

▶▶▶▶ 種苗場技服室 文宣行銷運作成果

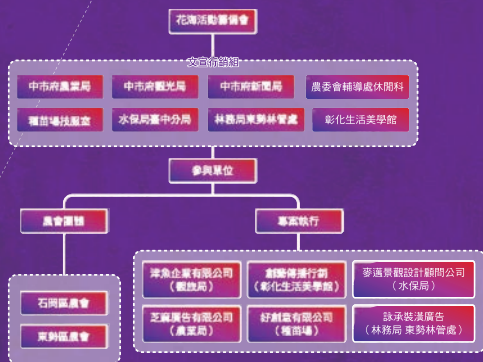
鍾依萍、黃少穎、周明燕、蔡瑞卿、林勝富



文宣行銷組工作職掌

本組以新社花海之文宣及行銷工作為核心，負責花海活動文宣行銷工作、統整、執行及記錄；全國展前記者會策劃與召開；花海期間媒體應對；花海官網架設與維護服務；文宣品資料蒐集、設計及製作；活動訊息傳播規劃及推動；以及成果彙整等項目。本年度花海文宣行銷組有16個單位共同參與，從8月中旬開始至12月中旬止，每月各召開一次文宣行銷工作會議，討論文宣行銷相關事宜。

101年新社花海文宣行銷工作小組 組織架構



文宣行銷成果說明

◎ 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，進行文宣工作進度管控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」、「農委會主委團象會議」簡報。

◎ 活動主軸Slogan及主視覺設計

今年主標語為「新社花海行-新花讚FUN好農情」，以同音異字的方式表達出「心花綻放」的快樂氛圍，再以「農」字植入「好農情」代表精緻農業，努力創新，期待全民更加支持休閒農業，感到認同及稱許讚嘆，並在遊玩中感到有趣與FUN，藉由花海活動體驗農業與民密不可分之濃情。



◎ 文宣品設計製發

本年度文宣品的製發數量依據預算與歷年經驗設定，總計印製11萬張宣傳單，800張海報，並分配至各主協辦單位，與台鐵、高鐵站、超商及加油站協助發放，達到廣為告知的分送成效。

◎ 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，例如閱讀大臺中11月號的專題報導、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：

廣播媒體：與全國性的廣播體系暨廣播電台合作，從活動前一週11/14開始造勢，直至12/16止總計進行24檔次的口播，5次專訪，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。農委會與臺中市政府新聞局亦製作花海廣播帶，供不同族群的民眾收聽。

雜誌媒體：本年度花海訊息刊載在「華僑航空機上雜誌」11月號、「悅讀大臺中」11月號、「山城週刊」，以及在臺外籍人士、中外商旅人士閱讀量最高的「康百視COMPASS雙語情報誌」11月份雜誌，本篇文章同時刊載於康百視官方網站 www.taiwanfun.com。

官方網站：新社花海官方網站於9月30日前架設完成，10月17日正式對外營運，內有8項主題內容，介紹六大展館、四大展區；活動新聞稿；活動花絮；交通資訊；並將交通指引與Google地圖連結，提供各種方式不同方向導航地圖，讓民眾在使用上更加便利。

◎ 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月6日執行完畢，媒體應對自花海開幕日至活動結束為止，媒體接待服務30餘次。

◎ 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：3分鐘共8則

活動後影像紀錄：3分鐘短片及30分鐘紀錄片各1則

結論

今年的文宣行銷工作，強化花海官網的活動訊息傳播及推動，達到資訊傳遞與分享的主要目的。例如每週各展館提供新聞稿介紹最新活動或對館內主題做深入的圖文介紹；在影音專區則是提供動態的活動紀錄及展館展區影片；在交通資訊的部份，製作貼心的Google導航地圖，指引明確路線讓民眾輕鬆上路；經營討論區，讓民眾的疑問能及時得到解答，並進行意見交流。花海官網功能的強化，對於今年的整體效益有重要的影響。七年來，「新社花海」系列活動無論就參觀人數或經濟效益，皆能持續成長，就是所有單位努力和全國民眾正面評價的最佳證明。

市府新聞局 文宣行銷運作成果

101年新社花海宣傳成果

「新社花海」活動，每年都在初秋時節就在民眾殷殷期盼下準備粉墨登場，成為本市年度重大的觀光旅遊活動之一！今年的新社花海活動，除延續34公頃面積的花海栽種景觀、六大主題展館及臺大國際花毯節外，最重要的是首度結合了彰化縣、南投縣及本市的特色農業，打造了2012中臺灣農業博覽會及中彰投農特產品行銷區；結合三縣市區域的農業特色與資源，以在地農業及農特產品為主，呈現精采創意園藝造景展覽活動，藉由花海與農產品行銷之結合，讓參觀民眾有看、有吃又有玩，藉由體驗、欣賞過程，感受地方花藝與農業文化的嶄新面貌與卓越進步。

本局擔任「新社花海」活動文宣行銷組成員之一，而本次宣傳重點，除活動內容外，交通管制及假日提供三個路線的免費接駁車政策列為本年度宣傳重點，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家有線電視公用頻道託播30秒及60秒廣告及各項訊息跑馬，三立、中天及華視電視臺託播30秒廣告148檔，及於三立、年代等電視臺針對活動及假日接駁車協助訊息露出。另於本府中港市政大樓LED電視牆及臺鐵西部車站電視牆託播文字跑馬、30秒及60秒廣告及圖卡廣告等。

市政刊物「悅讀大臺中」月刊及「大臺中新聞」月報於11月號刊載廣告1頁及專題報導2篇；於聯合報及蘋果日報等平面報紙刊登活動及交通接駁廣告，計有8篇廣告露出。至於廣播電臺部份，針對了整體活動內容及假日免費接駁製作30秒廣告2則，並於7家電臺播出812檔次、加強交通接駁訊息口播125檔及專訪1次，並配合活動特性及需求，發布活動及重大訊息新聞稿35則。

本市在擁有怡人氣候、獨特的觀光及地理資源下，近年也快速成為影視產業拍攝的拍攝地需求之一，去（100）年電影「逆光」一片，選擇於新社花海拍攝部份場景，透過影片的高度觀賞口碑及票房，也展現城市特色美景。而今（101）年新社花海再次成為本局拍攝「愛上巴士 八公里免費」廣告的場景之一，透過鏡頭展現花卉美景及市區公車八公里免費搭乘，讓市民可以體驗更方便地悠遊大臺中。



「101年新社花海」成果專輯彙整一覽表

製表：新聞局

項次	宣傳項目	內容
電視媒體	30秒及60秒廣告託播	- 於本市5家有線電視公用頻道公益託播。 - 三立、中天及華視：託播30秒廣告148檔（11/14~11/16）。 - 於本府LED電視牆播出30秒及60秒廣告（11/11~12/11）。 - 臺鐵西部車站電視牆：託播30秒廣告390檔。
	跑馬或訊息露出	- 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（11/1~12/16）。 - 三立、年代、民視及華視：活動及交通接駁訊息露出（11/10~11/17）。
影視行銷	廣告「愛上巴士 八公里免費」場景拍攝	透過在新社花海取景拍攝電視廣告唯美的畫面，讓更多人看到臺中更美的城市風光。
平面媒體	「悅讀大臺中」月刊	11月號刊登專題報導1篇及活動廣告1頁。
	「大臺中新聞」月報	11月號刊登專題報導1篇。
廣播	報紙廣告	- 自由時報、聯合報及青年日報：刊載整體活動及花毯節廣告，計有十全版面3次。 - 聯合報、臺灣時報及旺報：刊載花毯節廣告，計有十全版面2次及全版1次。 - 蘋果日報：刊載假日免費接駁，計有廣播廣告2則。
	30秒廣告製播	製作30秒廣告帶2支，於全國、大千、好家庭、中廣、正聲、臺中及好事903等7家廣播電臺播出共812檔次。
新聞稿	專訪	全國廣播：11/14（三）製播交通管制及接駁專訪1次。
	口播及新聞	於全國、大千及好事903等電台播出口播125次。
新聞稿	口播及新聞	配合各項活動及重大訊息發布新聞稿計35則。

