

投稿類別：商業類

篇名：

美食部落客行銷及消費者滿意度之研究-以花蓮跳躍的宅男為例

作者：

江佳伶。國立花蓮高商。會計事務科/三年乙班

周郁容。國立花蓮高商。會計事務科/三年乙班

楊欣妤。國立花蓮高商。會計事務科/三年乙班

指導老師：

江曾為美老師

壹、前言

一、研究動機

人手一機的時代，許多人已習慣用手機去找尋評價高的餐廳用餐，為了爭取更多客源，業者也必需應用網路的力量讓業績提高，美食部落客也因應而生，部落客為了讓業者提升知名度，在網路上發表文章，結合圖文的作法希望為店家招攬更多客人，提高店家的曝光率帶動商機。

本組因著對美食的喜愛，很早就看過「跳躍的宅男」的文章，也跟著他的介紹到處踩街。在選定專題研究時，就選定他為研究主題，瞭解他是如何成為花蓮第一位美食部落客及這類行業的前景與轉變。

二、研究目的

- (一) 認識部落客與 YouTuber。
- (二) 網紅、部落客行銷成功秘訣。
- (三) 介紹部落客-跳躍的宅男。
- (四) 分析跳躍的宅男之競爭優勢。
- (五) 研究經營部落客消費者滿意度。

三、研究方法

- (一) 文獻探討法：透過網路、碩士論文、書籍及蒐集相關文獻，加以分析。
- (二) 實地訪談法：本組於 107 年 4 月 28 日實地採訪跳躍的宅男，詢問關於部落客的資訊。
- (三) 問卷分析法：本組於 107 年 9 月 7 日至 9 月 20 日，在網路上發放問卷，進行分析調查。

四、研究流程

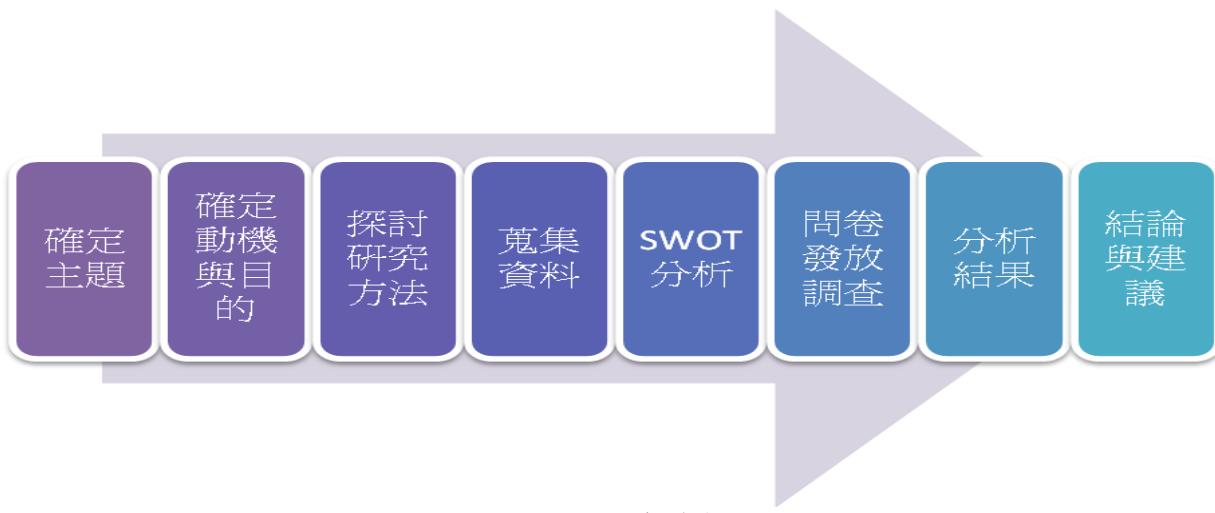


圖 1 研究流程圖

貳、正文

一、認識部落客與 YouTuber

在網路發達的時代，產生了很多新職業。台灣最主要介紹美食的平台是以部落客和 YouTuber 為主，本組研究對象為花蓮知名的美食部落客—跳躍的宅男，來了解部落客和 YouTuber 差異為何，再做兩者之比較。

(一) 何謂部落客與 YouTuber

部落客是以個人為主來分享資訊的平台就是部落格(郭亭均，2009)，而本組研究對象就是筆記型部落客，在網站分享個人感受的日記及對外部經營者給予的評價，當作為個人專欄。美食部落客如同虛擬社群，透過個人與他人互動進而彼此獲取利益。

YouTuber 是網紅的一種，單指透過 YouTube 發布各種類型的影片，而吸引到群眾觀看影片的影片生產者，透過大量訂閱者吸引廣告商合作，提升知名度，賺取更多金錢。近幾年 YouTuber 這個職業逐漸興起，以往普遍認為 YouTuber 成為一個職業，但時代慢慢改變，越來越被大眾接受，也越來越多人想嘗試成為 YouTuber。

(二) 部落客、YouTuber (網紅) 的差異

表 (一) 部落客、YouTuber (網紅) 的差異分析

	部落客	YouTuber (網紅)
工作內容	以文字、圖片記述為主的網路工作者	專門在影片分享網站 YouTube 上傳原創影片的網路名人
收入來源	廣告業配、贊助、聯盟行銷	廣告分潤、贊助、超級留言、點閱率、人氣
成本	攝影、電腦、廣告、網站維護	廣告、化妝、場地、拍攝器材
舉例	跳躍的宅男、Via、愛吃鬼芸芸、小美	聖結石、蔡阿嘎、這群人、阿滴英文、谷阿莫

資料來源：本組自行彙整

(二) 部落客類型

部落客的類型有很多種，本組以美妝、美食、旅遊、開箱作為介紹，見表 (二)：

表 (二) 部落客類型分析

部落客分類	文章內容	知名部落客	圖片
美妝	<ul style="list-style-type: none"> ● 保養系列 ● 化妝品 ● 美髮 	<ul style="list-style-type: none"> ● 小美 ● 娃娃 ● 瑞 d 	 圖片來源:美麗佳人 小美
美食	<ul style="list-style-type: none"> ● 夜市小吃 ● 甜點 ● 中西式料理 	<ul style="list-style-type: none"> ● 愛吃鬼芸芸 ● 飛天旋的口袋 ● 王瑞瑤的超級美食家 	 圖片來源:Google 圖片 飛天旋的口袋
旅遊	<ul style="list-style-type: none"> ● 熱門景點 ● 自由行 ● 住宿推薦 	<ul style="list-style-type: none"> ● 小環 ● 肉魯 ● 紫色微笑 	 圖片來源: Google 圖片 小環
開箱	<ul style="list-style-type: none"> ● 周邊商品 ● 實驗 ● 零食 ● 3C 產品 	<ul style="list-style-type: none"> ● 電腦王阿達、雲爸 ● 傻瓜狐狸 ● 特盛吃貨艾嘉 	 圖片來源: Google 圖片 電腦王阿達、雲爸

資料來源：本組自行彙整

二、部落客、YouTuber 行銷成功秘訣

表 (三) 分析共同與差異

	共同	差異
部落客	<ol style="list-style-type: none"> 1. 宣傳產品 2. 製造話題 3. 掌握客群落在哪些年齡區間、男女比例 4. 個人特色 	要先有草稿，文字也要有一定的字數，通常為介紹居多
YouTuber		只要有能拍照錄影的工具，隨時隨地想拍就蒙拍

三、介紹部落客-跳躍的宅男

本組於 107 年 4 月 28 日訪問跳躍的宅男，以下為他的簡介、風格、收入來源、自我期許、未來目標還有本組與他的合照，內容如表（四）所示。

表（四）跳躍的宅男基本資料

簡介	跳躍的宅男從外縣市移居到花蓮，2007 年開始寫食記，他本來就熱愛美食，但剛到花蓮工作並不清楚哪裡好吃好玩，當時介紹花蓮吃的資訊也較少，同事們雖然是花蓮人，但外食的機會也多在工作地點附近。所以他抱持著分享美食的簡單想法，開始記錄每天吃的餐廳及食物給大家參考。
風格	文章內容跟別的部落客不一樣，因為是自己體驗過，寫的文字有溫度，很少商業化，讓人看他的文章就覺得像自己在當下品嚐美食一樣。
收入來源	廣告和行銷公司的邀約。
自我期許	克服自己的惰性，靠毅力和耐心寫文章，每個月最少要出 15 篇，這是他對自己的要求。
未來目標	現在越來越少人看文章，都看 YouTube 影片，希望能往 YouTuber 的方向去發展。
本組與他的合照	

資料來源：本組自行彙整

四、分析跳躍的宅男之競爭優勢

SWOT 分別為優勢（Strength）、劣勢（Weakness）、機會（Opportunity）、危機（Threat），針對表（五），本組認為部落客競爭者已不全然是現在的對手，面對日益增加的網紅，部落客除了加強專業知識，善用不同媒體工具提高知名度，以維持競爭力。表（五）為本組針對跳躍的宅男作 SWOT 分析，分析如下：

表 (五) 跳躍的宅男 SWOT 分析表

S(Strength) 優勢	W (Weakness) 劣勢
1.食記對店家有幫助的宣傳效果 2.部落格發文宣傳比較社群網站成效高 3.網路的發達帶動部落格的發展	1.寫文章耗費較多時間 2.幼童和年紀大的人比較不會上網看部落客文章
O (Opportunity) 機會	T (Threat) 危機
1.廣告公司邀請他合作拍小短片 2.和其他部落客合作，提高知名度 3.人氣高就會使得更多廠商選擇合作	1.現在部落客越來越多，競爭對手多 2.每個人對食物的評價很主觀，遇到意見相左的人文字挑釁的機會變多了 3.文章走向業配文，容易失去讀者的信任

資料來源：本組自行彙整

五、研究經營部落客消費者滿意度

此問卷主要在網路上發放，針對民眾對部落客的認知進行調查，整理出問卷調查結果，共發放 230 份問卷，並將問卷結果進行分析。

(一)基本資料

由表 (六) 得知，本次研究「跳躍的宅男」受訪的消費者以女性居多 (66.5%)，年齡大多位於 31 歲以上 (42.2%)，職業以學生居多 (43.9%)，地區大多位於花蓮 (86.1%)。

表 (六) 基本資料分析表

性別	男生	33.5%	女生	66.5%
年齡	15 歲以下	3%	16~20 歲	40.9%
	21~30 歲	13.9%	31 歲以上	42.2%
職業	學生	43.9%	軍公教	7.4%
	上班族	23.5%	其他	25.2%
地區	花蓮人	86.1%	觀光客	13.9%

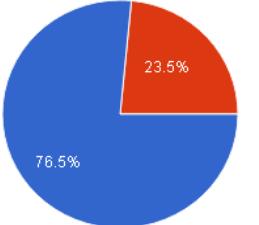
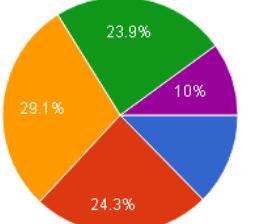
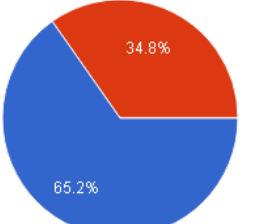
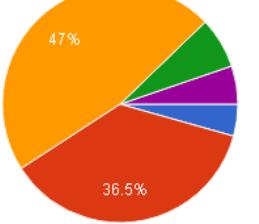
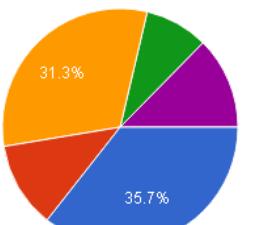
資料來源：本組自行彙整

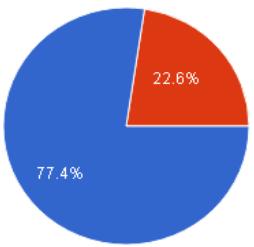
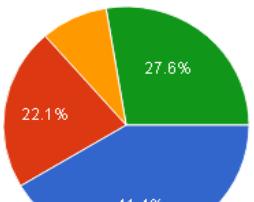
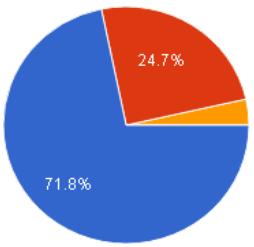
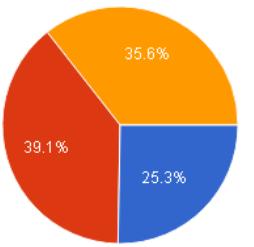
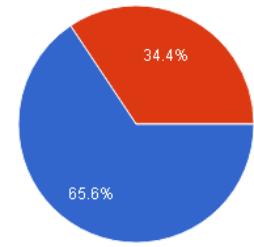
(二) 部落客問卷

問卷共 12 小題分兩部份作調查，第一部份為受訪者對部落客現況的認知，第二部份為受訪者對美食部落客-跳躍的宅男的瞭解，分析結果如下：

。

表 (七) 部落客問卷分析表

<p>1.請問您知道部落客和 YouTuber 的差異嗎？</p>  <p>● 知道 ● 不知道</p> <p>圖 2</p>	<p>如圖 2 所示，76.5%的受訪者知道部落客和 YouTuber 的差異為最高，23.5%為不知道。</p>
<p>2.請問您是否知道部落客收入來源？</p>  <p>● 非常了解 ● 了解 ● 普通 ● 不了解 ● 完全不了解</p> <p>圖 3</p>	<p>如圖 3 所示，受訪者對部落客的收入來源「不了解及完全不了解」為 33.9%。大部分受訪者知道部落客收入來源。</p>
<p>3.您覺得部落客能成為全職的工作嗎？</p>  <p>● 可以 ● 不能</p> <p>圖 4</p>	<p>如圖 4 所示，65.2%受訪者覺得部落客能成為全職的工作，34.8%為不可以。得知收入來源為何，並且認為部落客可以成為全職工作。</p>
<p>4.請問您對部落客的文章感興趣嗎？</p>  <p>● 非常感興趣 ● 感興趣 ● 普通 ● 不感興趣 ● 完全沒興趣</p> <p>圖 5</p>	<p>如圖 5 所示，受訪者對部落客的文章感普通為 47%，其次為感興趣 36.5%，其餘為不感興趣、完全沒興趣與非常感興趣，可見大部份的民眾對部落客的文章感興趣。</p>
<p>5.什麼類型的文章最吸引您？</p>  <p>● 美食 ● 美妝 ● 旅遊 ● 開箱 ● 其他</p> <p>圖 6</p>	<p>如圖 6 所示，35.7%受訪者為美食類的文章所吸引，其次 31.3%為旅遊，其餘為美妝、其他與開箱。美食類的文章最吸引大部份民眾，吃是人人都關心的話題，且文章的內容很簡潔，讓人看得很舒服，其次為旅遊，旅行能讓心靈獲的休息，就算只是讀文章、看影片也能讓人感到很有趣。</p>

<p>6.您知道美食部落客-跳躍的宅男？</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Category</th> <th>Percentage</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>知道</td> <td>77.4%</td> </tr> <tr> <td>不知道(填答此者以下跳過)</td> <td>22.6%</td> </tr> </tbody> </table> <p>圖 7</p>	Category	Percentage	知道	77.4%	不知道(填答此者以下跳過)	22.6%	<p>如圖 7 所示，受訪者 77.4%為知道美食部落客-跳躍的宅男最高，22.6%為不知道。由此可知，跳躍的宅男知名度非常高。</p>				
Category	Percentage										
知道	77.4%										
不知道(填答此者以下跳過)	22.6%										
<p>7.您是從哪裡得知？</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Category</th> <th>Percentage</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>跳躍的宅男本身部落格</td> <td>41.4%</td> </tr> <tr> <td>食記</td> <td>27.6%</td> </tr> <tr> <td>報章雜誌</td> <td>22.1%</td> </tr> <tr> <td>其他</td> <td>8.9%</td> </tr> </tbody> </table> <p>圖 8</p>	Category	Percentage	跳躍的宅男本身部落格	41.4%	食記	27.6%	報章雜誌	22.1%	其他	8.9%	<p>如圖 8 所示，41.4%的受訪者從跳躍的宅男部落格獲得資訊最多，其次 27.6%為其他，其餘 22.1%為食記，8.9%為報章雜誌。由此可知，大部份民眾藉由跳躍的宅男部落格得知，可見自己的部落格與食記讓跳躍的宅男人氣變高。</p>
Category	Percentage										
跳躍的宅男本身部落格	41.4%										
食記	27.6%										
報章雜誌	22.1%										
其他	8.9%										
<p>8.您最喜歡文章什麼主題？</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Category</th> <th>Percentage</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>食破天驚</td> <td>71.8%</td> </tr> <tr> <td>旅遊</td> <td>24.7%</td> </tr> <tr> <td>宅男的惡趣味</td> <td>8.9%</td> </tr> </tbody> </table> <p>圖 9</p>	Category	Percentage	食破天驚	71.8%	旅遊	24.7%	宅男的惡趣味	8.9%	<p>如圖 9 所示，71.8%的受訪者都喜歡跳躍宅男的食破天驚主題，24.7%為旅遊主題，較少人喜歡宅男的惡趣味主題，由此可見美食真的是不敗的話題。</p>		
Category	Percentage										
食破天驚	71.8%										
旅遊	24.7%										
宅男的惡趣味	8.9%										
<p>9.吸引您觀看的主要原因為何？</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Category</th> <th>Percentage</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>照片豐富</td> <td>35.6%</td> </tr> <tr> <td>介紹的店家很有特色</td> <td>39.1%</td> </tr> <tr> <td>其他</td> <td>25.3%</td> </tr> </tbody> </table> <p>圖 10</p>	Category	Percentage	照片豐富	35.6%	介紹的店家很有特色	39.1%	其他	25.3%	<p>如圖 10 所示，吸引觀看文章有 39.1%的受訪者是因為跳躍宅男介紹的店家具有特色，35.6%是其他，25.3%是因為照片豐富，由此可知要能吸引更多讀者首先要具有特色，照片也要夠豐富。</p>		
Category	Percentage										
照片豐富	35.6%										
介紹的店家很有特色	39.1%										
其他	25.3%										
<p>10.您會因為他的介紹去店家消費嗎？</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Category</th> <th>Percentage</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>會</td> <td>65.6%</td> </tr> <tr> <td>不會</td> <td>34.4%</td> </tr> </tbody> </table> <p>圖 11</p>	Category	Percentage	會	65.6%	不會	34.4%	<p>如圖 11 所示，65.6%的受訪者會因為看了宅男的文章後去店家消費，34.4%為不會。由此可見部落客行銷可以為店家帶來商機。</p>				
Category	Percentage										
會	65.6%										
不會	34.4%										

<p>11.如果您想要當部落客，會選擇哪一類型？</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>類型</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>美食</td> <td>29.6%</td> </tr> <tr> <td>美妝</td> <td>24.8%</td> </tr> <tr> <td>旅遊</td> <td>38.7%</td> </tr> <tr> <td>開箱</td> <td>7.9%</td> </tr> </tbody> </table> <p>圖 12</p>	類型	百分比	美食	29.6%	美妝	24.8%	旅遊	38.7%	開箱	7.9%	<p>如圖 12 所示，受訪者如果想要成為部落客，選定的類型中最高 38.7% 為旅遊，其次美食 29.6%，其餘為美妝、其他與開箱。由此可見大家都對旅遊跟美食最感興趣。</p>
類型	百分比										
美食	29.6%										
美妝	24.8%										
旅遊	38.7%										
開箱	7.9%										
<p>12.您認為成為一個好的部落客最重要的原因是什麼？</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>原因</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>找到收入來源</td> <td>19.1%</td> </tr> <tr> <td>找到關鍵字</td> <td>24.8%</td> </tr> <tr> <td>選對市場</td> <td>56.1%</td> </tr> </tbody> </table> <p>圖 13</p>	原因	百分比	找到收入來源	19.1%	找到關鍵字	24.8%	選對市場	56.1%	<p>如圖 13 所示，56.1% 的受訪者認為成為一個好的部落客最重要的原因是選對市場，24.8% 為找到關鍵字，19.1% 為找到收入來源，由此可見選對市場是成為一個部落客最重要的原因。</p>		
原因	百分比										
找到收入來源	19.1%										
找到關鍵字	24.8%										
選對市場	56.1%										

資料來源：本組自行彙整

參、結論與建議

根據訪談跳躍宅男本人及網路問卷結果，提出以下結論及建議：

一、結論

- (一)受訪者大多是從跳躍的宅男本身部落格獲取相關訊息，可見網路的流通性，讓宣傳達到效果，且大部分受訪者都曾因他的介紹去店家消費。
- (二)文章不能只有針對特定民眾，要適合所有年齡層觀看，才能讓更多人了解。
- (三)大部分的受訪者去店家消費的主要原因為介紹的店家很有特色，但有 34.4% 不會去店家消費，其中有受訪者表示部落客可能因為跟店家有利益往來，文章可能會變得不公正，所以不會因跳躍的宅男介紹而去消費。
- (四)從問卷結果得知，美食主題觀看率最高，而且受訪者認為部落客選對市場跟文章公正是成為一個好的部落客最重要的原因。

二、建議

- (一)建議跳躍的宅男不要寫太多的業配文，如果是店家請求寫推薦，要公開告知，這樣部落客提供的資訊才會獲得消費者的信賴。
- (二)為開拓新客群，除了文章、圖片，也可增加影片介紹，再加強更多網路平台的放送，如：Twitter、微博、小紅書 APP 等網站，讓跳躍的宅男知名度更為提升。

(三)讓更多遊客透過深度旅行了解美食與文化內涵，讓更多人認識花蓮的美。

(四)因為花蓮觀光客很多，建議跳躍的宅男增加英文版頁面，讓國外遊客有機會探索花蓮。

(五)建議跳躍的宅男可以思考成為斜槓青年，發展自己的多元人生。他經營部落格、業配文已有多年成果，他的口才及文筆，可以讓他有機會成為演講者或作家，有更不一樣的人生發展。

肆、引註資料

(一)How How 陳孜昊(2018)。How Fun！如何爽當 YouTuber：一起開心拍片接業配。台灣：高保書版。

(二)郭亭君(2009)。以信任觀點探討部落客使用者分享意圖之研究，碩士論文，逢甲大學企業管理系，台中。

(三)溫玲玉、呂佩樺(2014)。商業概論 II。新北市：龍騰文化事業股份有限公司。

(四)許小嚕(2017)。行銷道：網紅、專家、部落客三者如何區隔效益？2018年6月11日，取自：<https://blog.dcplus.com.tw/marketing-knowledge/growther/120881>

(五)Elvis(2017)。網紅行銷 | 何謂「網紅經濟」？網紅/部落客的5種主要收入來源。2018年6月11日，取自：<https://goo.gl/Zn7aeP>

(六)站長路可(2017)。靠寫部落客賺錢的7種方法：在家工作也可以創造收入。2018年6月11日，取自：<https://newbieboss.com/7-ways-of-making-money-blogging/>

(七)東方報(2012)。跳躍的宅男 出版美食地圖。2018年6月11日，取自：
http://eastnews.tw/index.php?option=com_content&view=article&id=23385:2012-05-27-18-13-52&catid=28:people&Itemid=66