

# 結合體驗行銷的創意市集規劃:以中興穀堡為研究對象

王淑俐、鄧志堅

E-mail: 381878@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

本研究乃是使用自然科學方法及對參訪者做深入訪談，針對中興穀堡館內體驗活動設計及整體行銷的成效是否提昇企業品牌並能培養顧客忠誠度做研究。整合所觀察的事實和缺失的地方，不足之處，站在顧客立場提出不滿意和心裡所想的做完善規畫。歸納觀察的結果是1.缺乏主題2.缺乏讓顧客有系統性以體驗行銷模式來體驗中興穀堡的優點。針對這些缺點以「穀動幸福」為活動主題，提供有系統的體驗活動讓顧客體驗。根據結論提出五點具體建議：1.應常舉辦以多元化的「主題活動」以聚集人氣的行銷方式。2.多以藝文活動建立藝術與品牌聯繫。3.多運用故事力賦予產品或活動情感和生命力，創造說故事行銷的威力。4.員工服務方面需再做相當程度的溝通與修正。5.做「領頭羊」的角色，帶領埤頭鄉民結合政府力量推動社區總體營造，不只是保留農村原貌，更以藝術創造農村新生活價值。

關鍵詞：體驗活動、農村生態、創意市集、顧客忠誠度、故事力

## 目錄

封面內頁 簽名頁 中文摘要 .....	iii	Abstract .....	v
iv 誌謝 .....	v	目錄 .....	viii
vi 圖目錄 .....	viii	表 .....	viii
目錄 .....	ix	第一章 緒論 1.1 研究動機與背景 .....	3
3 1.2 研究目的 .....	4	第二章 文獻探討 2.1 觀光工廠 .....	6
6 2.2 體驗行銷 .....	19	2.3 創意市集 .....	31
31 第三章 研究方法與實施 3.1 研究流程 .....	34	3.2 .....	34
35 3.3 研究架構 .....	36	-vii-	36
36 -vii- 第四章 研究 .....	36	分析與設計 4.1 中興穀堡營運之分析 .....	39
39 4.2 中興穀堡創意市集規劃 .....	48	4.3 深度訪談 .....	69
69 第五章 結論與建議 5.1 結論 .....	73	5.2 建議 .....	75
73 5.2 建議 .....	75	參考文獻 .....	78
78 附錄 附錄一 .....	81	附錄二 .....	83
83 -vii i- 圖目錄 圖2.1 中興穀堡導覽圖 .....	18	圖2.2 Schmitt 社會文化向量 .....	22
22 圖3.1 研究架構 .....	36	圖4.1 穀動幸福意象圖 .....	42
42 圖4.2 將牛與 .....	50	圖4.3 右側擺放一座「古亭舂」合成圖 .....	50
50 圖4.4 創 .....	52	圖4.5 中興穀堡空照圖 .....	53
53 圖4.6 .....	54	圖4.7 體驗活動-杯裝「米飯」試吃 .....	55
55 圖4.8 唐淑雯老師所做的「創意便當」 .....	57	圖4.9 四色牌作品(1) .....	61
61 圖4.10 四色牌作品(1) .....	61	圖4.11 周圍道路及田地做活動展場 .....	64
64 圖4.12 「黃金稻海鼓動幸福」模擬合成圖 .....	66	-ix- 表目錄 表2.1 體驗矩 .....	61
61 表4.1 訪談摘要 .....	70		70

## 參考文獻

1. 王怡穎(民 93)，創意市集，田園城市出版社。
2. 伯德 史密特(民 88)，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。
3. 李孟純(民 79)，觀光工廠體驗行銷、滿意度及忠誠度關係之探討 - 以白木屋品牌文化館為例，龍華科技大學商學與管理研究所碩士學位論文。
4. 李銘均(民 99)，中國青年創業協會總會青創會訊，冬季刊。
5. 孫慶龍(民 99)，聯米企業開展米食新文化，2010年12月號「企業實戰錄」。
6. 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。
7. 陳霆(民 100)，聯米 中興台灣米。資料引自 <http://www.epochtw.com/11/5/2/16456.htm>
8. 張理如(民 97)，觀光工廠意象與品牌知名度、購買意願關係之研究-以大黑松小倆口牛軋糖博物館為例，朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。
9. 創意市集101(民 95)，三采文化出版社。
10. 曾光華、陳貞吟、饒怡雲(民 97)，觀光與參旅行銷:體驗、人文、美感。- 79 -
11. 楊倩蓉(民 95)，「體驗行銷」威力難擋 - 為一瓶酒買下整間廚房，2006年1月號 第018期。
12. 廖珍瑩(民 96)，創意市集之設計策略

研究，銘傳大學設計管理 研究所碩士學位論文。 13.潘季珍(民 97)，遊客對產業觀光認知與遊憩體驗偏好關係之 研究—以金良興磚文化 觀光工廠為例，朝陽科技大學休閒事業 管理系碩士論文。 14.蔡家嫻(民 101)，產業觀光工場服務流程與顧客滿意度關係之 研究，國立 彰化師範大學企業管理學系碩士論文。 15.劉峰廷(民 98)，體驗行銷與消費者我族中心主義對購買意願之 影響 - 以興隆毛巾觀光工廠為 例，國立中山大學公共事務管理 系碩士論文。 16.聯米企業-中興米(民 99)，引進最高標準儀器、設備。 17.經濟部中部辦公室(民 96)，「 觀光工廠計畫」。 18.經濟部工業技術研究院(民 99)，經濟部工業技術研究院觀光工 場輔導簡報。 19.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>。 20.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。 21. 101 年度經濟部中小企業處「地方特色產業亮點輔導計畫」預告文件 <http://www.moeasmea.gov.tw/dl.asp?filename=24916562171.docx> - 80 - 22.中興穀堡稻米博物館導覽網站 <http://www.ricecastle.com.tw/traffic01.php> 23.「黃金稻海穀動幸福」模擬合成圖 <http://www.ten-hsieh.com.tw/cultrue/show1.html> 24. moneyshieh(民 94)，體驗行銷-收買顧客的理性與感性-整合行銷 [http://blog.yam.com/BlogIndex.php?BLOG\\_ID=moneyshieh&CATEGORY\\_ID=128356](http://blog.yam.com/BlogIndex.php?BLOG_ID=moneyshieh&CATEGORY_ID=128356) 25. naiwen(民 98)，談創意市集點子的競技場，創 意的嘉年華。資料引自 <http://coolmoonintaiwan.blogspot.tw/search/label/%E6%96%87%E5%8C%96%E6%94%BF%E7%AD%96%E8%88%87%E6%96%87%E5%89%B5> 26. Pine,B.J.and J.H.Gilmore, The Experience Economy, Harvard Business Review Press, Boston, MA. , 1999. 27. Schmitt, B. H., Experiential marketing, Journal of Marketing Management, 15, 53-67. 1999.