

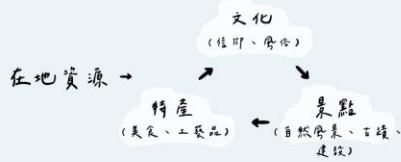
海FUN RADIO 海線放鬆玩 實境遊戲企劃

組別：第六組
小組成員：呂宇玄 何懿捷 吳沂瑾 陳品睿 吳庭綱 陳福恩

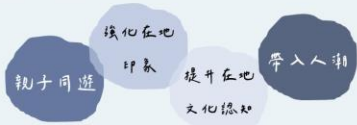
壹、計劃概述

摘要

將購物商場常見的廣播系統做為發想，延伸設計闖關遊戲，融入海線在地元素設計關卡。



動機與目的



貳、行動提案規劃

MOP臺中港議題分析

推動背景

- 海線腹地廣大
- 尚未開發的空間多
- 周邊擁有經濟建設
- 海線土地溢價幅度小

定位

打造全台唯一的海港型購物中心。

發展目標

結合多項元素的一站式的休閒服務場域。

經營現況

- 2021年因疫情，營業額下降8%。
- MOP臺中港二期開幕，期望藉此帶來消費人潮。

面臨課題

- 購物中心市場趨近飽和。
- MOP臺中港位在次要商區，無法擁有市中心百貨公司的來客人數。

SWOT交叉分析

S優勢

- 結合國際品牌。
- 獨家人氣日系店鋪餐廳。
- 全台獨一無二海景摩天輪。
- 餐飲區設置海景露台座位。
- 停車位充足。

W劣勢

- 生意易受天候影響。
- 餐廳美食大多價格偏高。
- 距離市區較遠，交通不便。
- 無法滿足愛好當季流行商品的消費者。

O機會

- 附近正在興建住宅區。
- 週邊將有新的建設加入。
- 尚有潛在消費族群。
- 經濟不景氣，業績愈好。

增長性策略(SO)

- 淘汰不適合的櫃位，引進更多國際品牌。
- 美化戶外環境，讓外觀更加精緻。

扭轉性策略(WO)

- 利用網路，使顧客瞭解相關資訊。
- 利用交通網絡，串連週邊的在地美食。

T威脅

- 網路購物盛行。
- 三井LaLaport即將開幕，可能影響營業額。
- 大陸市場封閉。
- Outlet市場逐漸飽和。

多角化策略(ST)

- 陸客減少，可用多餘的停車場做其他辦活動。
- 藉由強化自身特色，使其更加鮮明。

防禦性策略(WT)

- 舉辦現場顧客才能享受的獨特促銷。
- 實施更多的促銷活動，增加買氣。

專案製作方法

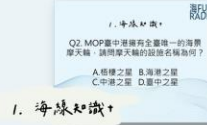
海FUN RADIO

- 複合式闖關遊戲
- 關卡數：5個
- 在指定時間內，自由跑點進行闖關活動，集滿5個章即完成任務。
- 每組附闖關卡、地圖及快速通關卡各一。



快速通關卡

快FUN我通關



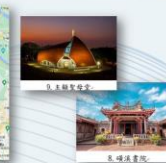
1. 海線知識+



2. 美食與他們的產地



3. 打造知名地標



4. FUN鼓點組團玩



5. 聯想計畫通

參、未來可發展之延伸探討

融入在地 → 可在未來地方舉辦大型活動時配合使用。如：市集、文化節、藝術節

進入校園 → 結合課程教學，讓學童有不同的學習體驗。如：工作坊、校外教學、暑期作業

培養學童從小認識自己所生長的土地，強化居民對於在地印象的認同，以達成SDGs指標中的永續城鄉及優質教育。