

系所組別： 創意產業設計研究所丙組

考試科目： 企劃實務

考試日期：0307，節次：3

※ 考生請注意：本試題 可 不可 使用計算機

台北國際花卉博覽會即將於2010年11月在台北舉行，其舉行理念如附（共二頁）。

基本上，台北市作為主辦城市，會利用此一機會行銷台北市，而台北市沒有義務為其他縣市行銷。台南縣以蘭花產業著名，假如你是台南縣長，將如何利用此一機會行銷台南縣以及除蘭花產業外之其他產業？請按以下格式提出企劃書內容：

（請在作答前務必抄寫子題題目，否則扣總分十分）

一、請分析行銷台南縣之潛在機會(10%)與可行策略(10%)。

二、請根據上述分析，指出除蘭花產業外之其他可被行銷產業(10%)。

三、請以其中一個產業為例，提出可行計畫，包括下列五大部份：

1. 產業簡述(10%)
2. 策略說明(10%)
3. 實施步驟(10%)
4. 預期效益(10%)
5. 潛在困難與替代方案(10%)。

四、上述計劃之中文名稱與摘要(10%)，以及英文名稱和摘要(10%)。(各以200字以內為原則)

(背面仍有題目,請繼續作答)

系所組別： 創意產業設計研究所丙組

考試科目： 企劃實務

考試日期：0307，節次：3

※ 考生請注意：本試題 可 不可 使用計算機**台北國際花卉博覽會 舉行理念 <http://www.2010taipeiexpo.tw/ct.asp?xItem=659&ctNode=710&mp=3>****文明的發展，讓人類從自然與文明對立的景況，逐漸轉而追求自然與文明的和諧共生**

「2010臺北國際花卉博覽會」的基本設計概念就是源於上述的前提，將人類的基本元素與追求幸福感的本能延伸出無限想像，以創造未來無盡的可能性。

基於三大設計理念，「2010臺北國際花卉博覽會」延伸出園區建設的想像，帶來各項屬於綠色園藝的精采可能性。

理念一：表現園藝、科技與環保之技術精華 理念二：達成減碳排放及3R(Reduce, Reuse, Recycle)之環保目標 理念三：結合文化與藝術之綠色生活

人們經由參觀與學習「2010臺北國際花卉博覽會」的展示內容，可以改善人們的價值觀，改變人類與自然環境之間的互動關係，在生活中實踐綠色生態理念，最終希望能達成愛護地球、保育人類美好家園的終極目標。

走訪臺北城市的各項景點，並參與賞櫻、採花、喝花茶的活動，體驗臺北花園城市的生活品味在臺北這個花園城市裡，除了2010年即將來到的花博會盛事以外，賞櫻、採花、喝花茶，都是臺北城市的居民在生活中就已經身體力行的花卉文化。

由於臺北是個地處亞熱帶的盆地，溫度及溼度等自然條件都非常適合植物的生長，加上臺北擁有全華人世界最高度人文發展條件，長期以來，這個城市裡孕育出陽明山花季、杜鵑花節、海芋季等各式各樣的花卉活動，是華人世界裡難得一見的花園城市。

臺北有自然資源、有歷史、有新舊文化，包含陽明山國家公園、國立故宮博物院、貓空茶園、北投溫泉、大稻埕碼頭、中山北路購物商圈、華西街夜市、各國風味的高級餐廳及小吃等美食林立。

而臺北的良好治安以及相當便利的公共交通設施，也使各國的遊客，得以盡情而安心地探訪這個城市的每個角落。在此，臺北誠摯地張開雙手歡迎每一位國際友人的造訪，除了到訪2010臺北國際花卉博覽會，也歡迎到臺北的各處去走走，感受臺北這一個城市的超級魅力。

打破國界的限制與文化偏見，共同讚嘆園藝產業的文明發展，達到愛護地球生態環境的目標。

自20世紀下半以來，花卉與園藝博覽會在全球各地屢次舉辦並廣受各國歡迎。花博會的舉行不但彰顯了主辦國的園藝產業實力以及各個城市籌組國際大型活動的能力，更深一層的意義，透過博覽會的這個舞台，使世界各地的人們打破疆界與偏見，共同讚嘆園藝產業的文明發展；最終能促使人們思考與自然界的關係，達到愛護地球生態環境的目標。

我們很榮幸能有機會舉辦2010臺北國際花卉博覽會，經過這一場園藝與文明的盛會洗禮，臺北將有機會提昇公用設施與基礎建設，凝聚市民的環境意識，也將帶動臺灣及週邊國家的花卉產業、觀光旅遊業、餐飲業、生技業的升級新契機，振興國內與國際的經濟活動。

在此我們衷心期盼，全球國際友人前來加入「2010臺北國際花卉博覽會」的展覽陣容，融入臺北這個精采的國際城市，創造花卉園藝的產業繁榮，透過園藝為媒介，達成人與人之間、國家與國家間的和平共處。且讓「2010臺北國際花卉博覽會」為全世界帶來花的語言，營造出一個超越政治、跨越種族、由各式繽紛植物所描繪出的美麗彩花新視界。

花博的宣傳行銷，本府預計以花博展區為核心，循「向臺北行銷」、「向臺灣行銷」與「向世界行銷」三種模式推動行銷策略：

系所組別： 創意產業設計研究所丙組

考試科目： 企劃實務

考試日期：0307，節次：3

※ 考生請注意：本試題 可 不可 使用計算機

(一) 透過市民參與，向臺北行銷

臺北城市花園推動計畫：

藉由花博凝聚市民意識，形成社會運動，結合景觀學者專業技術，發動市民植栽美化家園及社區，營造花園城市之景觀視覺效果。

臺北城市休閒購物推動計畫：

以「臺北動起來，商圈軸線新翻轉」為理念，打造「臺北商業新軸線」—以中山北路一段至七段縱向軸線為主，並運用本市自然資源、歷史、人文等特有條件，貓空、北投溫泉、大稻埕、歐洲街等商圈特色，以故事行銷、街景美化與節慶妝點等手法營造花園城市之商業視覺效果。

台北商業主題行銷推動計畫：

規劃「臺北購物與美食節」，以購物與美食為主題，呈現本市「國際化購物美食之都」形象。

(二) 透過配套旅遊，向臺灣行銷

規劃多元套裝行程：

以花博為中心，配合本市貓空、陽明山、北投、大稻埕、故宮等特色區域，協助旅遊業者規劃1至3日之套裝行程，延長遊客停留時間。

推動城市購物計畫：

規劃「臺北購物節」，結合本市各商圈以購物為主題行銷臺北，呈現本市「國際化購物之都」形象。

爭取各級學校校外參觀活動：

結合園藝、科技、環保三大設計元素，賦予各展館之教育意義，讓花博成為各級學校校外參觀活動之首選。

(三) 透過國際宣傳，向世界行銷

國際發聲，提高國際能見度：

製作短片，透過電視、網路等媒介，向全世界傳達本市正在籌備花博的訊息。

與旅行社及航空業者合作：

規劃套裝行程，發行花博休閒與住宿旅遊計畫套票。

2010臺北國際花卉博覽會展期共6個月，預計可吸引600萬以上之參觀人潮，初步估算花博會的直接經濟效益達26億元，其間接經濟效益88億元，包含稅收效益6億元、觀光休閒效益72億元及花卉產業產值提昇10億元等效益，預估總經濟效益將超過110億元。

花博會係臺灣農業一大盛事，花卉產業在臺灣甚具競爭力，相關農業科技亦達世界級水準，透過花博會可活絡國內農業經濟活動，趁此機會展示我國花卉並進行國際行銷，振興我國花卉及農業相關產業之發展。

此外，花博等同於產業科技文化藝術之奧運會，除了「帶動花卉園藝之產業發展」、「型塑城市魅力，創造臺北風格城市」與「凝聚市民意識，形成社會運動」外，也將臺北的品牌經營推上國際舞臺，讓人瞭解、進而感動，展現繁榮、活力、快樂的商業城市，進一步的帶動整個臺灣的觀光產業。