



嶺東科技大學  
LING TUNG UNIVERSITY

資訊管理系

## 六寶蜂蜜之社群經營

指導教授：馮曼琳 教授

組員名單：莊于晨 A88B059

蔡友慈 A88B020

鄧怡萱 A88B014

童玉凌 A88B007

中 華 民 國 1 1 2 年 0 5 月



## 謝 誌

本專題報告得以順利完成，首先要感謝恩師馮曼琳老師耐心指導我們，提供我們許多專題上寶貴的意見，有曼琳老師的指導和支持，我們克服了所有的困難，完成了這個專題。您的指導和建議，讓我們更加深入地了解專題的內容，提高了我們的能力及創新的發想。

研究報告口試期間，感謝陳元瓊老師、林孟源老師不辭辛勞細心審閱，給予我們專題上專業知識的指導，並且提供行銷的寶貴知識，使我們的專題內容以更加完善，在此由衷的感謝。

最後，感謝系上諸位老師在各學科領域的熱心指導，增進行銷及網站上的寶貴知識，為自己的未來奠定更加穩固的基礎，在此致上最高謝意。

莊于晨  
蔡友慈  
鄧怡萱  
童玉凌

謹誌

中華民國112年05月於嶺東

## 摘 要

現今生活進入科技進步時代，線上電子商務購物方式已經是日常生活一部分，由於近年疫情的發展，使許多產業將實體銷售商品轉為在網路上銷售的模式，本專題即以農業電子商務銷售為主，帶領小農走入新的科技銷售模式。

本專題以台中市大雅區在地小農為合作對象，協助養蜂小農以網路行銷方式販售自家蜂蜜產品，可以達成自產自銷自家蜂蜜的銷售。內容包括養蜂小農的網站建置、小農養蜂知識分享、簡易問卷調查、蝦皮電商平台銷售商品及商品網路行銷。其中協助小農建置官方網站，透過 Facebook、Line 官方帳號經營使更多消費者透過網路行銷了解在地小農品牌經營及養蜂過程，將小農養蜂的方法與蜂蜜相關的知識影片上傳 Youtube 平台，使消費者透過影片了解蜜蜂與蜂蜜的相關知識。蜂蜜產品蝦皮電商平台上架，提供消費者透過非實體網路交易進行商品選購。透過發放問卷，協助小農分析蜂蜜商品在電商的市場趨勢，深入了解觀眾對於六寶蜂蜜的 Youtube 頻道影片及六寶蜂農網站建置之建議。

農業電子商務之研究可以協助傳統小農對改變過去以傳統口耳相傳的方式販售商品，利用資訊科技線上快速完成商品訂購。本專題以養蜂小農的商品銷售為研究，透過網站建置、影片拍攝，社群經營等新科技協助小農推廣蜂蜜產品，開拓農業電子商務新里程。

關鍵字：蜜蜂、蜂蜜、養蜂、小農、農業電子商務

# 目 錄

摘 要 .....	I
目 錄 .....	II
表目錄.....	IV
圖目錄.....	V
第壹章 緒論.....	1
1.1 研究動機.....	1
1.2 研究目的.....	1
第貳章 文獻回顧與探討.....	2
2.1 農業電商.....	2
2.2 小農經濟學.....	3
2.3 蜂蜜的效用.....	3
2.4 蜜蜂養殖.....	3
2.5 蜂蜜商家參考.....	4
2.5.1 蜜蜂工坊.....	4
2.5.2 蜂本舖.....	5
第參章 研究方法.....	6
3.1 研究步驟.....	6
3.2 研究方法.....	7
3.3 網站架構圖.....	7
3.3.1 首頁.....	7
3.3.2 最新消息.....	7
3.3.3 關於我們.....	7
3.3.4 前往購買.....	7
3.3.5 蜂蜜小寶庫.....	8
3.4 影片內容及企劃.....	8
3.4.1 六寶蜂蜜農場環境介紹.....	8
3.4.2 六寶蜂蜜-防護帽穿戴篇.....	9
3.4.3 六寶蜂蜜-蜂農採訪篇.....	10
3.4.4 六寶蜂蜜-蜜漬檸檬.....	11
3.4.5 六寶蜂蜜-蜂蜜烤雞腿篇.....	11
3.5 開發軟體及系統需求.....	12
3.5.1 Notepad++.....	12
3.5.2 威力導演.....	12

3.5.3 Canva .....	12
3.5.4 Google Forms .....	13
3.5.5 SPSS .....	13
3.5.6 000Webhost .....	13
3.6 甘特圖 .....	14
3.7 工作分配表 .....	15
第肆章 成果展示 .....	16
4.1 問卷分析 .....	16
4.2 電子商務平台 .....	18
4.2.1 蝦皮購物 .....	18
4.2.2 7-Eleven 賣貨便 .....	18
4.2.3 Facebook 粉絲專頁 .....	19
4.2.4 Instagram 官方粉絲專業 .....	22
4.2.5 Line 官方帳號 .....	23
4.3 Youtube 影片 .....	24
4.4 六寶蜂農官方網站 .....	27
4.4.1 首頁 .....	27
4.4.2 最新消息 .....	28
4.4.3 關於我們 .....	30
4.4.4 前往購買 .....	31
4.4.5 蜂蜜小寶庫 .....	33
第伍章 結論與未來展望 .....	35
參考文獻 .....	36
附錄 .....	37

## 表目錄

表3.1	開發軟體表.....	13
表3.2	工作表分配.....	15
表4.1	基本資料數據.....	16
表4.2	Youtube 影片大綱.....	25

## 圖目錄

圖2.1	2022年零售業網路銷售成長圖.....	2
圖2.2	熊媽媽買菜網.....	3
圖2.3	蜜蜂工坊食譜介面.....	4
圖2.4	蜜蜂工坊 Instagram.....	5
圖2.5	蜂本舖網頁.....	5
圖3.1	研究步驟程序圖.....	6
圖3.2	網站架構圖.....	8
圖3.3	環境介紹篇.....	9
圖3.4	防護帽穿戴說明.....	10
圖3.5	蜂農採訪篇.....	10
圖3.6	蜂蜜檸檬篇.....	11
圖3.7	蜂蜜雞腿製作.....	12
圖3.8	甘特圖.....	14
圖4.1	消費者常用的電商平台數據.....	16
圖4.2	消費者想在網站上看到的內容數據.....	17
圖4.3	消費者想在影片上看到的內容數據.....	17
圖4.4	六寶蜂蜜官方蝦皮.....	18
圖4.5	賣貨便下單介面.....	19
圖4.6	六寶蜂蜜官方 Facebook.....	20
圖4.7	六寶蜂蜜官方 Facebook 貼文.....	20
圖4.8	六寶 Facebook 粉絲專業觸及洞察數據.....	21
圖4.9	六寶 Facebook 粉絲專業觸及洞察數據之二.....	21
圖4.10	最佳貼文數據.....	21
圖4.11	六寶蜂蜜 Instagram 首頁.....	22
圖4.12	六寶蜂蜜 Instagram 貼文.....	22
圖4.13	最佳貼文數據.....	23
圖4.14	六寶蜂蜜官方帳號.....	23
圖4.15	六寶蜂蜜官方帳號回復訊息.....	23
圖4.16	官方帳號訊息回復介面.....	24
圖4.17	Youtube 首頁.....	25
圖4.18	Youtube 觀看數據.....	27
圖4.19	Youtube 熱門影片.....	27
圖4.20	六寶官方網站首頁.....	28
圖4.21	六寶官方網站首頁之二.....	28
圖4.22	六寶官方最新消息.....	29
圖4.23	六寶官方最新消息之二.....	29

圖4.24	六寶官方關於我們.....	30
圖4.25	六寶官方關於我們之二.....	30
圖4.26	Line 教學說明.....	31
圖4.27	蝦皮教學說明.....	32
圖4.28	蜂蜜小寶庫大標題.....	33
圖4.29	蜂蜜小寶庫內文.....	34

# 第壹章 緒論

## 1.1 研究動機

六寶蜂蜜是本專題組員的家人因緣際會之下開始對養蜂產生興趣，所以創立六寶蜂蜜品牌，蜂蜜一直以來都是自產自銷，原依靠親朋好友口耳相傳販售自家的蜂蜜產品，本專題以電子商務平台幫助在地小農銷售蜂蜜產品，提高知名度；透過社群媒體及影音平台宣傳蜂蜜產品，建立六寶蜂農官方網站以及 Youtube 頻道。

現代科技發展快速，網路購物佔據生活一大部分，近幾年疫情的影響，使許多產業涉及網路行售領域，民生用品、電子產品、農業產品，以網路銷售方式販售自家產品。本專題與在地養蜂小農合作，使用網路科技小農蜂蜜產品網路銷售，讓小農產品不受到地區限制，不受地理侷限的商品行銷。

## 1.2 研究目的

本專題以影片介紹的方式使消費者瞭解食用蜂蜜的益處，認知小農從養蜂、搖蜜的過程。建立社群網站推廣六寶蜂蜜，架設官方網站使消費者瞭解關於小農的故事及養蜂知識；創建六寶蜂蜜官方 Line 帳號，提供產蜜資訊，告知消費者預訂蜂蜜產品的時間。

本專題目的條列式如下：

- 一、透過電子商務平台讓小農的知名度上升。
- 二、架設官方網站讓買家瞭解養蜂知識及小農故事。
- 三、建立六寶官方 Youtube 頻道使觀眾瞭解六寶蜂蜜。
- 四、建立六寶官方 Line 帳號通知消費者預訂蜂蜜產品的資訊。

# 第貳章 文獻回顧與探討

## 2.1. 農業電商

隨著網路的發達，人們使用網路購買日用品、衣服、飾品等，近年來因疫情的發展，使許多人居家辦公，以至於電商逐漸成為人們在疫情中購物的第一首選。

我國 2022 年非店面零售業成長率自 2021 年的 13.97% 降至 8.26%，其中「電商&郵購業」年增率更自 18.33% 大幅下滑至 8.74%，雖然低於 2010-2021 間的成長表現，但 2022 年非店面零售業成長率仍高於實體零售業，使實體零售業比率持續下滑[1]，由此可知，因疫情關係近兩年來網路購物的人快速上升，就算現今疫情舒緩大眾的消費習慣也逐漸改變，零售商也開始在網路販售賣的物品也是玲瓏滿目，生活用品、電器、生鮮蔬食都可以網購。在電子商務創業的商業機會提高，非店面零售業的銷售量有明顯上的趨勢，說明電子商務創業是近幾年的商業趨勢。



圖2.1 2022年零售業網路銷售成長圖

疫情的發展，人們外出的頻率減少，使菜農們的生意慘淡，因此崛起了農業電商，透過網路訂購想要的蔬果、生鮮食品，使用網路將農產直送消費者已成為趨勢，產銷結構簡化，農民利潤相對提高，電子商務發展將牽動著整條農業產銷鏈[2]；崛起了外送平台與商家合作，使用手機 APP 訂購商品，生鮮蔬果送到家門口。例如熊媽媽買菜網，從電視銷售涉及電商，蔬果生鮮應有盡有，滿足了疫情期間買菜的需求。利用網路電商讓都市與農村可以互相帶動經濟效益，使在地小農可以有被看見的機會。



圖 2.2 熊媽媽買菜網

## 2.2 小農經濟學

台灣因循過去的土地政策，導致農地零碎化，不可避免的走向小農經濟為主的路線。不論是通路、媒體、市場，我們看到一個個小農明星，宛如小農經濟百家爭鳴的黃金時代。青年返鄉擁抱土地，除了有限的主地種植提高收益，也透過優異的農業行銷與包裝能力，提升農產品附加價值。在農業工業化基礎上，小農經濟正從規模量產走向少量質優的新農業經濟模式。

小農經濟處於高度自由競爭的創新市場，在競爭市場中，小農就像一個新創企業，競爭在高風險、高利潤的經營模式中，試圖開創屬於自己的一片天。台灣具有優秀的育種技術、專業的農業分工、優質的土地及多樣化地形、便利的交通設施、網路應用的普及、完善的宅配系統等，種種條件都使台灣成為一個相當適合小農經濟發展的農業電商通路[3]。

## 2.3 蜂蜜的效用

我們在日常生活中有許多機會用到蜂蜜，然而我們卻不知道它們有這麼多功效對人體的好處，例如：止咳化痰、增強記憶力、修復皮膚、幫助睡眠、養顏美容、保養心血管、降血脂還是天然的解酒劑，如果我們能運用蜂蜜帶來的好處就可以讓身體越來越健康[4]。

蜂蜜雖然對人體有許多的好處，但要是使用方法錯誤，反而會傷害我們的身體健康，例如：不能空腹喝蜂蜜水、糖尿病患者要謹慎食用等，只要注意這些事情就能讓蜂蜜對身體好處多多，希望能藉由本次專題讓人們對蜂蜜的知識及食用方法更加重視[5]。

## 2.4 蜜蜂養殖

養殖蜜蜂與製造蜂蜜，都是不可或缺的存在，現在真正以蜜蜂採集的蜂蜜急遽減少，也有人造的蜂蜜流通在市場上，代表著製造蜂蜜的人越來越少，不了解蜂蜜生產由來。

養殖蜜蜂首先要挑選蜂種，依蜜蜂的特性及環境氣候挑選出適合自己的蜜蜂，養殖環境需挑選在一定的範圍內要有兩種以上的蜜源才是對蜜蜂較好的環境，管理蜜蜂群體的居住空間，他們的房子叫做蜂箱，要保持蜂箱整潔外，還需要觀察外觀是否有裂痕，防止其他巢的蜜蜂進來[6]，繁殖蜜蜂之前要做好預防措施防止蜜蜂生病，最好的預防時機就是趁蜂脾還沒有幼蟲時，用滿撲掛片但藥劑量不可太多，蜜蜂可能會死亡，所以這些步驟都是不可缺席的！

養蜂的地形要依據產蜜的種類去做篩選規劃，例如要產龍眼蜜必須要注意龍眼樹的數量分布以及開花情況，也要觀察地形以及附近的蜂群數量；若是單純產花粉的蜜蜂場附近則必須要有乾淨的水源，並且要確保附近無蜜蜂的天敵，環境也要清澈，地勢平穩不積水，養蜂要注意很多環境的情況，這樣產蜜效果才會佳。

## 2.5 蜂蜜商家參考

### 2.5.1 蜜蜂工坊

蜜蜂工坊是一群六、七年級生的兄弟檔，在接手蜂產品二十餘年之後，發現很少人關注這個領域，於是想要將蜂蜜這個領域分享給世人[7]，蜜蜂工坊除了販售一般蜂蜜之外還有研發其他蜂蜜相關的產品如蜂王漿膠囊、蜂蜜醋等，包裝精美也與知名卡通聯名。其官網也有放上蜂蜜知識以及食譜等等。

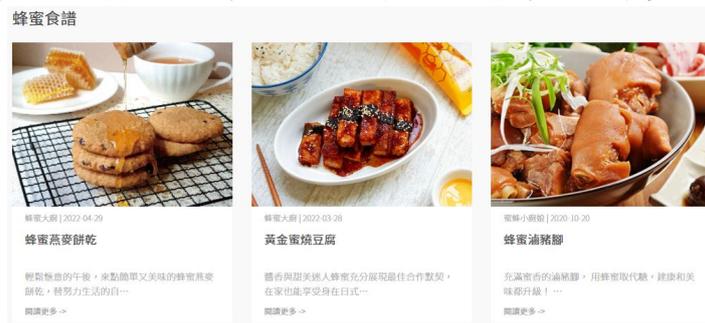


圖2.3 蜜蜂工坊食譜介面

蜜蜂工坊 Instagram 的圖文排版是為現今較流行的交錯圖排版，由一篇放產品照片一篇放手會圖片排版，本專題也可以參考這個方式來排版，吸引更多用戶觀看。



圖2.4 蜜蜂工坊 Instagram

### 2.5.2 蜂本舖

蜂本舖於1968年創立，原是一般務農子弟在因緣際會之下開始游牧養蜂，之後將技術傳承到第二代便逐步經營品牌「蜂本舖」[8]，經過五十年的傳承，蜂本舖也獲得不少的獎項同時也拿到了國家合格認證標準。蜂本舖其特色是有三種不同味道的蜂蜜產品以及蜂膠喉糖。本專題參考蜂本舖的網頁去做排版設計，蜂本舖的網頁有放置最新消息以及關於我們，圖片使用輪播方式方便買家觀看，其購買方式以及地圖放置都可以作為專題網頁的參考。



- 台灣養蜂協會會員
- 通過國產蜂產品證明標準
- 農藥、抗生素檢驗合格



蜂本舖-蝦皮商店(長期配合免運卷)



7-11店到店多元付款(免運&多件優惠)

圖2.5 蜂本舖網頁

# 第參章 研究方法

## 3.1 研究步驟

本專題以蜂蜜小農的需求去做研究方向，小農主要想以電子商務的方式做宣傳銷售，電子商務以經營蝦皮、Facebook 粉絲團為主。問卷會關於買家對於蜂蜜的價格、使用需求、購買的平台以及寄送方法做詢問。建立 Youtube 六寶小農帳號，會以介紹蜂蜜影片為主題，製作蜂蜜料理、飲品，製作蜂蜜手工產品等等。架設六寶蜂農的官方網站，網站會以圖文方式介紹六寶蜂農的養蜂小故事，也會介紹蜂蜜的益處，以及真假蜂蜜的圖片文章；建立六寶蜂蜜 Line@，加入可以得到蜂蜜的最新資訊，也可以在官方 Line 預定蜂蜜或是詢問蜂蜜資訊。

1. 討論專題之方向。
2. 決定主題以及規劃流程。
3. 資料與文獻收集。
4. 設計問卷調查關於蜂蜜喜好、希望能在六寶蜂蜜網站上吸收到什麼樣的知識等。
5. 著手拍攝小農的生活影片，預先安排時程企劃，後拍攝剪輯在 Youtube 上架。
6. 架設蜂蜜小農的官方網站，介紹蜂農小故事以及蜂蜜養生等知識。
7. 專題成果。

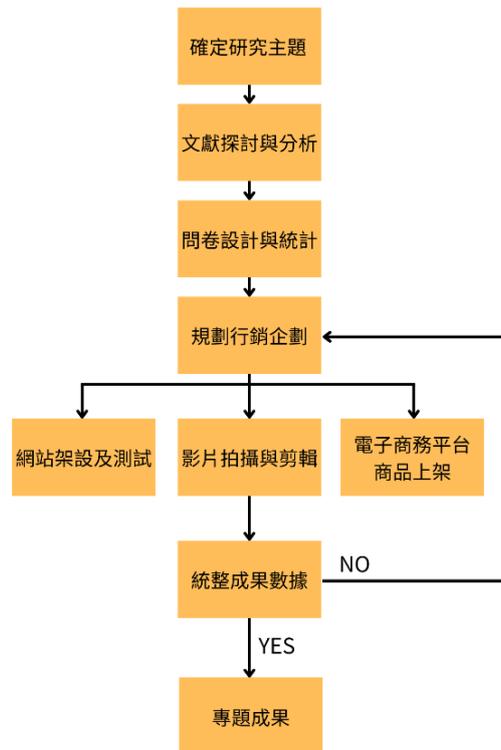


圖3.1 研究步驟程序圖

## 3.2 研究方法

開放式問卷方法:

本專題使用 Google Forms 設計問題，調查大眾最常使用的電商平台，大眾對於在電商購買蜂蜜的意願；以開放式問卷的方式詢問消費者為何不在電商平台上購買蜂蜜類產品；調查消費者在六寶網站想觀看到什麼樣的資訊（包括蜂蜜的小知識、蜂蜜的食譜、手工蜂蜜肥皂等），以及觀眾希望在六寶蜂蜜的 Youtube 頻道上看到什麼樣的內容(例如:蜜蜂農場環境介紹、蜂蜜料理的實作影片等)。

最後依據 Google Forms 後台統計數據，製作網站及拍攝影片內容參考，瞭解消費者不選擇在電商平台上購買蜂蜜的原由，制訂行銷方案。

## 3.3 網站架構圖

六寶蜂蜜的架構圖，除了首頁以外還有最新消息、關於我們、前往購買、關於蜂蜜、蜂蜜小寶庫，使觀眾方便瀏覽網頁，更加瞭解六寶蜂蜜的相關資訊。

### 3.3.1 首頁

首頁會有六寶蜂蜜產品的介紹及放上產品照片，會介紹小農養蜂的環境以及影片。左側會有 Facebook、Youtube、Instagram 等圖示，點擊圖式即可進入相對應的官方粉絲團。

### 3.3.2 最新消息

發布 Facebook、Instagram、Youtube 等最新資訊點入標題即可進入該貼文。

### 3.3.3 關於我們

1. 產品資訊：將產品資訊以及產品圖放在網頁上，讓瀏覽者更能瞭解六寶蜂蜜的產品，也能對產品有更進一步的瞭解。
2. Line 官方：放上 Line 的圖片，點擊圖片可以進入加入官方好友的畫面，即可直接加入好友。
3. Instagram 官方：放入 Instagram 圖示可以直接連接到六寶蜂蜜官方 Instagram，提供瀏覽者追蹤，點入圖示後即可瀏覽
4. Youtube 官方：放上 Youtube 圖示，圖示可以連接到官方頻道，使瀏覽者可以直接進入官方頻道直接瀏覽影片。

### 3.3.4 前往購買

1. 官方 Line 訂購：使用圖片說明如何加入六寶蜂蜜的官方 Line，加入官方 Line 好友之後在聊天室輸入預訂系統會跳出訂購者資訊，輸入完訂購者資訊回傳聊天室即可完成預訂。
2. 官方蝦皮搜尋：使用蝦皮搜尋引擎輸入”六寶蜂蜜”或是官方代

碼”tsaikal”即可找到六寶蜂蜜的官方賣場。

### 3.3.5 蜂蜜小寶庫

有關蜂蜜等相關知識及應用都會更新至蜂蜜小寶庫，會以部落客的形式排版。

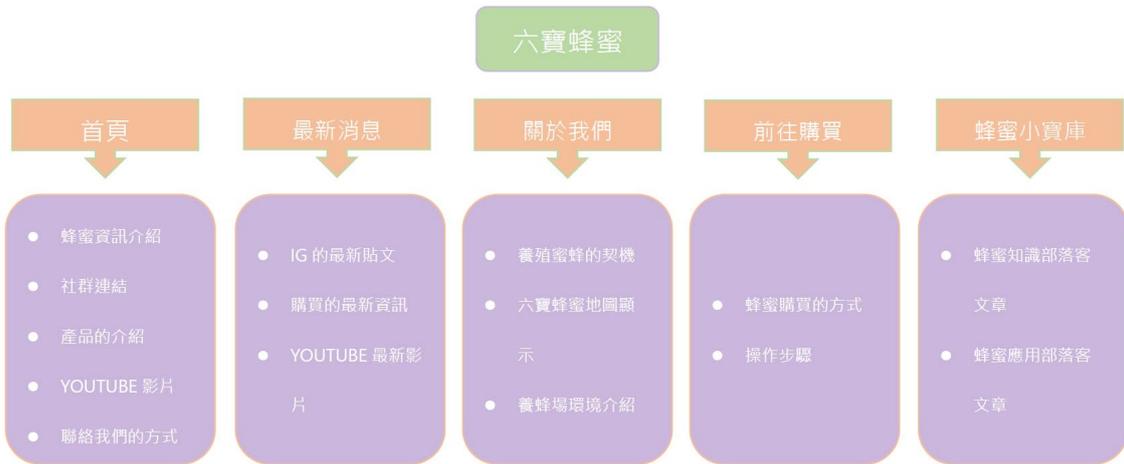


圖3.2 網站架構圖

## 3.4 影片內容及企劃

本專題會在 Youtube 建立小農專屬頻道，拍攝內容會以小農的生活、養蜂知識、蜂蜜相關做影片企劃。

### 3.4.1 六寶蜂蜜農場環境介紹

我們用輕鬆休閒的方式帶大家認識小農的養蜂環境，一開始帶大家從門口走到養蜂場的環境，可以看到周遭種滿了許多荔枝樹，蜂場更座落在荔枝林中，旁邊就是小農自給自足的小菜園，身後更是被稻田所圍繞，不遠處就是潭雅神自行車步道，步道上更是有許多不同樹木有台灣欒樹等，這樣的環境可以說是相當適合養蜂的場所。

拍攝時間為10月下旬，正好是稻田即將成熟之時整片綠油油的很是愜意，並上傳至六寶蜂蜜官方 Youtube。我們把影片輸出成1080P 並上傳至網路雲端存放於六寶蜂蜜官網及官方 Youtube。

以下是六寶蜂蜜影片內容及網址

<https://www.youtube.com/watch?v=25qy8IGGsp0>



六寶蜂蜜 - 環境介紹篇

圖3.3 環境介紹篇

### 3.4.2 六寶蜂蜜-防護帽穿戴篇

我們用實際穿戴方式介紹防護帽穿戴流程，防護帽在搖蜜時相當重要，保護頭部以及頸部不受蜜蜂螫刺，防護帽分為圓形以及方形，普遍養蜂農家都是使用圓帽較多[9]，本專題影片是教學原帽的穿戴法。

首先分辨防護帽的正反面，之後將防護帽套好頭部，再將兩條束帶穿過手臂固定帽子不脫落，最後把頭髮塞進防護帽裡！蜜蜂如果鑽進頭髮裡很難發現所以在不戴防護帽的情況下也務必不要披頭散髮的，以側安全。

我們把影片輸出成較好畫質的音訊檔並上傳至網路雲端存放，置入六寶蜂蜜官網及官方 Youtube，影片為20秒的短影片 (Shorts)。

以下是六寶蜂蜜影片內容及網址

<https://www.youtube.com/shorts/219zSiY5dx>



圖3.4 防護帽穿戴說明

### 3.4.3 六寶蜂蜜-蜂農採訪篇

實際採訪小農也收集了一些蜜蜂相關問題，讓小農為我們展示以及解說，小農也逐一介紹養蜂環境，蜂箱等相關介紹，蜂膠蜂蠟的區別，小農所飼養的蜜蜂品種、蜂王乳的介紹、各個不同蜜蜂的介紹以及展示、以及小農養蜂的故事心路歷程等，希望可以透過影片解說可以讓顧客可以對六寶蜂蜜有更進一步的了解。

以下是六寶蜂蜜影片內容及網址

<https://www.youtube.com/watch?v=oOLjTJ40Yak&t=454s>



六寶蜂蜜-蜂農採訪篇

圖3.5 蜂農採訪篇

### 3.4.4 六寶蜂蜜-蜜漬檸檬

實際製作蜜漬檸檬，利用蜂蜜代替砂糖來蜜漬檸檬，先用鹽巴搓洗檸檬外皮去澀，再將檸檬放入飲用水中清洗乾淨。

選黃檸檬來醃漬，再使用流動的生飲水搓洗檸檬約2分鐘，將檸檬完全擦乾，以免變質。準備一鍋滾水，小心放入準備盛裝檸檬的玻璃罐，汆燙過後取出放置一旁風乾。將檸檬盡量切成越薄的片狀越好，接著鋪上第一層檸檬片後淋上一層蜂蜜，再鋪上第二層檸檬後淋上一層蜂蜜，以此類推直至玻璃罐填滿，加蓋後放冰箱冷藏約2~3天即完成。品嚐時可依喜好用熱水、熱茶或加冰塊沖泡[10]。

以下是六寶蜂蜜影片內容及網址

<https://www.youtube.com/watch?v=equHSZQjivQ>



六寶蜂蜜-蜂蜜檸檬製作

圖3.6 蜂蜜檸檬篇

### 3.4.5 六寶蜂蜜-蜂蜜烤雞腿篇

實際製作蜂蜜烤雞腿，利用蜂蜜代替砂糖來蜜漬檸檬，先用鹽巴搓洗檸檬外皮去澀，再將檸檬放入飲用水中清洗乾淨。

選黃檸檬來醃漬，再使用流動的生飲水搓洗檸檬約2分鐘，將檸檬完全擦乾，以免變質。準備一鍋滾水，小心放入準備盛裝檸檬的玻璃罐，汆燙過後取出放置一旁風乾。將檸檬盡量切成越薄的片狀越好，接著鋪上第一層檸檬片後淋上一層蜂蜜，再鋪上第二層檸檬後淋上一層蜂蜜，以此類推直至玻璃罐填滿，加蓋後放冰箱冷藏約2~3天即完成。品嚐時可依喜好用熱水、熱茶或加冰塊沖泡[11]。

以下是六寶蜂蜜影片內容及網址

<https://www.youtube.com/watch?v=no4bX-XDBxw>



六寶蜂蜜-蜂蜜雞腿製作

圖3.7 蜂蜜雞腿製作

## 3.5 開發軟體及系統需求

### 3.5.1 Notepad++

Notepad++是自由軟體的純文字編輯器，具有完整的中文介面，也支援多國語言撰寫功能(採用 UTF-8編碼)，其功能比一般電腦筆記本豐富，除了文字編輯也可用於撰寫電腦程式的編輯器。

本專題使用 Notepad++來編輯六寶蜂蜜的官方網站加上 CSS 語法製作網頁介面排版[12]，使用 HTML 語法排版左圖右字使版面更流暢[13]，首頁介紹蜂蜜產品其列表會介紹六寶蜂蜜的介紹、關於蜜蜂的知識、蜂蜜的料理食譜、六寶蜂蜜相關資訊等。

### 3.5.2 威力導演

威力導演是一款非線性的影片剪輯軟體，由訊連科技發行。裡面有豐富的剪輯素材具豐富的功能，也能讓使用者自由上傳編輯自己的檔案，多種影片格式可匯出；編輯畫面簡單明瞭容易上手，適合新手操作[14]。現今除了 Windows 版本以外，在 Ios、Android、MacOS 都可以下載使用，能使用的平台多元方便。

本專題拍攝蜂蜜相關影片，使用威力導演做影片整理，將片段整理好後開始剪輯影片影片，使用字幕工訪做字幕方便觀眾觀看，使用音效做影片的效果點綴。

### 3.5.3 Canva

Canva 是可以用於圖片編輯、海報、文件、簡報、影片的平面設計平台，Canva 提供了100多種語言介面，降低了使用上的困難度，淺顯易懂的介面容易入手。裡面有許多免費精美的素材，多樣化的尺寸選擇，也提供很多現成的模板做使用，可以付費加入訂閱方案，解鎖更多的額外功能。

本專題使用 Canva 軟體官方的動畫圖加上文字動畫製作六寶蜂蜜官方

Youtube 的片頭以及片尾[15]，官方 FB、IG 的圖文以及 Line 的 QR Code 宣傳圖片使用了 Canva 本身無版權的圖片做貼文設計。

### 3.5.4 Google Forms

Google Forms 是 Google 推出的調查管理應用程式，使用者可以透過 Google Forms 來製作電子表單，可以將表單連結共享給許多人做填寫，剩下了傳統路上發放問卷的時間，蒐集到的結果可以在後台看到整合後的結果，Google Forms 也可以作為考試以及報名表做使用[16]。

本專題使用 Google Forms 來調查顧客對於在電商平台上購買蜂蜜的想法以及調查顧客想要在六寶蜂蜜的網站看到什麼樣的相關資訊(例如:蜂蜜的食譜、養蜂知識、蜂蜜的養生資訊等)，想在六寶蜂蜜的官方 Youtube 看見什麼樣的影片(例如:養蜂環境、製作蜂蜜料理等)。

### 3.5.5 SPSS

SPSS 原名為社會科學統計包（英語 Statistical Package for the Social Sciences），主要用於統計分析、數據收集、數據挖掘、企業應用服務等。

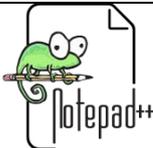
本專題使用 SPSS 分析 Google Forms 收集到的後台數據，使用 SPSS 的敘述統計轉為統計數據[17]，分析出來得數據結果作為網站及影片的內容參考。

### 3.5.6 000Webhost

000Webhost 是國外間商 Hosting24 旗下的免費虛擬主機產品，產品空間非常優質且穩定，提供免費的網站空間和主機服務，還有免費 1GB 網站空間及 100GB 的流量，另外也有附加 MySQL 及網站建立工具等，其口碑相當不錯。

本專題使用 000Webhost 虛擬主機架設六寶官方網站，使官方網站能夠穩定的上線，且不會因流量而造成網站錯誤。

表3.1 開發軟體表

項目	軟體名稱	軟體圖示
網站架設	Notepad++	
影片剪輯	威力導演	
圖片編輯	Canva	

問卷設計	Google Forms	
問卷分析	SPSS	
虛擬主機	000Webhost	

### 3.6 甘特圖

本專題於大三下開始，2月訂定主題，3月著手開始收集資料，4月開始編輯書面資料，5月進行問卷設計並同時拍攝小農相關影片，6月進行影片的剪輯，7月開始官方網站架設。

如下圖3.8甘特圖

	110年度 第二學期						111年度 第一學期						111年度 第二學期						主要負責成員
	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月		
主題訂定	■																	全員	
收集資料		■	■															全員	
問卷設計				■	■													童玉凌	
問卷統計							■	■										童玉凌	
影片拍攝					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				蔡友慈	
影片剪輯							■	■	■	■	■	■	■	■	■			莊千晨	
電商平台商品上架							■	■	■	■	■	■	■	■	■			蔡友慈	
官方網站架設							■	■	■	■	■	■	■	■	■			鄧怡萱, 童玉凌	
官方網站測試												■	■	■	■	■	■	全員	
書面編輯				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		莊千晨	
作品完成																		全員	
作品進度	3	8	15	20	25	35	45	50	55	60	70	80	90	95	98	100	完成	累計百分比%	

圖3.8 甘特圖

### 3.7 工作分配表

本專題分成資料收集、影片拍攝及剪輯、網站架、問卷設計、書面編輯。  
分工如下表 3.2

表3.2 工作表分配

	莊于晨	蔡友慈	鄧怡萱	童玉凌
資料收集	P	P	P	P
影片拍攝	S	P	S	S
影片剪輯	P	S	S	S
網站架設	S	S	P	S
問卷分析	P	S	S	S
書面編輯	P	S	S	S

P：主要負責人 S：次要負責人

# 第肆章 成果展示

## 4.1 問卷分析

本專題於 2022 年 10 月 1 日至 10 月 31 日發放問卷，共收集 31 份問卷，扣除填答不完整之無效問卷，得 23 份之有效問卷，以 SPSS 分析結果。

表4.1 基本資料數據

類別	項目	人數	百分比
性別	女	18	78%
	男	5	22%
年齡	18-30歲	21	91%
	40歲(含)以上	2	9%
平常會不會使用電商平台?	會	23	100%
會在電商平台上購買蜂蜜嗎?	會	10	43%
	不會	13	57%

1. 性別:男性樣本5位，佔總樣本數22%；女性樣本18位，佔總樣本78%。
2. 年齡:18-30歲樣本21位，佔總樣本數91%；40(含)歲以上樣本2位，佔總樣本9%。
3. 平常會不會使用電商平台:會使用樣本23位，佔總樣本100%；表示現今大多數人都會使用電商平台。
4. 會在電商平台上購買蜂蜜嗎:會購買樣本10位，佔總樣本43%；不會購買樣本13位，佔總樣本57%。表示消費者不太會在電商平台上購買蜂蜜。

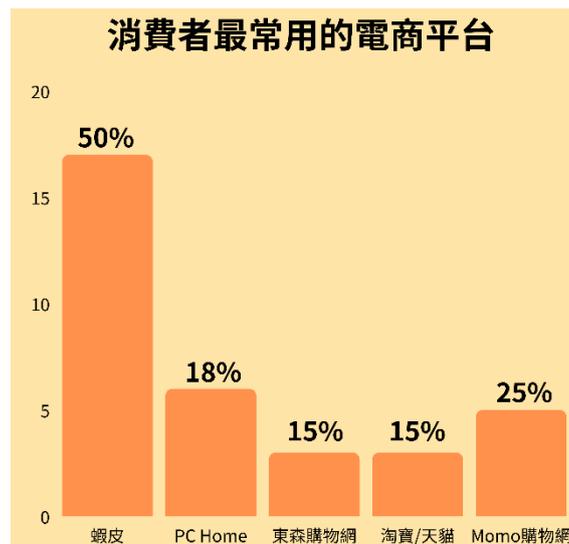


圖4.1 消費者常用的電商平台數據

調查消費者最常使用的電商平台，蝦皮佔了百分 50%，表示消費者經常使用蝦皮平台來購物，本專題會把蜂蜜產品上傳至蝦皮平台上販售，透過蝦皮來宣傳六寶蜂蜜。



圖4.2 消費者想在網站上看到的內容數據

消費者想在網站上看到如何分辨真假蜂蜜、蜂蜜健康知識、小農經營故事，本專題會以相關內容放置六寶蜂蜜的官方網站上，透過傳達知識內容此消費者更能瞭解蜂蜜知識及養蜂小農如何養殖、生產自家蜂蜜。也會放上蜂蜜的相關食譜使消費者也可以嘗試不同的蜂蜜料理，使消費者能品嚐到蜂蜜不同的風味。



圖4.3 消費者想在影片上看到的內容數據

消費者對於蜂蜜甜點類食譜最感興趣，其次是蜂蜜飲料，影片方面本專題會拍攝蜂蜜相關的料理製作影片，使消費者可以觀看到實際食譜的操作影片，能夠更清楚瞭解如何製作。採訪小農本人來解答大眾對於養蜂的疑問，透過採訪影片使消費者能夠更進一步瞭解養蜂知識。

## 4.2 電子商務平台

### 4.2.1 蝦皮購物

現在電子商務平台販售趨勢越來越高，本專題會使用蝦皮平台做商品上架，藉由蝦皮增加曝光度，加以行銷提升知名度，不再是以親友口耳相傳的方式商品。

以搜尋賣家”tsaikai”即可看到蜂蜜產品，有疑問時可使用聊聊聯繫，我們會即時回答問題；六寶蜂蜜只有在每年的3-4月生產蜂蜜，需要較長時間備貨。



圖4.4 六寶蜂蜜官方蝦皮

### 4.2.2 7-Eleven 賣貨便

除了蝦皮購物平台，我們也使用了賣貨便上架蜂蜜產品，賣貨便主打使用 Line 聊天平台來買賣，建立完商品資訊之後有專屬商品的連結，我們便可以把連結回傳給想訂購蜂蜜的顧客們，賣貨便的運費較蝦皮低，但賣貨便是只有提供連結才可以進入下單網頁；若使用官方 Line 訂購蜂蜜就有運費優惠。

① 確認訂單
填寫付款資料
完成訂購

訂單明細

序號	商品圖片	商品名稱	單價	庫存	數量	小計	功能
1		六寶蜂蜜	NT\$ 550	20	- 1 +	\$ 550	<a href="#">刪除</a>

小計 共計 1 項，小計 \$550

配送方式 店取：7-ELEVEN 店取：7-ELEVEN

付款方式 取貨付款 取貨付款

運費 基本運費35元，超商最多只能寄4瓶(超過請幫我選宅配)  
4/1~4/30運費優惠35元 \$35

全站運費券折抵 選擇全站運費券折抵

全站折價券折抵 選擇全站折價券折抵

總計 \$585

同意條款  我已經詳細閱讀並且同意統一超商賣貨便 [服務條款](#)

圖4.5 賣貨便下單介面

### 4.2.3 Facebook 粉絲專頁

Facebook 粉絲團做蜂蜜的宣傳，方便買家做詢問，可以在粉絲專業上觀看最新消息，方便買家追蹤最新產蜜資訊，粉絲團會分享蜂蜜知識、蜂蜜食譜等。會到 Facebook 的台中地區社團做宣傳，以鄰近地區做宣傳，好保持商品品質，買家也可以就近至工廠直接購買。



圖4.6 六寶蜂蜜官方 Facebook



圖4.7 六寶蜂蜜官方 Facebook 貼文

粉絲團在5月前共更新了十三篇貼文，貼文主要是分享 Youtube 的新影片，新增產品宣傳圖介紹六寶蜂蜜的產品特色，介紹食用蜂蜜益處及圖文版本的食譜貼文；目前貼文的觸及人數不高，會依據 Facebook 的受眾年齡去做調整貼文內容，主題方向會以健康、抗老等相關知識去製作貼文內容，並且持續更新使更多人可以看到六寶。

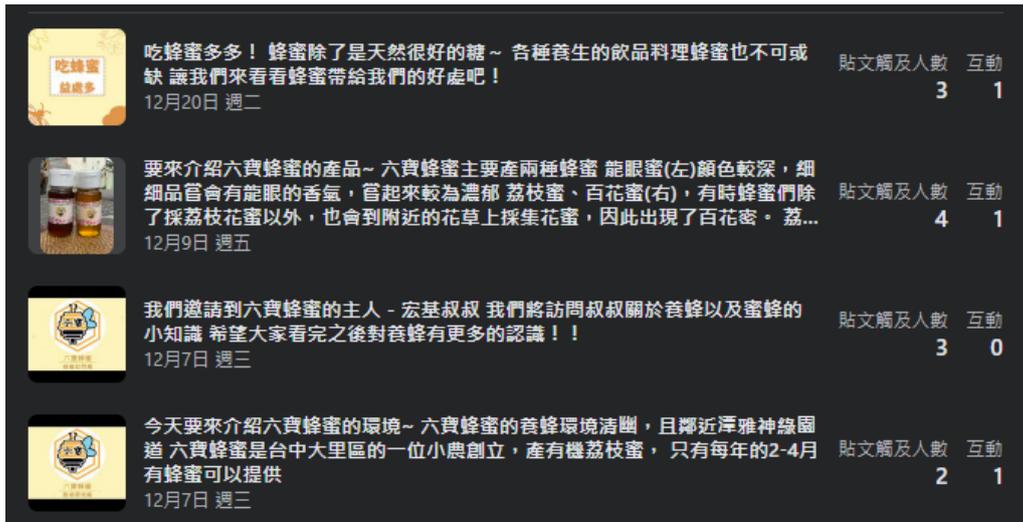


圖4.8 六寶 Facebook 粉絲專業觸及洞察數據

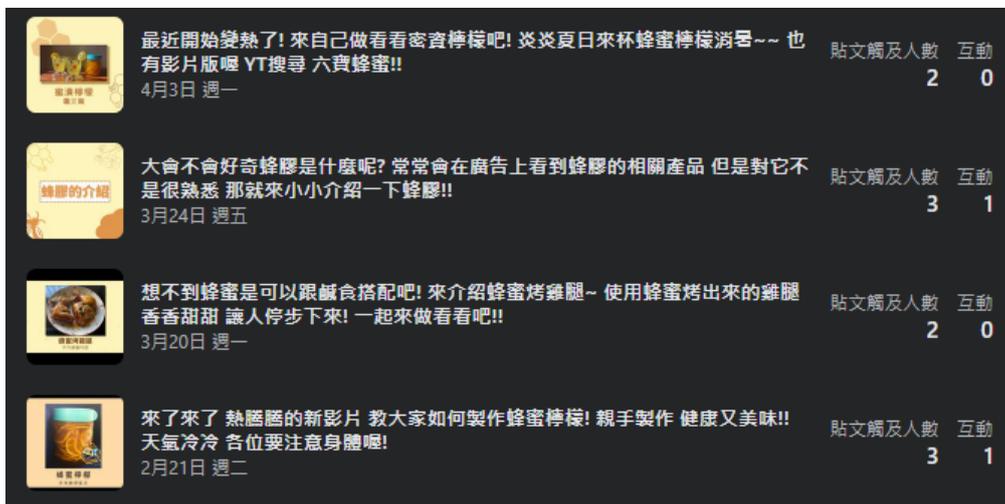


圖4.9 六寶 Facebook 粉絲專業觸及洞察數據之二

目前最佳的貼文數據最高曝光度到8，觸及人數也達到4人，其貼文內容是介紹蜜蜂相關的知識貼文，表示 Facebook 使用者對於知識向也有受重者，會是往後貼文內容的參考方向。

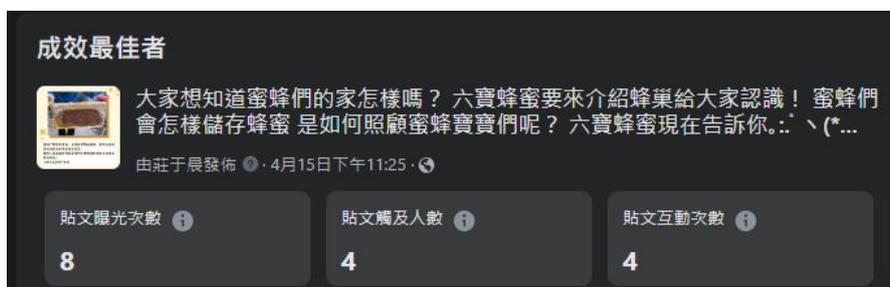


圖4.10 最佳貼文數據

## 4.2.4 Instagram 官方粉絲專業

與 Facebook 相同本專業會介紹蜂蜜相關的知識、圖文版的蜂蜜料理，因目前 Instagram 與 Facebook 使用年齡層不同，希望六寶蜂蜜能在各大社群媒體曝光達到宣傳的作用。



圖4.11 六寶蜂蜜 Instagram 首頁



圖4.12 六寶蜂蜜 Instagram 貼文

目前 Instagram 創建至今共增加了17位粉絲，貼文部分也新增至10篇文章，目前貼文以及限時時動態觸及人數都還是以原粉絲瀏覽為主，貼文方向會往較為年輕使用者製做貼文內容，年輕族群會對排版貼文較感興趣，排版會依內容做變化，像現今喜歡排版為交錯來將排版看起來很整齊等等，內文部份新增飲料食譜、蜂蜜保養美妝等貼文，吸引年輕族群觀看。



圖4.13 最佳貼文數據

#### 4.2.5 Line 官方帳號

設置官方 Line 帳號，使追蹤者瞭解關於養蜂小知識、產蜜季節、小農的產蜜地址等，不定時分享蜂蜜資訊，加入 Line 可以快速知道產蜜的資訊也可以預訂蜂蜜，若有疑問可在聊天室提出，Line 小幫手會及時回復疑問，由此吸引客人追蹤官方 Line 帳號。



圖4.14 六寶蜂蜜官方帳號

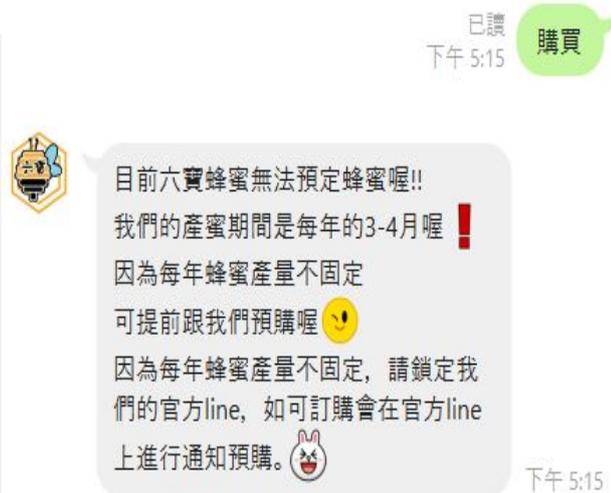


圖4.15 六寶蜂蜜官方帳號回復訊息

Line 官方帳號的後台可以受到買家的訊息，除了系統的官方答覆外我們可以透過聊天選項去回復買家的訊息，系統訊息是預設買家可能對產品或是訂購的疑問去做設定回復，若有不是系統問答的疑問就必須由人工做回覆處理。如圖4.13，左方為所以買家帳號，點入其一可以進入雙方的聊天室便可做為回復動作。



圖4.16 官方帳號訊息回復介面

### 4.3 Youtube 影片

六寶小農官方 Youtube 影片內容會以蜂蜜、養蜂等主題來拍攝，讓觀看者瞭解關於蜜蜂的小知識，更生活化的介紹蜂蜜帶來的益處，以及蜂蜜相關的創意料理（包含甜點、飲料等），增加內容的豐富度，希望透過影片的方式帶來這些關於蜂蜜的小知識，以穩定的出片率吸引一定得客源，讓自產自銷的蜂農帶來更多的宣傳效果。

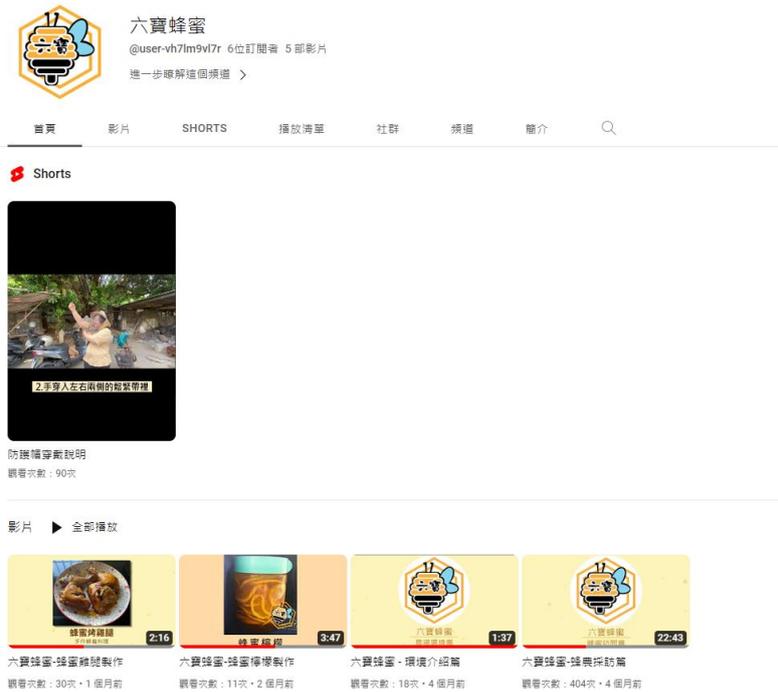


圖4.17 Youtube 首頁

表4.2 Youtube 影片大綱

	<p><b>六寶蜂蜜－農場環境篇</b>          這部影片就是介紹關於蜂蜜農場的環境，農場主人的農田、養蜂的環境以及附近的腳踏車步道，介紹蜂蜜的覓食飲水環境。          影片連結  <a href="https://www.youtube.com/watch?v=25qy8IGGsp0">https://www.youtube.com/watch?v=25qy8IGGsp0</a></p>
	<p><b>六寶蜂蜜-蜂農採訪篇</b>          邀請到六寶蜂農的農場主人來回答一些有關養蜂的問題，透過訪問的方式讓觀眾們更瞭解關於養蜂產蜜的知識，也讓觀眾理解小農養蜂的辛苦。          影片連結  <a href="https://www.youtube.com/watch?v=oOLjTJ40Yak&amp;t=525s">https://www.youtube.com/watch?v=oOLjTJ40Yak&amp;t=525s</a></p>

 <p>2.手穿入左右兩側的鬆緊帶裡</p>	<p>六寶蜂蜜-防護帽穿戴說明          此為 Youtube Shorts 短影片          介紹蜜蜂防護帽如何穿戴，防護帽可預防被蜜蜂叮的風險，但須配戴正確，才有防護的效果。          影片連結  <a href="https://www.youtube.com/shorts/219zSiY5dxA">https://www.youtube.com/shorts/219zSiY5dxA</a></p>
	<p>六寶蜂蜜-蜜漬檸檬篇          實際製作蜜漬檸檬，利用蜂蜜代替砂糖來蜜漬檸檬，最終成品可以用來泡茶、冷飲，健康又美味。          影片連結  <a href="https://www.youtube.com/watch?v=equHSZQjivQ&amp;t=126s">https://www.youtube.com/watch?v=equHSZQjivQ&amp;t=126s</a></p>
 <p>蜂蜜烤雞腿          手作蜂蜜料理</p>	<p>六寶蜂蜜-蜂蜜烤雞腿篇          實際製作蜂蜜烤雞腿，用蜂蜜將雞腿洗淨，加入蔥、薑、蒜調味，放進烤箱烤至黃金已可完成。          影片連結  <a href="https://www.youtube.com/watch?v=no4bX-XDBxw&amp;t=62s">https://www.youtube.com/watch?v=no4bX-XDBxw&amp;t=62s</a></p>

頻道創立至 5 月份上傳了 4 部影片以及 1 部 Shorts 短片，從第一支影片發布至今觀看次數總共有 534 次，訂閱人數增長 5 位；目前觀看數最高的影片為蜂農採訪篇觀看次數高達 354 次占所有影片的 66.3%，表示觀眾對於小農養蜂的心路歷程感興趣，後續持續更新小農以及蜂蜜食譜的相關影片，使 Youtube 官方持續推播六寶頻道的影片。

內容	觀看次數 ↓	觀看時間 (小時)	訂閱人數	曝光次數	曝光點開率
□ 總計	<b>534</b>	<b>45.3</b>	<b>5</b>	<b>5,735</b>	<b>5.7%</b>
□  六寶蜂蜜-蜂蜜採訪篇	354 66.3%	42.4 93.7%	3 60%	4,271	6.3%
□  防護帽穿戴說明	87 16.3%	1.6 3.6%	0 0%	59	13.6%
□  六寶蜂蜜-蜂蜜雜糧製作	22 4.1%	0.3 0.7%	0 0%	969	1.7%
□  六寶蜂蜜-環境介紹篇	16 3.0%	0.3 0.6%	0 0%	221	4.1%
□  六寶蜂蜜-蜂蜜檸檬製作	7 1.3%	0.2 0.4%	0 0%	117	1.7%
□  六寶蜂蜜-防護帽示範	2 0.4%	0.0 0.0%	0 0%	0	-

圖4.18 Youtube 觀看數據

依據目前瀏覽次數最高的影片，我們發現 Youtube 觀眾對於小農採訪的內容感興趣，其影片瀏覽次數達354次，也是六寶頻道最熱門的影片，因片長的原因很少觀眾會觀看到最後，所以我們把影片製作成 Youtube 的 Shorts 短影片，可能會提高其觀看數，也因 Shorts 的推播系統能夠讓頻道影片宣傳出去，讓更多人有機會看到。

你在這段期間的熱門內容

內容	平均觀看時間	觀看次數
1  六寶蜂蜜-蜂蜜採訪篇 2022年11月24日	5:34 (24.5%)	76
2  六寶蜂蜜-蜂蜜雜糧製作 2023年3月20日	0:53 (39.3%)	28
3  六寶蜂蜜-環境介紹篇 2022年12月1日	0:11 (12.3%)	7

圖4.19 Youtube 熱門影片

## 4.4 六寶蜂農官方網站

官方網站內容以小農的養蜂心路歷程、養蜂的故事為主，次要以養蜂小知識、關於蜂蜜的種類、配種時間、採蜜時間為輔，宣導蜂蜜的益處，來增加客人的購買意願；官網首頁介紹蜂蜜產品資訊，上方列表有首頁、最新消息、關於我們、前往購買、蜂蜜小寶庫可選擇預覽。

網站網址如下: <https://liubaobee.000webhostapp.com/index.html>

### 4.4.1 首頁

進入首頁會先看到產品圖片以及小農養蜂環境的介紹、介紹產品屬於有

機食品，營養豐富且有機養殖，健康無添加；下方大略介紹蜂蜜的應用比如可將蜂蜜做成肥皂、口紅等等。首頁最下方會放置六寶蜂蜜的環境介紹影片，使觀眾能事先瞭解養蜂環境。

左側會放置六寶蜂蜜的 Logo 以及官方社群，下方則是會顯示目前蜂蜜是否可預訂等資訊。



圖4.20 六寶官方網站首頁

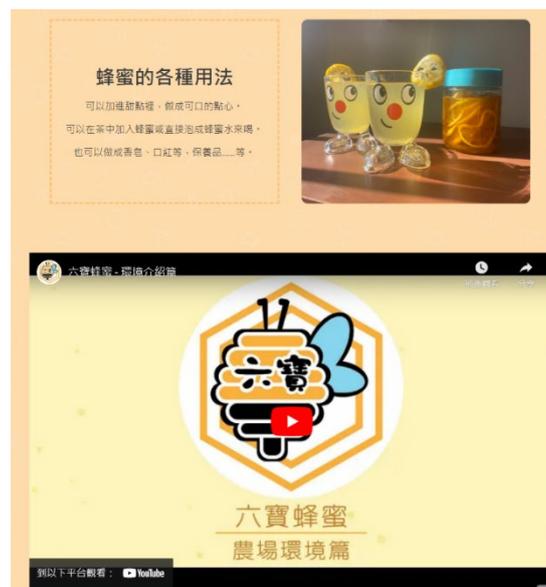


圖4.21 六寶官方網站首頁之二

#### 4.4.2 最新消息

最新消息除了會發布何時可以預訂蜂蜜的訊息，告知蜂農近況外，只要 Facebook、Instagram 有更新新的貼文，點入圖片或標題可以直接進入該貼文的畫面；Youtube 發布新影片都會出現在最新消息裡面，讓觀眾能夠及時關注六寶蜂蜜的每個活動。



圖4.22 六寶官方最新消息

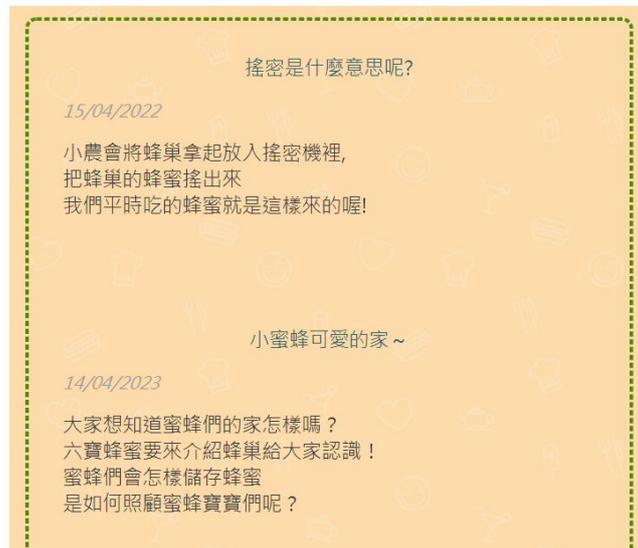


圖4.23 六寶官方最新消息之二

### 4.4.3 關於我們

關於我們上方會輪播農場環境照片，下方會放置小農地址的 Google 地圖以及詳細地址、電子郵件、電話等，方便瀏覽。



圖4.24 六寶官方關於我們



圖4.25 六寶官方關於我們之二

#### 4.4.4 前往購買

此頁會教觀眾如何使用六寶蜂蜜的官方 Line 以及蝦皮。上方 Line 的圖示可以連結 Line 的加入好友介面(電腦開啟為顯示 QR Code 需使用手機掃描)，Line 的說明部分從加入好友開始到進入聊天、預訂說明都有圖文解說，方便瀏覽。



圖4.26 Line 教學說明

點擊上方蝦皮圖示可以直接進入蝦皮官方賣場，蝦皮從搜尋頁面開始搜尋六寶蜂蜜，搜尋到六寶蜂蜜蝦皮官方賣場；或是使用六寶蜂蜜賣場代碼搜尋也可以查詢到本賣場，也會使用圖文做說明，方便理解。



圖4.27 蝦皮教學說明

#### 4.4.5 蜂蜜小寶庫

小寶庫分享許多關於蜂蜜的知識，包括健康知識、食譜分享、蜂蜜的種類等等，大標題可以進入其內文，內文為有更詳細的說明，希望能夠讓傳達許多關於蜂蜜的知識。

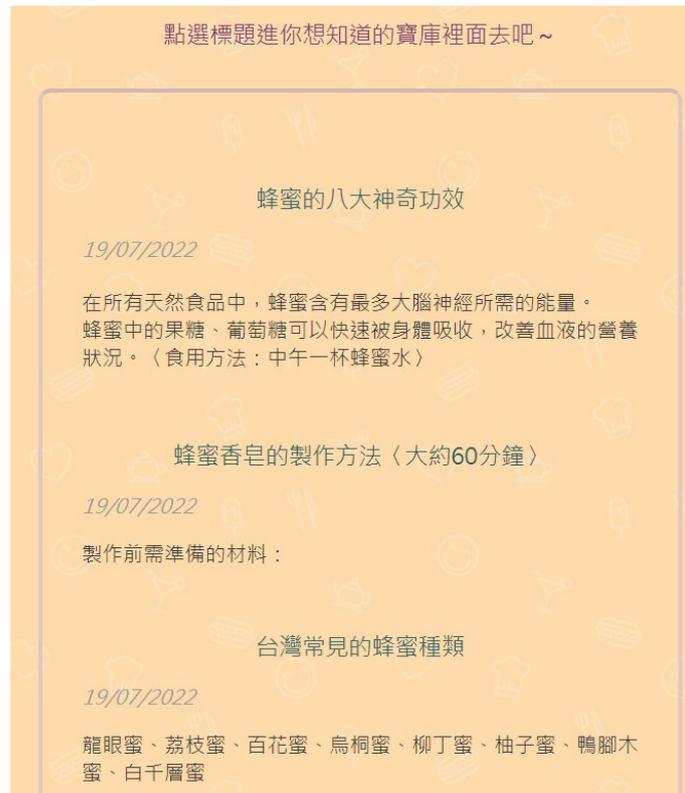


圖4.28 蜂蜜小寶庫大標題

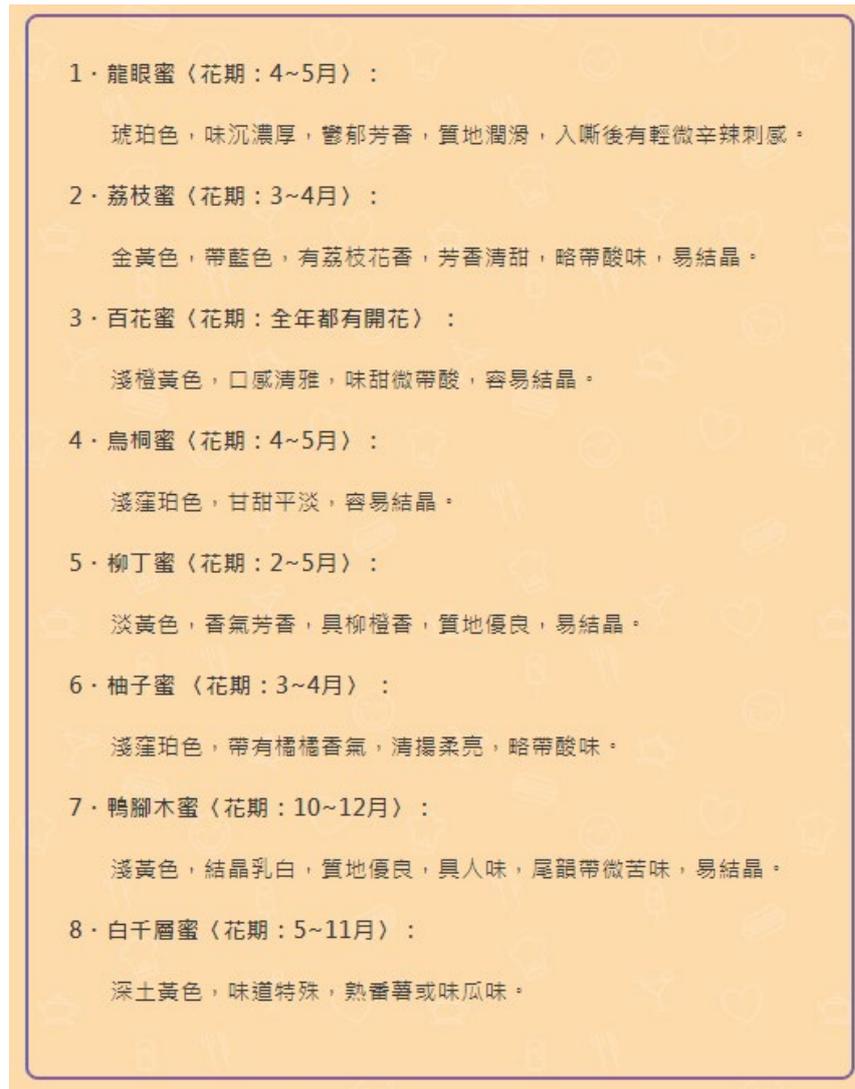


圖4.29 蜂蜜小寶庫內文

## 第五章 結論與未來展望

Facebook 粉絲團以中老年齡受重，貼文呈現除了使用較簡單明瞭的圖文說明，內容會針對中老年感興趣的主題去撰寫，像是蜂蜜的益處、蜂蜜養生等，以最佳貼文的數據成果來看 Facebook 的使用者也對於知識向的內容感興趣，往後也會更新類似內容；附上購買說明使買家可以更快速瞭解產品購買資訊，也會開放私訊功能為買家快速解惑。

Instagram 年輕族群為受重，多新增限時動態可以使年輕族群快速瀏覽吸收貼文，消費者可以用限時動態分享產品相關貼文以得到優惠，Instagram 貼文會以蜂蜜的飲品以及保養相關內容著手製作，Instagram 個人檔案增加快速連結連接官方網站，促進受眾群。

Youtube 從小農採訪影片開始觀看數及訂閱數有明顯的上升，表示除了 Youtube 官方推播系統助力，也表示觀眾對於蜜蜂的養殖過程、小農故事感興趣。同時 Youtube 的 Shorts 功能也讓更多觀眾看到六寶蜂蜜，現今短影片為流行趨勢，六寶的官方也會新增更多 Shorts 讓更多人看見六寶蜂蜜。

官方網站除了維持最新消息的更新以外，會新增購物車方便消費者購買小農產品，也會新增留言平台讓消費者能把心得、產品回饋打在上面，讓六寶蜂蜜可以參考並且成長。

隨著時代的進步，人們吸收知識也從書面轉為電子資訊，許多傳統商家也開始把自己的品牌故事、產品資訊放在網路上供買家瀏覽，使買家能夠更加瞭解商品，六寶蜂蜜從以往口耳相傳的方式到現今使用社群以及電子商務做產品宣傳，雖然目前購買數量尚未有明顯的上升，未來會持續更新社群的推播宣傳，會尋找小農相關社團去宣傳六寶蜂蜜；投放 Instagram、Facebook、蝦皮廣告推廣蜂蜜社群；增加優惠活動吸引更多人購買蜂蜜使銷量上升，使六寶蜂蜜知名度有顯著的增加，透過持續更新讓六寶更加知名度、增加買氣。

## 參考文獻

- [1] 魏文郡，「網購市場順勢躍生新高，成長率優於整體零售業」，經濟部統計處，產業經濟統計簡訊第398期，民國一百一十一年，取自 [https://www.moea.gov.tw/Mns/populace/news/News.aspx?kind=1&menu\\_id=40&news\\_id=98817](https://www.moea.gov.tw/Mns/populace/news/News.aspx?kind=1&menu_id=40&news_id=98817)。
- [2] 劉婉君，「臺灣農產品電子商務發展現況及施政展望」，行政院農業委員會，農政與農情第283期，民國一百零五年。
- [3] 王淑琪，「青年返鄉擁抱小農經濟學」，工商時報名家評論【網路新聞】，民國一百一十年，取自 <https://view.ctee.com.tw/social/35203.html>。
- [4] Oliver Sun，「蜂蜜的10種功效與副作用」，營養新知【部落格文字資料】，民國一百一十一年，取自 <https://formulawave.com/honey-benefits-side-effects/>。
- [5] PEGI，「早上喝蜂蜜水的好處？天然蜂蜜水對皮膚功效？8大蜂蜜功效、蜂蜜種類一次看！」，生活百科美好生活【部落格文字資料】，民國一百一十一年，取自 <https://blog.pinkoi.com/tw/lifestyle/2201-honey/>。
- [6] 陳怡伶，「野蜂養殖手冊」，行政院農業委員會林務局羅東林區管理處，民國一百一十年。
- [7] 蜜蜂工坊，「關於我們」，【官方資料】，取自 <https://www.beetouched.com/pages/about-us>。
- [8] 蜂本舖，「關於我們 ABOUT」，【官方資料】，取自 <https://www.honeyliao.com.tw/default0.aspx?url=aboutus&t=ABOUT>。
- [9] 郎峰，高偉，「高效養蜂」，機械工業出版社，民國一百零四年。
- [10] 艾食上，「糖漬檸檬」，食譜自由配【網路論壇】，民國一百一十一年，<https://food.ltn.com.tw/article/11489>。
- [11] 小日子食堂，「蜂蜜烤雞腿」，愛料理，民國一百零八年，<https://icook.tw/recipes/84506>。
- [12] 蔡文龍，蔡捷雲，歐志信，曾芷琳，「跟著實務學習 HTML5、CSS3、JavaScript、jQuery、jQuery Mobile、Bootstrap 4&Cordova—增訂版」，基峰資訊股份有限公司，民國一百零八年。
- [13] 「CSS DIV 單欄式網頁排版」，Wibibi 網頁設計教學百科【部落格文字資料】，取自 <https://www.wibibi.com/info.php?tid=405>。
- [14] 李燕秋，「威力導演12數位影音創作超人氣」，基峰資訊股份有限公司，民國一百零四年。
- [15] Yuria，「【Canva 教學】10分鐘教你使用線上免費製圖設計軟體 | 新手必知小技巧」【部落格文字資料】，領先時代，民國一百一十二年，取自 <https://leadingmrk.com/canva-tutorial/>。
- [16] 文淵閣工作室，「專家都在用的 Google 最強實戰：表單、文件、試算、簡報、遠距與線上會議(附影音與範例)」，基峰資訊股份有限公司，民國一百一十一年。
- [17] 楊世瑩，「SPSS 26 統計分析嚴選教材」，基峰資訊股份有限公司，民國一百零九年。

# 附錄

## 蜂蜜小農問卷

各位受訪者您好：

我們是嶺東科技大學資訊管理系四年級的學生。

本專題要幫助當地小農建置六寶蜂農網站以及銷售六寶蜂蜜，

想要瞭解您使用電子商務的形況，

以及您對小農官方網站及頻道的發展調查。

本問卷採用匿名填答方式，僅專題研究使用，請安心填寫。

感謝您的協助。

敬祝 平安順心

指導教授：馮曼琳 教授

專題團員：莊于晨 鄧怡萱 蔡友慈 童玉凌 敬上

聯絡信箱：z55387783@gmail.com

\*必填

### 基本資料

1. 您的生理性別(單選)\*

男性  女性

2. 您的年齡(單選)\*

17歲(含)以下

18-20歲

21-30歲

31-40歲

41-50歲

51-60歲

61(含)以上

### 電商平台調查

3. 平常會使用電商平台(蝦皮、PC home...等)嗎?(單選)\*

會  不會

4. 會在電商平台上購買蜂蜜、果醬...等產品嗎?(單選)\*

會(跳至第7題)  不會(跳至第6題)

5. 您平時最常使用的電商平台有哪些?(最多可選三項)\*

- 淘寶/天貓
- 蝦皮
- PC Home
- Momo 購物網
- 東森購物網
- Yahoo 購物中心
- 樂天
- 無使用
- 其他:

6. 為什麼不會在電商平台購買蜂蜜、果醬...等產品?(問答)\*

---

調查您對蜂蜜相關的網站及影片的想法

7. 您希望在六寶蜂蜜網站看見那些資訊?(可複選)\*

- 小農經營故事
- 蜂蜜相關的料理食譜(含甜品、飲品、鹹食)
- 蜂蜜健康小知識
- 蜜蜂的品種
- 六寶蜂蜜的產品介紹
- 其他:

8. 在六寶蜂蜜管網哪些類型的影片，會提升您想購買六寶蜂蜜的慾望?  
若有建議可在其他輸入(可複選)\*

- 飲料類(蜂蜜水、蜂蜜檸檬等飲料)
- 料理類(蜂蜜雞腿、咖哩等餐點)
- 甜點類(蜂蜜蛋糕、蜂蜜餅乾等甜點)
- 手工類(手作肥皂、蜂蠟等作品)
- 知識類(分辨真假蜂蜜、如何釀製蜂蜜等分享)
- 其他:

感謝您的填寫

謝謝您願意花時間填寫小小的問卷

請支持我們台中在地小農的蜂蜜

line 官方連結: <https://lin.ee/FHMmZ47>

YT 官方頻道:

<https://www.youtube.com/channel/UC1MjNH1Eb8MxBc3mOToe9uA>

我們會持續更新,謝謝您的支持!!