

## 附件2 111年度MIT臺灣金選產品展示暨聯合推廣活動

### 一、活動緣起

近兩年台灣持續受到新冠疫情的衝擊，為有效促進國內內需經濟成長，並響應國人因疫情更加專注友善環境之生活風潮，擬以「從消費落實減碳—買 MIT 購安心」作為 111 年 MIT 微笑標章金選產品展示暨聯合推廣活動主軸，期和 MIT 微笑協力店、臺灣金選業者及各式媒體共同倡導優先選購在地產品，以鼓勵國人購買對環境和社會友善的 MIT 微笑產品，既能落實綠色消費又促進在地經濟，為自己和世界帶來更好的選擇。

### 二、活動目標

透過聯合推廣活動，大範圍觸及新、舊顧客，加強優質 MIT 產品於各大通路曝光，傳遞堅持在地製造的 MIT 精神，進而刺激民眾優先選購國產品，最終帶動國內外市場消費消費成長。

### 三、整體活動規劃(草案)

本活動預計於 111 年 09 月 16 日(五)至 111 年 09 月 18 日(日)假圓山花博公園花海廣場辦理，活動說明如下：

#### (一)MIT 金選展示暨銷售市集：

以展示優質 MIT 金選產品為核心，透過實體展覽會，增進民眾參與度。活動期間除邀請優質 MIT 獲證業者設攤推廣 MIT 微笑產品，每日亦辦理定時互動遊戲，透過現場工作人員帶領現場民眾更深入了解 MIT 微笑產品及 MIT 微笑標章之意涵。此外，每個市集攤位皆規劃設置多種行動支付，除方便民眾便利購物、快速結帳，亦於疫情期間減少人員肢體接觸，降低購物風險。

#### (二)MIT 微笑協力店促銷活動

延續 MIT 金選展示暨銷售市集活動效益，於 9 月推動 MIT 微笑協力店之促銷活動，除加深 MIT 品牌形象，亦促進民眾買氣，振興帶動國內消費及經濟成長。

### (三)媒體廣宣：

#### 1.協力媒體宣傳

透過數位傳播媒體、協力店社群媒體、藝文活動網站，創造 MIT 品牌口碑，共同塑造優先選購優質台灣製產品之風潮，以打動目標消費族群。

#### 2.自營社群行銷

於 MIT 粉絲團(FB、IG)撰寫系列專文進行推廣，導流線下民眾及線上粉絲，並於 MIT 金選展示暨銷售市集設置打卡熱點、舉辦打卡即贈禮活動，鼓勵民眾於社群媒體互動分享，擴大社群效益。

### 四、輔導範疇

輔導單位應於申請計畫書中，針對以下重點提出詳細規劃說明：

#### (一)MIT 微笑協力店促銷：

輔導單位須於活動期間在自有實體門市通路或虛擬電商平台辦理至少一檔 MIT 優惠促銷活動，其促銷產品類別、品數不拘，由輔導單位自行提出規劃。另活動前 6 週，若疫情未見舒緩，中衛中心經工業局同意，得以公告改為全電商販促形式之活動，惟本項公告限於同時具備實體門市及虛擬電商或單一虛擬電商之通路，因若屬單一實體門市之通路，應以其他適當方式（如 FB、IG、Line、Youtube 等）進行活動串聯。

#### (二)行銷推廣：

本活動將由 MIT 微笑標章制定共通活動識別之素材，供輔導單位推廣使用。請輔導單位於計畫書說明如何搭配本活動共通廣宣素材進行行銷推廣。

## 五、預期效益

### (一)擴大曝光優質 MIT 產品，拉抬通路業績成長。

結合本計畫行銷資源及新聞媒體效應，共同塑造優先選購優質台灣製產品之風潮，再搭配通路自行設計之各種主題促銷大量曝光優質 MIT 產品，進而促使業績成長。

### (二)支持在地產業，提升通路優質形象。

藉此活動將在地生產的優質產品、具公信力的 MIT 微笑標章及 MIT 微笑協力店緊密結合，塑造強勢通路支持在地製造產業之正面形象。