

體驗行銷在中興穀堡體驗活動的應用

唐淑雯、鄧志堅

E-mail: 381876@mail.dyu.edu.tw

摘要

因應時代及產業結構變遷，傳統的行銷方式已經不能滿足時代的需求，在行銷手法不斷求新求變的今天，體驗經濟時代已成為未來主流趨勢。且當製造業朝向觀光休閒時，觀光工廠不僅是兼具歷史文化、寓教於樂和增廣見聞的功能，更可以創造出許多的體驗，讓遊客有更豐富的知性需求，並使觀光旅遊更具深度化。本研究藉由Schmitt於「體驗行銷」概念中所提出的五個體驗策略模組：感官、情感、思考、行動、關聯體驗做一探討研究，並以中興穀堡為例。在觀光工廠萌芽發展之初，透過本研究觀察消費者對於觀光工廠所提供的體驗項目，並深入研究其創新的體驗策略，以提供觀光工廠經營者建構貼近消費者之體驗方式。而提升滿意度及忠誠度之參考；因此本研究將以獨特的體驗行銷---客製化「造型便當」以及具有教育意義的專利搜尋功能分析模式，引領消費者了解今昔農具之演進的體驗活動。以期讓消費者透過經驗創造出有更新奇及充滿回憶的體驗。

關鍵詞：體驗經濟、體驗行銷、觀光工廠、造型便當、功能分析

目錄

封面內頁 簽名頁 中文摘要	ABSTRACT
..... 誌謝	目錄
..... 圖目錄	
表目錄	xii
第一章 緒論 1.1 研究背景與動機	1.2 研究目的
..... 1.2 研究目的	2 1.3 研究流程
..... 3 第二章 文獻探討 2.1 觀光工廠之概念	5 2.1.1 觀光工廠政策規劃
..... 6 2.1.2 觀光工廠發展概況	7 2.1.3 優良觀光工廠的服務價值與經營特色
..... 11 2.2 中興穀堡之介紹	11 2.3 消費者體驗
..... 15 2.3.1 體驗經濟	16 -vii- 2.3.2 何謂體驗(experience).....
..... 19 2.3.3 體驗行銷的定義:	20 2.3.5 體驗行銷的策略體驗模組
..... 24 2.3.6 體驗行銷的體驗媒介	31 2.3.7 設計體驗行銷的步驟
33 第三章 研究方法 3.1 研究方法與流程	35 3.1.1 尋找體驗標的
..... 37 3.1.2 實體製作	37 第四章 研究結果與分析 4.1 中興穀堡體驗活動的分析
..... 40 4.2 中興穀堡體驗活動的研究結果	40 4.3 中興穀堡體驗活動的研究結果分析
..... 42 第五章 結論與建議 5.1 結論	44 5.1.1 客製化的「造型便當」體驗項目
..... 44 5.1.2 「功能分析—農具設計」體驗項目	45 5.2 建議
..... 45 參考文獻	47 附錄一 「曳引機」教材範例
..... 50 附錄二 各班參賽便當	53 附錄三 參賽得獎便當
..... 61 附錄四 蛋糕切割器範例	64 附錄五 農機具教學範例
..... 67 -viii- 附錄六 耕耘機教學範例	78 附錄七 農機具學生設計圖
..... 80 附錄八 訪談	86

參考文獻

1. 工廠兼營觀光服務作業要點(民 96)，2010 年 5 月 13 日，取自 <http://www.taiwanplace21.org/news/20070701.htm>
2. 中興穀堡之博物館導覽網站
3. 伯德 史密特(民 89)，體驗行銷，(王育英、梁曉鶯譯)，經典傳訊文化股份有限公司出版，台北。
4. 朱應平(民 101) 頭盔鬆緊自動調節機構，證書號 M443426，申請日 101-06-15，公告日 101-12-21。
5. 邱媿(民 91)，體驗行銷模式與其遊客行為之實證研究，中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。
6. 李銘均(民 99)，中國青年創業協會總會青創會訊，冬季刊。
7. 約瑟夫 派恩、詹姆士 吉爾摩(民 92)，體驗經濟時代，(夏業良、魯煒譯)，經濟新潮社，台北。
8. 陳育慧(民 90)，體驗行銷之探索性研究—統一星巴克個案研究，私立中國文化大學觀光研究所碩士論文。
9. 陳俞伶(民 97)，觀光吸引力、服務品質、知覺價值、顧客滿意度與忠誠度之研究 - 以白蘭氏、大黑松小倆口觀光工廠為例，靜宜大學觀光事業學系碩士論文。
10. 陳 霆(民 100)，莊麗珠期盼聯米就像火車頭，帶著稻米產業走出新的

風貌，專訪中興米莊麗珠:感謝稻米產業，讓我更柔軟！大紀元。 11. 黃忠臣 (民 82) 橫式百葉窗簾角度調整器拉輪構造之改良，證書號081293，申請日81-12-18，公告日82-03-01。 12. 曾鼎煌 (民 85) 電動自行車之驅動結構，證書號167401，申請日84-02-14，公告日85-09-01。 13. 馮輝珍 (民 89) 無段變速皮帶輪之改良結構，證書號167401，申請日88-04-26，公告日89-11-01。 14. 創業圓夢網 <http://sme.moeasmea.gov.tw/SME/modules.php?name=km&file=article&sid=1549&sort=topic> 15. 萬國輝 (民 92) 自行車轉換健身輔助架組結構，證書號I393529，申請日99-05-24，公告日102-04-11。 16. 楊國清 (民 94) 曳引機之翻土機構改良，證書號M274769，申請日94-04-12，公告日94-09-11。 17. 詹平冬 (民 99) 具有傳動齒面零間隙自動調整結構之傳動裝置，證書號M395083，申請日99-06-14，公告日99-12-21。 18. 經濟部工業局(民 92)，「工廠兼營觀光服務作業要點」，經濟部九十二年三月二十七日經工字第0九二0四六0五五八0號。 19. 經濟部工業局(民 93)，推動地方工業創新轉型發展計畫-觀光工廠觀摩學習營及座談會手冊。 20. 經濟部工業局(民 94)，推動地方工業創新轉型發展計畫-觀光工廠理論與實務研究會手冊。 21. 經濟部工業局(民 95)，觀光工廠計畫-觀光工廠自在遊手冊，新竹:工研院技術服務中心。 22. 經濟部工業局(民 96)，觀光工廠計畫-觀光工廠自在遊手冊，台中:工研院機械與系統研究所。 23. 經濟部工業局中部辦公室(民 96)，服務創新與企業家精神-觀光工廠研討會。 24. 經濟部工業局(民 97)，工廠觀光化產業輔導-申請輔導作業手冊，南投:經濟部中部辦公室。 25. 經濟部工業局觀光工廠自在遊網站(民 101)。取自: <http://www.taiwanplace21.org/index.htm>。 26. 劉月琴老師製作的蛋糕切取器修正版(民 102) 27. 賴建宇173 天下雜誌(民 98)年4月8日 28. 魏少聰 (民 97) 蛋糕切取器，證書號M342822，申請日97-06-06，公告日97-10-21。 29. Holbrook, M. B. (2000). The millennial consumer in the texts of our times: Experience and entertainment. *Journal of Macromarketing*, 20(2), 178-192. 30. Pine, B. J. and J. H. Gilmore (2011) *The Experience Economy*, Harvard Business Review Press, Boston, MA. 31. Schmitt, B. H. (1999) *Experiential Marketing*, The Free Press, New York, NY.