

探討閒置空間活化與行銷-以頑石劇團為例

李子玄, 朱達仁, 鄧維兆
休閒遊憩規劃與管理學系
觀光學院
tajen@chu.edu.tw

摘要

讓藝文空間能夠永續經營，與地方的生活特色做結合有著密切的關係，要如何透過行銷策略吸引有興趣的民眾及藝文工作者參與是重要課題，因此在整體行銷上的規劃更為重要。頑石劇團以原創劇本創作作為定位，其作品不但對社會、歷史、環境作為探討並以實際與具體的行動做改變。本研究透過實地考察、實際體驗參與頑石劇團之活動，了解整體環境及現況，深入了解閒置空間之應用，並對閒置空間與藝術文化之結合作探討。

本研究針對頑石劇團進行SWOT及市場目標定位（STP策略分析），了解該劇團的優勢、劣勢以及可能的機會，提供頑石劇團做為行銷上的一些建議方案。另藉由實地考察問卷分析與經營者之訪談，深入了解經營者對頑石劇團之想法、展望及如何運用行銷手法，如網站、Facebook、宣傳DM等，達到行銷與傳達頑石劇團理念之目的。並在與經營者探討閒置空間文化再生及展演空間經營上的發展，發現閒置空間活化利用的目的為結合藝術與生活。

關鍵字：閒置空間、頑石劇團、SWOT、STP策略分析