

恭喜您進入 2025 年第二十二屆 ATCC 全國大專院校商業個案大賽初賽階段。這份商業個案是基於台灣高鐵在營運上實際遇到的挑戰及未來願景所設計的內容。比賽過程中，請您站在台灣高鐵的立場思考，針對此議題進行分析與探討，提供創新的方案及具可執行的提案企劃，並符合台灣高鐵之期待成果。

一、公司與品牌簡介

台灣高鐵自 2007 年通車營運以來，秉持提供旅客安全、快速的運輸服務為最高原則，近 18 年的深耕努力，已為台灣西部走廊的主要交通骨幹，連接城市間的美好生活，傳遞幸福給每一位乘客。不僅在運輸服務上精益求精，更透過產業合作、結盟，提升軌道專業實力，同時也在生活服務領域，結合優勢科技、在地文化、環境保護，提供民眾優質且全面的體驗。

我們以「成為引領進步、創造美好的生活平台」為願景，以專業運輸 (Transportation)、創新科技 (Technology)、深耕在地 (Taiwan)以及永續關懷 (Touch)之 4T 作為策略主軸，為每位乘客創造更美好的價值。

此外，台灣高鐵公司也積極推廣國旅，將高鐵車票與飯店、行程、美食、門票等食/宿/遊/購/行等元件結合銷售，包裝高 CP 值的高鐵旅遊產品，串起產業上下游，成為國旅火車頭，積極推廣「搭高鐵·遊台灣」，持續推動綠色旅遊，鼓勵旅客乘坐大眾運輸工具出遊。

二、議題背景

在台灣國旅市場中，台灣高鐵作為一個安全、快速、準點的交通選擇，推出了許多旅遊優惠商品，如高鐵假期、高鐵聯票等，過去也投入大量廣宣，使得每年搭高鐵旅遊人次逐年攀升。但市場上仍有許多旅客對高鐵的便捷性和優惠內容不夠了解，從而錯過了購買高鐵旅遊產品的機會。產品的知名度拓展與提升旅客心占率為目前的一大課題。

此外，根據交通部市場調查報告顯示，目前約有超過六成的國人出遊選擇自駕，反映出台灣民眾對於交通方式的選擇，仍偏好具備靈活性和自主性、自駕的自由度。自駕車提供了更多的選擇空間和隨心所欲的出行計劃，特別是對於家庭或群體旅遊的需求，這使得自駕在國內旅行中仍然是主流。然而，這也揭示出高鐵在便捷性、價格與靈活性上的提升空間。

因此，如何讓高鐵成為國內旅遊的首選，關鍵在於如何解決知名度不足與資訊傳遞不夠的問題，同時改善高鐵在便捷性、價格以及吸引力上的競爭力。這不僅需要更具創意的行銷策略，如利用社群媒體、數位廣告以及異業合作，提升高鐵的曝光率與親民形象，也可透過設計更加靈活且具價值的產品方案來滿足各類型旅客的需求，使高鐵在未來的國內旅遊中能夠成為更具吸引力與競爭力的選擇。

三、題目

更便捷、更加值且更吸睛的國旅首選：「搭高鐵•遊台灣」由你啟動！

題目說明

我們邀請同學展現創新思維，結合特色資源、產品包裝、客群經營、數位行銷及科技應用，打造更具吸引力的高鐵旅遊產品，或透過創新行銷手法推廣高鐵旅遊，讓消費者更深入了解高鐵旅遊的魅力，進而提升購買意願。

今年，台灣高鐵公司首次受邀參與 ATCC 議題合作，期待同學們突破框架，攜手高鐵旅遊產品團隊，共同探索嶄新的產品規劃與行銷推廣模式，拓展國內旅遊的更多可能性。

旅遊是日常、是樂趣，更是不受科系限制的創意挑戰！期待與年輕世代一同讓台灣高鐵成為更受歡迎的國旅首選：「搭高鐵•遊台灣」由你啟動！

期待看到的提案亮眼元素

- (一) 提升國人對於高鐵旅遊之認識
- (二) 鼓勵國人國旅搭乘高鐵、選擇高鐵旅遊產品、響應綠能旅遊
- (三) 打造具話題性與市場性之高鐵旅遊產品

四、提案需求說明與限制條件

針對不同的競賽階段，提案之格式與內容說明如下

(一)、初賽企劃大綱 (於千人 Camp 當天繳交，限制為 2 頁 A4、PDF 格式)

1. 須說明提案企劃與欲解決問題之關聯性。
2. 須列出問題共痛點或可強化或突破之節點，延伸探討可能的解決方案。
3. 預算分配須具合理性及可行性，同時展現其所產生效益之關聯性。
4. 企劃大綱須包含
 - (1)、 提案背景、現況分析、企劃目標
 - (2)、 企劃策略、解決方案 (若為長期方案，請提出短/中/長期規劃)
 - (3)、 成本效益分析 (含投入成本與預期效益，可有質化與量化方式呈現)
 - (4)、 須台灣高鐵或相關合作夥伴協力配合之事項 (如有)
5. 有關千人 Camp 現場「免死金牌」發放
 - (1)、 上半場：主管與業師將根據提案之「創新性」或「亮點」進行評估，選定發放隊伍與組數。
 - (2)、 下半場：主管與業師將依據提案之「可行性」或「落地發展潛力」進行評估，選定發放隊伍與組數。
 - (3)、 最終決定權：主管與業師保留「免死金牌」發放與否的最終決定權。

(二)、初賽完整版企劃書 (通過上項評選之公告晉級隊伍需繳交，含封面/目錄/附件等限制 10 頁 A4 為上限、PDF 格式)

依千人 Camp 提案、企業參訪後業師之評核與反饋內容為基礎進行本發展，企劃內容包含但不限於以下項目

1. 背景說明、提案動機與目的
2. 現況或痛點分析
3. 目標設定
4. 策略與企劃執行說明
5. 宣傳策略
6. 時程規劃
7. 預算、成本效益分析
8. 簡易實作計畫

(三)、條件限制

1. 提案範圍：請以台灣高鐵所能掌控之資源與合作夥伴圈範圍為主，須考慮團隊有限資源與執行可行性。
2. 原創性：提案須為本屆 ATCC 台灣高鐵之議題全新發想之企劃，不接受已於他處發表過或正在進行輔導孵化的創意或成果作品，該創意或成果之延伸或改作亦同。
3. 邏輯推演：做法或建議宜有量化數據或是分析結論支持，務求前後一致，避免沒有立論根據的說法或創意。
4. 基本企劃架構：針對所設定之議題，先行定義問題，並對其分析並找出重點，進行思考、歸納及洞察，以提出最佳企劃方向。在此架構提出個別創意方案與建議做法。務必考量現實情況，並帶入階段性概念，同時針對不同時程分別設定可量化目標。請注意數字可行性、合理性與成本效益。
5. 實作企劃和方式：需合法取得資料，方式和範圍不限。
6. 預算規劃：整體上限為 NT 100 萬 (含行銷廣宣預算)。
7. 參考資料：請註明資料來源或出處。
8. 交付完整性：企劃書以 10 頁為限，其中需包含一頁摘要，其它型式及架構不限。
9. 評審標準：以創意、實作成果、團隊組織協作為評估面向。

五、附加說明

1. 提案作品須為團隊自行發想規劃，若有抄襲、仿冒等侵害他人智慧財產權之情事，將取消參賽資格。涉及著作權或其他糾紛，參賽者須自行擔負相關法律責任，與台灣高鐵無關。造成台灣高鐵損害者，應負相關賠償責任。

2. 如需使用台灣高鐵公司之品牌資訊，可向主辦單位提出，將視情況在相關約定條件下提供使用。所有台灣高鐵公司之資訊 (包含但不限於:文件、圖像、數據與技術資料)皆受法律保護，請勿未經授權而揭露使用或從事商業行為。
3. 參考網站與粉絲專頁
台灣高鐵企業網站: <https://www.thsrc.com.tw/>
高鐵假期網站: <https://tholiday.thsrc.com.tw/>
高鐵旅遊商品: <https://www.thsrc.com.tw/ArticleContent/d986e0ae-fcbd-4957-a9af-5ee3b335495c>