

**臺北市政府創意提案會報  
提案成效表**

提案獎項	市政行銷獎
提案機關	臺北市政府教育局、臺北市體育處
提案人 (或單位)	臺北市體育處競技運動科
提案主題 (重點施政項目)	2009 臺北聽障奧林匹克運動會
提案目標	<p>一、透過賽前所辦理之系列藝文活動，提高臺北市民對聽障奧運的了解，並藉此增加聽障奧運曝光度與能見度。</p> <p>二、藉由賽會的執行提高臺北市民對運動的興趣與熱誠，並透過高強度的賽事，提升本國運動選手經驗及強度，並增加未來各項國際賽事得獎率。</p> <p>三、透過本賽會之舉辦，以一流的競賽場地、賽程規劃及競賽器材，讓國際運動組織了解臺北有足夠能力辦理奧運或大型賽會。並經由國際正式賽會的洗禮，累積賽會籌辦經驗與專業能力，為臺北爭取日後國際賽會建立更多利基。</p> <p>四、透過聽障奧運之舉辦，及各項國際媒體宣傳，能讓世界了解臺北對於資訊科技、人文藝術、觀光發展及建築…等方面之進步與發展，使臺北增加國際能見度，更增加臺灣的國際競爭力。</p> <p>五、透過聽障奧運之舉辦，能使臺北市民了解聾人及聾文化，進而透過教育教導學生，關懷聾人及了解聾人，進而拉近聽人與聾人彼此間的距離。</p> <p>六、整合臺灣頂尖專業人士與國際級專家，籌組 2009 年聽奧開閉幕典禮活動創意設計及製作團隊，創造並展出臺灣優勢之開幕典禮節目，增加賽會整體活動品質及廣拓臺灣於世界舞臺之能見度。</p>
實施過程及投入成本	<p>臺北市與中華民國聽障者體育運動協會於 92 年成功贏得第 21 屆聽障奧林匹克運動會主辦權後，便由教育局及體育處開始規劃整備興建各項運動賽事場館及整體賽會規劃，並為期賽事順利進行，特於 96 年由本府及中華民國聽障者體育運動協會共同出資成立財團法人二 0 0 九年臺北聽障奧林匹克運動會籌備委員會基金會，招募體育、行銷、行政等專業人才，主籌辦理本賽會之營運、行銷、籌辦及各項競賽相關工作，並由本府相關局處全力支援。在市府所有局處同仁及聽奧基金會共同努力之下，臺北聽障奧林匹克運動會業於 98 年 9 月 15 日圓滿落幕。</p> <p>聽障奧運相關實施過程及投入資源說明如下：</p>

一、經費投入：自 94 年至 98 年聽奧軟硬體補助經費，本府投入 24 億 7,880 萬 5502 元，中央補助 35 億 1,401 萬元，總計經費為 59 億 9,281 萬 5,502 元整。(詳見附件 1)

二、人力投入：

(一)聽奧係由本府教育局(體育處)委託聽奧基金會辦理，另因教育局、體育處、警察局、衛生局等局處業務性質之專業及特殊性，故直接承辦聽奧之學生支援、場地整備、維安及醫療防疫與食品衛生等業務。

(二)由陳副秘書長召集會議邀集本府各局處認養各競賽場館、擔任競賽場館總督導(詳見附件 2)，並由人事處及秘書處負責貴賓接待、交通局負責交通支援、觀傳局負責媒體與觀光行銷、資訊處支援資訊技術及政風處擔任各地場館總督導等任務，投入之人力甚多，不勝枚舉。

(三)本屆聽奧志工共有 9,768 人報名，賽會實際服務人數為 5,038 人。(詳見附件 3)

三、行銷方式：

(一)設定「2009 聽障奧運在臺北」、「亞洲第一次，臺灣的驕傲」等 slogan，並統一整體宣傳印象。

(二)學校推廣及宣傳：

1. 規劃親善團學校計畫，以一校一國家方式推廣及教學，由該校迎接該國選手並加油打氣。

2. 擴大發放「2009 聽障奧運在臺北學生學習手冊」至全臺各教育局(處)。

3. 學校宣傳組學校宣傳網站改版，於 98 年 3 月底建置完成。

4. 結合臺北市政府教育局 98 年兒童月系列活動宣傳聽奧訊息。

(三)主動舉辦各類型活動行銷聽奧，如聽奧倒數 365 活動、四城相識、舉辦聽奧藝術月等活動；另結合市府資源，配合市府各類活動宣導聽奧，如跨年倒數活動、聽奧端午嘉年華等。(詳見附件 4)

(四)拍攝廣告及製作文宣品宣導，並透過市府各種管道宣傳發放，如透過民政局廣發聽奧折頁文宣、捷運公司製作場館交通資訊手冊、配合臺北購物節購物享樂完全攻略簡介刊載賽是資訊。

(五)拍攝聽奧主題電影【聽說】。

(六)結合電子媒體(電視、廣播)、平面媒體(報紙、雜誌)、網路、看板、路旗、海報、贈品等方式，提升曝光度，並於賽事期間於捷運 PDP 電漿電視公益時段播放賽事資訊。

(七)配合國家地理頻道拍攝聽奧紀錄片，以一年的時間，拍攝聽奧籌備、開閉幕及運動員養成及賽會期間狀況。

	<p>四、聾人文化推廣：</p> <p>(一)辦理聾劇手牽手活動：拈花微笑聾劇團・美國聾劇團表演。</p> <p>(二)於賽會期間，在小巨蛋周邊辦理「國際聽障嘉年華會」展演活動，進行國內外聾文化之交流，並提升國人對聾文化之認識。</p> <p>(三)建立聾人無障礙生活空間，增設影像電話、建立簡訊報案及申訴服務等。</p> <p>(四)藉由聽奧主題電影【聽說】，讓更多民眾了解聾人的世界。</p> <p>五、社會資源募集：贊助廠商分為官方贊助夥伴、官方贊助商、一般贊助商及協力廠商等四級，贊助廠商不但享有媒體曝光度及露出的機會，顯現企業對聽障團體的付出與愛心，對提昇企業形象，有明顯助益，營造雙贏的局面。(詳見附件5)</p>
<p>實際執行成效</p>	<p>本屆聽奧係自 1924 年舉辦以來，首次移師亞洲舉行的大型賽會活動，為我國歷年來主辦國際賽會中規模最大且層級最高的運動賽事，臺北市迎接來自全球 80 個國家 3,894 位選手、教練、領隊及隨隊人員等，自 9 月 5 日自 9 月 15 日展開為期 11 天的 20 項競賽活動，藉由國內外媒體聯合轉播及鳳凰電視臺境外同步播出，有效提昇臺灣及臺北國際知名度。</p> <p>依據中國時報委託艾普羅民調公司，於 9 月 16 日完成針對臺北市民成功訪問 711 位成年人民調顯示，聽障奧運圓滿落幕，臺灣選手大放異彩，臺北市民也與有榮焉！對聽奧開閉幕式、選手成績、整體表現的滿意度、及有助提升聽障民眾運動權益與臺灣國際地位等滿意度均超過八成，顯示出臺北市民對於本次聽奧活動的肯定，有利於未來各項市政建設的推動。</p> <p>一、開閉幕式及觀賽民眾：</p> <p>(一)開閉幕式</p> <p>1. 觀眾：2.6 萬人次。</p> <p>2. 9/5 聽奧開幕平均收視率最高為中視，當日平均收視率為 4.26，最高收視時間 20:45 分，達 7.12。六個直播臺(中視、東森財經、ESPN、JET、衛視體育、年代綜合)，當時段六臺的總收視率為 6.23，換算收視人口預估有 6,684,000 人次收視聽奧開幕節目。(註：僅次於臺視直播去年北京奧運的 5.66。)</p> <p>2. 9/15 聽奧閉幕平均收視率最高為民視，當日平均收視率為 0.79，最高收視時間 22:09 分，達 4.85。五個直播、轉播臺(公視、年代綜合臺、衛視體育臺、民視、中視)，當日五臺的總收視率為 8.32，換算收視人口預估有 4,700,000 人次收視聽奧閉幕節目。</p> <p>(二)競賽場地觀賽民眾：</p> <p>1. 親善團 81 所學校觀賞計 900 場賽事，5 萬人次。</p>

2. 一般參與觀眾概估計 27 萬 8,884 人次。

二、外籍選手國內消費，增加臺灣觀光收入：2.905 億元

(一)外籍選手住宿及購物：每日 3,500 元 x10 天 x4,000 人=1.4 億元

(二)國際聽障總會代表、選手親人及外國觀光客：每日觀光消費 1,500 元 x10 天 x1 萬人=1.5 億元。

(三)聽奧週邊產品販售每件收入 10% = 50 萬。

三、廣告、媒體新聞露出：880 次。

(一)7 個電子媒體 x30 天 x 新聞報導 3 次=630 次。

(二)10 個平面媒體 x20 天 x 新聞報導 1 則=200 次。

(三)國際媒體露出 10 個媒體 x5 次=50 次。

(四)廣告託播共計 17,910 檔次。

四、ICSD 及臺北聽奧基金會網站點閱人數：2 年，世界 100 國以上選手、聽障者、聽人共計 50 萬人次(目前 345,548 人次)。

五、賽事統計：

(一)共有 91 個與會國家：80 國參賽，85 國參與年會。

(二)參賽登錄識別證作業男女選手計有 2553 名，另外加上教練、領隊、隨隊翻譯、隨隊醫護及隨隊志工等共計有 3894 位人員參賽。

選手人數			教練	領隊	隨隊翻譯	隨隊醫護	隨隊志工	總計
男	女	小計	小計	小計	小計	小計	小計	小計
1,766	787	2,553	653	363	127	158	40	3,894

(三)競賽種類 20 項，競賽項目：177 項。

(四)中華臺北代表隊成績一覽表:11 金，11 銀，11 銅。總排名第五。

(五)場館資訊：競賽場館：24、練習場地：22、暖身場地：23。

六、聽奧之成果報告將依期程於年底前提出。

**相關附件**

附件 1：中央及地方政府年度補助聽障奧運經費一覽表

附件 2：臺北聽障奧林匹克運動會場館認養單位及總督導一覽表

附件 3：賽會志工服務統計表

附件 4：國內行銷宣傳活動

附件 5：聽奧贊助一覽表

**聯絡窗口**

姓名：陳婉蓉

電話：2570-2330 分機 605

Email：rongrongfox@tms.gov.tw