

# 111 年度商圈街區營造競賽 補助計畫

臺南市政府經濟發展局

第一案：

「萬神萬聖，中西合璧」赤嵌朋派商圈  
街區營造計畫

第二案：

大新營影視漫遊街區營造行銷計畫

# 111 年度商圈街區營造競賽

「萬神萬聖，中西合璧」赤嵌朋派商圈營造計畫

## 提案計畫書

計畫期間：自核定次日起至 111 年 12 月 10 日

申請機關：臺南市政府

中華民國 111 年 2 月 21 日

## 審查意見修正對照表

審查意見	修正說明
<p>(一) 請補充說明商圈街區範圍資源特色與核心競爭力、商圈內具有發展潛力的產業、商圈街區環境營造到目前為止所取得之特色與亮點成果、過去幾年地方政府與相關部會投入資源改善硬體環境對於商圈發展帶來之預期成效。</p>	<p>商圈街區範圍資源特色與核心競爭力在於悠久歷史與文化底蘊(p5-p6), 商圈街區環境營造到目前為止所取得之特色與亮點成果, 則在「西市場」與「陳世興古宅」(p7-p9), 過去幾年地方政府與相關部會投入資源改善硬體環境對於商圈發展帶來之預期成效, 著眼在商圈可以利用相關部會投入之資源, 借力使力, 配合強化導覽, 讓商圈有更多亮點。</p>
<p>(二) 部分工項有涉及其他商圈, 請提出其他商圈同意書或相關商圈之配合意願。</p>	<p>因應計畫預算及避免資本門的調整, 已配合刪除孔廟商圈裝置藝術項目, 保留海安商圈的項目, 已獲得海安商圈協會同意配合 (p30)</p>
<p>(三) 應強化商圈故事性, 補充說明該商圈街區發展策略之核心特色。</p>	<p>商圈故事性, 從地理、歷史與文化, 一路持續發展(p5-p6說明), 而赤嵌朋派商圈街區發展策略之核心特色, 在於珍貴歷史軌跡與文化涵養。這些百年老店、藝術美食、名人故居與老街古巷等特色, 是極具獨特性、魅力性、歷史性、多型態與多文化的人文商圈。而後結合「文化」與「休閒」來發展!(p5-p6)</p>
<p>(四) 許多工作項目均無詳細規劃內容, 如微電影內容、網紅行銷、商圈節慶活動等, 請補充說明各工作項目具體內容及時程。</p>	<p>因應計畫預算及工作項目調整, 與商圈地方討論後刪除微電影項目, 網紅行銷及節慶活動的具體內容及時程, 於內文說明(p18, p19-p20)。更詳細規劃則屆時由商圈協會相關活動規劃會議來決定。</p>
<p>(五) 本補助經費僅限為經常門, 請確認計畫所提「裝置藝術設置」是否涉及硬體設備等資本門。</p>	<p>孔廟商圈的裝置藝術, 可能涉及資本門, 已參酌審查委員意見, 刪除該項目。</p>
<p>(六) 本計畫範圍 包含多處古蹟及觀光景點, 須跨局處合作分工, 請說明市政府、商圈組織之詳細推動方式及分工架構, 以達計畫推動之整體效益。</p>	<p>關於公部門以及地方商圈協會分工表, (p24-p25), 主要在於公部門建設景點, 地方則以軟體計劃與協會人力來配合推廣, 互相加分!</p>

## 目 錄

壹、申請基本資料 .....	3
貳、計畫背景 .....	5
一、計畫位置及範圍	
二、概述商圈街區之現況條件及發展願景	
參、計畫目標 .....	10
一、商圈街區環境營造之必要性	
二、商圈街區環境營造之效益性	
肆、計畫內容 .....	10
一、商圈街區發展藍圖及優質環境營造之具體輔導內容	
二、實施步驟、流程及時程規劃	
伍、經費分配 .....	22
陸、計畫效益 .....	23
一、指定指標	
二、自訂指標	
柒、可行性說明 .....	23
一、推動方式與市府局處分工	
二、計畫所提之計畫範圍截至提案前具體之執行成效	
捌、附錄 .....	26
一、台南市赤嵌朋派商圈立案證明	
二、台南市赤嵌朋派商圈合作同意書	
三、臺南市海安商圈立案證明	
四、臺南市海安商圈合作同意書	

## 壹、申請基本資料

計畫名稱	「萬神萬聖，中西合璧」赤嵌商圈街區營造計畫		
申請機關	臺南市政府		
計畫期程	自核定次日起至 111 年 12 月 10 日		
計畫全程 總經費 (千元)	補助款	分擔款	合計
	3,500	1,500	5,000
計畫執行 商圈街區 範圍	東至忠義路， 西至西門路， 北至成功路， 南至民生路， 延伸宮後街。	商街區店家數	約 50 家

計畫摘要

計畫摘要至少包括下列項目：

1. 計畫項目及內容概述

計畫項目包含(一)商圈環境美化營造(赤嵌商圈形象牆美化、海安路夜間美化)  
(二)打造商商圈友善措施(「商圈導覽員」培訓、店家「中英日三語化」推廣服務、商圈形象識別設計製作、赤嵌朋派商圈「散步地圖」)，(三)商圈環保友善推廣(商圈特色環保物製作)，(四)商圈行銷推廣與輔導(「商圈聯合伴手禮」開發、單店輔導、網紅行銷、「萬神節」商圈活動辦理，「萬聖派對」商圈活動辦理)

2. 相關部會既有硬體資源投入執行說明

文化部文化資產局「臺南市定古蹟西市場暨原南州青果同業組合香蕉倉庫修復工程計畫」，文化部經費 99,000,000 元，地方政府配合款 117,619,900 元

3. 執行方式

規劃後，執行時將結合商圈協會人力與在地資源。

4. 計畫效益

一、指定指標

- 帶動/輔導商圈街區發展家數 50 家。
- 促進店家營業額增加數 1,000 萬元。
- 促進店家投資金額 80 萬元。
- 創造就業人數 2 人以上。

二、自訂指標

- 環境美化改善 2 處。
- 商圈導覽員培訓 20 人以上。
- 伴手禮開發 1 式。
- 媒體行銷 1 式。

申請機關 聯絡人員	單位	姓名	職稱	電子信箱	聯絡電話
	臺南市 政府經 濟發展 局	龔伯璋	科長	pochang@mail.tainan.gov.tw	06-3901355
	臺南市 政府經 濟發展 局	許叔仁	助理員	sacar@mail.tainan.gov.tw	06-3901432

## 貳、計畫背景

### 一、計畫位置及範圍



「赤嵌朋派商圈」範圍：東至忠義路，西至西門路，北至成功路，南至民生路，延伸宮後街。

周邊商圈局部涵蓋：由於臺南中西區為各商圈集中地區，各商圈距離很近，互相皆可彼此拉抬加分，因此本次計畫以「赤嵌朋派商圈」為主，但局部工作項目會延伸到周邊商圈，尤其是海安商圈(萬神萬聖合作)。

### 二、概述商圈街區之現況條件及發展願景

#### (一)現況條件：

赤嵌商圈位於臺南中西區，是台灣最早發展都市(臺南)的精華區域(中西區)，俗諺有云：「一府、二鹿、三艋舺」，創建於1653年的「赤崁樓」舊稱「普羅民遮城」位於臺南舊城區是極少數歷經荷蘭、明鄭、清代、日治等各時期形塑蘊含珍貴的歷史軌跡與文化涵養的城區。在這城

區內除了擁有多處國家一級古蹟外，也匯集了傳世史詩、百年老店、藝術美食、名人故居與老街古巷等特色，是極具獨特性、魅力性、歷史性、多型態與多文化的人文商圈。

而臺南誕生於大航海時代，是臺江內海中最重要交易聚落。歷史記載鄭成功攻佔普羅民西亞城後，改稱之為東都明京，並沿著普羅民遮街劃設了十字大街，成為明鄭與清代初期臺灣的商業經濟中心。長久下來也由原本臺江的港口市鎮逐漸演變為府城的市中心。赤崁地區同時也是全臺國定古蹟最為密集的區域，其中亦有數條百年歷史街區，包含許多豐富的文化資產。雖然此地區為府城商業發展最早的地區，但隨著其他區域的開發，舊城區基礎建設日漸不足，造成經濟與商業活動自1990年代逐漸轉移，赤崁地區的發展也因此沒落。然而，商業活動的移轉，卻保存了此區密集的老屋與歷史街區紋理。

## (二)發展願景：

在現況條件中，除了赤崁地區本身的文化深厚底蘊與資源以外，近年來也跟周邊商圈有強大的合作效益，尤其是海安商圈，在「赤崁商圈」的「萬神節」與海安商圈的「萬聖節」聯合造勢，形成中西神鬼合作的趣味行銷！在全國各種活動下自成一格，為老文化商圈注入活水。

因此發展願景，應結合「文化」與「休閒」，充分應用赤崁朋派商圈在地的人文資源、古蹟資源、文化更新資源，以及周邊商圈合作資源，發展成為承先啟後的「文化休閒商圈」。

### 三、相關部會既有硬體資源投入執行說明

1. 近5年已投入硬體資源建置：文化部文化資產局「臺南市定古蹟西市場暨原南州青果同業組合香蕉倉庫修復工程計畫」，文化部經費 99,000,000 元，地方政府配合款 117,619,900 元

項目	105			106			107			108			109			110
	1-4	5-8	9-12	1-4	5-8	9-12	1-4	5-8	9-12	1-4	5-8	9-12	1-4	5-8	9-12	1-4
攤商搬遷																
工程發包																
工程執行 監造																
工程驗收																
工作報告書																
工程結案																



## 臺南西市場—最美百年馬薩古蹟市場



項目執行區域示意圖

110年經濟部補助街側攤位拆除重建、街景及廣場改造，銜接105年文化部「直轄市定古蹟西市場暨原臺南州青果同業組合香蕉倉庫修復工程計畫」。







資料來源：110.12.14〔記者洪瑞琴／台南報導〕鄰近赤嵌樓、隱身於府城巷弄內的市定古蹟陳世興宅，是台灣現存歷史最悠久的民宅建築之一，創建年代推估可上溯至 1750 年（清治乾隆 15 年），歷經兩年多修復後宣告完工。

## 參、計畫目標

商圈街區環境之策略與實施計畫主要如下：

### 一、 商圈街區環境營造之必要性

赤嵌朋派商圈成立一年多，為臺南少數新成立之商圈，且位於周邊商圈集中的中西區，本商圈剛成立並且朝氣蓬勃，需要更多環境營造，也需要在周邊各商圈之中營造出自己的亮點！尤其「萬神節」剛辦第二屆，獲取成功經驗，也給了商圈組織一劑強心針，讓組織成員更加有力量一起推動商圈事務。

因此，藉由「萬神節」的成功以及與海安商圈「萬聖節」的聯合增強合作經驗，本計畫再加上一些必要的工作項目，可以讓赤嵌朋派商圈，在成立起步後，能夠進入善的循環，有成績更有心力=>有心力也將更有成績，本商圈街區的環境營造必要性不言可喻。

### 二、 商圈街區環境營造之效益性

赤嵌朋派商圈是全國古蹟最密集區域，也是百年老店最多區域，這些古蹟、老店，需要商圈的營造來帶動周邊，讓這些文化資產，能夠持續增加各種效益，公部門的各種計畫，持續從不同角度在本商圈區域營造與發酵，這對商圈發展無論從觀光角度、經濟發展角度、文化保存角度，皆能創造莫大效益！

## 肆、計畫內容

商圈街區發展藍圖及優質環境營造之具體輔導內容：

商圈街區發展藍圖，以赤嵌朋派商圈周邊文化底蘊與資源為主，同時建立文化與休閒商圈，具輔導內容與工作項目包括以下幾個構面。

## 一、 商圈環境美化營造

### 1. 赤嵌朋派商圈「形象牆」整理美化：

- 時間：預計 111 年 9 月
- 地點：赤嵌樓周邊(赤嵌朋派商圈「全美戲院」對面)
- 執行內容：將此面牆壁適度美化營造成商圈的「形象牆」，除了老戲院的意象，也可加入赤嵌樓、武廟等周邊文化資產意象，讓牆面展現商圈特色，成為亮點、打卡點。



商圈形象牆位置與現況



## 2. 海安路夜間美化

- 時間：預計 111 年 11 月
- 地點：海安路
- 執行內容：配合海安路既有街道藝術硬體，以燈光加強營造夜間氛圍，展現商圈特色，成為亮點、打卡點。

(※本項目已獲得海安商圈協會同意配合)

### (二) 打造商圈友善措施

#### 1. 「商圈導覽員」培訓：

- 時間：111 年 6~9 月
- 地點：赤嵌朋派(周邊商圈亦可報名參加)
- 執行內容：目前商圈有導覽行程，但缺乏導覽人員，在這個古蹟與歷史環繞的赤嵌及孔廟商圈，「說故事」人才很重要，後續的永續傳承也很重要，因此需要辦理「商圈導覽員」培訓，目標將朝向市場化、收費制為目標，提供遊客友善導覽服務。



#### 2. 店家「中英日三語化」推廣服務

- 時間：111 年 7-9 月

- 地點：赤嵌朋派周邊商圈
- 執行內容：臺南為國際旅遊重要城市，雙語或三語化服務推廣多年，目前商圈內還有很多可推廣店家，臺南曾經推廣多語言菜單，在店家來說，除了菜單以及其他項目(例如故事化 DM、名片、招牌等)也都可以加以推廣，讓臺南成為外國人的友善城市。



### 3. 商圈識別設計製作

- 時間：111 年 8-10 月
- 地點：赤嵌朋派、海安商圈

執行內容：由商圈會議討論，選擇符合在地意象之相關設計(如店家小裝置藝術QR-code)，包含商圈Logo(如赤崁樓、海安街道美術館、萬神節、全美戲院、



美食等)，製作識別小物，配置在商圈配合店家，除了建立識別形象以外，也可透過這個識別設計，強化商圈的組織凝聚力。



朱雀神君



#### 4. 散步地圖

- 時間：7-9 月
- 地點：赤崁朋派商圈為主
- 執行內容：由於商圈內許多景點與店家，步行即可到達，因此適合製作「散步地圖」，內容上可增加 Google map 上沒有的資訊，例如配合「做十六歲」、「孔子祭典」、「海安夜間音樂 PUB」及「赤崁米街歷史街區」以散步地圖為工具進行各種行銷活動(例如集章, 折扣, 小贈品等方式)，方能使遊客有增值效果，同時也可配合「商圈導覽員」的培訓，之後可運用本散步地圖當成導覽工具。讓工作項目互相加分！



### (三) 商圈環保友善推廣

#### 1. 商圈特色環保物製作：

- 時間：111 年 9 月
- 地點：赤崁朋派商圈及周邊商圈
- 執行內容：以遊客實用性而言，目前「環保購物袋」及「環保杯帶」、「環保餐具」比較常使用，這個項目可以跨商圈推廣，也可以在「萬神節」或周邊商圈店家促銷當作活動小贈品，以實用性小物替活動加分！





#### (四) 商圈行銷推廣與輔導

##### 1. 「商圈聯合伴手禮」開發：

- 時間：111 年 9 月
- 地點：赤嵌朋派商圈及周邊商圈
- 執行內容：以商圈店家特色產品，適當結合成為商圈代表性「伴手禮」例如「赤嵌商圈禮盒」，本項目可跨商圈推廣，或在赤嵌朋派商圈內，推出不同款式聯合伴手禮盒，提升遊客對商圈印象、營造商圈特色。



## 2. 單店輔導：

- 時間：111 年 9-11 月
- 地點：赤嵌朋派商圈及周邊商圈
- 執行內容：依照店家不同需求，給予量身訂做不同建議方案，預計單一店家輔導執行預算為 8 萬元，製作對店家行銷有利的執行方案。



### 3. 媒體行銷：

- 時間：預計 111 年 11 月配合萬神、萬聖活動期間
- 地點：赤嵌朋派商圈
- 執行內容：藉由在地臉書社群(倫敦男孩、熱血玩台南等)推文或微電影拍攝宣傳、邀請適當知名網紅到赤嵌朋派周邊商圈體驗及行銷，內容可包含商圈內的特色景點、美食、活動等，相關影片也可在商圈官方網站連結！讓商圈資訊在網路的觸及率，擴大到國內外族群，增加對外曝光。



**倫敦男孩 の 美食旅遊記事**：共 18 萬位追蹤者，以報導台南在地美食、藝文、生活情報大小事，關於人情味、美食還有老屋巷弄之美。

#### 相關作品

**【臺南傳統市場懶人包】**在地人帶路！精選臺南 6 間必逛市場，隱藏版小吃大蒐羅～



4. 赤嵌「萬神節」商圈活動辦理：(本計畫經費支出)

- 時間：111 年 10 月 30-31 兩天
- 地點：赤嵌朋派商圈
- 執行內容：

111/10/30-10/31 兩天從 12:00-20:00，由商圈邀請在地以及各地陣頭，依照活動時程長短需要，分時段來進行遊行，其中搭配由海安商圈而來的西方「萬聖節」扮鬼街頭藝人，形成難得的中西方神鬼街頭同框畫面！展現不同其他區域特色！





5. 「萬聖派對」商圈活動辦理：(另由市府市款商圈補助活動支出，不涉及本案經費，本項目已獲得海安商圈協會同意配合)

- 時間：111 年 10 月 30-31 兩天
- 地點：海安商圈

執行內容：預計 10/30-10/31，有街道藝術展示、在海安路既有的藝術空間，進行裝飾與展示，讓遊客優游在藝術街道，同時海島市集也展售許多質感小物與美食等。





## 二、 實施步驟、流程及時程規劃（包括預定進度，地方政府相對投入之分期/分區執行計畫、經費來源說明等）

### （一） 預定進度

項次	執行期程 (月/日)	工作項目	執行進度(%)	累積進度(%)
1	5/1~9/30	商圈環境美化營造-赤嵌朋派商圈形象牆美化	7%	7%
2	5/1~9/30	商圈環境美化營造-孔廟周邊街道造景	7%	14%
3	5/1~9/30	「商圈導覽員」培訓	4%	18%
4	5/1~9/30	中英日三語化推廣服務	5%	23%
5	5/1~9/30	赤嵌朋派商圈「散步地圖」	2%	25%
6	5/1~9/30	商圈特色環保物製作	5%	30%
7	5/1~9/30	「商圈聯合伴手禮」開發	5%	35%
8	5/1~9/30	商圈識別設計製作	8%	43%
9	5/1~10/31	「萬神節」商圈活動辦理	20%	63%
10	5/1~11/30	商圈環境美化營造-海安路夜間美化	7%	70%
11	5/1~11/30	單店輔導	20%	90%
12	5/1~11/30	商圈微電影拍攝	5%	95%
13	5/1~11/30	媒體行銷	5%	100%

## (二) 經費分攤表

項目	經費來源、金額		
	補助款	縣市政府	合計
商圈環境美化營造	1,400,000	0	1,400,000
「商圈導覽員」培訓	0	200,000	200,000
中英日三語化推廣服務	0	200,000	200,000
商圈識別設計製作	300,000	0	300,000
赤嵌朋派商圈「散步地圖」		100,000	100,000
商圈特色環保物製作		200,000	200,000
「商圈聯合伴手禮」開發	400,000	0	400,000
單店輔導	0	800,000	800,000
媒體行銷	500,000	0	500,000
「萬神節」商圈活動辦理	900,000	0	900,000
合計	3,500,000	1,500,000	5,000,000

## 伍、經費分配

重點項目	工作項目	單價	數量	總和	備註
一、結合已投入硬體環境改善場域，加值商圈多元魅力	商圈環境美化營造	700,000	2處	1,400,000	委託勞務費：美化設計，材料，輸出，等
二、協助商圈街區打造友善服務措施	「商圈導覽員」培訓	200,000	1式	200,000	委託服務費：師資聘請，課程設計，導覽體驗，證書頒發等
	中英日三語化推廣服務	200,000	1式	200,000	委託勞務費：洽談、設計與製作
	商圈識別設計製作	300,000	1式	300,000	委託勞務費：會議、設計與製作
	赤嵌朋派商圈「散步地圖」	100,000	1式	100,000	委託勞務費：會議、設計與製作
三、鼓勵商圈街區推動以淨零碳排為目標之行動	商圈特色環保物製作	200,000	1式	200,000	委託勞務費：洽談、設計與製作

措施					
四、其他有關商圈街區發展推動之事項	單店輔導	800,000	1 式	800,000	委託勞務費：洽談、設計與製作
	「商圈聯合伴手禮」開發	400,000	1 式	400,000	委託勞務費：會議、設計與製作
	媒體行銷	500,000	1 式	500,000	委託勞務費：洽談、腳本、行銷
	「萬神節」商圈活動辦理	900,000	1 式	900,000	委託勞務費：會議、活動規劃與執行
	合計			5,000,000	

## 陸、計畫效益

### 一、指定指標

- 帶動/輔導商圈街區發展家數 50 家。
- 促進店家營業額增加數 1,000 萬元。
- 促進店家投資金額 80 萬元。
- 創造就業人數 2 人以上。

### 二、自訂指標

- 環境美化改善 2 處。
- 商圈導覽員培訓 20 人以上。
- 伴手禮開發 1 式。
- 媒體行銷 1 式。

## 柒、可行性說明

### 一、推動方式與市府局處分工。

本計畫由臺南市政府經濟發展局推動，計畫內項目由局內主力推動，而外部相關硬體部分雖不在本計畫工作內，但可帶動周邊各商圈發展，因此也會密切關注文化局在區域內相關計畫，藉由本次商圈計畫內工作項目，帶到文化局相關建設(例如導覽員或散步地圖，可加入西市場

等文化局營造地點與介紹，讓局處之間互相合作加分)，策略上不同局處軟硬體合作，各自分工，成效則互相加乘！

## 二、計畫所提之計畫範圍截至提案前具體之執行成效

- 「萬神節」第一、二屆辦理。
- 通過「雲世代商圈數位轉型輔導計畫」。
- 109年與海安商圈提案「聯合型振興補助計畫」。
- 「赤崁生活節」辦理。
- 陳世興古宅完成修復。

對地方皆帶來廣大效益。

## 三、商圈組織未來配合推動本計畫之分工架構與成員組成、合作參與單位、自主經營能力、後續接管經營構想。

目前協會成員有許多人才，可支援相關工作項目，自主經營能力佳，後續經營方面，則著重各幹部之間的合作協調，建立一起推動實際商圈事務的模式，強化永續性。

相關組織人力配置分工表

	單位職稱(商圈成員)	姓名	負責工作
1	全美戲院/商圈理事長	吳俊誠	商圈資源整合與溝通協調
2	牧盒負責人	顏兆梁	文化活動規劃與執行
3	想起民宿主理人	陳國安	文化體驗服務策畫與統籌
4	府城吳萬春香行經理	張偉	文化體驗導覽與執行

5	山川設計負責人/商圏 副理事長	郭志佳	視覺設計與商品開發
6	博仁堂負責人	周建文	文化工藝活動策畫與統籌

## 捌、附錄

(如商圈組織同意合作相關文件；商圈組織有效合法立案證明影本)

附錄綜整表

序號	文件內容
附錄一	台南市赤嵌朋派商圈立案證明
附錄二	台南市赤嵌朋派商圈合作同意書
附錄三	臺南市海安商圈立案證明
附錄四	臺南市海安商圈合作同意書

附錄一、台南市赤嵌朋派商圈立案證明



**臺南市人民團體立案證書**  
南市社團字第 1090473803 號

臺南市赤嵌朋派商圈發展協會 業已依法組織完成

准予立案此證

計 開

團體名稱：臺南市赤嵌朋派商圈發展協會

成立日期：109 年 04 月 06 日

會址所在地：臺南市中西區民權路二段 212 號

**市長黃偉哲**



中華民國 109 年 4 月 日



臺南市社團字第 1090473803 號業已依法組織完成

附錄二、台南市赤嵌朋派商圈合作同意書

經濟部中小企業處「111 年度商圈街區營造競賽  
赤嵌朋派商圈營造計畫  
合作同意書

本單位同意與臺南市政府合作，一起提案爭取  
中小企業處 111 年度商圈街區營造競賽案，本商圈將  
努力配合計畫工作項目推動，期能在商圈現有成績之  
上，能再加強深度與營造效果！

簽 署 單 位：



簽 署 人：



中 華 民 國 1 1 0 年 1 2 月 1 8 日



補發

# 臺南市人民團體立案證書

府社團字第 1020950683 號

臺南市海安觀光商圈發展協會 業已依法組織完成  
准予立案此證

計 開

團體名稱：臺南市海安觀光商圈發展協會

成立日期：102年 08 月 05 日

會址所在地：臺南市中西區保安里海安路一段 226 號

## 市長賴清德



中華民國 105 年 01 月 日

團字第 1020950683 號

經濟部中小企業處 111 年度商圈街區營造競賽補助計畫

「萬神萬聖，中西合璧」赤嵌朋派商圈營造計畫

### 合作同意書

本協會同意與台南市政府合作，提案爭取 111 年度商圈街區營造競賽補助計畫，本商圈協會將努力配合計畫工作項目推動，期能在商圈現有成績之上，能再加強深度與營造效果。

簽署單位：臺南市海安觀光商圈發展協會



理事長：



中 華 民 國 110 年 12 月 31 日

111 年度商圈街區營造競賽  
大新營影視漫遊街區營造行銷計畫

提案計畫書

計畫期間：自核定次日起至 111 年 12 月 10 日

申請機關：台南市政府

中華民國 111 年 2 月 21 日

# 目 錄

壹、申請基本資料 .....	5
貳、計畫背景 .....	9
一、計畫位置及範圍(以圖示標示之) .....	9
二、概述商圈街區之現況條件及發展願景 .....	10
三、相關部會既有硬體資源投入執行說明 .....	13
參、計畫目標 .....	16
一、商圈街區環境營造之必要性 .....	16
二、商圈街區環境營造之效益性 .....	16
肆、計畫內容 .....	18
一、商圈街區發展藍圖及優質環境營造之具體輔導內容 .....	18
二、實施步驟、流程及時程規劃 .....	19
伍、經費分配 .....	40
陸、計畫效益 .....	42
一、指定指標(須達成效益指標) .....	42
二、自訂指標(建議達成指標，自行酌予調整) .....	42
柒、可行性說明 .....	44
捌、附錄 .....	45

# 圖目錄

圖 1：計畫預計推廣之商圈 .....	10
圖 2：後壁商圈計畫核心區域範圍 .....	11
圖 3：鹽水商圈計畫核心區域範圍 .....	12
圖 4：新營商圈主要區域範圍(數位服務導入) .....	13
圖 5：鹽水岸內糖廠影視園區建置規劃.....	14
圖 6：鹽水車站周邊環境改善工程 .....	14
圖 7：新營長勝營區市地重劃工程 .....	15
圖 8：計畫架構.....	18
圖 9：既有後壁商圈示意圖 .....	19
圖 10：既有鹽水商圈意象示意圖 .....	20
圖 11：既有新營商圈意象示意圖 .....	21
圖 12：實踐大學工業產品學系 LOGO .....	21
圖 13：跟著顏色去旅行之路線圖示意.....	22
圖 14：跟顏色去旅行之電線桿裹色示意圖 .....	23
圖 15：後壁商圈垃圾桶設計示意圖 .....	24
圖 16：LBS 周邊好吃好玩地圖使用情境圖 .....	25
圖 17：周邊店家優惠券使用情境圖 .....	25
圖 18：事先規劃旅客使用情境圖 .....	26
圖 19：店家核銷使用情境圖 .....	26
圖 20：營運分析示意圖 .....	27
圖 21：消費地圖 .....	28
圖 22：行動商務導購服務流程.....	29
圖 23：線上訂位/候位取號服務 .....	29
圖 24：後壁商圈環保購物袋設計示意圖 .....	30
圖 25：鹽水商圈麻布環保購物袋結合月津步道彩繪漣漪鹽水意象設計示意圖 .....	31

圖 26：新營商圈飲料杯彈性矽膠綁帶示意圖 .....	32
圖 27：商圈商品開發示意圖-創意伴手禮.....	32
圖 28：商圈街區營造成果發表記者會暨共同行銷活動示意圖 .....	33
圖 29：民視新聞台媒體曝光 .....	34
圖 30：「俗女養成記」經典場景-金德興中藥行.....	35
圖 31：倫敦男孩相關作品-1 .....	36
圖 32：倫敦男孩相關作品-2 .....	36
圖 33：樂活台南相關作品-1 .....	36
圖 34：樂活台南相關作品-2 .....	36
圖 35：天下雜誌旅遊相關廣宣報導分享生活中之 4 力 .....	38
圖 36：天下雜誌相關系列專題.....	38
圖 37：LINE 群組行銷模式 .....	39

## 壹、申請基本資料

計畫名稱	大新營影視漫遊街區營造行銷計畫		
申請機關	台南市政府		
計畫期程	自核定次日起至 111 年 12 月 10 日		
計畫全程 總經費 (千元)	補助款	分擔款	合計
	3,500	1,500	5,000
計畫執行 商圈街區 範圍	後壁鹽水(實體+數位) 新營(數位)	商街區店家數	約 100 家
計畫摘要	<p>計畫摘要至少包括下列項目：</p> <p>計畫項目及內容概述</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 協助商圈街區環境改善，打造友善服務，加值商圈多元魅力</li> <li>➤ 商圈新設計感整體導入：依據後壁、鹽水不同商圈特色，透過產官學合作模式導入設計相關學院學系與在地工作室合作，建立商圈各自的視覺意象符號，並合作授權做為商圈各類行銷或加值產品組合延伸服務之共同行銷元素，可後續運用於：玩樂地圖引導符號、在地環保垃圾桶、加值共創商品組合系列…等延伸商圈相關的消費者共同行銷運用。</li> <li>➤ 跟著顏色去旅行：利用不同主題及族群，分色主題旅遊路線，電線桿/電線路燈裹色，讓旅客輕鬆跟著在地四條紅、綠、黃、藍不同顏色路徑散步旅遊玩樂消費。在本計畫的後壁菁寮老街執行實體著色裹色起示範效應，搭配手機數位科技全區覆蓋後壁跟著顏色去旅行的玩樂地圖，延伸的玩樂地圖以數位手機定位方式帶領遊客跟著不同顏色主題沿線景點玩樂並店家歡喜購物消費。</li> <li>➤ 商圈環境優化：主要商圈街廓美觀垃圾桶設置，配置商圈共同設計意象，營造整體街區商圈形象維，護清潔美好消費環境。</li> <li>➤ 提供數位科技工具導入活化街區營運 (一)美食玩樂地圖跨商圈行動美食玩樂地圖行動商務前</li> </ul>		

**端數位服務(無店家數限制)：**

1. 商圈服務點數位互動旅遊消費 RWD + Mobile 行動商務服務系統 (主題玩樂地圖/商圈活動/店商家服務產品/優惠券折價券/行動商務)
2. 遊客可旅遊前在電腦(PC/NB)手機(Mobile)商查詢搜索消費，也可旅遊中以手機(Mobile)以 LBS 方式查詢在地最新商圈活動/商圈主題玩樂地圖/商家服務產品/優惠券折價券/跨店包套優惠券/行動商務消費/到店接受餐飲付費活動服務/實體商品行動商務宅配到府.. 讓遊客可拿著手機玩樂消費，享受商圈數位服務。
3. 遊客跟著手機玩樂商圈享優惠消費，達到導客導覽導購經濟迴圈效益。
4. 遊客若透過媒體網路行銷也可透過行動商務平台，先使用行動電商平台預訂訂位優惠組合套組，再到在地商圈核銷享在地服務。

**(二) 商圈店家雲端線下零售庫存銷售分析暨廣告服務管理系統(無店家數限制與前端同步整合)：**

1. 有加入數位服務的商圈店家可透過後台一不同權限查閱待核銷出貨訂單/產品點閱/熱門產品成交數/整個店家熱銷類別等營銷趨勢，做數位營銷的調整。
  2. 提供商家可申請上傳商家自己的廣告(文字/圖文)上架到整體商圈整合平台的公用廣告版位，並可看到點閱數據成效，以提供後續行銷調整依據
- **鼓勵商圈街區推動以淨零碳排為目標之行動措施：**
1. 商圈特色環保物設計製作：依商圈特色製作環保物品，以可重覆使用特色取代一次性物品，如環保購物袋、環保垃圾桶、商圈特色促銷包裝減量組合優惠包.. 等。
  2. 透過產學合作導入融合在地特色商圈及都會族、年輕、白領族群更易買單具設計感包裝設計圖稿，授權給在地家庭代工生產業者，並與在地店家合作銷售。與在地形成行銷升值合作授權夥伴模式，而非替代競爭模式，與商圈在地業者形成合作共榮共好模式。

3. 後壁：無米樂豐收結合茄芷包袋特色台灣 LV 設計圖稿，以授權補助方式在地生產在地銷售環保購物袋。

鹽水：蜂炮及月津港結合環保購物袋或環保飲料杯或飲料提袋特色設計圖稿，透過授權補助方式在地生產在地銷售環保購物袋。

新營：在地意象環保飲料杯或飲料提袋。

➤ **特色/組合商品開發補助**：商圈共同特色商品組合開發。

➤ **商圈街區發展推動媒體廣宣及促銷活動事項**：包含媒體宣傳、商圈成果發表記者會及實體活動等。

**商圈街區營造共同行銷記者會**：辦理記者發表會及促銷活動，邀請旅客到台南後壁及鹽水體驗改造後的商圈，規劃商圈歷史街區觀光路線，搭配美食玩樂服務，推出包套優惠商品組合行動電商，開拓新的客源並讓商圈數位轉型速度邁更大更快步伐。

**商圈媒體宣傳**：電視節目新聞媒體報導、平面雜誌主題廣宣報導、網路社群行銷( KOL Youtuber/ Blogger/IG/ /FB)

➤ 相關部會既有硬體資源投入執行說明

**鹽水岸內糖廠影視園區**：榮町場景(4 棟日治時期建築)、廁所及銜接動線景觀工程(經費 9,000 萬元，預計 111 年 2 月完工)

**鹽水車站周邊環境改善工程**：主要工項鹽水車站前廣場、車站月台、倉庫地坪、週邊廣場及綠地排水改善等(經費 1,810 萬 6,454 元，109 年 1 月完工啟用)。

**新營長勝營區市地重劃工程**：面積約 11.34 公頃，1 億 9,800 萬元，於 109 年 2 月 17 日驗收合格，活化閒置營區景觀綠化及基地保水等管制，將能提高地區環境品質及防災功能。

**新營鐵道地景公園第 II 期**：新營鐵道地景公園 I 西側至新營糖廠中興車站 5,150 萬元，於 109 年 12 月 27 日辦理啟用典禮，串聯新營鐵道地景公園 1 期，完善新營鐵道廊道園區整體休閒空間營造。

➤ 執行方式

結合鹽水區橋南歷史街區、八角樓、永成戲院及新營區鐵道文化園區綠廊道與後壁菁寮老街俗女村追劇景點及數位串聯，進行深入淺出輕旅行帶入在地店家，活絡商圈自主營運。

串連各商圈特色，建立商圈設計開發特色商品/行程，店家異業結盟，開創新市場商機，商圈建立特色商品/行程開發默契，成為永續發展的整合能力，促進活絡商圈運營。

運用數位科技串接各商圈主題玩樂消費地圖，店家可運用優惠券導客及預先訂位或電商服務，將戲劇媒體影響人流透過數位服務商務轉成店家金流、事先掌握宅配訂單及預訂客人數，提昇營運掌握度及透過營運分析，調整行銷策略方案等。

➤ 計畫效益

商圈街區建構便捷友善之商業消費環境，提升商業服務機能，活絡地方經濟發展，促進在地就業機會，強化在地商圈街區之自主永續經營能量。

商圈街區數位化效益：搭配「美食玩樂地圖跨商圈行動商務」之建置，串連後壁、鹽水、新營商圈之掌上行動服務旅遊資訊、店家資訊及商品、優惠活動及預約訂位等貼心機制，為商圈在既有的基礎上添加數位軟實力，讓文化經典小鎮整合數位科技獲創造地方觀光旅遊新市場。

商圈街區共創商品效益：運用商圈串接周邊資源及景點，提振經濟景氣設計在地小旅行，藉由各商圈串連互助合作、共同推廣，有效提升經濟產能，刺激消費。。

➤ 商圈街區環境改造、友善服務化效益：藉由 RWD + MOBILE 美食玩樂地圖跨商圈行動商務、商圈特色商品開發、分類環保垃圾桶、跟著顏色去旅遊主體導引等，形成環境佳、服務好、故事性的觀光商圈，提升商圈經營能力，店家異業結盟，戲劇追劇景點導客，開發數位都會族群新市場共創多贏。

➤ 本計畫由經濟發展局推動，而外部相關硬體部分雖不在

	<p>本計畫工作內，但可帶動周邊各商圈發展，藉由本次商圈計畫內工作項目，策略上不同局處軟硬體合作，各自分工，成效互相加乘</p> <p>後壁商圈及鹽水商圈成員有許多人才，可支援相關工作項目，自主經營能力佳，各幹部合作協調，建立一起推動實際商圈事務的模式，強化永續性。</p>				
申請機關 聯絡人員	單位	姓名	職稱	電子信箱	聯絡電話
	經發局	黃家安	科員	569093@mail.tainan.gov.tw	0937673541
	經發局	龔伯璋	科長	pochang@mail.tainan.gov.tw	0912772029

## 貳、計畫背景

### 一、計畫位置及範圍(以圖示標示之)

曾文溪橫切臺南，將臺南分為「溪南」與「溪北」兩地區，即原日治時期臺南州所屬之新豐郡與新化郡（溪南），與北門郡、新營郡、曾文郡（溪北），而兩地在歷史、自然、人文方面則都有相當的差異，其中溪南地區因鄰近舊臺南市，固隸屬於臺南都會區之內，內政部訂其屬於都會生活園，所以發展遠勝於溪北地區。

此外，臺南市早期都市計畫分區之商業區劃設，商業活動大多沿著街道發展，商圈結構隨沿街店家自然形成。隨著社會經濟環境變遷與消費需求習性的改變，商圈屬性也隨著業態演進而產生結構性之調整，形成新舊商圈交錯共存的現象；然而新舊如何共存、共生、共榮，一直是商圈輔導的重要課題。新興商圈提供整體高品質的軟硬體服務優勢，而傳統商圈具備特色人文與傳統美食，兩者均具有相對優勢。為讓新興商圈及傳統商圈取得發展平衡，輔導發展各自獨有特色，故本計畫以「後壁、鹽水、新營商圈」為基礎，輔導轉型發展，後續將依此輔導脈絡複製或推廣至其他傳統商圈。



圖 1：計畫預計推廣之商圈

## 二、概述商圈街區之現況條件及發展願景

以下將針對後壁、鹽水、新營商圈說明。

### (一)後壁商圈：實體聚焦核心街區 + 數位服務導入

後壁區位於台南市最北端，由於具有豐富的水資源，遍植水稻，是嘉南平原的穀倉，其種植面積達 3500 多公頃，居全國之冠。並擁有許多特色產業、人文歷史、古蹟和建築，是臺南市休閒農村重要的觀光景點。知名的景點有菁寮老街、墨林文物館，以及榮獲普立茲建築獎的菁寮天主教堂等歷史文化；其附近周遭有台糖烏樹林休閒園區、小南海自然休閒園區、土溝農村美術館。

後壁商圈有知名的菁寮老街、墨林文物館、榮獲普立茲建築獎的菁寮天主教堂等歷史文化景點，以及電視劇俗女養成記拍攝景點金德興藥舖等，其主要產業類別以食品、農產品及老行業居多；附近周遭有台糖烏樹林休閒園區、小南海自然休閒園區、土溝農村美術館。特色產業資源方面有稻米、芭樂、洋香瓜等優良的農產品；其中因電影「無米樂」的拍攝而聲名大噪，紀錄片中主角更在 2006 年勇奪全國冠軍米之殊榮，奠定了後壁在

臺灣的稻米地位。除此之外，並有台糖精緻農業發展中心、臺灣蘭花生物科技園區在此設立，發展精緻化的農業生物科技與技術，以多元化的方式提升在地農業新價值。2018 年以「米」「蘭」的故鄉、農作體驗、在地豐富的藝術創作榮獲交通部觀光局票選「臺灣三十經典小鎮」。

本計畫主要導入後壁商圈的核心實施街區為菁寮老街，其餘商圈區域皆為數位服務導入



圖 2：後壁商圈計畫核心區域範圍

## (二) 鹽水商圈：實體聚焦核心街區 + 數位服務導入

台南市鹽水區是中國漢人在台灣建立的最古老街市之一，富有豐富的人文及民間習俗文化，素有「一府二鹿三艋舺四月津」，足以說明鹽水月津港於台灣歷史發展重要性。週邊景點有月津港燈火、八角樓、大眾廟、王爺老街、修德拜亭廣場、武廟慶元宵、將軍忠義烈祠的牛墟市集、台灣詩路與田寮三等基石等；地方小吃則以鹽水意麵、鹽水豆簽羹、豬頭飯獨領風騷。

此外，鹽水的月津港是舉辦全台唯一之水上燈節的城鎮，鹽水蜂炮更是全球三大民俗慶典之一，有動有靜，為遊客營造賞花燈、炸蜂炮、遊小鎮及品美食的視覺、味覺、觸覺體驗，一年一度世界聞名的鹽水蜂炮及月津港燈節，每年都能吸引上百萬的遊客到此。並於 2018 年以濃厚歷史人文背景、蜂炮慶典榮獲交通部觀光局票選為「臺灣三十經典小鎮」之一。

鹽水商圈範圍包括臺南市鹽水區中山路、三福路、朝琴路、中正路與康樂路(點心城)，鄰近糖鐵之鹽水小火車站。商圈從清代老街、日式雙層樓街屋到仿巴洛克式的建築街景，並有聞名國際的鹽水蜂炮和月津港燈節等民俗祭典，和遠近馳名的鹽水意麵等特產，文化樣貌豐富。



動商務」平台曝光，提昇其曝光機會進而促進商機。

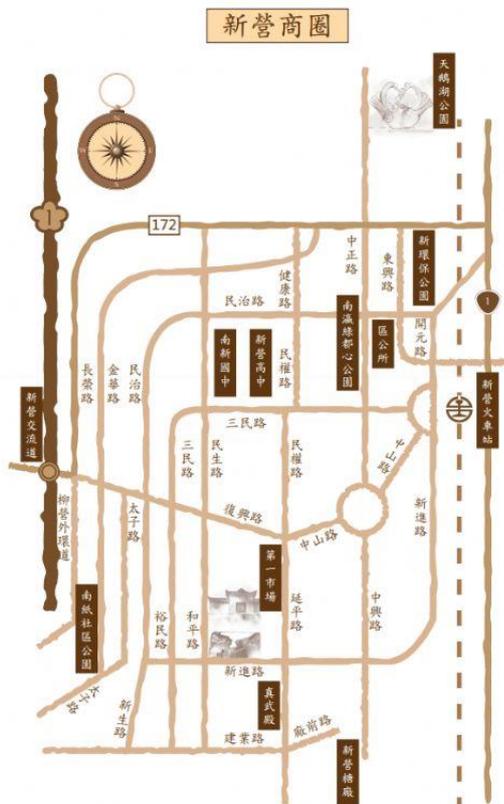


圖 4：新營商圈主要區域範圍(數位服務導入)

### 三、相關部會既有硬體資源投入執行說明

台南市相關部會硬體資源投入說明如下：

- (一) 鹽水岸內糖廠影視園區：榮町場景(4棟日治時期建築)、廁所及銜接動線景觀工程(經費 9,000 萬元，預計 111 年 2 月完工)
- (二) 鹽水車站周邊環境改善工程：主要工項鹽水車站前廣場、車站月台、倉庫地坪、週邊廣場及綠地排水改善等(經費 1,810 萬 6,454 元，109 年 1 月完工啟用)。
- (三) 新營長勝營區市地重劃工程：面積約 11.34 公頃，1 億 9,800 萬元，並於 109 年 2 月 17 日驗收合格，活化閒置營區景觀綠化及基地保水等管制，將能提高地區環境品質及防災功能。
- (四) 新營鐵道地景公園第 II 期：新營鐵道地景公園 I 西側至新營糖廠中興車站 5,150 萬元，於 109 年 12 月 27 日辦理啟用典禮，串聯新營鐵道地景公園 1

期，完善新營鐵道廊道園區整體休閒空間營造。



圖 5：鹽水岸內糖廠影視園區建置規劃



圖 6：鹽水車站周邊環境改善工程

## 新營區 長勝營區市地重劃工程

107.01

108.11

- 1.長勝營區閒置荒廢已久，為維護計畫區內土地所有權人之權益，活化閒置營區及帶動周邊發展與串聯重要開放空間軸線。
- 2.本重劃區面積約為11.34公頃
- 3.完整保留區內既有榕樹隧道，減少移植數量降低開發衝擊，與周邊既有環境資源串聯為生態廊道。

### 【得獎紀錄】

- 1.109年度國家卓越建設獎—最佳環境文化類金質獎
- 2.109年度公共建築景觀類-建築園冶獎
- 3.109年度行政院公共工程委員會金質獎佳作



圖 7：新營長勝營區市地重劃工程

## 參、計畫目標

### 一、商圈街區環境營造之必要性

高風險特殊性肺炎疫情於 2020 年 12 月初爆發後，國內外旅客皆無法出遊或意願大幅降低，導致商圈經濟受到嚴重負面影響。隨著疫情發展、疫苗的普及，人們也慢慢開始學著與病毒共處，時序進入後疫情時代。雖然全球經濟活動雖逐漸重返軌道，但依國發會公布 2020 年第 2 季國內經濟情勢，GDP 成長負 0.73%，於後疫情時代，如何維繫經濟平穩為重要議題及任務。

臺南市因早期都市計畫之商業區劃分，商圈結構依時代演化、產業結構調整，逐漸演化成新舊商圈交錯共存現象。新興商圈提供整體高品質的軟硬體服務優勢，而傳統商圈具備特色人文與傳統美食，兩者均具有相對優勢。

因應後疫情時代維繫經濟平穩任務及台南新舊商圈發展平衡，並依其特色發展，故本計畫以「後壁、鹽水、新營商圈」為基礎，建構便捷、友善之商業消費環境，提升商業及民生服務機能，活絡地方經濟發展，促進在地就業機會，並強化在地商圈街區之自主永續經營能量，後續將依此輔導脈絡複製或推廣至其他傳統商圈。

### 二、商圈街區環境營造之效益性

本計畫聯合後壁、鹽水、新營商圈，建立「美食玩樂地圖跨商圈行動商務」，串聯各商圈店家及資源，輔以商圈設計導入、商圈環境改善、街區友善服務及淨零碳排環保機制，形成觀光廊帶，透過環境佳、服務好、故事性的觀光商圈改造，吸引觀光客到來，進而活絡地方經濟、促進就業機會，並強化商圈店家永續經營能量。

#### (一) 商圈街區數位化效益

後壁、鹽水、新營商圈主要以人文藝術、自然體驗觀光為主，搭配各季節性特色舉行各類活動來吸引觀光客到此一遊。近年來，搭載著台劇影視鉅作-《斯卡羅》、《俗女養成記 1》《俗女養成記 2》在後壁及鹽水取景拍攝，讓旅客不分四季皆會到此遊玩，觀光熱度逐漸提昇。故此，本計畫搭配「美食玩樂地圖跨螢跨商圈行動商務」之建置，串連後壁、鹽水、新營商圈之旅遊資訊、店家資訊及商品、優惠活動及預約訂位等貼心機制，為商圈在既有的基礎上添加無限的軟實力，協助商圈、店家之曝光與行銷，也讓旅客可在到影視景點旅遊前或到達現場後，皆可獲得滿滿之服務，讓文化經典小鎮整合數位科技獲創造地方觀光旅遊新市場。

## (二) 商圈街區共創商品效益

透過建立商圈各自視覺意象符號，形塑商圈整體氛圍及凝聚在地店家團結力。運用商圈串接周邊資源及景點，提振經濟景氣設計在地小旅行，藉由一致性的商圈，讓旅客不迷路也感受到貼心設計，帶領消費者深入地方親身體驗，區別跟以往不同的走馬看花式的行程旅遊。同時，為了商圈經濟發展，各商圈亦可串連互助合作、共同推廣，集眾人之力將觀光的餅做大，以有效提升經濟產能，刺激消費。

## (三) 商圈街區環境改造、友善服務化效益

現今環境日新又新，若商圈一成不變勢必遭市場淘汰，故如何提昇商圈實體環境、打造友善環境是商圈重要課題。本計畫藉由環境優化、「美食玩樂地圖跨螢跨商圈行動商務」、免手提服務、特色商品開發等，形成環境佳、服務好、故事性的觀光商圈，提升商圈經營能力，帶動商圈發展，並串聯周邊商圈，店家異業結盟，相互交流，行銷亮點觀光景點，促進商機，並積極與潮流接軌，開發新市場共創多贏局面，讓商圈經營能永續發展。

## 肆、計畫內容

### 一、商圈街區發展藍圖及優質環境營造之具體輔導內容

本計畫核心在於完善商圈街區環境，透過數位科技導入美食玩樂地圖跨螢跨商圖行動商務，結合硬體環境優化、友善服務、淨零碳排措施，及媒體活動行銷推廣等，建立環境佳、服務好、有故事之商圈街區，提供旅客良好的逛購空間、休憩空間，提升商圈整體形象增加競爭力，並在計畫期間內舉辦行銷在地特色的活動，增加商圈能見度及吸引力。

本計畫架構如下圖所示。



圖 8：計畫架構

## 二、實施步驟、流程及時程規劃

### (一) 實施步驟

#### 1. 協助商圈街區環境改善，打造友善服務，加值商圈多元魅力

(1) 商圈設計凝聚共識導入：依據後壁、鹽水、新營商圈特色，與實踐大學工業產品設計學系及在地工作室合作，建立商圈各自的視覺意象符號，做為商圈各類行銷或加值產品組合延伸服務之共同行銷意象。運用於：玩樂地圖引導符號、在地環保垃圾桶、加值共創商品組合系列等。

● 執行時間：預計 2022/07/31 完成。

● 執行內容：依據商圈特色導入產官學合作模式，打造專屬商圈意象共同商品，預計與實踐大學工業產品學系合作及深耕在地商圈組織及工作室共同合作。

➤ 各商圈設計構想說明如下。

商圈	設計構想
後壁商圈	<p>山再高 海再美 有時還不如 一片平凡的稻田</p> <p>後壁是米食之鄉，擁有豐富稻田風光景色，寧靜的稻田，伴隨微風，讓人心曠神怡百看不厭。</p> <p>後壁商圈設計構想以呈現台南農村處世精神及生活哲學，帶入稻田風光帶給人的心靈感受，結合實踐大學工業產品學系之創意設計能量，創造出代表後壁精神，後續商圈各類行銷或加值產品組合皆可延用，讓後壁精神透過不同傳播媒介傳遞擴散至全台，進而吸引旅客實際到後壁體驗後壁之美。</p> <p>目前既有商圈後壁意象，再設計轉化為更被年輕都會族群喜好具設計感能推動共同行銷符號</p>  <p>圖 9：既有後壁商圈示意圖</p>

<p>鹽水商圈</p>	<p>鹽水是臺灣早期的第四大城，以全球 3 大民俗慶典的鹽水蜂炮最為著名，經內政部評定為「臺灣宗教百景」，也被交通部觀光局選為「臺灣觀光年曆」國際級節慶活動，更是亞洲唯一入選澳洲 Get Lost 雜誌「全球最佳 10 大慶典」，蜂炮文化的在地性與國際性享譽國際盛名。</p> <p>『鹽水蜂炮』與當地的宗教信仰源流密不可分，在點燃炮心之際，煙火如同蜂群傾巢而出，向四處流竄。當地人相信藉由鞭炮之硫磺硝煙能驅除瘟苗疫毒，是鹽水當地最為珍貴的宗教文化資產；且鹽水居民大多從事農業相關行業為主，如同樂知天命的蜜蜂一般勤奮。</p> <p>因此，鹽水商圈預計以『蜂炮、月津港』為意象，型塑鹽水商圈特色。</p> <p>目前既有商圈鹽水意象，再設計轉化為更被年輕都會族群喜好具設計感能推動共同行銷符號</p> <div data-bbox="715 1055 1145 1317" data-label="Image"> </div> <p>圖 10：既有鹽水商圈意象示意圖</p>
<p>新營商圈</p>	<p>臺南新營商圈鄰近香火鼎盛的太子宮，每年吸引眾多香客到此參拜，擁有豐富人文歷史底蘊，再加上各路小吃、美食的加持，總能讓到訪的遊客滿載而歸。新營除了是南瀛地區政治經濟中心，同時也具備豐厚的人文歷史的底蘊，是一個經濟與文化兼具的魅力商圈。</p> <p>故新營設計構想為基於當地歷史、文化與人文景觀等元素的藝術創作，與實踐大學工業產品學系合作，共同利用多元藝術創作與熱情，再造商圈新活力。</p>



圖 11：既有新營商圈意象示意圖

- 實踐大學工業產品學系：系所致力於培養多元視野及面向之設計人才，課程融入人文、社會與科技工程等專業知識、實作，使在創作驗證中，領會工業設計的多層次內涵與多面向的價值訴求。



圖 12：實踐大學工業產品學系 LOGO

- (2) 跟著顏色去旅行：利用不同主題及族群，分色主題旅遊路線，電線桿/電線路燈裹色，讓旅客輕鬆跟著在地不同顏色路徑散步旅遊玩樂消費。

採實體街區聚焦範圍執行與「美食玩樂地圖跨螢跨商圈行動商務」全涵蓋雙策略方案實施。

- 執行時間：預計 2022/09/31 完成。
- 執行地點：台南後壁商圈。
- 執行內容：

- 活動構想：以色彩心理學來說，人的大腦會對不同的顏色產生獨特的反應，每個人也會特別被一些顏色吸引。有鑑於此，本工作項目將利用顏色意象來規劃特色旅遊行程，並在各特色路線所屬範圍之電線桿裹色，形成清晰的實物導引，並營造後壁獨有的特

色氛圍。

- ▶ 紅色：悠哉老街慢慢行，運用紅色象徵「活力、樂觀、自信」的熱情老街風情，引領旅客品味後壁傳統風情及樂觀積極生活態度。
- ▶ 綠色：地方特色體驗行，運用綠色象徵「心與腦的平衡」的地方特色文化，利用在地特有小吃或商品，讓旅客一掃在都市的塵囂、淨化心靈，取得生活中的平衡。
- ▶ 黃色：人文藝術愜意行，運用黃色象徵「活潑、陽光、創意十足」的後壁的人文藝術發展，引導旅客由歷史、文化與人文景觀等面向，了解後壁文化發展脈絡，建立情感連結。
- ▶ 藍色：自然風情好好行，運用藍色「純淨、天空、寧靜」的後壁自然風景，帶領旅客體驗後壁最自然且寧靜的特色風俗景點，透過各景點的輕旅行漫步，滿足身心靈需求。



圖 13：跟著顏色去旅行之路線圖示意

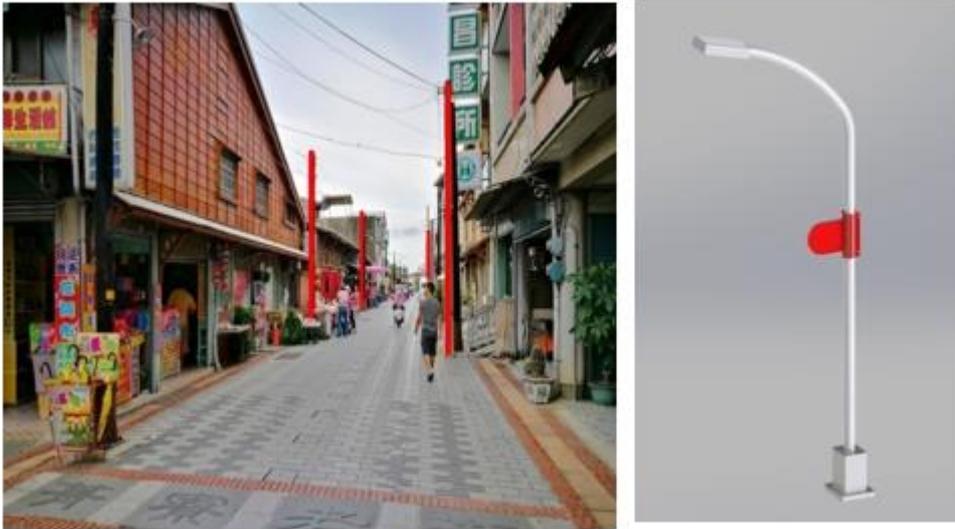


圖 14：跟顏色去旅行之電線桿裹色示意圖

(3) 商圈環境優化：主要商圈街廓美觀垃圾桶設置，維護商圈清潔美好消費環境。

● 執行時間：預計 2022/08/31 完成。

● 執行地點：台南後壁、鹽水。

● 執行內容：

➤ 隨著社會的發展，人們的對美觀愈來愈要求，對垃圾桶的要求不再僅僅是可以盛放垃圾。故此次垃圾桶造型選擇則以創意垃圾桶為主，材質須符合可長期放置室外條件，並加入各商圈 CI 視覺，以維持商圈整體一致性。



圖 15：後壁商園垃圾桶設計示意圖

## 2. 提供數位科技工具導入活化街區營運

(1) 美食玩樂地圖跨商圈行動商務前端數位服務(無店家數限制)：本服務除了提供給旅客便利地旅遊服務外，更提供給店家具價值地營運管理資訊。

- 執行時間：預計 2022/08/31 完成。
- 執行目標：建置美食玩樂地圖跨螢跨商圈行動商務平台、商圈服務數位觸控互動旅遊消費 RWD+MOBILE (主題玩樂地圖/商圈活動/店商家服務產品/優惠券折價券/行動商務)
- 執行地點：數位服務串聯整合後壁、鹽水、新營商圈。
- 執行內容：以下將針對「已到訪旅客、事先規劃旅客、店家核銷及營運分析」三面向使用情境及服務功能模組等進行說明。

➤ 使用情境-已到訪旅客

## 情境模擬及說明

### 情境一：LBS 周邊好吃好玩地圖

透過於鹽水後壁新營場域供商圈周邊景點/店家資訊，可了解相對位置與該店家所提供之服務介紹，可跨區無痛轉移數位服務到遊客手機進行導航導覽導購。



圖 16：LBS 周邊好吃好玩地圖使用情境圖

STEP1：於後壁或鹽水, 新營商圈使用。

STEP2：查詢商圈周邊景點、店家資料，獲得介紹或優惠資訊。(店家可提供訂位、點餐等服務傳送到手機數位服務。

STEP3：收藏/Map 導航。

### 情境二：周邊店家優惠券

商圈周邊店家優惠券，可透過 QR CODE 領取，將優惠折價券轉移至旅客手機，而後至店家出示使用。除了與旅客有良好互動外，更可協助店家導客，增加客源。



圖 17：周邊店家優惠券使用情境圖

STEP1：於後壁或鹽水商圈使用 Touch 服務機查看周邊優惠店家資訊。

STEP2：導客到店家櫃位，立即享消費折抵。

➤ 使用情境-事先規劃旅客

## 情境模擬及說明

### 情境：事先規劃，預先訂位或優惠購買

旅客可於遊玩前預先於行動商務平台做功課查資料，先於行動商務平台預訂訂位或優惠組合套組購買，而後到在地商圈後即可立即核銷，享受服務。亦可透過媒體網路行銷導購至商務平台進行查詢及購買。



圖 18：事先規劃旅客使用情境圖

STEP1：立即線上訂位，到場入座免排隊。

STEP2：線上點餐直接付款，免再桌邊煩惱登記。

STEP3：手機訂購行動支付，現領/宅配到家

### ➤ 店家核銷及營運分析

## 情境模擬及說明

### 情境一：店家透過數位服務管理後台查看訂單定位及核銷

提供店家數位服務管理後台帳號密碼，可進行商品核銷與查詢，完整後台可自行修改營業內容、新產品上下架，訂單查詢。



圖 19：店家核銷使用情境圖

STEP1：提供店家多樣管理功能，包含會員邀請、訂位管理、候位管理、點餐管理、訂單核銷、獎品核銷等。

STEP2：店家利用掃描消費者訂單 QR CODE 進行核銷。

STEP3：顯示旅客訂購資訊，並可查看明細。

## 情境二：店家後台查看銷售營運趨勢

加入數位服務店家可透過後台看到自己熱銷產品/整個商圈熱銷產品趨勢，做數位營銷的計畫及調整。

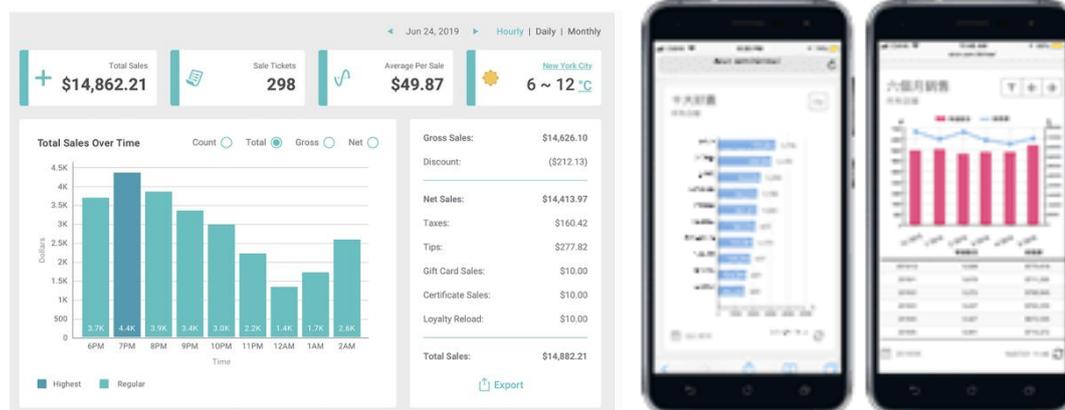


圖 20：營運分析示意圖

### ➤ 服務功能模組

「美食玩樂地圖跨螢跨商圈行動商務」除了提供給旅客便利地旅遊服務外，更提供給店家具價值地營運管理資訊。透過旅客及店家全面性服務，創造商圈高層次服務及旅遊體驗。其服務功能模組包含：店家美食玩樂主題購買消費地圖、行動商務導購服務、線上訂位/候位取號服務，讓旅客可於多店家消費，商圈提供跨店家集運服務，讓旅客可以最輕鬆的方式旅行。

- 美食玩樂主題購買消費地圖

- ◇ 以響應式 RWD 技術可跨螢之「美食玩樂地圖跨螢跨商圈行動商務」平台，讓旅客不論使用何種螢幕顯示器皆可瀏覽。提供 LBS 店家資訊整合收錄商圈推薦店家，包含各種主題篩選，如：小吃、甜點、金讚好店、意麵、茄芷袋、伴手禮等分類。
- ◇ 點擊可連結單一店家專屬服務頁，可導航到店家享有數位服務。
- ◇ 如標示店家 產品/服務/價位/優惠券/圖文影音/地址/Google Map 導航 /電話撥打/FB , IG, 網站 連結



圖 21：消費地圖

• 行動商務導購服務-優惠券

- ◇ 優惠折價券主要是以「促銷引客」促進消費者購買慾望，幫助品牌做行銷推廣，然而傳統優惠券店家可能會遇到需要自己設計、印製、發放的問題，透過此服務，提供店家完整數位化發券工具。讓在線上領券旅客消費者，可於線下實體店家消費時，出示優惠卷進行折扣，協助店家開拓客源。
- ◇ 媒體網路導流的消費者當有意願購買商品時以 OPEN ID 進行會員購買，系統發放 O2O 優惠卷將消費者導客至實體商店消費，提昇店家來客數，亦可透過會員分析萃取出具價值的推薦資料，再次發出優惠卷或推薦商品予會員，形成具有高黏著度的循環。



圖 22：行動商務導購服務流程

### • 線上訂位/候位取號服務

- ◇ 傳統店家接受訂位、候位，需人工以紙本登記，既增加時間成本、也容易出錯，提供店家可開啟訂位、候位，讓消費者直接於網路手機預約，避免空等，店家掌握來客數與提升翻桌率效益。
- ◇ 線上訂位：顧客提前線上預定，免去店員接聽電話抄寫。
- ◇ 候位取號：領取當日排隊號碼，顧客即時掌握等候狀況，到號時推送提醒。



圖 23：線上訂位/候位取號服務

### • 店家營運資訊分析服務

◇ 店家可以更精準掌握目標消費客群的輪廓，包含消費者的性別、年齡、居住地、購買的產品屬性、客單價等，可做為日後市場推廣行銷、推出新產品之樣本參考，另依據不同商品銷售狀況分析，透過後續檔期不同行銷策略，可進行延續性推廣。

3. 鼓勵商圈街區推動以淨零碳排為目標之行動措施：如商圈特色環保物設計製作等。

(1) 商圈特色環保物設計製作：依商圈特色製作環保物品，以可重覆使用特色取代一次性物品，如環保購物袋、環保垃圾桶等。

- 執行時間：預計 2022/09/20 完成
- 執行地點：後壁、鹽水、新營商圈
- 執行內容：

#### 後壁商圈

➤ 設計構想：以茄芷稻穗無米樂為意象進行設計環保購物袋，設計完成後，免費授權予在地生產者進行生產，除了可將商圈統一形象視覺帶入環保物設計製作外，更可協助在地生產者擴大其業務範疇，形成良性產業循環。



圖 24：後壁商圈環保購物袋設計示意圖

## 鹽水商圈

- 設計構想：以符合鹽水意象進行設計環保購物袋，其材質暫訂為天然環保之粗麻布，材質天然並可重覆使用，與鹽水傳統經典小鎮意念結合，建立愛護小鎮歷史、人文、景觀及環境等概念。設計完成後，免費授權予在地生產者進行生產，除了可將商圈統一形象視覺帶入環保物設計製作外，更可協助在地生產者擴大其業務範疇，形成良性產業循環。



圖 25：鹽水商圈麻布環保購物袋結合月津步道彩繪漣漪鹽水意象設計示意圖

## 新營商圈

- 設計構想：結合新營都會面貌，設計環保飲料杯提袋。以環保矽膠材質(暫訂，依實際需求調整)為主，設計彈性矽膠綁帶，其具有簡約輕巧、使用方便、矽膠材質可輕鬆水洗、髒污易清潔之優點，並以簡約的設計突顯都會形象。設計完成後，免費授權予在地生產者進行生產，除了可將商圈統一形象視覺帶入環保物設計製作外，更可協助在地生產者擴大其業務範疇，形成良性產業循環。



圖 26：新營商圈飲料杯彈性矽膠綁帶示意圖

(2)特色/組合商品開發補助：商圈共同設計包裝商品組合開發。

● 執行時間：預計 2022/09/20 完成

● 執行內容：

- 商圈特色或組合商品之開發，主要是從地方的人、文、地、產、景孕育而生，依據店家種類及數量進行討論開發或優化，強調地方品牌魅力型塑，推動地方觀光，以人進物出為主要推動策略。
- 特色/組合商品內容可能包含的種類為：共同性商品開發、休憩行程、特色伴手禮、共同視覺設計等。促進地產地銷，並視商圈個別店家產品的特色、品質與產量，進行整合、行銷與通路拓展。
- 特色/組合商品開發完成後，將於美食玩樂地圖跨螢跨商圈行動商務平台曝光，讓旅客可以即時地掌握特色商品或特色行程資訊，並於各行銷活動置入該商品或行程資訊，提高曝光量。



鹽水 意鳴驚人系列



金德興中藥 養生茶包

圖 27：商圈商品開發示意圖-創意伴手禮

4. 商圈街區發展推動媒體廣宣及促銷活動事項：包含商圈共同行銷記者會等、商圈媒體宣傳。

(1) **商圈街區營造共同行銷記者會**：辦理共同行銷記者會及體驗活動，邀請旅客到台南後壁及鹽水體驗改造後的商圈，規劃設計商圈歷史街區觀光路線，並搭配美食玩樂服務，搭配優惠券促銷配套，讓旅客不僅可以走最在地的觀光路線、品嚐道地美食、體驗文化歷史氛圍，更可以節省荷包，收穫滿滿。

● 執行時間：2022/09 月 30 日(暫訂)

● 執行地點：後壁商圈

● 執行內容：

- 於計畫執行完成後，將於後壁舉行一場成表發表記者會暨共同行銷活動，邀請經濟部中小企業處、台南市政府等相關單位長官及後壁及鹽水在地店家一同參與。除了發表本計畫執行成果外，並規劃包含改造後商圈特色的旅遊路線，讓旅客實際體驗線上線下結合的便利性，透過在地數位串連、商圈 CI 藝術創作、行程活化、商品共創等，展現資源整合、地方共好、行動商務平台成果。
- 媒體曝光：廣邀電視網路平面等各家媒體報導，電視新聞頻道預計邀請三立電視或民間電視採訪報導，創造更高曝光效益。



圖 28：商圈街區營造成果發表記者會暨共同行銷活動示意圖



圖 29：民視新聞台媒體曝光

(2) 商圈媒體宣傳：電視節目新聞媒體、平面雜誌主題報導、網路社群行銷(KOL Youtuber/ Blogger / IG / Line@ / FB)。

- 執行時間：2022/9 月或 10 月(暫定)
- 執行地點：後壁、鹽水商圈
- 媒體宣傳：網路社群行銷(KOL Youtuber/Blogger/IG/Line@/FB)、網路新聞媒體
- 執行內容：
  - 後壁與鹽水毗鄰，2019 年皆被遴選為「經典小鎮」，隨著電視劇《斯卡羅》、《俗女養成記 2》在台熱播，話題持續延燒，拍攝場景台南鹽水岸內糖廠影視基地、後壁菁寮老街成為知名旅遊景點，知名度大增，因此，本計畫預計串連後壁及鹽水影視知名景點及必訪之地，規劃影視文化跨區「輕散步」旅行，廣拓當地觀光客源。
  - 合作單位：後壁區公所、鹽水區公所及文化導覽志工團。
  - 規劃內容：

<p>行程範圍 初步規劃</p>	<p>◇鹽水：將「一港四巷」(月津港、一銀巷、王爺巷、魚鱗巷、連成巷)的文化導覽，結合鹽水小火車站、八角樓、橋南老街、月津港區、倉庫樹屋..等，讓遊客在歷史街區漫步中同時，也能深入認識鹽水。</p> <p>◇後壁：以俗女養成記經典景點為主。菁寮老街上的「金德興中藥行」、「無米樂」崑濱伯的家、稻稻來、茄芷工坊、俗女村、和興冰果部等景點，期望再造觀光熱潮。</p> <div data-bbox="592 611 1318 1034" data-label="Image"> </div> <p>圖 30：「俗女養成記」經典場景-金德興中藥行</p>
<p>辦理模式</p>	<p>預計邀請特色社群FB、IG、Youtuber、部落客等 KOL(指標性網路紅人)等，實地走訪影視文化跨區「輕散步」旅行行程，拍攝介紹動態影片，除拍影片外，亦撰寫推薦文，上傳自身之社群媒體(如 FB、IG、Youtube)，利用其流量及影響力將影視文化跨區「輕散步」旅行行程擴散至全台，吸引觀光人潮。</p>
<p>配合人選 (提出二個人選，依實際需求選擇一位或其他人選)</p>	<p>◇<b>倫敦男孩 の 美食旅遊記事</b>：共 18 萬位追蹤者，以報導台南在地美食、藝文、生活情報大小事，關於人情味、美食還有老屋巷弄之美。</p> <p><u>相關作品</u></p> <p><b>【臺南傳統市場懶人包】</b>在地人帶路！精選臺南 6 間必逛市場，隱藏版小吃大蒐羅～</p> <div data-bbox="564 1821 1394 2051" data-label="Image"> </div>

圖 31：倫敦男孩相關作品-1

臺南紡織購物中心 12 公尺胡桃鉗聖誕樹正式點燈！南紡二期即將試營運～



圖 32：倫敦男孩相關作品-2

◇ **樂活台南**：共 19 萬位追蹤者。收集大台南旅遊、美食、藝文活動與生活資訊，然後分享給喜愛這塊土地的每一個人。

風格特色：「零業配」、「零試吃」、「零招待」的台南旅遊、美食、生活入口網站！\_

### 相關作品

第一屆 | 只能「選一家的一道早餐」台南人推薦必吃早餐 | 台南大調查 |



圖 33：樂活台南相關作品-1

夜市微解封第一波 | 大東夜市 7/12 復業 | 武聖和花園緊跟在後



圖 34：樂活台南相關作品-2

## 平面雜誌主題報導-台南後壁/鹽水/新營經典小鎮

- 執行時間：2022/9月或10月（暫訂）
- 執行地點：後壁、鹽水、新營商圈
- 媒體宣傳：天下雜誌 319 鄉旅遊相關主題表現形式
- 執行內容：

➤ 以「大新營影視漫遊街區營造行銷」為報導主題，從文化歷史人文觀光小鎮出發、影視拍攝重回風華、帶入經濟部中小企業處商圈街區營造輔導計畫，應用數位串聯連結商圈及店家，透過環境佳、服務好、故事性的觀光商圈改造，深入淺出介紹台南經典小鎮的興盛榮衰及未來發展藍圖。

### ➤ 規劃內容

報導大綱	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 台南經典小鎮的發起</li> <li>◇ 影視聚落形成原因</li> <li>◇ 影視拍攝為經典小鎮帶來的影響</li> <li>◇ 數位科技導入擴大商圈效益</li> <li>◇ 經典小鎮未來發展藍圖</li> </ul>
平面雜誌	<p>◇ 天下雜誌 319 鄉旅遊相關主題：依據不同的主題，用心挖掘、探訪、繪製這些小村落、小鎮的在地文化、小人物的故事與用心，在食力、農力、美力、根力篇篇生活、旅居、同見、同行。</p>  <p>The graphic consists of four vertical bars of different colors, each with text. From left to right:         <ul style="list-style-type: none"> <li><b>食力 (orange):</b> 以「調」挑戰「量」 問持一種生活態度，情感帶來真實力量 串聯集體記憶 愈勇狂飆份子，用敬園，說台灣故事</li> <li><b>農力 (green):</b> 守護生活，把小確幸做到極致 反骨精神，相信直覺，保持彈性 撐起農村，城市與世界的三向溝通 向生俱來的農行者，扎根土地，回應食袋的瞬息萬變</li> <li><b>美力 (orange):</b> 大破大立，將美確近行到底 遊內出發，挑戰舞感，轉換視角 生活中步斷提煉，追求國際界、隨文化的感動 鍊金術師除了以身為度，沒有更好的辦法</li> <li><b>根力 (blue):</b> 在生活中滌蕩，在日常裡觀察 保持懷疑，持續溝通，承擔責任 讓自己成為問題的解答 在文化符碼轉譯者的眼中，沒有理所當然</li> </ul> </p>

圖 35：天下雜誌旅遊相關廣宣報導分享生活中之 4 力



圖 36：天下雜誌相關系列專題

### 媒體宣傳資源及相關行銷手段說明

#### ● Line 官方帳號營運

- LINE 在台灣擁有高達 2100 萬的用戶數，涵蓋各年齡層，其中高達九成是唯一帳戶，也就是每次遞送訊息都能接觸不重複的獨立用戶。品牌不用祈求演算法的青睞，只要發出訊息就能即時一秒推播，加上現代人的「紅點焦慮」，看到訊息就想馬上點開，確保了品牌溝通的即時性。
- 因應 LINE 時代，開立後壁/鹽水/新營商圈 Line 官方帳號，讓民眾出門在外也能以 Line 快速查詢相關商圈店家活動或商品服務，點擊即可連結至 RWD 頁面購買，或可一鍵分享至民眾的 Line 好友與社群。



圖 37：LINE 群組行銷模式

● 網路新聞曝光

➤ 各行銷活動除了原規劃的媒體曝光之行銷管道外，亦搭配網路新聞聯播宣傳，露出媒體參考如下：

媒體名稱	媒體介紹
中時新聞網	國內歷史最悠久的網路媒體，內容來源包括中國時報、工商時報、旺報、時報周刊、中視各類型精選報導。
Yahoo 奇摩新聞	台灣最大入口網站，Yahoo 奇摩新聞提供跨平台、即時、多元、專業的最新時事動態。
NOWnews 今日新聞	台灣第一個網路原生新聞網站，提供全天候本地、兩岸國際、財經等即時新聞，堅守客觀持平報道。
中央社	中央通訊社，新聞界真誠的老字號，社會忠實的守望者。
YamNews 蕃新聞	入口網站，提供跨平台、即時、多元、專業的最新時事動態。
HINet 社群新聞	入口網站，提供跨平台、即時、多元、專業的最新時事動態。

## (二)時程規劃

### 1. 預定進度表

項次	工作項目	預計完成日	執行進度%	累積進度%	說明
1.1	跟著顏色去旅行	5/1~9/31	5%	5%	菁寮老街實施建置
1.2	商圈環境優化	5/1~8/31	5%	10%	盤點主要商圈街廓美觀垃圾桶所需數量，垃圾桶樣式。
2.1	美食玩樂地圖跨商圈行動商務前後台系統建置	5/1~8/31	50%	60%	包含:美食玩樂主題購買消費地圖、導購電商服務、優惠券折價券-線下導客線上立即折抵消費店家、線上訂位/候位取號服務等功能模組。
3.1	商圈特色環保物設計製作	5/1~9/20	5%	65%	依商圈特色製作環保物品，共三式。
3.2	特色/組合商品開發補助	5/1~9/20	5%	70%	商圈共同設計包裝商品組合開發，共三式。
4.1	商圈街區營造共同行銷記者會	5/1~9/30	10%	80%	完成商圈街區營造共同行銷記者會1場，行銷管道包含電視新聞媒體、網路新聞、網路社群行銷等。。
4.2	媒體宣傳	5/1~11/30	20%	100%	完成商圈媒體行銷，包含：後壁/鹽水/新營商圈數位串聯輕旅行、平面雜誌主題報導等，行銷管道包含電視新聞媒體、網路新聞、網路社群行銷等。

## 伍、經費分配

分類	工作項目	單價	數量	總和	備註
協助商圈街區環境美化，打造友善服務，加值商圈多元魅力	商圈環境優化	400,000	2 式	800,000	
提供數位科技工具導入活化街區營運	美食玩樂地圖跨商圈行動商務數位服務	1,500,000	1 式	1,500,000	本項目由本府配合款分擔
	商圈店家雲端線下零售庫存銷售分析暨廣告服務管理系統	400,000	1 式	400,000	
鼓勵商圈街區推動以淨零碳排為目標之行動措施	商圈特色環保物設計製作補助	70,000	3 式	210,000	
	特色/組合商品開發補助	100,000	3 式	300,000	
媒體廣宣及促銷活動事項	街區共同行銷記者會	500,000	1 式	500,000	
	網路 KOL 行銷	150,000	3 檔	450,000	
	商圈成果微電影拍攝	150,000	3 式	450,000	

分類	工作項目	單價	數量	總和	備註
	店家或景點 QRCode 行銷	2,000	100 家	200,000	
	平面雜誌 主題報導	190,000	1 式	190,000	
<b>總計</b>				<b>5,000,000</b>	

\*本表總經費含市府分擔款 150 萬元(本府預算)

## 陸、計畫效益

### 一、指定指標(須達成效益指標)

量化指標	效益指標	評估計算方式
帶動/輔導商圈街區發展家數	100 家	RWD「美食玩樂地圖跨商圈行動商務」及店家或景點 QRCode 行銷
促進店家營業額增加數	共 10,000,000 元	各店家服務導入後之營業額(含實體及虛擬)之加總 實體計算方式：問卷(來客增加數*客單價) 虛擬計算方式：後台銷售統計
促進店家投資金額	共 1,000,000 元	各店家投資金額之加總(如:商品開發..)
創造就業人數	共 3 人	各店家所增聘人數之加總

### 二、自訂指標(建議達成指標，自行酌予調整)

量化指標	效益指標	評估計算方式
輔導商圈街區數位營銷服務	RWD「美食玩樂地圖跨螢跨商圈行動商務」	數位服務前後台
媒體曝光量	30 則	媒體曝光量統計，包含電視、網路新聞、新媒體等。

創新營運模式	1 式	店家新增之商品銷售方式
店家或景點 QRCode 行銷	100 家	店家及景點 QRCode 統計

## 柒、可行性說明

### 一、推動方式與市府局處分工。

本計畫由臺南市政府經濟發展局推動，計畫內項目由局內主力推動，而外部相關硬體部分雖不在本計畫工作內，但可帶動周邊各商圈發展，因此也會密切關注文化局、都發局在區域內相關計畫，藉由本次商圈計畫內工作項目，帶到局處相關建設(例如數位散步地圖，可加入鹽水車站、永成戲院、新營鐵道地景公園及後壁菁寮淑女村地點與介紹，讓局處之間互相合作加分)，策略上不同局處軟硬體合作，各自分工，成效則互相加乘！

### 二、計畫所提之計畫範圍截至提案前具體之執行成效

- 大新營嘉年華已舉辦 11 屆，每年吸引 2 萬人造訪，帶來 2000 萬元營業額。
- 「鹽水意麵節」已舉辦 4 屆，每年吸引 2000 人次造訪，帶來 500 萬元營業額。
- 近年來連續劇「俗女養成記」及「俗女養成記 2」熱播引爆話題，後壁菁寮老街「金德興中藥行」成為遊客追劇打卡熱點，後壁商圈順勢打造的「俗女村」於 9 月 4 日開幕後，周六、的日單日都吸引近 2000 名遊客造訪，對地方皆帶來廣大效益。

### 三、商圈組織未來配合推動本計畫之分工架構與成員組成、合作參與單位、自主經營能力、後續接管經營構想。

目前協會成員有許多人才，可支援相關工作項目，自主經營能力佳，後續經營方面，則著重各幹部之間的合作協調，建立一起推動實際商圈事務的模式，強化永續性。

## 捌、附錄

(如商圈組織同意合作相關文件；商圈組織有效合法立案證明影本)

附錄綜整表

序號	文件內容
附錄一	商圈合作同意書-臺南市後壁休閒農村產業文化發展協會
附錄二	商圈合作同意書-臺南市鹽水月津港文化觀光商圈發展協會
附錄三	商圈合作同意書-臺南市大新營街區繁榮發展協會

註：以上本計畫書各表格及內文空間請依撰寫需求自行擴充。

經濟部中小企業處「111 年度商圈街區營造競賽  
補助計畫」-大新營影視漫遊街區營造行銷計劃

合作同意書

本單位同意與臺南市政府合作，一起提案爭取中小企業處 111 年度商圈街區營造競賽案，本商圈將努力配合計畫工作項目推動，期能在商圈現有成績之上，能再加強深度與營造效果

簽 署 單 位：商圈協會名稱 / 印章用印

簽 署 人：商圈理事長 簽名 或 印章用印



經濟部中小企業處「111年度商圈街區營造競賽  
補助計畫」-大新營影視漫遊街區營造行銷計劃

合作同意書

本單位同意與臺南市政府合作，一起提案爭取中小企業處111年度商圈街區營造競賽案，本商圈將努力配合計畫工作項目推動，期能在商圈現有成績之上，能再加強深度與營造效果

簽 署 單 位：



簽 署 人：



中 華 民 國 110 年 12 月 27 日



# 臺南市人民團體立案證書

府社團字第 1041292793 號

臺南市後壁休閒農村產業文化發展協會 業已依法組織完成

准予立案此證

計 開

團 體 名 稱 : 臺南市後壁休閒農村產業文化發展協會

成 立 日 期 : 104 年 11 月 27 日

會 址 所 在 地 : 臺南市後壁區嘉田里1鄰3-7號

## 市長賴清德



中 華 民 國 104 年 月 日

府社團字第 1041292793 號

經濟部中小企業處「111 年度商圈街區營造競賽  
補助計畫」-大新營影視漫遊街區營造行銷計劃

合作同意書

本單位同意與臺南市政府合作，一起提案爭取中小企業處 111 年度商圈街區營造競賽案，本商圈將努力配合計畫工作項目推動，期能在商圈現有成績之上，能再加強深度與營造效果

簽 署 單 位：商圈協會名稱 / 印章用印

簽 署 人：商圈理事長 簽名 或 印章用印





換發

# 臺南市人民團體立案證書

府社行字第 797 號

臺南市大新營街區繁榮發展協會業已依法組織完成

准予立案此證

計 開

團體名稱：臺南市大新營街區繁榮發展協會

成立日期：93 年 03 月 28 日

會址所在地：臺南市新營區中華路 301 號

代理市長 **李孟諤**



中華民國 107 年 04 月 日



府社行字第 797 號

經濟部中小企業處 111 年度商圈街區營造競賽補助計畫  
大新營影視漫遊街區營造行銷計畫

合作同意書

本協會同意與台南市政府合作，提案爭取 111 年度商圈街區營造競賽補助計畫，本商圈協會將努力配合計畫工作項目推動，期能在商圈現有成績之上，能再加強深度與營造效果。

簽署單位：臺南市大新營街區繁榮發展協會

理事長：胡神賀



中 華 民 國 110 年 12 月 31 日