

FORESIGHT

▶▶▶ 高 瞻 廣 告

電子報 2019.05月 Vol.87

## Expedia : <The 20 Days Deal> 互動遊戲免費遊日本



Expedia推廣其有吸引力的折扣優惠“**The 20 Days Deal**”並提升其品牌知名度，Expedia用**互動遊戲**方式，讓路人在銅鑼灣的高交通位置參與機票贈品競賽。

按下按鈕將計時器打到精確20秒的參與者將有權獲得大獎，這是一張免費至日本的往返機票，遊戲持續3週。

Expedia成功地**在城裡引起了轟動和製造出話題**。

[影片連結](#)

## 雀巢咖啡：上海人民廣場的產品遊戲互動體驗



為了推廣冷釀咖啡，雀巢咖啡在上海人民廣場站推出了一款互動遊戲。

通過站在交互區域並移動他們的身體，乘客可以控制數字屏幕上的咖啡瓶以收集咖啡滴並嘗試在30秒內填滿瓶子。

任務完成後，參與者收到了一個QR碼，他們可以從附近的自動販賣機獲得一瓶免費的冰咖啡。

[影片連結](#)

## 最夯英雄電影 《復仇者聯盟4：終局之戰》

締造漫威影史空前的傑作！寫下難以超越的絕世經典

《復仇者聯盟：終局之戰》代表的不僅是漫威第11年於大成的心血，因此《復仇者4》也等同於一個世代的完結，從每一部電影的認識、愛上每一位不同的英雄，它象徵著信念，也鼓舞許多人心中的嚮往。許多片商在電影上映前看準捷運站人流的優勢來作為媒體廣告的輸出，在高雄車站採取電視影音輪播方式曝光，第一時間讓通行旅客接受到資訊，進而達到宣傳效益。



## 森歐黎漾：輕軌專屬彩繪列車



### 來去高雄搭輕軌！前往尋找森歐之旅

森歐黎漾堅信LOHAS概念，為現代繁忙的消費者量身打造屬於不同膚質與髮質的專屬保養品。近期和高雄輕軌合作，在高雄輕軌車體上做車窗彩繪及車廂大面積廣告宣傳，並在官網上舉辦活動，穿梭在高雄各大景點，讓每一位旅客搭上森歐專車出遊拍照還能抽好禮，創造出更大的廣告效益。



### [更多輕軌列車案例](#)



## 站內燈箱、月台玻璃貼



## 站內壁貼、站外看板



## 高雄新魅力 海音中心109年8月完工

[新聞連結](#)



台灣好新聞記者李祖東／高雄報導「海洋文化及流行音樂中心」基地總面積約11.43公頃，位於愛河出海口高雄港11-15號碼頭，西臨漁人碼頭、南接新光碼頭、北邊串聯愛河沿岸設施，是擁抱愛河與高雄港海域的交會地帶，地理環境十分優越。海音中心工程目前已邁入最後階段，預計109年8月完工後將成為高雄最耀眼的文創音樂基地，也是高雄新魅力所在。

海音中心建築設計採用多樣豐富的海洋意象，主題內容包含以六角型珊瑚礁形狀為屋頂的海洋文化展示中心、象徵浪花激濺飛揚的流行音樂展示區及容納5000人以上的大型室內表演廳建築群，還有以鯨魚家族悠遊愛河灣為發想的小型室內表演廳等。另為強化營運效能，亦納入文化創意產業專區，以伴隨輕軌蜿蜒動線配置的5隻小海豚建物為主題，展現海豚嬉戲跳躍的活潑意涵，同時也讓輕軌旅客進入綺麗海洋的音樂世界。

## 推薦帶得走的高雄記憶 高雄十大伴手禮曝光

[新聞連結](#)



聯合報 記者謝梅芬／報導 高雄市政府觀光局舉辦「2019高雄伴手禮選拔大賽」，吸引112間伴手禮業者熱情參與，經過專家評審及網路票選，結果在今天揭曉，同時紀念高雄升格直轄市改制40周年，觀光局也挑選40間具有文化傳承與歷史底蘊的老字號店家，在典禮中贈牌表揚。

觀光局長潘恒旭表示，伴手禮選拔大賽，推薦大家來高雄旅遊時，帶個伴手禮回去。同時，高雄有非常多歷史悠久的老字號店家，經過長時間的信用累積，建立起自己的品牌形象。這次挑選各商圈中的40間老店，希望他們未來也可以用曾經的輝煌，以及獨特的商業文化魅力，持續吸引來自各地的旅客。

## 高雄市農產品外銷訂單1.67億 市府：超過去年一整年

[新聞連結](#)



聯合報 記者謝梅芬／報導 高雄市農業局今晚表示，高雄市外銷農產品訂單中，已簽訂合約執行外銷金額為新台幣1.67億元，共4717公噸，大陸港澳地區為1億5700萬元；星馬達998萬元，數量已超過去年一整年。

外銷果品包含：鳳梨、芭樂、蓮霧、蜜棗、香蕉、木瓜、芒果、火龍果、檸檬、楊桃等。其中在合作備忘錄（MOU）上，農協開發公司和好果雲富睿網絡科技（上海）公司所簽訂的內容，每年採購440櫃的鳳梨、蜜棗和蓮霧等果品，今年度已出貨2800公噸，全數達成，具體把MOU當作合約執行，並已達標。

## 高雄5月觀光代言完全年輕化 搭訕網紅「波特王」來了

[新聞連結](#)



聯合報 記者楊濡嘉／報導 高雄市觀光局的5月份代言人，年輕化了，邀到搭訕撩妹網紅「波特王Potter King」「回故鄉」宣傳，透過「你還沒來過高雄嗎？」，波特王帶著大家走訪11處他想介紹給朋友的景點，5月初還要和高雄市長韓國瑜一起宣傳軍事觀光，探訪鼓山祕境。

高雄市觀光局長潘恒旭說，身高186公分的波特王就是高雄人，這次他義氣相助免費為高雄宣傳，「你還沒來過高雄嗎？」影片中的景點，都是波特王用自己的感受告訴大家高雄值得走訪的地方，包括三鳳宮、林園的市境之南、柴山九龍榕、六龜寶來溫泉區、左營蓮池潭、駁二藝術特區、捷運美麗島站光之穹頂、台鐵高雄火車站、左營北門、西子灣祕境、衛武營等。

## 基隆聯合高雄、台東和連江縣共推郵輪跳島旅遊

[新聞連結](#)



〔記者盧賢秀／基隆報導〕基隆發展成郵輪母港，郵輪觀光客1年將破百萬，為厚植郵輪觀光產值，基隆市政府和高雄、連江和台東等縣市聯合推郵輪跳島旅遊，近期盤點各島的碼頭設施與觀光資源，並規劃出特色行程，與郵輪業者合作，希望郵輪客留在台灣觀光消費。

基隆港郵輪旅客去年有94萬人次，今年目標突破100萬人次，基隆港東岸旅客中心正在增設自動通關系統和旅客中心，西二及三號倉庫整建第二郵輪旅客中心，也陸續動工，最近經常可以看到麗星、公主和哥斯達公司大型郵輪同時泊港。

這些郵輪客帶來的產值，據業者評估，光是郵輪上的蔬菜、雞蛋等補給，從前年2億去年已成長到6億元，成長十分驚人，市府進一步推郵輪跳島旅遊。

## 推動春旅專案 南投縣府前進高雄舉辦觀光

[新聞連結](#)



記者白珈陽／南投報導 配合交通部觀光局春旅補助專案，2日南投縣政府觀光處李孟珍處長偕同縣內業者、觀光產業代表，前進高雄舉辦媒合會。縣政府期許，除了補助政策，應持續優化南投縣觀光品質與服務，創造更大的觀光產值。

媒合會中，南投縣政府說明本次春旅專案的方式，由交通部觀光局推動的專案分為「A案自由行」、「B案團體補助」以及「C案特色活動」，執行期間為4到6月。

「A案自由行」，周日到周四，只要入住春遊合作旅宿，每人住宿只限一次優惠補助500元，18到40歲青年若前往離島或入住小鎮民宿，可各加碼補助500元，等於最高補助1500元。南投縣更因應智慧觀光趨勢，加碼南投好玩卡以及電子消費券，除了住宿補貼以外，單人最多可享有2750元優惠。

## 安聯小小世界盃 高雄初賽逾兩千家庭參賽

[新聞連結](#)



中時電子報 陳筱琳 安聯小小世界盃昨天在高雄輔英科技大學足球場進行，足球隊伍及家長們不僅來自高雄，更有屏東、台南、嘉義等來到現場比賽。今年安聯小小世界盃採取上限報名，短短三天內即高達200隊報名參賽報名額滿，讓高雄輔英大學熱鬧非凡。

邁入第六屆的安聯小小世界盃由中華迷國民你足球協會、動健科技主辦，安聯人壽冠名贊助，今年更獲得樂得Lotto贊助球衣與競賽足球，晉級隊伍將會獲得樂得贊助的精美神秘禮物。推廣幼兒足球已超過十年的張武業教練特別提到，「十年來的努力，從一開始不受到大家的重視，到目前滿滿的人潮與支持，不只是感動，更看見台灣足球產業的機會。」

## 高雄辦公大樓和住宅熱賣 城揚建設最受惠

[新聞連結](#)



工商 /顏瑞田、高雄 雄辦公大樓在去年九合一選舉之後，即呈現需求大增的趨勢，城揚建設在北高雄唯一的辦公樓產品「總裁時代廣場」，在選後銷售激增逾35%，同樣的，住宅成屋產品，也是熱賣，高雄推案王城揚建設推出的新成屋「大綠光」，在完工之後，即售出54.59%，成為最受惠建商之一。

城揚建設推出的大樓建案「大綠光」，日前完工，4日下午邀請在預售期間的已購客戶及其親友，共享、體驗「大綠光」的公共設施，城揚建設首席副總經理陳靜儀指出，她把住在上海璞麗酒店的公共設施，複製到「大綠光」，營造質感的公共空間，從銷售狀況來看，證明是成功的。

陳靜儀說，「大綠光」共有273戶，目前已經售出150戶，每坪售價介於25萬元到30萬元之間，平均成交價格也落在每坪25到27萬元之間，售出比例約54.59%。

## 高雄觀光再出招 月老到愛河畔駐足

[新聞連結](#)



聯合報 記者謝梅芬／報導 高雄市觀光局長潘恒旭大力推廣神算產業，今天上午陽明山姜太公道場響應高雄市長韓國瑜愛情產業鏈與神算產業，在愛河畔成立姜太公道場，請月下老人「駐店」，上午還邀網紅及藝人黃文星、謝金晶到場，送紅線，吸引不少民眾。

看好宗教觀光潛力，高雄市觀光局長潘恒旭打出神明牌，今天上午應邀出席高雄姜太公道場啟動典禮、與藝人黃文星、謝金晶、網紅直播點姻緣燈，分送象徵愛情長長久久的月老紅線給上百位粉絲，以宗教元素推動愛情產業鏈及神算產業，吸引不少民眾，連在高雄工作的日本女性也穿和服到場，希望能求得好姻緣。

## 手遊「Ingress」高雄任務結束 玩家樂遊高雄景點

[新聞連結](#)



聯合報 記者蔡容喬／報導 知名手遊「Ingress」5月3至5日在高雄展開系列活動，壓軸「任務日」今結束，有超過5千位國內外玩家齊聚，除在愛河感受到海港與流行音樂中心壯闊景色，首次出現在「Ingress」中的海上舞台，也讓所有人驚豔；玩家們以大眾運輸工具暢遊高雄，更成功與「Ingress」一起將高雄介紹給世界。

高雄市文化局表示，「Ingress」玩家在高雄市大街小巷、名勝古蹟等虛擬與實境的混成空間，展開一系列的競爭，考驗智能與體力，隔天「任務日」玩家更利用捷運、輕軌、公車、City Bike等大眾運輸工具，前往24條任務路線，每項任務須造訪6景點，各完成6個任務，就能兌換虛擬勳章，透過遊戲走遍高雄重要文化景點。

## 高捷嗶信用卡好悅耳 閘門傳出萬事達卡音樂 [新聞連結](#)



記者 溫子豪 報導 萬事達卡繼年初開放信用卡搭乘高雄捷運後，今(30)日再宣布，於高雄捷運建構全球第1個搭載萬事達卡品牌聲音辨別的交通運輸系統服務，只要使用萬事達卡信用卡進出，就會聽到專屬的音樂鈴響，大幅提升旅客的搭乘體驗；桃園捷運則從5月1日起開放21個車站都能使用行動支付進出閘門，首波祭出抽獎活動，送出「桃捷LED立體列車票卡」。

高雄市發展智慧城市服務，於去(2018)年8月與萬事達卡簽署開放式支付平台合約，並於今(2019)年1月開通使用信用卡支付進出高雄捷運全線共326個閘門，讓高雄市成為全世界第3座提供交通系統信用卡感應支付的城市。

服務開通至今，乘客刷卡進出的月增率高達50%，萬事達卡抓準時機再出招，啟用搭載萬事達卡品牌聲音識別的系統，讓所有以萬事達卡信用卡搭車的民眾，都能在感應的當下聽見專屬的音樂鈴聲。

## 軌道運輸轉乘高於汽車客運 高雄成長最亮眼 [新聞連結](#)



(中央社記者汪淑芬台北29日電) 根據交通部最新完成的「電子票證大數據觀察旅運轉乘」調查報告，104年至106年轉乘人數，軌道運輸轉乘平均年增率5.4%，高於汽車客運的3.5%，其中以高雄市成長表現最亮眼。

交通部統計，各縣市軌道運輸的電子票證轉乘量，隨搭乘人數同步增加，104年為1.1億人次，106年增至1.2億人次，平均年增率5.4%，高於汽車客運的3.5%。

6都中的電子票證轉乘人數，以台北市6474萬人次及新北市3327萬人次最多，桃園市及高雄市居次，分別為775萬人次及700萬人次。

# THANK'S

任何上刊規劃與創意想法歡迎與我們聯繫  
02-2751-5055



<http://www.fores-ad.com.tw/>