



臺北小巨蛋公益檔期成果報告書

節目名稱：商周創新之夜-轉動大未來

廠商：英屬蓋曼群島商家庭傳媒股份有限公司
城邦分公司

租用檔期：9/28-10/1

中華民國 105 年 10 月 26 日

節目名稱	商周創新之夜-轉動大未來		
廠商	英屬蓋曼群島商家庭傳媒股份有限公司 城邦分公司	活動類型	<input type="checkbox"/> 一般 <input checked="" type="checkbox"/> 公益 <input type="checkbox"/> 公益體育
租用檔期	9/28-10/1		<input type="checkbox"/> 售票 <input checked="" type="checkbox"/> 非售票
聯絡人	張欽祥	聯絡電話	02-25056789#5411
網站	http://www.amazingnight.tw/	電子郵件	allen_chang@bwnet.com.tw
●如為多場次活動，請分場次詳實填寫，表格不夠填寫，請另表列。			
活動日期	活動時間	觀賞人數	是否售票
9/30	19:30-21:30	10,122	否
有無指導、合辦、協辦、贊助單位及其指導、協辦、贊助方式	合辦單位:臺北市府文化局 策略協力單位:經濟部 x WCIT 世界資訊科技大會 Powered by:BMW 總代理 汎德/公益夥伴:財團法人文晔教育基金會 創新夥伴:Club Med、寬庭、中國信託、中華開發金控 凱基銀行、Tutor ABC 創新策略夥伴:工業技術研究院、阿里巴巴創業者基金 大會指定航空:長榮航空/指定酒商:Remy Marti/媒體夥伴:TVBS		
附件	<input checked="" type="checkbox"/> 成果報告書電子檔 <input type="checkbox"/> 印刷品 (海報、DM、節目冊、票樣、工作證樣本) <input type="checkbox"/> 報導剪報影本 <input checked="" type="checkbox"/> 活動照片 (附電子檔) <input type="checkbox"/> 活動 DVD <input type="checkbox"/> 政府單位演出之同意函影本或相關證明文件		
 			
租用單位印鑑章或負責人簽章			

計畫成效表

一、活動實施效益、特色及影響

設計之都

「創新」，是商周集團締造改變的礎石，亦是商周集團的品牌價值，繼 2012 年商周之夜「創新啟動未來」全台首映消失 16 年的賈伯斯孤本紀錄片分享關於創新的祕密、2014 年商周創新之夜，以「預見未來」的想像為起點，邀請全球創新未來領域的佼佼者後，今年，2016 年是「虛擬實境元年」，商周創新之夜特別以「科技創造真實生活」為主軸，特別耗資千萬邀請來自四個不同領域並改變世界的創新大師齊聚台北，包括全球最大當代設計展教父的紅點設計獎主席，同時也是臺北市獲選為 2016 世界設計之都 (World Design Capital Taipei 2016) 的初始計劃創辦人彼得·賽克 (Peter Zec)；為臉書打造行動生態系統的頭號大將，成功推動第一款消費者使用的虛擬實境頭罩 Oculus Rift 問世的行動產品副總裁約翰·拉格林 (John Lagerling)；還有熱門電影《變形金鋼》、《鋼鐵人 3》特效都出自他的創造的數字王國執行長謝安，以及亞洲首富李嘉誠欽點投資的聲音革命家 Ambidio 創辦人吳采頤，四段演講、四段分享，都將以嶄新的國際視野，分享轉動設計、人際、時空以及娛樂等四大面向的未來趨勢話題，帶領大家啟發對於未來生活的無限想像。四位講者分別從娛樂、社交、聲音和設計切入，分享未來生活的「虛實整合」趨勢。

本活動為小巨蛋過去第三次舉辦的知識性論壇（前二場為是 2012 年、2014 年的商周之夜），共吸引上萬名聽眾參與。商周創新之夜吸引媒體高度關注，電視媒體包括三立、非凡、東森等新聞台報導，其他包含平面、網路、電視等媒體高達約一千三百萬元的總效益，證明商周創新之夜不只帶給台灣社會創新價值，如此智識、前瞻、高端的萬人論壇，更締造商周集團重要的里程碑，現場在小巨蛋之內的 10,122 名觀眾，不僅凝聚了美好的回憶，感動現在，更驅動未來持續朝美好生活轉動著！

二、傳播媒體及社會人士之反應或評價

商周創新之夜連 2 屆出席人數破萬，人潮媲美巨星演唱會，為台灣最大創新論壇紀錄。現場與會的貴賓包含跨政治、藝文與企業界，包括數字王國董事長周永明、宏碁共同創辦人黃少華、廣達電腦總經理梁次震、台達電創辦人鄭崇華、麗晶晶華集團總裁潘思亮、英業達董事長李詩欽、巨大機械執行長羅祥安、亞太電信董事長呂芳銘、三創數位董事長郭守正等企業界人士全程參與！皆一睹創新大師風采，感受創新浪潮。

(二) 節目票房分析(或公益票券發送分析報告)

本案票房分兩部分。分別為由商周集團動員，及贊助商、合辦單位文化局與小巨蛋等各單位，發送票券。在商周集團動員部分，網路索票共 8 千多張，且在極短時間內索完，顯示自從 2012 商周之夜後，兩年一度之商周活動已經立下口碑，讀者都引領期待今年的活動。商周集團並動員集團所有員工，將票送至貴賓、受訪者、客戶、讀者手中，票券發送約三週時間，以快遞、掛號及商周郵寄系統傳遞，遞送費用超過數萬元；公益票券亦透過小巨蛋服務台發送，索取踴躍，出席率亦相對提高。活動當日因為參加者眾，活動出席人數達 10,122 人，出席率達 96.99%，一度引起小巨蛋週邊交通擁擠，堪稱近來小巨蛋令人關注的盛會。

註：如本表不敷使用，請自行影印。

三、公益回饋效益、特色與影響

「商周創新之夜」籌備超過一年、耗資破千萬元，由第一次設計北京鳥巢十萬人四面台演唱會的天空藍工作室負責舞台執行，以「轉動大未來」為主題連貫四位講者，講者之出場旋轉特效、台灣最大全席投影螢幕搬上舞台、鄧麗君復活演唱甜蜜蜜、里約奧運首次採用枝 VR360 相機等技術匯集，一個晚上透過四位講者「轉動未來」，預見未來世界的樣貌。本活動屬公益場，能邀請所有市民、商周集團的朋友、以及數千位網友一同參與，影響至鉅。四位講者在「商周創新之夜」創造許多第一次，結合娛樂、社交、聲音和設計等主題，分享未來生活虛實整合趨勢，兩小時無冷場的知識論壇，是活動成功的關鍵因素。

四、綜合檢討或改進建議

- 本次活動首次嘗試以 QRcode 刷卡入場，但因今年參與人數到場時間較集中，使現場排隊人潮增加，場外排隊入場人數眾多，導致活動時間延後，加上動線區分較不明顯，可作為將來舉辦之改進參考。

五、參與活動民眾人數及票房分析

(一) 活動參與人數：

- 觀眾總人數：10,112 人
- 贈票觀眾人數：10,112 人
- 購票觀眾人數：0 人

回饋票券分發計畫表

活動日期	票券種類	分發對象	分發數量
10/15	各樓層配票、一般票	市政府 (B1+1F+2F+3F)	1119 張
	B1 貴賓區	商周貴賓	400 張
		WCIT	150 張
		BMW	150 張
		阿里巴巴	100 張
		寬庭	100 張
		香奈兒	50 張
	各樓層配票、一般票	商周集團讀者	2311 張
		商周集團友好單位	700 張
	各樓層配票、一般票	• 網路索票 (商周網路會員+一般民眾+學生團體)	5677 張
		• 政府官員	50 張
		• 學術界教授老師	100 張
		• 企業團報	2132 張
		• 各界成功人士	200 張
		• 博愛座	50 張

說明：1. 請依不同場次分別填寫。
2. 如本表不敷使用，請自行影印。