



2010

文化創意產業永續與前瞻研討會

文化、創意與在地產業：跨域、互依與整合



歷史文化街區服務品質、創新策略與體驗行銷之關聯性研究

The Impact of Innovation Strategy and Service Quality on

The Experiential Marketing : A Study of Taipei Di-Hua Traditional Street

彭慶懷 台灣首府大學文化創意產業系

觀光化與商品化創新策略邏輯主導台北迪化街之空間構成元素及其功能與內涵，新舊元素共同形塑出老街古老與體驗的空間氛圍，回應了消費者「符號消費」之需求。

發展地方產業已成為政府部門及各地方帶動當地特色產業的經濟動力，使得地方文化產業行銷成為地區的新興發展重點。而在體驗經濟的趨勢及消費結構的轉變下，消費者對於商品價值的消費以逐漸改變，無形價值的滿足亦影響了其消費行為。本研究探討透過「創新策略」、「體驗行銷」和「服務品質」的關聯過程來了解地方文化，除了能刺激遊客的觀光消費外，並能傳達當地文化的內涵價值。

關鍵字：文化創意產業、歷史街區、服務品質、創新策略、體驗行銷、重遊意願