

摘要

本研究內容主要以地方政府辦理南投火車節之節慶行銷為研究，以集集鎮為研究對象，透過行銷組合即是產品、價格、通路及促銷為方向，主要目的是在藉由節慶活動之舉辦，從中得知地方在行銷運用上的過程，並透過資料整合分析，擬定出集集鎮在未來辦理節慶活動時的相關策略運用，以提供相關單位作為參考。

本研究以質性方法為主，透過文獻探討、行銷相關和訪談題綱；來針對鎮公所、民代、商家與遊客來進行訪談事宜，共計十名為主。並從中瞭解不同參與者對活動辦理的運用、成效及觀感，有何不同的見解。本研究結論如下：

一、行銷策略建議:1、應增加主題館，讓遊客有不同之選擇。2、創新活動內容，開創不同之主題讓遊客有不同的體驗。3、增加通路聯盟，透過不同異業合作來推廣火車節之行銷活動。4、加強宣傳方面，透過預算來助於火車節活動之宣傳。5、交通問題改善，因先規劃好交通路線與措施，相關單位應相互配與協調。

二、地方行銷策略建議:1.節慶行銷:辦理大小節慶活動2、觀光行銷:運用當地觀光資源 3、媒體行銷:善用媒體的生態環境4、網路社群:朝部落格或社群方面著手5、農特產:當地農作物或特產的優勢6、公私異業:不同領域間互助合作。

關鍵字：地方政府、節慶活動、行銷