

創意產業服務創新策略之研究—以橋頭白屋為例

A Study on Service Innovation Strategy for the C & C Industry- Taking “White House” at Ciaotou as
an Example

宋汶姳 國立雲林科技大學文化資產維護研究所

黃采萱 國立雲林科技大學設計學研究所

有鑑於全球化與重視區域文化之趨勢，創意產業發展被認為是國家經濟發展及社會生活品質提升的重要因素，也是各國地方經濟發展的主軸。台灣正積極投入創意產業之發展，除了具有高度的經濟效益，且逐步成為近年來先進國家的經濟利器，然而其中所賦予之價值主要來自於產業前瞻的創新服務設計。因此，在回顧國內外相關文獻論述後發現，鮮少從創意產業之核心價值創新服務作為研究探討之議題。

故此，本研究即深入此一面向，係以創意產業之橋頭白屋為主要個案研究對象，兼以質化、量化並重之全盤性研究進行分析，透過深度田野調查、服務品質量表統計分析及應用相關行銷策略方法分析作為產業服務創新管理之依據。其研究結果顯示於服務品質量表問卷統計調查中，以創意產業所提及核心價值 S2P2（空間場域、服務品質、實體表徵物及行銷策略）等四項衡量要素，由高至低平均分數排序為空間場域 3.607 > 行銷策略 3.546 > 實體表徵物 3.286 > 服務品質 3.155，由此結果可知白屋首要進行改善為服務品質缺口；另外針對實體表徵物本研究以實例改善設計方式進行相關設計改造，包括橋頭白屋 CIS 企業識別系統設計、相關 CIS 系統應用設計等，並將研究成果歸整以實例驗證設計模式，提出相關策略建議，做為白屋業者未來服務創新管理與後續研究者之參考。

關鍵詞：創意產業、服務創新、橋頭白屋、服務品質