

# 考試院第 11 屆第 172 次會議考選部重要業務報告

民國 101 年 1 月 19 日

## 壹、考選行政

### 建立國家考試宣導整體形象識別系統成果報告

#### 一、緣起

本部自 90 年舉辦部徽 (Logo) 公開徵選以來，以雙人展開雙臂、凝視遠方的簡潔造型作為 Logo (詳附表一)，爾後並將 Logo 廣泛應用於各類刊物、出版品、印刷品及事務用品等。

近年來，公私部門形象識別意識高漲，為加強外界對組織記憶、活化機關特質，本部除致力於推動業務創新及提昇應考人服務外，並決定繼 Logo 之後，首次打造國家考試宣導吉祥物及標語，期望透過品牌形象與口號之建立，形塑清新及活力文化，使國家考試意象更趨活潑化，以彰顯考選創新精神及優質顧客服務之核心價值，另本部並將特有點榜硃砂筆重新包裝運用，同時結合考選業務並提昇收藏意義。

#### 二、點榜硃砂筆加值運用

(一)自有科舉制度以來，點榜筆即作為欽點考取功名者之用，除了象徵考試順利外，因其係以毛筆蘸硃砂墨，亦視為有鎮魔驅邪之效。目前本部辦理國家考試，榜示時亦循昔儀以硃砂筆點榜，此具有特殊意義之紀念品，向來廣受院部會同仁及外界人士歡迎，每遇大型考試放榜，多會自行購買毛筆，請典試委員長點榜後作為收藏之用。

(二)復經媒體多方報導後，外界詢問度高，本部爰規劃將毛筆以精緻木盒包裝，內附有硃砂筆緣由說明 (詳附表二)，將其致贈予貴賓或協助辦理國家考試之人員，使硃砂筆更具意義及價值，透過與本部業務的結合，俾收宣傳之效。

#### 三、吉祥物 (Mascot) 公開徵選活動

(一)為期徵圖活動能擴大參與，並增加考試宣導機會，爰訂定「考選

部國家考試宣導形象識別圖像（吉祥物）設計徵選辦法」，廣邀各界投稿參賽，使設計者在創作過程中，對本部業務、文化之背景更加瞭解，在多元參與下，使吉祥物的設計具創意及想像力，亦收行銷之功效。

- (二)徵選活動訊息並發布新聞稿，通函全國各大專院校等教育機關，同時刊登報紙公告，另於本部全球資訊網設計吉祥物徵稿專區登載最新消息，並比照考試宣導訊息，轉請各大電視台登載跑馬燈，運用行政院各單位 LED 電子字幕機施政宣導之管道，將活動訊息公告周知。活動報名期間雖未達 1 個半月，於網路搜尋相關新聞，筆數已高達 9 萬餘筆，有效提昇本部曝光率。
- (三)合格投稿作品計有 60 件，為使評審流程及方式審慎周妥，爰訂定「考選部國家考試宣導形象識別圖像（吉祥物）設計徵選活動評審作業流程」，將評審分為初選、複選及決選三階段進行，供評審委員依相關程序逐級擇優評選。
- (四)經本部全體同仁進行評選作業，最後係以年輕小狀元為設計理念的「吉弟」脫穎而出（同附表二），並訂於 101 年 2 月 8 日擴大部務會議進行頒獎。首獎吉祥物「吉弟」身穿狀元官的喜氣紅色服飾，在帽子兩側及衣服上分別寫有「狀元及第」文字，右手拿文昌筆象徵智慧、祈求考運，左手手勢 YA 代表勝利的意涵，整體視覺以紅色為主，黑色及金色為輔，呈現喜氣好運，使考試宣導更具朝氣活力。

#### 四、創意標語（Slogan）徵選活動

- (一)一句話可以傳遞組織精神，可以創造無限商機，亦可帶動或反映社會文化。對企業而言，一句簡單的廣告流行標語對企業（廣告主）及社會大眾影響甚為深遠（例如：遠傳電信「只有遠傳，沒有距離」、7-Eleven「Always Open, 7-Eleven」、全家便利商店「全家就是你家」、耐吉 Nike「Just Do It」、Heineken「就是要海尼根」）。為鼓勵創新思考，活絡組織氣候，凝聚同仁

共同參與向心力，爰以「簡潔有力、文句流暢響亮，並易於記誦流傳」為理念，邀請各單位（團體組）及同仁（個人組）進行腦力激盪，提供足以代表本部核心業務精神之創意標語。

(二)標語票選係利用本部線上問卷系統，首度採E化方式，落實無紙化政策，透過電子郵件派送線上問卷，由全體同仁勾選回傳，以資訊化方式即時統計結果，提昇效率與效能。

(三)票選結果，優勝標語為「你試我事，試事如意」，其符合本部「心中有應考人」的服務理念，以及對試務零缺點的自我期許，並蘊含對應考人金榜題名的祝福。

## 五、本部考試宣導印刷品、文宣品系列設計

為使考試相關印刷品及宣導品能呈現整體設計感，俾達行銷效益，本部經獲臺灣大學中國文學系周鳳五教授授權，同意使用及應用其畫作「事事如意」（同附表二），該畫作之構圖與配色呈現中國水墨畫作雍容和諧及富貴圓滿之表徵，其中「柿子」圖像及畫作題字「事事如意」與本部職司國家考試之「試」字讀音諧同，可用來隱喻國家考試「試事」圓滿如意之意境。

另本部亦得國內知名書法家謝坤山先生（曾任南投縣書法協會、美術協會理事長）墨寶，將標語「你試我事，試事如意」以流暢筆法呈現，爰以該墨寶結合周鳳五教授畫作，製作一系列印刷品及文宣品（同附表二），未來可運用於考試放榜典禮應考人到場觀禮或至國家考場查榜等各種考試宣導場合，俾成為宣導行銷的工具。

## 六、結論

在現今充滿多元行銷工具的時代下，本部不僅於應考人優質服務的領域精益求精，提昇外部及內部顧客的滿意度，同時也期盼吉祥物及標語的誕生能賦予組織生命力，使國家考試業務推展更加活潑化，後續藉由吉祥物及標語的運用製作相關周邊產品，與點榜硃砂筆成為宣導利器，讓百年的考選業務得以經由傳統文化精神結合現代傳播方式，呈現嶄新的風貌。