

投稿類別：商業類

篇名：

平民百貨公司

輔大花園觀光夜市攤位分布與消費者購買行為之研究

作者：

邱郁方。南湖高中。高三 5 班

黃雨涵。南湖高中。高三 5 班

指導老師：

林靜怡老師

壹●前言

一、研究動機

夜市是台灣獨特的夜間型態，逛夜市除了是一種消費的過程，也兼具休閒與觀光的意義。輔大花園觀光夜市占地兩千六百坪，空間可容納約 350 個攤位，號稱是「北台灣最大夜市」，主打「平民美食」，亦是各夜市創意料理的發源地。實際走訪輔大花園夜市，發現其範圍寬廣，攤位眾多，走道上人潮不斷，不禁對於其攤位分布，消費者對於攤位的選擇順序及購買行為感到好奇。出於這樣的疑惑，我們便決定對輔大花園觀光夜市做進一步的研究。

二、研究目的

- (一) 了解輔大花園夜市攤位分布。
- (二) 了解消費者購買行為的定義。
- (三) 探討攤位分布與消費者購買行為的關連性。

三、研究方法

本研究報告透過實地調查法，選擇輔大花園觀光夜市作為研究區（圖一），對於夜市環境與特色做最直接的訪查，利用拍照、記錄下店家種類及位置，並歸納整理。實地在兩個出入口隨機尋找消費者，並隨行觀察其消費行為，以得到初探性的資料，再進行資料的收集與比對，最後完成分析作成研究報告。研究流程如（圖二）



<圖一> 輔大花園觀光夜市附近街道圖
(資料來源：google map 製圖)



<圖二> 研究流程圖

貳●正文

一、文獻探討

(一) 台灣的夜市文化

夜市一直是台灣庶民生活的一部份，不論大小城鎮，多少都有規模不一的夜市存在，每個夜市雖然多有一些相似地方，卻也有一些不同的元素，形成多元的夜市文化。台灣約三萬六千平方公里，卻擁有大大小小 350 個夜市，這樣可觀的數量與密集程度堪稱為世界第一，其中北部夜市占了 27%，而輔大花園觀光夜市又是北部最大的夜市。下文先就夜市形成原因與夜市的分類，探討台灣夜市文化特色。

1. 形成原因

依據管金宏（2014）的研究可了解影響夜市形成的原因包括廟宇、交通節點、學校、社區等因素，相關成因及代表夜市歸類如（表一）。

<表一> 夜市形成因素分析表

因素	成因	代表夜市
廟宇	鼎盛的香火帶來人群	廣州街夜市
交通節點	交通便利人潮聚集	饒河街夜市、士林夜市、華西街夜市
學校	針對學生做為主要消費群	公館夜市、師大夜市、輔大花園觀光夜市
社區	由沿線住宅區公住宅區聚集形成	通化街夜市、遼寧街夜市、寧夏夜市

2. 夜市分類

依據管金宏（2014）的研究中，可將夜市依擺攤時間及位置整理歸納如（表二）。

<表二> 夜市類型分析表

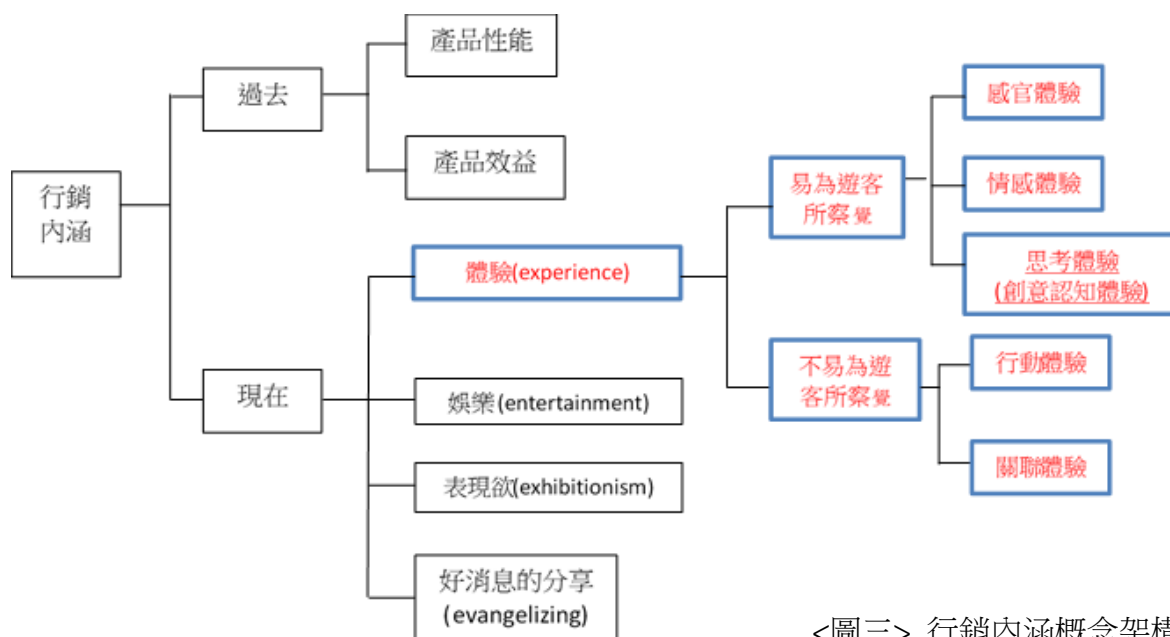
	分類	定義	優點
定點 夜市	觀光型夜市	特色：商圈夜市經過當地政府設計規劃，配合當地特色吸引遊客	客群多樣化
	商場型夜市 (商圈夜市)	1.位置：自家或路邊承租店面 2.特色：吸引其他攤販在此開張營業	助於當地商業蓬勃發展
	流動型夜市	1.位置：在市區空地或市郊營業 2.特色：在特定日期營業；商家多在傍晚時到達場地，午夜過後全部撤除	便於清掃及停車，新鮮感較大
	鄉村型夜市	1.位置：鄉鎮地區火車站或廟宇附近 2.特色：當地居民通常是主要的消費客群	社區居民彼此活絡感情

(二) 消費者購買行為

消費者購買行為定義為：「消費者為了滿足需求，而以產品的品牌、偏好及個人習性等為其決策考量因素，引發其消費動機並主動搜尋資訊、選擇、評價所進行一連串決策過程的行為」（李曉青，2013）。研究發現在不同的情境(環境變化)之下，消費者的偏好、自我控管、品牌與忠誠度等因素皆會影響消費者購買行為的強度（鍾聰美，2003）。

(三) 夜市文化體驗

夜市不僅是一個販賣許多商品的地點，也是文化體驗的最佳場所。過去行銷內涵（圖三）著重產品的性能與效益，而現在的行銷朝向體驗、娛樂等個人感受。沈進成等（2005）的研究指出遊客體驗的感受有層次上的差別，消費者體驗形式包含五個體驗構面。其中感官體驗、情感體驗及思考體驗較易為遊客所察覺，而行動體驗及關連體驗較不易為顧客所察覺。這些來自心理、社會因素的影響，在消費過程當下產生的體驗，通常主導了消費者決策及滿意感受。



<圖三> 行銷內涵概念架構圖

資料來源：本研究整理自李素馨 (2007)之研究

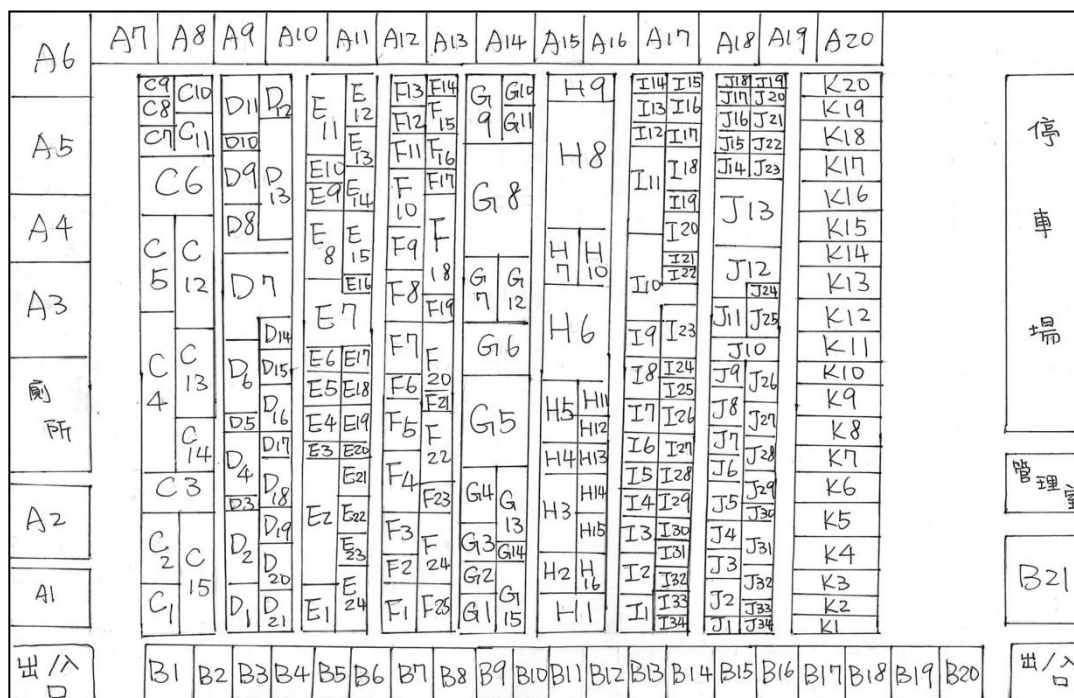
二、研究結果

研究者從 103 年 2 月 7 日至 3 月 9 日利用三個周末時段實際走訪輔大花園觀光夜市，描繪及記錄所有攤位的位置圖，如（圖四）所示。

(一) 攤位空間分布

輔大花園觀光夜市位於新北市泰山區，於輔仁大學附近，屬於新興夜市。占地廣闊，目前擁有兩百二十個攤位，因此發展出許多平價美味的經典小吃。不僅吸引了附近學校的學生，近年來

更能看到許多外國觀光客的足跡。本研究從輔大花園觀光夜市的攤位空間分布著手調查，實察結果如（圖四）及（表三）。



<圖四>攤位分布位置對照圖

<表三>輔大花園觀光夜市攤位一覽表

標號	店家名稱	性質	C3	頭好撞撞	娛樂遊戲	E11	Leisure time	服飾配件
A1	憤怒大魷魚	鹹食	C4	射水球	娛樂遊戲	E12	創意壁貼	
A2	射飛鏢	娛樂遊戲	C5	麻將	娛樂遊戲	E13	服	服飾配件
A3	棒球九宮格	娛樂遊戲	C6	呱呱遊戲機	娛樂遊戲	E14	包包 飾品	服飾配件
A4	碰碰車	娛樂遊戲	C7	勾勾樂	娛樂遊戲	E15	服	服飾配件
A5	套圈圈	娛樂遊戲	C8	射氣球	娛樂遊戲	E16		
A6	夾娃娃機	娛樂遊戲	C9	迷你釣蝦	娛樂遊戲	E17	男服	服飾配件
A7	小小挖土機	娛樂遊戲	C10	射氣球	娛樂遊戲	E18	男性內褲	服飾配件
A8	大力籃球九宮格	娛樂遊戲	C11	憤怒鳥九宮格	娛樂遊戲	E19	男服	服飾配件
A9	玩具拍賣會	娛樂遊戲	C12	彩繪塗鴉DIY	娛樂遊戲	E20	女服	服飾配件
A10	拋乒乓球	娛樂遊戲	C13	遊戲王國樂園	娛樂遊戲	E21	女服	服飾配件
A11	麻將連線賓果遊戲	娛樂遊戲	C14	台灣彩券	娛樂遊戲	E22	女服 手飾	服飾配件
A12	樂透中獎遊戲	娛樂遊戲	C15	射飛鏢	娛樂遊戲	E23	女服	服飾配件
A13						E24	宓司	服飾配件
A14	射氣球(槍)	娛樂遊戲	D1	服飾	服飾配件			
A15	遊戲機	娛樂遊戲	D2	帽子	服飾配件	F1	女服	服飾配件
A16	打彈珠	娛樂遊戲	D3	1000cc超大杯飲料	飲品	F2	始奴 S-Nu Style	服飾配件
A17	釣小鴨	娛樂遊戲	D4	鞋	服飾配件	F3	服	服飾配件
A18	超大射氣球	娛樂遊戲	D5			F4	耳機 鑰匙圈 鞋	生活用品
A19	撈魚	娛樂遊戲	D6	服飾	服飾配件	F5		
A20	輔大賓果	娛樂遊戲	D7	遙控車 選號對獎	娛樂遊戲	F6	韓國襪子	服飾配件
			D8	瘋骰子	娛樂遊戲	F7		
B1	阿國滷味	鹹食	D9	服飾	服飾配件	F8	迪士尼手機殼	生活用品
B2	泡泡鑽石冰茶	飲品	D10			F9	服	服飾配件
B3	鳳梨脆皮蝦球	鹹食	D11	服飾 圍巾 髮飾	服飾配件	F10		

B4	蚵類嗑現烤生蠔	鹹食	D12	服	服飾配件	F11	服	服飾配件
B5	深坑串燒臭豆腐	鹹食	D13	Love imagine	服飾配件	F12	服	服飾配件
B6	烤鳥蛋 爆漿地瓜球	其他	D14	楓糖美甲店	生活用品	F13	造型打火機 暖暖包	生活用品
B7	古早味桶仔冰	飲品	D15	小孩服	服飾配件	F14		
B8	照燒皮蛋	鹹食	D16	服 傳輸線	其他	F15	限量杯1000cc	飲品
B9	拌拌雞	鹹食	D17	台彩刮刮樂	娛樂遊戲	F16	豬同學臭豆腐香腸	鹹食
B10	焗烤香腸	鹹食	D18	P style	服飾配件	F17	夯達人時尚串燒	鹹食
B11	邱記10元炭烤	鹹食	D19	P style	服飾配件	F18	豬仔包	鹹食
B12	甘草芭樂哥	甜食	D20	P style	服飾配件	F19	手工碳烤pizza	鹹食
B13	一品無骨鳳爪	鹹食	D21	鞋	服飾配件	F20	高山冷泡茶飲	其他
B14	日船章魚小丸子	鹹食				F21	藝珈食堂 馬來西亞	鹹食
B15	上豪烤物	鹹食	E1	益智拼圖	生活用品	F22	暖暖包	生活用品
B16	香港茶	飲品	E2	P style	服飾配件	F23	原中山雞排	鹹食
B17	深坑串燒臭豆腐	鹹食	E3			F24	七張橋花生捲冰淇淋	甜食
B18	璨燒	鹹食	E4	香精	生活用品	F25	乙丁翁日式岩燒	鹹食
B19	十方緣	甜食	E5	男服	服飾配件			
B20	黑嚕嚕粉圓	飲品	E6					
B21	超夯起土 起土家族	鹹食	E7	運動商品	其他			
			E8	手機殼	生活用品	G1	炸蛋餅	鹹食
C1	老牛嫩仙草	飲品	E9	服	服飾配件	G2	阿文石頭玉米	鹹食
C2	10元摸彩大贈送	娛樂遊戲	E10			G3	黑米咪豬血糕	鹹食

			I17	金桔檸檬 洛神酸梅	飲品			
G4	滿都富汗蒙古烤肉	鹹食	I18	吳掌櫃煎餅舖	甜食	I1	烤鴨夾餅	鹹食
G5	紅燒 正宗強	鹹食	I19			I2	海線	鹹食
G6			I20	韓森臭豆腐薯條	鹹食	I3	古早味芋圓	甜食
G7	溫記	鹹食	I21	墨西哥捲餅	鹹食	I4	混蛋爆蝦	鹹食
G8			I22			I5	金牌炭烤雞排	鹹食
G9	金髮魷物	鹹食	I23	泡菜香腸	鹹食	I6	牛奶妹	甜食
G10			I24	雞腿 九層塔花枝	鹹食	I7		
G11	Uncle Sam	鹹食	I25	寒天Q棒	甜食	I8	台南府城小吃	鹹食
G12			I26	醬心獨巨	鹹食	I9	巧朵滋	其他
G13	酥炸包龍星	鹹食	I27			I10	羅東羊肉	鹹食
G14	東瀛花枝燒	鹹食	I28	安司健康堡	鹹食	I11		
			I29	綠的奇蹟	飲品	I12	包心龍珠	飲品
H1	高雄木瓜牛乳大王	飲品	I30	蛋黃肉芋餅	其他	I13	強爆飯 輕禾粒	鹹食
H2	饗越 越式炸春捲	鹹食	I31	天賜食緣	甜食	I14	胡椒鳳螺	鹹食
H3	大漢草原 新疆羊肉	鹹食	I32	爆蛋糕	甜食	I15	港式燒賣	鹹食
H4	炸杏鮑菇	鹹食	I33	轟炸大魷魚	鹹食	I16	沙朗牛肉串	鹹食
H5			I34	熱帶美國脆薯	鹹食			
H6	給個讚平價牛排	鹹食						
H7	周水茶舖	飲品	J1	黃金地瓜條	鹹食			
H8	黃色小鴨幸運池	娛樂遊戲	J2	蔥飽包	鹹食			
H9	東坡(島瓜)	鹹食	J3	巧克力牛奶棒	甜食			
H10	日式大阪燒	鹹食	J4	無骨戰鬥雞	鹹食			
H11	古早味傳統燒烤玉米	鹹食	J5	咕米咕米 金黃玉米	鹹食			
H12			J6	玉米	鹹食			
H13	Royal Milk	甜食	J7	波特村	鹹食			
H14	炙手暖暖包	鹹食	J8	爸爸的味道	鹹食			
H15	盆栽冰淇淋	甜食	J9	巧禾 鹽酥菇	鹹食			
H16	steak in pocket	鹹食	J10	鳳姐麻油雞	鹹食			

J11	井茶局 超大杯	飲品	J28	蒜泥蔥明	鹹食	K9	牛肉捲 雞腿捲	鹹食
J12	林家藥燉排骨	鹹食	J29	爆漿玉子燒	鹹食	K10	現炒糖炒栗子	甜食
J13	輔大牛排館	鹹食	J30	骰子	鹹食	K11	古早味糖葫蘆 現烤	其他
J14	香酥棒	鹹食	J31	盆栽提拉米蘇	甜食	K12	木瓜牛乳大王	飲品
J15			J32	芭萊郎	鹹食	K13	雪藏銅鑼燒	甜食
J16	姜	鹹食	J33	豬血糕	鹹食	K14	泰皇	鹹食
J17	黃金豚平燒	鹹食	J34	夯冠強	鹹食	K15	趙媽	鹹食
J18	醃醃味炸蛋餅	鹹食				K16	林去一么	鹹食
J19	炸飯糰	鹹食	K1	關雞	鹹食	K17	噴水杏鮑菇	鹹食
J20	PJ 印度奶茶	飲品	K2	馬西搜叻	鹹食	K18	醃漬水果	甜食
J21	阿基師	鹹食	K3	食在	鹹食	K19	滿口蝦	鹹食
J22	臭滋味	鹹食	K4	韓鳳花生甜點	甜食	K20	麥格問格 QQ	甜食
J23	綠光森林	甜食	K5	上海涼拌 拌斯雞	鹹食			
J24	林家蚵仔煎	鹹食	K6	韓鋪 辣炒年糕	鹹食			
J25	爽冰 天然 尙好	飲品	K7	慕尼黑 德國豬腳	鹹食			
J26	吃我	其他	K8	烏魯木齊 阿傑	鹹食			
J27	泰式香蕉煎餅	甜食						

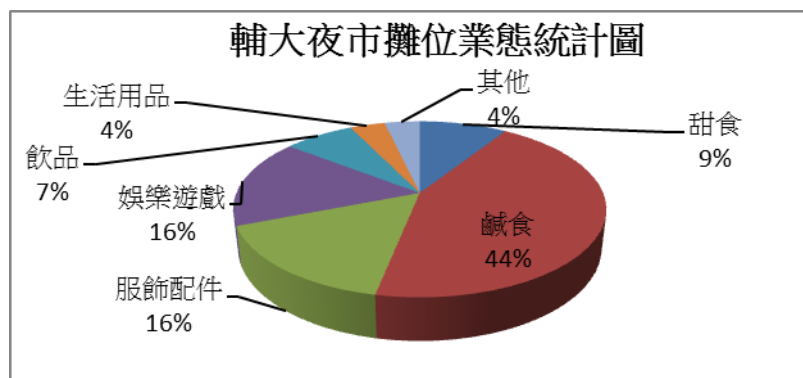
(二)輔大花園觀光夜市的攤販業態調查

本研究依攤商販售的商品，將輔大花園觀光夜市的業態分為七類，包括：鹹食、甜食、飲品、娛樂遊戲、生活用品及其他。

以下為各類別之定義：

- 1.甜食~味道為甜的，主要做為零食點心包括：糖葫蘆、冰淇淋等
- 2.鹹食~鹹味或辣味，較有飽足感，可做為正餐，包括：碳(燒)烤物、炸物、滷物等
- 3.飲品~冷熱飲、甜湯、冰等各類飲品，包括：茶店、粉圓店等
- 4.娛樂遊戲~活動的目的是吸引觀眾的注意力，給予觀眾樂趣，包括：套圈圈、碰碰車等
- 5.生活用品~日常生活所需之個人用品，包括：手機殼、指甲油等
- 6.服飾~包括衣物、服裝配件、包包、鞋子
- 7.其他~一家店賣兩種不同類型的物品或一食品同時具有甜味和鹹味，例如：蛋黃肉芋餅

根據本研究實地訪查結果統計(圖五)(表四)，輔大花園觀光夜市攤販業態中最多為販賣鹹食類產品，如：炸物，佔全部攤位的 44%。其次為娛樂遊戲類，如：套圈圈，和服飾配件類，皆佔 16%。甜食，如：糖葫蘆，也不少，佔 9%。飲品，如：紅茶，則是佔了 7%，其中生活用品及其他佔最少皆為 4%



<圖五> 輔大花園觀光夜市攤位業態統計圖

<表四> 輔大花園觀光夜市攤位業態組成表

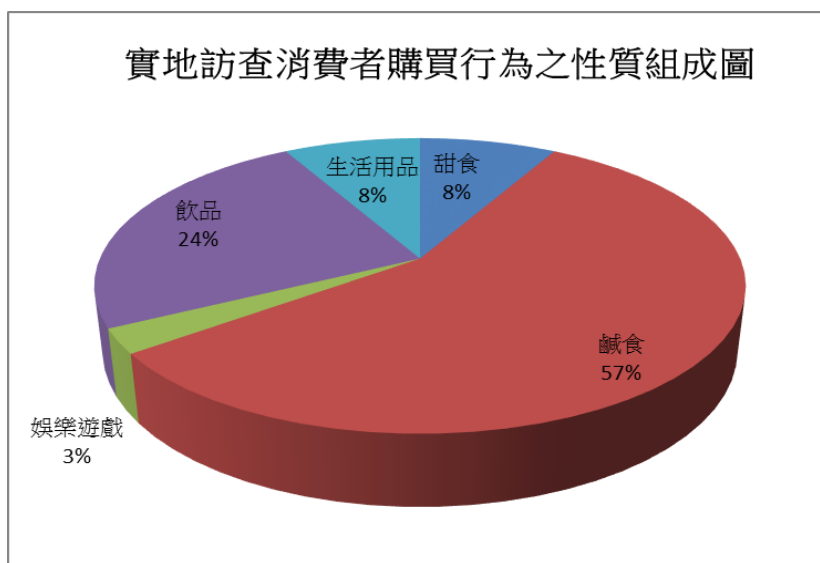
鹹食	97
服飾配件	35
娛樂遊戲	36
甜食	20
飲品	16
生活用品	8
其他	8

(三) 消費者購買行為調查

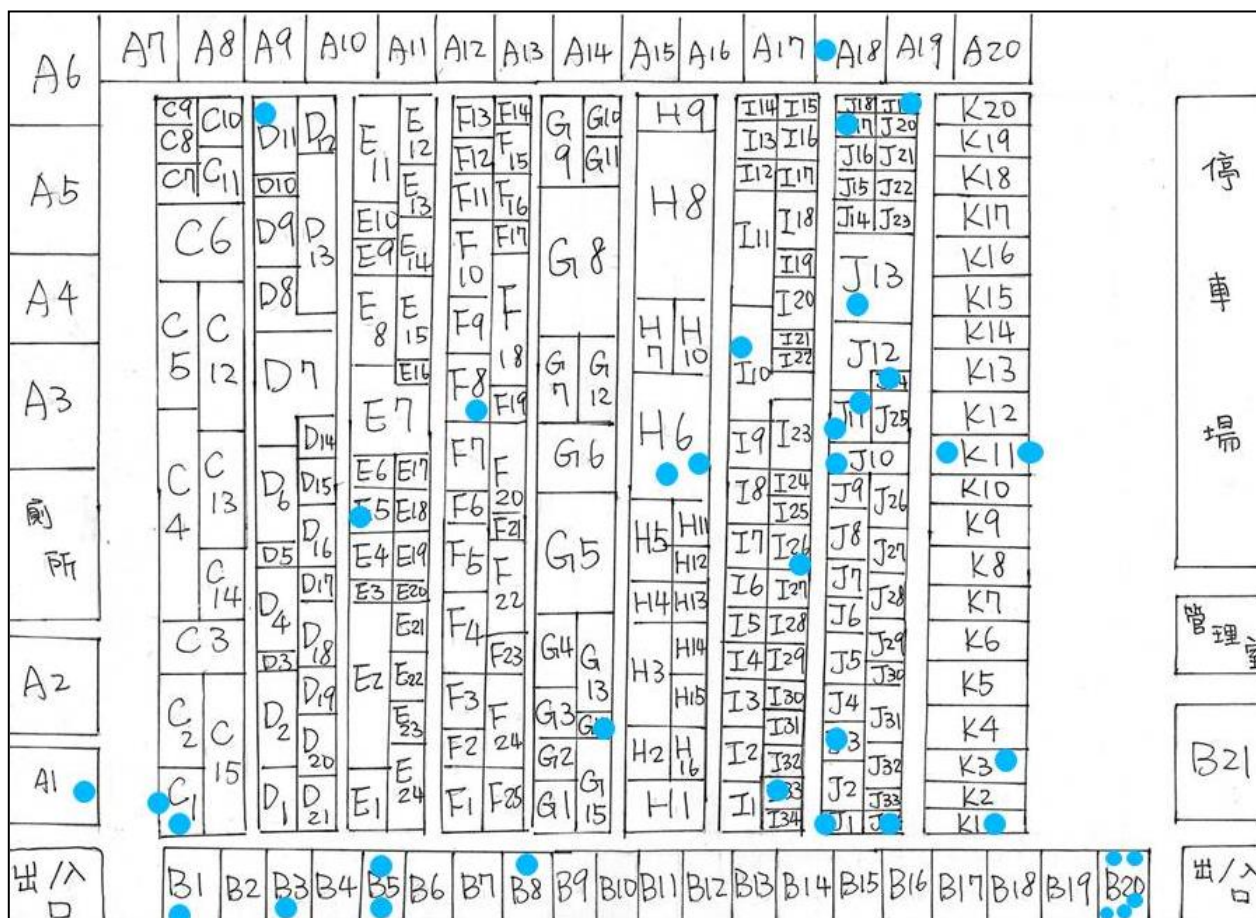
為了解消費者進入輔大花園觀光夜市的購買行為，本研究採取方便取樣，直接觀察的方法。研究者兩人分別在兩個出入口隨機尋找消費者並隨行觀察，記下每一位觀察目標消費的第一個攤位、性質及其位置。研究者總共觀察了 37 人，實際訪查結果如（表五）及（圖六）。

<表五> 實地訪查消費行為統計表

	座標	停留攤位	性質	20	K11	糖葫蘆	甜食
1	B1	阿國滷味	鹹食	21	A18	超大射氣球	娛樂遊戲
2	A1	憤怒大魷魚	鹹食	22	J11	井茶局	飲品
3	C1	老牛嫩仙草	飲品	23	J17	黃金豚平燒	鹹食
4	B20	黑嚕嚕粉圓	飲品	24	K11	糖葫蘆	甜食
5	B20	黑嚕嚕粉圓	飲品	25	K1	三星蔥腿板燒	鹹食
6	C1	老牛嫩仙草	飲品	26	K3	食在(唐捲雞 牛肉捲)	鹹食
7	I26	深海大魷魚	鹹食	27	I10	羅東羊肉	鹹食
8	J13	輔大牛排館	鹹食	28	H6	給個讚平價牛排	鹹食
9	B5	深坑臭豆腐	鹹食	29	J24	林家蚵仔煎	鹹食
10	J1	黃金地瓜條	鹹食	30	J3	巧克力牛奶棒	甜食
11	F8	迪士尼手機殼	生活用品	31	J11	井察局	飲品
12	B20	黑嚕嚕粉圓	飲品	32	B8	照燒皮蛋	鹹食
13	E5	男服	生活用品	33	H6	給個讚平價牛排	鹹食
14	D11	髮飾	生活用品	34	B3	鳳梨脆皮蝦球	鹹食
15	B20	黑嚕嚕粉圓	飲品	35	B20	黑嚕嚕粉圓	飲品
16	J19	炸飯糰	鹹食	36	B5	深坑串燒臭豆腐	鹹食
17	I33	轟炸大魷魚	鹹食	37	G14	東瀛花枝燒	鹹食
18	J34	噴汁香腸	鹹食				
19	J10	鳳姐麻油雞	鹹食				



<圖六>實地訪查消費者購買行為之性質組成圖



<圖七> 消費者第一個消費攤位分布圖

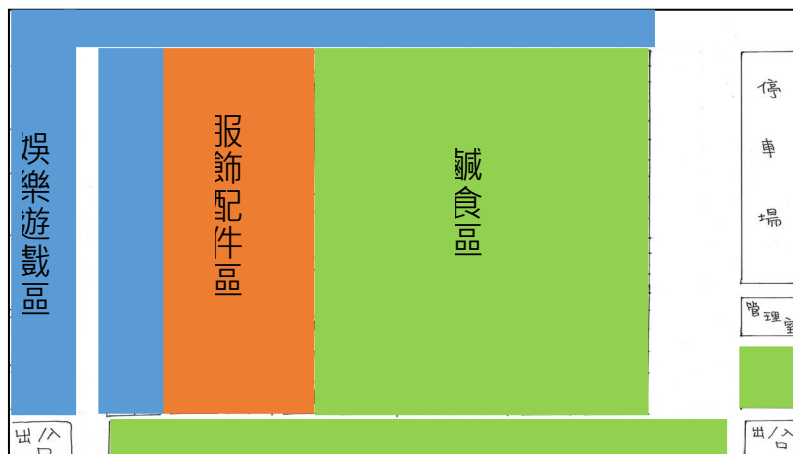
參●結論

一、攤位空間分布受消費行為影響

經過研究者到輔大花園夜市實地調查的結果顯示，消費者的購買行為與攤商的空間分布，是存在某些共通性或模式，研究結果如下：

(一)輔大花園夜市攤位空間分布

消費群眾聚集在出入口附近，故出入口附近攤商生意較好。鹹食占了此夜市的一大部分，且幾乎環繞在右側出入口處；娛樂遊戲集中在左上部；而服飾配件則位於整個夜市的中央偏左(如圖八)



<圖八>攤位性質分區圖

(二)輔大夜市攤位以販售鹹食為主

經由本研究實際調查結果(圖七)可觀察出 57%的民眾進入輔大花園觀光夜市第一個消費攤位為鹹食攤位，此夜市的鹹食攤位佔所有攤位的最大宗(44%)，且多分布在出入口處。可能與大部分的消費者進入夜市就是為了飽餐一頓有關，而為了迎合大眾的飲食習慣，晚餐多以鹹食為主，因此販賣鹹食類的攤位是此夜市組成很重要的一部份。而販賣甜食及飲品的攤位多夾雜在鹹食攤位之間，可能與國人逛夜市時，常常享用完晚餐接著會購買甜食或飲品有關；因此各式各樣的甜食和飲品出現在此夜市中，且彼此競爭非常激烈，各攤家無不絞盡腦汁打出最物超所值的優惠，喊出最吸引人的口號來吸引消費者上門。

二、夜市裡的明星攤位吸引人潮的原因

以黑嚕嚕粉圓為例，分析其吸引人的因素：

- (一) 網路宣傳：網友在網誌上推薦，網路平台討論，和觀光局所辦的網路票選活動增加了消費者對攤位的認識。
- (二) 電視節目報導：美食節目或新聞採訪推薦。製作單位到現場訪問店家，增加曝光率，並透過影音傳送，引起消費者前往消費的動機。近年來，由於媒體記者的報導，吸引了不少饕客和觀光客前來朝聖，使輔大花園夜市從地區型夜市升級為全國性夜市，為台灣觀光產業增添亮點與色彩，推動台灣經濟。
- (三) 群眾心理因素：一般人常會往人多的地方聚集，看到大排長龍的人群也會不自覺的被吸引過去。

三、夜市除了食與衣之外的娛樂功能

根據本研究之調查結果發現，輔大花園夜市約有 16%的攤家是屬於遊戲攤位，滿足了消費者餐後娛樂的需求；輔大花園夜市攤位所提供的遊戲種類多，許多家長帶著小孩來夜市體驗平常接觸不到的遊樂（如：套圈圈），在玩樂的同時可以促進親子之間的情感；青少年們可以在遊戲攤販中互相較勁（如：射飛鏢、氣球），因此夜市堪稱為老少咸宜、親朋好友交流的好去處。

四、輔大花園夜市吸引人潮的原因

- (一) 位置優勢：離近輔仁大學，因應許多學生需求；附近的住家可以來此夜市尋找便宜的生活用品
- (二) 交通便利：接近輔大捷運站，出口也都在大馬路旁，並設有汽、機車停車位。上述兩點致使商品圈擴大。

五、給攤商的建議

設攤在出入口、推出優惠活動、發揮創意，提升知名度都是吸引人的好方法。在眾多攤販中，鹹食有一定的市場，甜食、飲品若多一點創意，吸引媒體的採訪，便可打出知名度。新穎及有創意的食物是吸引消費者的關鍵。

六、研究心得

夜市就像平民的百貨公司，台灣的夜市除可以品嚐道地的地方小吃，亦可品嚐到各國的特色美食，逛夜市可以感受台灣人的熱情，亦可發現各攤家在腦力激盪下發揮創意，融合異鄉文化創造出新穎的美食；因此，夜市帶給我們的不只是娛樂，同時也是舊文化傳承及新文化融合的地方。

肆●引注資料

管金宏、劉再峰、簡嘉蕙 (2014)。觀光夜市小吃之研究。黎明學報，25(1)，119-132。

李素馨、李維貞、黃芳銘 (2008)。外籍遊客之夜市旅遊行為與體驗之關係。休閒與遊憩研究，2(2)，63-90。

沈進成、廖若岑、周君妍 (2005)。遊客體驗、旅遊意象、滿意度與忠誠度影響關係之研究－以華山咖啡為例。戶外遊憩研究，18(3)，59-79。

李曉青、趙慧芳、陳彥亭 (2013)。健康概念宣稱對消費者購買行為之影響。亞太經濟管理評論，16(2)，1-26。

鍾聰美 (2003)。台中市連鎖書店消費者滿意度及行銷策略之研究－以諾貝爾書局為例。南華大學出版學研究所碩士論文，9-10。