

2027 港灣 城市爵士音樂節

讓品牌在一座城市的夜裡，被聽見、被看見

● 招商提案 | 企業品牌合作預覽 | 觀眾與金額均為模擬



港灣城市 爵士音樂節

招商提案導覽

三天現場、兩座舞台、
企業品牌的一段城市記憶

【模擬資料】本頁為提案示範

01

活動定位

為什麼是港灣、
為什麼是爵士

02

觀眾輪廓

誰會來、何時停留、
如何分享

03

場地與舞台

主舞台、港邊舞台與
品牌接觸點

04

曝光版位

現場、社群、票券與
城市導視

05

合作方案

贊助級距、宣傳排程與
下一步

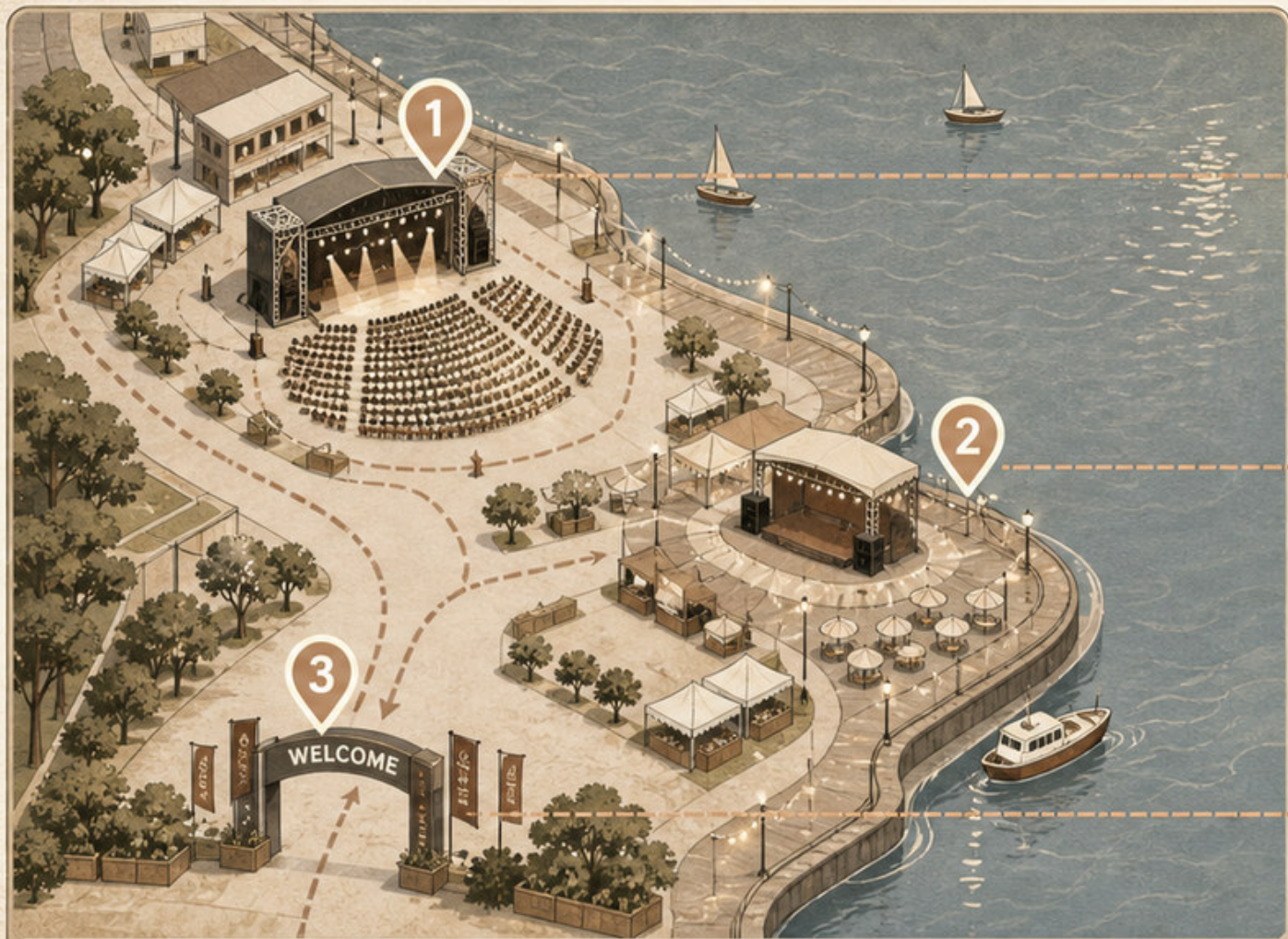
三天節目，從日落聽到壓軸



企業合作可在入場、舞台、體驗與社群分享四個時段出現

【模擬排程】正式節目與演出陣容另行確認

品牌要被看見，就要站在觀眾停留的地方



港灣示意場地圖 | 非真實地圖；標出主舞台、港邊舞台、入口導視與品牌體驗動線

1

主舞台

🕒 18:00-22:30

👤 高密度人流 | 開場、壓軸與口播

🤝 適合：主舞台夥伴

2

港邊舞台

🕒 17:00-20:00

👤 停留較久 | 品牌體驗攤位

🤝 適合：港灣舞台夥伴

3

入口導視

🕒 全天

👤 每位觀眾都會經過的第一個接觸點

🤝 適合：城市支持夥伴

【示意場地與時段】實際動線、容量與搭建條件另行確認

三種合作方式，讓品牌進入現場

【模擬】城市支持夥伴

【模擬】NT\$300,000

📌 現場資源（模擬）

- 入口導視 logo
- 官方社群感謝貼文 1 則
- 電子手冊品牌列名

★ 品牌回報（模擬）

支持公共文化活動，建立地方友善形象



適合：在地企業與社區品牌

【模擬】港灣舞台夥伴

【模擬】NT\$800,000

📌 現場資源（模擬）

- 港邊舞台背板
- 主持人口播 2 次
- 品牌體驗攤位 1 格

★ 品牌回報（模擬）

把產品體驗放進觀眾停留最久的時段



建議方案 | 可客製合作內容

【模擬】主舞台夥伴

【模擬】NT\$1,500,000

📌 現場資源（模擬）

- 主舞台冠名露出
- 開場影片前置播放
- VIP 觀演席與款待區

★ 品牌回報（模擬）

以整體節慶聲量承接品牌年度溝通



適合：年度品牌與大型通路

以上級距、資源與金額均為招商示範，正式方案另議

曝光不是一個 logo 位置

把每種版位對應到觀眾看見品牌的時刻 | 示範資料

版位	出現時刻	可提供的體驗	合作方案
主舞台背板	開場與壓軸	品牌露出 + 主持人口播	港灣 / 主舞台夥伴
港邊舞台	日落至晚間	品牌體驗攤位 + 試用	港灣舞台夥伴
入口導視	觀眾抵達時	城市導覽與第一眼辨識	城市支持夥伴
電子手冊	活動前與活動後	節目資訊頁品牌列名	三種方案皆可議

建議把品牌體驗放在入口與港邊舞台，讓曝光成為觀眾願意停留的理由

從現在到開演，合作如何往前

宣傳、素材與現場交付排程 | 日期為模擬

任務項目	M-6	M-5	M-4	M-3	M-2	M-1	FEST
方案確認	確認級距、版位與合作窗口						
主視覺與素材		交付 logo、產品素材與體驗需求					
媒體預告			聯合新聞稿、社群貼文與票券頁				
現場搭建					背板、攤位、導視與款待區		

【模擬排程】企業需在 M-2 前完成主要素材確認，正式日期依場地與方案另議

合作品牌，會被記住三次

“

【示範語句】

先讓客人抵達，
再讓品牌被看見。

入口導視 | 合作提案

把第一眼辨識放在
觀眾踏入港灣的時刻

“

【示範語句】

我們的體驗攤位，
成為停留的理由。

港邊舞台 | 合作提案

把品牌互動放進
觀眾願意慢下來的場景

“

【示範語句】

下一步：確認級距、
版位與素材時程。

主辦單位 | 合作下一步

安排 45 分鐘方案會議，
確認合作窗口

以上為招商示範語句，不是既有合作夥伴的真實引言