

「2024新北閱讀節：新北・構時尚」 活動行銷分析報告



中 華 民 國 1 1 4 年 6 月

目 錄

目 錄.....	1
第一章 品牌策略與規劃.....	3
一、整體策略定位.....	3
二、概念設計.....	4
三、展示論述.....	6
第二章 主視覺.....	7
一、主視覺設計.....	7
二、文宣品設計與製作.....	7
第三章 主題展覽.....	13
一、展示架構.....	13
二、展區規劃與執行成果.....	14
三、執行記錄.....	21
第四章 行銷活動.....	22
一、開幕活動.....	23
二、好書交換 閱時交換.....	30

第五章 行銷成果分析	33
一、宣傳規劃	33
二、社群推波成效分析	34
三、媒體行銷統計分析	38
第六章 整體效益評估	45
一、由內而外的品牌力：形塑具辨識度的閱讀風格	45
二、由外而內的傳播動能：從媒體聲量到社群脈動	45
三、多元共融的策展語彙：閱讀不只是行為，更是一種參與	45
四、引領：從閱讀走向文化	46

第一章 品牌策略與規劃

一、整體策略定位

將閱讀節結合空間與時間敘事為主體，每年聚焦於一個特定的新北主題，透過閱讀帶領民眾深度瞭解新北在地的發展歷程和未來趨勢。

2023 台灣設計展在新北剛落幕，在創下歷屆設計展最高的觀展人次的同時，「設計導入城市治理」也成為新北市後設計展時代的重要策略，尤以活動如何與地方產生連結、擾動地方動能進而擴大連結，成為重要的展示策略目標。

在過去，新北的閱讀活動主要以空間敘事為主，將閱讀視為一種宏觀的視野，從城市的文化天際線眺望，到走入大街小巷探詢生活的紋理，這樣的「城市閱讀」方式豐富了新北市民的文化生活，增加了對城市環境的認識和感悟。然而，隨著時代變遷，新北市作為台灣重要的研發和生產中心，需要更加深入地探索和剖析其文化發展脈絡。因此，團隊建議將閱讀節結合空間與時間敘事為主體，每年聚焦於一個特定的新北主題，透過閱讀帶領民眾深度瞭解新北在地的發展歷程和未來趨勢。這樣的策略，不僅能夠促進公眾對於本地產業的認識，更能夠激發公眾對於城市文化發展的興趣和參與。

此外，為呼應新北市的「永續」與「共融平權」議題，團隊建議於展後，將這些寶貴的成果和閱讀資源回歸於新北市的各圖書分館，形成一個持續累積的知識庫。這不僅使得閱讀節的成果得以永久保存，更為新北市內部的可持續性發展提供了動能。

二、概念設計

1. 由內而外的文化動能：展現新北的文化動能，強化文化認同與參與

在探索新北市的文化動能過程中，我們發現了一股從內而外逐漸擴散的獨特力量。這股力量根植於深厚的文化根基，是代代相傳的文化、價值觀以及生活方式的累積。在這連續不斷的文化傳承中，每一代人都在繼承的同時，細微地加入自己的創見和理解。這些小小的改變，隨時間積聚，形成了一股強大而不可忽視的文化力量，它是新北市獨特風格的由內而外的展現。

2. 獨特的文化累積與傳承：展現新北文化與產業相互融合出獨特的城市性格

新北市的獨特性正是這種代代相傳中微小變化的結晶所在。從悠久的傳統工藝到現代藝術的創新，從老街巷弄的傳統小吃到現代化商業中心的繁華，這些元素的融合不僅呈現在物質層面，更深刻地映照在居民的生活態度與價值觀中。在這個過程中，新北市展現了如何在保留傳統的同時，不斷地融入新的元素，逐步塑造出獨特的城市身份。

3. 多元文化的包容與穿搭：在新北文化與產業中看見城市發展的共好願景

在新北市的日常生活中，時尚是一種生活藝術，是對城市歷史、文化和社會價值的深刻反映。從春夏秋冬的更迭中流轉的時尚，從大街小巷的漫步中綻放的時尚，從車水馬龍的匆忙中閃耀的時尚，這一切都是我們生活中不可或缺的一部分。這裡的時尚體現了城市的多元化和包容性，無論是市場裡的小販、辦公室裡的專業人士，還是街頭的年輕藝術家，每個人都以自己的方式展現著時尚。這種時尚不僅跨越了不同年齡層，也融合了各種文化背景下的穿搭風格，展示了一種和諧而多元的文化共生。

4. 「RE:」新北·構時尚

在新北，時尚轉化為一場跨越形式與色彩的探索之旅，它是一場「再發現、再思考、再定義」的深刻旅程。隨著目光漫遊於新北豐富的自然景觀之中，山川河海不僅成為背景，更是時尚的展示舞臺。四季的變化帶來不同的色彩與情緒：春日的綠意在山間輕舞，夏風在河畔柔和吹拂，秋收金黃鋪滿平原，冬日海風帶來靜謐共鳴。自然與文化的融合描繪出新北時尚的豐富面貌。

因此團隊以 1 場主題展「時尚再閱界 Fashion from Reading」；4 週主題活動「風格閱覽室 Fashion Library」、「永續時尚 Show Fashion Show」、「永續實驗室 Fashion Lab」、「永續設計師 Sustainable Design」之規劃，讓民眾透過參與「再發現」新北的美、「再思考」時尚的意義，並「再定義」屬於自己的風格，找到一種超越時代與潮流的新北永續時尚。我們希望 2024 新北閱讀節不單是一種外在風格的展現，更重要的是向觀眾展示一種生活態度，一種對美、對永續、對文化多元性的深刻理解與實踐。

刀齒元鑄把鑄迴鑄取樣

三、展示論述

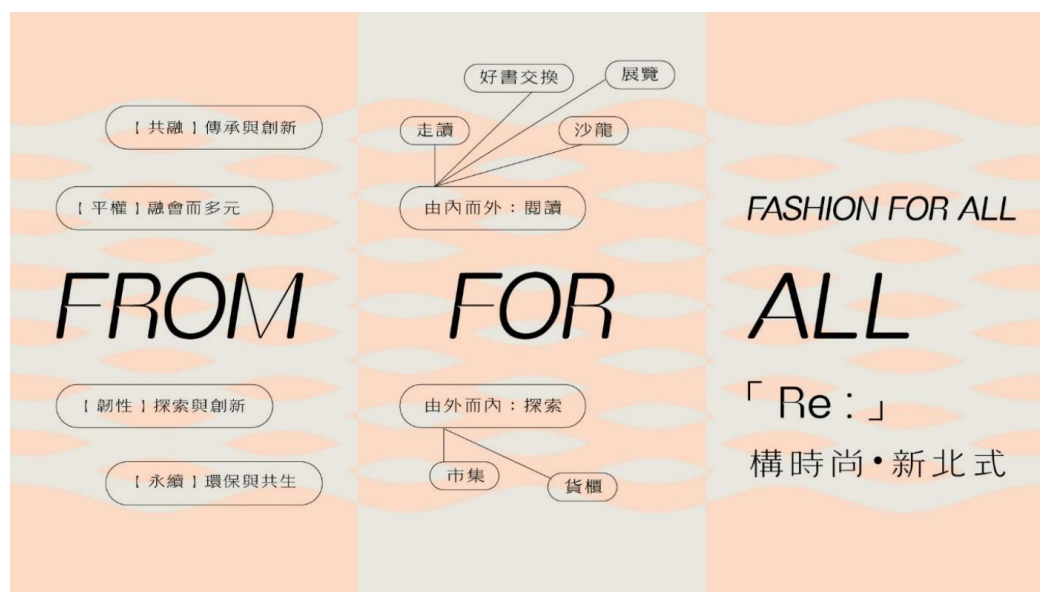
團隊在爬梳並融匯新北產業特色後，本次閱讀節以「閱讀」為核心，「時尚」為方法，在「Fashion for All」的框架下，透過「Fashion from Reading：由內而外的累積風格」、「Fashion from Exploration：由外而內的塑造風格」兩大策略進行規劃。

1.Fashion from Reading：由內而外的累積風格

主題展以「時尚再閱界」為題，包含：「山海儲藏室 | 重新發現新北原料」、「文化發酵槽 | 用文化染色」、「風格加工廠 | 再織獨特的你」及「永續製造所 | 城市自然共融」四大閱讀展區，挑選「文化」、「族群」、「潮流」與「永續」四大面向書籍，並結合舉辦「閱讀沙龍」、「新北走讀」與「好書交換」等周邊活動相呼應。

2.Fashion from Exploration：由外而內的塑造風格

以一連串帶狀活動「風格閱覽室 Fashion Library」、「永續時尚 Show Fashion Show」、「永續實驗室 Fashion Lab」、「永續設計師 Sustainable Design」等主題活動，邀集時尚產業、服裝製造產業等立足新北，展望世界的豐沛在地動能，共創新北閱讀節的全新風貌。



第二章 主視覺

一、主視覺設計

主視覺概念借鏡莫比烏斯帶概念，轉化為圖像設計呈現無限的圓、環、繞、圈等，連結永續時尚與環境共生的當代意象。透過跳色傳遞潮流由我行自主反思的衝擊，在簡約單色中導入高飽和、高彩度的跳色詮釋，藉此感受其搶眼又獨特的直觀。承續時尚永續的符號與獨特直觀的色彩，以此傳遞時尚我行的精神主張，定義一詞轉化文字設計，並將其解構重組為視覺的主架呈現。

二、文宣品設計與製作

1.活動摺頁設計



本次摺頁設計採正反彩色印刷，展開尺寸 40x56cm，使用 120g 高麗映彩，以正 4 反 4 雙面水平光 階梯 4 折再對折之設計，總印製 1,000 份。相關設計規劃與執行成果如下，另製作成品交貨簽收單詳附件。



▲活動摺頁（正反面設計）



▲摺頁印製成品

2. 電子文宣設計

本次製作之電子文宣素材如：活動 Banner、EDM、邀請卡等項目，相關執行成果如下。



▲ 規格：160 × 250



▲ 規格：270 × 300



▲ 規格：438 × 254



▲ 規格：820 × 312



▲ 規格：945 × 465



▲ 規格：1200 × 218



▲ 規格：1366 × 768



▲ 規格：2048 × 1024

新北·構時尚

2024 FASHION FOR ALL「新北·構時尚」

謹定於2024年4月20日(週六)上午10:00
在新北市府1樓大廳,舉辦活動開幕記者會

時間

4月20日(星期六)上午10:00

09:30 - 10:00	貴賓暨媒體報到
10:00 - 10:01	主持開場
10:01 - 10:06	開場表演
10:06 - 10:10	市長致詞
10:10 - 10:15	永續生活分享
10:15 - 10:20	啟動儀式及合影
10:20 - 10:25	特展參觀
10:25 - 10:30	媒體聯訪
10:30 - 10:50	永續SDGs「讀」就GO (閱讀展覽及劇團表演)

誠摯邀請您

新北市市長	侯友宜	敬邀
新北市文化局局長	張意育	
新北市教育局局長	張明文	
新北市秘書處處長	蔡慶鈺	

新北市政府 | 新北市政府文化局 | 新北市政府教育局 | New Taipei - SDG | 新北市政府秘書處

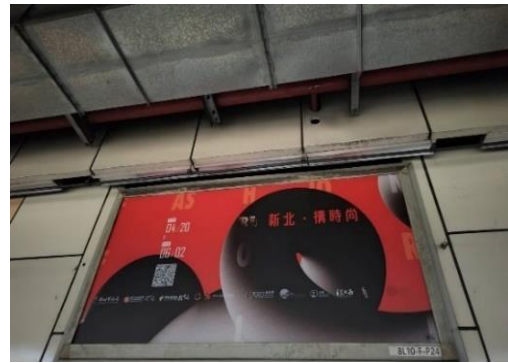
▲ 電子邀卡

3.捷運燈箱

本次製作捷運燈箱 1 面, 相關設計圖及施作成果如下。



▲ 捷運燈箱設計圖



▲ 捷運燈箱_更換後

4.行銷宣傳品

本次宣傳品之製作理念以透過時尚的小細節，彰顯平權與共融的重要價值。因此，以 1 套四件組的鈕扣，共製作 700 套。每一件鈕扣不僅是服裝的點綴，更傳遞了支撐、支持、點亮及聯繫的力量，並選擇自然材料展現對環境責任的承諾，同時也鼓勵公眾重新思考日常生活中的永續實踐。以下為鈕扣套組之執行成果紀錄：

文案	「獨特而不孤獨」四件扣組 — 平權、共融、支持與獨特而不孤獨 【獨特而不孤獨扣子】 擁有獨特光澤的貝殼扣不僅是服飾的佩戴點綴，更是永續精神與人際連結的象徵。每個扣子如同新北獨特的敘事者，即使每個人都是獨一無二的存在，我們仍舊相互依存，共同編織著新北的豐富多彩。 【共融扣子】 圓中帶圓的設計，使用天然果實製作，以不同紋理象徵著各種背景和身份的人們共同構建的和諧社會。 【平權扣子】 以數個心形串聯而成的設計，象徵全球平等無界限，並以外圓包覆心形，呼應了全球共融的理念。 【支持扣子】 以橋梁的形狀設計，代表連接和支撐。材料為原生木料，樸實的質感象徵真摯的溝通和理解。 設計理念：選擇使用自然材料為依據挑選這些扣件，扣子不僅是實用的考量，也代表著支撐、支持及聯繫的力量。寓意著在保持個體獨立性的同時，通過共融、支持與聯繫共同構建一個和諧的共同體，也留出彼此間呼吸和成長的空間。
-----------	---

製作成品

26 x 10 cm

FASHION FOR ALL

「RE:」新北・構時尚

選擇使用自然材料為紡織品製造配件，賦予不備而用的意義，強化
資源循環、發揮民間力量，為臺灣的紡織業注入新的動力，並能
反映、文化與工藝具出傳統、展現當代工藝，並能反映當代工藝的
發展與趨勢。



獨特帶平織圖



平織



平織



平織



第三章 主題展覽

本次閱讀節以「閱讀」為核心，「時尚」為方法，在「Fashion for All」的框架下，以主題展「時尚再閱界 Fashion from Reading」為核心，包含「山海儲藏室 | 重新發現新北原料」、「文化發酵槽 | 用文化染色」、「風格加工廠 | 再織獨特的你」及「永續製造所 | 城市自然共融」四大閱讀展區，挑選「文化」、「族群」、「潮流」與「永續」四大面向書籍與活動相呼應。

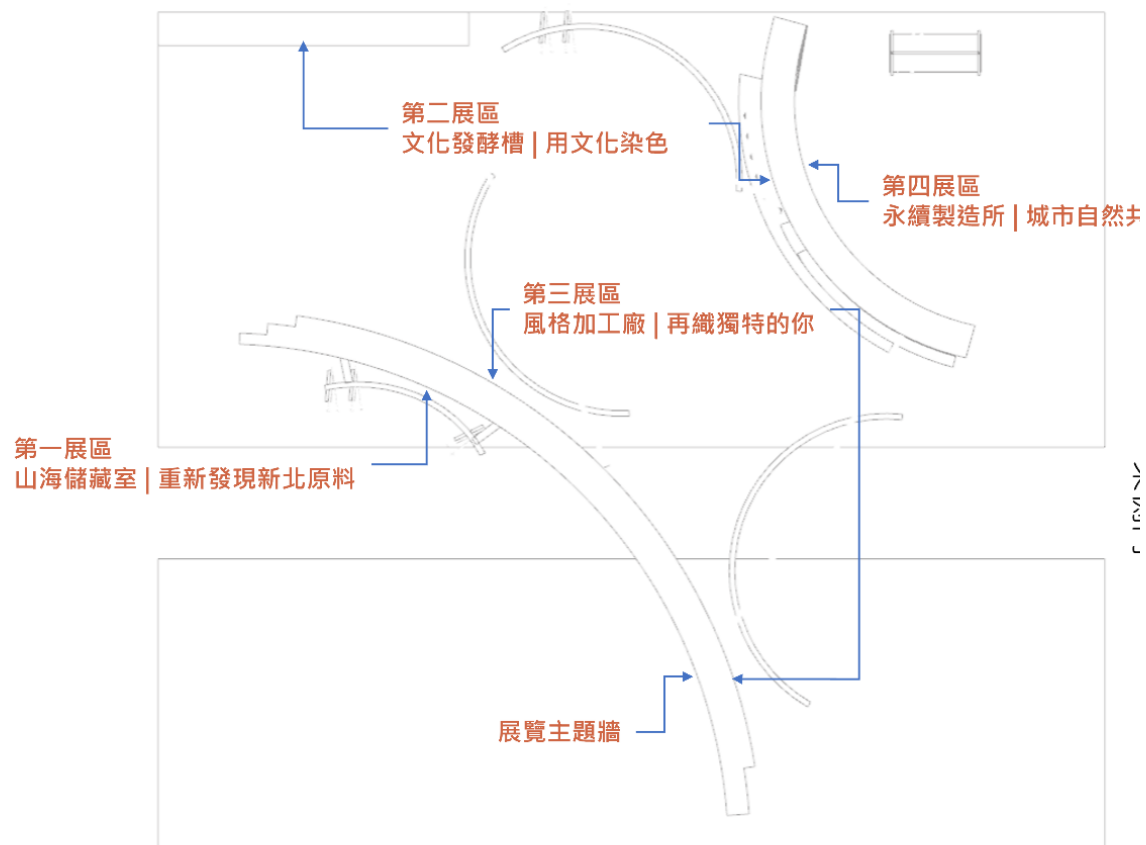
本次展示內容規劃策略以新北市政府出版品為主，如：《新北市文化季刊》、相關文史專書等，透過從不同題材專文中選句，並搭配相關主題之選書，打造在新北閱讀可以閱讀新北，更可以在新北閱讀世界。

一、展示架構

展示分區		展示內容	地點
1	山海儲藏室 重新發現新北原料	透過探索新北五條美學廊帶，我們將城市的自然風貌和文化紋理融合，展現出新北的獨特地域特色與文化力量。展區將集中展示新北的紋理與形式，讓民眾在透過探索尋找再發現的契機，開啟對於新北的時尚能量的想像。	市府大廳右側
2	文化發酵槽 用文化染色	將閱讀作為一種探索工具，深入發掘新北29區豐富多彩的地方文化。我們將從新北的歷史、民俗和日常生活中提取色彩，並將其聚合成一幅既獨特又包容的新北色彩圖鑑，邀請民眾「再思考」文化的多樣性及其在當代生活中的意義。	
3	風格加工廠 再織獨特的你	將引導民眾深入思考當前的生活方式、消費習慣以及我們與社會、環境之間的互動模式，以揭示日常行為如何影響到我們所處的環境，以及我們如何透過個人行動來改善對環境造成的影響。	
4	永續製造所 城市自然共融	此展區聚焦於時尚與城市生活的綠色轉型無縫結合，並透過新北對永續的深刻理解出發，呈現各種生活中實踐永續發展的創新方案。同時透過二手換衣交換故事的力量，讓民眾理解永續不僅是理念，也是每個人日常生活中可以實踐的行動。	

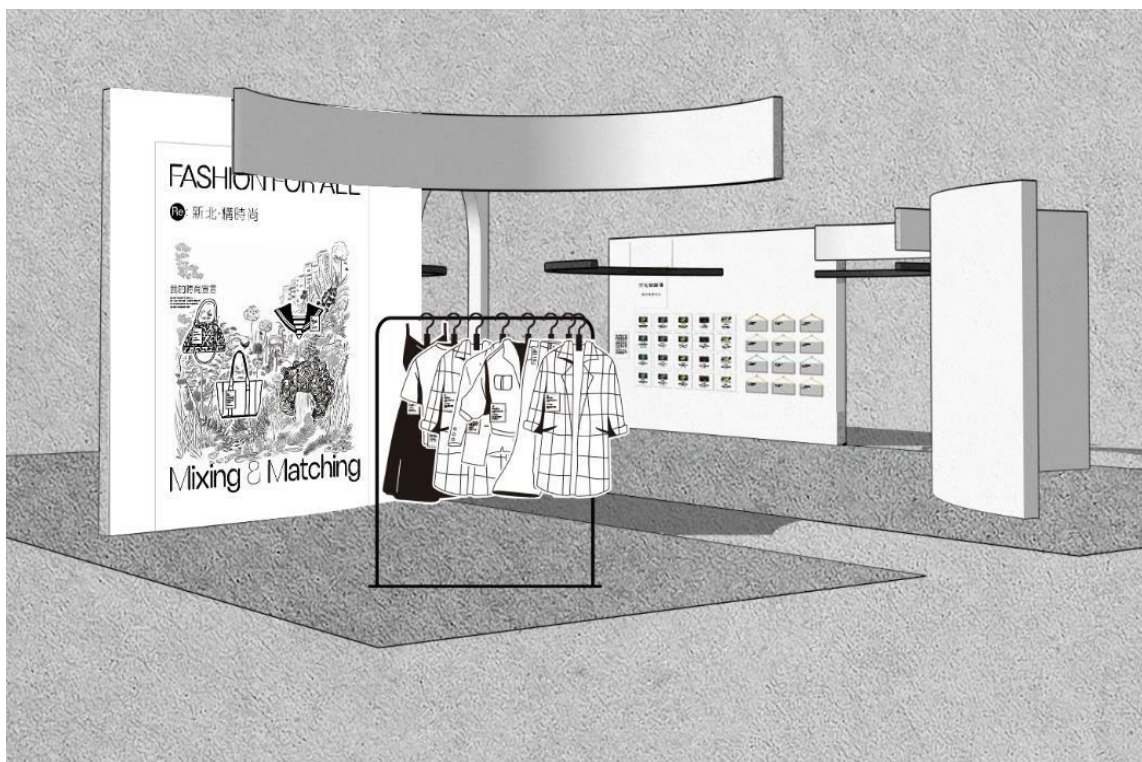
二、展區規劃與執行成果

1.展場平面與動線規劃



▲展區平面配置圖

2.展示空間設計規劃



3.各展區內容規劃

在新北，時尚不僅是形式與色彩的追求，它是一場「再發現、再思考、再定義」的旅程。當我們的目光遨遊於新北的山川河海，這些自然景觀化身為時尚的舞台，隨著四季的變遷展現多姿多彩的魅力：春天的翠綠映照山間，夏日的暖風在河畔輕拂，秋季的豐收在平原上鋪展金黃，冬天的寧靜在海風中尋得共鳴。四季如流，自然與人文共織的風景帶勾勒出新北時尚的廣闊主題。

再發現 RE(ACT)

在「都會探索-府中美學」中，我們重新發現傳統與當代文化和諧共生的可能，賦予城市一種新的文化韌性；「藍天海岸-古蹟文化」讓我們在向未來邁進的同時，也珍視和傳承過去文化資產的美好。「綠色山林-茶山文化」、「紅色陶寶-三鶯文化」和「黃金山城-礦業文化」將曾是新北生命力源泉的產業，通過當代視角重新詮釋，注入柔和的生命力。當我們欲為日常添上新意之時，新北 29 區提供了無限的靈感。從三峽大菁中提取的靛藍，編織成海洋般廣闊的髮飾；在新北的工廠中，看如何將廢棄漁網轉化為永續之線。我們學習新住民朋友，以繽紛色彩展現熱情；或靜心探尋日常，以創意點綴未來。

再思考 RE(THINK)、再定義 RE(DEFINE)

新北的時尚不僅關乎外表的裝扮，而是一個邀請每個獨特個體自由表達自己的平台，通過多元性與韌性建立起溝通和交流的橋樑。這樣的風格，讓居住於此的每一個人都能舒展個人特質，對新北的我們來說，時尚是自我認同的延伸。我們將外在的探索轉化為內在形象的投射，內心的累積轉化為自然散發的風格，共同塑造了新北獨有的時尚風格——既獨特又不孤單。

(1) 第一展區：山海儲藏室 | 重新發現新北原料

在「山海儲藏室 | 重新發現新北原料」展區，參觀者將踏入一個由新北五條美學廊帶所構成的自然與文化精粹的探索之旅。此展區聚焦於新北的山川、海洋、建築和地方特色從中採集靈感，每一個元素都代表著該地區獨有的故事和美景。同時邀請藝術家 V&J 玕笙工作室 共同創作，採用新北地區特有的元素，如特色建築、地方節慶、自然景觀等，與永生花的自然美感相結合，創造出一個既生動又富有層次的視覺效果。永生花象徵著文化的永恆與不朽，而回收材料的使用則反映了對環境的關懷和永續發展的承諾。透過這種獨特的材料組合，我們希望傳達一個信息：

時尚不僅是外在的裝飾，更是文化深度和環境意識的體現。本區選書以呈現新北山、川、河、海等自然地景為選書依據外，也將延伸與色彩學、生活觀察等相關議題之書籍；同時本區亦可作為現場沙龍與開幕活動亮點體驗使用，將展區整體空間營造出時尚流動與新北四季緊密相連的視覺風格與感受。



▲ 第一展區 執行成果

(2) 文化發酵槽 | 用文化染色

新北市的街道如同一幅多元文化的畫布。這裡不僅有傳統市場的熱鬧與現代商業中心的繁華，還有來自世界各地的文化交織其中。從東南亞小吃攤到歐洲風格的咖啡館，每個角落都散發著不同文化的氣息。這些文化元素在新北市的街道上交織，形成了一種獨特的時尚語言，這種由內而外的文化動能不僅反映了深厚的文化根基，更顯示了新北市在代代相傳的文化中不斷創新和蛻變的能力。在「文化發酵槽 | 用文化染色」展區中，我們計畫將新北地區豐富多元的文化面貌轉化為時尚的表達。讓這面牆壁成為一個故事的載體，講述著從傳統文化到當代生活演變的過程，展現如何通過閱讀和理解不同文化的共

融，創造出既獨特又包容的時尚風格。



▲ 第二展區 執行成果

(3) 風格加工廠 | 再織獨特的你

這一展區聚焦於個人風格的塑造與永續時尚認同的形成，促進一場關於自我表達與集體價值的對話。在「風格加工廠」中，將引導民眾深入思考當前的生活方式、消費習慣以及我們與社會、環境之間的互動模式，以揭示日常行為如何影響到我們所處的環境，以及我們如何透過個人行動來改善對環境造成的影響。



▲ 第三展區 執行成果

(4) 永續製造所 | 城市自然共融

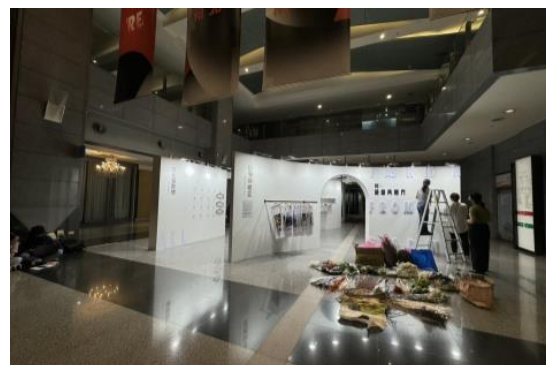
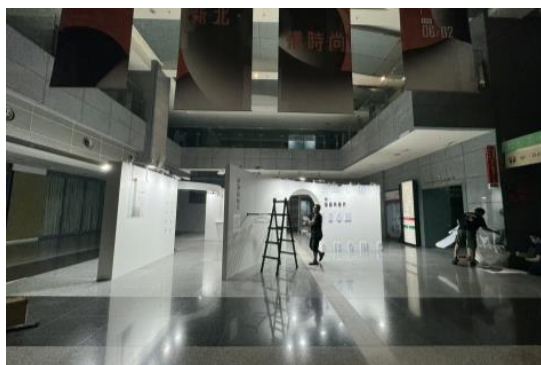
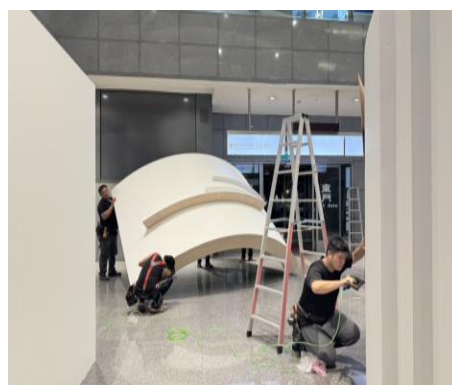
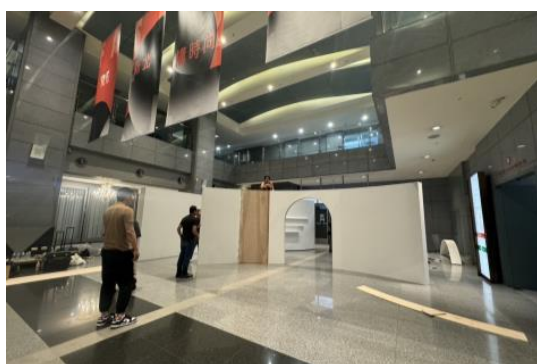
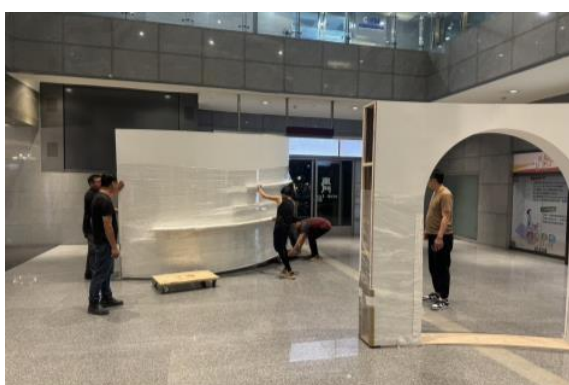
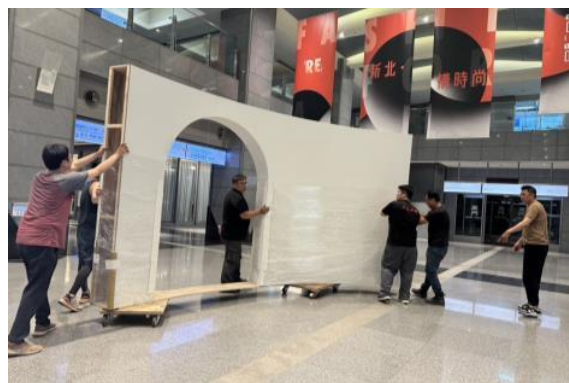
在「永續製造所 | 城市自然共融」展區，我們以「從建立個人風格開始，創造永不退流行的時尚，也就是獨特而不孤獨」作為核心理念，提倡透過個性化穿搭來推動永續發展的生活方式。我們相信，時尚不僅僅是流行趨勢的追隨，更是一種個人表達和責任實踐的方式。因此，本展區將規劃一系列的互動活動，鼓勵參觀者重新審視自己的衣櫥，並探索利用舊衣服創造新穿搭的可能性。我們將設立「衣物交換站」提供一個平台讓參觀者將自己不再穿著的衣物帶來交換。這不僅能減少浪費，也能激發個人的創造力，促進獨特風格的形成。

通過這些互動活動，我們希望參觀者能夠體會到：永續時尚不僅是一種選擇，更是一種生活態度。鼓勵從個人做起，透過每一次的衣物選擇和穿搭決定，貢獻於環境保護，並在這個過程中發掘和表達自己的獨特風格，真正實現「獨特而不孤獨」的永續時尚理念。



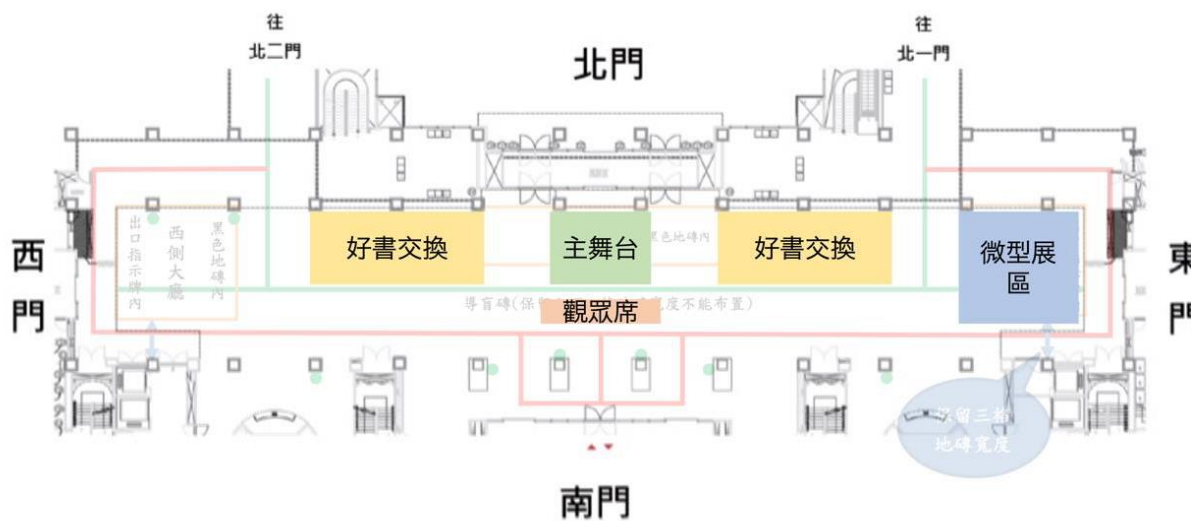
▲ 第四展區 執行成果

三、執行記錄



第四章 行銷活動

2024「新北閱讀節」團隊以「Fashion for All：新北·構時尚」為主題，以「再發現、再思考、再定義」的概念反思時尚的意涵，讓舊物品不再是被遺棄的廢物，而是蘊藏著無限可能的寶藏，用自我的方式定義永續時尚。在前導活動的規劃上，緊扣閱讀節的宗旨，開幕記者會當天搭配「好書交換|閱時交換」和「主題講座|時尚閱界」兩大重量級的活動，邀請中生代永續時尚設計師參與，透過主題講座的深度訪談，搭配市府一樓大廳微型展覽內容、好書交換活動和閱讀小棧特色選書，帶出本屆「新北閱讀節」的整體調性和豐富的活動內容，讓市府一樓大廳成為閱讀節的亮點必訪點。



▲ 活動場域規劃示意

一、開幕活動

1.活動規劃

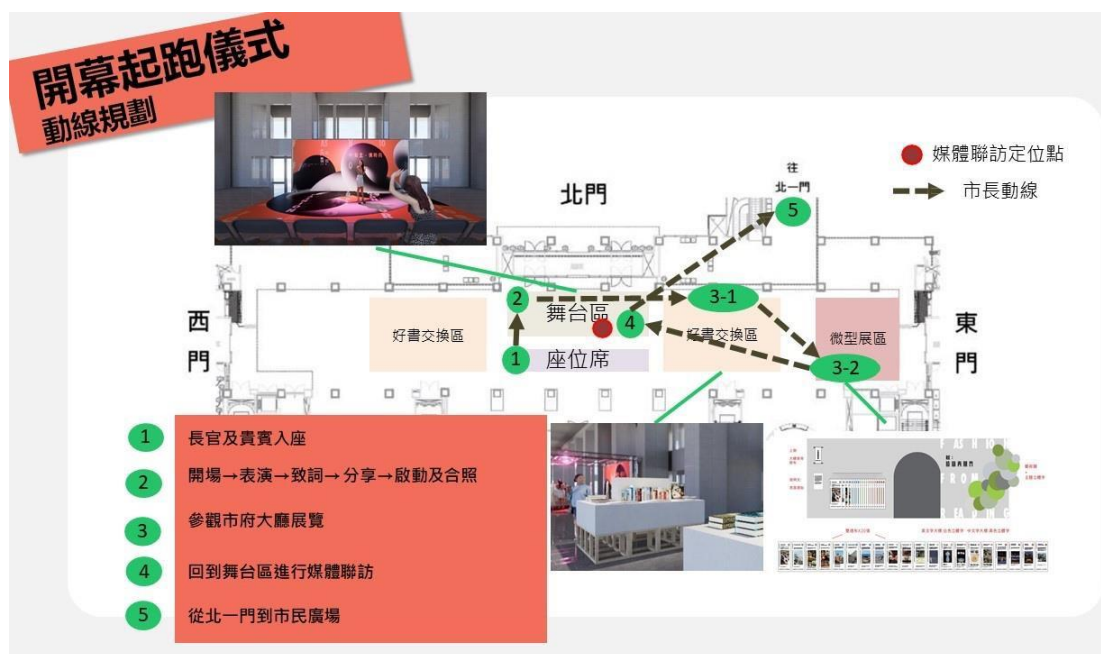
活動名稱：「新北·構時尚」開幕記者會

專案日期：113 年 4 月 20 日(六) 10:00-10:30

活動流程：

時間	內容
10:00-10:01	主持開場
10:01-10:06	開場表演
10:06-10:10	市長致詞
10:10-10:15	永續生活分享 (市長與閱讀大使互相分享)
10:15-10:20	啟動儀式/大合照
10:20-10:25	好書交換/貴賓參觀展區

2.開幕儀式起跑動線規劃



3.開幕表演規劃

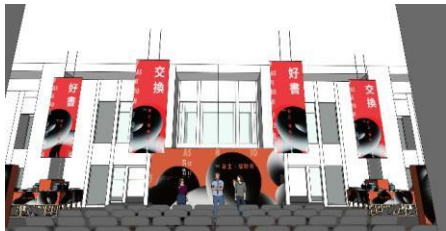
「新北·構時尚」開幕表演以舞台劇形式，結合永續議題和微型展中二手衣記憶交換的概念，形成開幕式的開場演出。本次規劃與執行如下：

舞台 硬體 規劃	活動地點：新北市政府一樓大廳 座位數量：擺放約 60 張椅子
開幕 啟動 儀式 設計 規劃	為更加扣合閱讀節本質，並作為活動起跑第一槍，啟動儀式將以主視覺亮相燈箱作為道具。 表演結束後，現場推出道具燈箱，邀請貴賓上台，將書籍牌插入道具箱，主視覺亮相。 象徵2024「RE：」新北·構時尚 Fashion for All，從此起跑！ 亮燈示意圖

主持人介紹	王純蕙 主持經驗豐富多元，從活動、記者會到各式各樣的競賽與論壇主持。至今累積超過數百場的主持經驗。 主持經歷 【財經節目】大會計師與小股民 節目主持人 文策院【文化新創加速 推進計畫】活動主持 全球人壽 gyla 夏季高峰論壇主持人 新竹市玻璃設計藝術節 金玻獎 主持 新北美國學校 AAIA Christmas Party 中英文主持 【產業發展局】台北創業家 姐的時代 論壇主持 
永續時尚生活分享	分享大使：陳穎 - 實踐大學服裝設計學系二年級 - 曾為金手獎獲獎學生 - 新北文化大使團隊曾擔任中隊長，負責 111 年文化創意商品競賽專案  邀請陳穎與市長分享自身穿搭，以舊衣再製、重新設計的時尚長裙，連結時尚與生活，分享永續。而市長也回饋分享往年跑行程所穿著的牛仔褲，希冀透過此次時尚秀之設計師，巧手改造，埋下大秀伏筆。 

秀場導演介紹	本次邀請到秀導方瑋，台北藝術大學戲劇系導演主修畢業，擁有近 15 年秀場經歷，擅長燈光視覺效果以及融合劇場元素營造氛圍																						
開幕秀表演規劃	新北日常街頭即時尚  商  文青 咖啡師  舞蹈家  女性騎士  女性OL																						
	· 模特規劃：共 5 位，三女兩男 · 人物設定：設定 5 種職業和生活模式，從傳承與永續思考，從個性推動，並延伸為五種衣物的故事、材質和樣態。																						
	<table><tr><td>角色形象</td><td>商務人士</td><td>文青咖啡師</td><td>舞蹈家</td><td>女性騎士</td><td>女性OL</td></tr><tr><td>服裝建議</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td rowspan="2">建議選書</td><td> 美國男神</td><td> 在台北生存的一百個理由</td><td rowspan="2"> 感覺十書 蔣勳談美</td><td> 不存在的騎士</td><td> 蘇格拉底咖啡館</td></tr><tr><td> 女兒父親</td><td> 1Q84</td><td> 戀愛</td><td> 古都</td></tr></table>		角色形象	商務人士	文青咖啡師	舞蹈家	女性騎士	女性OL	服裝建議						建議選書	 美國男神	 在台北生存的一百個理由	 感覺十書 蔣勳談美	 不存在的騎士	 蘇格拉底咖啡館	 女兒父親	 1Q84	 戀愛
角色形象	商務人士	文青咖啡師	舞蹈家	女性騎士	女性OL																		
服裝建議																							
建議選書	 美國男神	 在台北生存的一百個理由	 感覺十書 蔣勳談美	 不存在的騎士	 蘇格拉底咖啡館																		
	 女兒父親	 1Q84		 戀愛	 古都																		

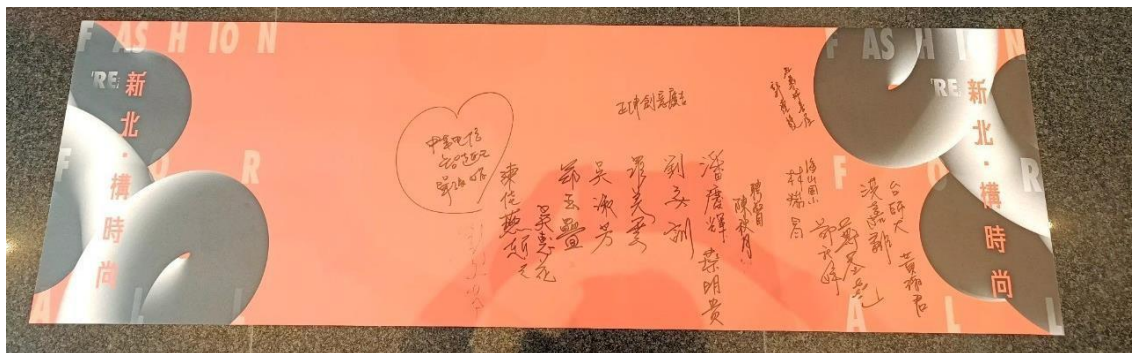
4.執行成果紀錄

場地佈置 (樣式設計/實際執行成果)	
	
	
	
開幕儀式進場紀錄	
	
▲掛旗施工	
	
▲地貼施工	



▲記者會舞台施工

開幕當天紀錄



▲貴賓及媒體簽到入場

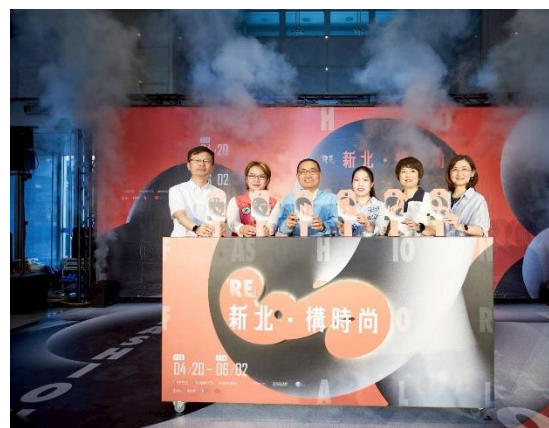


▲暖場及主持人開場

開幕表演



市長致詞暨啟動儀式



好書交換/貴賓參觀展區/媒體聯訪



二、好書交換 | 閱時交換

為鼓勵閱讀，本次「新北閱讀節」在開幕記者會的當天結合「好書交換 | 閱時交換」活動，在新北市府一樓大廳中央搭配記者會現場，設置好書交換區，配合圖書館的主題選書，結合主視覺色調與設計概念，利用大型看板，標示本次選書的方向，並結合書籍陳列桌和交換區域，營造展區的整體視覺感，將「好書交換 | 閱時交換」活動區打造為民眾書籍交換場域與打卡拍照點。

1.場次規劃

活動地點	新北市政府一樓大廳
活動時間	113.4.20-5.5
活動空間規劃	配合圖書館主題選書，以大型布幕或看板傳遞主題選書的概念與視覺意象，並搭配書籍陳列桌和好書交換區域，讓民眾可以快速瞭解選書方向，同時營造整體區域的視覺效果。 櫃體以多個單位組件組成，待好書交換活動結束，後續再作為主題貨櫃區展示陳列台使用。
執行規劃	1. 規則說明： 時尚再閱界 閱借好書，閱界分享 透過好書交換流通，分享閱讀資源，延伸每一本好書的價值 2. 好書交換時間：09:00-18:00 好書交換方式：帶上家中好書，至現場以 1 本換 1 本的方式交換。若當次未全數換到喜歡的書，可將未交換的書帶回去，或捐贈給圖書館做為好書交換及漂書之用。 3. 收書原則： 有註記版權資訊，只要保存完好且無破損、污損或塗鴉情形皆可交換。 電腦、法律、旅遊書籍及地圖資料需 5 年內出版者才收。 凡中小學教科書、各級學校升學參考書、考試用書、各類宣傳品（含政令宣導品、宗教善印經書等）、連續性出版品（期刊雜誌）、小冊子、舊書商或出租書店汰舊書籍、各機關學校藏書或報銷報廢資料、光碟片、錄音帶及錄影帶等，恕不交換。 凡違反法令、善良風俗或盜印、盜版、盜錄、盜拷之圖書資料，以及本館認定不宜交換者皆不收。 「漂書」恕不交換，因已有加工註記(蓋章、漂書貼及藏書貼)，不符合收換書原則。 民眾所提供交換之圖書資料，本館擁有處理權。

2.執行成果紀錄

場地配置 (設計樣式/實際執行成果)



好書交換進場紀錄



執行紀錄

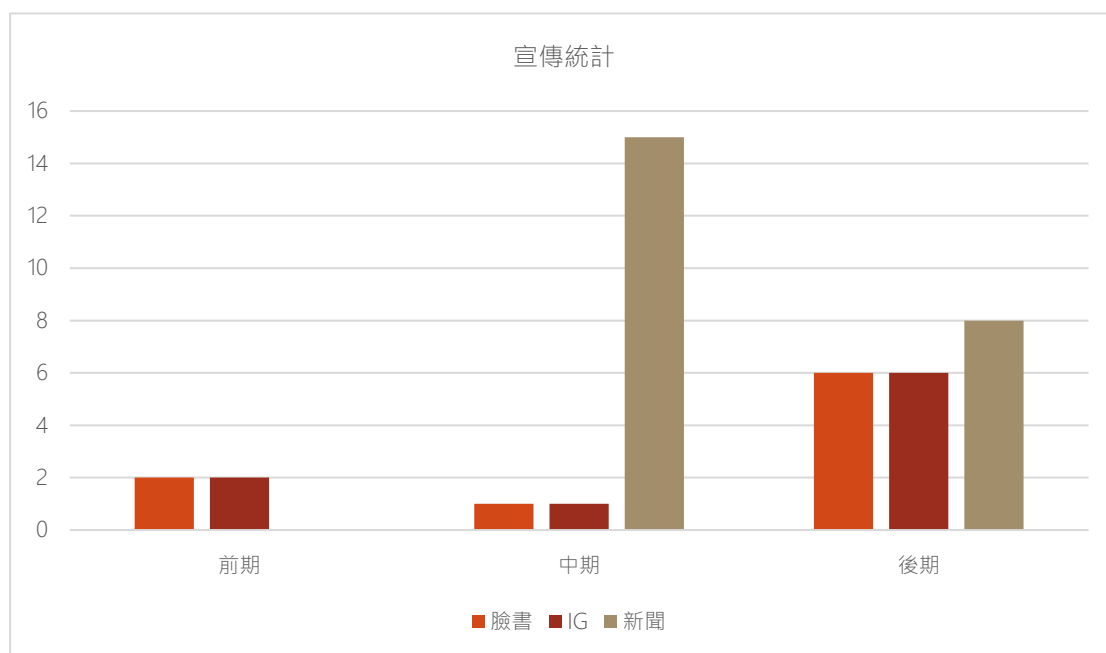


第五章 行銷成果分析

一、宣傳規劃

本次宣傳配合活動總體時程以三個行銷波段為規劃，分別為前期活動預告、開幕當天及後續活動宣傳（另於週末活動當週亦會再另行個別發出活動提醒），綜整如下：

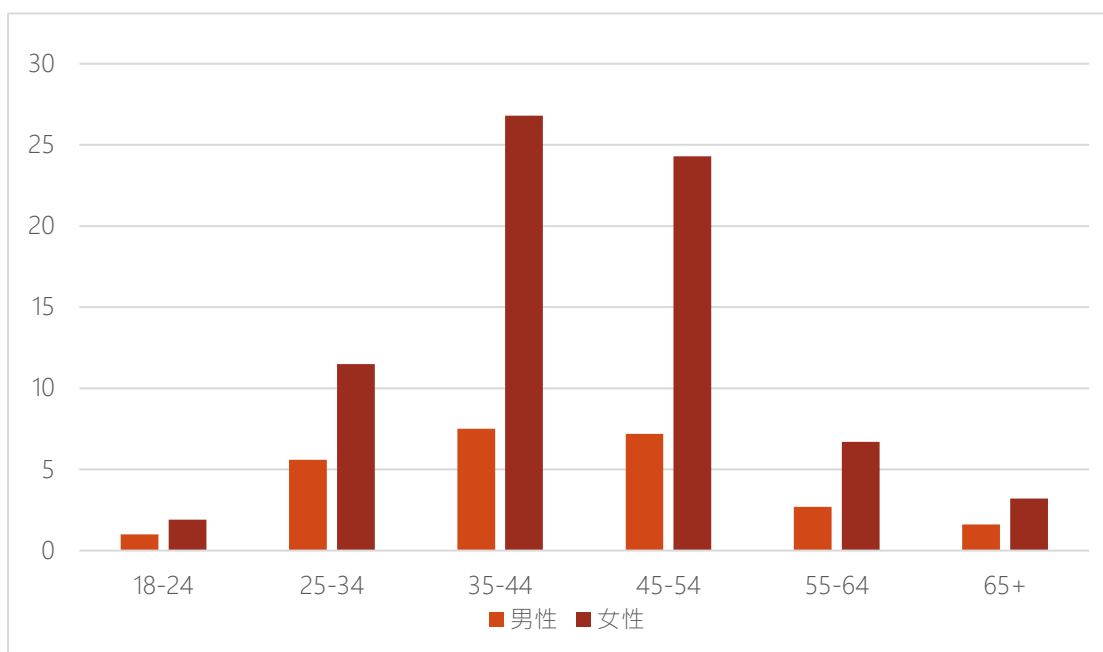
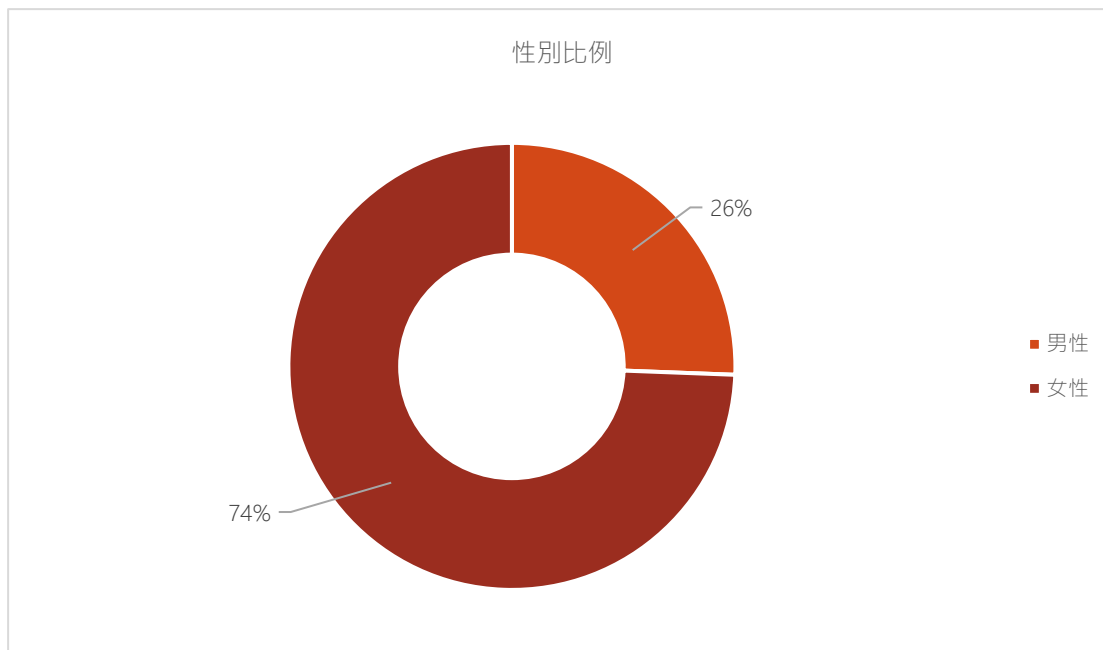
規劃時程	管道	篇數	總計
前期 (4/17-4/19)	臉書粉絲專頁	2	4
	官方 IG 專頁	2	
開幕 (4/20)	臉書粉絲專頁	1	17
	官方 IG 專頁	1	
	新聞媒體	15	
後期 (4/21-6/2)	臉書粉絲專頁	6	20
	官方 IG 專頁	6	
	新聞媒體	8	



二、社群推波成效分析

1. 受眾分析

臉書粉絲專頁「新北市立圖書館」至 113 年 5 月 31 日前追蹤人為 75,822 人（相較去年同期追蹤人數成長 3.56%），追蹤者中男性占 25.6%，女性占 74.4%，以女性為大宗。主要追蹤者年齡層則落在 35-54 歲（佔 65.8%），顯示主要受眾群為中年女性。



2. 互動次數

本次活動宣傳期自 113 年 4 月 17 日起至 6 月 2 日止，共計 47 天，期間內容互動次數達 2,483 次，平均互動次數為 52.8 次/天。其中主題相關社群互動次數高峰時間（超過 120 次）落在：

日期	當天發文主題	互動次數
4/19	就是明天！2024 新北閱讀節登場	138
4/23	世界書香日・一起逛「時尚再閱界」	120
5/2	2024 新北閱讀節第二波活動開跑	283
5/3	響應環保永續，再創過期期刊的生命力	221



3.瀏覽次數

本次活動宣傳期自 113 年 4 月 17 日起至 6 月 2 日止，共計 47 天，期間瀏覽次數達 24,540 次，平均瀏覽次數為 522.1 次/天。其中主題相關瀏覽次數高峰時間(超過 600 次)落在：

日期	當天發文主題	瀏覽次數
4/17	你 4/20 有空嗎？	742
4/19	就是明天！2024 新北閱讀節登場	693
4/20	2024 新北閱讀節正式起跑！	680
4/30	五一勞動節用閱讀「書」壓吧！	960
5/2	2024 新北閱讀節第二波活動開跑	668
5/3	響應環保永續，再創過期期刊的生命力	916
5/14	「新北·構時尚」永續時尚秀	665

瀏覽次數 ①

24,540



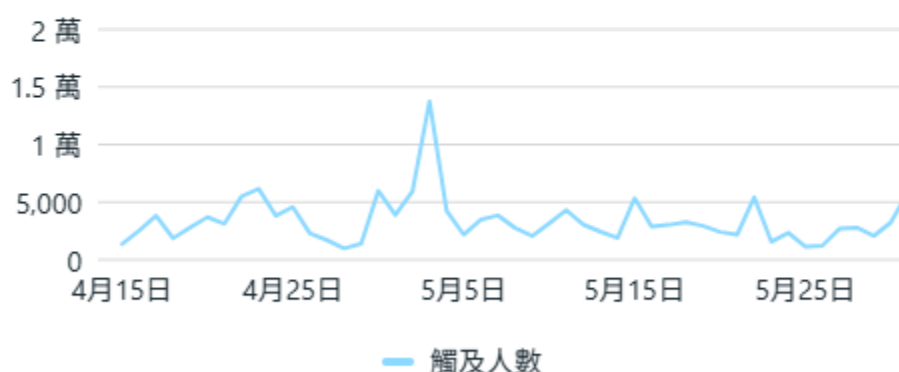
4.觸及人次

本次活動宣傳期自 113 年 4 月 17 日起至 6 月 2 日止，共計 47 天，期間內容互動次數達 57,578 次，平均互動次數為 1225.1 次/天，社群觸及度（觸及人次/追蹤數）約為 0.76，顯示品牌的內容觸及到的受眾略低於粉絲總數，觸及效果尚可，但仍有提升空間。其中主題相關社群互動次數高峰時間（超過 5000 次）落在：

日期	當天發文主題	觸及人次
4/22	世界地球日・實踐永續發展	5497
4/23	世界書香日・一起逛「時尚再閱界」	6156
5/2	2024 新北閱讀節第二波活動	5943
5/3	響應環保永續，再創過期期刊的生命力	13758
5/15	孕遇幸福－從悅讀開始	5331
5/22	「書菜伴我讀」快閃活動	5415

觸及人數 ①

57,578



三、媒體行銷統計分析

1. 新聞媒體報導統整

本次行銷以 113 年 4 月 20 日活動開幕當天為行銷黃金時段，並於 4 月 25 日進行第二波行銷活動以微型展為主題，總計 23 篇報導，統整如下：

編號	發布時間	媒體	標題	網址
1.	1130420	ETtoday	2024 新北閱讀節起跑 體驗 5 面向風格永續時尚	https://www.ettoday.net/news/20240420/2723557.htm
2.	1130420	Line 新聞	2024 新北閱讀節 FASHION FOR ALL 新北構時尚起跑	https://today.line.me/tw/v2/article/BERBNzQ
3.	1130420	TVBS 新聞網	2024 新北閱讀節永續 SDGs 讀就 GO 4 月 20 日盛大登場	https://news.tvbs.com.tw/life/2461781
4.	1130420	Yahoo 新聞	2024 新北閱讀節 FASHION FOR ALL 新北構時尚起跑	https://tw.news.yahoo.com/2024-新北閱讀節-fashion-新北-構時尚-起跑-044455099.html
5.	1130420	工商時報	新北斥 12 億打造智慧圖書館 逾 2 百所小學建自動借還書 設備	https://www.ctee.com.tw/news/20240420700431-431401
6.	1130420	中央社	新北閱讀節推好書交換二手 衣再造	https://www.cna.com.tw/news/alloc/202404200080.aspx
7.	1130420	中時	新北斥 12 億打造智慧圖書館 逾 2 百所小學建自動借還書 設備	https://www.chinatimes.com/realtimenews/20240420001484-260405?ctrack=pc_main_rtime_p05&chdtv
8.	1130420	引新聞	新北閱讀節起跑侯友宜攜青 年閱讀大使分享閱讀 dress code	https://innews.com.tw/168170/

編號	發布時間	媒體	標題	網址
9.	1130420	台灣時報	2024 新北閱讀節 FASHION FOR ALL 新北構時尚起跑 侯市長攜青年大使分享閱讀 dress code	https://www.taiwantimes.com.tw/app-container/app-content/new/new-content-detail?blogId=blog-f2da3edf-0c5d-436a-9bda-4e781e05a801&currentCategory=10
10.	1130420	自由	新北閱讀節 「時尚再閱界」打頭陣	https://news.ltn.com.tw/news/life/paper/1641939
11.	1130420	自立晚報	新北閱讀節 FASHION FOR ALL 新北構時尚起跑	https://www.idn.com.tw/news/news_content.aspx?catid=4&catsid=5&catdid=5&artid=20240420zz0958001
12.	1130420	青年日報	新北閱讀節起跑 感受時尚城市多元魅力	https://www.ydn.com.tw/news/newsInsidePage?chapterID=1669659&type=happy
13.	1130420	風傳媒	2024 新北閱讀節 FASHION FOR ALL 新北構時尚起跑 侯友宜攜手青年閱讀大使分享閱讀 dress code	https://www.storm.mg/stylish/5095155
14.	1130420	聯合	2024 新北閱讀節今起登場 體驗 5 種風格永續時尚活動	https://udn.com/news/story/7323/7912460
15.	1130420	觀傳媒	2024 新北閱讀節起跑 FASHION FOR ALL 新北構時尚	https://www.watchmedia01.com/bnews-20240420230245.html
16.	1130425	LINE 新聞	新北閱讀節時尚再閱界 廢棄物打造網美花牆	https://today.line.me/tw/v2/article/aG32Wp6

編號	發布時間	媒體	標題	網址
17.	1130425	Yahoo 新聞	新北閱讀節時尚再閱界廢棄物打造網美花牆用故事分享翻轉二手時尚	https://tw.news.yahoo.com/新北閱讀節-時尚再閱界-廢棄物打造網美花牆用故事分享翻轉二手時尚-063028761.html
18.	1130425	工商時報	新北閱讀節打造衣物交換站用故事翻轉二手時尚	https://www.ctee.com.tw/news/20240425701905-431401
19.	1130425	中央社	新北閱讀節時尚再閱界廢棄物打造網美花牆用故事分享翻轉二手時尚	https://www.cna.com.tw/postwrite/chi/369022
20.	1130425	中時	新北閱讀節打造衣物交換站用故事翻轉二手時尚	https://www.chinatimes.com/realtimenews/20240425004360-260405?chdtv
21.	1130425	自立晚報	新北閱讀節時尚再閱界廢棄物打造網美花牆	https://www.idn.com.tw/news/news_content.aspx?catid=4&catsid=5&catdid=5&artid=20240425zz0958007
22.	1130425	風傳媒	新北閱讀節時尚再閱界廢棄物打造網美花牆用故事分享翻轉二手時尚	https://www.storm.mg/localarticle/5100657
23.	1130425	觀傳媒	新北閱讀節時尚再閱界廢棄物打造網美花牆	https://www.watchmedia01.com/bnews-20240425223651.html

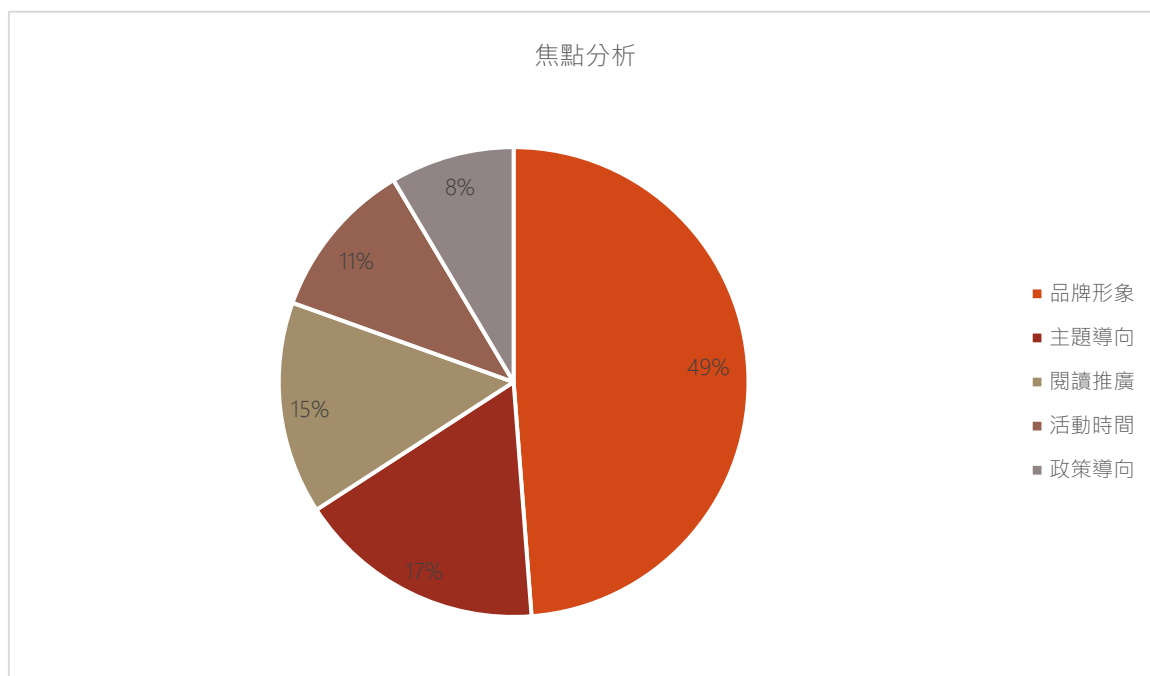
2.媒體行銷焦點分析

在行銷領域中，標題是「決定讀者是否點閱」的關鍵。它不只是句話，更是資訊傳遞的第一印象。好標題必須在有限字數中準確傳達新聞核心，同時引發好奇與關注。具備時效性、具象性與情感觸動的標題，往往更能吸引目光，提升點閱率與曝光度。故能否讓活動名、主張理念自然入標，決定其後續擴散效應，以下將本次標題 20 大關鍵字，分為：「品牌形象」、「主題導向」、「閱讀推廣」、「活動時間」、「政策導向」，共 5 類行銷焦點進行分析：

編號	關鍵字	焦點類別	次數
1.	新北閱讀節	品牌形象	21
2.	2024	活動時間	8
3.	時尚再閱界	品牌形象	7
4.	FASHION FOR ALL	品牌形象	6
5.	新北構時尚	品牌形象	6
6.	廢棄物打造網美花牆	主題導向	6
7.	用故事翻轉二手時尚	閱讀推廣	5
8.	分享閱讀 dress code	閱讀推廣	3
9.	攜手青年閱讀大使	閱讀推廣	3
10.	打造衣物交換站	主題導向	2
11.	永續時尚	主題導向	2
12.	侯友宜	政策導向	2
13.	新北斥 12 億打造智慧圖書館	政策導向	2
14.	逾 2 百所小學建自動借還書設備	政策導向	2
15.	體驗 5 種風格	主題導向	2
16.	4 月 20 日盛大登場	活動時間	1
17.	二手衣再造	主題導向	1
18.	永續 SDGs 讀就 GO	主題導向	1
19.	好書交換	閱讀推廣	1
20.	感受時尚城市多元魅力	政策導向	1

統計顯示，「品牌形象」占比高達 48.78%，說明活動品牌高度曝光，成功營造具辨識度的公眾印象，具有良好的傳播成效。其次，「主題導向」占比達 17.07%，顯示媒體已開始關注「永續時尚」的連結，並透過主題性視角呈現閱讀節的社會關懷與價值立場。再者，「閱讀推廣」類別佔比也達 14.63%，呼應活動核心精神，有助於深化民眾參與。整體而言，媒體已有效聚焦品牌與主題亮點，提升活動的社會影響力與跨領域價值。

編號	分類	總次數	占比
1.	品牌形象	40	48.78%
2.	主題導向	14	17.07%
3.	閱讀推廣	12	14.63%
4.	活動時間	9	10.98%
5.	政策導向	7	8.54%

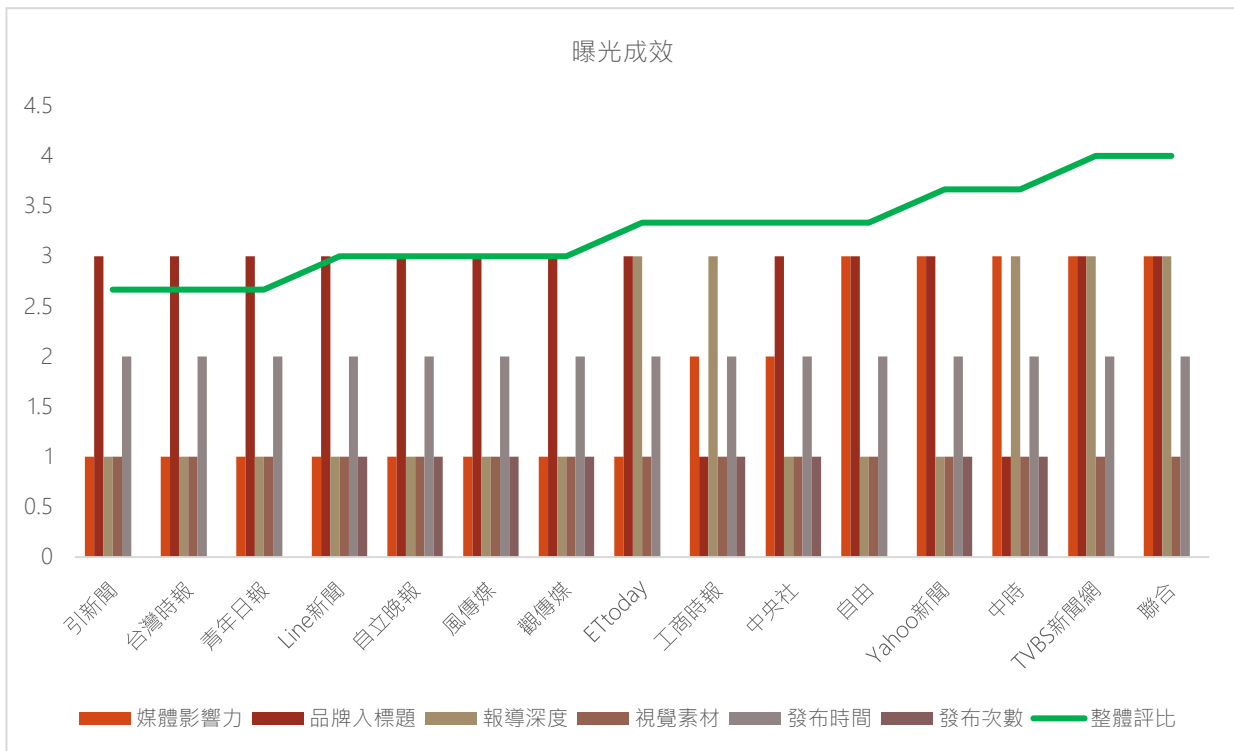


3. 媒體整體曝光成效

為量化媒體報導成效並評估行銷資源投入效益，依據《整合行銷傳播》¹綜合考量以下要素：媒體影響力、報導深度，並佐以是否品牌入標題、提供視覺素材、是否配合黃金行銷期、發布次數等 6 項指標進行評比：

編號	指標	說明	權重
1.	媒體影響力	媒體本身的曝光潛力與公信力（例如：自由聯合中國 vs. 地方網媒）	30%
2.	品牌入標題	是否將活動名稱／主題直接呈現在報導標題中，有助提高辨識度	25%
3.	報導深度	是否僅為轉發，還是有獨立報導、專訪、引用受訪者或數據等資訊	20%
4.	視覺素材	是否含照片、影片，提升閱讀吸引力與社群再分享機率	10%
5.	發布時間	是否發佈於活動前夕／當日黃金時段，有助達到行銷推波最大效益	10%
6.	發布次數	是否具高度配合意願或關注該議題，發佈兩階段行銷，提高活動曝光度	5%

¹ 葉鳳強（2018），整合行銷傳播：企劃行銷人完全營養補給。臺北市：五南。



根據 23 篇報導的綜合分析結果，我們可觀察出以下趨勢：

- **品牌訊息露出高度一致，顯示前期溝通準備充足**

從「品牌入標題」與「視覺素材」兩項指標來看，多數媒體皆獲得高分，說明本次在媒體包裝與素材提供方面準備充足，使品牌名稱能在標題中清楚呈現，並在報導中有效帶出視覺風格，建立統一形象。

- **高影響力媒體同時具高度配合度，是主力擴散渠道**

TVBS、聯合、Yahoo 等高分媒體不僅擁有高影響力，其在內容深度與時間配合度也表現優異，成為此次媒體布局的關鍵節點，值得未來持續強化合作。

- **部分媒體未跟進第二波宣傳，「連續性報導」仍具開發潛力**

雖然大多媒體能配合主推時段發稿，集中在 4 月 20 日當天，有效打造聲量高峰。但近五成媒體未跟進第二波宣傳，呈現多數媒體採一次性曝光，尚未形成連續性報導。這顯示後續如能發展「延伸議題」或「人物專訪」，將有助於提升中長期媒體聲量與議題續航力。

第六章 整體效益評估

2024 年，新北閱讀節以「新北·構時尚」為題，從城市的文化肌理出發，嘗試梳理閱讀與生活、風格與永續、個人與群體之間的微妙關係。在品牌策略之初，團隊提出「再發現、再思考、再定義」的關鍵理念，而這場閱讀節，正是這一系列理念的實踐場域。

回望整體行銷過程與傳播成果，2024 年參與總人次為 36 萬 9,230 人次，相較於去年(2023)成長 75.6%，顯示活動整體效益超越往年，成功吸引大規模市民的共鳴與參與。這不僅是參與數據的成長，更是城市文化力與閱讀風格雙軌並進的具體表徵，而我們不僅見證了一場活動的完成，更看見一座城市如何透過閱讀與時尚的交織，再次展現其文化的自覺與創造力。

一、由內而外的品牌力：形塑具辨識度的閱讀風格

本屆閱讀節的品牌，延續近年「設計導入城市治理」的策略觀點，在城市記憶與生活經驗之中，擷取風格片段並重新組構。以「RE: 新北·構時尚」為命名核心，從標題、展覽、社群到媒體報導，展現高度一致性的品牌辨識度。

根據行銷成果分析，報導中「新北閱讀節」、「FASHION FOR ALL」、「時尚再閱界」等品牌語彙多次出現，佔整體焦點分類的 48.78%，反映出品牌形象成功進入大眾視野，成為媒體傳播的關鍵主軸。品牌的建構並不止於圖像或口號，而是透過一系列有節奏、有層次的敘事安排，將「閱讀即生活」、「風格即態度」的理念，細膩地植入民眾心中。

二、由外而內的傳播動能：從媒體聲量到社群脈動

本屆閱讀節採用三階段式推播策略，營造出有節奏的社群節拍與媒體聲量高峰，社群互動累積 2,483 次，瀏覽數超過 24,500 次，觸及人次突破 57,000，追蹤人數較去年同期成長 3.56%，形成一波波有感的參與熱潮。

同時，TVBS、聯合、Yahoo 等主流平台及線上媒體，共計 15 家媒體，於開幕當日集中報導，形成話題高峰。報導中多搭配視覺素材與主題概念，展現出媒體與文化政策的高度協作性，亦展現出本次行銷不僅為「宣傳」，更是一場文化理念的社會共構。

三、多元共融的策展語彙：閱讀不只是行為，更是一種參與

新北的閱讀節，從來不僅止於「閱讀書本」，更是一種關於城市風格、文化厚度與生活態度的重新凝視。本屆活動以閱讀為起點，延伸至衣物交換、故事沙龍、族群色彩、在地設計等多樣議題，將閱讀作為包容與理解的路徑，實踐「共融平權」的文化價值。活動中的「文化發酵槽」、「永續製造所」，不只是展區名稱，更是城市文化如何轉譯為行動與風格的註腳。

媒體焦點分析中，除了品牌形象外，「永續」、「衣物交換站」、「二手衣再造」等議題占比第 2 高，顯示主題性策略已成功被外部輿論所理解與認同。這說明，閱讀節不僅是靜態的展覽場，而是能夠激發公共對話的平台。

四、引頸：從閱讀走向文化

2024 年新北閱讀節所開啟的，不僅是一段展覽的旅程，更是一場對於城市文化動能的深層回應。從品牌策略到主體展覽、從社群觸及到媒體聲量，我們見證了閱讀如何以嶄新姿態，與時尚、設計、環境與公共價值交織成網，構築出一種新型態的城市文化實踐場域。

未來的閱讀節，將持續延伸議題深度，擴展社群參與的廣度，使「閱讀」從一本書的開始，走向一座城市的文化主張。如此，新北閱讀節將不只是一場活動，而將成為文化風格與公共參與的年度縮影，逐年累積，持續發酵。