

# The Application of Experiential Marketing on the Rice Castle Experiential Activity

唐淑雯、鄧志堅

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

## ABSTRACT

Conventional marketing methods can no longer keep up with the times. Constantly shifting marketing methods have led to the experience economy becoming a mainstream trend. As the manufacturing industry expands into tourism and recreation, tourism factories can offer more experiences and broaden their horizons as a source of historical culture and edutainment. This can help to satisfy the intellectual needs of tourists and give sightseeing tours greater depth. This study proposed five experience strategy modules under Schmitt's concept of experiential marketing for sensory, emotional, thinking, action, and associative experiences. We performed an investigative study on Zhong Xin Rice Castle and observed how consumers felt about the experiences offered by the tourism factory in its early development. We then investigated innovative experience strategies to provide tourism factory managers with a reference for the provision of experiences that are better tailored to the needs of consumers. We employed a unique approach to experiential marketing using a customized lunch box and a patent functional search. Consumers were guided in an experience-related activity that helped them to understand the evolution of farm tools. The aim of this study was to assist tourism factories in providing more novel and memorable experiences in the future.

Keywords : experience economy, experiential marketing, tourism factory, lunch box, functional search

## Table of Contents

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 .....	2
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
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
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
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

## REFERENCES

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0九二〇四六〇五五八〇號。 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.