

臺灣影城的產業與創新 以桃園新光影城為例

Shin Kong Cinemas

研究動機

桃園青埔新光影城為桃園首座複合式影城，結合娛樂、電影與購物，希望探討其在多元娛樂中脫穎而出之原因。

青埔新光影城結合高鐵與周邊設施：Xpark水族館、華泰名品城等形成大型娛樂聚落。
以杜比影院、主題影廳及複合商場為特色，轉型為整合電影、購物與休閒的沉浸式娛樂中心。

研究目的

- 介紹青埔新光影城的經營模式
- 探討青埔新光影城的行銷策略
- 透過問卷調查了解消費者的體驗與顧客價值
- 以問卷分析的結果給予業者未來經營的建議

行銷策略

- 體驗式觀影定位
- 商圈串聯策略
- 年輕族群導向
- 周邊商品經營
- 社群與話題行銷

研究(文獻探討、問卷分析)之分析

Segmentation (市場區隔)

- 頂級體驗族
- 家庭休閒族
- 影視技術控
- 喜愛動漫族
- 觀光順遊族

Targeting (目標市場)

- 20-45歲的年輕族群，具備消費力
- 重視「娛樂體驗」的消費族群，在意環境與服務品質
- 親子家庭

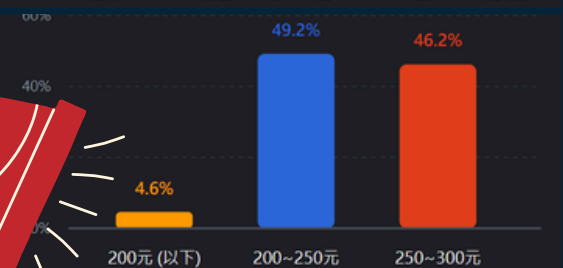
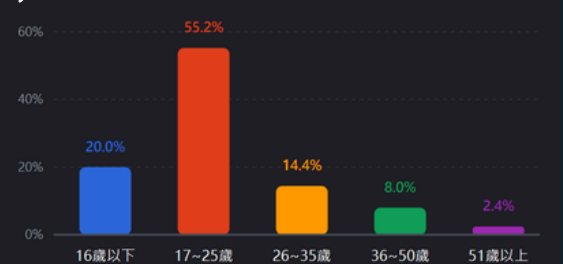
Positioning (品牌定位)

結合生活娛樂與沉浸體驗的複合式影城

新光影城將自身定位為結合娛樂商場的「複合式影城」。在行銷上，透過電影聯名周邊、多元的線上線下購票管道、跨業的優惠合作，建立完善的市場推廣。

消費者鎖定愉快且重視舒適體驗的年輕族群。多目標消費者對影城整體服務品質給予高度滿意。

而優化建議有，彈性定價與組合優惠、餐飲與周邊綑綁行銷、多元支付整合、數位分流與動線改善。



影城營運上面臨的內外部挑戰則是：

內部-

在於連鎖規模較小且經營成本偏高。

外部-

面臨傳統商圈的激烈競爭，以及線上串流平台強勢崛起所帶來消費行為轉變。此外，現行 330 元至 620 元的票價，與消費者心中普遍預期有所落差。