

5 7 猜猜看

觀二B - 李蕙君 4 1 0 9 1 0 1 4 6

觀二B - 林靜儀 4 1 0 9 2 2 5 9 1

觀三B - 王俞羚 4 1 0 9 2 2 4 7 8

觀三C - 王俞紋 4 1 0 9 2 2 4 8 6

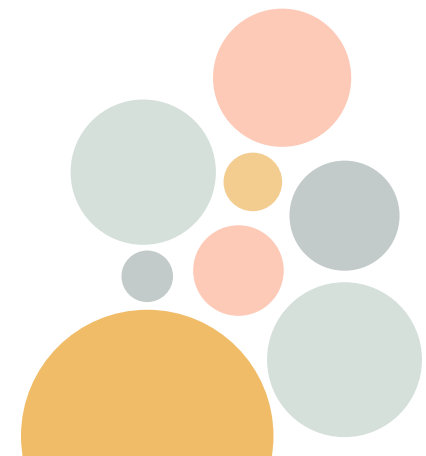


簡報目錄



簡報目錄

- 一、計畫緣起
- 二、提案內容議題分析與探討
- 三、提案內容及行動提案規劃
- 四、計畫執行時程
- 五、小組成員及工作分工
- 六、計畫執行成果及未來展望






計畫緣起



計畫緣起

台中梧棲三井outlet為海線最大的購物商圈，我們想以海線的基本文化、歷史問題以及三井的環境來規劃遊戲，讓來這裡的遊客除了購物、飲食、遊玩，同時也可以學習到關於海線的基本知識，並且更瞭解三井，也可以由此次活動認識到為何會如此選址？有何觀光效益等等問題。

這個活動不但可以吸引人潮，與可以讓原本只有娛樂、休閒功能的商圈轉換成擁有寓教功能的場所，不但可以提升經濟，也可以提升遊客的知識能力。





提案內容議題分析與探討

海線地區休閒產業現況及整體評估

Strengths

非都市鬧區，有較大空地可規劃活動、設施等等。

Weaknesses

交通不便，且常常有貨車、砂石車出入。
飲食住宿、觀光設施較為不便、不足。

SWOT

Opportunities

透過觀光活動規劃可以吸引遊客前往，也可以促進消費、提升觀光效益。

Threats

疫情當前許多活動被迫停擺。



於海線地區推動三井outlet之背景

三井outlet為何選址於台中梧棲？

除了地廣、價低以外，居於海線的梧棲長期以交通不便、生活機能差、季節因素等等原因，造成「有港無市」的情況，當時的市長 - 林佳龍便決定要振興海線，推動市港合作，而引進三井outlet便是第一步。

再以三井outlet為中心，向外拓展捷運圈、公車圈等等，希望將海線與城市連結。






三井outlet設立定位及發展目標

三井outlet裡面的商家設計與一般百貨不同的是，他有三成都是餐飲業，一般百貨大約只佔一兩成，並且提升客單價，約250~300 / 人，也增加了經濟收益。

為何會選擇增加設立餐飲商家？因為此舉可以使遊客增加停留的時間，當你花越多時間逛，帶來的花費也會隨之成長，也可以增加廣告效益，這就稱之為「時光消費」。

而隨之成長的經濟效益，也讓三井的董事長立下目標，想要讓日本的品牌慢慢進駐，將其打造成一個完整的日式商場。






三井outlet經營現況及面臨課題

台灣目前的房產現況無疑是讓三井成長的最佳契機，從土地買賣到招商、經營、規劃、管理都是無可挑剔的。

而三井為何感覺都不受物價成長的影響？因為三井的規模化經營，使消費者可以以較低的價格購入相同物品，也造就了沒錢反而越愛去三井的狀況。

而三井目前的主要課題，應該是如何與周邊產業、景點相連結，提升遊客的到訪率、停留時間等等，或許也可以發展旅館業，吸引從其他城市到訪的遊客。





提案內容及行動提案規劃

商業模式圖

5. 關鍵合作夥伴	3. 關鍵活動	2. 價值主張	6. 顧客關係	1. 目標客群
<ul style="list-style-type: none"> 台中港三井 outlet 	<ul style="list-style-type: none"> 答題遊戲 	<ul style="list-style-type: none"> 讓民眾從中獲取知識，提升對於當地的認知。 帶動三井outlet的經濟成長，以及增加民眾對於品牌的認識。 	<ul style="list-style-type: none"> 客群範圍廣，可以針對不同客群打造不同活動。 	<ul style="list-style-type: none"> 家庭 情侶 上班族 學生
	4. 關鍵資源		7. 通路	
	<ul style="list-style-type: none"> 企劃人員 活動人員 道具設計 		<ul style="list-style-type: none"> 社群媒體 廣告宣傳 官方、政府網站 	
8. 成本結構		9. 收益流		
<ul style="list-style-type: none"> 人員成本 道具成本 宣傳成本 		<ul style="list-style-type: none"> 提升觀光人潮 增加曝光率 		

三井 SWOT 分析

Strengths

佔地廣大，可以提供足夠空間供人闖關。
品牌眾多，可以吸引多樣的消費人口參與。

Weaknesses

雖然在同一間集團底下但是每間品牌的門市人員不一定都有向心力。
除了公車以外的交通方式不太便利，可能會減少顧客前往之意願

SWOT

Opportunities

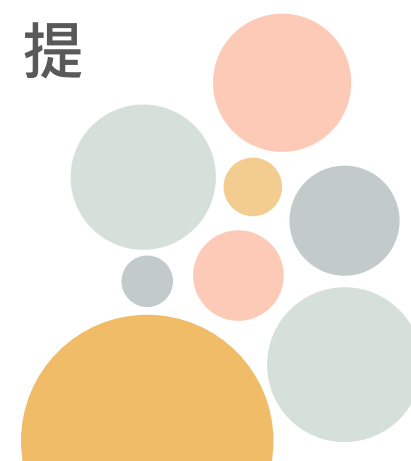
透過活動可以吸引遊客前往，也可以促進消費、提升知名度。

Threats

疫情當前許多活動被迫停擺。



價值主張


- S D G s : 優質教育、永續發展的市鎮規劃
 - 融合城市、社區互動，強化城市連結及發展，讓人們常忽略的歷史人文、自然景觀等等元素變成吸引人前往的目標。
 - 而地處偏僻不但是園區的劣勢，也是一項優勢，因為附近沒有其他景點，因此遊客都會駐足較久，因此，提升交通的便捷度、提升園區內的商家品質，都可以吸引遊客停留。
- 



目標客群

鎖定「開車族」，三井曾經調查過，台灣人能接受出門購物的距離大約為一小時車程可達的地方，因此選址在梧棲的部分原因也與此有關係。

三井與一般百貨雖有些商家有所重複，但是三井吸引的客群是較「精打細算」，或是較享受邊逛邊買、較緩慢的購物時光，因此三井也設置了許多公共區域供遊客放鬆、休息。

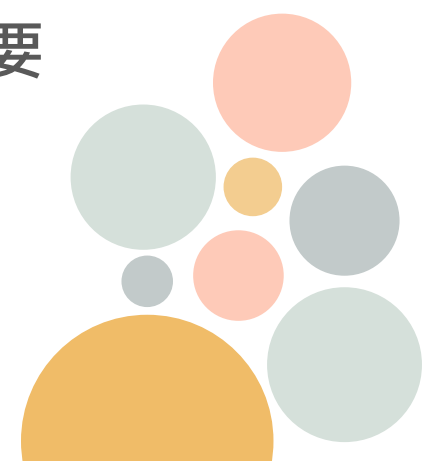




關鍵活動之企畫構想

設計搶答遊戲，在問題內融合海線及三井的成長背景、文化要素、地理風貌等等知識問題，讓遊客在休閒放鬆的購物行程中，也能收獲豐富的知識，促進城鄉發展。


此舉不但可以提升民眾對於海線的認知，也能夠增加經濟收益，讓海線可以逐漸融入城市，成為都市發展的另一個重要元素。





關鍵活動之企畫構想 - 問題發想

藉由搶答讓民眾思考在地文化。

- 1 . 梧棲是什麼港口的所在地？
 - 2 . 梧棲是什麼地形？
 - 3 . 梧棲的氣候屬於哪一種？
 - 4 . 請說出梧棲的兩個景點？
 - 5 . 梧棲有名的是農業還是漁業？
- 

關鍵活動之企畫構想

地點將較集中於摩天輪附近，
因為摩天輪是三井的著名地標，
相關的懲罰等等也將於此進行，
可以吸引到較多人潮參與。



關鍵活動之企畫構想

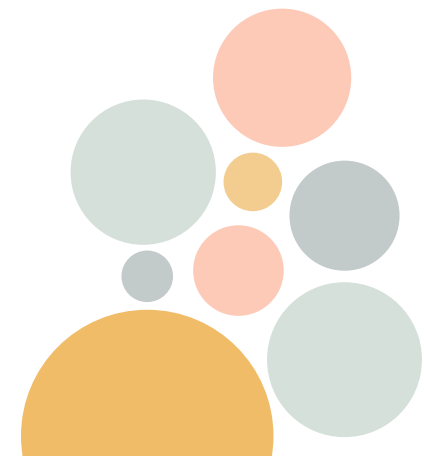


道具部分有集點卡跟搞怪口罩。
參與遊戲者將得到一張集點卡，
搶答過關集一點，共有五關，集滿
者可獲得精美明信片等等。
而懲罰就是戴搞怪口罩在摩天
輪拍照並打卡上傳。



關鍵資源

- 企劃人員
- 管理人員
- 活動人員
- 道具設計
- 活動宣傳



關鍵活動之企畫構想 - 活動海報

2022.05.29

57 猜猜看

Trivial Pursuit

地點：三井 outlet

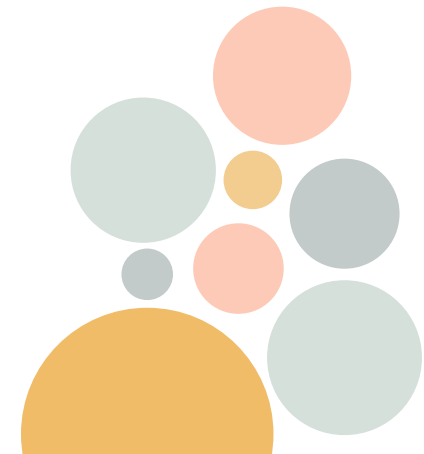
活動內容：參加遊戲獲得精美禮品





關鍵合作夥伴

- 三井outlet
- 台中港務分公司
- 台中市梧棲區公所

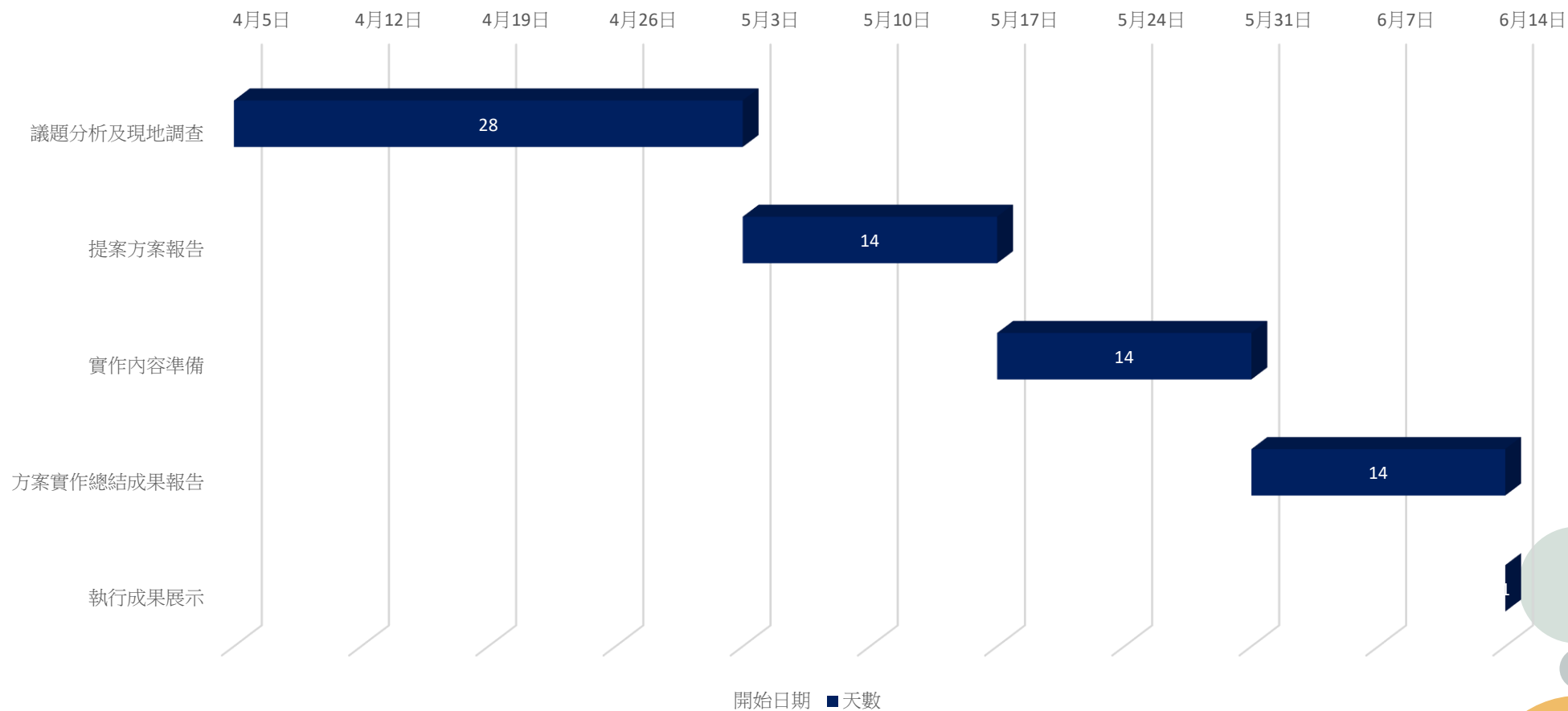




計畫執行時程

計畫執行之甘特圖

三井實境活動規劃



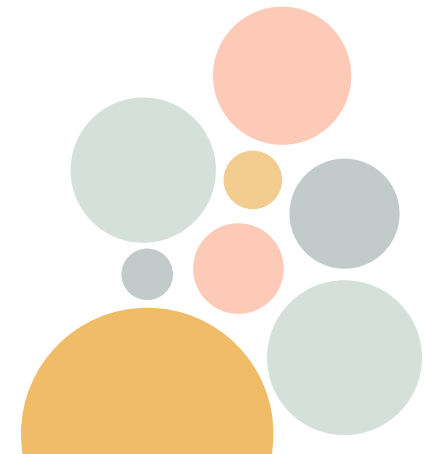


小組成員及工作分工



小組成員及工作分工

- 李蕙君：P P T 製作、資料查找
- 林靜儀：資料查找、整理
- 王俞羚：資料查找、整理
- 王俞紋：資料查找、整理

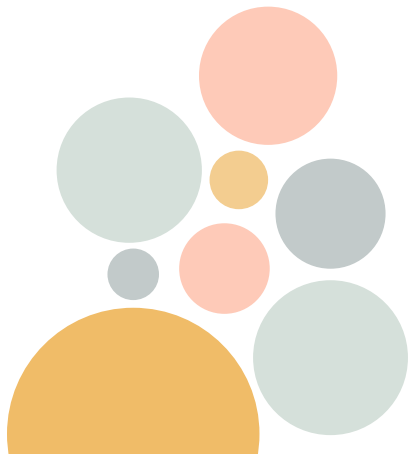




計畫執行成果及未來展望



計畫執行成果及未來展望

- 預期效益：希望透過這個活動可以帶動三井outlet的經濟發展，也可以藉此達到免費宣傳的效果，並讓遊客提升知識量。
 - 未來展望：期望可以透過長久的活動以達到提升遊客購買力、思考力的發展，讓outlet不只是一個逛街的地方，也是一個像歷史景點，能夠讓遊客豐富知識的場所。
- 



感謝聆聽