

文創產品策略行銷之研究-以琉璃工房為例

專題研究學生：100105235 廖國勳

100105244 馬東毅

100105245 邱軍為

100105249 邱自勵

指導教授：柯亞先

研究動機與目的

各式關於文化創意產業發展的討論近年來很多，但大都比较偏向藝術領域的討論，對於個別產業的經營模式與發展特性研究相當稀少。以台灣的文創產業來說，在過去曾經發展過完整的產業聚落，但現今產業已沒落，存活下來的廠商也多以低價產品代工或是轉而以內需市場需求為導向的觀光經營為主。因此本研究以「當代台灣文創產品的文化淵源」為題，為「文化創意」產業的發展略盡棉薄之力。

在「**2014年Oceana**晚會最大焦點!琉璃工房《順勢成氣聚悅來》獎座」**20年來捐款超過20億台幣**的好萊塢著名影星，李奧納多·狄卡皮歐。今年的獎座，是國際琉璃藝術的領導品牌琉璃工房設計製作！



由於文化創意廠商眾多，絕對不可能盡數討論，因此只好挑選其中經營相當成功的「琉璃工房」做為研究對象探討之。本研究之目的有五：

- (一) STP與行銷策略
- (二) SWOT分析與策略規劃
- (三) 願景、使命、目標與價值觀策略規劃
- (四) 琉璃的簡介
- (五) 整合行銷傳播策略

