

檔 號: STA0599
保存年限: 3年

國立科學工藝博物館 函

地址：高雄市三民區九如一路
720號
承辦人：黃文興
傳真：07-3868971
電話：07-3800089ext.5168
電子郵件
：togo@mail.nstm.gov.tw

受文者：國立暨南國際大學

發文日期：中華民國100年9月16日

發文字號：館藏字第1000003450C號

速別：普通件

密等及解密條件或保密期限：

附件：計畫&徵選辦法&同意書（1000003450C_徵選辦法.DOC、1000003450C_授權同意書.DOC、1000003450C_行銷計畫.DOC，共3個電子檔案）

主旨：檢送本館「開放式典藏庫」藏品經國號戰機全尺寸木質模型故事行銷計畫及徵選辦法各乙份，敬請鼓勵所屬學生踴躍參加。

說明：

- 一、本館首創建置國內首座結合蒐藏、研究、展示與教育等特色功能的「開放式典藏庫」。本庫內藏有經國號戰機研發時之全尺寸（1:1）木質模型，本項藏品極富時代歷史意義，希望能透過說故事的方式，產生感動與共鳴，進而激發科學學習的興趣，相當具有教育意義，亟盼 貴校共襄盛舉。
- 二、檢附故事行銷計畫、徵選辦法、著作權同意書，敬請協助公告，鼓勵學生踴躍參加。
- 三、「開放式典藏庫」網址
：http://www.nstm.gov.tw/exhibition2010/OpenStorage/index.htm。

正本：私立大學校院、公私立大專校院

副本：本館蒐藏研究組

100/09/19
08:38:29

第2層決行



擬：公告周知，文存。

約用
助理員 陳茂韶

教授兼
學務長 李玉

第1頁 共1頁

100年9月19日暨收文總字第 1000011472 號



4626-6359

電子公文

學生事務處

46

國立科學工藝博物館開放式典藏庫經國號戰機（IDF）木質模型故事行銷徵選辦法

壹、參與對象：高級中學以上學生、社會人士。

貳、故事文稿格式：

一、文稿內容編排原則：

以中文撰寫為原則，一律橫寫，並加標點、分段編頁碼。

除標題粗體大小 14 外，中文字體使用標楷體，英文文字使用 Times New Roman，大小一律為 12，作者格式：撰文/姓名，若有多位作者請用”、”區隔。每篇 1500 字以內。

二、圖片編排原則：搭配 1~3 張照片，圖說以 50 字內為佳，格式-【攝影/某某某】，JPG 檔。

參、繳交資料：電子檔含著作權同意書寄 togo@mail.nstm.gov.tw 並請註明姓名地址聯絡電話。

肆、繳交期限：100 年 10 月 31 日前。

伍、評選標準：

一、故事完整性

二、故事創意性

三、故事與主題連結度

四、故事延伸價值

陸、獎勵方式：

第一名禮券 8000 元，第二名禮券 5000 元，第三名 3000 元，佳作 5 名禮券 2000 元。

柒、入選公告：11 月 30 日於本館網站。

著作・影像授權同意書

茲同意就本人參與國立科學工藝博物館經國號戰機木質模型故事行銷案之故事及圖片相關資料，無償授權國立科學工藝博物館，並得予以重製、刊載於其網站或發行之刊物及會後之出版品，或基於行銷本活動之理念，授權報章、雜誌之刊登，並為全書體例之需，得做必要之編排剪輯。

本人聲明並保證授權之著作為本人所自行創作，有權為本同意書之各項授權，且授權著作未侵害任何第三人之智慧財產權。本同意書為非專屬著作，本人對授權著作仍擁有著作權。

立同意書人：
(必填)

(請親筆簽名)

身分證字號：
(必填)

通信地址：
(必填)

聯絡電話：

電子郵件：

中 華 民 國 年 月 日

1000

國立科學工藝博物館開放式典藏庫經國號戰機（IDF）木質模型故事行銷計畫

100.09.12

壹、計畫緣起

故事行銷係指企業透過說故事的手法對消費者進行行銷溝通，以吸引消費者的注意與共鳴，進而贏得消費者的青睞。

故事行銷雖然不是一項新鮮事，為什麼「故事行銷」可以成功推動產品？因為大家喜歡聽故事，因為故事將產品與消費者的情感做連結，拉近了人與產品的距離。為什麼要做故事行銷呢？因為想要獲得大眾及媒體青睞，就需要有動人的故事才能搏版面；因為想要讓事業發光，就必須創造深植人心的產品靈魂。因此，只要故事說得好，就能在產品和消費者之間，創造一個深具意義且影響長久的共享經驗。經由網路世界的網站論壇、部落格或 e-mail，以簡單又快速的傳播方式，往往就能夠在短時間內，營造出莫大的宣傳效應。

本庫因緣際會蒐藏有歷史意義的經國號戰機全尺寸木質模型，所代表引領的是我國在研發自我防禦型戰機的尖端技術，還有所有相關零組件研發帶動的相關行業蓬勃景象，因此採用故事行銷的模式，讓故事深值人心，期待它的家-「開放式典藏庫」能吸引更多民眾入庫欣賞品味。

貳、計畫目標

一、目標說明

藉由說經國號戰機木質模型相關故事的手法，乃是因為故事具有感染力與傳播性，透過故事，可以與生活經驗直接連結，並產生感動與共鳴。說故事是非常有效的溝通工具，因為隱藏在故事裡的觀念與意涵比較容易被理解與吸收，且故事型的行銷溝通比較具有穿透力。藉由這種方式吸引民眾的參與說故事，並徵選出優良故事作品，依此作為行銷 DM 推廣，進而提升本庫的參訪人數及收入，激勵民眾學習興趣。

二、衡量指標：入庫人數月達成率>150% (900 人/月)

肆、實施對象：高級中學以上學生及社會人士 (本館所有服務人員)。

伍、計畫期程：即日起至 100 年 10 月 31 日

一、第一階段：提出計畫構想，徵得認同同意。

二、第二階段：計畫公告 (各種網路途徑)。

三、第三階段：進入故事收件徵選。

陸、執行策略及方法

一、分期執行策略

(一) 執行階段：發文各級學校通告本計畫，鼓勵踴躍參與，以各軍事學校為重點。

(二) 執行策略：採開放式作法歡迎所有人參與，因為參加者的開放，執行過程也是行銷，集思廣益蔚為風潮運動。

二、主要工作項目及執行方法

(一) 以本組營運小組成員為主成立工作小組

(二) 成立故事徵選委員會 (成員為本館同仁、志工、媒體工作者)

(三) 訂故事徵選辦法。

柒、經費配置：含於徵選辦法 (獎勵金 26,000 元)。

捌、預期成效及影響

一、整體預期成效：

(一) 製造經國號戰機木模故事話題，吸引民眾入庫參訪。

(二) 提升參訪人數及收入。

(三) 創造本館故事行銷案例。

玖、其他單位配合事項：協請公服組、資訊小組配合媒體發布。

