

致理技術學院

資訊管理系 專題期末報告書

福州新利大雅餐廳官網建置與網路行銷

學生：69810271 羅震紳

69810272 陳品辰

69810274 鄭靜宜

69810275 楊立暉

69810276 林于婷

69810277 廖翊晴

指導老師：王德華 老師

中華民國 101 年 12 月

實務專題研究授權書

本組同學 羅震紳、陳品辰、鄭靜宜、楊立暉、林子婷、廖翊晴（以下簡稱甲方）共 六 人，在 致理技術學院資訊管理系（以下簡稱乙方）101 學年度第 1 學期，民國 101 年 12 月 12 日星期三，完成資管系實務專題報告。實務專題報告名稱：福州新利大雅餐廳官網建置與網路行銷

一、甲方之專題報告相關書面、電子資料，授予乙方為學術研究之目的無償重製，及閱讀者基於個人非營利目的之檢索、留覽、下載或列印，得不限時間與地域之利用。

二、授權書非專屬授權，甲方對上述授權著作仍擁有著作權。

三、對上述授權著作，未經甲方書面同意，不得改作、編輯、製作衍生著作及其他營利之行為。

四、甲方保留隨時以書面終止授權之權利。

指導教授姓名： _____ 老師

專題學生簽名： _____ 學號： _____

(親筆正楷) _____ 學號： _____

中華民國 101 年 12 月

致理技術學院

資訊管理系 專題期中報告書

福州新利大雅餐廳官網建置與網路行銷

學生：69810271 羅震紳
69810272 陳品辰
69810274 鄭靜宜
69810275 楊立暉
69810276 林于婷
69810277 廖翊晴

本成果報告書經審查及口試合格特此證明。

指導老師：_____

中華民國 101 年 12 月

**致理技術學院資訊管理系「資管實務專題」
101 學年度期初專題報告評審意見回覆表**

出場順序	4	專題主題	福州新利大雅餐廳 官網建置與網路行銷
問題 1	是否有跟業者洽談, 產學合作一事?		
回答 1	接洽當中, 業者正在評估。		
問題 2			
回答 2			
問題 3			
回答 3			
問題 4			
回答 4			
問題 5			
回答 5			
問題 6			
回答 6			

* 同學需要回答的問題, 請與各位的指導老師討論後填寫, 並請指導老師簽名。

* 請同學自行將多餘的列數刪除, 如果問題超過 5 個, 請自行增加列數。

指導老師簽名：

致理技術學院資訊管理系「資管實務專題」 101 學年度期中專題報告評審意見回覆表

出場順序	9	專題主題	福州新利大雅餐廳 官網建置與網路行銷
問題 1	期初有規劃會員系統, 為何期中展示沒有呈現?!		
回答 1	業主說不需要太多功能, 只需要有介紹功能即可。		
問題 2	美工太過於簡陋, 沒有特色, 期末如何改進?		
回答 2	使用套件組合來修改, 重新修飾菜色圖片, 餐廳環境, 頁面樣式。		
問題 3	訂餐, 訂位系統是否會完整呈現?		
回答 3	使用網頁表單呈現方式, 利用電子郵件管理, 只需要表單來記錄訊息, 關於訂金方式業主希望使用人工方式確認較為安心。		
問題 4	在貴組專題題目中, 提到網路行銷, 但為何報告沒有提出任何關於網路行銷的企劃?		
回答 4	本組專題目的在於探討品牌網站的建置規劃, 以及對於品牌的探討, 會完全注重在美工方面, 所以在網路行銷上沒有太多著墨。		
問題 5			
回答 5			
問題 6			
回答 6			

* 同學需要回答的問題, 請與各位的指導老師討論後填寫, 並請指導老師簽名。

* 請同學自行將多餘的列數刪除, 如果問題超過 5 個, 請自行增加列數。

指導老師簽名：

**致理技術學院資訊管理系「資管實務專題」
101 學年度期末專題報告評審意見回覆表**

出場順序	9	專題主題	福州新利大雅餐廳 官網建置與網路行銷
問題 1	在貴組專題題目中, 提到網路行銷, 但為何報告沒有提出任何關於網路行銷的企劃?		
回答 1	本組專題目的在於探討品牌網站的建置規劃, 以及對於品牌的探討, 會完全注重在美工方面, 所以在網路行銷上沒有太多著墨。		
問題 2	美工太過於簡陋, 沒有特色, 期末如何改進?		
回答 2	由於學校投影設備欠佳, 無法完全呈現網頁效果樣式 詳情可請看報告書內彩色印刷。		
問題 3	網頁背景色感覺黑暗, 不像是餐廳形象網頁。		
回答 3	由於學校投影設備欠佳, 無法完全呈現網頁效果樣式 另外在美工設計中黑色是給人感覺穩重, 專業的感覺 該餐廳在台北市已有相當久的歷史, 業主希望呈現的是專業且穩重的感覺, 不希望太過於花俏而有失莊重。		
問題 4			
回答 4			
問題 5			
回答 5			
問題 6			
回答 6			

* 同學需要回答的問題, 請與各位的指導老師討論後填寫, 並請指導老師簽名。

* 請同學自行將多餘的列數刪除, 如果問題超過 5 個, 請自行增加列數。

指導老師簽名：

致謝

此專題的建立感謝所有給予支持的朋友、師長們。

各位組員們在平時都有各自的事情，有同學要準備國家考試，有同學在學校的工作相當忙碌，也有同學朝著自己的理想跟夢想去前進、實現。

途中我們經歷了許多爭執跟討論，大家還是打起精神來完成這個專題，走到了寫致謝詞這裡，或許結果沒有那麼的完善；但是各位都在這次的專題中，學習到不少。

還記得德華老師說："專題只是學習歷程的某一小部分，未來卻還有大半的人生需要用良好的時間管理度過。"仔細想過這番話後，也呼應了士豪學長最近教給我的東西，在未來我們會做得更好，變得更好。

最後；感謝位於西門町的福州新利大雅餐廳的老闆，給我們這個機會！可以了解到網站的製作以及規劃的流程，雖然跟老師討論的時間不多，

謝謝老師的包容跟體諒，在經過這麼多的風風雨雨後；走到專題的尾聲。

中華民國 101 年 12 月

摘要

本研究目的在於幫福州新利大雅餐廳製作專屬的形象網站，並提供最新消息、用餐環境、菜單資訊、團菜組合、年菜訂購、訂位資訊、聯絡我們等相關的連結，讓消費者可以快速的得到資訊，希望建立專屬網頁之後，除了婚宴喜慶、公司聚會、尾牙、節慶活動…等大型聚會之，能增加同學聚餐、家庭聚餐、慶生…等小型聚會，吸引年輕消費者族群來此消費。

本研究方法，比較相似的聚餐場所（如：翰林筵、海釣船台菜海鮮餐廳、來得福川菜客家菜餐廳…等），得知整體消費下來並沒有太大的落差，希望可以藉此打破消費者對於餐廳消費很高的觀念，並透過 Facebook 的傳播資訊速度，讓更多人知道此店家的資訊。

本研究程序，與福州新利大雅餐廳的負責人詢問想製作的方向及理念，進而溝通希望提供我們菜單、相關資訊，並允許我們到內場拍攝菜色照片，之後去搜尋以往部落客以及新聞所介紹的相關資訊，從中去評估該餐廳所需要的相關連結以及該提供的資訊。

餐廳的負責人很高興我們可以替他們設置專屬的形象網站，很配合的回答了我們提出的問題，並給予菜單、相關資訊，還提供了新聞報導的資訊，也協助我們進到內場拍攝菜色照片，讓我們可以很順遂的進行專案的研究探討以及製作。

本研究結果，目前網站都已經建置完成，剩下菜色照片並未完全都有，事後會慢慢將圖片放入，以及背景、字體的配置上面還要再做些許修改，也可在網路上搜尋到此網站，在 Facebook 上面也建立了粉絲專業並開始運行，希望可以在兩方面都著手的情況之下，讓年輕消費者族群能夠逐漸的得知福州新利大雅餐廳的相關資訊，並都能前往去辦活動或用餐。

目錄

實務專題研究授權書.....	I
期初評審意見回覆表.....	III
期中評審意見回覆表.....	IV
期末評審意見回覆表.....	V
致謝.....	VI
摘要.....	VII
目錄.....	VIII
表目錄.....	X
圖目錄.....	XI
第一章 序論.....	1
第一節 研究背景.....	1
第二節 研究動機.....	1
第三節 研究目的.....	2
第四節 研究流程.....	3
第二章 文獻探討.....	4
第一節 品牌.....	4
一、品牌定義.....	4
二、品牌意義.....	4
三、品牌要素.....	5
四、品牌權益.....	6
第二節 網站設計品質的主要指標.....	7
一、翰林宴.....	8
二、來得福川菜客家菜餐廳.....	9
三、野宴日式炭火燒肉.....	11
四、西堤牛排.....	12
第三章 系統研究方法.....	13
第一節 研究流程.....	13
第二節 研究方法.....	14
第三節 業者訪談.....	15
第四節 SWOT 分析.....	17

第四章 研究成果.....	18
第一節 系統功能.....	18
第二節 系統特色.....	18
第三節 使用對象.....	19
第四節 系統設計.....	19
第五節 系統介面.....	20
第六節 使用環境.....	28
第七節 開發工具.....	28
第八節 系統平台架構.....	29
第五章 結論.....	30
第一節 預期研究效益.....	30
一、透過 SEO 功能，提升網站關鍵字搜尋.....	30
二、擴大外送服務範圍，增加訂單效益。.....	30
三、後台系統管理，節省時間成本。.....	30
第二節 結語.....	30
第六章 預期研究限制.....	32
第一節 風險評估.....	32
第二節 因應對策：.....	32
第三節 系統設計面對的問題：.....	32
第七章 專案分工執掌.....	33
第一節 分工表.....	33
第二節 時程進度表.....	34
第三節 專案規劃進度表.....	34
第八章 文獻參考.....	35
附錄一_翰林筵.....	35
附錄二_來得福川菜客家菜餐廳.....	35
附錄三_野宴日式炭火燒肉.....	35
附錄四_西堤牛排.....	35

表目錄

實務專題研究授權書.....	I
期初評審意見回覆表.....	III
期中評審意見回覆表.....	IV
期末評審意見回覆表.....	V
致謝.....	VI
摘要.....	VII
目錄.....	VIII
表目錄.....	X
圖目錄.....	XI
(網站設計品質主要指標，表 2-2-1).....	7
(翰林筵，表 2-2-2).....	8
(來得福州菜，表 2-2-3).....	10
(野宴，表 2-2-4).....	11
(西堤，表 2-2-5).....	12
(研究流程，表 3-1-1).....	13
(開發工具，表 4-7-1).....	28
(分工執掌，表 6-1-1).....	33
(進度表，表 6-3-1).....	34

圖目錄

實務專題研究授權書.....	I
期初評審意見回覆表.....	III
期中評審意見回覆表.....	IV
期末評審意見回覆表.....	V
致謝.....	VI
摘要.....	VII
目錄.....	VIII
表目錄.....	X
圖目錄.....	XI
(翰林筵，圖 2-2-1).....	8
(來得福州菜，圖 2-2-2).....	9
(來得福州菜，圖 2-2-3).....	9
(來得福州菜，圖 2-2-4).....	10
(野宴，圖 2-2-5).....	11
(西堤，圖 2-2-6).....	12
(SWOT 分析，圖 3-4-1).....	17
(系統介面，圖 4-5-1).....	20
(系統介面，圖 4-5-2).....	20
(系統介面，圖 4-5-3).....	21
(系統介面，圖 4-5-4).....	21
(系統介面，圖 4-5-5).....	22
(系統介面，圖 4-5-6).....	22
(系統介面，圖 4-5-7).....	23
(系統介面，圖 4-5-8).....	23
(系統介面，圖 4-5-9).....	24
(系統介面，圖 4-5-10).....	24
(系統介面，圖 4-5-11).....	25
(系統介面，圖 4-5-12).....	25
(系統介面，圖 4-5-13).....	26
(系統介面，圖 4-5-14).....	26

(系統介面，圖 4-5-15).....	27
(系統介面，圖 4-5-16).....	27
(系統平台架構，圖 4-8-1).....	29
(進度表，圖 6-2-1).....	34

第一章 序論

第一節 研究背景

福州菜是發源於中國福建福州一帶的閩菜分支菜系，為閩菜一大主流，其特點為味道偏甜、酸、淡，尤其重視湯的烹制，有「一湯十變」之說，烹調方法上則以溜、蒸、炒、煨、燉最為常見。

福州菜常用的典型調味料有蝦油、紅糟等。傳統福州菜常以蝦油取代食鹽和醬油等作為鹹味調味料進行烹飪，而其注重清淡、鮮香的特點也決定了福州菜極少使用像辣椒一類的辛辣調味料。

福州菜著名菜肴有佛跳牆、紅糟雞、淡糟香螺片，雞湯汆海蚌等。近代福州菜重要發源地之一為創建於清代中後期的福州聚春園餐館，佛跳牆也是由聚春園的廚師鄭春發所發明的。

福州菜中還有大量的著名小吃，如魚丸、扁肉燕、鼎邊糊、線麵、光餅、拌麵、蠣餅等，其中很多都有很長的歷史。

第二節 研究動機

希望能替福州新利大雅餐廳推廣福州菜色，並冀望會有更多的新顧客到訪，現在的速食、火鍋、燒烤以及複合式餐廳較盛行，就算去餐廳吃飯，也鮮少會到這麼傳統氛圍的地方，但是新顧客一直不肯去嘗試的話，就永遠都不會知道福州新利大雅餐廳。

但主要的原因還是因為福州新利大雅餐廳並沒有自己專屬的網站，只有部落客的介紹以及新聞媒體的報導，所以我們要替福州新利大雅餐廳製作形象網頁，將餐廳特色、菜色菜單、店內擺設…相關的資訊提供給消費者得知，並透過 Facebook 的傳播資訊速度，讓更多人知道此店家，希望藉此可以增加客源。

第三節 研究目的

探討位於台北市西門町商圈的『福州新利大雅餐廳』為蓋餐廳設計品牌形象網站，不管是婚宴喜慶、公司聚會、尾牙、節慶活動…等大型聚會，以及同學聚餐、家庭聚餐、慶生…等小型聚會，都可來此消費，訂定系統規劃及完整的行銷策略，增進餐廳在被動式銷售的曝光面，藉此將餐廳的資訊完整且更快速直接的跨越地區以及涉入年輕族群。

業者可以自行修改網站的內容，以利將第一手消息盡快的發布，讓消費者隨時可得知最新消息，透過行銷策略，增進曝光率，吸引更多消費者。

本文藉由與業者訪談後歸納出業者在被動式行銷的需求以及想法；本文研究目的如下：

(一) 現有許多成功的餐廳網站皆使用「SEO 關鍵字」的方式，我們將學習他們的經驗，把「SEO 關鍵字」導入福州新利大雅餐廳形象網站。目前我們使用的 yahoo、Google 等等的搜尋引擎搜尋「福州菜」，會發現目前的搜尋結果第一名為維基百科的福州菜解釋名詞。

接著是部落客所撰寫的文章介紹福州新利大雅餐廳，我們可以利用「SEO 關鍵字」的方式增加我們搜尋的排名，藉此提高新的消費者或是老饕對福州新利大雅餐廳資訊的了解。

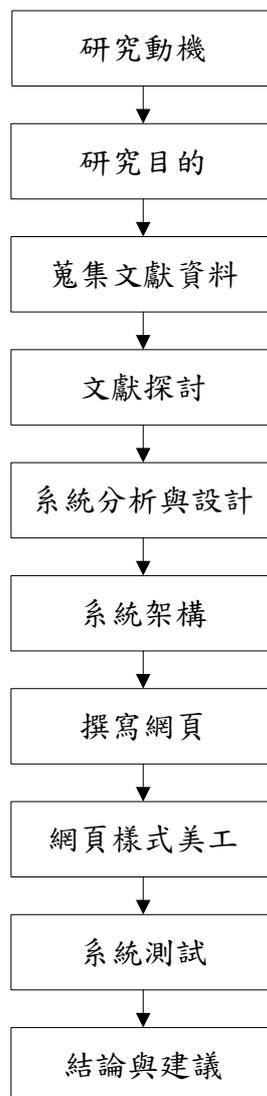
(二) 探討的品牌策略，企業想要操作成功的品牌，必須先有正確的觀念，首先商品要有「良好品質」，並且擁有清晰的「品牌核心價值」，再依此價值給予「產品」、「服務」與「客層」等三項定位，有了明確之定位策略之後，最後才是進行「品牌行銷」。

一個成功品牌的行銷有四個階段，在消費者心中建立「知名度」、「偏好度」、「理解度」，最後才「產生購買力」。

第一點商品要在目標對象中擁有「知名度」，在知名度足夠後，才能引資消費者的正面「偏好」。當消費者「理解」產品、風格、對他的好處後，才會產生「購買」的行為。(JewelryInformation, 2006)

(三) 建置業者專屬的品牌形象網站，讓業者完整並清楚的向消費者傳達餐廳的資訊。網站的資訊包涵：訂位資訊、菜單、套餐的介紹；以及宅運配送的服務，讓消費者能在網路上選擇菜色跟直接下單。

第四節 研究流程



(研究流程，圖 1-4-1)

第二章 文獻探討

第一節 品牌

探討品牌，有人說「行銷，是建立品牌」，這句話乍聽之下似乎是很簡單，但仔細想想，要建立品牌又談何容易，最初可能都會感到茫然無頭緒，不知如何下手才好，顯然這句有關品牌的簡短論述並沒有那麼簡單，要處理的相關事情還蠻多的，諸如審視整個行銷環境、掌握趨勢、研發商品、製造商品、發展品牌策略…等。

可見為品牌之事，要做的事情真是很多，繁繁瑣瑣的一大堆，而這其中之一是為「品牌」命名，取一個順口好唸容易記的名字，最好一看到品牌的名字能連想到產品，也可以馬上知道產品是在賣什麼的。

這些本來是搞行銷必然要做的工作，大家都這樣在做，都號稱在經營品牌，偶爾也會談論品牌，品牌之說真的是滿天飛，說是現今行銷最夯的「商品」也不為過，但仔細想想，對於何謂「品牌」之論說，還是似是而非，會讓人搞不大清楚，看得似懂非懂的，是故研究品牌的第一步。(邱高生 2006/04/06)

一、品牌定義

美國行銷學會(American Marketing Association, AMA)對品牌下的定義為：「是指一個名稱(Name)、術語(Term)、標記(Sign)、符號(Symbol)，或設計(Design)，或是它們的聯合使用，用來確認一個消費者或一群銷售者的產品或服務，以與競爭者的產品或服務有所區分。」，所以品牌是銷售者或製造者提供一組一致且特定的產品特性、利益與服務購買者的承諾。

二、品牌意義

基本上，品牌是業者持續提供一組特定的產品特色、利益及服務給購買者的承諾，可是，品牌本身是一個複雜的符號，一個品牌可以傳遞出六種層次的意義：

- (1)屬性(Attributes)：品牌總會讓人聯想到產品的屬性。
- (2)利益(Benefits)：屬性雖好，但消費者所購買的是利益，而非屬性，因此，屬性必須被轉化成功能性或情感性利益。
- (3)價值(Values)：品牌同時也傳達出生產者本身的價值。
- (4)文化(Culture)：品牌也可能代表某種文化。
- (5)個性(Personality)：品牌也可以投射出某些個性，在其中；我們可以透過人物、動物及事務等方式來反映品牌個性。有時候，品牌會啟用代言人來展現其品牌個性。
- (6)使用者(User)：品牌能猜測購買或使用該產品的顧客類型。甚至可說產品所表達的價值、文化和個性，都能反映在使用者。

三、品牌要素

關於品牌要素，最常被提及的主要要素包括品牌名稱、網址、商標、象徵物、代表性人物、廣告標語、廣告音樂及包裝等。(蕭富峰，2006)

品牌名稱：

是最熟悉、也最常看到、聽到的品牌要素。品牌名稱固然是一個非常重要的品牌要素，它經常暴露在消費者之前，在市場上影響重大的品牌知名度與品牌聯想。

網站：

在網路時代裡愈來愈不可或缺的品牌要素，網站意味著在網路世界主權宣示，並成為品牌對外溝通的重要要素之一，也可以讓網路族在網路世界裡找到消費者、認識消費者、了解消費者，乃至於喜歡消費者。

廣告標誌：

是簡短的句子，用來畫龍點睛、言簡意賅地表達出品牌的情義。

廣告標語主要出現在廣告的場景裡，但有時候也會在包裝或其他行銷操作上扮演重要的角色，以收相互輝映之效。

廣告標語和品牌名稱類似，都是可以用來建立品牌權益的有效的、簡短的工具，藉由這個有力的線索，可以有效協助消費者掌握住品牌的意義。

四、品牌權益

品牌知名度(BrandAwareness)：

是前言非常重要的決策資產，首先品牌知名度可以帶來熟悉感；其次，知名度通常也被視為是品牌承諾的一種訊號；最後，知名度高低會直接影響人們在從事購買決定的關鍵時點上會不會連想到它，以及對於該品牌的評價與偏好。

品牌聯想(BrandAssociation)：

係指在消費者的記憶庫裡，與特定品牌直接或間接連結的所有東西，基本上，品牌聯想是正面與負面聯想的總合體，在其中，有的聯想屬於正面聯想，有些則屬於負面聯想。

在所有的品牌聯想裡，產品特性與顧客利益是最具攸關性的，因為它們提供了購買理由，且是品牌忠誠的堅實基礎，因此，常常會成為強烈的聯想來源。

品牌忠誠度(BrandLoyalty)：

首先，可以有效降低企業的行銷成本。顧客忠誠度如果愈高，成本對會變得愈低；其次，對於競爭者而言，既有顧客的忠誠度代表著相當重大的進入障礙；最後，忠誠度可以讓企業擁有回應競爭者攻擊所需的喘息時間，以便讓企業有足夠的緩衝時間可以規劃反擊行動。

認知品質(PerceivedQuality)：

相對於其他競爭品牌而言，消費者對該品牌的產品所感知到的整體品質評價或認知水準。

因此，認知品質會影響消費者的購買決策和忠誠度，並且提供價格溢酬的空間。

第二節 網站設計品質的主要指標

我們列出了幾個在網路上相當成功的案例，運用網站設計品質的主要指標幫助我們以這個主要指標去完成福州新利大雅的品牌形象網站。

網站設計品質的主要指標

主要品質指標	指標的內容
網站的美觀性 (Aesthetics)	樸實、單調外觀設計(Appearance) 與經營特色相配合的設計風格(Style) 提供連結擺設清楚
網站的導航性 (Navigation)	有專屬的網站及能得到相關資訊 設立社群網站提高曝光率 網頁之間的相關連結很清楚、順暢
網站的可靠性 (Reliability)	所提供的資訊具有完全的正確性 資訊隨時更新，讓消費者能確實掌握
網站的能力性 (Competence)	讓人覺得專業、資訊完整的形象 能正確地執行網頁之間的連結
網站的反應性 (Responsiveness)	讓消費者快速地找到所需要的資訊
網站的擷取性 (Access)	能讓消費者很容易的聯絡、互動或提供回饋意見
網站的可信性 (Credibility)	具有良好的聲譽以及口碑 有部落客以及新聞媒體的相關網站介紹及報導 產品及服務有絕對的保證
網站的安全性 (Security)	所提供之資料絕對完整正確 讓人對其覆行交易之承諾有信心 店家會在與顧客做電話確認
網站的溝通性 (Communication)	所提供的資訊內容很容易瞭解 有問題可以寫信或打電話與店家聯繫
網站的個人性 (Individualization)	所提供的資訊個人化 能提供個人化的產品與價格

(網站設計品質主要指標，表 2-2-1)

一、翰林筵

網站名稱：翰林筵

網站連結：

<http://xintai.hosthk133.idc-icp.com/hanlinyan/index.php?c=main&a=index>



(翰林筵，圖 2-2-1)

網站設計品質的主要指標

主要品質指標	網站內容品質
網站的美觀性(Aesthetics)	有自己的風格, 配色統一。
網站的導航性(Navigation)	能在網站上發現應該有的資訊或物件
網站的可靠性(Reliability)	翰林筵廚房無法連結使用
網站的能力性(Competence)	訂位專區在最下方, 不易讓人尋找
網站的反應性 (Responsiveness)	能讓消費者快速地找到所需要的資訊
網站的擷取性(Access)	能讓消費者很容易的聯絡, 缺少與客戶互動性
網站的可信性(Credibility)	具有良好的聲譽
網站的溝通性 (Communication)	相關報導和採訪更有說服力 環境和菜色有詳細介紹
網站的個人性 (Individualization)	所提供的資訊能個人化

(翰林筵，表 2-2-2)

二、來得福川菜客家菜餐廳

網站名稱：來得福川菜客家菜餐廳

網站連結：<http://www.29687918.tw/sitebuilder/page1.php>

首頁 ● 瀏覽人數 38358

Like Send 32 people like this.

◎ 歡迎使用信用卡及國民旅遊卡！ 用餐全面不加成，不加收服務費！

◎ 本店備中華電信Wi-Fi熱點無線上網

◎ 年菜：龍來得福賀新春

◎ 近期活動：《[那些年，我們一起拍的照片](#)》

◎ 近期活動：《[三十週年慶](#)》

◎ 來得福餐廳榮獲第65屆商人節表揚大會特優商店(市長獎)

地址：新北市板橋區中正路294號 網頁：www.29687918.tw
 電子郵件：service@29687918.tw 電話：(02)2968-7918 傳真：(02)2272-6698

(來得福州菜，圖 2-2-2)

辣椒小魚乾 角川書局~Taipei Walker雜誌推薦！
100元 450元 | 買氣 2 人
數量:

台式泡菜
100 元
數量:

酥炸花生
60 元 | 買氣 15 人
數量:

紅油耳絲 遠百暢銷商品
100 元 450 元 | 售完

滷大雞腳 遠百暢銷商品~每週限量
60 元 75 元 | 售完

滷小雞腳 遠百暢銷商品~每週限量
40 元 50 元 | 售完

滷腳頭尾 遠百暢銷商品~每週限量
30 元 | 售完

滷大屁股 遠百暢銷商品~每週限量
35 元 40 元 | 售完

茶鴨超值包 遠百暢銷商品，每週限量
60 元 80 元 | 售完

合購: [限定] 徵到免運~超好吃的年菜團噴~免運!
統計: 2 人 4 份 1010 元 加入限定家旗
面交: [台北] 板橋市中正路216巷·[台北] 板橋市中正
主購: hn7011262 (24) | 已截止

合購: [限定] 徵到免運~超好吃的年菜團噴~免運!
統計: 1 人 6 份 300 元 加入限定家旗
面交: [台北] 板橋市中正路216巷·[台北] 板橋市中正
主購: hn7011262 (24) | 已截止

合購: [限定] 徵到免運~超好吃的年菜團噴~免運!
統計: 2 人 8 份 930 元 加入限定家旗
面交: [台北] 板橋市中正路216巷·[台北] 板橋市中正
主購: hn7011262 (24) | 已截止

合購: [限定] 徵到免運~超好吃的年菜團噴~免運!
統計: 4 人 16 份 3880 元 加入限定家旗
面交: [台北] 板橋市中正路216巷·[台北] 板橋市中正
主購: hn7011262 (24) | 已截止

合購: 笑笑豆花~徵8桶免運費
統計: 0 人 0 份 0 元
面交: [新竹] 幸福園綠園警衛室(新竹市縣興路85巷)
主購: willity (38) | 已截止

合購: [限定] 再找300元~10/13到貨~
統計: 1 人 6 份 300 元 加入限定家旗
面交: [台北] 北投捷運站由女廁出口出來~廣場欄杆
主購: daisy (492) | 已截止

合購: [限定] 2000元免運~
統計: 3 人 15 份 1688 元 加入限定家旗
0 件商品 0 元 立即訂購 找合購

(來得福州菜，圖 2-2-3)

暢銷商品排行

- 佛跳牆 NT\$ 800.00
- 無錫子排 NT\$ 350.00
- 梅干扣肉 NT\$ 220.00
- 辣椒小魚乾 NT\$ 100.00
- 客家蹄膀 NT\$ 480.00
- 炸花生 NT\$ 60.00

廠商

2. 電鍋加熱：剪開真空袋將產品放置於盤中，於電鍋外鍋加水一至兩杯，啟動後約時至十五分鐘後即可。

限量產品有：滷大雞腳、滷小雞腳、滷大屁股、滷腳頭屋、茶鵝超值包，限量商品歡迎來電預先訂購。

新商品

	滷大屁股~每週限量 NT\$ 35.00 立即購		滷腳頭屋~每週限量 NT\$ 30.00 立即購
	滷小雞腳~每週限量 NT\$ 40.00 立即購		滷大雞腳~每週限量 NT\$ 60.00 立即購
	茶鵝超值包~每週限量 直接吃或是搭配酸菜、高麗菜一起煮湯非常美味喔。 NT\$ 60.00 立即購	涼拌菜心 原價每包150元，現在特價每包100元。 NT\$ 100.00 立即購	
涼拌大頭菜 原價每包150元，現在特價每包100元 NT\$ 100.00 立即購			紅油耳絲 原價150元現在特價每包只要100元。 NT\$ 100.00 立即購
		台式泡菜 NT\$ 100.00 立即購	

Copyright 2006 Two程式開發 智邦生活館網路開店 Epicureanist

(來得福州菜，圖 2-2-4)

網站設計品質的主要指標

主要品質指標	網站內容品質
網站的美觀性(Aesthetics)	背景顏色單調 內容文字太小
網站的導航性(Navigation)	能在網站上發現應該有的資訊或物件
網站的可靠性(Reliability)	所提供的資訊具有完全的正確性 資訊隨時更新，隨時在更新
網站的能力性(Competence)	未能提供讓人覺得專業、能力強的形象 網站上沒有菜色圖片和文字介紹
網站的反應性 (Responsiveness)	有專屬的線上訂購網站(圖二、圖三) 能清楚預告產品/服務送達的時間 能讓消費者快速地找到所需要的資訊
網站的擷取性(Access)	能讓消費者很容易的聯絡、互動
網站的可信性(Credibility)	產品與服務有清楚的保證
網站的溝通性 (Communication)	所提供的資訊內容很容易瞭解

(來得福州菜，表 2-2-3)

三、野宴日式炭火燒肉

網站名稱：野宴日式炭火燒肉

網站連結：<http://www.yayan.com.tw/yayan/index.html>



(野宴, 圖 2-2-5)

網站設計品質的主要指標

主要品質指標	網站內容品質
網站的美觀性(Aesthetics)	具有動畫且吸引消費者的外觀設計
網站的導航性(Navigation)	網站搜尋容易，且讓使用者回饋意見
網站的可靠性(Reliability)	所提供的資訊正確性且持續的在更新
網站的能力性(Competence)	野宴已擁有專業的形象
網站的反應性(Responsiveness)	能清楚預告產品/服務送達的時間 能讓消費者快速地找到所需要的資訊
網站的擷取性(Access)	能讓消費者很容易的聯絡、互動或提供回饋意見
網站的可信性(Credibility)	品質與服務有良好的聲譽
網站的溝通性(Communication)	媒體採訪的資訊無法點閱內容 相關資訊的溝通會提供最適合的內容

(野宴, 表 2-2-4)

四、西堤牛排

網站名稱：西堤牛排

網站連結：<http://www.tasty.com.tw/>



(西堤，圖 2-2-6)

網站設計品質的主要指標

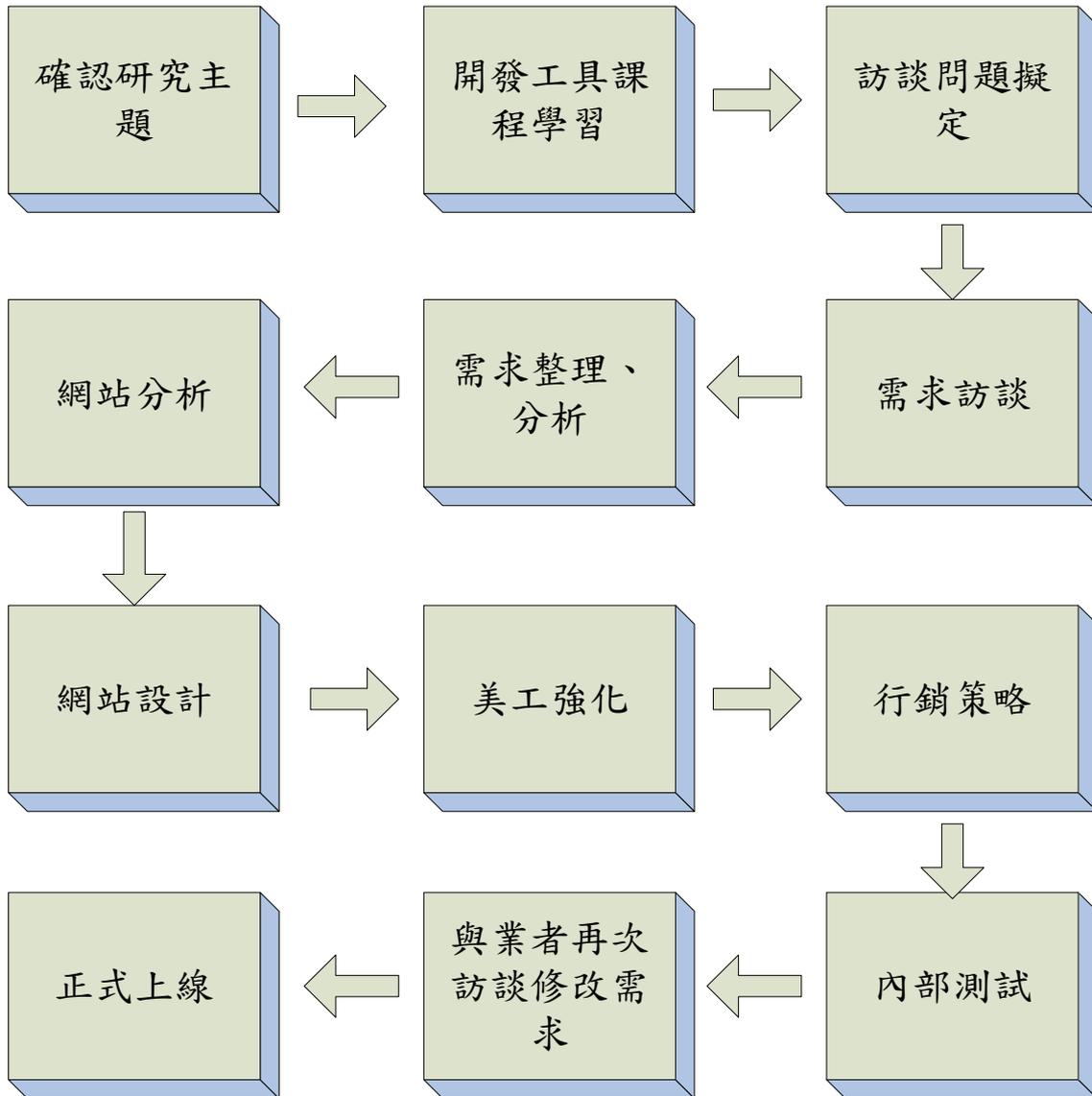
主要品質指標	網站內容品質
網站的美觀性(Aesthetics)	具有動畫吸引消費者的外觀精緻 與經營特色相配合的設計風格
網站的導航性(Navigation)	容易找到網站 能輕鬆簡便地在相關網站中 能在網站上發現應該有的資訊
網站的可靠性(Reliability)	所提供的資訊具有完全的正确性 資訊隨時更新，永遠是最新的版本
網站的能力性(Competence)	能提供讓人覺得專業、能力的形象
網站的反應性 (Responsiveness)	能讓消費者快速地找到所需要的資訊
網站的擷取性(Access)	能讓消費者很容易的聯絡、互動或提供回饋意見
網站的可信性(Credibility)	王品旗下餐廳，已有良好聲譽與品牌支持者
網站的溝通性(Communication)	提供最新資訊

(西堤，表 2-2-5)

第三章 系統研究方法

第一節 研究流程

首先確認研究動機與目的，再界定研究主題，其後進行相關的文獻探討、蒐集，最後提出本研究的重要研究結論與建議。



(研究流程，表 3-1-1)

第二節 研究方法

◇ 確認研究主題

小組人員提出數個研究主題，並決定、確定主題。

◇ 開發工具課程學習

小組人員定時提出開發工具相關資訊及互相探討。

◇ 訪談問題擬定

小組人員擬定需求訪談問題。

◇ 需求訪談

與業者進行訪談問題，確認業者需求。

◇ 需求整理、分析

與業者訪談後做出整理，並分析使用者的需求加以實踐。

◇ 網站分析

依照使用者需求對網站做需求分析，再依使用者需求分析小組人員分工。

◇ 網站設計

依照使用者的需求，將相關照片、資訊建置電子檔，並設計擺設，以 php、flash 加強網站的美觀、豐富性。

◇ 美工強化

使用 php 網站動畫連結資料庫加強版面的美觀、網站入口 flash 動畫。

◇ 行銷策略

1. 以福州新利大雅餐廳所具有的典雅及書香的氣息導入網站內作為網站的美觀主軸。
2. seo 關鍵字最佳化搜尋引擎，以個人化最高的「福州菜餐廳」作為關鍵字，同時在搜尋「餐廳」關鍵字，也可視最佳化搜尋可提高網站的曝光率。

◇ 內部測試測試網站功能否應付正式上線時的突發狀況。

◇ 與業者再次訪談修改需求

業者測試依照需求製作的網站，並訪談業者需求是否增加修改需求。

◇ 正式上線

第三節 業者訪談

1. 請問開了多久？

1949 年到現在，現任老闆在 1981 接手，原本有是兩家分店，分別為「福州新利餐廳」、「福州大雅餐廳」，在 10 年前合併新利和大雅餐廳。

2. 為什麼想開福州菜餐廳？

台灣幾乎沒有正統道地的福州菜，福州新利大雅是全台唯一的福州餐廳。

3. 福州菜的特色？

- a. 糖醋-福州人喜歡吃酸甜的東西
- b. 紅糟-福州人常把糯米釀酒後剩下來的殘渣做成食物，因為紅糟對身體很好
- c. 海鮮-福州靠海，所以取貨方便、新鮮

4. 營業時間和休假時間？

早上 11:30~14:30；晚上 17:00~21:30

只有大年初一休假。

5. 包廂怎麼算錢？

基本消費五千以上就可以訂包廂

6. 有在幫忙外送嗎？

有，消費滿三千以上，太遠則請顧客自行來拿取，基本上「萬華區」都可幫忙外送。

可以事先電話預約，再過來取貨。

7. 經營型態

婚宴喜慶，謝師宴，公司聚餐，家庭聚餐，尾牙春酒。

8. 平日&假日消費的客人

假日：可以到 400~500 個人以上

平日：最少不到 100 個人

重要節日：消費客人更多

9. 有優惠嗎？

- a. 每桌都會送甜點 or 小菜
- b. 有跟各家信用卡公司合作

10. 每天食材進貨數量?

每天都會去大市場採購，有在配合的攤販。

有安全存量和成本控制，大日子就會事先進貨多，小日子就有安全存量

11. 有遇到奧客過嗎?怎麼處理?

有遇過貪小便宜的人，我們會放低姿態，會因應客人需求的口味去做改進。

12. 推薦店裡的什麼菜?

腰花海蜆、魷魚海蜆、紅糟鰻魚、蚵蛋光餅、海鮮米粉湯…等。

13. 目前遭遇的困難?

台灣景氣差

14. 希望幫忙做些什麼?

網站，目前是使用人工記帳，老闆覺得不需要記帳系統。

業主經營理念:是以薄利多銷的手法，是靠量不漲價，做口碑。

看了網路上的評鑑，發現網路上不少消費者吃過之後對這家餐廳讚不絕口，但該餐廳沒有屬於自己真正的網站，都是其他美食網站和部落格在介紹，為了和市場上很多異國餐廳競爭，也為了推廣正宗道地的福州菜。

目前有一定的客源，有固定的公司尾牙聚餐、吃過後念念不忘的老饕們、以及中高年齡層的客戶們…等，但福州口味卻很少年輕人會知道，除了餐廳本身菜色的價格偏高之外，鮮少會有年輕族群會選擇前往餐廳舉辦聚會，為了推廣外地美食，以及推廣文化交流，我們希望福州新利大雅餐廳可以讓每個人想到聚餐時，都可以想到來吃福州新利大雅餐廳。

第四節 SWOT 分析

SWOT 分析即強弱機危綜合分析法，是一種企業競爭態勢分析方法，是市場營銷的基礎分析方法之一，通過評價企業的優勢(Strengths)、劣勢(Weaknesses)、競爭市場上的機會(Opportunities)和威脅(Threats)，用以在制定企業的發展戰略前對企業進行深入全面的分析以及競爭優勢的定位。而此方法是由 Albert Humphrey 所提出來的。

優勢 (Strengths)	劣勢 (Weaknesses)
<ol style="list-style-type: none">1. 黃金商圈店面2. 鄰近地區外送服務3. 許多電視台採訪報導4. 擁有固定客源及公司5. 食材採每天進貨6. 有跟信用卡配合活動	<ol style="list-style-type: none">1. 廠商提供資源不明確2. 不願導入 POS 系統3. 無意採用其他後台管理程式
機會 (Opportunities)	威脅 (Threats)
<ol style="list-style-type: none">1. 增加行銷機會2. 提高曝光率3. 跨縣市配送行銷4. 行銷成本降低	<ol style="list-style-type: none">1. 速食餐飲與吃到飽的崛起使得市場迅速被瓜分2. 消費族群年齡層偏高，對年輕族群無吸引力3. 單一菜色價格偏高

(SWOT 分析，圖 3-4-1)

第四章 研究成果

第一節 系統功能

1. 最新消息
2. 用餐環境
3. 菜單資訊
4. 團菜組合
5. 年菜訂購
6. 訂位資訊
7. 聯絡我們

第二節 系統特色

1. 網路行銷

設立社群網站 (Facebook) 增加曝光路，也隨時提供新資訊，讓消費者可以掌握，有任何問題也可以發問，店家會不定時的上去做回應，上面有提供地址、電話、相關菜色、活動方案、個人網站的網址連結，歡迎大家多多利用。

2. 建制商家個人網站

本餐廳擁有濃厚的中國風，梁柱與門板上有著木製雕刻花紋裝飾，並在牆上周圍掛上書法家的真跡題字，因此我們也會在網站上運用大量的中國風元素，吸引喜愛此風格的潛在客戶。

3. 實品圖片、菜單價格

餐廳雖有著好吃的美食與合理的價格，卻沒有進一步的包裝商品，美化餐廳菜色與福州菜形象，導致客人往往不會把福州菜與精緻美食劃上等號，為扭轉此刻板印象我們會以專業單眼相機拍攝美味佳餚，美化圖片與 MENU 進而建立福州菜精緻美食形象。

4. 建立交通資訊

以往餐廳只會在路邊發小傳單，在西門町每條路有數個垃圾桶的環境下，使得行銷成本損失且達不到預期目標，故必須在網站上鮮明的繪畫出餐廳所在位址，並以淺顯易懂的方式描述交通資訊，避免沉悶冗長，讓消費者大大提高來店意願。

第三節 使用對象

1. 喜歡福州菜的人群
2. 聚餐、結婚、洽公
3. 福州新利大雅餐廳的管理者
4. 尾牙、節慶聚餐
5. 各大媒體、有興趣合作的廠商

第四節 系統設計

福州新利大雅的餐廳形象網頁配置以採取簡單、樸實又不失傳統的風格，底色採用最基本的黑色去襯托圖片，為了使各個年齡層的消費者都能一目了然，介面的配置上基本分為左右兩邊，若再有其他細項說明會放置於左邊的上方。

餐廳網站設計重點在於如何將資訊清楚的提供給消費者，並將產品完美的呈現給消費者，且明確的說明消費方式及餐廳地址與提供地圖，另外菜單及團菜的部分也有提供給消費者先行參考，團菜部份也可與店家溝通是否能更換菜色。

餐廳環境也有拍攝放置在網站上，讓消費者可以先行了解餐廳的動向以及知悉餐廳的裝潢特色和風格，另外也有專屬包廂的部分，若是小型的聚會可以考慮跟店家訂位。

這些都是消費者希望能了解的項目，我們針對業主的需求來做變更以及規劃，設計出最適合該餐廳的形象網頁。

第五節 系統介面



(系統介面，圖 4-5-1)



(系統介面，圖 4-5-2)



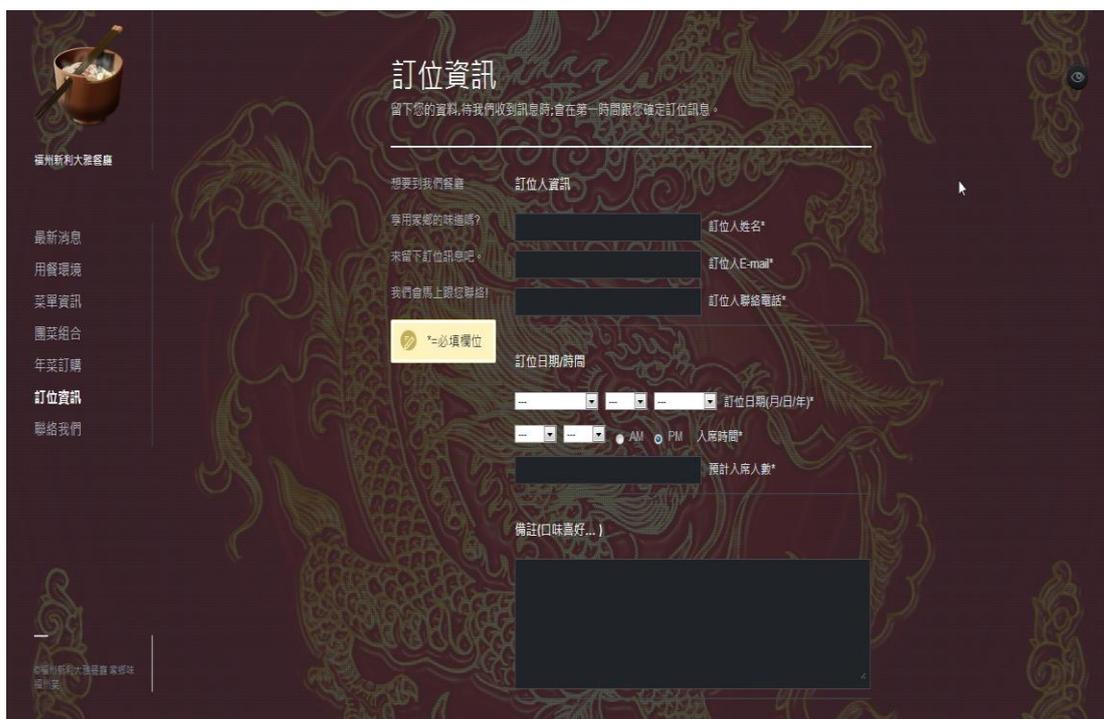
(系統介面，圖 4-5-3)



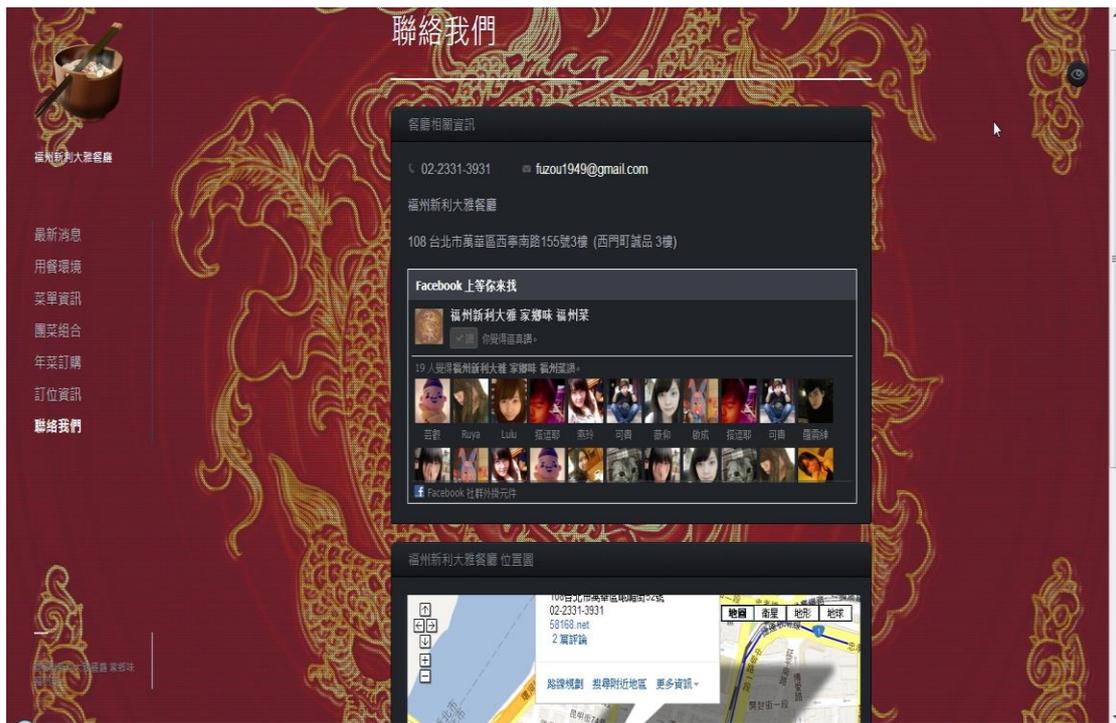
(系統介面，圖 4-5-4)



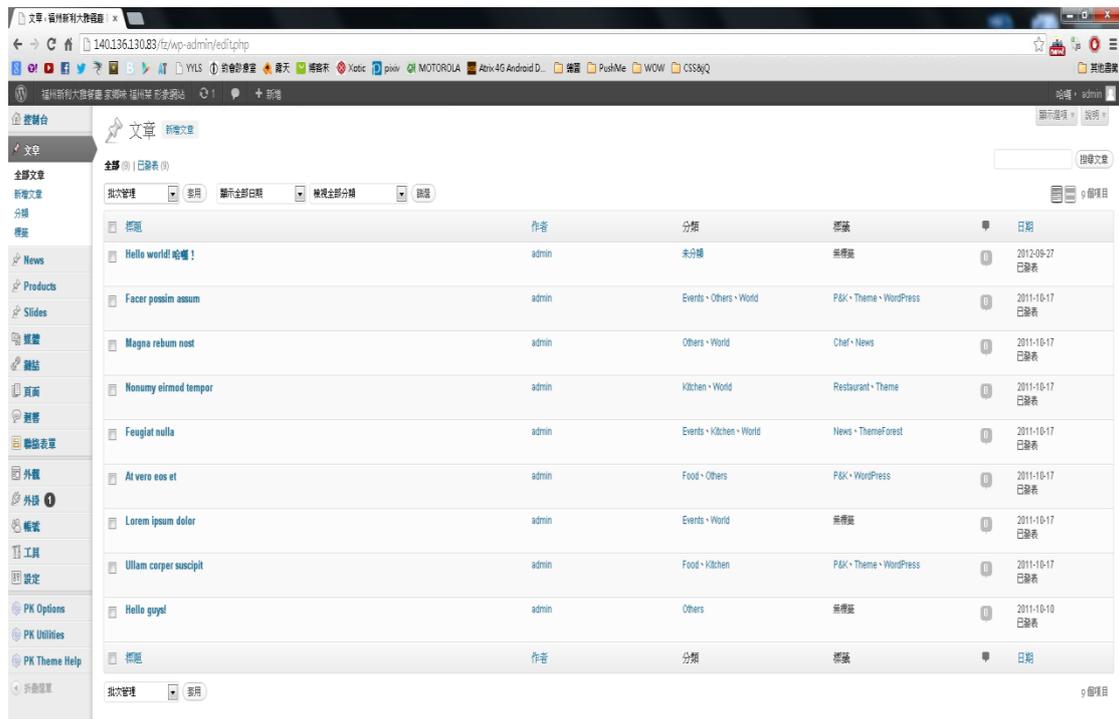
(系統介面, 圖 4-5-5)



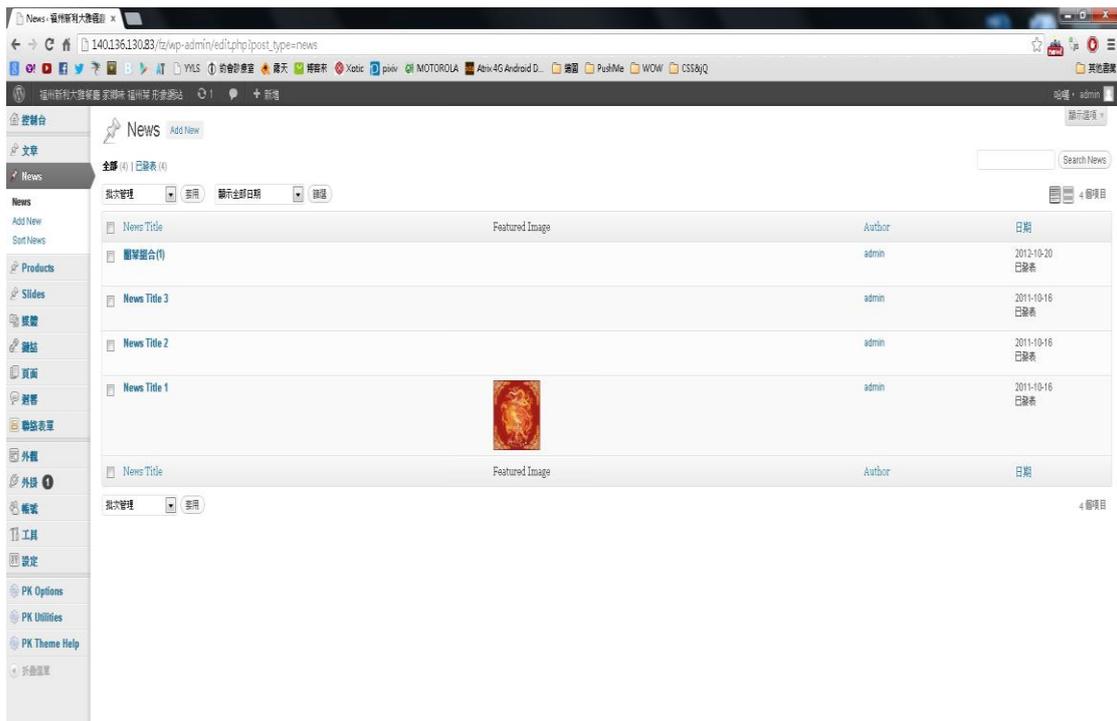
(系統介面, 圖 4-5-6)



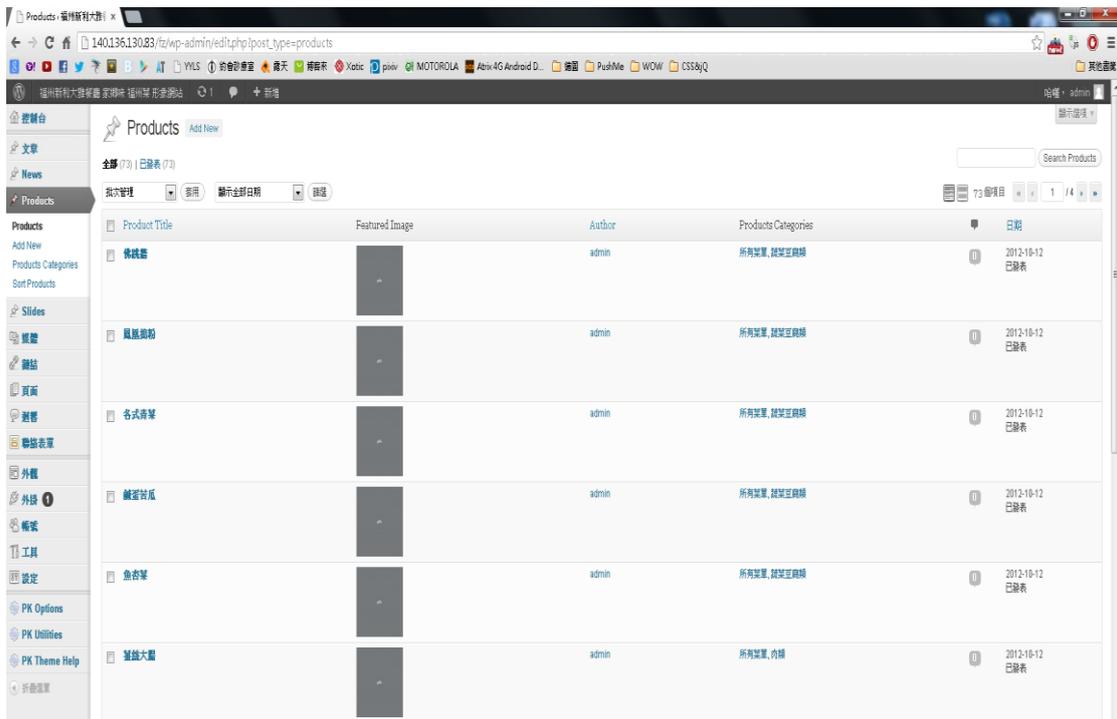
(系統介面，圖 4-5-7)



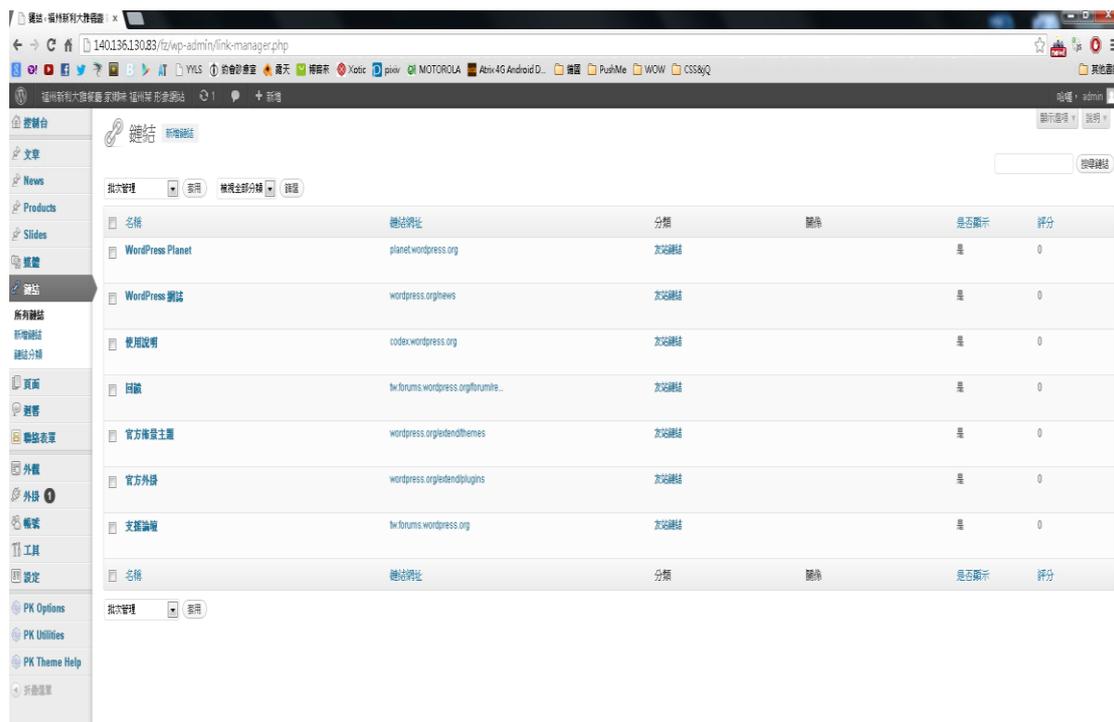
(系統介面，圖 4-5-8)



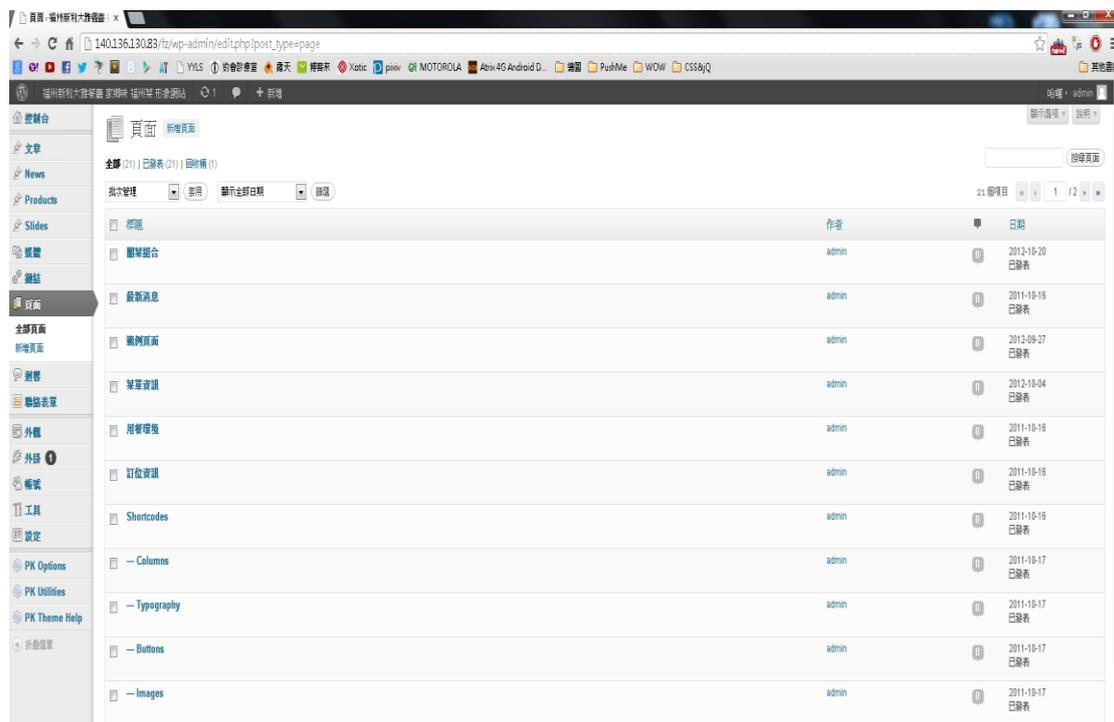
(系統介面，圖 4-5-9)



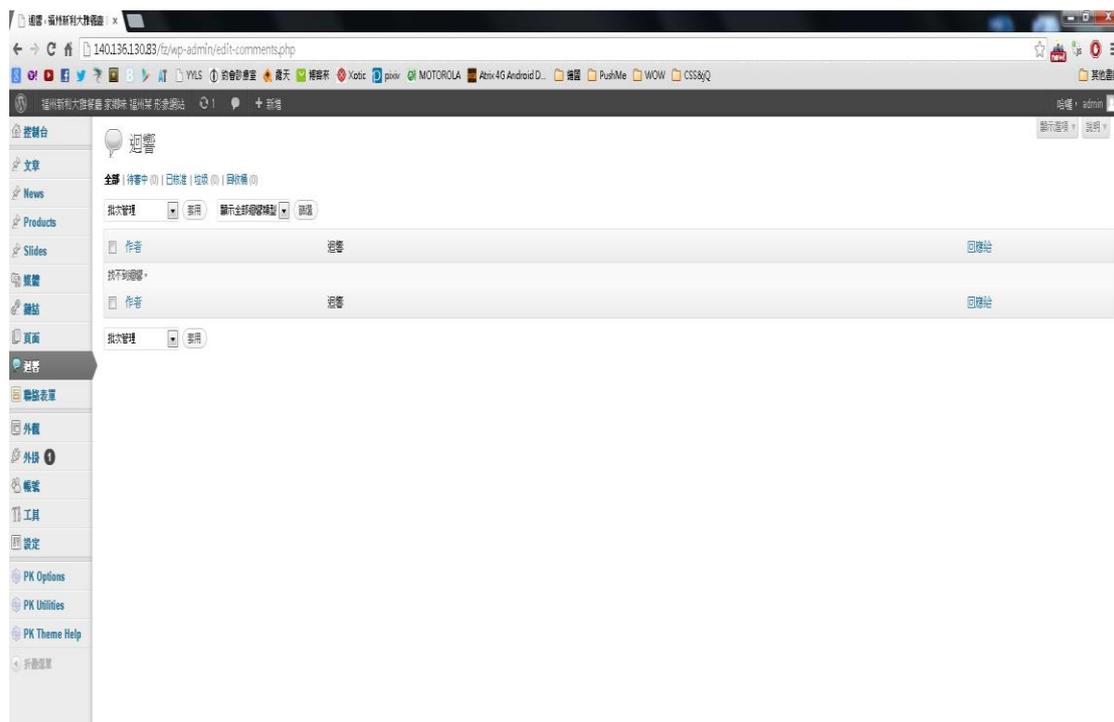
(系統介面，圖 4-5-10)



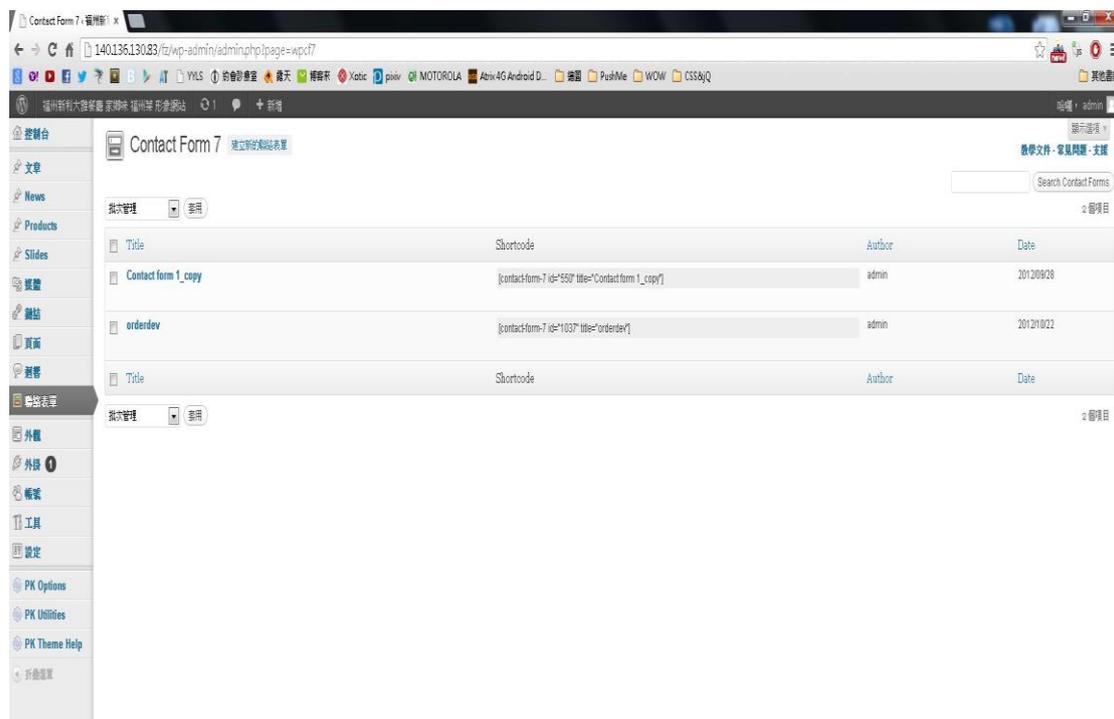
(系統介面，圖 4-5-13)



(系統介面，圖 4-5-14)



(系統介面，圖 4-5-15)



(系統介面，圖 4-5-16)

第六節 使用環境

CPU：Intel (R) Core (TM) 2 i5-460 processor (2.53 GHz, 3MB L3 cache)

RAM：DDR3 4G

顯示卡：NVIDIA (R) GeForce (R) GT 420M 1G

DVD Super Multi 光碟機

硬碟：500 GB

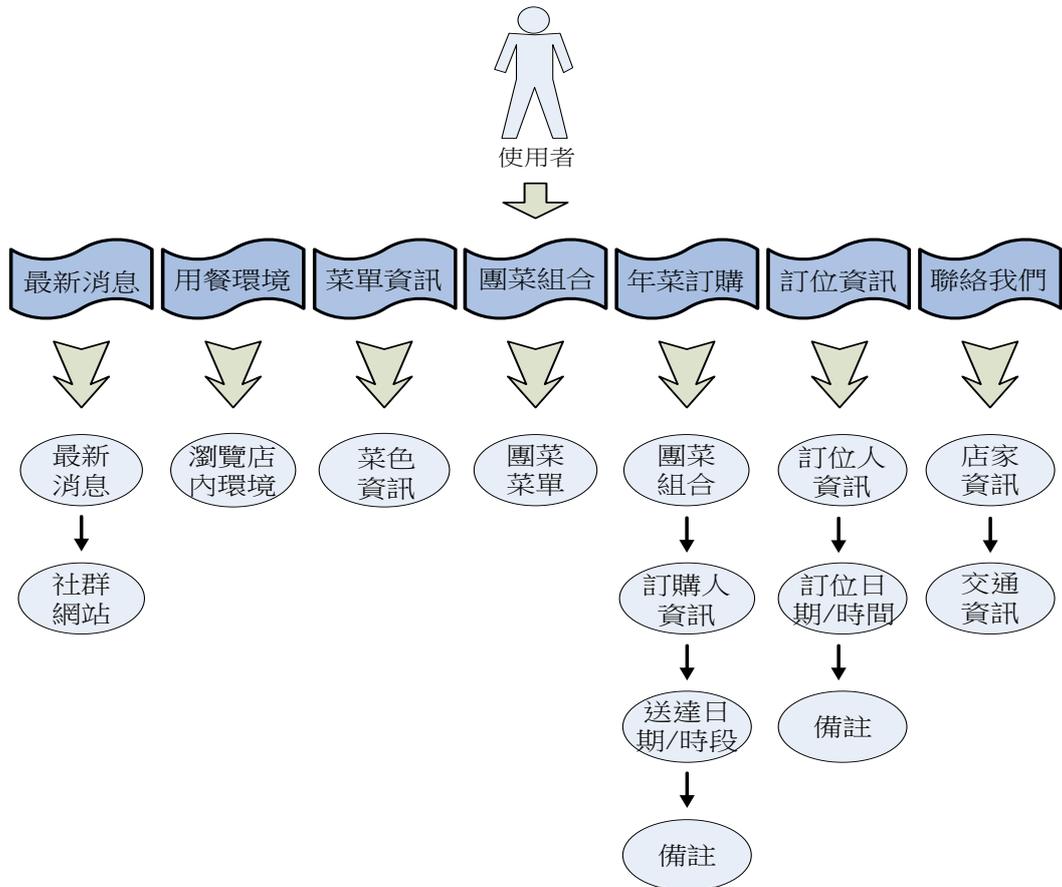
I/O 配置：802.11 b/g/n 無線網路、藍牙 2.1+EDR、USB 2.0×3、HDMI、VGA、RJ-45、麥克風/耳機孔、130 萬畫素視訊鏡頭、5 合 1 讀卡機 (SD/MMC/xD/MS/MS Pro)

第七節 開發工具

作業系統	Windows 7 Windows XP
網頁開發工具	Adobe Dreamweaver CS5 WordPress 架站工具
資料庫管理系統	MySQL
網頁伺服器	Apache
文書處理	Microsoft Word Microsoft Excel Microsoft Visio
美工處理	Adobe Photoshop CS5

(開發工具，表 4-7-1)

第八節 系統平台架構



(系統平台架構，圖 4-8-1)

第五章 結論

第一節 預期研究效益

一、透過SEO功能，提升網站關鍵字搜尋

由於店家本身的知名度上已有一定的程度，在網路上已有不少部落客以及新聞媒體報導介紹，但都不是店家本身的專屬形象網站，當我們幫忙建置完成網站之後，會透過部落客的幫忙，讓追蹤店家的人群得知，才能更有效的替店家推廣其相關資訊，以及店家餐廳、美食的特色。

二、擴大外送服務範圍，增加訂單效益。

店家本身為在萬華區的黃金商圈，忙碌的時段下無法空出人手提供外送的服務，為了降低客戶的等待時間，以及店家的服務品質，我們會跟黑貓宅配公司商量合作，並透過眾多的客戶，來降低其平均的運送成本。

如成功的與黑貓宅配公司的合作，店家所能運送服務的範圍就不僅僅只是萬華鄰近的地區，透過宅配公司，便能將運送服務範圍擴大到大台北地區，讓想品嚐福州菜色的客戶可以享用，也可以不用特地撥空前來取餐，又能即時的享用到美味佳餚。

三、後台系統管理，節省時間成本。

利用 Word Press 簡易強大管理的功能，讓業者隨時可以在簡易後台新增刪除發布最新的消息。更新菜色或是餐廳的環境更為快速跟簡單，讓消費者隨時得知關於餐廳的最新資訊。

第二節 結語

本專題建置之系統提供客戶對福州菜的味道有更多的認識，然而要用什麼方法銷售餐廳、如何才能讓客人上門享用佳餚、如何打開餐廳的知名度、如何運用行銷策略達到最大獲利效益又最能節省成本。

透過本專題幫餐廳建置銷售形象網頁，並設置社群網站推廣專業跟相關資訊，介紹福州菜的特色跟好滋味，消費者可以在到餐廳用餐前，先在網站參考菜色以及用餐環境，讓前來消費者獲得享受美食和氛圍的滿足，創造對餐廳優質服務的形象。

本專題在建置系統欲達到整合資源目標有下列三項：

資訊化 (Information)

收集各種資訊是行銷企劃工作者無時無刻需進行的事，一個成功的行銷企劃工作人員，會時時讓自己吸收新知，以及保持不與社會脫節的最基本原則。

發揮想像空間 (Imagination)

今日的消費者，消費選擇多，接收資訊的管道更多，如何刺激消費者為了你的產品而消費，是滿值得探討的一門學問。因為，消費者的需求是可以被創造出來的。

創造印象 (Impression)

傳播媒體的發達、資訊傳遞的快速、銷售手法的翻新，使得每一個消費者腦中都塞滿了過多的資訊。就市場學而言，競爭激下，同質性的產品往往沒有太多的價格差異。

當消費者置身於數以萬計的陳列商品中時，為什麼他們要對你所行銷的商品產生印象？事實上，受消費者肯定的行銷案例，往往有一個共通點，那就是令人產生深刻的印象；要讓消費者印象深刻，找到正確的目標族群來做訴求才會事半功倍。

第六章 預期研究限制

第一節 風險評估

※年輕族群的花費能力無法承擔，因此較無法嘗試、消費。

※菜色成本本身已經較低，無法再降低成本。

※由於喜宴、餐會較臨時，因此餐廳人員有時都是找臨時工，較不穩定。

第二節 因應對策：

※與福州新利大雅餐廳的老闆討論看看，是否可以多樣性改變套餐式組合，菜量減少可吃到多樣性並且價格也會較適合一般民眾用餐。

※網頁設計最重要的是詮釋客戶希望的形象以及質感，運用不同的設計手法營造不同視覺與印象，導入流行的風格設計，讓網站有高尚的氣質與品味。

第三節 系統設計面對的問題：

※會員機制的套用在邏輯上還需要釐清跟研究。

※菜單上的設計必須要簡單明瞭，讓消費者的選擇更為精準。

※結合社群行銷的特色來推廣福州新利大雅的餐廳形象網頁。

※訂位系統的撰寫跟套件的運用還需要跟指導老師請教。

※此次期中報告完；系統的版面會再做大幅修改，以求美化。

第七章 專案分工執掌

第一節 分工表

組別	姓名	工作職掌
工程組 美化組	羅震紳	網站版面配置及美工 網站程式規劃 前台製作規畫及製作 後台製作規畫及製作 網頁測試
文書組	楊立暉	SEO 資料查詢 SEO 文件製作 SEO 規劃與實作 系統分析的製作 系統分析的校稿
工程組 文書組	鄭靜宜	資料的蒐集及匯整 網站程式規劃 簡報的製作 社群網站分享功能製作 文件製作 會議記錄
美化組 文書組	陳品辰	資料的蒐集及匯整 網站圖片的美工 網站版面配置及美工 菜色圖片的美工 用餐環境的美工
文書組	林子婷	店家聯繫窗口 資料的蒐集及匯整 系統分析的製作 系統分析的校稿
工程組 文書組	廖翊晴	資料的蒐集及匯整 網頁測試 文件的掌控及教搞 文件的初稿跟最後的時程規劃 內容確認及完成 Proposal 會議記錄

(分工執掌，表 6-1-1)

第二節 時程進度表

	任務名稱	開始時間	完成時間	工期	2012								
					二月	三月	四月	五月	六月	七月	八月	九月	
1	專案起草	2012/2/1	2012/3/1	30d	[Progress bar for 1st task]								
2	需求分析	2012/3/2	2012/4/1	31d	[Progress bar for 2nd task]								
3	行銷規劃	2012/4/2	2012/6/30	90d	[Progress bar for 3rd task]								
4	行銷設計	2012/7/1	2012/9/1	63d	[Progress bar for 4th task]								
5	測試維護	2012/9/2	2012/10/1	30d	[Progress bar for 5th task]								

(進度表，圖 6-2-1)

第三節 專案規劃進度表

專案起草	
專案執行計畫表 軟體規模預估表 WBS 表 專案工作分配表 初步網站功能規劃	專案度量計表 風險管制計表 需求規格表 系統設計表 初步網站草圖
需求分析	
需求訪談計畫表 需求訪談記錄表 客戶需求清單表 客戶提供資料表 分析商家需求 店家訪談	業務相關名詞解釋表 業務流程圖 環境圖 資料流程設計表 開發工具學習
網站規劃	
資料庫文件表 改良網站草圖 行銷策略工具查詢	程式規格書 網站功能規劃及分析
網站設計	
使用者操作手冊 網站頁面設計 導入行銷工具	使用者線上操作說明 網站功能後台建置
測試維護	
專案品質保證計畫書 專案狀態報告 審查紀錄製作 網站除錯測試	測試規劃紀錄相關資料 專案結案報告 專案工作確認結果 SEO 實作

(進度表，表 6-3-1)

第八章 文獻參考

附錄一_翰林筵

<http://xintai.hosthk133.idc-icp.com/hanlinyuan/index.php?c=main&a=index>

附錄二_來得福川菜客家菜餐廳

<http://www.29687918.tw/sitebuilder/page1.php>

附錄三_野宴日式炭火燒肉

<http://www.yayan.com.tw/yayan/index.html>

附錄四_西堤牛排

<http://www.tasty.com.tw/>

參考書籍

阮氏秋水(2010) 咖啡市場品牌行銷策略之研究~以越南中原咖啡公司為例
環球科技大學／中小企業經營策略管理研究所／99／碩士 指導教授:許文志

許欣萍(2011) 產品製造與設計來源對品牌形象與購買意願之影響
國立交通大學／管理科學系所／100／碩士 指導教授:黃仁宏

金威翰(2011)品牌形象、品牌忠誠度與品牌績效關係之研究-LUXGEN 的品牌之路
國立交通大學／管理科學系所／100／碩士 指導教授:姜齊

楊宜樺(2011) 品牌形象傳達之整合設計策略發展研究
國立臺灣師範大學／設計研究所在職進修碩士班／100／碩士 指導教授:梁桂嘉

陳家倫(2011)Nike Facebook 粉絲專頁使用意圖對其品牌形象與購買意願影響
之研究 國立臺灣師範大學／體育學系／100／碩士 指導教授:程紹同