月 6 日在花海現場）媒體接待，均獲得平面與網路媒體大幅報導，增加 2016 年新社花海媒體曝光度。同時每週發佈活動訊息、展館展出資訊或花況報導等新聞稿，共計 34 篇。

「幸福景綻野餐日」名活動：

製作野餐日活動簡章 DM、官網「幸福景綻野餐日」專區，自 10 月 16 日起進行宣傳，邀請全國民眾線上報名參加野餐活動，並贈送 300 份野餐墊；另也開放現場民眾參加同樂。於 11 月 20 日上午 9 時 30 分在幸福阿樟大樹前舉辦野餐日活動，同時邀請樂團表演、有獎徵答等與民眾互動，也製作活動紀錄影片發佈於 2016 新社花海官網、Facebook 粉絲專頁以及 Youtube 傳播。

魅力 180 微電影攝影徵件活動：

製作攝影徵件比賽活動簡章 DM、官網「微電影攝影徵件活動」活動專區，為使民眾都可以參加，採不分組別方式進行，收件期間為 11 月 7 日至 11 月 21 日，經由專業評審方式各挑選出 13 件作品，利用截圖方式製作成 2017 新社花海月曆，並邀請得獎者於 12 月 5 日下午參與攝影比賽頒獎典禮。

各週短片製作與傳播

新社花海影片拍攝計畫分為活動前期宣傳影片、花海開幕日空拍、活動期間微電影、活動紀錄片四項，除了活動紀錄片之外所有影片均於花海官網與 Facebook 粉絲專頁播放，並透過 LINE 將製作的影片迅速傳遞出去。影片製作執行規劃如下：

活動前期宣傳影片：廣告宣傳影片 20 與 60 版各 1 則。

開幕日空拍影片：3 分鐘版 1 片。

活動影像紀錄：3 分鐘及 15 分鐘版紀錄片各 1 片。



執行成果

今年文宣行銷工作強化活動前中後各期的宣傳與行銷，藉由舉辦活動、製作影片於花海活動官網與 Facebook 粉絲團、LINE 進行活動訊息傳播；並將整體活動訊息彙整於新社花海活動官網，活動期間持續更新訊息，提供遊客最新資訊。

2016 年新社花海官網 (<http://flowersea.tw>)，瀏覽人次達 86 萬人次，官方活動粉絲專頁按讚人數有 6,825 人的亮眼表現，讓民眾參與互動並進行意見交流，達到資訊傳遞與分享的目的。花海開幕日現場空拍影片有 2.7 萬人次瀏覽，而廣告 CF 也有 1 萬多人的瀏覽人次。同時，今年新增加辦理幸福景綻野餐日與魅力 180 微電影攝影比賽徵件活動與民眾互動，幸福景綻野餐日活動採事先報名的方式邀請民

眾一起到為主展區進行野餐活動，並發送 300 張野餐墊予事先報名的民眾，報名名額在開放三天內即滿。魅力 180 微電影徵件比賽則以專業評審選出 13 件作品，包含有前三名、優選 8 名、最佳男主角、最佳女主角、最佳創意與最佳剪接；並將得獎作品以截圖方式製作成 2017 新社花海月曆，為第十一周年的 2016 新社花海活動留下最美的記錄。

今年也獲得泰國 Checklist 旅遊節目來現場拍攝介紹 2016 新社花海，希望藉由節目的播出，能向國際行銷臺灣的休閒旅遊，帶動國內觀光產業發展。今年新增的文宣行銷活動成功串連活動前、中、後期的新話題，也帶動網路與現場的互動性，讓更多曾經來過或者沒有來過新社花海的朋友，都能感受到「新社花海」無法取代的獨特魅力。



2016 新社花海空拍影像