

投稿類別：資訊類

篇名：

閃電包子鋪－電力十足

作者：

朱信學。高雄市高雄私立樹德家商職校。資料處理科三年八班

張佳鴻。高雄市高雄私立樹德家商職校。資料處理科三年八班

洪源禧。高雄市高雄私立樹德家商職校。資料處理科三年八班

指導老師：

蔡雪媚老師

鄧朱雅老師

## 壹、前言

### 一、研究動機

班上同學有一個患有癲癇的哥哥，常常爸媽開車要送他們來上學時，哥哥會突然發作而耽誤上學時間因而造成遲到。有一次他們兄弟雙載，抵達校門時是沒有遲到的，但哥哥卻突然發作，從機車上摔了下來，造成二個人都受傷，就馬上調頭衝去醫院。如此的情節，讓我們都印象深刻，看似搞烏龍，卻真真實實不斷地在我同學身上上演著。因此讓我們特別去留意患有癲癇患者的相關事項，也在無意間接觸了由癲癇病友組成的閃電包子鋪，從網路上得知與閃電包子鋪相關的資料後，讓我們想要利用我們的專業所學，為他們做點什麼？協助與鼓勵他們繼續大步向前，跟一般人一樣獨立自主，擁抱自己的人生。

### 二、研究目的

根據研究動機擬定研究目的分別是：

- (一) 建置一個自適應行動網站且兼具購物車功能。
- (二) 規劃推廣商品，拉近與消費者的距離。
- (三) 建置一個網站，其內容能讓大眾正向地認識顛癇病友。

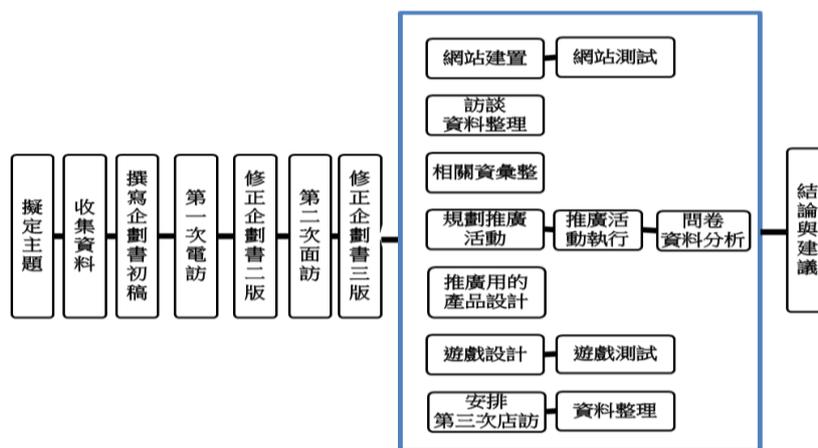
### 三、研究方法

根據專題目的，我們採用以下的研究方法以求達成。

- (一) 文獻探討法：本研究利用網路、報章雜誌和相關書籍蒐集與閃電包子鋪相關文獻進行初步瞭解。
- (二) 訪談調查法：本專題於 107 年 2 月實地訪談閃電包子鋪的專案經理人蕭俊澤先生及蘇雅婷志工，並錄製訪談影片、拍攝照片及記錄過程。
- (三) 問卷調查法：使用 Google 表單訪談市集活動的消費者，調查分析其對閃電包子鋪的認知與瞭解。
- (四) 實務網站設計：運用 Wordpress 建置「閃電包子鋪」網站，一個具有購物車功能的自適應行動網站。
- (五) 設計遊戲程式：運用 Unity 設計 3D「包子」遊戲，提昇產品的曝光度。

(六) 推廣商品設計：設計紅包袋、春聯、三折頁 DIY 活動宣傳單等，拉近與民眾的距離。

四、研究流程：



圖一：研究流程圖  
(圖一資料來源：研究者繪製)

貳、正文

一、閃電包子鋪來由

財團法人高雄市超越巔峰關懷協會成立，是緣起於民國八十四年五月十四日由中華民國癲癇學會及台灣癲癇之友協會主辦，高醫、榮總、長庚三家醫院協辦，於澄清湖舉行第一次南區癲癇病友聯誼活動，會後，有鑑於社會大眾對於癲癇症存有錯誤見解，造成對病患產生歧視和不公平待遇，透過神經科專業醫師、社會服務工作人員及病友和家屬們的支持，於民國 86 年成立了社團法人高雄市超越巔峰關懷協會。其成立的目標之一就是「成立庇護工場提供會友安全且安定的工作環境（協助解決病友生活經濟問題、分擔家屬照顧問題、減少社會問題）」(社團法人高雄市超越巔峰關懷協會，2017)。

二、閃電包子鋪目前營運情況

閃電包子鋪目前提供 20 名癲癇患者在此工作，每周六、日駐點微風市集公益攤位銷售。且在 2017 年裡，運用媒體專訪及活動參與來增加其曝光次數，加深大眾對其品牌的印象，而在整合性行銷的部份列表如下：

表一：營運情況

行銷管道	通路特色說明
IPeen愛評網	提供基本店家訊息及地圖導覽提供KOKO回饋金服務

行銷管道	通路特色說明
福利驚奇網	提供先試吃再購買的服務，已有相當完整的電商規劃設計
新光三越三多店	去年三月設櫃，目前已撤櫃。
會員平台	客源穩定，回購率亦穩定，目前為銷售的主流。
店家	主要販賣給熟客，社區住戶等。
市集活動	人潮多，如：參與大型義賣活動的擺攤，或特殊節日的擺攤等。
夠麻吉	客源大，但有時效性，抽成較高。售價挑戰市場最低價。須與其它網路市場作產品區隔。
樂天市場	須抽成

（表一資料來源：取自網路資料整理，主要來自於閃電包子鋪的臉書貼文。2018年1月8日，取自<https://www.facebook.com/lightningbun/>）

### 三、「閃電包子鋪」之SWOT分析

「SWOT 分析：透過評價組織、內部優、劣勢，以及外部環境的機會、威脅，交叉分析後，再選擇最有利的行銷策略。」（張阿妙，2015）因此我們根據文獻探討與多次訪談後，我們對閃電包子鋪提出以下的SWOT的分析，列表如下說明。

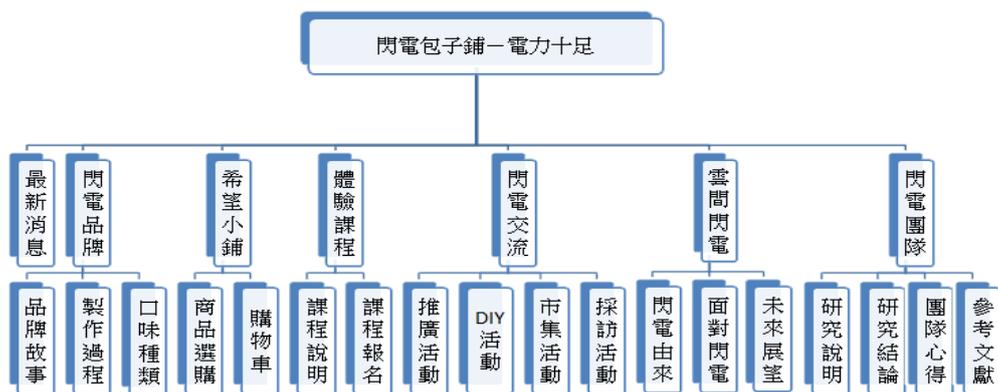
表二：閃電包子鋪 SWOT 分析

優勢(S)	劣勢(W)
1、價格平民化。 2、店家座落於傳統社區。 3、產品講求天然、健康、養生，符合目前社會對食物的訴求。 4、口味多樣，有 14 種。	1、人力不足，無法自行經營自己在網路上的消費族群。 2、未提供停車場，停車購買不便。 3、雖有整合性行銷，但須負擔行銷成本，利潤沒有預期的多。 4、經費不足，無法支付廣告行銷費。
機會(O)	威脅(T)
1、爭取多次在媒體上曝光報導。 2、整合性行銷，在網路上有多個管道可購買其產品。 3、持續參與各項活動，增加產品的能見度。	1、無法減少競爭者在市場上持續增加的威脅。 2、原物料價格不斷上漲 3、產品須要推陳出新，才能不被其取代。 4、無法自己掌握何時上架（如：夠麻吉），控管產量多寡。 5、維持病友穩定的身體狀況。

（表二資料來源：研究者整合網路資料繪製）

### 四、專題設計

## 閃電包子鋪—電力十足



圖二：網頁架構圖

(圖二資料來源：研究者繪製)

### (一) 網頁畫面說明：



圖三：網站首頁



圖四：網站選單最新消息

(圖三) 為首頁。安排大圖輪播的效果，增加其變化性及可看性。(圖四) 為最新消息頁面，設計每則消息先呈現一段引導文字，有興趣的瀏覽者可以再自行連結到下一個頁面，保持版面內容條列分明。



圖五：網站選單選購頁面



圖六：網站選單推廣活動



圖七：網站選單選購頁面

(圖五) 為網站選購產品頁面，配合 WooCommerce 來設定，完成購物車功能的建置。(圖六) 為推廣活動頁面。因為照片較多，所以編排上選擇按小圖出現大圖的編排方式。(圖七) 為網站選單採訪記錄頁面，在 WordPress 裡修改程式碼放置影片，詳實記載過程。

### (二) 紅包袋、春聯作品設計

1、電腦軟體：Adobe Animate CC 2017、Adobe Photoshop CS6



圖八：紅包袋設計

一套三款。應景設計紅包袋，在背面處設計產品特色的標語—堅持手作●老麵發酵。利用過年前出去發放宣傳。

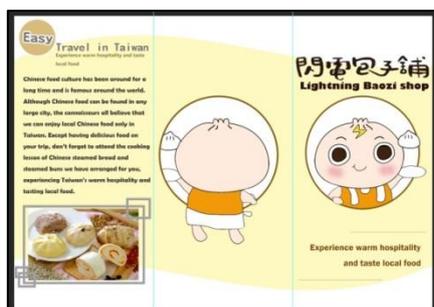


圖九：春聯設計

一套四款。應景設計春聯，利用過年前出去發放宣傳。

### (三) 三折頁活動宣傳單設計

1、電腦軟體：Adobe Animate CC 2017、Adobe Phototshop CS6



圖十：三折頁外頁



圖十一：三折頁內頁

左：三折頁的外頁。右：三折頁的內頁。此份宣傳單是針對外國觀光客設計，所以在文末特別提供附近的觀光景點。

### (四) 電腦版-遊戲設計

1、電腦軟體：Unity、Phototshop CS6



圖十二：程式首頁



圖十三：程式遊戲說明



圖十四：難易度選擇畫面



圖十五：程式開始遊戲畫面

(圖十二) 遊戲首頁。設定三個按鈕，分別是開始遊戲、遊戲說明及離開遊戲。(圖十三) 遊戲說明。在遊戲一開始提供說明，讓玩家可以順利地操作。(圖十四) 難易度選擇畫面。點選開始遊戲後，分為三個等級，分別是簡單、普通及困難。讓玩家可以

挑戰不同的等級，訓練手眼協調的能力。(圖十五) 程式開始遊戲畫面任選一個等級即可進入遊戲畫面，系統會根據玩家的操作給予不同的評價，與玩家保持互動的關係，而且還搭配有聲音的效果。

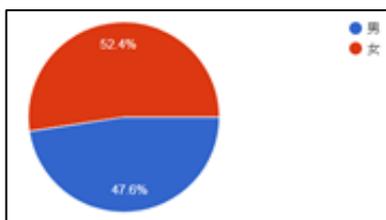
## (五) 問卷調查結果分析

根據研究目的及文獻探討後設計以下的問卷，以 Google 表單的方式發放問卷，樣本為微風廣場市場的消費及週邊的人潮，當日的人潮不多，也大都行色匆匆，所以總共回收有效問卷 63 份，以下為問卷內容及統計分析結果。

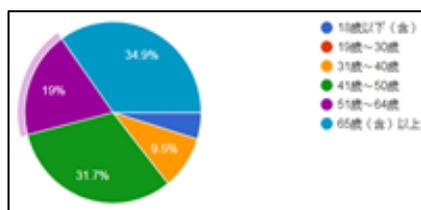
### 1、問卷內容

為了瞭解大眾對於閃電包子鋪的認識及對癲癇病友的看法，包括：為何購買閃電包子的因素、是否支持癲癇病友自立創業等等。希望調查內容可以提供閃電包子鋪未來在行銷的參考，以及瞭解大眾對癲癇病友的認識，並將問卷調查結果分析說明及製作圖表如下：

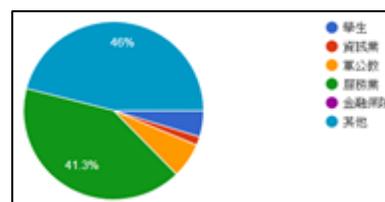
### 2、分析結果



圖十六：樣本性別分析

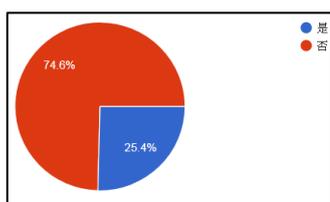


圖十七：年紀比例分析

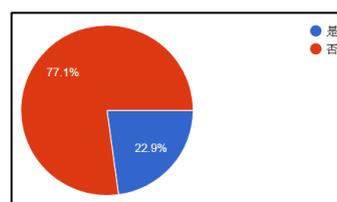


圖十八：職業占比分析

由(圖十六)得知，來這個市集消費的人，且願意接受訪問的人，女性比男性略多由(圖十七)由得知，來這個市集消費的人，且願意接受訪問的人中，年紀在 18 歲以下的人較少，65 歲以上的最多，19~30 歲的人則無。由(圖十八)得知，來這個市集消費的人，且願意接受訪問的人中，職業多半是其它，可能是年紀都屆齡退休階段，其次是服務業，應該是與當日的活動時間是在週三的早晨 7:00~11:30 時段有關。



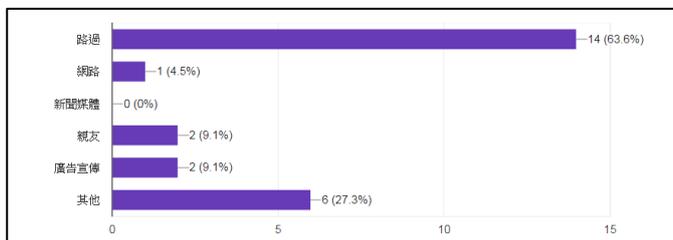
圖十九：知道閃電包子鋪嗎



圖二十：有買過閃電包子鋪的產品嗎

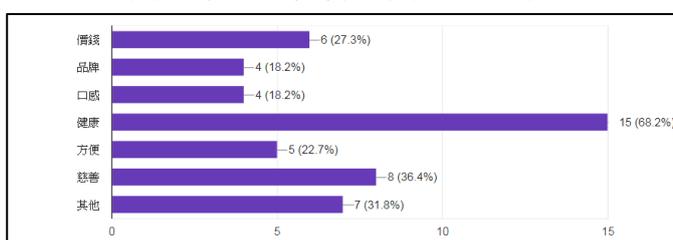
由(圖十九)得知，來這個市集消費的人，且願意接受訪問的人中，發現知道閃電包

子鋪的人相對的少，約占 1/4。在現場擺攤許久，來此消費的消費者也算是固定性消費的特性，如此低的比例，值得再探究。由（圖二十）得知，來這個市集消費的人，且願意接受訪問的人中，知道閃電包子鋪的人佔約 1/4，有買過其產品的又約佔 1/4，相當約 8 人曾消費過。而這 8 人又不見得在這個早晨來消費，所以生意不算好。



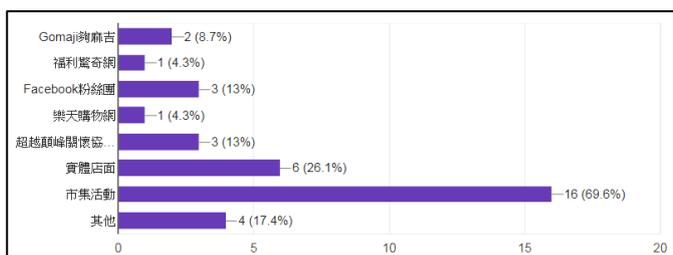
圖二十：如何得知閃電包子鋪

由（圖二十）得知，來這個市集消費的人，且願意接受訪問的人中，以路過發現閃電包子鋪存在居最多，其次是其它，可再探究其原因。



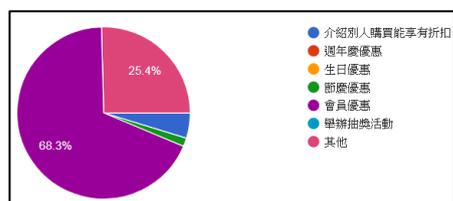
圖二十一：選購閃電包子鋪產品的原因

由（圖二十一）得知，來這個市集消費的人，且願意接受訪問的人中，曾經選購閃電包子的產品，其原因主要是健康，其次是慈善，可見閃電包子鋪的產品特色是消費者選購的最大主因。呼應了蕭先生對其產品的訴求，自然、健康及養生的方向是正確的。



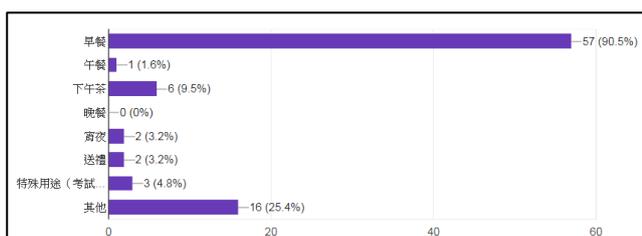
圖二十二：知道那些管道可以買到閃電包子鋪的產品

由（圖二十二）得知，來這個市集消費的人，且願意接受訪問的人中，多數只知道在市集活動買到閃電包子的產品，所以如果有一天，閃電包子鋪不在這裡擺攤了，可能這些消費族群就消失了，會甚為可惜，所以不得不重視這個問題。



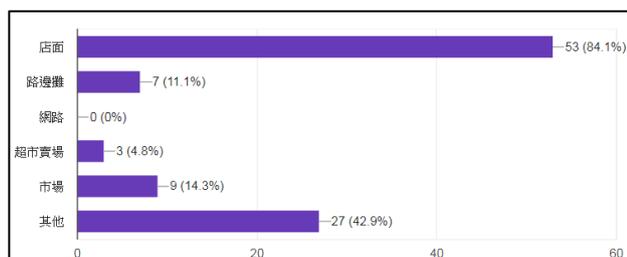
圖二十三：希望閃電包子鋪提供的優惠方案

由（圖二十三）得知，來這個市集消費的人，且願意接受訪問的人中，多數認為會員優惠最好，其次是其它，其它的選項所指在根據當天訪談得知，是無所謂有沒有優惠，想買就買，不會影響選購與否。

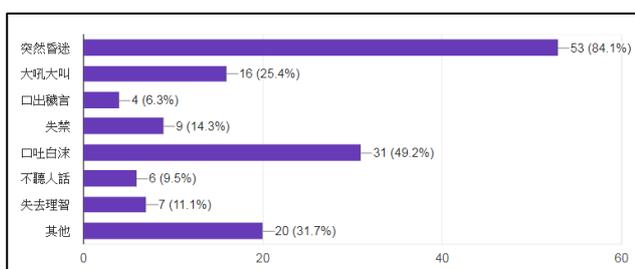


圖二十四：平常買包子饅頭的用途

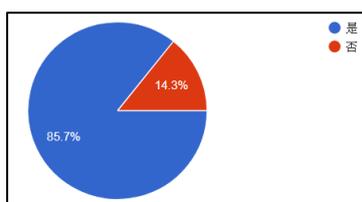
由（圖二十四）得知，來這個市集消費的人，且願意接受訪問的人中，多數的人認為其產品最適合拿來當早餐。因此可以將產品包裝的更適合當早餐的套組，或許能增加銷售額。



圖二十五：平常買包子饅頭的管道為何



圖二十六：所知道的癲癇病友的症狀



圖二十七：願意鼓勵支持癲癇病友獨立創業

由（圖二十五）得知，來這個市集消費的人，且願意接受訪問的人中，多數認為包子饅頭這類產品應該在店面中選購，這可能也能解釋出，為何當日的消費者為何不來選購的原因。

由（圖二十六）得知，來這個市集消費的人，且願意接受訪問的人中，認為會突然昏迷的選項最多，其次的口吐白沫，再來是大吼大叫，其實癲癇病友的症狀每個人都不同，以上的症狀都是有可能會發生的，顯示大家對癲癇確實沒有很認識。

由（圖二十七）得知，來這個市集消費的人，且願意接受訪問的人中，高達百分之九十以上都是支持及鼓勵癲癇病友能夠獨立創業的，所以相信只要產品的特色很成功地傳達出去，又能作好行銷策略的話，應該可以順利地提高銷售額。

## 參、結論

本次論文經過實務研究及與討論後，提出以下幾項結論：

- （一）利用文獻探討法，我們利用網路和相關書籍得知目前閃電包子鋪在 2017 年的媒體曝光率至少有五次，活動的參與度也很頻繁，每週六、日固定在微風廣場市集擺攤。
- （二）訪談調查法：透過多次與閃電包子鋪的社工人員訪談與聯繫，社工人員對於閃電包子鋪的發展相當有心，受限於人力的關係，所以對於目前的整合性行銷希望能有一個簡易的方法去掌握主要的消費族群。
- （三）問卷調查法：本專題於 107 年 2 月實際參與市集活動，帶著自製的紅包袋及春聯前往微風廣場，同時也隨機訪問來市集消費的消費者及周邊的人潮，發現接受訪問的民眾，多數不知道閃電包子鋪。
- （四）本次論文設計出符合社工人員期待的自適應行動網站，建置出購物車的功能，不管是課程或是產品，都可以透過簡單的操作完成選購，付費的方式也可以多樣化。

- (五) 為了提高產品的能見度，我們已設計包子 3D 空間桌機遊戲，同時配上音效，遊戲畫面中運用閃電包子的產品圖，就是希望玩家一邊盯著螢幕看時，也一邊盯著閃電包子鋪的自然、健康及養生的包子，進而產生熟悉感。
- (六) 除了網站及遊戲外，為了更進一步地推廣產品，設計了紅包袋、春聯、三折頁 DIY 活動宣傳單，都企圖營造生活中，閃電包子鋪的產品與我們隨時同在的印象。

本次論文經過實務研究與討論後，提出以下幾點建議：

- (一) 雖然有媒體採訪，也可以透過社群軟體持續地來廣為散播，讓更多人看到這些影片，也可以在市集擺攤時徵求志工，主動宣導讓大家有機會真正發現閃電包子鋪的存在。
- (二) 受限於人力的關係，對於網站與粉絲團的經營可能無法負荷，建議可跟學校單位配合，徵求相關科系的學生來擔任志工，一方面也可以讓學生有機會走入社區，學習付出與關心週遭的人。
- (三) 未來在網站的最新消息發佈的部份，可以設計與粉絲團同步發布消息，如此就能減少經營網路行銷的時間。
- (四) 在人力缺乏的情況下，本次專題設計的紅包袋、春聯、三折頁 DIY 活動宣傳單等原檔，在未來都可以作適時適當地修改，讓大家與閃電包子鋪保持熱絡，又帶著一份新鮮感，就像生活中好朋友的關係。

#### 肆、引註資料

張阿妙 (2015)。專題製作。新北市：龍騰出版社

財團法人高雄市超越巔峰關懷協會。2017 年 10 月 12 日，取自  
<http://www.keapilepsy.org.tw/>

中時電子報。2017 年 10 月 20 日，取自  
<http://www.chinatimes.com/newspapers/20170912000540-260710>

驚奇福利網。2017 年 11 月 2 日，取自  
<https://www.freemart.com.tw/>

閃電包子鋪粉絲團。2017 年 12 月 2 日，取自  
<https://www.facebook.com/lightningbun/>