



捌 新社花海活動 各工作小組成果

種苗改良繁殖場 / 張惠如

每年的新社花海活動能帶動地方產業發展，多年來所建立的口碑也是全國最具規模及知名度的農業樂活休閒活動，成為每年11月全體國人最受期待的盛事。新社花海活動自2009年起增加小型主題館後，每年有不同單位參與我們的活動，包括林務局東勢林管處、水土保持局臺中分局、新社休閒導覽協會等。而2011年首次與臺中市國際花毯節結合以來，屢屢創造百萬人次以上的參訪紀錄。

能受到來訪遊客的肯定，是所有新社花海活動工作人員的榮幸也是最大的鼓舞。雖然活動僅有一個月的時間，但為了能呈現不同的新社花海活動樣貌，種苗改良繁殖場與臺中市政府於每年的3月份起就召開活動籌備會議，邀請農委會相關單位、主題館參展單位、臺中市山城地區農會、農田水利會、陸軍第十軍團指揮部及第74群資電群、相關休閒導覽協會及新社在地里長與守望相助隊等工作單位。每次籌備會邀請的單位多達60多個，會議資料也隨著活動時間的接近而越來越多。今年一共召開了六次的籌備會議，為了有效進行會議討論，將工作單位依工作性質不同進行編組，分別是：花海展示組、交通疏導組、文宣行銷組、展場管理組、聯合服務中心、環保衛生組、救護組及藝文表演組。感謝與會各單位人員會前的資料準備，開會時提出各項建議，會後配合會議決議進行各項工作。每次召開籌備會前，各工作小組均會舉行小組會議，各項相關工作的承辦人員相互討論。此橫向溝通增加了工作進行的順暢度，也讓召開籌備會議更具成效與意義。



新社花海活動籌備會議



一、花海展示規劃運作成果

種苗改良繁殖場 / 郭育姸、蘇士閔、許鐫云、黃崧銘、
廖伯基、鄭梨櫻、龔美玲、陳易徵、黃卯昌、張仁銓、黃玉梅、沈翰祖

本年度新社花海活動取2014諧音，以「花田囍事、愛你一世(2014)」為主軸，整體花海及展示面積約35公頃，包括主展區、景觀綠肥區、精緻草花區、七大主題展館與台中國際花毯節，而去(2013)年農特產品暨美食區今年度則調整為農特產品行銷區與名攤名產行銷區。

展場資訊提供：花海展區面積廣大，停車場、接駁車地點多且分散，參觀遊客多為第一次到訪且參觀時間有限。為協助遊客迅速找到各展區與展館位置，主辦單位在主要展區上方設置有空飄氣球，讓遊客能在花海每個角落快速找到各主要展區，並於聯合服務中心與臺中國際花毯節服務中心等處提供花海各項簡介與資訊摺頁供遊客索取。在人潮必經的多處路口架設展場全區位置看板，讓遊客可以清楚確認所在位置並依需求自行安排參觀路線。



主題館：本年度主題館共設有七大展館，包含臺灣臺日長宿休閒交流協會「臺日 Long Stay文化館」、林務局東勢林區管理處「FUN眼未來館」、水土保持局臺中分局「水保、農村、永續館」、新社區休閒農業導覽發展協會「彩虹七線館」、種苗改良繁殖場「農情萬種 - 蔬果嘉年華館」、臺中市民宿協會的「好客民宿旅行館」以及臺中市政府農業局（新社區農會承辦）「休閒農業館」。主題館規劃時為了讓遊客有更新穎、豐富的感受與收穫，展館內容元素各具特色且今年多個展館對展館外型發揮巧思進行設計，有日式風格也有小木屋、牛奶盒造型，更能吸引遊客目光。

遊客服務：本年度聯合服務中心同樣設置於花海主展區，提供遊客完整的花海展區與相關配套資訊。服務中心內安排專業醫護人員成立救護站，並配有電動機車一部，可機動協助受傷或身體不適的遊客，進行急救等緊急護理工作。服務中心備有輪椅，可提供行動不便者借用代步。廣播服務可隨時通知遊客重要訊息或協助遊客尋人尋物等需求。今年度持續設置「五星級景觀流動廁所」，提供民眾乾淨寬敞的如廁環境。更為體貼攜有嬰幼兒的遊客設置了四處集哺乳室分別位於二農場辦公室、好客民宿旅行館、休閒農業館與花毯節服務中心。

新社花海活動已連續舉辦九年，明年度將邁入十週年。是各參與單位工作人員的付出與投入，才有每一次美麗新社花海的呈現，也感謝參觀遊客的肯定與鼓勵，所有寶貴建議都將化為下次活動的養分，讓新社花海更好、更茁壯、更美麗。





二、交通疏導運作成果

交通疏導組 / 臺中市政府

2014年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、臺中市政府農業局、交通部公路總局第二區養護工程處、臺中市新社區公所、臺中市東勢區公所、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276萬人次，其中假日（共9日）尖峰達到173萬人次，占總參觀人數比例為62.68 %，龐大的車流量讓花海周邊道路及聯外道路壅塞回堵。



本次活動交通疏導計畫包括車輛禁行路段（行人徒步區）、單向行車管制、車種管制、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2,400部小型車之免費臨時停車場，便利遊客停車；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8公里免費搭乘措施外，規劃花海活動期間假日3條（北屯線、豐原線、東勢線）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、台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，今年增加櫻木花道接駁車路線，成功地以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；而新社花海假日觀光巴士，環狀路線行駛，班距為20至30分鐘，便利遊客前往新社區各處遊覽及轉乘各路線市區公車；接駁車及觀光巴士遊客反映熱烈，搭乘人次屢創新高，總計接駁遊客295,320人次，發車超過8,636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、豐原分局、第五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。今年度首次實施興中街自東山街至協中街實施單行管制，並配合以對向車道實施接駁車專用道措施；東山路連坑巷至路寬縮小處實施調撥車道作為接駁車專用道措施，與東山路及民興巷配合實施大小型車輛分流措施，均成功地提升接駁車效率，並有助於維持交通順暢。

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7,860人次、協勤民力共1,440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、臺中市政府交通局與臺中市公共運輸處等機關亦投入無數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。





三、聯合服務中心服務成果

種苗改良繁殖場 / 郭育姣

花海聯合服務中心位處於主題區內舞台斜對面，主要為種苗改良繁殖場、臺中市政府農業局、臺中市政府觀光旅遊局、臺中市政府衛生局、臺中市政府交通局及臺中市政府警察局共同組成，提供參觀遊客活動相關之諮詢與服務，時間為每日上午8點至下午5點半。

一、服務內容：

1、媒體服務(開幕二日)

(a)各展館文宣資料提供及花海記者會新聞稿。

(b)提供花海發言人接受媒體訪談及對外發佈訊息之平台。

2、醫療服務：提供花海活動期間工作人員、貴賓及遊客醫療服務。

3、廣播服務：宣導花海活動注意事項、協助尋人及失物等廣播。

4、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。

5、借用服務：提供輪椅及手動打氣機(腳踏車輪胎充氣可用)，供民眾使用，並訂定借用方法與登記簿。

6、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。

7、花海設施維修：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。





- 8、接駁車資訊服務：臺中市政府交通局於平日及假日，提供花海現場接駁公車與各接駁站之間相關資訊等服務。
- 9、警察服務站：臺中市政府警察局每日提供機動式警察局(車)乙輛及員警，於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，以服務國外人士狀況處理。
- 10、停車場服務：因應花海期間車輛導引及停車場遇天雨泥濘導致遊客車輛無法順利駛離停車場，由種苗改良繁殖場提供農用曳引機乙輛及人員協助拖移。
- 11、安全巡邏網：保全人員執行花海會場各項安全巡視及緊急事件處理。

二、人力配置

- 1、媒體服務：由種苗改良繁殖場及臺中市政府新聞局共派員3名(開幕二日)。
- 2、花海設施維修服務：由種苗改良繁殖場派員2名駐點服務。
- 3、醫療服務：臺中市政府衛生局平日派員2名，假日加派救護車(含技術員)共3名，駐點服務。
- 4、聯合服務中心：由種苗改良繁殖場、臺中市政府觀光旅遊局、臺中市政府農業局於活動期間每日各派1名，臺中市政府交通局假日派1~2名。
- 5、警察服務：臺中市政府警察局每日派員警2名及外事警察1名值班。
- 6、停車場服務：每日由種苗改良繁殖場派員1名駐點執行車輛引導服務，遇雨時提供拖移車服務。
- 7、安全巡邏服務：由種苗改良繁殖場平日派員10名，假日派員12名全場駐點服務，夜間則設置13個防護點派員2名執行安全巡邏工作。

新社花海活動展出期間多為秋高氣爽的好天氣，因此吸引許多遊客前來參觀，從11月8日至12月7日止更創下276萬參觀人潮的新紀錄，加上東勢警分局及臺中市政府交通局規劃的交通疏導執行計畫奏效，使活動期間整體交通狀況維持順暢，獲遊客與地方各界的肯定。除此之外，遊客對於聯合服務中心提出之各項建議，我們也會加以檢討改進，並將於未來持續加強提升服務內容與品質。



四、展場管理運作成果

展場管理組 / 臺中市政府

2014年新社花海「臺中市農特產品暨名攤名產行銷區」佔地約1.83公頃，行銷區內設置視覺入口意象、各類專區以及餐飲服務區，並於假日安排多種表演節目以及與民眾互動的交流活動。另外現場備有餐桌、座椅、垃圾桶等設施，提供民眾品嚐美食之休憩區域，並備有數十名清潔人員專責維護展場環境整潔，夜間雇請保全負責營業時間外會場設備安全之維護。

其相關規劃與運作成果說明如下：

一、臺中市農特產品行銷區：主辦單位為臺中市政府農業局

1、展售攤位數量110攤，以臺中市在地生產花卉、農特產品及家政班產





品為主。展區依營業種類規劃為花卉區（13個攤位）、生鮮及加工農特產品區（75個攤位）與家政班及熱食農產品區（22個攤位）等三大區，並邀請宅配業者提供消費者農特產品宅配服務。

- 2、交流活動：現場舞台區安排各式團體進行表演，以及進行趣味遊戲、創意果雕教學、農產品品嚐以及集點摸彩活動等，吸引民眾聚集以帶動消費。
- 3、銷售金額：農特產品110個攤位總銷售金額達新臺幣49,840,334元，比去2013年41,888,330元增加7,952,004元，成長18.98%，平均每攤收入453,094元，比去2013年380,803元增加72,291元。另外酒莊行銷主題館銷售金額達4,685,520元，兩區銷售總金額達54,525,854元。

二、臺中市名攤名產行銷區：主辦單位為臺中市政府經濟發展局

- 1、展售攤位數量120攤，臺中市「山城地區」及「非山城地區」業者各佔60攤。營業類別含蓋中式、異國、客家、原住民、小吃、甜點、飲品及伴手禮等8大種類。
- 2、總銷售金額約8仟萬元。

三、流動攤販稽查

為維護2014年度新社花海會場內交通、環境及參觀民眾進出秩序，加強流動攤販管制，由市府經發局、警察局及農委會種苗場共同組成流動攤販聯合稽查小組，活動期間出動人力170人次執行流動攤販勸導與告發，總計告發3件、勸導180件，經聯合稽查小組多年執行成效，今年攤販進入會場情形已較往年減少。



五、環保衛生運作成果

環保衛生組 / 臺中市政府

流動廁所設置及清潔維護執行成果

1、2014年新社花海活動期間共於活動會場設置流動廁所135座供賞花遊客使用，包括向民間租賃流動廁所130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。

2、為督導所設置流動廁所之清潔，環保局於新社花海活動期間每日派員督導，假日並由股長級(含)以上主管駐點指揮調度，共計派員38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。





環境清潔維護執行成果

- 1、於新社花海活動期間設置90個簡易垃圾架供賞花遊客使用，並於現場派駐垃圾車2輛及資源回收車1輛。
- 2、負責活動期間垃圾清運、活動會場周邊及花海連外道路環境維護工作，共計支援1,066人次。
- 3、另活動期間共計清運廢棄物111.43公噸，其中會場廢棄物清運共計25.81公噸（垃圾16.53公噸、回收7.19公噸，回收率27.85%）；農特產品展售區廢棄物清運共計25.55公噸（垃圾16.72公噸、回收4.69公噸，回收率18.34%）；美食區廢棄物清運共計59.13公噸（垃圾33.74公噸、回收13.4公噸，回收率22.67%）；廢油1.95公噸。
- 4、另環保局於活動會場派駐灑水車2輛，以機動方式進行灑水及清潔路面避免塵土飛揚，活動期間執行灑水作業共90次。

協助設攤宣導環保政策

於新社花海活動期間，每周末協助設攤宣導「遛狗不留便」及「小黑蚊防治」業務，共計宣導79萬6,000人次。





六、救護服務運作成果

救護組 / 臺中市政府

一、救護站設置及救護狀況

由臺中市衛生局整合臺中市20區衛生所護理人員及相關救護志工協會，於新社花海活動期間在聯合服務中心設立救護站，現場配置血壓／血氧量測儀器、醫護專用電動機車、救護車，適時提供新社花海遊客參觀時，發生身體不適或意外受傷等醫療需求，給予照顧服務或醫療救護。





二、救護支援人員概況

(一)服務時間：11月8日至12月7日，上午8時至下午5時。

(二)救護人員：1.每週一至五：衛生所護理人員2名，共支援20日。

2.每週六、日：救護志工2名，共支援10日。

(三)救護車：考量週六、日賞花貴賓眾多，加派本局救護車1輛(含救護技術員兼駕駛1名)現場待命。

支援單位	支援期間	支援單位	支援人數	支援天數	救護(送醫)人次
衛生局	每週六、日	救護車(含EMT)	1	10天	送醫：6
衛生所	每週一～五	大安、大甲、外埔、沙鹿、梧棲、龍井、清水、東勢、新社、神岡、后里、潭子、豐原、大雅、石岡、太平、霧峰、烏日、大肚、大里，共20區衛生所之護理人員	2	20天	117
救護志工協會	每週六、日	穿山甲救難協會	2	2天(11/8、11/9)	28
		迅雷救援協會	2	2天(11/15、11/16)	22
		梅花救難協會	2	2天(11/22、11/23)	26
		臺中市都會救難協會	2	1天(11/29)	3
		台中市搜救協會	2	1天(11/30)	7
		山海屯救援協會	2	2天(12/6、12/7)	11
總計			70	30天	214人次 (含送醫6人次)

三、救護站服務案件分析

(一)統計救護站服務案件共214人次，其中6人次後送醫院。

(二)服務傷患種類以擦傷(95人次)、蜂螫(29人次)、暈眩(17人次)及走路引起足部水泡(17人次)居多。

1 2 3 4 5
1.個案登錄。2.割傷處理。3.傷患後送醫院。
4.血壓/血氧量測。5.醫護專用電動機車





七、文宣行銷運作成果

文宣行銷組 / 種苗改良繁殖場 / 蔡瑜卿、鍾依萍、林正雄

文宣行銷組工作職掌

本組負責花海活動文宣行銷工作之統整、執行及記錄；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；文宣品資料蒐集、設計、製作及發放；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有11個單位共同參與，從4月下旬開始至9月下旬止，共召開四次文宣行銷組工作會議，討論文宣行銷工作事宜，並參與六次花海籌備會議共同討論整體活動事宜。

文宣行銷成果說明

一、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『專案報告』簡報一份。

二、活動主軸標題及主視覺設計

今年主標題為『花田囍事 愛你一世』，邀請民眾前來花海體驗幸福與愛的感覺，帶著悠閒的心情在新社體驗農村旅遊，以達到落實農業政策當前的施政方針和農業永續發展「農村旅遊」的活動設計，結合大山城五鄉鎮的豐沛資源，呈現「農村生活、優質農產、地產地消」的主軸。

三、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1,500張海報、3,000張邀請卡與11萬張宣傳單，並分配至各主協辦單位，與臺鐵、高鐵站、超商及加油站協助發放，廣為分送告知全國民眾前來共襄盛舉。



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，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，例如捷運站廣告影片、廣播與報章雜誌廣告或專題報導、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，本年度11月29日九合一選舉日休園一天訊息也及早配合相關文宣傳播管道讓民眾知悉。

(一)廣播媒體

錄製2014新社花海「喜鵲篇」20秒的口播廣告於11月6日至12月4日間在全國廣播電台播放116檔次，同時農委會協助於台中、每日等廣播電台共播放390個檔次。農委會亦製作花海廣播帶30秒與整點報時，於中台灣之聲等廣播電台放送，供不同族群的民眾收聽。同時安排主辦單位種苗場楊佐琦場長與廖文偉副場長分別接受全國與漁業電台專訪。

(二)雜誌媒體

本年度花海訊息刊載在「農政與農情」270期、「鄉間小路」、「山城週刊」等平面媒體。

(三)官方網站

新社花海官方網站今年更換網址為<http://flowersea.tw>，於10月20日正式對外營運，內有11項主題內容，介紹最新公告、花海介紹、展區地圖、活動行事曆、交流活動、交通資訊、旅遊情報、新聞專區、客服中心等資訊，並開設2014新社花海Facebook (<https://www.facebook.com/flowersea2014>)，提供即時訊息，讓民眾在活動訊息查詢上更加便利。

(四)影片傳播

製作廣告影片(10、30、60秒版)與微電影3部於2014新社花海官網、Facebook以及台北捷運站(10秒版)播放等，本年度新增花海開幕日空拍搶先看2分鐘版，吸引民眾前來現場參觀。

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，執行新社花海全國記者會1場次（於10月28日舉辦）以及開幕日（11月8日）媒體接待，配合本年度花海3部微電影、5周末主題活動進行花海期間每週議題行銷。

六、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、前3週活動期間每週1部微電影、花海開幕日空拍、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粉絲團播放。影片製作規劃執行如下：

- 1、活動前期宣傳影片：10、30及60秒版各1則。
- 2、開幕第1週空拍影片：2分鐘與5分鐘版各1則。
- 3、活動期間微電影：3分鐘版共3則；第1週「有效期無限」、第2週「新視界」、第3週「花舞間」。
- 4、活動成果影像紀錄：3分鐘短片及15分鐘紀錄片各1則。

執行成果

今年文宣行銷工作強化花海活動官網與Facebook粉絲團的活動訊息彙整與傳播，活動官網瀏覽人次高達275萬人次，官方活動粉絲團打卡人次也有近3萬人的亮眼表現，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。同時配合新社花海為期30天的活動，拍製廣告影片、3部微電影、花海現場空拍影片，透過官網、Youtube及Facebook或LED進行宣傳。廣告CF及三部微電影在Youtube也都分別有1萬多人的瀏覽人次，累積相加後高達4萬人的點閱瀏覽率，花海空拍影片更有高達37萬瀏覽人次。而每週假日主題活動9日共累積蒐集將近1000多張與美麗花海風景合影的照片，換出2400支的「幸福蘭公仔筆」、1800本的「花繪集」以及100盒的「花田囍餅」。這些文宣行銷活動帶動今年度新社花海活動的新話題，讓更多來花海或沒有來花海的朋友，也能感受花海獨特魅力。

