

獅子鄉民代表會第22屆第13次臨時大會-專案報告

114年度芒果節活動執行成果說明

獅子鄉公所 產業觀光所

壹、計畫綜合資料

一、標案計畫名稱：

2025獅子鄉「獅子好芒」農產特賣活動委託專業服務勞務採購案

二、廠商名稱：三支羽毛活動整合行銷企業社

三、計畫經費：新臺幣 肆佰萬 元整

四、活動時間：

1. 主活動日：2025.06.28（六）10:00-21:00 / 屏東縣獅頭山廣場
2. 活動記者會：2025.06.22（日）15:30-17:30 / 屏東太平洋百貨1F美人魚鐘廣場
3. 一日限定展銷會：2025.06.21（六）15:00-19:00 / 台北三創生活園區

五、計畫主持人：尤崇孝

六、聯絡人及電話：尤崇孝 0980-586884



參、活動規劃與執行

一、台北一日限定展銷會（原快閃活動）

（一）活動時間及地點：

- 時間：2025年6月21日(六) 15:00-19:00
- 地點：台北三創生活園區



（二）活動規劃

促銷優惠

- 一日限定超值組合-3款
- 滿額贈好禮-2款
- 滿額抽獎禮-2款

舞台演出

- 音樂演唱-3組
- 職人分享-1位

媒體宣傳

- 電視報導
- 平面及網路媒體新聞報導
- FB社群及電台推播

(五) 硬體需求：

項次	項目	數量	說明
1	宮廷帳	1頂	
2	舞台	1式	含Truss帆布
3	音響燈光設備	1組	
4	白色歐式帳	6頂	3米x3米，設置芒果展售區、推廣區等
5	電力含配線	1式	60安培
6	佈置	1式	說動看板、立牌、手拿板等

(六) 活動執行：

1. 台北一日限定展銷會執行-量化表

分類	執行項目	執行成效
人力動員	舞台、燈光、帳篷、場地等硬體工作人員	7人（2日）
	行政、場控、場地接洽等工作人員	2人（2日）
	服務台、打卡贈禮區工作人員	5人
	主持人	1人
	演出單位	3組 / 17人
	職人分享	1人
	大巴遊覽車	1台 / 承載34人次
產品銷售	一日限定促銷-好友分享組（3kg芒果4箱）	25組 / 100箱
	一日限定促銷-芒果狂想組（3kg芒果3箱）	6組 / 18箱
	一日限定促銷-愛文原鄉組（3kg芒果1箱）	68箱
促銷互動	消費滿額贈-7-11商品卡	35張
	消費滿額抽獎-漢來海港平日999晚餐卷	8張
	活動打卡禮-芒果一顆、主題荷葉扇乙支	150組

空間設置	展銷攤位	5帳
	舞台	1區
	活動佈置-關東旗	15支
	文宣輸出-帆布、關東旗、攤位牌、打卡手拿板、活動立架看板、桌上型立牌	10式
媒體與社群	FB推播圖卡	7張 / 2則 / 111次分享
	電視報導	1則
	平面及網路新聞媒體露出	20則
	電台推播-20秒廣告帶	10則
	電台推播-訪問	2則
	攤位佈置	1式
	新聞稿	2式

2. 台北一日限定展銷會執行-質化效益

效益面向	成效摘要
品牌形象深化	將屏東獅子鄉原鄉文化及產業透過舞台演出、職人分享融入北部展售，建立品牌的文化深度與情感認同。
市場觸及與銷售轉換	成功在北部地區3小時內直接售出186箱芒果，接觸潛在預購族群，拓展銷售版圖。
媒體聲量與公關效益	媒體露出共33則以上（新聞、FB、電視、電台廣告、電台訪問），跨媒體打造強話題。
高互動性與記憶點	打卡禮、滿額贈、一日限定優惠組合等設計提升參與意願，建立高度品牌參與與現場熱度。
文化行銷延伸性	活動內容具再發展潛力，可延伸為城市巡迴、結合原民工藝與農特產的快閃品牌行銷。

3. 0620 台北新聞網：獅子好芒6月21日台北「三創」一日限定展售 <https://tnews.cc/02/News/View/393043?source=Articles>
4. 0620 百登新聞網：獅子好芒6月21日台北「三創」一日限定展售 <https://mypaper.pchome.com.tw/sofuy/post/1381999312>
5. 是新聞：「獅子好芒」6月21日台北「三創」一日限定展售即將登場！
<https://www.yesmedia.com.tw/> 「獅子好芒」6月21日台北「三創」一日限定展售即/
6. 旅食樂：「獅子好芒」6月21日台北「三創」一日限定展售即將登場！
<https://playnews.news/archives/402332>
7. 蕃薯藤：「獅子好芒」6月21日台北「三創」一日限定展售即將登場！
<https://n.yam.com/Article/20250620377018>
8. 台北市新聞網：「獅子好芒」6月21日台北「三創」一日限定展售即將登場！
<https://tnews.cc/02/News/View/392983?source=Articles>
9. 台灣產經新聞：「獅子好芒」6月21日台北「三創」一日限定展售即將登場！
<https://news.taiwannet.com.tw/c7/169997/> 「獅子好芒」6月21日台北三創一日限定展售-屏東愛文芒果直送登場.html
10. 0620 台灣新新聞報：獅子好芒6月21日台北「三創」一日限定展售 <https://seenews.tw/archives/74467>
11. 0620 台灣新新聞報：獅子好芒6月21日台北「三創」一日限定展售 <https://seenews.tw/archives/74467>
12. 夢想誌0621：獅子鄉熱帶芒果與部落風情席捲台北，「獅子好芒」限定展銷人氣沸騰、好評如潮
<https://www.twdreamlife.com/?p=64187>
13. 北市新聞網：獅子鄉熱帶芒果與部落風情席捲台北，「獅子好芒」限定展銷人氣沸騰、好評如潮
<https://tnews.cc/02/News/View/394488?source=Articles>
14. 風傳媒0621：芒果旋風席捲台北！屏東獅子鄉《芒果狂想音樂節》圓滿落幕，屏東主場再續熱情
<https://www.storm.mg/article/11047217>
15. 0621 經濟日報網：獅子鄉熱帶芒果與部落風情台北登場！「獅子好芒」限定展銷人氣沸騰、佳評如潮 <https://money.udn.com/money/story/5635/8822597>
16. 0621 台灣民眾電子報：獅子鄉熱帶芒果與部落風情席捲台北 <https://www.allnews.tw/news/76753>
17. 0621 金展新聞網：獅子鄉熱帶芒果與部落風情席捲台北 <https://mypaper.pchome.com.tw/anny3055/post/1381999548>

4. 建議與後續規劃

- (1) 未來可建立「芒果原鄉城市巡迴快閃」品牌路線，建立北部客群消費習慣
- (2) 深化與文化創意產業 / 部落職人合作，持續文化行銷
- (3) 收集北部潛在預購名單與關注者，以建立長期客戶資料庫
- (4) 下次可拉長預備期，與三創生活園區做進一步連結合作方案行銷，使優惠行銷活動有更多觸及及話題

二、活動記者會

(一) 活動時間及地點：

1. 記者會時間：114.06.22（日）15:30-17:30
2. 進退場時間：進場 | 114.06.22 12:00 - 15:00
退場 | 114.06.22 17:30- 19:30
3. 記者會場地：屏東太平洋百貨1F美人魚鐘廣場（900屏東縣屏東市中正路72號）



屏東太平洋百貨美人魚廣場



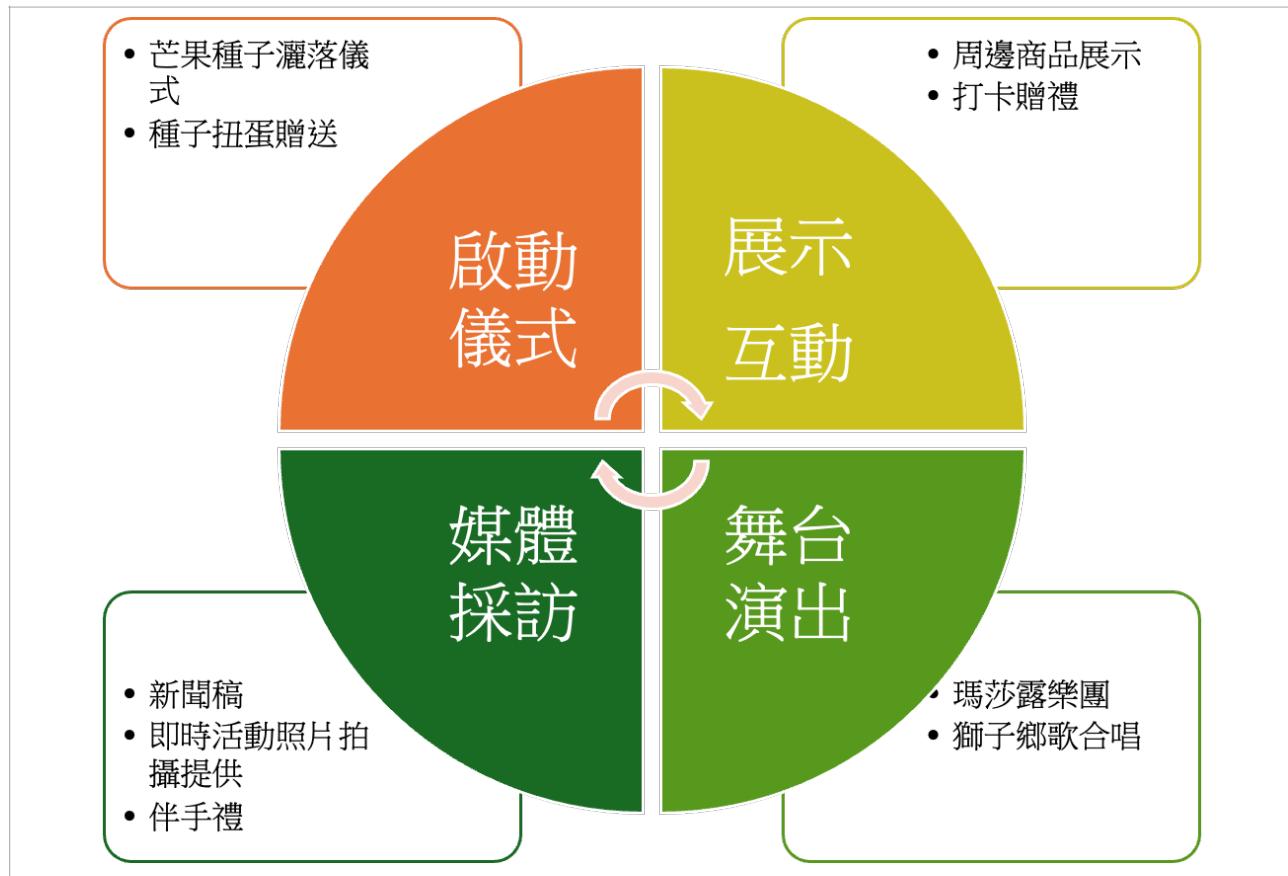
報到處及展示區

八組沙灘傘桌椅, 預留出入口通道

舞台左側為音控區, 舞台有燈光音響, 會使用電力

場地配置

(二) 記者會規劃



(三) 活動主持人及表演者

主持人-曹語宸	
南部地區主持經歷豐富之主持人、音樂表演者	

5、記者會活動媒體報導-量 / 質化統計分析

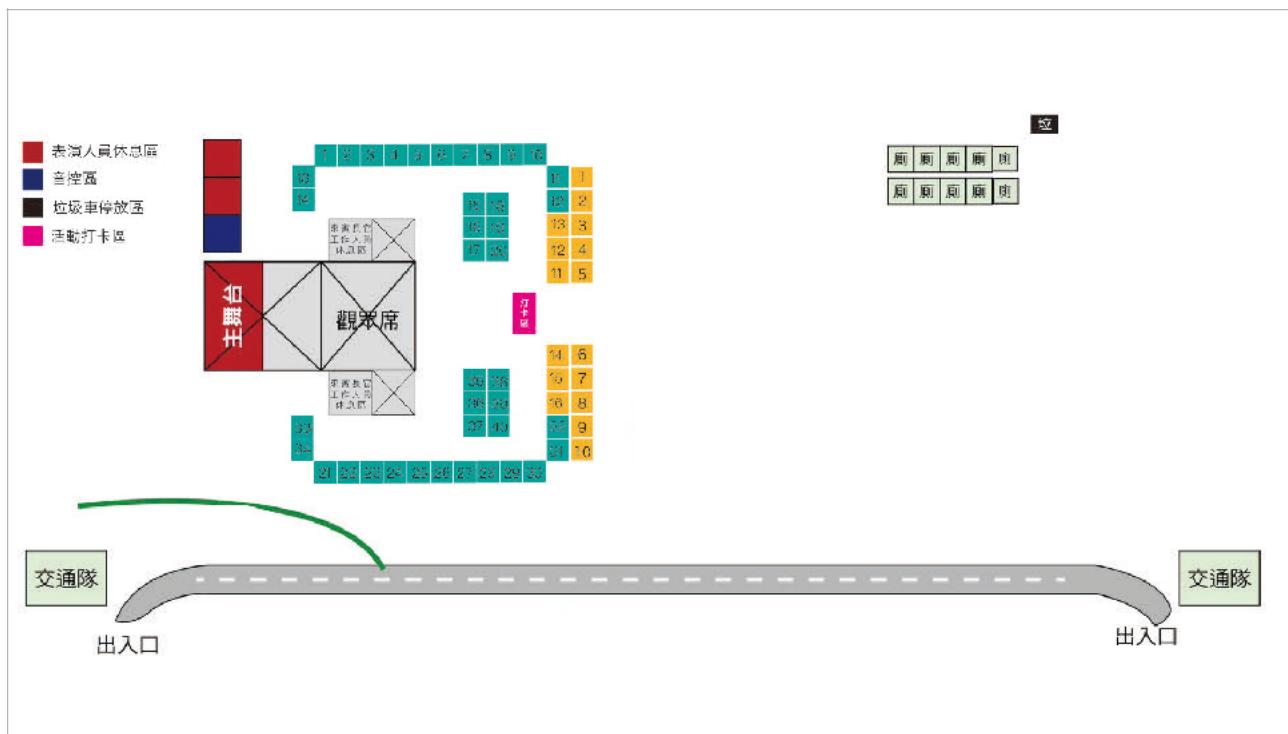
總計報導數	19則
報導平台類型	<ul style="list-style-type: none">新聞媒體網站：15家（pchome、台灣好報、今傳媒等）在地民眾或部落自媒體：3家（Peopo、南部最大聲、台民電子報）影音與KOL平台：1則（YouTube 丁福祥）
質化 觀察重點	<ul style="list-style-type: none">曝光面向多元：涵蓋文化、農業、音樂、地方創生等面向，讓記者會主題「芒果×聲音×創作×土地」獲得不同層次詮釋。地方連結強化：多家媒體強調獅子鄉的原鄉特色與部落能量，特別提到芒果品牌升級。高頻率出現之標題相關字：<ul style="list-style-type: none">① 獅子好芒② 芒果狂想音樂節③ 發聲日④ 原鄉芒果⑤ 部落文化

- 建議：

- ① 未來後續曝光可以「網路聲量成果回顧」作為社群貼文或短影片內容
- ② 主動與報導媒體聯繫，邀請追蹤後續展售會或產地活動

三、「獅子好芒」主活動

1. 場地規劃



市集攤商規劃

- 行政攤位（白色歐帳16帳） |
服務台2、禮品兌換處1、主題周邊商品1、芒果冰沙1、醫護1、地方創生成果展示x5、小農市集x5)
- 宮廷帳x4 |
長官來賓交流區、工作人員休息區、用餐區
- 舞台區旁規劃音控區、表演人員休息區
- 風格市集（白色歐帳40帳） |
 - (1)分為四區：大地農作、南方味覺、創作實驗場 热帶夢想櫥窗
 - (2)各區攤數量及風格，依主辦單位招商後，討論調整
 - (3)各區攤位牌分色分區佈置
- 各攤位皆含攤位牌、1桌2椅、110V電源插座1組，照明設備及電風扇1座
- 舞台及觀眾區，設置二頂帝王帳，規劃座位區
- 活動場地提供大型冷風扇、食用冰塊，以及服務台提供防曬乳，供民眾消暑防曬使用

1-1 場地規劃執行

(1) 場地配置



2-1 表演及舞台內容執行

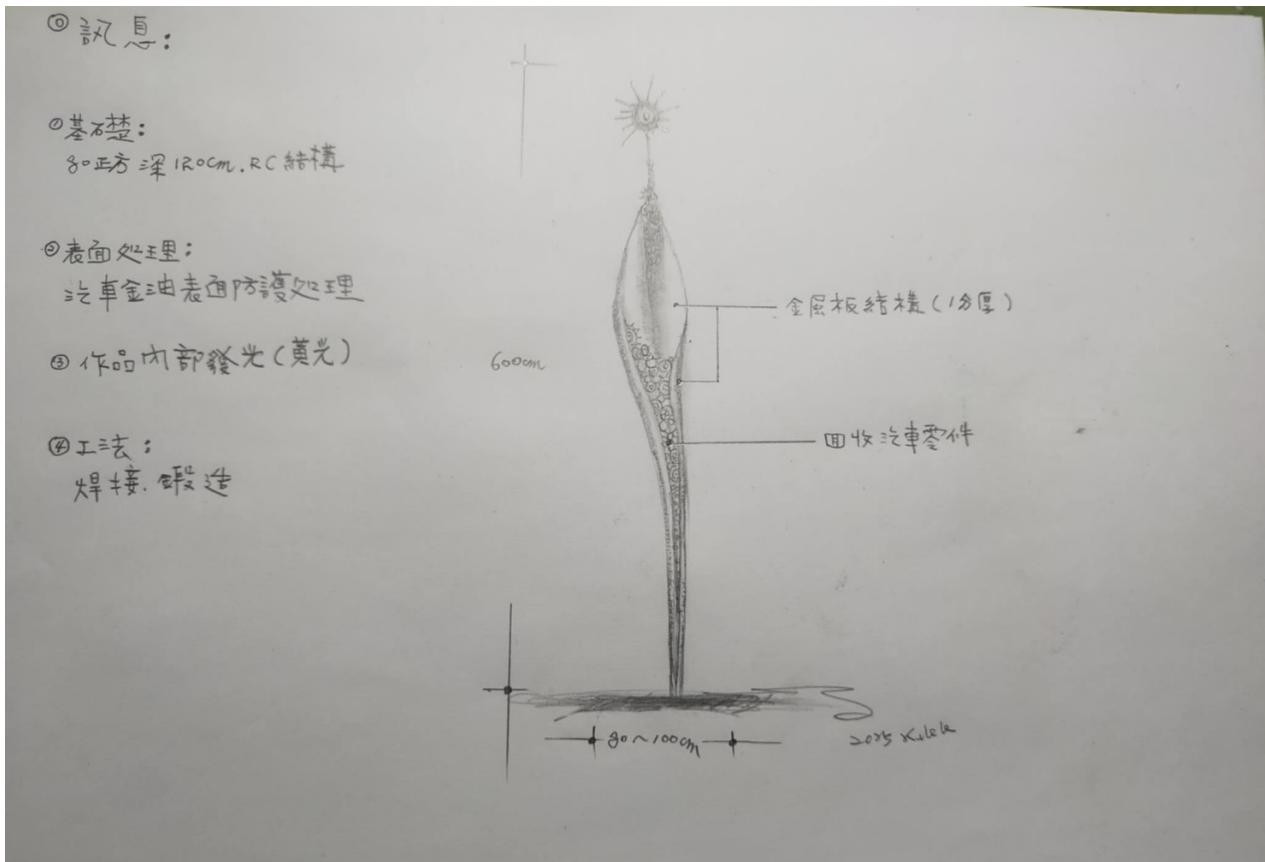
(1) 流程表

「獅子好芒.芒果狂想音樂節」主活動日 流程表

時間	主題	內容	備註
10:30-11:00	果香小舞台	賴羽	1. 表演間隔之間，進行觀眾互動小遊戲 2. 主持人：徐艷婷
11:20-11:50		徐艷婷	
13:00-13:30		「市集任務GO！」 推廣行銷市集產品互動	
13:30-14:00		射不力樂團	
14:10-14:20		美越改良式	
14:20-14:50		高沾溜	
15:00-17:00		音樂夜表演單位彩排時間 1. Boxing 15:00-15:40 2. 黑旋風 15:40-15:50 3. FOCUS樂團 15:50-16:20 4. 沈昉禎Kerekelj ft.阿新 5. 謝正男 6. 巴大雄	
17:10-17:20	活動開幕	開幕場地預備	
17:20-18:00		開幕演出：草埔國小歌謡隊 來賓介紹/致詞 開幕儀式 大合照	主持人：王志華
18:00-18:30		謝正男	
18:30-19:00	芒果音樂夜	巴大雄	
19:00-19:30		FOCUS樂團	
19:30-20:00		沈昉禎Kerekelj ft.阿新	主持人：謝以撒
20:00-20:30		黑旋風	
20:30-21:00		Boxing	
21:00-		主持人謝幕、場地復原	

8. 藝術裝置-執行

• 本次活動裝置藝術設計



設計理念 |

• 核心精神：感恩與連結

這件裝置藝術的核心概念，是向「造物者的祝福」致敬。

在山與海之間、在獅子鄉這片肥沃的土地上，我們不只是使用自然資源，而是感恩地與自然共生。

透過藝術表現，傳遞出人與土地之間那份敬重、感恩與謙卑的情感，提醒每一位觀者「自然不是背景，而是我們生命的一部分」。

• 裝置中的「齒輪」元素象徵人與自然的互動連結、循環與共生

齒輪代表不斷循環、生生不息的自然系統，如同四季更替、作物生長，暗喻著生命的延續與能量的再生，也象徵部落文化的持續與傳承。

每個齒輪都無法單獨運作，必須彼此咬合才能轉動，象徵人與自然、部落與社會、過去與未來之間的協力關係。

五、行銷規劃2：媒體行銷規劃



媒體	內容	規格	數量
網路媒體	社群粉專推文及點擊	FB粉專圖文設計提供-獅子鄉公所、獅子好芒山蘇崛起	10則
	在地業者結盟行銷	邀請屏東縣政府交旅處FB、屏東旅遊網、恆春旅遊購物節共同推播(暫定，因推播貼文需經審核)	1式
	網紅行銷	表演團體社群、吃喝玩樂、山地哥共同推播	1式
廣播媒體	活動廣播帶製作	20秒廣告帶，用不同面向宣傳活動重點	2支
	98.3 港都電台	安排於活動前一週起，於電台播放	31檔
	Kiss radio大眾電台	安排於活動前一週起，於電台播放	38檔
平面媒體	活動新聞協助曝光	撰寫記者會長官、媒體邀請及長官致詞文稿、活動新聞稿，撰寫完經鄉公所發布	
	公車車身廣告	投放屏東客運公車車身廣告（原南下戰備大型廣告改為公車廣告）	1線
影像記錄	活動影像記錄	活動整場照片及影像拍攝	1式
	活動宣傳CF影片	提供影音剪輯檔於官方宣傳平台放送。活動前、後各一支	2支
藝術裝置	裝置藝術創作	邀請藝術家以獅子鄉創作，作品放置於獅頭山	1件

1. 網路媒體-官方社群粉專-執行

(1) 官方粉專貼文圖文卡提供：共計18則

粉絲專頁名稱	提供項目	數量	按讚數	分享次數	觀看數
SISIGU 獅子鄉公所	圖卡 + 文章	6則	793	215	
	圖卡	2則	384	47	-
	活動即時照片	4則	1140	40	-
	直播	1則	274	25	1.3萬
	影片 + 文章	5則	961	70	5.97萬
獅子好芒山蘇蕨起	圖卡 + 文章	1則	997	21	-

• 貼文類型成效比較

類型	特點分析
影片 + 文章	成效最顯著，單則平均觀看數高達 11,940 ，按讚數、分享數亦屬前段班。代表影音搭配文字說明的內容最具吸引力。建議日後主力投入影片製作與發布。
活動即時照片	吸引互動力強，4則貼文就有 1140按讚，平均每則近285讚，證明活動當下動態紀錄具高參與感與即時互動潛力。
圖卡 + 文章、純圖卡	作為資訊傳遞仍具效益，但互動表現明顯不如影片與照片。建議可搭配限動或短影音提升活化度。
直播	雖互動數不高，但觀看人次達 1.3萬 ，顯示即時內容具潛在擴散力，建議未來直播需加強預告與後續剪輯再推廣。

3. 網路媒體-網紅行銷-執行

(1) 吃喝玩樂FB社群：以影音貼文為主，共計7則，含一則抽獎活動

提供項目	貼文日	留言數	按讚數	分享次數	觀看數
FOCUS樂團-活動推薦宣傳影音	6/28	1	44	2	6,689
Boxing樂團-活動推薦宣傳影音	6/28	0	57	0	6,158
謝正男-活動推薦宣傳影音	6/27	2	75	6	1萬
黑旋風-活動推薦宣傳影音	6/27	1	72	8	72,07
沈昉禎-活動推薦宣傳影音	6/26	8	176	3	2.4萬
巴大雄-活動推薦宣傳影音	6/26	18	200	23	4.1萬
獅子好芒活動宣傳影片(含抽獎活動)	6/20	67	168	73	1.8萬

• 成效總結

項目	特點	效益
巴大雄	高觀看、高讚、穩定互動	藝人效應佳，強力吸睛
沈昉禎	高觀看、中讚、低互動	屬於被動觀看，互動待提升
獅子好芒總宣傳	高互動率、分享率最高	內容策畫佳、抽獎設計有效
Boxing樂團	觀看低、零互動	粉絲號召力未被有效喚起或素材不吸引人

• 未來行銷建議

1. 內容設計：

- 影音中搭配抽獎誘因 / 留言互動任務，能顯著拉高參與率。
- 讓表演者呼籲觀眾「留言標記好友」或「分享後截圖參加活動」具轉傳力。

2. 選角策略：

- 藝人推薦：巴大雄與沈昉禎為高影響力名單，可列入未來合作優先對象。
- 若資源有限，建議選擇：**觀看穩定 + 互動佳者（如巴大雄）**為優先。

3. 主題策略

- 「獅子好芒活動 + 抽獎」證明地方活動搭配遊戲互動內容效果佳。
- 建議未來主活動或藝人合作都設計社群互動任務（留言任務、標註好友、按讚抽獎）。

(2) 山地哥 (屏東B1 Music / 魏金漢)

- 活動推播
- 線上直播：邀請朱宏恩鄉長至B1 Music一同錄製直播節目，直播內容包含：獅子好芒活宣傳、周邊商品贈禮活動宣傳（含現場展示台逐一介紹）、愛文芒果早鳥預購

	
直播前預告宣傳	直播前預告宣傳
	
直播前預告宣傳	直播前預告宣傳
	
直播現場佈置-芒蘇蘇蘇 & 活動周邊商品	直播前彩排

直播現場同時發佈限動宣傳
直播觀看次數達1.5萬，分享數44次

• 效益分析（以屏東B1 Music近1年來類似活動直播做比較）：

A. 直播數據彙整

#	直播標題	播出日	觀看數	按讚/ 表情	留言數	長度 (分鐘)	每分鐘 觀看數
1	【獅子好芒·芒果狂想音樂節】 直播宣傳	2025/06/25	15,000	216	183	55	273/分鐘
2	來義系的歌…來憶專輯直播發表	2024/11/20	19,000	122	9	80	238/分鐘
3	拳擊錦標賽快閃直播	2024/11/05	11,000	163	49	47	234/分鐘
4	TKAO豐潮系列活動直播	2024/09/04	21,000	170	20	71	296/分鐘
5	收穫那麼多X屏東B1music	2024/09/16	17,000	166	26	80	213/分鐘

B. 效益分析

1. 觀看熱度比較（主題效應明顯）

- 最高觀看數為「TKAO豐潮系列活動」（21,000）和「來憶專輯發表會」（19,000），表示音樂主題、節慶宣告型活動較能吸引人潮。（也須考量直播日期新舊）
- 「獅子好芒音樂節」雖觀看數略低，但以55分鐘時間內達 15,000 觀看次數，每分鐘觀看率非常高，且於直播後，觀看次數仍持續上升，顯示宣傳成效極佳，具短時間引爆潛力。

2. 互動率分析（以留言為指標）

- 「獅子好芒音樂節」直播的留言數高達 183 則，為五場中最高，觀眾參與感強，互動良好。
- 其他直播多為 20 則以下留言，雖觀看高但黏著度與即時互動偏低。

3. 內容吸引與互動設計成效

- 「獅子好芒」直播明顯搭配活動熱點（音樂節 + 直播行銷），透過明亮標題與表情符號吸引點閱，並積極引導留言分享。
- 相較之下，「來憶專輯發表會」雖時間較長，但留言僅9則，可能缺乏即時互動設計（如：點歌、留言回應、抽獎等）。

C. 結論建議

高效益直播特徵 (以獅子好芒直播為例)	<ul style="list-style-type: none">搭配大型活動主題（音樂節 / 地方節慶）精準掌握時長（約 45~60 分鐘）有吸睛標題與動態符號、tag高互動引導：留言徵答 / 聊天室互動 / 主持人有回應觀眾
建議未來直播策略	<ol style="list-style-type: none">強化互動設計：即時回應留言、設置投票、抽獎激勵分享。直播前宣傳鋪陳：提前一天釋出預告影片 + 限動提醒。強化標題與縮圖設計：使用emoji繪文字、主題明確化（如 「🔥 LIVE首播 台灣最南端音樂節」）。直播後續利用：製作精華片段，搭配字幕與關鍵時刻推送，延長熱度。

柒、經費概算

項次	工作項目	數量	單價	金額	備註
一、場地佈置與規劃					
1	舞台設計佈置	1式	60,000	60,000	包含背板帆布輸出及裝置、花藝佈置等
2	入口意象與打卡區佈置	1式	60,000	60,000	主活動日
3	市集佈置	1式	20,000	20,000	攤位排、旗幟等
4	藝術裝置	1件	368,000	368,000	含運輸吊車及裝設費用
5	動線規劃	1式	20,000	20,000	動線區隔及指示牌
合計				528,000	
二、硬體設備					
1	霸王帳	2頂	100,000	200,000	舞台及觀眾區、貴賓交流區
2	3米歐帳（白）	70頂	1,200	2	1. 市集含行政攤位，含一桌二椅、電扇、燈光、110V電源插座 2. 交管人員休息區 3. 機動增設勾用
3	宮廷帳（白）	4頂	5,000	20,000	音控及表演人員等待休息區
4	發電機	3台	20,000	60,000	
5	桌椅	1式	30,000	30,000	市集區、觀眾區、貴賓交流區桌椅、主持人講桌等
6	冷風扇	8台	3,000	24,000	
7	流動廁所	10座	2,000	20,000	含1座無障礙廁所
8	舞台搭設	1式	40,000	40,000	
9	投影設備	2式	20,000	40,000	含技術人員費用
10	燈光音響設備	1式	180,000	180,000	含技術人員費用
11	啟動儀式設備	1式	30,000	30,000	
12	照明設備	1式	6,000	6,000	停車場及道路照明等
13	安全設備	1式	5,000	5,000	三角錐、圍欄等

14	直播設備	1式	40,000	40,000	含技術人員費用
	合計			679,000	
三、活動執行費用					
1	活動企劃與執行	1式	30,000	30,000	
	合計			30,000	
四、行銷宣傳及活動周邊商品					
1	廣播媒體宣傳	1式	80,000	80,000	
2	社群平台經營	1式	40,000	40,000	FB粉絲專頁圖文設計10則、共同行銷合作業者及單位宣傳等
3	網紅宣傳	2式	30,000	60,000	行銷宣傳及活動
4	宣傳短片製作	1式	60,000	60,000	活動前、後
5	公車宣傳	1式	50,000	50,000	
6	展銷活動	1式	550,000	550,000	含活動規劃、設備、表演、主持、佈置、交通、場地租用、打卡禮、促銷禮等相關費用
7	活動記者會	1式	200,000	200,000	含活動規劃、啟用儀式、燈光音響設備、表演、主持、佈置、餐盒、場地租借、桌椅、伴手禮、攝影等相關費用
8	活動視覺設計	1式	50,000	50,000	含LOGO設計、文宣排版、整體品牌視覺規劃、主題文創品設計
9	主題紀念商品（含包裝）	1式	150,000	150,000	運動毛巾、隨行杯、瓶裝水、扇子、刺繡貼
10	主題T恤	300件	300	90,000	工作人員200件
	合計			1,330,000	

1	表演費	1式	700,000	700,000	含交通住宿
2	主持費	1式	30,000	30,000	
3	攝影費	1式	40,000	40,000	含平面拍攝及動像錄影
4	交通維持管理	1式	15,000	15,000	交管人員5名、交管設備等相關費
5	臨時人員薪資	31人	2,000	62,000	

6	清潔/垃圾處理	1式	12,000	12,000	清潔人員4名、用具、清運等
7	活動日接駁車	1式	30,000	30,000	含車輛租借、司機費用、保險、接駁標示牌等
8	雜支	1式	20,000	20,000	冰塊、防曬乳、茶水、文具、芒果冰沙試喝相關費用、桌巾、音樂使用授權等
合計			909,000		

六、印刷費

1	邀請卡	1式	9,000	9,000	含記者會及活動日
2	海報	50張	80	4,000	
3	布條	30條	1,200	36,000	
4	燈旗	100組	750	75,000	
5	羅馬旗	50組	400	20,000	
6	大型廣告看板	2面	30,000	60,000	
7	其他文宣	1式	70,000	70,000	指示牌、標示牌、入口告示牌、簽名板、主題手拿板、活動流程立牌、攤位牌60張、50元餐卷800張、集點卡2000張等
合計			274,000		

柒、行政費

1	行政管理費用	1式	50,000	50,000	行政業務、文書影印、郵資、印花稅、保險等費用
2	營業稅	1式	200,000	200,000	包括全部應給付總額之5%
合計			250,000		
總計			新台幣 4,000,000 元整		

4. 觀眾回饋問卷執行與分析

(1) 問卷內容包含：

- 個人調查

1. 性別
2. 年齡
3. 是否有攜伴入場
4. 包含您在內，當天總共是幾位到場呢？
5. 您的職業別

- 活動調查

1. 當初是如何得知此活動
2. 是什麼原因讓您想參加活動
3. 印象最深的活動內容為
4. 您第幾次參加獅子好芒活動
5. 當天總共參與了多少時間
6. 您從哪裡來呢？
7. 你在【獅子好芒.芒果狂想音樂節】消費多少金額？
8. 是否有意願再次參與下一次的活動呢
9. 如果要選擇一個需要改善的地方，那會是什麼
10. 是否有任何話想和我們說

(2) 問卷統計資訊與分析

1. 基本輪廓

指標	結果與觀察
性別比例	男女比例接近，略多為女性
年齡層	主要為 20–39 歲族群，占整體過半數，顯示具文化參與熱忱與行動力，且為具消費力與社群傳播力族群。
職業類別	涵蓋學生、公務員、創作者、家庭主婦、教育人員等，族群多元

2. 入場與陪同情況

指標	結果與觀察
是否攜伴	多數參與者以 2–3 人組隊入場，表示活動具社交吸引力，以及具「家庭 / 朋友」共遊特質。
參加次數	約半數為首次參加「獅子好芒」活動，顯示成功拓展新受眾

3. 活動認知與參與動機

指標	結果與觀察
得知管道	以 Facebook、Instagram 社群為主，其次為朋友推薦與媒體報導
參與原因	喜歡音樂節氛圍、支持在地農產、對芒果有興趣、有抽獎誘因
吸引元素	音樂表演、市集體驗、部落文化為主要亮點

4. 體驗評價與回饋

指標	結果與觀察
最受好評	音樂舞台表演、部落小朋友展演、市集美食、芒果冰沙等體驗
可改進項目	最多提起為場地塵土飛揚以及遮陽設施不足。其他提及改進建議有：停車規劃及交通指引不明確、場地太小、觀眾椅子數量不足、主題商品希望可預購、Diy 人數控管不好擠在一起、打卡或集點兌換禮品可分時段等
購買意願	多數人表示會持續關注芒果產品並有意願參與後續購買活動

【結論與建議】

• 活動效益總結

1. 品牌形象提升

- 成功建立「芒果 × 部落文化 × 青年音樂」的創新中国印象。
- 吸引城市與外地年輕人，擴大獅子鄉知名度。

2. 文化與農產結合

- 結合部落藝術與農產，讓芒果不只是商品，更成為文化載體。
- 部落孩童表演與音樂舞台，促進文化自信與社區參與感。

3. 消費引導與後續效益

- 問卷顯示高度的後續關注意願，具有良好的「活動後導購」潛力。
- 芒果冰沙、現場販售連結成效佳，建議導入更多「邊體驗邊消費」機制。

• 未來建議方向

面向	建議
活動規劃	增設遮陽與休息區、優化動線安排、強化親子互動區
品牌行銷	持續強化社群操作（如短影音、直播）、建立官方LINE推播與預購
地方連結	加入更多在地故事導覽、文化導賞機制，深化遊客文化體驗
數據應用	未來可透過報名系統累積名單與分析，建立「芒果粉」專屬社群

MASALU

敬請指教