

# 南台科技大學

## 餐旅管理系

### 畢業專題報告

城市觀光旅遊行銷策略-應用戲劇置  
入性行銷、體驗行銷、旅遊意願及滿  
意度 (以高雄市為例)

指導老師：羅尹希

學 生：魏辰紘 499H0026

林美萱 499M0016

陳廷綱 499M0023

李冠佑 499M0088

中 華 民 國 102 年 12 月 20 日

# 摘 要

近年來，戲劇發展日益成熟，許多廠商藉由置入性行銷的概念進行戲劇與城市的結合，不但能帶來景點觀光熱潮，且藉由戲劇成效來促進當地觀光及提高能見度，觀眾實際前往旅遊所產生體驗行銷、旅遊意願及滿意度。本研究主要探討城市觀光旅遊行銷策略-應用戲劇置入性行銷、體驗行銷、旅遊意願及滿意度（以高雄市為例）之關係。本研究採用問卷調查方式，利用便利取樣法及立意便利法調查，針對高雄市觀光景點旅遊的人們為主要研究對象，共計發放問卷 324 份，回收之有效問卷為 300 份，有效回收率為 93%。而利用 SPSS For Windows 18.0 統計分析軟體做為資料分析工具，並依據研究目的及檢定研究假設之需要，分別使用敘述統計分析法、信度分析法、效度分析法、因素分析法及迴歸分析法，以解釋各個變數之間的關係與影響。研究結果顯示：探討城市觀光旅遊之體驗行銷對知覺價值及旅遊意願有正向影響關係，知覺價值、置入性行銷及旅遊意願對滿意度有正向影響關係，置入性行銷與知覺價值對滿意度影響關係中，知覺價值的中介效果有完全中介之關係，從中推論出各構面對本研究皆具有參考價值，再依據研究之結果提出學術及實務上具體的建議。

**關鍵字：**體驗行銷、知覺價值、置入性行銷、旅遊意願及滿意度