

投稿類別：觀光餐旅類

篇名：

藉由黃色小鴨現象探討花蓮紅面鴨的活動企劃

作者：

黃士癸・花蓮高商・會三乙班

蘇瑋翎・花蓮高商・會三乙班

鍾欣庭・花蓮高商・會三乙班

指導老師：

黃文華老師

壹 • 前言

一 • 序論：

（一）大意：

近一兩年紅遍全台灣的裝置藝術首推霍夫曼的黃色小鴨，超萌、超可愛，當時成為台灣民眾周末休閒觀光的好去處。2013~2014 年期間，花蓮也跟著推出紅面鴨，隨著黃色小鴨的風潮，花蓮的紅面鴨也跟著吸引了很多的人潮到花蓮來觀看，進而帶動周邊的熱絡，但由於地理位置，有些人就不太方便前來觀賞！有紅面鴨在鯉魚潭顯得人潮熱絡不是那麼的久，或許可以添加一些水舞的表演等等...的活動，或許會有更多的熱潮。

（二）動機：

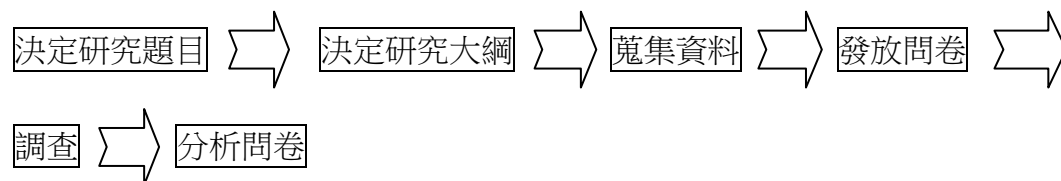
是什麼原因可以讓這麼多人前來花蓮觀賞紅面鴨？何謂紅面鴨的轟動？何謂紅面鴨的吸引力？他究竟為何造成花蓮民眾如此熱烈迴響？而隱藏的商機與未來是否有促進當地經濟發展，也是我們本次想探討它的動機。

（三）目的：

為什麼黃色小鴨可以引起大家的目光，而花蓮在地的紅面鴨也隨之帶來風潮呢？那能否可以讓花蓮的經濟因此而起飛呢？到底是什麼原因能造成人潮聚集是我們探討的原因！

二 • 研究流程：

（一）研究流程



（二）研究方法：

1. 文獻研究：

透過別人寫過對小鴨的看法或省思，或媒體的報導讓我們來討論小鴨藏

著什麼商機。

2. 網路搜尋：

看看網路上是否能找到我們需要的資料。

貳 • 正文

小鴨製造商所展現的積極應變能力，本是昔日台灣得以創造經濟奇蹟的關鍵。最近幾年，台灣政治與經濟情勢在內外夾擊下轉趨悲觀，正需要借這種處變不驚的突圍精神。

一 • 介紹紅面鴨

最近隨著基隆的黃色小鴨的風潮，所以花蓮縣政府也推出紅面鴨，紅面鴨也帶來了大量的遊客來觀賞牠，看牠超萌、超可愛的模樣，深深吸引了孩子們的喜愛！儘管基隆的黃色小鴨經過大大小小的風波，但人氣依舊不減！也創造了一些商機，讓當地的經濟起伏了一點，也增添了一些可看性。消費者們也不惜犧牲自己的錢去消費門票，只為了孩子們或者長輩想看看牠超萌的樣子，或許這也就是小鴨隱藏的商機！

花蓮推出了紅面鴨後，多少帶動了花蓮的觀光，同時也刺激了消費者的消費和來花蓮的慾望！讓更多人知道花蓮不是無聊的地方。去年的紅面鴨登上只有單單牠一隻，今年則多出了 15 隻形成了一個大家族呢！今年紅面鴨的復出帶來了更多的商機，使附近的業者生意大好，這對花蓮帶來許多的經濟活動，增添在地人對花蓮的期待！爾後紅面鴨能否再創商機呢？這可能是商業人或企業家的該思考的。

高人氣的紅面鴨在花蓮帶動了商機，不過也增添了一些不必要的小汙染，政府也宣導了民眾要維持環境的清潔，在民眾配合下，大家都做的很好。雖然近來少子化，但是花蓮縣政府也藉著今年新出的 15 隻小鴨來鼓勵生育，同時可以讓來花蓮遊玩的遊客放輕鬆，看見孩童愉悅的笑容，這可能也是縣政府的用意！



圖一 取自痞喀幫 葉子生活坊 2014-02-14

在展覽期間，雖然紅面鴨受到滿多的挫折，但大部分的遊客還是沒有銳減他們的熱情。它經過這些風雨之後，也再次重現牠該有的樣子，使得人潮依然絡繹不絕，維持熱潮！

自從紅面鴨來鯉魚潭造訪後，會有人潮不定期去觀賞、經過。它造訪的前後也成了對比，造訪前一人潮冷颼颼，造訪後一人潮熱絡。許多小孩子很興奮的來看牠，也吵著大人帶他們坐船與紅面鴨有更進一步的認識，促使周邊的商機！

我們覺得紅面鴨不但符合台灣特色，抵抗力十足，不會因刷洗受力而爆破，且我們只用黃色小鴨 1/10 的預算，來做高 15 公尺的紅面鴨。而黃色小鴨從高雄北上到桃園，最後到了基隆，但我們花蓮人要搭車北上欣賞難度較高，所以花蓮的縣政府想出民眾兒時記憶的紅面鴨，更撫慰人心，也更有花蓮本土的風情。

而在當地也推出了自製小紅面鴨的 DIY 製作，在那裡每個人都紛紛拿起材料，動手做小鴨，小心翼翼的用竹筷沾著醬糊黏上眼睛，再貼上黃色構樹皮做的翅膀，大功告成，紅面鴨活靈活現！還有些人突發奇想，把在附近撿到的樹皮捲成螺旋狀，黏在紅面鴨身上，看起來像是披了黃色披肩，也讓了普通的的小鴨，多了一種不同的風味，也多了不同的樂趣。

因為花蓮紅面鴨具有本地的特色，離開鯉魚潭後更受邀前往台南擔任城市行銷交流的角色，鄉親也都相當關注「鴨大使」在台南七股鹽山近況，擔心變成鹹水鴨或曬成黑面鴨，但今日出場體態豐盈依舊、毛色亮麗、氣色紅潤，在代表本土花蓮紅面鴨具有克服環境、適應環境的能力，並成功繁衍十五隻「萌樣」鴨寶寶，相信紅面鴨的故事將延綿不絕。

二 • 紅面鴨展期間的活動

（一）花蓮紅面鴨好「孕」連連 鴨寶寶可愛亮相！

「十六隻「扁平」鴨充氣後，搖身變成一隻隻飽滿的小鴨，大大小小的「鴨鴨家族」現身鯉魚潭，現場遊客及聞風趕來的民眾直呼「卡哇伊」。」(聯合報 2014-07-05)看到小鴨充完氣之後可愛的模樣，就有許多遊客拿起相機猛拍照，而這也讓周邊的商家生意好了起來。

（二）紅面鴨魔幻雷射秀

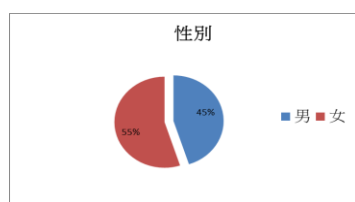
「2014 太平洋燈會—鯉魚潭主燈區，晚間 6 時開始，每半小時展開 Q 版紅面鴨魔幻雷射秀，夜夜魔幻雷射秀看得遊客目不轉睛，手機、相機快門閃不停，時間只到元宵節為止。」(花蓮紅面鴨鯉魚潭旅遊 2014-01-27)這也是許多遊客會想再去的原因之一。

(三) 爭萌主 花蓮紅面鴨下水

「黃色小鴨在台灣掀起旋風。花蓮推出紅面鴨為燈會添亮點，紅面鴨今天在鯉魚潭充氣下水，果然吸引遊客目光。」(中央社記者李先鳳花蓮 22 日電)大家會想去觀看的原因大多是因為想看她從，原先一塊扁扁的帆布，慢慢長大成一隻鴨子。

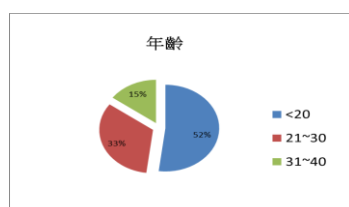
三 • 問卷調查結果

在下面這張圖中發現其中女生的比例比男生多，這是因為女生大多都是結伴去看這隻小鴨，而男生多半只是陪女生去，或者是陪家人，比較少是自己想去的。



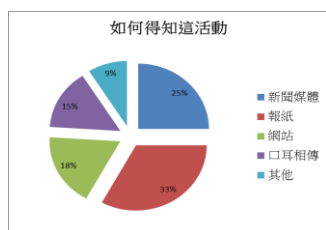
圖二 受訪者性別

因為我們的問卷大多都是在學校裡發放的，所以大多都是 20 歲以下的。而我們在外面發的問卷，大多都是以有小孩的家庭為主，在經過我們的調查這種家庭會去的原因都是小孩想去，而大人們只是帶他們去的。



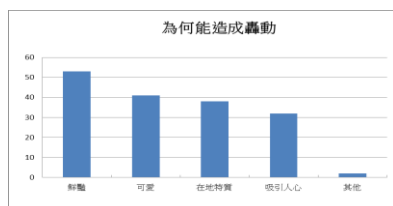
圖三 受訪者年齡分佈

小鴨在展出期間有很多的報章雜誌都有出現他的身影，而家裡的大人常常會在吃飯時看一些報紙就會看到一些有關紅面鴨的報導，也因為小孩想去就會去特別注意這些消息，其次就是從電視的新聞裡看到的



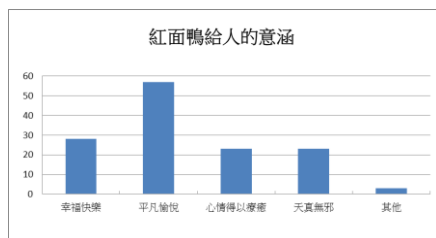
圖四 活動資訊來源

這隻鴨子為何會有各地的人來觀看，經過我們問卷調查之後第一個原因是他鮮豔的顏色，再來就是他那酷似黃色小鴨的外表，還有他就有濃濃的在地特質，但也因為這樣他也被我們稱為【薑母鴨】。



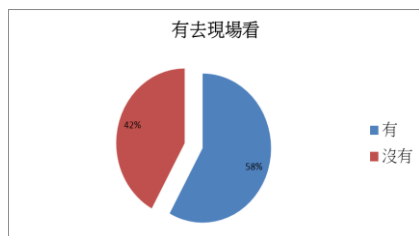
圖五 吸引人潮的原因

它第一眼在我們眼中就是一種平凡，但是同時當我們看著它的時候也會讓我們想起小時候在玩塑膠小鴨的回憶，讓我們暫時回到小時候天真無邪的階段，忘掉現在繁忙的壓力，也讓我們的心情愉悅起來。



圖六 人們的感受

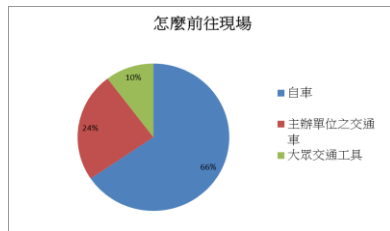
因為小鴨地點是在郊區的問題，有許多人想去但是沒去成。但我們問卷發完了之後再詢問他們，如果有好的方法可以去，他們還是會去看這隻鴨子。



圖七 民眾現場參與率

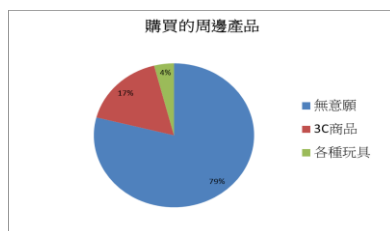
因為這活動有很多的在地人參加，而他們在家中幾乎都有自己的車，所以就不太會去搭乘其他的交通工具，其次就是從各地來的觀光客，因為政府有規劃小

鴨的接駁車，就會去搭乘，這樣也不用特地去想要搭甚麼交通工具去了。



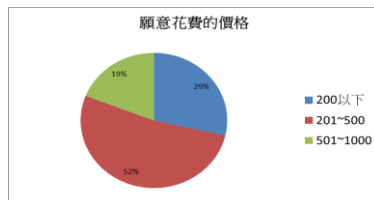
圖八 交通工具選擇

這隻紅面鴨因為周邊的產品有些跟之前得黃色小鴨有衝突到，所以人們就不會再想買一些差不多的產品，而想買的名眾因為現在智慧型手機的盛行，所以大多都是想買來裝飾手機。



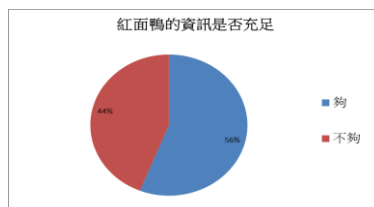
圖九 購買活動周邊商品

因為一般的 3C 商品的價格大多都是 200 以上，而這也是大眾可以接受的價格。



圖十 心中願付商品預算

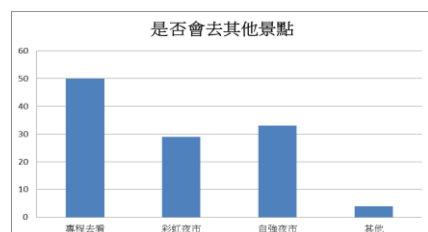
這活動因為是政府舉辦的，而政府也極力的在推廣這活動，在各種媒體都有放紅面鴨的種種資訊。



圖十一 資訊充足程度

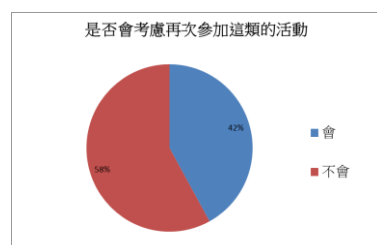
因為這活動是在有很多觀光景點的後花園「花蓮」舉辦的，所以我們想應該會有很多人趁著這機會，到花蓮各個知名的景點去走走看看，但可能是因為我們

問卷發放的幾乎都是學校的學生，所以都只是專程去看的，而校外的可能是因為回到市區大多都晚上了，所以都會去我們的知名夜市去吃點東西。



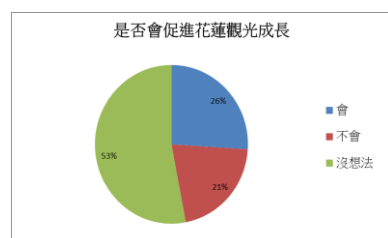
圖十二 後續遊客的活動

會去看這種活動的觀光客，第一次大多都是因為新奇才去看的，所以幾乎都不會想再去一次。而會想再去一次的人的想法，多是想和不同人再去看一次，因為他們覺得跟不同的人去會有不同的樂趣。



圖十三 再次參與意願

可能因為外面的觀光客對花蓮這個地方還不是很熟悉，所以大多對這個問題都比較沒想法。剩下的可能是因為我們讀的是商校，對這個問題比較熟悉，而有大約一半以上的學生都認為是會的，但是還是有一部分的學生認為，這只是一時的熱潮而已。



圖十四 花蓮觀光有何影響

四 • 小鴨的 SWOT 分析

(一) 優勢

我們認為這活動可以為周邊的商家帶來一股觀光客的熱潮，可以為他們製造一股商機，而這也是因為小鴨本身的價值與特色造成的。

（二）劣勢

因為小鴨的地點比較偏僻，因為這樣所以有許多人不去看小鴨，而改去看同時期一起展示的藍鯨而已，或者是去其他的景點。而也有許多人認為他與黃色小鴨的相似度太高，所以就沒特別想去看。

（三）機會

因為這隻鴨子有濃濃的在地特色，所以吸引了許多外國的觀光客，從而帶動附近店家的商機，也向國外推廣我們本地的特色，讓更多外國人想來這地方走走。

（四）威脅

因為小鴨是在戶外展出的，所以人們大多都是在天氣好時才會去看，像遇到下雨時相對就比較少人會想去。而他也因為大小的關係，不是所有的地方都適合放這隻小鴨。

表一 SWOT分析表

| 優勢(S) | 劣勢(W) |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">● 媒體宣傳● 符合現代文化● 擁有智慧財產權，展期可延長 | <ul style="list-style-type: none">● 地形位置差● 模仿度過高● 花費太多經費&人力 |
| 機會(O) | 威脅(T) |
| <ul style="list-style-type: none">● 為本地帶來商機● 外國觀光客來參訪● 帶動周邊熱潮 | <ul style="list-style-type: none">● 受地形限制● 只能滿足特定人們● 氣候多變 |

本組自行整理

參・結論

一・結論

小鴨的展出因為地點的關係，出現該怎麼去等等的問題，但話雖如此，大部分的民眾仍然深愛著它，當時展出的時候，就常常會有各地的遊客為了看這隻不一樣的小鴨，。小鴨的威力除了視覺上的震撼還有心理上的溫暖，它讓人們找回最初的童心，同時也為世界帶來了改變以及無法計數的商機，我想它的誕生，就等同於世界和平的開始。

花蓮本地近年來透過各種大大小小的活動，來活絡當地得觀光商機，而這支紅面鴨更是造成了全台的轟動，是更多人想來花蓮這地方走走，「**根據縣府觀光處統計，花蓮縣 103 年 1 至 3 月份遊客人數累計 249 萬 6,057 人次。**」(洄瀾網 2014-05-02 作者：楊均濉)跟去年去比較的話，多了將近 30 萬的人次，可見紅面鴨的活動，對當地的觀光業是很有影響力的。

二 • 建議：

1. 可以讓活動資訊更仔細一點，像是各種秀的時間，或只是該怎麼去活動的地點。
2. 可以有更多的方法可以去活動的會場，因為擺放的位置的關係不是所有人都很有辦法可以去。
3. 因為紅面鴨跟黃色小鴨的相似度太高，所以有些人因為看過黃色小鴨了，就不想來看紅面鴨，可以再多找一些像是藍虎鯨一樣的動物。

肆 • 引註資料

- 1 埃貝斯邁爾、西格里安諾 環繞世界的小鴨艦隊(訪台紀念版)2013-09-03
- 2 田德財、更生日報、2014-03-06
- 3 胡治言、蘋果日報、2014-08-09
- 4 簡浩正、中國時報、2014-01-31
- 5 李先鳳、中央社新聞報 花蓮燈會 紅面鴨吸客 20 萬、2014-02-05
取自：<http://www.cna.com.tw/news/ahel/201402050256-1.aspx>
- 6 楊均濉、洄瀾網 觀光花蓮魅力無法擋，觀光人數再創新高、2014-01-22
取自：<http://www.poja.com.tw/news/info/2014-05-02/6322.html>
- 8 痞喀幫 葉子生活坊 紅面薑母鴨-常駐鯉魚潭新地標，吸睛不輸黃色小鴨!
2014-02-14
取自：<http://elaborate.pixnet.net/blog/post/>
- 9 林新凱、花蓮觀光資訊網、2014-01-25
取自：<http://tour-hualien.hl.gov.tw/Portal/>
- 10 Potato 的饌食玩樂(WP)、2014-01-27
取自：<http://potato186.blogfuntw.com/?p=2090>
- 11 林新凱、花蓮紅面鴨鯉魚潭旅遊、2014-07-17
取自：<http://tw10081.tw.tranews.com/>
- 12 陳冠鑫、花蓮燈會「紅面鴨」登場「藍虎鯨」助陣 PK 黃色小鴨、2014-01-23、
取自：<http://history.n.yam.com/tripass/travel/20140123/20140123070574.html>
- 13 工作熊的玩樂生活誌、2014-03-11

藉由黃色小鴨現象探討花蓮紅面鴨的活動企劃

取自：<http://www.findlifevalue.com/?p=3630>