

# 大溪商圈改造與體驗行銷之探討

劉俊杰, 鄧守敦

土木與工程資訊學系

工學院

ljc@chu.edu.tw

## 摘要

本文旨在探討遊客與店家對於大溪形象商圈與社區總體營造的認識，近年來，經濟部陸續推動『形象商圈』及『商店街』的計畫，形象商圈日漸盛行，也使得各商圈景點也日益繁榮，人潮絡繹不絕。形象商圈計畫的推動，與遊客選擇到商圈的原因，之間是否有關聯性？商圈計畫推動是否成功等等，都是我們想要了解的。在遊客對於大溪形象商圈的整體消費環境均不甚滿意的情況下，極有可能影響商圈的經營成效，也就是說當業者或商圈推動委員會未就遊客反應不佳的問題作改善，則該商圈的人潮勢必將再度減少，恢復大溪形象商圈塑造前的冷清。根據整個研究歷程推出以下幾個建議：

一、交通問題：可到達大溪商圈的大眾運輸過少，自行開車去的遊客很多，出現停車場不足的現象，影響遊客到訪的意願。

二、商圈宣傳不足，了解大溪為形象商圈的人不多，政府應加強其宣導。

三、商圈形象應更鮮明、資訊更充足，掌握消費者的心理，增加遊客到訪率。

商圈永續發展對商圈商業活動而言，是一個長久經營的方向，唯有不斷創新、進步與改良，才能夠塑造一個優質的商業環境、塑造一個完整的商圈形象。雖然永續發展的目標並非一夕可成，但只要商圈推動委員會能持續推動、整合當地鄰近地區的資源，適切做好輔導工作，而業者也願意用心經營，提供良好的服務、結合地方特色文化，打造商品的獨特性，彼此相互合作，凝聚共識，才能為商圈的永續，營造出一個繁榮、舒適、美化，不影響後代子孫權益，達到生產、生活、生態平衡，並持續對經濟、社會、生態環境發展之高品質生活環境。

關鍵字：形象商圈、社區總體營造、商店街