

文化創意行銷

在地文化如何做落實觀光行銷策略

(以苗栗地區觀光產業為例)



康晴統合管理顧問有限公司 企劃總監 蕭娜娜

自我簡介

蕭娜娜 NANA HSIAO



學歷/ 逢甲大學經濟系

靜宜大學管理碩士

現任/ 康晴統合管理顧問有限公司 負責人

臺中市政府

市政顧問

逢甲大學中區校友總會

常務理事

國際青年商會總會

參議員

勞委會多元就業方案

輔導委員



专业经历

專長/

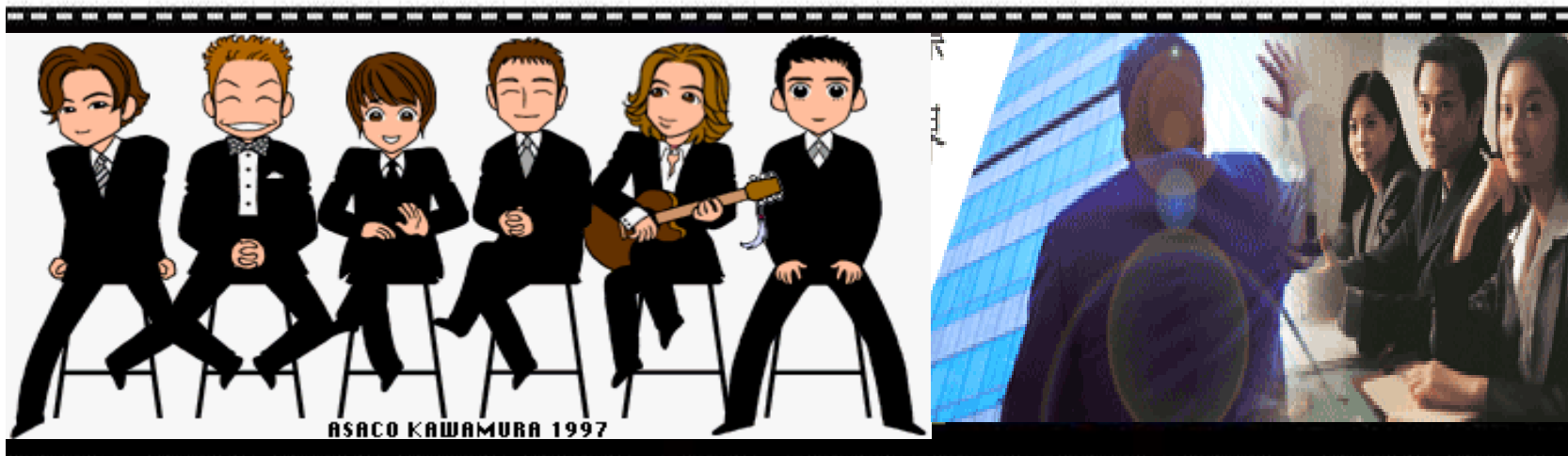
- 活動創意企劃與執行
- 整合行銷企劃與策略
- 傳播廣告企劃與策略
- 非營利組織運作與經營
- 資源整合與運用
- 社區營造與都市行銷

※專案講授課程參考：

- * 公關魅力展現
- * 創意企劃與執行
- * 口才藝術與表達
- * 行為形象服務禮儀
- * 社會組織與社會資源
- * 會議管理與運作
- * 目標規劃與管理
- * 專業領隊要素與責任
- * 優質溝通與談判技巧
- * 形象行銷規劃與執行
- * 國際禮儀規範
- * 衝突處理與危機管理
- * 志願服務的發展趨勢
- * 專業主持人培訓
- * 團隊組織與領導力
- * 觀光產業發展規劃與行銷

Who are you ?

行銷自己(競爭力)



臺灣觀光旅遊競爭力

- 觀光旅遊發展自十九世紀開始，目前已進入成熟時期，而且由於其對經濟、民生影響深遠，故亦被獨立為第四產業。
- 未來發展除了延續傳統觀光旅遊的需求外，同時亦包含日新月異的內容。



臺灣觀光的競爭優勢在那裡？ ？ ？



台南四草漁塭風情

中華書局影印

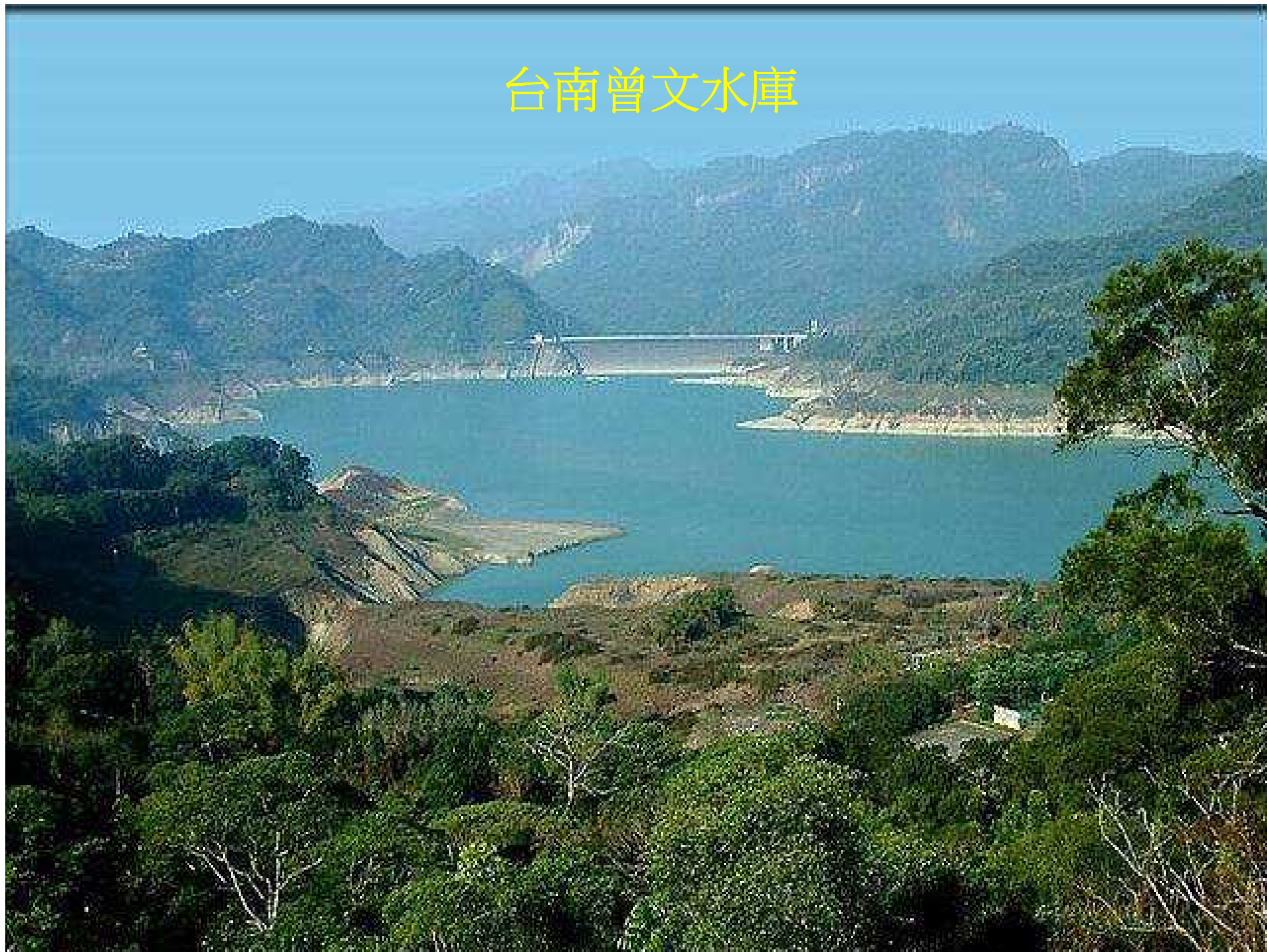


官田的烏山頭水庫

二寮日出



台南曾文水庫



阿里山入口



南投縣採茶人家



日月潭景觀-1



日月潭景觀-2



清境農場遠眺



太魯閣砂卡礑溪



砂卡礑步道



太魯閣水石之美··大理岩層的褶皺變化



東北角蜜月灣



宜蘭蘇澳港



蘇花公路東澳海灣





金針花海



野柳滑翔傘



野柳美人頭



台東綠島



綠島燈塔



小琉球像一尾可愛的小魚，在屏東外海悠游。



小琉球美麗的"裙礁"



澎湖桶盤柱



西嶼石柱



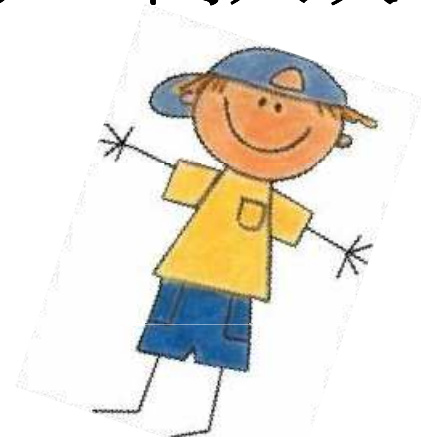
臺灣旅遊市場概況

由於99年國際金融及經濟逐漸復甦，各國OUTBOUND市場皆呈現正成長趨勢，由於各國海外旅遊意願提高，使我國各主要市場來臺旅客穩定成長，尤以觀光目的來臺成長41.23%表現亮麗。



臺灣旅遊市場概況

- 臺灣**2010**觀光旅遊人數總計**5,567,277**萬人次。
- 去年成長率達**26.67%**。
- 中國大陸總人次**1,630,735**。
- 日本總人次**1,080,153**
- 從客源來看，前三名分別為：日本、中國大陸、港澳。而從成長率來看，呈正成長的包括港澳（16.19%）、中國大陸（195.30%）、馬來西亞（7.19%）等。



臺灣旅遊市場概況

觀光外匯
收入佔
55.2%



國民旅遊
消費支出
為44.8%



觀光整體
收入達新
台幣4,081
億元

考量觀光產值結構，及國民旅遊市場，近年呈飽和之趨勢，遂以爭取國際觀光市場行銷推廣，以擴大台灣觀光版圖。



市調分析旅遊目的包括





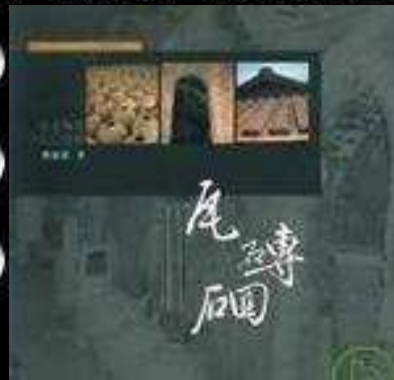
觀光產業日新月異
在這個充滿競爭的世界裡
所有組織都需要具
備創新和適應變化的能力
這已經不是一種奢侈的要求
而是一種必要的條件



機會(Opportunity)

- § 苗栗縣政府國際觀光行銷積極有魄力
- § 參加國際旅展，辦理國內旅行業者踩線團
- § 舉辦大型活動，邀請國際級音樂演唱者及舞蹈表演，創造高經濟利益。
- § 以優惠措施，鼓勵旅行團in 苗栗。

如果政府不再有保護優惠措施呢？



佛里曼

「有能力想像出
新服務方式、新生意機會
新擴展業務方法
都是企業界人才



ex:臺中太陽餅/原創/工廠外銷/元明

資料來源:台灣禮品館網頁

創造差異化行銷

公司差異化策略可函概

產品差異_(原住民)、人員差異

通路差異、服務差異_(核果子)

印象差異等。



➤ 改變固定式的思維模式

服務差異化行銷



夢舞臺~空間再造~直立式公園



從開放空間的再造看到一個
從城鄉中最優雅的休閒綠洲看到
都市/城鄉的躍昇
臺中/苗栗的品味



Welcome to

Miaoli

讓世界看見苗栗





尋找苗栗觀光新文化



南庄、三義、苑裡、溫泉、美食、採果、文化、客家聚落---



原住民文化觀光



創造品牌價值

§ 品牌的價值就是創新乘以規模，一個是深度，一個是廣度。
經常推出新商品或服務，帶動生活變革。

§ 創新與有效溝通；

在資訊爆炸時代，有效溝通，成為創新行銷的主要關鍵。

§ 《波浪理論》；不管商品開發或廣告行銷，都必須像海浪般，一大波，一小波，這是跟消費者持續溝通的最佳方法

§ 苗栗縣的品牌價值是什麼？（桐花祭？）

打造觀光主題形象





➤每個業者都在為自己的業績傷腦筋，
或是削價競爭。

卖点在
那里

就地取材式、創新思考

- 找出當地文化或傳統特色，舉辦嘉年華會，吸引更多遊客，創造觀光經濟。(千人品酒會、溫泉祭)
- 打造整體觀光資源環境。(明德假日市集、日星島、臺中心之芳庭、日本湯布院、泰安)
- 金鑽計劃(異業或同業結盟)
- 配合政府政策或主動提促進觀光活動案。(燈會、音樂會、煙火)
- 整合規劃觀光路線。(觀光協會)

作為事業目的的有效定義只有一個，那就是創造顧客。

公司或企業必須開發賣得出去的東西，再建立讓顧客購買的機制後，再進行銷售活動，這才是正確的順序，而不是「販賣生產出來的東西」。

就是因為大家始終不理解這個順序，才導致產品銷售不出去，造成各種無謂的浪費。



顧客導向

一個朝氣蓬勃的公司就是以顧客為本位的公司。

- 不開發賣得出去的東西
- 不訂定讓顧客覺得合理的價格
- 也不做有效的宣傳
- 無法維持令顧客滿意的品質
- 把業績不振的責任全推卸給銷售部門
- 這些舉措才是致使景氣長久低迷不振的原因



讓稻田變得更活潑



打造自我品牌——特色認知

▶ 苗栗(乡镇)有什么特色?

用本地人的观点来看自己的优势

▶ 苗栗(乡镇)有什么特色，可以创造国际观光？

▶ 用观光客的角度来看(分组研讨/大湖酒庄vs信义农会)

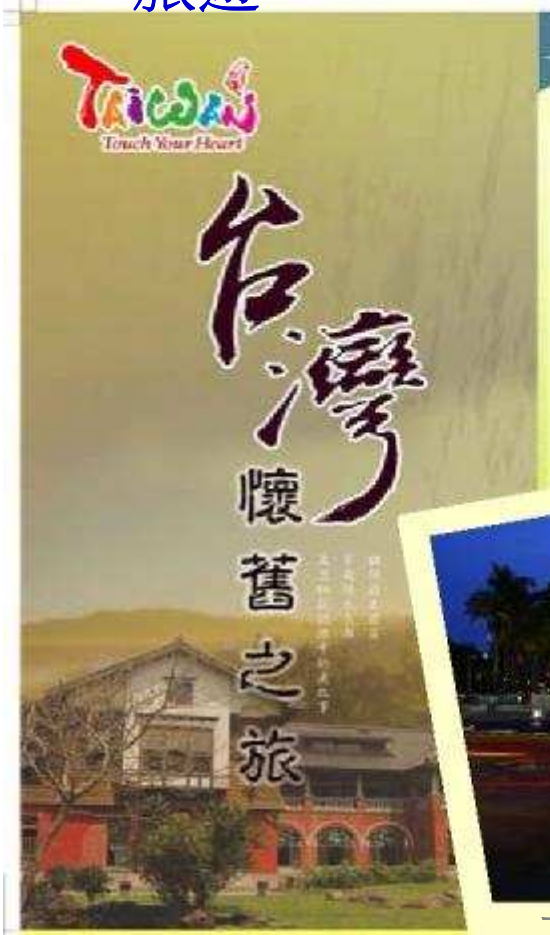


創新產品-沙龍攝影與蜜月旅行



創新產品-銀髮族懷舊旅遊

將台灣日治時代遺跡整合包裝，以歷史文化情結，以故事性之方式，結合懷舊、溫泉、美食，規劃以樂活步調，並以舉辦國寶級蒸氣火車遊台灣活動，以吸引國際銀髮族等旅客來台旅遊。



太子賓館



國父紀念館



蒸氣火車

蒸氣火車

復駛勝興車站

- 台鐵局運用**CK124**蒸汽老火車，結合鐵道及懷舊二大元素，開發特色遊程。



創新產品-醫療保健旅遊

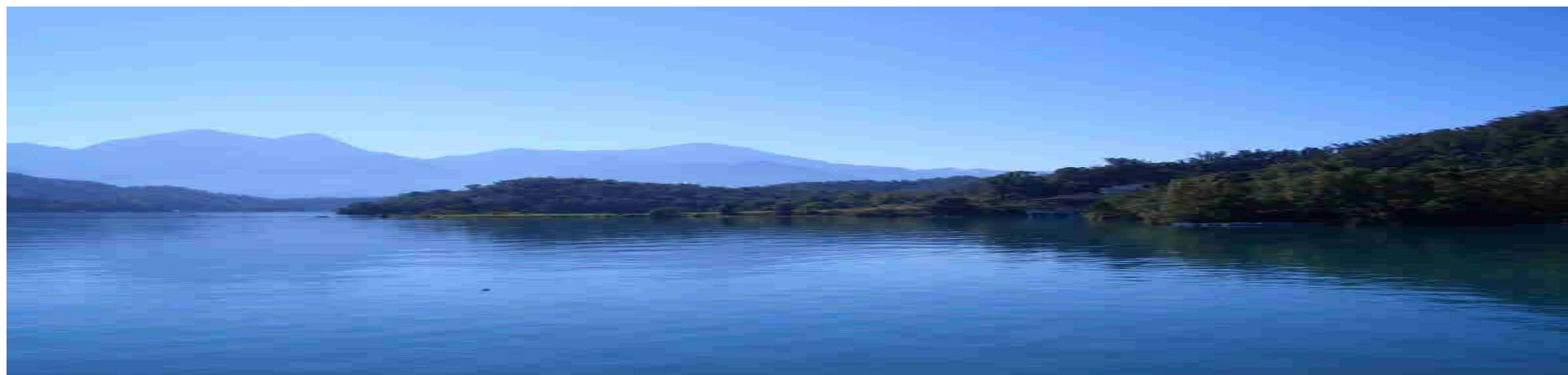


創新產品-追星哈台旅遊

利用台灣電影、偶像劇及在華語流行音樂居領先地位之優勢，結合台灣重要觀光景點，包裝哈星追台產品，製作追星手冊，吸引鄰近國家狂熱追星族來台旅遊。



好山好水好風光



如何與節慶活動結合

聽威老講故事認識不老部落



三代同堂恢復傳統織布的部落生活文化

缺乏整合與媒體公關

原住民文化

打造國際織布村



壠西坪花卉

樂活山城

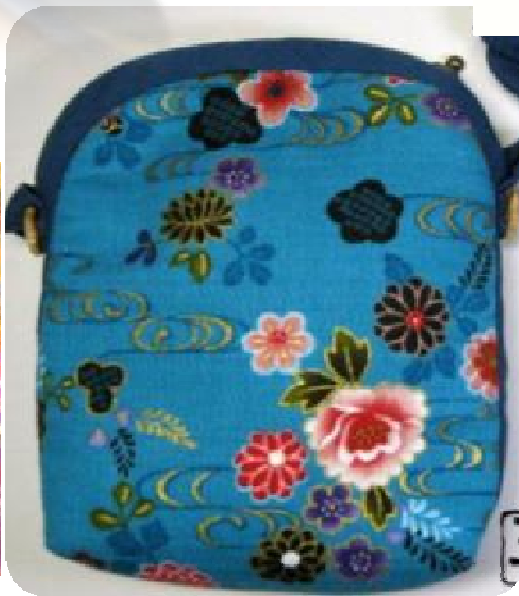
桐花祭



資源分散後繼無力

樂活山城

HAKKA





提到客家美食，一般人的第一印象不外乎是擂茶、客家小炒、麻糬、薑絲炒大腸這幾樣有名的料理。

客家美食可說是台灣客家文化的代表項目，早期有「粿」，近期則是擂茶，這兩項兼具美味與現場表演雙重效益的飲食文化，讓許多人對客家文化更有興趣也更有參與感。



樂活美食饗宴

聽故事認識原住民



烤現採原木香菇



這個餐廳是完全原始的，所以無電，也沒冷氣，這就是這個景觀大師利害的地方了..)



慢食主義的不老部落



www.wretch.cc/blog/cashho

前菜



#193280

空間景觀營造 提昇觀光層次



臺灣優勢~~自然景觀生態

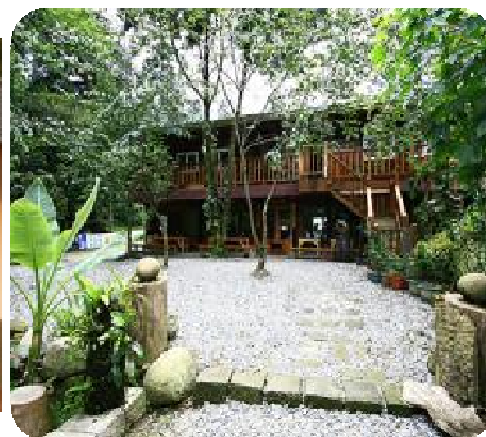
☺未來不論是海灣、泉水、日落特殊景緻、原始森林、原生植物，都是比土地更為昂貴，最奢華的資產。



從社區中找回環境自主權

打造農村心靈的原鄉

觀光休閒農業社區營造



空間再造~~街道綠美化工程



苗栗路間道的綠美化



體驗經濟時代來臨



B. Joseph Pine H
James H. Gilmore

1998

■日月潭旅遊線

- 目標—成為「明湖山色伴杵音」，休閒寧適之渡假基地
- 課題—如何讓遊客便利的到達、悠遊地親水環湖？

如何強化當地休閒與文化特色？

- 完成那些基礎建設來達成目標？

- 1.景點風貌融入湖光山色
- 2.環湖步道與碼頭整建
- 3.深化邵族文化旅遊
- 4.增加住宿設施
- 5.集集鐵道及木業懷舊文化
- 6.質高安全的遊湖體驗



1.建構環潭步道系統- 完成**14**條步道及**3**條自行車道



涵碧步道(1.5km)



水濱步道(1.5km)

2.完善碼頭景觀與設施-

水社、伊達邵、朝霧、玄光碼頭景觀與設施改善及
伊達邵、水社預備浮排設施興建



改善前

德化碼頭



改善後

資料參考觀光局簡報檔

立體觀光

• 日月潭-九族文化村纜車系統



產業觀光

•車埕木業展示館

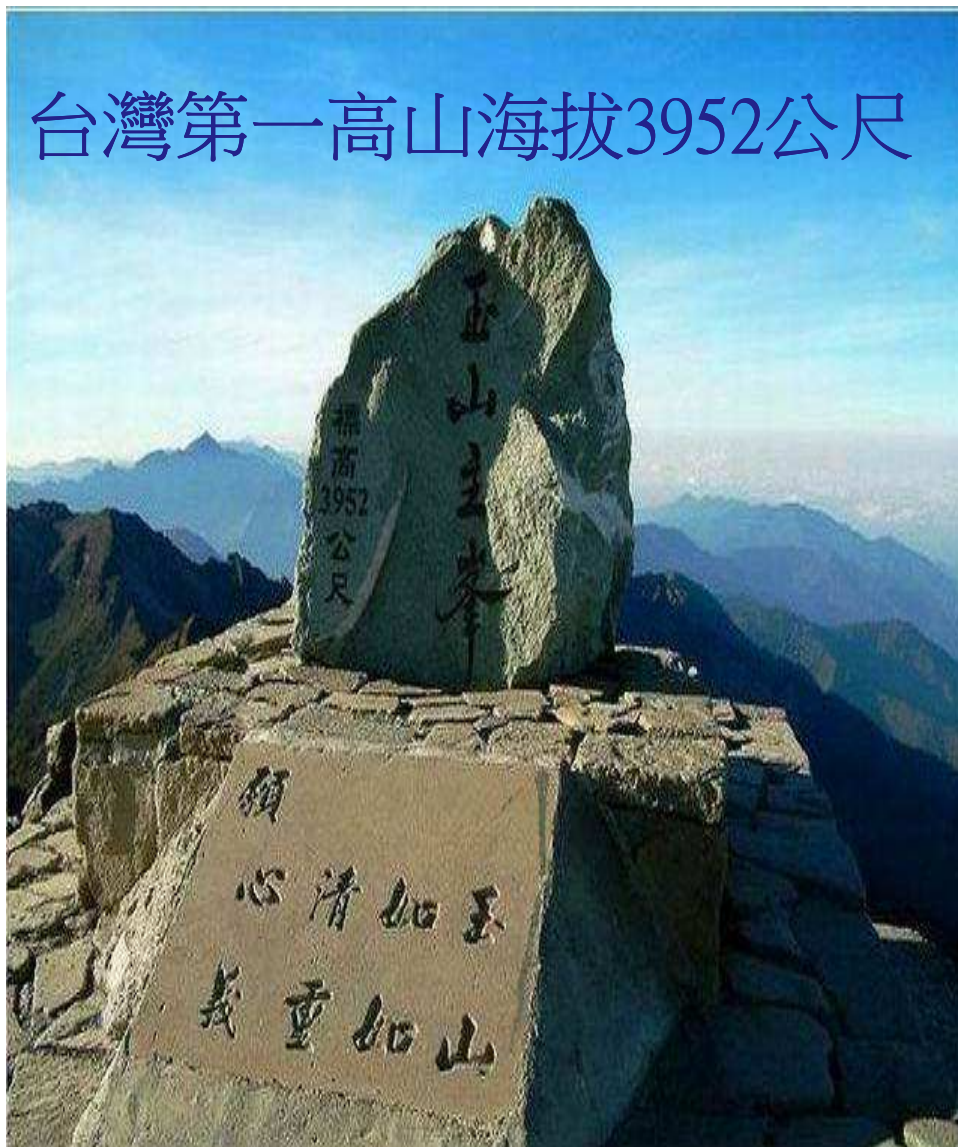


廠房舊址



創新產品1-登山健行之旅

台灣第一高山海拔3952公尺



玉山雲海



阿里山觀日出



阿里山日出雲海



南湖大山雲海



南橫天池



奇萊雲瀑



南華山奇萊南峰雲海



南華山奇萊南峰



中横夫妻樹



中橫--夜觀雲海



合歡山主峰



中橫太魯閣之美



中横燕子口鬼釜神工



福壽山波斯菊



如何與國際接軌？





Kelly小可台南美食手札



顧客體驗

藝術創意服飾店



策略聯盟

同業聯盟&異業聯盟(DAY)

提供遊程規劃

農村再造 ➤ 打造農村體驗園區

社區只整理出素地，由參與農耕體驗之民眾自行整地種植，完成播種至收成之流程，讓民眾體驗及學習農作之樂趣。



建構幸福家園--水車的故鄉

- 以「農村體驗」為主題社區營造，開辦農村樂戶外教學，擴大農園多樣性經營範圍。
- 營造慢活生活，帶動社區觀光休閒產業發展。
- 化腐朽為神奇，將豬舍改建美化成多功能空間。
- 讓糞土變黃金，以在地植物資材製作相關產品。
- 以「蘿蔔」為材料製作相關產品，建立品牌行銷，打造產製蘿蔔之村庄。



創造假日市集

1. 泰安溫泉區。(龍山部落、司馬限、溫泉街-湯布院)
2. 明德水庫。(社區、日星島)&社區尋寶
3. 重現採礦風華。(隧道美化優勢)
4. 觀光景點，特色攤車。(攤販認證管理)

儘管攤販可被視為台灣特色的一部分，但是，若不能管理好攤販問題，恐反而破壞台灣的觀光資源。



1.經典行程創新行銷

規劃首次來苗栗必看、必吃、必玩行程之宣傳

2.規劃多元旅遊產品開發

針對重遊者之深度旅遊之創新行銷



運動



文化

節慶



農業

慢城哲學-----另一種生活態

- 新城市哲學「慢城」正興起
- 新的城市哲學悄悄在歐洲一些小城裡誕生，這套哲學叫做「慢」。繼多年在義大利發起的慢食文化（slow food）後，慢城運動（citta slow）也逐漸興起。慢城主義者將改造現在的觀光產業和農業甚至一般商店經營方式。



沒有汽車、沒有連鎖店、沒有霓虹燈

- 車不入城，人潮反多。
- 齊米奇是慢食主義發起人之一，他一本慢的哲理，排斥速食和連鎖店，在奧維亞托，店鋪開始賣傳統地方特色的東西，如有機香腸、手工巧克力，甚至一些獨立少量製的起司，令商家驚訝的是，生意愈來愈好，觀光客購買量大增。



盡情享受大自然

