

皇冠海岸觀光圈
CROWN COAST

結案報告

B11130104 劉書維
B11108029 潘佳奴
B11108032 陳又濤

B11130210 李韋德
B11108031 黃妍蓁
B11113012 王愷彤

目錄

1.

商巿介紹&目標

2.

市場及環境分析

3.

7P分析

4.

預期效益

5.

風險管理

6.

企劃成本

皇冠海岸觀光商圈

整合在地觀光資源

提升旅遊品質

結合原有在地特色店家



目標

本計畫預計利用短影音呈現
在社群平台進行推廣
提升皇冠海岸及周遭旅遊景點曝光度
並增加來客數。



PEST



政治因素 (Political)

- 交通部觀光署積極推動
- 發展觀光條例



經濟因素 (Economic)

- 文化幣
- 國民所得提高
- GDP上升
- 通貨膨脹



社會因素 (Social)

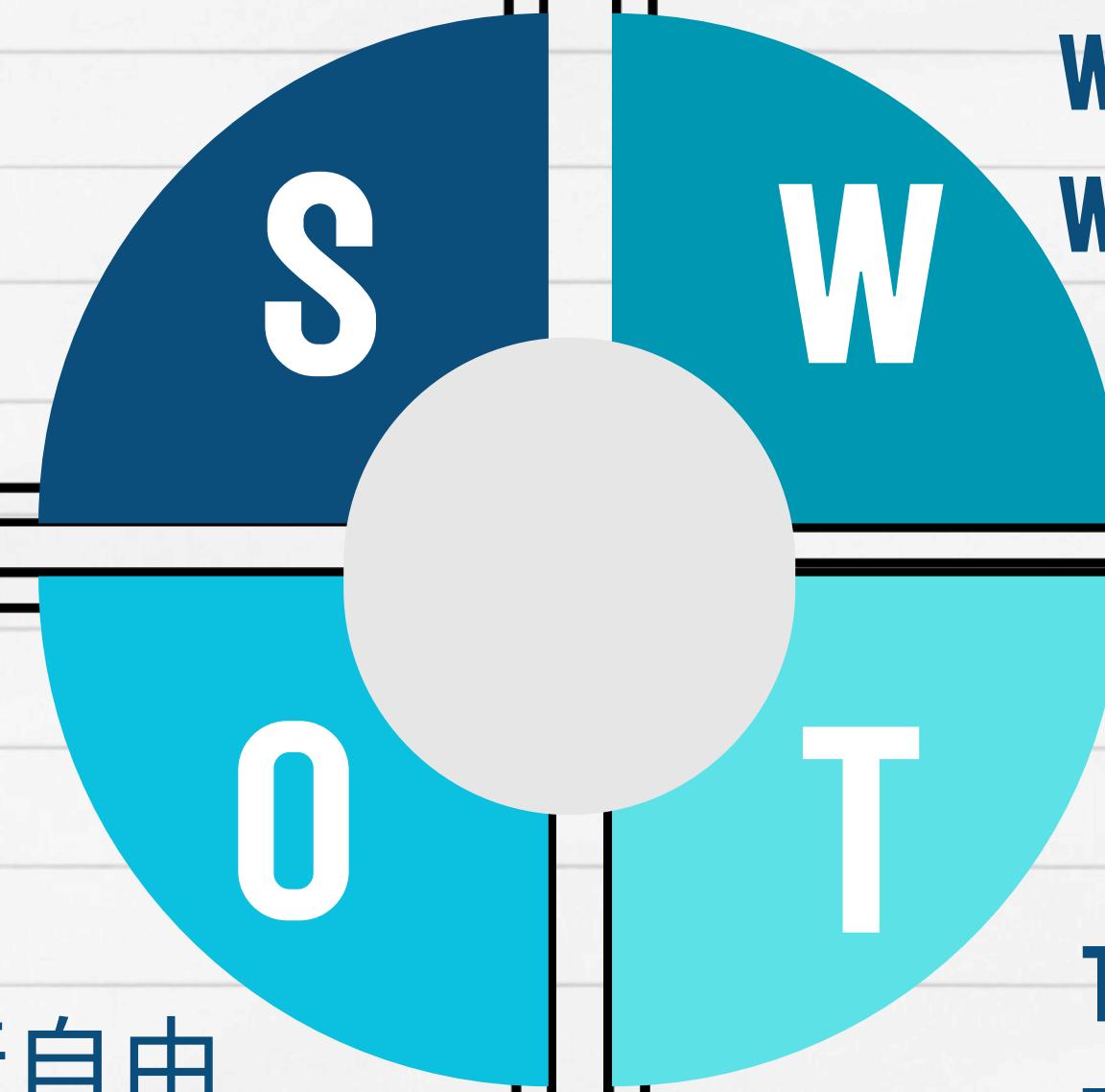
- 體驗經濟
- 休閒意識抬頭
- 景觀旅遊盛行
- 消費結構改變



技術因素 (Technological)

- 旅遊資訊透明
- 衛星地圖技術成熟

- S1.獨特的歷史文化背景
- S2.全台著名景點之一
- S3.獨有的自然景觀
- S4.新穎的鄉村體驗
- S5.知名打卡景點



- 01.政府協助推廣
- 02.小資國旅盛行
- 03.疫情結束，重拾旅行自由
- 04.休閒娛樂備受重視
- 05.眾多影音創作者採點觀光

- W1.延伸產品過於單調
- W2.景點人口密度高
- W3.營業時間過於彈性
- W4.少數店員人情味不佳

- T1.自然景觀區受氣候限制
- T2.非旅遊首選
- T3.北部常年氣候不佳

- S1.獨特的歷史文化背景
- S2.全台著名景點之一
- S3.獨有的自然景觀
- S4.新穎的鄉村體驗
- S5.知名打卡景點

- W1.延伸產品過於單調
- W2.景點人口密度高
- W3.營業時間過於彈性
- W4.少數店員人情味不佳

- 01.政府協助推廣
- 02.小資國旅盛行
- 03.疫情結束，重拾旅行自由
- 04.休閒娛樂備受重視
- 05.眾多影音創作者採點觀光

S4O4：安排都市少有的鄉村體驗活動，讓都市人享受的同時亦可增加話題討論度
S5O5：推出打卡活動，增進客群踩點意願，以增加來客率，帶起周遭商業發展
S1、2O2：設計cp值高的旅遊行程，讓小資族在能力範圍內盡情遊玩，並促進國內消費

W2O4：安排以娛樂為主的實作活動，藉以分散熱門景點人潮，保持皇冠海岸的旅遊品質
W3O1：藉由政府協助推廣使人流增加，讓店家重新思考營業模式，避免彈性店休而錯失盈利機會。
W4O5：因眾多影音創作者拍攝商圈實貌，提高對店家的關注度進而形成風評壓力，讓店家改善服務態度。

- T1.自然景觀區受氣候限制
- T2.非旅遊首選
- T3.北部常年氣候不佳

S1T3：安排具有歷史文化特色的室內景點，讓氣候不會成為遊客到此的阻礙
S4T2：藉由當地獨特的歷史文化與新穎的鄉村體驗，提升皇冠海岸觀光圈的競爭力
S5T1：提出與自然景觀同等價值的知名打卡景點，讓皇冠海岸能排除因為氣候限制而造成吸引力降低的問題

W1T2：發展出多樣化延伸商品，進而塑造專屬於皇冠海岸商圈的特色，使商圈具有非來不可的吸引力
W3T3：為流動攤販統一設立遮雨棚，解決因為氣候因素影響而休店的可能性

- S1.獨特的歷史文化背景
- S2.全台著名景點之一
- S3.獨有的自然景觀
- S4.新穎的鄉村體驗
- S5.知名打卡景點

SO增長型策略

- 01.政府協助推廣
- 02.小資國旅盛行
- 03.疫情結束，重拾旅行自由
- 04.休閒娛樂備受重視
- 05.眾多影音創作者採點觀光



設計cp值高的旅遊行程，讓小資族在能力範圍內盡情遊玩，並促進國內消費



安排都市少有的鄉村體驗活動，讓都市人享受的同時亦可增加話題討論度



推出打卡活動，增進客群踩點意願，以增加來客率，帶起周遭商業發展

- S1.獨特的歷史文化背景
- S2.全台著名景點之一
- S3.獨有的自然景觀
- S4.新穎的鄉村體驗
- S5.知名打卡景點

ST多元化策略

- T1.自然景觀區受氣候限制
- T2.非旅遊首選
- T3.北部常年氣候不佳



安排具有歷史文化特色的室內景點，讓氣候不會成為遊客到此的阻礙



藉由當地獨特的歷史文化與新穎的鄉村體驗，提升皇冠海岸觀光圈的競爭力



提出與自然景觀同等價值的知名打卡景點，讓皇冠海岸能排除因為氣候限制而造成吸引力降低的問題

- W1.延伸產品過於單調
- W2.景點人口密度高
- W3.營業時間過於彈性
- W4.少數店員人情味不佳

WO扭轉型策略

- 01.政府協助推廣
- 02.小資國旅盛行
- 03.疫情結束，重拾旅行自由
- 04.休閒娛樂備受重視
- 05.眾多影音創作者採點觀光

W204

安排以娛樂為主的實作活動，藉以分散熱門景點人潮，保持皇冠海岸的旅遊品質

W301

藉由政府協助推廣使人流增加，讓店家重新思考營業模式，避免彈性店休而錯失盈利機會。

W405

因眾多影音創作者拍攝商圈實貌，提高對店家的關注度進而形成風評壓力，讓店家改善服務態度。

- W1.延伸產品過於單調
- W2.景點人口密度高
- W3.營業時間過於彈性
- W4.少數店員人情味不佳

WT防禦型策略

- T1.自然景觀區受氣候限制
- T2.非旅遊首選
- T3.北部常年氣候不佳



發展出多樣化延伸商品，進而塑造專屬於皇冠海岸商圈的特色，使商圈具有非來不可的吸引力



為流動攤販統一設立遮雨棚，解決因為氣候因素影響而休店的可能性

STP-S

人口統計變數

- 0-17歲 未成年族群
- **18-28歲 年輕族群**
- 29-39 歲 青壯年
- 40-59 歲 壯年家長
- 60 歲 以上 老年

心理變數

社會地位

- 員工Employee
- 自雇者Self-Employed
- 企業家Business owner
- 投資人Investor

行為變數

旅遊偏好

- **短期國內旅遊**
- 長期國內旅遊
- 短期國外旅遊
- 長期國外旅遊

STP-T

18-28歲
年輕族族群

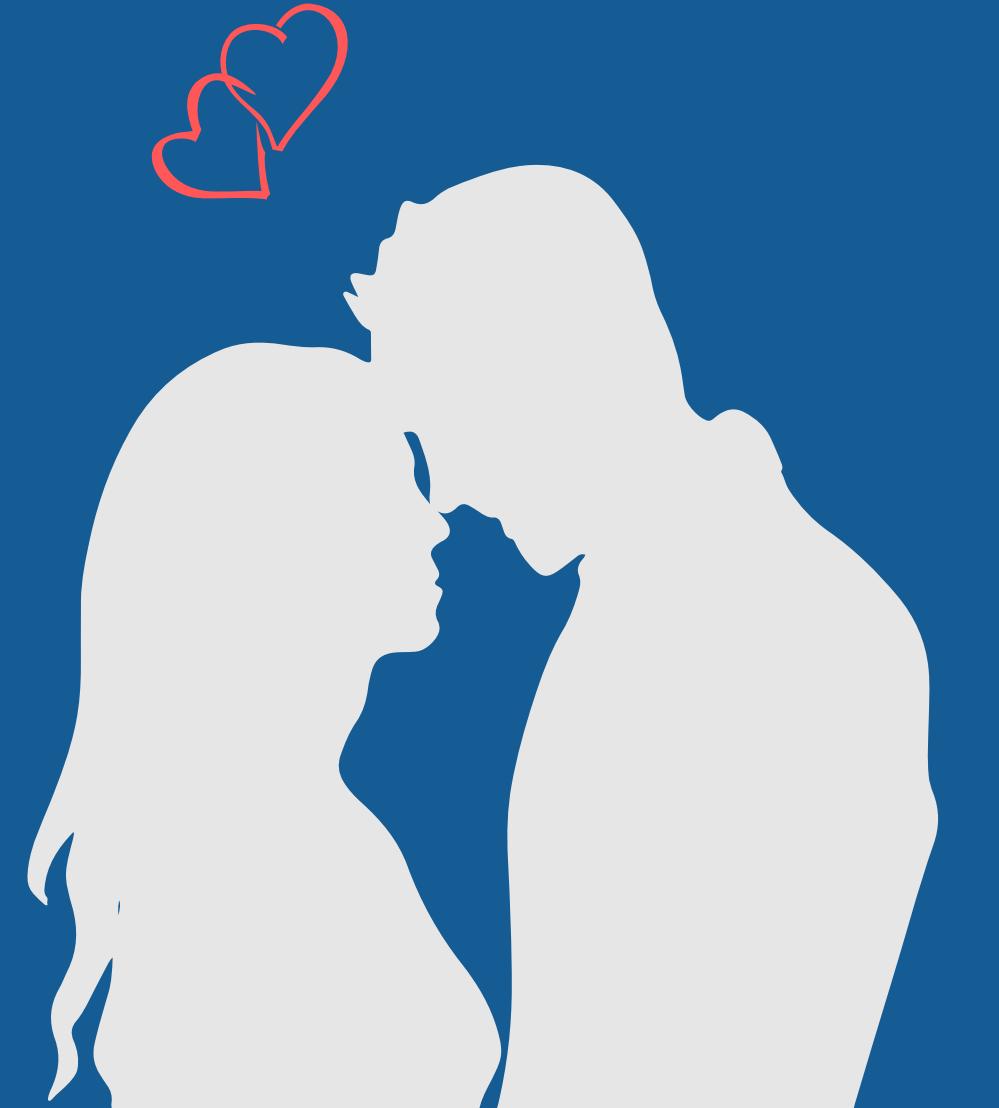
假期不多

受雇員工

小資族

偏好國旅

情侶/好友



STP-P

自然文化

手作體驗

在地特色

串連從新北五股、八里、淡水、三芝、石門、金山、萬里及基隆
食、宿、遊、購、行的業者並建立起區域觀光發展組織
適合好友出遊、體驗、品嚐美食、文化探索等
藉由遊程串聯加強行銷業者產品

Product



鄉村體驗

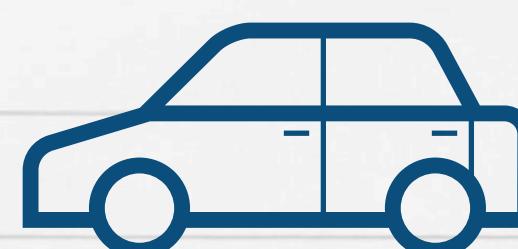
文化底蘊

在地美食

自然生態

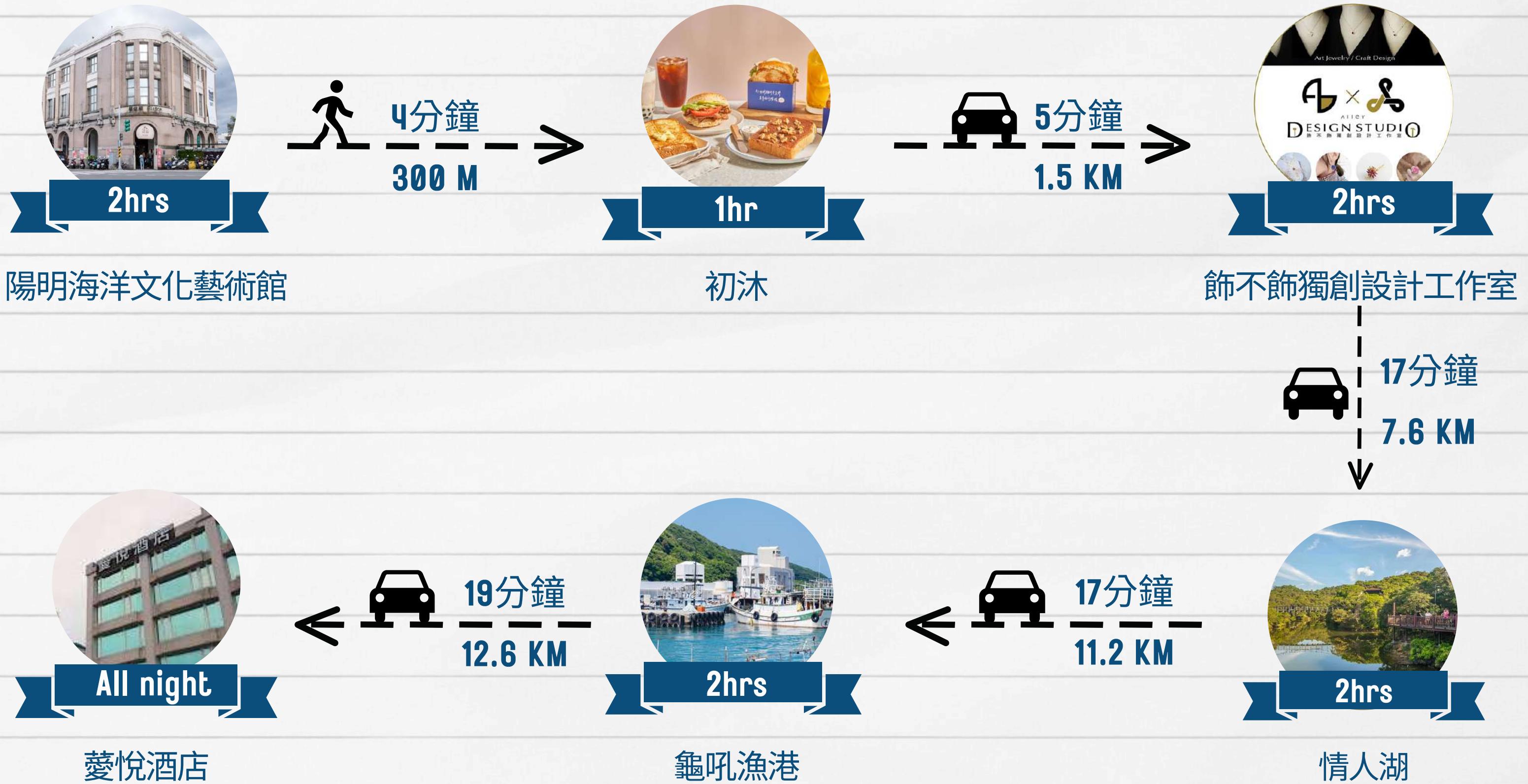
質感手做

教育涵養

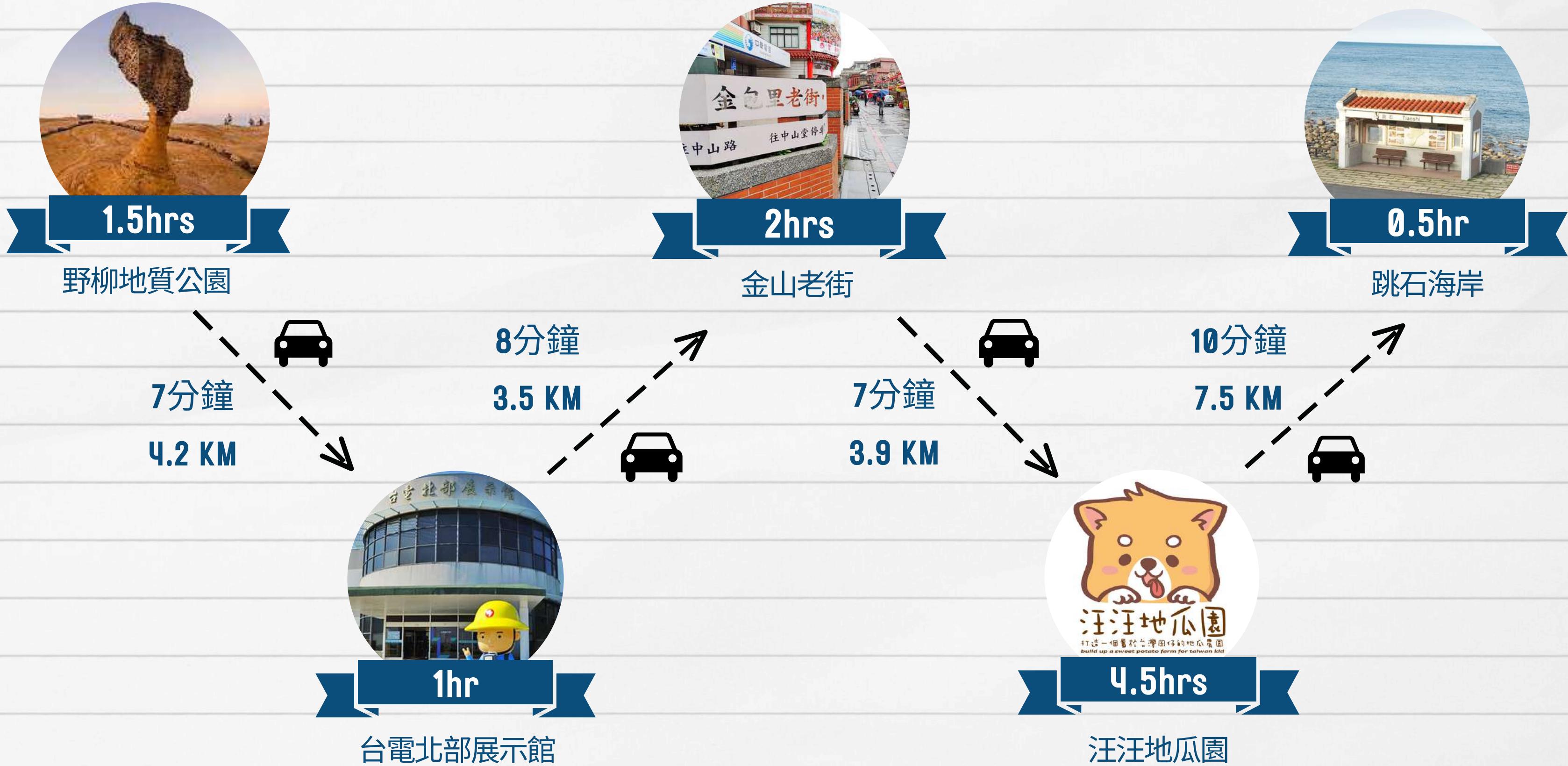


總車程
約:2hr45min

遊程規劃-DAY1



遊程規劃-DAY2



行程介紹



* 文化底蘊 *



陽明海洋文化藝術館

百年海運產業

以海運、港口為主題

基隆港獨有的城市海景

行程介紹



* 在地美食 *

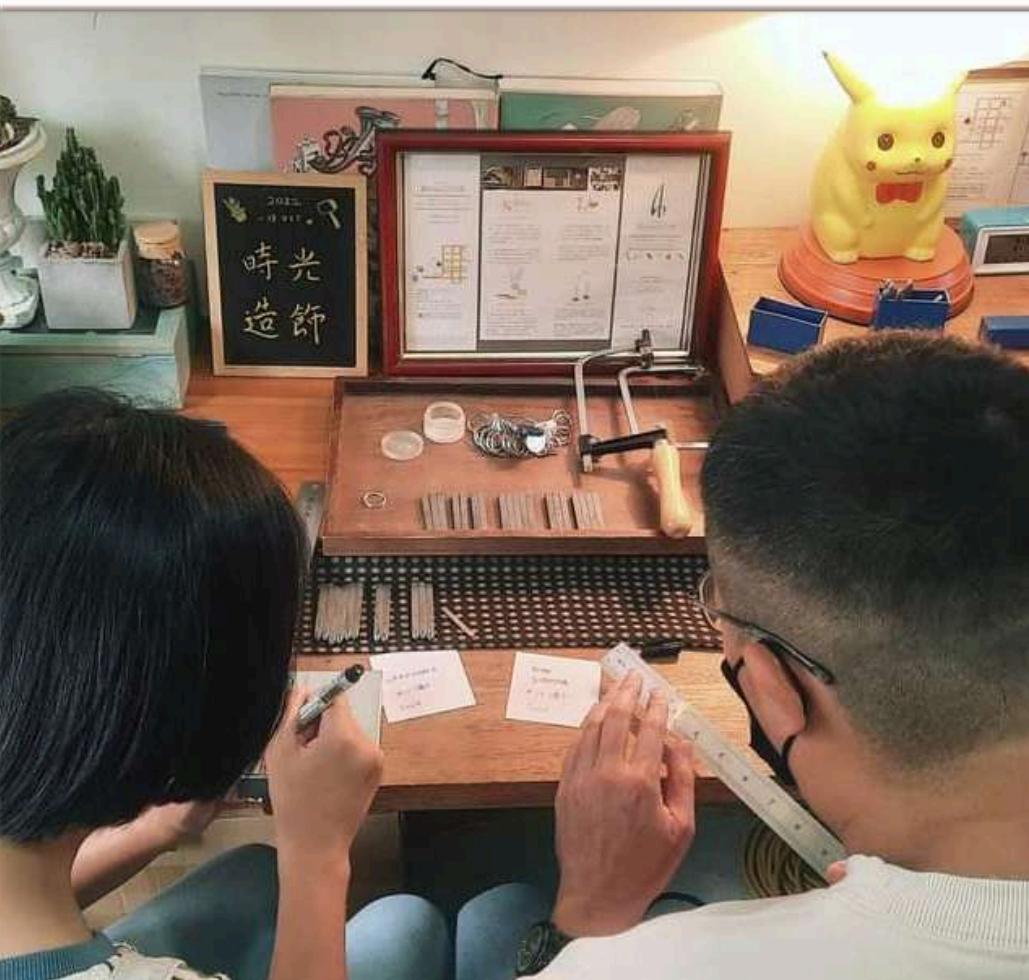


初沐Qmilk
Coffee&JuiceBar

基隆韓系手搖飲

炙燒吐司盒子

行程介紹



* 手作體驗 *



飾不飾獨創設計工作室

作品融入自然、環境與人

異媒材工藝創作

陶瓷、玻璃、金屬、木料、在地素材
環境塑料再生

行程介紹



* 自然生態 *



情人湖

基隆唯一的高地湖泊

環湖步道

環山步道

飽覽山海美景

行程介紹



* 在地美食 *



龜吼漁港

- 台灣的海產行銷品牌「萬里蟹」

花蟹

石蟳

三點蟹

行程介紹



* 海景酒店 *



夢悅酒店野柳度假館

野柳飯店唯一代表

舒適溫暖度假氛圍

行程介紹



* 自然環境 *



野柳地質公園

金字塔狀岩

奇岩怪石

海蝕地形

行程介紹



* 教育涵養 *



台電北部展示館

互動展品、展覽

能源教育

展示技術

歷史展示

數據展示

行程介紹



* 在地美食 *



金山老街

金石原礦手作品

老街美食

手工藝品

文化活動

古董和文物

行程介紹



* 鄉村體驗 *



汪汪地瓜園

農場參觀

採摘體驗

特色文化

土窯、磚窯

行程介紹



* 自然環境 *



跳石海岸

獨特火山海岸景觀

IG火紅打卡景點

Price

以下價格以一人計算



交通費

租車(四人座)

\$ 550/day

機車 **\$ 250/day**



伙食費

汪汪地瓜園: **\$ 550 /人**

金山老街: **\$ 280 /人**

初沐: **\$ 150 /人**

龜吼漁港: **\$ 500 /人**



住宿費

雙人房: **\$ 1400 /人**



娛樂費

野柳公園: **\$ 120 /人**

陽明海洋文化藝術館:

\$ 150 /人

飾不飾獨創設計工作室

\$ 1500~1800 /人

短影音推廣

打卡三處以上
送購物金

打卡hashtag
抽獎送住宿券

Promotion

- 觀賞影片
- 資訊獲得流程



- 兩天一夜行程-
十個景點&住宿處

← **Process**

- 互動參與流程





Place

- IG廣告中
- Youtube資訊欄
- 抖音內文
- 皇冠海岸商圈官網

Physical Evidence

- 短影音呈現
- IG官網的景點介紹
- 皇冠海岸觀光商圈
官網

People

- 活動行程規劃者
- 平台經營者
- 店家服務人員

預期效益

- 提升商圈知名度50%
IG短影音曝光15,000次
抖音曝光150,000次
- 來客率提升20%
- 銷售額提升10%



風險管理

無法預期之阻礙

- 交通壅擠-隨時注意路況，即時調整、避開尖峰時段
- 旅遊事故-投保旅遊平安險
- 商家臨時店休-採取備案行程
- 行程延遲-適時調整行程安排

不可抗力因素

- 氣候條件限制-採取備案行程或就近選擇附近室內行程
- 自然景觀受損-採取備案行程

時間規劃

	11/9- 11/15	11/16- 11/22	11/23- 11/29	11/30- 12/6	12/7- 12/13
企劃發想、撰寫					
拍攝規劃、剪輯影片					
短影音上架					
打卡送購物金					
hashtag抽獎活動					

成本預算

總計 \$90,050

影片

\$ 12,750

執行費用 \$8,000

推廣

\$ 56,900

執行費用 \$1,000

抽獎

\$ 20,400

執行費用 \$3,400

車資 \$3,600

門票 \$600

食物 \$550

IG廣告刊登 \$15,900

每千次曝光費用約為新台幣\$159元

抖音推播 \$40,000

每千次曝光費用約為新台幣\$400元

雙人住宿券 \$5,000

商圈抵用券*2 \$2,000

購物金 \$10,000

\$100/人



[HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=0DD0SW1TAXC](https://www.youtube.com/watch?v=0DD0SW1TAXC)

**THANK
YOU VERY
MUCH!**

一頁企畫書

活動目標

推廣皇冠商圈及北海岸觀音山風景區，帶來更多的人流及消費力

目標市場

主攻18-28歲，年輕小資族情侶

活動內容

短影音推播、打卡三處送購物金、貼文hashtag抽獎送住宿抵用券

活動時間

打卡抽獎活動期間11//30-12/13

成本分析

拍攝\$4,750、推廣\$55,900、抽獎\$16,000，合計\$76,650

效益評估

社群平台合計曝光165,000次、來客率提升20%、銷售額提升10%

成本預算

實際花費\$79,650+企劃執行費用\$225,000

拍攝

\$ 7,750

推廣

\$ 55,900

抽獎

\$ 16,000

人力

\$ 225,000

人力*2 \$3,000

車資 \$3,600

門票 \$600

食物 \$550

IG廣告刊登 \$15,900

每千次曝光費用約為新台幣
\$159元

抖音推播 \$40,000

每千次曝光費用約為新台幣
\$400元

雙人住宿券 \$5,000

商圈抵用券*2 \$500

購物金 \$10,000

\$100/人

一天薪資1500/人