

# 創意行銷

National Taiwan Normal University

講師：夏學理

# 前言

---

**窮則變.....**

**文化 vs 創意 vs 行銷**

# 前言

---

## Definition

- Create: To cause to exist, Bring into being, Originate, To give rise to, Bring about, Produce, To be first to portray and give character to a role or part appropriate to creating fictional characters and writing stories)
- Creation: An original product of human invention or imagination

# 前言

---

**Creativity** can be defined as the main tool to develop innovation. Although for many people, the word most immediately appears associations with artistic endeavors and writing, it has also been linked to science as far back as the muses of Ancient Greece.

Today, **creativity forms the core activity of a growing section of the global economy – the creative industries** - generating wealth through the creation and exploitation of intellectual property or the provision of creative services.

# 前言

---

## Paradigm Shift

is the term first used by Thomas Kuhn in his influential book *The Structure of Scientific Revolutions* (1962) to describe **a change in basic assumptions within the ruling theory of science**. According to Kuhn, "A paradigm is what members of a scientific community, and they alone, share." Unlike a normal scientist, Kuhn held, **"a student in the humanities has constantly before him a number of competing and incommensurable solutions to these problems, solutions that he must ultimately examine for himself."**

# 前言

---

## 創意行銷

- 創意行銷總賦予產品動人故事，讓產品擁有活靈活現的生命，撼動消費者的內心深處，繼而引發深遠而悠揚的共鳴。
- 創意行銷並非只是單純地舞弄創意而已，而是必須把策略性思考融入創意裡，讓創意有效發揮行銷的目的。創意行銷要成功，必須克服三道關卡，分別是市場、消費者以及競爭者三個方面。唯有能夠掌握天時、地利、人和與市場氛圍，引起消費者的共鳴與迴響，並讓競爭者感到有所差異卻又難以迅速模仿跟進，才是創意出擊的良好素材。

# 前言

---

## 事件行銷

透過**事件行銷**〈event marketing〉創造對社會具有吸引力與熱度的活動事件，並藉此傳達活動本身的意涵與宗旨，並傳遞組織本身的形象與目的。其中，又以賦予該事件高度的**故事性**，**絕對性**與**互斥性**，以引發傳媒與大眾的興趣與好奇心，則更能為行銷工作帶來較多新聞報導的可能。

# 前言

---

## 議題設定

在吸引媒體的過程中，**議題**的定調成功與否，關係著是否能夠引起大眾的共鳴，因此，議題務必朝向**大眾化、普遍化**的方向設計。一位優秀的行銷企劃人員，必須具備洞察趨勢的敏銳觀察力，掌握議題，預見趨勢，並把議題融入產品行銷之中。

# 一、案例(一)

---

Time to Shift...



# 一、案例(一)

---



**Creativity works!**

# 一、案例(一)

---

## From Master to Matchmaker



# 一、案例(一)



## 二、案例(二)

---

Do you want to go down....?



## 二、案例(二)

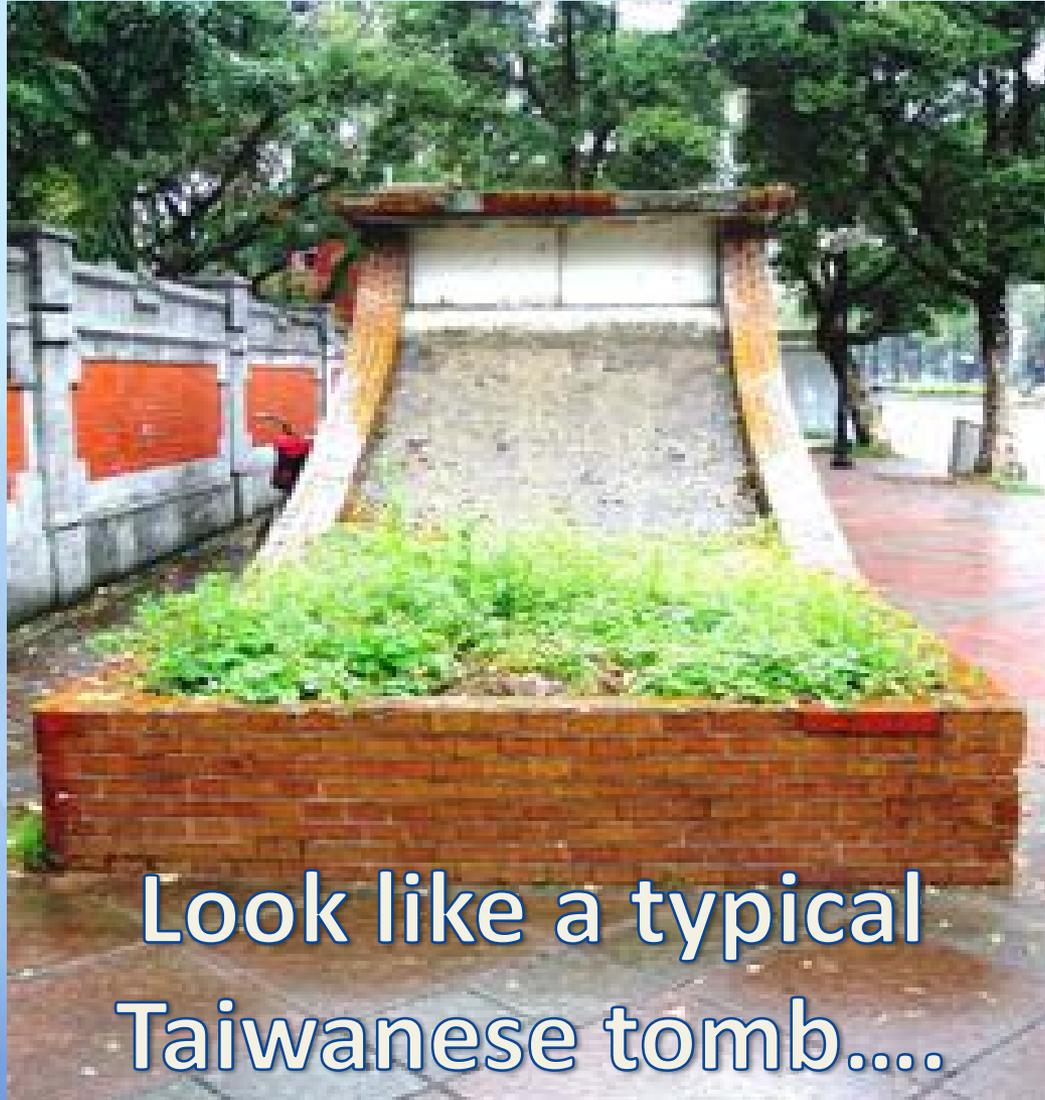
---

It has been there for  
over 30 years....



## 二、案例(二)

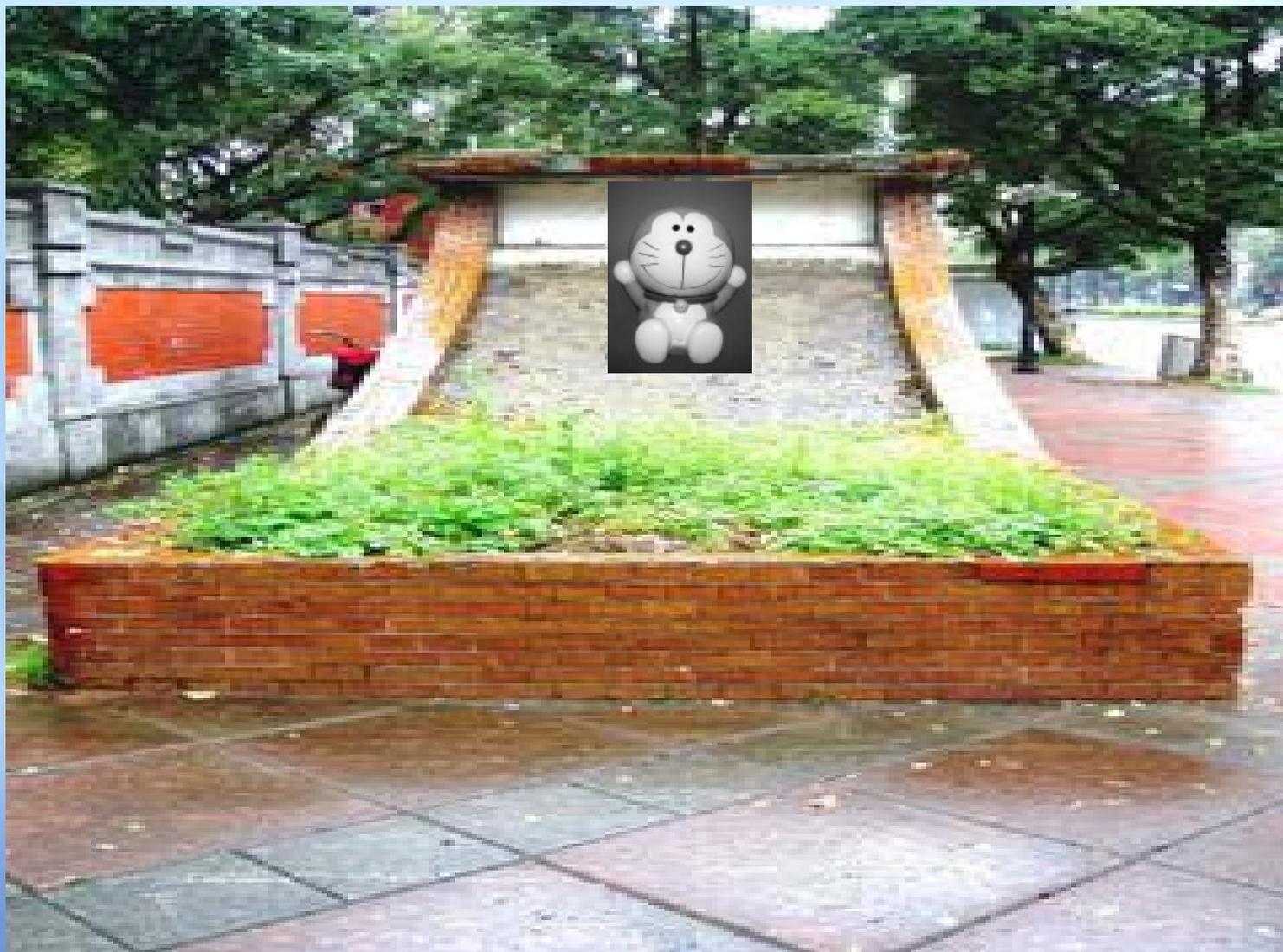
---



Look like a typical  
Taiwanese tomb....

## 二、案例(二)

---



## 二、案例(二)

---



Wet, dirty and no body....

## 二、案例(二)

---

Shifting starts .....  
and Arts work again!

## 二、案例(二)

---



Awakening....

## 二、案例(二)

---



## 二、案例(二)

---

A brand new  
start...

 EUNICE\_JUANO



## 二、案例(二)

---

There is a dragon....



## 二、案例(二)

---



Grand Opening!

## 二、案例(二)

---

To wake the dragon up...



## 二、案例(二)

---



## 二、案例(二)

---

Crowds = Money



## 二、案例(二)

---

### Pathway Change v.s. People Change



## 二、案例(二)

---



Underground Stage

## 二、案例(二)

---

Yes! You can dance...



## 二、案例(二)

---

Artists in the under path



## 二、案例(二)

---



Student Vendors

## 二、案例(二)

---



News Coverage...

[tw.myblog.yahoo.com/heavenly-soap](http://tw.myblog.yahoo.com/heavenly-soap)

## 二、案例(二)

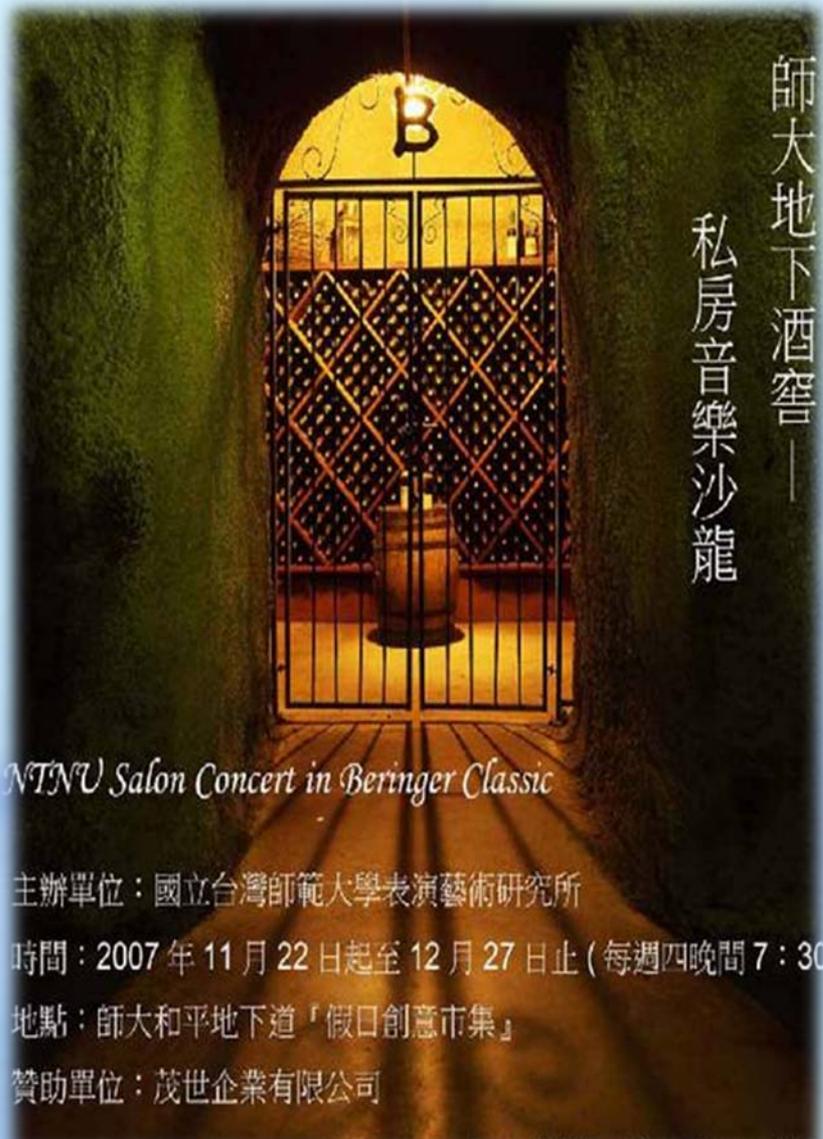


Art Makes Money

## 二、案例(二)



## 二、案例(二)



師大地下酒窖——  
私房音樂沙龍

*NTNU Salon Concert in Beringer Classic*

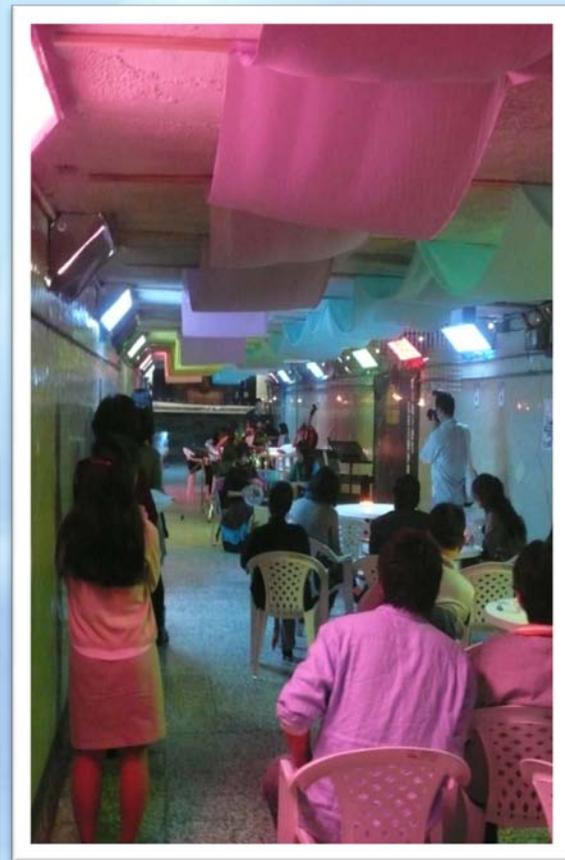
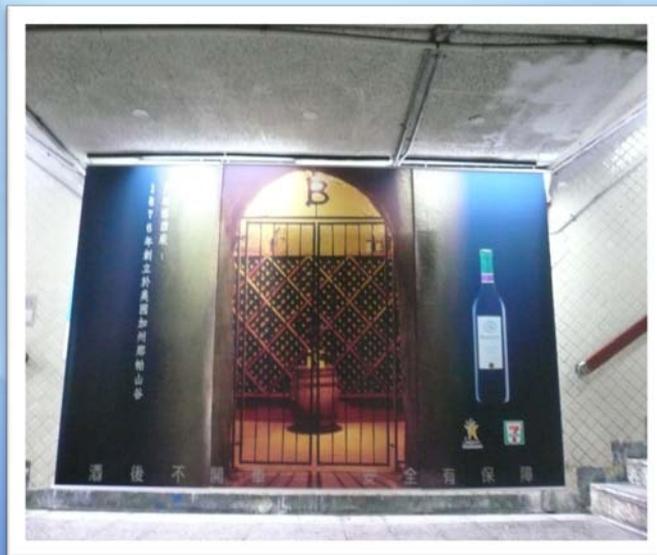
主辦單位：國立台灣師範大學表演藝術研究所

時間：2007年11月22日起至12月27日止（每週四晚間7：30）

地點：師大和平地下道「假日創意市集」

贊助單位：茂世企業有限公司

## 二、案例(二)



## 二、案例(二)

---



## 二、案例(二)

# Making of International Sticky Rice Balls



## 二、案例(二)

### Variety of Tastes...



## 二、案例(二)



## 二、案例(二)

---



**12/29 Star Meet**

## 二、案例(二)



## 二、案例(二)

---



15 sec / person

# 二、案例(二)

10月25日 蘋果日報

四 農曆丁亥年九月十五日



## 創意市集-玩變裝秀

為吸引台灣師範大學學生多走校門口地下道，台師大將從11月6日起至12月底每周五到周日，開放學生在地下道擺攤，販賣創作藝品。台師大表演藝術研究所

多名學生昨在地下道為「創意市集」現身(大圖)，現場有學生跳舞、演奏樂器，還有人穿自己設計服裝大玩變裝秀(小圖)。

文/楊桂華 圖/余志偉攝

Weekend 新聞財經 02-23064563-02-23067111  
http://news.chinatimes.com

11月17日 中國時報

## 地下道變龍口 台師大創意開賣

陳國中/台北報導  
台灣師範大學正式進駐和平地下道，將該處的空間改造成「創意市集」，16日地下道入口已化身為「龍口」，希望藉此鼓勵大家多走「龍口」，少走馬路「虎口」。

16日中午，台師大表演藝術所與文化創意產業學程的學生總裝打扮，邀請民眾進入什麼「龍口」(台語諧音)。「那裏」之意，台師大「龍口」，原本幽暗、潮濕的地下道，7、8層的創意攤位一字排開，引來不少人氣。

台師大表演藝術所所長林麗真表示，希望創造地產更有質的改變，將該大龍口與水圳與腳踏車，也將形成一個台灣學生專屬的文化呈現空間。目前已有24個攤位開幕，將分成3個層次攤位。其中校內學生只佔三分之一，其他都是慕名而來的外校學生與專業創意攤商。

就位於台師大龍文傳播所的陳麗真，也是龍頭的學生之一，他親自自行設計的「龍象與龍」LOGO明信片，透過攤位排列呈現眼前觀感。

陳麗真表示，他希望別人說，「台灣除了雙面，一直與不同的人接觸。」因此她透過設計和攝影等「龍口市集」象徵台灣的生命，其中龍體構成向陽的龍頭，放在大龍的龍體中，又像龍體切開的切口，露出龍頭的龍體。

創意市集即日起至12月底，每週五、六、日開市營業。詳細活動可向台師大表演藝術所查詢。



昨天感恩節，台灣師範大學表 30 55 60

11月23日 聯合報

記者林秀明/攝影 資料來源/教育新聞處 製表/薛曉玉

## 師大玩創意 地下道變酒窖

【記者林嘉琪/台北報導】當你追隨香頰、巴沙諾瓦、爵士與古典的音樂聲，踏入一座地下酒窖，看見搖曳燭火映照桌面的紅酒、點心、烤火雞，時光好像拉回到19世紀的法國沙龍...，其實這裡不是巴黎，而是台灣師範大學旁地下道。

昨天感恩節，師大表演藝術研究所推出地下酒窖，文化沙龍的創意活動。在地下酒窖擔綱演出的表演者，全由師大表演所及師大音樂系的學生親自上陣演出。現場還提供經典葡萄酒試飲，民眾只要持紅酒品鑑券，就可以一邊品嚐，一邊聆聽浪漫樂章。

這處師大校門口旁陳舊閒置的和平地下道，全長44公尺、寬4.5公尺，因為久未修繕而壁磚脫落，天花板滲水，但在表演藝術研究所一到三年級研究生創意規畫下，一變為全國首創「虛擬實境」音樂沙龍，而昨天開幕主題是為「酒神戴奧尼索斯」獻聲，要以音樂、燭光、美酒、慶祝「師大和平地下道」重生。

地下道周四夜變身為地下酒窖與音樂沙龍，五、六、日還有創意市集，活動將一直持續到12月27日。師大表演藝術研究所副教授夏學理預告，台北市政府新工處將斥資二千萬元重新整建師大和平地下道，未來將以玻璃材質全新打造，現已規畫24個展演區並對外開放，有興趣的街頭藝人或創意工作者，可電洽：(02) 33932343。



11月17日 台視新聞



假日創意市集 台北街頭發揚

## 二、案例(二)

---

媒體報導總數 – 總計超過百篇  
(自10/24起至12/26止，包含：台灣、香港、中國大陸、美國、加拿大等地之主要媒體)

30

31

13

6

### 三、案例(三)

---

**Sports parade can be fun, too!**

# 三、案例(三)

---



# 三、案例(三)

---



# 三、案例(三)

---



# 三、案例(三)

---



# 三、案例(三)

---



# 三、案例(三)

---



### 三、案例(三)

---

Can we shift more?



Former President C.K.S.

# 三、案例(三)

---



C.K.S. Memorial Hall

# 三、案例(三)

---

Merging...



### 三、案例(三)

---



# 三、案例(三)

---



Close up...

# 三、案例(三)

---



Cheer Up Kids....

# 三、案例(三)



# 三、案例(三)

---



**Opera and  
Pre-school  
Children**

# 三、案例(三)

---



# 三、案例(三)

---



You can certainly try more....

# 三、案例(三)

---



# 三、案例(三)

---



# 三、案例(三)

---



# 三、案例(三)



# 三、案例(三)

---



# 三、案例(三)

---



Knock Three Times....

# 三、案例(三)

---



# 三、案例(三)

---



# 三、案例(三)

---



# 三、案例(三)

---



# 三、案例(三)

---



# 三、案例(三)

---



# 三、案例(三)

---



# 三、案例(三)

---





# 三、案例(三)

---



# 三、案例(三)

---



# 三、案例(三)

---



**Main Gate of NTNU**

### 三、案例(三)

---



Not only a gate....

# 三、案例(三)

---



# 三、案例(三)

---



# 三、案例(三)



# 三、案例(三)



**News troops**