

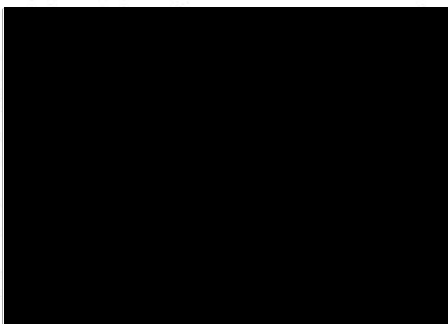


香港文化推廣 - 香港漫步散策

總結報告

2024 年4月26日

第一組



香港中文大學伍宜孫書院
GEYS4010 專題討論
潘銘基教授

(4440字)

目錄

1. 背景	3
2. 計劃進程.....	4
2.1 社交媒體專頁	4
2.1.1 專頁介面.....	4
2.1.2 小組自我介紹	5
2.1.3 城市漫步路線介紹	5
2.2 「香港散策」網頁	6
2.3 城市漫步路線	7
3. 現階段成果及未來期許	9
4. 增加計劃可持續性.....	10
4.1 產品設計及銷售	10
4.1.1 桌上遊戲.....	10
4.2 資助資金申請	11
4.3 宣傳計劃	12
4.4 資金運用.....	12
4.5 預計執行時間表	13
5. 風險評估.....	14
6. 財政預算	15
7. 總結	16
附錄一：參考資料.....	17
附錄二：分工表.....	18

1. 背景

近年香港持續進行城市規劃和發展，如土地用途重整、公屋和新市鎮建設、舊區重建等。然而，這些迅速發展的社區趨向公式化，失去多樣性與獨特性，降低大眾對社群歸屬感

根據二零二三年度政府財政預算案，文化及創意產業僅佔總支出 0.77%（文化藝術，二零二三年），可見政府對文化產業的重視程度低。此外，政府目前推行的保育政策以商業為導向，導致許多具有歷史價值的建築失去了原有的文化價值，如前身是水警總區總部「1881」被發展成奢侈品零售店群，使建築失去本來的歷史意義。

事實上，香港不少地方和事物仍保留了其文化特色及歷史故事。我們相信只要恰當宣傳，便能增加市民和旅客對香港歷史文化的了解，並重新維繫大眾對社區的歸屬感。

有見及此，我們以本港的市民和旅客作為目標，向他們推廣城市漫步，鼓勵大眾親自步行並探索不同地區，了解其背後的歷史文化，從而提升受眾對本土文化的關注和對地區以致香港的歸屬感。

2. 計劃進程



(圖一：「香港散策」品牌標誌)

我們以「香港散策」作為品牌名稱，在社交媒體平台及網站上提供香港各區的城市漫步路線，以此推廣城市漫步和本地歷史文化。

2.1 社交媒體專頁

我們於 Instagram 平台上建立了「香港散策」專頁 (@hk_walking)，專頁內容包括本小組的自我介紹，城市漫步路線介紹帖文以及網頁網址等資訊。

2.1.1 專頁介面



(圖二：「香港散策」專頁介面)

專頁簡介中提及了本小組的身份並附上「香港散策」網頁。我們亦把不同路線相關的限時動態結集成動態精選，方便讀者隨時查看。

2.1.2 小組自我介紹



(圖三：「香港散策」專頁截圖)

專頁的首三則帖文分別以介紹本小組，城市漫步概念以及「香港散策」項目作為主題，讓讀者認識本小組和小組的理念與目標。帖文內容均包含繁體中文、簡體中文、英語版本，迎合不同受眾的需要。

2.1.3 城市漫步路線介紹



(圖四：「香港散策」專頁截圖)

我們就每一條城市漫步路線均發布三則帖文以作介紹。為了吸引讀者細閱並彰顯帖文的連貫性，三則帖文的首張照片均為相連而且寫上標語（如「外貿商人的信仰是關二哥？」）。



(圖五：「香港散策」專頁截圖)

帖文的後續版面均以路線景點簡介為主。我們為每個景點配上相應圖片及簡略介紹，藉此吸引讀者閱讀內文的精簡版景點介紹。我們的最終目的是鼓勵讀者到網站細閱詳細路線資訊並實地體驗城市漫步。帖文內文均包含繁體中文、簡體中文、英語版本，迎合不同受眾的需要。

2.2 「香港散策」網頁



（圖六：「香港散策」網頁截圖）

我們建立了「香港散策」網頁，主要提供詳細版的城市漫步路線介紹及圖集。詳細版城市漫步路線介紹包括更詳盡的景點簡介以及語音導航。網頁同樣設有繁體中文、簡體中文、英語三種語言選擇，分別對應廣東話、普通話、英語三種語言的語音導航。

2.3 城市漫步路線



(圖八、九、十、十一：各區路線地圖)

我們目前已經完成了深水埗區、油尖旺區、灣仔區、南區的特色路線，並以為全港各區制定每區的特色城市漫步路線為目標。每條路線均會有不等數量的特色景點，以及我們在綜合網上資訊和親身考察所得而編寫的景點介紹。此外，我們也把漫步路線上傳至 Google Map，方便讀者跟隨。

我們主要跟隨一套成熟的流程製作各區的城市漫步路線。每條路線均會由兩名組員負責。首先，負責組員會進行資料蒐集和設計路線。負責組員會預先蒐係地區的特色地點資訊並開會討論該區路線的主題及景點。負責組員隨後擬定路線景點介紹的初稿。然後，負責組員將會到該區進行實地考察。負責組員會親身走一遍擬定路線和參觀景點以確保路線的可行性。組員也會到不同景點拍照紀錄並發布到社交媒體專頁及網站。組員亦會根據親身考察的經驗修改路線介紹內容。之後，負責組員會展開後期製作的工作，包括製作社交媒體

專頁帖文、推廣標語、Google Map 地圖路線等。最後，全體組員將會審閱負責組員所準備的材了，經修改後發布至社交平台及網站。

截止目前為止，我們已經設計了深水埗區（尋找昔日印記）、灣仔區（灣仔宗教之旅）、油尖旺區（舊香港夜生活）以及南區（探索香港漁村）四條路線，並致力在未來完成全港十八區的特色路線。

3. 現階段成果及未來期許

我們的社交媒體帳號於二月十五日開設，目前的追蹤人數達 124 名。由於我們並沒有進行任何付費推廣，因此我們認為追蹤人數理想。



（圖十二：「香港散策」專頁截圖）

我們的網頁至今一共有 832 次瀏覽人次。我們認為這在我們眼中也是較滿意的數據，畢竟瀏覽者需要發掘我們的社交媒體帳號去發現我們的網址。

在一年內，我們會開始進行更多推廣，增加社交帳號的接觸人數。我們期望可達到每月增加 15-20% 的追蹤者，到了 2024 年中，我們期望追蹤人數達到 700 名（470% 的成長率）。

此外，透過提高社交媒體接觸率，我們也期望網頁的瀏覽率及網上自然搜查的曝光率會有所增加。由於跟隨我們推薦的漫步路線的人可能會反覆地觀看我們的網址，因此我們預料網址的點擊率會持續增加。我們期望網頁在一年內能增加 10-15% 的每月點擊率，一年後可達到 3,500 總點擊。

4. 增加計劃可持續性

為增加計劃的可持續性，我們計劃在短期內從增加資金來源和宣傳兩方面著手，當中包括資金申請、產品售賣、社交媒體宣傳等。長遠而言，我們計劃與不同機構合作並開發手機應用程式。我們希望能夠持續提升計劃的可持續性、確保計劃能夠長期穩定運營。

4.1 產品設計及銷售

我們計劃設計明信片、不織布袋、桌上遊戲等產品以供售賣，為項目帶來可持續的收入來源。

4.1.1 桌上遊戲

為達致有效宣傳平台及香港地區文化知識，並提供計劃日後的部分活動資金，我們設計了一款桌上遊戲，遊戲玩法如下：

遊戲玩家為二至四人，勝出方法為猜出對方玩家手上的卡牌。本遊戲旨在讓玩家對路線景點有更深入的認識，包括但不限於地點，歷史，特色等方面。遊戲共有四副不同顏色的牌組，卡牌上印有各景點的圖片、中英文名稱、所在地區簡稱。

以二人玩家為例，我們有以下牌組：

- 甲一（白色，20張）：內容組合一，玩家一持有並用以思考推敲
- 甲二（藍色，20張）：內容組合一，玩家二用以抽取供玩家一猜測的一張卡牌
- 乙一（黑色，20張）：內容組合二，玩家二持有並用以思考推敲
- 乙二（紅色，20張）：內容組合二，玩家一用以抽取供玩家二猜測的一張卡牌

以下為二人玩家的遊戲玩法：

1. 兩位玩家分別抽取甲二，乙二牌組中的一張卡牌，用以供對方猜測之用。
2. 兩位玩家觀察自己的牌組，輪流對方提出是非題以取得線索。
3. 得到提示後，兩位玩家不斷篩去錯誤選項，最快得到正確答案的玩家勝出。

通過互相詢問和思考，玩家能以有趣的互動方式更認識香港地區文化。



(圖十三：桌上遊戲玩法簡介)

4.2 資助資金申請

為配合一系列的宣傳活動、產品研發、社交媒體及網頁運作等工作，我們計劃從不同渠道申請資金。例如香港中文大學伍宜孫書院每年提供「創出我天地」及「愛陽光計劃」資助。除此之外，我們亦會尋求社會上的種子計劃，以獲得更多資金支持。

4.3 宣傳計劃

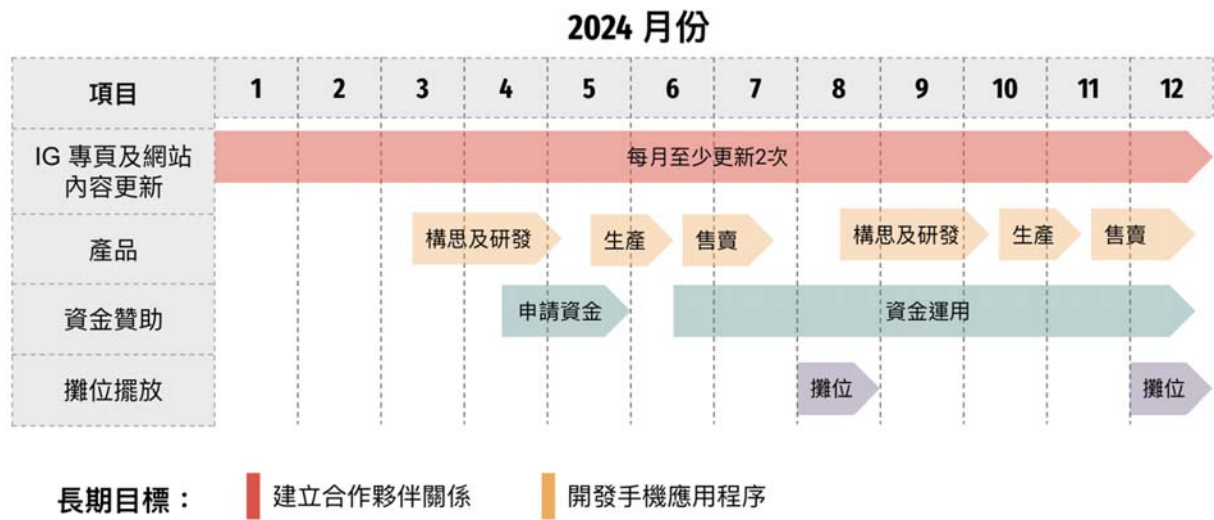
宣傳計劃	具體措施	期望效果
社交平台和網站互動功能	我們已分別於網頁和社交平台增設投稿專欄，鼓勵讀者投稿路線和特色景點，我們將因應讀者回應製作相關內容；同時亦會鼓勵讀者留言及標註我們。	增加與讀者的互動，從而更容易被 IG 增加觸及率，將我們的內容推廣給更多人。
市集或大型活動攤位擺放	在中大各書院大笪地、年宵、各機構定期舉辦的市集售賣產品及進行宣傳。	增加產品售賣渠道及曝光率。
社交平台廣告購買	根據後台數據觀察反應相對熱烈的帖子，再為該帖子進行付費推廣。	將受歡迎的內容推廣給更多人，吸引更多讀者追蹤。

4.4 資金運用

我們計劃利用獲得的資金於以下各方面：

	計劃	具體措施
短期	創造更高質量內容	分配資金給專業攝影師、作家、編輯等。
	社交媒體廣告進一步推廣	邀請網絡紅人合作、進行更全面的廣告推廣。
長期	建立合作夥伴關係	與旅遊相關業者合作，為讀者提供景點、餐廳優惠、工作坊等活動；亦可與社區團體合作舉辦城市漫步活動。
	開發手機應用程式	讓使用者能夠更方便地瀏覽和參與我們的內容。

4.5 預計執行時間表



(圖十四：預計執行時間表)

5. 風險評估及限制

風險/ 限制	內容	風險危害程度 (1 為最低；5 為最高)	解決/避免辦法
在城市漫步中受傷	在步行路線中，有些路線可能需要步行二至三小時，亦可能包括上下斜路，需要更多體力，若步行者沒有注意，可能導致意外（例如中暑，體力不足）發生。	5	我們絕不希望任何人會在城市漫步中受傷。因此，我們會增加一些警告字眼，例如「此路徑涉及山路，請量力而行」。並且會提醒步行者帶著足夠的飲料，提防中暑。
路線內容錯誤	<p>路線內容主要有兩個來源：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 網上資料 網上資料可能包括傳言、玄幻及虛假內容。當組員在網上搜尋資料時，可能會有些並非官方渠道的內容。當我們借鑑不同的歷史故事時，有機會帶出錯誤的資訊。 2. 實地考察 每經過一個景點，隊員會有自己的感想，有時會不自覺地把主觀想法寫進路線內容裡。這也有機會帶出或引導出不同的觀點。 	3	<p>為了保持路線內容客觀真實，我們會主要使用官方網址來獲得背景資料，如果會提到傳說故事，亦會在文中表明。文中的參考資料可在網頁中找到。</p> <p>此外，在每條路線發佈前，每位組員都會過目一次去預防任何帶有主觀或錯誤的內容。</p> <p>最後，我們也會開設社交媒體中的討論區及歡迎大眾來評論。如路線中有任何紕漏，我們會馬上作出更正。</p>
接觸群體受限	由於我們暫時只在網絡上推廣，因此接觸到的群體只限於網絡使用者。我們會因而難以接觸甚少使用網絡的市民（如長者），造成宣傳上的漏洞。	2	我們會透過參與市集推廣項目。參與市集能讓我們以面對面宣傳的方式與大眾交流並推廣項目。
緩慢接觸率增長	在有限制的資金下，我們可做的推廣行為受限。這可導致市民較難接觸到我們的社交媒體。	1	隨著項目在未來持續發展，資金來源預計會不斷增加並支持我們的推廣行動。

6. 財政預算

預計損益表 (06/2024 - 06/2025)

	港幣\$
收益	
- 資金收益	20,000
- 產品收益	5,200
總收益	25,200
支出	
- 產品製作 ¹	3,131
- 廣告支出	1,500
- 場地租借	15,000
- 技術支出 ²	1,404
- 薪金	2,300
總支出	23,335
預算淨利潤	1,865

¹ 產品製作支出：Tote Bag (50 x \$40)，明信片(單一印刷量：\$77 x 3 款)，桌上遊戲 (15 盒 x \$60)

² 技術支出：網址製作 - HubSpot: USD15 x 12 個月 x 7.8 (港元匯率)

7. 總結

我們已經設計出五條分佈各區的特色路線，也為此在網絡上進行推廣。我們除了希望能吸引市民跟隨我們的散步路線步行，更希望能提升受眾對文化保育的意識。長遠來說，我們希望帶出城市漫步的習慣，並鼓勵受眾主動探索社區的文化歷史。

隨著城市發展，許多充滿歷史的建築將會被重建，只有少數能被完整保留。因此，我們應珍惜眼前的歷史文化，好好探索僅存建築的歷史故事，把它們背後的歷史、文化、回憶傳承下去。

最後，我們再次強調文化保育意識的重要性。我們希望能推動大眾主動學習本地文化歷史，為香港的文化保育帶來長遠貢獻。

附錄一：參考資料

《文化藝術》，文化體育及旅遊局，二零二三年，

<https://www.cstb.gov.hk/tc/policies/culture/culture-and-the-arts.html>

- 尋找昔日印記之深水埗篇（深水埗區路線）	████████████████████
- 灣仔宗教之旅（灣仔區路線）	████████████████████
- 舊香港夜生活之油尖旺（油尖旺區路線）	████████████████████
- 探索香港漁村（南區路線）	████████████████████
社交平台	
- 出版及設計 <ul style="list-style-type: none"> - Logo 設計 - 自我介紹貼文設計 - 路線貼子封面及內頁設計 - Google 地圖路線統整 	██████████ ██████████
- 平台管理 <ul style="list-style-type: none"> - 帳戶日常管理 - 發布貼文 - IG Story 	██████████
- 自我介紹貼文內容（「關於我們」，「城市漫步」、 「策劃內容」）	██████████
- 路線內容（簡略版）	各路線負責人
網頁	
- 網頁開發及維護 <ul style="list-style-type: none"> - 聲音導航音軌 	██████████
- Google 地圖路線	██████████
- 路線內容（詳細版）	各路線負責人
產品 - 桌上遊戲	
- 產品理念 <ul style="list-style-type: none"> - 產品設計 	██████████