



宮廟行銷解決方案

喬婕廣告行銷專業團隊為您量身打造宮廟文化與現代行銷的完美結合。我們致力於提升宮廟品牌形象，擴大信眾參與度，並建立穩定的收益來源。

宮廟文化的重要性



文化傳承

宮廟是中華文化的重要載體，承載著數百年的歷史與信仰。



社區凝聚

宮廟活動促進社區互動，增強居民歸屬感。

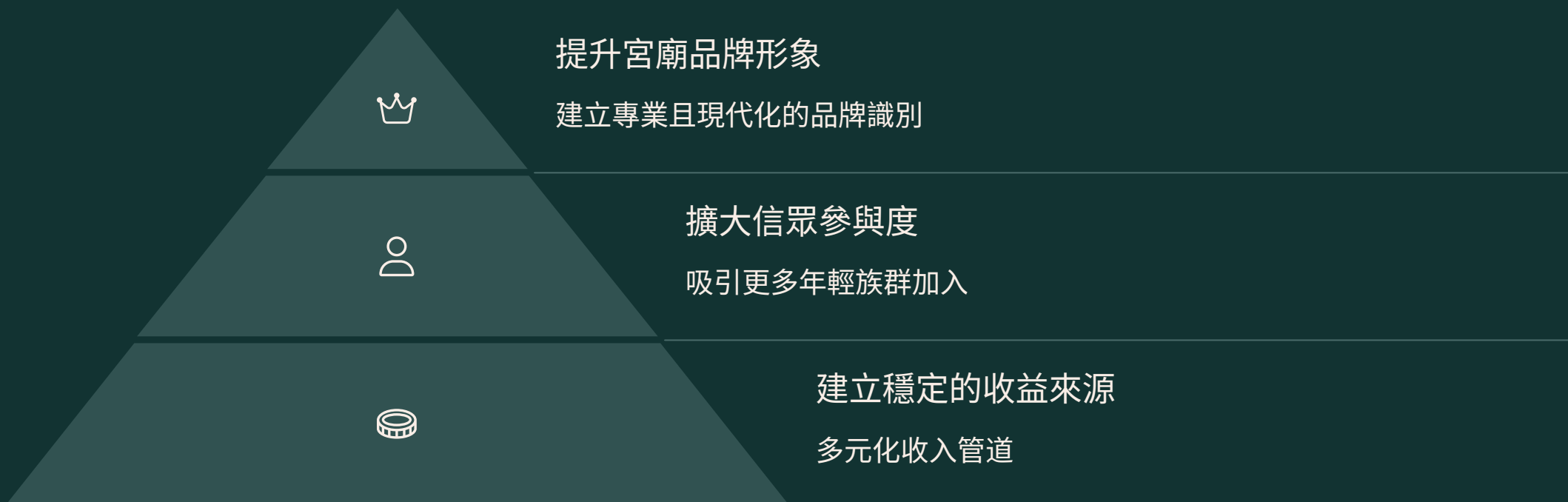


精神寄託

為信眾提供心靈慰藉與精神支持。



行銷策略目標



宮廟行銷現況分析

行銷手法單一

傳統宮廟多依賴口耳相傳，缺乏創新行銷手法。

年輕世代參與度低

年輕人對傳統宮廟活動興趣不足。

品牌形象不統一

缺乏一致性的視覺識別系統。

信眾黏著度低落

缺乏持續互動機制，難以維持信眾長期參與。





競爭對手分析

現代化宮廟

優勢：數位化程度高，年輕族群參與度高

劣勢：文化傳承深度不足

傳統老字號宮廟

優勢：歷史悠久，信眾基礎穩固

劣勢：行銷創新不足

新興宗教場所

優勢：現代化設施，活動多元

劣勢：文化底蘊較淺

宮廟衣服設計



時尚T恤

融合宮廟元素與現代設計，吸引年輕族群。



特色外套

將宮廟神明元素巧妙融入服裝設計中。



文創帽子

簡約設計搭配宮廟標誌，展現文化自信。

宮廟紀念品



精心設計的紀念品不僅提升收藏價值，更能增加宮廟收入來源。每件商品都融合傳統文化與現代美學，吸引不同年齡層的信眾。

香火包設計

客製化設計

根據宮廟特色神明與文化背景，設計獨特香火包。

採用精緻材質與工藝，提升質感與收藏價值。

結合現代設計元素，吸引年輕族群。



香火包不僅是信仰象徵，更是宮廟品牌的重要載體。

宮廟固定祭典活動規劃



春季祭典

結合元宵節、清明節等傳統節日，舉辦特色活動。



夏季慶典

端午節龍舟賽、夏至祭祀等活動，增加互動性。



秋季祭祀

中秋節、重陽節等傳統節慶，強化家庭參與。



冬季活動

冬至、除夕等重要節日，舉辦團圓祈福活動。



宮廟視覺設計

品牌標誌

設計具有辨識度的宮廟LOGO，融合
傳統與現代元素

印刷品

各類文宣、祈福物品的統一設計



視覺識別

統一色彩系統、字體與圖像風格

環境應用

招牌、指示牌等空間設計，提升整體
形象



DM設計



紙質DM

精美折頁設計，展示宮廟活動與特色。



電子DM

互動式電子郵件，提供即時活動資訊。



手機推播

透過LINE、微信等平台發送活動通知。

藝人與網紅表演團隊規劃



知名藝人表演

邀請知名藝人參與重要慶典活動



網紅合作

與宗教文化類網紅合作，增加曝光度



特色表演團隊

傳統與現代表演藝術的結合



進香活動規劃



路線設計

精心規劃進香路線，
結合文化景點與特色
商圈。



時間安排

合理安排進香時間，
兼顧傳統儀式與現代
人作息。



商圈合作

與沿途商家合作，提
供信眾優惠，創造雙
贏。



媒體宣傳

進香過程全程記錄，
製作精美影片進行宣
傳。



交通規劃

巴士承租、定期舉辦
進香活動



友好宮廟規劃

定期舉辦公關活動與
友好宮廟聯誼

社群經營與規劃

3+

主要平台

Facebook、Instagram、LINE官方
帳號同步經營

5+

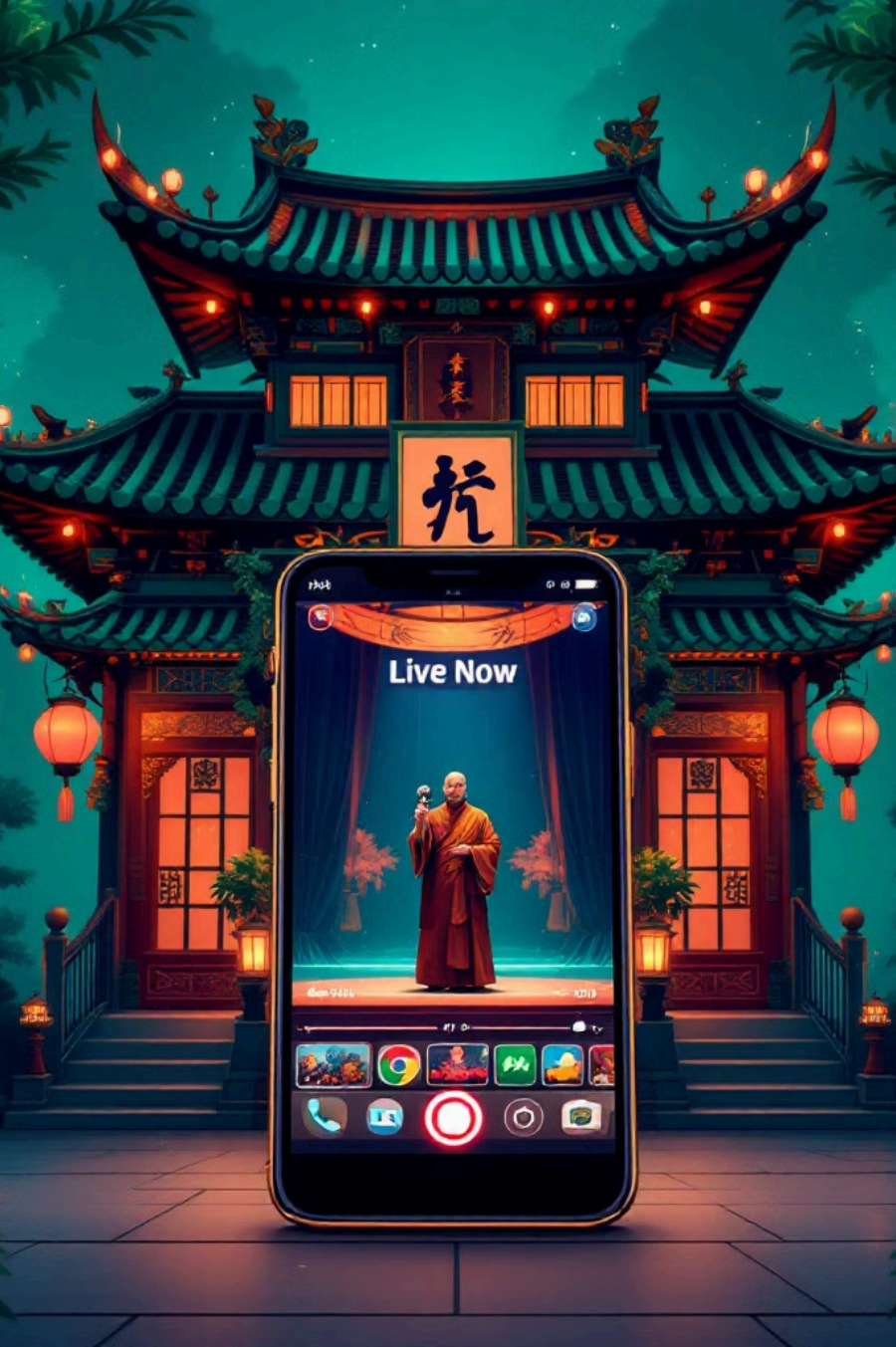
每週貼文

定期發布宮廟活動、文化知識與互
動內容

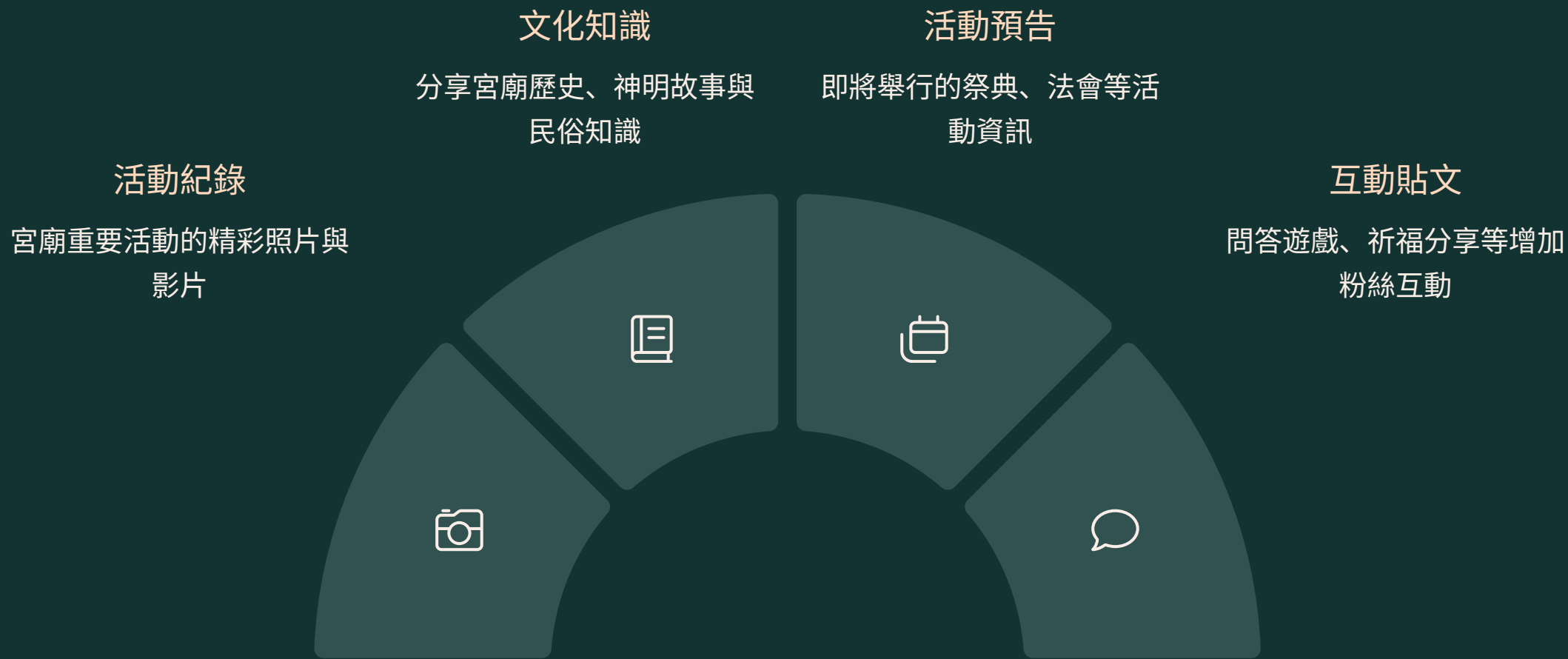
2+

月度直播

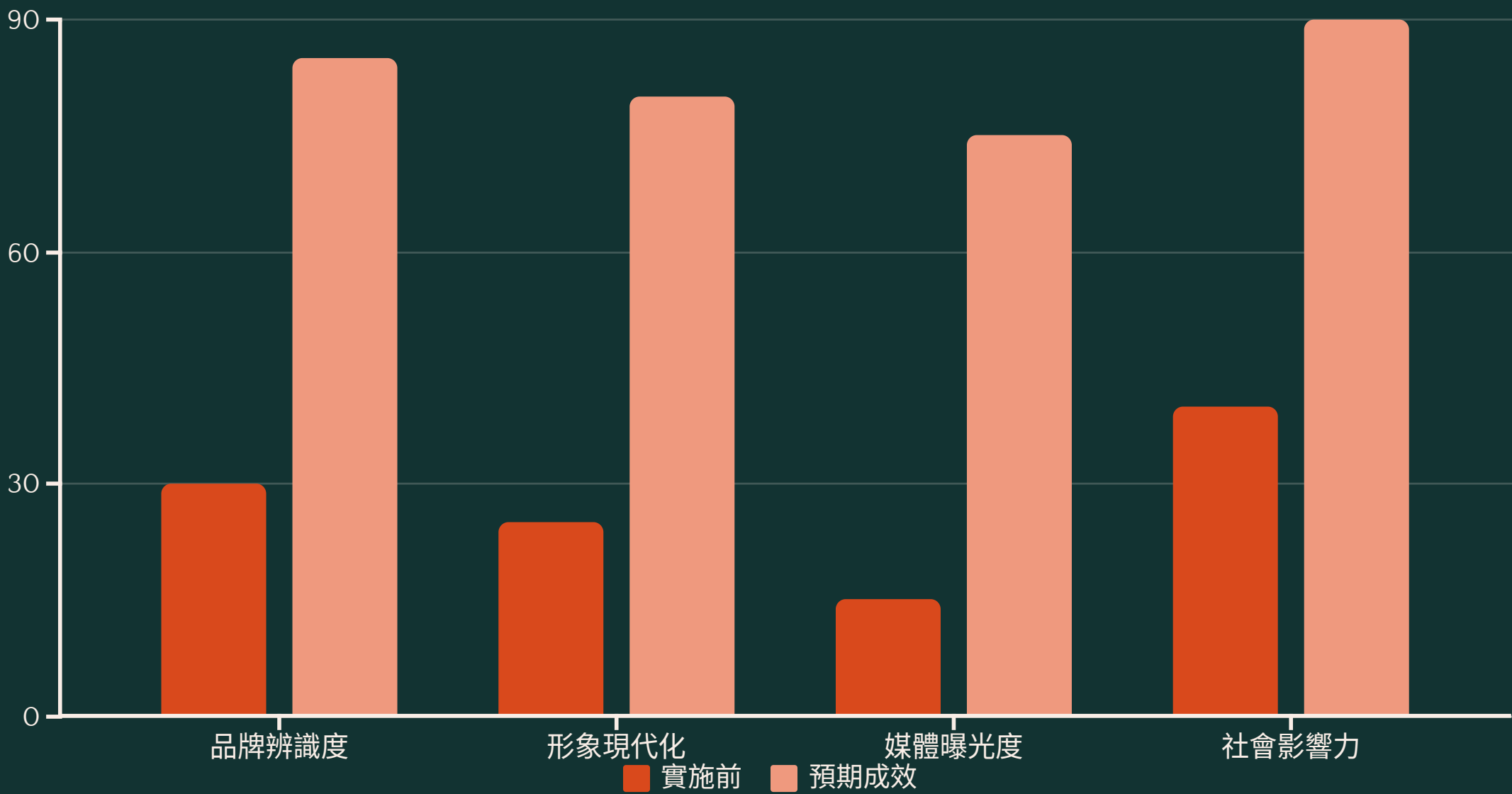
定期舉辦線上法會、文化講座等直
播活動



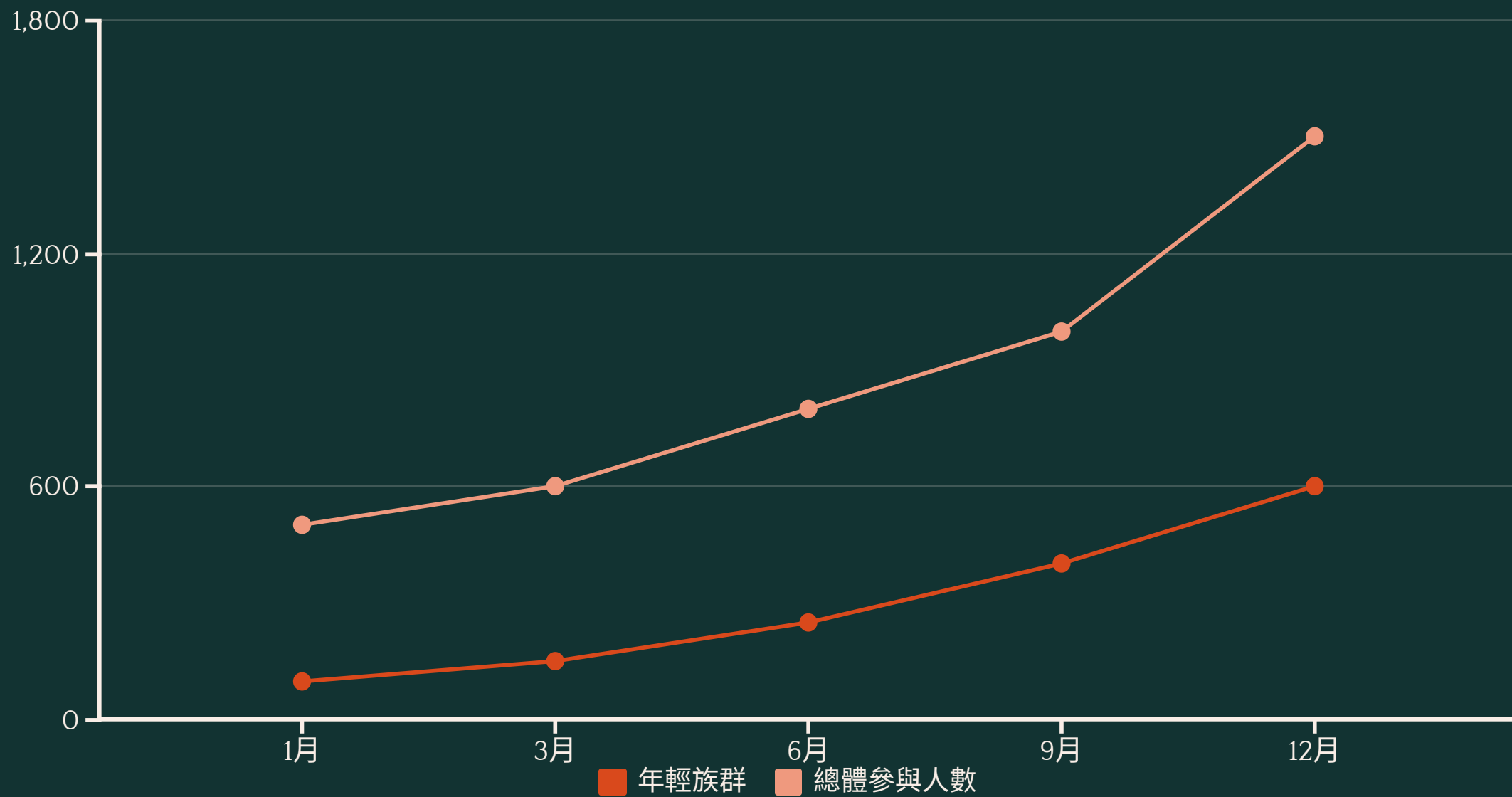
社群內容策略



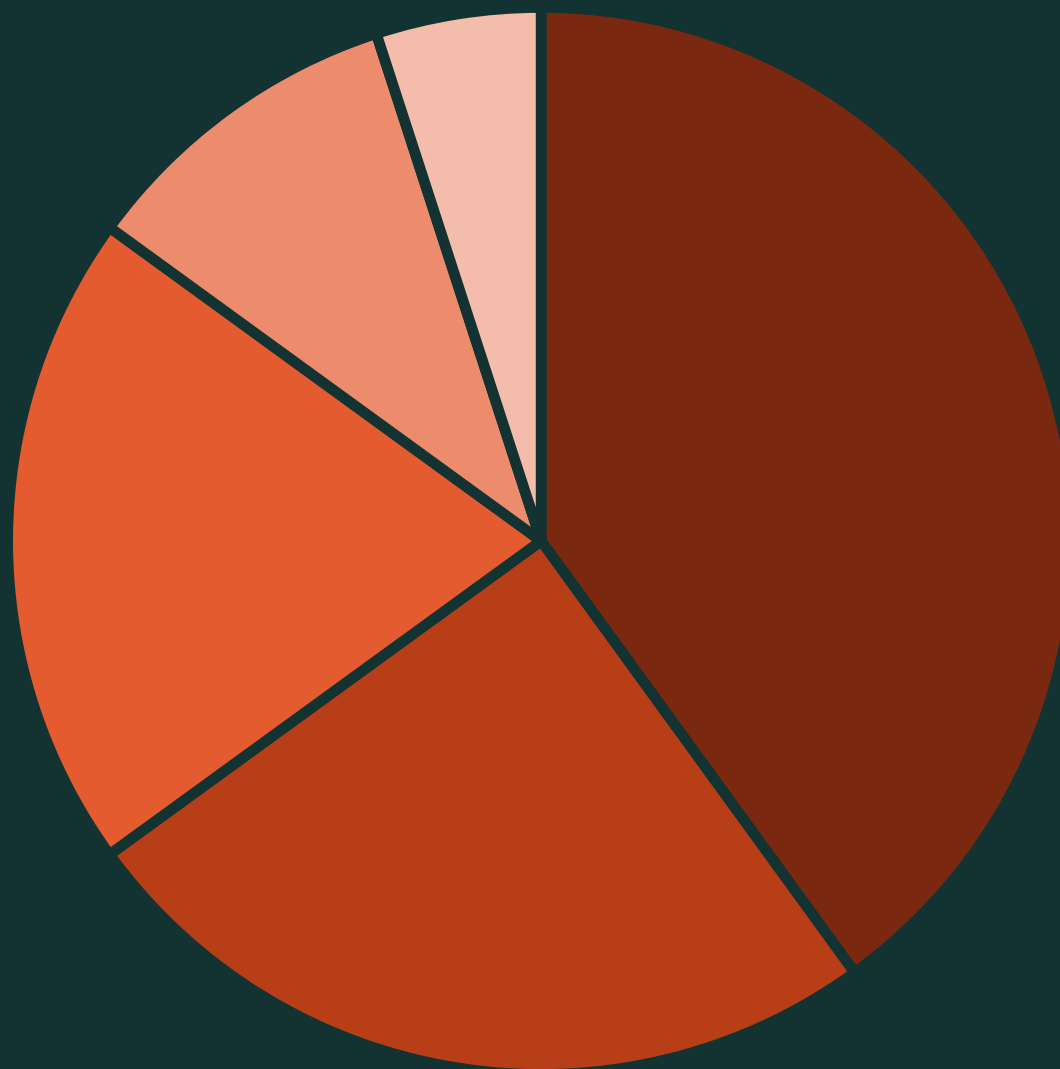
預期效益：品牌形象



預期效益：參與度



預期效益：收入增長



■ 香火捐獻

■ 文創商品

■ 活動收入

■ 企業贊助

■ 其他收入



預算規劃

25%

視覺設計

品牌識別、DM、宣傳物料等設計費用

30%

商品開發

服飾、紀念品等文創商品開發成本

35%

活動執行

祭典活動、藝人表演、進香活動等執行費用

10%

數位行銷

社群經營、網站維護等數位行銷費用



執行團隊組成

專案經理

負責整體專案規劃與協調，確保各項工作順利進行。

設計團隊

負責視覺設計、商品設計等創意工作。

活動策劃

負責各類活動的規劃與執行。

數位行銷

負責社群經營、網路宣傳等數位行銷工作。

執行時程

R⁶

前期調研（1個月）

深入了解宮廟特色、信眾需求與市場定位。



規劃設計（2個月）

完成品牌設計、商品開發與活動規劃。



執行推廣（6個月）

陸續推出商品、舉辦活動並進行宣傳。



評估優化（持續）

定期檢討成效，持續優化行銷策略。

KPI追蹤指標

參與度指標

- 信眾人數增長率
- 活動參與人數
- 年輕族群佔比

數位指標

- 社群粉絲增長
- 貼文互動率
- 網站訪問量

收入指標

- 香火收入增長
- 商品銷售額
- 活動收益

品牌指標

- 品牌認知度
- 媒體曝光次數
- 信眾滿意度



定期檢討與優化

數據分析
收集並分析各項KPI數據

執行優化
實施優化方案，提升效果



檢討會議
每月召開檢討會議，討論成效

策略調整
根據分析結果調整行銷策略

創新與傳承並行

傳統文化價值

宮廟行銷需尊重並傳承傳統文化價值。

保留宗教儀式與信仰核心，不因商業化而失去本質。

透過現代詮釋，讓傳統文化更具生命力。

創新行銷手法

運用現代行銷工具，擴大宮廟影響力。

創新不是為了改變傳統，而是為傳統找到新的表達方式。

透過創新吸引年輕族群，確保文化傳承不中斷。



建立長期行銷戰略



系統性規劃

建立完整的宮廟行銷體系，而非單一活動。



持續成長

透過數據分析與市場反饋，不斷優化行銷策略。



多方合作

與地方政府、企業、學校等建立長期合作關係。



永續發展

平衡商業利益與文化傳承，確保宮廟永續經營。