

會展規劃與管理

期末報告

宇宙連環圖 Cosmicomics 當代藝術展

日文觀二甲

U0657015 吳穎和

一 辦理本次會展活動緣起：

1. 桃園市自 103 年度升格為直轄市之後，自然增加率係為大幅成長，父母陪伴子女享天倫之樂更顯得重要
2. 為結合現代化之宇宙討論，激發孩童的想像力
3. 父母能夠相伴，與孩童一同體驗靜態展覽，學習宇宙帶來的想像未知與哲學意涵，幫助親子更良好的溝通

二 會展活動策劃概念：

1. 本活動為因應交通考量，門口有許多市區及與台北連接之公車站，將以「桃園藝文展演中心」作為活動展出地區，非常方便
2. 當地人潮眾多，周遭結合飲食，因而能使曝光率增加
3. 本展覽之策畫概念為親子對科學人文的互動進行推廣

三 規劃會展活動策略：

1. 在使用 SWOT 中，我們可以列為以下：
優勢：藉由宇宙探索與反思，促進親子交流
使用創新的設施增加活動之趣味性
劣勢：在展演中心大舞台中，將活動濃縮，將會影響到格局在視覺上會顯得此展覽變得很小
機會：透過地理位置，進行更大的宣傳
利用桃園市政府之通訊軟體、粉絲專頁等，提供桃園市人民對該展覽之認識，增加吸引力
威脅：地區往來桃園與台北方便，加上台北展覽更多且更為豐富，遊客可能會偏好去台北參觀
2. 在使用 STP 中，我們可以列為以下：
區隔市場：我們會率先以年齡層來區分，在對該展覽性質進行劃分
目標市場：本活動的年齡取向主要是以 12 歲以下孩童作為。而本活動的性質同樣是適合 12 歲以下孩童之展覽，以兒童對宇宙的想像以及親子共同體會萬物的本質與變化為重點
定位：配合 12 歲以下孩童加上父母的陪同，因此本展覽將定為親子共遊的取向
3. 在使用 4C 與 4P 中，我們可以列為以下：
產品與消費者的價值：本展覽使用宇宙探索類型的活動，進而營造反思人類發展的狀況，發人深省，適合孩童教育
價格與成本：本展覽由桃園市政府與其文化局、桃園市議會等作為主導單位，不向民眾收取費用，但會在外頭設有紀念品性質之商店，販賣宇宙與哲學相關從書籍玩具等等

推廣與溝通：在後面的人員訓練將會提到，會利用口條好的導覽人員與廣告互相結合並且進行推廣

通路與便利：本活動地點設於桃園藝文展演中心內，是桃園市內一大交通要道，人潮往來方便

四 會展活動目的：

1. 讓桃園市自然增加率繼續上升
2. 希望促進學區孩童的求知慾
3. 提升近代都市雙薪家庭中親子的關係
4. 為桃園市以及周遭環境吸引外地人潮以刺激消費

貳 展覽規劃

一 展示區構想：

1. 在一樓入口處右手邊放置 DM 以及配置櫃台服務人員一名，底下也黏貼腳印做為引導用途
2. 配合本展覽之四大類型以及擺設方式，我們將簡約風格且東西較少的「關乎力量與循環」作為第一展示區，用動態影片「水」放置於牆上，當作開場白使用
3. 接著連接「關乎距離與空間」，利用抽象與神秘的圖樣作為力量與循環的下一展區，從簡單的模糊交界中轉移到各種大膽前衛，看似塗鴉，實質卻發人深省的圖像
4. 從第 3 點結束之後，緊接著分為兩條路，並以假強作為分割——一邊是「關乎進化與毀滅」及「宇宙奇幻劇場」，係為了因應兩者風格不同而如此：在「關乎進化與毀滅」中，其風格走向與探討的問題，較為現實與黑暗，顯露生命如同四季班更迭，地球同樣將出現轉變；在「宇宙奇幻劇場」中，相對地明亮且歡樂許多，更適合孩童在內部之中進行發想與探索
5. 當第 4 點結束，下一步便準備前往的是同意區域——紀念品店。以上展示區將圍繞著展場繞一圓圈，因此從紀念出來後便會回到入口處，如果想再觀賞另一條路可由原路再重新走一遍
6. 為因應孩童在其中玩得歡樂，本活動將不只是靜態展覽，我們會把原本空間加大，並加入投影設備，讓小朋友在觀賞的過程中能夠更理解展覽中要表達得宇宙的奧秘

二 會議議題擬具：

1. 將進行對於金費預算與分配之討論
2. 進行展場中展示區分配之討論
3. 宣傳廣告以及展場內部 DM 設計與內容之討論
4. 紀念品店內引入商品之討論
5. 場內美術設計發想之討論
6. 贊助廠商之討論

三 會展輔助設施規劃：

1. 設置安全急救站
2. 設置遊客服務中心
3. 設置紀念品販售部門

參 服務人員訓練

一 訓練師資規劃：

1. 培訓專業導覽解說人員
2. 培訓櫃台相關服務人員

二 訓練課程規劃：

1. 口語用法及口條訓練課程
2. 緊急事件發生之應變能力訓練課程
3. 服務態度訓練課程
4. 展示品解說員

肆 會展工作期程

一 工作期程表編列：

- 6/01：進行金費、宣傳廣告設計、場地布置美術設計、展示區分配之討論工作
- 6/02：場勘
開始招募師資
- 6/04：預算分配成果與場地配置定稿出來
- 6/05：引入商店之商品、贊助廠商與輔助設施之討論工作
- 6/10：場地布置設計及宣傳設計定稿出來
招募跳舞表演類型活動
- 6/13：宣傳廣告與海報成果呈現
- 6/15：協調引入商店之商品數量及種類
- 6/20：招募師資結束
- 6/21：安排課程定稿出來
- 6/30：贊助廠商名單出來
- 7/03：場勘
- 7/04：設計本活動之原創紀念品定稿出來
招募跳舞表演類型活動截止
- 7/23：本活動之原創紀念品成品製作完畢
- 7/25：分裝紀念品與為商品進行斟酌包裝
回饋表單製作
- 7/30：課程開始（各約一個小時）
進行場地布置
- 7/31：課程培訓結束及進行場地布置
- 8/01：開幕
回饋表單開始隨遊客進場發送
- 9/01：發布活動結束公告

二 展覽期程表：

8/01：開幕

跳舞性質表演活動於開幕當日上午入口處外面廣場表演之

8/31：下午 8 點閉幕結束

拆台及整理工作

三 會議期程表：

6/01：進行金費、宣傳廣告設計、場地布置美術設計、展示區分配之討論工作

6/04：預算分配成果與場地配置定稿出來

6/05：引入商店之商品、贊助廠商與輔助設施之討論工作

6/10：場地布置設計及宣傳設計定稿出來

6/13：宣傳廣告與海報成果呈現

6/21：安排課程定稿出來

6/30：贊助廠商名單出來

7/04：設計本活動之原創紀念品定稿出來

9/01：統整回饋表單

9/05：活動內容檢討會議

伍 預期效益

一 有形效益分析：

1. 展覽總人數效益：因考慮親子出遊時間為周休二日，因此期望此為期 1 個月的展覽參觀人數最低標準將落在 1 萬人以上
2. 展覽總業績效益：包含本展覽之原創性紀念商品與協力廠商販售之商品，總計希望可達到
3. 展覽原創紀念品銷售成效：假設總人數中至少有四分之一的民眾願意購買價值 200 元之紀念品，則預期展覽總業績可達 50 萬以上

二 無形效益分析：

1. 達成品牌效益
2. 回饋表單統整結果

三 （補充）不可預期之預期效益

1. 廣告播放量
2. DM 發送程度

陸 經費預算表編製

經費明細表

單位：元

項目	內 容 說 明	數量	單 價	總 價
宣傳項目	DM 製作	1 萬張	2 元	2 萬元

小計	Line 網絡宣傳廣告製作 委請桃園市政府做協辦單位			5 萬元
				7 萬元
展示空間 設計規劃	空內容蒐集、圖像展品授權			1 萬元
	策展統籌規劃與進度掌握 (含策展人員安排、進出場時間、車輛安排、運費、場復)			1 萬元
	工作人員 (含保全 1 名)	5 名人員	總薪水 37200 元	18.6 萬元
小計				
展示空間 佈置	外包之場地布置人員			3 萬元
小計				3 萬元
導覽人員 訓練作業	訓練課程講師費	4 堂課程	4 千元	8 千元
	講習資料	4 分資料	1 千元	4 千元
小計				1 萬 2 千元
輔助設施	安全急救站	2 名人員 及所需 配備	1 千元	2 千元
	服務中心	2 名人員 及所需 配備	1 千元	2 千元
小計				4 千元

商品	原創紀念品	5 百個	150 元	7 萬 5 千元
	策略合作之衍生性商品 (皮夾、玩偶、吊飾、筆記本、手環……)	各 1 千個	約介於 60 元到 3 百元之間	約介於 6 萬元到 30 萬元之間
小計				13.5 萬到

				37.5 萬元之 間
	保險	千分之 三	33 元	3 院 3 千 4
	成果資料			
	雜項支出：			
	會議規劃執行費		4 千元	1 萬 3 千元
	表演費		9 千元	
小計				
總計				48.6 到 72.6 萬元

