

FCU



ePaper

逢甲大學學生報告 ePaper

2018 逢甲商圈飲品商機調查

A Survey of the Beverages Market for the Feng Chia Commercial District in 2018

作者：葉治彤、謝佳穎、李佩芸、鄭皓哲、周久閔、王瀚葳、藍宇石、
張家慈、吳宗霖、黃子紘、徐曉筠、江昱緯

系級：統計四乙

學號：D0408505、D0408576、D0408665、D0408529、D0432732、D0433079、D0433005、
D0432715、D0482165、D0482206、D0432983、D0482372

開課老師：王婉倫老師、張育璋老師

課程名稱：統計專題

開課系所：統計學系

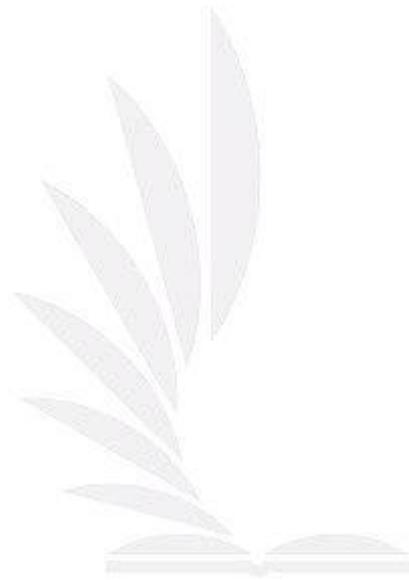
開課學年：107 學年度 第 1 學期



商學院

中文摘要

逢甲商圈中有許多飲料店，販售的飲料種類五花八門。我們歸類出連鎖飲料店以及在地特色飲料店，並且想知道誰能在眾多飲料裡脫穎而出，獲得一致好評並且生意興隆。因此，我們以飲料店為方向，連鎖飲料店以及在地特色飲料店為主軸，去探討顧客在購買飲料時對於店家以及口味選擇的偏好。資料來源是我們以系統抽樣的方式，於11月22至25日(週四至週日)實際至夜市所做的問卷調查。我們先用敘述統計對數據有基本的了解，接著以SPSS軟體進行因素分析、信度分析、卡方檢定與單因子變異數分析，以了解不同性別、年齡等客群，在飲料選擇上的偏好，及其他可以帶給店家的有用訊息。結果顯示，最受歡迎的飲料店，第一名為五十嵐，第二名為大苑子；在地特色飲料店，大家最推薦的第一名為超好喝木瓜牛奶，第二名則為斜角巷。台中市民比起中部其他縣市，有更高比例的人希望可以在5分鐘以內拿到所購買的飲料；較有耐心的客人比起較沒有耐心的客人，對於夜市飲料口味的獨特性感到更滿意。

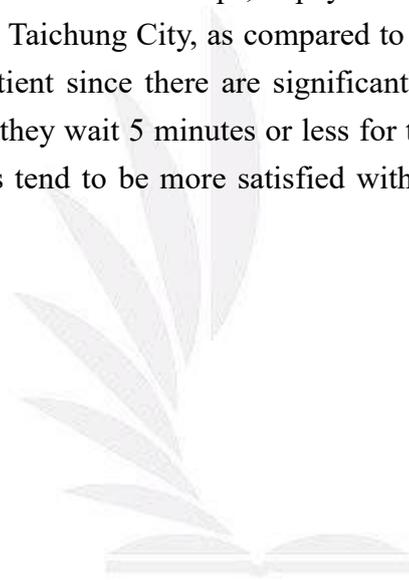


關鍵字：逢甲商圈、飲料、連鎖飲料店、在地特色飲料店、信度分析、卡方檢定、單因子變異數分析

Abstract

There are a lot of beverage shops in the Feng Chia Commercial District, and they sell a variety of drinks. We divide all the beverage shops into local shops with their featured drinks and chain shops. In the current study, we wonder whether customers prefer local or chain beverage shops. In addition, we investigate whether brand or flavor plays an important role in the beverage shopping behavior of the customers in the Feng Chia night market. To achieve the purpose, a survey of questionnaire was conducted using the systematic sampling during Nov. 22 to 25 in the night market.

The data are first summarized using descriptive statistics. To understand the preference of drinks over different gender, age and so on, and to find some useful information for stores, we conducted the factor analysis, reliability, cross analysis, chi-square test, and analysis of variance. As a result, the most popular beverage shop in the Feng Chia night market is 50 lan, while Da Yung's Tea is the second. As for the local drink shops, Papaya Milk and The Alley rank number 1 and 2 in our survey. People from the Taichung City, as compared to people from other counties in the central part of Taiwan, are less patient since there are significantly higher percentage of people from the Taichung City indicate that they wait 5 minutes or less for their drinks. In addition, our results show that more patient customers tend to be more satisfied with the unique flavor of drinks in the Feng Chia night market.



Keyword: Feng Chia Commercial District, drinks/beverages, chain drink shops, local drink shops, chi-square test, reliability, analysis of variance

目次

第一章、緒論	16
第一節、動機與目的	16
第二節、研究流程	16
第二章、店家調查資料	17
第一節、店家調查範圍分配	17
第二節、店家編號	18
第三節、店家調查結果	19
第三章、流量調查	31
第一節、流量調查內容	31
第二節、流量調查結果	32
第四章、問卷分析	34
第一節、問卷內容	34
第二節、敘述統計	38
第三節、因素分析與信度分析	116
第四節、交叉分析與卡方檢定	132
第五節、單因子變異數分析	142
第五章、結論	145
第六章、參考文獻	147
第七章、附錄	148

圖目錄

圖(1) 店家調查範圍.....	17
圖(2) B組店家調查範圍.....	17
圖(3) 逢甲商圈調查比例圖.....	19
圖(4) 歡樂星店家比例圖.....	19
圖(5) 逢甲路店家比例圖.....	20
圖(6) 福星路店家比例圖.....	20
圖(7) 文華路店家比例圖.....	21
圖(8) 文華路永新巷店家比例圖.....	21
圖(9) 屋台街店家比例圖.....	22
圖(10) 慶和街店家比例圖.....	22
圖(11) 至善路店家比例圖.....	23
圖(12) 逢甲商圈店家類別分布比例圖(A組).....	23
圖(13) 逢甲商圈店家類別比例圖(A、B組).....	24
圖(14) 逢甲夜市店家類別分布長條圖(A、B組).....	24
圖(15) 逢甲商圈食物與飲料店比例圖.....	25
圖(16) 逢甲商圈食物與飲料店數量長條圖.....	25
圖(17) 各條路(街)飲料店比例圖.....	26
圖(18)各條路(街)飲料店數量長條圖.....	26
圖(19) 逢甲特色飲料店粉絲專頁按讚數.....	29
圖(20) 網路溫度計飲料排行圖.....	29
圖(21) B組範圍圖.....	31
圖(22) B組流量折線圖.....	33
圖(23) 商品具獨特性長條圖.....	38
圖(24) 商品具獨特性圓餅圖.....	38
圖(25) 商品具多樣化長條圖.....	39
圖(27) 商品價格低廉長條圖.....	40
圖(28) 商品價格低廉圓餅圖.....	40

圖(29) 商品品質可靠長條圖.....	41
圖(30) 商品品質可靠圓餅圖.....	41
圖(31) 商品款式新潮長條圖.....	42
圖(32) 商品款式新潮圓餅圖.....	42
圖(33) 商家服務態度親切長條圖.....	43
圖(34) 商家服務態度親切圓餅圖.....	43
圖(35) 商家提供售後服務長條圖.....	44
圖(26) 商品具多樣化圓餅圖.....	44
圖(36) 商家提供售後服務圓餅圖.....	44
圖(37) 食物便宜長條圖.....	45
圖(38) 食物便宜圓餅圖.....	45
圖(39) 食物好吃長條圖.....	46
圖(40) 食物好吃圓餅圖.....	46
圖(41) 食物乾淨衛生長條圖.....	47
圖(42) 食物乾淨衛生圓餅圖.....	47
圖(43) 排隊購物井然有序長條圖.....	48
圖(44) 排隊購物井然有序圓餅圖.....	48
圖(45) 停車方便長條圖.....	49
圖(46) 停車方便圓餅圖.....	49
圖(47) 整體印象良好長條圖.....	50
圖(48) 整體印象良好圓餅圖.....	50
圖(49) 有再次前來消費的意願長條圖.....	51
圖(50) 有再次前來消費的意願圓餅圖.....	51
圖(51) 口味的獨特性長條圖.....	52
圖(52) 口味的獨特性圓餅圖.....	52
圖(53) 包裝的獨特性長條圖.....	53
圖(54) 包裝的獨特性圓餅圖.....	53
圖(55) 話題性高長條圖.....	54
圖(56) 話題性高圓餅圖.....	54

圖(57) 排隊人潮多長條圖.....	55
圖(58) 排隊人潮多圓餅圖.....	55
圖(59) 店家優惠活動長條圖.....	56
圖(60) 店家優惠活動圓餅圖.....	56
圖(61) 受訪者會在逢甲商圈購買飲料長條圖.....	57
圖(62) 偏好在連鎖飲料店或逢甲特色飲料店消費長條圖.....	58
圖(63) 偏好在連鎖飲料店或逢甲特色飲料店消費圓餅圖.....	58
圖(64) 受訪者喝過逢甲飲料長條圖.....	59
圖(65) 2-4-1 長條圖.....	60
圖(66) 2-4-1 圓餅圖.....	60
圖(67) 2-4-2 長條圖.....	61
圖(68) 2-4-2 圓餅圖.....	61
圖(69) 2-4-3 長條圖.....	62
圖(70) 2-4-3 圓餅圖.....	62
圖(71) 2-4-4 長條圖.....	63
圖(72) 2-4-4 圓餅圖.....	63
圖(73) 2-4-5 長條圖.....	64
圖(74) 2-4-5 圓餅圖.....	64
圖(75) 2-4-6 長條圖.....	65
圖(76) 2-4-6 圓餅圖.....	65
圖(77) 2-4-7 長條圖.....	66
圖(78) 2-4-7 圓餅圖.....	66
圖(79) 2-4-8 長條圖.....	67
圖(80) 2-4-8 圓餅圖.....	67
圖(81) 2-4-9 長條圖.....	68
圖(82) 2-4-9 圓餅圖.....	68
圖(83) 2-4-10 長條圖.....	69
圖(84) 2-4-10 圓餅圖.....	69
圖(85) 2-4-11 長條圖.....	70

圖(86) 2-4-11 圓餅圖	70
圖(87) 2-4-12 長條圖	71
圖(88) 2-4-12 圓餅圖	71
圖(89) 2-4-13 長條圖	72
圖(90) 2-4-13 圓餅圖	72
圖(91) 2-4-14 長條圖	73
圖(92) 2-4-14 圓餅圖	73
圖(93) 2-4-15 長條圖	74
圖(94) 2-4-15 圓餅圖	74
圖(95) 2-4-16 長條圖	75
圖(96) 2-4-16 圓餅圖	75
圖(97) 2-4-17 長條圖	76
圖(98) 2-4-17 圓餅圖	76
圖(99) 2-4-18 長條圖	77
圖(100) 2-4-18 圓餅圖	77
圖(101) 2-4-19 長條圖	78
圖(102) 2-4-19 圓餅圖	78
圖(103) 2-4-20 長條圖	79
圖(104) 2-4-20 圓餅圖	79
圖(105) 2-4-21 長條圖	80
圖(106) 2-4-21 圓餅圖	80
圖(107) 2-4-22 長條圖	81
圖(108) 2-4-22 圓餅圖	81
圖(109) 您最推薦的飲料店家長條圖.....	83
圖(110) 2-6-1 次數長條圖	84
圖(111) 2-6-1 次數圓餅圖	84
圖(112) 2-6-2 次數長條圖	85
圖(113) 2-6-2 次數圓餅圖	85
圖(114) 2-6-3 次數長條圖	86

圖(115) 2-6-3 次數圓餅圖	86
圖(116) 2-6-4 次數長條圖	87
圖(117) 2-6-4 次數圓餅圖	87
圖(118) 2-6-5 次數長條圖	88
圖(119) 2-6-5 次數圓餅圖	88
圖(120) 2-6-6 次數長條圖	89
圖(121) 2-6-6 次數圓餅圖	89
圖(122) 2-6-7 次數長條圖	90
圖(123) 2-6-7 次數圓餅圖	90
圖(124) 2-6-8 次數長條圖	91
圖(125) 2-6-8 次數圓餅圖	91
圖(126) 2-6-9 次數長條圖	92
圖(127) 2-6-9 次數圓餅圖	92
圖(128) 2-6 全部選項長條圖	93
圖(129) 購買一杯飲料金額長條圖.....	94
圖(130) 購買一杯飲料金額圓餅圖.....	94
圖(131) 願意等待時間長條圖.....	95
圖(132) 願意等待時間圓餅圖.....	95
圖(133) 在逢甲商圈飲品的哪種行銷手法會吸引您前來購買的長條圖.....	96
圖(134) 在逢甲商圈飲品的哪種行銷手法會吸引您前來購買的圓餅圖.....	96
圖(135) 3-1-1 次數長條圖	97
圖(136) 3-1-1 圓餅圖	97
圖(137) 3-1-2 次數長條圖	98
圖(138) 3-1-2 圓餅圖	98
圖(139) 3-1-3 次數長條圖	99
圖(140) 3-1-3 圓餅圖	99
圖(141) 3-1-4 次數長條圖	100
圖(142) 3-1-4 圓餅圖	100
圖(143) 3-1-5 次數長條圖	101

圖(144) 3-1-5 圓餅圖	101
圖(145) 3-1-6 次數長條圖	102
圖(146) 3-1-6 圓餅圖	102
圖(147) 受訪者至逢甲商圈使用的交通工具長條圖.....	103
圖(148) 受訪者至逢甲商圈使用的交通工具圓餅圖.....	103
圖(149) 受訪者花多久時間至逢甲商圈長條圖.....	104
圖(150) 受訪者花多久時間至逢甲商圈圓餅圖.....	104
圖(151) 受訪者居住地縣市長條圖.....	105
圖(152) 受訪者居住地縣市圓餅圖.....	105
圖(153) 受訪者居住其他縣市長條圖.....	106
圖(154) 受訪者居住其他縣市圓餅圖.....	106
圖(155) 受訪者年齡長條圖.....	107
圖(156) 受訪者年齡圓餅圖.....	107
圖(157) 受訪者消費金額長條圖.....	108
圖(158) 受訪者消費金額圓餅圖.....	108
圖(159) 受訪者是否有住宿在附近的旅館或日租套房長條圖.....	109
圖(160) 受訪者是否有住宿在附近的旅館或日租套房圓餅圖.....	109
圖(161) 受訪者最常使用的手機電信業者長條圖.....	111
圖(162) 受訪者最常使用的手機電信業者圓餅圖.....	111
圖(163) 受訪者是否願意提供手機前七碼長條圖.....	112
圖(164) 受訪者是否願意提供手機前七碼圓餅圖.....	112
圖(165) 受訪者使用的手機是智慧型手機長條圖.....	113
圖(166) 受訪者使用的手機是智慧型手機圓餅圖.....	113
圖(167) 受訪者同遊人數(含受訪者)長條圖.....	114
圖(168) 受訪者同遊人數(含受訪者)圓餅圖.....	114
圖(169) 受訪者性別長條圖.....	115
圖(170) 受訪者性別圓餅圖.....	115
圖(171) 陡坡圖.....	120
圖(172) 陡坡圖.....	128

表目錄

表(1) B組分配人員名單	18
表(2) 商品分類表.....	18
表(3) 商品具獨特性次數表.....	38
表(4) 商品具多樣化.....	39
表(5) 商品價格低廉.....	40
表(6) 商品品質可靠次數表.....	41
表(7) 商品款式新潮次數表.....	42
表(8) 商家服務態度親切次數表.....	43
表(9) 商家提供售後服務次數表.....	44
表(10) 食物便宜.....	45
表(11) 食物好吃次數表.....	46
表(12) 食物乾淨衛生.....	47
表(13) 排隊購物井然有序次數表.....	48
表(14) 停車方便次數表.....	49
表(15) 整體印象良好次數表.....	50
表(16) 有再次前來消費的意願次數表.....	51
表(17) 口味的獨特性次數表.....	52
表(18) 包裝的獨特性次數表.....	53
表(19) 話題性高次數表.....	54
表(20) 排隊人潮多次數表.....	55
表(21) 店家優惠活動次數表.....	56
表(22) 受訪者會在逢甲商圈購買飲料次數表.....	57
表(23) 偏好在連鎖飲料店或逢甲特色飲料店消費次數表.....	58
表(24) 受訪者喝過逢甲飲料次數表.....	59
表(25) 2-4-1 次數表	60
表(26) 2-4-2 次數表	61
表(27) 2-4-3 次數表	62

表(28) 2-4-4 次數表	63
表(29) 2-4-5 次數表	64
表(30) 2-4-6 次數表	65
表(31) 2-4-7 次數表	66
表(32) 2-4-8 次數表	67
表(33) 2-4-9 次數表	68
表(34) 2-4-10 次數表	69
表(35) 2-4-11 次數表	70
表(36) 2-4-12 次數表	71
表(37) 2-4-13 次數表	72
表(38) 2-4-14 次數表	73
表(39) 2-4-15 次數表	74
表(40) 2-4-16 次數表	75
表(41) 2-4-17 次數表	76
表(42) 2-4-18 次數表	77
表(43) 2-4-19 次數表	78
表(44) 2-4-20 次數表	79
表(45) 2-4-21 次數表	80
表(46) 2-4-22 次數表	81
表(47) 受訪者曾經喝過逢甲商圈的其他飲料次數表.....	82
表(48) 您最推薦的飲料店家次數表.....	83
表(49) 2-6-1 次數表	84
表(50) 2-6-2 次數表	85
表(51) 2-6-3 次數表	86
表(52) 2-6-4 次數表	87
表(53) 2-6-5 次數表	88
表(54) 2-6-6 次數表	89
表(55) 2-6-7 次數表	90
表(56) 2-6-8 次數表	91

表(57) 2-6-9 次數表	92
表(58) 2-6 全部選項次數表	93
表(59) 購買一杯飲料金額次數表.....	94
表(60) 願意等待時間次數表.....	95
表(61) 在逢甲商圈飲品的哪種行銷手法會吸引您前來購買的次數表.....	96
表(62) 3-1-1 次數表	97
表(63) 3-1-2 次數表	98
表(64) 3-1-3 次數表	99
表(65) 3-1-4 次數表	100
表(66) 3-1-5 次數表	101
表(67) 3-1-6 次數表	102
表(68) 受訪者至逢甲商圈使用的交通工具次數表.....	103
表(69) 受訪者花多久時間至逢甲商圈次數表.....	104
表(70) 受訪者居住地縣市次數表.....	105
表(71) 受訪者居住其他縣市次數表.....	106
表(72) 受訪者年齡次數表.....	107
表(73) 受訪者消費金額次數表.....	108
表(74) 受訪者是否有住宿在附近的旅館或日租套房次數表.....	109
表(75) 受訪者住宿地點次數表.....	110
表(76) 受訪者住宿其他旅館次數表.....	110
表(77) 受訪者住宿日租套房單日費用次數表.....	110
表(78) 受訪者最常使用的手機電信業者次數表.....	111
表(79) 受訪者是否願意提供手機前七碼次數表.....	112
表(80) 受訪者使用的手機是智慧型手機次數表.....	113
表(81) 受訪者同遊人數(含受訪者)次數表.....	114
表(82) 受訪者性別次數表.....	115
表(83) KMO 與 Bartlett 檢定表.....	118
表(84) 第一部分共同性分析.....	118
表(85) 解說變異量表.....	119

表(86) 旋轉成分矩陣表.....	121
表(87) 統整三因素表.....	122
表(88) 第一部分全部變數可靠性統計資料.....	123
表(89) 全項目總計統計資料表.....	123
表(90) 可靠性統計資料表.....	124
表(91) 因素一項目統計資料表.....	124
表(92) 可靠性統計資料表.....	124
表(93) 因素二項目統計資料表.....	125
表(94) 可靠性統計資料表.....	125
表(95) 因素三項目統計資料表.....	125
表(96) 因素構面及效度與信度整理表.....	126
表(97) KMO 與 Bartlett 檢定表.....	127
表(98) 第二部分共同性分析.....	127
表(99) 解說變異量表.....	128
表(100) 旋轉成分矩陣表.....	129
表(101) 統整因素表.....	129
表(102) 第二部分第一大題可靠性統計資料表.....	130
表(103) 因素可靠性統計資料表.....	130
表(104) 因素項目統計資料表.....	130
表(105) 因素構面及效度與信度整理表.....	131
表(106) 等待時間與居住縣市交叉表.....	134
表(107) 等待時間與居住縣市卡方表.....	134
表(108) 等待時間與性別交叉表.....	135
表(109) 等待時間與性別卡方表.....	135
表(110) 居住地區與飲料金額交叉表.....	136
表(111) 居住地區與飲料金額卡方表.....	136
表(112) 目前的居住地(非戶籍地)縣市與來到逢甲商圈大約花多少交通時間交叉表.....	137
表(113) 目前的居住地(非戶籍地)縣市與來到逢甲商圈大約花多少交通時間卡方表.....	137
表(114) 受訪者性別與購買一杯飲料金額交叉表.....	138

表(115) 受訪者性別與購買一杯飲料金額卡方表.....	138
表(116) 年紀與購買一杯飲料金額交叉表.....	139
表(117) 年紀與購買一杯飲料金額卡方表.....	139
表(118) 性別與哪一種促銷活動最能增加購買欲望交叉表.....	140
表(119) 性別與哪一種促銷活動最能增加購買欲望卡方表.....	140
表(120) 促銷活動與交通工具交叉表.....	141
表(121) 促銷活動與交通工具卡方表.....	141
表(122) 影響購買飲料動機的同意程度與等待時間之變異數分析表.....	142
表(123) 等待時間與 a. 口味的獨特性之事後檢定表.....	143
表(124) 等待時間與 b. 包裝的獨特性之事後檢定表.....	144



第一章、緒論

第一節、動機與目的

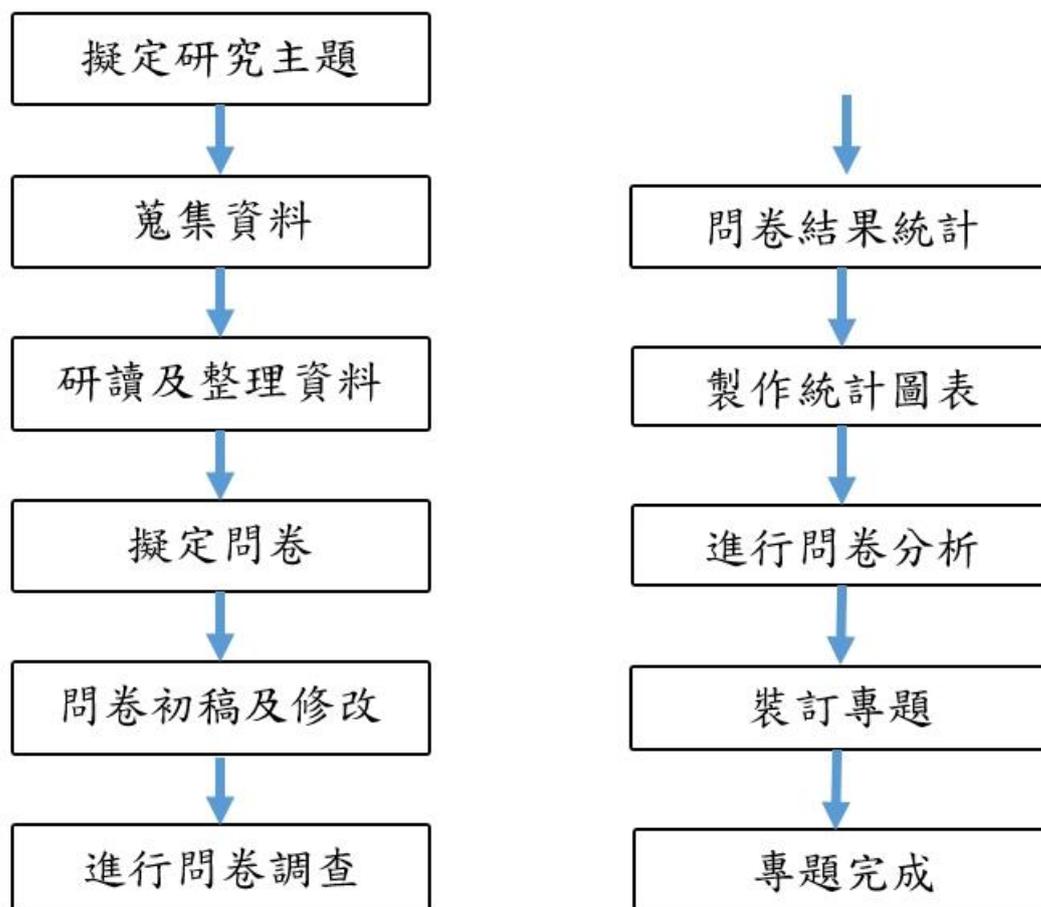
1、研究動機

台灣以夜市文化著稱，其中，逢甲夜市為台灣十大夜市之一，而講到夜市，最常被拿來討論的便是飲食了，可以說是夜市的命脈，我們希望透過同類型商品間的競爭，來看到底哪些店家在這極度的競爭環境下，能成為真正的夜市霸主。

2、研究目的

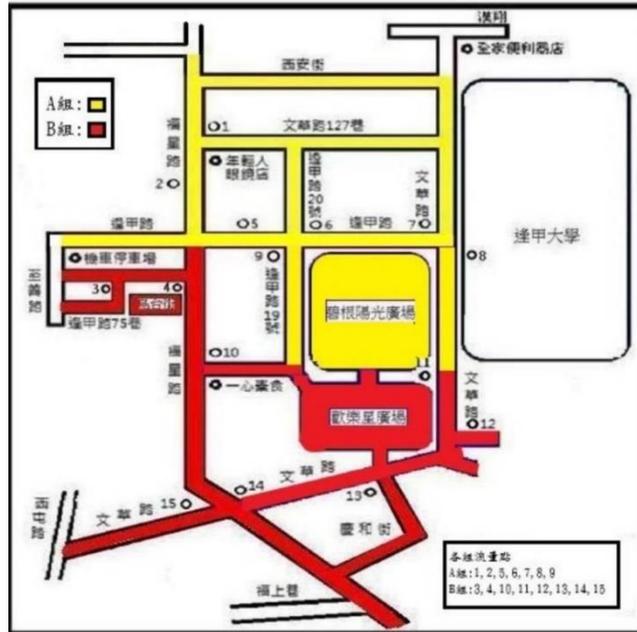
在各式各樣的飲品裡，為了逢甲的在地特色飲料以及連鎖飲料店，我們希望藉由問卷調查以及數據分析，來取得資訊，消費者來逢甲購買飲料的時候，會不會因為在地特色飲料而增加購買欲望，又或者說是因為在地特色飲料才選擇來此購買，藉由購買特色飲料與購買連鎖飲料的數據相比，我們取得資訊說消費者比較傾向的是購買在地特色飲料還是連鎖飲料。

第二節、研究流程



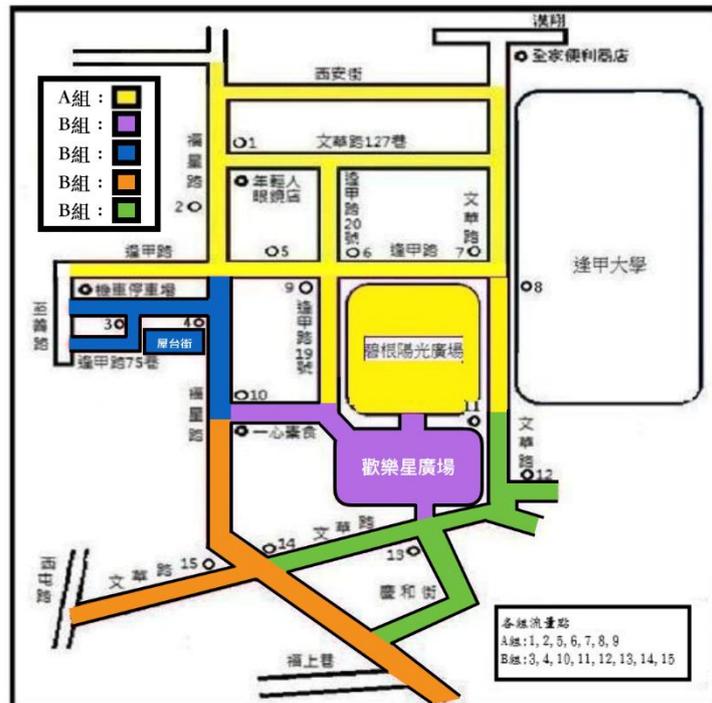
第二章、店家調查資料

第一節、店家調查範圍分配



圖(1) 店家調查範圍

紅色的部分是我們B組所負責的區域，我們把這組負責的範圍拆成四個區域，三個人為一組進行店家調查。



圖(2) B組店家調查範圍

表(1) B組分配人員名單

路名	顏色	負責人員		
歡樂星+文華路+福星路+逢甲路	紫色	謝佳穎	徐曉筠	藍宇石
文華路+慶和街	綠色	王瀚葳	江昱緯	吳宗霖
福星路+文華路	橘色	鄭皓哲	周久閔	葉治彤
屋台街+逢甲路+至善路+福星路	藍色	黃子紘	李佩芸	張家慈

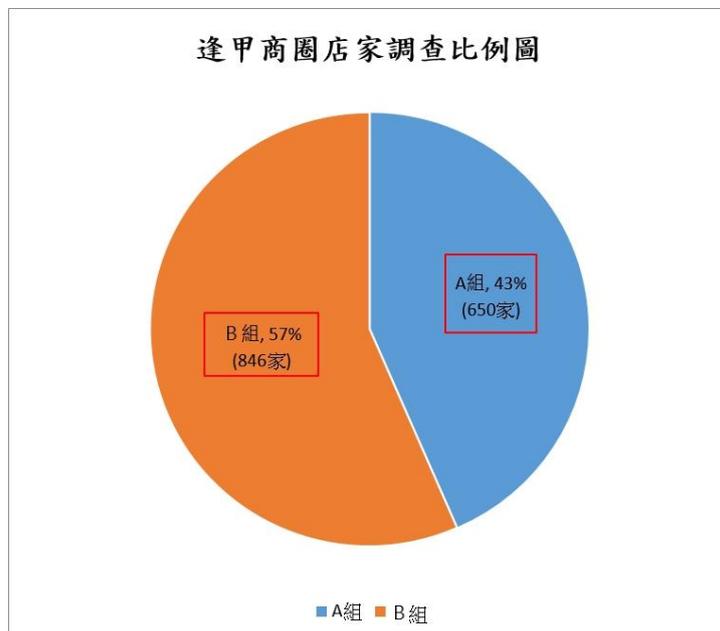
第二節、店家編號

道路沿街為"000-門牌號"，逢甲路 20 巷"020-門牌號"，逢甲路 20 巷 28 弄"020_028_門牌號"，若逢甲路 20 巷 28 弄門牌號為 1 則"020_028_1"，若此門牌號包含兩間以上的店面，則"020_028_1_1"，以此類推。若為多舖(如屋台街)，若有商場特定編號，以之為主，若無特定編號，則自行編流水號。

表(2) 商品分類表

分類代號	名稱	主要商品
a	服飾	衣服、褲子
b	飾品	項鍊、耳環
c	配件	包包、皮帶、皮夾
d	鞋子	各類鞋類
e	生活雜貨	寶雅、賣場、雨傘、鑰匙圈、十元商品店、便利商店、襪子店、玩具店、玩偶店 ex：格子趣、儂儂(口罩、襪子、安全帽、髮夾)
f	醫療保健	藥局、診所、藥妝店 藥妝店採用一般定義為有藥師駐守之場所 Ex：屈臣氏、康是美等為藥妝店
g	美妝店	化妝品、保養品、假睫毛、指甲彩繪、美容
h	通訊	手機、電信
i	眼鏡行	路邊攤眼鏡、仁愛眼鏡(小林、年輕人)
j	髮廊	
k	餐飲	餐廳、飲品、伙食店、糧食店
l	遊樂場	投幣型遊戲機、夾娃娃機
m	住宿	
n	未出租	
o	其它	寵物店、軍用品店、塔羅牌、唱片行、倉庫

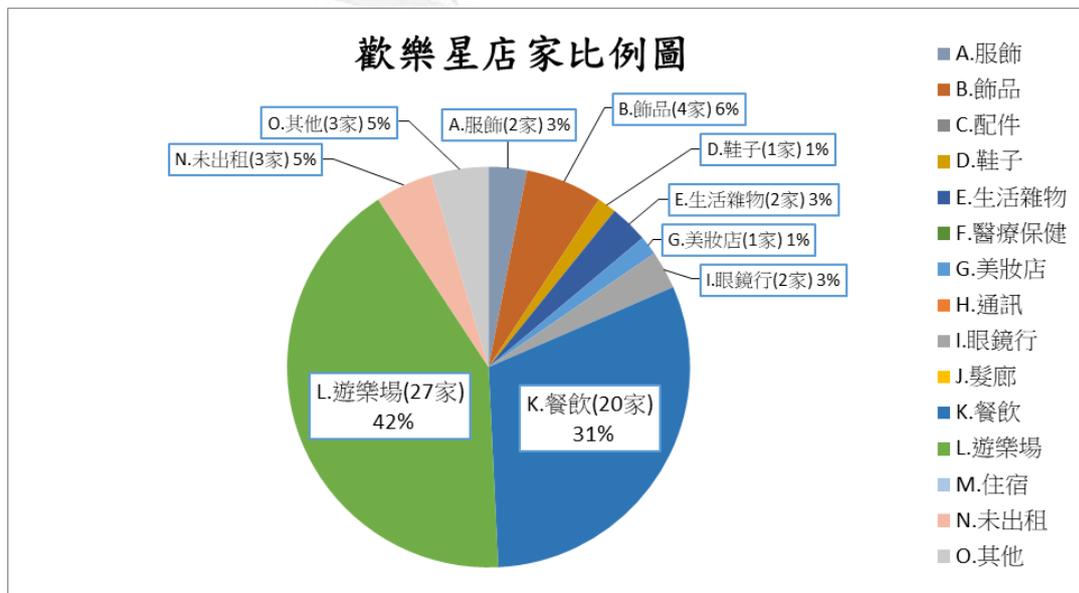
第三節、店家調查結果



圖(3) 逢甲商圈調查比例圖

在此次商家調查中，將逢甲商圈劃分為 A、B 兩組。且經由此次商家調查之數據，可看出有 57% 的商家聚集在 B 組之範圍內，其中 B 組商家比例比 A 組高，可能與夜市商家大多聚集於 B 組部分有關聯。

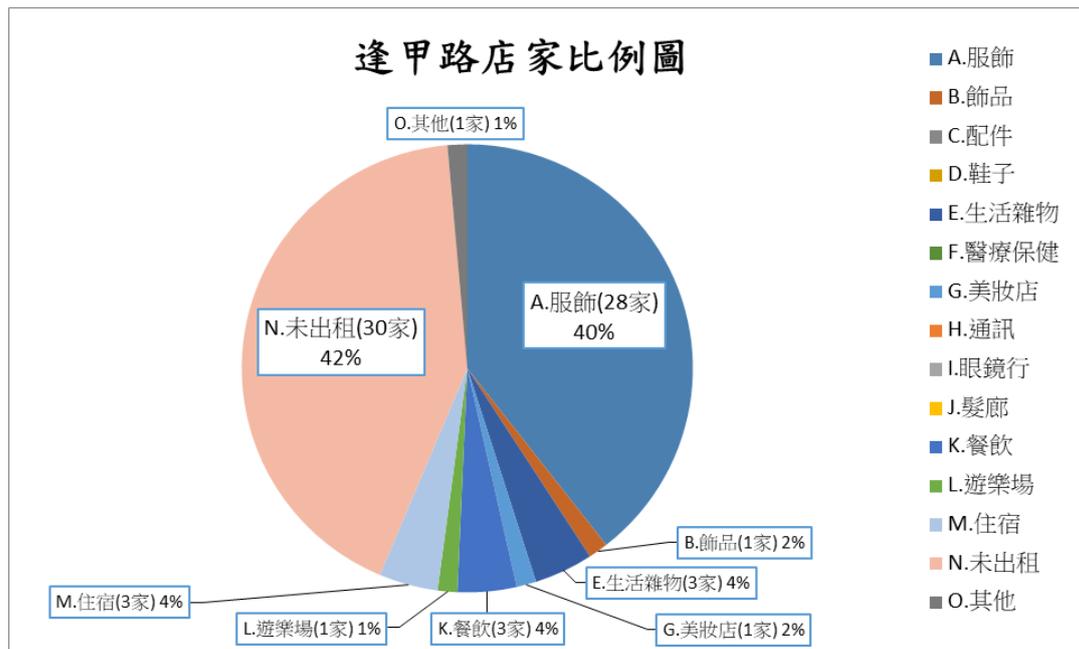
歡樂星



圖(4) 歡樂星店家比例圖

從歡樂星店家比例圖可看出，比例最多的為「遊樂場(L) 42%」再來為「餐飲(K) 31%」，其餘皆為零星數量。由此可得知，前往歡樂星之遊客主要目的為用餐與娛樂方面。

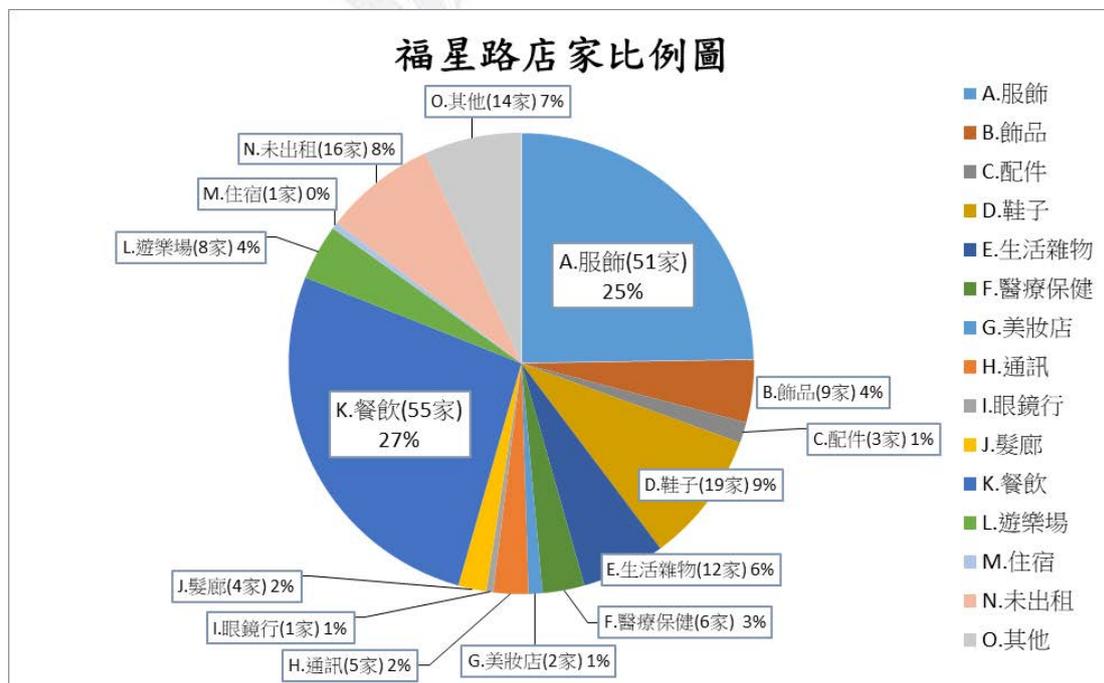
逢甲路



圖(5) 逢甲路店家比例圖

在所有商家比例中，以「未出租(N) 42%」為最多，其次是「服飾(A) 40%」，其中未出租店家之比例如此龐大可能是租金過高，又或是其餘因素所導致。

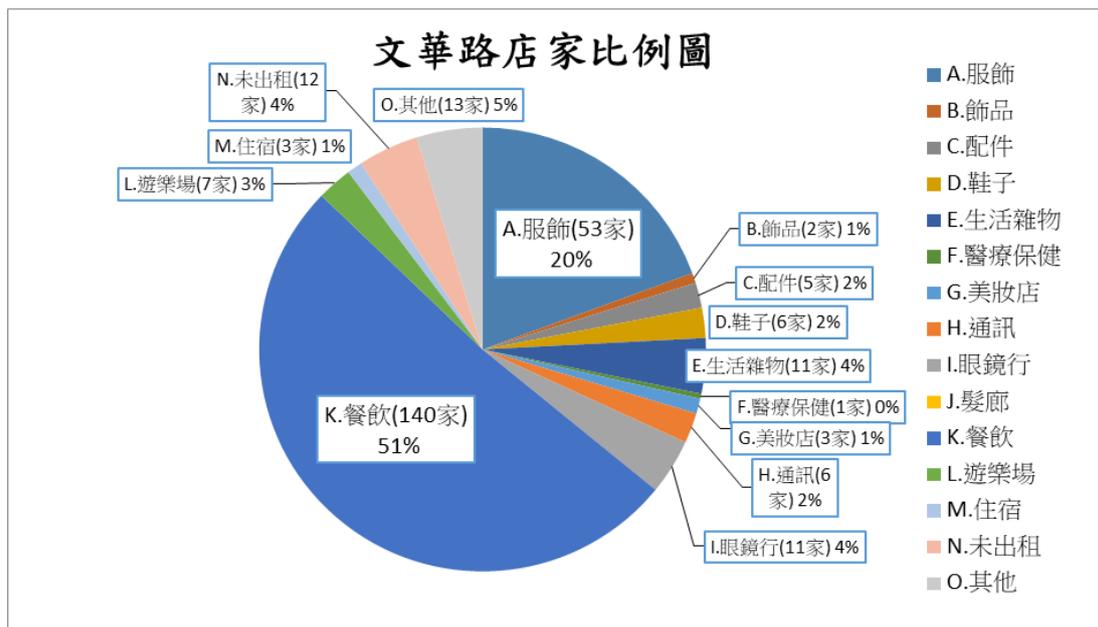
福星路



圖(6) 福星路店家比例圖

從上方圓餅圖可看出福星路之店家比例，其中又以「餐飲(K) 27%」最多，再來為「服飾(A) 25%」。若將其餘零星分類來比較，最多的為「鞋子(D) 9%」，由此可知福星路之商家以服飾類與餐飲類為大宗。

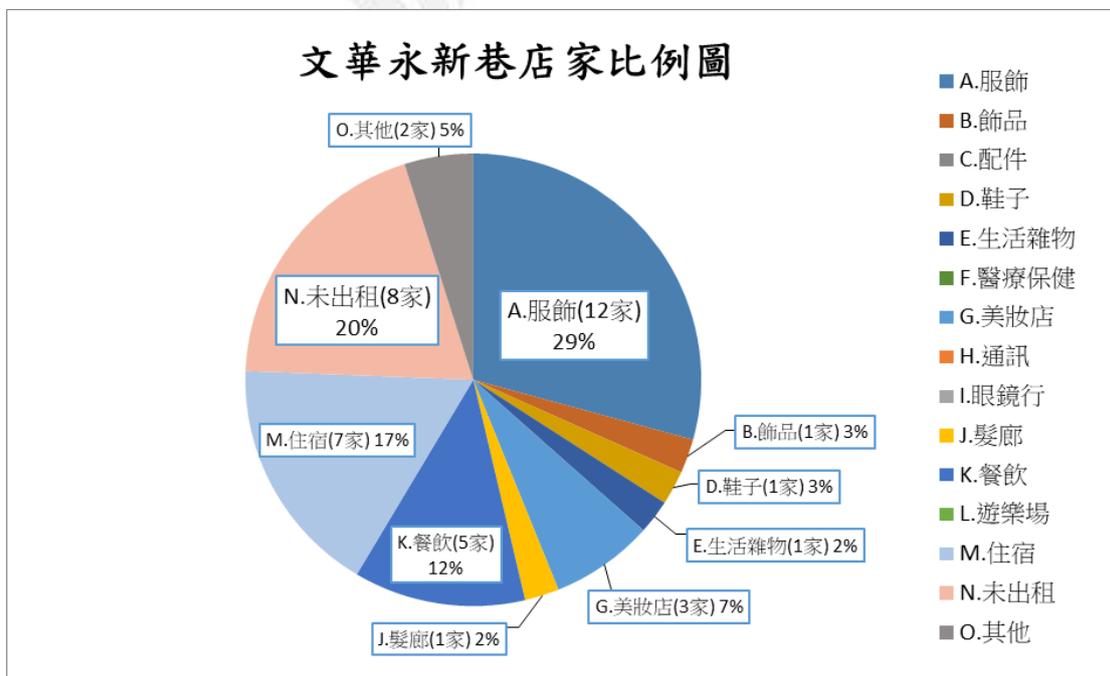
文華路



圖(7) 文華路店家比例圖

很明顯從圖中知道餐飲業(K)佔了一半的部分，接著是服飾(A)，雖然只有餐飲的一半，但整體來說已經是很高的了，剩下的類別皆在 10%以內。

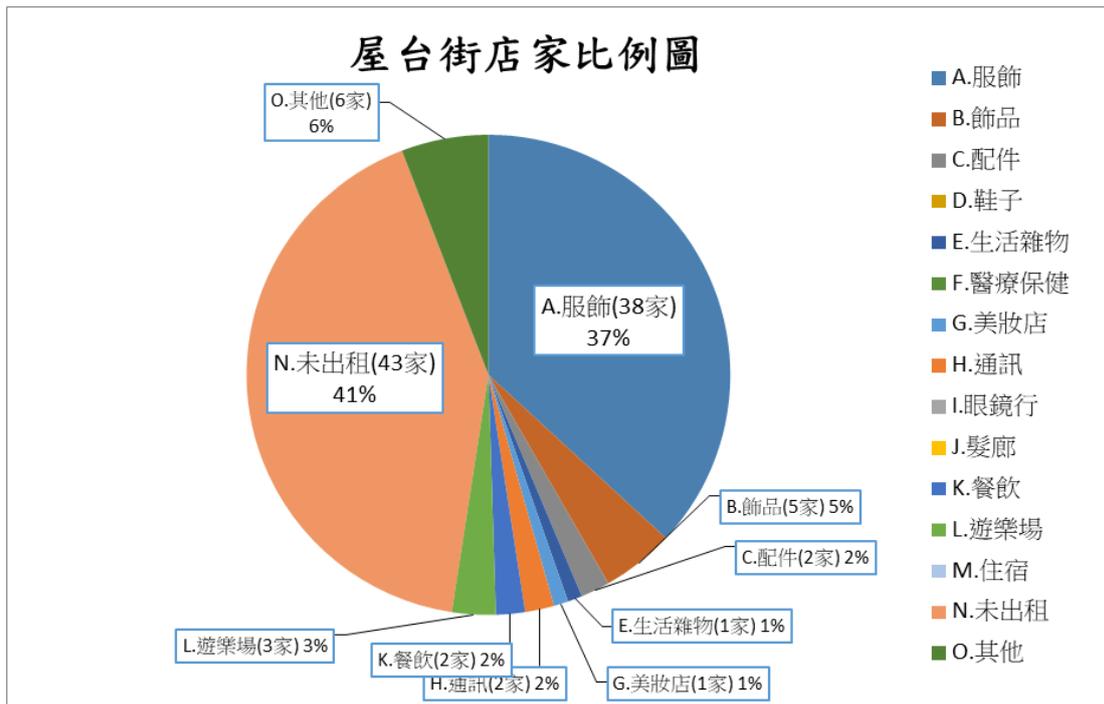
文華路永新巷



圖(8) 文華路永新巷店家比例圖

由於永新巷裡的店家也很多，所以我們把他從文華路拉出來計算。主要以服飾(A)、未出租(N)以及住宿(M)佔大多數，在這邊餐飲(K)反而沒有佔大多數，只有 12%，可以知道永新巷並不是以餐飲為主的區域。

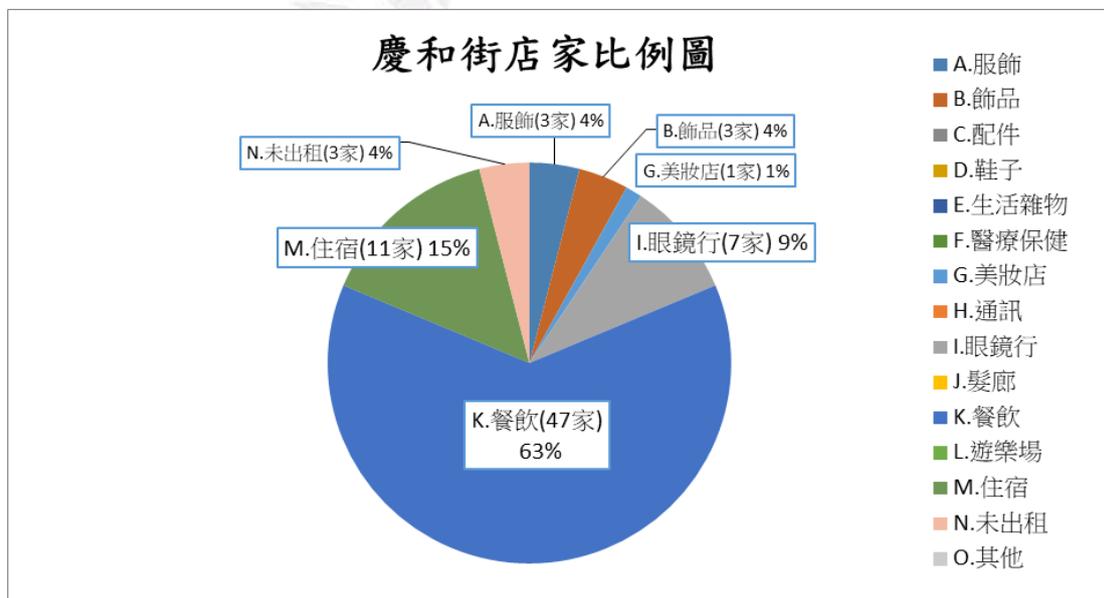
屋台街



圖(9) 屋台街店家比例圖

以未出租(N)以和服飾(A)為主，然而飾品(B)比餐飲(K)高出了3%，可見並不是以餐飲為主的一個區域，其他類別比例不重，但分布還算是平均。

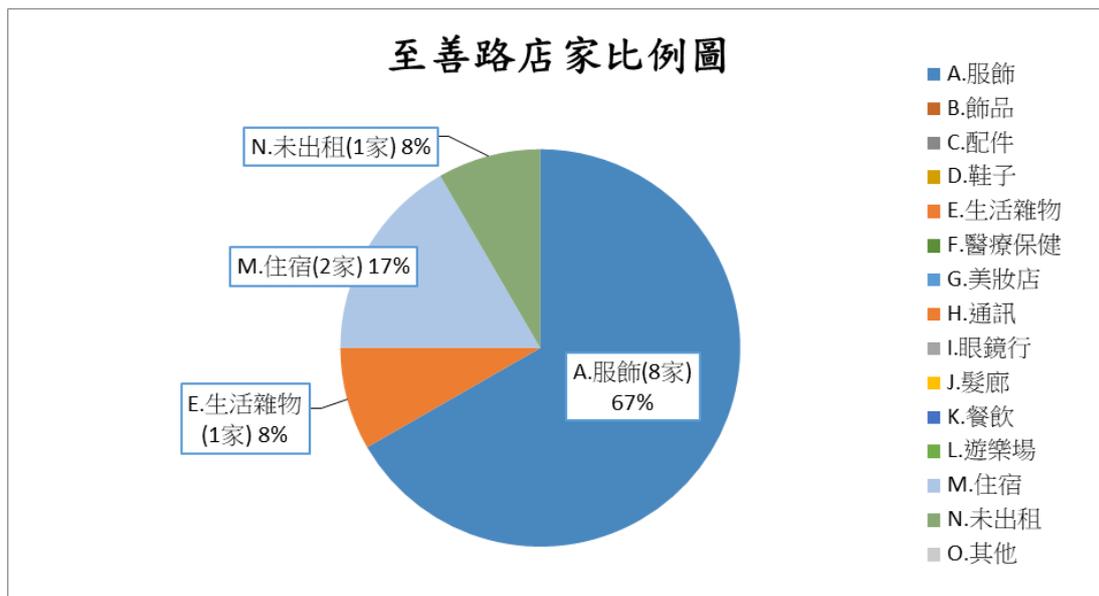
慶和街



圖(10) 慶和街店家比例圖

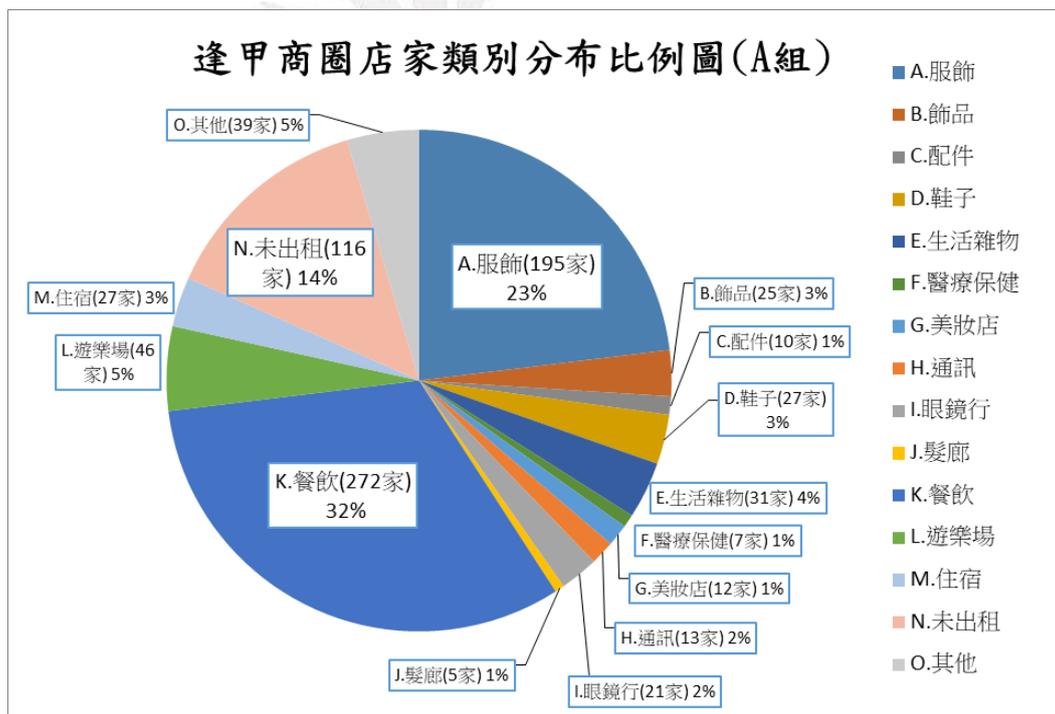
由圖我們可得知，餐飲(K)佔63%是比例最高的，佔了一半以上，其餘類別以住宿(M)15%和眼鏡行(I)9%佔據較多，令我們意外的是原本以為服飾(A)店家數會佔蠻多，結果眼鏡行(I)還比服飾(A)高出5%，顯示出慶和街店家特殊的分布型態。

至善路



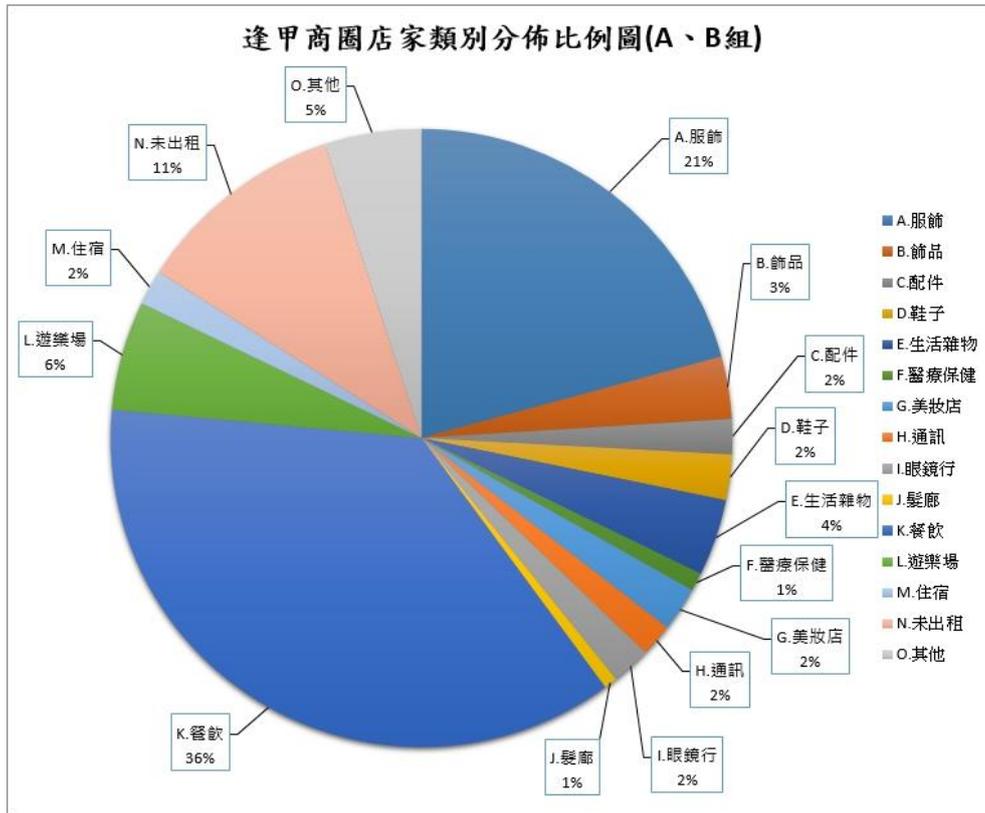
圖(11) 至善路店家比例圖

至善路的店家僅分類為四類，種類並不多元，其中又以服飾(A)占 67%為最大宗，其次為住宿(M)，其餘由生活購物(E)和未出租(N)平分。其中值得關注的是這個區域沒有任何餐飲(K)的店家，是少數在夜市裡沒有餐飲店家投入的店家。

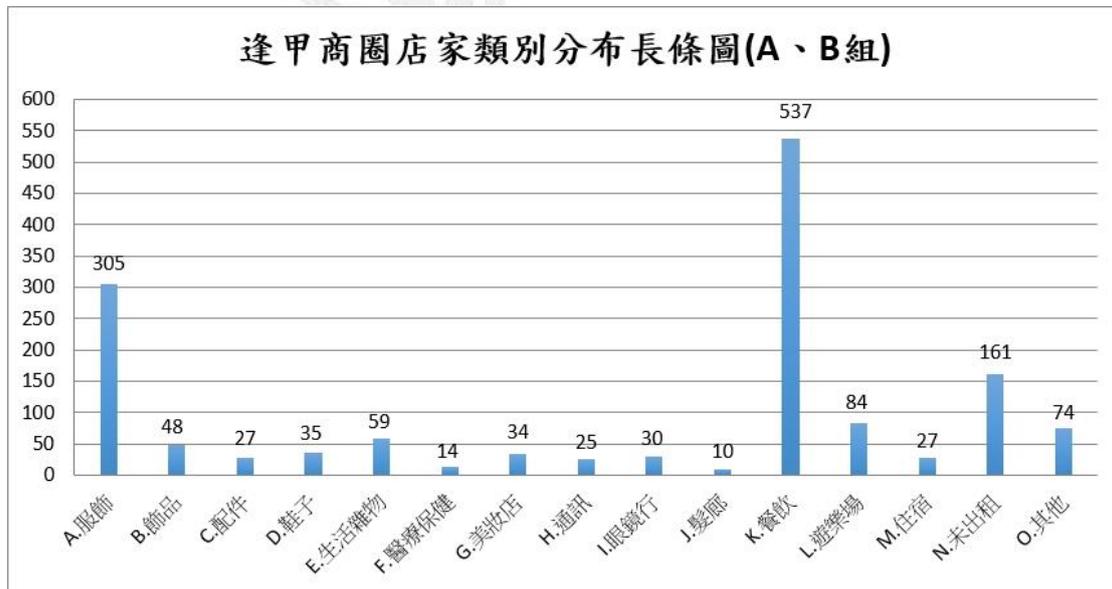


圖(12) 逢甲商圈店家類別分布比例圖(A組)

最後整體結果的前三名分別是餐飲(K)、服飾(A)和未出租(N)，其中比較意外的是未出租(N)的比例竟然高其他類別很多，可能是租金太高又或是其他原因，導致等待出租的比例名列前三，其餘種類的店家雖然比例都很少，也因此有了許多不同性質的商店，使逢甲商圈更多元化。

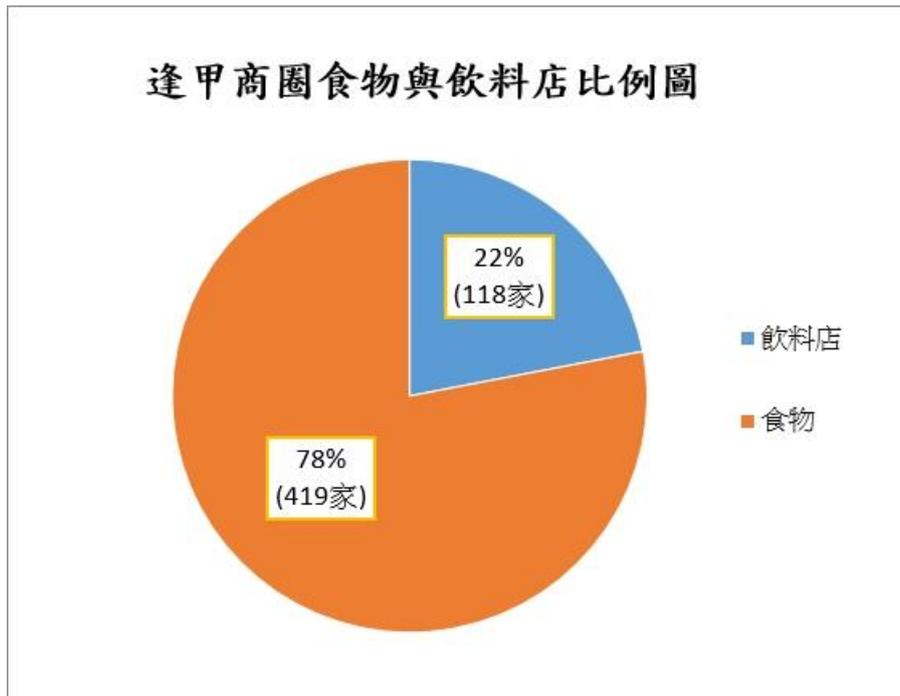


圖(13) 逢甲商圈店家類別比例圖(A、B組)

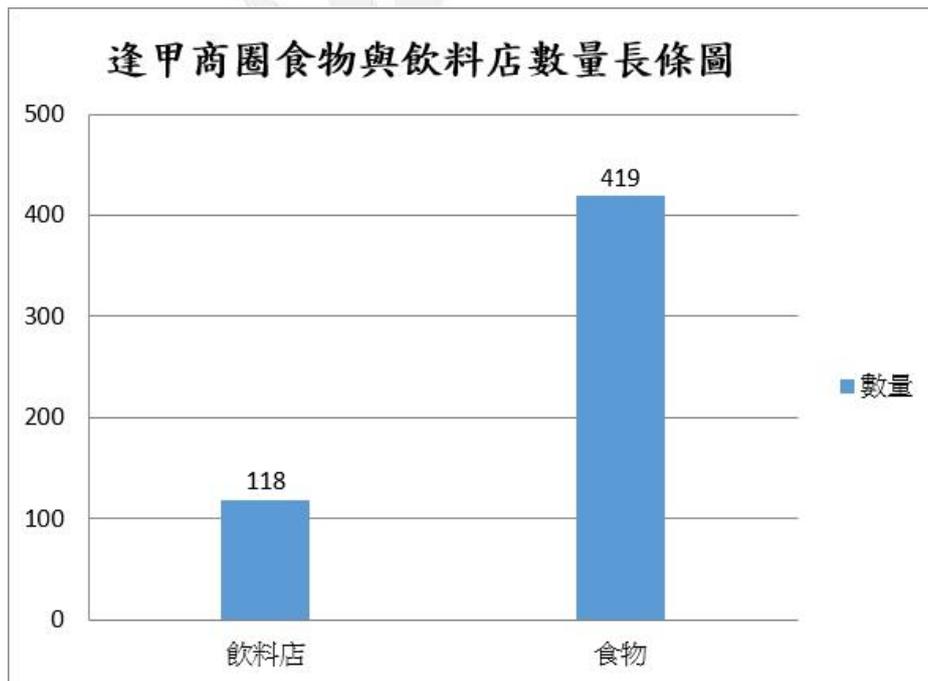


圖(14) 逢甲夜市店家類別分布長條圖(A、B組)

由上圖中可以看出逢甲商圈類別主要以餐飲為主，在這 1400 多家店裡面，餐飲類占了 36%，也就是 537 家店，接著為服飾類 21%，305 家店，再來則是未出租的店面也占了 11%。

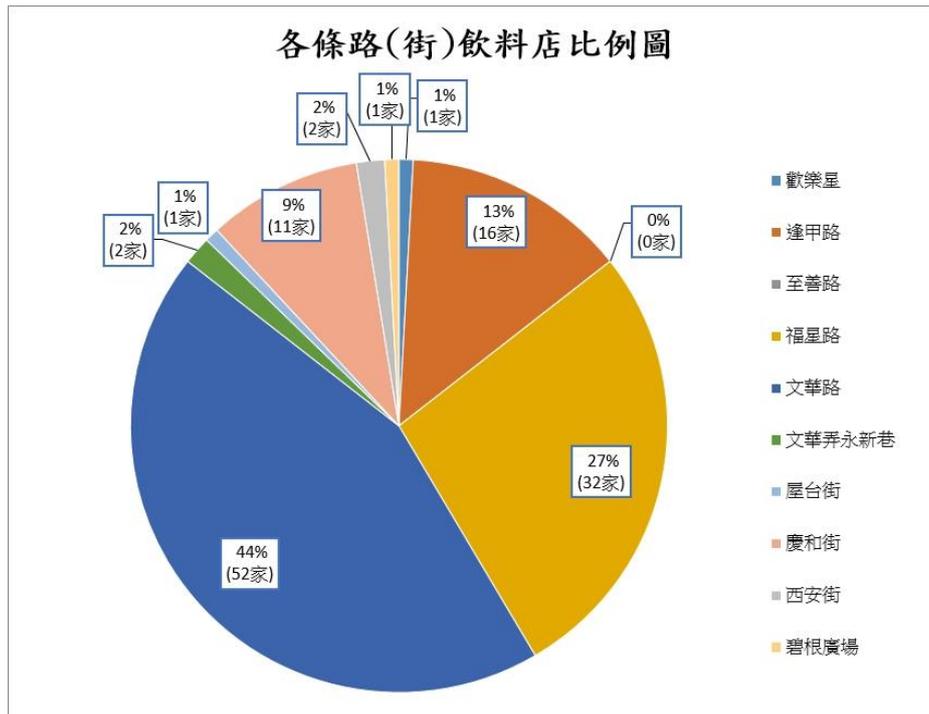


圖(15) 逢甲商圈食物與飲料店比例圖

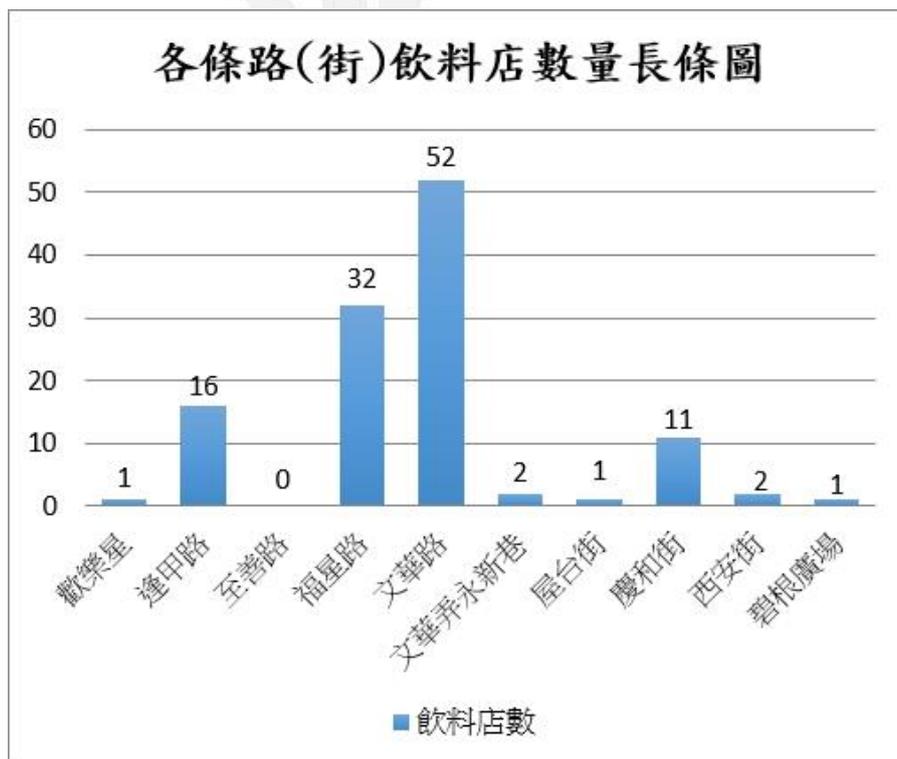


圖(16) 逢甲商圈食物與飲料店數量長條圖

由上方兩張圖可以看出逢甲夜市餐飲類店家比例中飲料店有 22%，也就是在 517 間店家中，有 118 家是開飲料店的，可以說是在餐飲類當中佔了很重要的一部分。



圖(17) 各條路(街)飲料店比例圖



圖(18) 各條路(街)飲料店數量長條圖

由各條街飲料店佔的數量，可以看出主要集中在文華路上，開了 52 家，約佔整個逢甲商圈的 44%，可說是相當高的比例，其次是福星路 32 家，約佔 27%，第三高則是逢甲路，開了 16 家，約佔 13%。

107 年飲料統整

1. 鮮果匠
2. MR. WISH
3. 大苑子
4. 幸福堂
5. 青草茶
6. MASTER OF TEA
7. 悅
8. 十里桃花
9. 東海小確幸
10. 花好月圓
11. 斜角巷
12. 茶的魔手
13. 倉庫咖啡
14. 黑糖王子
15. COUNTEA 卡帝
16. 1828 王老吉涼水鋪
17. 阿月紅茶冰
18. 森及茶
19. 喫茶小舖
20. 鹿水谷堂
21. 青蛙下蛋
22. 手工粉圓
23. 青草茶
24. 蔬果小珠珠
25. CITY MILK
26. 喝好茶
27. 招牌彎豆冰
28. 北回木瓜牛奶
29. 清心福全
30. 綠豆沙牛奶專賣店
31. 手作功夫茶
32. 出櫃
33. 阿秋茶飲
34. 黑木耳仙茶汁
35. 青蛙撞鮮奶
36. 甘蔗檸檬
37. 綠豆沙牛奶
38. 茶窯鮮果茶
39. 九龍城陳記香港茶
40. 冷熱飲
41. 現打西瓜汁
42. 現打西瓜綜合果汁
43. 古早味紅茶冰
44. 鮮榨
45. 白甘蔗汁
46. 風茹茶
47. 青草苦茶
48. 瓜董
49. 木瓜牛奶
50. 大紅炮木瓜牛奶
51. 大谷茶
52. 超好喝木瓜牛奶
53. 佈達咖啡
54. 果汁攤
55. 密茲麻美
56. 蔡大明
57. 黃金礦工
58. 青草茶
59. 我叫 MT 木瓜牛奶
60. 厚黑堂
61. 如花鮮果汁
62. 黃金礦工
63. 東東西米露
64. 新鮮現切水果
65. 半天香
66. 紅茶炸奶
67. 吳家紅茶冰
68. 十二台
69. 一芳水果茶
70. 珍煮丹
71. 超好喝木瓜牛奶
72. 清心福全
73. 喫茶小舖
74. 老樂
75. 老虎堂
76. 出櫃
77. 園稼嚼感奶茶
78. 薰茶
79. 阿 Q 爆漿粉圓
80. 白面東楊桃汁
81. 萃太極
82. 金享
83. 印度拉茶
84. 茶的魔手
85. 斜角巷
86. 巷口
87. 超好喝木瓜牛奶
88. 人言能語
89. 現打西瓜汁
90. 5 度 C 翡翠檸檬
91. 紅茶鮮乳
92. 瓜董
93. 喜茶村
94. Chubby Fruit juice
95. Jiabar
96. 甲文青
97. 恰迷
98. 大井
99. DoubleA
100. 哈檸冰酷
101. 京汕屋
102. 甘蔗檸檬
103. 綠豆沙
104. 青蛙下蛋
105. 手工粉圓
106. 茶水堂云
107. 喜歡你
108. 沏茶

109. 向陽茶坊

110. 圓石

111. 大苑子

112. 一芳水果茶

113. 幸運杯

114. 花茶大師

115. 紅仔標

116. 鮮茶道

117. 鶴崗饌茶坊

118. 日出客棧

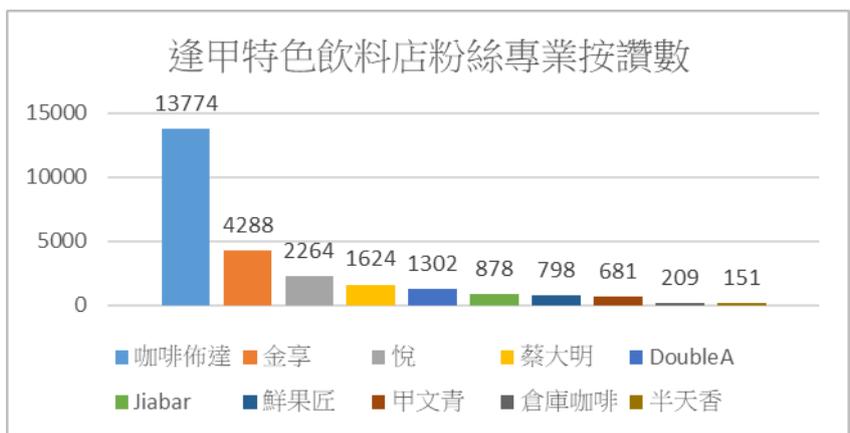
比較 106 年與 107 年飲料店家數，107 年 118 間飲料店相較 106 年 97 間，增加了 21 間飲料店，雖然逢甲商圈的飲料市場已成熟，但仍維持微幅成長趨勢，各家業者也會針對不同族群、不同需求推出各式創新飲品，也因應網路世代施展更多元的溝通手段。



連鎖與非連鎖飲品商機調查

由於逢甲商圈飲品眾多，為了讓受訪者容易選擇以及問卷簡潔明瞭，選出評價以及讚數較高的飲料店，作為納入問卷選項的方式。一開始便分成連鎖及非連鎖搜尋相關資訊，逢甲商圈非連鎖飲料店定義為，從逢甲發跡。

以下為逢甲商圈非連鎖飲料店網絡相關資訊：



圖(19) 逢甲特色飲料店粉絲專頁按讚數

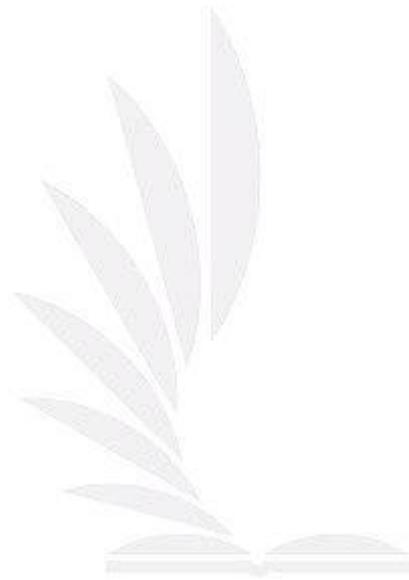
此圖中 10 家飲料店為逢甲特色飲料商店中，FACEBOOK 按讚排行前十名之飲料店，由最高至最低依序為：咖啡佈達、金享、悅、蔡大明、Double A、Jiabar、鮮果匠、甲文青、倉庫咖啡、半天香。其中按讚行為是對店家的一種認同，其中也有一部分按讚數是因為享有優惠活動而增加的，但對於沒有消費過的消費者來說，按讚數的多寡確實會令他們產生對店家的第一印象有最直接的影響。

以下為逢甲商圈連鎖飲料店網路相關資訊(取自網路溫度計，截至 2018/11/13):



圖(20) 網路溫度計飲料排行圖

此圖為 google 搜尋：手搖飲料排行，根據本組設計之問卷繪製而成。我們擷取本次專題範圍內之連鎖飲料店，根據好評影響力的分數進行排名，網路好感度根據網友正負意見之比率計算而成，其中數字越大，代表好評影響力越多。



第三章、流量調查

第一節、流量調查內容



圖(21) B組範圍圖

流量調查測量方向說明表

流量地點	施測方向
3. 烤珍珠玉米逢甲店	↕↔↕ (屋台街門口行走者)
4. ABC-MART	↔↔ (含從福星路、走廊行走者，含對街人潮)
10. 悠跑	↕↕ (含從逢甲路、走廊行走者，含對街人潮)
11. 歡樂星入口前	↕↔↕ (含出入口行走者、文華路行走者)
12. 大鵬新城出口	↕↔↕ (含從文華路、大鵬新城倉庫路出入者)
13. 娃娃帝國	↕↔↕ (含從文華路、慶和街行走者)
14. 伊麗莎精品鞋坊	↔ (福星路行走者，不含對街人潮)

15. 日船章魚小丸子		(文華路行走者，含對街人潮；以及福星路行走者，不含對街人潮)
-------------	---	--------------------------------

流量調查實施日期:2018/9/27、2018/9/28、2018/9/29、2018/9/30

流量調查每日實施時間

時段一	時段二	時段三
19:00-19:05	19:30-19:35	21:00-21:05

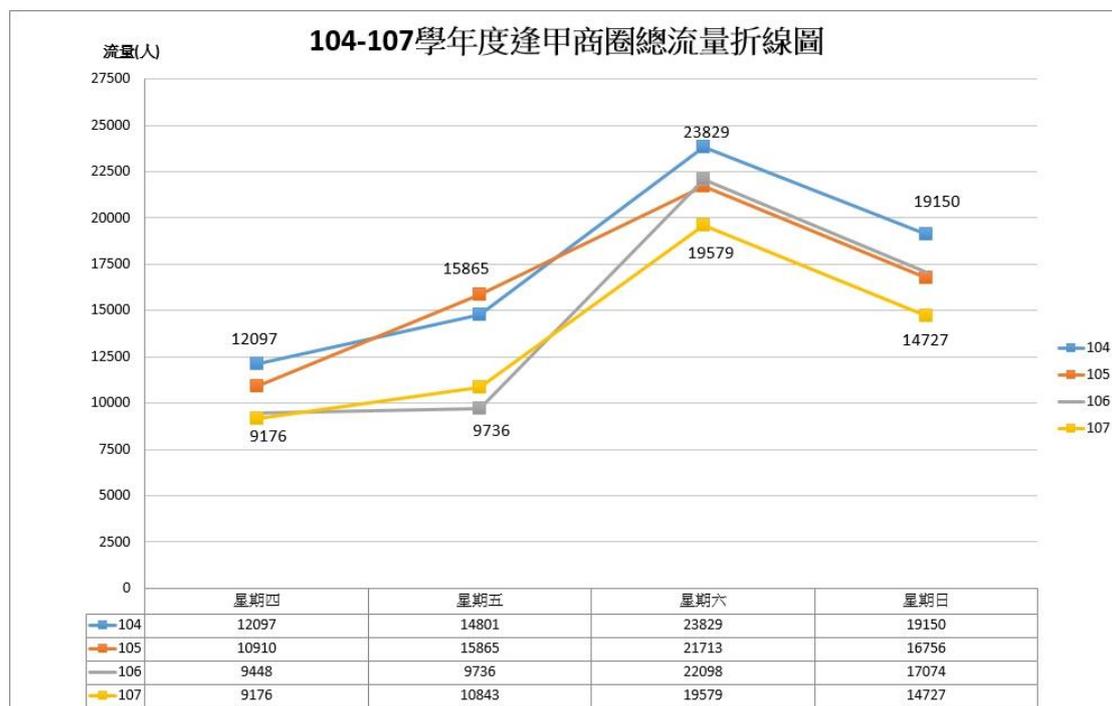
流量測量人員及對應地點

測量點	位置	測量人員
No. 3	烤珍珠玉米逢甲店	藍宇石
No. 4	ABC-MART	張家慈
No. 10	悠跑	吳宗霖、王瀚葳
No. 11	歡樂星入口前	李佩芸、黃子紘
No. 12	大鵬新城出口	謝佳穎、徐曉筠
No. 13	娃娃帝國	周久閔、江昱緯
No. 14	伊麗莎精品鞋坊	葉治彤
No. 15	日船章魚小丸子	鄭皓哲

第二節、流量調查結果

地點/日期	2018/9/27	2018/9/28	2018/9/29	2018/9/30	小計
No. 3	114	268	660	512	1554
No. 4	452	467	983	746	2648
No. 10	477	675	1451	908	3511
No. 11	1086	1252	1981	1708	6027
No. 12	1036	1233	1988	1629	5886
No. 13	912	1094	1848	1472	5326
No. 14	516	469	1230	678	2893
No. 15	692	1070	2155	1555	5472

流量歷年折線圖



圖(22) B組流量折線圖

由流量折線圖中我們可以得知，流量人數有逐年遞減的狀況，我們以人數最多的星期六來的話，從 104 年到 107 年流量人數整整減少 4250 人，大家的第一印象可能是限制陸客來台後造成的影響，可是有記者及 PPT 鄉民實際訪問，外國觀光客減少不是其中主因，其中主因包括台灣本身的經濟不景氣，造成台灣人的消費力減弱，還有熱潮退去。

從前台中最知名的莫過逢甲商圈，可是在其他商圈崛起例如早溪夜市等等，還有一些台灣的惡習，例如墾丁大街的敲盤子，使得觀光客去一次後就不會想再去第二次，而夜市裡的攤販因為租金高漲，導致店家承租意願降低，也使得他們的價錢也必須提升，可是大家的薪水沒有漲，消費力也就相對下降，導致店家利潤不足以維持開銷，會大幅增加逢甲商店倒閉的機率，商品多元性下降也影響了顧客的意願，因而造成了惡性循環，導致來客量逐漸減少，所以我們推測經濟不景氣可能是目前來客量銳減的主因。

第四章、問卷分析

第一節、問卷內容

您好：

我們是逢甲大學統計行銷研究小組，為瞭解逢甲商圈吸引力、知名度與消費行為，請提供您寶貴的意見。您的協助將有助於逢甲商圈的持續進步，以提供您更優良的消費品質，非常感謝您百忙中撥冗填寫問卷。謝謝您！

2018 年逢甲大學統計行銷研究小組
指導教授：李燾銘、林文欽、高秀蘭

王婉倫、張育璋、劉峰旗敬上

聯絡電話：(04)24517250 分機 4411，4408

第一部份、請表達您對逢甲商圈的看法(圈選較高的分數代表較高的同意程度)

	最高 同意					最低 同意
1. 商品具獨特性	6	5	4	3	2	1
2. 商品具多樣化	6	5	4	3	2	1
3. 商品價格低廉	6	5	4	3	2	1
4. 商品品質可靠	6	5	4	3	2	1
5. 商品款式新潮	6	5	4	3	2	1
6. 商家服務態度親切	6	5	4	3	2	1
7. 商家提供售後服務	6	5	4	3	2	1
8. 食物便宜	6	5	4	3	2	1
9. 食物好吃	6	5	4	3	2	1
10. 食物乾淨衛生	6	5	4	3	2	1
11. 排隊購物井然有序	6	5	4	3	2	1
12. 停車方便	6	5	4	3	2	1
13. 整體印象良好	6	5	4	3	2	1
14. 有再次前來消費的意願	6	5	4	3	2	1

第二部分、逢甲商圈飲品商機調查

1. 請針對下列選項，表達會影響您購買飲料動機的同意程度：

	最同意					最不同意
	6	5	4	3	2	1
a. 口味的獨特性	6	5	4	3	2	1
b. 包裝的獨特性	6	5	4	3	2	1
c. 話題性高	6	5	4	3	2	1
d. 排隊人潮多	6	5	4	3	2	1
e. 店家優惠活動	6	5	4	3	2	1

2. 您這次在逢甲商圈會購買下列哪一類型的飲料？(可複選)

1. 茶類 2. 鮮奶類(ex:奶茶、紅茶拿鐵)
 3. 鮮果類 4. 調酒類 5. 氣泡飲
 6. 冰沙 7. 咖啡 8. 其他_____

3. 您在逢甲商圈偏好在連鎖飲料店或逢甲特色飲料店消費？

1. 只願意購買特色飲料店 2. 偏好特色飲料店 3. 都願意
 4. 偏好連鎖飲料店 5. 只願意購買連鎖飲料店 6. 沒有喝飲料的習慣

4. 請勾選您在逢甲商圈曾經嘗試過的飲料店？(可複選)

1. 金享 2. 緣棧 3. 大苑子 4. 五十嵐 5. 甲文青
 6. 幸福堂 7. 珍煮丹 8. 茶湯會 9. 斜角巷 10. 喫茶趣
 11. 蔡大明 12. 鮮果匠 13. 鮮茶道 14. Double A 15. 良辰吉時
 16. 清心福全 17. 圓石禪飲 18. 一芳水果茶 19. 手作功夫茶
 20. 可不可熟成紅茶 21. 超好喝木瓜牛奶 22. 其他_____

5. 呈上題，您最推薦的飲料店家是(請填上述 1 個編號) _____

6. 下列是逢甲商圈的特色飲料店，您此次前來會想購買的店家為何？(可複選)

1. Jiabar 2. 金享 3. 甲文青 4. 斜角巷 5. 蔡大明
 6. 鮮果匠 7. 佈達咖啡 8. 超好喝木瓜牛奶 9. 其他_____

7. 您通常在逢甲商圈購買一杯飲料的金額為多少？

1. 35 元以下 2. 36-50 元 3. 51-65 元 4. 66-80 元 5. 81 元以上

8. 您購買飲料時，願意花多少時間等待？

1. 5 分鐘以內 2. 6-10 分鐘 3. 11-15 分鐘 4. 16-20 分鐘 5. 21 分鐘以上

9. 在逢甲商圈飲品的哪種行銷手法會吸引您前來購買？(可複選)

1. 買一送一 2. 每日限量 3. 自帶環保杯折價 4. 會員卡優惠
5. 打卡優惠 6. 試飲 7. 一日店長 8. 部落客推薦
9. app 抽獎優惠 10. 其他_____

第三部分、基本資料

1. 您曾使用網路搜尋何種逢甲商圈的相關資訊？(可複選)

1. 交通資訊 2. 導覽圖 3. 商品資訊 4. 商家資訊
5. 折價券 6. 不曾搜尋

2. 您這次到逢甲商圈的交通工具為何？

1. 徒步 2. 腳踏車 3. 機車 4. 汽車
5. 計程車 6. 公車 7. 遊覽車

3. 您這次到逢甲商圈大約花多少交通時間？

1. 15 分鐘內 2. 15~30 分鐘 3. 30~60 分鐘 4. 60 分鐘以上

4. 您目前的居住地(非戶籍地)是哪個縣市？

1. 台中市 2. 彰化縣 3. 苗栗、南投、雲林、嘉義地區 4. 其他_____

5. 您的年齡為何？

1. 15 歲(含)以下 2. 16~18 歲 3. 19~23 歲 4. 24~28 歲
5. 29~34 歲 6. 35 歲以上

6. 您每次到逢甲商圈大約花費約多少錢？

1. 200 元(含)以下 2. 200~500 元 3. 500~1,000 元
4. 1,000~1,500 元 5. 1,500~2,000 元 6. 2,000 元以上

7. 您這次到逢甲商圈是否有住宿在附近的旅館或日租套房

1. 是(請勾選) 1. 文華道會館 2. 星享道酒店 3. KUN Hotel 4. 碧根行館
5. 黎客商旅 6. 台中商旅 7. 拓程商旅 8. 原德飯店
9. 其他旅館(請填旅館名稱)_____ 10. 日租套房(請填單日費用)_____

2. 否

8. 您目前最常使用的手機電信業者：

1. 中華電信 2. 台灣大哥大 3. 遠傳
4. 亞太 5. 台灣之星 6. 其他_____

9. 您是否願意提供手機前 7 個號碼？

1. 是，09□□-□□□-×××

2. 否

10. 請問您使用的手機是智慧型手機嗎？(手機作業系統為 Android、iOS、windows)

1. 是

2. 否

:: 問卷調查到此結束 ::

謝謝您的填答，您的回答對我們將是寶貴的意見！

----- 以下為訪員填寫 -----

受訪者性別： 男 女

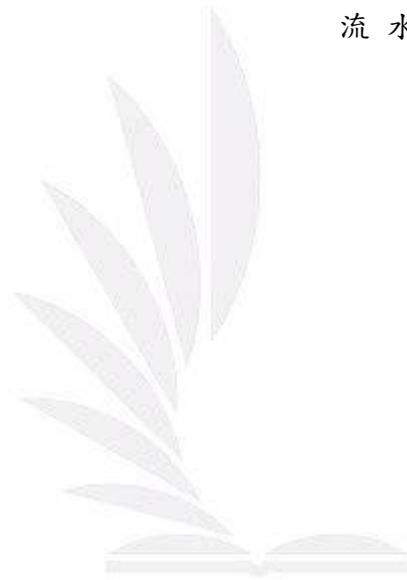
同遊人數(含受訪者)：_____人

受訪日期：

受訪地點：

訪員編號：

流水號：



第二節、敘述統計

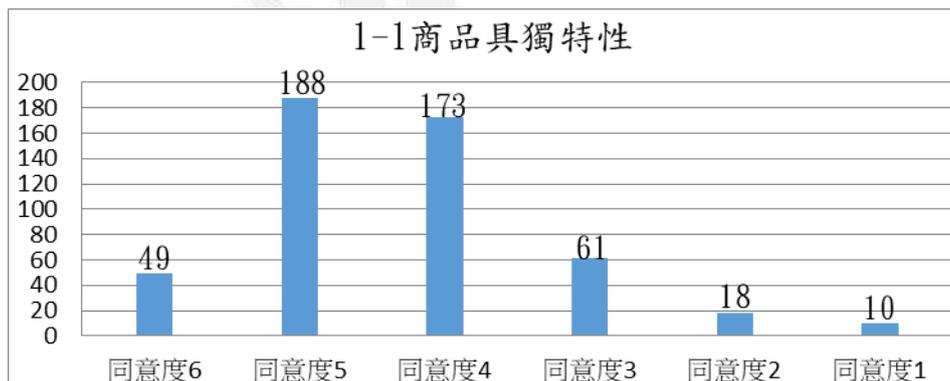
第一部分、請表達您對逢甲夜市商圈的看法(圈選較高的分數代表較高的同意程度)

1-1 商品具獨特性

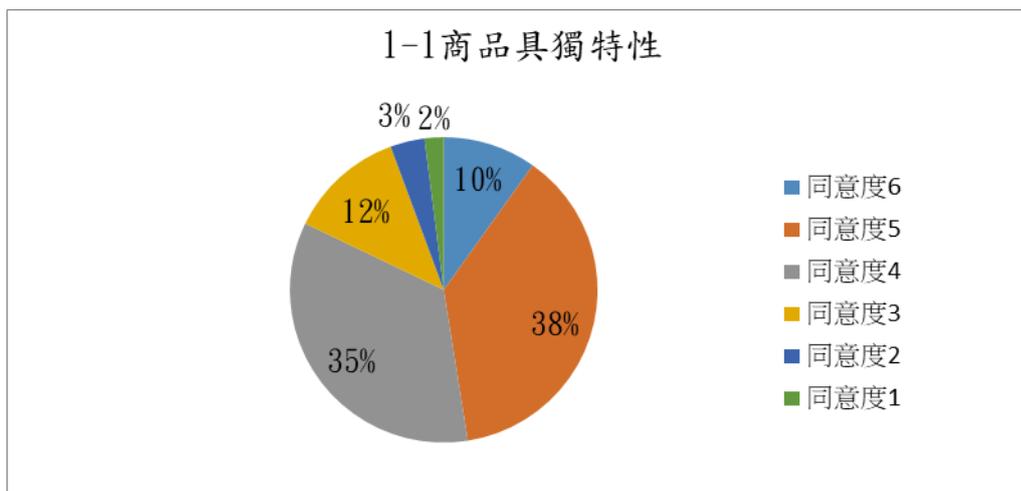
大多民眾認為逢甲商圈的商品具有獨特性,在449位受訪者中,同意度4及以上的受訪者佔全體受訪者的比例為82.2%(410位),因此,逢甲商圈的商品具獨特性是影響觀光客前來逢甲商圈的重要因素,次數分配如表(3),而圖(23)與圖(24)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(3) 商品具獨特性次數表

商品具獨特性								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
49	188	173	61	18	10	499	0	1
9.8%	37.7%	34.7%	12.2%	3.6%	2.0%	100%		



圖(23) 商品具獨特性長條圖



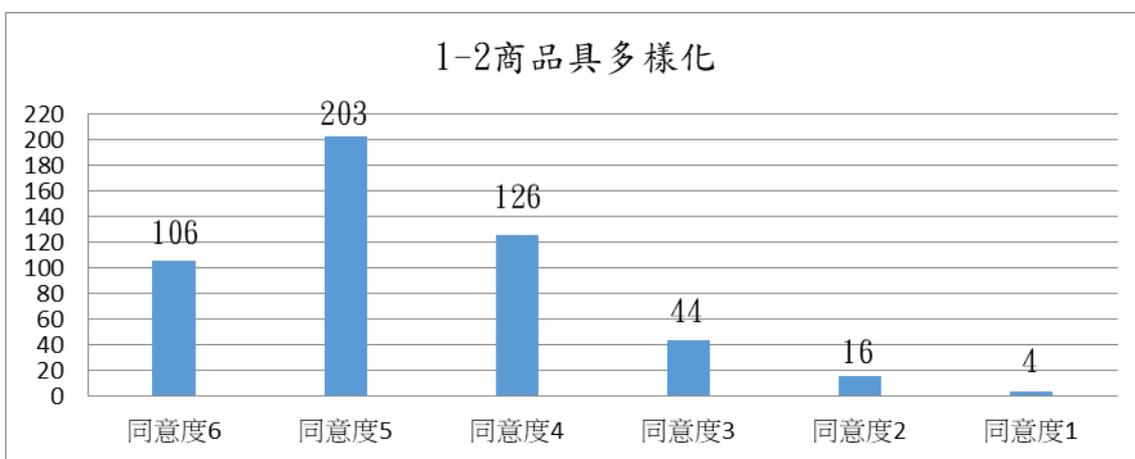
圖(24) 商品具獨特性圓餅圖

1- 2商品具多樣化

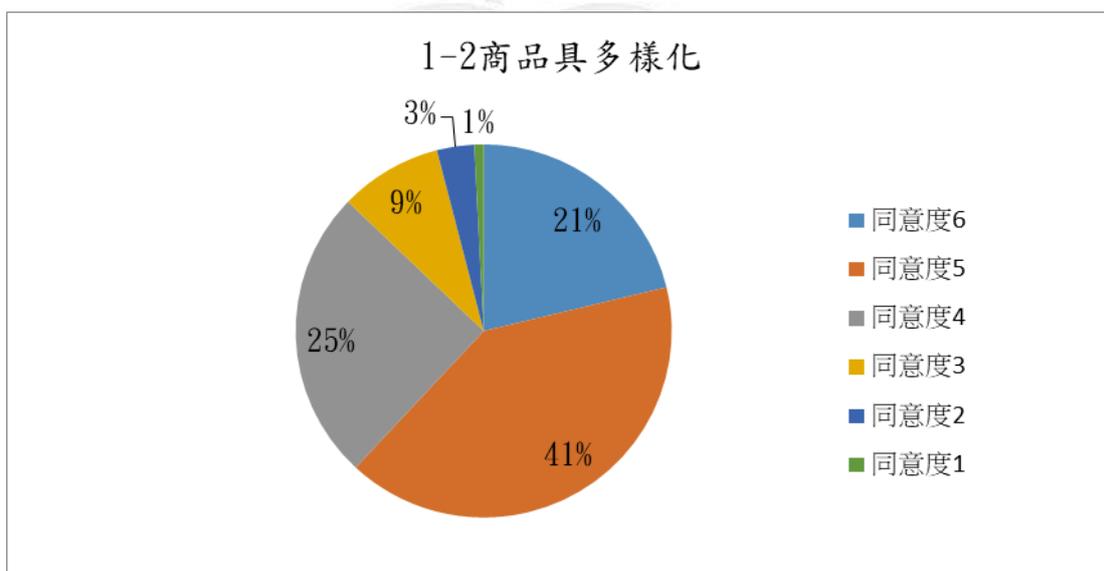
大多民眾認為逢甲商圈的商品具多樣化, 在 499 位受訪者中, 同意度 5 有 40.7% (203 位), 而同意度 4 及以上的受訪者高達 87.2% (435 位), 並讓觀光客有多種選擇及比較的機會, 次數分配如表(4), 而圖(25)與圖(26)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(4) 商品具多樣化

商品具多樣化								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
106	203	126	44	16	4	499	0	1
21.2%	40.7%	25.3%	8.8%	3.2%	0.8%	100%		



圖(25) 商品具多樣化長條圖



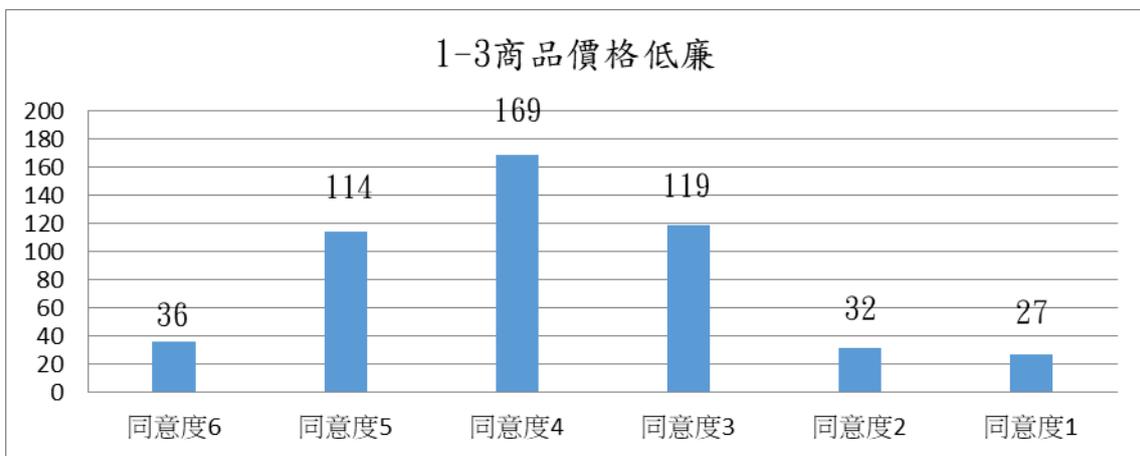
圖(26) 商品具多樣化圓餅圖

1- 3商品價格低廉

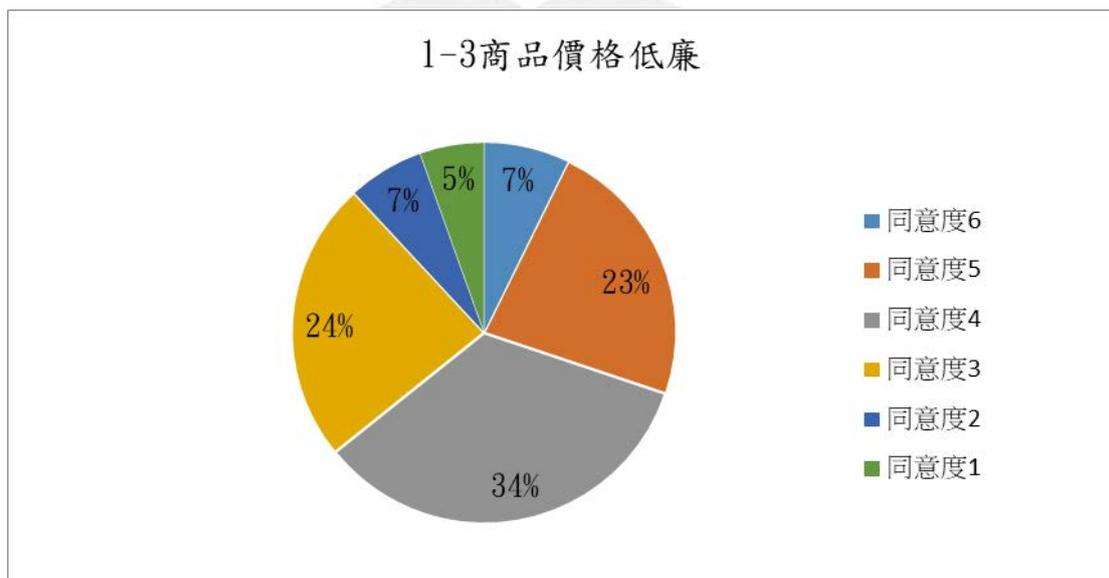
大多民眾認為逢甲商圈的商品價格低廉，在 497 位受訪者中，同意度 4 及以上的受訪者有 64.2% (319 位)，次數分配如表(5)，而圖(27)與圖(28)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(5) 商品價格低廉

商品價格低廉								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
36	114	169	119	32	27	497	3	0
7.2%	23.0%	34.0%	24.0%	6.4%	5.4%	100%		



圖(27) 商品價格低廉長條圖



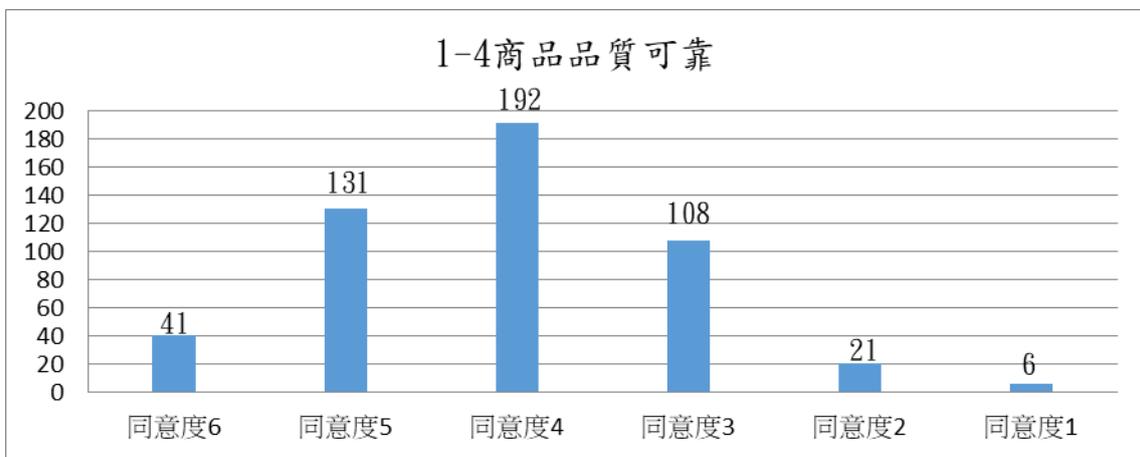
圖(28) 商品價格低廉圓餅圖

1- 4商品品質可靠

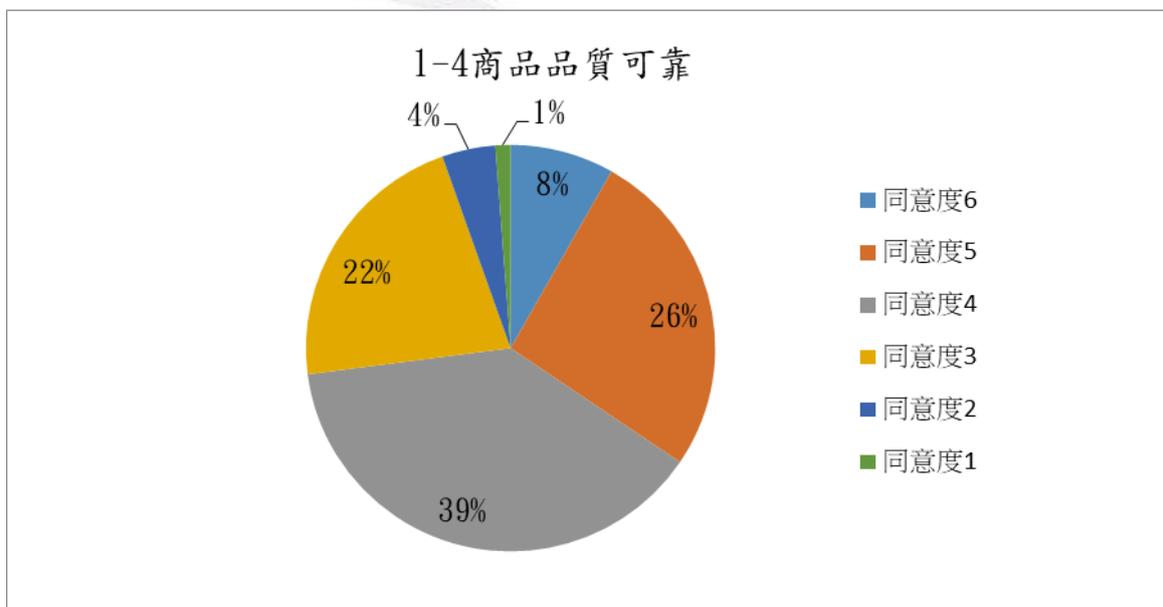
大多民眾認為逢甲商圈的商品品質可靠, 在 499 位受訪者中, 同意度 4 有 38.5% (192 位), 而同意度 4 及以上的受訪者有 73% (364 位), 次數分配如表(6), 而圖(29)與圖(30)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(6) 商品品質可靠次數表

商品品質可靠								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
41	131	192	108	21	6	499	1	0
8.2%	26.3%	38.5%	21.6%	4.2%	1.2%	100%		



圖(29) 商品品質可靠長條圖



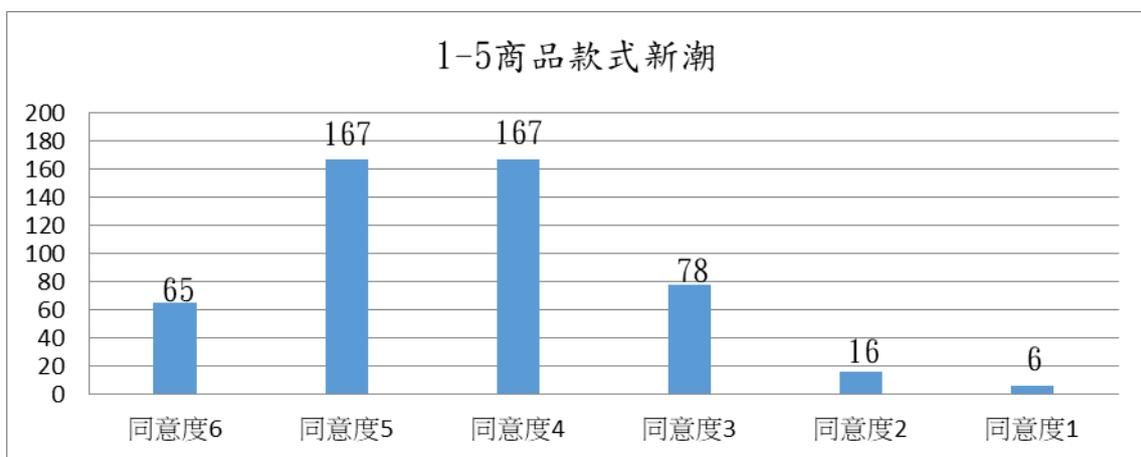
圖(30) 商品品質可靠圓餅圖

1- 5商品款式新潮

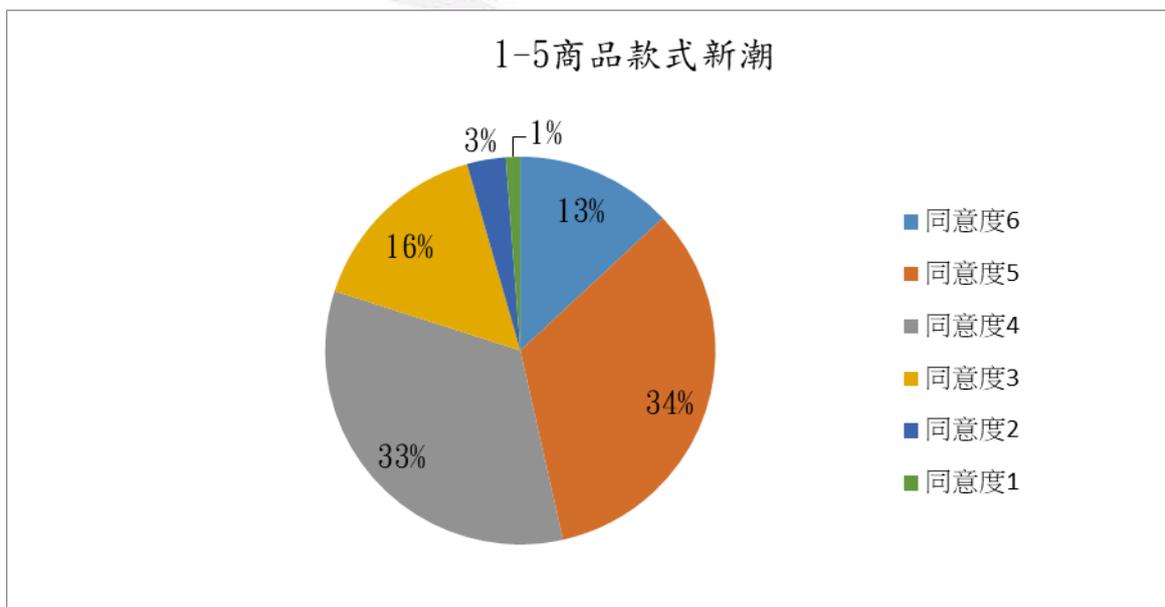
大多民眾認為逢甲商圈的商品款式新潮，在 499 位受訪者中，同意度 4 及以上的受訪者高達 80% (399 位)，次數分配如表(7)，而圖(31)與圖(32)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(7) 商品款式新潮次數表

商品款式新潮								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
65	167	167	78	16	6	499	1	0
13.0%	33.5%	33.5%	15.6%	3.2%	1.2%	100%		



圖(31) 商品款式新潮長條圖



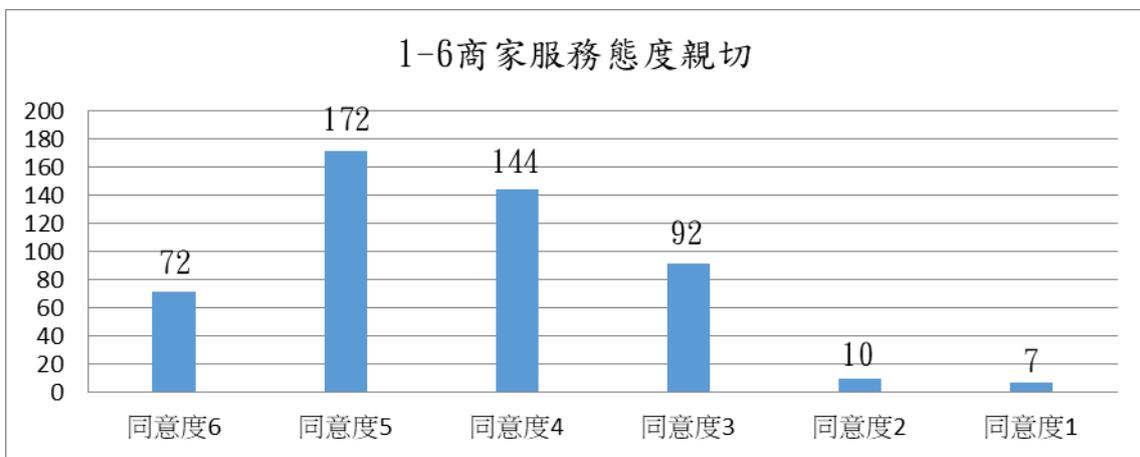
圖(32) 商品款式新潮圓餅圖

1- 6商家服務態度親切

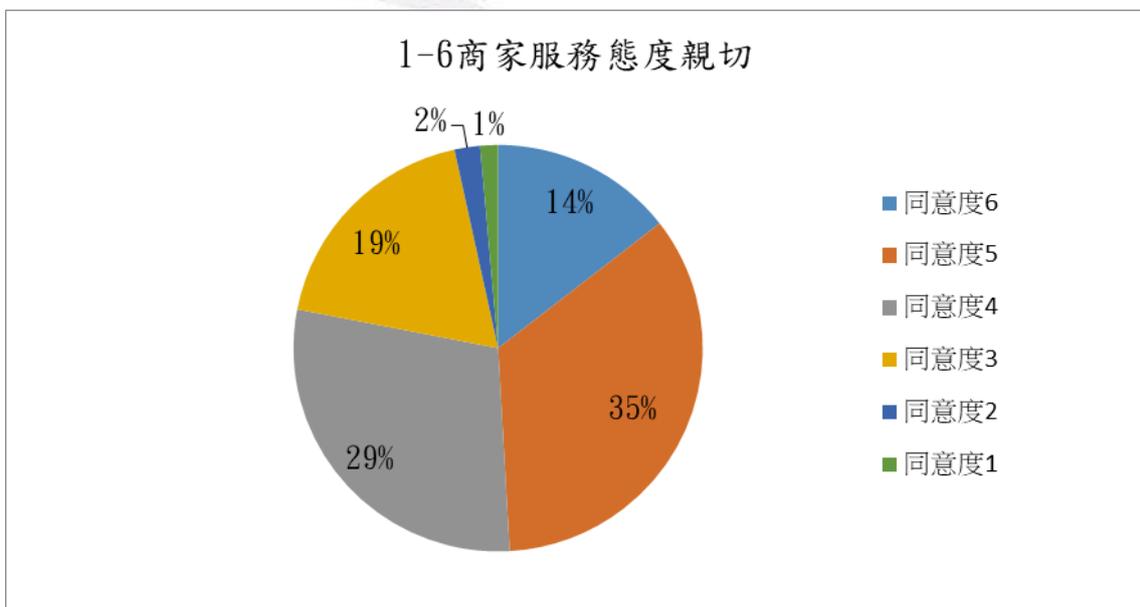
大多民眾認為逢甲商圈的商家服務態度親切，在 498 位受訪者中，同意度 4 及以上的受訪者有 78.1% (388 位)，次數分配如表(8)，而圖(33)與圖(34)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(8) 商家服務態度親切次數表

商家服務態度親切								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
72	172	144	92	10	7	498	1	2
14.50%	34.60%	29.00%	18.50%	2%	1.40%	100%		



圖(33) 商家服務態度親切長條圖



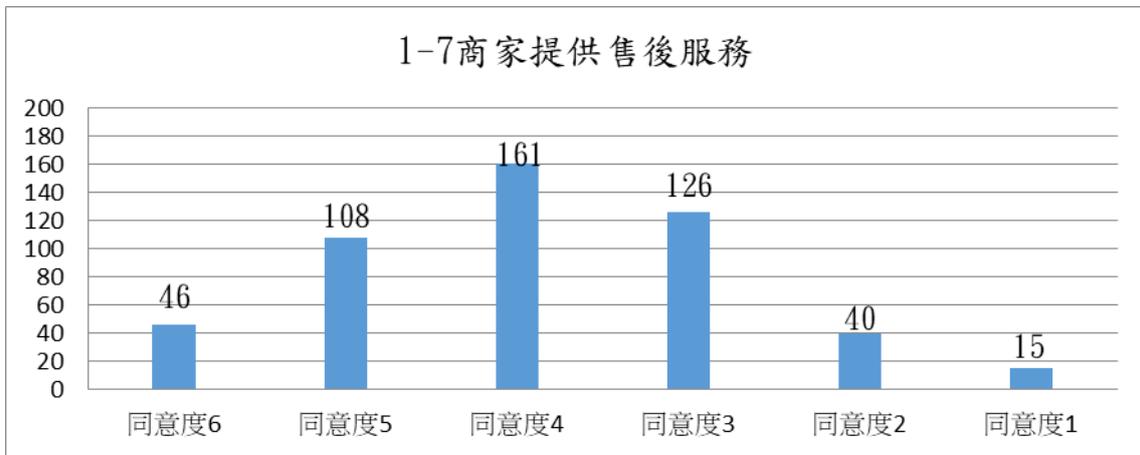
圖(34) 商家服務態度親切圓餅圖

1- 7商家提供售後服務

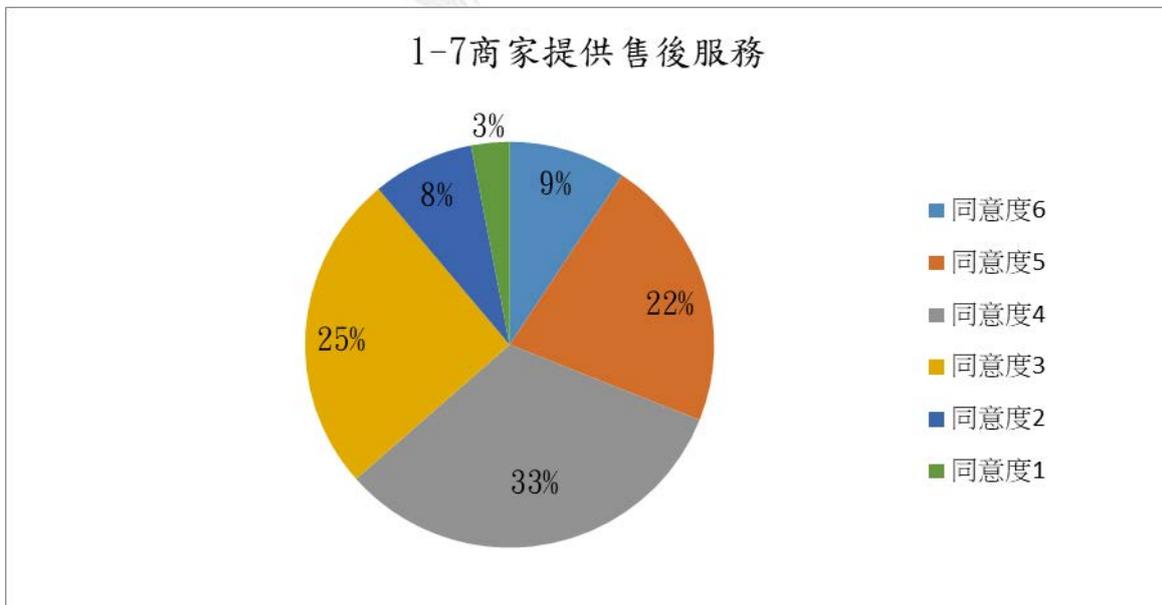
大多民眾認為逢甲商圈的商家提供售後服務不錯，在 496 位受訪者中，同意度 4 及以上的受訪者有 63.5% (315 位)，次數分配如表(9)，而圖(35)與圖(36)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(9) 商家提供售後服務次數表

商家提供售後服務								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
46	108	161	126	40	15	496	1	3
9.3%	21.7%	32.5%	25.4%	8.1%	3.0%	100%		



圖(35) 商家提供售後服務長條圖



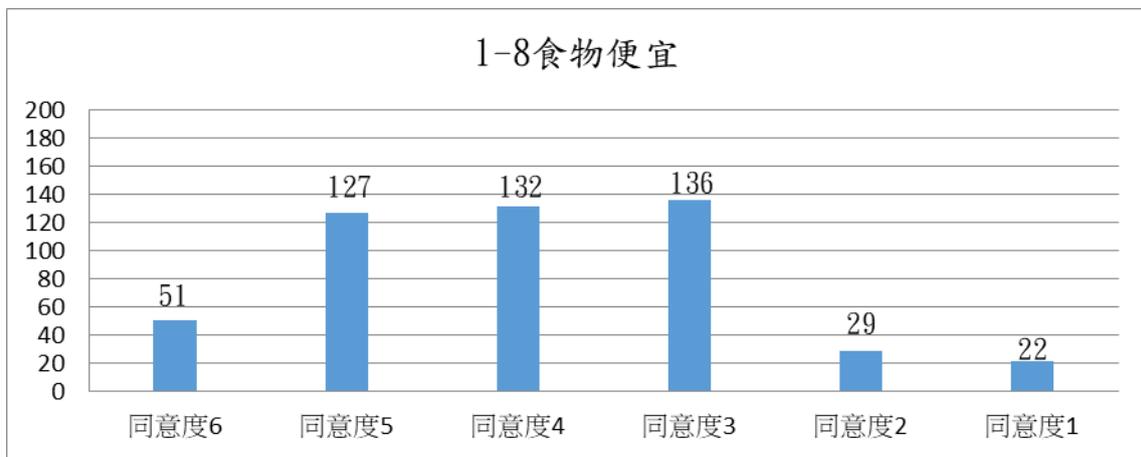
圖(36) 商家提供售後服務圓餅圖

1-8食物便宜

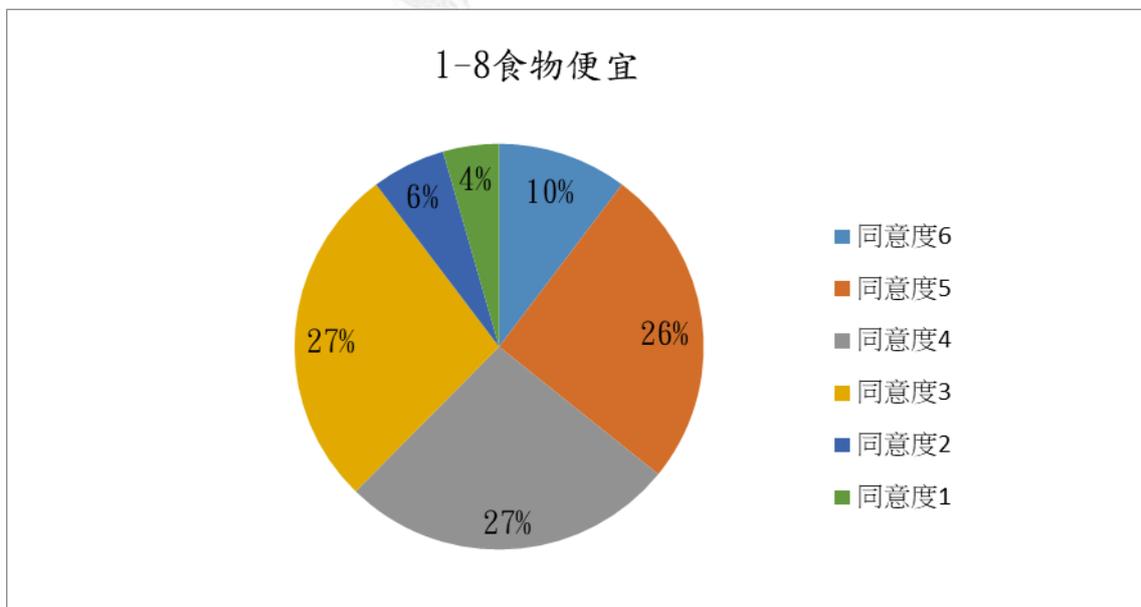
大多民眾認為逢甲商圈的食物便宜，在 497 位受訪者中，同意度 4 及以上的受訪者有 62.4% (310 位)，次數分配如表(10)，而圖(37)與圖(38)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(10) 食物便宜

食物便宜								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
51	127	132	136	29	22	497	1	2
10.3%	25.5%	26.6%	27.4%	5.8%	4.4%	100%		



圖(37) 食物便宜長條圖



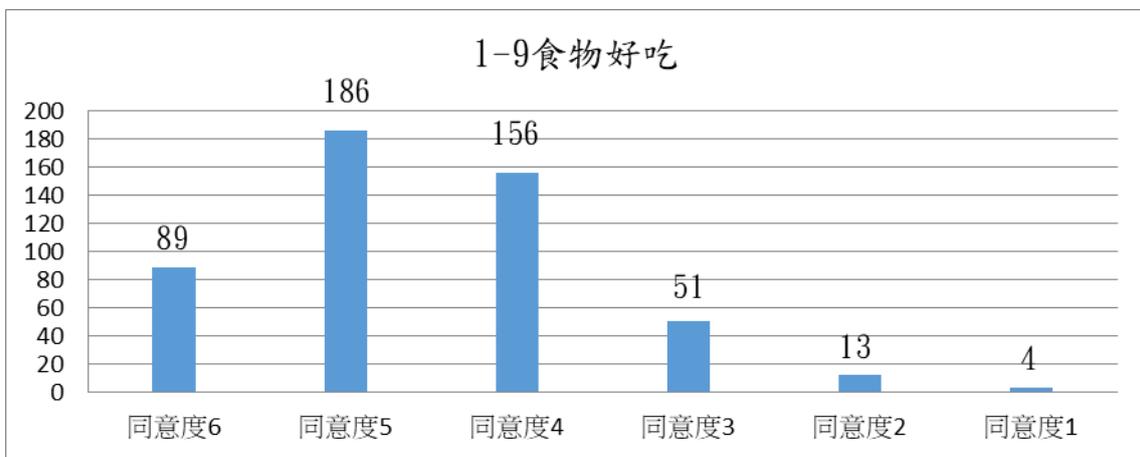
圖(38) 食物便宜圓餅圖

1-9食物好吃

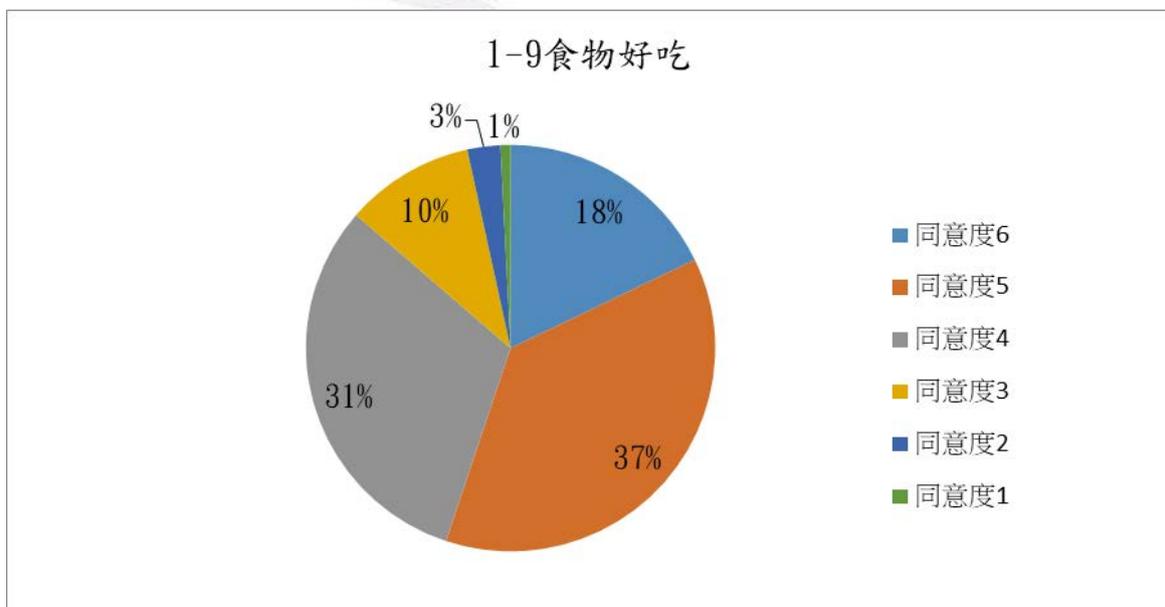
大多民眾認為逢甲商圈的食物好吃，在 499 位受訪者中，同意度 5 有 37.3% (186 位)，而同意度 4 及以上的受訪者更高達 86.4% (431 位)，次數分配如表(11)，而圖(39)與圖(40)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(11) 食物好吃次數表

食物好吃								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
89	186	156	51	13	4	499	1	0
17.8%	37.3%	31.3%	10.2%	2.6%	0.8%	100%		



圖(39) 食物好吃長條圖



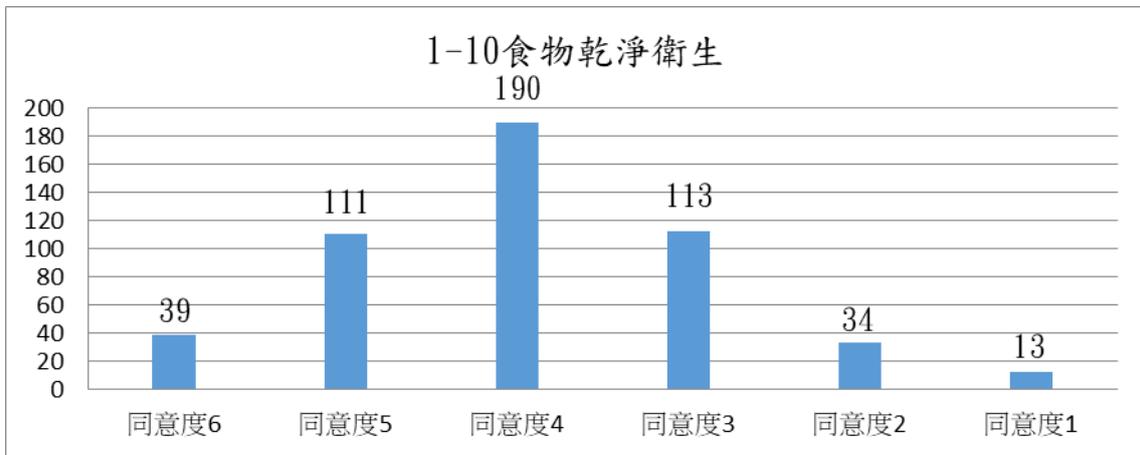
圖(40) 食物好吃圓餅圖

1-10食物乾淨衛生

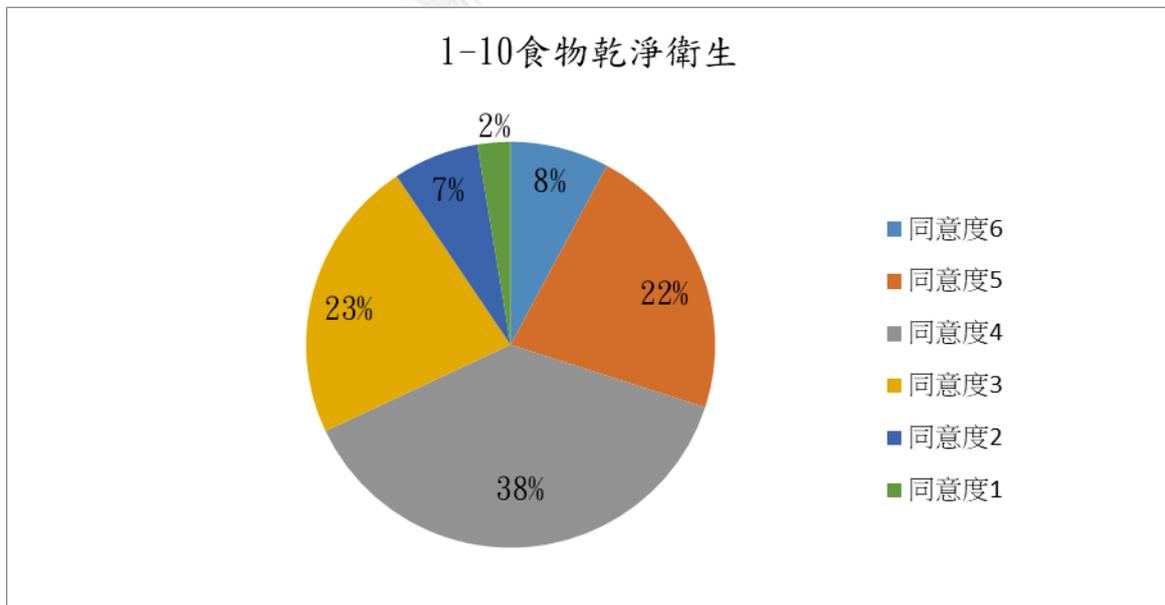
大多民眾認為逢甲商圈的食物乾淨衛生，在500位受訪者中，同意度4及以上的受訪者有68% (340位)，次數分配如表(12)，而圖(41)與圖(42)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(12) 食物乾淨衛生

食物乾淨衛生								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
39	111	190	113	34	13	500	0	0
7.8%	22.2%	38.0%	22.6%	6.8%	2.6%	100%		



圖(41) 食物乾淨衛生長條圖



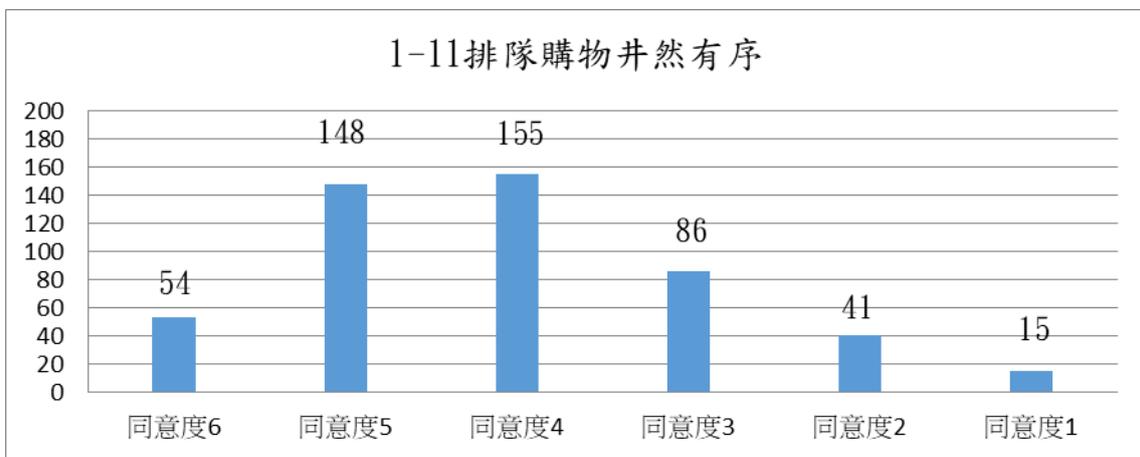
圖(42) 食物乾淨衛生圓餅圖

1-11 排隊購物井然有序

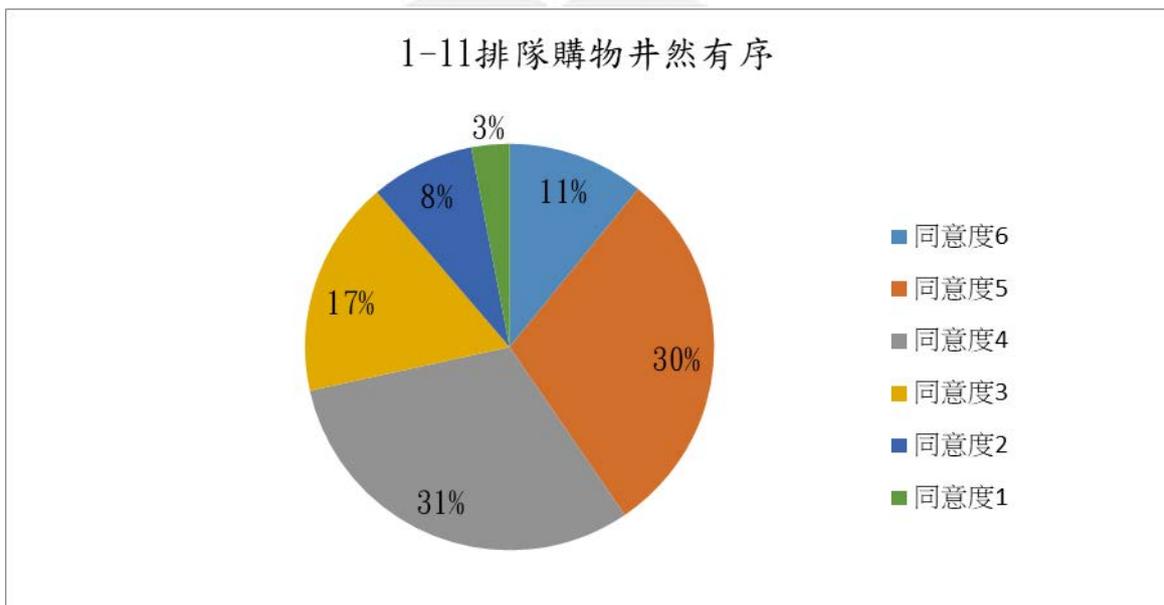
大多民眾認為逢甲商圈排隊購物井然有序，在 499 位受訪者中，同意度 4 及以上的受訪者有 71.6% (357 位)，次數分配如表(13)，而圖(43)與圖(44)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(13) 排隊購物井然有序次數表

排隊購物井然有序								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
54	148	155	86	41	15	499	1	0
10.8%	29.7%	31.1%	17.2%	8.2%	3.0%	100%		



圖(43) 排隊購物井然有序長條圖



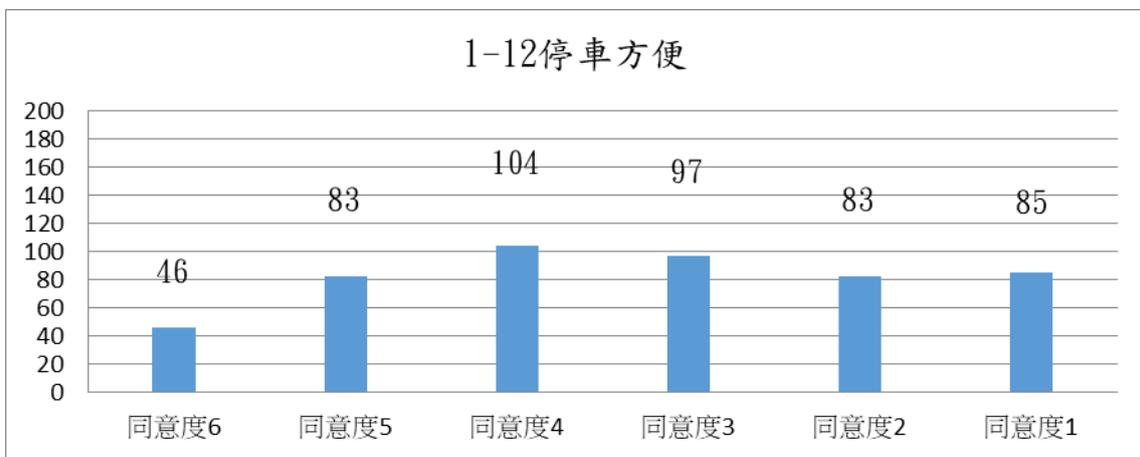
圖(44) 排隊購物井然有序圓餅圖

1-12停車方便

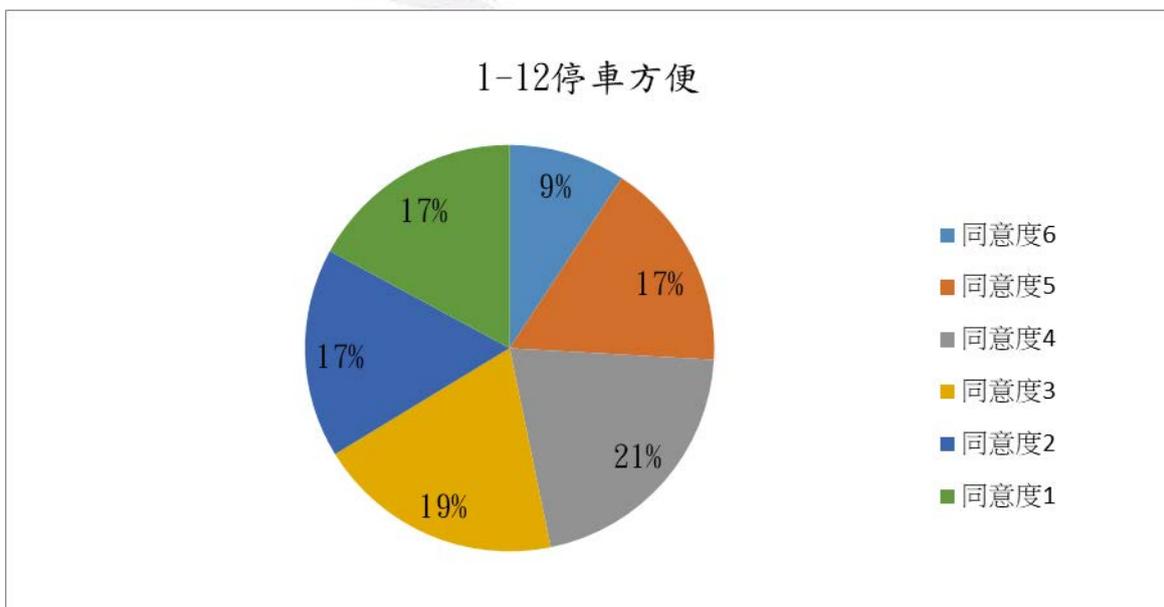
大多民眾認為逢甲商圈停車並不方便，在 498 位受訪者中，同意度 3 有 19.5% (97 位)，而同意度 2 及以下的受訪者有 33.7% (168 位)，次數分配如表(14)，而圖(45)與圖(46)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(14) 停車方便次數表

停車方便								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
46	83	104	97	83	85	498	2	0
9.2%	16.7%	20.9%	19.5%	16.7%	17.0%	100%		



圖(45) 停車方便長條圖



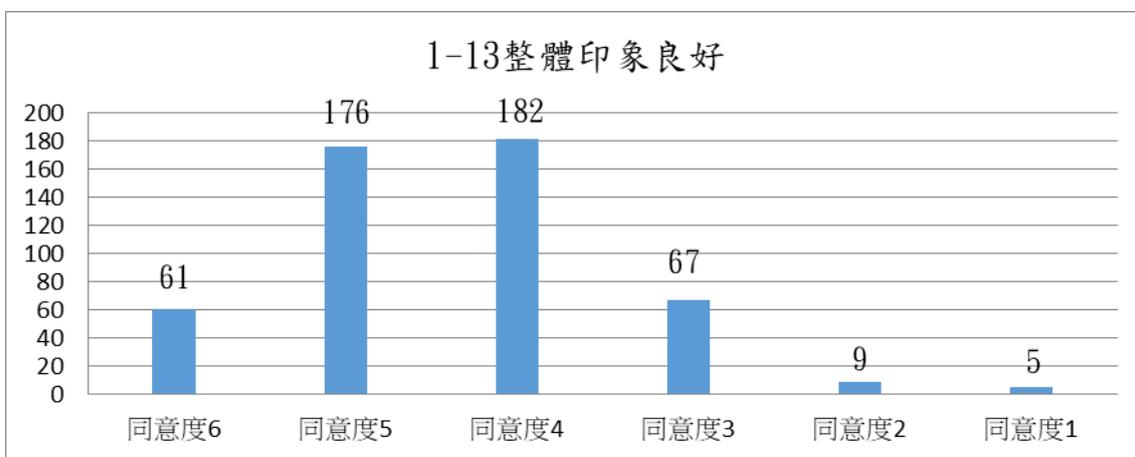
圖(46) 停車方便圓餅圖

1-13 整體印象良好

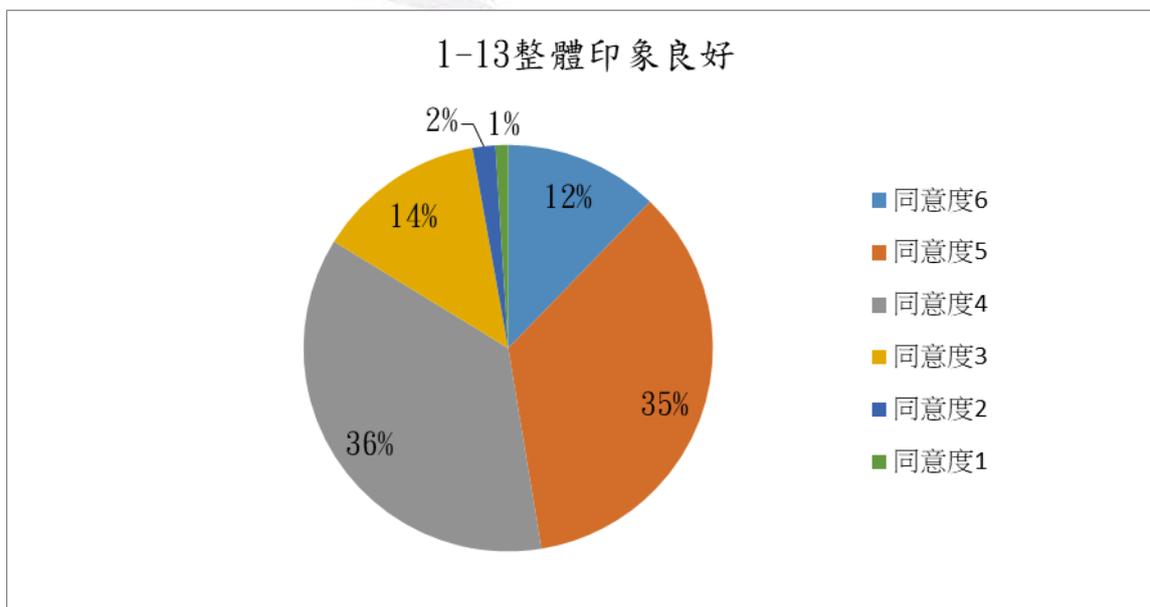
大多民眾對逢甲商圈整體印象良好，在 500 位受訪者中，同意度 5 有 35.2% (176 位)，而同意度 4 及以上的受訪者高達 83.8% (419 位)，次數分配如表(15)，而圖(47)與圖(48)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(15) 整體印象良好次數表

整體印象良好								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
61	176	182	67	9	5	500	0	0
12.2%	35.2%	36.4%	13.4%	1.8%	1.0%	100%		



圖(47) 整體印象良好長條圖



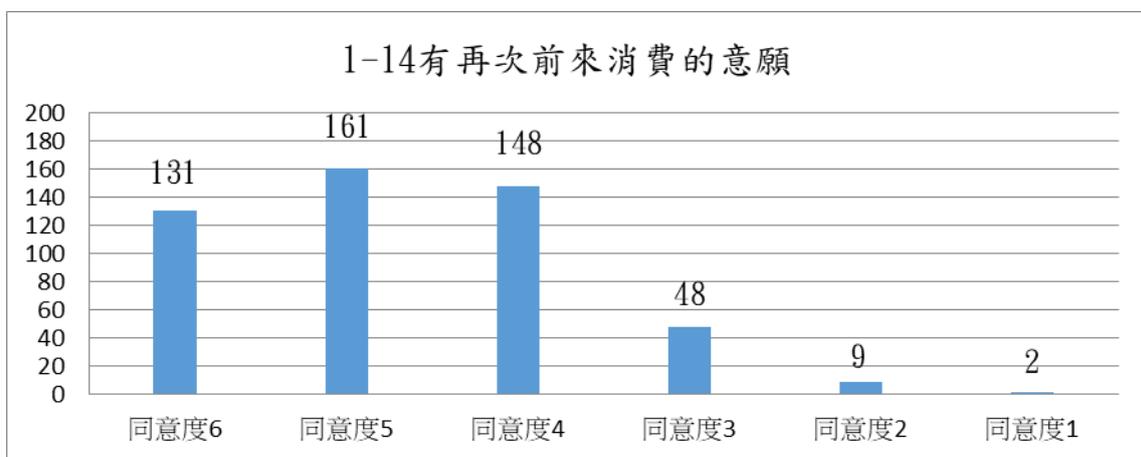
圖(48) 整體印象良好圓餅圖

1-14有再次前來消費的意願

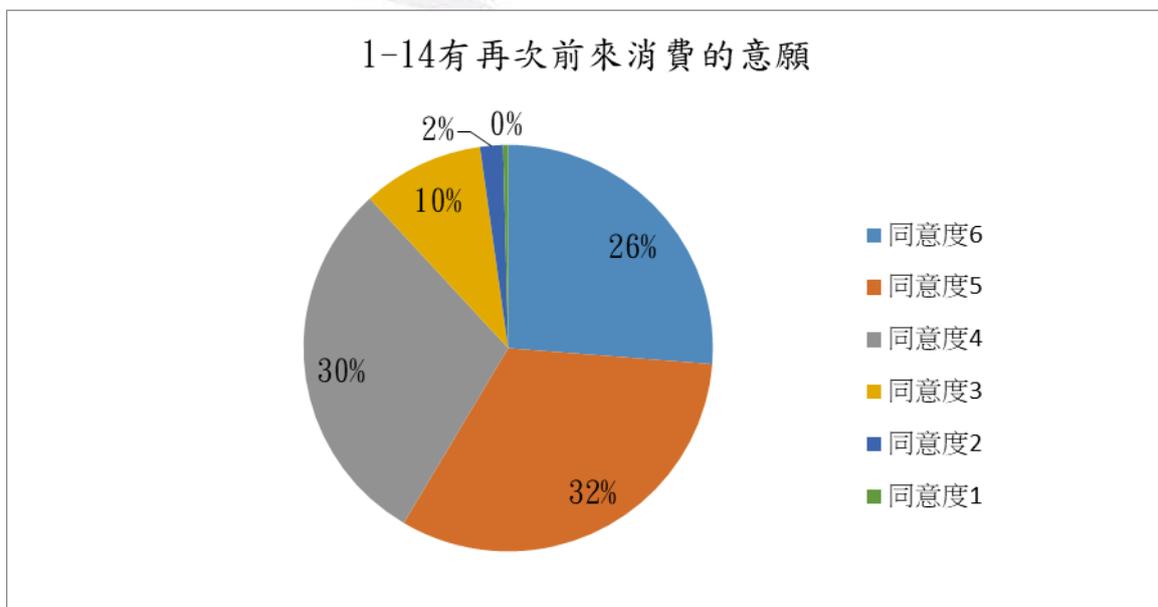
大多民眾都願意再次前來逢甲商圈消費，在 499 位受訪者中，同意度 5 有 32.3% (161 位)，而同意度 4 及以上的受訪者更高達 88.2% (440 位)，次數分配如表(16)，而圖(49)與圖(50)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(16) 有再次前來消費的意願次數表

有再次前來消費的意願								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
131	161	148	48	9	2	499	1	0
26.2%	32.3%	29.7%	9.6%	1.8%	0.4%	100%		



圖(49) 有再次前來消費的意願長條圖



圖(50) 有再次前來消費的意願圓餅圖

第二部分、逢甲商圈飲品調查

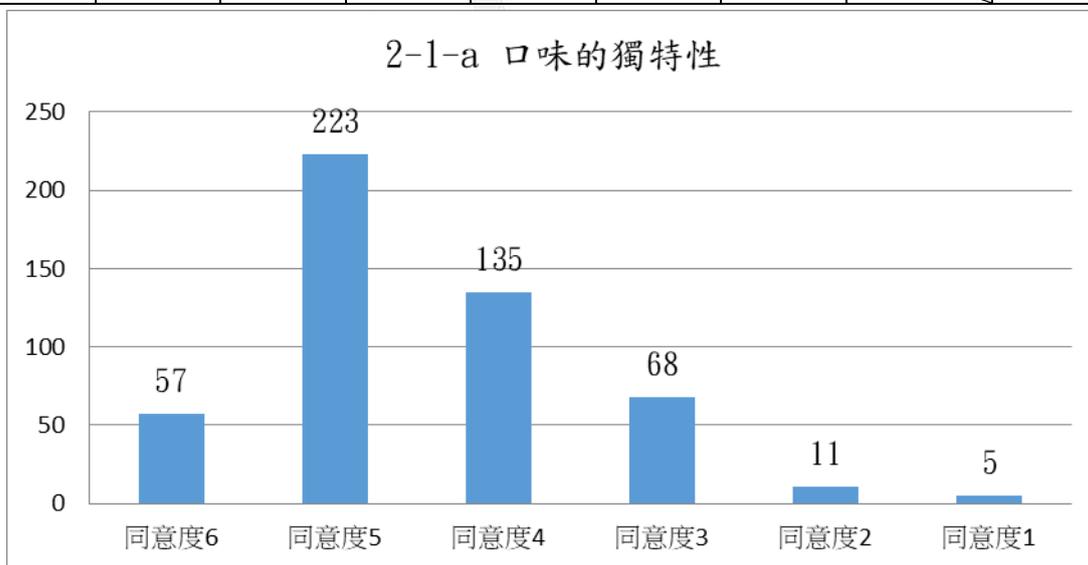
1. 以下為影響購買飲料動機的同意程度：

2-1-a 口味的獨特性

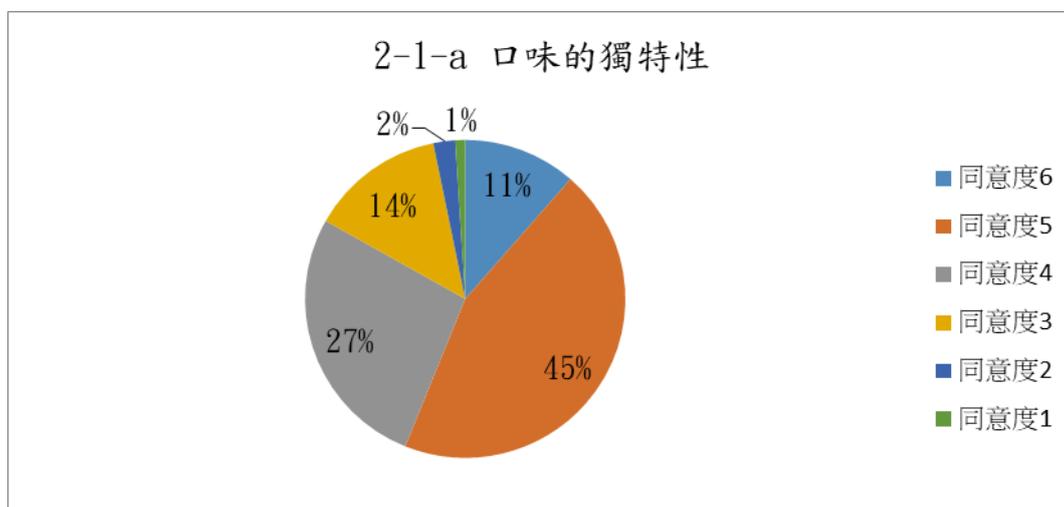
499 位受訪者中，以同意度 5 有 45%(223 位)為最多人選擇，而同意度 4 級以上的受訪者有 82%(415 位)，意味著飲料口味的獨特性是影響受訪者購買飲料的主要動機之一。次數分配如表(17)，而圖(51)與圖(52)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(17) 口味的獨特性次數表

2-1-a 口味的獨特性								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
57	223	135	68	11	5	499	1	0
11%	45%	27%	14%	2%	1%	100%		



圖(51) 口味的獨特性長條圖



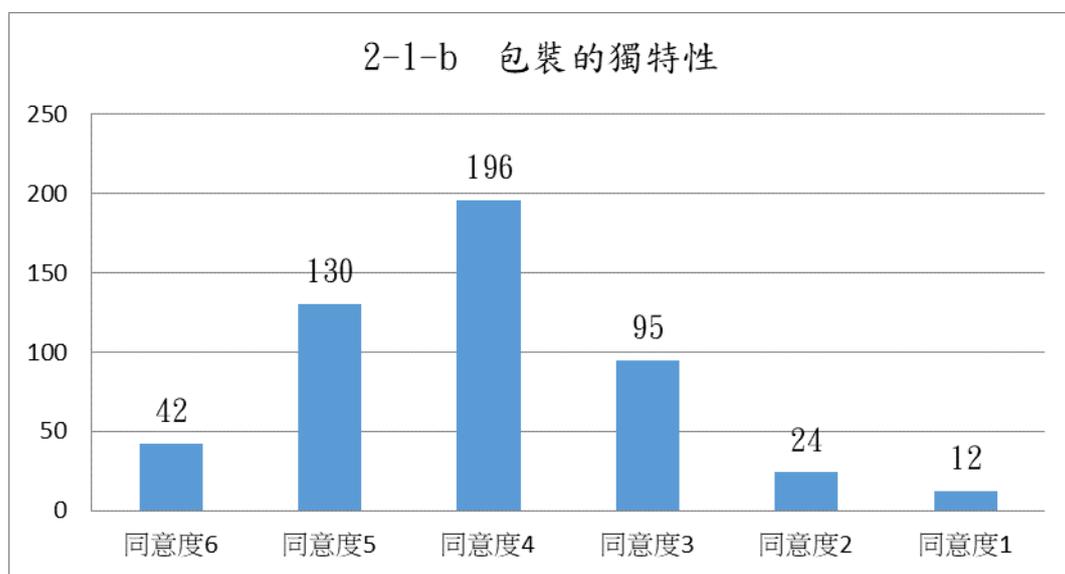
圖(52) 口味的獨特性圓餅圖

2-1-b 包裝的獨特性

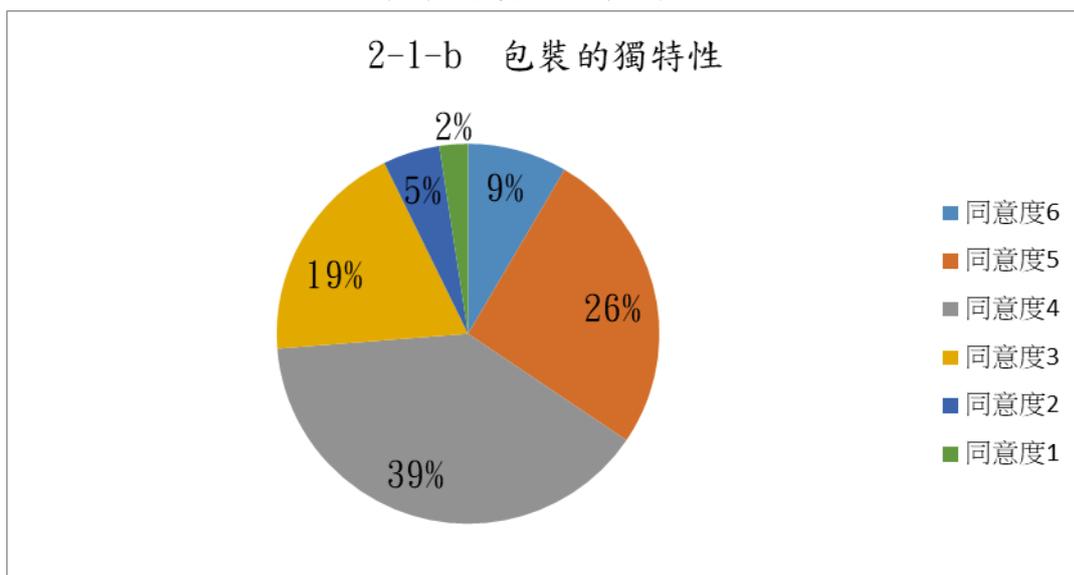
499 位受訪者中，以同意度 4 有 39%(196 位)為最多人選擇，而同意度 4 級以上的受訪者有 64%(368 位)，意味著飲料口味的獨特性是影響受訪者購買飲料的主要動機之一。次數分配如表(18)，而圖(53)與圖(54)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(18) 包裝的獨特性次數表

2-1-b 包裝的獨特性								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
42	130	196	95	24	12	499	1	0
9%	26%	39%	19%	5%	2%	100%		



圖(53) 包裝的獨特性長條圖



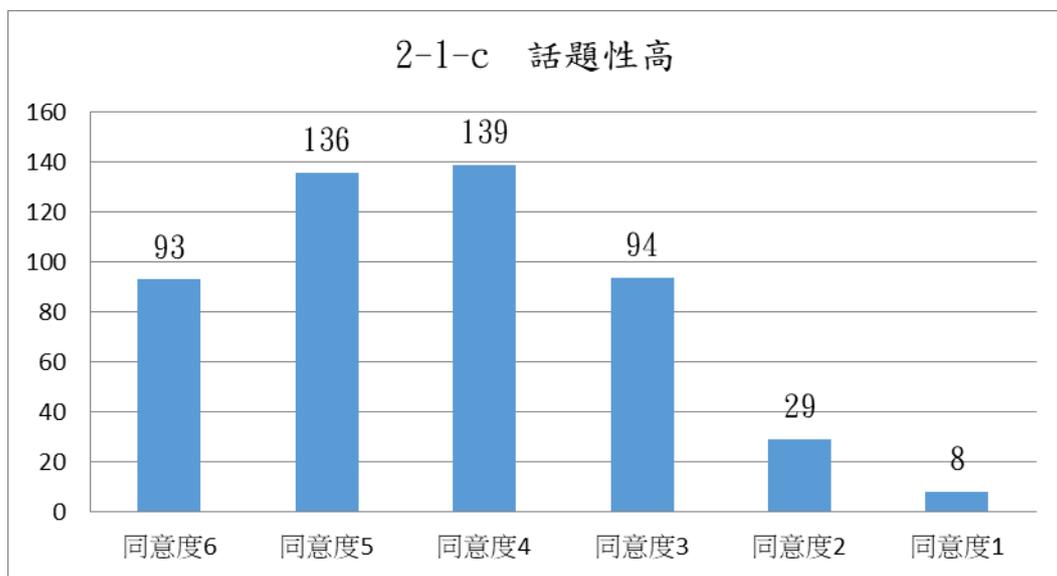
圖(54) 包裝的獨特性圓餅圖

2-1-c 話題性高

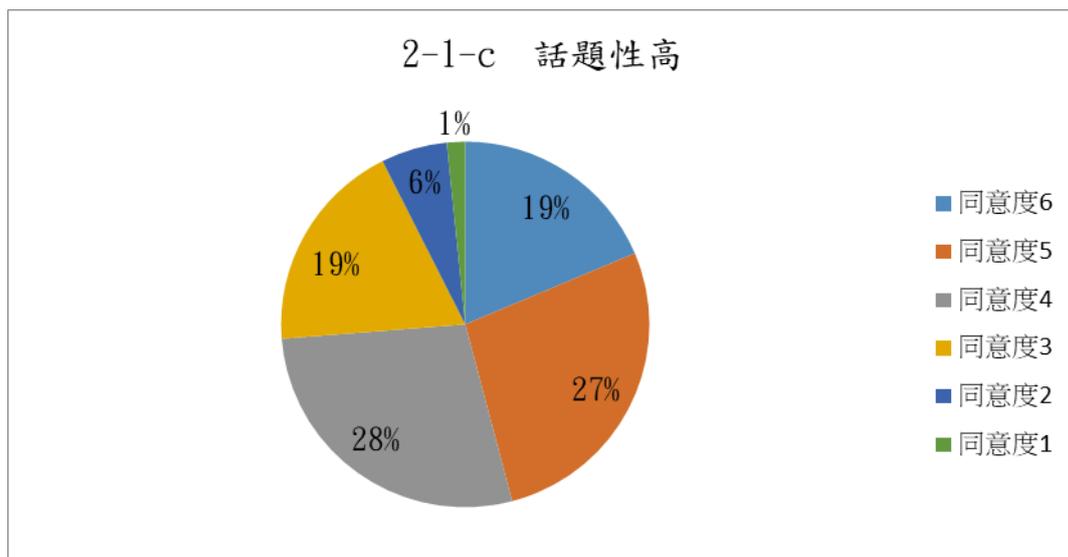
499 位受訪者中，以同意度 4 有 28%(139 位)為最多人選擇，而同意度 4 級以上的受訪者有 64%(368 位)，意味著飲料口味的獨特性是影響受訪者購買飲料的主要動機之一。次數分配如表(19)，而圖(55)與圖(56)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(19) 話題性高次數表

2-1-c 話題性高								
同意度6	同意度5	同意度4	同意度3	同意度2	同意度1	總和	遺漏數量	無效數量
93	136	139	94	29	8	499	1	0
19%	27%	28%	19%	6%	1%	100%		



圖(55) 話題性高長條圖



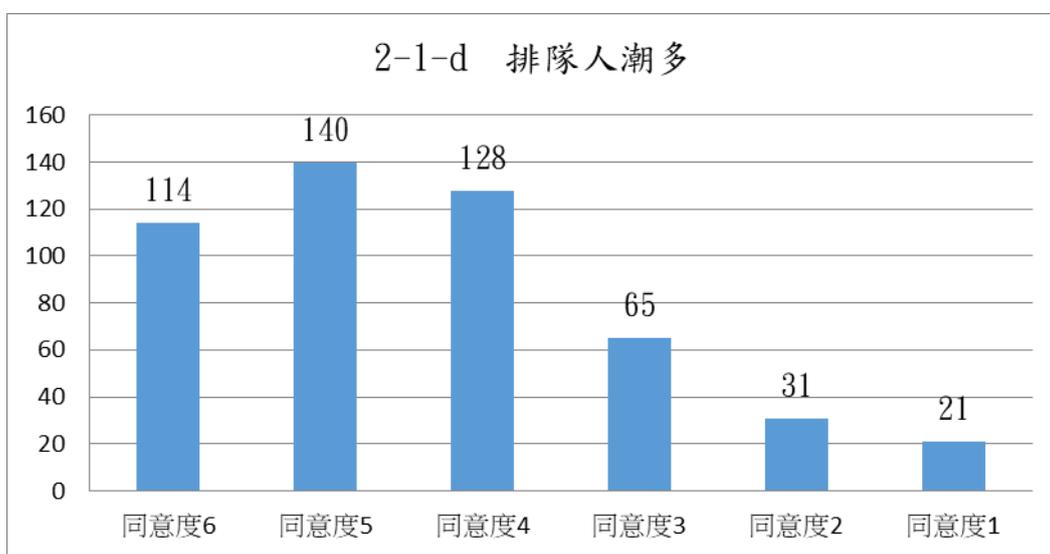
圖(56) 話題性高圓餅圖

2-1-d 排隊人潮多

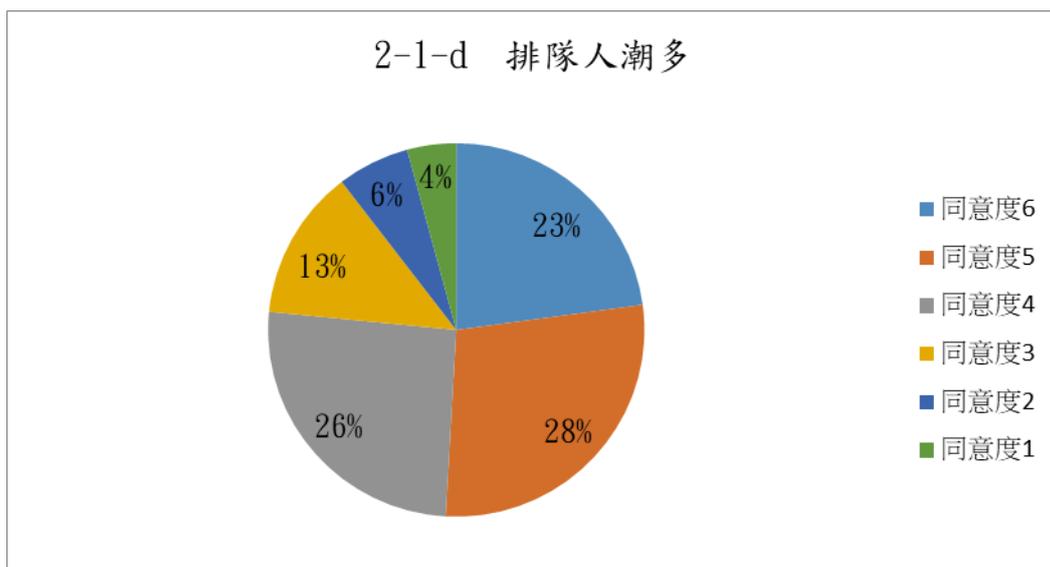
499 位受訪者中，以同意度 5 有 28%(140 位)為最多人選擇，而同意度 4 級以上的受訪者有 77%(382 位)，意味著飲料口味的獨特性是影響受訪者購買飲料的主要動機之一。次數分配如表(20)，而圖(57)與圖(58)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(20) 排隊人潮多次數表

2-1-d 排隊人潮多								
同意度6	同意度5	同意度4	同意度3	同意度2	同意度1	總和	遺漏數量	無效數量
114	140	128	65	31	21	499	1	0
23%	28%	26%	13%	6%	4%	100%		



圖(57) 排隊人潮多長條圖



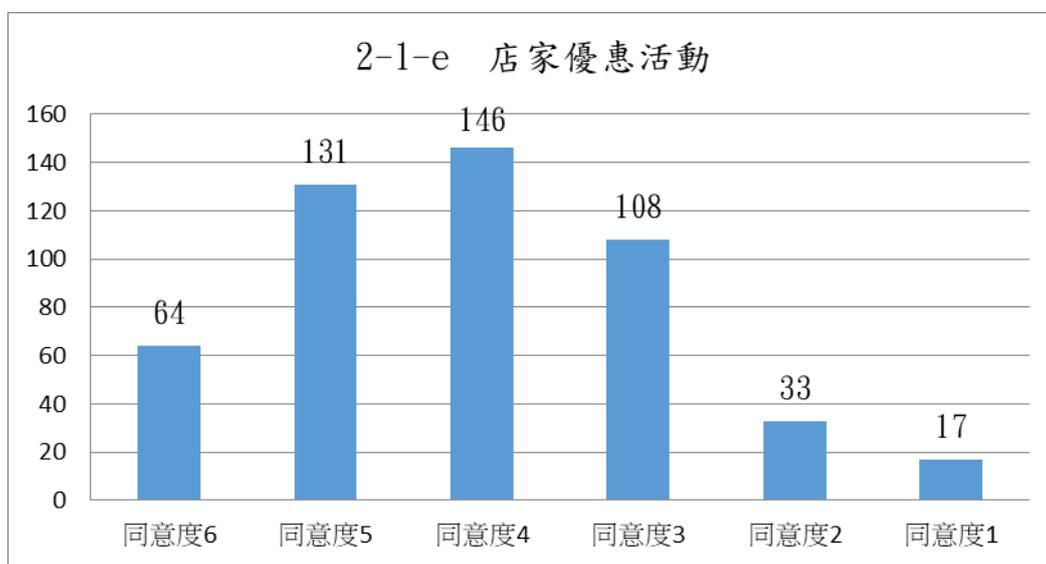
圖(58) 排隊人潮多圓餅圖

2-1-e 店家優惠活動

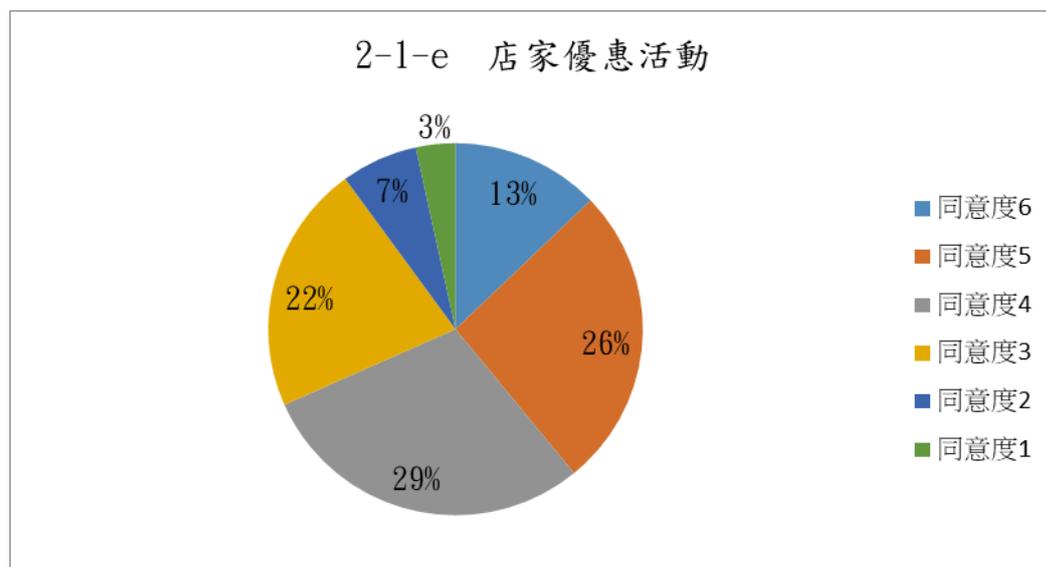
499 位受訪者中，以同意度 4 有 29%(146 位)為最多人選擇，而同意度 4 級以上的受訪者有 68%(341 位)，意味著飲料口味的獨特性是影響受訪者購買飲料的主要動機之一。次數分配如表(21)，而圖(59)與圖(60)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(21) 店家優惠活動次數表

2-1-e 店家優惠活動								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
64	131	146	108	33	17	499	1	0
13%	26%	29%	22%	7%	3%	100%		



圖(59) 店家優惠活動長條圖



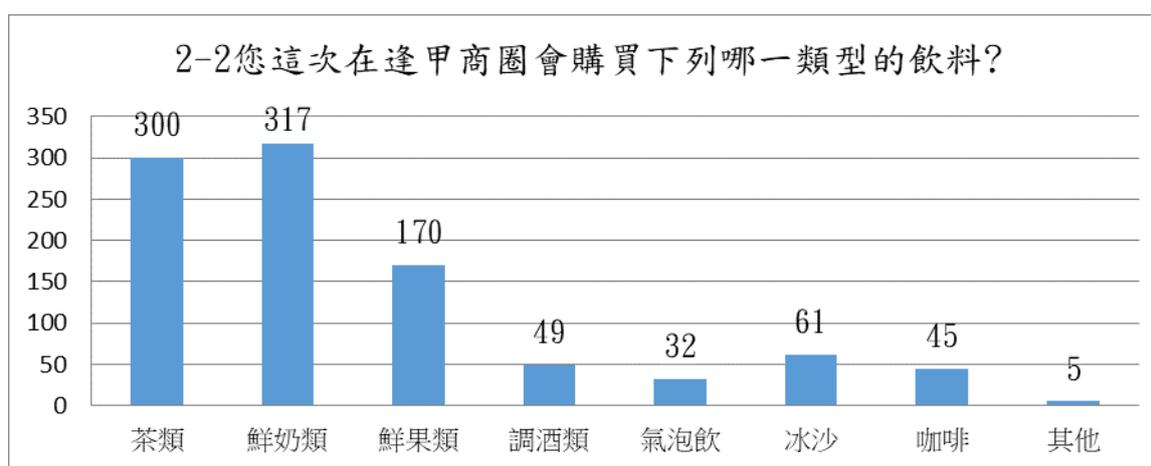
圖(60) 店家優惠活動圓餅圖

2-2 您這次在逢甲商圈會購買下列哪一類型的飲料？(可複選)

在本次調查結果中，可以看出最多人購買的飲品種類。首先第一名是鮮奶類(317)，第二名為茶類(300)，第三名則是鮮果類(170)。次數分配表如表(22)所示，而圖(61)為此題長條圖。

表(22) 受訪者會在逢甲商圈購買飲料次數表

2-2 您這次在逢甲商圈會購買下列哪一類型的飲料？(可複選)									
茶類	鮮奶類	鮮果類	調酒類	氣泡飲	冰沙	咖啡	其他	遺漏數量	無效數量
300	317	170	49	32	61	45	5	0	0



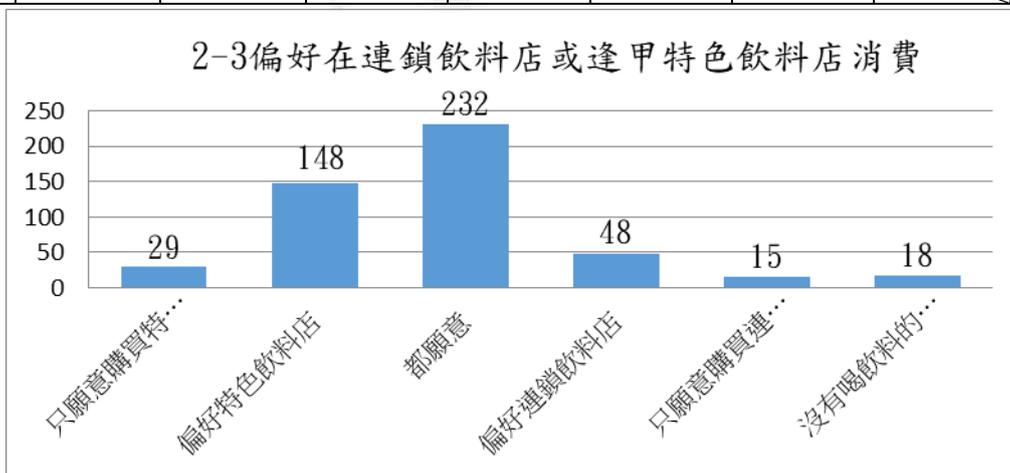
圖(61) 受訪者會在逢甲商圈購買飲料長條圖

2-3 您在逢甲商圈偏好在連鎖飲料店或逢甲特色飲料店消費?

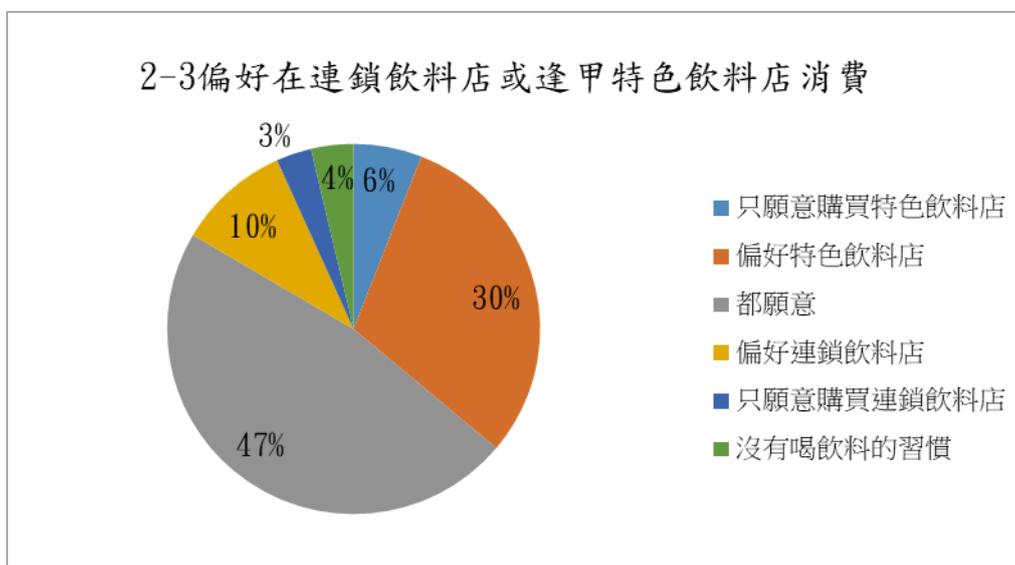
在此次 500 位受訪者中，在逢甲商圈偏好在連鎖飲料店或逢甲特色飲料店有 47.3%(232 位)選填都願意，其次為 30.2%(148 位)選填偏好特色飲料，再來是 9.8%(48 位)選填偏好連鎖飲料店。

表(23) 偏好在連鎖飲料店或逢甲特色飲料店消費次數表

2-3 偏好在連鎖飲料店或逢甲特色飲料店消費								
只願意購買特色飲料店	偏好特色飲料店	都願意	偏好連鎖飲料店	只願意購買連鎖飲料店	沒有喝飲料的習慣	總和	遺漏數量	無效數量
29	148	232	48	15	18	490	10	0
5.9%	30.2%	47.3%	9.8%	3.1%	3.7%	100%		



圖(62) 偏好在連鎖飲料店或逢甲特色飲料店消費長條圖



圖(63) 偏好在連鎖飲料店或逢甲特色飲料店消費圓餅圖

2-4 請勾選您在逢甲商圈曾經嘗試過的飲料店？(可複選)

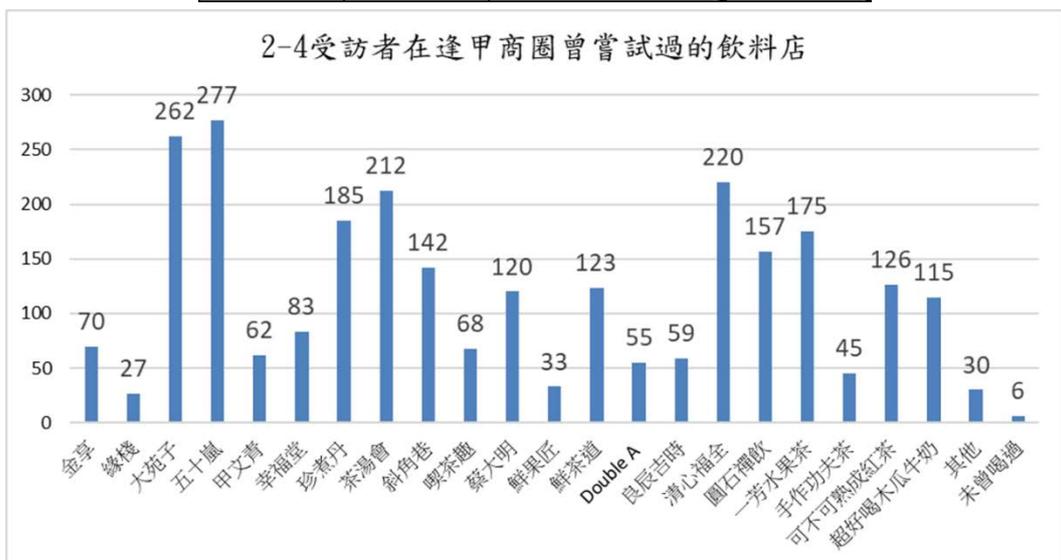
- 1. 金享 2. 緣棧 3. 大苑子 4. 五十嵐 5. 甲文青
- 6. 幸福堂 7. 珍煮丹 8. 茶湯會 9. 斜角巷 10. 喫茶趣
- 11. 蔡大明 12. 鮮果匠 13. 鮮茶道 14. Double A 15. 良辰吉時
- 16. 清心福全 17. 圓石禪飲 18. 一芳水果茶 19. 手作功夫茶
- 20. 可不可熟成紅茶 21. 超好喝木瓜牛奶 22. 其他_____

請勾選您在逢甲商圈曾經嘗試過的飲料店？(可複選)

在此次 500 位受訪者中，最多人喝過的連鎖飲料店是五十嵐共有 277 位嘗試過，其次是大苑子有 262 位，第三名則是清心福全有 220 位，而在這些逢甲特色飲料店中，被最多受訪者嘗試過的店家為超好喝木瓜牛奶共有 115 位，最少人嘗試過飲料店為緣棧有 27 位。次數分配如表(24)所示，而圖(64)為長條圖。

表(24) 受訪者喝過逢甲飲料次數表

受訪者喝過逢甲飲料的次數			
金享	70	鮮茶道	123
緣棧	27	Double A	55
大苑子	262	良辰吉時	59
五十嵐	277	清心福全	220
甲文青	62	圓石禪飲	157
幸福堂	83	一芳水果茶	175
珍煮丹	185	手作功夫茶	45
茶湯會	212	可不可熟成紅茶	126
斜角巷	142	超好喝木瓜牛奶	115
喫茶趣	68	其他	30
蔡大明	120	未曾喝過	6
鮮果匠	33		



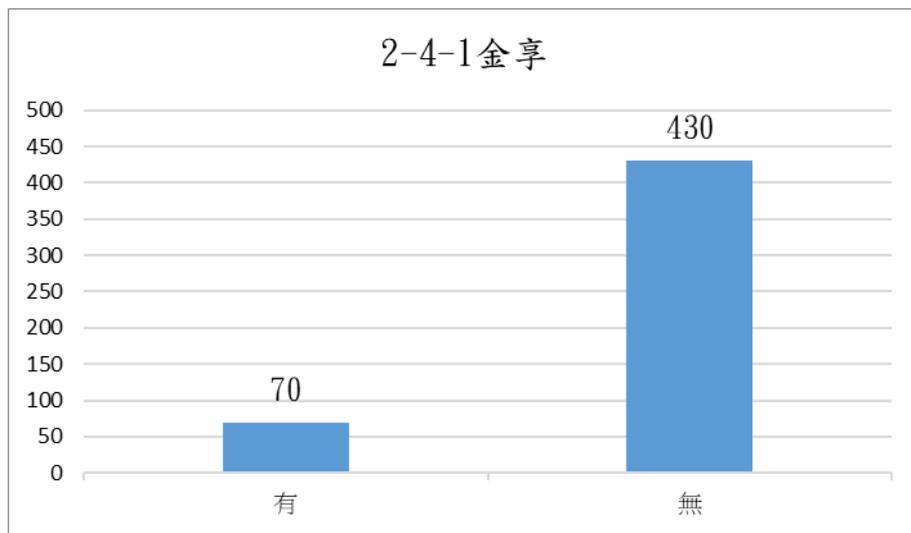
圖(64) 受訪者喝過逢甲飲料長條圖

2-4-1 金享

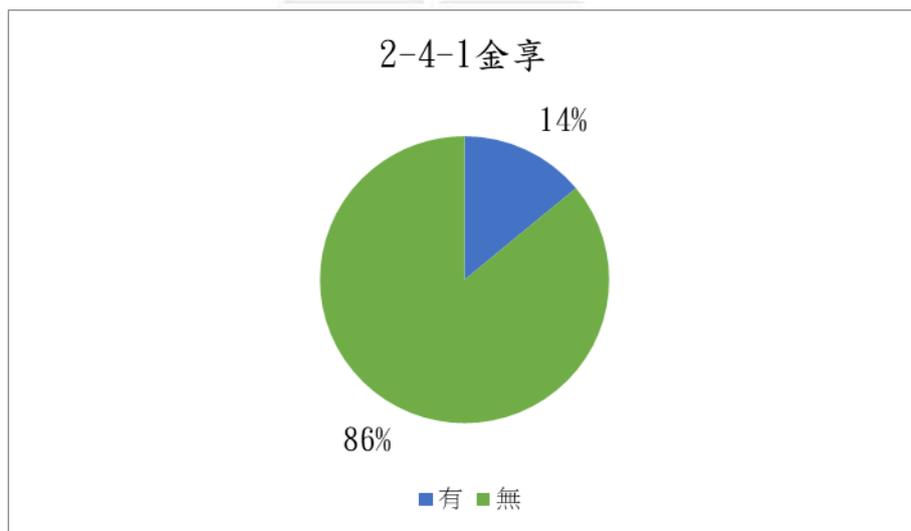
在調查的 500 位受訪者中，曾經喝過金享的佔 14%(70 位)，不曾嘗試過的佔 86%(430 位)。次數分配表如表(25)所示，而圖(65)與圖(66)分別為此長條圖與圓餅圖。

表(25) 2-4-1 次數表

2-4-1 金享				
有	無	總和	遺漏數量	無效數量
70	430	500	0	0



圖(65) 2-4-1 長條圖



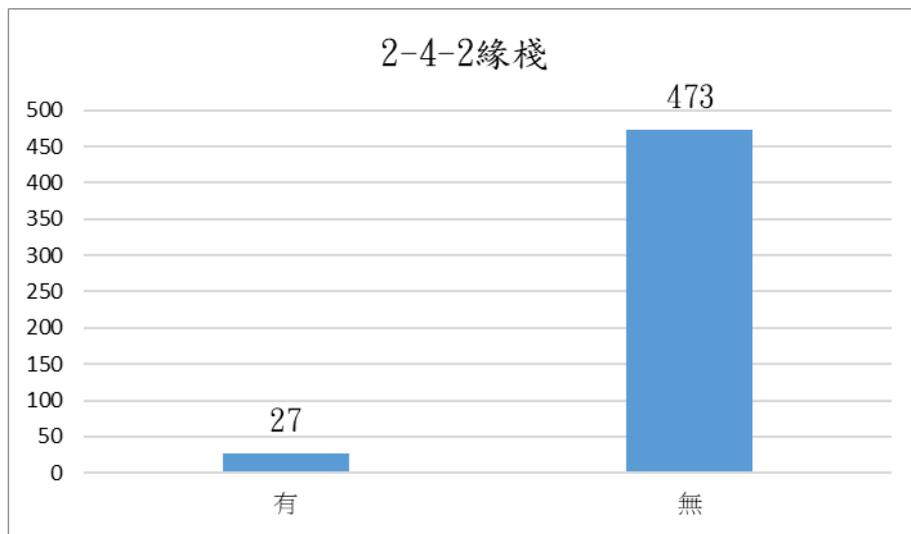
圖(66) 2-4-1 圓餅圖

2-4-2 緣棧

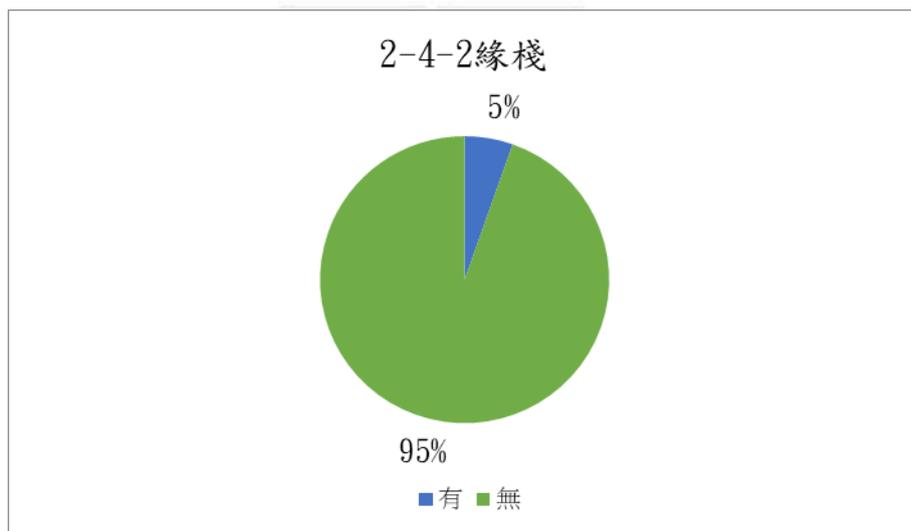
在調查的 500 位受訪者中，曾經喝過緣棧的佔 5%(27 位)，不曾嘗試過的佔 95%(473 位)。次數分配表如表(26)所示，而圖(67)與圖(68)分別為此長條圖與圓餅圖

表(26) 2-4-2 次數表

2-4-2 緣棧				
有	無	總和	遺漏數量	無效數量
27	473	500	0	0



圖(67) 2-4-2 長條圖



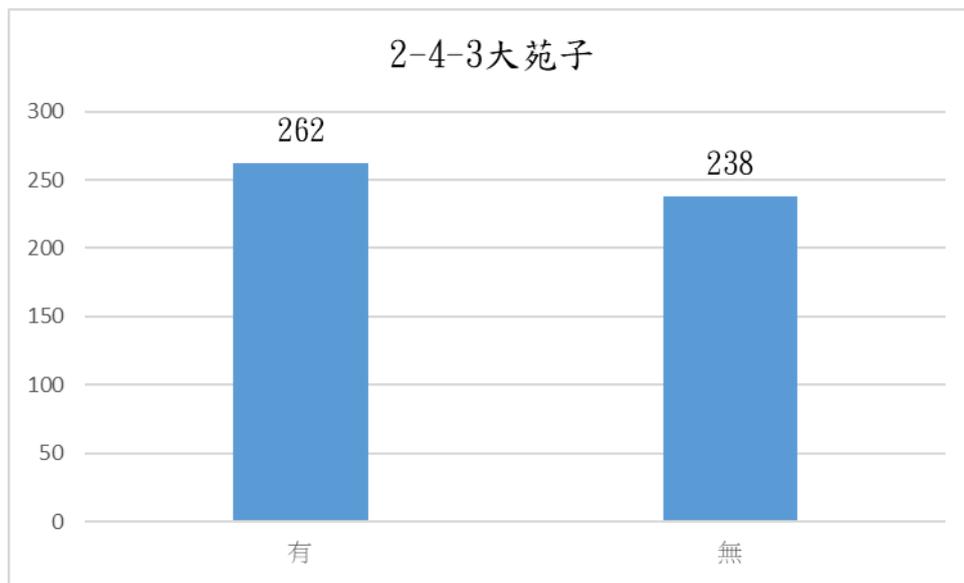
圖(68) 2-4-2 圓餅圖

2-4-3 大苑子

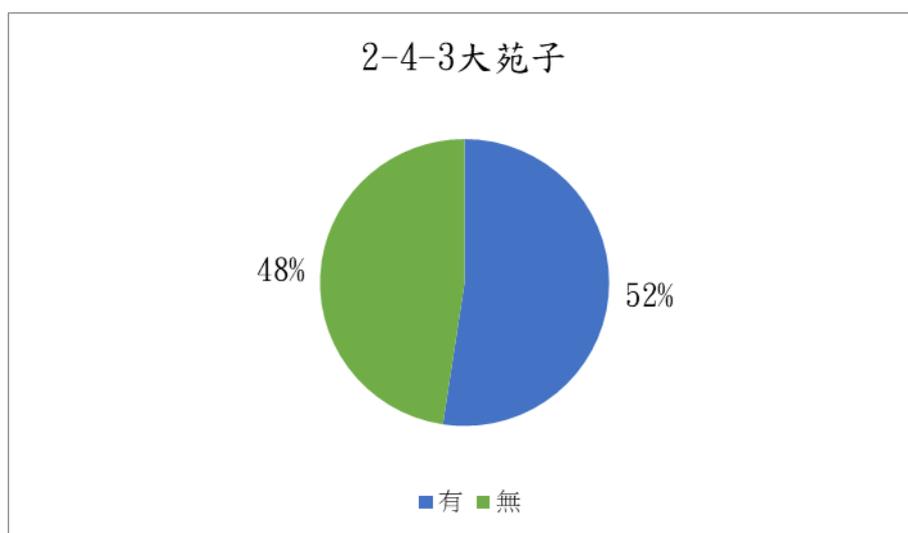
在調查的 500 位受訪者中，曾經喝過大苑子的佔 52%(262 位)，不曾嘗試過的佔 48%(238 位)。次數分配表如表(27)所示，而圖(69)與圖(70)分別為此長條圖與圓餅圖。

表(27)2-4-3 次數表

2-4-3 大苑子				
有	無	總和	遺漏數量	無效數量
262	238	500	0	0



圖(69) 2-4-3 長條圖



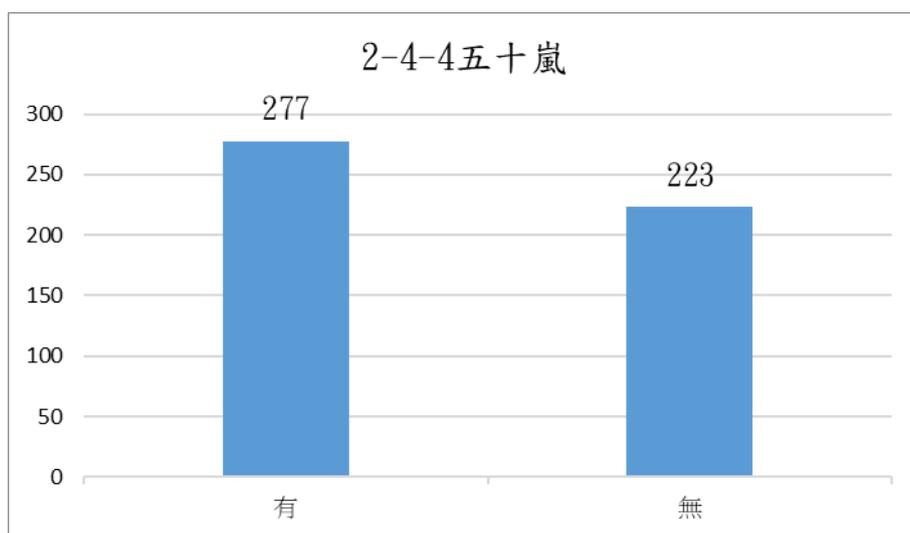
圖(70) 2-4-3 圓餅圖

2-4-4 五十嵐

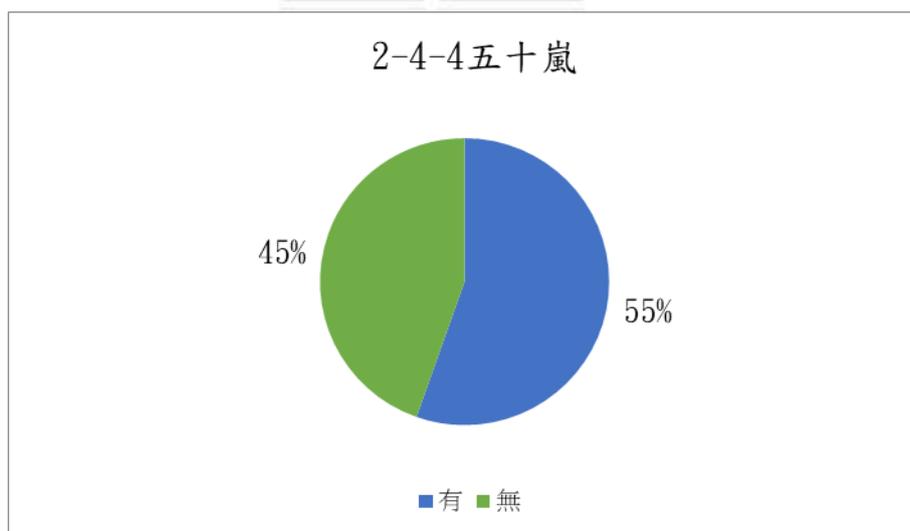
在調查的 500 位受訪者中，曾經喝過五十嵐的佔 55%(277 位)，不曾嘗試過的佔 45%(223 位)。次數分配表如表(28)所示，而圖(71)與圖(72)分別為此長條圖與圓餅圖。

表(28) 2-4-4 次數表

2-4-4 五十嵐				
有	無	總和	遺漏數量	無效數量
277	223	500	0	0



圖(71) 2-4-4 長條圖



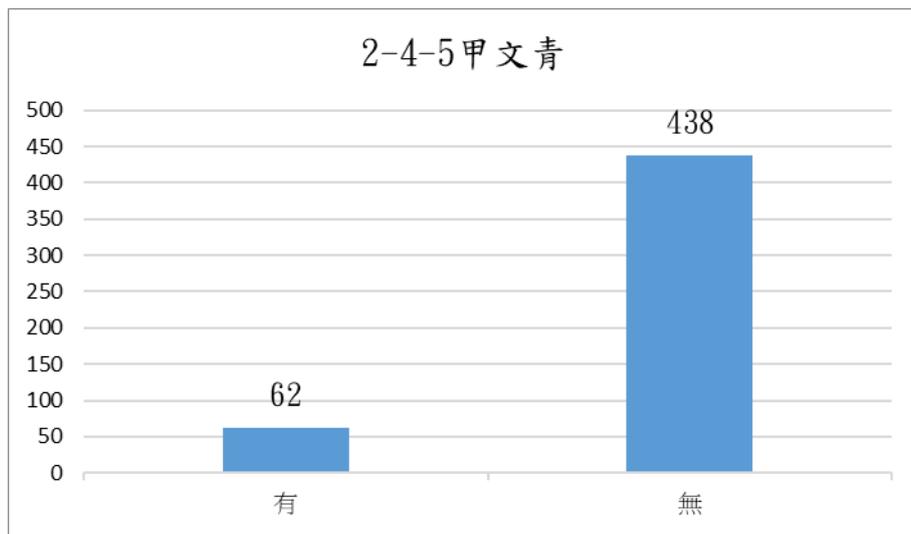
圖(72) 2-4-4 圓餅圖

2-4-5 甲文青

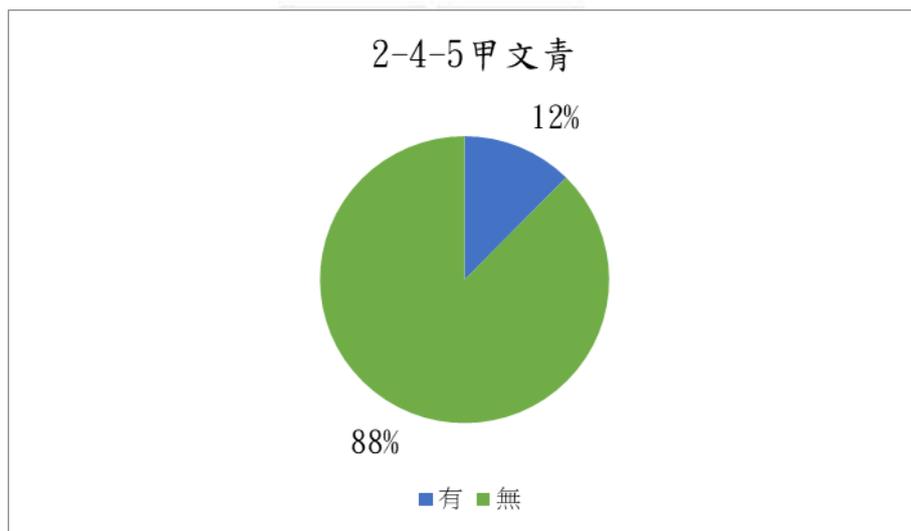
在調查的 500 位受訪者中，曾經喝過甲文青的佔 12%(62 位)，不曾嘗試過的佔 88%(438 位)。次數分配表如表(29)所示，而圖(73)與圖(74)分別為此長條圖與圓餅圖。

表(29) 2-4-5 次數表

2-4-5 甲文青				
有	無	總和	遺漏數量	無效數量
62	438	500	0	0



圖(73) 2-4-5 長條圖



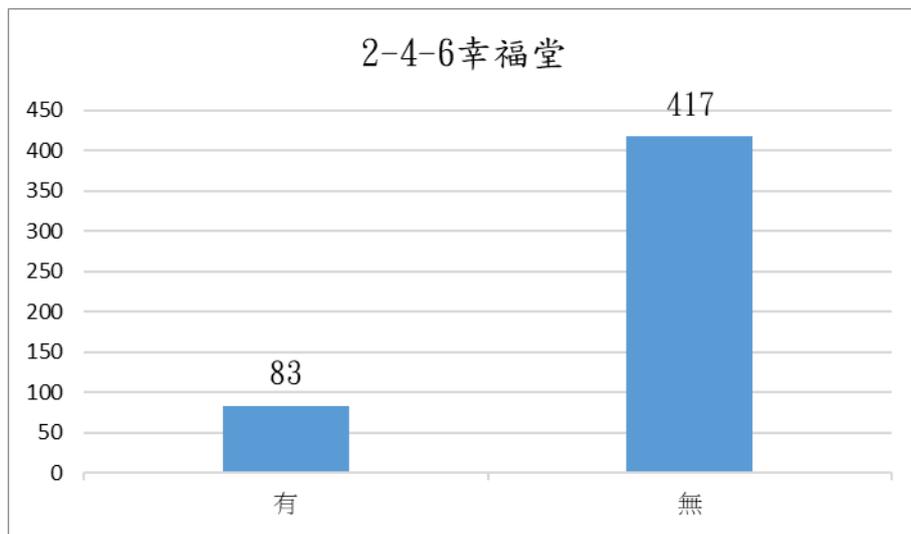
圖(74) 2-4-5 圓餅圖

2-4-6 幸福堂

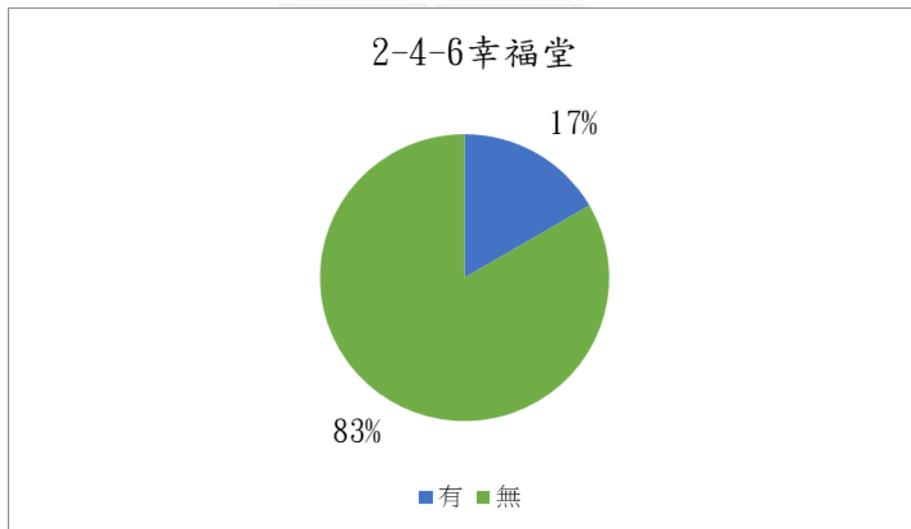
在調查的 500 位受訪者中，曾經喝過幸福堂的佔 17%(83 位)，不曾嘗試過的佔 83%(417 位)。次數分配表如表(30)所示，而圖(75)與圖(76)分別為此長條圖與圓餅圖。

表(30) 2-4-6 次數表

2-4-6 幸福堂				
有	無	總和	遺漏數量	無效數量
83	417	500	0	0



圖(75) 2-4-6 長條圖



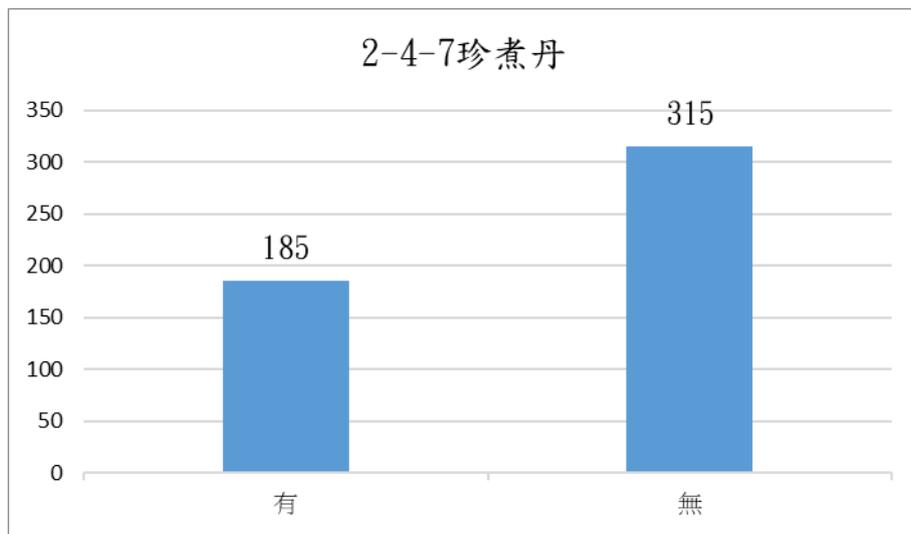
圖(76) 2-4-6 圓餅圖

2-4-7 珍煮丹

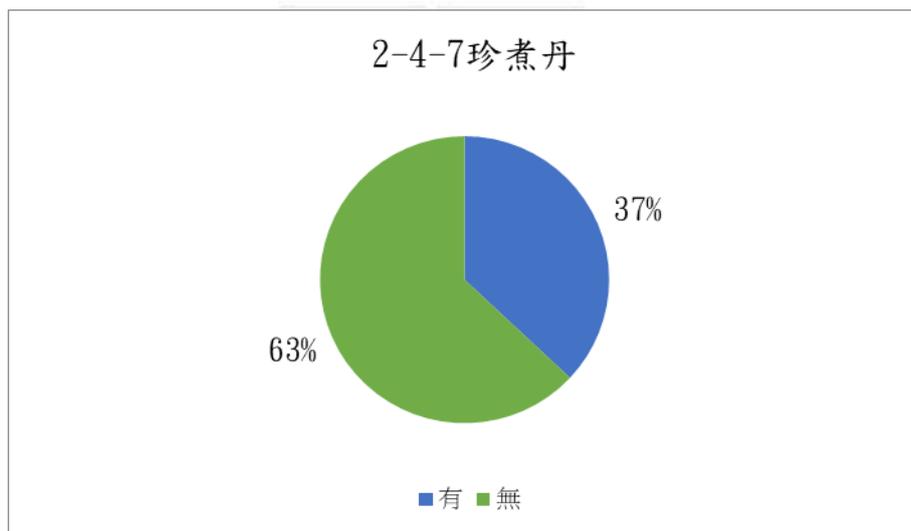
在調查的 500 位受訪者中，曾經喝過珍煮丹的佔 37%(185 位)，不曾嘗試過的佔 63%(315 位)。次數分配表如表(31)所示，而圖(77)與圖(78)分別為此長條圖與圓餅圖。

表(31) 2-4-7 次數表

2-4-7 珍煮丹				
有	無	總和	遺漏數量	無效數量
185	315	500	0	0



圖(77) 2-4-7 長條圖



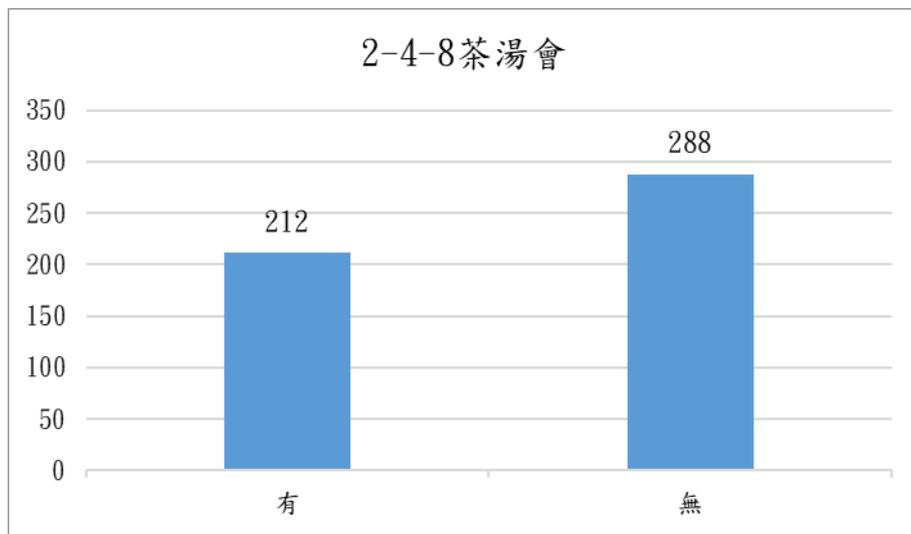
圖(78) 2-4-7 圓餅圖

2-4-8 茶湯會

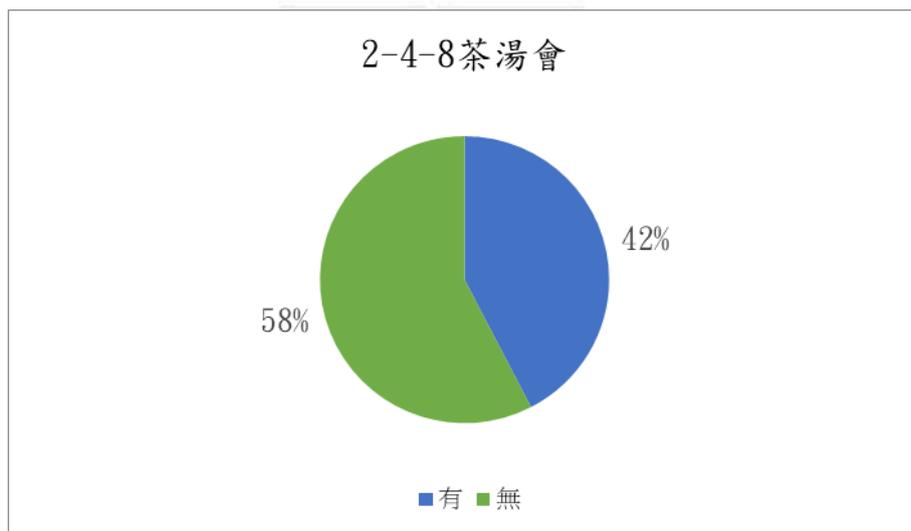
在調查的 500 位受訪者中，曾經喝過茶湯會的佔 42%(212 位)，不曾嘗試過的佔 58%(288 位)。次數分配表如表(32)所示，而圖(79)與圖(80)分別為此長條圖與圓餅圖。

表(32) 2-4-8 次數表

2-4-8 茶湯會				
有	無	總和	遺漏數量	無效數量
212	288	500	0	0



圖(79) 2-4-8 長條圖



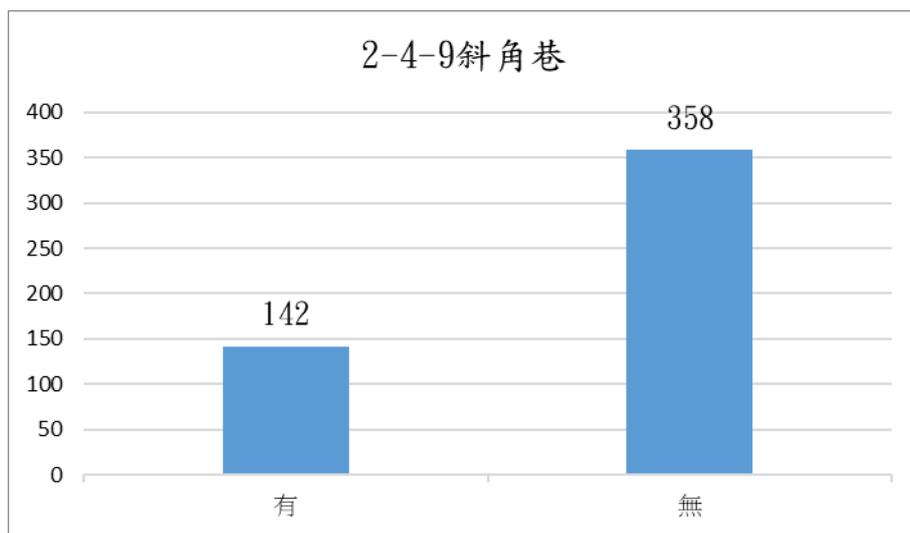
圖(80) 2-4-8 圓餅圖

2-4-9 斜角巷

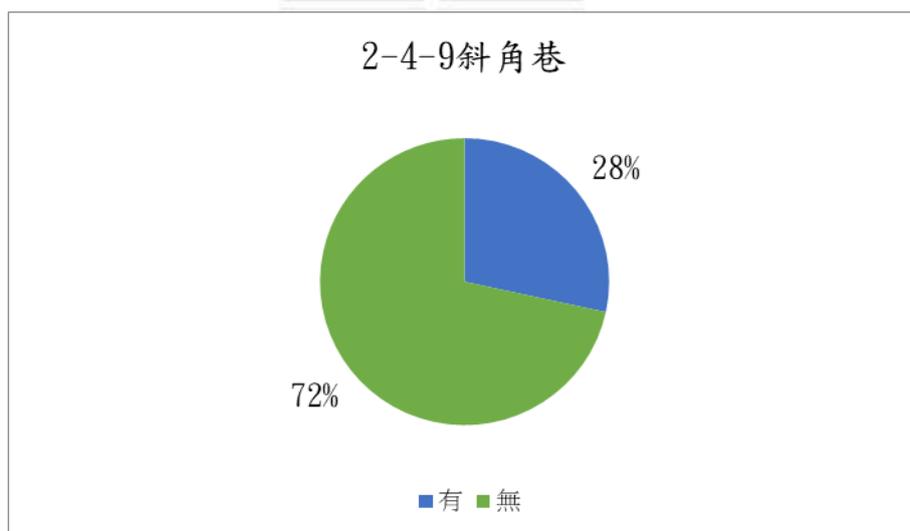
在調查的 500 位受訪者中，曾經喝過斜角巷的佔 28%(142 位)，不曾嘗試過的佔 72%(358 位)。次數分配表如表(33)所示，而圖(81)與圖(82)分別為此長條圖與圓餅圖。

表(33) 2-4-9 次數表

2-4-9 斜角巷				
有	無	總和	遺漏數量	無效數量
142	358	500	0	0



圖(81) 2-4-9 長條圖



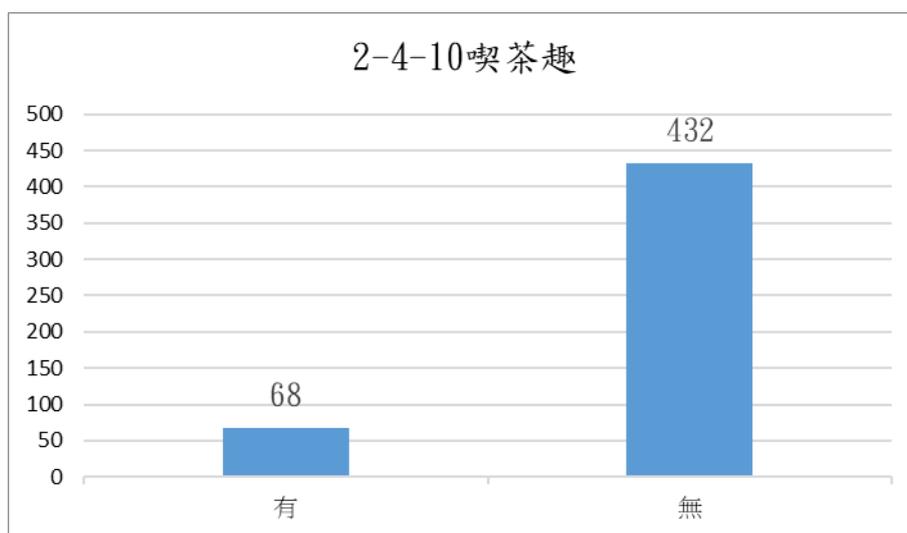
圖(82) 2-4-9 圓餅圖

2-4-10 喫茶趣

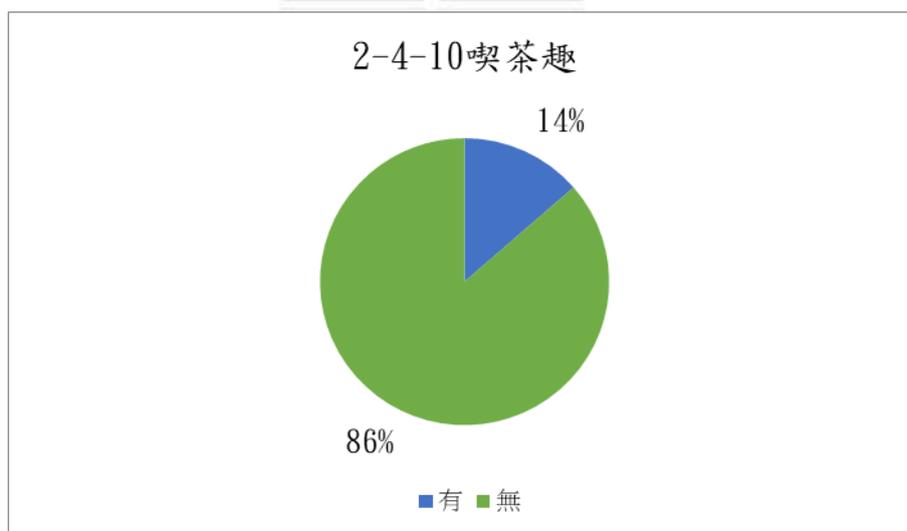
在調查的 500 位受訪者中，曾經喝過喫茶趣的佔 14%(68 位)，不曾嘗試過的佔 86%(432 位)。次數分配表如表(34)所示，而圖(83)與圖(84)分別為此長條圖與圓餅圖。

表(34) 2-4-10 次數表

2-4-10 喫茶趣				
有	無	總和	遺漏數量	無效數量
68	432	500	0	0



圖(83) 2-4-10 長條圖



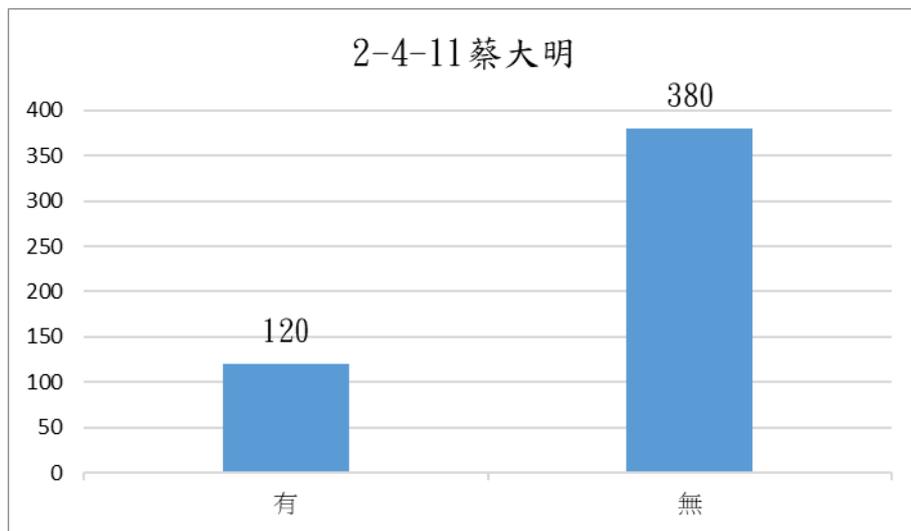
圖(84) 2-4-10 圓餅圖

2-4-11 蔡大明

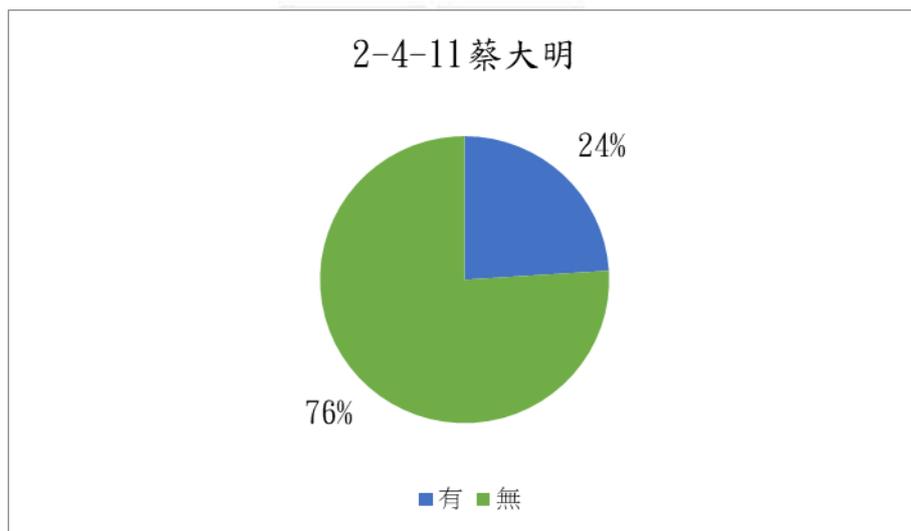
在調查的 500 位受訪者中，曾經喝過蔡大明的佔 24%(120 位)，不曾嘗試過的佔 76%(380 位)。次數分配表如表(35)所示，而圖(85)與圖(86)分別為此長條圖與圓餅圖。

表(35) 2-4-11 次數表

2-4-11 蔡大明				
有	無	總和	遺漏數量	無效數量
120	380	500	0	0



圖(85) 2-4-11 長條圖



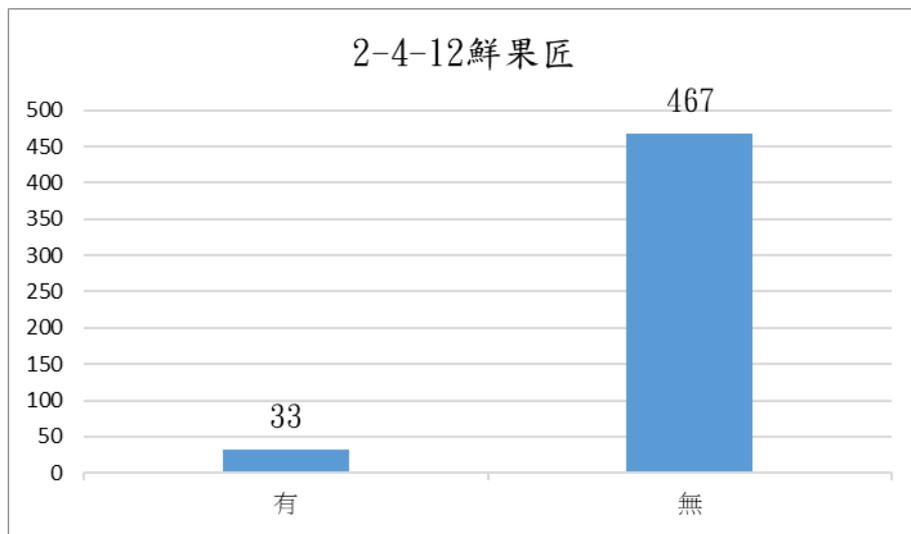
圖(86) 2-4-11 圓餅圖

2-4-12 鮮果匠

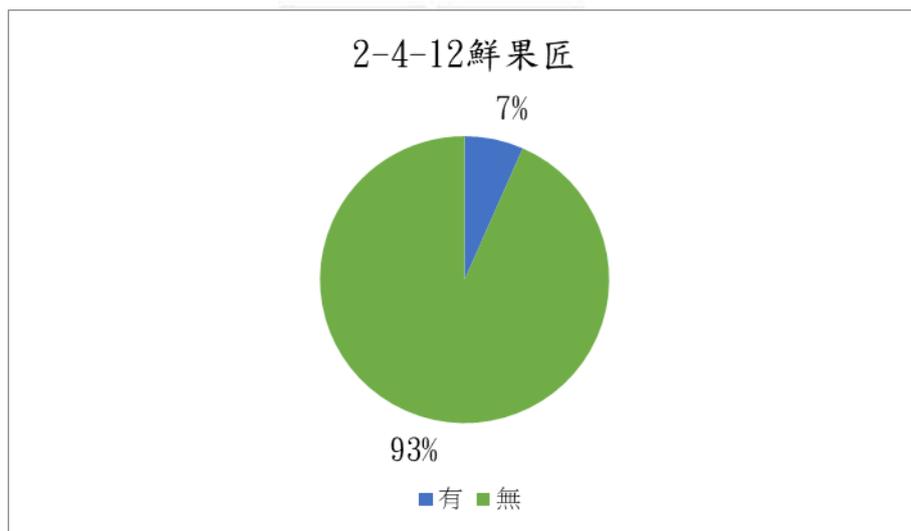
在調查的 500 位受訪者中，曾經喝過鮮果匠的佔 7%(33 位)，不曾嘗試過的佔 93%(467 位)。次數分配表如表(36)所示，而圖(87)與圖(88)分別為此長條圖與圓餅圖。

表(36) 2-4-12 次數表

2-4-12 鮮果匠				
有	無	總和	遺漏數量	無效數量
33	467	500	0	0



圖(87) 2-4-12 長條圖



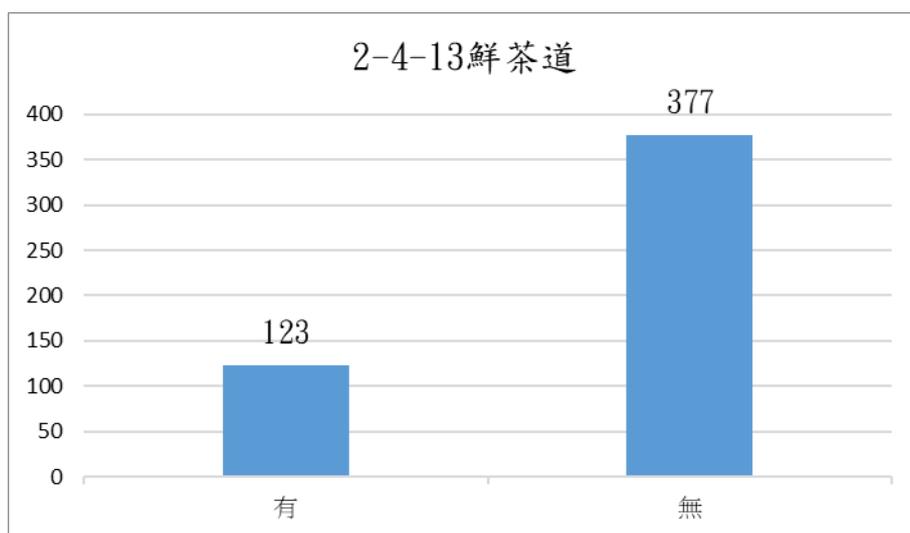
圖(88) 2-4-12 圓餅圖

2-4-13 鮮茶道

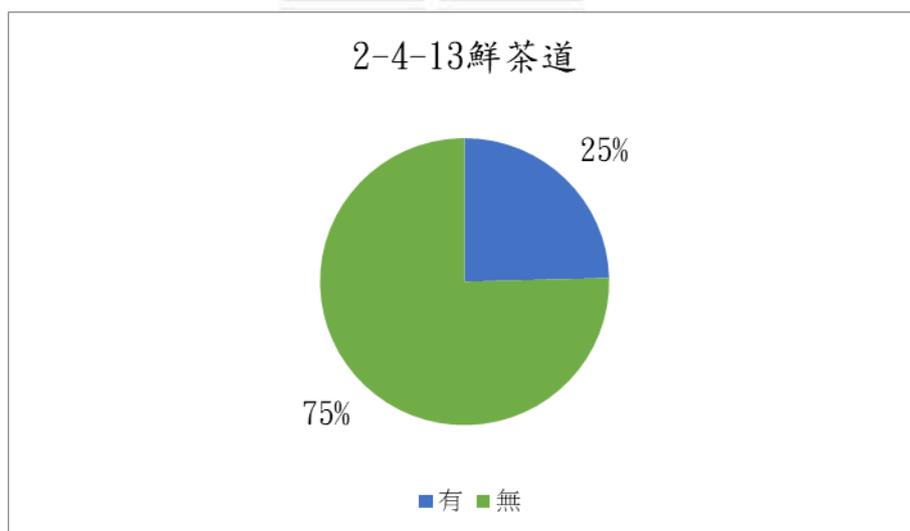
在調查的 500 位受訪者中，曾經喝過鮮茶道的佔 25%(123 位)，不曾嘗試過的佔 75%(377 位)。次數分配表如表(37)所示，而圖(89)與圖(90)分別為此長條圖與圓餅圖。

表(37) 2-4-13 次數表

2-4-13 鮮茶道				
有	無	總和	遺漏數量	無效數量
123	377	500	0	0



圖(89) 2-4-13 長條圖



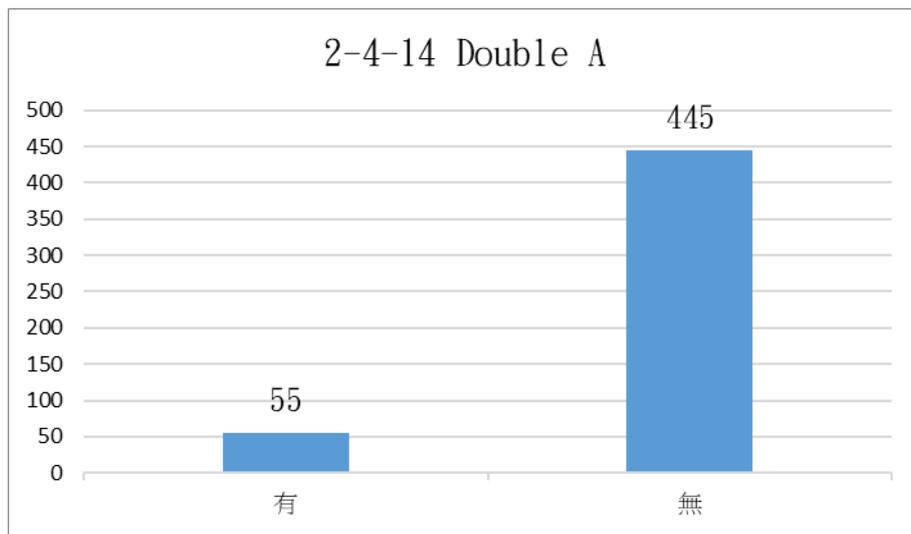
圖(90) 2-4-13 圓餅圖

2-4-14 Double A

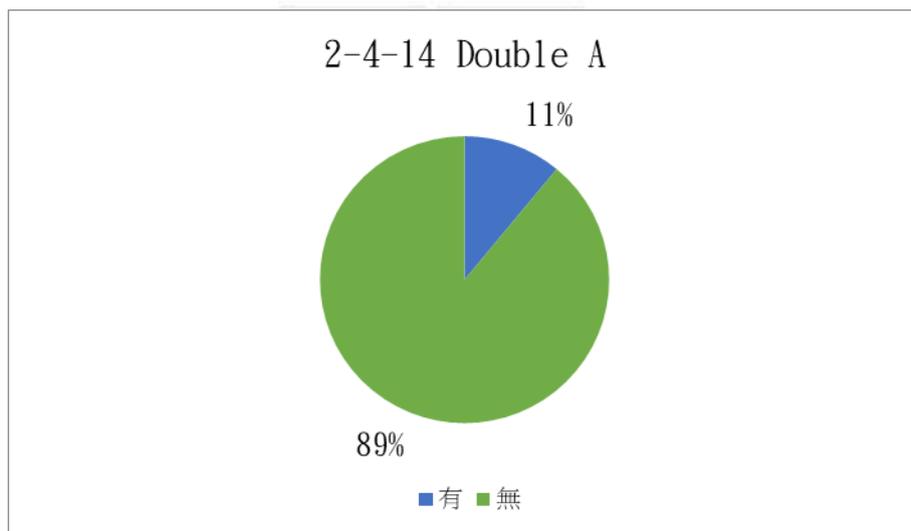
在調查的 500 位受訪者中，曾經喝過 Double A 的佔 11%(55 位)，不曾嘗試過的佔 89%(445 位)。次數分配表如表(38)所示，而圖(91)與圖(92)分別為此長條圖與圓餅圖。

表(38) 2-4-14 次數表

2-4-14 Double A				
有	無	總和	遺漏數量	無效數量
55	445	500	0	0



圖(91) 2-4-14 長條圖



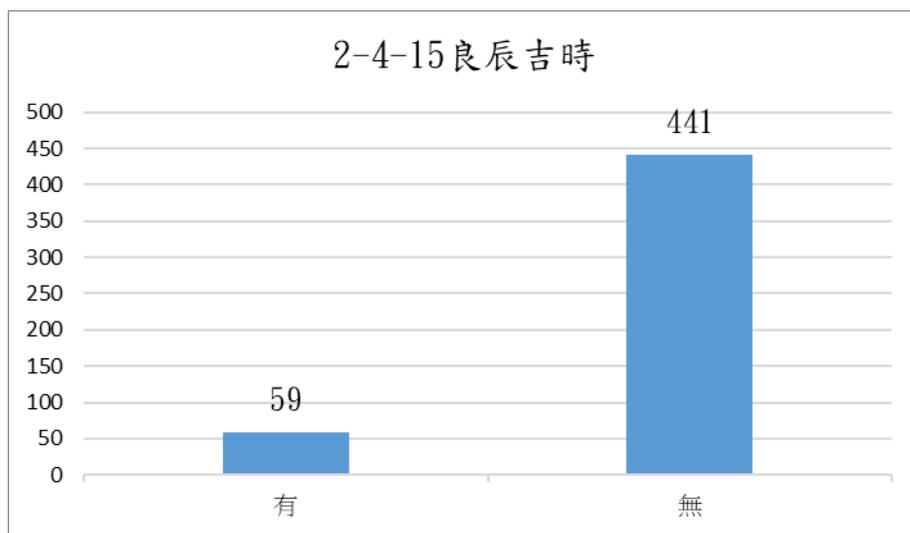
圖(92) 2-4-14 圓餅圖

2-4-15 良辰吉時

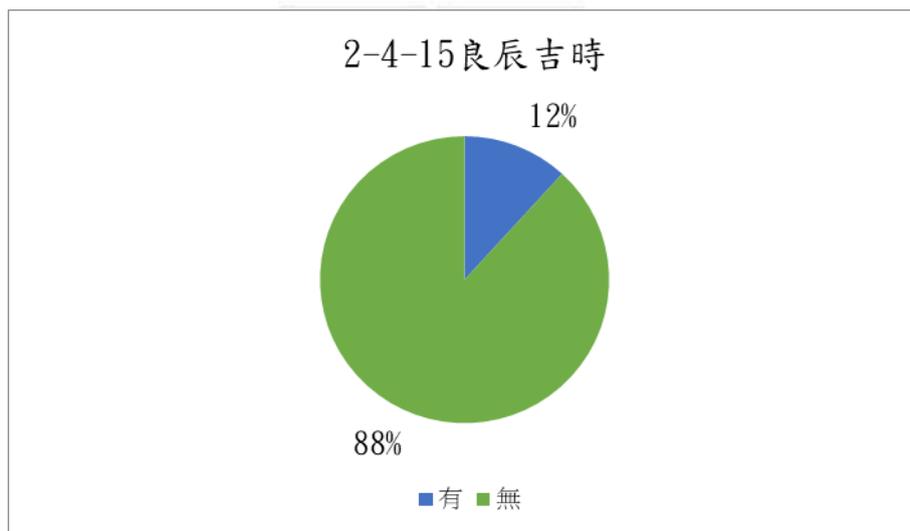
在調查的 500 位受訪者中，曾經喝過良辰吉時的佔 12%(59 位)，不曾嘗試過的佔 88%(441 位)。次數分配表如表(39)所示，而圖(93)與圖(94)分別為此長條圖與圓餅圖。

表(39) 2-4-15 次數表

2-4-15 良辰吉時				
有	無	總和	遺漏數量	無效數量
59	441	500	0	0



圖(93) 2-4-15 長條圖



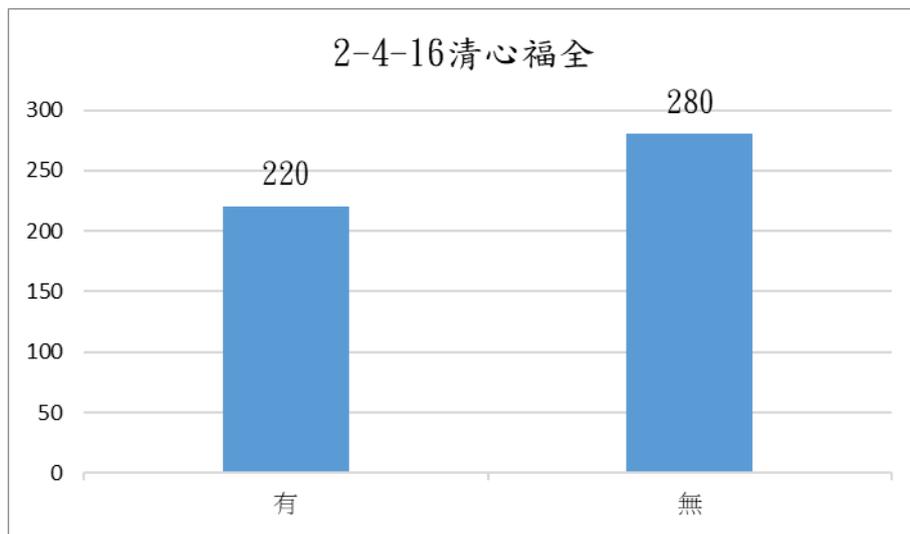
圖(94) 2-4-15 圓餅圖

2-4-16 清心福全

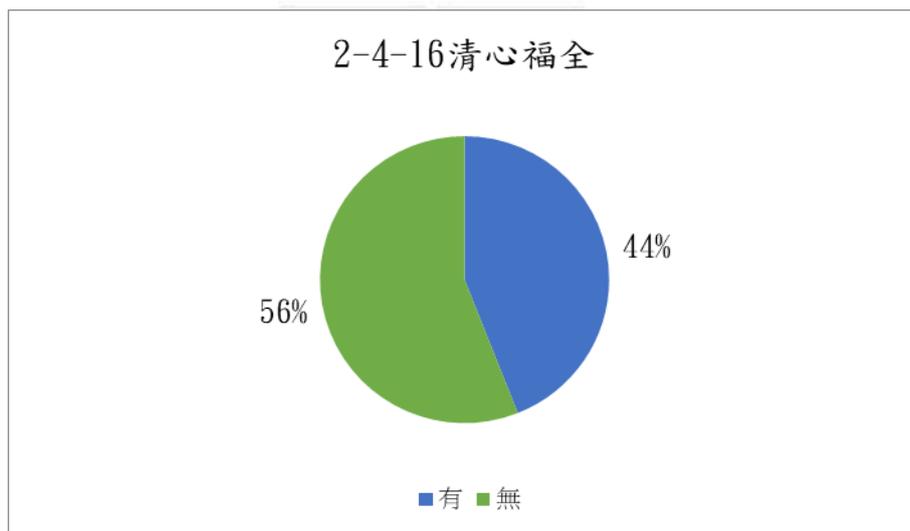
在調查的 500 位受訪者中，曾經喝過清心福全的佔 44%(220 位)，不曾嘗試過的佔 56%(280 位)。次數分配表如表(40)所示，而圖(95)與圖(96)分別為此長條圖與圓餅圖。

表(40) 2-4-16 次數表

2-4-16 清心福全				
有	無	總和	遺漏數量	無效數量
220	280	500	0	0



圖(95) 2-4-16 長條圖



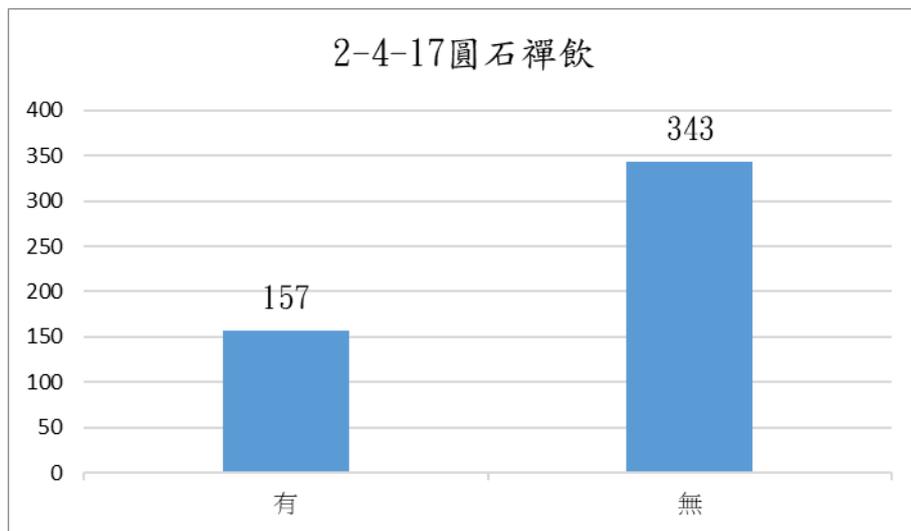
圖(96) 2-4-16 圓餅圖

2-4-17 圓石禪飲

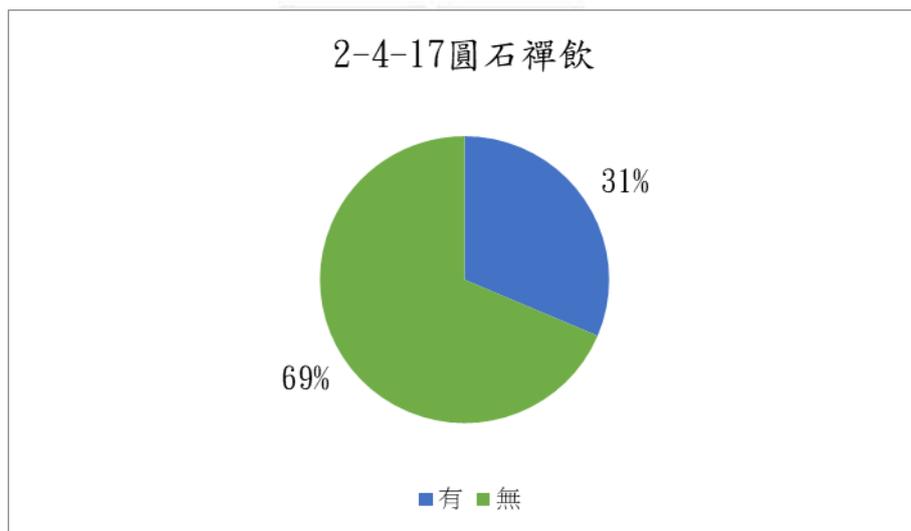
在調查的 500 位受訪者中，曾經喝過圓石禪飲的佔 31%(157 位)，不曾嘗試過的佔 69%(343 位)。次數分配表如表(41)所示，而圖(97)與圖(98)分別為此長條圖與圓餅圖。

表(41) 2-4-17 次數表

2-4-17 圓石禪飲				
有	無	總和	遺漏數量	無效數量
157	343	500	0	0



圖(97) 2-4-17 長條圖



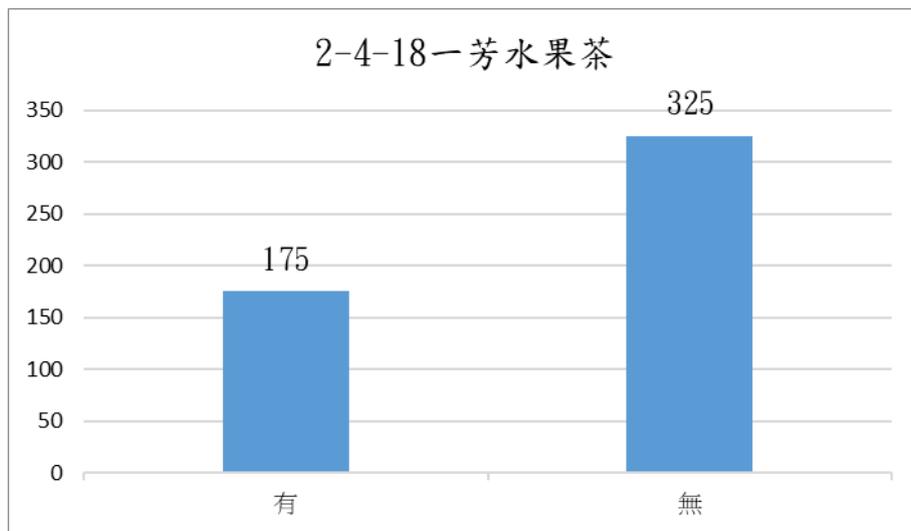
圖(98) 2-4-17 圓餅圖

2-4-18 一芳水果茶

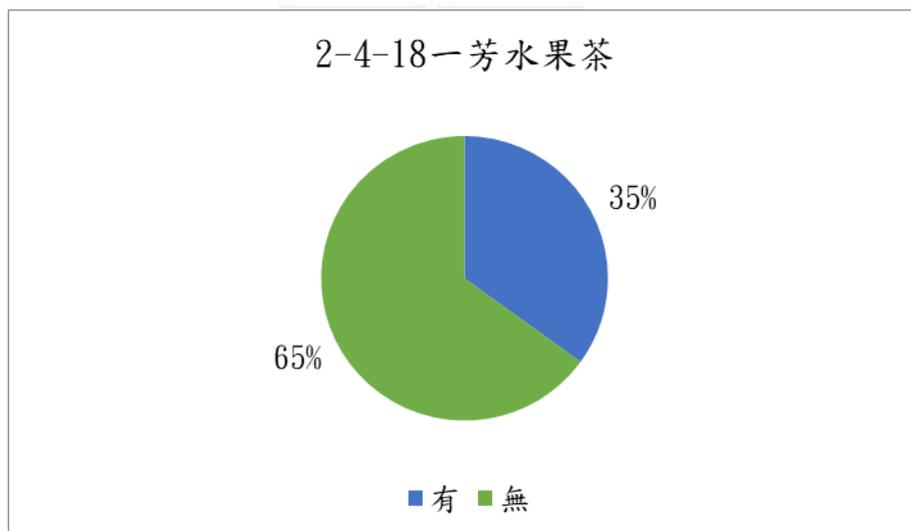
在調查的 500 位受訪者中，曾經喝過一芳水果茶的佔 35%(175 位)，不曾嘗試過的佔 65%(325 位)。次數分配表如表(42)所示，而圖(99)與圖(100)分別為此長條圖與圓餅圖。

表(42) 2-4-18 次數表

2-4-18 一芳水果茶				
有	無	總和	遺漏數量	無效數量
175	325	500	0	0



圖(99) 2-4-18 長條圖



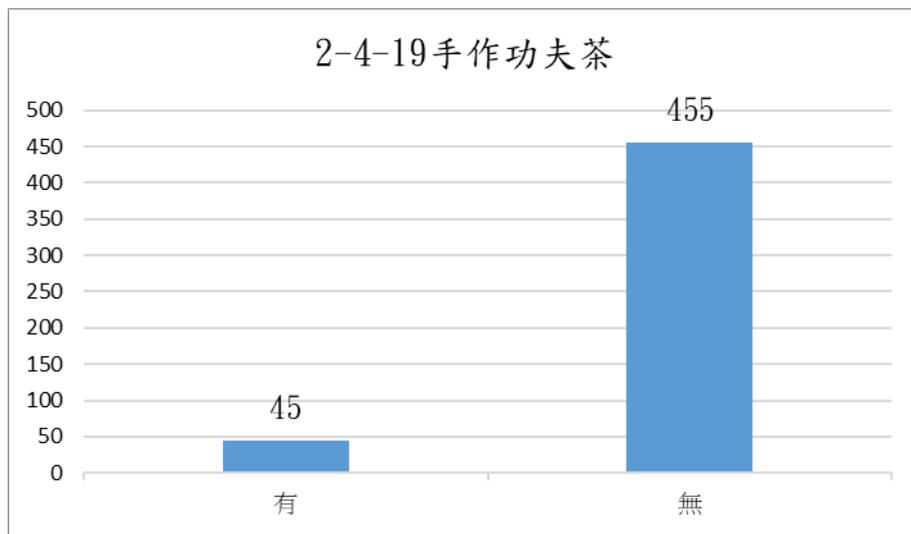
圖(100) 2-4-18 圓餅圖

2-4-19 手作功夫茶

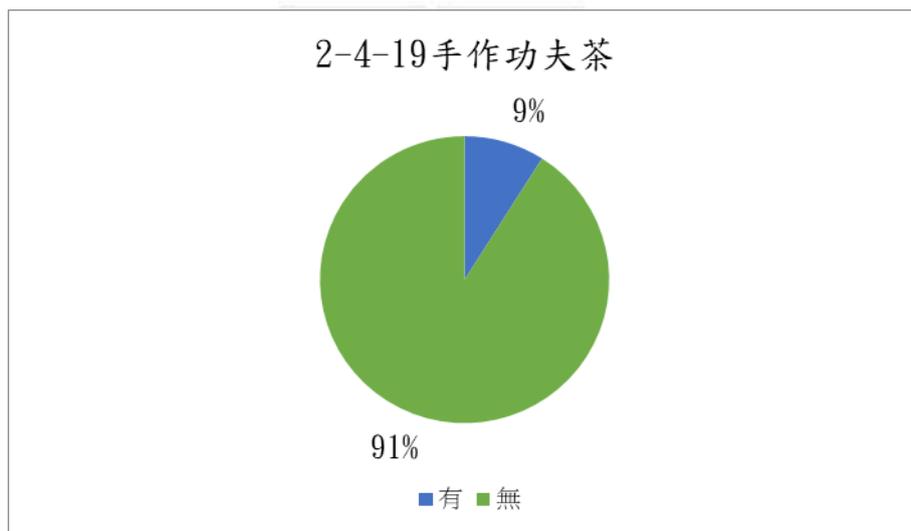
在調查的 500 位受訪者中，曾經喝過金享的佔 9%(45 位)，不曾嘗試過的佔 91%(455 位)。次數分配表如表(43)所示，而圖(101)與圖(102)分別為此長條圖與圓餅圖。

表(43) 2-4-19 次數表

2-4-19 手作功夫茶				
有	無	總和	遺漏數量	無效數量
45	455	500	0	0



圖(101) 2-4-19 長條圖



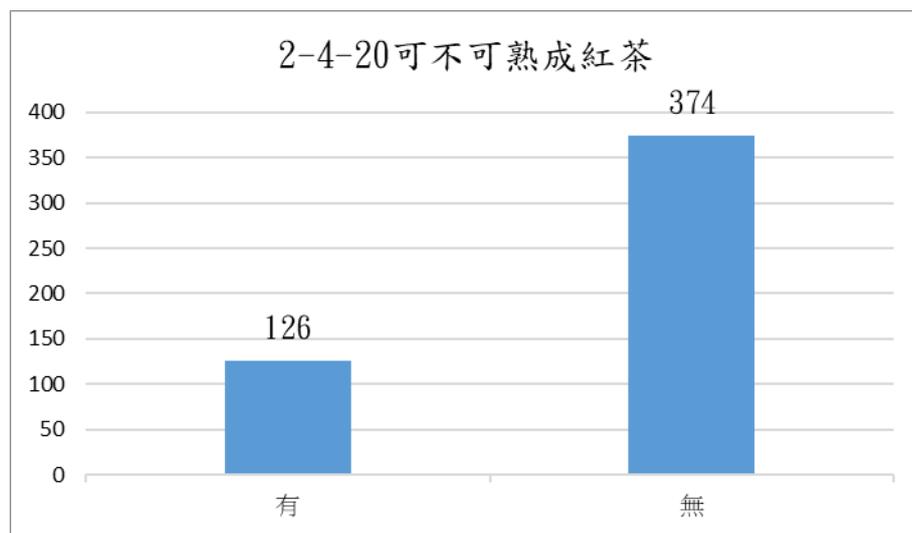
圖(102) 2-4-19 圓餅圖

2-4-20 可不可熟成紅茶

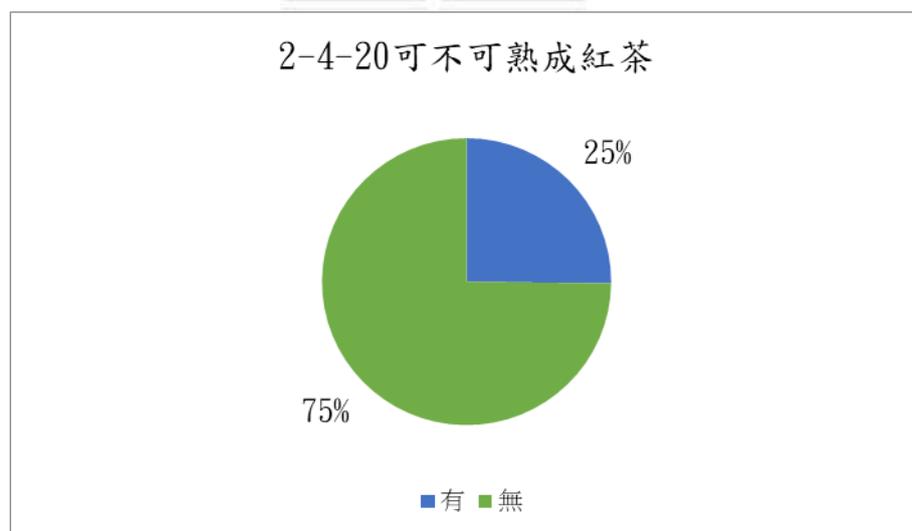
在調查的 500 位受訪者中，曾經喝過可不可熟成紅茶的佔 25%(126 位)，不曾嘗試過的佔 75%(374 位)。次數分配表如表(44)所示，而圖(103)與圖(104)分別為此長條圖與圓餅圖。

表(44) 2-4-20 次數表

2-4-20 可不可熟成紅茶				
有	無	總和	遺漏數量	無效數量
126	374	500	0	0



圖(103) 2-4-20 長條圖



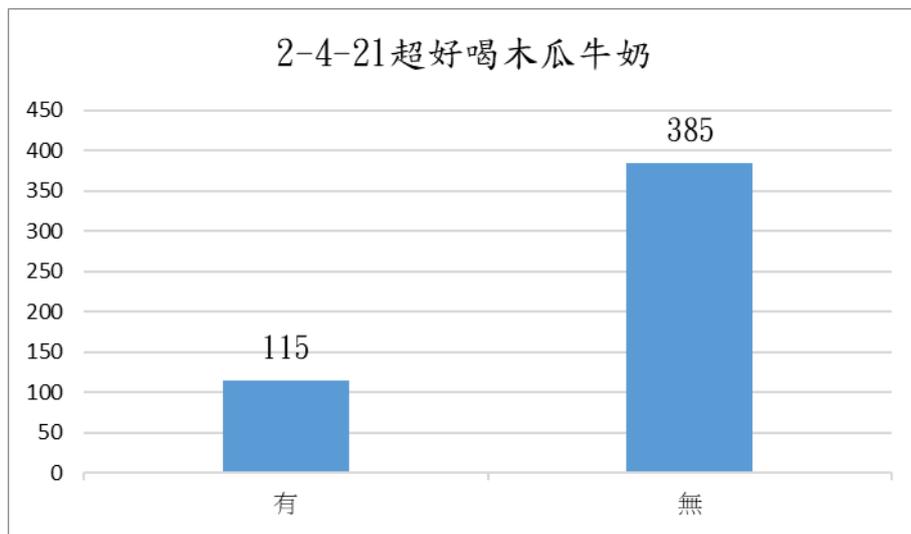
圖(104) 2-4-20 圓餅圖

2-4-21 超好喝木瓜牛奶

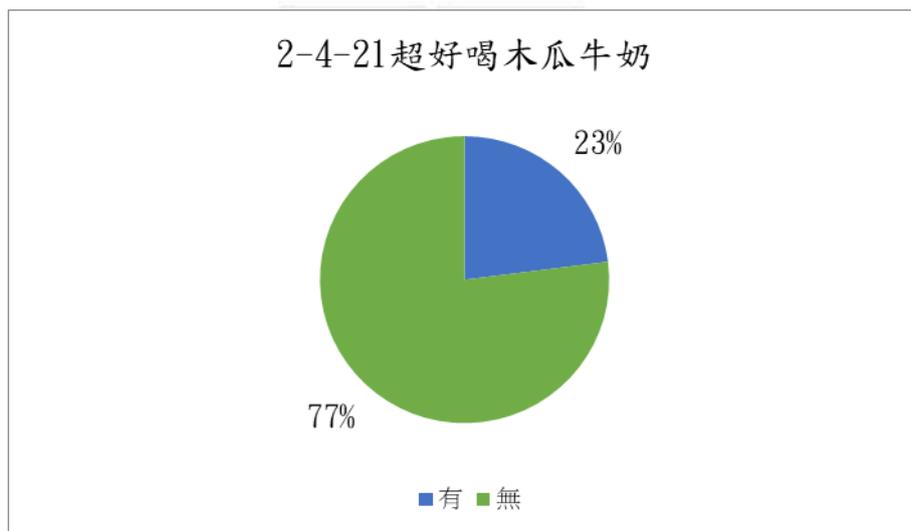
在調查的 500 位受訪者中，曾經喝過超好喝木瓜牛奶的佔 23%(115 位)，不曾嘗試過的佔 77%(385 位)。次數分配表如表(45)所示，而圖(105)與圖(106)分別為此長條圖與圓餅圖。

表(45) 2-4-21 次數表

2-4-21 超好喝木瓜牛奶				
有	無	總和	遺漏數量	無效數量
115	385	500	0	0



圖(105) 2-4-21 長條圖



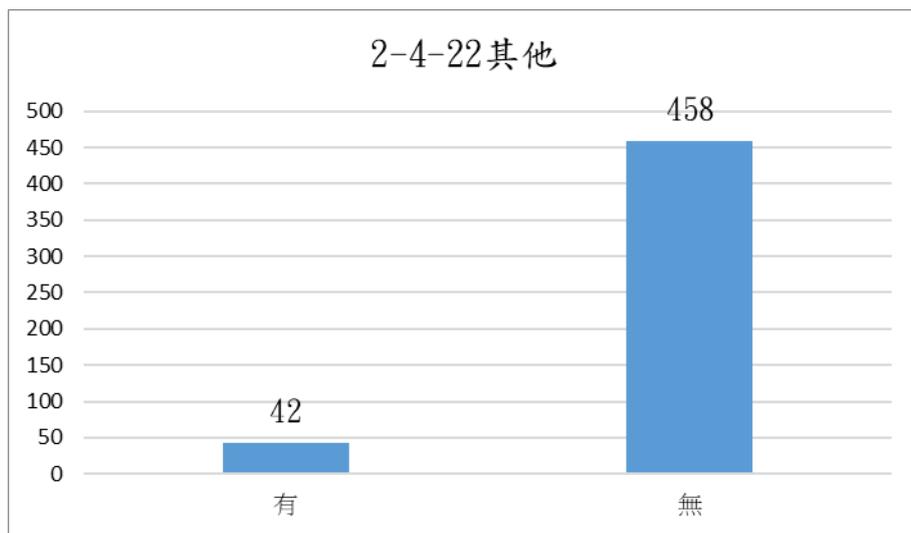
圖(106) 2-4-21 圓餅圖

2-4-22 其他

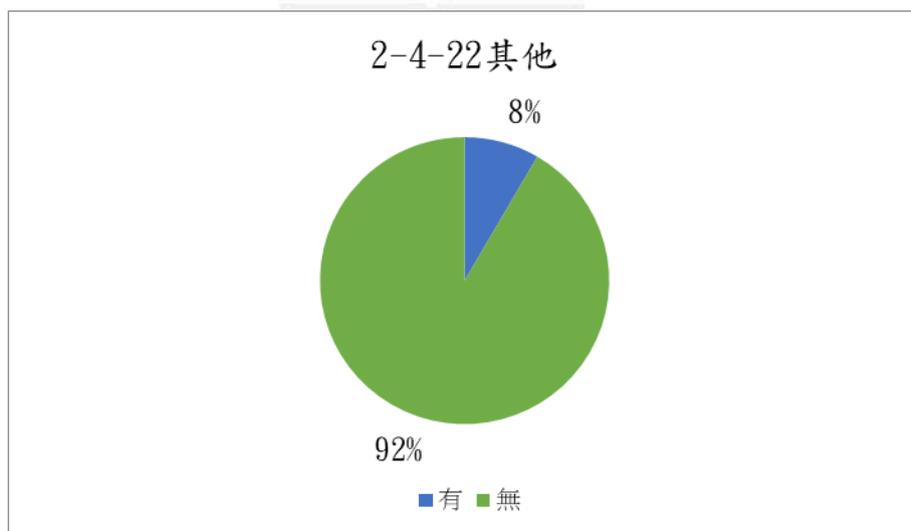
在調查的 500 位受訪者中，曾經喝過其他種類的飲料店的佔 8%(42 位)，不曾嘗試過的佔 92%(458 位)。次數分配表如表(46)所示，而圖(107)與圖(108)分別為此長條圖與圓餅圖。

表(46) 2-4-22 次數表

2-4-22 其他				
有	無	總和	遺漏數量	無效數量
42	458	500	0	0



圖(107) 2-4-22 長條圖



圖(108) 2-4-22 圓餅圖

2-4 其他 下表為受訪者曾經喝過逢甲商圈的飲料勾選其他所填的項目

表(47) 受訪者曾經喝過逢甲商圈的其他飲料次數表

2-4 受訪者曾經喝過逢甲商圈的其他飲料

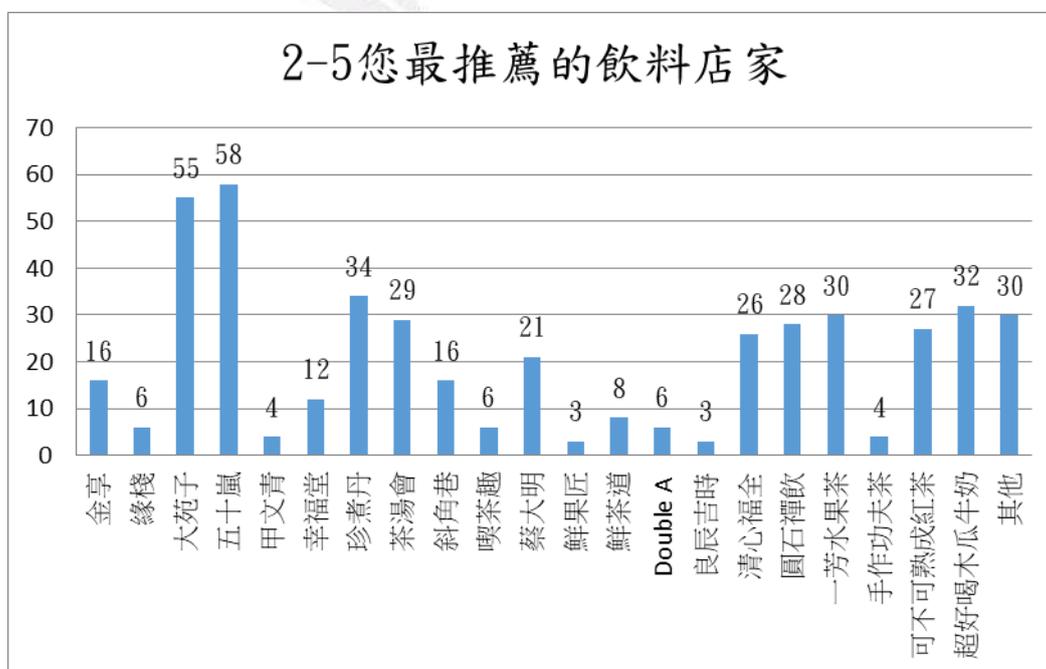
7-11	1	世界茶	1
85 度 C	1	青草茶	1
拾覺	1	十元鳳梨汁	1
紅茶冰	1	大甲芋頭城	1
奶茶	1	香港城	1
瓜董	1	凍檸茶	1
藍天	1	茶的魔手	1
老虎堂	3	喜茶村	1
圓稼	3	蜜滋麻美	1
鼎茶	1	自己來紅茶鮮奶	2
豆漿紅茶	1	coco	1
花茶大師	2	City milk	1
印度拉茶	1		

2-5 呈上題，您最推薦的飲料店家是(請填上述 1 個編號)

本次調查 454 受訪者中，大家心目最值得推薦逢甲夜市的飲料店究竟是哪一家呢？根據受訪者中，大家心目最值得推薦逢甲夜市的飲料店究竟是哪一呢？根據統計結果，大家最為推薦的是五十嵐有 13% (58 位)，其次是大苑子有 12% (55 位)。次數分配如表(48)所示，而圖(109)為此題長條圖。

表(48) 您最推薦的飲料店家次數表

2-5 您最推薦的飲料店家												
金享	緣棧	大苑子	五十嵐	甲文青	幸福堂	珍煮丹	茶湯會	斜角巷	喫茶趣	蔡大明	鮮果匠	鮮茶道
16	6	55	58	4	12	34	29	16	6	21	3	8
4%	1%	12%	13%	1%	2%	7%	6%	4%	1%	5%	1%	1%
Double A	良辰吉時	清心福全	圓石禪飲	一芳水果茶	手作功夫茶	可不可熟成紅茶	超好喝木瓜牛奶	其他	總和	遺漏	無效	
6	3	26	28	30	4	27	32	30	454	41	5	
1%	1%	6%	6%	7%	1%	6%	7%	7%	100%			



圖(109) 您最推薦的飲料店家長條圖

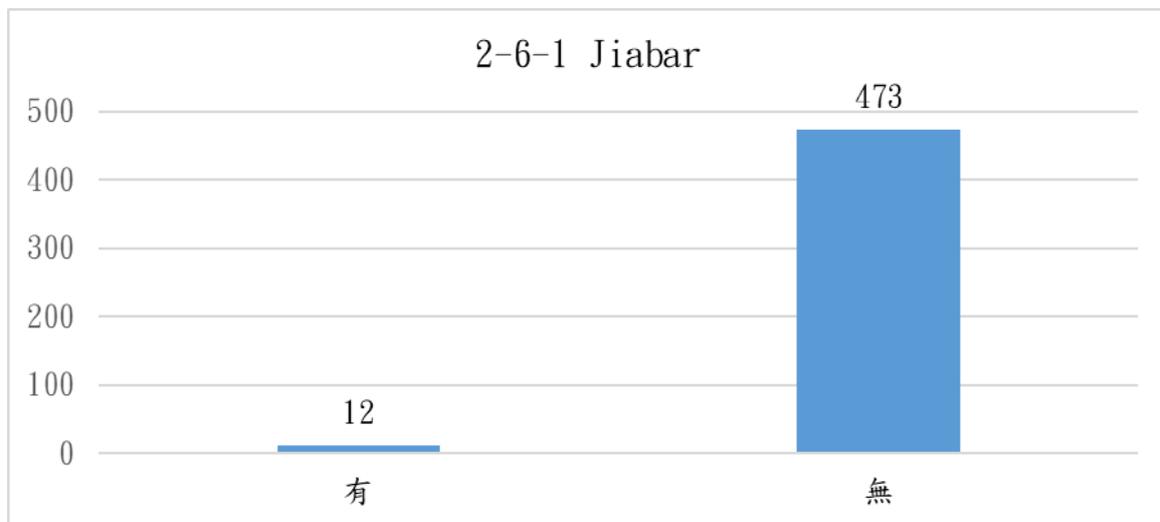
2-6 下列是逢甲商圈的特色飲料店，您此次前來會想購買的店家為何？

2-6-1 Jiabar

在調查的 485 位受訪者中，此次前來會想去購買 Jiabar 的占 2% (12 位)，不會想去購買的占 98% (473 位)。次數分配如表(49)所示，而圖(110)與圖(111)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(49) 2-6-1 次數表

2-6-1 Jiabar				
有	無	總和	遺漏數量	無效數量
12	473	485	15	0



圖(110) 2-6-1 次數長條圖



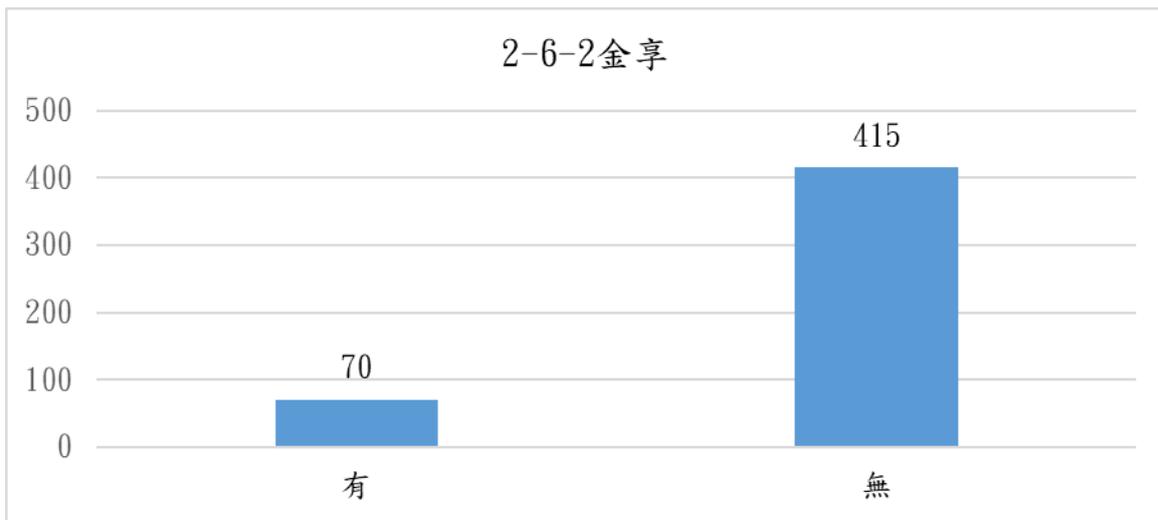
圖(111) 2-6-1 次數圓餅圖

2-6-2 金享

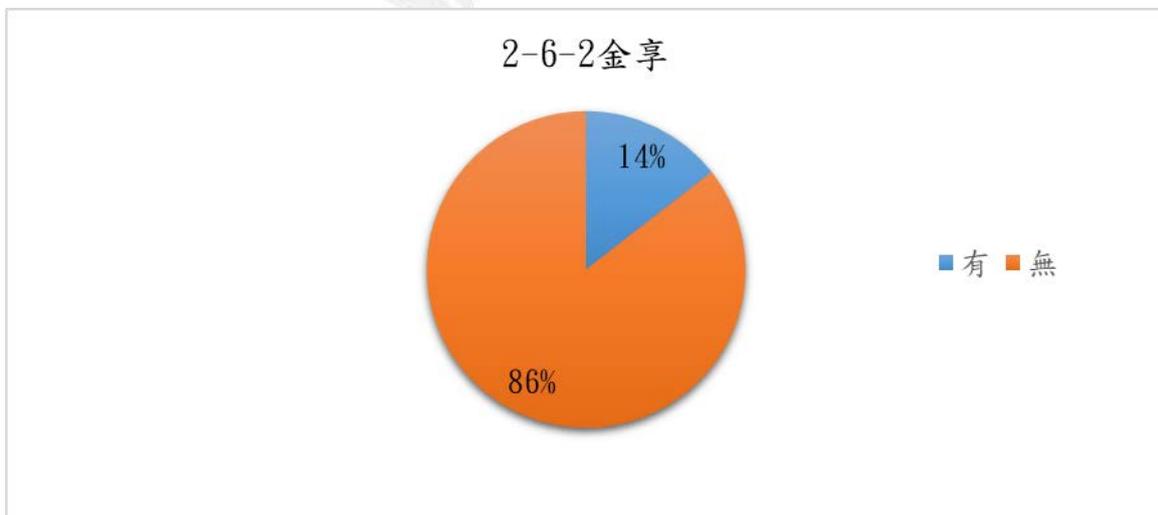
在調查的 485 位受訪者中，此次前來會想去購買金享的占 14% (70 位)，不會想去購買的占 86% (415 位)。次數分配如表(50)所示，而圖(112)與圖(113)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(50) 2-6-2 次數表

2-6-2 金享				
有	無	總和	遺漏數量	無效數量
70	415	485	15	0



圖(112) 2-6-2 次數長條圖



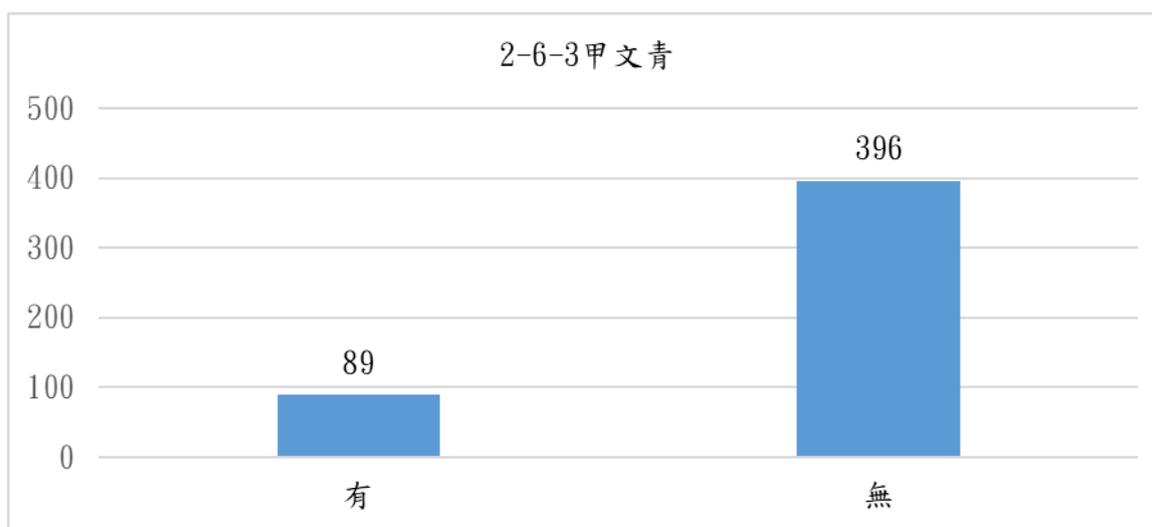
圖(113) 2-6-2 次數圓餅圖

2-6-3 甲文青

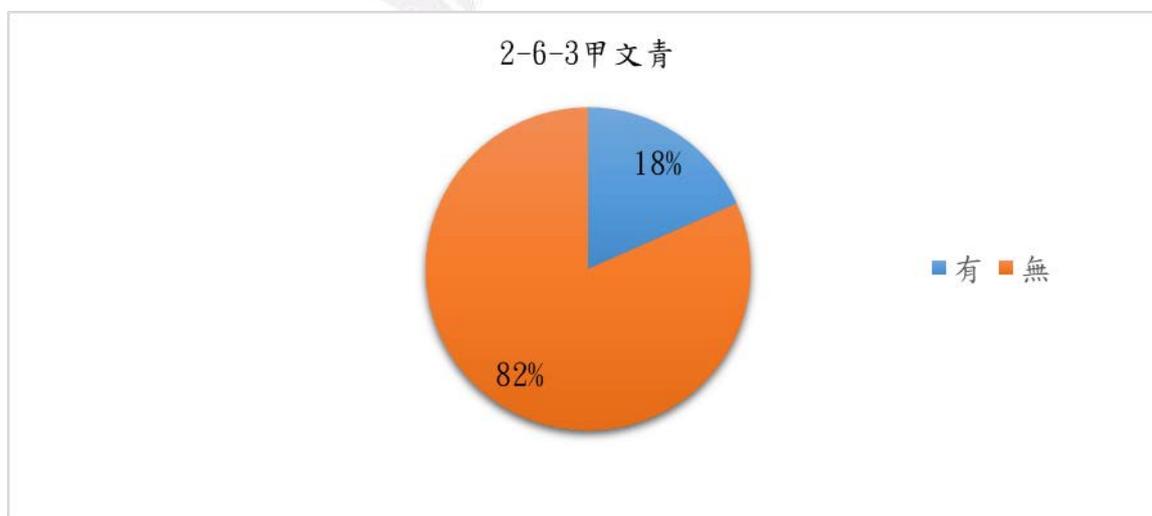
在調查的 485 位受訪者中，此次前來會想去購買甲文青的占 18% (89 位)，不會想去購買的占 82% (396 位)。次數分配如表(51)所示，而圖(114)與圖(115)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(51) 2-6-3 次數表

2-6-3 甲文青				
有	無	總和	遺漏數量	無效數量
89	396	485	15	0



圖(114) 2-6-3 次數長條圖



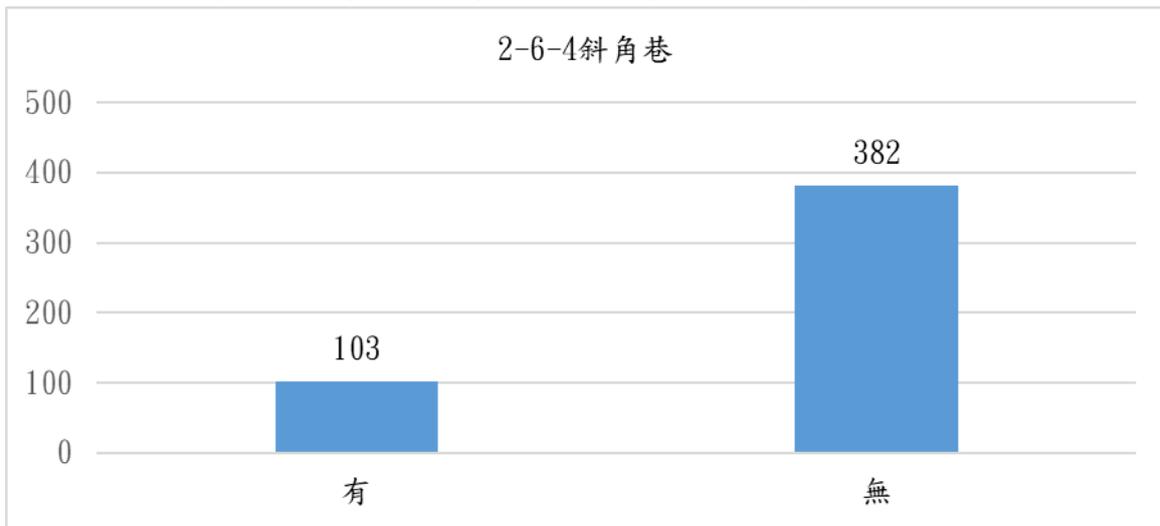
圖(115) 2-6-3 次數圓餅圖

2-6-4 斜角巷

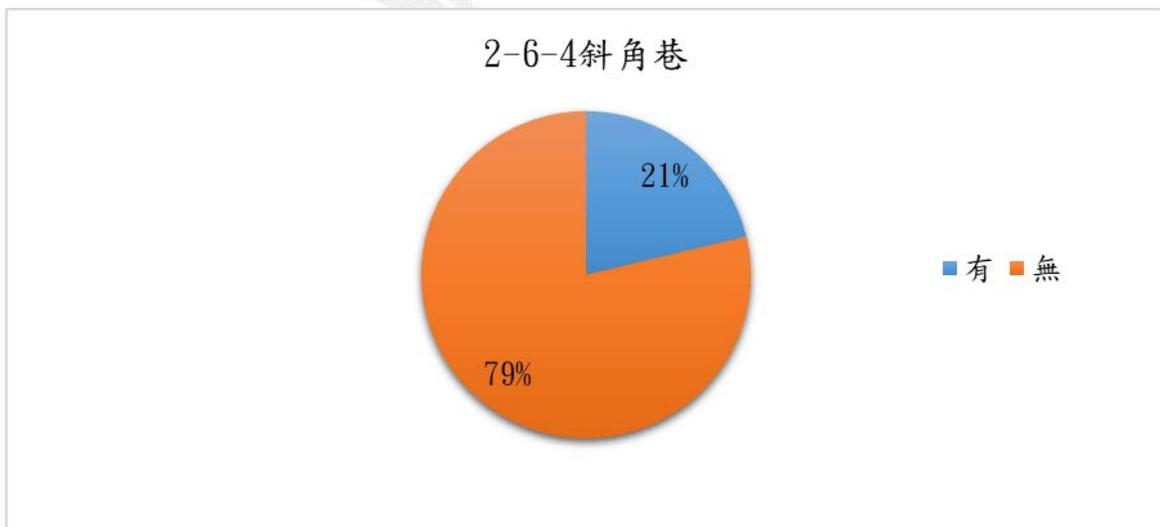
在調查的 485 位受訪者中，此次前來會想去購買斜角巷的占 21% (103 位)，不會想去購買的占 79% (382 位)。次數分配如表(52)所示，而圖(116)與圖(117)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(52) 2-6-4 次數表

2-6-4 斜角巷				
有	無	總和	遺漏數量	無效數量
103	382	485	15	0



圖(116) 2-6-4 次數長條圖



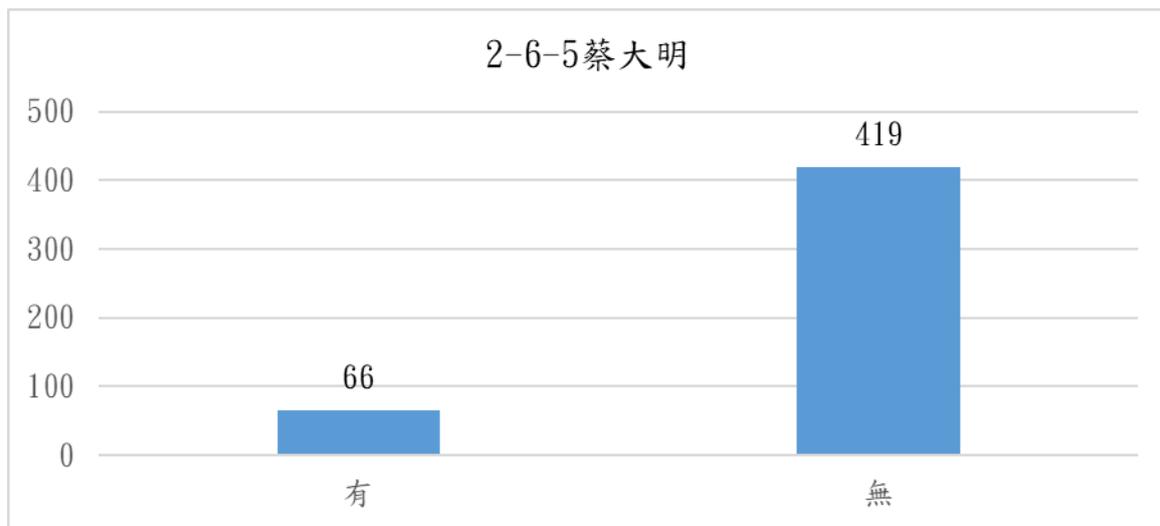
圖(117) 2-6-4 次數圓餅圖

2-6-5 蔡大明

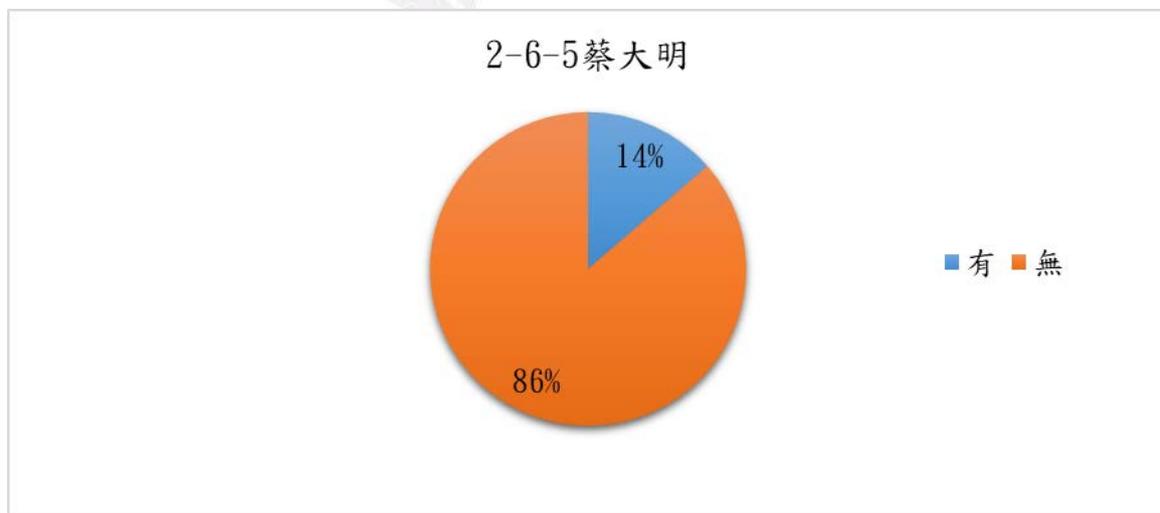
在調查的 485 位受訪者中，此次前來會想去購買蔡大明的占 14% (66 位)，不會想去購買的占 86% (419 位)。次數分配如表(53)所示，而圖(118)與圖(119)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(53) 2-6-5 次數表

2-6-5 蔡大明				
有	無	總和	遺漏數量	無效數量
66	419	485	15	0



圖(118) 2-6-5 次數長條圖



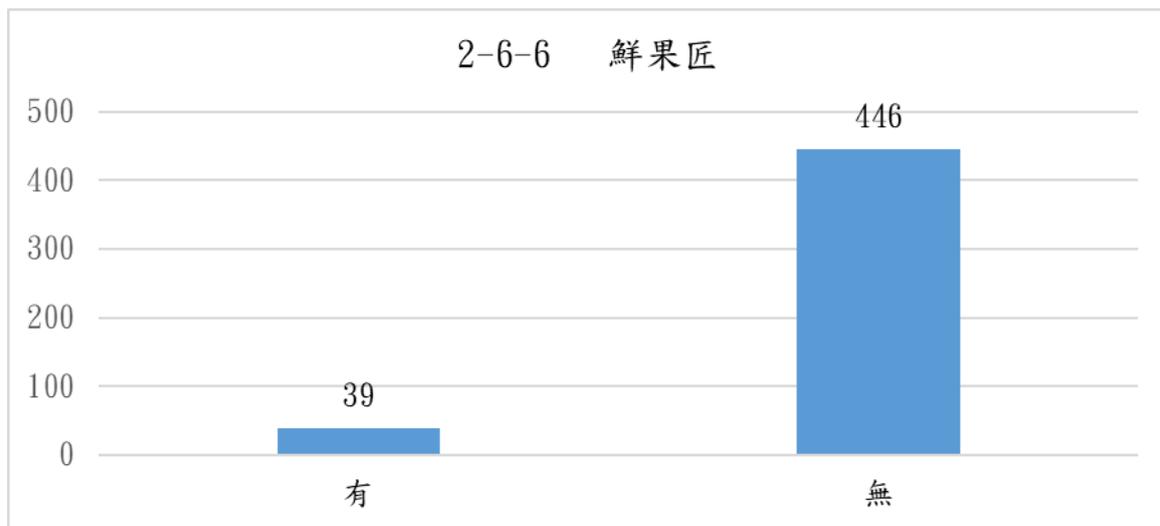
圖(119) 2-6-5 次數圓餅圖

2-6-6 鮮果匠

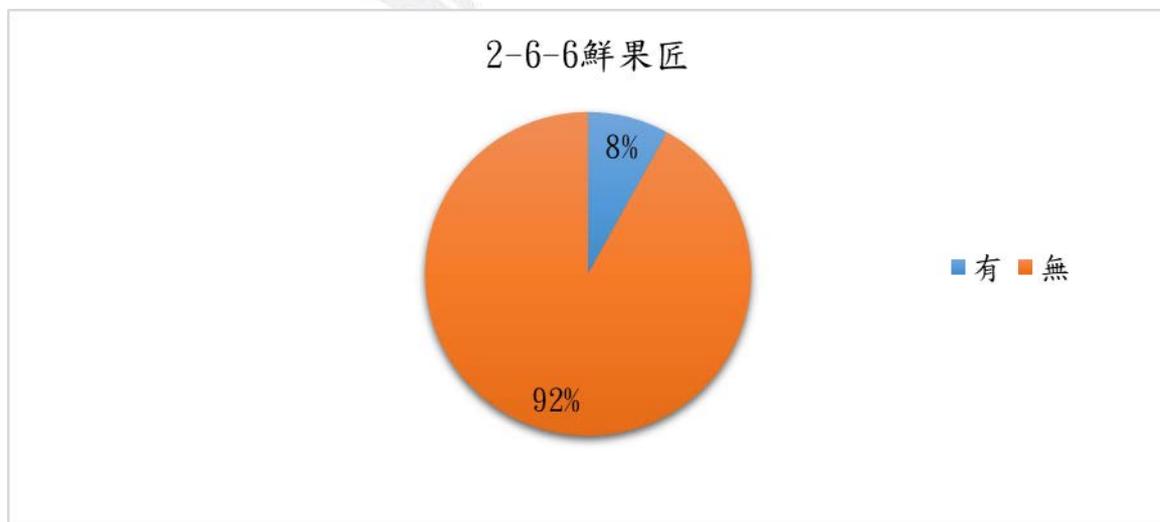
在調查的 485 位受訪者中，此次前來會想去購買鮮果匠的占 8% (39 位)，不會想去購買的占 92% (446 位)。次數分配如表(54)所示，而圖(120)與圖(121)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(54) 2-6-6 次數表

2-6-6 鮮果匠				
有	無	總和	遺漏數量	無效數量
39	446	485	15	0



圖(120) 2-6-6 次數長條圖



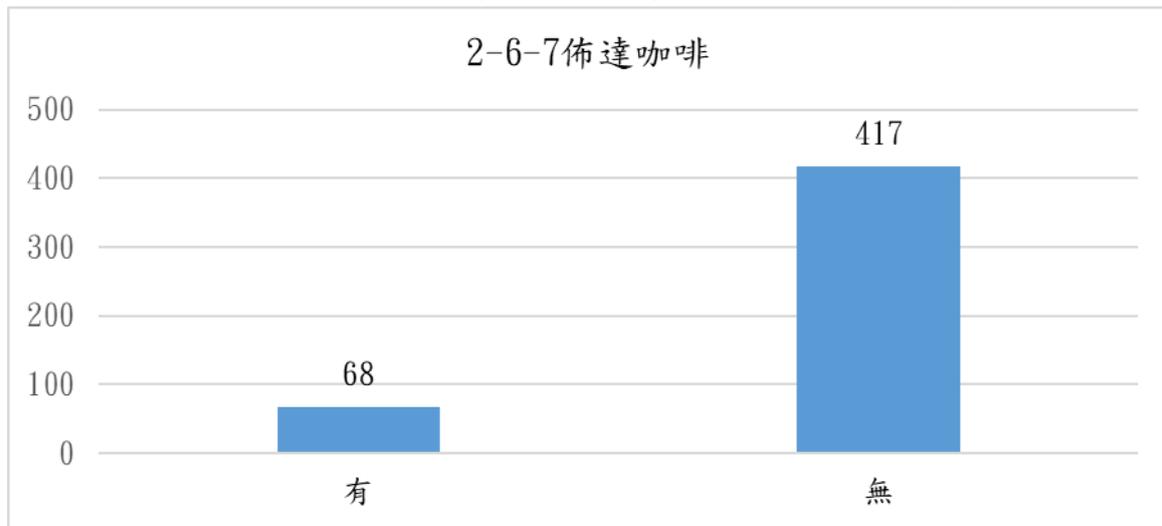
圖(121) 2-6-6 次數圓餅圖

2-6-7 佈達咖啡

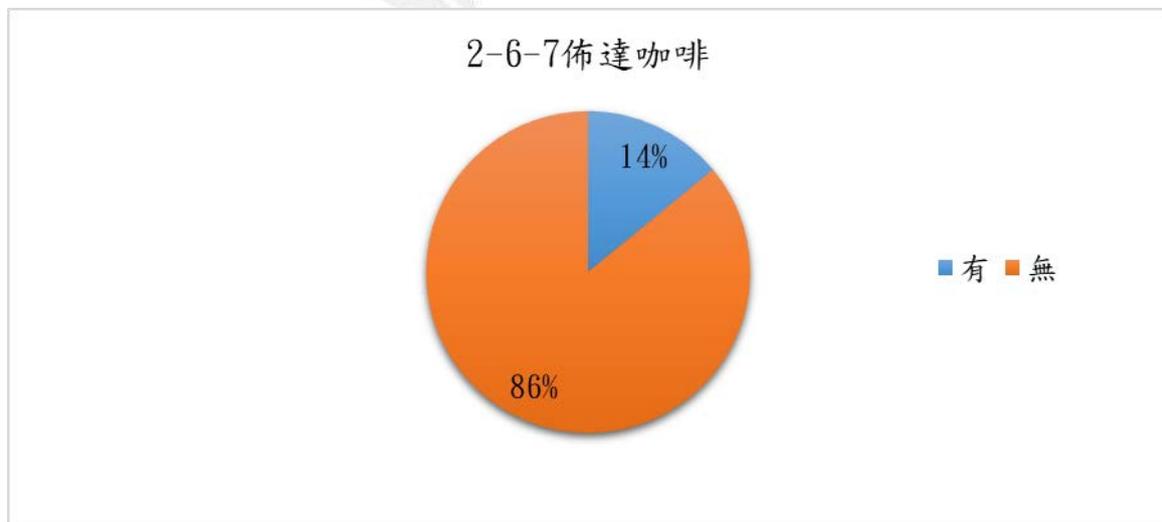
在調查的 485 位受訪者中，此次前來會想去購買佈達咖啡的占 14% (68 位)，不會想去購買的占 86% (417 位)。次數分配如表(55)所示，而圖(122)與圖(123)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(55) 2-6-7 次數表

2-6-7 佈達咖啡				
有	無	總和	遺漏數量	無效數量
68	417	485	15	0



圖(122) 2-6-7 次數長條圖



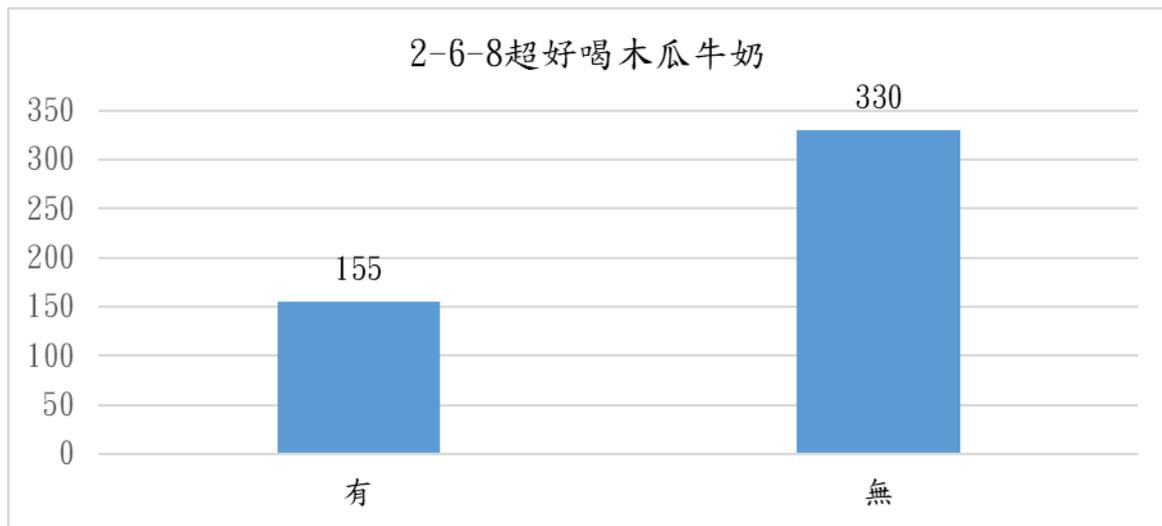
圖(123) 2-6-7 次數圓餅圖

2-6-8 超好喝木瓜牛奶

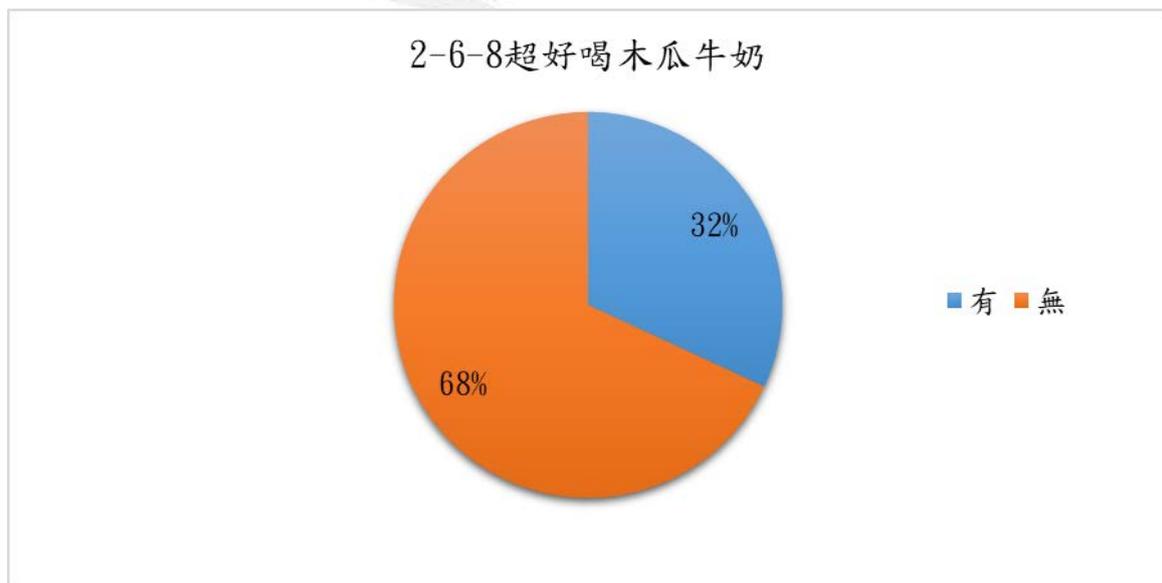
在調查的 485 位受訪者中，此次前來會想去購買超好喝木瓜牛奶的占 32% (155 位)，不會想去購買的占 68% (330 位)。次數分配如表(56)所示，而圖(124)與圖(125)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(56) 2-6-8 次數表

2-6-8 超好喝木瓜牛奶		總和	遺漏數量	無效數量
有	無			
155	330	485	15	0



圖(124) 2-6-8 次數長條圖



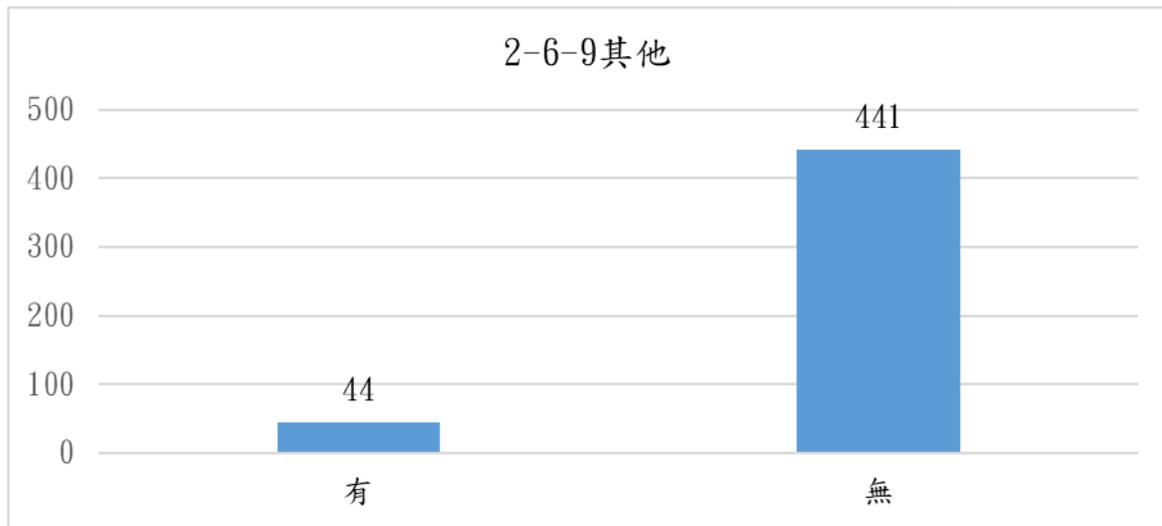
圖(125) 2-6-8 次數圓餅圖

2-6-9 其他

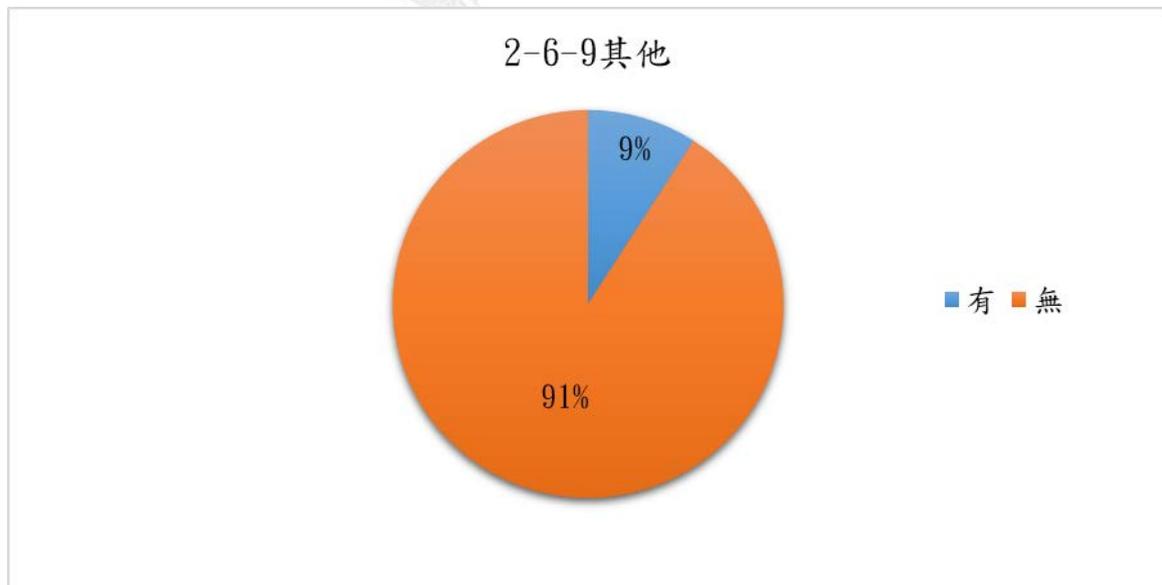
在調查的 485 位受訪者中，此次前來會想去購買其他的占 9% (44 位)，不會想去購買其他的占 91% (441 位)。次數分配如表(57)所示，而圖(126)與圖(127)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(57) 2-6-9 次數表

		2-6-9 其他			
有	無	總和	遺漏數量	無效數量	
44	441	485	15	0	



圖(126) 2-6-9 次數長條圖



圖(127) 2-6-9 次數圓餅圖

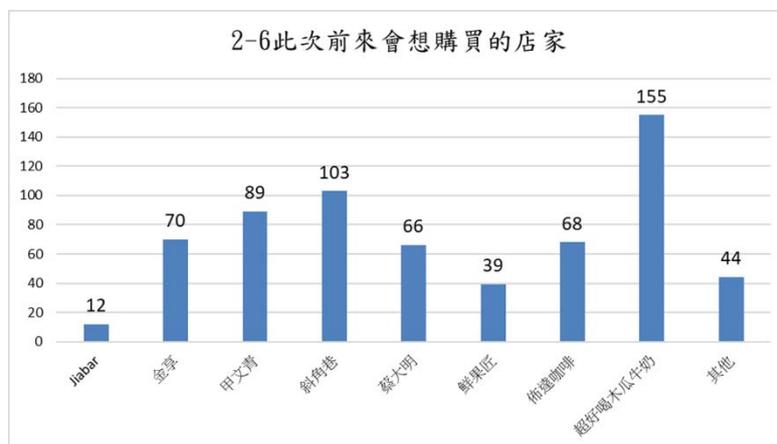
44 個其他的項目

項目	數量
無效	1
遺漏	7
清心福全	1
五十嵐	2
2K	1
無茶不樂	1
Double A	2
可不可	2
鼎茶Dingtea	1
無	11
茶的魔手	2
幸福堂	1
沒喝過	3
花茶大師	2
黑豆茶	1
大苑子	1
老虎堂	1
蜜滋麻美	1
好喝	1
藍天	1
5度C	1

由表(58)與圖(128)可以得出結果，在 485 位受訪者中，有 155 位此次前來會想去購買超好喝木瓜牛奶的飲料為最多，其次是斜角巷有 103 位。

表(58) 2-6 全部選項次數表

2-6 此次前來會想去購買的店家					
Jiabar	金享	甲文青	斜角巷	蔡大明	鮮果匠
12	70	89	103	66	39
佈達咖啡	超好喝木瓜牛奶	其他	遺漏數量	無效數量	
68	155	44	15	0	



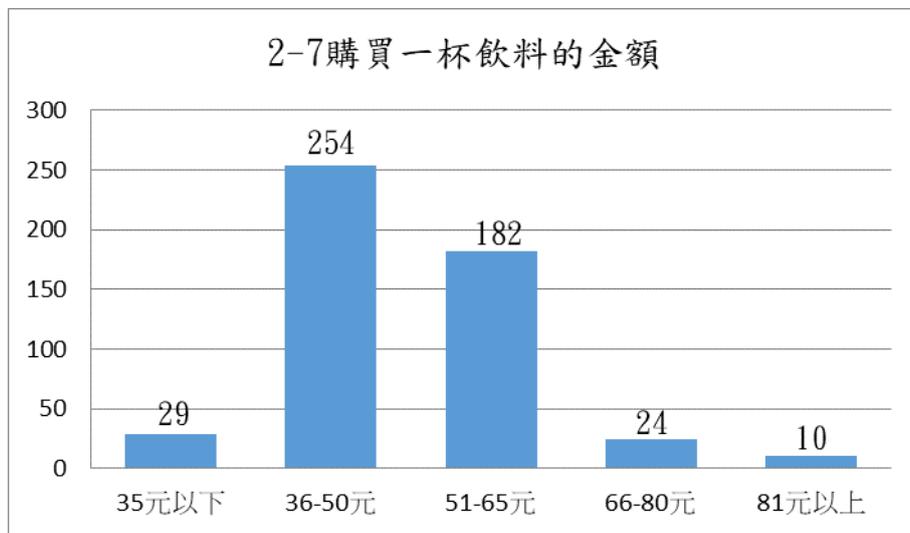
圖(128) 2-6 全部選項長條圖

2-7 您通常在逢甲商圈購買一杯飲料的金額為多少?

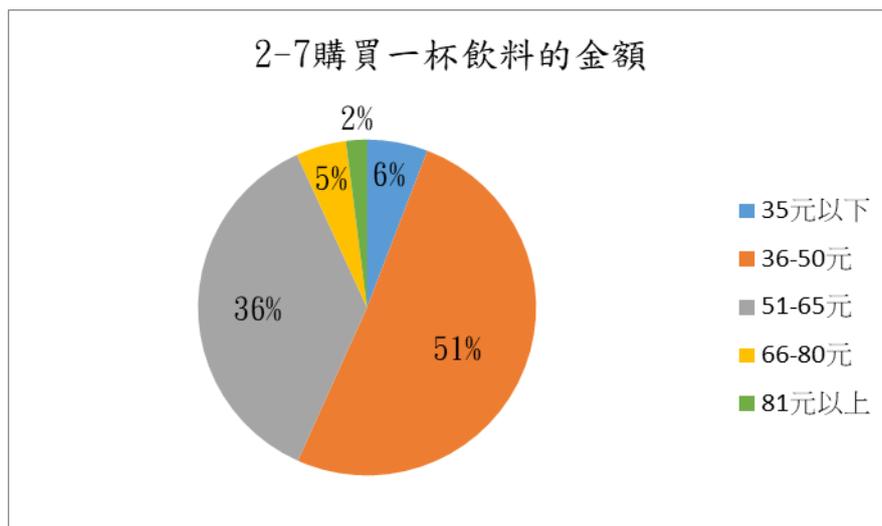
在此次 500 位受訪者中，在逢甲商圈購買一杯飲料的金額這項目中，選填 36-50 元這個區間有 50.9%(254 位)佔比例最大，其次為 51-65 元區間有 36.5(182 位)，再來則是 35 元以下區間有 5.8%(29 位)。

表(59) 購買一杯飲料金額次數表

2-7 購買一杯飲料的金額							
35 元以下	36-50 元	51-65 元	66-80 元	81 元以上	總和	遺漏數量	無效數量
29	254	182	24	10	499	1	0
5.8%	50.9%	36.5%	4.8%	2%	100%		



圖(129) 購買一杯飲料金額長條圖



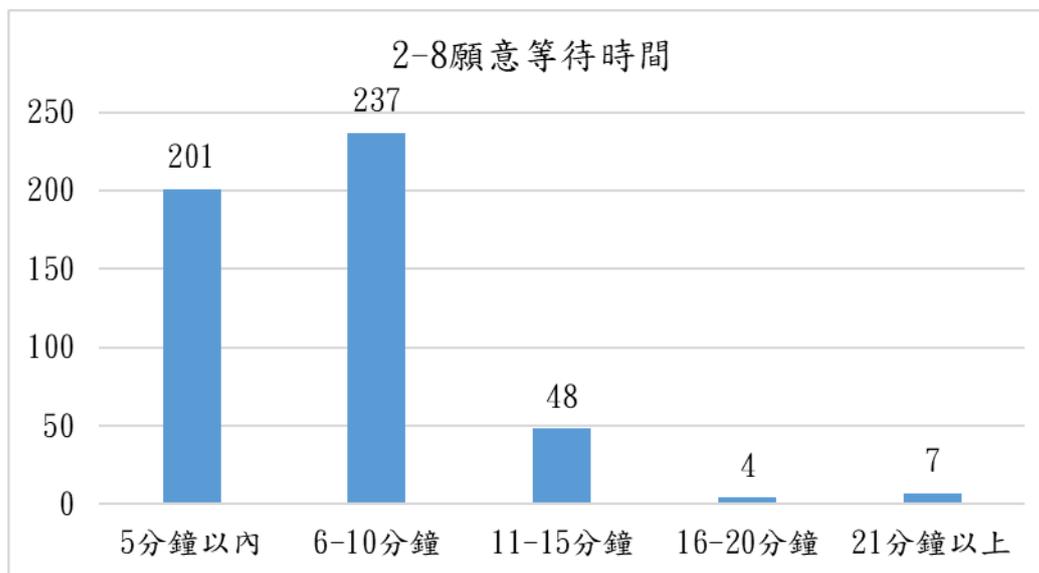
圖(130) 購買一杯飲料金額圓餅圖

2-8 您購買飲料時，願意花多少時間等待?

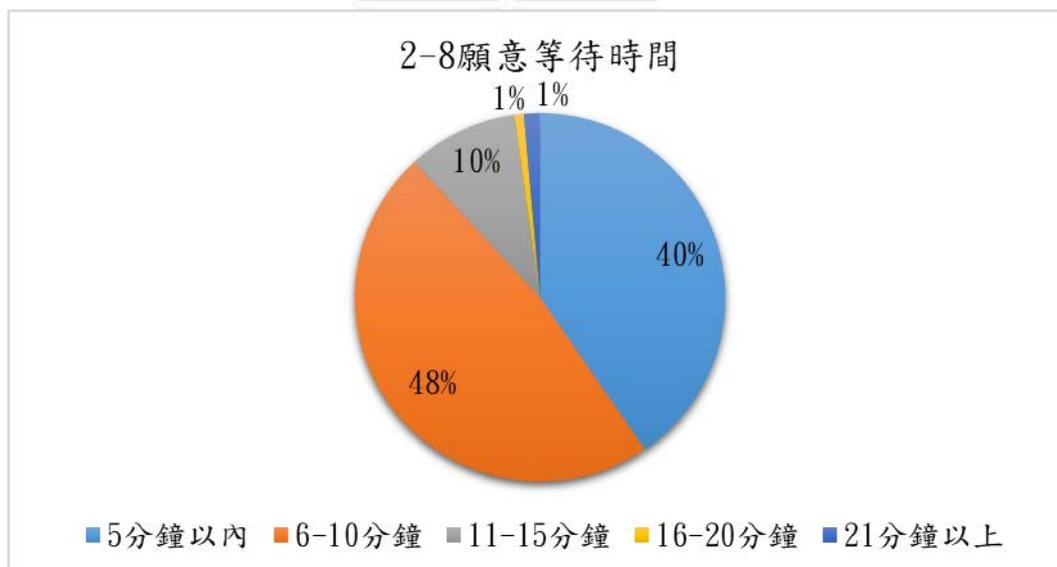
本次調查的 497 位受訪者中願意等待 6~10 分鐘的有 48% (237 位)為最多，其次是只願意等待 5 分鐘以內的有 40% (201 位)，等待 11~15 分鐘的有 10%(48 位)，願意等待 16~20 分鐘及 21 分鐘以上的分別只有 4 人跟 7 人。次數分配如表(60)所示，而圖(131)與圖(132)分別為長條圖及圓餅圖。

表(60) 願意等待時間次數表

2-8 願意等待時間					總和	遺漏數量	無效數量
5分鐘以內	6-10分鐘	11-15分鐘	16-20分鐘	21分鐘以上			
201	237	48	4	7	497	3	0
40%	48%	10%	1%	1%	100%		



圖(131) 願意等待時間長條圖



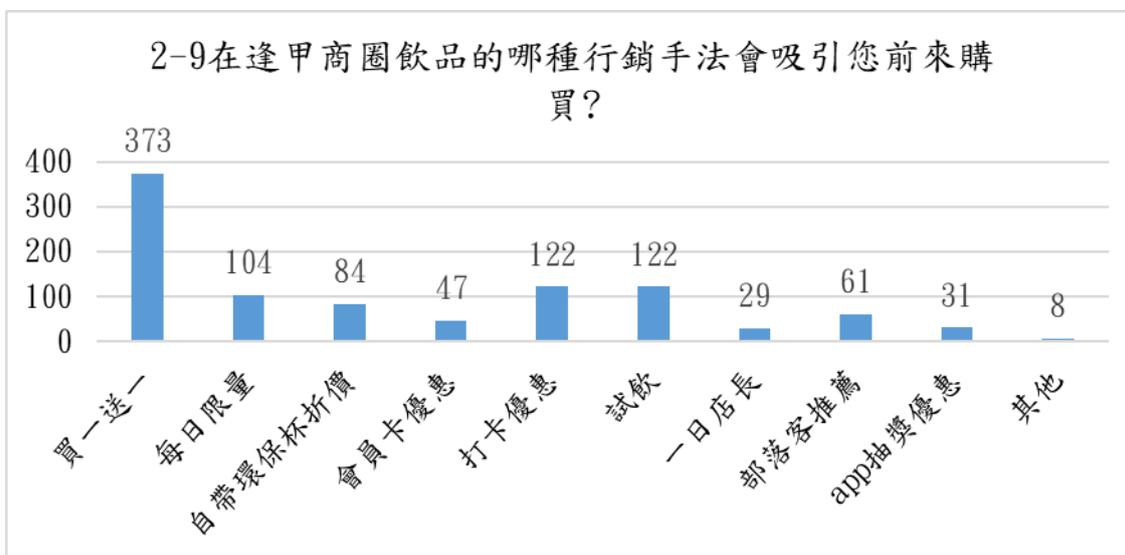
圖(132) 願意等待時間圓餅圖

2-9 在逢甲商圈飲品的哪種行銷手法會吸引您前來購買?

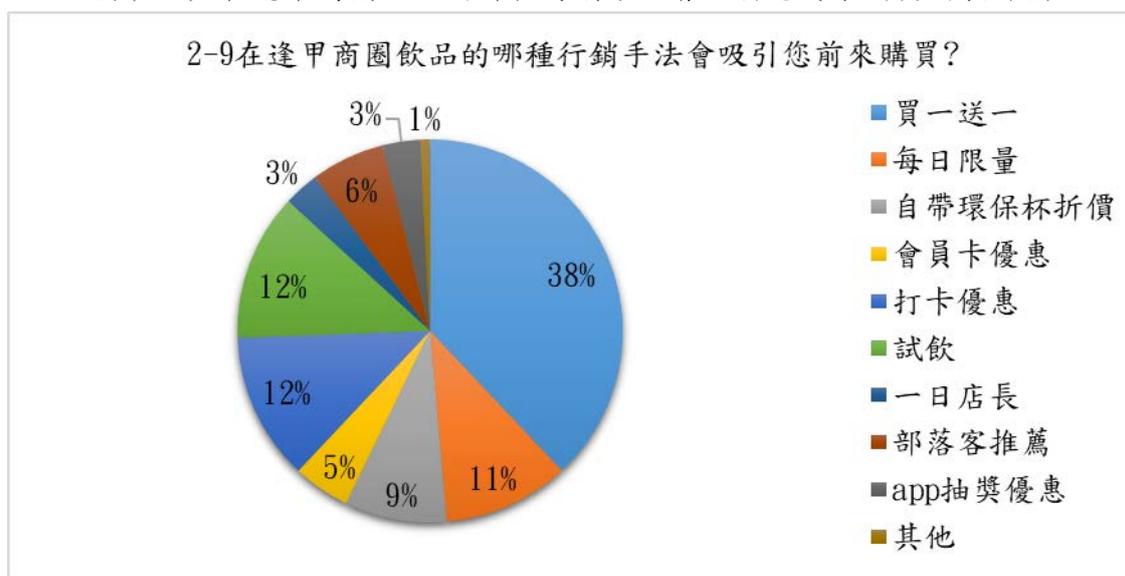
本次調查的受訪者中，買一送一活動最能增加購買飲品的欲望，佔了 38%(373 位)，其次為打卡優惠以及試飲，都佔了 12%(122 位)。次數分配表如表(61)所示，而圖(133)與圖(134)分別為長條圖以及圓餅圖。

表(61) 在逢甲商圈飲品的哪種行銷手法會吸引您前來購買的次數表

2-9 在逢甲商圈飲品的哪種行銷手法會吸引您前來購買?						
買一送一	每日限量	自帶環保杯折價	會員卡優惠	打卡優惠	試飲	一日店長
373	104	84	47	122	122	29
38%	11%	9%	5%	12%	12%	3%
部落客推薦	app抽獎優惠	其他	總和	遺漏數量	無效數量	
61	31	8	981	0	0	
6%	3%	1%	100%			



圖(133) 在逢甲商圈飲品的哪種行銷手法會吸引您前來購買的長條圖



圖(134) 在逢甲商圈飲品的哪種行銷手法會吸引您前來購買的圓餅圖

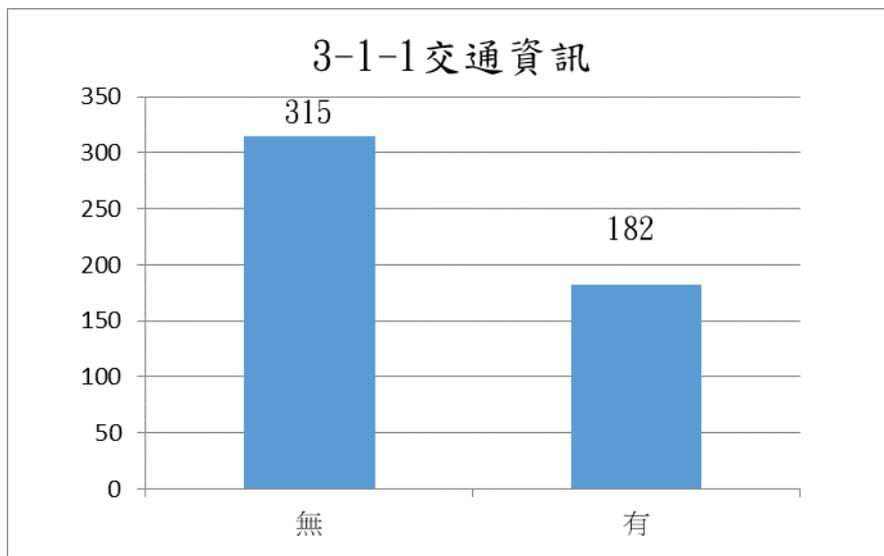
3-1 您曾使用網路搜尋何種逢甲商圈的相關資訊?(可複選)

3-1-1 交通資訊

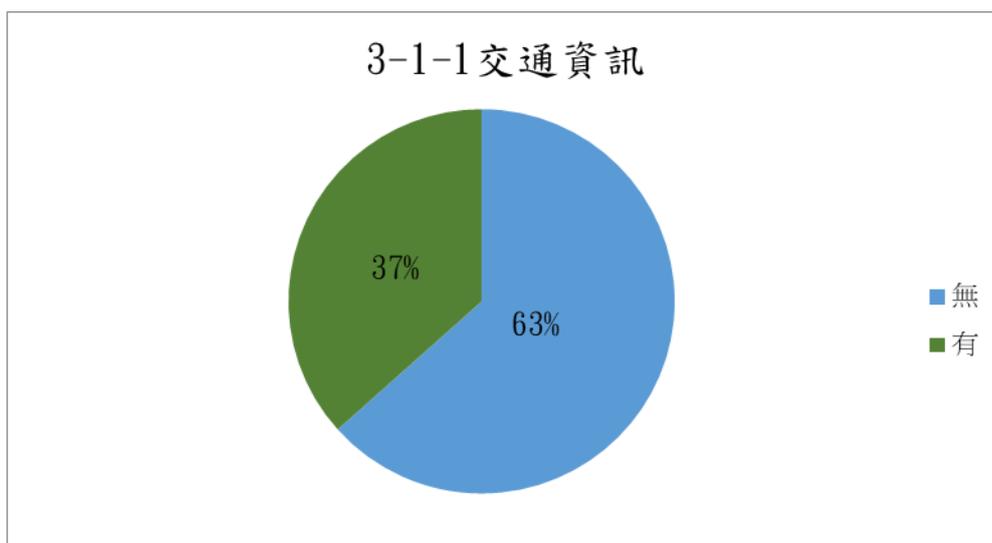
在調查的 497 位受訪者中，曾使用網路搜尋交通訊息的占 37% (182 位)，不曾使用的占 63% (315 位)。次數分配如表(62) 3-1-1 所示，而圖(135)與圖(136)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(62) 3-1-1 次數表

3-1-1 交通資訊					
無	有	總和	遺漏數量	無效數量	不適用
315	182	497	3	0	0



圖(135) 3-1-1 次數長條圖



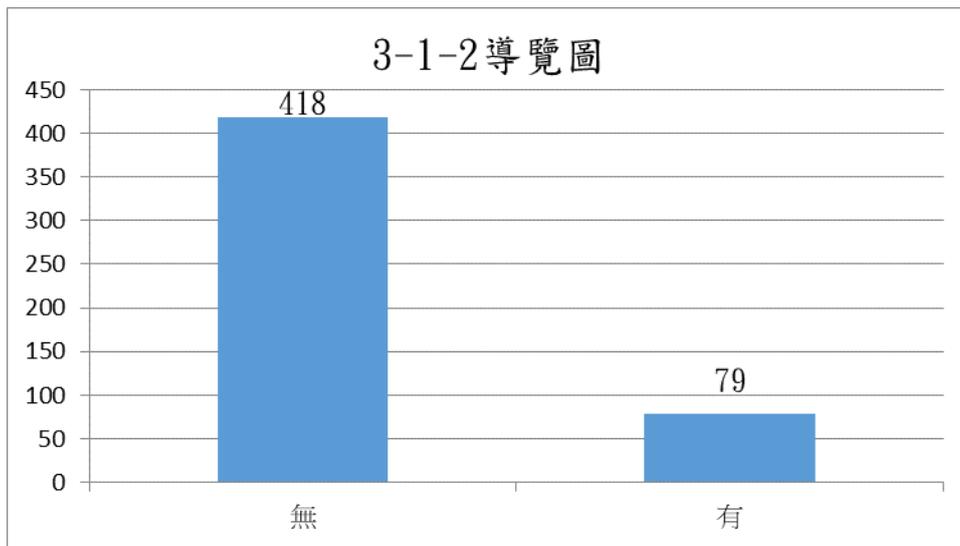
圖(136) 3-1-1 圓餅圖

3-1-2 導覽圖

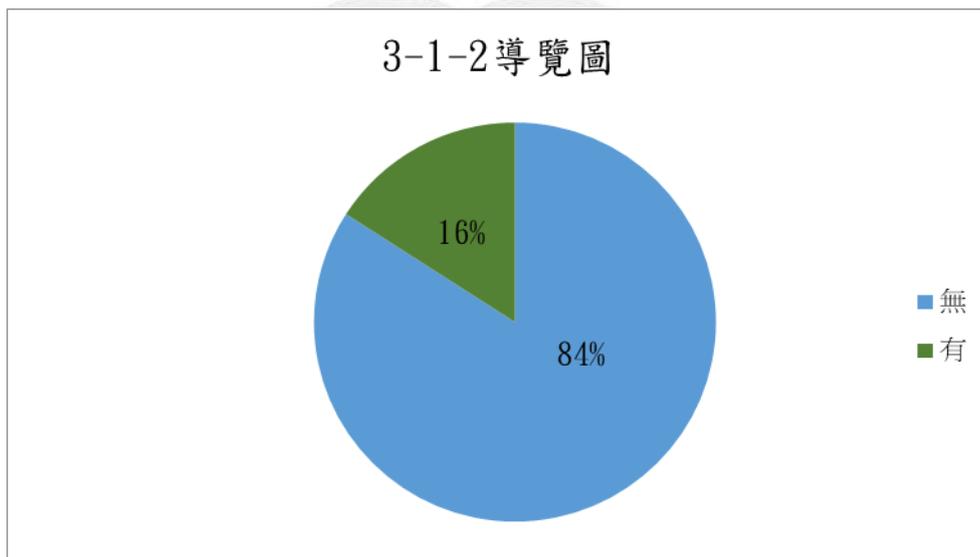
在調查的 497 位受訪者中，曾使用網路搜尋導覽圖的占 16%(79 位)，不曾使用的占 84%(418 位)。次數分配如表(66)所示，而圖(137)與圖(138)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(63) 3-1-2 次數表

3-1-2 導覽圖					
無	有	總和	遺漏數量	無效數量	不適用
418	79	497	3	0	0



圖(137) 3-1-2 次數長條圖



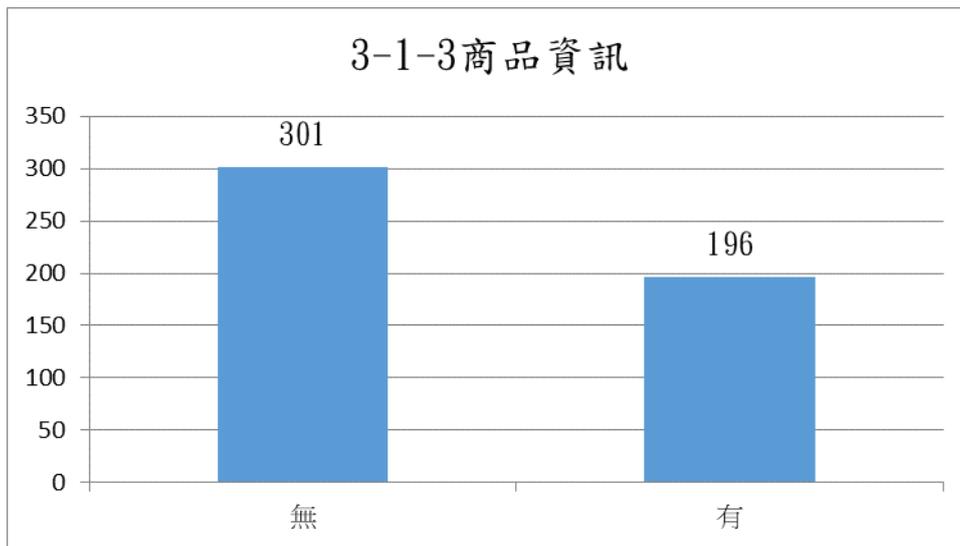
圖(138) 3-1-2 圓餅圖

3-1-3 商品資訊

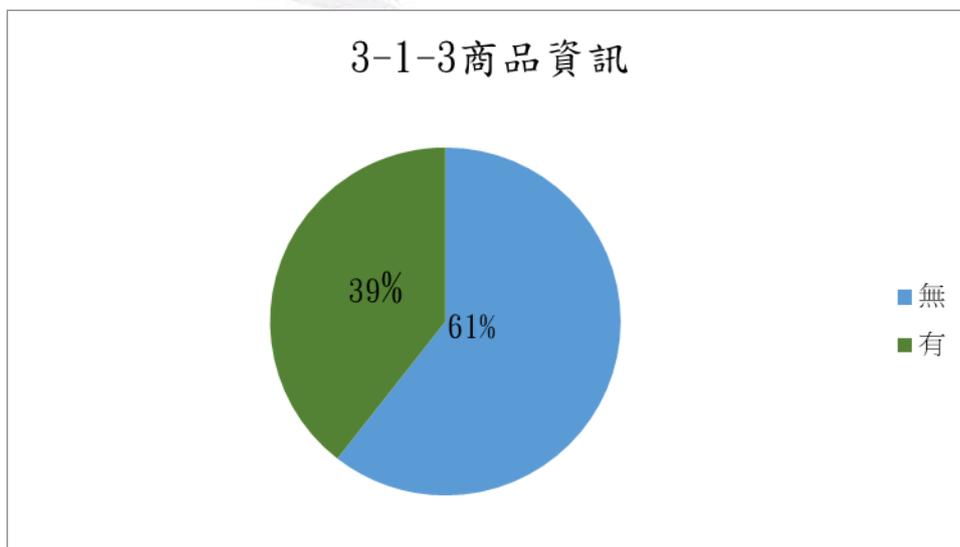
在調查的 497 位受訪者中，曾使用網路搜尋商品資訊的占 39% (196 位)，不曾使用的占 61% (301 位)。次數分配如表(64)所示，而圖(139)與圖(140)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(64) 3-1-3 次數表

3-1-3 商品資訊					
無	有	總和	遺漏數量	無效數量	不適用
301	196	497	3	0	0



圖(139) 3-1-3 次數長條圖



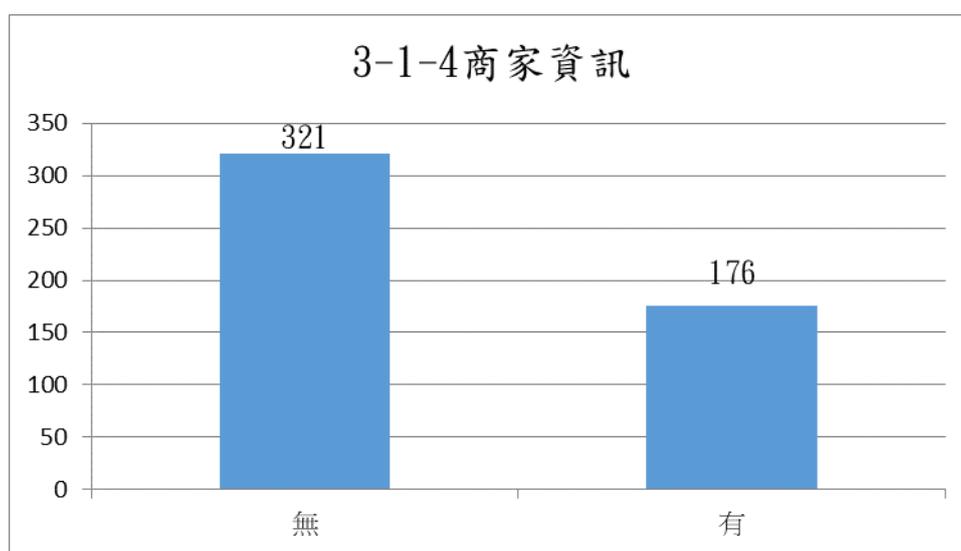
圖(140) 3-1-3 圓餅圖

3-1-4 商家資訊

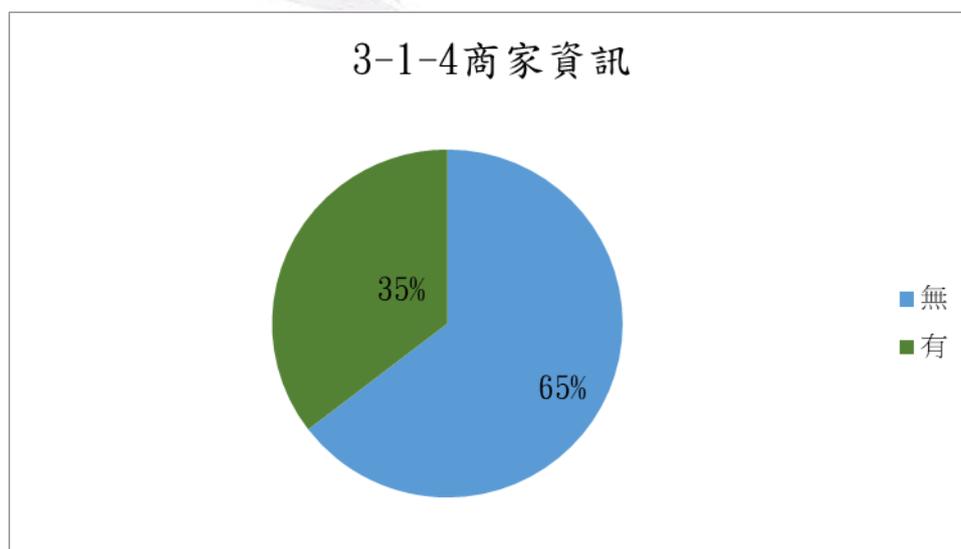
在調查的 497 位受訪者中，曾使用網路搜尋商家資訊的占 35% (176 位)，不曾使用的占 65% (321 位)。次數分配如表(65)所示，而圖(141)與圖(142)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(65) 3-1-4 次數表

3-1-4 商家資訊					
無	有	總和	遺漏數量	無效數量	不適用
321	176	497	3	0	0



圖(141) 3-1-4 次數長條圖



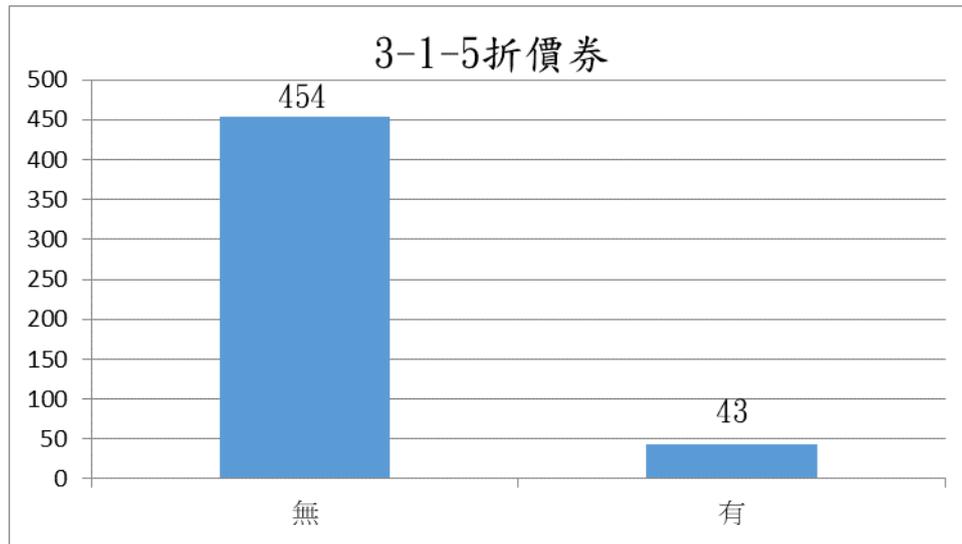
圖(142) 3-1-4 圓餅圖

3-1-5 折價券

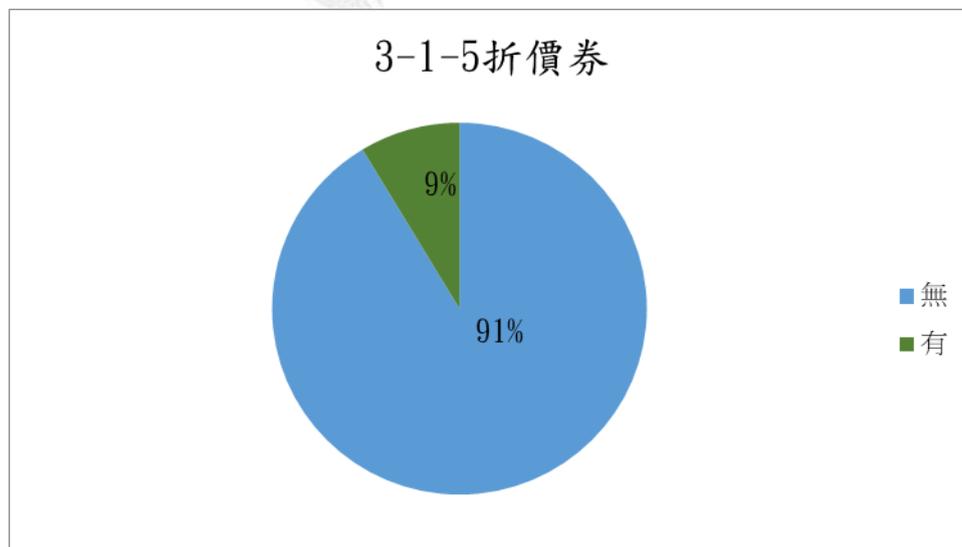
在調查的 497 位受訪者中，曾使用網路搜尋折價券的占 9% (43 位)，不曾使用的占 91% (454 位)。次數分配如表(66)所示，而圖(143)與圖(144)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(66) 3-1-5 次數表

3-1-5 折價券					
無	有	總和	遺漏數量	無效數量	不適用
454	43	497	3	0	0



圖(143) 3-1-5 次數長條圖



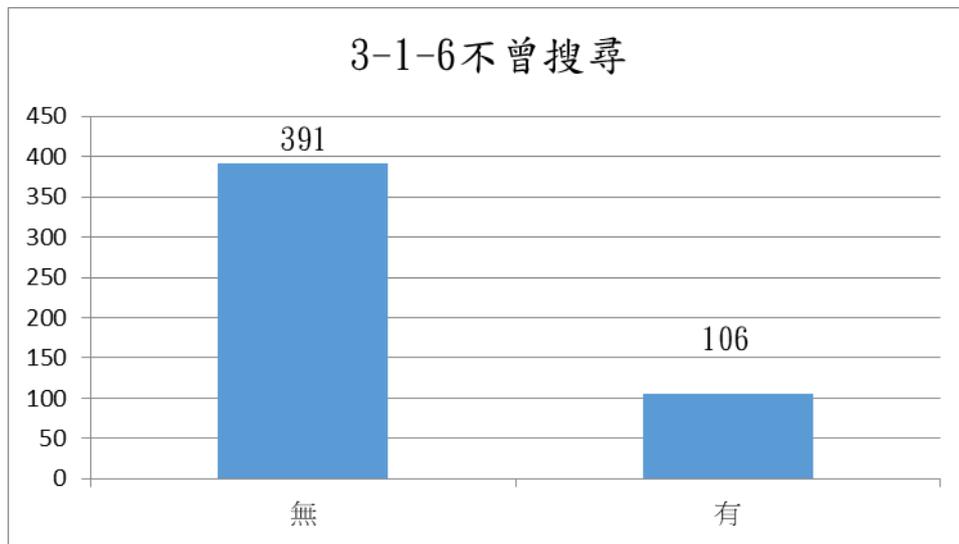
圖(144) 3-1-5 圓餅圖

3-1-6 不曾搜尋

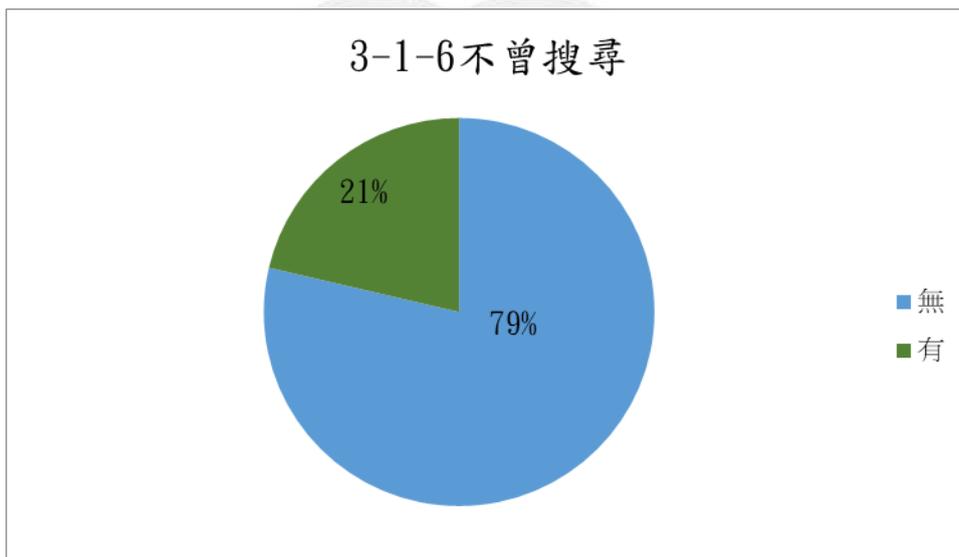
在調查的 497 位受訪者中，曾使用網路搜尋逢甲商圈的相關資訊者占 21% (106 位)，不曾使用的佔 79%(391 位)。次數分配如表(67)所示，而圖(145)與圖(146)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(67) 3-1-6 次數表

3-1-6 不曾搜尋					
無	有	總和	遺漏數量	無效數量	不適用
391	106	497	3	0	0



圖(145) 3-1-6 次數長條圖



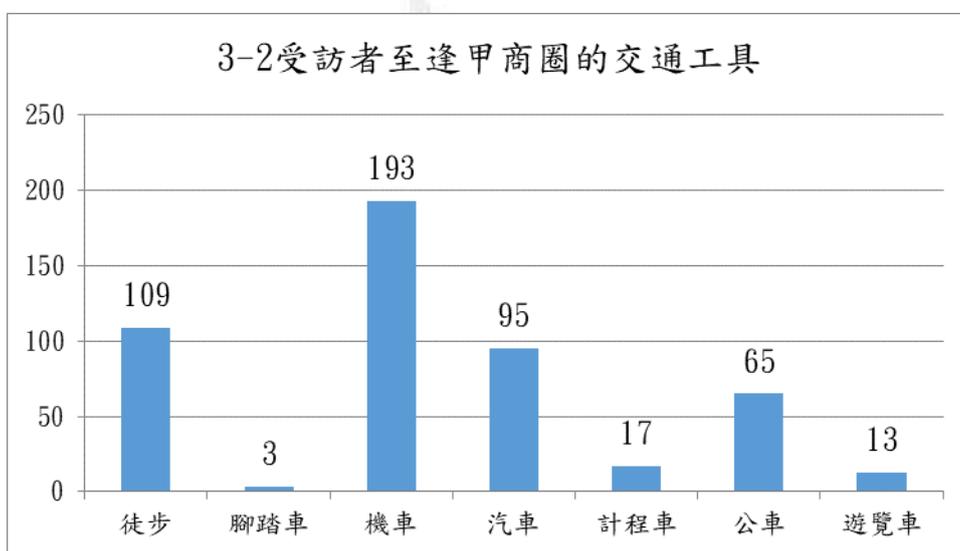
圖(146) 3-1-6 圓餅圖

3-2 您這次到逢甲商圈的交通工具為何？

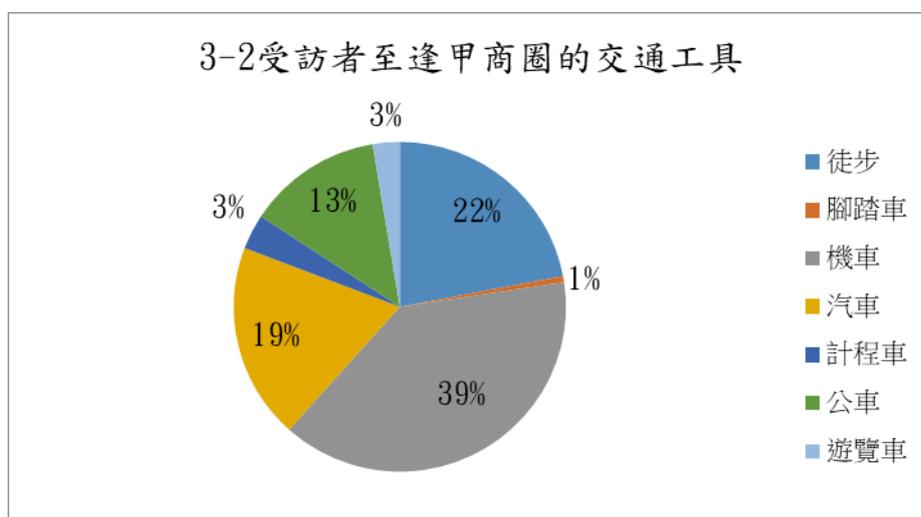
本次調查的 495 名受訪者中，有 39% (193 位)騎機車至逢甲商圈；有 19% (95 位)開車至逢甲商圈；有 22% (109 位)選擇以徒步的方式前往逢甲商圈。次數分配如表(68)所示，而圖(147)與圖(148)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(68) 受訪者至逢甲商圈使用的交通工具次數表

3-2 受訪者至逢甲商圈使用的交通工具									
徒步	腳踏車	機車	汽車	計程車	公車	遊覽車	遺漏數量	無效數量	不適用
109	3	193	95	17	65	13	4	1	0
22%	1%	39%	19%	3%	13%	3%	1%	0%	0%



圖(147) 受訪者至逢甲商圈使用的交通工具長條圖



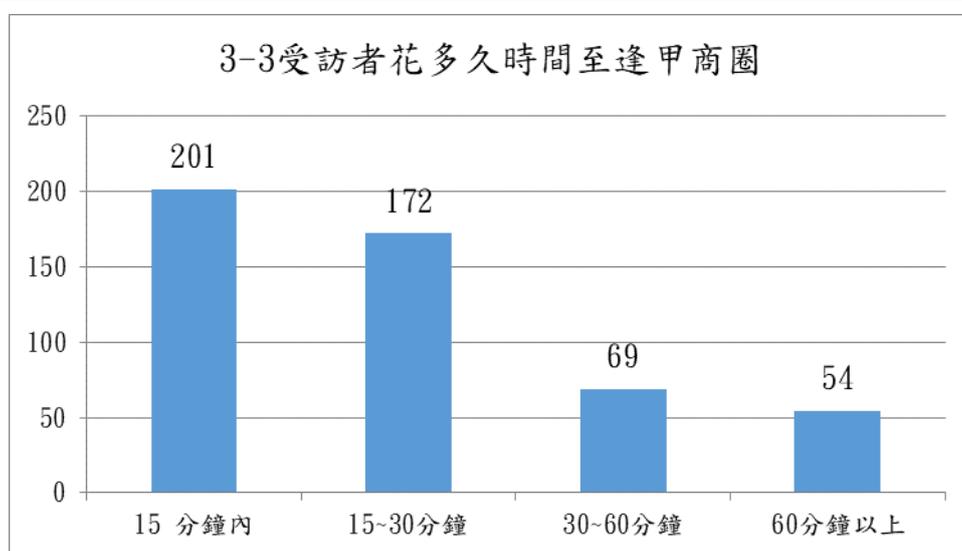
圖(148) 受訪者至逢甲商圈使用的交通工具圓餅圖

3-3 您這次到逢甲商圈大約花多少交通時間？

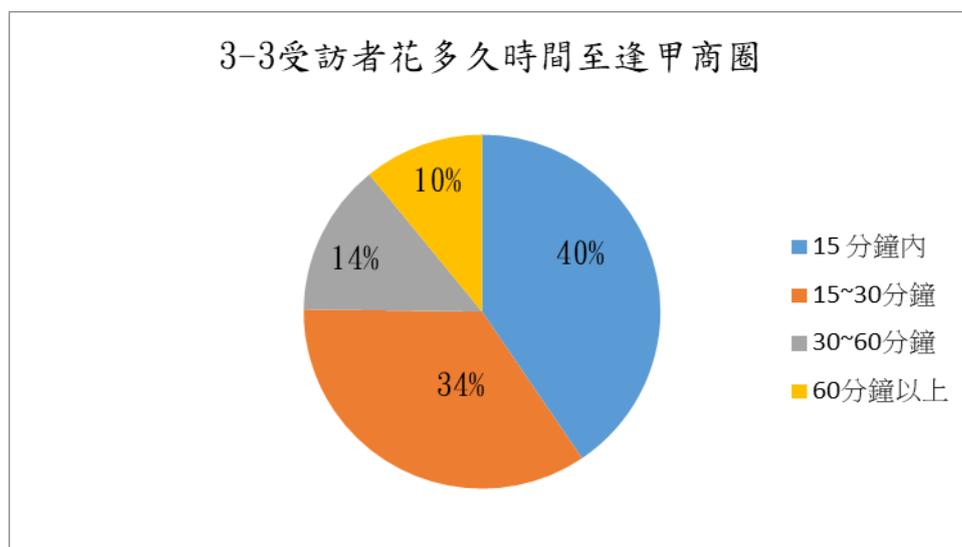
本次調查的 496 位受訪者中，有 40% (201 位) 花費 15 分鐘以內抵達逢甲商圈，其次有 34% (172 位) 花費 15~30 分鐘抵達逢甲商圈。次數分配如表(69)所示，而圖(149)與圖(150)分別為此題長條圖及圓餅圖。

表(69) 受訪者花多久時間至逢甲商圈次數表

3-3 受訪者花多久時間至逢甲商圈						
15 分鐘內	15~30 分鐘	30~60 分鐘	60 分鐘以上	遺漏數量	無效數量	不適用
201	172	69	54	4	0	0
40%	34%	14%	10%	1%	0%	0%



圖(149) 受訪者花多久時間至逢甲商圈長條圖



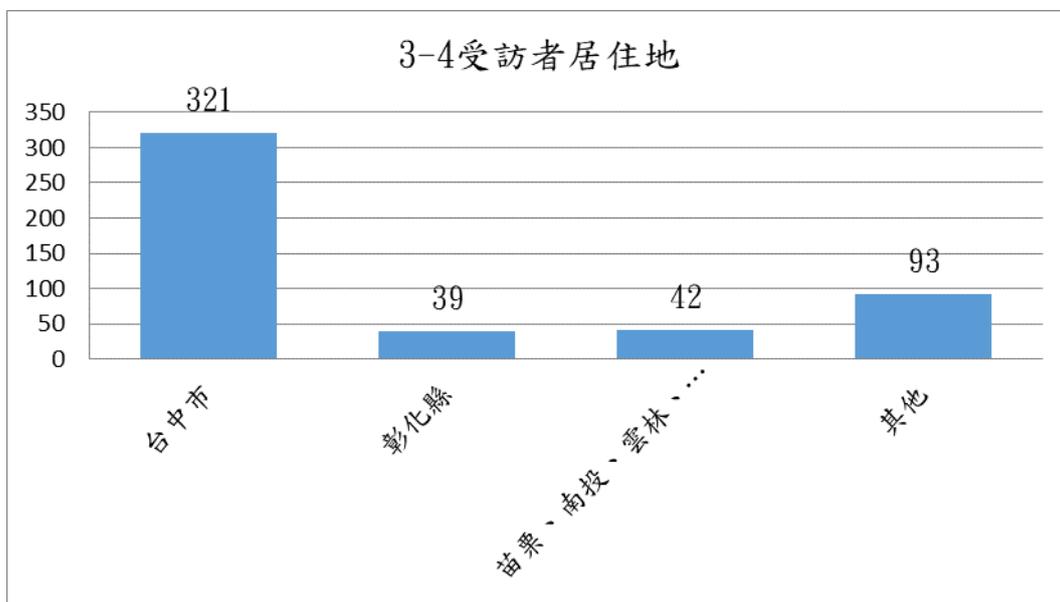
圖(150) 受訪者花多久時間至逢甲商圈圓餅圖

3-4 您目前的居住地(非戶籍地)是哪個縣市?

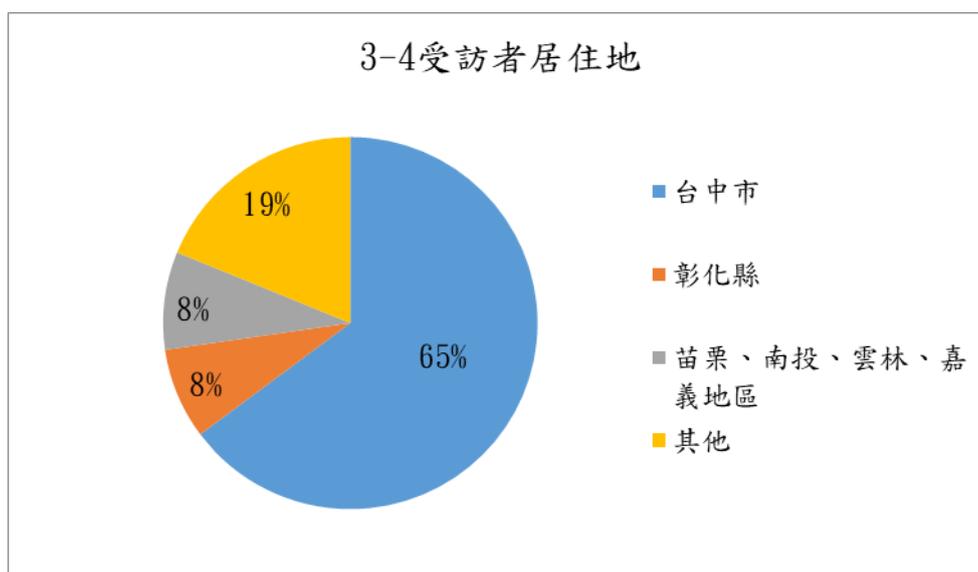
本次調查的 495 位受訪者中，目前的居住地(非戶籍的)為台中市的有 64.8% (321 位)，其次是來自其他地區的有 18.8% (93 位)。次數分配如下所示，以下分別為此題的長條圖及圓餅圖。

表(70) 受訪者居住地縣市次數表

3-4 受訪者居住地縣市						
台中市	彰化縣	苗栗、南投、雲林、嘉義地區	其他	總和	無效數量	遺漏數量
321	39	42	93	495	5	0
64.8%	7.9%	8.5%	18.8%	100%		



圖(151) 受訪者居住地縣市長條圖

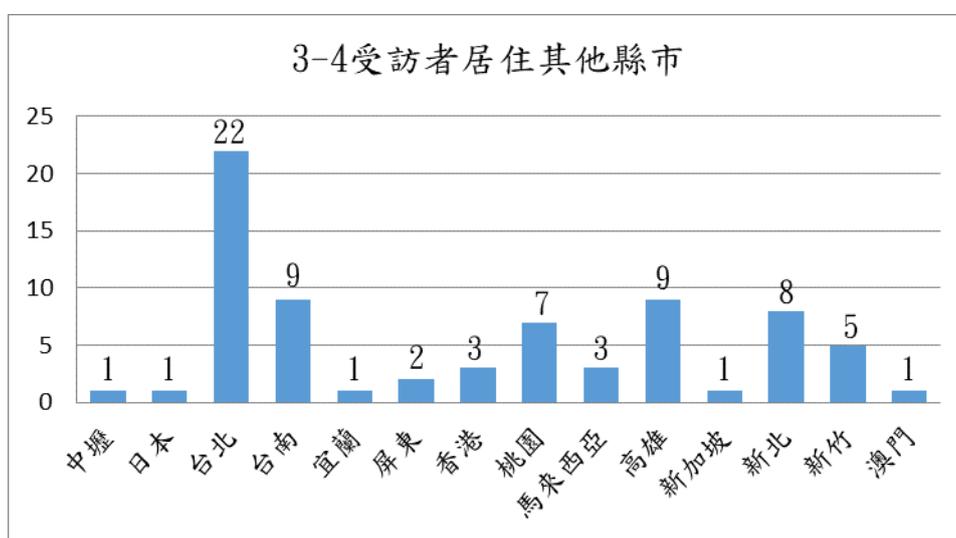


圖(152) 受訪者居住地縣市圓餅圖

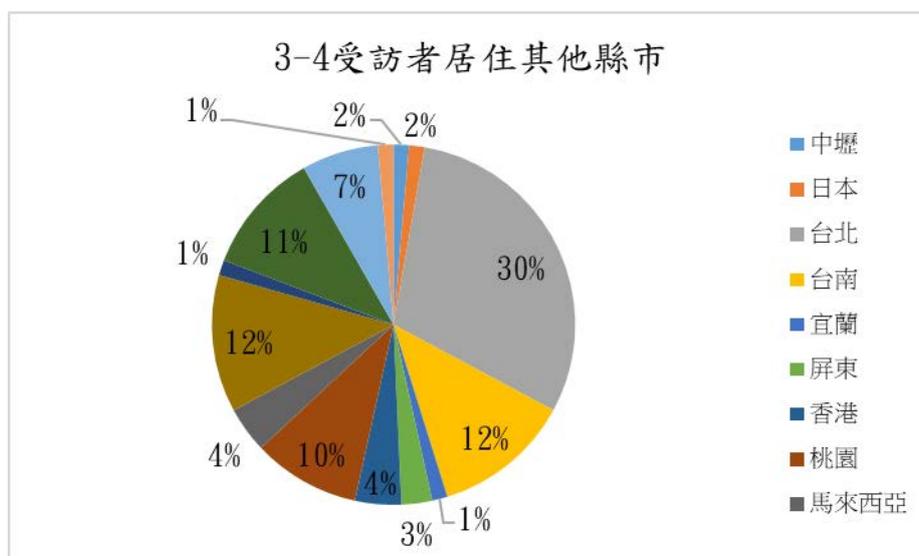
著手調查的 500 位受訪者中，有 93 位勾選是來自其他地區的居住地，但是有 20 位受訪者並無正確填寫所居住地。因此我們總共分析 73 位來自不同縣市的受訪者，接著發現有高達 22 位受訪者來自台北市，其次是 8 位來自新北市。次數分配如下表為受訪者目前的居住地中勾選其他的項目，而圖(153)與圖(154)分別為此題長條圖及圓餅圖。

表(71) 受訪者居住其他縣市次數表

受訪者居住其他縣市						
中壢	日本	台北	台南	宜蘭	屏東	香港
1	1	22	9	1	2	3
桃園	馬來西亞	高雄	新加坡	新北	新竹	澳門
7	3	9	1	8	5	1



圖(153) 受訪者居住其他縣市長條圖



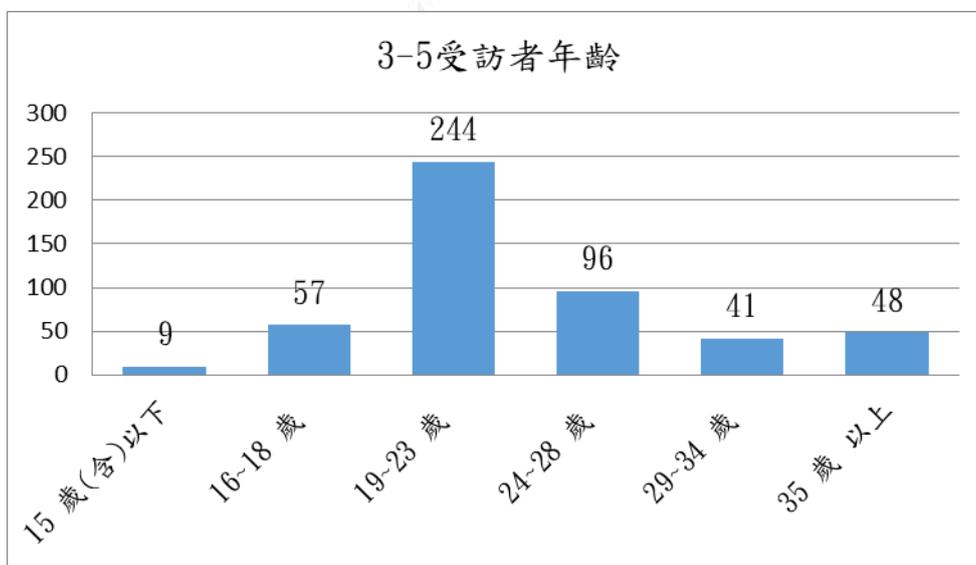
圖(154) 受訪者居住其他縣市圓餅圖

3-5 您的年齡為何？

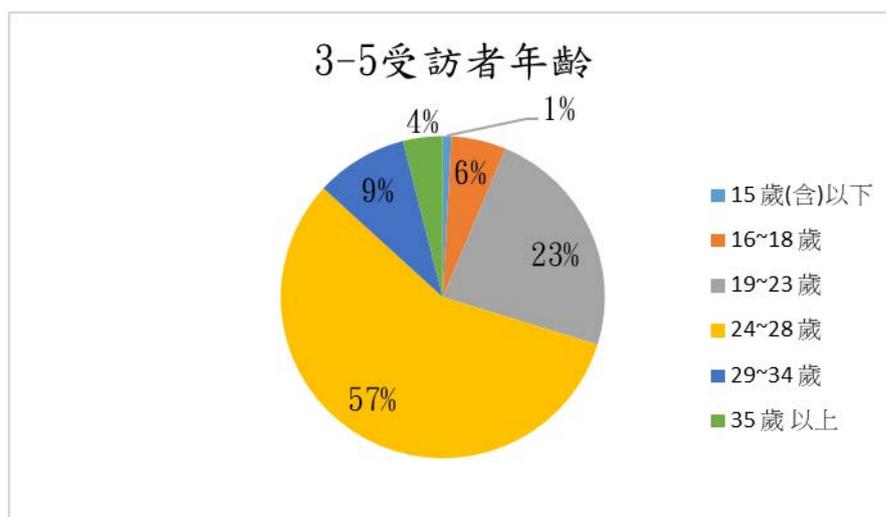
本次調查的 495 位受訪者中，有 49.3% (244 位) 的年齡層介於 19~23 歲，其次是 19.4% (96 位) 的年齡層介於 24~28 歲。次數分配如以下表格所示，而以下兩張圖分別為此題的長條圖及圓餅圖。

表(72) 受訪者年齡次數表

受訪者年齡								
15 歲 (含) 以下	16~18 歲	19~23 歲	24~28 歲	29~34 歲	35 歲 以上	總和	無效 數量	遺漏 數量
9	57	244	96	41	48	495	5	0
1.8%	11.5%	49.3%	19.4%	8.3%	9.7%	100%		



圖(155) 受訪者年齡長條圖



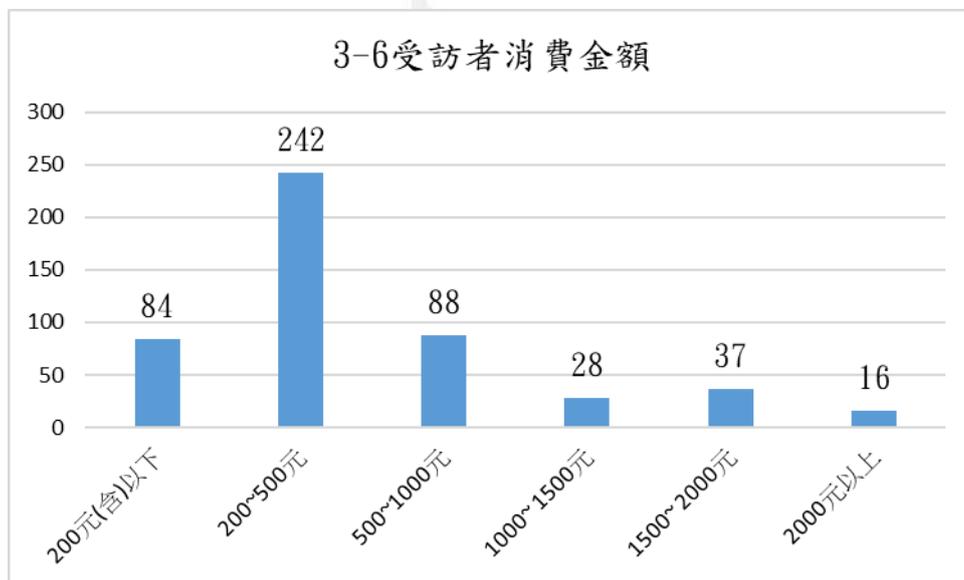
圖(156) 受訪者年齡圓餅圖

3-6 您每次到逢甲商圈大約花費約多少錢？

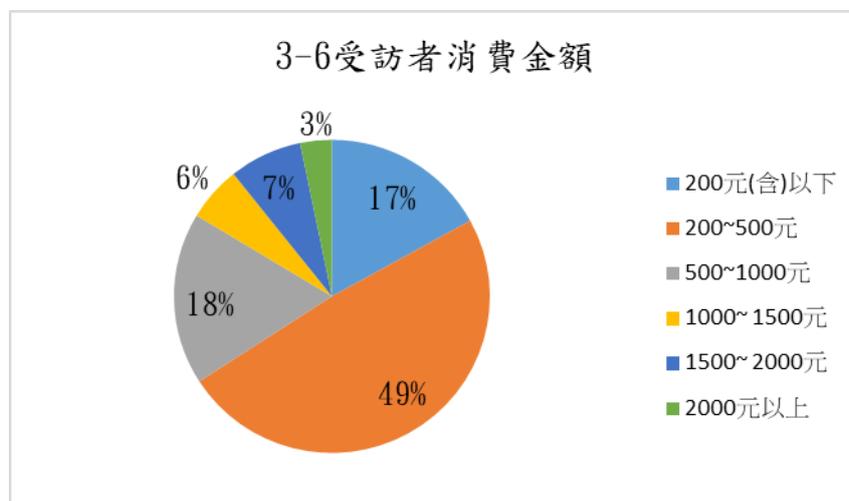
本次調查的 495 位受訪者中，有 48.9% (242 位) 每次到逢甲商圈大約花費的價格最多落在 200~500 元，其次的花費價格是 500~1000 元約 17.7% (88 位)。次數分配如下所示，而以下分別為此題的長條圖及圓餅圖。

表(73) 受訪者消費金額次數表

受訪者消費金額								
200元(含)以下	200~500元	500~1000元	1000~1500元	1500~2000元	2000元以上	總和	無效數量	遺漏數量
84	242	88	28	37	16	495	5	0
17%	48.9%	17.7%	5.7%	7.5%	3.2%	100%		



圖(157) 受訪者消費金額長條圖



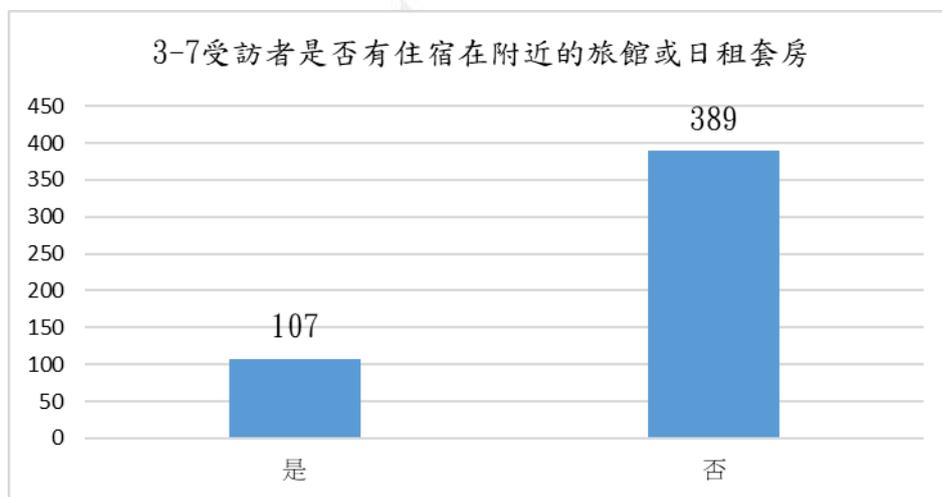
圖(158) 受訪者消費金額圓餅圖

3-7-1 您這次到逢甲商圈是否有住宿在附近的旅館或日租套房？

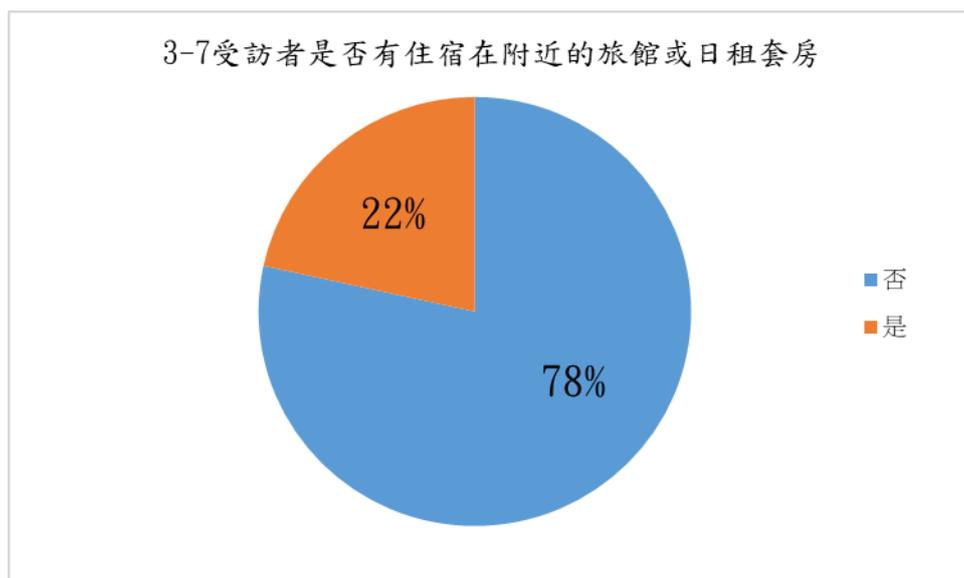
本次調查的 496 位受訪者中，這次到逢甲商圈有住宿在附近的旅館或日租套房的有 16% (107 位)，而沒有的占 84% (389 位)。次數分配如表(74)所示，而圖(159)與圖(160)分別為此題 長條圖及圓餅圖。

表(74) 受訪者是否有住宿在附近的旅館或日租套房次數表

3-7-1 受訪者是否有住宿在附近的旅館或日租套房				
是	否	總和	遺漏人數	無效人數
107	389	496	4	0
22%	78%	100%		



圖(159) 受訪者是否有住宿在附近的旅館或日租套房長條圖



圖(160) 受訪者是否有住宿在附近的旅館或日租套房圓餅圖

3-7-2有住宿在附近的旅館或日租套房地點

有住宿在附近的旅館或日租套房 107 位受訪者中，有 40%(42 位)都住在其他旅館，有 15%(14 位)住星享道酒店。次數分配如表(75)所示。

表(75) 受訪者住宿地點次數表

3-7-2 住宿地點											
文華道會館	星享道酒店	KUN Hotel	碧根行館	黎客商旅	台中商旅	拓程商旅	其他旅館	日租套房	總和	遺漏人數	無效人數
13	14	5	2	5	9	5	42	5	100	7	0
13%	14%	5%	2%	5%	9%	5%	42%	5%	100%		

而其中 40%(37 位)住宿在其他旅館如表(76)所示。

表(76) 受訪者住宿其他旅館次數表

3-7-2_9 其他旅館													
chase	cu	Gogo	Hotel 7	Hotel Z	Mini hotel	Mou hotel	Seven	三好	卡爾登	豐邑商旅	葉綠宿	還沒找	遺漏人數
2	1	1	1	3	4	1	1	1	1	1	2	1	
安可	巧合	民宿	托默	自宅	豆宅	青年旅館	逢甲商旅	晶品	菱權	總和	遺漏人數	無效人數	
1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	32	17	0	

有 8 人住宿在日租套房，單日費用平均為 1072 元，如表(77)所示。

表(77) 受訪者住宿日租套房單日費用次數表

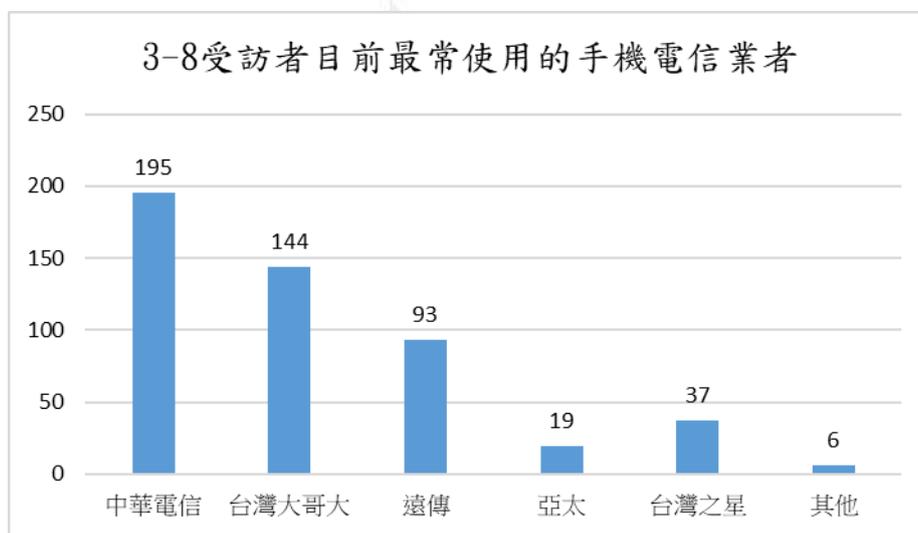
3-7-2_10 日租套房								
680	700	999	1000	1100	1500	1600	遺漏人數	無效人數
1	1	1	2	1	1	1	6	0
平均:1072 元								

3-8 您目前最常使用的手機電信業者

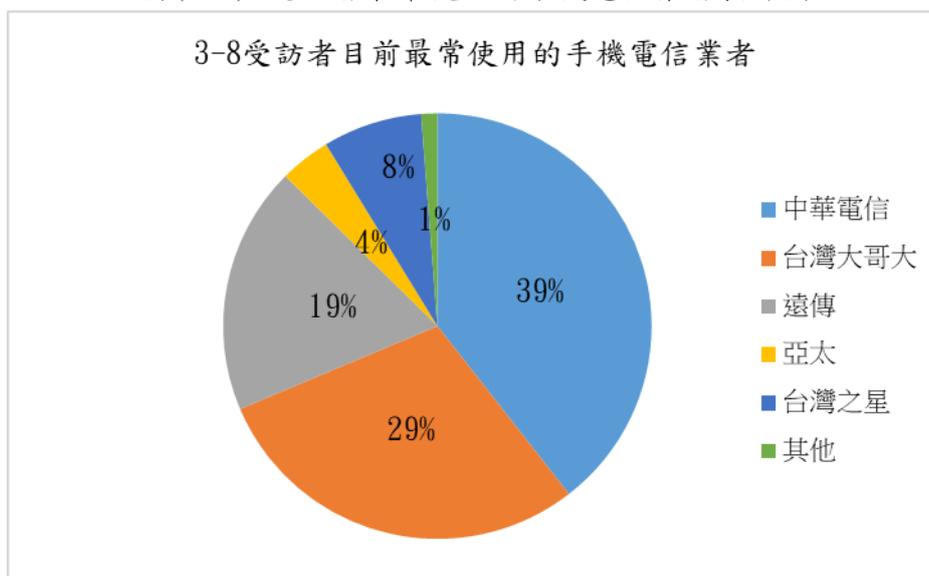
本次調查的 494 位受訪者中，最常使用的手機電信業者最多的是中華電信有 40% (195 位)，其次是使用台灣大哥大的有 29% (144 位)。次數分配如表(78)所示，而圖(161)與圖(162)分別為此題長條圖及圓餅圖。

表(78) 受訪者最常使用的手機電信業者次數表

3-8 受訪者最常使用的手機電信業者								
中華電信	台灣大哥大	遠傳	亞太	台灣之星	其他	總和	遺漏人數	無效人數
195	144	93	19	37	6	494	4	2
40%	29%	19%	4%	7%	1%	100%		



圖(161) 受訪者最常使用的手機電信業者長條圖



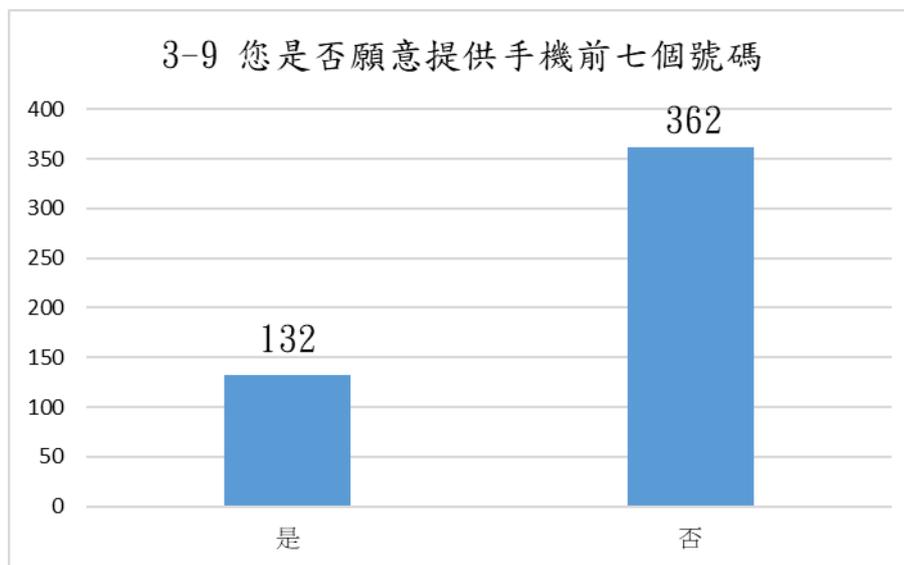
圖(162) 受訪者最常使用的手機電信業者圓餅圖

3-9 您是否願意提供手機前七個號碼?

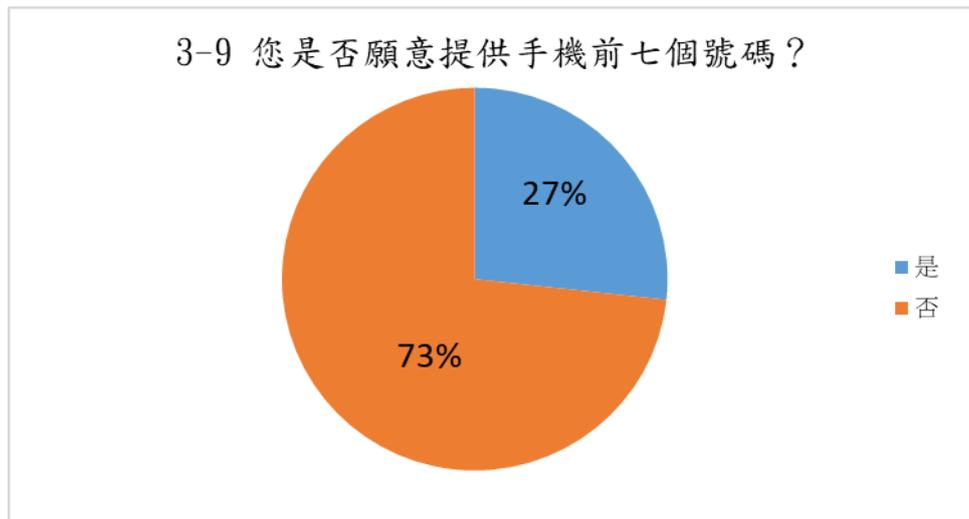
本次調查的 494 位受訪者中，有 73%(362 位)不願意提供手機前七個號碼，而受訪者當中有 27% (132 位)提供了手機前七個號碼。次數分配表如表(79)所示，而圖(163)與圖(164)分別為此題的長條圖及圓餅圖。

表(79) 受訪者是否願意提供手機前七碼次數表

3-9 您是否願意提供手機前七個號碼?					
是	否	總和	遺漏人數	無效人數	不適用
362	132	494	0	6	0
73%	27%	100%			



圖(163) 受訪者是否願意提供手機前七碼長條圖



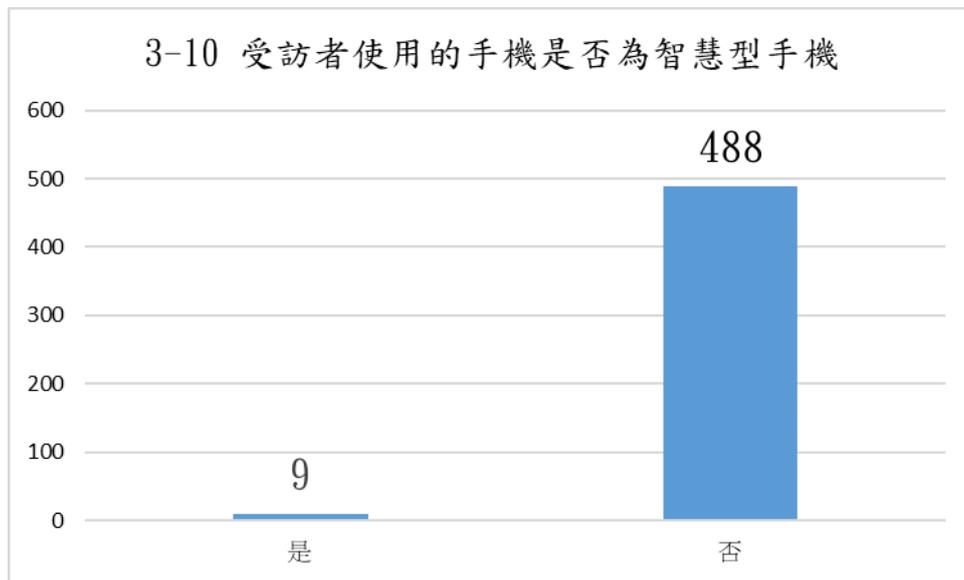
圖(164) 受訪者是否願意提供手機前七碼圓餅圖

3-10 請問您使用的手機是智慧型手機嗎？

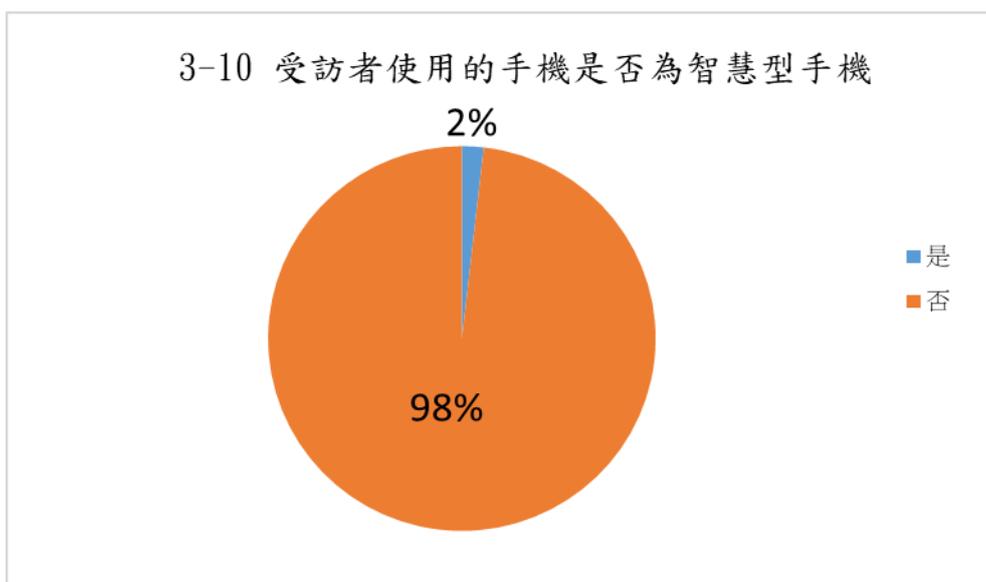
本次調查的 497 位受訪者中，使用智慧型手機有 98% (488 位)，不是使用智慧型手機有 2% (9 位)。次數分配如表(80)所示，而圖(165)與圖(166)分別為此題的長條圖及圓餅圖。

表(80) 受訪者使用的手機是智慧型手機次數表

3-10 請問您使用的手機是智慧型手機嗎？					
是	否	總和	遺漏人數	無效人數	不適用
488	9	497	0	3	0
98%	2%	100%			



圖(165) 受訪者使用的手機是智慧型手機長條圖



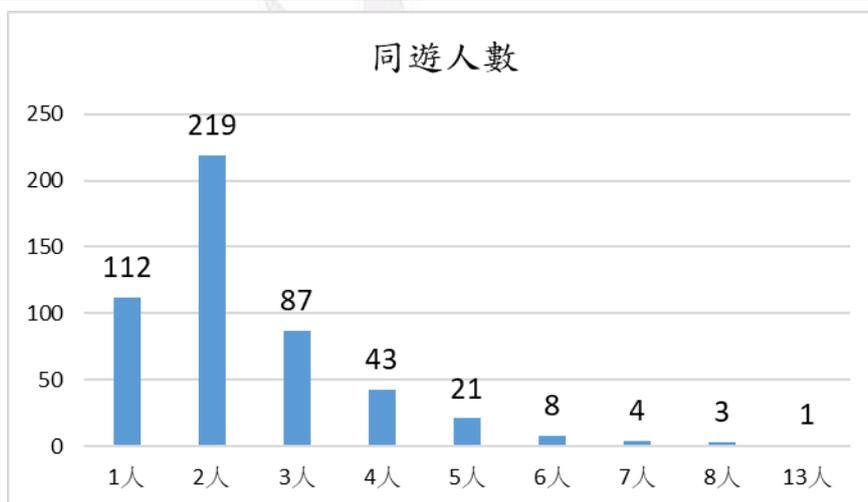
圖(166) 受訪者使用的手機是智慧型手機圓餅圖

受訪者同遊人數(含受訪者)

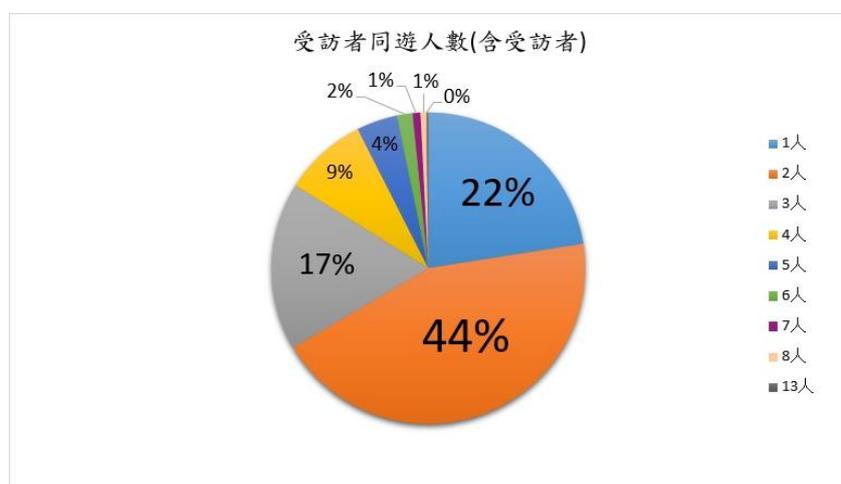
在498位受訪者中，當日同遊人數以2人同遊有44% (219位)居多，其次為1人同遊有22% (112位)。受訪者同遊人數(含受訪者)次數分配如表(81)，而圖(167)與圖(168)分別為此題長條圖及圓餅圖。

表(81) 受訪者同遊人數(含受訪者)次數表

同遊人數												
1人	2人	3人	4人	5人	6人	7人	8人	13人	總和	遺漏人數	無效人數	不適用
112	219	87	43	21	8	4	3	1	498	2	0	0
22%	44%	17%	9%	4%	2%	1%	1%	0%	100%			



圖(167) 受訪者同遊人數(含受訪者)長條圖



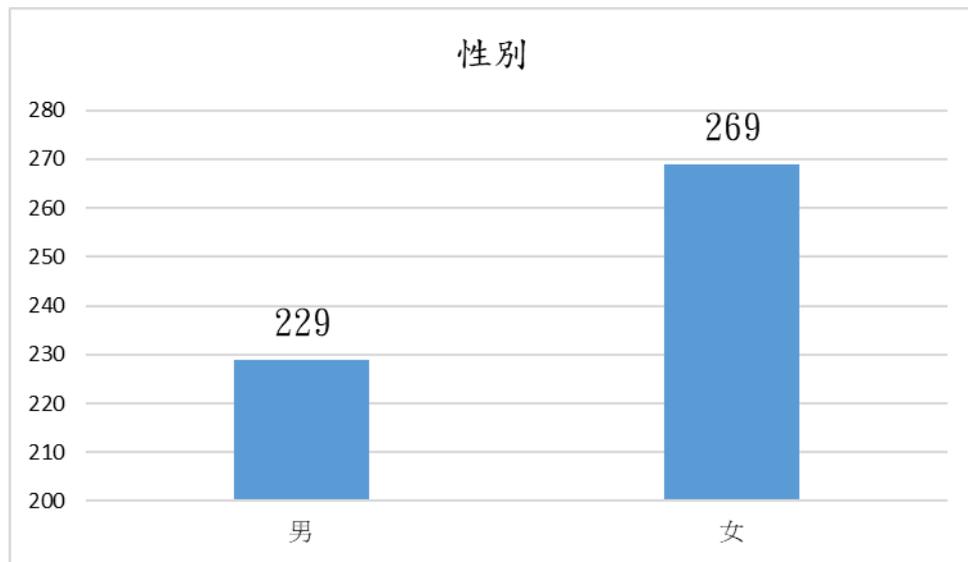
圖(168) 受訪者同遊人數(含受訪者)圓餅圖

受訪者性別

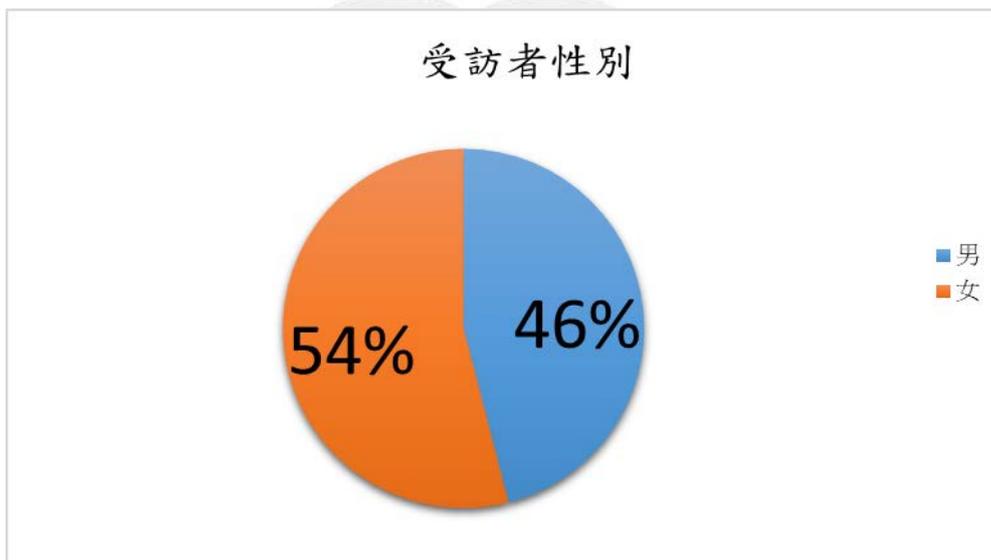
在問卷調查的 498 位受訪者中，男性有 46% (229 位)，女性有 54% (269 位)。次數分配如表(82)所示，而圖(169)與圖(170)分別為此題長條圖及圓餅圖。

表(82) 受訪者性別次數表

受訪者性別					
男	女	總和	遺漏人數	無效人數	不適用
229	269	498	2	0	0
46%	54%	100%			



圖(169) 受訪者性別長條圖



圖(170) 受訪者性別圓餅圖

第三節、因素分析與信度分析

因素分析

Kaiser-Meyer-Olkin(KMO)檢定：檢定資料是否適合進行因素分析。若KMO值越大表示變數之間共同的因素越多，越適合進行分析。

其計算公式為：
$$KMO = \frac{\sum_{i \neq j} r_{ij}^2}{\sum_{i \neq j} r_{ij}^2 + \sum_{i \neq j} a_{ij}^2}$$

r_{ij}^2 為相關係數； a_{ij}^2 為淨相關係數

淨相關係數：分析變數之間是否有因果關係。

Bartlett球型檢定：檢定資料是否適合進行因素分析。

類似卡方分析概念，如果各項目落點平均分配(像球型)，即不顯著，就是缺乏因素間的獨立互斥。



信度分析

1. 信度的意義：

所謂信度是衡量沒有誤差的程度，也是測驗結果的一致性(consistency)程度，信度是以衡量的變異理論為基礎。

L. J. Cronbach另創→係數，其公式如下：

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{\sum S_i^2}{\sum S_i^2 + 2 \sum \sum S_{ij}} \right]$$

α ：為估計的信度

K：測驗的總題數

S_i^2 ：測驗的總變異數

S_{ij} ：題目與另一題目之共變數

2. 每個因素針對其所屬問卷題目執行計算Cronbach' s α 係數，一般而言，該係數高於0.7為佳($\alpha > 0.7$ 代表高信度; $0.7 < \alpha < 0.5$ 為尚可接受; $\alpha < 0.35$ 必須予以拒絕)。

※ 將第一部份全部共14題題目進行因素分析：

在分析時，選擇第一部份共14題來做因素分析，刪除無效、不適用、漏答之問卷後，有效問卷份數為485份，接著，利用SPSS軟體來產生報表，並對報表結果加以解釋。

下列為選擇第一部份14題的項目：

- 1_1 商品具獨特性
- 1_2 商品具多樣化
- 1_3 商品價格低廉
- 1_4 商品品質可靠
- 1_5 商品款式新潮
- 1_6 商家服務態度親切
- 1_7 商家提供售後服務
- 1_8 食物便宜
- 1_9 食物好吃
- 1_10 食物乾淨衛生
- 1_11 排隊購物井然有序
- 1_12 停車方便
- 1_13 整體印象良好
- 1_14 有再次前來消費的意願

1. KMO 與 Bartlett 檢定以及共同性

表(83) KMO 與 Bartlett 檢定表

Kaiser-Meyer-Olkin	測量取樣適當性	.909
Barlett 的球形檢定	近似卡方檢定	2808.806
	自由度	91
	顯著性	.000

透過因素分析後，藉由問卷第一部份 14 題做 KMO 和 Bartlett 檢定。KMO 為 0.909，而根據上表資料顯示其平方值為 0.8263，具有 8 成以上的解釋力，代表具有高度的解釋力。Bartlett 的球形檢定以顯著性分析，根據上述資料，顯著性小於 $\alpha = 0.05$ ，代表有相關性，所以透過 KMO 與 Bartlett 來做信度分析。

表(84) 第一部分共同性分析

	起始	擷取
商品具獨特性	1.000	.550
商品具多樣化	1.000	.750
商品價格低廉	1.000	.789
商品品質可靠	1.000	.588
商品款式新潮	1.000	.545
商家服務態度親切	1.000	.508
商家提供售後服務	1.000	.504
食物便宜	1.000	.752
食物好吃	1.000	.510
食物乾淨衛生	1.000	.568
排隊購物井然有序	1.000	.565
停車方便	1.000	.525
整體印象良好	1.000	.628
有再次前來消費的意願	1.000	.509

擷取方法：因素分析。

共同性即是項目可貢獻的因素程度，由上表可看出最高貢獻度為「1-3 商品價格低廉」萃取出 0.789。

2. 解說變異量表

表(85) 解說變異量表

元件	起始特徵值			擷取平方和載入			循環平方和載入		
	總計	變異的%	累加%	總計	變異的%	累加%	總計	變異的%	累加%
1	6.122	43.727	43.727	6.122	43.727	43.727	3.394	24.243	24.243
2	1.168	8.345	52.072	1.158	8.345	52.072	2.532	18.083	42.326
3	1.001	7.149	59.221	1.001	7.149	59.221	2.365	16.895	59.221
4	.848	6.058	65.279						
5	.818	5.840	71.119						
6	.629	4.492	75.611						
7	.578	4.131	79.742						
8	.542	3.871	83.613						
9	.423	3.549	87.162						
10	.497	3.022	90.185						
11	.389	2.776	92.961						
12	.370	2.641	95.602						
13	.329	2.353	97.955						
14	.286	2.045	100.000						

擷取方法：因素分析。

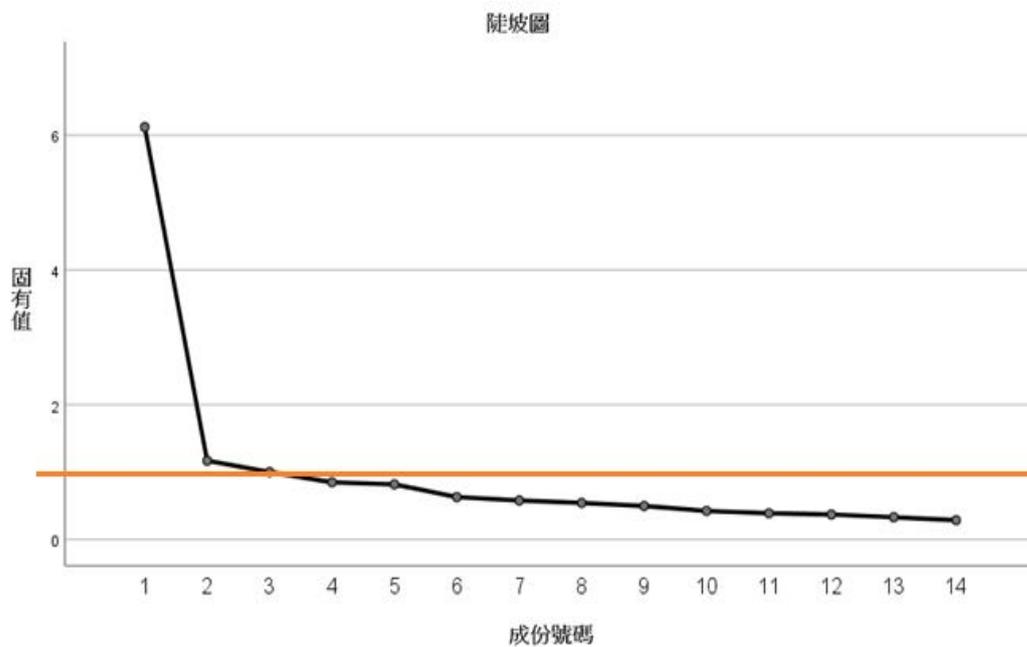
根據解說變異量，來進行因素的取捨。

解說變異量：平方和負荷量即判定係數。

變異數的%：反映各因素可解釋總變異量的百分比。

可以根據表(85)資料顯示，平方和負荷量明顯選取到第三個因素。第一個因子變異量為**43.727%**依次累加到第三個因子其解釋總能力到達**59.221%**，雖第三個因子特徵值超過1但1.001趨近1，也將其納入，共解釋了資料中5成9以上的變異性。

3. 陡坡圖



圖(171) 陡坡圖

以陡坡圖而言，當陡度明顯趨緩時就可以停止選擇變數。從圖(171)陡坡圖可看出在第三個成分後下降幅度趨緩，小於特徵值 1，因此選取到第三個因素。

4. 旋轉成分矩陣表

表(86) 旋轉成分矩陣表

	元件		
	1	2	3
排隊井然有序	.734	.025	.160
食物乾淨衛生	.687	.224	.216
停車方便	.684	.239	-.002
整體印象良好	.665	.254	.348
有再次前來消費的意願	.571	.266	.335
商家服務態度親切	.566	.327	.284
食物好吃	.558	.386	.223
商品價格低廉	.138	.860	.177
食物便宜	.290	.815	.069
商品品質可靠	.349	.546	.410
商品提供售後服務	.416	.504	.276
商品具多樣化	.133	.067	.853
商品具獨特性	.192	.201	.688
商品款式新潮	.253	.179	.670

根據上表旋轉過後的成分矩陣做分析，主要選擇為每個項目成分數值最高的(0.5 以上)來進行歸類。

5. 統整歸類

表(87) 統整三因素表

因素構面	因素負荷量
因素一：秩序與衛生因素	
排隊井然有序	0.734
食物乾淨衛生	0.687
停車方便	0.684
整體印象良好	0.665
有再次前來消費意願	0.571
商家服務態度親切	0.566
食物好吃	0.558
因素二：價格因素	
商品價格低廉	0.860
食物便宜	0.815
商品品質可靠	0.546
商品提供售後服務	0.504
因素三：商品因素	
商品具多樣化	0.853
商品具獨特性	0.688
商品款式新潮	0.670

1. 因素一主要是由「排隊井然有序」、「食物乾淨衛生」、「停車方便」、「整體印象良好」、「有再次前來消費意願」、「商家服務態度親切」、「食物好吃」，七個相關係數較高的變數組成，因素負荷量介於0.5~0.75之間，由於變數間與排隊井然有序和食物乾淨衛生比較相關，因此因素命名為「秩序與衛生因素」。
2. 因素二主要是由「商品價格低廉」、「食物便宜」、「商品品質可靠」、「商品提供售後服務」四個相關係數較高的變數組成，因素負荷量介於0.5~0.9之間，由於變數間與商品價格低廉和食物便宜比較相關，因此因素命名為「價格因素」。
3. 因素三主要是由「商品具多樣化」、「商品具獨特性」、「商品款式新潮」，三個相關係數較高的變數組成，因素負荷量介於0.6~0.86之間，由於變數間與商品相關，因此因素命名為「商品因素」。

這三個因素的解釋能力分別為 43.727%、8.345%與 7.149%，其中因素一「秩序與衛生因素」的解釋能力最高，遠遠高於因素二和因素三，因此商家可以根據第一因素內的七個變數來作為參照，藉以增加自己的生意。

※將第一部分全部共 14 題題目進行信度分析：

表(88) 第一部分全部變數可靠性統計資料

Cronbach's Alpha	項目個數
.896	14

由上表可以看到 $\alpha = 0.834$ ，代表十四道題目測量結果之內部一致性具高可信度。

表(89) 全項目總計統計資料表

	尺度平均數 (如果項目已 刪除)	尺度變異數 (如果項目已 刪除)	更正後項目 總數相關	Cronbach 的 Alpha(如果 項目已刪 除)
商品具獨特性	54.11	96.735	.512	.891
商品具多樣化	53.76	97.561	.475	.893
商品價格低廉	54.58	93.618	.577	.889
商品品質可靠	54.34	94.137	.670	.885
商品款式新潮	54.07	96.508	.524	.891
商家服務態度親切	54.06	94.162	.633	.887
商家提供售後服務	54.54	92.771	.625	.887
食物便宜	54.49	92.536	.605	.888
食物好吃	53.86	95.149	.625	.887
食物乾淨衛生	54.49	93.836	.628	.887
排隊購物井然有序	54.33	94.610	.530	.891
停車方便	55.13	90.551	.526	.894
整體印象良好	54.03	94.121	.700	.884
有再次前來消費的 意願	53.71	94.984	.620	.887

由表(89)全項目總計統計資料表可以看到即使刪除任何一個變數都無法使 α 係數提高，表示這些題目的信度水準是相當好的，代表一致性很高且屬於穩定、可靠的。

※接下來再將刪減維度後的每一構面之變數做各構面之信度分析：

1. 第一因素信度分析

表(90) 可靠性統計資料表

Cronbach 的 Alpha	項目個數
.834	7

因素一主要是由「排隊購物井然有序」、「食物乾淨衛生」、「停車方便」、「整體印象良好」、「有再次前來消費的意願」、「商家服務態度親切」、「食物好吃」、組成，由上表得到因素一之 $\alpha = 0.834$ ， $\alpha > 0.7$ 為佳，代表高信度。

表(91) 因素一項目統計資料表

	尺度平均數 (如果項目已 刪除)	尺度變異數 (如果項目 已刪除)	更正後項 目總數相 關	Cronbach 的 Alpha(如果項目 已刪除)
排隊購物井然有序	25.27	25.093	.544	.819
食物乾淨衛生	25.42	24.953	.630	.805
停車方便	26.06	23.009	.516	.835
整體印象良好	24.96	25.334	.692	.798
有再次前來消費的 意願	24.65	25.687	.610	.809
商家服務態度親切	24.98	25.615	.590	.811
食物好吃	24.80	25.890	.606	.810

上表為若該項目刪除後的信度分析，刪除任何一個項目將會使信度降低，因此所有項目皆保留。

2. 第二因素信度分析

表(92) 可靠性統計資料表

Cronbach 的 Alpha	項目個數
.803	4

因素二主要是由「商品價格低廉」、「食物便宜」、「商品品質可靠」、「商家提供售後服務」組成，由上表得到因素一之 $\alpha = 0.803$ ， $\alpha > 0.7$ 為佳，代表高信度。

表(93) 因素二項目統計資料表

	尺度平均數(如果項目已刪除)	尺度變異數(如果項目已刪除)	更正後項目總數相關	Cronbach 的 Alpha(如果項目已刪除)
商品品質低廉	11.94	7.896	.672	.725
食物便宜	11.84	7.817	.647	.738
商品品質可靠	11.70	9.142	.589	.768
商家提供售後服務	11.89	8.493	.568	.777

上表為若該項目刪除後的信度分析，刪除任何一個項目將會使信度降低，因此所有項目皆保留。

3. 第三因素信度分析

表(94) 可靠性統計資料表

Cronbach 的 Alpha	項目個數
.705	3

因素三主要是由「商品具多樣化」、「商品具獨特性」、「商品款式新潮」組成，由上表得到因素一之 $\alpha = 0.705$ ， $\alpha > 0.7$ 為佳，代表高信度。

表(95) 因素三項目統計資料表

	尺度平均數(如果項目已刪除)	尺度變異數(如果項目已刪除)	更正後項目總數相關	Cronbach 的 Alpha(如果項目已刪除)
商品具多樣化	8.66	3.011	.610	.501
商品具獨特性	8.99	3.340	.495	.648
商品款式新潮	8.97	3.398	.467	.682

上表為若該項目刪除後的信度分析，刪除任何一個項目將會使信度降低，因此所有項目皆保留。

將因素分析法所萃取的構面及其效度與信度整理如下表：

表(96) 因素構面及效度與信度整理表

因素構面	題號	衡量變數	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%	累積解釋變異量%	信度係數
因素一：秩序與衛生因素	1-11	排隊井然有序	0.734	6.122	43.727	43.727	0.834
	1-10	食物乾淨衛生	0.687				
	1-12	停車方便	0.684				
	1-13	整體印象良好	0.665				
	1-14	有再次前來消費的意願	0.571				
	1-6	商家服務態度親切	0.566				
	1-9	食物好吃	0.558				
因素二：價格因素	1-3	商品價格低廉	0.860	1.168	8.345	52.072	0.803
	1-8	食物便宜	0.815				
	1-4	商品品質可靠	0.546				
	1-7	商品提供售後服務	0.504				
因素三：商品因素	1-2	商品具多樣化	0.853	1.001	7.149	59.221	0.705
	1-1	商品具獨特性	0.688				
	1-5	商品款式新潮	0.670				

因素一到因素三之 α 係數皆大於0.7，因此因素一至因素三都是具有高度信度的。

第二部分 第一大題因素分析

將問卷中無效之問卷刪除，再進行以下分析，有效問卷為 485 份。

下列為第二部分第一題之題目：

2_1_a 口味的獨特性

2_1_b 包裝的獨特性

2_1_c 話題性高

2_1_d 排隊人潮多

2_1_e 店家優惠活動

1. KMO 與 Bartlett 檢定以及共同性

表(97) KMO 與 Bartlett 檢定表

Kaiser-Meyer-Olkin 測量取樣適當性		.774
Bartlett 的球形檢定	近似卡方檢定	647.262
	自由度	10
	顯著性	.000

透過因素分析後，藉由問卷第二部分的第一大題共 5 題做 KMO 和 Bartlett 檢定，表中顯示 KMO 為 0.774，平方為 0.5991，代表變數間共同因素很多，約具有 60% 的解釋能力。Bartlett 的球形檢定小於顯著水準小於 $\alpha=0.05$ ，代表有相關性，所以透過 KMO 與 Bartlett 來做效度分析。

表(98) 第二部分共同性分析

	初始	萃取
口味的獨特性	1.000	.579
包裝的獨特性	1.000	.662
話題性高	1.000	.640
排隊人潮多	1.000	.375
店家優惠活動	1.000	.359

萃取法：因素分析。

上表中代表著可貢獻的因素程度，其中為包裝的獨特性貢獻度最高達 0.662。

2. 解說變異量表

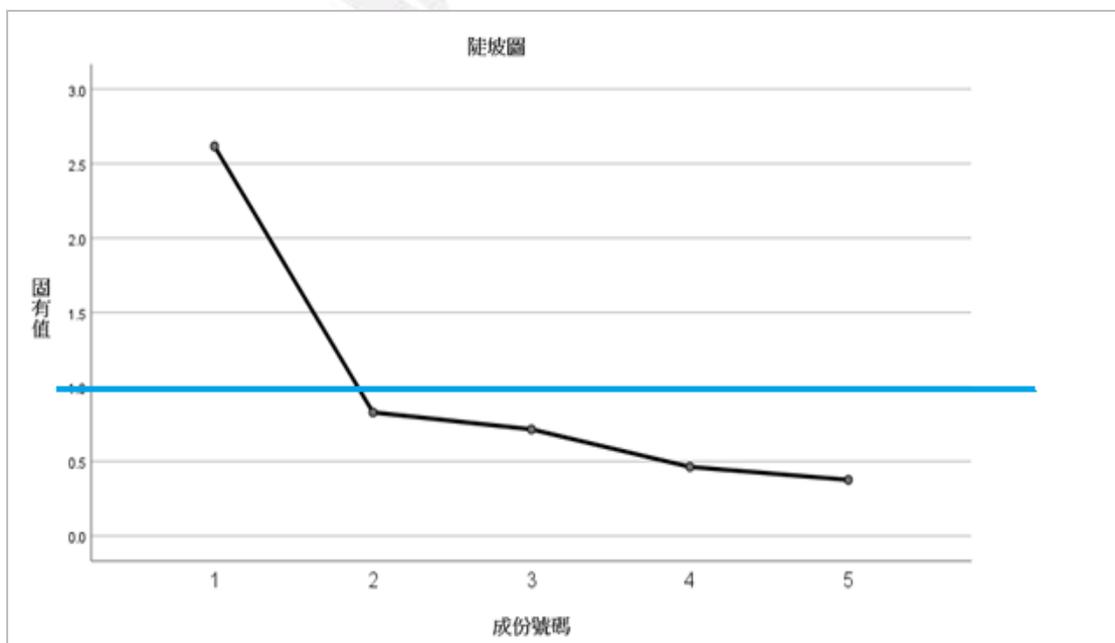
表(99) 解說變異量表

元 件	初始固有值			擷取平方和負荷量		
	總計	變異的 %	累加 %	總計	變異的 %	累加 %
1	2.615	52.302	52.302	2.615	52.302	52.302
2	.829	16.588	68.890			
3	.716	14.311	83.200			
4	.463	9.268	92.468			
5	.377	7.532	100.000			

擷取方法：主體元件分析。

根據解說總變異量來決定選擇的成分。以表為例，若只選擇第一個因素時，解釋總變異量為 52.302%，將會失去 47.698% 的解釋能力，若選擇第一因素與第二因素時，解釋總變異量為 68.890%，較只選擇第一因素時多 16.588% 的解釋能力。當選擇全部的因素時，解釋能力為 100%，但是並不能達到維度縮減的目的，因此必須有所取捨，選擇到哪一項因素是必須探討的，將從陡坡圖做出選擇。

3. 陡坡圖



圖(172) 陡坡圖

陡坡圖中第一因素之後的因素小於 1，且陡度趨緩，因此選至第一因素。

4. 旋轉成分矩陣表

表(100) 旋轉成分矩陣表

	元件
	1
口味的獨特性	.761
包裝的獨特性	.814
話題性高	.800
排隊人潮多	.612
店家優惠活動	.599

擷取方法：因素分析

根據旋轉過後的成分矩陣做出分析，主要選擇為每個項目成分數值最高，且大於 0.5 的來進行歸類，並藉此來為此因素變量命名。

5. 統整歸類

表(101) 統整因素表

因素構面	因素負荷量
因素：行銷手法	
包裝的獨特性	0.814
話題性高	0.800
口味的獨特性	0.761
排隊人潮多	0.612
店家優惠活動	0.599

因素主要是由「包裝的獨特性」、「話題性高」、「口味的獨特性」、「排隊人潮多」、「店家優惠活動」這五種因素組成，這些因素跟包裝的獨特性與話題性高比較相關，因此命名為「行銷手法」因素。

這種因素的解釋能力為 52.302%，代表顧客主要以這因素中的五項因素來選擇購買的飲料店，店家若欲提升銷售量可以參考這五項變數。

※接下來再將刪減維度後的每一構面之變數做各構面之信度分析：

表(102) 第二部分第一大題可靠性統計資料表

Cronbach's Alpha	項目個數
.756	5

由上表可知 $\alpha = 0.756 > 0.7$ 為佳，代表五道題目測量之結果一致性高，屬於高信度，內部結果可靠。

※接下來再將刪減維度後的每一構面之變數做各構面之信度分析：

第一因素信度分析

表(103) 因素可靠性統計資料表

Cronbach's Alpha	項目個數
.756	5

因素主要是由「包裝的獨特性」、「話題性高」、「口味的獨特性」、「排隊人潮多」、「店家優惠活動」所組成，得到因素一之 $\alpha = 0.756 > 0.7$ 為佳，屬於高信度。

表(104) 因素項目統計資料表

	尺度平均數(如果項目已刪除)	尺度變異數(如果項目已刪除)	更正後項目總數相關	Cronbach的Alpha(如果項目已刪除)
包裝的獨特性	16.79	12.887	.563	.704
話題性高	17.18	12.001	.627	.678
口味的獨特性	16.96	11.235	.634	.670
排隊人潮多	16.90	12.069	.430	.752
店家優惠活動	17.18	12.717	.411	.754

此表為若該項目刪除後的信度分析，刪除任何一個項目將會使信度降低，因此所有項目皆保留。

將因素分析法所萃取的構面及其效度與信度整理如下表：

表(105) 因素構面及效度與信度整理表

因素構面	題號	衡量變數	因素負荷量	特徵值	解釋變異數%	累積解釋變異數	信度分析
因素： 行銷手法	2-1-b	包裝的獨特性	0.814	2.615	52.302	52.302	0.756
	2-1-c	話題性高	0.800				
	2-1-a	口味的獨特性	0.761				
	2-1-d	排隊人潮多	0.612				
	2-1-e	店家優惠活動	0.599				

因素信度之 α 係數皆大於 0.7，因此因素具有高信度。



第四節、交叉分析與卡方檢定

台中的逢甲商圈為觀光客必來朝聖的著名聖地，同時也吸引不少國內外的旅客前來觀光，夜市裡除了有各式美食外，飲料店家也是不勝枚舉，因此想了解飲料的消費型態與居住地、年齡、性別間的關聯性，並且利用其他問卷題目做交叉分析及卡方檢定。

第一種在願意等待飲料的時間與居住縣市做交叉列表和卡方檢定

卡方檢定的假設：

H_0 ：願意等待飲料的時間與所居住縣市獨立

H_a ：願意等待飲料的時間與所居住縣市不獨立

第二種在性別方面與等待時間做交叉列表和卡方檢定

卡方檢定的假設：

H_0 ：等待時間和性別獨立

H_a ：等待時間和性別不獨立

第三種在居住地區與飲料金額做交叉列表和卡方檢定

卡方檢定的假設：

H_0 ：居住地區與飲料金額獨立

H_a ：居住地區與飲料金額不獨立

第四種目前的居住地(非戶籍地)縣市與來到逢甲商圈大約花多少交通時間獨立

卡方檢定的假設：

H_0 ：目前的居住地(非戶籍地)縣市與來到逢甲商圈大約花多少交通時間獨立

H_a ：目前的居住地(非戶籍地)縣市與來到逢甲商圈大約花多少交通時間不獨立

第五種受訪者性別與購買一杯飲料金額的交叉列表與卡方檢定

卡方檢定的假設：

H_0 ：受訪者性別與購買一杯飲料金額獨立

H_a ：受訪者性別與購買一杯飲料金額不獨立

第六種年紀與購買一杯飲料金額的交叉列表與卡方檢定

卡方檢定的假設：

H_0 ：年紀與購買一杯飲料金額獨立

H_a ：年紀與購買一杯飲料金額不獨立

第七種在受訪者性別與哪一種促銷活動最能增加購買欲望獨立
卡方檢定的假設：

H_0 ：受訪者性別與哪一種促銷活動最能增加購買欲望獨立

H_a ：受訪者性別與哪一種促銷活動最能增加購買欲望不獨立

第八種在哪一種促銷活動最能增加購買欲望與交通工具獨立
卡方檢定的假設：

H_0 ：哪一種促銷活動最能增加購買欲望與交通工具獨立

H_a ：哪一種促銷活動最能增加購買欲望與交通工具不獨立

以上為總計八組的交叉列表與卡方檢定，從卡方檢定中可知當顯著性 p 值大於 $\alpha=0.05$ 時代表不拒絕虛無假設 H_0 ：，並且沒有相關性；當 p 值小於 $\alpha=0.05$ 時代表拒絕虛無假設 H_0 ：，並且有相關性。



第一種在願意等待飲料的時間與居住縣市做交叉列表和卡方檢定

卡方檢定的假設：

H_0 ：願意等待飲料的時間與所居住縣市獨立

H_a ：願意等待飲料的時間與所居住縣市不獨立

等待時間 11 分以上、16~20 分、21 分以上為長時間等待合併討論

表(106) 等待時間與居住縣市交叉表

居住時間		居住地				總計
		台中 市	彰化縣	苗栗、南 投、雲林、 嘉義地區	其他	
5 分鐘以內	計數	139	11	20	30	200
	期望次數	129.7	15.9	17.1	37.4	200
6-10 分鐘	計數	149	21	13	51	234
	期望次數	151.7	18.5	20	43.8	234
11 分鐘以 上	計數	31	7	9	11	58
	期望次數	37.6	4.6	5	10.8	58
總計	計數	319	39	42	92	492
	期望次數	319	39	42	92	492

表(107) 等待時間與居住縣市卡方表

	值	DF	漸進顯著性(兩端)
Pearson 卡方檢定	13.858 ^a	6	0.031
有效觀察植數目	492		

由表(107)得知不論來自台中市、彰化縣或是苗栗、南投、雲林、嘉義的受訪者大多願意等待飲料的時間皆為「10 分鐘以內」，而表的 p 值 < 0.05 ，拒絕虛無假設，表示受訪者所居住縣市與願意等待飲料時間具相關性。

第二種在性別方面與等待時間做交叉列表和卡方檢定

卡方檢定的假設：

H_0 ：等待時間和性別獨立

H_a ：等待時間和性別不獨立

等待時間 16~20 分、21 分以上為長時間等待合併討論

表(108) 等待時間與性別交叉表

等待時間 受訪者性別		5 分鐘 以內	6-10 分 鐘	11-15 分鐘	16 分鐘 以上	總計
		女性	計數	87	110	26
	期望次數	92.1	108.7	22.1	5.1	228
男性	計數	113	126	22	6	267
	期望次數	107.9	127.3	25.9	5.9	267
總計	計數	200	236	48	11	495
	期望次數	200	236	48	11	495

表(109) 等待時間與性別卡方表

	值	DF	漸進顯著性(兩端)
Pearson 卡方檢定	1.828 ^a	3	0.609
有效觀察植數目	495		

依據卡方檢定的結果，其檢定統計值 χ^2 為1.828， p 值 >0.05 ，不拒絕虛無假設，表示受訪者性別與購買飲料等待時間不具有相關性的。

根據交叉表來看，得知大部分人願意等待時間都在 10 分以內，而願意等待時間 16 分鐘以上，女性願意等待的耐心程度比男性高。

第三種在居住地區與飲料金額做交叉列表和卡方檢定

卡方檢定的假設：

H_0 ：居住地區與飲料金額獨立

H_a ：居住地區與飲料金額不獨立

將台中彰化合併做討論，因為中彰同為中部

將苗栗其他地區合併，為中部地區以外

飲料金額 51~65 66~80 81 以上皆為高單價所以合併討論

表(110) 居住地區與飲料金額交叉表

居住地 \ 飲料金額		35 元以	36-50 元	51 元以	總計
		下		上	
台中市、彰化縣	計數	23	181	156	360
	期望次數	20.4	182.9	156.7	360
苗栗、南投、雲林、 嘉義地區、其他	計數	5	70	59	134
	期望次數	7.6	68.1	58.3	134
總計	計數	28	251	215	494
	期望次數	28	251	215	494

表(111) 居住地區與飲料金額卡方表

	值	DF	漸進顯著性(兩端)
Pearson 卡方檢定	1.302 ^a	2	0.522
有效觀察植數目	494		

依據表(111)卡方檢定的結果，其檢定統計值 χ^2 為 1.302， p 值 >0.05 ，不拒絕虛無假設，表示居住地區與飲料金額不具有相關性的。因此，區域其實對在逢甲商圈購買飲料金額沒有太大關聯性。

第四種目前的居住地(非戶籍地)縣市與來到逢甲商圈大約花多少交通時間獨立

卡方檢定的假設：

H_0 ：目前的居住地(非戶籍地)縣市與來到逢甲商圈大約花多少交通時間獨立

H_a ：目前的居住地(非戶籍地)縣市與來到逢甲商圈大約花多少交通時間不獨立

將台中彰化合併做討論因為中彰同為中部

將苗栗其他地區合併，為中部地區以外

將 30 分鐘以上、30~60 分鐘以及 60 分鐘以上合併討論

表(112) 目前的居住地(非戶籍地)縣市與來到逢甲商圈大約花多少交通時間交叉表

居住地		交通時間			總計
		15 分鐘內	15~30 分鐘	30 分鐘以上	
台中市、彰化縣	計數	167	141	52	360
	期望次數	146.5	124.6	88.9	360
苗栗、南投、雲林、嘉義地區、其他	計數	34	30	70	134
	期望次數	54.5	46.4	33.1	134
總計	計數	201	171	122	494
	期望次數	201	171	122	494

表(113) 目前的居住地(非戶籍地)縣市與來到逢甲商圈大約花多少交通時間卡方表

	值	DF	漸進顯著性(兩端)
Pearson 卡方檢定	75.023 ^a	2	0.000
有效觀察植數目	494		

由表(112)可知居住地在台中地區的民眾來到逢甲夜市幾乎會選擇到約 30 分內車程的交通工具，而距離台中越遠的地區來到此地所花費的時間越久，其原因可能是因開車當天來回，或是因為不是本地人對於台中的路線及路況不清楚而耽誤了時間，而表的 p 值小於 0.05 拒絕虛無假設，表示目前的居住地(非戶籍地)縣市與來到逢甲商圈大約花多少時間與交通時間具相關性。

第五種受訪者性別與購買一杯飲料金額的交叉列表與卡方檢定

卡方檢定的假設：

 H_0 ：受訪者性別與購買一杯飲料金額獨立 H_a ：受訪者性別與購買一杯飲料金額不獨立

飲料金額 66-80 元、81 元以上皆為高單價所以合併討論

表(114) 受訪者性別與購買一杯飲料金額交叉表

受訪者性別 \ 飲料金額		35 元	36-50	51-65	66 元以上	總計
		以下	元	元		
女性	計數	11	124	83	11	229
	期望次數	13.4	116.1	83.9	15.7	229
男性	計數	18	128	99	23	268
	期望次數	15.6	135.9	98.1	18.3	268
總計	計數	29	252	182	34	497
	期望次數	29	252	185	34	497

表(115) 受訪者性別與購買一杯飲料金額卡方表

	值	DF	漸進顯著性(兩端)
Pearson 卡方檢定	4.362 ^a	3	0.225
有效觀察植數目	497		

想瞭解性別會不會對購買一杯飲料價格有關係，因此可以根據表卡方檢定的結果得知檢定統計值 χ^2 為 4.362， p 值 > 0.05 ，不拒絕虛無假設，表示受訪者性別與購買一杯飲料金額不具有相關性，所以不管是男是女，在購買一杯飲料金額上是不分性別的。

第六種年紀與購買一杯飲料金額的交叉列表與卡方檢定

卡方檢定的假設：

H_0 ：年紀與購買一杯飲料金額獨立

H_a ：年紀與購買一杯飲料金額不獨立

飲料金額 51~65 元、66~80 元以及 81 以上皆為高單價所以合併討論

15 歲、16~18 歲為學生年紀，所以合併討論

19~23 歲、24~28 歲為有工作能力的人，所以合併討論

29~34 歲、35 歲以上為有適婚年齡的人，所以合併討論

表(116) 年紀與購買一杯飲料金額交叉表

飲料金額 \ 年紀		18 歲含	19-28 歲	29 歲	總計
		以下		以上	
35 元以下	計數	5	15	8	28
	期望次數	6.3	12.7	9	28
36-50 元	計數	34	179	38	251
	期望次數	33.5	172.8	44.7	251
51 元以上	計數	27	146	42	182
	期望次數	28.7	148	38.3	182
總計	次數	66	340	88	494
	期望次數	66	340	88	494

表(117) 年紀與購買一杯飲料金額卡方表

	值	DF	漸進顯著性(兩端)
Pearson 卡方檢定	4.917 ^a	4	0.296
有效觀察植數目	494		

想知道年齡與購買一杯飲料金額會不會有關聯，因此可以根據卡方檢定的結果，其檢定統計值 χ^2 為 4.917， p 值 > 0.05 ，不拒絕虛無假設，表示年齡與購買一杯飲料金額不具有相關性。

根據上述資料，得知大部分人的花費都在 36~50 元之間，其次是 51 元以上。表示在購買逢甲商圈飲料上，認為花費在 36~50 元之間是比較合理的。

第七種在受訪者性別與哪一種促銷活動最能增加購買欲望獨立

卡方檢定的假設：

H_0 ：受訪者性別與哪一種促銷活動最能增加購買欲望獨立

H_a ：受訪者性別與哪一種促銷活動最能增加購買欲望不獨立

表(118) 性別與哪一種促銷活動最能增加購買欲望交叉表

性別 \ 促銷方式	女性		男性		總計	
	計數	期望次數	計數	期望次數	計數	期望次數
買一送一	176	170.5	195	199.5	370	370
每日限量	42	47.9	62	56.1	104	104
自帶環保杯折價	42	38.2	41	44.8	83	83
會員卡優惠	22	21.7	25	25.3	47	47
打卡優惠	53	55.3	67	64.7	120	120
試飲	49	55.8	72	65.2	121	121
一日店長	11	13.8	19	16.2	30	30
部落客推薦	29	29	34	34	63	63
app 抽獎優惠	16	13.4	13	15.6	29	29
其他	5	4.6	5	5.4	10	10
總計	229	229	268	268	497	497

表(119) 性別與哪一種促銷活動最能增加購買欲望卡方表

	值	DF	漸進顯著性(兩端)
Pearson 卡方檢定	5.9988	9	0.74
有效觀察植數目	497		

依據卡方檢定的結果，其檢定統計值 χ^2 為5.9988， p 值 >0.05 ，不拒絕虛無假設，表示受訪者性別與行銷方式不具有相關性的，所以不管是男是女，在購買一杯行銷方式上是不分性別的。

第八種在哪一種促銷活動最能增加購買欲望與交通工具獨立

卡方檢定的假設：

H_0 ：哪一種促銷活動最能增加購買欲望與交通工具獨立

H_a ：哪一種促銷活動最能增加購買欲望與交通工具不獨立

徒步、腳踏車為環保交通方式所以合併討論

機車、汽車、計程車、公車、遊覽車為非環保交通方式所以合併討論

表(120) 促銷活動與交通工具交叉表

促銷方式 \ 交通工具	徒步、腳踏車		機車、汽車、計程車、公車、遊覽車		總計	
	計數	期望次數	計數	期望次數	計數	期望次數
買一送一	78	83.7	291	285.3	369	369
每日限量	24	23.2	79	79.8	103	103
自帶環保杯折價	17	18.6	65	63.4	82	82
會員卡優惠	12	10.7	35	36.3	47	47
打卡優惠	37	27.4	84	93.6	121	121
試飲	26	27.2	93	92.8	120	120
一日店長	9	6.3	19	21.7	28	28
部落客推薦	16	13.6	43	46.4	60	60
app 抽獎優惠	8	7	23	24	31	31
其他	5	2.3	5	7.7	10	10
總計	112	112	382	382	494	494

表(121) 促銷活動與交通工具卡方表

	值	DF	漸進顯著性(兩端)
Pearson 卡方檢定	10.508	9	0.311
有效觀察植數目	494		

依據卡方檢定的結果，其檢定統計值 χ^2 為10.508， p 值 >0.05 ，不拒絕虛無假設，表示交通方式與購買行銷方式不具有相關性的，表示交通方式並不會影響行銷方式。

第五節、單因子變異數分析

將問卷第二部分第一題「會影響您購買飲料動機的同意程度」a~e 題與問卷第二部分第八題「您購買飲料時，願意花多少時間等待？」假設母體為常態分配之下，做單因子變異數分析，探討兩者之間的關聯性。

$\mu_1 = 5$ 分鐘以內對於口味獨特性的滿意程度

$\mu_2 = 6 - 10$ 分鐘對於口味獨特性的滿意程度

$\mu_3 = 11 - 15$ 分鐘對於口味獨特性的滿意程度

$\mu_4 = 16 - 20$ 分鐘對於口味獨特性的滿意程度

$\mu_5 = 21$ 分鐘以上對於口味獨特性的滿意程度

$$H_0: \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \mu_4 = \mu_5$$

H_a : 所有母體平均數不全然相等

表(122) 影響購買飲料動機的同意程度與等待時間之變異數分析表

變異數分析						
		平方和	自由度	均方	F	顯著性
a. 口味的獨特性	群組之間	15.382	4	3.846	3.932	0.004
	群組內	480.222	491	.978		
	總計	495.605	495			
b. 包裝的獨特性	群組之間	16.417	4	4.104	3.493	0.008
	群組內	576.970	491	1.175		
	總計	593.387	495			
c. 話題性高	群組之間	11.663	4	2.916	1.968	0.098
	群組內	727.361	491	1.481		
	總計	739.024	495			
d. 排隊人潮多	群組之間	11.660	4	2.915	1.598	0.174
	群組內	895.888	491	1.825		
	總計	907.548	495			
e. 店家優惠活動	群組之間	5.189	4	1.297	.825	0.510
	群組內	772.480	491	1.573		
	總計	777.669	495			

由表(122)影響購買飲料動機的同意程度與等待時間之變異數分析表可以發現，在 a. 口味的獨特性($p = 0.004$)與 b. 包裝的獨特性($p = 0.008$)上有差異，代表等待時間會影響購買飲料的動機。因此我們針對等待時間與 a. 口味的獨特性與 b. 包裝的獨特性做事後檢定。

針對等待時間與 a. 口味的獨特性做多重比較(使用Scheffe 法)

$H_0: \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \mu_4 = \mu_5$

H_a : 所有母體平均數不全然相等

表(123) 等待時間與 a. 口味的獨特性之事後檢定表

多重比較					
Scheffe 法					
依變數	(I) 等待時間	(J) 等待時間	平均值差異 (I-J)	標準誤	顯著性
a. 口味的獨特性	5分鐘內	6~10分鐘	-0.130	0.095	0.758
		11~15分鐘	-0.541*	0.159	0.022
		16~20分鐘	-0.895	0.499	0.524
		21分鐘以上	0.355	0.380	0.928
	6~10分鐘	5分鐘內	0.130	0.095	0.758
		11~15分鐘	-0.411	0.157	0.144
		16~20分鐘	-0.765	0.499	0.671
		21分鐘以上	0.485	0.379	0.802
	11~15分鐘	5分鐘內	0.541*	0.159	0.022
		6~10分鐘	0.411	0.157	0.144
		16~20分鐘	-0.354	0.515	0.976
		21分鐘以上	0.896	0.400	0.288
	16~20分鐘	5分鐘內	0.895	0.499	0.524
		6~10分鐘	0.765	0.499	0.671
		11~15分鐘	0.354	0.515	0.976
		21分鐘以上	1.250	0.620	0.398
	21分鐘以上	5分鐘內	-0.355	0.380	0.928
		6~10分鐘	-0.485	0.379	0.802
		11~15分鐘	-0.896	0.400	0.288
		16~20分鐘	-1.250	0.620	0.398

*. 平均值差異在 0.05 層級顯著。

以單因子變異數分析，以a. 口味的獨特性與等待時間之事後檢定結果，發現在5分鐘以內 ($p = 0.022$)與11~15分鐘($p = 0.022$)皆小於0.05，表示拒絕虛無假設，有顯著差異。

針對等待時間與 a. 口味的獨特性做多重比較(使用Scheffe 法)

$H_0: \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \mu_4 = \mu_5$

H_a : 所有母體平均數不全然相等

表(124) 等待時間與 b. 包裝的獨特性之事後檢定表

多重比較					
Scheffe 法					
依變數	(I) 等待時間	(J) 等待時間	平均值差異 (I-J)	標準誤	顯著性
b. 包裝的獨特性	5分鐘內	6~10分鐘	-0.113	0.104	0.880
		11~15分鐘	-0.612*	0.174	0.016
		16~20分鐘	-0.800	0.547	0.711
		21分鐘以上	-0.193	0.417	0.995
	6~10分鐘	5分鐘內	0.113	0.104	0.880
		11~15分鐘	-0.499	0.172	0.078
		16~20分鐘	-0.687	0.547	0.813
		21分鐘以上	-0.080	0.416	1.000
	11~15分鐘	5分鐘內	0.612*	0.174	0.016
		6~10分鐘	0.499	0.172	0.078
		16~20分鐘	-0.188	0.564	0.999
		21分鐘以上	0.420	0.439	0.922
	16~20分鐘	5分鐘內	0.800	0.547	0.711
		6~10分鐘	0.687	0.547	0.813
		11~15分鐘	0.188	0.564	0.999
		21分鐘以上	0.607	0.679	0.939
	21分鐘以上	5分鐘內	0.193	0.417	0.995
		6~10分鐘	0.080	0.416	1.000
		11~15分鐘	-0.420	0.439	0.922
		16~20分鐘	-0.607	0.679	0.939

*. 平均值差異在 0.05 層級顯著。

以單因子變異數分析，以 b. 包裝的獨特性與等待時間之事後檢定結果，發現在 5 分鐘以內 ($p = 0.016$)與 11~15 分鐘($p = 0.016$)皆小於 0.05，表示拒絕虛無假設，有顯著差異。

第五章、結論

逢甲夜市是以飲食為大宗的商圈，根據表(18)可以得知在調查範圍內，飲料店家以文華路與福星路為最多，佔了全部的 71%(84 間)。而在飲料店總數分面，107 年飲料店家 118 間較 106 年飲料店家 97 間多了 21 間，雖然逢甲商圈的飲料市場已成熟，但仍維持微幅成長趨勢，各家業者也會針對不同族群、不同需求推出各式創新飲品，也因應網路世代施展更多元的溝通手段。

經過四天的流量調查，9/27~9/30，在 9/29(六)與 9/30(日)兩天裡，定點流量達 34306 人次，但相較往年，圖(22)得知，以人數最多的星期六來的話，從 104 年到 107 年流量人數整整減少 4250 人，主因包括台灣本身的經濟不景氣，造成台灣人的消費力減弱，還有熱潮退去。而根據流量調查結果，發現點 11(歡樂星入口前)和點 12(大鵬新城入口)為最多流量，流量調查人數都超過了 5800 人，畢竟是逢甲夜市的核心理脈，許多店家販賣的是受到廣受好評的餐飲，因此流量如此之高是有原因的。

經過問卷調查，我們發現到消費者對逢甲商圈整體評價不差，不過從表(14)可得知，在停車方面為較不滿意，同意度 3(包含)以下有 265 位(53%)勾選。根據效度分析，我們可以得知，對逢甲商圈的看法以這七個變數「排隊井然有序」、「食物乾淨衛生」、「停車方便」、「整體印象良好」、「有再次前來消費意願」、「商家服務態度親切」、「食物好吃」最為重要，店家可參考這七點去做修改；而在購買飲料動機面以這兩個變數「包裝的獨特性」、「話題性高」最為重要，因此店家如果想讓消費者有動機去購買可以參考這兩點。

在連鎖飲料店與逢甲在地特色飲料比較中，藉由表(23)可以得知選擇都願意的占最多，也就是說消費者裡沒有特別偏好哪一邊，基本上都會購買，而在最值得推薦逢甲夜市的飲料店，表(48)中，在 454 位裡，第一名選擇的飲料店為五十嵐，58 位(13%)，第二名為大苑子，55 位(12%)。在特色飲料店中，根據表(58)，485 位裡，第一名選擇的飲料店家為超好喝木瓜牛奶，155 位(32%)，第二名為斜角巷，103 位(21%)。

藉由交叉分析與卡方檢定，首先將中彰地區合併為中部，桃竹苗合併為中部以外的地區，等待時間 11 分鐘以上合併為長時間，10 分鐘以內合併為短時間，透過表(106) 等待時間與居住縣市卡方表以及表(108) 等待時間與性別交叉表可以得知願意等待時間皆為 10 分鐘以內，在長時間等待裡，女生較男生有耐心，而透過表(107)，居住縣市與等待時間不獨立，表(109)，性別與等待時間獨立。

由表(112)可知居住地在台中地區的民眾來到逢甲夜市幾乎會選擇到約 30 分內車程的交通工具，而距離台中越遠的地區來到此地所花費的時間越久，其原因可能是因開車當天來回，或是因為不是本地人對於台中的路線及路況不清楚而耽誤了時間，而表(113)，表示目前的居住地(非戶籍地)縣市與來到逢甲商圈大約花多少時間與交通時間不獨立。

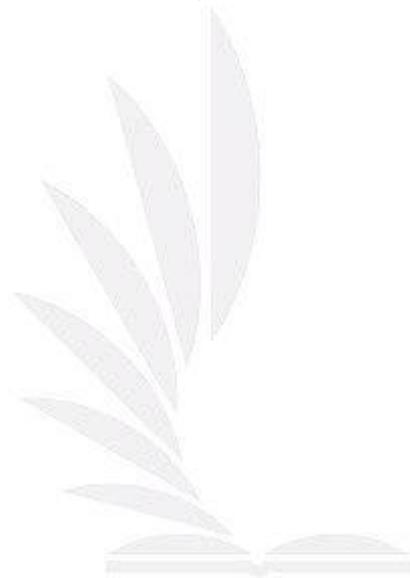
飲料金額 51 元以上合併為高單價，18 歲以下合併，19~28 歲合併，29~35 歲以上合併，透過表(111) 居住地區與飲料金額卡方表、表(115) 受訪者性別與購買一杯飲料金額卡方表與表(117) 年紀與購買一杯飲料金額卡方表，可以得知受訪者不會因為居住地區、性別、年

紀有所差異，表示皆不具有關聯性，而表(117) 年紀與購買一杯飲料金額卡方表，大部分消費者花費為 36~50 元，其次是 51 元以上，因此花費 36~50 原是較為被接受的範圍。

透過表(119) 性別與哪一種促銷活動最能增加購買欲望卡方表與表(121) 促銷活動與交通工具卡方表，可以發現促銷活動不會因為性別跟交通而有所差異，表示皆不具有關聯性。

最後藉由單因子變異數分析，表(122) 影響購買飲料動機的同意程度與等待時間之變異數分析表，可以得知口味的獨特性與包裝的獨特性有差異，代表等待時間會影響購買飲料的動機，以口味的獨特性與等待時間之事後檢定結果，發現在 5 分鐘以內($p = 0.022$)與 11~15 分鐘($p = 0.022$)，有顯著差異；以包裝的獨特性與等待時間之事後檢定結果，發現在 5 分鐘以內($p = 0.016$)與 11~15 分鐘($p = 0.016$)，有顯著差異。

經由效度分析後，可以得知這次的問卷調查具有高可信度，也反映出了消費者對逢甲商圈的看法，藉由連鎖飲料店與在地特色飲料店的問題設計，讓更多人認識在地特色飲料店，也讓逢甲可以更熱鬧起來，繼續創造更多的熱搜度，藉此帶來更多的商機。



第六章、參考文獻

手搖飲料網路溫度計: <https://dailyview.tw/top100/topic/35>

SPSS 應用:

<https://www.google.com/search?q=SPSS+%E6%87%89%E7%94%A8&oq=SPSS+%E6%87%89%E7%94%A8&aqs=chrome..69i57j0l3.2929j0j9&sourceid=chrome&ie=UTF-8>

http:

[//dasanlin888.pixnet.net/blog/post/34468118-%E4%BF%A1%E6%95%88%E5%BA%A6%E9%87%8D%E9%BB%9E%E6%95%B4%E7%90%86](http://dasanlin888.pixnet.net/blog/post/34468118-%E4%BF%A1%E6%95%88%E5%BA%A6%E9%87%8D%E9%BB%9E%E6%95%B4%E7%90%86)



第七章、附錄

路名:歡樂星廣場

		歡樂星				歡樂星	
奇/年		107		偶/年		107	
門牌號	店鋪 編號	店名	分 類	門牌號	店鋪 編號	店名	分 類
A1	1	夾娃娃機	L	A0	1	夾娃娃機	L
A3	1	夾娃娃機	L	A2	1	夾娃娃機	L
A5	1	夾娃娃機	L	A4	1	夾娃娃機	L
A7	1	夾娃娃機	L	A6	1	夾娃娃機	L
A9	1	手工銀飾	B	A8	1	手工銀飾	B
A11	1	夾娃娃機	L	A10	1	夾娃娃機	L
B1	1	蝦帕	K	A12	1	推球王	L
B3	1	未出租	N	B0	1	精品時尚內衣	A
B5	1	射氣球	L	B2	1	京華城精品婚紗	O
B7	1	扭蛋專門店	L	B4	1	歌喉站	O
B9	1	夾娃娃機	L	B6	1	射飛鏢	L
C1-1	1	雞蛋糕	K	B8	1	夾娃娃機	L
C3	1	麻將賓果	L	B10	1	夾娃娃機	L
C5	1	射氣球	L	C0	1	丟丟樂乒乓球	L
C7	1	射氣球	L	C1-2	1	泰后月亮蝦餅	K
D1	1	台中甜不辣	K	C4	1	麻將賓果	L
D3	1	泰式料理	K	C6	1	射氣球	L
D5	1	叉泡咪	K	C8	1	虛擬實境	L
D7	1	激旨燒き鳥	K	D0	1	無人店	L
D9	1	惡魔雞排	K	D2	1	泰式料理	K
E1-1	1	康寶藥燉	K	D4	1	未出租	N
E3	1	夾娃娃機	L	D6	1	日本屋拉麵	K
通道 1-1	1	時鐘店	E	D8	1	激旨燒き鳥	K
F1	1	古巴三明治	K	E1-2	1	無人店	K
F3	1	未出租	N	E2	1	美格精油	G
F5	1	眼鏡店	I	E4	1	夾娃娃機	L
F7	1	辮子玉米	K	通道 1-2	1	時鐘店	E
F9	1	肖像畫	O	通道 2	1	創意總館	O

F11	1	衣服店	A	F2	1	爭氣蒸蛋糕	K
特 A	1	古巴三明治	K	F4	1	鮮果匠	K
				F6	1	眼鏡店	I
				F8	1	雅鉑品牌鞋	D
				F10	1	首飾店	B
				F12	1	S&A HANDMADE	B
				特 B	1	天使雞排	K



路名:逢甲路

		逢甲路				逢甲路	
奇/年		107		偶/年		107	
門牌號	店鋪 編號	店名	分 類	門牌號	店鋪 編號	店名	分 類
000_77	1	Kinana	B	019_16	1	小飾品	E
000_77	2	烤玉米	K	019_16	2	襪子店	E
000_77	3	未出租	N	041_16	1	未出租	N
000_77	4	EIZI	A	041_16	2	住家	M
000_77	5	.COM	A	041_16	3	娃娃機	L
000_77	6	未出租	N	075_2	1	UR MAN	A
000_77	7	台南米糕	K	075_6	1	小葉	A
000_79	1	SISTERS 溫蒂& 露露	A	075_6	2	Mina	A
000_81	1	CCFS	A	075_8	1	TOMOMI	A
000_81	2	WAVE SHINE	A	075_10	1	sixneuf	A
000_83	1	guapa	A	075_12	1	anti ant	A
000_85	1	STEER	A	075_14	1	MIRKA	A
000_87	1	SELFIE	A	075_16	1	未出租	N
000_89	1	唐人街	A	075_18	1	CHEERS	A
000_91	1	逗	G	075_20	1	未出租	N
000_93	1	SIM	A	075_20	2	襪子攤販	E
000_95	1	未出租	N	075_22	1	未出租	N
000_97	1	Timothy	A	075_24	1	囍	A
000_99	1	FINE STORE	A	075_26	1	s.midin	A
000_101	1	DANDY INK	A	075_28	1	逢甲西門町	M
000_103	1	SUMMER	A	075_28	2	滷肉飯	K
075_15	1	AsgarD Bar	O	075_30	1	2N1	A
075_15	2	未出租	N	075_32	1	CHH SHOP	A
075_15	3	未出租	N	075_36	1	未出租	N
075_19	1	發燒星	M	075_38	1	未出租	N
075_31 之 1	1	未出租	N	075_40	1	未出租	N
075_31 之 2	1	未出租	N	075_44	1	未出租	N
075_31 之 3	1	未出租	N	075_46	1	C. change	A
075_31 之 4	1	未出租	N	075_48	1	未出租	N
075_31 之 5	1	未出租	N	075_50	1	KM	A

075_31 之 6	1	未出租	N				
075_31 之 7	1	未出租	N				
075_31 之 8	1	未出租	N				
075_31 之 9	1	未出租	N				
075_31 之 10	1	未出租	N				
075_31 之 11	1	未出租	N				
075_31 之 12	1	未出租	N				
075_31 之 13	1	未出租	N				
075_31 之 14	1	未出租	N				
075_31 之 15	1	未出租	N				
075_31 之 16	1	未出租	N				



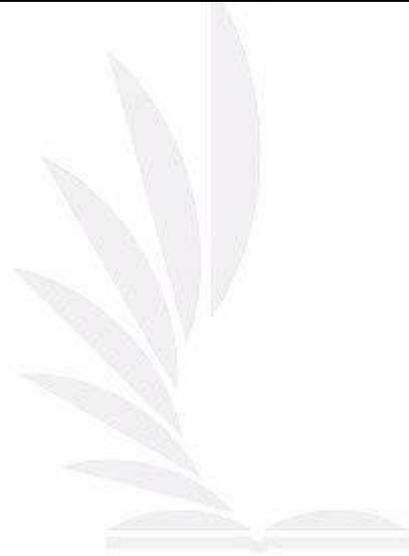
路名:福星路

		福星路				福星路	
奇/年		107		偶/年		107	
門牌號	店鋪 編號	店名	分 類	門牌號	店鋪 編號	店名	分 類
461_1	1	SASA 精品日系 內睡衣	A	461_6	1	木扎朵服飾	A
461_2	1	一心臭豆腐	K	461_8	1	咋加&咋加扭蛋	L
461_2	2	大甲芋頭城	K	461_10	1	52SH	A
461_3	1	OURS 服飾	A	461_12	1	如意服飾修改	A
461_3	2	未出租	N	461_16	1	歐特美 ULTIMATE	A
000_529	1	YISELLE	A	461_18	1	娃娃帝國	L
000_531	1	DANDY	A	461_20	1	NU BUY	A
000_533	1	小柚子童裝	A	461_22	1	BABY RABBIT	O
000_533	2	A&K	A	461_26	1	未出租	N
000_509	1	EMMA' S	A	461_28	1	未出租	N
000_509	2	CHACHA	A	461_30	1	未出租	N
000_509	3	ELLIPSIS	A	461_36	1	凱龍星	O
000_509	4	脆皮雞排	K	461_38	1	未出租	N
000_511	1	MR. WISH	K	461_40	1	未出租	N
000_513	1	大苑子	K	461_42	1	倉庫咖啡	K
000_515	1	CONVERSE	D	461_46	1	龜膜人	H
000_517	1	PLAY 3C	H	461_48	1	SOLANGE 復古文創	E
000_519	1	NEW BALANCE	D	461_50	1	未出租	N
000_521	1	FIFTY PERCENT	A	461_52	1	未出租	N
000_523	1	MS. OUI	A	461_56	1	未出租	N
000_525	1	幸福堂	K	461_58	1	米菲美國	D
000_525	2	出租	N	000_466	1	OMA 歐瑪平價量販	A
000_527	1	GRACE	A	000_468	1	黑糖王子	K
000_535	1	路邊攤	E	000_468	2	摩曼頓逢甲福星 NIKE-ONLY	D
000_535	2	大腸包小腸	K	000_472	1	承恩通訊	H
000_537	1	A. P. M	A	000_472	2	ROOKIE	D
000_537	2	好運滷味	K	000_474	1	YUKI HOUSE	A
000_539	1	旺菜山	K	000_476	1	EVA EVA	B

000_543	1	吳文豹耳鼻喉科	F	000_476	2	朝鮮握壽司	K
000_545	1	超級煙具	C	000_478	1	金點子	B
000_547	1	路邊攤	A	000_514	1	ADIDAS	D
000_547	2	膜人 JOJO	O	000_516	1	ADIDAS	D
000_547	3	COCO5	A	000_518	1	ADIDAS	D
000_547	4	路邊攤	A	000_520	1	BIRKENSTOCK	D
000_547	5	百元販賣機	L	000_522	1	那個鍋	K
000_551	1	蠶結	B	000_528	1	地球村美日語	O
000_551	2	台灣好傘	E	000_532	1	SAIME 東京企劃	C
000_555	1	ATA	A	000_532	2	COUNTEA 卡帝	K
000_557	1	開拓者	A	000_532	3	CH. 2	B
000_557	2	N1	A	000_534	1	將軍滷味	K
000-557	3	日涵髮式造型	G	000_534	2	尋衣啟事	A
000-557	4	小三美日	F	000_534	3	東山鴨頭	K
000-557	5	路邊攤	E	000_536	1	優跑福星店	D
000_561	1	慕義堂	O	000_538	1	挖寶格子屋	E
000_561	2	路邊攤	A	000_540	1	多采多姿精品娃娃屋	E
000_561	3	SKIN	A	000_542	1	四季流行館	E
000_563	1	伊麗莎皮鞋廣場	D	000_544	1	明倫蛋餅	K
000_565	1	扭蛋機	L	000_546	1	日船章魚小丸子	K
000_565	2	青草茶	K	000_548	1	1828 王老吉涼水鋪	K
000_565	3	伊薇特	J	000_548	2	娃娃機	L
000_567	1	MASTER OF TEA	K	000_550	1	赤軍寶飾	B
000_567	2	GEO	C	000_550	2	K. H KOREA	B
000_567	3	未出租	N	000_550	3	稻鮎板前吞食	K
000_567	4	EMMA'S	A	000_552	1	牧野雞蛋糕	K
000_569	1	UNDER ARMOUR	D	000_552	2	一也豆乳雞	K
000_575	1	福星停車場	O	000_552	3	地瓜球黃金脆薯	K
000_579	1	BT	A	000_554	1	阿月紅茶冰	K
000_581	1	愛麋鹿	A	000_556	1	寵物公園	O
000_583	1	健康家活力按摩館	O	000_558	1	寵物公園	O
000_585	1	KYMCO	O	000_560	1	POYA 寶雅	E
000_587	1	伊維加大尺碼	A	000_562	1	POYA 寶雅	E
000_589	1	道生中醫診所	F	000_564	1	豪品鐵板燒	K
000_591	1	首爾韓鍋	K	000_566	1	森及茶	K
000_593	1	悅	K	000_568	1	加州牛排	K

000_595	1	有樂田	K	000_570	1	吉品鐵板燒	K
000_597	1	短腿丫鹿	K	000_572 之 1 號	1	老師府養生館	O
000_599	1	真豪按摩	O	000_572 之 2 號	1	鬼洗	A
000_601	1	全家	E	000_574	1	慶和牙醫診所	F
000_603	1	大三巴港澳咖哩	K	000_576	1	星星盒子	A
000_603	2	抓毛毛	L	000_580	1	7-ELEVEN	E
000_603	3	小林髮廊	J	000_584	1	采佳鄉	K
000_605	1	LA MACH	A	000_586	1	喫茶小舖	K
000_607	1	十里桃花	K	000_588	1	LA NEW	D
000_609	1	大丸靚鍋	K	000_442	1	ABC-MART	D
000_611	1	東海小確幸	K	000_442	2	樵仔水果	K
000_613	1	遠傳	H	000_442	3	去骨達人煙燻鹽水雞	K
000_613 之 1	1	天仁鎖匙	O	000_442	4	942 鬆餅	K
000_613 之 2	1	花好月圓	K	000_442	5	未出租	N
000_613 之 2	2	鴨樓鴨肉飯	K	000_442	6	雞蛋糕	K
000_431	1	斜角巷	K	000_442	7	將軍滷味	K
000_431	2	康是美	F	000_442	8	菇菇窩	K
000_431	3	SKINFOOD	G	000_442	9	未出租	N
000_431	4	茶的魔手	K	000_444	1	G2000	A
000_431	5	衣服攤販	A	000_446	1	LIF8	A
000_431	6	滷味王	K	000_448	1	高大加大尺碼	A
000_431	7	3C 攤販	H	000_448	2	衣服攤販	A
000_431	8	糖炒栗子	K	000_448	3	衣服攤販	A
000_431	9	小阿姨地瓜球	K	000_452	1	日本藥鋪	F
000_431	10	首飾攤販	B	000_454	1	中興素食	K
000_431	11	衣服攤販	A	000_454	2	衣服攤販	A
000_431	12	PRITI 耳環	B	000_456	1	犀利娃娃機	L
000_431	13	未出租	N	000_456	2	鹿水谷堂	K
000_433	1	尚智運動世界	A	000_458	1	未出租	N
000_435	1	CONVERSE	D	000_460	1	TARGET SPORTS	A
000_435	2	小林髮廊	J	000_462	1	未出租	N
000_437	1	VR+	L	000_462	2	首飾攤販	B

000_437	2	按摩店	O	000_462	3	CROCS	D
000_441	1	CACO	A	000_464	1	DAPHNE 達芙妮	D
000_443	1	NAVY	A	000_466	1	O. MA	A
000_445	1	AIR SPACE	A				
000_447	1	BISINDEI	I				
000_447	2	衣服攤販	A				
000_447	3	住家	M				
000_449	1	自強影印文具店 批發中心	E				
000_451	1	REEBOK	D				
000_459	1	AT17	J				
000_459	2	悠跑	D				



路名:文華路

		文華路				文華路	
奇/年		107		偶/年		107	
門牌號	店鋪 編號	店名	分 類	門牌號	店鋪 編號	店名	分 類
000_21	1	眼鏡飾品	I	000_02	1	地瓜球	K
000_21	2	鹽水雞	K	000_02	2	BB槍	I
000_21	3	壁飾	E	000_02	3	魚蛋小屋	K
000_21	4	烤魷魚	K	000_02	4	益香轟炸魷魚	K
000_21	5	紫雲佛道院	O	000_02	5	炙燒厚切牛	K
000_21	6	烤地瓜	K	000_02	6	肉串王	K
000_21	7	玩具店	E	000_02	7	甘蔗檸檬	K
000_21	8	未出租	N	000_02	8	金豬王	K
000_53-A	1	婚紗攝影	O	000_02	9	喵喵咪塔	K
000_53-B	1	小孟塔羅牌	O	000_02	10	海鮮漁人屋	K
000_53-B	2	未出租	N	000_02	11	醬烤安格斯牛 肋條	K
000_53-C	1	熊愛夾	I	000_02	12	饕食堂	K
000_53-D	1	娃娃殿	I	000_02	13	熱狗	K
000_53-E	1	未出租	N	000_02	14	大腸包小腸	K
000_55之3	1	住家	M	000_02	15	烤魷魚	K
000_69	1	射氣球、 彈珠台	I	000_02	16	香Q地瓜球	K
000_69	2	3C周邊商品	H	000_02	17	綠豆沙牛奶	K
000_69	3	無人店	I	000_02	18	新鮮水果	K
000_69	4	飾品、小盆栽	E	000_02	19	火焰骰子牛	K
000_69	5	未出租	N	000_02	20	茶窯鮮果茶	K
000_69	6	未出租	N	000_02	21	一口吃香腸	K
000_77之4	1	CALVIN KLEIN	A	000_02	22	吳記QQ粉腸	K
000_77之4	2	青蛙下蛋	K	000_02	23	一家之薯馬鈴 薯	K
000_77之4	3	好運姓名貼	C	000_02	24	金牌巨無霸	K
000_77之4	4	QUEEN SHOP	A	000_02	25	醬汁魷魚燙	K
000_77之4	5	THE LADYWORE	A	000_02	26	現烤馬鈴薯	K
000_77之1	1	學士鐘錶	C	000_02	27	巧蕉王	K

000_77 之 1	2	蛋包腸	K	000_02	28	麻辣魚蛋	K
000_77 之 1	3	SWEET	A	000_02	29	九龍城陳記香港茶	K
000_77 之 1	4	571 手機配件	E	000_02	30	逢甲雞蛋糕	K
000_77 之 1	5	AIR SPACE	A	000_02	31	冷熱飲	K
000_77 之 1	6	50%	A	000_02	32	小 A 起司洋芋	K
000_77 之 1	7	雞爪凍	K	000_02	33	小 A 烤鴨夾餅	K
000_77 之 1	8	燒酒螺	K	000_02	34	現打西瓜汁	K
000_77 之 1	9	官田菱角花生	K	000_02	35	大禾明太子起士烤餅	K
000_77 之 1	10	亞司皮飾精品店	C	000_02	36	打牙祭	K
000_77 之 1	11	手工粉圓	K	000_02	37	燒烤的家	K
000_77 之 1	12	蒸戀	K	000_02	38	成龍雞排	K
000_77 之 1	13	天使雞排	K	000_02	39	現打西瓜汁綜合果汁	K
000_67	1	精品皮件	I	000_02	40	射氣球	I
000_67	2	831 手機超市	C	000_02	41	懶人蝦	K
000_51	1	86SHOP	A	000_02	42	加賀煙燻無骨雞爪凍	K
000_51	2	向陽服飾	A	000_02	43	賣衣服	A
000_51	3	CACO	A	000_02	44	古早味紅茶冰	K
000_51	4	裝修前出清	C	000_02	45	煙燻雞爪凍專賣店	K
000_51	5	膜魂	H	000_02	46	韓式炸雞部隊麵	K
000_51	6	LAKING	A	000_02	47	海之味	K
000_37	1	新聯成西點麵包	K	000_02	48	黃金脆皮雞腿卷	K
000_35	1	SUNNY	A	000_02	49	鮮榨	K
000_35	2	桑尼	A	000_02	50	白甘蔗汁	K
000_35	3	CALIFPRNIA	A	000_02	51	日式大阪燒	K
000_35	4	PSGB	A	000_02	52	阿 X 黑輪店	K
000_35	5	原色本店	N	000_02	53	鬥牛杯起司肉卷	K
000_35	6	紅不讓皮鞋	D	000_02	54	牛 B 葫蘆王	K
000_25 之 10	1	CHERRY	A	000_02	55	火焰骰子牛	K

000_25 之 6	1	蒂魔襪子量販	E	000_02	56	鹽酥菇	K
000_25 之 6	2	集蛋扭蛋專門店	I	000_02	57	十方緣	K
000_25 之 6	3	帽子店	E	000_02	58	黃金酥炸魷魚	K
000_25 之 6	4	E 通訊	H	000_02	59	豐收王國	K
000_25 之 6	5	帽子店	E	000_02	60	韓式炸雞	K
000_25 之 6	6	MCF	A	000_02	61	黃金礦工	K
000_25 之 6	7	THE LADYWORE	A	000_02	62	心愛物語	A
000_25 之 6	8	ZCV	A	000_16 之 1	1	G' S HOUSE	A
000_25 之 6	9	青草茶	K	000_16 之 1	2	JOYROOM 機樂堂	H
000_25 之 6	10	番顛薯叔	K	000_16 之 1	3	帥街牛仔	A
000_25 之 6	11	出租店面	N	000_16 之 1	4	LONLON	A
000_25 之 6	12	魚蛋小屋	K	000_16 之 1	5	快樂芽娃娃屋	I
000_25 之 6	13	衣服出清	A	000_16 之 1	6	STYLE9	A
000_25 之 6	14	LEADING LIGHT	A	000_12 之 6	1	天藍小舖	E
000_25 之 6	15	博客來	A	000_12 之 5	1	LAKING	A
000_25 之 6	16	愛霓	A	000_12 之 1	1	娃娃帝國	I
000_25 之 6	17	歐妮亞	A	000_12	1	天生福星	A
000_25 之 6	18	店面出租	N	000_10 之 24	1	Q 'MUSES	A
000_25 之 6	19	¥=JEANS	A	000_10 之 24	2	PSGB	A
000_23	1	小香港	A	000_10 之 24	3	APPLE GIRL SHOP	A
000_23	2	衣著 PLUS	A	000_10 之 24	4	AIR SPACE	A
000_23	3	華慶	A	000_10 之 24	5	千森梵迪妮	A
000_23	4	5KARA	A	000_10 之 24	6	衣服店	A
000_23	5	3C 量販店	H	000_10 之 24	7	15/16	A
000_23	6	時尚的都	A	000_10 之 24	8	DEVILCASE	H
000_23	7	1979	A	000_10 之 24	9	HANGTEN	A
000_23	8	ABC-MART	D	000_10 之 24	10	NAB SHOP	A
000_23	9	招牌彎豆冰	K	000_10 之 24	11	飾品店	B
000_23	10	MSH	A	000_10 之 24	12	蚵仔煎	K
000_23	11	不倒翁鞋城	D	000_10 之 24	13	日出客棧	K
000_23	12	大跟頭	D	000_10 之 24	14	西裝店	A
000_23	13	好腳力精品皮鞋坊	D	000_10 之 24	15	衣+K	A
000_23	14	東京	A	000_10 之 24	16	鹽酥菇	K
000_23	15	衣服出清	A	000_10 之 10	1	繼光香香雞	K

000_17 之 1	1	精品鞋坊	D	000_10 之 10	2	紅茶臭豆腐	K
000_11	1	赤鬼牛排	K	000_10 之 10	3	地瓜球	K
000_9 之 11	1	北回木瓜牛奶	K	000_10 之 8	1	月亮蝦餅	K
000_9 之 10	1	蘋果小珠珠	K	000_10 之 8	2	娃娃機	L
000_9	1	Q. M ACCESSORY	B	000_10 之 7	1	進發家	K
000_9	2	雜貨店	E	000_10 之 6	1	辣脆腸	K
000_7 之 7	1	劉一刀刀削麵	K	000_10 之 6	2	娃娃機	L
000_7 之 6	1	CITY MILK	K	000_10 之 5	1	JOYROOM	O
000_7 之 5	1	涼師父	K	000_10 之 4	1	未出租	N
000_7 之 4	1	清心福全	K	000_10 之 3	1	風茹茶	K
000_7 之 3	1	EMON 依夢	A	000_10 之 3	2	阿宗烤地瓜	K
000_7 之 2	1	宋家脆皮臭豆腐	K	000_10 之 2	1	水煮玉米	K
000_7 之 1	1	膜力紅	O	000_10 之 2	2	ET 鹽水雞	K
000_7	1	鍋燒意麵	K	000_10 之 1	1	夾享世界	L
000_3 之 3	1	全家	E	000_10	1	青草苦茶	K
000_3 之 2	1	綠豆沙牛乳專賣店	K	000_10	2	瓜董	K
000_3 之 2	2	東山鴨頭	K	000_10	3	澎湖生蠔燒烤	K
000_3 之 1	1	逢甲潤餅	K	000_8	1	烙餅舖	K
000_3 之 1	2	祐生藥局	F	000_6 之 3	1	阿三蔥油餅	K
000_3	1	喝好茶	K	000_6 之 3	2	阿三哥滷味	K
000_3	2	好大雞排	K	000_6 之 2	1	86 碳烤雞排	K
000_3	3	大創娃娃屋	L	000_6 之 2	2	木瓜牛奶	K
000_1 之 9	1	炒飯達人	K	000_6	1	傳統古早味 雞蛋糕	K
000_1 之 8	1	手作功夫茶	K	000_6	2	真時美鐘錶行	O
000_1 之 8	2	EZ 特區娃娃屋	L	000_6	3	阿呆滷味	K
000_1 之 7	1	梅亭蜜汁燒烤	K	000_6	4	廣芝福	K
000_1 之 7	2	出櫃	K	000_6	5	住家	M
000_1 之 6	1	阿秋茶飲	K	000_2 之 12	1	玩具宮殿	L
000_1 之 6	2	阿秋蜜汁爌肉飯	K	000_2 之 12	2	大紅炮木瓜牛奶	K
000_1 之 3	1	口口平價牛排	K	000_2 之 11	1	大谷茶	K
000_1 之 3	2	品味豆乳雞	K	000_2 之 11	2	新鮮水果	K
000_1 之 3	3	嘉義不一樣	K	000_2 之 10	1	新易現炒店	K

		香腸					
000_1 之 2	1	正港蚵仔煎	K	000_2 之 9	1	劉記四神湯	K
000_1 之 2	2	黑木耳仙草汁	K	000_2 之 8	1	大雅美容美體	G
000_1 之 2	3	小熊炸餅	K	000_2 之 7	1	吉峰蒸餃	K
000_1 之 2	4	黃G紅	K	000_2 之 6	1	娃娃機	L
000_1 之 2	5	青蛙撞鮮奶	K	000_2 之 5	1	鐵拳牛排	K
000_1 之 1	1	邱記 10 元 碳烤	K	000_2 之 4	1	超好喝木瓜 牛奶	K
000_1 之 1	2	許記生煎包	K	000_2 之 3	1	芋園豆花	K
000_1 之 1	3	惡魔雞排	K	000_2 之 2	1	大三通	E
000_1 之 1	4	燒番麥	K	000_2 之 1	1	自然美	G
055_3 之 1	1	黑澤塔羅	O	000_2	1	阿貴姑餛飩麵	K
055_3 之 1	2	未出租	N	055_12	1	住家	N
055_3	1	獅王紋身	O				
055_3	2	倉庫	O				
055_3	3	倉庫	O				
055_3	4	工作室	O				
055_5	1	寵物店	O				
055_5	2	美甲店	G				
055_7	1	倉庫	O				
055_9	1	住家	M				
055_15	1	未出租	N				

路名：文華路永新巷

文華路永新巷				文華路永新巷			
奇/年	107			偶/年	107		
門牌號	店鋪 編號	店名	分 類	門牌號	店鋪 編號	店名	分 類
000_5	1	服飾店	A	000_2	1	美甲店	G
000_5	2	服飾店	A	000_2	2	FAITHFUL	A
000_5	3	服飾店	A	000_4	2	逢大攝影	O
000_5	4	未出租	N	000_6	1	雞排店	K
000_5	5	未出租	N	000_6	2	未出租	N
000_5	6	服飾店	A	000_6	3	未出租	N
000_7	1	咖啡佈達	K				
000_9	1	服飾店	A				
000_11	1	果汁攤	K				
000_13	1	鬆餅店	K				
000_15	1	服飾店	A				
000_17	1	MOMO 一起旅行吧	E				

路名：文華路永新巷北一弄

文華路永新巷北一弄				文華路永新巷北一弄			
奇/年	107			偶/年	107		
門牌號	店鋪 編號	店名	分 類	門牌號	店鋪 編號	店名	分 類
000_001	1	Sisters	A				
000_001	2	埔里筒仔米糕	K				
000_001	3	T.B.Z 服飾店	A				

路名：文華路永新巷北二弄

文華路永新巷北二弄				文華路永新巷北二弄			
奇/年	107			偶/年	107		
門牌號	店鋪 編號	店名	分 類	門牌號	店鋪 編號	店名	分 類
000_002_1	1	未出租	N	000_002_4	1	NONO ㄟ頭毛店	J

000_002_1	2	未出租	N	000_002_8	1	住家	M
000_002_1	3	未出租	N				
000_002_1	4	川今代引	B				
000_002_3	1	未出租	N				
000_002_5	1	服飾店	A				
000_002_7	1	O!ONNI	A				
000_002_9	1	住家	M				
000_002_11	1	機車行	O				
000_002_15	1	美甲店	G				
000_002_17	1	住家	M				

路名：文華路永新巷北三弄

		文華路永新巷北三弄					文華路永新巷北三弄		
奇/年		107			偶/年		107		
門牌號	店鋪 編號	店名	分 類	門牌號	店鋪 編號	店名	分 類		
000_003_2 之 3	1	EQUALS	A	000_003_2	1	米菲美國	D		
000_003_19	1	放行李	M	000_003_6	1	住家	M		
				000_003_22	1	美甲店	G		
				000_003_26	1	住家	M		
				000_003_28	1	住家	M		

路名:屋台街

屋台街			屋台街		
107			107		
店鋪編號	店名	分類	店鋪編號	店名	分類
1F_特 A_1	密茲麻美	K	1F_花 L	衣服攤販	A
1F_特 A_2	水果攤	K	1F_流行 A	AMME 塔羅牌	O
1F_特 B	倉庫	O	1F_流行 B	未出租	N
1F_特 C	衣服攤販	A	1F_流行 C	faiza	A
1F_特 D	Taiwan KTV BOX	L	1F_流行 D	未出租	N
1F_特 E	娃娃機	L	1F_流行 E	塔羅的秘密	O
1F_特 F	沃德維普電子菸	O	1F_流行 F	梵卡雅訂製錶	C
1F_特 G	衣服攤販	A	1F_流行 G	未出租	N
1F_美食 A	日韓本舖	A	1F_流行 H	LM 精品皮具店	A
1F_美食 B	WWJX. SHOP	A	1F_流行 J	未出租	N
1F_美食 C	娃娃機	L	1F_流行 K	kLectiom	A
1F_美食 D	KIKI	A	1F_流行 L	kLectiom	A
1F_美食 E	SUGGEST	A	1F_流行 M	SENS	B
1F_美食 F	未出租	N	1F_流行 P	逢甲花車	A
1F_美食 G	小貝可童裝屋	A	1F_流行 Q	衣服攤販	A
1F_美食 H	EOS	A	1F_流行 R	BOTH 男左女右	A
1F_美食 I	Amour	A	1F_流行 S	依采邑	B
1F_美食 J	M. A. T	A	1F_流行 T	未出租	N
1F_美食 K	The Out fit	A	1F_流行 U	未出租	N
1F_美食 L	真愛牛仔	A	1F_流行 W	繽紛世界	A
1F_美食 P	未出租	N	1F_流行 X	倉庫	O
1F_美食 Q	未出租	N	1F_流行 Y	TWENTY 8/9	A
1F_時尚 A	酷庫妹	A	1F_流行 Z	TWENTY 8/9	A
1F_時尚 B	未出租	N	1F_精品 A	未出租	N
1F_時尚 C	貓鼻子	B	1F_精品 B	日韓本舖	A
1F_時尚 D	QBOX FASHION	B	1F_精品 C	未出租	N
1F_時尚 E	3C 精品小舖	H	1F_精品 D	衣服攤販	A
1F_時尚 F	未出租	N	1F_精品 E	未出租	N
1F_時尚 G	未出租	N	1F_精品 F	魔法衣櫃	A
1F_時尚 H	S. A Fashion	A	1F_精品 G	艾斯機膜	H

1F_時尚 J	未出租	N	1F_精品 H	梵卡亞訂製錶	C
1F_時尚 K	未出租	N	1F_精品 J	未出租	N
1F_時尚 L	未出租	N	1F_精品 K	憨妹的店	E
1F_時尚 M	未出租	N	1F_精品 L	未出租	N
1F_時尚 P	J&C	A	1F_精品 M	未出租	N
1F_時尚 Q	J&C	A	1F_精品 P	鼎鈺國際精品	B
1F_時尚 R	未出租	N	1F_精品 Q	未出租	N
1F_時尚 S	紐約公園	A	2F_美食 A	未出租	N
1F_時尚 T	紐約公園	A	2F_美食 B	未出租	N
1F_時尚 U	未出租	N	2F_美食 C	未出租	N
1F_時尚 W	未出租	N	2F_美食 D	未出租	N
1F_時尚 X	聖母廟	O	2F_美食 E	vivi 時尚美學館	G
1F_花 A	衣服攤販	A	2F_美食 F	未出租	N
1F_花 B	衣服攤販	A	2F_美食 G	未出租	N
1F_花 C	未出租	N	2F_美食 H	未出租	N
1F_花 D	未出租	N	2F_美食 J	未出租	N
1F_花 E	未出租	N	2F_美食 K	未出租	N
1F_花 F	未出租	N	2F_美食 L	未出租	N
1F_花 G	未出租	N	2F_美食 M	未出租	N
1F_花 H	衣服攤販	A	2F_美食 N	未出租	N
1F_花 J	衣服攤販	A	2F_時尚 W	巧衿服裝修改工作室	A
1F_花 K	衣服攤販	A			

路名:慶和街

		慶和街				慶和街	
奇/年		107		偶/年		107	
門牌號	店鋪 編號	店名	分 類	門牌號	店鋪 編號	店名	分 類
000_1	1	住家	M	000_0	1	大三巴	K
000_3	1	小梅挽臉	G	000_0	2	住家	M
000_5	1	5號夾娃娃機	I	000_0	3	美式蔥油餅	K
000_7	1	好口味素食	K	000_2	1	印度料理	K
000_7	2	LUCKY 夾娃娃機	I	000_6	1	住家	M
000_9	1	丸藝鋪	B	000_8	1	無限夾寶屋	I
000_9	2	TATTOO	B	000_10	1	住家	M
000_9	3	唯晟水晶玉石 專賣店	B	000_12	1	萬華甜不辣	K
000_9	4	NO RULES	A	000_12 之 12	1	魔力夾客	I
000_11	1	冰火菠蘿油	K	000_12 之 12	2	厚黑堂	K
000_11	2	NOO NA	K	000_12 之 12	3	如花鮮果汁	K
000_79	1	店家	M	000_12 之 12	4	韓國年糕專賣 店	K
000_77	1	夾心未泯	K	000_12 之 12	5	黃金礦工	K
000_77	2	親家	K	000_12 之 12	6	黃金左腿	K
000_77	3	布魯塞爾	K	000_12 之 12	7	黃金右腿	K
000_77	4	雞排本色	K	000_12 之 12	8	韓國歐巴辣炒 年糕	K
000_77	5	老大薯條	K	000_12 之 12	9	東東西米露	K
000_77	6	蟹大叔	K	000_12 之 12	10	豬寶盒	K
000_77	7	按摩雞排	K	000_12 之 12	11	帝鈞炭烤 胡椒餅	K
000_77	8	新鮮現切水果	K	000_12 之 12	12	半天香	K
000_77	9	泰式香蕉煎餅	K	000_12 之 12	13	店家出租	N
000_77	10	蔡大明	K	000_12 之 12	14	逢甲雞排仁	K
000_77	11	出租	N	000_12 之 12	15	麻辣魚蛋	K
000_77	12	艾格雞蛋仔專賣	K	000_12 之 12	16	情人果	K
000_77	13	OVERLORD	A	000_12 之 12	17	紅茶炸奶	K
000_83	1	住家	M	000_12 之 12	18	日本剪刀式	K

						雞蛋糕	
000_85	1	寶慶麻辣狀元	K				
000_87	1	逢甲麻油雞	K				
000_89	1	住家	M				
000_91	1	展翅上騰的 健康教會	M				
000_93	1	住家	M				
000_95	1	住家	M				
000_95	2	黃金礦工	K				
000_97	1	文華專業服飾修改	M				
000_99	1	冠軍滷肉飯	K				
000_99	2	金門炒泡麵	K				
000_99	3	阿華黑輪店	K				
000_99	4	十1	A				
000_107	1	青草茶	K				
000_107	2	魔力夾克	I				
000_107	3	店家出租	N				
000_107	4	玩具宮殿	I				
000_107	5	天生好射	I				
000_107	6	起司豬肋排	K				
000_107	7	我叫MT 木瓜牛奶	K				
000_107	8	逢甲月亮蝦餅	K				
000_107	9	紅茶臭豆腐	K				
000_107	10	起司章魚燒	K				
000_107	11	FAYR 大魷魚	K				

路名:至善路

		至善路				至善路	
奇/年		107		偶/年		107	
門牌號	店鋪 編號	店名	分 類	門牌號	店鋪 編號	店名	分 類
234_1	1	未出租	N	234_2	1	magic closet	A
234_3	1	Pinky style	A	234_4	2	magic closet	A
234_5	1	Butterfly.2	A	234_6	1	服飾店	A
234_7	1	Pinku room	A	234_8	1	Dreams	A
234_9	1	Ms wendnesday	A	234_10	1	黎客商旅	M
				234_16	2	黎客商旅	M
				000_236	1	全家	E



路名：歡樂星廣場

A0	L	A1	L	A2	L	A3	L
夾娃娃機		夾娃娃機		夾娃娃機		夾娃娃機	
							
A4	L	A5	L	A6	L	A7	L
夾娃娃機		夾娃娃機		夾娃娃機		夾娃娃機	
							
A8	B	A9	B	A10	L	A11	L
手工銀飾		手工銀飾		夾娃娃機		推球王	
							
A12	L	B0	A	B1	K	B2	0
推球王		精品時尚內衣		蝦帕		京華城精品婚紗	
							

路名：歡樂星廣場

B3	N	B4	O	B5	L	B6	L
未出租		歌喉站		射氣球		射飛鏢	
							
B7	L	B8	L	B9	L	B10	L
扭蛋專門店		夾娃娃機		夾娃娃機		夾娃娃機	
							
C0	L	C1-1	K	C1-2	K	C3	L
丟丟樂乒乓球		雞蛋糕		泰后月亮蝦餅		麻將賓果	
							
C4	L	C5	L	C6	L	C7	L
麻將賓果		射氣球		射氣球		射氣球	
							

路名：歡樂星廣場

C8	L	D0	L	D1	K	D2	K
虛擬實境		無人店		台中甜不辣		泰式料理	
							
D3	K	D4	N	D5	K	D6	K
泰式料理		未出租		叉泡咪		日本屋拉麵	
							
D7	K	D8	K	D9	K	E1-1	K
激旨焼き鳥		激旨焼き鳥		惡魔雞排		康寶藥燉	
							
E1-2	K	E2	G	E3	L	E4	L
無人店		美格精油		夾娃娃機		夾娃娃機	
							

路名：歡樂星廣場

通道 1-1	E	通道 1-2	E	通道 2	0	F1	K
時鐘店		時鐘店		創意總館		古巴三明治	
							
F2	分類	F3	N	F4	K	F5	I
爭氣蒸蛋糕		未出租		鮮果匠		眼鏡店	
							
F6	K	F7	K	F8	D	F9	0
鮭匠手作 To Go		辮子玉米		雅鉞品牌鞋		肖像畫	
							
F10	B	F11	A	F12	B	特 A	K
首飾店		衣服店		S&A HANDMADE		古巴三明治	
							

路名：歡樂星廣場

特 B	K						
天使雞排							
							



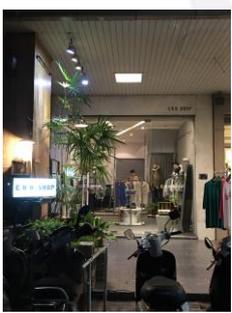
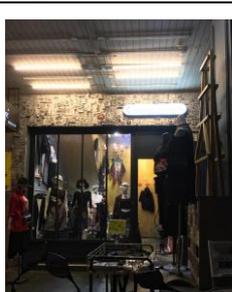
路名：逢甲路 75 巷

075_2	A	075_6_1	A	075_6_2	A	075_8	A
UR MAN		小葉		MINA		TOMOMI	
							
075_10	A	075_12	A	075_14	A	075_15_1	0
sixneuf		anti ant		MIRKA		AsgarD Bar	
							
075_15_2	N	075_15_3	N	075_16	N	075_18	A
未出租		未出租		未出租		CHEERS	
							
075_19	M	075_20_1	N	075_20_2	E	075_22	N
發燒星		未出租		襪子攤販		未出租	
							

路名：逢甲路 75 巷

075_24	A	075_26	A	075_28_1	M	075_28_2	K
囍		s.midin		逢甲西門町		滷肉飯	
							
075_30	A	075_31 之 1	N	075_31 之 2	N	075_31 之 3	N
2N1		未出租		未出租		未出租	
							
075_31 之 4	N	075_31 之 5	N	075_31 之 6	N	075_31 之 7	N
未出租		未出租		未出租		未出租	
							
075_31 之 8	N	075_31 之 9	N	075_31 之 10	N	075_31 之 11	N
未出租		未出租		未出租		未出租	
							

路名：逢甲路 75 巷

075_31 之 12	N	075_31 之 13	N	075_31 之 14	N	075_31 之 15	N
未出租		未出租		未出租		未出租	
							
075_31 之 16	N	075_32	A	075_31 之 16	N	075_32	A
未出租		CHH SHOP		未出租		未出租	
							
075_40	N	075_44	N	075_40	N	075_44	N
未出租		未出租		C. CHANGE		未出租	
							
075_50	A						
KM							

			
---	--	--	--



路名：逢甲路

000_77_1	B	000_77_2	K	000_77_3	N	000_77_4	A
KINANA		烤玉米		未出租		EIZI	
							
000_77_5	A	000_77_6	N	000_77_7	K	000_79	A
.COM		未出租		台南米糕		SISTERS 溫蒂&露露	
							
000_81_1	A	000_81_2	A	000_83	A	000_85	A
CCFS		WAVE SHINE		guapa		STEER	
							
000_87	A	000_89	A	000_91	A	000_93	A
SELFIE		唐人街		逗		SIM	
							

路名：逢甲路

000_95	N	000_97	A	000_99	A	000_101	A
未出租		Timothy		FINE STORE		DANDY INK	
							
000_103	A	041_16_1	N	041_16_2	M	041_16_3	L
SUMMER		未出租		住家		娃娃機	
							
019_16_1	E	019_16_2	E				
小飾品		襪子店					
							

路名：福星路

000_431_1	K	000_431_2	F	000_431_3	G	000_431_4	K
斜角巷		康是美		SKINFOOD		茶的魔手	
							
000_431_5	A	000_431_6	K	000_431_7	H	000_431_8	K
衣服攤販		滷味王		3C 攤販		糖炒栗子	
							
000_431_9	K	000_431_10	B	000_431_11	A	000_431_12	B
小阿姨地瓜球		首飾攤販		衣服攤販		PRITI 耳環	
							
000_431_13	N	000_433	A	000_435_1	D	000_435_2	J
未出租		尚智運動世界		CONVERSE		小林髮廊	
							

路名：福星路

000_437_1	L	000_437_2	O	000_441	A	000_442_1	D
VR+		按摩店		CACO		ABC-MART	
							
000_442_2	K	000_442_3	K	000_442_4	K	000_442_5	N
樵仔水果		去骨達人煙燻鹽水雞		942 鬆餅		未出租	
							
000_442_6	K	000_442_7	K	000_442_8	K	000_442_9	N
雞蛋糕		將軍滷味		菇菇窩		未出租	
							
000_443	A	000_444	A	000_445	A	000_446	A
NAVY		G2000		AIR SPACE		LIF8	
							

路名：福星路

000_447_1	I	000_447_2	A	000_447_3	M	000_448_1	A
BISINDEI		衣服攤販		住家		高大加大尺碼	
							
000_448_2	A	000_448_3	A	000_448_2	A	000_448_3	A
衣服攤販		衣服攤販		自強影印文具店 批發中心		REEBoK	
							
000_452	F	000_454_1	K	000_452	F	000_454_1	K
日藥本舖		中興素食		衣服攤販		犀利娃娃機	
							
000_456_2	K	000_458	N	000_459_1	J	000_459_2	D
鹿水谷堂		未出租		AT17		悠跑	
							

路名：福星路

000_460	A	000_462_1	N	000_462_2	B	000_462_3	D
TARGET SPORTS		未出租		首飾攤販		CROCS	
							
000_464	D	000_466	A	461_1	A	461_2_1	K
DAPHNE 達芙妮		O. MA		SASA 精品日系內 睡衣		一心臭豆腐	
							
461_2_2	K	461_3_1	A	461_3_2	N	461_6	A
大甲芋頭城		OURS 服飾		未出租		木扎朵服飾	
							
461_8	L	461_10	A	461_12	A	461_16	A
咋加&咋加扭蛋		52SH		如意服飾修改		歐特美 ULTIMATE	
							

路名：福星路

461_18	L	461_20	A	461_22	o	461_26	N
娃娃帝國		NU BUY		BABY RABBIT		未出租	
							
461_28	N	461_30	N	461_36	o	461_38	N
未出租		未出租		凱龍星		未出租	
							
461_40	N	461_42	K	461_46	H	461_48	E
未出租		倉庫咖啡		龜膜人		SOLANGE 復古文創	
							
461_50	N	461_52	N	461_56	N	461_58	D
未出租		未出租		未出租		米菲美國	
							

路名：福星路

000_529	A	000_531	A	000_533_1	A	000_533_2	A
YISELLE		DANDY		小柚子童裝		A&K	
							
000_509_1	A	000_509_2	A	000_509_3	A	000_509_4	K
EMMA' s		CHA CHA		ELLIPSIS		派克脆皮雞排	
							
000_511	K	000_513	K	000_515	D	000_517	H
MR. WISH		大苑子		CONVERSE		PLAY 3C	
							
000_519	D	000_521	A	000_523	A	000_525	K
NEW BALANCE		FIFTY PERCENT		Ms. Oui		幸福堂	
							

路名：福星路

000_525	N	000_527	A	000_535_1	E	000_535_2	K
未出租		GRACE		路邊攤		大腸包小腸	
							
000_537_1	A	000_537_2	K	000_539	K	000_543	F
A. P. M		好運滷味		旺來山		吳文豹耳鼻喉科	
							
000_545	C	000_547_1	A	000_547_2	o	000_547_3	A
超級煙具		路邊攤		膜人 JOJO		COC05	
							
000_547_4	A	000_547_5	L	000_551_1	B	000_551_2	E
路邊攤		百元販賣機		蠶結		台灣好傘	
							

路名：福星路

000_555	A	000_557_1	A	000_557_2	A	000_557_3	G
ATA		開拓者		N1		日涵髮式造型	
							
000_557_4	F	000_557_5	E	000_561_1	o	000_561_2	A
小三美日		路邊攤		慕義堂		路邊攤	
							
000_561_3	A	000_563	D	000_565_1	L	000_565_2	K
SKIN		伊麗莎皮鞋廣場		扭蛋機		青草茶	
							
000_565_3	J	000_567_1	K	000_567_2	C	000_567_30	N
伊薇特		MASTER OF TEA		GEO		未出租	
							

路名：福星路

000_567_4	A	000_569	D	000_575	o	000_579	A
EMMA' s		UNDER ARMOUR		福星停車場		BT	
							
000_581	A	000_583	o	000_585	o	000_587	A
愛麋鹿		健康家活力按摩館		KYMCO		伊雅加大尺碼	
							
000_589	F	000_591	K	000_593	K	000_595	K
道生中醫診所		首爾韓鍋		悅		有田樂	
							
000_597	K	000_599	o	000_601	E	000_603_1	K
短腿丫鹿		真豪按摩		全家		大三吧港澳咖哩	
							

路名：福星路

000_603_2	L	000_603_3	J	000_605	A	000_607	K
抓毛毛		小林髮廊		LA MACH		十里桃花	
							
000_609	K	000_611	K	000_613	H	000_613 之 1	o
大丸靚鍋		東海小確幸		遠傳		天仁鎖匙	
							
000_613 之 2	K	000_613 之 3	K				
花好夕圓		鴨樓鴨肉飯					
							

路名：福星路

000_468_1	K	000_468_2	D	000_472_1	H	000_472_2	D
黑糖王子		摩曼頓逢甲福星 NIKE-oNly		承恩通訊		ROOKIE	
							
000_474	A	000_476_1	000_478	000_476_2	K	000_431_8	K
YUKI HOUSE		EVA EVA		朝鮮握壽司		金點子	
							
000_514	D	000_520	D	000_522	K	000_528	o
ADIDAS		BIRKENSTOCK		那個鍋		地球村美日語	
							
000_532_1	C	000_532_2	K	000_532_3	B	000_534_1	K
SAIME 東京企劃		COUNTEA 卡帝		CH.2		將軍滷味	
							

路名：福星路

000_534_2	A	000_534_3	K	000_536	D	000_538	E
尋衣啟事		東山鴨頭		優跑福星店		挖寶格子屋	
							
000_540	E	000_542	E	000_544	K	000_546	K
多采多姿精品娃娃屋		四季流行館		明倫蛋餅		日船章魚小丸子	
							
000_548_1	K	000_548_2	L	000_550_1	B	000_550_2	B
1828 王老吉涼水鋪		娃娃機		赤軍寶飾		K. H KOREA	
							

路名：福星路

000_550_3	K	000_552_1	K	000_552_2	K	000_552_3	K
稻鮎板前吞食		牧野雞蛋糕		一也豆乳雞		地瓜球黃金脆薯	
							
000_554	K	000_556	o	000_562	E	000_564	K
阿月紅茶冰		寵物公園		POYA 寶雅		豪品鐵板燒	
							
000_566	K	000_568	K	000_570	K	000_5725	o
森及茶		加州牛排		吉品鐵板燒		老師府養生館	
							

路名：福星路

000_572 之 2 號	A	000_431_2	F	000_431_3	A	000_580	E
鬼洗		慶和牙醫診所		星星盒子		7-ELEVEN	
							
000_584	K	000_586	K	000_588	D		
采佳鄉		喫茶小舖		LA NEw			
							



路名：文華路

000_2_1	K	000_2_3	I	000_2_3	K	000_2_4	K
地瓜球		BB 槍		魚蛋小屋		益香轟炸魷魚	
							
000_2_5	K	000_2_6	K	000_2_7	K	000_2_8	K
炙燒厚切牛		肉串王		甘蔗檸檬		金豬王	
							
000_2_9	K	000_2_10	K	000_2_11	K	000_2_12	K
喵喵咪塔		海鮮漁人屋		醬烤安格斯牛肋條		饕食堂	
							

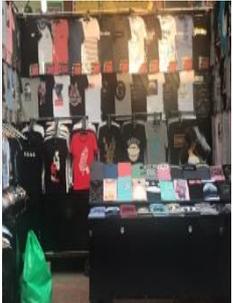
路名：文華路

000_2_13	K	000_2_14	K	000_2_15	K	000_2_16	K
熱狗		大腸包小腸		烤魷魚		香Q地瓜球	
							
000_2_17	K	000_2_18	K	000_2_19	K	000_2_20	K
綠豆沙牛奶		新鮮水果		火焰骰子牛		茶窰鮮果茶	
							
000_2_21	K	000_2_22	K	000_2_23	K	000_2_24	K
一口吃香腸		吳記QQ粉腸		一家之薯馬鈴薯		金牌巨無霸	
							

路名：文華路

000_2_25	K	000_2_26	K	000_2_27	K	000_2_28	K
醬汁魷魚燙		現烤馬鈴薯		巧蕉王		麻辣魚蛋	
							
000_2_29	K	000_2_30	K	000_2_31	K	00_02_32	K
九龍城陳記香港茶		逢甲雞蛋糕		冷熱飲		小A起司洋芋	
							
000_2_33	K	000_2_34	K	000_2_35	K	000_2_36	K
小A烤鴨夾餅		現打西瓜汁		大禾明太子起士 烤餅		打牙祭	
							

路名：文華路

000_2_37	K	000_2_38	K	000_2_39	K	000_2_40	I
燒烤の家		成龍雞排		現打西瓜汁綜合果汁		射氣球	
							
000_2_41	K	000_2_42	K	000_2_43	A	000_2_44	K
懶人蝦		加賀煙燻無骨雞爪凍		賣衣服		古早味紅茶冰	
							
000_2_45	K	000_2_46	K	000_2_47	K	000_2_48	K
煙燻雞爪凍專賣店		韓式炸雞部隊麵		海之味		黃金脆皮雞腿卷	
							

路名：文華路

000_2_49	K	000_2_50	K	000_2_51	K	000_2_52	K
鮮榨		白甘蔗汁		日式大阪燒		阿X黑輪店	
							
000_2_53	K	000_2_54	K	000_2_55	K	000_2_56	K
鬥牛杯起司肉卷		牛B葫蘆王		火焰骰子牛		鹽酥菇	
							
000_2_57	K	000_2_58	K	000_2_59	K	000_2_60	K
十方緣		黃金酥炸魷魚		豐收王國		韓式炸雞	
							

路名：文華路

000_2_61	K	000_2_62	A	000_16之 1_1	A	000_16之 1_2	H
黃金礦工		心愛物語		G' S HOUSE		JOYROOM 機樂堂	
							
000_16之 1_3	A	000_16之 1_4	A	000_16之 1_5	I	000_16之 1_6	A
帥街牛仔		LONLON		快樂芽娃娃屋		STYLE9	
							
000_12之 6_1	E	000_12之 5_1	A	000_12之 1_1	I	000_12_1	D
天蘭小舖		LAKING		娃娃帝國		天生福星	
							

路名：文華路

000_10 之 24_1	A	000_10 之 24_2	A	000_10 之 24_3	A	000_10 之 24_4	A
Q 'MUSES		PSGB		APPLE GIRL SHOP		AIR SPACE	
							
000_10 之 24_5	A	000_10 之 24_6	A	000_10 之 24_7	A	000_10 之 24_8	H
千森梵迪妮		衣服店		15/16		DEVILCASE	
							
000_10 之 24_9	A	000_10 之 24_10	A	000_10 之 24_11	A	000_10 之 24_12	K
HANGTEN		NAB SHOP		飾品店		蚵仔煎	
							

路名：文華路

000_10 之 24_13	K	000_10 之 24_14	A	000_10 之 24_15	A	000_10 之 24_16	K
日出客棧		西裝店		衣+K		鹽酥菇	
							



路名：文華路

000_10 之 10_1	K	000_10 之 10_2	K	000_10 之 10_3	K	000_10 之 8_1	K
繼光香香雞		紅茶臭豆腐		地瓜球		月亮蝦餅	
							
000_10 之 8_2	L	000_10 之 7	K	000_10 之 6_1	K	000_10 之 6_2	L
娃娃機		進發家		辣脆腸		娃娃機	
							
000_10 之 5	o	000_10 之 4	N	000_10 之 3_1	K	000_10 之 3_2	K
JOYROOM		未出租		風茹茶		阿宗烤地瓜	
							

路名：文華路

000_10 之 2_1	K	000_10 之 2_2	K	000_10 之 1	L	000_10_1	K
水煮玉米		ET 鹽水雞		夾享世界		青草苦茶	
							
000_10_2	K	000_10_3	K	000_8	K	000_6 之 3_1	K
瓜董		澎湖生蠔燒烤		烙餅舖		阿三蔥油餅	
							
000_6 之 3_2	K	000_6 之 2_1	K	000_6 之 2_2	K	000_6_1	K
阿三哥滷味		86 碳烤雞排		木瓜牛奶		傳統古早味雞蛋糕	
							

路名：文華路

000_6_2	o	000_6_3	K	000_6_4	K	000_6_5	M
真時美鐘錶行		阿呆滷味		廣芝福		住家	
							
000_2之 12_1	L	000_2之 12_2	K	000_2之 11_1	K	000_2之 11_2	K
玩具宮殿		大紅炮木瓜牛奶		大谷茶		新鮮水果	
							
000_2之 10	K	000_2之9	K	000_2之8	G	000_2之7	K
新易現炒店		劉記四神湯		大雅美容美體		吉峰蒸餃	
							

路名：文華路

000_2之6	L	000_2之5	K	000_2之4	K	000_2之3	K
娃娃機		鐵拳牛排		超好喝木瓜牛奶		芋園豆花	
							
000_2之2	K	000_2之1	G	000_2	K		
大三通		自然美		阿貴姑餛飩麵			
							

路名：文華路

000_21_1	I	000_21_2	K	000_21_3	E	000_21_4	K
眼鏡飾品		鹽水雞		壁飾		烤魷魚	
							
000_21_5	o	000_21_6	K	000_21_7	E	000_21_8	N
紫雲佛道院		烤地瓜		玩具店		未出租	
							
000_53-A	o	000_53-B_1	o	000_53-B_2	N	000_53-C	I
婚紗攝影		小孟塔羅牌		未出租		熊愛夾	
							

路名：文華路

000_53-D	I	000_53-E	N	000_55之3	M	000_69_1	I
娃娃殿		未出租		住家		射氣球、彈珠台	
							
000_69_2	H	000_69_3	I	000_69_4	E	000_69_5	N
3C周邊商品		無人店		飾品、小盆栽		未出租	
							
000_69_6	N	000_77之4_1	A	000_77之4_2	K	000_77之4_3	C
未出租		CALVIN KLEIN		青蛙下蛋		好運姓名貼	
							

路名：文華路

000_77 之 4_4	A	000_77 之 4_5	A	000_77 之 1_1	C	000_77 之 1_2	K
QUEEN SHOP		THE LADYWORE		學士鐘錶		蛋包腸	
							
000_77 之 1_3	A	000_77 之 1_4	E	000_77 之 1_5	A	000_77 之 1_6	A
SWEET		571 手機配件		AIR SPACE		50%	
							
000_77 之 1_7	K	000_77 之 1_8	K	000_77 之 1_9	K	000_77 之 1_10	C
雞爪凍		燒酒螺		官田菱角花生		亞司皮飾精品店	
							

路名：文華路

000_77之 1_11	K	000_77之 1_12	K	000_77之 1_13	K	000_67_1	I
手工粉圓		蒸戀		天使雞排		精品皮件	
							
000_67_2	C	000_51_1	A	000_51_2	A	000_51_3	A
831 手機超市		86SHOP		向陽服飾		CACO	
							
000_51_4	C	000_51_5	H	000_51_6	A	000_37_1	K
裝修前出清		膜魂		LAKING		新聯成西點麵包	
							

路名：文華路

000_35_1	A	000_35_2	A	000_35_3	A	000_35_4	A
SUNNY		桑尼		CALIFPRNIA		PSGB	
							
000_35_5	N	000_35_6	D	000_25 之 10_1	A	000_25 之 6_1	E
原色本店		紅不讓皮鞋		CHERRY		蒂魔襪子量販	
							
000_25 之 6_2	I	000_25 之 6_3	E	000_25 之 6_4	H	000_25 之 6_5	E
集蛋扭蛋專門店		帽子店		E 通訊		帽子店	
							

路名：文華路

000_25 之 6_6	A	000_25 之 6_7	A	000_25 之 6_8	A	000_25 之 6_9	K
MCF		THE LADYWORE		ZCV		青草茶	
							
000_25 之 6_10	K	000_25 之 6_11	N	000_25 之 6_12	K	000_25 之 6_13	A
番顛薯叔		出租店面		魚蛋小屋		衣服出清	
							
000_25 之 6_14	A	000_25 之 6_15	A	000_25 之 6_16	A	000_25 之 6_17	A
LEADING LIGHT		博客來		愛霓		歐妮亞	
							

路名：文華路

000_25之6 _18	N	000_25之6 _19	A	000_23_1	A	000_23_2	A
店面出租		¥=JEANS		小香港		衣著 PLUS	
							
000_23_3	A	000_23_4	A	000_23_5	H	000_23_6	A
華慶		5KARA		3C 量販店		時尚的都	
							
000_23_7	A	000_23_8	D	000_23_9	K	000_23_10	A
1979		ABC-MART		招牌彎豆冰		MSH	
							

路名：文華路

000_23_11	D	000_23_12	D	000_23_13	D	000_23_14	A
不倒翁鞋城		大蹠頭		好腳力精品皮鞋坊		東京	
							
000_23_15	A	000_17之1	D				
衣服出清		精品鞋坊					
							



路名：文華路

000_11	K	000_9之11	K	000_9之10	K	000_9	B
赤鬼牛排		北回木瓜牛奶		蘋果小珠珠		Q.M ACCESSORY	
							
000_9	E	000_7之7	K	000_7之6	K	000_7之5	K
雜貨店		劉一刀刀削麵		CITY MILK		涼師父	
							
000_7之4	K	000_7之3	A	000_7之2	K	000_7之1	o
清心福全		EMoN 依夢		宋家脆皮臭豆腐		膜力紅	
							

路名：文華路

000_7	K	000_3 之 3	E	000_3 之 2_1	K	000_3 之 2_2	K
鍋燒意麵		全家		綠豆沙牛乳專賣店		東山鴨頭	
							
000_3 之 1_1	K	000_3 之 1_2	F	000_3_1	K	000_3_2	K
逢甲潤餅		祐生藥局		喝好茶		好大雞排	
							
000_3_3	L	000_1 之 9	K	000_1 之 8_1	K	000_1 之 8_2	L
大創娃娃屋		炒飯達人		手作功夫茶		EZ 特區娃娃屋	
							

路名：文華路

000_1 之 7_1	K	000_1 之 7_2	K	000_1 之 6_1	K	000_1 之 6_2	K
梅亭蜜汁燒烤		出櫃		阿秋茶飲		阿秋蜜汁爌肉飯	
							
000_1 之 3_1	K	000_1 之 3_2	K	000_1 之 3_3	K	000_1 之 2_1	K
口口平價牛排		品味豆乳雞		嘉義不一樣香腸		正港蚵仔煎	
							
000_1 之 2_2	K	000_1 之 2_3	K	000_1 之 2_4	K	000_1 之 2_5	K
黑木耳仙草汁		小熊炸餅		黃G紅		青蛙撞鮮奶	
							

路名：文華路

055031之1_1	Ko	005512之1_122	N	055031之	oK	0550312之	oK
1_1				1_3		1_4	
邱記 10 元碳烤		許記生煎包		惡魔雞排		燒番麥	
							



名：文華路 55 巷

黑澤塔羅		未出租		獅王紋身		倉庫	
							
055_3_3	o	055_3_4	o	055_5_1	o	055_5_2	G
倉庫		工作室		寵物店		美甲店	
							
055_7	o	055_9	M	055_12	M	055_15	M
倉庫		住家		住家		未出租	
							

路名：文華路永新巷

000_2_1	G	000_2_2	A	000_4	o	000_5_1	A
美甲店		FAITHFUL		逢大攝影		服飾店	
							
000_5_2	A	000_5_3	A	000_5_4	N	000_5_5	N
服飾店		服飾店		未出租		未出租	
							
000_5_6	A	000_6_1	K	000_6_2	N	000_6_3	N
服飾店		雞排店		未出租		未出租	
							
000_7	K	000_9	A	000_11	K	000_13	K
咖啡佈達		服飾店		果汁攤		鬆餅店	
							

000_15	A	000_17	E			
服飾店		MOMO 一起旅行吧				
						

000_001_1	A	000_001_2	K	000_001_3	A	
Sisters		埔里筒仔米糕		T. B. Z 服飾店		
						

路名：文華路永新巷北一弄

路名：文華路永新巷北二弄

000_002_1_1	N	000_002_1_2	N	000_002_1_3	N	000_002_1_4	B
未出租		未出租		未出租		川今代引	
							
000_002_3	N	000_002_4	J	000_002_5	A	000_002_7	A
未出租		NONO ㄟ頭毛店		服飾店		O!ONNI	
							
000_002_8	M	000_002_9	M	000_002_11	o	000_002_15	G
住家		住家		機車行		美甲店	
							
000_002_17	M						
住家							

			
---	--	--	--

路名：文華路永新巷北三弄

000_003_2	D	000_003_2 之 3	A	000_003_6	M	000_003_19	M
米菲美國		EQUALS		住家		放行李	
							
000_003_22	G	000_003_26	M	000_003_28	M		
美甲店		住家		住家			
							

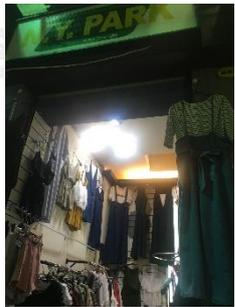
路名：屋台街

1F_特 A_1	K	1F_特 A_2	K	1F_特 B	O	1F_特 C	A
密茲麻美		水果攤		倉庫		衣服攤販	
							
1F_特 D	L	1F_特 E	L	1F_特 F	O	1F_特 G	A
TAIWAN KTV BOX		娃娃機		沃德維普電子菸		衣服攤販	
							
1F_美食 A	A	1F_美食 B	A	1F_美食 C	L	1F_美食 D	A
日韓本舖		WWJX. SHOP		娃娃機		KIKI	
							
1F_美食 E	A	1F_美食 F	N	1F_美食 G	A	1F_美食 H	A
SUGGEST		未出租		小貝可童裝屋		EOS	
							

路名：屋台街

1F_美食 I	A	1F_美食 J	A	1F_美食 K	A	1F_美食 L	A
AMour		M. A. T		THE Out Fit		真愛牛仔	
							
1F_美食 P	N	1F_美食 Q	N	1F_時尚 A	A	1F_時尚 B	N
未出租		未出租		酷庫妹		未出租	
							
1F_時尚 C	B	1F_時尚 D	B	1F_時尚 E	H	1F_時尚 F	N
貓鼻子		QBOX FASHION		3C 精品小舖		未出租	
							
1F_美食 I	A	1F_美食 J	A	1F_美食 K	A	1F_美食 L	A
AMour		M. A. T		The Out Fit		真愛牛仔	
							

路名：屋台街

1F_時尚 G	N	1F_時尚 H	A	1F_時尚 J	N	1F_時尚 K	N
未出租		S. A FASHION		未出租		未出租	
							
1F_時尚 A	N	1F_時尚 M	N	1F_時尚 P	A	1F_時尚 Q	A
未出租		未出租		J&C		J&C	
							
1F_時尚 R	N	1F_時尚 S	A	1F_時尚 T	A	1F_時尚 U	N
未出租		紐約公園		紐約公園		未出租	
							
1F_時尚 W	N	1F_時尚 X	O	1F_花 A	A	1F_花 B	A
未出租		聖母廟		衣服攤販		衣服攤販	
							

路名：屋台街

1F_花 C	N	1F_花 D	N	1F_花 E	N	1F_花 F	N
未出租		未出租		未出租		未出租	
							
1F_花 G	N	1F_花 H	A	1F_花 J	A	1F_花 K	A
未出租		衣服攤販		衣服攤販		衣服攤販	
							
1F_花 L	A	1F_流行 A	O	1F_流行 B	N	1F_流行 C	A
衣服攤販		AMME 塔羅牌		未出租		FAIza	
							
1F_流行 D	N	1F_流行 E	O	1F_流行 F	C	1F_流行 G	N
未出租		塔羅的秘密		梵卡雅訂製錶		未出租	
							

路名：屋台街

1F_流行 H	A	1F_流行 J	N	1F_流行 K	A	1F_流行 L	A
LM 精品皮具店		未出租		KLEcTIoM		KLEcTIoM	
							
1F_流行 M	B	1F_流行 P	A	1F_流行 Q	A	1F_流行 R	A
SENS		逢甲花車		衣服攤販		BOTH 男左女右	
							
1F_流行 S	B	1F_流行 T	N	1F_流行 S	B	1F_流行 T	N
依采邑		未出租		未出租		繽紛世界	
							
1F_流行 X	0	1F_流行 Y	A	1F_流行 X	0	1F_流行 Y	A
倉庫		TWENTY 8/9		TWENTY 8/9		未出租	
							

路名：屋台街

1F_精品 B	A	1F_精品 C	N	1F_精品 D	A	1F_精品 E	N
日韓本舖		未出租		衣服攤販		未出租	
							
1F_精品 F	A	1F_精品 G	H	1F_精品 H	C	1F_精品 J	N
魔法衣櫃		艾斯機膜		梵卡亞訂製錶		未出租	
							
1F_精品 K	E	1F_精品 L	N	1F_精品 M	N	1F_精品 P	B
憨妹的店		未出租		未出租		鼎鈺國際精品	
							
1F_精品 Q	N	2F_美食 A	N	2F_美食 B	N	2F_美食 C	N
未出租		未出租		未出租		未出租	
							

路名：屋台街

2F_美食 D	N	2F_美食 E	G	2F_美食 F	N	2F_美食 G	N
未出租		vivi 時尚美學館		未出租		未出租	
							
2F_美食 H	N	2F_美食 J	N	2F_美食 K	N	2F_美食 L	N
未出租		未出租		未出租		未出租	
							
2F_美食 M	N	2F_美食 N	N	2F_美食 M	N	2F_美食 N	N
未出租		未出租		巧衿服裝修改工作室			
							

路名：慶和街

000_1_1	M	000_3_1	M	000_5_1	I	000_7_1	K
住家		小梅挽臉		5號夾娃娃機		好口味素食	
							
000_7_2	I	000_9_1	B	000_9_2	B	000_9_3	B
LUCKY 夾娃娃機		丸藝鋪		TATTOO		唯晟水晶玉石專賣店	
							
000_9_4	A	000_11_1	K	000_11_2	K	000_79_1	N
NO RULES		冰火菠蘿油		NOO NA		店家	
							
000_77_1	I	000_77_2	K	000_77_3	K	000_77_4	K
夾心未泯		親家		布魯塞爾		雞排本色	
							
000_77_5	K	000_77_6	K	000_77_7	K	000_77_8	K
老大薯條		蟹大叔		按摩雞排		新鮮現切水果	

路名：慶和街

			
000_77_9 K	000_77_10 K	000_77_11 N	000_77_12 K
泰式香蕉煎餅	蔡大明	出租	艾格雞蛋仔專賣
			
000_77_13 K	000_83_1 M	000_85_1 K	000_87_1 K
OVERLORD	住家	寶慶麻辣狀元	逢甲麻油雞
			
000_89_1 M	000_91_1 M	000_93_1 M	000_95_1 M
住家	展翅上騰的健康教會	住家	住家
			

路名：慶和街

000_95_2	K	000_97_1	M	000_99_1	K	000_99_2	K
黃金礦工		文華專業服飾修改		冠軍滷肉飯		金門炒泡麵	
							
000_99_3	K	000_99_4	A	000_107_1	K	000_107_2	I
阿華黑輪店		+1		青草茶		魔力夾克	
							
000_107_3	N	000_107_4	I	000_107_5	I	000_107_6	K
店家出租		玩具宮殿		天生好射		起司豬肋排	
							
000_107_7	K	000_107_8	K	000_107_9	K	000_107_10	K
我叫MT木瓜牛奶		逢甲月亮蝦餅		紅茶臭豆腐		起司章魚燒	
							

路名：慶和街

000_107_11	K					
FAYR 大魷魚						
						



路名：慶和街

000_0_1	K	000_0_2	M	000_0_3	K	000_2_1	K
大三巴		住家		美式蔥油餅		印度料理	
000_6_1	M	000_8_1	I	000_10_1	M	000_9_3	B
住家		無限夾寶屋		住家		萬華甜不辣	
000_12 之 12_1	I	000_12 之 12_2	K	000_12 之 12_3	K	000_12 之 12_4	K
魔力夾客		厚黑堂		如花鮮果汁		韓國年糕專賣店	
000_12 之 12_5	K	000_12 之 12_6	K	000_12 之 12_7	K	000_12 之 12_8	K
黃金礦工		黃金左腿		黃金右腿		韓國歐巴辣炒年糕	

路名：慶和街

000_12之 12_9	K	000_12之 12_10	K	000_12之 12_11	K	000_12之 12_12	K
東東西米露		豬寶盒		帝鈞炭烤胡椒餅		半天香	
							
000_12之 12_13	N	000_12之 12_14	K	000_12之 12_15	K	000_12之 12_16	K
店家出租		逢甲雞排仁		麻辣魚蛋		情人果	
							
000_12之 12_17	K	000_12之 12_18	K				
紅茶炸奶		日本剪刀式雞蛋糕					
							

路名：至善路

234_1	N	234_2	A	234_3	A	234_4	A
未出租		magic closet		Pinky style		magic closet	
							
234_5	A	234_6	A	234_7	A	234_8	A
Butterfly. 2		服飾店		Pinku room		Dreams	
							
234_9	A	234_10	M	234_16	M	000_236	E
Ms wendssday		黎客商旅		黎客商旅		全家	
							

學術倫理與道德 心得報告

課程名稱： 107 學年度統計專題(一) 指導老師： 王婉倫 張育瑋 教授
姓名： 周久閔 學 號： D0432732 組 別： B
心得報告：

一轉眼，來到大四了，之前就有聽學長姐說過，大四的時候會有個專題要做，當在三年級的時候就希望不要被抽到夜市組，可是呢，事與願違，就是抽中了，而且蠻意外的是我們原先那組因為人數逐漸遞減，所以被拆成兩組去加盟其他組別。

今年與以往不同的是夜市組分成中科商圈跟中興商圈兩部分，一開始聽到沒被分配到中科時，是蠻開心的，因為要搭車過去或者自己騎車過去就覺得有點麻煩，但是聽完他們測的流量之後，其實有點羨慕，人數都非常少，每天都個位數，真的是很輕鬆。一開始去拍攝各個店家的時候，心想店家怎麼麼多，加上又是在馬路上拍，相對危險很多，就會希望能快快結束，然後忙接續的工作，編碼用成 excel 以及 word 檔。

第一次報告時，我們這組是第一組上台，多少有點緊張感，加上前面沒有對照組去比較，在報告期間，我們這組有稍微超前進度將第一次報告還不需要提到的問卷設計提出來。

報告之後，被教授提出了很多需要修改的地方，像是每條路的店家圓餅圖數量我們只有依照比例去描述出來，沒有詳細去說明確切數字是多少；再來就是為何逢甲路的未出租店家這麼多未詳細去說明是什麼原因；最重要被討論的地方就是問卷的部分，教授覺得我們的問卷沒有什麼特色加上跟去年的太雷同，等於是整個重新設計的意思。

因此從第一次報告結束後，我們便開始花時間去把問卷再重新設計一遍，沒有因為教授的一番話而遭受信心的打擊，先是利用每個星期的討論時間將問卷再設計一份出來，接著拿給專題指導老師育瑋老師，請他幫我們看修改的可不可以或者是說哪裡需要加些問題什麼才能真正問到店家想得到的統計資料。

討論結果是需要將逢甲特色飲料以及連鎖飲料店去做一個比較，這樣比較能夠知道消費者的消費傾向是哪個，所以在問卷設計的時候我們有先上網將我們所調查的範圍的飲料店家，看是否為逢甲特色飲料先查出來，然後在設計問卷的時候將這些選項放進去以及連鎖飲料店按照網路知名度選取前幾名，其他部分也是按照這個問題去做延伸。

在這邊還是要感謝各個組員的協力合作，有了各位的幫忙，讓問卷設計起來比較沒那麼有阻礙，畢竟多方提供意見下，能考慮的點更佳充分，相對時間也會節省更多。最後還是要感謝組長，總是提醒著我們什麼時間該做什麼事情，而且總是提前去完成它，這是個值得效仿的好作法。

學術倫理與道德 心得報告

課程名稱： 107 學年度統計專題(一) 指導老師： 王婉倫 張育璋 教授
姓名： 李佩芸 學 號： D0408668 組 別： B
心得報告：

關於這次的夜市組專題的準備，我覺得大致上都進行得蠻順利的，從一開始的商家調查，我們負責的是屋台街附近的商家，我們遇到的店家都很和善、都願意讓我們拍照，在拍照的過程中我們有與一位店家老闆稍微聊天，其中老闆有提到最近來屋台街的人潮漸少，至於商家營業的時間更加不固定與減少許多，這點在我們做商家調查的時候也有發現，很多店家不會把營業時間寫出來，甚至不是公休的日子也沒有營業，也有許多店面是沒有出租出去的，有些店家倒閉後也沒有把招牌拆下來，所以我們來來回回去了好幾次才確認有些店家到底是沒開還是沒出租出去，我認為是觀光客很多都是往比較熱鬧的夜市那邊去逛，其實沒有多餘的時間逛到屋台街這裡，以至於這裡的人潮越來越少。

在第一次期中報告時，老師說我們商家調查得部分做得不夠完善，未出租的店家比例過多，與消費者逛街看到的景象不符合，關於這點我們有透過再次走訪商家以及資料比對過，證明我們一開始的數據是完善的，我們推測出讓消費者覺得未出租店面沒那麼多的原因，發現大部分未出租的店家都在比較小巷中居多，有時消費者只會在逢甲夜市主幹道上逛完就會回家了，會沒注意到暗巷中未出租的店家，加上有些店家雖然未出租，但是前面會有流動攤販在擺攤，有了流動攤販擺在未出租店家門前，以致我們比較不會注意到未出租店比例有那麼高，這種景象我們覺得是店面的租金較高，所以商家選擇以流動攤販的方式承租，以減少租金，這也讓我們有未出租店家比例不高的錯覺。

我們有被老師指出問卷設計的不足，像是與往年的問卷調查問題太過雷同，還有我們有些問題問得不好會導致收集的數據不好分析，這都是我們需要改進的，加上我們問卷的題目一直訂不出一個明確的主題，這都讓我們困擾許久，後來我們決定以飲品商機作為我們問卷的主題，我們決定以店家準備創業、已經創業但想知道如何因應消費者喜好這兩個角度來分析，想要讓我們做出來的問卷是對商家有參考價值的，讓商家知道說哪一部分商機較大，可以往那部分改進或投資都是不錯的選擇。

這次雖然不像上次商家調查那樣要到處跑來跑去，但是對於訂定主題以及想問卷內容也是耗費了很多的時間，經歷了幾個禮拜的努力我們終於有了明確的方向，這點是值得開心的。

再來是我們小組開會的時候，我覺得大家每次都會很積極參與討論也不會無故缺席，讓我覺得小組氣氛還不錯，而且每次開會都會有做到該有的進度，這也是我覺得很好的一點，也是我覺得該繼續保持的一點。

學術倫理與道德 心得報告

課程名稱： 107 學年度統計專題(一) 指導老師： 王婉倫 張育瑋 教授
姓名： 江昱緯 學號： D0482372 組別： B
心得報告：

讀了多年統計一直以來都是在課本上度過，所以相當期待實際做專題，期待學習如何來把課本上所學來運用在我們的生活中，透過這些日子以來的努力，也了解到原來這就是做專題。

之前偶而會聽到學長姐說夜市組會很辛苦，但是實際上參與過後，我並不會這麼覺得，反而覺得很充實，學到很多，也透過拍門牌、測流量…等等來真正了解到原來在我們每次上課都會經過的逢甲夜市，竟然是這麼大的經濟體系，尤其是有時候測流量時有時候人潮多到差點忙不過來，這也讓我對專題更有興趣，在做專題時更有動力。

在每組員一個組員上也學習到非常多，每一位同學分工合作，利用每個人不同的所長，一起克服各種難題，大家也利用課餘時間，撥空開會討論，讓專題可以更加順利，相信出來的結果，一定會是甜美的果實。

經過第一次期中報告之後，才了解自己的許多不足，也更加了解原來一張看似字少的問卷，其實要設計出來，是要下許多功夫的。

經過老師多次講評，與小組多次討論，我們終於把問卷設計出來了，也在設計問卷時，一一地去瞭解每間飲料店，因為每間店的特色不同，消費者也會因此選擇不一樣的飲料店，每一個細節都可能是關鍵，缺一不可，雖然把問卷設計出來，但我了解，後面還有很長的路要走，不單只是發放問卷，還有資料分析，這些都是一項成功研究中，不可或缺的一部分，也期待發放完問卷所獲得的成效。

當完成問卷得那個剎那，成就感也隨之而來，所以我相當的期待接下來要面對的挑戰，也謝謝過程中所有給予幫忙得老師以及同學們。

這次也要特別感謝學校、教授、督導、組員們，因為有大家，我才能有這麼難得的機會可以參與到專題研究，獲益良多，期待以後走出校門，可以一展所學，回饋學校，回饋社會。

學術倫理與道德 心得報告

課程名稱： 107 學年度統計專題(一) 指導老師： 王婉倫 張育璋 教授
姓名： 謝佳穎 學號： D0408576 組別： B
心得報告：

剛開始接觸這個夜市專題，其實蠻不知道該怎麼做的，只聽學長姐說過夜市會很辛苦很多調查要做。第一次開會，得知要分成中科商圈和逢甲商圈兩個組別，很幸運的被分在逢甲，距離近，如果有什麼問題，也方便前去調查，再做一次確認。

第一個禮拜的商家調查，沒有我們想像中的簡單，每個店家營業時間不同，使得我們必須在不同時段都要去做拍攝，確認他是否還在營業或是未出租。剛開始本來以為可以邊拍照邊編碼一天用完全部的事情，但當遇到沒有門牌號的店家，或是標示不清楚的狀況下，只能自己編碼。前前後後去了夜市四、五次，才終於完成了商家調查。一開始就抱著店家會很多的心情去做，但沒想到真的那麼的多，整組的店家加起來大概 820 多家，也很謝謝組員們都有在規定的時間內完成。

測流量我覺得蠻有趣的，剛開始想說測 5 分鐘好短，一下子就結束了。真正測起來的時候，才知道 5 分鐘的流量很多。印象最深刻就是星期六，人潮接近平日的 2 倍，真的得專心的測，很容易忽略了小孩子，或是被擋住的人以至於少算，這幾天下來有些路人用好奇的眼光看我們在幹嘛，更主動的就會過來直接問，便簡單的跟他們做解釋。

第一次報告後，教授給了我們很多問卷方面的建議，當初以為設計得很好，沒想到一堆問題要去改，幸虧我們有把進度往前一點，才有足夠的時間去做調整。報告完的當下，我們對於怎麼更改問卷，沒什麼明確的方向，被點出主題跟去年雷同，希望我們要創新，但是針對飲品能做的調查，我們想到的都跟去年很像，光是重想主題就花了我們不少時間。

很感謝督導跟指導老師，報告完後給了我們很多建議，每個禮拜願意花時間跟我們組一起討論一起修改問卷，看哪裡有問題，或是該問什麼才是店家真正想要的資料，最後我們決定拿連鎖跟非連鎖的飲料店做比較，了解消費者究竟是傾向購買連鎖或是非連鎖飲料店，接著上網查詢飲料店的排名及按讚數，納入問卷的選項。

雖然這一個月都在設計問卷，依舊很感謝組員的配合，即使只花短短半小時跟老師討論，每個組員還是願意到場一起聽，不會嫌說為什麼要特地過來商學開會，明明只要一兩個人來就好。私下的開會，雖然有時會陷入一片寂靜，思考該怎麼做比較好，但當有個方向之後，討論的速度就快很多。設計問卷真的不是一件簡單的事，這也是要做過才能體會到的，接下來的分析問卷肯定是個難關。

學術倫理與道德 心得報告

課程名稱： 107 學年度統計專題(一) 指導老師： 王婉倫 張育璋 教授
姓名： 葉治彤 學 號： D0408502 組 別： B
心得報告：

這次很榮幸的被老師選為副組長，對於專題之前早已有耳聞，但直到最近透過進行各種專題行動，才真正體會到原來這就是做專題。

對於夜市組來說，我覺得最困難的部分有兩個。一個是商家調查，有些店家可能去年還在今年卻消失了，有些則是跟其他商家共用一個門牌號碼，有些甚至資訊不明確以至於難以定義。不過還好在這次的商家調查中沒有與商家起衝突，大家事後編碼也都順利的完成了。

藉由商家調查這次行動才知道，除了平常經過的大馬路之外，原來小小一條街竟也能容納這麼多店家，可看出逢甲商圈的經濟效益多麼可觀。另一個困難的部分則是流量調查，除了必須人工測量之外，有些路口流量過於龐大(ex：日船章魚小丸子那個路口)，一個人會有些忙不過來，測出來的數據其真實性也有待考察，我覺得路口的人數分配仍需改善。

分配到夜市組，除了我們學生之外，最辛苦的莫過於督導們與指導教授們，尤其只要有問題第一件事情必定先找督導，因此我覺得我們能做的就是盡力完成每一次專題的任務。

透過第一次期中報告之後，我更加了解到我們專題的目的為何，以及針對上次老師點出的問題做出修正。除了針對上次報告之錯誤進行修正之外，這次我們主要心力是放在問卷上面，初期在設計問卷的時候其實很沒有頭緒，因為老師有點出我們的主題不夠明顯，且不能設計得與去年之問卷題目過於相似，為此我們下了一番苦心。

最後透過與組員們互相討論以及詢問老師的意見之後，終於設計出一份屬於我們本次專題的問卷。透過這次設計問卷之任務中，並且從眾多飲料店之中，選出哪幾家才是逢甲特色的飲料店之後，我才真正知道原來哪幾家飲料店是只有逢甲特有的。

雖然我們最後有成功將問卷給設計出來，但真正的難題還是在之後的發放問卷的任務。並且每個點所有發放的數量都不一樣，發問卷這件事情我覺得需要很大的勇氣，因為你需要主動去找路人填寫問卷，因此這件事情還需要組員們互相幫忙才能，各位加油！

學術倫理與道德 心得報告

課程名稱： 107 學年度統計專題(一) 指導老師： 王婉倫 張育璋 教授
姓名： 張家慈 學號： D0432715 組別： B
心得報告：

在第一次期中報告後，我們從老師給出的建議著手，開始修改我們的問卷內容，透過每個禮拜的開會討論，終於完成了新的問卷內容，這次的主題針對飲品的商機進行調查，提出了幾項可能增加購買慾的行銷手法，剛好最近看到許多新聞媒體都在報導關於逢甲夜市泡沫化的問題，上面指出幾項導致商圈日漸蕭條的主因，像是停車費用亂喊價、網路購物興起，還有販賣的東西在全台其他各縣市都買得到，重複率太高沒有屬於自己的特色等等...

因為我們的主題是飲品調查，所以先針對飲品部分做分析，找出可能增加商機的辦法，列出屬於逢甲的特色飲料以及其他連鎖飲料店等，利用問卷得出消費者的偏好。而除了研究消費者對逢甲飲料的滿意度，台中最近的空汙也很嚴重，從白天到晚上都霧濛濛，必須戴口罩才能出門，在這種情況下比起室外，人們通常也比較喜歡待在室內有冷氣吹還不用在外人擠人，我覺得空氣污染這塊也是政府跟大家要特別注重的部分。

前陣子期中考，除了專題之外還要認真準備考試的科目，在這期間很感謝我們督導一直替我們加油打氣，為了緩解我們緊張的心情還會傳一些有趣的梗圖，也謝謝育璋老師從旁協助我們修改問卷，讓問卷變得更完整。透過這次的專題，了解到原本一般的數據結果，有了我們組員的共同努力，花費不少時間與心力，漸漸地完成了這份報告，很开心能跟我的組員們一起製作專題報告，如果沒有大家的分工合作相互配合也沒有今天的進度，希望下次的期中報告還有發問卷的時候能夠順順利利的。

學術倫理與道德 心得報告

課程名稱： 107 學年度統計專題(一) 指導老師： 王婉倫 張育璋 教授
姓名： 鄭皓哲 學號： D0408529 組別： B
心得報告：

這次專題我是被分配到逢甲夜市組，我們自己內部又有再分幾個小隊，我是屬於調查福星路和文華路的部分。這兩條可以說算是逢甲商圈最熱鬧的大路，當我們去做商家調查要拍攝商家店門口時，我就發現其實有許多商家都只有在晚上才出來，並且有些商家會是屬於兩個甚至三個去共用一個門牌，這都關係著我們之後再編碼時的細心程度。當時我們晚上去商家門口拍照時，即使是平日車流量依舊很大以及人潮依然很多，我剛開始是想站在店門口就好，結果沒想到這樣子會讓我為了想要完整的拍到店家和門牌，而需要站在靠近馬路中間的雙黃線，這樣子真的滿危險的。隨後才有組員告訴我，可以站在對街拍，雖然說門牌可能會拍不清楚，但是至少我可以拍到整個店家，而且也不會那麼危險。

自從上次在台上對著老師們報告完之後，我們深知在設計問卷以及夜市調查的部分有許多東西都還是需要改進的。所以，我們一樣固定每個禮拜三的下午都會在學校開一次例行性的會議，所有組員跟著組長面對面地去思考，不斷的去討論我們的問題到底出在哪裡，以及還有哪裡是需要再做修正的。我們也不斷地去跟育緯老師約時間在他的研究室旁直接做討論，大家一起腦力激盪，想著我們到底該做怎麼樣的問卷才能夠讓填問卷的人能夠清楚地瞭解我們所想探討的問題。

我真的覺得設計問卷真的不是一份簡單的工作，每次我們看到人家所設計好的完整問卷，可能是人家花了一個月甚至兩個月的時間，去做不斷地修改，才会有良好的問卷能夠發給所要填答的人。因此，我們在設計問卷上要想著可能任何一句話甚至是一個文字的使用法或者是任何一個的選項，都是有可能會讓填問卷的人有著不一樣的想法，這樣就等於是會間接地影響到我們所要研究分析的東西了，所以我們不停地去做文字敘述的更改，不停地去思考著這樣的選項是否洽當，組員們不停地去提出自己的看法，接著大家在互相的討論這樣的提議是否可行。

我們的組長也相當的盡責，不停地去跟育緯老師約時間，透過組長的協助讓我們能夠有更多機會直接與老師討論，組長也會在事前就把要與老師討論的東西都準備好，不管是要影印的還是要帶筆電，只要有組長再就萬事沒問題了。我們的副組長也是相當的努力，每次都會聽從組長的指示，即時且有效的去借好討論室，讓我們不用煩惱開會的地方在哪裡。

學術倫理與道德 心得報告

課程名稱： 107 學年度統計專題(一) 指導老師： 王婉倫 張育璋 教授
姓名： 藍宇石 學號： D0433005 組別： B
心得報告：

我覺得專題跟以往的統計報告比起來，最特殊的地方是我們要做些統計分析的事前作業，過去的統計報告都是使用現成的資料，接著下去分析而已，這次則要自行蒐集資料。

另外一點跟以往統計報告不同的是有督導幫忙，否則過去的報告要額外找老師或助教請益也挺麻煩的，而且過去的報告往往老師上課的內容根本沒有在教該報告要怎麼做，只是繼續上著正課，讓我們這些做報告的學生實在很為難，只好自己上網找資料東拼西湊，這種報告能讓我們學到的東西實在有限，這次的專題則不然，督導都有很清楚地告訴我們細節該怎麼做。

在蒐集完逢甲夜市的資料後，便開始忙製作問卷，這部分就比較輕鬆了，不像之前幫商家編碼和測流量等等，有事沒事就需要跑到商圈內勘查，做問卷便只需要集合組員來討論該怎麼做，我們便還是照常每個禮拜開會，也會抽空問找其他時間，全體組員一起去找老師，討論問卷該怎麼設計這類問題。

之前修數理統計的時候，看平常育璋老師上課都正經八百的，挺少說題外話，沒想到跟我們討論問卷的時候就八卦了起來，還挺有趣的，看起來平常上課是因為要趕進度吧。

製作問卷的過程中讓我學到些在來看來挺特殊的細節，比如說問滿意度時不要設 1-5，要設 1-4 或 1-6 比較妥當，因為若設 1-5，大家會傾向於全部填 3，也就是對方懶的填或者都沒意見，而滿意度若是 1-6，即便沒意見沒是要填 3 或 4，便會有比較滿意和比較不滿意的區別等等。

平常不很喝飲料的我因為這次報告多了挺多奇奇怪怪的知識，比如說我過去一直以為拿鐵是咖啡，結果像是所謂的紅茶拿鐵，似乎通常只是紅茶加牛奶，並且沒有咖啡，因此我們把拿鐵歸類在鮮奶類，而非咖啡類。

我們的問卷主要是調查逛夜市的人比較偏好連鎖店，還是逢甲特有的飲料店，至少我平常買飲料或食物玩卷沒有在館是否為連鎖店，總覺得會在意這個的人不多，通常比較會在意好不好喝，便不便宜吧？不過我也想不到什麼更好的主題了，於是我們的主題便做這個。

另外督導有要我們做 menu，也就是先想好填問卷的人可能有什麼地方看不懂，於是先寫好一份清單，寫出填問卷的人有可能問的問題，這清單也想不出該寫什麼，感覺很好懂，不該會有什麼問題。

學術倫理與道德 心得報告

課程名稱： 107 學年度統計專題(一) 指導老師： 王婉倫 張育璋 教授
姓名： 徐曉筠 學號： D0432983 組別： B
心得報告：

從開學到現在，我們這組的組長很積極的組織大家的每週會議，也會在群組裡面提醒各個事項以及召集大家討論專題內容，所以我們這組的專題並沒有進度落後的問題。

距離第一次會議至今已有兩個多月，目前完成商家調查和測流量兩個進度。商家調查的部分，我負責的是歡樂星、格尚廣場和永新巷的區塊，因為之前曾在永新巷內租過房子，所以在拍各個商家的照片時並不覺得有什麼難度，直到開始編碼時，才發現沒有想像中的容易。從重新規劃空間的歡樂星到沒有標示門牌號碼的格尚廣場，再到永新巷內錯綜複雜的門牌號碼，讓我們足足繞了三四次，期間還詢問了店家、歡樂星和格尚廣場的管理室得知門牌號碼的編排順序，原本以為有可能會遇到態度不友善的人，還好大家聽到我們是逢甲的學生都很熱情且親切，尤其是歡樂星的經理，他不僅熱情地告訴我們歡樂星內的攤販編號，還遞出他的名片表示報告中如果有需要協助的地方都可以找他幫忙。印象最深的則是格尚廣場管理室的伯伯，我們打算向他詢問時，他正好在打瞌睡，雖然在他睡意濃厚時打擾了他，但他也耐心的跟我們講解每一家店的門牌號碼。

在第一次期中報告時，我們針對商家調查做出圖表分析，並設計出問卷的初稿，在報告時，老師針對我們圖表的標示提出了建議，希望我們能把圖表做的更容易讓人解讀，另外，在問卷設計的部分，老師建議我們先想清楚問卷的主題，再開始著手設計問卷題目，結束報告後，我們也針對期中報告內容進行修改及檢視，經過了一番討論，最後我們以調查逢甲商圈飲品商機為研究目的，進而討論逢甲商圈內的在地飲料店是否比連鎖飲料店更站得住腳，成為觀光客來到逢甲商圈必喝的飲品，甚至是會為了喝逢甲商圈的在地飲料特別前來逢甲商圈。

在整個討論的過程中，組員們都積極參與每次會議，也會各自提出不同的想法及意見，當討論到一個段落時，組長都會主動與老師聯繫，報告我們討論的進度，另外，老師也有與我們一起檢討問卷的內容，並給出評論與建議。

這段時間最有趣、最有印象的是在期中考週期間，我們這組的督導每天都會在群組裡發一張有趣的梗圖，讓我們笑一下，也提醒我們“專題過，學分不夠，也還是不能畢業喔”。

從專題的第一次會議到現在的期中報告，我們這組都進行得蠻順利的，有時進度還會超前，這都多虧了超級負責的指導老師、督導，還有積極的組長、副組長，接下來就是問卷調查的部分了，希望在發放卷時能夠一切順利的進行。

學術倫理與道德 心得報告

課程名稱： 107 學年度統計專題(一) 指導老師： 王婉倫 張育璋 教授
姓名： 王瀚葳 學號： D0433079 組別： B
心得報告：

剛進統計系的時候就有聽說畢業前會有一個專題，一開始沒覺得什麼特別的，後來慢慢看到認識的學長姊在夜市作調查發問卷，才慢慢知道原來要畢業沒那麼簡單，要做出一份統計調查才可以，終於在今年輪到我了。

暑假的時候來到學校開會，聽說要分組，才知道從我們今年開始有了中科組，一開始聽到的時候覺得滿誘人的雖然要去比較遠的地方，可是感覺人比較少會比較輕鬆，等到真正開始做調查拍店家照片的時候，才覺得其實逢甲夜市組雖然大家會覺得很累很麻煩阿，可是我自己體驗過後發現，因為在逢甲也住了3年多，比起中科熟悉的更多，而且都有明確的目標，也有歷年的資料可以參考，雖然做起來可能比較繁雜，但是我覺得在自己比較熟悉的地方，而且資料比較多，後續的工作做起來應該會比較輕鬆，這就是所謂的苦盡甘來吧。

經過了一開始各種基礎的準備及調查，還有其中的問卷整理，我們也經過了各種修改後，把一開始蒐集到的資料以及大家的想法做個統整，開始了我們問卷的初稿，並且在老師的幫忙下做了調整，也了解到不管是問卷的問題，排版還是題目相似度，都會成為一個重要的指標，做了些許的調整，雖然沒有一開始蒐集資料及店家整理這麼麻煩，但是做了不少的修改，問卷的樣子也漸漸出來了，雖然途中有想過做這些事情調查之類的有什麼意義，後來想想如果以後自己想開店的話可能也可以先做做看這種調查，看這塊區域是住家多還是店家多，平常的來客流量等等，把一些非成本的事情考慮進去，是我在這其中的問卷學到的事情，雖然可能以後自己不會做成問卷去調查，但是知道了一個方向一個方式，如果未來真的有機會可以去試試看。

學術倫理與道德 心得報告

課程名稱： 107 學年度統計專題(一) 指導老師： 王婉倫 張育璋 教授
姓名： 黃子紘 學號： D0482206 組別： B
心得報告：

這次的夜市組有分兩個區域，一個是原本的逢甲商圈，另一個是中科商圈，在做完商家調查後，我覺得我們調查的商家數量真的比中科商圈的人多的太多了，光是一個小小的屋台街可能都是全部中科商圈店家數了吧。

在做商家調查有的問題像是店家的地址是跟 google map 上所標的不一樣，像是黎客商旅那裏，我們是一直對不起來他的門牌號碼，還有就是店家有時候有開有時候沒開，我們在調查屋台街的時候，前前後後去了五六次有吧，有幾家是我們去的最後一次，才發現怎麼有這家店，所以很亂，而且有些店家是都沒開的，但是他的鐵門上卻貼說他們出國補貨，那這樣是怎麼樣就沒有個標準，然後屋台街二樓其實是沒有對外開放的，但是那也在我們的負責範圍，這也有點奇怪。

後來做流量測量的時候，一開始的區域有被更動，而且五六日都太多人了，很容易沒算到或是重複算，尤其是一坨人的時候，那真是崩潰，根本不知道算到哪裡了。

其實有時候真的蠻幸運自己是夜市組的，雖然之前還沒公佈名單之前抱怨連連，但是當真正確定是夜市組的其中一員時，就有一種放心的感覺，因為我們至少還有學長姐的範例可以參考，不像其他的組別一樣，完全沒有任何的方向，不知道要從哪裡開始下手，就好像有一身的功夫，但是沒有地方發揮的感覺。

但是呢，有之前學長姊的範例，也是有不好的地方，因為一開始就會先從模仿開始的嘛，這樣就會被侷限在一個範圍裡，然後我們上一次的報告就跟之前的範本雷同，但是又被要求要創新，但是飲品這個主題我真的想不出有甚麼創新的內容阿，因為上一次的是熱門飲品，於是我們就想說到底有什麼是可行的，又要適用於逢甲商圈，又不能是不好的，像是最不受歡迎的飲料種類，這種感覺就會被反駁，如果調查出來的店家被公布出來不是很尷尬，但是這樣就是叫他們要改進阿！不過呢這種主題想也知道是不可能的。

於是我們聽從老師的建議，選了一個主題，大概是要調查消費者比較有意願喝逢甲特色的飲料店家，還是會遵從習慣購買連鎖的飲料店。就是想知道比較多人會想嘗鮮，還是會選擇自己熟悉的店家，預防踩雷。

當我們的題目訂好後，另一個問題就是我們要怎麼定義逢甲商圈的特色飲品，因為現在很多飲料店會開分店，我們就不確定是要只在逢甲商圈裡有的，還是從逢甲商圈出去的也算，不過我覺得應該兩者都要算，因為都算逢甲商圈的特色阿，不過消費者怎麼會知道什麼是從逢甲商圈出去的呢，搞不好他以為那就算連鎖的也不一定啊，所以這也有點難以定義。

學術倫理與道德 心得報告

課程名稱： 107 學年度統計專題(一) 指導老師： 王婉倫 張育璋 教授
姓 名： 吳宗霖 學 號： D0482165 組 別： B
心得報告：

逢甲大學統計系的夜市專題是眾所皆知的，凡是讀過的人沒有站在夜市測過流量或是發問卷就不算真正讀過統計系，假日那個人潮以及流量，往往使人按的措手不及，往返的人龍有如過年一般，萬人空巷，不僅考驗手速，更考驗你看人的眼力。

平日五分鐘的流量大概 200-300 左右，而一到了假日流量瞬間就暴增到了 600 人，我們兩個人一起的點都有點手足無措了，不知道只有一個人的點要怎麼面對這種大量的人流，這也只是一開始的測流量，聽歷屆學長說之後的發問卷才是一大難關，要能夠忍受路人拒絕填寫問卷的樣子，也要低聲下氣的拜託他們填寫，我想這才是最辛苦的吧！

這次第二次的期中報告，相較於上一次的報告，這次顯得輕鬆一點，我們決定了問卷的內容以及再對問卷內容的答案做了些許研究，基本上還是要到發問卷那時候才能夠更進一步的了解消費者心理和喜好。

不過我覺得如果專題能像其他學校或其他系一樣，可以選擇做專題或是實習會比較好，這樣能使得我們畢業後馬上就能有工作可以做，不會沒有工作可以做，像我認識的許多學長畢業後都不是做統計相關的職業或是根本找不太到工作能做。

這一路來還是得謝謝督導的幫忙，讓我們省下了不少煩惱，我們遇到了不少難題他都能夠足一解決，也要謝謝我的組員們，各個都能夠做好份內的工作，不會使其他組員煩惱，專題這種東西就是考驗我們大學四年的所學能不能夠發揮出來，也是畢業前必經的一條道路。

107 學年度逢甲大學統計系專題討論會議紀錄

時間：107 年 9 月 19 日 17:00~19:00	
地點：人言 B102A	
組長：謝佳穎	紀錄：周久閔
出席人員： 謝佳穎、葉治彤、周久閔、鄭皓哲、王瀚葳、李佩芸、張家慈、吳宗霖、黃子紘、江昱緯、藍宇石	
討論事項： 1. 地圖太簡陋，再次確認要拍照地點 2. 課表修改，確認組員都有空閒的時間 3. 店家編碼討論 4. 9/27-9/30 key in 資料分配人員 5. 圖片統一大小(WORD)	
決議： 1. 9/23 EXCEL、WORD 統整 2. 下次會議：9/26(三)17:00~19:00	

107 學年度逢甲大學統計系專題討論會議紀錄

時間：107 年 9 月 26 日 17:00~19:00	
地點：人言 B102A	
組長：謝佳穎	紀錄：李佩芸
出席人員： 謝佳穎、周久閔、徐曉筠、李佩芸、張家慈、黃子紘、江昱緯、藍宇石	
討論事項： <ol style="list-style-type: none">1. 討論測流量當天站位以及留下來記錄的人員。2. 商家調查的檔案需要再做統整與修改。3. 討論專業倫理心得繳交時間。4. 問卷問題的發想。	
決議： <ol style="list-style-type: none">1. 下次會議：10/3(三)17:00~19:002. 10/3 前繳交專業倫理心得	

107 學年度逢甲大學統計系專題討論會議紀錄

時間：107 年 10 月 3 日 17:00~19:00	
地點：人言 B102A	
組長：謝佳穎	紀錄：鄭皓哲
出席人員： 謝佳穎、葉治彤、周久閔、鄭皓哲、徐曉筠、李佩芸、張家慈、吳宗霖、黃子紘、江昱緯、藍宇石	
討論事項： 1. 討論問卷主題與設計問卷(金額、飲料類型、行銷手法討論) 2. 新增問卷題目(甜度偏好、飲料冰塊量、杯子材質) 3. 期中報告工作分配	
決議： 1. 下次會議：10/9(二)18:00~20:00	

107 學年度逢甲大學統計系專題討論會議紀錄

時間：107 年 10 月 9 日 18:00~20:00	
地點：人言 B102A	
組長：謝佳穎	紀錄：葉治彤
出席人員： 謝佳穎、葉治彤、周久閔、鄭皓哲、徐曉筠、張家慈、吳宗霖、黃子紘、藍宇石、王瀚葳	
討論事項： 1.檢查 ppt 2.試跑一次報告流程 3.針對報告演講稿進行調整 4.提醒報告注意事項 5.下次開會 10/17(三)	
決議： 1.下次會議：10/17(三)17:00~19:00	

107 學年度逢甲大學統計系專題討論會議紀錄

時間：107 年 10 月 17 日 17:00~19:00	
地點：人言 B102A	
組長：謝佳穎	紀錄：徐曉筠
出席人員： 謝佳穎、葉治彤、周久閔、徐曉筠、張家慈、吳宗霖、黃子紘、藍宇石、江昱緯、李佩芸	
討論事項： 1.副組長改圖表顏色 2.計算各條街的飲料店(紀錄店名及商家編碼)和賣吃的數量 3.更改商家調查的分配圖 4.圓餅圖左邊要放表格 5.主題暫定:研究連鎖飲料店及逢甲特色飲料店的差別	
決議： 1. 下次會議：10/24(三)17:00~19:00	

107 學年度逢甲大學統計系專題討論會議紀錄

時間：107 年 10 月 24 日 17:00~19:00	
地點：人言 B102A	
組長：謝佳穎	紀錄：江昱緯
出席人員： 謝佳穎、葉治彤、周久閔、張家慈、吳宗霖、黃子紘、江昱緯、李佩芸、鄭皓哲	
討論事項： 1. 分類連鎖及非連鎖飲料店 2. 查詢連鎖飲料店排名 3. 設計問卷選項	
決議： 1. 下次會議：10/31(三)17:00~19:00	

107 學年度逢甲大學統計系專題討論會議紀錄

時間：107 年 10 月 31 日 17:00~19:00	
地點：人言 B102A	
組長：謝佳穎	紀錄：謝佳穎
出席人員： 謝佳穎、葉治彤、周久閔、張家慈、吳宗霖、黃子紘、江昱緯、李佩芸、鄭皓哲、王瀚葳、藍宇石、徐曉筠	
討論事項： 1.請教老師問卷並做修改	
決議： 1.下次會議：11/13(二)18:00~20:00	

107 學年度逢甲大學統計系專題討論會議紀錄

時間：107 年 11 月 13 日 18:00~20:00	
地點：人言 B102A	
組長：謝佳穎	紀錄：江昱緯
出席人員： 謝佳穎、葉治彤、周久閔、張家慈、黃子紘、江昱緯、李佩芸、鄭皓哲、徐曉筠、王瀚葳、藍宇石	
討論事項： 1. 修改 ppt 內容 2. 安排報告細節 3. 調配報告人員 4. 演練報告行程 5. 直方圖及長條圖區別 6. 心得順序安排 7. 飲料分辨方法討論	
決議： 1. 下次會議：11/28(三)17:00~19:00	

107 學年度逢甲大學統計系專題討論會議紀錄

時間：107 年 11 月 28 日 17:00~19:00	
地點：人言 B102A	
組長：謝佳穎	紀錄：謝佳穎
出席人員： 謝佳穎、葉治彤、周久閔、張家慈、黃子紘、江昱緯、李佩芸、鄭皓哲、徐曉筠、藍宇石、吳宗霖	
討論事項： 1.敘述統計的工作分配 2.分析時該注意的事項說明	
決議： 1.下次會議：12/5(三)17:00~19:00	

107學年度逢甲大學統計系專題討論會議紀錄

時間：107年12月5日 17:00~19:00	
地點：人言 B102A	
組長：謝佳穎	紀錄：周久閔
出席人員： 謝佳穎、周久閔、張家慈、黃子紘、江昱緯、李佩芸、徐曉筠、藍宇石、吳宗霖、王瀚葳	
討論事項： 1.分組跑程式	
決議： 1.下次會議：12/12(三)17:00~19:00	

107 學年度逢甲大學統計系專題討論會議紀錄

時間：107 年 12 月 13 日 17:00~19:00	
地點：人言 B103A	
組長：謝佳穎	紀錄：周久閔
出席人員： 謝佳穎、周久閔、張家慈、黃子紘、江昱緯、李佩芸、徐曉筠、藍宇石、吳宗霖、王瀚葳、鄭皓哲、葉治彤	
討論事項： 1.分組跑程式 2.整理 word 檔 3.說出遇到的問題	
決議： 1.下次會議：12/19(三)17:00~19:00	

107 學年度逢甲大學統計系專題討論會議紀錄

時間：107 年 12 月 19 日 17:00~19:00	
地點：人言 B102A	
組長：謝佳穎	紀錄：李佩芸
出席人員： 謝佳穎、周久閔、張家慈、黃子紘、江昱緯、李佩芸、徐曉筠、藍宇石、吳宗霖、王瀚葳、葉治彤	
討論事項： 1.討論海報 2.統計服務學習使用辦法	
決議： 1.下次會議：12/26(三)17:00~19:00	

工作分配

店家調查

謝佳穎、徐曉筠、藍宇石:歡樂星+文華路+福星路+逢甲路
王瀚葳、江昱緯、吳宗霖:文華路+慶和街
鄭皓哲、周久閔、葉治彤:福星路+文華路
黃子紘、李佩芸、張家慈:屋台街+逢甲路+至善路+福星路

流量調查、問卷調查

藍宇石:點 3
張家慈:點 4
吳宗霖、王瀚葳:點 10
李佩芸、黃子紘:點 11
謝佳穎、徐曉筠:點 12
周久閔、江昱緯:點 13
葉治彤:點 14
鄭皓哲:點 15

期中報告

1. 研究主題 店家調查比例圖 各類別分布圖(吳宗霖)
2. 商家調查圖(張家慈 藍宇石 黃子紘):
歡樂星 逢甲路 福星路
文華路 文華路永新巷 屋台街
慶和街 至善路 整體(店家類別數量比例圖)
3. 流量調查(王瀚葳)
4. 問卷初稿(鄭皓哲 江昱緯)
5. 心得(全體)
6. word 檔案整理(謝佳穎 李佩芸 葉治彤)
7. ppt 製作(徐曉筠 周久閔)

期末報告

研究主題+範圍+流量調查(王瀚葳)	卡方檢定(李佩芸)
商家調查+飲品統整調查(黃子紘)	單因子變異數分析(葉治彤)
商家調查+敘述統計(張家慈)	敘述統計(吳宗霖)
商家調查+敘述統計(藍宇石)	敘述統計(江昱緯)
問卷全部(鄭皓哲)	主成分分析(徐曉筠)
主成分分析+結論(周久閔)	卡方檢定(謝佳穎)