

投稿類別：觀光餐旅類

篇名：

美食新指南—IG 熱門打卡景點

作者：

黃品霓。國立臺南高商。觀光事業科三年乙班。
蕭慕榕。國立臺南高商。觀光事業科三年乙班。
蕭宸惠。國立臺南高商。觀光事業科三年乙班。

指導老師：

李怡陵老師

陳佳琳老師

壹、前言

一、研究動機

「Instagram 為 2010 推出的社群軟體，名字是由兩個英文字母結合而成；即時(instant) 與電報 (telegram)，這也呼應出他的品牌意向。」(藍梅恩，2018)

近來，許多年輕一代的網美在 IG 上動輒成千上萬的追蹤者，主要都是因為他們經營不同的取向，有的人專營美食旅遊，有的人專營圖文等等，文章內容大多數都具有明確的定位，使得觀看者被吸引或者產生好奇心，而且透過 hashtags (#)，還能找到更多你有興趣的主題及內容。

現代人所到的地方不只講求食物口味，更注重於餐廳特色，還有店內的裝潢、擺設、氛圍，這些皆會影響用餐的心情及回購率，更多人是透過 IG 上帳號經營者的分享，及評價來決定是否前往嚐鮮，在 IG 上打卡的動作非常影響該地點的經營狀況，熱門的餐廳受到的打卡次數相對多一點，就會吸引非常多的客群。這些熱門打卡餐廳共同特色就是可以有別於傳統美食同時吸引饕客的視覺與味蕾。

台南可說是美食之古都，小吃真的不勝枚舉，但其實還有更多隱藏版美食等著我們去發掘。

「利用 Instagram 提供的主題標籤做搜尋，可以讓使用者透過美觀的照片與貼文中的文字去認識特定的商品或是品牌，信賴感較高」(鄭震秀，2017)。

二、研究目的

- (一) 了解為何 IG 能迅速盛行，使用者人數短時間內高達 7 億。
- (二) 為何大眾喜愛使用 IG 來打卡熱門景點，為何能夠吸引消費者前往。
- (三) 了解消費者對 IG 熱門打卡景點的看法。
- (四) 探討 IG 打卡對消費者的影響。

三、研究方法

- (一) 文獻分析法
- (二) 問卷調查法

四、研究流程



圖一：研究流程

(資料來源：研究者自行繪製)

貳、正文

一、何謂 IG

(一) IG 的定義

IG 是一個免費的線上社交 App，它有別於 FB 的複雜介面，它提供了分享圖片、顯示動態，它可以讓使用者用手機拍下照片後再套上系統濾鏡分享出去，也能分享日常生活中的小趣事，在分享貼文及動態的同時，更拉近了現代社會上所有族群的親密度，除了能觀看親友發布的圖片、影片，還能從搜尋及建議列表尋找自己有興趣的標籤 (Hashtags) 或者人物，追縱不同用戶或者主題。

IG 贏過 Facebook 的其中一點，就是可以透過 hashtags 功能讓相同的主題貼文能夠獲得更多的曝光，也讓對同一件事物感到興趣的人可以快速的找到適合的標籤。「除了國外曾有因為 hashtags 爆紅的案例外，IG 網紅也常透過創造新的 hashtags 產生話題，鼓勵粉絲使用創造的 hashtags 深化連結性」(Sunny, 2018)。

(二) IG 發展歷史

表一：IG 發展歷史表

年代	事由
2010 年 10 月	凱文·斯特羅姆與麥克·克瑞格建立，軟體設計僅支援圖片分享。
2012 年 4 月 9 日	Facebook 宣布以 10 億美元的價格收購 Instagram，以 3 億美元現金加 2,300 萬股 Facebook 股票的方式進行。
2013 年 6 月	軟體加入了短影片分享的功能，允許用戶錄製並分享長度不超過 15 秒的視訊。
2014 年 12 月	已擁有超過 3 億註冊用戶。
2016 年 8 月	推出限時動態功能。
2018 年 6 月	每月活躍用戶超過 10 億人次。

(資料來源：INSTAGRAM—維基百科。2019 年 4 月 11 日，取自 <https://is.gd/oYk6Lb>，本組自行整理)

由表一可得知，IG 之所以盛行是因為功能的推陳出新，加上它「隨時隨地皆可拍照直接上傳的功能，再搭配短文的點綴，成就了如今不可被取代的地位」（鄭震秀，2017）。

(三) IG 系統功能介紹

表二：IG 使用手機介面介紹

功能	公開帳號、私人帳號	貼文推薦	直播、限時動態
使用狀況畫面			
功能	精選動態	貼文與動態典藏	追蹤其他帳號
使用狀況畫面			
功能	hashtags (#)	摯友功能	快速登入、切換帳號
使用狀況畫面			

(圖片及資料來源：INSTAGRAM 應用程式畫面擷取繪製，本組自行整理)

二、IG 爆紅餐廳、景點

為本次研究，本小組整理出了五間人氣高的餐廳、景點。以下餐廳、景點，擷至 2019 年 4 月 11 日，皆超過 4000 人次以上 IG 用戶標註、打卡或介紹，有著一定的知名度。

表三：餐廳資料介紹

餐廳	蜷尾家散步甜食霜淇淋	王子神谷日式厚鬆餅	東洲黑糖奶舖
地點	台南市中西區正興街 92 號	台南市中西區國華街二段 154 號	台南市東區東寧路 122 號
餐廳 內外 特色	外觀為簡單日式風格的小木屋，多了一股懷舊的氛圍。	位於交叉路口的小攤販，外觀以日式風格木製小推車當作店面。	紅色的招牌、店鋪、攤位，使得他非常顯眼。
	 來源： https://goo.gl/voP7Sk	 來源： https://goo.gl/THQr5M	 來源： https://goo.gl/aRxaDn
餐食 特色	專賣霜淇淋和甜食為主。因為「散步甜食」，所以不提供內用，味道天然。	販售舒芙蕾為主，每份都有兩層舒芙蕾加上滿滿的珍珠，完全滿足消費者的味蕾。	店鋪不只提供黑糖系列，還有單茶類，特別的是，黑糖系列的甜度可調整，適合每位消費者。
	 來源： https://goo.gl/voP7Sk	 來源： https://goo.gl/THQr5M	 來源： https://goo.gl/aRxaDn
菜單	不固定菜單，每天都不一樣，一天販售兩種口味，讓前來消費的遊客有新鮮感。	菜單非常簡單，共四種口味的舒芙蕾，價格親民，位在 95~100 元之間。	主打飲品為黑蛋奶，整杯是由黑糖+波霸+光泉鮮乳組成。
	 來源： https://goo.gl/voP7Sk	 來源： https://goo.gl/THQr5M	 來源： https://goo.gl/aRxaDn

(資料來源：鴨鴨美食館。2019 年 4 月 11 日，取自 <https://goo.gl/voP7Sk>；蹦蹦♥謝蘿莉 LA VIE HEUREUSE。2019 年 4 月 11 日，取自 <https://goo.gl/THQr5M>；台南女孩凱莉吃透透。2019 年 4 月 11 日，取自 <https://goo.gl/aRxaDn>，本組自行整理)

表四：餐廳資料介紹

餐廳	Kokoni café	霜花亭	
地點	台南市中西區西門路二段 372 巷 23-1 號	台南市中西區公園路 113 號	台南市永康區中正七街 86 號
餐廳外觀、內部	狹小的巷弄裡隱藏著兩層樓式老建築相當低調，內部有復古風格兼具現代美的氛圍。	公園店：兩層樓式老建築，內部有別於外觀，簡約的裝潢，舒服的用餐區。	永康店：日式建築外觀，以木製為主，內部為復古風，讓人放鬆。
	 <p>來源：https://is.gd/DMBQ0s</p>	 <p>來源：https://is.gd/vpOORb</p>	 <p>來源：https://is.gd/zFfuk9</p>
餐食特色	日式風格的餐點，提供正餐及下午茶，還有季節限定商品，例如：草莓鬆餅。外型簡直讓人無法抵擋，視覺的衝擊更讓他成為焦點。	販售舒芙蕾為主，口味多樣化，還有季節限定的草莓舒芙蕾，軟軟的舒芙蕾配上酸酸甜甜的草莓。	以珍珠奶茶舒芙蕾厚鬆餅為招牌，淋上伯爵奶茶醬汁，配上每日現煮的珍珠，帶著一股茶香，吃起來不會太甜膩。
菜單	 <p>來源：https://is.gd/DMBQ0s</p>	 <p>來源：https://is.gd/vpOORb</p>	 <p>來源：https://is.gd/zFfuk9</p>
	販售飯糰、米食、沙拉、飲品及鬆餅，提供日式早午茶，種類簡單，飲品選擇較多。	有別於永康店的霜花亭，多了早午餐的選擇，舒芙蕾不只有甜的口味，也提供鹹的口味，非常獨特。	大大的黑板懸掛在牆上，一目瞭然的菜單，不只賣舒芙蕾，還有咖啡、果汁等。
	 <p>來源：https://is.gd/DMBQ0s</p>	 <p>來源：https://is.gd/vpOORb</p>	 <p>來源：https://is.gd/zFfuk9</p>

(資料來源：ANIKO 美味人生。2019 年 4 月 11 日，取自 <https://is.gd/DMBQ0s>；吃在台南。2019 年 4 月 11 日，取自 <https://is.gd/vpOORb>；台南玩樂棧。2019 年 4 月 11 日，取自 <https://is.gd/zFfuk9>，本組自行整理)

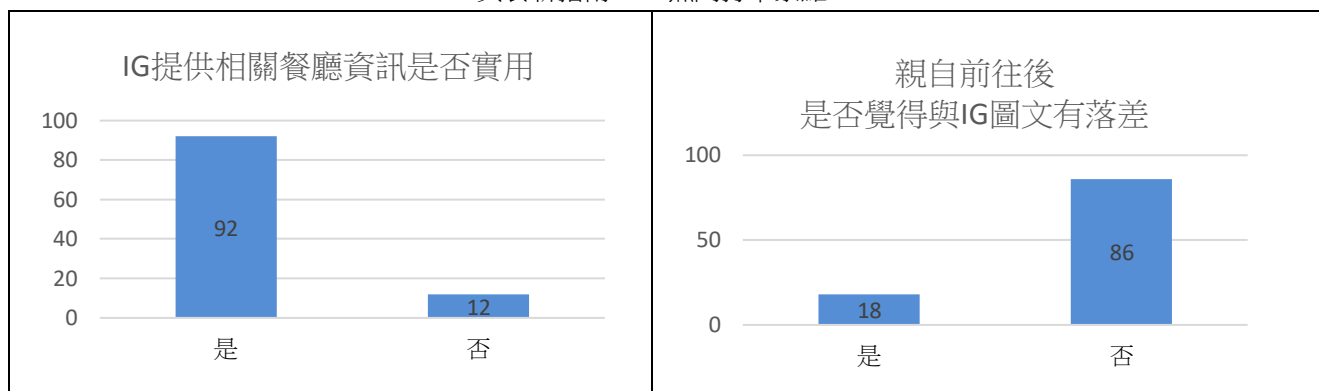
三、了解民眾對「IG 熱門打卡景點」的看法

(一) 受訪者基本資料

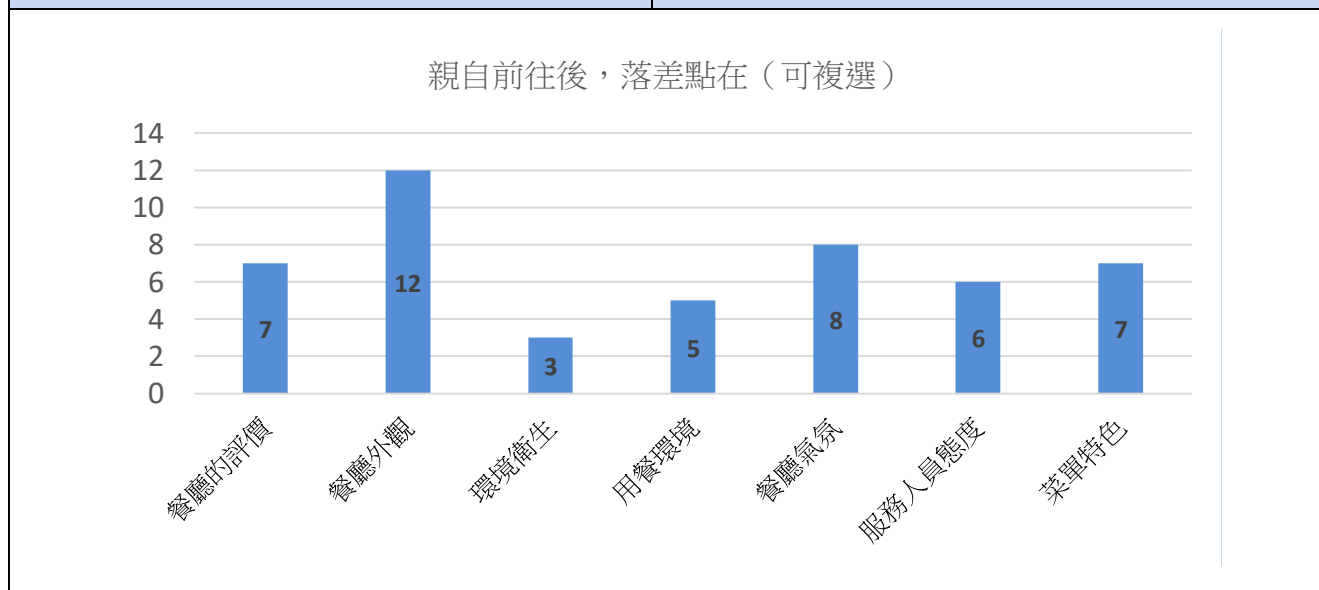
本研究採網路調查，為了明白民眾對於「IG 熱門打卡景點」的了解程度，自 2019 年 3 月隨機發放網路問卷，並收回有效問卷 104 份。由表五可知，大多數 IG 使用者皆對於其熱門打卡景點有基本認知，其中 84 人為女性，20 人為男性。98 人喜愛使用 IG。

表五：問卷分析

<p>創立IG帳號，多久時間</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>時間</th> <th>人數</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>半年內</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>一年</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>兩年</td> <td>17</td> </tr> <tr> <td>三年</td> <td>19</td> </tr> <tr> <td>四年</td> <td>27</td> </tr> <tr> <td>五年</td> <td>16</td> </tr> <tr> <td>五年以上</td> <td>16</td> </tr> </tbody> </table>	時間	人數	半年內	2	一年	7	兩年	17	三年	19	四年	27	五年	16	五年以上	16	<p>每日IG使用時間為何</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>時間</th> <th>人數</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>0~30分鐘</td> <td>16</td> </tr> <tr> <td>30~60分鐘</td> <td>24</td> </tr> <tr> <td>1~2個小時</td> <td>29</td> </tr> <tr> <td>2小時以上</td> <td>35</td> </tr> </tbody> </table>	時間	人數	0~30分鐘	16	30~60分鐘	24	1~2個小時	29	2小時以上	35
時間	人數																										
半年內	2																										
一年	7																										
兩年	17																										
三年	19																										
四年	27																										
五年	16																										
五年以上	16																										
時間	人數																										
0~30分鐘	16																										
30~60分鐘	24																										
1~2個小時	29																										
2小時以上	35																										
<p>大部分使用者創立 IG 為三、四年間。</p>	<p>使用者每日使用 IG 時長分布不均。</p>																										
<p>喜愛使用IG原因（可複選）</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>原因</th> <th>人數</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>主題分明</td> <td>43</td> </tr> <tr> <td>操作簡單</td> <td>68</td> </tr> <tr> <td>經典名句</td> <td>29</td> </tr> <tr> <td>抒發壓力</td> <td>60</td> </tr> <tr> <td>限時動態</td> <td>91</td> </tr> <tr> <td>可排版</td> <td>36</td> </tr> <tr> <td>其他</td> <td>11</td> </tr> </tbody> </table>	原因	人數	主題分明	43	操作簡單	68	經典名句	29	抒發壓力	60	限時動態	91	可排版	36	其他	11	<p>曾經去過幾家因IG爆紅之餐廳</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>數量</th> <th>人數</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1~2家</td> <td>59</td> </tr> <tr> <td>3~4家</td> <td>27</td> </tr> <tr> <td>5家以上</td> <td>18</td> </tr> </tbody> </table>	數量	人數	1~2家	59	3~4家	27	5家以上	18		
原因	人數																										
主題分明	43																										
操作簡單	68																										
經典名句	29																										
抒發壓力	60																										
限時動態	91																										
可排版	36																										
其他	11																										
數量	人數																										
1~2家	59																										
3~4家	27																										
5家以上	18																										
<p>顯現出 IG 的多功能性。</p>	<p>大部分使用者造訪過一、兩家 IG 打卡景點。</p>																										
<p>平日是否習慣使用IG打卡</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>習慣</th> <th>人數</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>是</td> <td>52</td> </tr> <tr> <td>否</td> <td>52</td> </tr> </tbody> </table>	習慣	人數	是	52	否	52	<p>是否會推薦給親朋好友或網友</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>推薦</th> <th>人數</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>是</td> <td>90</td> </tr> <tr> <td>否</td> <td>14</td> </tr> </tbody> </table>	推薦	人數	是	90	否	14														
習慣	人數																										
是	52																										
否	52																										
推薦	人數																										
是	90																										
否	14																										
<p>有一半的使用者平時喜歡使用打卡功能。</p>	<p>大部分使用者都會推薦 IG 給親朋好友或網友。</p>																										



大部分使用者會再去其他 IG 熱門打卡餐廳。有 86 位使用者親自前往該景點後認為無落差。



大多數使用者認為熱門打卡餐廳實際前往與 IG 上提供的資訊落差點在於餐廳外觀。

（資料來源：本組自行整理）

表六：受訪者曾經造訪之熱門打卡餐廳分析表

圖片	店家名稱	票數	圖片	店家名稱	票數
	蜷尾家散步甜食霜淇淋	58 票		Kokoni café	14 票
	王子神谷日式厚鬆餅	22 票		霜花亭	25 票
	東洲黑糖奶舖	81 票			

（資料來源：本組自行整理）

參、結論與建議

- 一、本小組經此次研究發現，IG 近年來盛行的原因是因為功能越來越多樣化，變化越多，更引起年輕族群的好奇心，使用率也逐漸上升，在科技如此進步的時代，IG 已被廣泛使用，使用者人數在短時間內達到 7 億。
- 二、IG 不只是個社交軟體，也是個行銷的路徑，所以在現代社會有許多店家都會使用商業網站來建立官方的平台，讓消費者能夠更加準確的了解相關資訊，包括相關圖片及文字敘述，都有可能勾起消費者的好奇心，隨後吸引他們前往光臨。
- 三、由問卷資料可得知，消費者對於本小組此項研究所提出的熱門打卡景點有基本程度的了解，大部分使用者去過一～兩家餐廳，對於該景點的評論也各有所見，其中有 92 位使用者會再前往其他 IG 熱門打卡景點，藉此行為也能為該店家進行行銷、宣傳，也是商業手法之一。
- 四、IG 打卡對多數消費者而言已變成習慣，習慣性的打卡更使店家達到商業目的，與消費者達到雙贏的效果。

肆、引註資料

一、書籍期刊

- (一) 鄭震秀 (2017)。Instagram 瘋狂造粉術。臺灣：高寶出版社。

二、網路資料

- (一) 藍梅恩 (2018)。INSTAGRAM 行銷趨勢 - 餐飲篇。2019 年 4 月 11 日，取自 <https://is.gd/wPOdR9>
- (二) Sunny (2018)。網紅行銷 | IG 爆紅秘訣！那些人氣網紅沒告訴你的經營秘密。2019 年 4 月 11 日，取自 <https://is.gd/VGa7Rf>
- (三) 維基百科 (2019)。INSTAGRAM。2019 年 4 月 11 日，取自 <https://is.gd/oYk6Lb>
- (四) 鴨鴨美食館。2019 年 4 月 11 日，取自 <https://goo.gl/voP7Sk>
- (五) 蹦蹦♥謝蘿莉 LA VIE HEUREUSE。2019 年 4 月 11 日，取自 <https://goo.gl/THQr5M>
- (六) 台南女孩凱莉吃透透。2019 年 4 月 11 日，取自 <https://goo.gl/aRxaDn>

(七) ANIKO 美味人生。2019 年 4 月 11 日，取自 <https://is.gd/DMBQ0s>

(八) 吃在台南。2019 年 4 月 11 日，取自 <https://is.gd/vpOORb>

(九) 台南玩樂棧。2019 年 4 月 11 日，取自 <https://is.gd/zFfuk9>

附錄

親愛的受訪者您好：

我們是台南高商的學生，想針對【IG 熱門打卡景點】的探討，以及了解大眾對於親自前往後的評價，對此做了一份問卷的設計，希望能夠就由此問卷，更了解 IG 的影響力，也非常謝謝您在百忙之中，幫我們填寫這份問卷，非常的謝謝您

台南高商 黃品霓 蕭慕榕 蕭宸惠敬上

第一部分：基本資料

1. 性別：男 女
2. 年齡：13-1516-1819-2121-2525 以上
3. 職業：學生上班族商業工業軍公教其他

第二部分：IG 使用狀態

1. 創立 IG 帳號，多久時間：3 個月 半年 一年 一年半 兩年 兩年以上
2. 每日 IG 使用時間為何：0-30 分鐘 30-60 分鐘 1-2 小時 2 小時以上
3. 是否喜愛使用 IG：是 否，請跳至第 5 題作答
4. 喜愛使用 IG 原因(可複選):主題分明 介面操作簡單 有許多經典名句(幫助陷入低潮的人們) 能過濾陌生人 能抒發壓力 限時動態 每篇文都有圖，且可排版
5. 曾經去過幾家因 IG 爆紅之餐廳：1~23~55 家以上
6. IG 提供相關餐廳資訊是否實用：是 否
7. 平日是否習慣使用 IG 打卡：是 否

第三部分：IG 熱門打卡餐廳消費特性

1. 曾去過下列哪些餐廳(可複選)：

		
蜷尾家散步甜食霜淇淋	王子神谷日式厚鬆餅	東洲黑糖奶鋪
		
Kokoni café	霜花亭	

2. 親自前往後，是否覺得與 IG 圖文有落差：無 有,請填第 3 題
3. 親自前往後，落差點在(可複選)：餐廳的評價 餐廳外觀 環境衛生 用餐環境 餐廳氣氛 服務人員態度 菜單特色 餐點外型及口味
4. 是否會推薦給親朋好友或網友：是 否
5. 之後是否還會再去其他 IG 熱門打卡餐廳：是 否