

# 風雲廣告股份有限公司

## 區域特色數位內容-竹塹燒之戀 Kelly@hsinchu

主要營業項目：商品訊息DM設計、行銷策略規劃、商店佈置、展覽場地規劃、形象廣告製作、多媒體設計製作、專業電腦廣告畫面設計、影片廣告、CIS規劃、包裝設計

### 計畫摘要

將新竹科學園區與玻璃藝術二者作為主要劇情元素，輔以新竹市地方、人文、古蹟、傳統特色美食(貢丸、米粉)，運用偶像劇的製作手法，以個性鮮明的虛擬動畫角色為主角，搭配電腦虛擬與真實之場景，創建一系列以「全球華語族群」為主要視聽標的的數位內容短篇動畫

以一系列具新竹市區域特色的數位內容，讓當紅社群網站(Facebook、Youtube)、傳訊軟體(LINE、微信、Whats APP)的使用者，有更豐富、更精緻、更貼近使用者的數位內容傳遞流通。

### 計畫成果

以即時傳訊軟體「全球華語使用族群」為「主要視聽標的」的短篇數位內容，預計製作18集運用偶像劇的製作手法，以個性鮮明的虛擬動畫角色為主角，搭配電腦虛擬與真實場景之3D動畫短片，其中12集為單元劇(120-150秒)，6集為連環型式(150-180秒)。

**書電電話**  
個人電腦平台  
BBS、ICQ、MSN、YAHOO MESSAGE、SKYPE...

即時傳訊軟體  
演進趨勢

**智慧型手機平台**  
LINE、WHATSAPP、微信...等。  
使用者幾何級數成長  
年齡層越來越廣  
潛藏無限創新商機

**內容表現趨勢**

網際網路 前	報章、雜誌、書冊	廣播、電視
網際網路 初期	平面網頁	多媒體網頁
網際網路 現在	文字圖片為主	多媒體影片

智慧型手機平台  
即時傳訊時代

**靜態 >> 動態**

\* 以爆發性成長的即時傳訊軟體  
使用者需求為導向

\* 藉由科技之整合與創新運用，創建具科技涵量與智慧價值之**創意設計**

\* 以**創新行銷模式**帶動產業之新興

\* 建立具**示範性數位內容產業之發展模式**。

**衍生性收益**

客製化內容  
置入性行銷  
衍生性商品  
角色代言  
圖像授權

消除博物館的警備傳說

黑蝙蝠的記憶

音樂中心-我的母校校長

借書證約會

月老-我要好男人

不一樣的約會-科技管理EMBA

新竹公園的約會

玻璃工藝博物館

蘇和亭的玻璃藝術

春村博物館的代班

影像博物館的代班

玻璃小精靈



















