

- I. 下次計畫參觀訪問
 - A. 安平的設計公司
 - B. 唐草設計是胡佑宗的投資事業
- II. 紅樓劇場的風華再現
 - A. S2P2
 - 1. Space：一二樓空間有限，約 300 坪左右，一樓為紙風車 Café，二樓為茶館劇場，觀賞地方戲劇
 - 2. Service：一日遊景點，懷舊文化之旅，與兩岸三通的賣點
 - 3. Product：懷舊情愫，精品，土產，名產
 - 4. Promotion：套裝行程，古蹟導覽
 - B. SWOT
 - 1. Strength：西門町入口，公辦民營，台北人的意義
 - 2. Weakness：停車不便，營業項目少，觀眾席有限只有 200 位而已
 - 3. Opportunity：外國人的濃厚興趣，藝文活動的熱衷，兩岸三通的一日遊
 - 4. Threat：周邊電影院多，人潮以學生與年輕人較多
 - C. 經營策略
 - 1. 懷舊影片，劇場
 - 2. 國際接軌，增加海外知名度
 - 3. 文宣定位宣傳，民眾的體驗的意願
 - 4. 電影或電視業者的置入性行銷
 - D. 檢討與改進
 - 1. 以全台北市的經營角度來看這個點來改善
 - 2. 老師的觀點
 - a. 地點：台北縣市的共同生活圈，甚至於到基隆市
 - b. 內容：做普查，則出現不同的經營模式
 - c. 通路：一票玩到底，還是門票抵消費；年票還是門票，這是定價策略。台北市民可以打折
 - 1. 先要有創意才会有市場
 - 2. 簽唱會都會有很多人，紅樓劇場其實可以將周邊的表演場地規劃收費
 - d. 市政府要扮演行銷的問題：要將點連串連起來，十大文化景點，每一個點可以有主題表現
- III. 新樓醫療博物館
 - A. 分成兩個部分：常態區及動態醫學新知區，在後者才有商機
 - B. 是否是院史館還是博物館
 - 1. 博物館要有研究、收集、教育及展示的四種功能
 - 2. 院史館的爭議性比較少
 - C. 營運方面的建議
 - 1. 不要再收門票，或是以門票抵紀念品
 - 2. 提供新的醫學常識報導及說明
 - D. 4P 到 7P 的方向是要看 provider 而不是使用者來看
- IV. 埔里酒廠
 - A. 發展歷史
 - 1. 1911 年酒工廠，愛蘭天然泉水
 - 2. 也有清潔劑的使用
 - 3. 藥用：溫補，美學：吟詩，食用：煮菜，社交：婚喪喜慶，愛國：洋酒，健康：防寒
 - B. 缺點
 - 1. 停車不便，也不是觀光的計畫
 - 2. 販賣的東西並不是酒廠的特色