2025雙北世界壯年運動會第2次組織委員會議

會議時間:110年12月28日

簡報單位:2025雙北世壯運執行辦公室





- 一. 2021年籌辦進度(5~12月)
- 二. 2022年工作規劃(1~6月)
- 三. 行銷活動專案報告

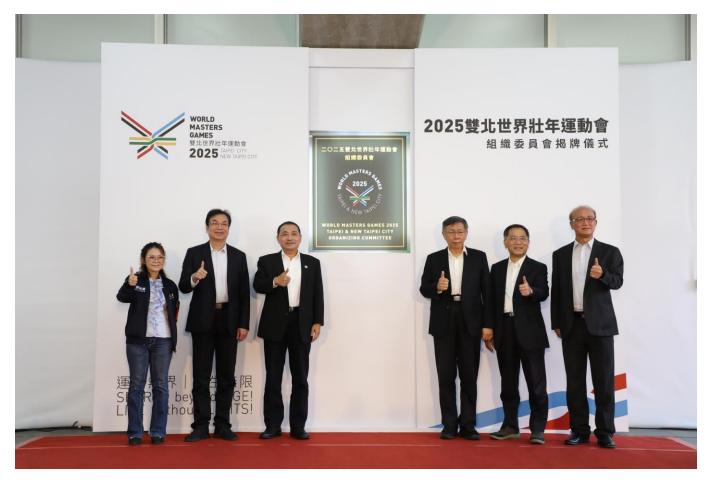


一. 2021年籌辦進度報告

綜合行政—組委會揭牌



2021年11月16日,2025雙北世界壯年運動會組織委員會由主任委員柯文哲市長及侯友宜市長正式揭牌。







綜合行政—執委會成立



5/7 組委會成立

組委會委員(中央、協辦縣市、運動組織、雙北)

11/11 執委會設置要點通過 執委會委員(新北市及臺北市局處首長) 11/16召開第一次會議



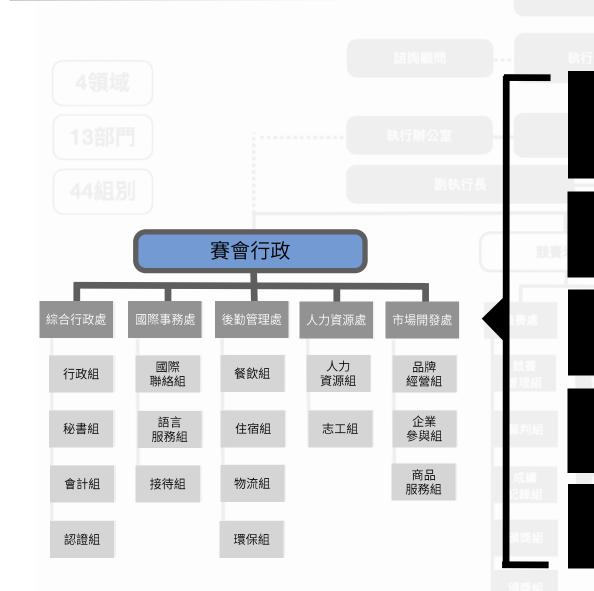
執行委員會





組織架構-綜合行政





綜合行政處

建構賽會組織及擬定整體運作機制為主要工作,並編列整體及分年籌備經費與完成各項賽會籌備基礎作業。重點工作包含認證管理、儀軌、知識管理建置、法務及官方文件。

國際事務處

為國際壯年運動總會及國際各運動組織之聯繫窗口, 辦理各項國際事務及接待事宜,並完備國際參賽者完 善之出入境規劃及強化賽會各種語言服務。

後勤管理處

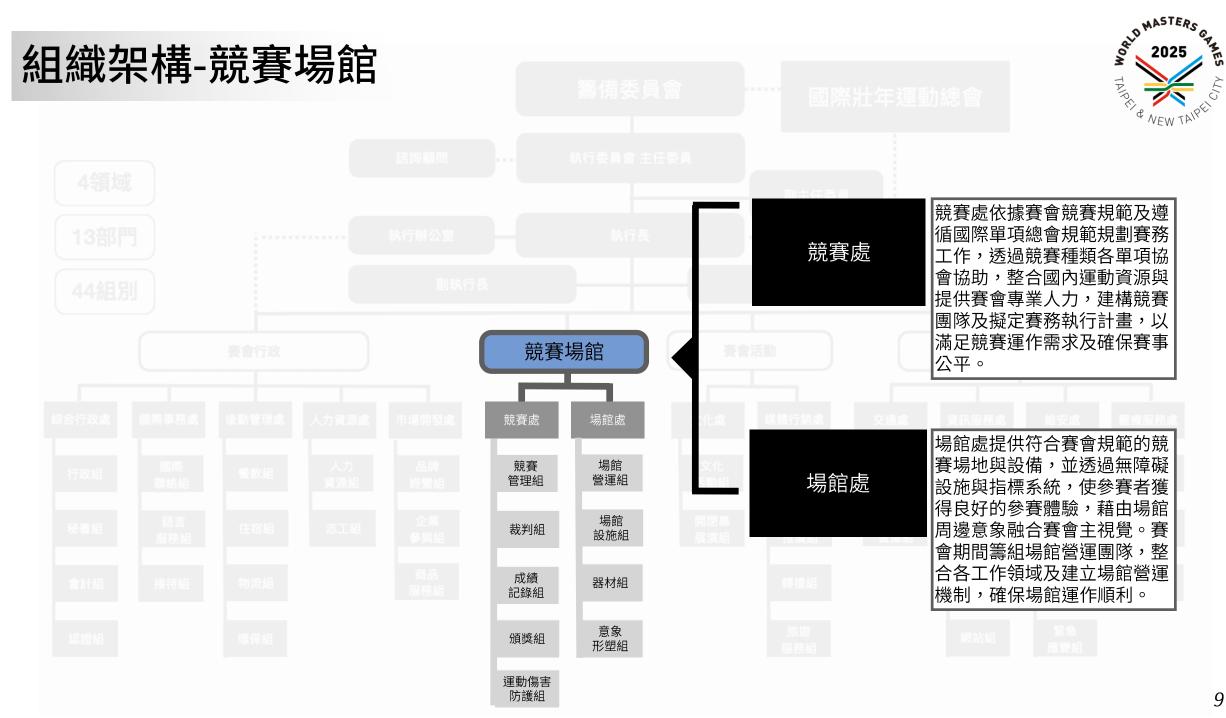
為提供賽會人員基礎服務及完備各項物資運送等作業 ,包含住宿、飲食、物流服務及環境保護等工作事項 。

人力資源處

建構賽會人力計畫及人員轉換計畫,召募專責人員, 並規劃整體志工計畫,透過招募、培訓、管理、分流 及運用等作業,提供優質的志工服務。

市場開發處

建構賽會品牌及發展賽會整體視覺與企業參與運作機制,並建立贊助企業合作契約的標準化作業程序及規劃完善的商品服務作業,達成收支平衡目標。



組織架構-賽會活動



4領域

文化處透過整合雙北文化資源及配合 賽會期程舉辦多元的文化活動及賽期 之迎賓饗宴。賽會開閉幕的展演規劃 為重點執行事項,運用雙北特色及融 合文化藝術,展現具國際賽會等級之 開閉幕典禮。

媒體行銷處運用多元媒體、行銷工具, 塑造整體賽會形象。根據整體行銷架構 分階段將世壯運的理念、重要新聞及亮 點活動等相關訊息全方位露出,有效運 用社群及跨界資源操作提升賽會知曉度 ,並搭配賽會特色規劃多元之主題旅遊 等逐步從國內推向全球。賽會媒體服務 與提供即時之賽會相關消息為重要工作 事項,並規劃線上網路直播。



轉播組

旅遊 服務組

組織架構-賽會服務



諮詢顧問

执行委員會 主任委員

交通運輸處依據賽會需求及人員類別規劃完善之交通 運輸服務,以多元數位之方式提供賽會參與者。藉由 賽會場館分布情形規劃配套措施,提供場館間交通運 輸接駁服務及擬訂交通維持計畫。

賽會資訊基礎建設及競賽資訊管理之主要負責單位, 建置賽會資訊環境,朝賽會數位化服務發展。建置賽 會場館網路基礎及計時計分設施設備、賽會官方網站 及建置應用軟體,以有效傳達賽會訊息。

賽會安全維護及緊急事件處理之主要部門,透過人員 安全查核以確保賽會安全,反恐及維安指揮系統、緊 急應變體系預作編組規劃,強化各項安全維護工作及 執行場館安全維護及賽會人員安全作業。

提供賽會完善之醫療救助服務,於賽會期間整合場館 周邊醫療資源,建立活動緊急醫療救護網。訂定藥檢 計畫確保安全公平競賽,規劃良好食品衛生管理方法 、提供疫情監測及防治知識之宣導作業。 交通處

資訊服務處

維安處

醫療服務處



研訂計畫-籌辦計畫



籌辦 計畫

110年11月 體育署同意備查

111年分年計畫

112年分年計畫

113年分年計畫

114年分年計畫

每年10月底前提送下一年度分年計畫送體育署審查。 111年度分年計畫已於12月提送待體育署同意備查。

研訂計畫-主計畫





8月 **完成** 主計畫撰寫



9月 **提交** IMGA主計畫



9月 與IMGA **計論**主計畫



11月 **放動** 主計畫(第二版) 撰寫

國際事務-IMGA會員大會



2021年11月16日,透過視訊方式參與IMGA會員大會,並於會中進行籌備進度報告,簡報完整呈現簽約後各項籌辦進度及未來規劃,簡報內容及報告獲IMGA執委會肯定。







國際事務-關西世壯運組委會

- 2025 REW TAIRPLE
- 2021年10月21日與關西世界壯年運動會組織委員會召開2021關 西世壯運接旗及表演活動規劃籌備會議。
- 關西世壯運組委會向我方表達將向IMGA申請賽會延期事宜,並 請我方提供意向書。





人力資源-專職人力



領域	項目	處別	2021	2022
賽會行政	1	綜合行政處	2	3
	2	國際事務處	1	1
	3	後勤管理處	0	1
	4	人力資源處 1		1
	5	市場開發處	0	1
競賽場館	6	競賽處	1	2
	7	場館處 1		1
賽會活動	8	文化處 0		1
	9	媒體行銷處	1	1
賽會服務	10	交通處	0	0
	11	資通訊服務處 0		1
	12	維安處 0		0
	13	醫療服務處	0	0
	終計		7	13

備註:

執行辦公室依據賽會主 計畫及籌辦經驗配置各 處人力,後續將依據執 行情形做滾動式修正。

人力資源-局處支援人力



市府各局處執委會派任人力					
處長	12人				
副處長	19人				
組長	44人				
副組長	44人				
合計	119人				

市場開發-品牌識別



品牌識別建構

創意策略方案

設計應用模組

創意策略 制定 應用設計主軸制訂

延伸設計

輔助圖形應用設計

市場開發-品牌識別





WORLD MASTERS GAMES 2025

世界壯年運動會 TAIPEI CITY NEW TAIPEI CITY



WORLD MASTERS GAMES 2025

雙北世界壯年運動會 TAIPEI CITY NEW TAIPEI CITY

運動無界 人生無限

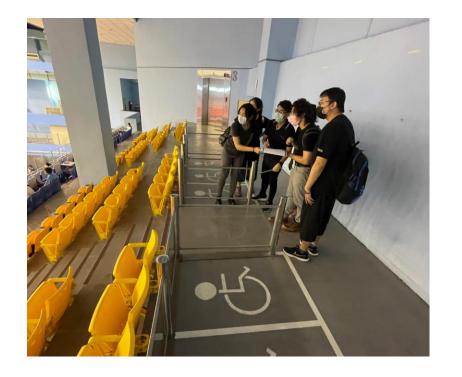
Sports beyond **age! Life** without **limits!**

競賽及場館



- 2021年8月啟動「雙北世壯運場館總體檢」,針對競賽場域、空間配置、友善環境、機電及空調設施進行檢視,並提出修正建議。本年度完成新北市及臺北市競賽場館55座。
- 預定於2022年3月完成所有89座場館盤點。





競賽及場館



2021年10月召開「第二次賽務會議」,針對競賽種類規劃及場館 微調進行說明及討論,並針對協會協助事項(競賽器材清單、計時計分系統、技術委員資格)進行報告。





競賽及場館



於2021年12月,分別與各單項協會召開器材、計時計分系統及仲裁系統需求討論會議,初步確認各項競賽器材清單及建議取得方式





媒體行銷-行銷計畫



於2021年9月,邀集運動管理、運動行銷等領域專家學者討論並規劃「2025雙北世壯運整體行銷計畫」,已於12月完成初稿。後續將提交IMGA並與其召開討論會議。







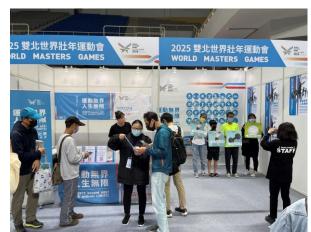
媒體行銷-賽會宣傳

於「2021臺北國際龍舟錦標賽」、「2021萬金石馬拉松」、「2021新北市城市盃成人分齡游泳錦標賽」、「2021臺北馬拉松」進行行銷宣傳活動。

















二. 2022年上半年工作規劃說明

賽會主要時程

2022-營運籌備

- 規劃營運管理機制與各部門執行作業
- 透過國內外宣傳 及官方網站建立 賽會知曉度

2023-營運管理

執行賽會服務與 籌辦事項相關作 業,如贊助、行 銷、開閉幕、交 銷、資通、維安、 醫療等規劃

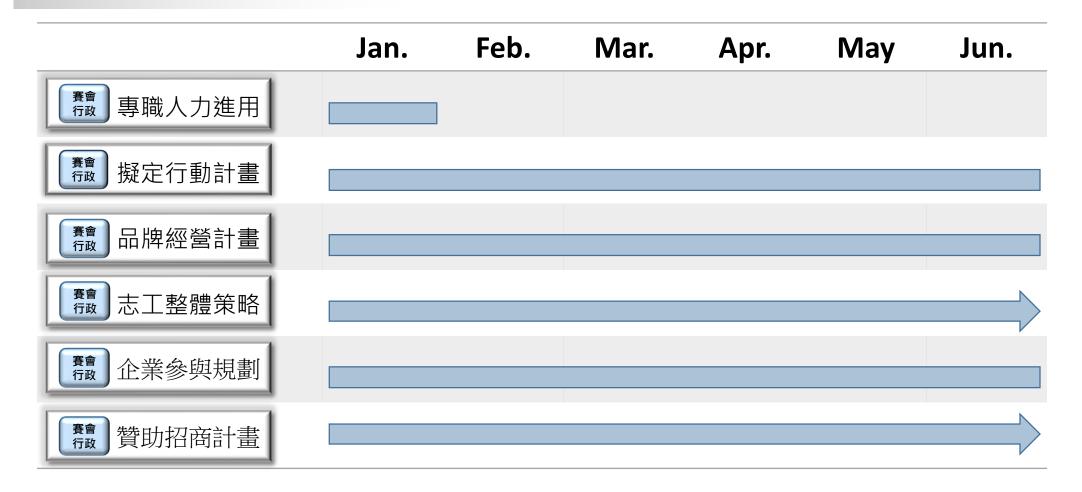
2024-賽會規劃

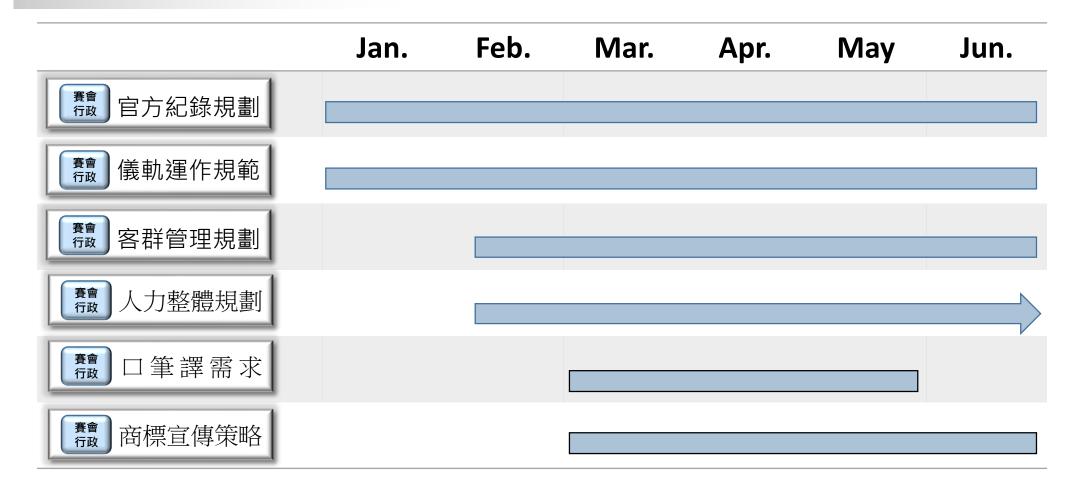
- 賽會前一年正式開放報名
- 執行測試賽及修 正場館營運計畫

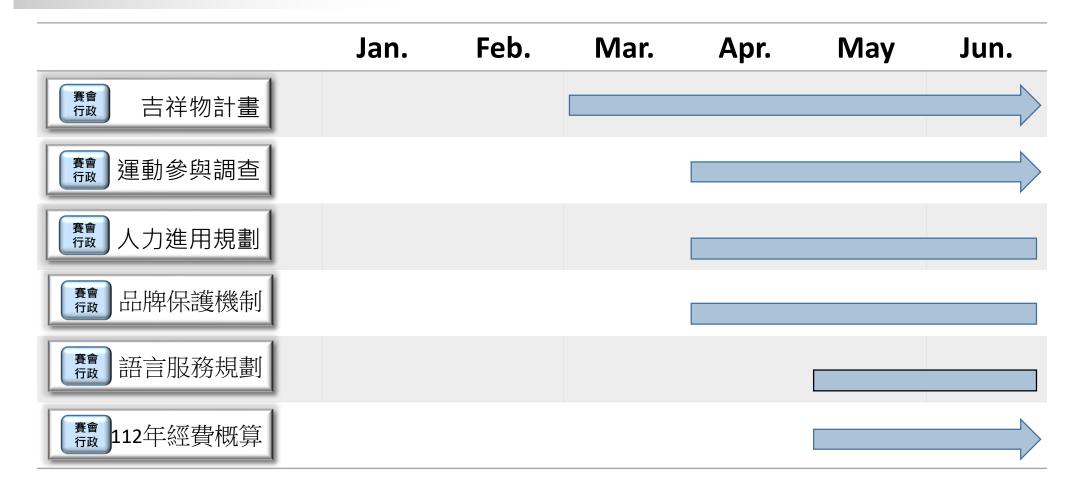
2025-賽會執行

執行正式比賽前 後時期所有作業 事項,如場館化 完成報名及賽程 安排、認證確認 安排、認證確認、 各營運中心運作 等



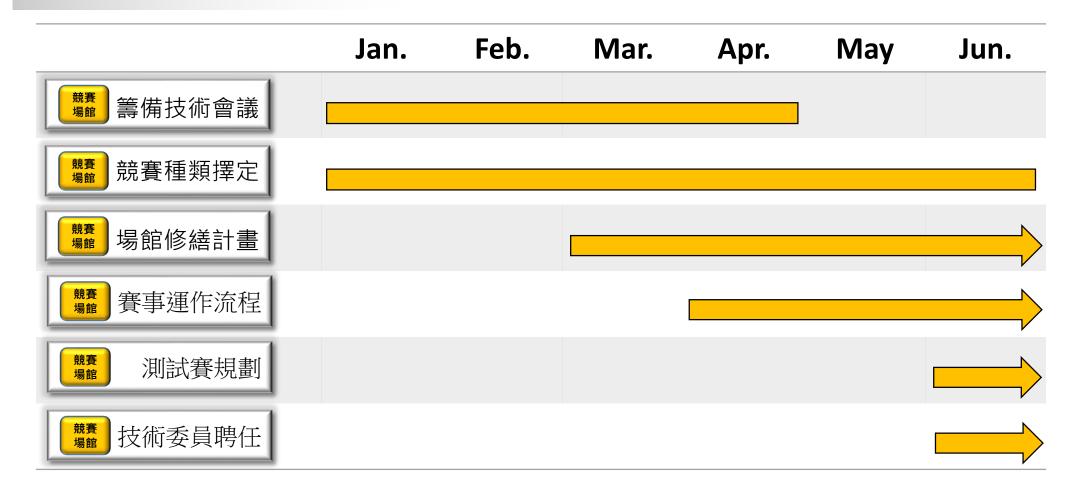




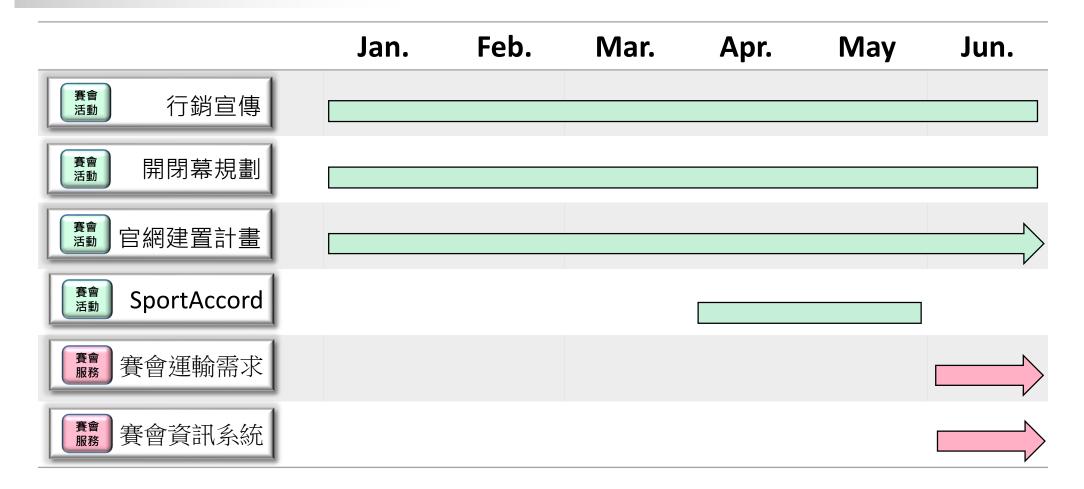


	Jan.	Feb.	Mar.	Apr.	May	Jun.
野會 IMGA訪視						
寶 召開組委會						
保險規劃						

2022重點工作事項 - 競賽場館



2022重點工作事項 - 賽會活動.服務





三. 行銷活動專案報告

整體賽會行銷計畫

| 2021建構期

2022形成期

3 2023醞釀期

4. 2024翻轉期

5 2025收成期

品牌建立

- 打造知曉度
- · 搭配國內外運動賽事,規劃創意行銷活動,讓國民知道「2025世界壯年運動會在雙北!」

形象塑造

- 擴大知曉度、 打造支持度及參與度
- 透過國內外行銷宣傳 活動,傳遞活動訊息 (如賽會運動項目、 報名方式等)至海外 或鄰近國家,營造民 或鄉近國家。

價值認同

- 擴大支持度
- 搭配國內外運動賽事、媒體宣傳及國際體育年會宣傳,並動員地方社團組織推廣全民運動,創造賽會品牌。

亮點深化

- 打造參與度
- 搭配大型賽會、測 試賽等,運用海內 外媒體曝光,提升 賽會關注度,規劃 全民響應賽事報名 之誘因及城市旅遊。

全民運動

- 擴大參與度
- 多方資源整合提升 賽會活動宣傳效益, 配合賽事各項主要 時程(如:場館、 開閉幕活動等), 規劃相關行銷宣傳。



重要里程碑

2021建構期

2 2022形成期

3 2023醞釀期

4. 2024翻轉期

5 2025收成期

成功申辦

- 申辦成功記者會
- 簽約記者會
- 組織委員會成立
- 執行委員會成立

以運動與國 際交朋友

- 2021日本關西世壯 運接旗活動
- 官方網站、社群成立
- 2025雙北世壯運吉 祥物

全民來相挺

- 國際宣傳影片
- 2025雙北世壯運主 題曲
- 賽會志工全員招募
- 辦理國內大型測試賽
- 企業贊助合作招募
- 授權商品合作招募

全民動起來

- 開放報名 招募影片
- 觀光遊程推廣打造 精彩臺灣
- 倒數365活動
- 開閉幕節目宣傳
- 企業贊助合作及品牌活動

全民運動會

- 倒數100活動
- 開閉幕票務銷售
- 全民動起來 雙北樂活城
- 賽會永續亮點記者會



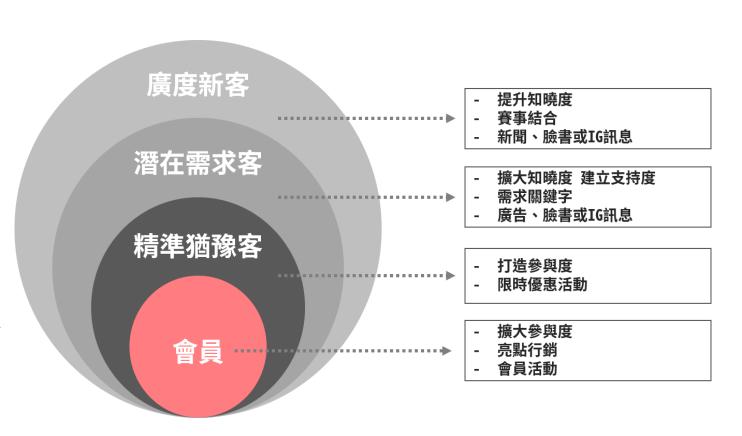
目標市場

國際市場

- (1) 歷屆持續參賽者以及歷屆舉辦過世壯運的國家區域市場。
- (2) 舉辦過國際大型運動賽會的已開發國家,以及運動 首都之國際城市。
- (3) 主辦城市及協辦城市的國際姐妹市。
- (4) 亞太區域潛在參賽者以及2021日本關西世壯運的 國內外參賽者。

國內市場

- (1) 運動市場:各運動中心、私人健身俱樂部、運動聯盟、品牌賽事活動公司、體育署運動i臺灣計畫班級,以及各單項協會年度長青運動競賽活動參加族群等
- (2) 軍警公教市場:公家機構、軍警大學、退休公務員 組織團體、體育老師、大學EMBA班、社區大學班、 退休教師團體、校友會等
- (3) 企業市場:積極辦理員工運動會、企業運動季及運動社團之各大中小企業團體
- (4) 銀髮市場:銀髮高齡族群參與健身休閒活動與服務 之市場,含(非)營利性組織機構團體。



2021 年度行銷策略

「運動無界,人生無限」(SPORTS beyond AGE | LIFE without LIMITS)宣揚終身運動之價值理念,本年度透過結合 國內大型運動賽事設攤宣傳及網路議題行銷活動,提升世壯 運知曉度。



2021 重要里程碑 2020.10.22

申辦成功

2020.12.10

簽約記者會

2021.05.07

組織委員會成立

2021.11.16

執行委員會成立







工作項目

一、國內大型運動賽事參與規劃

二、賽事露出相關設計運用

一、國內大型運動賽事參與規劃

(總計7場次、活動天數12天)



2021臺北國際龍舟錦標賽

110年全國運聖火傳遞臺北站2021新北市萬金石馬拉松運動博覽會2021新北市萬金石馬拉松2021新北市城市盃全國成人分齡游泳錦標賽

2021臺北馬拉松 2021馬拉松運動博覽會



· 、國內大型運動賽事參與規劃

(透過設攤活動,設計活動問卷,初步建置賽會基本資料)



2025 雙北世界壯年運動會問卷調查(12/16-12/19)

親愛的先生/小姐 您好:

首先感謝您撥時間填答此份問卷!本研究主要目的在希望透過您參與運動賽事經驗,了解參加活動動機及對城市行銷效益的研究。您的作答對將對2025雙北世壯運有關鍵性的影響,麻煩請您務必填寫。本問卷採不記名方式,您所提供的寶貴資料,僅供研究之用,絕不對外公開轉作其他用途,請您放心作答。

一、基本資料

1 性別

請選擇

2 婚姻狀況

請選擇

10/



二、賽事露出相關設計運用



活動秩序冊

(2021臺北國際龍舟錦標賽)



公車車體廣告

(282線車身及後車側)



全壘打牆帆布

(110年城市棒球對抗賽)



活動關東旗

(110年全國運聖火傳遞臺北站)



2022

年度行銷策略

以擴大品牌知曉度、建立世壯運形象為行銷的重點

目標,擬針對國內外提出品牌形象塑造策略及傳遞活動訊息,營 造民眾期待感。此階段主要是賽會品牌的持續建構,以發展賽事 品牌理念、凸顯雙北品牌特色、發展賽事識別系統為主。



2022 年度行銷推廣



持續結合國內外大型活動宣傳



持續參與國外重要體育活動



強化國內媒體宣傳



提升社群媒體互動



辦理企業贊助夥伴合作規劃

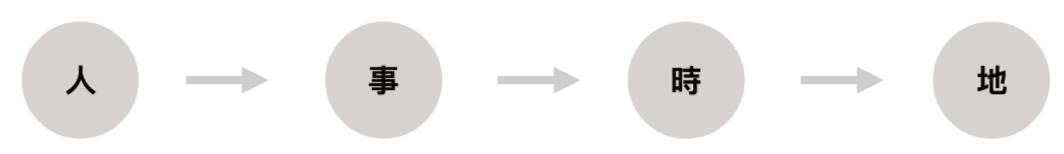


授權商品合作規劃



創意策略 溝通內容分析洞察

以"**人**"、"事"、"時"、"地" 作為資訊導引閱讀順序



選手

利用趣味、親切、個性鮮明的中老年人物角色為主體呈現,傳達"全民參與"、"自我挑戰"、"重返榮耀"的主軸。

世界壯年運動會

以賽會識別基礎系統中的 LOGO識別標誌、標準色 系統、輔助圖紋、賽會標 語、行銷口號等元素呈現。

2025年

強調年份數字以建立受眾對 比賽時間的記憶與期待。

雙北合辦

除雙北的中、英文字樣外, 輔以雙北具代表性的地標、 景點、人文民俗等特色搭 配點綴呈現。



^{創意策略} 視覺設計推導與創意

影像 - 人物

主體人物影像以鮮明而反差對比的角色設定及造型,表現"自我突破"、"青春心境"、"充滿自信"的態度,整體氛圍需傳達"愉悅"、"樂觀"、"幽默"的正向感受。





應用設計主軸 **首波視覺設計主軸** 2022~2023

- 運用"反差的趣味" 創造視覺傳播的共鳴點。
- "輕鬆幽默"的調性來表示 本賽事全民參與的親和氛圍。
- 時代感交疊的背景圖案 -具復古感的元素,以現代或流行 的手法呈現



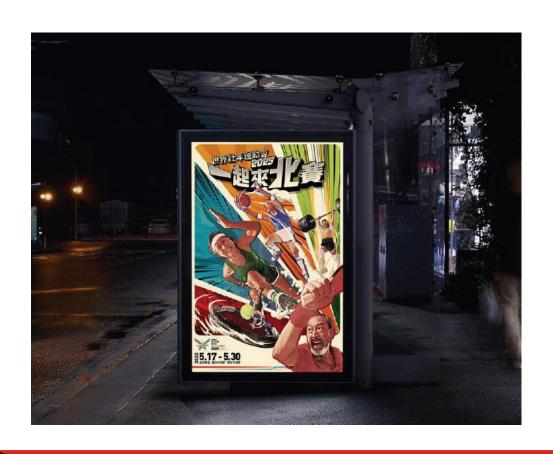


主題視覺優化設計



應用設計

燈箱廣告 - 直式燈箱廣告



車廂廣告 - 車側橫幅廣告





一、國內外大型運動賽事參與規劃









19-20 全國常青田徑 國際錦標賽

25 墾丁國際鐵人 三項賽

15-20 Sportaccrod

(Ekaterinburg, Rissia)

官網上線









二、宣傳管道露出相關設計運用

活動官網 6月正式上線



二、宣傳管道露出相關設計運用

臺北市政府 西側外牆大樓







策略夥伴

- 1.協助辦理賽會之相關宣傳作業
- 2.協助相關國際管道與平台之宣傳作業
- 3.配合組織委員會相關行銷推廣作業



協助出入境免簽證優惠服務及國際宣傳與城市行銷

- 1.協助交通、飯店旅館優惠服務及國際宣傳與城市行銷
- 2.協調國內航空公司供國外參與者優惠服務

- 1.協助提供所轄場館供賽會使用
- 2.協助提供大眾運輸優惠方案
- 3.協助國際宣傳與賽會行銷
- 4.協助賽會推廣計畫及城市觀光宣傳

- 1.協助辦理賽會之相關宣傳報導作業
- 2.配合組織委員會相關行銷與傳播作業

傳統暨網路 媒體單位

外部單位 及贊助商

- 1.配合組織委員會相關行銷推廣作業
- 2.協助辦理賽會之主題旅遊套裝行程及銷售作業
- 3.協助辦理賽會之相關宣傳及報名推廣作業
- 4.提供社會資源協助賽會之成功舉辦



THANK YOU

