



長濱豐濱旅遊發展平台

一、計畫緣起

公益平台自 2018 年 4 月起，協助台東長濱、花蓮豐濱地區(簡稱雙濱)業者整合在地資源，成為互助與宣傳平台，舉辦一系列工作坊、商家互訪、營運輔導，嘗試串連在地 130 多位民宿、餐廳、藝術工作室、自然體驗等各個單獨的亮點，試圖從點線至面，透過業者互助連結，改變在地產業結構，共同走向永續共好。

本計畫於 2019 年下半年開始與東管處及受東管處委託專案執行之台灣創意經濟促進協會三方合作，吸引優質旅人到訪雙濱，並共同進行以下計畫：

(一) 網站：建置「雙濱生活趣」網站 (<https://binbin-travelfun.com/>)，彙整雙濱人文旅遊資訊呈現給旅客；(二) 系列性文宣設計製作：包含兩款以雙濱「人物」、「滋味」為主題的摺頁地圖、在地特色店家小卡，並訂製陳列層架；(三) 媒體踩線團：邀請人文、藝術類媒體參與，提升曝光度。2020 年持續延伸前述計畫內容，期能呈現更豐富的在地旅遊景點及藝術文化內涵。

二、計畫目標

- (一) 開拓優質客源：規劃踩線團，邀請具影響力的媒體與人文旅遊作家共同推廣，傳遞「分享生活與文化」的旅遊觀念，開拓優質客源。
- (二) 發掘具吸引力的深度旅遊資訊：建立雙濱旅遊網站，累積並介紹在地特色旅遊資訊，藉資訊豐富度及查詢便利性，提高旅客到訪意願，也增加在地店家、民眾的自信和認同。

三、主協辦單位

主辦單位：公益平台文化基金會

協辦單位：交通部觀光局東海岸國家風景區管理處、台灣創意經濟促進協會

贊助單位：本計畫經費由和碩聯合科技捐贈「花東永續發展基金」提撥支持

四、計畫期程 / 活動時間

- (一) 網站建置：由專業團隊協助重新建置雙濱生活趣網站(https://binbin-travelfun.com)，於 2020 年 3 月中旬完成。
- (二) 文宣設計物(展架、摺頁、小卡)印製及發送：第一批於 2020 年 3 月完成；第二批於 2020 年 9 月完成。
- (三) 媒體採訪團：2019 年 10 月至 2020 年 9 月，共 5 場。

五、執行概況

(一) 網站

提供舊版網站已整理的完整資料，由受東管處委託「雙濱生活趣」專案執行的台灣創意經濟促進協會建置新版網站，網站架設過程中，基金會就網站架構、使用者經驗、視覺設計等面向提供回饋給工程師及設計師團隊作為參考。此外，也持續藉由電訪、實地探訪，以及網路搜集彙整資訊，為店家及人物撰寫介紹文字，刊登於雙濱生活趣新版網站，充實網站內容。

(二) 文宣設計物（展架、摺頁、店卡）

為提供旅人雙濱的慢遊資訊，公益平台與台灣創意經濟促進協會合作，印製兩款「摺頁地圖」及「店家小卡」。台灣創意經濟促進協會協助設計「摺頁地圖」及「店家小卡」，公益平台訂製 30 個陳列摺頁與店卡的專屬層架，並協助寄送至長濱各民宿及台東重點旅遊資訊站，包括台東機場、台東轉運站、火車站等地。在店家小卡及第一款摺頁地圖上，繪製了長濱、豐濱多位各具特色的在地生活提案家，配合地圖以有趣的方式呈現其生活理念、經營店家及工作室的特色，凸顯雙濱豐富的人文內涵；第二款摺頁地圖，則是以「生活藝術」為主軸，從建築設計、深度文化體驗、藝術家工作室，向旅人推薦值得一探的雙濱人文風景。

(三) 媒體採訪團：

1. 2019年10月27-29日

公益平台與台灣好基金會合作，於2019年十月的池上秋收活動後，邀請中國與香港藝文和旅遊媒體來到雙濱，體驗3天2夜的慢遊。
參與媒體：南方周末、香港商報、香港The Culturalist 文化者（香港蘋果生活特約記者）、信報、亞洲週刊、零傳媒、福建日報、深圳特區報；共8位記者。

媒體報導總計：2則

類型	則數	媒體單位
電子新聞	2	蘋果日報（香港）

2. 2019年11月12-14日

為開發新旅遊模式及更多元的客源，公益平台與東管處、台灣創意經濟促進協會、力格運動健護中心合作，以「樂齡慢活、運動健護」為主題，鎖定關注銀髮族及健康生活議題的媒體參加3天2夜踩線團。
參與媒體：50+生活誌、Cheers快樂工作人、Lucas阿嬤愛旅行、MyTaiwanTour、小日子、中央廣播電台、微笑台灣、太報、台東製造、好吃·日日好食誌、映像生活Image Life、康健雜誌 大人社團、潮人物；共16位記者。

媒體報導總計：36則

類型	則數	媒體單位
平面雜誌	2	小日子、好吃，日日好食誌
電子新聞	10	康健雜誌 大人社團、中央廣播電台、太報、Cheers快樂工作人、50+生活誌
部落格文章	8	台東製造、微笑台灣、Lucas阿嬤愛旅行、映像生活Image Life、Attorney on a Journey 思佳情雀
社群直播	3	微笑台灣、MyTaiwanTour
社群貼文	13	台東製造、Lucas阿嬤愛旅行、50+生活誌

3. 2019年12月7-8日

因十月份池上秋收媒體團記者報導的發酵，中國央視記者主動聯繫，表示希望對雙濱返鄉青年進行專訪。由公益平台推薦余水知歡民宿第三代管家巧雲，進行2天1夜專訪，並於晚間電視台精華時段播出。

參與媒體：中國中央電視台。

節目播出時間：2019年12月23日，觀看連結：



4. 2020年5月20-21場勘、6月8-11日拍攝

由TVBS《看板人物》節目主持人方念華帶領製作團隊親自拜訪，製作一整集雙濱慢活旅遊節目。歷時一個月的謹慎的討論與節目製作團隊縝密的節目製作規劃和實地勘景，節目於7月5日播出。

參與媒體：看板人物節目製作組。

節目播出時間：2020年7月5日，觀看連結：



5. 2020年9月2-4日

與東管處、台灣創意經濟促進協會主度合作舉辦媒體團，以「生活藝術」為主軸，推薦在地各具特色的部落文化體驗、風味餐點、藝術工作坊參訪，以及由東管處所主辦的月光·海音樂會等，並邀請對藝術美學感興趣之媒體參加3天2夜的踩線行程。此次特別邀請旅行社，因其對大眾旅遊選擇有深入研究與了解，希望透過他們的回饋瞭解在地店家能夠更加精進的方向，同時利用不同以往的宣傳管道開發更多新客源。

參與媒體：微笑台灣、太報、映像生活Image Life、潮人物、旅人誌、欣傳媒、ETtoday東森旅遊雲、Attorney on a Journey、風尚旅行社、雄獅旅行社、KKday 酷遊天國際旅行社、雲朗觀光集團；共16位記者及旅行社、觀光集團業者。

媒體報導總計：18則（持續刊出中）

類型	則數	媒體單位
電子新聞	3	微笑台灣、太報、ETtoday 東森旅遊雲
社群貼文	9	微笑台灣、追建築·輕旅行（欣傳媒）、Attorney on a Journey
社群直播	4	微笑台灣
社群影片	2	Attorney on a Journey

六、參與對象回饋

（一）關於文宣設計物

緩慢·石梯坪 廖盈淳

店客群以自助旅行居多，摺頁地圖有助於店家介紹鄰近景點及客於雙濱旅行上的規劃。

禾多小酒館 張智翔

擺放摺頁地圖和店家小卡的層架十分精緻有質感。

（二）媒體採訪團

Cheers 快樂工作人 賴若函（2019年11月12-14日樂齡快活媒體團）
非常喜歡這次的節奏，不會太緊湊，每個行程真的是精選，感受到彼此理念的一致性；又有各自發揮的特色，縱然有些景點還在發展中，仍可看出潛力。謝謝你們的用心！

風尚旅行社 陳惠雯（2020年9月2-4日生活藝術媒體團）
此次行程最為關注的是藝術人文相關主題，原住民朋友在發揮天性以及透過自然獲取靈感，進而創作出獨特且富有情感的作品上非常具有潛力，在創造價值、能見度及吸引力上相當值得期待！

太報 謝佩君（2020年9月2-4日生活藝術媒體團）
地方藝術文化傳承與發展、公私部門的協力，以及地方人士的參與。以上要素的結合，是花東結構性改變的基石。

微笑台灣 李岱縈（2020年9月2-4日生活藝術媒體團）
此次透過參訪工作室，對當地藝術家的想法了解更多。大多數人到花東的行程主軸大概是太魯閣，較少人注意東部的藝術。但近年的大地藝術季，便是想喚起大眾對這方面的關注，東部不只有山海，也有人文。

七、計畫執行檢討

(一) 網站

網站的建置初期(啟動討論到第一階段建置完成)因透過台灣創意經濟促進協會與網站工程師溝通，溝通時間成本較高。因此，在基礎架構完成後，後期由基金會直接和負責建置網站的工程師討論，加快網站優化調整的進度。

(二) 文宣設計物的配送調整

第一階段製作 30 個展架，並各提供 100 份資料給店家，後續發現各民宿因為住房率不一，各配送點的數量需要調整，這部分已經於九月份補充小卡與摺頁時預作需求盤點而寄送。

另外因為第一版摺頁設計以在地職人為主題，對於旅客應用上的實用性較低，第二版摺頁已經調整為以吃看玩買住的推薦商家為編輯主題，方便旅人可以沿途探索各店家。

(三) 媒體踩線團

雖然每次籌辦媒體踩線團都希望能盡量推廣不同店家給媒體，以呈現雙濱多樣風貌，然而因店家成熟度不一，在排定行程點還是需要先推廣已經成熟的店家，無法在現階段讓所有店家有平均的曝光度。另外因為許多店家都是第一次接受媒體採訪，因此在與店家行前連繫與溝通上須更詳細地說明媒體屬性，並盡量能預先場勘探訪，以掌握推薦行程點以及採訪呈現的品質，執行踩線團時才能更為順暢。

八、活動照片

長濱豐濱旅遊發展平台













1	2
3	4
5	6

1. 網站：雙濱生活趣
2. 展架、摺頁地圖（人物版）、店卡
3. 摺頁地圖（生活藝術）
4. 媒體採訪團：2019/11/12-14 樂齡健護媒體團
5. 媒體採訪團：看板人物專訪
6. 媒體採訪團：2020/9/2-4 生活藝術媒體團