



圖 5-1 北宜快速道路



圖 5-2 北宜快速道路已在壯圍綠油油的稻田中高高佇立了。

(攝於 2004,6)

## 第五章 2004 年哈密瓜節的活動企劃概述

### 第一節、SWOT 分析法

首先先以 SWOT 分析法評估哈密節的的優劣點，以分析目前活動規劃的參考方向，再去思考如何加強活動的目標性。

表 5-1 壯圍鄉哈密瓜節之 SWOT 分析

優勢(Strength)	機會(Opportunity)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 位臨大台北都會區</li> <li>• 農民栽種技術純熟</li> <li>• 鄰近大台北地區。</li> <li>• 農委會輔助哈密瓜節活動經費。</li> <li>• 內政部在此規劃野鳥保護區</li> <li>• 哈密瓜主題館展示建立</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 北宜高速公路預期於民國 94 年底通車，從台北到宜蘭行車僅需 40 分鐘，通車便利，將為宜蘭帶來人潮。</li> <li>• 政府提倡週休二日，地緣的便捷，將有助於人潮的湧進。</li> <li>• 中小企業發展短程旅遊潛力大。</li> <li>• 海洋學院預定在壯圍鄉設立分校。</li> </ul>
弱勢(Weakness)	威脅(Threat)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 自然資源缺乏。</li> <li>• 農民投入不足。</li> <li>• 整體規劃不足。</li> <li>• 農產品建廠土地取得困難。</li> <li>• 環保問題易生抗爭。</li> <li>• 活動經費不足。</li> <li>• 沒有完整的觀光規劃。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 技術開發仍未能普及</li> <li>• 內部交通運輸系統的效率不彰。</li> <li>• 未建立自我品牌。</li> <li>• 台灣其他地區有相同的產物。</li> <li>• 未具五星級飯店提昇住宿品質。</li> </ul>



圖 5-3 北宜快速道路路線圖(網路圖片)

由於筆者研究期間已了解活動會因氣候及哈密瓜的採收影響，對於何時舉辦哈密瓜節，農會尚未有任何確認的活動企劃定案，故僅以農會初步草擬的活動企劃為基礎目標，並加入筆者預期的企劃內容自行規劃，整彙為 2004 年活動的企劃草案，並概述如下，並以此企劃方向做為視覺創作思考的背景參考。

## 第二節 2004 年哈密瓜節的活動企劃草案概述

### 一、前言：

宜蘭縣北自頭城、礁溪，南至羅東、冬山、蘇澳，在歷任縣長及縣府團隊用心經營下，宜蘭的「童玩節」、「綠色博覽會」等，不僅是地方的一大特色，更是國內首屈一指的大型知名活動。

而休閒農業及舉辦農業產業文化活動以吸引遊客，成為因應國際經貿環境變遷、農業經營轉型的新契機。壯圍鄉的哈密

瓜產地，「新南」正與冬山河親水公園遙遙相望，行經濱海的民眾，都需經壯圍而抵達目的地(如親水公園、傳統藝術中心、蘇澳、南方澳或花蓮等)，因此創造哈密瓜在壯圍的品牌，實為本活動的主要目標之一。

## 二、活動企劃目的：

為了讓更多人知道哈密瓜的故鄉，讓傳統的產業，走向休閒化、多元化，讓大家體會不同的節日，我們將利用產業結合當地的資源，舉辦一場如同嘉年華會般繽紛熱鬧的「壯圍哈密瓜節」。藉以提昇壯圍鄉地方產業文化的知名度，加深其觀光價值並增加農民的收益。

三、活動日期：擬以每年哈密瓜的盛產期六月為要。

四、活動對象：不受限，但仍以外地遊客為主要宣傳對象。

五、預定地點：壯圍鄉農會及相關休閒農場。

## 六、行銷策略：

1. 明確掌握活動主題及意象。
2. 掌握遊客多重之需求。
3. 根據遊客需求導向之目標，設計節慶活動內容。
4. 掌握農村節慶及當地文化之特色，妥善利用農村、農業資源。
5. 利用各類媒體主動報導節慶活動資訊及電子媒體網路行銷

## 七、活動內容概要：

動態活動：

- 1、民俗技藝表演
- 2、社區團體才藝表演

- 3、蘭陽舞蹈團舞蹈表演
- 4、學生團體才藝表演
- 5、社區發展協會舞蹈表演
- 6．瓜果評鑑比賽
- 7．學校團體彩繪活動
- 8．趣味競賽
- 9．學校團體寫生比賽
- 10．哈密瓜展售品嚐會

靜態活動：

- 1．綠色隧道展示各種觀賞南瓜
- 2．「哈密瓜展示館」展示壯圍鄉各項農特產品
- 3．小型古農具展示
- 4．農村古文物展
- 5．哈密瓜園攝影比賽作品展示
- 6．哈密瓜園寫生比賽作品展示
- 7．民俗手工藝展示
- 8．哈密瓜雕刻作品展示

## 八、創意表現方向

本企劃活動的地點仍為純樸的農村為背景，其藍天綠地，田野風光的自然色彩，並沒有都會華麗的色彩干擾，故色彩企劃則擬採大量原色飽和的色系表現，期跳脫農村傳統刻板印象，讓遊客感受到出農村活潑大方多元表現的活動內容。

## 九、文宣設計項目

1. 活動標誌設計
2. 吉祥物設計
3. 活動標誌貼紙
4. 活動宣傳系列海報(以吃、喝、玩、樂為單元主題)
5. 活動旗幟
6. 相關活動文宣-手冊、簡介
7. 相關產品包裝(活動贈品提袋、購造形瓜禮盒、哈密瓜禮盒)
8. 資訊文化導覽行程觀光圖
9. 活動相關紀念贈品設計 (T-shirt 馬克杯、明信片)
10. 網頁規劃
11. 多媒體影像設計簡介
12. 展示會場看板規劃設計

## 十、宣傳媒體：

1. 平面媒體：以報導性報紙及雜誌等休閒版面，發新聞稿，由記者採訪農民，宣傳訂購方式及活動舉辦的日期。
2. 電波媒體：廣播，以全國性可收聽之電台，及地方社區電台發出新聞稿。 電視，以電視新聞介紹或結合一些相關節目之報導
3. 網路規劃：設置專網站，詳細將活動日期，地點，內容，景點及導覽地圖及歷界活動照片供搜尋。另配合連結宜蘭官方網站及國內一些入口主網站及旅遊業的入口活動介

紹區加強旅遊族群瀏覽的機率。

#### 十一、指標方面：加強縣內交通，路標指示等

##### 1. 規劃大型導覽地圖：

由於鄉村皆是農田路樹為伴，鄉野中要辨識並不容易，為此定點設置較大型導覽圖，以利引導及外地遊客找到活動地點。

##### 2. 小型路標指示牌：

沿途設置以引導遊客能快速找到活動相關景點。

#### 十二、經費概算：含演出費、評鑑費、業務費．．等。

#### 十三、經費來源：自籌款、補助款、企業贊助款、活動收入等。

#### 十四、預期效益：

1. 發展多元化的銷售管道，滿足消費需求
2. 打響地方知名度，促進地方繁榮，增加農民的收入。
3. 激發農村自發及團結性，建立民眾愛鄉為鄉的情操。

#### 十五、行政組織：

農會、地方團體、企業團體、學校機構 等組織團體  
共同投入推行。