

聯合服務中心 分組成果

種苗改良繁殖場繁殖課



服務內容：

- 媒體服務(媒體中心)
 - 提供各展館文宣資料及花海記者會新聞稿。
 - 提供花海發言人接受媒體訪談及對外發佈訊息之平台。
- 醫療服務(醫療中心)
 - 提供花海活動期間工作人員、貴賓及遊客醫療服務。
- 廣播服務
 - 提供尋人及失物廣播。
 - 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。
 - 裝設緊急電話聯絡服務專線，二組電話號碼，供花海期間服務用。
 - 花海設施維修(設施維修中心)
- 由種苗場及市府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。
- 接駁車資訊服務
 - 中市府交通局於週六、日，提供花海現場接駁公車與各接駁站之間相關資訊，及協調接駁車接送與發車，以利交通順暢，供民眾搭乘。

移動式警察局

中市府警察局每日提供機動式警察局(車)一輛及員警2名，供花海現場提供維護民眾安全及突發事件之處理。另提供外事警察一名，以服務國外人士狀況處理。

人力配置：

- 媒體中心
 - 由本場及中市府新聞局派員3名駐點服務。
- 設施維修中心
 - 由本場及中市府新聞局派員2名駐點服務。

- 由本場及中市府新聞局派員2名駐點服務。
- 醫療中心
 - 中市府衛生局派員2名駐點服務。
- 聯合服務中心

- 由種苗場、臺中市府觀旅局、農業局、交通局、及新社區休閒農業導覽發展協會於活動期間每日各派1人值班。

其它服務

1. 創世基金會於花海活動期間

舉辦「發票換好禮」，活動方式：11/12(六)、11/19(六)、12/3(六) AM 10:00-PM3:00於聯合服務中心提供發票換好禮供民眾兌換。兌換方式：憑每10張11月發票即可兌換精美好禮乙份。

2. 華山基金會於花海動期間舉辦「發票換好禮」，活動方式：周六、日AM10:00-PM3:00於聯合服務中心提供發票換好禮供民眾兌換。兌換方式：憑每10張11月發票即可兌換精美好禮乙份。

文宣行銷運作成果 分組成果

種苗改良繁殖 場技術服務處 | 周明燕、蔡瑜卿、林勝富、鍾依萍、黃少鵬
臺中市政府新聞局

壹、文宣行銷企劃理念

今年「新社花海」的文宣行銷企劃理念，以帶動地方休閒農業產業發展為軸心，進而提昇在地農產品的市場知名度及消費為目的。並遵循行政院農委會持續推動「精緻農業」的施政重點，從「卓越」、「健康」、「樂活」的農業發展主軸，延伸出『全民參與，好心情』的設計思維。

另一方面，臺中市第二屆花毯節在本年度首次與「新社花海」活動結合，對於總計35公頃的陽光花海可說是好事成雙，並且融入「民國百年」的話題焦點，以及全國民眾對於花海繽紛燦爛的美麗印象，文宣與相關活動的企劃亦將以『繼往開來，創造全新世代』的為思考主軸，著力於活潑、富創造力的調性。

貳、文宣行銷時程規劃

「新社花海」活動辦理時程為100年11月12日至12月11日。

10月中旬前為各項文宣行銷工作前置籌備期，包括各工作會議紀錄彙整、整體活動企劃書與簡報製作、主視覺設計與相關文宣品的製發、官網的設計與建置、記者會與開幕活動的規劃、影像紀錄前期攝製與宣傳。

10月中旬後，亦即活動一個月前開始各項行銷作為的執行與推動，包括文宣品與平面媒體訊息的發送、媒體文宣的聯繫與記者會執行、活動宣傳短片的密集露出，網站亦同時開始對外服務。期間持續進行各項文宣資料彙整，以及文宣工作進度的掌控。並負責「新社花海」開幕活動的企劃

與執行。

活動開幕後至12月31日本案總期程結束，則以文宣執行管理、網站訊息更新與運作管理、影像錄製剪輯、活動成果彙整與活動成果專刊製作為方向。



參、文宣行銷成果說明

一、文宣工作綜理作業

分為資料彙整、進度管控、文書撰寫三部分，以「工作期程進度管制表」為綱要，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』、『農委會主委圓桌會議』簡報。

二、活動主軸Slogan及主視覺設計

『新社花海行 繽紛100好新情』的主標語簡單率真為全國民眾所接受，『新』代表歡迎全國民眾來到美麗花海，用好心情帶來生活新契機。代表民國百年的歲月脈動，努力創新，迎接全新世代的到來。也代表花海以山城-新社為主場地，



三、文宣品設計製發

文宣品的製發數量根據本案需求基礎、預算規劃，參考歷年經驗設定。總計印製9萬6千張宣傳單，1000千張海報，並分配至東勢林管處、臺中水保局、中華電信、地區農會等機關，與台鐵、高鐵站及超商協助發放，達到廣為告知的分送成效。從原點出發，發揮在地精神，邁向「新社花海」新里程。

四、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，也配合臺中市政府花毯節的宣傳與相關媒體資源的整合，例如山海屯雙月刊的專題報導、有線電視跑馬訊息播送，使全國民眾有多重管道接觸本活動訊息：



平面媒體行銷：

(一)廣播媒體：全國性與地區性兩大廣播體系交互運作，便於一般民眾、上班族、駕駛人全日收聽，並選定週末前播放，達到即時效益；

臺中市政府新聞局

「新社花海」活動首度與臺中市國際花毯節合作，臺中市政府新聞局同時擔任「新社花海」活動文宣行銷組成員之一，期致力於利用電視、廣播、有線電視、平面媒體及即時新聞發布等媒體及管道，加強訊息之宣播及公告。在電視方面，於本市5家有線電視託播30秒廣告及各項訊息跑馬；而市政月刊「悅讀大臺中」11月號亦刊登廣告1頁及專題報導1篇，另廣播部份，製作30秒廣告1則並於7家電臺播出390檔次

全國性的廣播體系與警察廣播電台合作，從活動前一週11/14開始造勢，直至12/11活動閉幕總計進行30檔次的口播，6次專訪。

地區性的廣播體系與全國廣播合作，總計進行55檔次的口播，1次專訪。

及加強交通接駁訊息口播242檔。而本次宣傳重點，除活動內容外，亦將交通管制及假日接駁車之政策列為主要宣傳重點之一，至於在新聞稿方面，配合各項活動及重大訊息計發布35則。

另本市擁有獨特的觀光及地理資源，且積極扶植電影產業及協助影視業者拍攝之各項需求的配合下，吸引了電影「逆光」選擇於新社花海拍攝，透過影片拍攝及觀賞，將本市的特色融入情境，以達行銷效益。

新社花海活動文宣品印製與發放明細表

序	發印單位	海報	邀請函	A3 DM/ N字摺	A3 DM/ 對摺
	印製數量	1,000	3,000	40,000	20,000
1	種苗場	150	1,600	1,000	20,000
2	臺中市政府	400	400	6,000	
3	林務局東勢林管處	10	100	4,000	
4	水保局臺中分局	10	100	0	
5	石岡區農會	10	100	1,500	
6	新社區農會	10	300	1,500	
7	東勢區農會	10	100	1,500	
8	太平區農會	10	100	1,500	
9	和平區農會	10	100	1,500	
10	新社區休閒導覽協會	60	50	5,000	
11	匠師的故鄉發展協會	10	20	1,000	
12	中華電信	63	0	6,300	
13	郵局	60	0	3,000	
14	高鐵	28	0	2,000	
15	台鐵	54	0	2,000	
16	7-11超商	2	0	1,000	
17	全家超商	2	0	1,000	
18	備用	101	30	200	
19	合計	1,000	3,000	40,000	56,000

製表：新聞局

項次	宣傳項目	內容	備註
電視媒體	30秒廣告託播	於本市5家有線電視公益託播。 於本府LED螢幕播出(11/11至12/11)。	
	有線電視跑馬	於本市5家有線電視配合播出活動及接駁車等訊息之跑馬。(11/9-12/11)	
	節目單元	年代電視臺《藝饗年代》節目中製播3分鐘單元1則。	
影視行銷	電影「逆光」場景拍攝	透過在新社花海取景拍攝電影唯美的畫面，讓更多人看到臺中美麗的城市風光，讓戲中美景及故事為本市做最動人的行銷。	
平面媒體雜誌報紙	悅讀大臺中月刊	於11月刊登專題報導1篇及活動廣告1頁。	專題及廣告頁。
	報紙廣告	於臺灣新生報刊出2次之十全半廣告。	廣告頁。
廣播	30秒廣告製播	製作30秒廣告帶1支。 於全國、大千、好家庭、中廣、正聲、台中等7家廣播電臺播出共390檔次。	
	口播及新聞	於全國、大千及好事903等電台播出口播242次。	
新聞稿		配合各項活動及重大訊息發布新聞稿計35則。	



(二)雜誌媒體：

與在臺外籍人士、中外商旅人士閱讀量最高的康百視COMPASS雙語情報誌合作。於康百視2011年11月份雜誌刊登3頁新社花海封面故事與交通等相關資訊，文章同時刊載於康百視官方網站www.taiwanfun.com

網路行銷：

(一)官方網站：

新社花海官方網站的建置10月10日前完成架設，內有15項主題內容，結合山城豐富的旅遊情報，規畫25-30頁面徹底報導。將交通指引與Google地圖聯結，並針對主頁面重要訊息設計英文副標題，讓鄰近亞洲城域的旅客更便捷的來到新社花海！總計期間瀏覽人數達44萬人次。

(二)網路媒體：

100年新社花海官方網站與頗負盛名的『大臺灣旅遊網』和



『美美美旅遊網』連結合作，兩者是旅遊新聞和生活資訊的網路首選，每日點閱率排行皆是全臺第一。『大臺灣旅遊網』總計發出中、英、日文即時新聞60條。

『美美美旅遊網』設立專屬花海網頁，成為除花海官網之外的另一個入口網站管道。

(三)臉書社群：

為符合擴大服務客層的文宣行銷目標，今年首次建立臉書(facebook)社群，從活動前兩週11/10建立花海粉絲團開始，每日專人服務；提供花海期間之消息、發佈、接受及提供花海期間民眾之間的意見交流。內容瀏覽次數共計196,502次。

五、活動規劃與執行

在活動規劃與執行方面包括媒體接待與應對，新社花海全國記者會於11/9執行完畢，新社花海開幕典禮-「花海嘉年華」及當週各項表演節目，已於11/19-20執行(參閱記者會與花海嘉年華成果報告)



華」及當週各項表演節目，已於11/19-20執行(參閱記者會與花海嘉年華成果報告)

六、各週短片製作

新社花海影片拍攝計畫分為活動前期宣傳影片、活動期間每週官網短片、活動紀錄片三項於官網播放。影片製作執行規劃如下：

- 活動前期宣傳影片：30秒及60秒各1則
- 活動期間報導影片：約2-3分鐘共5則
- 活動後重點回顧短片：3分鐘
- 活動後完整紀錄片：30分鐘



肆、結論

今年的文宣行銷工作，強化活動訊息的傳播及推動，例如臉書社群的經營與康百視雜誌的雙管道宣傳，強化行銷工具和中英文的傳達，果然吸引大多數以網路查詢活動訊息、詢問旅遊評價、接收最新情報的新生代族群，從數據結果來看，網路的整體運用人數(官網44萬人次、大台灣19萬人次、美美美50萬人次、臉書19萬人次)為132萬人次，與花海整體參觀人次150萬人次呈現正比，顯見文宣行銷策略的執行，和媒體行銷工具的強化，對於今年的整體效益有重要的影響。

交通疏導運作 分組成果

交通組

100年度新社花海行活動籌備會下設有交通工作小組，由臺中市政府交通局負責統籌有關活動交通工作小組會議召開、行車動線及臨時停車場規劃及設置、交通管制公告事項、活動相關交通標誌標線規劃及設置、大眾運輸及接駁規劃執行、跨部門協調等事宜，小組主要成員包括臺中市政府交通局（含所屬公共運輸處）、臺中市政府觀光旅遊局、臺中市警察局交通大隊、臺中市警察局第五分局、臺中市警察局東勢分局（含轄區東興派出所）、臺中市新社區公所、新

社休閒導覽協會、軍方十軍團及行政院農業委員會種苗改良繁殖場等機關、團體。

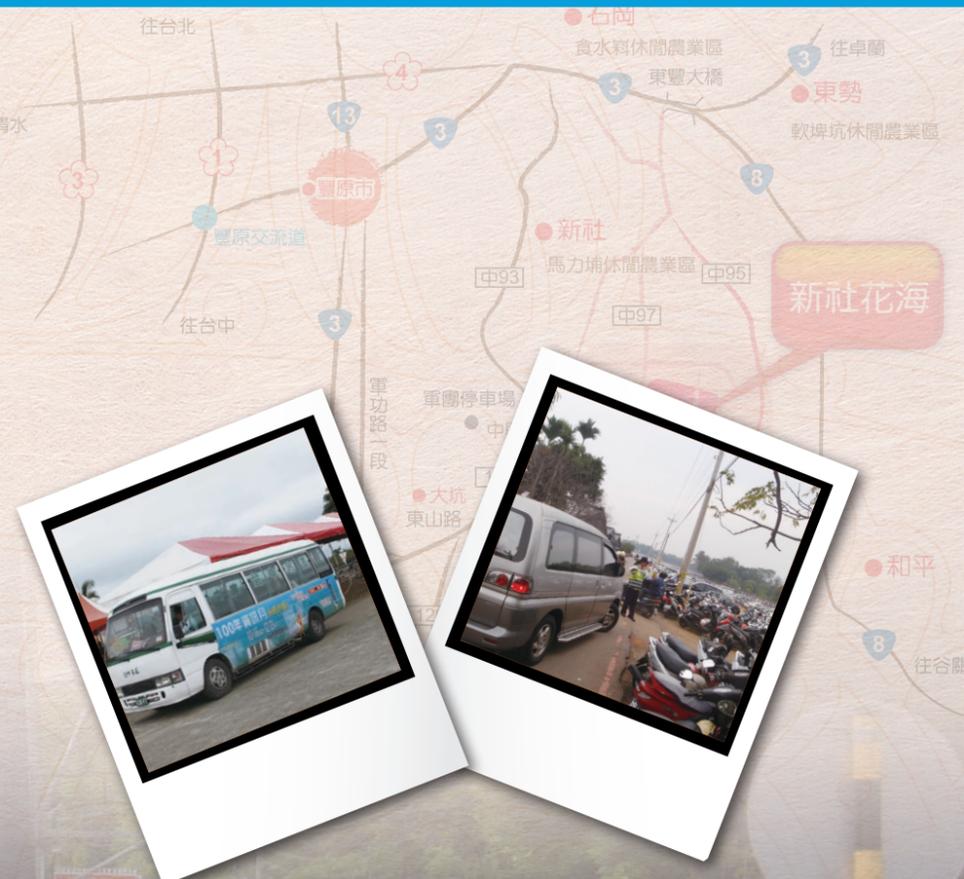
今(100)年欣逢建國百年暨臺中市升格直轄市，新社花海活動為讓民眾有耳目一新之感，因此擴大結合臺中市花毯節合併辦理，統計活動期間總參觀人數高達約150萬人次，已創下近年新高紀錄，本次規劃活動交通管制措施包括車輛禁行路段(行人徒步區)、單行道管制、建議大型車輛行駛路線、假日接駁車接駁乘車處及行

駛路線等，除較往年增加指示告示牌面外，並規劃設置總面積達5公頃，可同時提供1400部以上小型車停放之臨時免費停車場，讓參觀花海遊客免除找停車位之困擾；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8公里免費搭乘措施外，今年臺中市政府交通局特別規劃花海活動期間三條假日免費接駁車路線，民眾反應熱烈，對於紓解假日活動會場周邊車流量及降低交通擁塞情形有明顯助益；另外協

調客運業者，配合於假日期間機動加開班次，協助疏運遊客；今年還利用新社花海官網公告活動期間交通管制圖、大眾運輸時刻表及假日接駁車乘車資訊等並提供下載，另外活動主辦機關亦配合印製交通管制圖DM放置於活動會場聯合服務中心發放遊客週知，藉以提供遊客正確行車動線，免除塞車管制困擾。

本次活動期間因連續陰雨造成臨時停車場無法使用困

擾，惟因事先交通動線規劃及宣導得宜，佐以交通指揮人員堅守崗位、努力不懈，輔以參觀遊客均能配合指揮，方得以應付龐大車流及人潮，且盡量將當地居民因交通管制所造成之不便降至最低；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、協勤民力等合計達2000人次，在此深表謝忱之意。



環保衛生運作 分組成果

環保組

活動名稱：新社花海行活動環境衛生計畫

活動日期：100年11月12日至100年12月11日

負責單位：臺中市政府環境保護局

有關環保衛生規劃分為兩部分：

1設置流動廁所部分：

由本局負責辦理發包作業，設置122座供民眾使用；設置地點分別為種苗場辦公室30座、臺中國際花毯節旁36座、停車場44座及中興嶺接駁站12座。

2環境清潔維護部分：

由本局新社區清潔隊負責垃圾清運及週邊環境清潔維護，並由本局機動清潔隊協助辦理，本次活動由新社區清潔隊定點設置灑水車1台避免揚塵，垃圾車及資源回收車各1台，執行收集垃圾及垃圾分類作業，並廣設100個垃圾架供觀民眾使用，維護環境衛生。

本次活動發動人次及垃圾量：共發動630人次與活動場地清理，共收集86噸垃圾量。



醫療保健運作 分組成果

保健組

項目	衛生局部份
任務名稱：	配合辦理救護工作
二、活動期間派員人次：	52人次
三、活動期間緊急救護案件：	148件
四、衛生局輪椅使用情形：	因衛生局輪椅僅供緊急傷病患使用，故使用次數甚少。



展場管理運作 分組成果

展場管理組

