



船隻報到



記者會



賽前會議



帆船器材展示



山海宮觀賽區



西子灣繞標賽



開幕典禮



水上表演活動



重型帆船參觀



頒獎典禮

活動成果

一、活動效益說明

- 活動宣傳與執行期間，在網路、平面及電視媒體的部分，約有近七萬份相關訊息報導，將「2008 高雄國際重型帆船邀請賽」相關訊息傳遞給最廣泛範圍的民眾，做到最有效宣傳。
- 平面媒體報導部分，在各大平面報紙與網路新聞露出活動訊息，聯合報一則、自由時報二則、蘋果日報二則。此外，為了吸引休閒、娛樂、旅遊及現代商業資訊族群的參與，更於蘋果日報 A17 版刊登半十專題廣告，藉此促進休閒產業發展及帆船業者潛在消費者。
- 電視報導部分，本次活動從前期記者會、開幕及活動期間獲得各家有線與無線新聞媒體的熱烈報導，包含台視、中視、華視、民視、公視、年代、三立、TVBS 等，成功創造話題。
- 電台廣播方面，港都電台為南部民眾收聽率廣泛之電台，透過廣告持續播放及廣播專訪的方式，更加深聽眾、駕駛朋友的印象。另本次活動更吸引其他電台如：警廣、飛碟、教育、鳳鳴、高雄電台、漁業電台、快樂聯播網及 Kiss Radio 等電台新聞露出，成功提升宣傳效果。
- 邀請執行方面，印製邀請信函 300 封，電話聯絡約 500 通，E-mail 通訊約 800 封。活動期間則透過電視媒體、電台、平面報紙、海報張貼 300 份、宣傳摺頁 2000 份、活動網頁等及時報導及宣傳本次活動最新動態及相關訊息，內容包含活動介紹、每日活動期程、競賽成績、活動內容等重要即時訊息。全方位的宣傳，不僅落實高雄市政府海洋局積極打造的海洋首都、健康城市之施政目標，更促進台灣重型帆船產業及高雄市商業及觀光整體發展。整體而言，本活動具有以下效益：

二、活動效益評估

- 行銷高雄港發展重型帆船產業的優勢及競爭力。

台灣曾經為帆船製造大國，而高雄正是曾經為台灣創造經濟奇蹟的造船工

業重鎮。高雄港更是台灣發展帆船運動最佳的地點之一，藉此競賽邀請台灣國內外帆船好手來參與，了解高雄港的優勢及國際競爭力。

- 提升高雄市整體國際觀光形象，展現高雄市國際海洋首都的新形象。

此次競賽分別邀請外籍船六艘及台灣船五艘，共計十一艘、選手外國籍 26 名及本國籍 55 名，共計 81 名。讓參賽選手感受到高雄市具有國際級水準的競爭力。

- 加深國人對於重型帆船運動的了解與提升興趣，藉此帶動國人從事帆船運動的風潮。

開放重型帆船登船參觀與解說，讓國人更加了解重型帆船運動。

- 行銷風浪板、獨木舟及其他類型帆船，發展海洋觀光產業。

現場安排獨木舟、雷射型帆船及風浪板表演及展示活動，吸引國人對帆船運動的參與及詢問度。

- 擴大問卷調查回收，蒐集民眾意見，供日後相關類似活動之參考
以「填問券送兌換券」之獎勵方式擴大問卷調查之回收，共取得近五百份之問卷調查進行活動效益與參與民眾基本資料分析，大大提升分析之可信度，分析結果頗具價值，可供日後相關類似活動之參考。

- 遊客滿意度與活動吸引力高

統計結果顯示，本次活動不論是在活動設計、表演活動及整體表現皆獲得參觀民眾的高度肯定，代表活動效益極高，圓滿達成活動舉辦之預設目標。