

高雄市高英高級工商職業學校

Kao Ying Industrial Commercial Vocational High School

專題製作報告



高雄市觀光夜市行銷策略研究——以瑞豐夜市與 六合夜市為例

指導教授：_____ 陳君瑜 _____ 博士

指導老師：_____ 王美金 _____ 老師

科別班級：_____ 資料處理 _____ 科 _____ 3 _____ 年 _____ 2 _____ 班

座 號：_____ 06、18、20 _____

姓 名：_____ 洪小淳、黃馨莓、劉子蕎 _____

中 華 民 國 104 年 03 月

目 錄

壹●前言.....	2
一、研究動機.....	2
二、研究目的.....	2
三、研究方法.....	2
四、研究範圍.....	3
五、研究流程.....	3
貳●正文.....	3
一、夜市種類：.....	3
二、高雄市觀光夜市的介紹.....	4
三、高雄市觀光夜市的行銷策略.....	4
四、高雄市觀光夜市的 SWOT 分析.....	5
五、夜市問卷調查結果.....	6
參●結論及建議.....	8
一、結論.....	8
肆●引註資料.....	9

圖目錄

圖 1 研究流程圖.....	3
圖 2 吸引的因素.....	7
圖 3 主要消費分析.....	7
圖 4 平均消費分析.....	7
圖 5 最喜歡哪一個夜市分析.....	7

表目錄

表一、六合夜市與瑞豐夜市之行銷 4P 策略.....	5
表二、六合夜市與瑞豐夜市之 SWOT 分析.....	6
表三、六合夜市與瑞豐夜市之滿意度平均與排序.....	7

高雄市觀光夜市行銷策略研究—以瑞豐夜市與六合夜市為例

摘要

本研究主要以問卷調查法探討觀光夜市消費者的行銷策略。台灣夜市大大小小約莫 103 家分佈在不同的城市，從這個數量就可以看見台灣人對夜市的喜愛，並且也是外國觀光客最喜愛的地方之一，不用花大錢就能夠吃遍台灣各式特色美食小吃，更能夠體驗台灣的人文等。

關鍵字：行銷策略

壹●前言

一、研究動機

台灣夜市大大小小約莫 103 家分佈在不同的城市，從這個數量就可以看見台灣人對夜市的喜愛，並且也是外國觀光客最喜愛的地方之一，不用花大錢就能夠吃遍台灣各式特色美食小吃，更能夠體驗台灣的人文等。

夜市不但台灣人喜愛、更是外國人來台觀光點名要去的地方，不禁讓人想知道台灣夜市之所以會如此受歡迎的原因，為什麼能夠吸引人們的佇足消費，各國都有不同風情的夜市，夜市也是個相當吸引觀光客的地方。其中不僅有美食吸引人之外，還有平價的服飾、童年的遊戲，還有夜市的叫賣聲等，不管在北中南，都是國內外觀光客必到之處。

因此，我們以高雄的瑞豐夜市與六合國際觀光夜市(以下簡稱六合夜市)作為我們的研究目標，透過瑞豐夜市與六合夜市的分析與問卷調查，我們想了解為什麼由當初的小攤販，演變至今可以成為知名的夜市？到底是什麼樣的行銷策略，讓瑞豐夜市與六合夜市可以如此吸引觀光客？

二、研究目的

- (一) 了解觀光夜市(瑞豐夜市與六合夜市)的行銷策略、提出 SWOT 分析
- (二) 了解消費者對觀光夜市(瑞豐夜市與六合夜市)的選擇喜好與滿意度
- (三) 提出對觀光夜市的行銷策略建議

三、研究方法

- (一) 文獻研究：以網路上相關論文、網站蒐集有關夜市(尤其是瑞豐夜市與六合夜市)的資訊，查詢它的位置圖、攤位、特色等基本資料。
- (二) 問卷調查：以發送問卷的方式，得知消費者對這兩個夜市的感想、評價，進而從消費者的角度看出各夜市的優缺點，從中瞭解夜市給顧客的觀感和吸引人的地方，以作為後續行銷策略建議的參考基礎。

四、研究範圍

由於人力、時間和經費的限制，所以我們僅以高雄市兩大夜市為範圍，以高雄市的消費者的角度探討對觀光夜市行銷策略的看法。

本研究選擇瑞豐夜市與六合夜市的主要原因說明如下，【六合夜市】是南臺灣最早的行人徒步區和國際觀光夜市，成名已久且消費者以觀光客為主；【瑞豐夜市】緊鄰著高雄巨蛋商圈，該處亦為北高雄繁榮之地，因口碑流傳食物便宜又大碗，頗受南部消費者與年輕族群的喜愛。此兩個夜市在行銷策略上有明顯的差異，故本研究選擇以此兩個夜市作為研究範圍。

五、研究流程



圖 1 研究流程圖

貳●正文

一、夜市種類：

夜市種類依營業時間可區分為兩大類，在由這兩大類可再細分：

(一) 定點夜市（每天營業、地點相同）：

商圈夜市：大多市原本就有的商圈，延長營業時間至深夜，商家大多有自己承租的店面或攤位，也會吸引攤販前來路邊擺攤。優點是可以幫助當地的商業發展，缺點是環境髒亂，此種類型的夜市較多出現於都會區，空地難尋。

觀光夜市：是由商圈夜市延伸出來的一種營業方式，由當地政府設計規劃，再配合當地特色吸引遊客前來觀光，就稱為觀光夜市。大多觀光夜市的經營模式與商圈夜市無不同，但加強了整潔與美化；但也有部分夜市興建了集合市商場，由攤商自行承租，能夠有效改善商圈夜市的髒亂的環境。

(二) 流動夜市：

營業時間不得超過五天，並只在特定時間（每周只有幾天，例：二、四、五）營業，

參與的攤販通常會在其他日子前往其他特定地點擺攤，流動於鄰近城鎮的夜市，因而得名。常見於地區（鄉鎮、市郊）的大型空地上，平時大多為停車場之類的地方，前來的商家全為攤販型態，傍晚擺攤、午夜撤除，優點是方便清理及停車，缺點是容易影響到附近住家的安寧。

二、高雄市觀光夜市的介紹

本報告以六合夜市及瑞豐夜市作為研究對象，以下是兩個夜市的簡介：

（一）六合國際觀光夜市(以下簡稱六合夜市)：

營業模式：定點－觀光夜市

六合夜市前身為大港埔夜市，位於高雄新興區六合二路，鄰近高雄火車站及高雄捷運美麗島站，是南臺灣最早的行人徒步區和國際觀光夜市，更在交通部觀光局「2010年特色夜市選拔活動」得到網路票選「臺灣人氣第1名、最環保、最友善、最有魅力、最好逛的夜市」，拿下「最有魅力夜市」頭銜。

六合夜市全長共為380公尺、共設有170個攤位，不僅能享受到好吃的美食跟能體會到高雄人的坦率與熱情，六合夜市的攤商以小吃為主，較少服飾攤及雜貨攤，最具特色的景觀是大大小小十多家招牌林立的牛排店，攤販種類繁多，更有外國人來開設攤位。

（二）瑞豐夜市：

營業模式：流動夜市

瑞豐夜市位於高雄市左營區裕誠路、南屏路及東門路一帶。隔著南屏路與三民家商相望，並緊鄰著高雄巨蛋商圈，該處亦為北高雄繁榮之地。瑞豐夜市最初起始於鼓山區瑞豐街，因而得名瑞豐夜市。其後因為交通、地主等關係，先後遷移至慶豐街、華夏路，最終遷至現址。先後約有20年之久的歷史，由當初的小攤販，演變為今日大規模的知名夜市。

瑞豐夜市以特殊L型字母的集中管理擺攤，目前已超過上千個攤位，價錢便宜親民並交通方便，瑞豐夜市因食物便宜又大碗，比起成名已久且已做觀光客為主的六合夜市，較受南部人所喜愛。

三、高雄市觀光夜市的行銷策略

本文以行銷4P作為行銷策略分析的架構，以下先簡述四個策略。

（一）產品策略

優良的產品是爭取市場的最大武器，透過產品本身的多樣性、特性、設計、名稱、品牌、包裝、規格、保證、服務、退貨等有形商品、無形勞務來充分滿足消費者的欲望，是4P中的基礎。

（二）定價策略

定價策略又稱價格策略，是市場裡面最重要的其中之一，主要是以研究商品或者是服務價格策略，使行銷效果和利益的最佳，價格也是唯一產生收入的來源。

（三）通路策略

通路又稱促銷，使產品順利的抵達客人的手上，要保證成本價格低，又要保證客人

對送貨時間、送貨數量、裝配服務等疑難雜症的諮詢等方面要求。

(四) 推廣策略

透過推廣使消費者知道、瞭解、並喜愛且購買產品，因而更進一步的影響產品的知名度、形象、以及銷售量，並更關乎商家的生長與生存。有了推廣，消費者才可以了解產品提供何的資訊及服務，而使商家可以進一步推行其他行銷組合。

本文主要針對六合夜市與瑞豐夜市兩者進行行銷策略之比較，表一為本組所整理的六合與瑞豐夜市行銷 4P 策略與建議。

表一、六合夜市與瑞豐夜市之行銷 4P 策略

	六合夜市	瑞豐夜市	建議 (想法)
Place 通路策略	定時舉辦大型活動，透過活動可以吸引更多人潮。	可以利用網際網路宣傳或上電視的方式，提升攤販的知名度。	提供停車位，讓消費者不用擔心停車的問題。
Price 價格策略	六合夜市的價格偏高，但因為歷史悠久，擁有來自不同地區的小吃。	瑞豐夜市的價格低、種類多，因此多學生晚上喜愛來這邊逛。	雖然六合及瑞豐夜市美食豐富，但如果價格上漲，會導致顧客轉移其他夜市。
Promotion 推廣	1. 滿百送贈品 2. 清倉大拍賣	1. 通通 100 元 2. 買一送一	不定時舉辦促銷活動，才會吸引更多消費者。
Product 特色產品	1. 鄭老牌木瓜牛奶 2. 宏餅鋪胡椒餅	小吃種類多樣，不用擔心會找不到東西吃。	可增加清潔人員協助維護地方環境。
Others 其他	六合夜市幾乎都是賣吃得東西，所以才吸引不了人潮。	瑞豐夜市有得吃，又有得玩，所以近幾年來才會興盛起來。	可以定期更換攤販，多增加商品的多樣性。

四、高雄市觀光夜市的 SWOT 分析

本節則針對兩個高雄市的夜市，整合進行 SWOT 分析，希望能找到內部優勢與外部機會，提升更多的競爭力。

(一) 優勢(Strength)

瑞豐夜市和六合夜市在大高雄都是很出名的夜市，兩個夜市之所以會經營的那麼成功，最主要的原因就是離捷運站非常近。再來就是擁有各式各樣的美食，所謂美食不一定是五星級大飯店裡面的料理，反而是夜市內大大小小的的小吃。

(二) 劣勢(Weakness)

1. 環境衛生問題：

夜市大多設於露天的路段上，街上的車子來來往往，容易使灰塵掉進食材內，造成食材不乾淨的狀況。除此之外，少許消費者們用完餐會隨地亂丟，而沒有清掃人員幫忙維護環境，易造成環境的髒亂。

2. 商品的品質：

夜市裡的某些商品，像包包、手錶等，這很多都是從大陸製造出來的瑕疵品，很多商人都只顧自己的利益，根本不為消費者著想。

3. 空間的問題：

因為攤位的密度很高，造成每個攤位所能使用的空間較小，所以商家能擺的座位也不是很足夠，因此很多消費者就只能選擇以外帶的方式。

4. 交通的問題：

都市車輛眾多擁擠，導致停車位不足，因尋找車位停留太久，時常有人因為車位的問題而引發口角。

(三)機會(Opportunity)

因高雄市近來公共交通的發達，如捷運、公車等，可以為業者帶來許多商機。而觀光夜市近年來，吸引了許多來自於不同的國家來觀光夜市消費與觀光。

(四)威脅(Threat)

當景氣不好時，物價上漲，會影響到消費者對物品的需求，人們就會減少開銷而減少逛觀光夜市的次數，那麼觀光夜市就會受到威脅。下表為本組所整理的六合與瑞豐夜市 SWOT 分析。

表二、六合夜市與瑞豐夜市之 SWOT 分析

	六合夜市	瑞豐夜市
S 優勢(Strength)	營業時間長，擁有各地特產、小吃等樣樣俱全。	小吃多樣化，且價格低於其他地區。
W 劣勢(Weakness)	沒有停車場可方便消費者停車。	人潮太多造成環境衛生髒亂，停車位不足。
O 機會(Opportunity)	近年來，政府不斷舉辦「傳統市集 YOUNG 起來」等系列活動，推廣地方商機。	交通便利，可搭乘捷運系統或公車抵達。
T 威脅(Threat)	現在大部分都是大陸客，造成本地人漸漸不喜歡去。	人潮擁擠，空間不足

五、夜市問卷調查結果

本組為了深入了解六合夜市與瑞豐夜市之消費者動機、習慣與滿意度，特別設計問卷進行調查，共發放 200 份問卷，篩選出 160 份有效問卷；發放問卷時間 2014 年 12 月 9 日至 2014 年 12 月 12 日，問卷分析結果如下。

(一)消費者基本資料分析

根據統計資料顯示，在問卷當中，女生占 66%，男生占 34%。在問卷當中，年齡為 16~25 歲最多(76%)，其次為 15 歲以下占 4%，26~40 歲占 11%，41 歲以上占 9%。根據統計資料顯示，在問卷當中，居住地為高屏占最多 82%，其他居住地都占 3%。

(二)消費者至夜市的消費動機與消費習慣

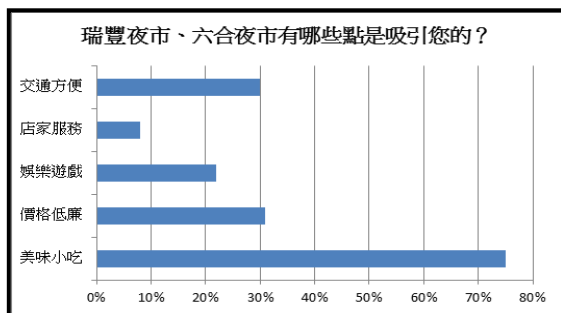


圖 2 吸引的因素

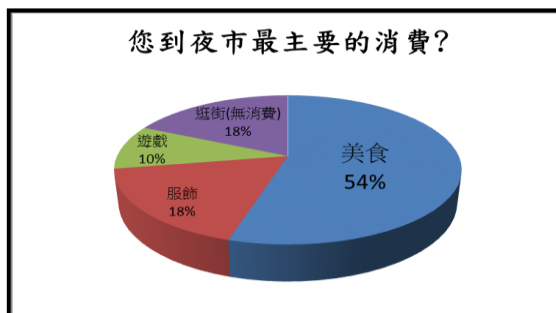


圖 3 主要消費分析

而在圖 2 吸引消費者的因素分析圖顯示，美食小吃占最多（75%），其次為交通方便占 30%，店家服務占 8%，娛樂遊戲占 22%，價格低廉占 31%。

由圖 3 可知，夜市本來就是以台灣小吃為聞名的地方，所以消費者通常到夜市的主要消費在於美食(占了 54%)，其次是純逛街 18%與服飾消費 18%，可知很多消費者把夜市視為逛逛看看的觀光點。

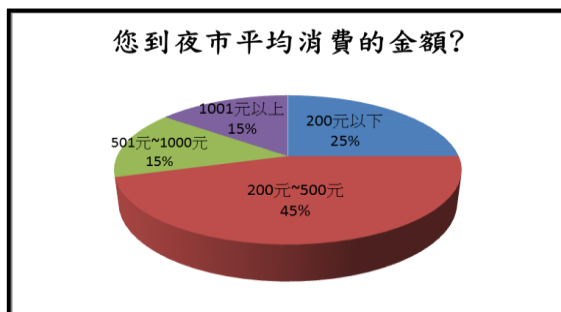


圖 4 平均消費分析

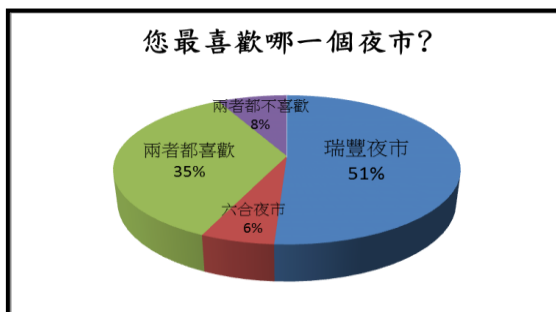


圖 5 最喜歡哪一個夜市分析

由圖 4 可知，消費者在夜市平均每次消費金額最大宗在於 200~500 元左右。而 1001 元以上也不少，占了 15%，可見夜市小吃與攤位也可以創造高消費。

由圖 5 可知，雖然瑞豐夜市的歷史沒有六合夜市來的悠久，但因為瑞豐夜市的小吃及東西種類較為多樣，價格也較為平價，因此，瑞豐夜市對消費者來說喜愛程度是相當的高，占了 51%，遠高於六合夜市的 6%。

(三) 消費滿意度

本研究針對六合夜市與瑞豐夜市之消費者滿意度進行調查，六合夜市與瑞豐夜市填寫分述分別為 144 份與 74 份，以五點量表所獲得之滿意度平均值與排序如表三所示。

其中消費者對六合夜市最滿意的前三名分別為：小吃口味、吃的食物衛生、小吃價格；最不滿意的兩名為販售物品的價格與交通位置。消費者對瑞豐夜市最滿意的前三名分別為：小吃口味、攤販種類多樣性與攤販的服務品質；最不滿意的兩名為整體環境清潔與食物衛生。消費者對兩個夜市滿意度最低者為：瑞豐夜市的整體環境清潔感覺、瑞豐夜市小吃的食物衛生與瑞豐夜市所販售物品的價格。

表三、六合夜市與瑞豐夜市之滿意度平均與排序

六合夜市及瑞豐夜市的滿意度調查	平均 值	滿意度排 序 (分開排)	滿意度排 序 (一起排)

		序)	序)
您對於 <u>六合夜市</u> 攤販的服務品質感覺	3.85	5	7
您對於 <u>六合夜市</u> 的整體環境清潔感覺	3.86	4	6
您對於 <u>六合夜市</u> 攤販種類多樣性感覺	3.85	5	7
您對於 <u>六合夜市</u> 小吃口味的滿意度	4.00	1	1
您對於 <u>六合夜市</u> 小吃的食物衛生滿意度	3.91	2	4
您對於 <u>六合夜市</u> 所販售物品的價格滿意度	3.73	8	12
您對於 <u>六合夜市</u> 小吃價格的滿意度	3.89	3	5
您對於 <u>六合夜市</u> 交通位置滿意度(交通便利、車位充足)	3.82	7	10
您對於 <u>瑞豐夜市</u> 攤販的服務品質感覺	3.84	3	9
您對於 <u>瑞豐夜市</u> 的整體環境清潔感覺	3.44	8	<u>16</u>
您對於 <u>瑞豐夜市</u> 攤販種類多樣性感覺	3.95	2	3
您對於 <u>瑞豐夜市</u> 小吃口味的滿意度	3.99	1	2
您對於 <u>瑞豐夜市</u> 小吃的食物衛生滿意度	3.58	7	<u>15</u>
您對於 <u>瑞豐夜市</u> 所販售物品的價格滿意度	3.65	6	<u>14</u>
您對於 <u>瑞豐夜市</u> 小吃價格的滿意度	3.68	5	13
您對於 <u>瑞豐夜市</u> 交通位置滿意度(交通便利、車位充足)	3.79	4	11

參●結論及建議

一、結論

瑞豐夜市及六合夜市在高雄為兩大知名的夜市，根據本研究對兩大夜市的文獻分析與調查問卷中，提出以下三點結論：

(一) 高雄市觀光夜市之行銷策略特點

六合夜市及瑞豐夜市的美食不勝枚舉，根據問卷調查中，發現吸引消費者去夜市的主要因素為美食居多。

(二) 消費者來高雄市觀光夜市之動機與消費習慣

根據本組研究結果可以發現不論是在地人還是觀光客，通常到夜市的消費主要在於美食(圖3)。店家服務占8%、美食小吃占最多(75%)

(三) 消費者對高雄市觀光夜市之滿意度

雖然瑞豐夜市的歷史沒有六合夜市來的悠久，但因為瑞豐夜市的小吃及東西種類較為多樣，價格也較為平價，因此，瑞豐夜市對消費者來說喜愛程度是相當的高。

二、建議：

(一)雖然夜市是個相當吸引觀光客的地方，但這也常常會造成地方環境衛生髒亂的問題，若是可以增加清掃人員協助維護環境衛生，那想必夜市會更吸引人潮。

(二)也可以多增加大型垃圾桶。

(三)可以多舉辦大型活動，促進地方商機。

(四)設立免費停車場，以方便停車。

(五)要有更多創新的美食等等。

(六)規畫停車場可增加更多顧客群。

(七)規畫停車場可增加更多顧客群。

肆●引註資料

維基百科－六合夜市。2014年10月28日。取自

<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%85%AD%E5%90%88%E5%A4%9C%E5%B8%82>。

維基百科－瑞豐夜市。2014年10月28日。取自

<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E7%91%9E%E8%B1%90%E5%A4%9C%E5%B8%82>