

附錄二 訪談紀錄

訪談日期	訪談代號	訪談單位
99年4月1日	A1	集集鎮公所
訪談紀錄	<p>一、提高南投好好玩觀光形象與知名度至全國性地位，並經由此活動繁榮南投縣濁水溪線各鄉鎮觀光榮景，活絡地方經濟與相關景點與產業。</p> <p>二、此活動的舉辦剛好緊密配合型塑與強化其觀光小鎮與鐵道風光首選之意象。將集集鎮推向全國性範圍，提升集集鎮在觀光方面的知名度與遊客數。</p> <p>三、主題節慶活動建構、觀光資源結合、農特產成果會、生態旅遊與體驗火車觀光。集集鎮觀光產業非常發達，整體環境也相當適宜，遊客數相當繁多，只要有效結合當地資源與部門合作，就能為地方行銷達成目標。</p> <p>四、正確，就觀光護照來說算是合理，跟上一屆比較價格也較為有彈性，民眾接受度也高。有分為平日版跟假日版遊客可依喜好時間來參與。成本當然是觀光節慶活動中重要的一環，在排定價格前，應該先蒐集各方意見；再邀集相關單位共同開會研擬，討論出南投火車好多節公定價格，相對在觀光火車出動時也需考量成本問題，光是CK124出車就佔了不少成本，相對票價、成本與遊客接</p>	

受度是整體考量。

五、記者會、廣告、平面與電子媒體、海報、價格促銷。能吸引遊客應該是價格促銷與記者會，現在遊客都會先看價格在來看活動內容，價格太高無法吸引遊客反而帶來負面效果，價格公正內容豐富遊客接受度也高，相對人潮就會湧進。記者會透過縣長帶頭行銷方式，邀請平面或電子媒體來針對南投火車好多節做一系列報導，透過電視、報紙和網站傳播出去，讓遊客可透過這些得知此活動內容與促銷方式。

六、親子同遊族群與鐵道主題有親切感之族群為主。欲利用暑假規劃親子同遊之家長眾多著眼於集集鐵道之在地特點。

七、滿意，整合縣府推動之原意與三鄉鎮民意反應，將活動資源妥適分配至三鄉鎮，就集集鎮而言本身就是觀光旅遊地區，透過這活動更已盡最大努力與落實。

八、應該是受限於經費，宣傳之質與量仍可再增加，對網路族群更深入行銷，讓民眾了解本活動主題。

九、成功的。本活動是依創設之原意符合與地方政府經費有限下等綜合評斷。

十、朝創新節慶活動方面進行，就集集鎮觀光資源與火車節共同結合展現出節慶之推動。讓地方特色商家共同參與合作，來行銷集集鎮特色商品，增加鎮民

	的所得。
--	------

訪談日期	訪談代號	訪談單位
99年4月2日	A2	集集鎮公所
訪談紀錄	<p>一、集集線之鐵道文化為行銷訴求及賣點，貫穿濁水溪線沿線三鄉鎮之觀光產業資源，營造區域文化、產業、特色，帶動整體觀光產業發展，促進經濟，增加就業機會。</p> <p>二、凸顯集集線之鐵道文化特色，以『集集』線之『集集』與『集集』鎮之『集集』進行形象上的串連，(一直以來集集站一直都是集集線沿線最重要的一站，活動的辦理只是更加強化這種形象。)以集集鎮的立場來說，當然會希望藉由這個活動，將集集推上全國性的版面，提升集集鎮的知名度與來客數。</p> <p>三、結合既有的觀光文化資源，如綠色隧道、921地震所造成之景觀或遺跡，並橫向結合地方上之博物館或公部門(特生中心、水資源局、兵整中心)及農會組織達成整體之行銷與推廣。這樣的策略有效集合、發揮地方上的力量，在三鄉鎮之中顯得最為強勢有力，當然來客數也就相對最多。</p> <p>四、正確，就乘坐CK-124與觀光護照的票價，至少我覺得09年比08年來得好！至少在遊客數及反應上似乎都比08年好，來得更具彈性。當然！就票價來說，我覺得要與成本一起考量，畢竟CK-124運行和維護都要花不少錢又不易保養，</p>	

票價、成本與民眾觀感是必須整體來考量的。

五、媒體、廣告、觀光護照、票價策略、記者會、海報。我認為是觀光護照最能吸引遊客，包含附贈導覽手冊、火車票、紀念品、兌換卷、商家和飯店優惠，這些對遊客有一定之吸引力。另外票價策略也是很好的促銷方式，因為這次的價格比往年還有彈性，許多遊客都反應不錯，顯然有效果。

六、親子與鐵道迷。暑假期間許多家長都會帶小朋友來這玩，藉火車節舉行讓親子之間更加互動，讓小朋友有快樂的暑假。蒸汽懷舊老火車一直是許多鐵道迷追逐焦點，透過這活動吸引來自不同地方遊客來享受乘坐懷舊老火車之旅。

七、滿意！但為顧及沿線三鄉鎮資源分配之公平性（民意要求），所以資源分配上呈現齊頭式平等，集集的地點接近火車站，讓遊客玩的開心，到這邊也很方便。

八、增加在網路社群、網誌等微型傳播方式來宣傳，主網頁之互動性及更新度要跟活動平行，要不感覺似乎比較靠電視或新聞媒體來增加曝光度。

九、成功的，跟往年比較起來感覺有進步，不會聽到太多抱怨聲，也有帶動地方發展之功能。

十、宣傳次數要增加，加強電子及平面媒體、印製海報或DM宣傳次數。由縣府

	<p>共同統籌行銷，輔由有關鄉鎮配合宣傳，達到南投火車節主辦之實。活動經費如充裕，應創新活動及充實主題內容，讓遊客有不同的南投火車節體驗。</p>
--	---

訪談日期	訪談代號	訪談單位
99年4月2日	A3	集集鎮公所
訪談紀錄	<p>一、營造鐵路集集支線的特色，吸引鐵道迷或一般的觀光客到集集遊玩，帶動附近濁水溪線沿線的繁榮發展。也帶動集集鎮觀光產業發展，活絡地方經濟，增加就業機會。</p> <p>二、因南投火車好多節今年為暑假期間舉辦，集集鎮配合辦理並設置不同主題館供觀光客遊玩，每到例假日均有一系列不同活動，有效吸引不同遊客到此地，對象包含年輕族群、一般遊客或是要結婚的新人也會來集集取景，對帶動集集鎮觀光發展很有助益。</p> <p>三、規劃主題節慶活動，每年舉辦主題性節慶活動來吸引遊客到訪。電子行銷：透過網站、社群或電子媒體來推廣集集鎮。農特產義賣：藉由到各縣市販賣產地特產與農產品。連合行銷：結合旁邊鄉鎮共同行銷節慶活動，增進曝光度。集集鎮是個觀光豐沛小鎮，來集集的遊客人數相當眾多，只要能善用這些策略對集集鎮來說是有效增進地方發展。</p> <p>四、正確，2009年南投火車好多節具設置之主題館是免費提供參觀；部份系列活動要收費。就整體面來看價格算是合理。</p> <p>五、記者會、廣告、海報、票價策略、觀光護照。吸引遊客上我是認為是媒</p>	

體、票價策略與觀光護照。媒體這方面播放率較大，電視新聞幾乎用主題報導、活動話題，創新產業這一類來做新聞。票價策略是用之前檢討過後的價格來吸引遊客到來，由於去年價格偏高許多遊客反應太貴，後來有所作調整現在價格也比較平民化。觀光護照是推出平日版及假日版兩種價格，有對平日到來或假日來的遊客做區分，當然內含物不太相同，假日版多了蒸氣火車全程車票，對遊客來說購買觀光護照也較優惠其中吃喝玩樂都含在此。

六、學生族群，因活動舉辦為暑假期間，學生剛好放暑假可針對這方面來做促銷。

七、滿意，主題館選擇在火車站 50 公尺內，且空間設置佈置得宜，系列活動也舉行順暢，整體面看集集鎮主辦地點是適宜的。

八、活動經費如充裕，增加社群、網誌等網路傳播方式來宣傳活動。在宣傳面上增進電子及平面媒體宣傳次數達到活動效果。

九、成功的，跟往年比較起來感覺有進步，不會聽到太多抱怨聲，也有帶動地方發展之功能。

十、觀光部份可以思考結合單車族來趟搭火車騎腳踏車的活動，讓行銷面增大，今年其實已經部分這樣做。其次，配合集集線的部分停駛，龍泉站成為暫

	<p>時的最後一站，本所有規劃『下一站，龍泉』的整體規劃案，希望龍泉站綠色隧道可以藉此在炒熱起來，提高全國性之知名度。另外，也可多加考慮讓地方特色商家的參與度更加提升，行銷地方特色商品，增加鎮民所得。</p>
--	--

訪談日期	訪談代號	訪談單位
99年4月8日	A4	地方議員
訪談紀錄	<p>一、為推廣南投各鄉鎮市的觀光旅遊與農特產促銷，希望帶來自不同縣市或他國遊客，能到南投集集鎮遊玩及玩樂，也使集集鎮這個地方增進觀光產業和增加商機。</p> <p>二、集集本身就是觀光小鎮，本來就有基本觀光人潮到訪，加上它的觀光景點眾多。若再加上南投火車好多節活動的舉行，讓集集鎮在發展上更為熱鬧不凡，相對的交通問題也是影響集集鎮主因，需要花點時間去煩惱的問題。</p> <p>三、辦理節慶活動、火車之旅和觀光景點、美食與騎鐵馬遊集集等策略。並於林明溱立委當鎮長時，就力致於集集鎮觀光開發。而每年都舉辦集集燈會，結合傳統節慶讓地方更顯為熱鬧，集集火車站則是有相當歷史典故，從日據時代至現今讓人有無數懷念。農特產的話，民眾都推薦吃八張牛肉麵或阿霞牛肉麵，說這兩家都很好吃。要不然也可嘗集集特產香蕉，口感與別處不同適合行銷全台灣。觀光景點更不用說，看是要去騎鐵馬遊綠色隧道或集集各景點都是不錯選擇。</p> <p>四、不正確，既為南投火車好多節是為政府舉辦，就不應該有門票收入，另一方面乘坐火車費用可自行負擔，其餘應</p>	

開放給遊客免費觀賞。

五、大概知道記者會、價格、海報、媒體、廣告這些方法。最受遊客吸引應該是媒體和價格，現在的新聞台幾乎都一直在重覆播放，透過新聞台把要傳達主題訊息傳出去，可以吸引男女老幼來集集，讓大家知道南投縣正在辦南投火車好多節，從這邊吸引觀光客。至於價格我是認為只要合理遊客接受度高，遊客自動就會來。

六、親子。現在親子互動很重要，每逢假日就看到許多家長帶小朋友到戶外去玩，之前南投舉辦沙雕節也都是全家大小都出動，一方面增加感情再來就是放鬆心情。

七、滿意，集集火車站這個地點是最熱鬧景點，旁邊有許多景點與商家，遊客也最多。選擇在這辦活動有效吸引不同遊客到來，又可促進集集鎮的觀光發展。

八、增加南投縣各地農產品販賣，三鄉鎮各設據點推廣南投特產，再列入火車節營運之範圍，對有利於觀光產業事務，應積極宣傳。

九、成功，我是認為有成功和進步，就縣政府跟鄉(鎮)公所除了要結合外，還要跟別的公私合作，對集集跟其他鄉(鎮)在推廣下才有成效，除了軟硬體還要更加強外，也讓來這玩遊客更開心。

十、增設創新主題館讓南投縣農特產品加入活動範圍。行銷火車節觀光，藉由

	<p>拍攝或取景來宣傳南投美景，達成南投縣辦活動的目的。每年辦活動都因交通被罵臭頭，整個活動都失焦，要有計劃性去改進。</p>
--	---

訪談日期	訪談代號	訪談單位
99年4月12日	A5	地方議員
訪談紀錄	<p>一、推動集集鎮觀光發展，藉由節慶活動吸引來自不同地方的觀光客，結合旁邊地方鄉鎮共同舉辦節慶活動，帶動地方特色產業、地方的繁容和讓居民增加收入。順勢行銷南投縣，讓大家知道南投有許多觀光景點與好山好水</p> <p>二、從集集鎮給遊客帶來的印象，還有所塑造的觀光特色，讓民眾都知道集集這個地方，為集集鎮提升觀光形象有助未來發展。擁進大批遊客到來，交通很混亂遊客又亂停車常接到民眾陳情。</p> <p>三、觀光產業、特色、節慶活動、地方農特產。觀光是大家有目共睹至於特色讓大家有印象應是集集純樸文化大都從很久以前留下來，那像大家知道的火車節和燈會都是全台有名活動。農特產方面鎮公所和農會可以合作把當地有名產物作行銷。</p> <p>四、正確，比起第一年跟第二年有大大改善，價格也不會太離譜，觀光護照又附有許多好康優惠，這些價格是能讓人接受。</p> <p>五、記者會、電台、報紙、媒體、廣告。請不同媒體來採訪，像電視台、報社記者、雜誌來活動場地，報導南投火車節內容，請總統馬英九、行政院長吳敦義和縣長李朝卿為活動站台，透過電視、</p>	

報紙跟雜誌不斷放送，每一節新聞又不斷播放抬轎南投火車節氣勢。

六、兒童、親子。我是認為針對小朋友和親子在舉辦，規劃的遊戲主題較符合兒童與親子互動遊玩。

七、滿意，2009年南投火車節從名間濁水站、集集站、水里站這三鄉鎮市舉辦，結合這三鄉鎮人文特色、地方產業有效帶動南投觀光產業，在地點上又是大家耳熟能詳，就我而言地點選擇另人滿意。

八、媒體方面有待加強，不是所有遊客都知道此活動。賣票地點要增加，像跟書店、旅行社、超商進行全國異業合作，方便遊客購買火車的票，這樣才會吸引遊客來。把南投各地農特產一一拿出來，讓遊客來參加火車節也可以買到這邊的名產，讓集集居民有更多收入，也把我們南投這邊好味道行銷給民眾。

九、成功，集集鎮常舉辦大型活動，目的就是要增加收入和觀光人潮，我個人覺得這麼多活動裡，南投火車節算是成功的，對當地觀光資源和特色很積極去推銷，有這麼多人在為集集共同建設，所以活動才會成功。

十、政府應加緊腳步邁力宣傳南投火車好多節，讓遊客感受到集集鎮這邊的特色。想一些有創意活動不要老是都這幾個主題，像鐵馬行、美食節這些都可以結合，弄出不一樣的南投火車節。各鄉(鎮)農產品、產業、觀光都設特別主題

	<p>館來介紹南投縣各鄉(鎮)的特色，至少可以讓遊客常常來南投玩。交通動線要規劃執行，不要老是被民眾怨聲載道罵似，對南投這邊形象多少都影響。民間和政府要協力合作，創造火車節之盛況。</p>
--	--

訪談日期	訪談代號	訪談單位
99年4月17日	B1	特產店
訪談紀錄	<p>一、集集鎮成為全國知名的觀光鎮，就像苗栗有個勝興車站而我們這有個集集車站，不但可以吸引很多觀光人潮又為地方特色加分不少，也能讓我們收入就此增加，讓遊客知道集集是好地方。</p> <p>二、辦節慶活動可以讓集集鎮在觀光上有效的發展，像人潮就會擁進，到假日時這裡更是人山人海，這些都是對集集在知名度上是相對有力。另一面，對商家來說政府辦活動對當地產業或商家都少有幫助，可為地方創造一些商機。</p> <p>三、就我所知策略可用政府辦的節慶和農特產。集集這邊常常辦活動或用火車站來號召遊客，像南投火車好多節就是一例，每年都辦已三年了，鄉土燈會也很熱鬧有很多不同燈籠，長長的一條街到了晚上都很熱鬧。我們這邊農特產有很多有名的，香蕉就是這有名的特產，聽說這邊香蕉以前都是日本皇室在吃的，現在都變成不同商品，有霜淇淋、蛋捲、蛋糕和炸香蕉皮，有很多遊客都是衝著這些美食來集集，政府要是辦行銷美食活動應該會有很多人來參加，因為民眾對吃的很有興趣。</p> <p>四、正確，就我知道第一年超混亂又被罵到臭頭，第二年改推觀光護照但我所知很多遊客對票價還是稍為有點意見，</p>	

這次票就有改進變成五百元和兩百元，也較少聽到有人在為票價問題嫌東嫌西。

五、媒體、記者會、海報、廣告。我是覺得媒體較快吸引遊客，你看之前大甲媽組、鹽水蜂炮那些活動，電視台都一直在播送到每個時段都看到，像免錢似打廣告。記者都把活動講得有多好多盛大，民眾邊看電視時也會被吸引，有可能沒興趣的人也都會想來集集玩。

六、親子、火車迷。火車節比較屬於親子間活動，你注意看不是爸媽帶來就是全家出動，小朋友對這些活動都很稀奇較容易受吸引，又辦在暑假這時候，很多爸媽都是帶小朋友來這做作業。那個火車迷也很多，很多都來好多次了，我看他們都不累還樂此不疲，整天背著相機到處跑。

七、滿意，對我們商家來說，一是增進收入，二來是商機無限再來讓集集鎮發展更好。集集鎮觀光方面做的好，相對來這玩的遊客就變多我們做生意的收入多少會有增加。

八、多少在電視、廣告、報紙宣傳南投火車節，吸引民眾前來火車節。跟我們這邊店家、業者合作，舉辦交流會互相聽取意見，共同來經營南投火車節活動。把農特產一起用進來火車節，讓遊客來集集這邊玩時，可以吃到我們這邊種的水果，也讓我們集集這邊好滋味傳

訪談紀錄

出去。

九、失敗，確實是有帶來不少人潮，但你看南投火車舉辦的主題，從開辦到現在都差不多沒什麼變化，要說有帶來商機一定有的，但我看不出政府和鎮公所正在想什麼。

十、開發週邊與景點相關紀念品讓遊客收集，活動要多創新想一些不同以前內容，也會讓民眾想再來集集這邊玩。選定特定期間舉辦，結合媒體、廣告、文宣強力放送。票選集集十大伴手禮或優良店家、飯店業者共同為集集增加特色。交通方面要多改進，不要造成每次都擁擠，弄到大家都不高興那個活動也玩不下去。

訪談日期	訪談代號	訪談單位
99年4月17日	B2	小吃店
訪談紀錄	<p>一、辦活動來吸引不同遊客來此遊玩，讓當地觀光、特色、產業及收入都順利，而我們主要收入都是來自這些遊客，平常時間人潮零零落落有活動或假日時就會有許多遊客來玩，多多少少半數遊客都會買有的只是看看，但加減都過的去。</p> <p>二、成為有特色的賣點，想到南投火車好多節就聯想到它在集集。只要集集鎮這邊辦活動就會帶來許多遊客，順便讓集集知名度更高外，也讓民眾能多來集集玩。但另一點就是交通較不好，主要是有些道路較窄小容易造成阻塞，又路人成群結隊佔據在馬路上也造成不少衝突發生。</p> <p>三、觀光、節慶活動、產業。集集鎮這邊景點眾多環境很美，南投火車好多節在這邊辦帶動了集集鎮觀光，連帶這邊也跟著發達起來。</p> <p>四、不正確，票價雖然比往年還便宜，但大環境不好容易讓人卻步，價格應該要更親民一點，讓大眾更人接受。可能又加上前兩次火車節活動遊客都來過，對那時後火車節印象不太好，反而興趣缺缺。</p> <p>五、價格、觀光護照、廣告、媒體、海報。觀光護照會較吸引遊客來，裡面有送一堆東西，有含車票、紀念品、飲料</p>	

卷還有吃飯和住宿優惠卷，這護照對外縣市遊客最有效了，像有些都第一次來不知要住哪？也不知要去哪玩？買這個最有效了，有政府推薦比較不怕被騙。也有可能是為了坐蒸氣火車才被護照吸引，想說裡面送了一堆好康乾脆一點就買了。價格也有多少會吸引但要看人，這次價格有人感覺便宜有人說太貴，我認為是比去年便宜，但還是要看遊客本身要不要來玩。

六、親子、年輕人。現在注重親子活動都要父母來參與，像唸國小作業常一堆，家長也要去做，又辦的較像小孩子在玩，經常看到許多家長帶小朋友來玩。

七、滿滿意，為集集鎮帶動觀光人潮、商機到來、地方發展也較有起色。

八、選出集集鎮十大農特產來販賣，順使用火車節一起推銷，幫集集這邊帶來觀光客，也讓我們經濟多少有增加。請媒體不斷來報導，最好是買時段一直播放，這樣效果應該會不錯。

九、失敗，看政府是否有心真的辦活動，你看最近辦梅子節對地方產業行銷多少有效的，你看大家想到梅子就馬上想到信義鄉，說到火車節就想到集集這邊，可惜的是這些活動延續下來都差不多，沒什麼變化每年性質差不多，就算遊客會來主題也沒什麼創新，說真的辦大型活動對集集來說是好事，但活動沒效果也是沒用武之地。

訪談紀錄

十、請縣長還是政治人物來此宣傳，就會來一堆媒體、記者，這種方法很有效，保證電視、報紙都有報。跟我們商家這邊異業合作，把集集這邊好的東西分享出去。推美食、觀光、騎腳踏車、坐火車這些來做活動一定有賣點，但要把它們聯貫一起也要看政府肯不肯。

訪談日期	訪談代號	訪談單位
99年4月18日	C1	遊客-吳小姐
訪談紀錄	<p>一、它就是從懷舊小火車觀光延伸的節慶活動，我認為政府舉辦南投火車節是要吸引來自不同縣市觀光客到訪，增進地方商機和特色，如果要帶動地方發展，就要把地方的資源組合起來，這樣就會讓集集這更有名。</p> <p>二、它是由水里、集集和名間共同舉行的活動。集集鎮這邊是全國知名景點，辦南投火車節不但增加好多遊客也幫集集鎮打知名度。這附近又有特有生物中心和明新書院等好多的景點，在則火車站那邊也放置許多之前火車，讓人多少感受到懷舊時光，光是這一點我就覺得集集觀光發展就很順利。遊客多少影響集集鎮這邊商機，有人購買就有收入，現在很多縣市也都是這樣找一堆主題來辦節慶活動，來行銷地方。</p> <p>三、節慶或觀光。辦跟不同地區的節慶來吸引遊客，要不每年都差不多很無趣，開發新景點或活動來行銷集集鎮，會讓愛玩的遊客有新鮮感想前往。</p> <p>四、我認為正確，2009打出觀光活動護照，分為假日 500 和平日 250，普通小火車車票一律 100 元。價格還算可以接受，又讓親子間有互動，大家都玩得開心。</p> <p>五、官網、媒體、價格、護照。較可能</p>	

吸引我是護照、官網和票價，護照裡面送了一堆東西，有我們要的火車票和吃住玩樂優惠，你想去吃飯就拿這些卷去吃，至少可以省下不少錢，買名產也是有在作優惠，至少還可以去逛一下，你也知道每次來觀光區都要買一下當地特產。官網做的好不好也是吸引我主要之一，要來這玩時我也會先上網去看活動內容，特別的話我會想來玩，如沒什麼特別就不會想來，這次集集這邊有站長體驗營我就覺這點子不錯，讓孩子體驗當一日站長的工作量，讓他知道各行各業工作情形，順便來學習和成長。

六、促銷對象為親子和年輕人，火車節主題較適合親子間來互動，又剛好是暑假，帶小朋友來這玩和寫作業。年輕人都很愛玩常常相約出去，不是到清境就是到日月潭坐覽車，剛好這次火車節又是走懷舊風，我覺主題可以往那族群去促銷。你也看到現在很多年輕人都騎那個什麼金旺，達可達，說是要走復古啦。想一想覺得鎮公所可以從年輕人這塊去促銷活動。

七、滿意，靠近火車站，旁邊有許多商家跟公共設施，要租腳踏車、吃東西、買特產跟遊玩都方便。就地點選擇我覺得很好又容易找，光是從台北來集集一路上標誌和路標也很明顯，不會太難找。不會像我們之前去太平酒桶山的月光森林那邊太高標誌又不清楚以為迷

訪談紀錄

路了。

八、朝異業合作去走，跟旅行業者合作將南投火車好多節規劃主題，用套裝行程行銷台灣，放眼世界。在網路上可以跟雅虎、蕃薯藤、無名這些平台合作宣傳南投火車好多節，來吸引網路族群到來，現在網路力量號召力很強你從團購就可看到它的威力，這樣宣傳較快。

九、成功，集集鎮這邊風光明媚很適合來這玩，有歷史悠久的火車站和許多景點，來這邊感到很快樂沒什麼壓力，活動還算不錯不會算太爛，觀光火車這個主題確實有吸引我們這些遊客目光。

十、在遊樂設施增加不同主題活動來吸引民眾。舉辦活動時要跟不同通路來行銷，把這邊有名東西推廣出去給大家知道。

訪談日期	訪談代號	訪談單位
99年4月18日	C2	遊客-詹小姐
訪談紀錄	<p>一、集集鎮觀光和鐵道文化是辦節慶活動必備條件。像集集觀光景點很多，假日總是人山人海，現在資訊發達我們都在網站或部落格看到哪裡有好玩或好吃都會想去體驗，其實政府的想法很簡單，主要是想藉南投火車節把觀光人潮與商機帶進來，順便讓地方行銷出去。</p> <p>二、沒影響，對我來說沒什麼變化，每年都差不多一樣。就節慶活動來說只不過是主題稍為變化而已，遊客有些會接受有些就不行，觀光會來的遊客都差不多，除了有創意的活動讓遊客感到政府有意創新，要不然每年舉辦南投火車好多節，對遊客已經沒什麼吸引力也對觀光也沒多大影響。</p> <p>三、媒體、電子、觀光與促銷。現在媒體無往不利幾乎打開電視就都是重覆的新聞，政府預算足夠可朝向媒體去打廣告或上節目，電子的話現在人人幾乎都會上網，花錢在搜尋網買廣告還是串連社群像 MSN. facebook 或無名都有一定號召力，而且網路力量相當龐大。那觀光在集集鎮上很有名，可以用這觀光行銷來動它地方發展，順便吸引遊客到此一遊。至於促銷我是覺得可推來集集鎮遊玩，可享某些優惠，就像是鎮公所跟當地商家、餐廳與飯店合作方案，我想</p>	

這點子多少會讓有些遊客心動。

四、不正確，CK124旅遊護照假日價格為500平日為200，雖然在搭配上價格不同，但是個人還是覺得頗高，在整個活動層面上是有很多的附加價值，我覺得應該可以再便宜一些，尤其現在到處都在辦結慶活動，一下這邊苗栗桐花祭一下這邊臺北花博，遊客要出外旅遊時，都會先看價格理想不理想，在決定是否過去遊玩。這點政府可就在價格方面，對團體購票、當地居民或老人在享一些折扣。

五、應該是媒體，剛好這次遇到八八水災，對這活動多少有影響，但靠媒體功力多少會把遊客吸引過來，現在有很多談話性節目都在談各地節慶要不就景點，很受大家歡迎。要不就新聞台一直在播放一直在追蹤，你看TVBS那個食尚玩家人氣紅不讓，我跟我朋友都會看，它都是介紹全台灣美食玩樂，大家也會由他們介紹或推薦想去玩，我正在想如果跟媒體合作行銷，遊客多少會被吸引住。

六、親子、鐵道迷。我看來看去就像是親子間在玩的，整個遊戲介紹就像是幫小朋友打造兒童樂園似，對大人來說沒什麼吸引力。辦這火車節多少還是會吸引瘋狂火車愛好者，我是覺得每年都坐CK124感覺沒什麼新鮮，但我想對火車迷來說意義不一樣。

七、不滿意，每年都舉辦差不多，地點雖然在火車站旁很方便，但光想到交通就另人不敢指教，想像附近道路都是車跟人搶道，火車站那更不用說只能用一個字來形容就是亂，車子、機車、腳踏車跟行人把那擠得水洩不通，到假日都是人擠人。環境更不用多講，大家把買來的小吃或飲料都是隨處亂丟，造成環境髒亂並不雅觀，應該為環境問題多加宣傳改善。

八、宣傳在平面和電子上也要加強行銷，要不我朋友中還很多人不知道有個南投火車節，還以為只是來坐火車而已根本不知活動內容。

農特產加進去是不錯選擇，本來辦活動就是要來行銷南投，把南投縣有名的特產端出去給遊客品嚐，多少會帶來一些買氣。

九、失敗，事實上這個活動算蠻失敗，主要是它的宣傳性不夠，不要說是在南投縣，其它縣市的遊客也不見得知道這個活動，要看觀光鐵道不是只有集集鎮才有，可以去勝興或池上那邊看，美如其名政府說要增進當地商機我看是沒什麼，觀光到時有成長，因為集集是靠觀光在支撐。若地方如果沒很積極去宣傳或創新，這個活動只會停留在原點，對當地發展是沒效益存在的。

十、火車節朝創新互動性活動辦理，結合地方產業打造新的行銷方法。交通應

	<p>該改善檢討，不要讓人覺得每次來集集都變成擠擠。把火車節、農特產、美食、住宿和觀光一起跟政府、農會和其他異業合作，一起推出吃喝玩樂升級版來招攬遊客到來。</p>
--	--

訪談日期	訪談代號	訪談單位
99年4月18日	C3	遊客-林小姐
訪談紀錄	<p>一、集集觀光產業很有名，推出南投火車節就是要來行銷地方。像我所知集集火車站是許多人愛來的地方，要不然它的農特產像是香蕉蛋捲或牛肉麵也很有名，當地特色伴手禮也很多，可買到紀念品或伴手回去送人或自己吃，幫他們商家增加收入。辦這種活動本來就是要吸引遊客來這，現在又很注重親子間同樂，像我們就是一例，每到假日就會帶小孩到處去玩，讓他們知道每個地方不同文化背景，小火車也只有在某些地方才可看到，大都市反而很少看到這個。我認為要用南投火車節來行銷觀光、商機和特色，讓集集更有名觀光客越多。</p> <p>二、幫集集鎮帶來大批遊客和觀光旅遊事宜，也帶動集集鎮當地不少的商機和機會。又結合鐵路共同來做觀光旅遊多少都會引人注目，對集集鎮來說它本身已經很有名了，政府砸大錢願意辦活動也是想促進南投縣各地觀光，不管怎麼說對觀光是有一些影響力。所以發展集集觀光連帶著形象也跟著提升。</p> <p>三、節慶活動、觀光旅遊、農特產。多辦節慶活動會讓集集鎮更有名，也讓觀光發展更好。至於農特產行銷對遊客大概都有效吧，來集集火車站免不了要買火車站紀念品或當地名產，就像之前去</p>	

信義玩時就特地去梅子酒莊買梅子一樣。

四、正確，整體看下來還算便宜，這次剛好暑假辦活動順便帶小孩來玩，雖然有分不同版本護照但都有送 CK124 車票，雖然座位不多要先預約但我覺得還可以，又送了紀念品與飲料跟一些店家優惠，即時用不著那麼多優惠，但在價格上我認為是平民化，不會貴的離譜。

五、媒體、價格、廣告。我是認為媒體、價格。我平常在家都是在看新聞台要不就陪小孩看幼幼台，新聞台真的比較引人注意，像之前馬總統去哪邊站台，每台新聞就一直播不知看了幾遍。像那個媽祖遶境也是，電視報紙都一直在報又有顏清標這個活招牌，我只能說媒體做新聞能力真的很強。我個人是認為有獨特性就會被吸引，但活動也不要因媒體報導有多好有多好，結果活動不怎樣讓遊客有點上當感覺那就真的很差了。剛剛說到價格，我是認為價格是影響我們去火車節其中原因，它會吸引我主要價格我還能接受不會太貴，如果多 50 元或 100 元我就不會考慮了，但全家出來玩目的就是要開心。

六、親子、我們就是其中之一，想說帶小孩到互外走走，乘坐蒸汽火車體驗跟都市不一樣的感覺，剛好在表演節目上又看到東森幼幼台的蝴蝶姐姐也會來表演，你也知道現在的小朋友很愛蝴蝶姐

姐、MOMO 姐姐這些人，他們說的比我們講的還有辦法，反正剛好暑假要全家出遊，順勢就來集集。

七、滿意，活動地點辦在集集火車站旁邊，對我們這些外縣市遊客來說是最方便也最好找。這邊的景色很優美又純樸，這邊的人也很親切很適合來這渡假。

八、我認為在售票上可以跟不同性質合作，不要侷限在單一售票網或當地買票，應該可以跟全省超商連線取得購票管道，也不會這麼麻煩。宣傳上我是推薦可以開部落格、facebook、msn這些網路社群，把活動精華和內容分享給大家知道，用即時訊息讓大家得知活動內容。農特產也加入南投火車節我個人是覺還不賴，現在社會是美食當道，只要哪裡有好吃好玩我想民眾都不會錯過，對活動多多少少會有可看性。

九、成功，為集集帶來不少加分喔。因為小孩沒坐過CK124所以我們就來這玩了，一趟玩下來我是認為他們這邊風景真的讓我感到很舒適，活動也讓我小朋友玩的超開心，但就天氣有時太熱會另人受不了，但整體上我是覺得這三鄉鎮都辦的不錯，但我個人較偏愛集集。

十、交通是最要改善的，最好讓遊客不會為這問題報怨東報怨西。主題活動可在創新增加，讓遊客有煥然一新感覺。創造出當地特有的紀念品，像之前那個某超商推出聯合其他景點所出的磁鐵或

	<p>吊飾就很受歡迎；要不也可參考我們鄰近國家日本的創意，由代表性卡通人物推出像北海道景點或地名相關用品，不但精緻又可愛，又帶來商機和名氣，感覺似乎不錯。</p>
--	---