

目 錄

第一章 緒論.....	3
1-1、研究緣起與目的.....	3
1-2、研究架構.....	4
第二章 研究方法與過程	
2-1、定位(positioning).....	5
2-2、產品 (product).....	6
2-3、價格 (price).....	7
2-4、通路 (place).....	8
2-5、推廣 (promotion).....	9
第三章 相關案例與探討	
3-1、案例一.....	10
3-2、案例二.....	11
3-3、案例三.....	13
第四章 研究發現與建議.....	15
參考文獻.....	18

第一章 緒論

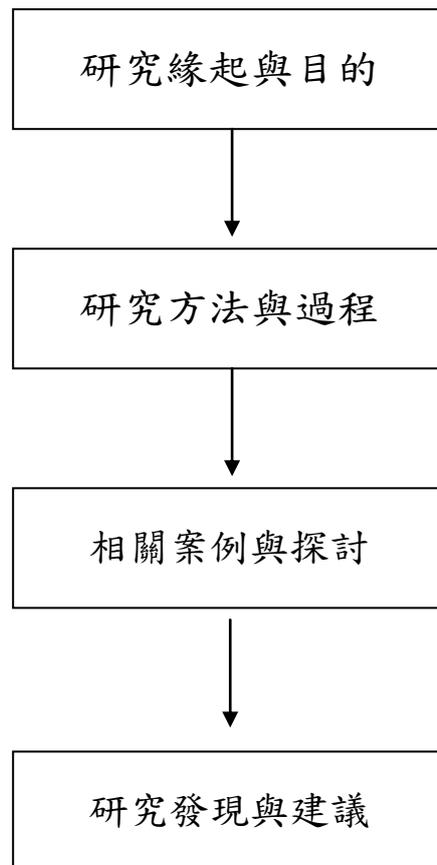
1-1 研究緣起與目的

胡志強市長以「文化、經濟、國際城」作為歷經兩屆市長的政見及施政目標，正說明了將台中市締造成國際新都的願景。近年來，興建洲際棒球場、圓滿戶外劇場、大都會歌劇院與新市政中心，這些具指標性的公共建設皆彰顯了台中市躋身國際大都會的願景正逐步地成形。

在全球化的浪潮下，模糊了國家界線，不再是以國家為單位，城市與城市間的距離誠然縮短了許多，近而凸顯城市的重要性。若台中市要躋身為國際新都，首重課題是城市的行銷，城市的行銷來自於城市形象的定位，然而現階段的國際知名度著實不高，如何建立城市的特色成為當務之急。

WWP 集團董事長，馬丁，索爾爵士所說：「21 世紀的行銷具有新的意義，就是利用所有可能的接觸點，把品牌帶入人們的生活中，而且不能只依賴舊有的行銷方式來執行。」。台中市將定位為何種品牌，從願景到執行即是本次研究的目的。

1-2、研究架構



第二章 研究方法與過程

本研究將深入探究城市的定位，來呼應市場區隔的決策，提供地方政府做為城市行銷工作的參考。透過城市行銷的實例探討及國內外文獻資料蒐集分析，如何事先掌握了解顧客是誰？顧客的需求？臺中市的資源是什麼？哪一項是臺中市的特色？繼而以行銷4P元素產品（product）、價格（price）通路或地點（place）、推廣（promotion）進行分析評估，訂出一份能凝聚共識且適合本身條件的行銷計畫。

城市行銷的工作需要有系統的方式來做，Kotler(1994)建議企業在做行銷決策時，如圖1的階段，其中最初的決策就是要去決定自己是否適合行銷海外：

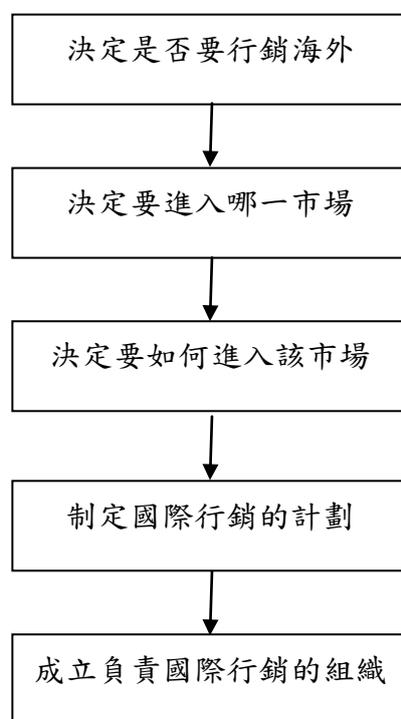


圖1 城市行銷的主要決策

Source : Philip Kotler, Marketing Management Analysis, Planning, Implementation, and Control

2-1、定位 (Positioning)

城市定位就是充分挖掘城市的各種資源，按照惟一性、排他性和權威性的原則，找到城市的個性、靈魂與理念。每個城市都有自身的優勢與劣勢，關鍵在於通過對自身SWOT分析，找到目標顧客的需求熱點、競爭城市的弱點、自身的優勢三者之間的結合點，作為城市的市場定位突破點，以形成與眾不同的差異化優勢。

而定位是呼應市場區隔的決策，並具體界定出城市未來的發展方向，以做為日後建設城市軟硬體等行銷工作的指引。因此城市定位將會決定城市的出路，亦是塑造城市品牌的重要方式，是打造城市品牌的關鍵性因素。

每座城市都有其各自的性格，城市的定位將成為行銷的依據。首先探究本市的優勢在哪裡？胡市長曾說：「巴黎、紐約、倫敦都有它的特色，那臺中呢？就是文化！」。並以「文化、經濟、國際城」作為城市願景。

依此，本市的城市定位，將以「文化」作為城市行銷的關鍵競爭力，讓本市走上世界舞台，成功地做好城市國際行銷。臺中市的未來，將以文化帶動經濟，讓全世界看見臺中。

城市行銷

美國行銷協會對於行銷做了以下的定義，「行銷是理念、商品、

服務、概念、訂價、推廣及配銷等一系列活動的規劃與執行過程，經由這個過程可以創造交換活動，以滿足個人與組織的目標。」

由此可知，行銷活動主要包括銷售市場的規劃與選擇；顧客需求與滿足；競爭優勢；以及行銷組合 4P，即產品(product)、價格(price)、通路(place)與推廣(promotion)。

行銷的工作就是依據產品的研發與設計，訂出市場競爭的價格，計劃相關的推廣活動，完成通路的成立。

2-2、產品 (Product)

作為一個政府機構，政府是服務的提供商，營造一流的投資環境，就是打造「產品」的過程，招商引資就是政府行銷面臨的任務之一，而顧客購買的正是我們的投資環境。

在城市硬體同質化程度越來越高的情況下，要形成差異化的競爭優勢。讓每一個外國顧客每天可以接觸到的地方，都感到滿意舒適，讓他們一來再來，才是城市行銷最該該被強調的地方。

2-3、價格 (Price)

在服務顧客的過程中，想要讓顧客感受到更大的價值，同時也為政府創造更多的價值，可以透過兩個途徑——提升收益和降低成本。

政府一方面，為客戶創造超額價值的機會蘊藏在客戶與政府發生聯繫的各個環節與活動中。政府要善於抓住機會，解決客戶的問題，

即為客戶提供服務。以提升產品的內涵和價值。

另一方面，按照市場標準分解客戶的需求，以確定客戶利益，確定客戶為獲得產品、服務所付出的代價。然後，再藉由削減政府行政管理成本，提高客戶所擁有的價值，使城市在競爭上取得優勢，並將價值的內容透過服務概念的推廣和對客戶的服務承諾表現出來。

2-4、通路 (Place)

通路指的是傳遞產品的路線與中間者角色，亦是扮演著「關鍵影響人」角色，大眾會購買旅遊產品的管道。城市行銷的通路系統如圖2，有4種中間者，對於重要的目標市場，不論以何種方式，重要的相關通路策略應制定如何誘發、獎勵、與管理這些中間者的策略。

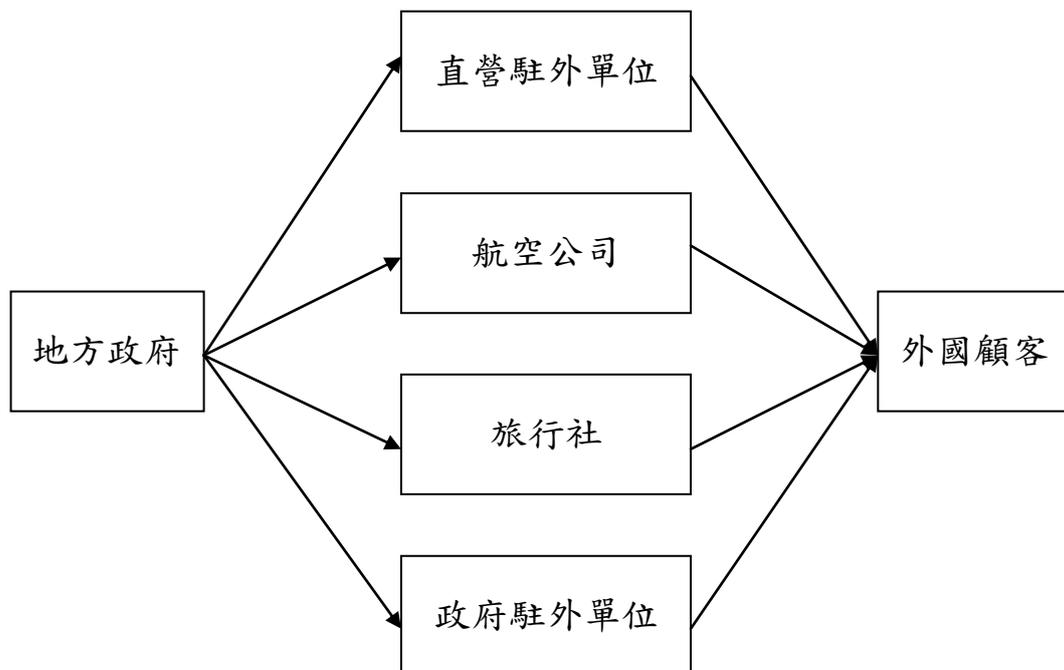


圖2 城市行銷通路系統

2-5、推廣 (Promotion)

將城市這個產品塑造成形像鮮明的品牌，提昇產品的形象才能提升產品的價值，進而建立形象的推廣策略。利用各種媒體通路全力行銷，以不同角度切入，用不同主題包裝，嘗試吸引不同的族群消費這個產品。

在活動方面，可舉辦大型活動增加城市的魅力，諸如表演藝術、節慶活動、跨國性的美術展覽及交流活動等，以這個舞台，吸引顧客，進而創造觀光延續的效果。

在廣告方面，可建立城市口號、城市的代言人、城市的代表歌曲等，透過媒體的廣告，增加媒體的曝光度，亦或拍攝宣傳影片，營造城市形象。

在公共關係方面，可藉由新聞稿的發佈、媒體的採訪報導、國外媒體的邀訪，運用「異業結盟、跨界行銷」的策略、建置城市行銷專屬的入口網站，透過網際網路的無國界力量，強化本市在世人的印象。

第三章 相關案例與探討

3-1、案例一：庫里奇巴—最適合人類居住的城市

擁有巴西第2高的小客車自有率，卻有7成5通勤族寧搭公車不開車，30年改革，讓它成為最適合人類居住城市。如果有一天，城市沒有了石油，生活要怎麼繼續運轉下去？這是本世紀無可迴避的問題，答案呢？我們在南半球的巴西，一座叫做「庫里奇巴」(Curitiba)的城市找到了令人印象深刻的生活方式。

庫里奇巴是巴西第七大城，人口數一百七十五萬，接近高雄市，這個南美的「第三世界」城市曾創下幾個紀錄：高達四分之三的通勤族搭公車，交通燃料的消耗為巴西其他城市的四分之一，與巴黎、溫哥華、雪梨、羅馬並列，被聯合國選為「最適合人類居住的城市」，它同時也是巴西人最嚮往的城市。

遠見一：公車系統大變革讓「開車不會比較快」觀念深植人心：庫里奇巴從一九七四年開始進行城市運輸系統規畫，經過三十多年，如今七五%的通勤人口都使用公共汽車系統，每天運送一百五十萬人次，超過紐約的地鐵運載量！滿意度更高達八九%！這套系統，平均可為每位通勤者省下四十分鐘的通勤時間，還能節省四二%的耗油量。

遠見二：城市規畫以人為尊、道路變綠地，綠地比例高居全球第

二：庫里奇巴是巴西空氣品質最好的城市。首先，乙醇汽油對環境的污染程度僅為傳統汽油的三〇%，可減少二五％的一氧化碳、二氧化碳排放量，並降低碳氫、氮氧化合物等有害物質的排放。而其高度使用的公車運輸系統，讓出多餘的道路空間，改造為綠地，讓庫里奇巴市民享有全世界第二高的綠地比例，成為一個光合作用的城市。

庫里奇巴這個城市被聯合國認定為全球最創新的都市，成為全球都市規劃師學習的典範。在國家資源短缺之下，其團隊仍可借重創意進行小而美、小而省的公共建設來解決核心問題。

它的成功之處即為「永續發展」，它清楚地傳達著一個健康的城市，有著生產、生活、生態、生命『四生』永續發展的高標準。在全球暖化與氣候變遷的壓力下，城市不該無窮盡的盲目擴張，而應回歸到最基本面，人與大自然才能互利共生。

3-2、案例二：日本鳥取縣—動漫大師故鄉的行銷

在日本本州的西部，有一個緊臨日本海的小縣「鳥取縣」，面積3500平方公里，人口卻只有60多萬，在日本47個都道府縣中排名倒數第一。但這裡卻是眾多知名漫畫家的故鄉，有《名偵探柯南》的作者青山剛昌、妖怪漫畫《鬼太郎》的作者水木茂以及《遙遠的小鎮》口治郎等人。

以《名偵探柯南》來說，在作者出生的鳥取縣北榮町，有設置專屬柯南的博物館「青山剛昌家鄉館」，柯南紀念戳章、可買走的紀念品只是基本款，館內還以柯南作品為動線佈置，第一次入館者可以挑戰解謎，所有題目答案都在館藏中，可在參觀完，到櫃台授予認定書。在小鎮上還設有柯南大道、柯南大橋，沿路皆是柯南造型的人孔蓋、浮雕、地磚和相關介紹，當地的圖書館門口還有與工藤新一（該漫畫主角）等身高的人形雕塑，打造出整體的柯南鎮。

當創意內容從出版物延伸到文化展演空間，為偏僻的臨海小縣帶來了豐厚的觀光效益，是動漫產業與地方觀光雙贏的最好詮釋。

3-3、案例三：烏代浦爾－最佳旅遊城市榜首

美國知名旅遊雜誌《Travel+Leisure》每年都會對訂戶讀者進行網路票選全球最佳獎（Word's Best Awards），2009年全球最佳獎日前出爐，全球最佳旅遊城市（Word's Best City）名單如下：

2009 Word's Best City Top 10		
排行	城市	所在國家
1	烏代浦爾	印度
2	開普敦	南非
3	曼谷	泰國
4	布宜諾斯艾利斯	阿根廷
5	清邁	泰國
6	佛羅倫斯	義大利
7	龍坡邦	寮國
8	紐約	美國
9	羅馬	義大利
10	舊金山	美國

綜觀今年票選出來的全球十大最佳旅遊城市，並非每個城市皆具

備高水平、奢華的旅遊環境與設備，但各有其獨特的人文、景觀風采，反映旅人喜好探索、體驗各地「內涵」的旅遊觀趨勢逐漸盛行。

新進榜的印度烏代浦爾（Udaipur）一飛沖天榮登第一名，亦是亞洲最佳旅遊城市，而泰國清邁與寮國龍坡邦（Luang Prabang）也是新進榜名列全球十大最佳旅遊城市。

以最佳旅遊城市榜首「烏代浦爾」來看，其獨特風貌、建築、文化以及人文特色，絕對讓人深刻記憶，或許是這樣的魅力，烏代浦爾新進榜即被旅人票選為全球最佳旅遊城市。

烏代浦爾位於印度沙漠之地的賈斯坦地區，或許有人會認為來到這裡會看到荒蕪、乾燥的沙漠景觀，但出乎意料，到這裡看到的是美麗湖泊、綠意山巒、大理石建材為主的白色建築、華麗宮殿、熱鬧市集，可見其「湖泊之城」（The City of Lakes）美稱其來有自，也成為往昔印度皇室喜愛的避暑勝地，並在湖畔、山間興建不少皇宮、夏宮，部分皇宮建築現今轉變為高檔飯店。

體驗過往昔皇室生活，走訪位在湖宮飯店對岸的城市宮殿後，鄰近的市集也是旅遊重點。漫步熱鬧市集中來往人潮眾多，許多商家販售色彩繽紛的紗麗、日用品、紀念品、在地小吃等，而帶點髒亂的街道上，牛、羊、人同道，行走還要留意腳下，避免誤踩牛糞，這番真實的在地人文生活特色，讓人更加難忘。

第四章 研究發現與建議

台灣處於亞洲的一個樞紐位置，位於台灣的中心位置，同時也是苗栗以南、雲林以北，六百萬人口的經濟重心，南來北往綿密的交通網，未來兩岸直航的重要基地，臺中市地處最重要的樞紐位置，儼然成為「台灣之心」(Heart of Taiwan)。

臺中市年均溫23°C，終年陽光普照，氣候宜人，市民平均擁有的綠地面積全台第一，並經評選為「最適合居住的城市」。民國九十二年百貨公司營業額成長率更高居全國之冠，市民盡享多樣化的休閒生活。而具有特色、舒適宜人、房價較北高兩市為低的居住環境，使得臺中市擁有完善的生活機能。

臺中市以現有活絡的經濟活動及藝術文采鼎盛的優越環境，加上「中部科學園區」的設立、高速鐵路通車後帶來的一日生活圈的展新商業機能，若明年度台中縣市順利合併升格為直轄市，將可藉此利基積極營造台中市成為優質國際新都。

綜觀以上研究，本市成為國際新都的重點在於文化觀光，並應放在城市特色建築和人文故事上，同樣也能產出豐沛的文化觀光實力。

一、政府組織應彈性變化，成立城市行銷獨立專責單位：

(一) 政府組織若能彈性變化，建議成立城市行銷獨立專責單

位，或工作小組、特別委員會、項目小組等。在權力上根

據地域管理下放權力，使之具有靈活性和多樣性。政府部門若能跨部門的整合性合作模式，在公部門或私部門間，整體目標均明確一致，不僅可以了解真實的社會需求，作出符合實際的正確決策，

- (二) 以庫里奇巴 (Curitiba) 這個城市為例，由都市規劃專家組成的獨立規劃室團隊「庫里奇巴都市規劃研究中心(Institute of Research and Urban Planning of Curitiba，簡稱IPPUC)」為核心，負責研究並且推動都市計畫，挑選創新、適應自然、具遠見策略，來解決城市所面臨的困境。

二、 創新商圈規劃，結合美食探索：

- (一) 臺中市擁有多元與創新是競爭力的來源；服務業是臺中市最主要的產業，全市商家超過六萬五千家。目前具有特色的商圈有：臺灣規模最大的夜市之一的「逢甲商圈」、擁有高級美食與華麗視覺享受的「美術館園道」、以學生之日常需求為主之「一中商圈」、以露天咖啡行人徒步街道聞名之「精明一街商圈」、青年學子流連忘返，完全流行也完全平價的「天津服務形象商圈」等商圈。
- (二) 以上特色商圈，若能以國際化的角度，重新規劃套裝旅遊行程，加以創新包裝，才能發揮增值效益。如「天津服務

形象商圈」鄰近一條街有北平路小吃街，結合天津商圈及北平小吃，藉由「吃在北平、穿在天津」的響亮口號，期能帶來加乘效果。

三、都市與鄉村整合行銷，以都市魅力整合鄰近縣市的休閒旅遊資源：

臺中市位於臺灣西半部樞紐的地理優勢，加上暢通的交通網及生活機能健全、輔以旅遊數量充沛、特色餐廳亦多等先天條件，使得臺中市可規劃為中部旅遊的中心城市。將來臺中縣市合併升格後，加速中台產業聯盟，以臺中為中心城市，納入南北各一小時車程的半徑範圍，用行銷的手法，整合多元化的觀光資源，把所有要到中部的旅客先集中到臺中市，提供套裝式接駁行程，再運送到其他鄉鎮。白天可先到鄰近縣市享受鄉村的優美恬靜，晚上回到臺中市住宿，體驗夜生活的樂趣。

世界城市的發展規律表明，再小的城市也可以是世界性的，但一定要看清楚宏觀的城市格局的發展變化，然後在城市分工與協作的基礎上發展，最終既滿足了城市群的發展需要，也為自己的永續發展找到了康莊大道。

參考文獻

- 一、 研考雙月刊 30 卷 5 期
- 二、 商業周刊第 1031 期
- 三、 我所看見的未來
- 四、 台中大都會歌劇院網站
- 五、 文化創意專屬網站
- 六、 2009 年 8 月 12 日自由時報