



# 109-110 年度 公有市場及列管夜市行銷推廣計畫

---

## 109 年度經濟部 台灣魷魚鱗 —市場魚漿王爭霸戰 甄選競賽計畫

---

指導單位：經濟部中部辦公室

執行單位：純粹創意整合行銷有限公司(公有零售市場-北區)

智策整合行銷有限公司(公有零售市場-南區)

中華民國 109 年 10 月 19 日

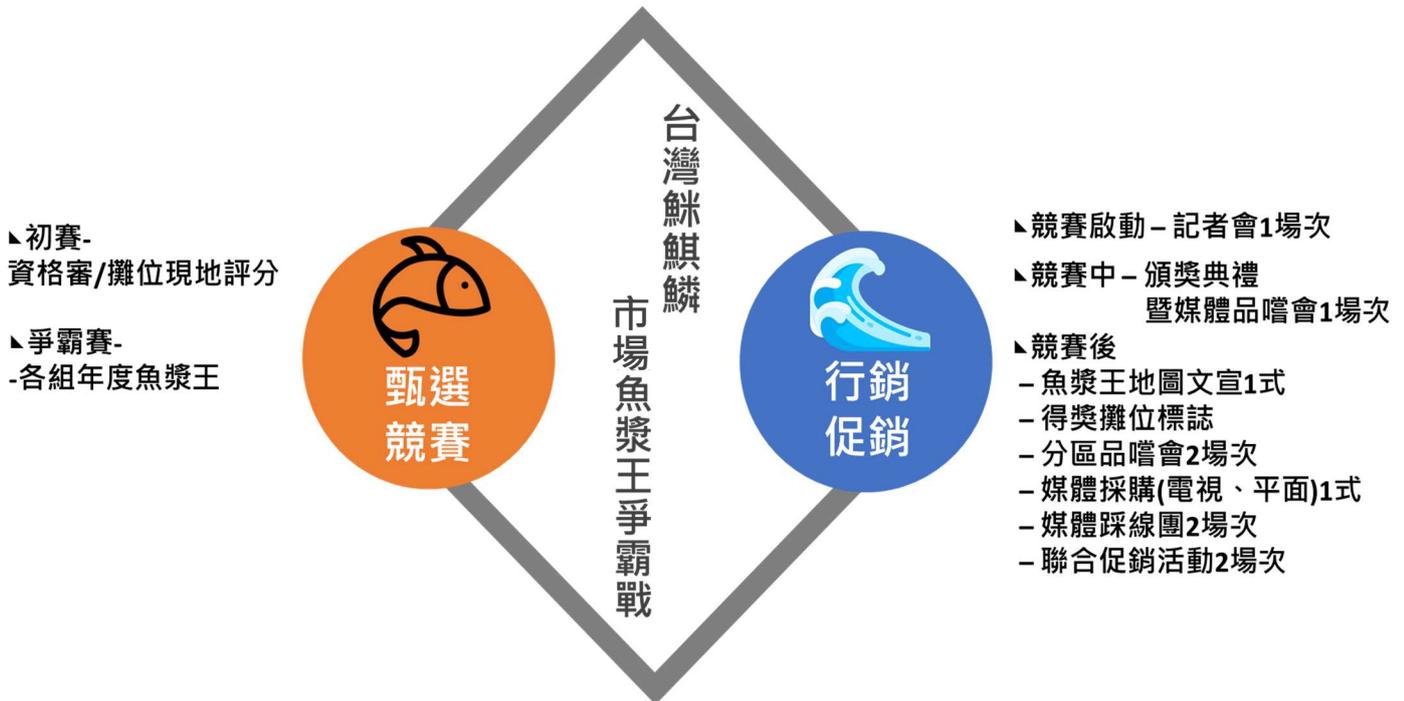
## 109 年度經濟部 「台灣鮓鱈鱗-市場魚漿王爭霸戰」 甄選競賽計畫

### 一、計畫目的

台灣早期農業社會，人們依循水源建立聚落、形成集市，無論靠海、或臨河，水帶來了食材、連結了貿易，更孕育出一座座城市。水產食品的多樣，更是台灣傳統市集的驕傲，尤其魚漿製品，搭配煮、蒸、烤、炸、仿製…等等各種成型方式、甚至混合食材，發展出魚丸、魚糕、竹輪、天婦羅、阿給、苦瓜封、雞捲…等，多種舌尖上或彈牙、或爽脆、或軟糯的鮮美。

本計畫將徵集全國市場自製魚漿製品的攤商們，透過競賽機制，一起打造全國第一個「市場魚漿王」，沿著海岸線發掘市井美味，創造產業亮點。更將透過後續行銷資源投入，讓更多優質攤商被看見，吸引消費者按圖索驥，在時興的小旅行遊程中，玩當地、吃在地，更深度感受傳統市集的新鮮、多元、人情味！

## 二、計畫架構



## 三、計畫期程

期程安排	109年10月	109年11月	109年12月	110年1月	110年2月
<b>活動報名</b>					
1) 機制確認	★				
2) 競賽啟動記者會		★			
3) 活動報名		★			
<b>活動競賽</b>					
1) 初賽書面審查		★			
2) 初賽-現地審查			★		
3) 爭霸賽晉級名單公告			★		
4) 爭霸賽			★		
<b>頒獎及行銷</b>					
1) 頒獎典禮暨媒體品嚐會				★	
2) 分區品嚐會				★	★
3) 媒體採購				★	★
4) 媒體踩線團				★	★
5) 聯合促銷活動				★	★
6) 得獎店家形象宣傳(含魚漿王地圖、得獎攤位及產品行銷、微旅行宣傳)					★

#### 四、甄選機制

##### (一) 甄選條件：

1. 各縣市公有傳統零售市場或合法列管攤販集中區（含列管夜市）內之合法攤鋪。
2. 參賽攤鋪主要販售商品為魚漿製品(含熟食)，且魚漿須為攤鋪自製(委外代工、魚市批發…等魚漿來源，屬半成品採購，不符合本計畫競賽資格)。

##### (二) 甄選分組：

本計畫將依商品類型，分為「好丸組」及「好吃組」二組進行分組競賽，「好丸組」為魚丸類型產品；「好吃組」為除了魚丸類型外之魚漿產品。參賽攤鋪若兩者皆有販售，亦可依商品類型、個別報名甄選。

##### (三) 報名時間：

109 年 11 月 1 日至 11 月 16 日止。

##### (四) 報名方式：

由攤商填寫報名表，經自治會彙整後，由直轄市、縣市政府函送本計畫執行團隊(北區)(南區)，副知(含附件)經濟部中部辦公室。

##### (五) 評選小組：

由經濟部中部辦公室依各階段組成評選小組甄選。評選委員資格須符合下列條件之一者：

1. 大學院校食品餐飲相關科系現任講師以上。
2. 高中(職)餐飲科系教師，服務滿 5 年以上者。
3. 具海鮮相關餐飲實務經驗之廚師或食品專家(具相關證照，或從事相關實務經驗 10 年以上者)。
4. 其他經主辦單位核定之相關領域專家學者。

(六) 甄選方式：

1. 初賽：由執行團隊(北區)(南區)分區執行。
  - (1) 書面審查：由本計畫執行團隊書面審查核對參賽資料項目，報名表資料填寫不完整者，取消參選資格。
  - (2) 現地審查：通過書面審查之攤舖，將邀請 2 位評選委員進行現場審查，針對現場環境衛生(含加工環境及門市環境)、魚漿製作流程進行評分。
  - (3) 爭霸賽晉級名單：由專管執行團隊彙整初賽分數，以現地審查分數及格者(70 分)為晉級名單，送主辦單位核定後公告。通過初賽晉級者，將參與全國爭霸賽。
2. 爭霸賽：
  - (1) 參賽者攜自製魚漿至活動現場，依競賽規定進行食材成型並烹煮，經評委現場品嚐及詢答後，針對商品特色(口感、美味程度、食材在地連結、創新研發等)進行評分。
  - (2) 參賽者如因故無法至比賽現場，仍保留其參賽權益，可將參賽商品提前寄予主辦單位，由主辦單位現場協

助加熱，由評委現場品嚐並評分。

- (3) 現場競賽程序後，將由執行團隊彙整初賽及爭霸賽分數後，經評審團當日決選，評選出本年度「台灣魷鱈鱗-市場魚漿王」優勝名單，並安排後續宣傳。

(七) 表揚方式：

將評選出「好丸組」及「好吃組」總分達 80 以上即為「市場魚漿王」。爭霸賽總分未達 80 分者，則頒給「市場魚漿王—入選名攤」證書，各獎項將由經濟部於頒獎典禮公開表揚。

### 五、整體行銷規劃

行銷宣傳		第一波		第二波				第三波			
		競賽資訊佈達		競賽結果公告				得獎名攤行銷			
		109 年 10 月		109 年 11 月		109 年 12 月		110 年 1 月		110 年 2 月	
		上旬	下旬	上旬	下旬	上旬	下旬	上旬	下旬	上旬	下旬
網路行銷	「台灣市集 go 購 go」Facebook 粉絲專頁	配合活動粉絲團宣傳									
	廣告投放(google 關鍵字、FB 廣告投放)			報名 投放				配合頒獎典禮、聯合促銷活動投放			
媒體宣傳	新聞稿			★			★				★
	競賽啟動記者會			★							
	頒獎典禮暨媒體品嚐會										
	媒體採購										
	媒體採線團										
攤鋪形象/促銷	得獎攤位標誌(產品形象行銷)										
	聯合促銷活動										
體驗行銷	魚漿王地圖文宣										
	分區品嚐會										
	得獎店家形象宣傳(微旅行或其他形式)										

本次計畫將分成三波段行銷宣傳：

1. 第一波競賽資訊佈達：

向全國傳統市場及夜市魚漿相關製品攤位佈達活動資訊，並廣邀各地老店、名攤參與活動，因此，此波段將辦理一場競賽啟

動記者會，訊息佈達將以主辦單位函知各縣市政府外，另於活動報名期間進行網路投放（如 Google 關鍵字、Facebook 廣告投放）等方式作為推波工具。

## 2. 第二波競賽結果公告：

經過競賽初賽-現地審查及爭霸賽等關卡後，選取「台灣鮨鱈鱗-市場魚漿王」名攤，並暫定將於 109 年 12 月辦理頒獎典禮，做為本次評選結果公告，另外也會結合廣告投放（如 Google 關鍵字、FB 廣告投放）及媒體宣傳（電視、平面媒體露出 1 式）等資源公告競賽結果資訊。

## 3. 第三波得獎名攤行銷：

於頒獎典禮過後「台灣鮨鱈鱗-市場魚漿王」名攤已出爐，為延續期成果效益，本計畫將分為四項整合資源進行得獎名攤行銷規劃：

- (1) 攤鋪形象/促銷：提供得獎名攤「得獎攤位標誌」建立攤鋪為本次「魚漿王」代表名攤支形象。另外，將辦理 2 場次聯合促銷活動，如消費滿額抽、消費滿額優惠折抵，刺激得獎攤鋪營業額成長。
- (2) 體驗行銷：本計畫將依照得獎攤鋪規劃魚漿王地圖，結合微旅行指南或魚漿王故事行銷的方式，打造攤鋪整體形象。（得獎店家形象宣傳執行團隊後續提供細部執行計畫書）也辦理 2 場次魚漿產品品嚐會（執行團隊後續提供細部執行計畫書），拉近消費者與攤鋪距離，直接將消費者導入至

市場攤位消費，推廣攤鋪整形象也帶動新客源。

- (3) 媒體宣傳：透過前述「攤鋪形象建立」及「體驗行銷」之方式後，將安排 2 場次媒體踩線團（媒體踩線團執行團隊後續提供細部執行計畫書），帶媒體記者走入市場，走入攤位了解攤鋪整體形象及體驗魚漿王地圖行程，最後直接品嚐魚漿王產品。藉由媒體踩線團完整的體驗後，「台灣魷鱈鱗-市場魚漿王」須達 20 則以上媒體露出，以期達成精準行銷之目的。