

國立屏東商業技術學院
企業管理系
學生專題論文

民宿新風潮

小琉球「特攝民宿」創業企劃書

指導老師：曾志弘 老師

學 生：楊雅婷、王俐雯

楊慧萍、郭宛慈

中華民國 103 年 01 月

目錄

一、 緒論	5
1.1 研究背景	5
1.2 研究動機與目的	6
1.3 章節順序	9
二、 外部環境分析	11
2.1 總體環境分析	11
2.2 市場成長機會分析	15
2.3 競爭者分析	20
2.3 小結	22
三、 特攝民宿的策略定位	23
3.1 產品與服務	23
3.1.1 建築特色	24
3.1.2 樓層規劃	26
3.1.3 主題特色	29
3.1.4 服務簡介	31
3.1.5 功能	32
3.1.6 品質	33
3.1.7 價格	34
3.1.8 整合功能	36

3.2 顧客與通路.....	36
目標客群.....	36
3.3 顧客需求價值.....	37
3.4 特攝民宿 SWOT 分析.....	38
3.4.1 SWOT 分析.....	38
3.4.2 結論.....	39
四、 各功能性規劃.....	40
4.1 管理團隊.....	40
4.2 行銷計劃.....	42
4.2.1 廣告與促銷.....	42
4.2.2 通路.....	43
4.3 民宿營運作業.....	44
4.4 財務規劃.....	45
五、 結論.....	47
附錄.....	48
問卷.....	48
市調分析.....	49
參考資料.....	52

表目錄

表 3- 1 特攝民宿樓層規劃圖	26
表 3- 2 特攝民宿樓層配置圖	27
表 3- 3 特攝民宿房型簡介	28
表 3- 4 特攝民宿設施介紹	28
表 3- 5 小琉球景點	31
表 3- 6 特攝民宿價格表-A 方案	34
表 3- 7 特攝民宿價格表-B 方案.....	34
表 3- 8 特攝民宿 SWOT 分析	38
表 4- 1 團隊介紹	40
表 4- 2 工作分配表	41
表 4- 3 促銷活動表	42
表 4- 4 資金來源	45
表 4- 5 預估五年損益表	45
表 4- 6 預估五年資產負債表	46
表 4- 7 預估五年財務比率	46
表 4- 8 回收年限	46
附錄 表 8 (住宿型態與考量因素)	49
附錄 表 9 (遊客偏好套裝行程項目之比例)	49
附錄 表 10 (顧客接受住宿含套裝行程最高價格範圍之比例).....	50
附錄 表 11 (顧客接受住宿最高價格範圍之比例)	50
附錄 表 12 (至小琉球旅遊同行者之比例)	50
附錄 表 13 (遊客如何取得小琉球資訊之比例)	51
附錄 表 14 (顧客偏好促銷活動之比例)	51

圖目錄

圖 1- 1 小琉球島嶼	5
圖 1- 2 近十年國人國內旅遊總旅次變化	6
圖 2- 1 民宿經營關係	12
圖 2- 2 民宿成長趨勢圖	16
圖 2- 3 船屋民宿 LOGO	20
圖 2- 4 八村旅店 LOGO	21
圖 3- 1 特攝民宿外觀構造圖	24
圖 3- 2 特攝民宿示意圖-前院造景(特攝娃娃)	25
圖 3- 3 特攝民宿示意圖-景觀台	25
圖 3- 4 特攝民宿示意圖-正面	25
圖 3- 5 特攝民宿下午茶菜單	30
圖 3- 6 市調分析(住宿型態與考量因素)	30
圖 3- 7 特攝娃娃	32
圖 3- 8 市調分析(遊客偏好套裝行程項目之比例)	33
圖 3- 9 市調分析(顧客接受住宿含套裝行程最高價格範圍之比例)	35
圖 3- 10 市調分析(顧客接受住宿最高價格範圍之比例)	35
圖 3- 11 市調分析(至小琉球旅遊同行者之比例)	37
圖 4- 1 團隊優勢圖	40
圖 4- 2 市調分析(顧客偏好促銷活動之比例)	43
圖 4- 3 市調分析(遊客如何取得小琉球資訊之比例)	44

一、緒論

1.1 研究背景

小琉球素有「海上明珠」之稱，位於屏東縣東港鎮西南約 14 公里的海面上，是台灣眾多離島中，唯一的珊瑚礁島嶼，有世界三大之最，最佳觀日點、最多珊瑚品種及全島為珊瑚礁。小琉球年均溫為 24 度 C，冬暖夏涼，非常適合從事海上休閒遊憩活動，更擁有著全台 319 鄉鎮市中唯一具備豐富、完整而安全的珊瑚礁海洋生態教室。

小琉球島民以漁業為主，漁類特產十分豐富，來到此地可感受漁村生活特有的景色，如曬魚網、魚乾、竹筏等，當地居民更利用漁利之便製造各類精美的貝殼裝飾品。四周環海的小琉球沿岸因海水侵蝕形成眾多造型特殊的奇石，如狀以花瓶、猶如小琉球門護大使的花瓶岩、倩女岩、青蛙岩、爬山虎岩等，走一趟環海公路，所有美景盡入眼底。擁有美麗礁岩地形的美人洞、山豬溝、烏鬼洞，鬼斧神工的美景，令人流連忘返。有南台灣八景之一的「琉球曉霞」與琉球的夜景、星空、海釣皆是小琉球聞名的景觀與活動。

曾經，小琉球也是台灣相當重要的一個風景區，過去許多人到小琉球只到陸上景點走馬看花，卻不知道小琉球如何探索這蘊藏豐富海洋生態奧秘的美麗島嶼。隨著近年來民宿風行，除了飯店、旅行社傳統的住宿選擇外，民宿已成為民眾選擇住宿的第一優先考量，為此，更須積極投入小琉球民宿產業的發展，為小琉球帶來觀光經濟收益。

圖 1-1 小琉球島嶼

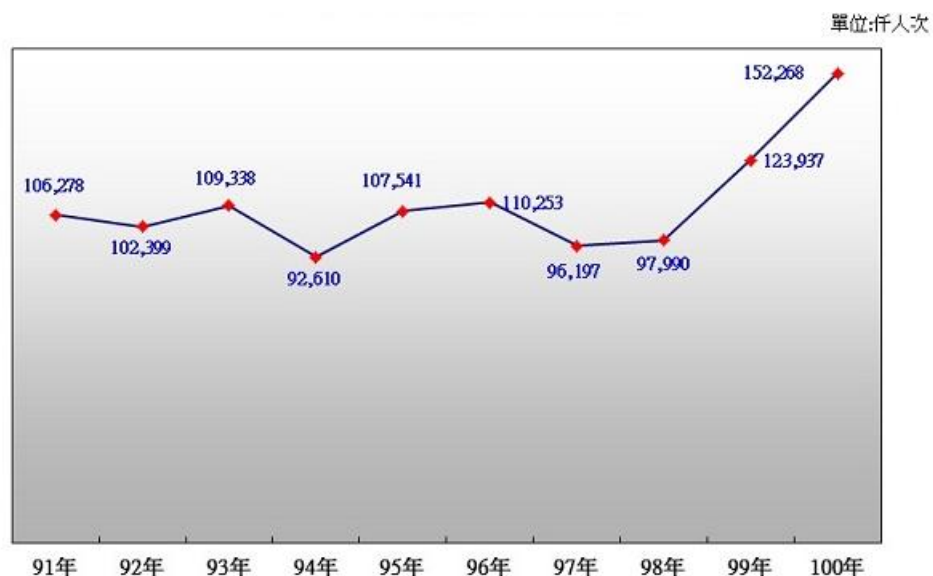


1.2 研究動機與目的

台灣近年來隨著國民所得的提高，周休二日的推行，以及國人休閒觀念的變，國內的旅遊活動隨即活絡起來，導致國內各個觀光景點的住宿需求日益增加。由於旅遊住宿飯店的容量遠遠低於旅遊旺季時候的遊客量，許多小型的民宿產業便因應而生(江翎榕，薛宇翔，2004)。

根據交通部觀光局調查指出，國人國內旅遊由民國 98 年的 97,900 萬人次增加到民國 100 年的 152,268 萬人次，激增將近一倍。而 100 年國人國內旅遊總花費金額高達新台幣 3,103 億元。資料顯示，說明了國人在生活品質提升的同時，愈來愈重視休閒的身心調劑。屏東縣大鵬灣國家風景區管理處以各景點門票人數統計，去年遊客人數多達 30 萬人次，但是根據東琉線聯營船公司船票估計，遊客數早已突破 50 萬人次，每逢連續假日或寒暑假，就會湧入大量的旅遊觀光客，造成這些熱門觀光景點的住宿位一位難求，為解決遊客住宿問題，同時可以增加本身收入，我們將投入小琉球民宿產業。

圖 1- 2 近十年國人國內旅遊總旅次變化



由於民宿旅遊漸趨流行，民宿業者如雨後春筍般的蜂湧出現，導致經營環境競爭激烈，整個民宿產業在休閒旅遊風氣逐漸蔓延中有了新的風貌，在競爭激烈的環境中，有更多的民宿業者是以專業經營方式投入民宿的經營，為了在這競爭激烈的產業環境中爭取客源，建立具有特色的民宿便成為民宿業者能否永續經營的關鍵(江翎榕，薛宇翔，2004)。再者，具特色的民宿由於媒體、報紙、雜誌等諸多報導，民宿的地位與角色已逐漸轉型，它不再是周遊找不到住宿時不得已的選擇，住民宿的旅遊熱潮促使民眾須提前一至二週進行預先訂房，甚至有許多為追求體驗的遊客早在一個月前即完成訂房。

小琉球擁有相當豐富的人文、自然景觀、生態、環境資源及農林漁牧景觀與物產，值得向國內外人士廣為宣傳，所以屏東縣政府仍積極促成與觀光產業相互結合，打造具地方特色風格的民宿，同時強化業者的經營觀念，配合政府觀光政策，以期地方之繁榮與發展。

民宿因規模小，且非專業人士經營，因此成功經營的目標是每位民宿經營者共同追求的。要成功經營民宿，仍需講求經營策略管理。民宿經營者大多為獨資經營，因此較缺乏專業之經營理念和專業管理能力，加上對於周遭可利用的各項資源，往往都沒有善於利用，導致策略運用在經營管理模式上缺乏效率，也讓民宿特色無法顯現，失去競爭之優勢。

本研究希望透過實際經營民宿，由經營者的角度來作深入探討民宿經營策略同時為小琉球帶來觀光經濟收益，我們將積極投入小琉球民宿產業的發展，計畫由以下方向著手：

1. 行銷小琉球，帶動新觀光產業

- 檢視生態資源產業結合休閒觀光產業
- 小琉球不遠，國人享樂更快、更方便
- 建構小琉球民宿網，提升小琉球網際能見度

2. 有效提升民宿品質，創造新漁村經濟

- (1)學習前人經驗，辦理民宿經營管理取經之旅
- (2)延聘專家學者，專為小琉球民宿業者開班授課
- (3)經實務研討，使民宿業者迅速掌握自家特色
- (4)改善民宿 住的品質，擺脫小琉球舊有印象
- (5)都市人的新選擇 — 新漁村生活

1.3 章節順序

第 1 章 緒論

第 1 節 研究背景

小琉球是台灣眾多島嶼中，唯一的珊瑚礁島嶼，雖然小琉球已經是國內知名旅遊地點，但是除了飯店和傳統旅館外，民宿還有相當大的發展空間，民宿發展可為小琉球帶來更多的觀光經濟收益。

第 2 節 研究動機與目的

近年來台灣國內旅遊成長幅度相當大，根據東琉線聯營船公司船票估計，前往小琉球的遊客數早已突破 50 萬人次，尤其在旺季的期間，住宿更是一房難求，為了解決遊客住宿問題與增加本身收入，所以我們將投入小琉球民宿產業。因為民宿競爭激烈，民宿也從以往簡單、簡約發展到現在以配合在地文化或有特殊風格的民宿。民宿大多是非專業人士經營，如果能投入更專業的經營策略與管理，配合周遭可利用的資源，民宿也能是一個景點，除了增加收入外還能為小琉球帶來觀光收益，所以「行銷小琉球，帶動新觀光產業」、「有效提升民宿品質，創造新漁村經濟」是我們的宗旨。

第 2 章 外部環境分析

第 1 節 總體環境分析

本章節我們以法律、經濟、社會人文、科技加以分析。

第 2 節 市場成長機會分析

影響市場成長的因素很多，為了提升需求量與頻率，民宿的特色、管理方式、遊客需求趨勢、是否能結合當地風俗民情都是其中關鍵，民宿休閒化將是未來的趨勢，讓民宿不再只是為了住宿。

第 3 節 競爭者分析

特色民宿是主要競爭者，飯店與 Villa 業者為次要競爭者，我們將各選一家業者分析其特色與優點。

第 4 節 小結

從總體環境分析與市場成長機會分析來看，台灣的民宿每年都有一定幅度的成長，民宿的特色與創新能為旅客提供更貼切的需求，未來將有可能成為遊客的主要選擇。

第3章 特攝民宿的策略定位

第1節 產品與服務

本章節將介紹民宿的特色及理念，獨特的外觀加上為遊客拍攝旅遊影片是其中一大特色，依遊客不同的需求搭配套裝行程，能提供最貼近的服務。

第2節 顧客與通路

特攝民宿目標客群以家庭和情侶為主，希望用優良的品質獲得旅客的青睞。

第3節 顧客需求價值

客製化商品、民宿專屬娃娃及攝影，讓遊客有一個美好的回憶。

第4節 特攝民宿 SWOT 分析

近年來小琉球遊客穩定成長，要如何吸引遊客前來住宿，我們將列出特攝民宿的優劣勢。也將分析未來的發展機會與威脅。

第4章 各功能性規劃

第1節 管理團隊

介紹管理團隊的經歷與專長，以及民宿的人力配置。

第2節 行銷計劃

透過媒體及網路等方式宣傳，成立粉絲團及民宿專屬網站，舉辦一系列的促銷活動，以及結合不同領域的業者，提供遊客更多元的服務。

第3節 民宿營運作業

與當地美食、交通、玩樂業者合作，讓遊客玩得物超所值。

第4節 財務規劃

本章節將預估未來五年損益、資產負債及財務比率。

第5章 結論

根據特攝民宿創業計劃書，總結及未來展望。

二、外部環境分析

2.1 總體環境分析

一般環境是企業面對外界總體環境(Macro environment)要素，總體環境影響層面非常廣泛，對於競爭者、通路、供應商、顧客及其他意義關係團體皆有所影響。一般而言，一般環境要素包括經濟環境要素(Economic factors)、社會文化環境要素(Sociocultural factors)、人口統計環境要素(Demographic factors)、科技環境要素(Technological factors)、法律環境要素(Legal factors)、政治環境要素(Political factors)(方至民 2011)。

擁有「海上公園」美譽的小琉球，名列世界 7 個面積一平方公里以上的珊瑚礁島嶼之一，也是台灣附近 14 座屬島中唯一的珊瑚礁島嶼。據統計，近年來前往小琉球的遊客量屢創新高，年遊客量超過三十萬人次(中華民國 101 年國人旅遊狀況調查報告)，暑假期間小琉球也成了遊客熱門的觀光景點之一，假日住宿全滿之餘，交通船更是打破船班表不斷加班，大鵬灣國家風景區管理處預估 2013 年的觀光人數將突破五十萬人次。

1. 法律環境要素 (Legal factors)：

隨著國人旅遊風氣的興起，促使政府為有效運用資源，以促進地方觀光產業發展，由交通部觀光局負責研擬管理法規，於 2001 年 12 月正式公布實施「民宿管理辦法」，確定民宿的法定地位。

民宿定義：

民宿指利用自用住宅空閒房間，結合當地人文、自然景觀、生態、環境資源及農林漁牧生產活動，以家庭副業方式經營，提供旅客鄉野生活之住宿處所。

民宿之經營規模，以客房數五間以下，且客房總樓地板面積一百五十平方公尺以下為原則。但位於原住民保留地、經農業主管機關核發經營許可登記證之休閒農場、經農業主管機關劃定之休閒農業區、觀光地區、偏遠地

區及離島地區之特色民宿，得以客房數十五間以下，且客房總樓地板面積二百平方公尺以下之規模經營。

經營民宿不需要辦理營利事業登記證，但須向各縣市政府觀光單位申請「民宿登記證」及「專用標識」，若未申請許可即擅自經營民宿者，政府將依「發展觀光條例」規定，針對未領取民宿登記證而經營民宿者，處新台幣三萬元以上十五萬元以下罰鍰，並禁止其經營。可見申請合法民宿之行為對民宿業者來說是有利的，但是目前市場上仍有許多非法經營的業者，原因主要除了逃避稅收外，其經營內容和民宿的建築設備不符合標準亦為原因之一。

圖 2-1 民宿經營關係

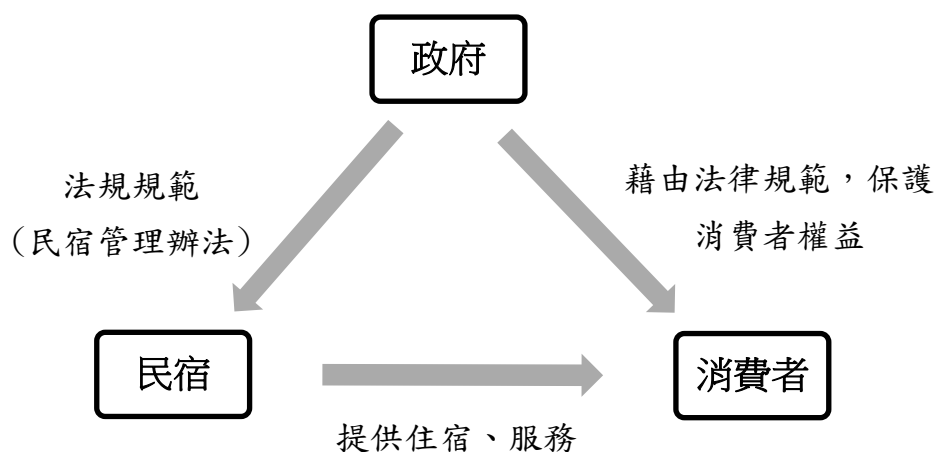


表 2-1 特攝民宿與其競爭業者之比較

	特攝民宿	主要競爭者 (民宿業者)	次要競爭者 (非民宿業者)
法令依據	民宿管理辦法		<ul style="list-style-type: none"> ◇ 觀光旅館建築及設備標準 ◇ 旅館業相關法規:(發展觀光條例、商業團體法、旅館業管理規則、營業稅法、觀光旅館及旅館旅宿安寧維護辦法、食品衛生法、獎勵觀光產業優惠貸款要點、營業衛生法、(各縣市)都市計畫住宅區旅館設置法規、飲用水管理條例、都市計畫法、水污染防治法、區域計畫法、社會秩序維護法、公司法、著作權法、建築法、勞動基準法、消防法、兒童及少年性交易防制條例、商業登記法、消費者保護法)
設置地點	限設置於： <ul style="list-style-type: none"> ◇ 風景特定區 ◇ 觀光地區 ◇ 國家公園區 ◇ 原住民地區 ◇ 偏遠地區 ◇ 經農業主管機關核發經營許可證之 休閒農場 ◇ 金門特定區計畫自然村 ◇ 非都市土地 (民宿管理辦法) 		限設置於： <ul style="list-style-type: none"> ◇ 都市計畫風景區 ◇ 都市土地使用分區有關規定範圍內綜合設計 (觀光旅館業管理規則)
空間使用	於自用住宅空間性質設置房間		專用營業空間
經營方式	家庭副業經營		營利事業之專業經營
經營規模	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 一般民宿：以客房數五間以下，且客房總樓地板面積一百五十平方公尺以下為原則。 ◇ 特色民宿：位於原住民保留地、經農業主管機關核發經營許可登記證之休閒農場、經農業主管機關劃定之休閒農業區、觀光地區、偏遠地區及離島地區之特色民宿，得以客房數十五間以下且客房總樓地板面積二百平方公尺以下規模經營之。 		無上下限之規定
與環境及當地地緣關係	強調結合自然環境，體驗當地風土民情或農村生活，與週邊環境資源互動高以及與當地社區居民和團體互動高。		通常不提供旅館住宿、旅館設備使用以外的服務，經營上較少利用週邊環境資源並且與當地社區居民和團體互動低。 (簡玲玲，2005)
服務人員	多由民宿業者的服務家族擔任，強調濃厚人情味和「家庭」溫馨的感覺。		由專業服務人員服務並且強調標準化的硬體設備和服務。

2. 經濟要素 (Economic factors):

臺灣隨經濟要著經濟起飛後，國民所得逐年升高，即使於 2008 年受金融海嘯影響，但國人之旅遊風氣不減。根據統計，100 年 12 歲以上國人國內旅遊每人每次旅遊平均費用為新臺幣 2,038 元，較 99 年的 1,921 元增加 6.1%。各項費用支出由高至低依序是交通、餐飲、購物、住宿、娛樂及其他費用。且有 70% 的旅次是「當日來回、未外宿」，其次是住宿「旅館」(13%)，再其次為住宿「親友家」(9%)，住宿於「民宿」者有 6%(中華民國 100 年國人旅遊調查狀況報告)。由上述官方統計資料可知，越來越多消費者擁有旅遊度假的觀念，且願意選擇過夜的旅客也每年增加中。

3. 社會文化要素 (Sociocultural factors):

小琉球經濟產業早期以椰子、漁業為主，光復前後則是石頭、石灰、漁業、地瓜及花生，近年來則以漁業、芒果、休閒漁業(箱網養殖)及觀光事業為主。近年來因國內經濟蓬勃發展，國人從事漁業意願低落，人員缺乏，紛紛僱用外國船員。因此原從事漁業的小琉球，近年正積極轉型為以發展地方特色的觀光產業為主要經濟型態。

國人近年來的消費型態與人口結構快速改變，其背後隱藏的意義是國內民眾對於新興事物接受度提高，因此許多國內民宿經營型態也改變中，不再只是一般的普通民宿，強調民宿經營需具備特色的風格，且搭配當地人文，給予消費者不同於一般飯店的享受。

4. 科技要素 (Technological factors):

現代科技的發達，例如網際網路的普及，帶領著人們走向數位科技時代。人們接受資訊的方便度提高，透過旅遊節目、智慧型手機下載 APP 都能輕易得到各地的旅遊資訊，了解當地的觀光特色。

消費者接收的相關旅遊資訊來源眾多，已不僅只侷限於業者或政府所提供，也可從別的管道接收。今年興起的例如了報章雜誌、部落客...等。經過報章雜誌深入的介紹，地方的旅遊資訊更廣為人知；部落客親自體驗後的旅遊心得，可讓閱讀者對此項資訊更為信賴，提升旅遊的慾望。

根據官方統計，4%的民眾有在網路上訂購旅遊相關產品，訂購的產品以旅館的比例較高，主要是從入口網站關鍵字搜尋到相關產品(81%)(中華民國 100 年國人旅遊調查狀況報告)。由上述資料可知，網路為提供民眾旅遊資訊的重要來源之一，因此許多地方民宿開始建立網路平台與消費者互動。

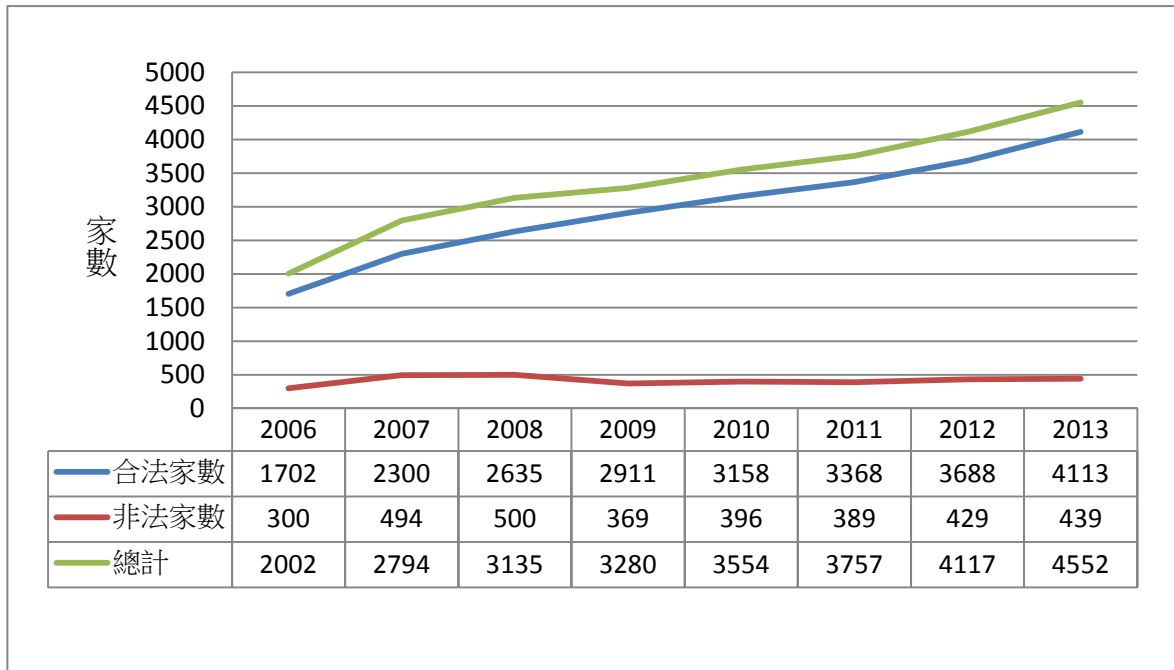
2.2 市場成長機會分析

由於民宿的多元化與自由化逐漸在台灣各地形成不同屬性的市場區塊，也醞釀不同特質的文化風格，甚至出現民宿風格差異化以及創新化。面對新民宿浪潮的崛起，民宿主人必須熟悉「民宿區塊」、「民宿類型」、「風格營造」與「策略定位」，才能有辦法在未來的民宿競爭中永續經營。

因應民宿多元化發展，建築類型各有千秋，清境出現歐風、墾丁出現地中海風及峇里島風、宜蘭的農舍別墅風、九份的老厝創意改造風、金門的閩南文化古厝風…等，這些是多元化特色民宿新風潮。

新民宿浪潮開始強調民宿空間設計創意、休閒美感佈置及主題餐飲美食，民宿主人以各有所長獨領風騷，創造民宿熱話題，未來像這樣的「風格品牌」民宿將會逐漸抬頭。2008 年起民宿競爭，將會邁向「民宿風格」與「民宿品牌」，換言之，民宿作為休閒旅遊產品，經過十年的市場考驗後，民宿將會在觀光旅館、汽車旅館、精品旅館、度假村、休閒農場、傳統山莊之外，開創另一個獨立的旅遊市場區塊。

圖 2-2 民宿成長趨勢圖



1. 顧客面：

(1) 使用量與頻率

➤ 民宿經營回流客：

《後湖水月》小主人溫建文說：「民宿經營一年，若沒有三四成的回流客，那麼民宿主人就要自我檢討。」。許多成功民宿主人都發現，一旦旅遊旺季結束或遇到氣候等等因素，一間民宿是否經營下去，關鍵就在於「回流客」。回流客由於熟悉民宿的特性和風格，他們會帶領適合該民宿的朋友親人前來，一旦喜歡可能一住數天包下好幾間房間。

(2) 需求趨勢與動機

➤ 民宿休閒化趨勢：

過去鄉村民宿強調導覽解說、行程安排等旅遊型態，近幾年民宿則出現不趕行程，只是渡假純休閒的旅遊者。傳統民宿逐漸被「休閒民宿」取代，很多民宿主人也逐漸放棄「帶活動導覽解說」，例如小琉球的船屋就是這種方式，他們覺得民宿主人不適合擔任太多工作，應該專心把民宿照顧好，導覽解說給專業者來帶。

(3) 未開發市場區隔

- 民宿發展競爭新趨勢：
- 民宿市場的惡性競爭危機
- 民宿新建築風格競爭趨勢
- 民宿空間創新理念的競爭
- 民宿主人年輕化趨勢
- 偏遠的民宿新區塊崛起
- 主題式的新民宿類型競爭趨勢

2. 產品面：

(1) 產品新用途

➤ 民宿類型的創新發展：

各種異國流行風潮中有越來越多建築師、設計師與主人 DIY 方式參與民宿建築設計。目前，墾丁走南島風、希臘風、地中海風、墨西哥風；清境走歐洲建築風與現代建築風；宜蘭走休閒農舍風。未來，新民宿浪潮將會出現一波「休閒生活風潮」，將由園藝家、生活家、美食家、藝術家、素人建築師等各界專業者。小琉球的創新則是結合當地的文化，將當地有的資源與民宿做一個結合，例如套裝行程等體驗經濟。

➤ 民宿建築的創新化趨勢：

從民宿建築類型來區隔民宿，似乎越來越困難，當設計裝飾出現混搭風後，新的民宿又不斷融合不同的文化，創造新民宿類型，台灣民宿進入文化類型混雜的時代，任何一間民宿都可能跨越好幾種類型。

(2) 功能/技術成熟度

➤ 民宿經營精緻化趨勢：

宜蘭、花蓮、墾丁與清境民宿熱潮，造成民宿商品化的現象，相對也帶動民宿經營專業化的要求。台灣近十年的發展，已經出現「民宿職業化」、「專業化經營」的現象，日本鄉村歐風民宿近二十年來逐漸採取專業經營方式，以精緻二餐一宿為主要訴求。民宿主人去學習法式料理或懷石料理，等到技藝成熟後也儲備夠資金，帶著妻兒到鄉下購地建屋經營夢想的民宿。

這種介於精緻旅店與鄉村小旅館的新民宿，很明顯是因應日本的社會需求產生，也成為台灣旅遊者的最愛。目前清境已經開始出現精緻化的民宿建築，雖然餐飲尚未達到日本民宿的精緻水準，但是民宿的住宿餐飲品質日漸提升。

➤ 民宿經營理念的轉變：

傳統民宿只是為了提供旅客一個歇腳的地方，價位則位於中低價位，設備及服務相對的也沒有飯店來的齊全，近年來的民宿跟以往傳統的民宿有了差別，經營者需充分熟悉當地，然後分享當地的資源，讓來民宿作客的人，體驗當地的生活、了解當地的文化、認識當地的產業，而貼心的服務、舒適的空間和美好的環境，是民宿經營的基本條件。

花蓮東海岸偏遠的磯岐《後湖水月》、石梯坪《沙漠風情》、竹東山區的《老農夫》以不同經營理念，創下四成以上住房率與連住數天的紀錄，雖然他們都在偏遠地區卻都營造出鮮明的主題風格。當民宿風格屬性的定位越清楚時，自然會有一群特定的愛好者。

(3) 可進一步差異化空間

➤ 民宿風格結合在地化的發展趨勢：

目前，台灣出現許多日本歐洲各國所沒有的民宿類型，因應台灣社會與人文特色產生的現代需求，產生越來越多差異化的民宿特色風格，也是台灣民宿被注目的地方。

在民宿主題風格上，根據不同地區環境與人文化條件產生不同類型的民宿特色，再加上主人的創意和獨特理念，就會出現更多種不同的民宿類型。例如：九份金瓜石的古厝民宿，在不同的創意修建下，出現《小房子》《小魚》《119 咖啡》…等不同特色民宿。

➤ 舊民宿的空間改造趨勢：

許多民宿當初設定時，規劃八人房、六人房、兩人房，甚至還出現給外客使用的餐廳，經營一段時間後，發現不僅「房間定位」和「動線」都

出現問題。例如：家庭別墅經營民宿缺乏主客動線分離的考慮，最後只能做整棟出租。如何改造空間創造新風格將會是民宿新趨勢之一。

為深入了解小琉球目前觀光產業的發展現況，必需為小琉球作全面性的探訪，藉由整體現況調查了解小琉球擁有的各項得天獨厚資源、人文風情、交通狀況，此外，更需要針對當地民宿業者做調查，如出租客房數、客房住用數、客房住用率、住宿人數、經營收入、民宿經營理念等作深入了解，以及包括當地的飲食業者、旅館業者、機車出租業者、遊艇業者、航運業者等納入調查範圍，將各項調查結果加以整合以利研擬未來小琉球發展計畫及整合當地觀光資源計畫根據統計，100年12歲以上國人國內旅遊每人每次旅遊平均費用為新臺幣2,038元，較99年的1,921元增加6.1%。各項費用支出由高至低依序是交通、餐飲、購物、住宿、娛樂及其他費用。且有70%的旅次是「當日來回、未外宿」，其次是住宿「旅館」(13%)，再其次為住宿「親友家」(9%)，住宿於「民宿」者有6%(中華民國100年國人旅遊調查狀況報告)。

3. 政策面：

(1) 民宿輔導計畫

- 民宿經營管理
- 漁村體驗設計
- 環境綠美化

2.3 競爭者分析

民國 90 年 12 月 12 日發展觀光條例修正通過後，賦予中央主管機關訂定民宿管理辦法之法源依據，條例中的第三條明確定義民宿為「指利用自用住宅空間，結合當地人文、自然景觀、生態、環境資源及農林漁牧生產活動，以家庭副業方式經營，提供旅客鄉野生活之住宿處所。」而在民宿管理辦法第六條亦明確規定其經營規模為「以客房數五間以下，且客房總樓地板面積一百五十平方公尺以下為原則。但位於原住民保留地、經農業主管機關核發經營許可登記證之休閒農場、經農業主管機關劃定之休閒農業區、觀光地區、偏遠地區及離島地區之特色民宿，得以客房數十五間以下，且客房總樓地板面積二百平方公尺以下之規模經營之。前項偏遠地區及特色項目，由當地主管機關認定，報請中央主管機關備查後實施。並得視實際需要予以調整。」

如前所述，中央主管機關對於民宿的經營規模有明確的限制，因此我們根據此限制將對我們有直接衝擊的競爭者分為以下兩類：

- (一) 主要競爭者：從中階價位之特色民宿業者做比較分析。
- (二) 次要競爭者：從飯店以及 Villa 業者做比較分析。

以下為詳細之分析說明。

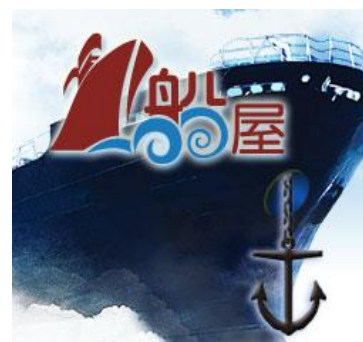
1. 主要競爭者：以小琉球「船屋」民宿為例。

(1) 民宿內容：

- 建築設計以「輪船」為概念來吸引遊客目光。
- 房間規劃上是以船艙為主，船屋裡有各種不同風情的船艙供顧客挑選，並且以別緻典雅的裝潢加上獨特的飾品讓顧客有一種彷彿置身於海上世界。
- 艙房訂價以中階價位(\$1300~\$2000/人)為主，不打價格戰。

(2) 專屬服務：

圖 2-3 船屋民宿 Logo



- 在碼頭有專業的生態解說員為入住船屋的遊客解說小琉球豐富的潮間帶生態，並且帶領遊客近距離體驗生態之美。
- 專業的浮潛與獨木舟教練帶領遊客躍入海中尋找新奇。
- 回到船屋後，有專業的廚師用當日現捉的海鮮為顧客端上屬於船屋的海鮮大餐。
- 為遊客設計套裝行程，每種方案皆搭配不同的旅遊景點，並且船屋會針對遊客所需搭配最優惠的價格。

(3) 目標客群：

- 家庭：接受遊客中有小孩(3~12歲)及65歲以上的老年人的家庭入住，並且有規劃4人以上的溫馨家庭房型。
- 團體(4人以上)：可享用BBQ，房間部份也提供整棟出租(30人以上團體)
，讓想入住的團體旅客可以一起玩一起瘋。
- 情侶及夫妻(2人)：船屋內有以兩人為主題的主題套房。

圖 2-4 八村旅店 Logo

2. 次要競爭者：以小琉球「八村 Villa」為例。

(1) 民宿內容：

- 以小琉球有八個村為概念建造出彩色的八村(總共八棟八個色彩)。
- 將房型分為觀海及庭園，供遊客挑選。
- 房間定價屬於較高階的價位(\$1300/人~\$8000/間)。

(2) 專屬服務：

- 提供中西式早餐及觀海早餐，也晚餐二選一(道地風味餐及BBQ)讓遊客選擇，此外遊客也可享受園區內飯店的休閒設施。
- 有專業的潮間帶導覽員，帶領遊客享受小琉球生態之美。
- 提供免費的單車，讓遊客自在的玩遍小琉球。



(3) 目標客群：

- 家庭：享受高級感覺體驗的家庭，有觀海及庭園的房型提供給遊客作選擇。
- 團體：提供庭園式八人房讓團體入住，價位也相對便宜。

2.3 小結

從總體環境分析層面來看，臺灣的休閒產業近年來都呈現正向的發展，政府對民宿產業已有較完整的法令規範，而國內休閒風氣日益提昇，觀光旅遊的人數也呈現成長趨勢，由此可之，國內觀光旅遊是有發展性的。

從市場成長機會分析來看，現在台灣的民宿市場已漸漸成熟，不僅只是單純的居家環境出租給旅客，而是經營的愈有規模性，開始有創新的出現，滿足旅客各種不同的需求。這也表示，民宿已漸漸被遊客接受，亦有可能捨棄飯店而居住民宿，民宿市場機會大增。

競爭者分析來看，小琉球民宿業者眾多，但每年去小琉球的遊客正向成長，旺季時房間依舊供不應求，不管是低價位又或者近年剛進駐的飯店 villa 皆是如此。

由上述可之，遊客至小琉球旅遊的風氣興盛，且當地的民宿市場尚未飽和，尚有成長空間，且民宿風格、特色對遊客而言亦趨於重要。

三、特攝民宿的策略定位

3.1 產品與服務

1. 飯店式的服務精神：

記得顧客的名字，對顧客熱情招呼，為顧客遞送行李，提供接送服務接待顧客到民宿，使用 L' OCCITANE 盥洗用品讓顧客使用安心，提供夜床服務。

2. 融入當地美食：

房間內提供當地特產麻花捲或自製餅乾也提供代客訂購服務。

3. 專業導覽：

為顧客規畫觀光資源導覽、當地特殊活動安排、環境人文資源導覽。

我們將盡所能滿足顧客需求，未來可發展管家服務給顧客最妥貼的照顧。

(1) 建立客戶資料庫、記得客戶喜好、定期寄送消息：生日、活動、優惠。

(2) 附加價值：機車、風景區/玻璃船門票、船票、民宿折價券…等。

(3) 網路訂房：接陸客自由行，拓展大陸市場。

4. 依不同客戶設計不同功能的房型：

目標客群針對情侶與家庭，設計的房型有家庭房、蜜月房、卡通房，依面海方向區分海景房。

5. 聚會/娛樂場所：

景觀台

6. 產品成長空間有限：

有衰老甚至被淘汰的可能，民宿面對的競爭者是 VILLA 和其他民宿業者，本身產品若沒有特色則容易遭淘汰。

(1) 替代產品的威脅：

替代品替代程度高、功能品質比原產品好、價格更便宜。

(2) 解決的技術：

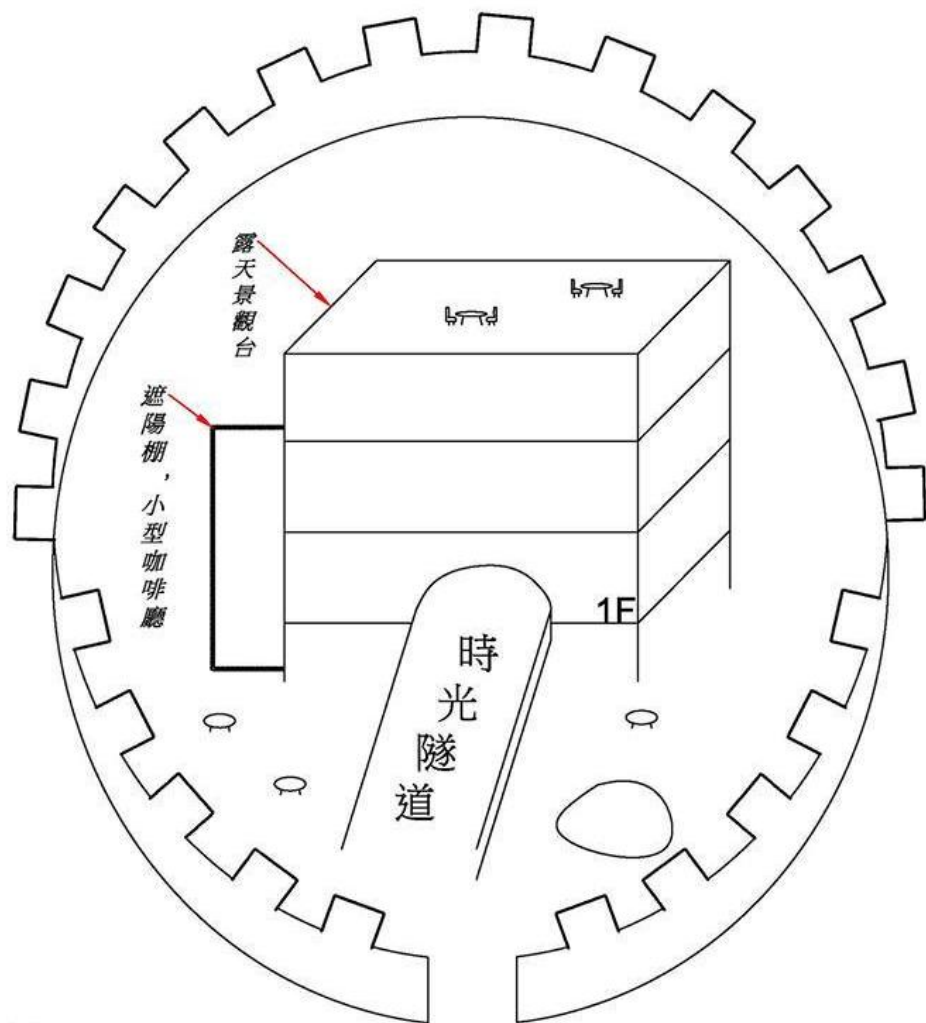
- 產品定位使競爭者難以模仿的。
- 掌握顧客的反應及需求。
- 先佔顧客心目中的印象及市場資源。
- 持續投資創新、改良產品。
- 利用結盟，尋求支援。

3.1.1 建築特色

1. 構造圖：

- 民宿圍牆以相機造型的背帶作為設計，與此建築呼應。
- 時光隧道喻為相機鏡頭，可直接通往一樓大廳。
- 建築分為三層樓，頂樓設計為景觀台。
- 建築兩側皆有設有遮陽棚及桌椅，以供下午茶時段使用。
- 民宿前院設置大型特攝娃娃，以此為民宿特色之一。

圖 3-1 特攝民宿外觀構造圖



2. 示意圖：

圖 3- 4 特攝民宿示意圖-正面



圖 3-3 特攝民宿示意圖-景觀台



圖 3-2 特攝民宿示意圖-前院造景(特攝娃娃)



3.1.2 樓層規劃

- 目標客群鎖定在情侶與家庭
- 針對雙人和四人為房型，雙人房 6 間、四人房 4 間

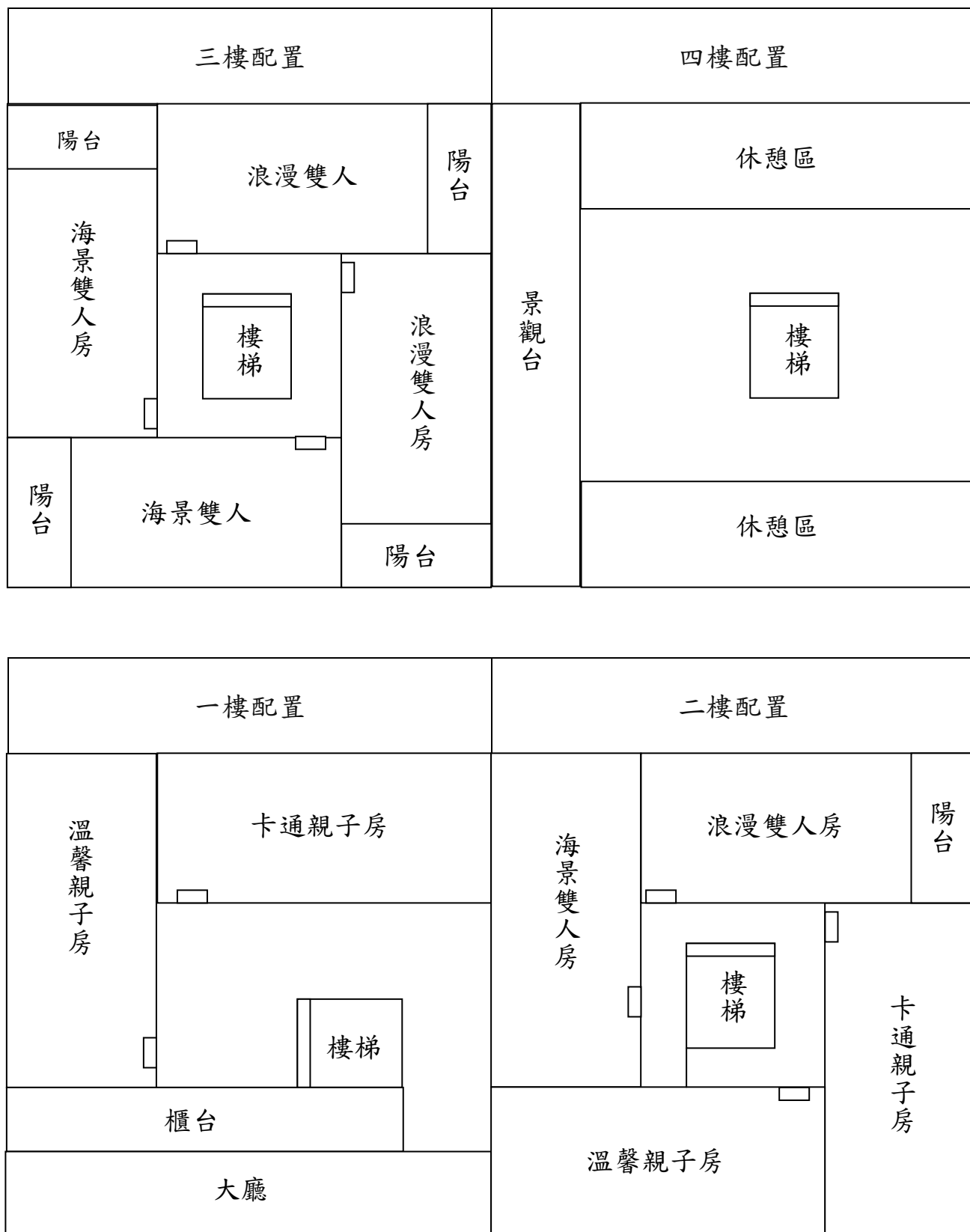
1. 樓層規畫

表 3- 1 特攝民宿樓層規劃圖

樓層規畫	
4F	景觀台
3F	客房*4(海景雙人*2/浪漫雙人*2)
2F	客房*4(浪漫雙人*1 /海景雙人*1 /卡通親子*1/溫馨親子*1)
1F	接待大廳、客房*2 (卡通親子*1/溫馨親子*1)

2. 樓層配置

表 3- 2 特攝民宿樓層配置圖



3. 房型介紹

表 3-3 特攝民宿房型簡介

房型	特色
海景雙人房	面海的迷人景致，眺望碧海藍天般的純潔無暇，最真摯的感動，盡在不言中。
浪漫雙人房	極致風雅的極上品味；自在舒放的空間美學，擁抱淡水濃情蜜意，愉快享受甜蜜之假期。
溫馨親子房	明亮、清新的寢居環境，愉悅自在的享樂空間，闔家共享暢快假期，向心力從此凝聚。
卡通親子房	虛擬的國度裡，處處充滿驚喜與感動，闔家享受當主角的滋味吧。

4. 設施介紹

表 3-4 特攝民宿設施介紹

房內設備
盥洗用品：洗髮精、沐浴乳、牙刷牙膏、梳子、刮鬍刀、香皂、牙線、棉花棒、浴帽、紙杯、室內拖鞋、浴帽、毛巾、浴巾
設備：乾濕分離衛浴、磁卡安全門、冷暖空調、柚木櫥櫃、寬頻有線網路、Wi-Fi 上網、液晶電視、冰箱、電熱水瓶、吹風機、羽絨寢具、鏡簾

3.1.3 主題特色

1. 攝影

特攝民宿的成立宗旨強調讓來的客人皆能留下美好的記憶，不只是在住宿上獲得較好的品質，也能透過攝影在此趟旅程中留下永恆的回憶。

特攝民宿的外觀經過設計後，希望能成為小琉球遊客必去的景點之一，不只是讓在此住宿的遊客可以享受到特攝民宿的景色，就連一般遊客也可在此享受下午茶且欣賞特攝民宿與其他民宿不同之處。

➤ 特攝民宿之特色主題：

(1) 「特攝」建築外觀：以相機為主體造型。

(2) 民宿前院之造景：

◇ 圍牆為相機造型的背帶衍生而成，圍牆上擺飾一些舊型相機或攝影照，打造特攝的風格。

◇ 製作大型特攝娃娃公仔擺放至民宿前院，成為造景之一。

(3) 攝影師跟拍服務：

採取預約制度，遊客可在住宿前說明是否需要此服務，會提前為他安排攝影師跟拍的服務。

(4) 附加價值：

◇ 紀念鑰匙圈：為來住宿之遊客拍攝一張照片且製做成鑰匙圈。

◇ 攝影娃娃：入住之遊客只需加價 50 元，即可獲贈攝影娃娃。

2. 下午茶

透過簡易的下午茶餐點，讓遊客在民宿的特別景點取景之餘，也可享受下午茶時光，進而更了解有關民宿的特色。

(1) 住宿之遊客每人皆可得到一張餐券，於下午茶營業時間換購的餐點，可在民宿的前院或觀景台上，一覽海景及小琉球之景觀，享受度假的悠閒。

(2) 如為未入住之遊客，也可點餐享受在特攝民宿的景觀。

► 特攝下午茶

圖 3- 5 特攝民宿下午茶菜單

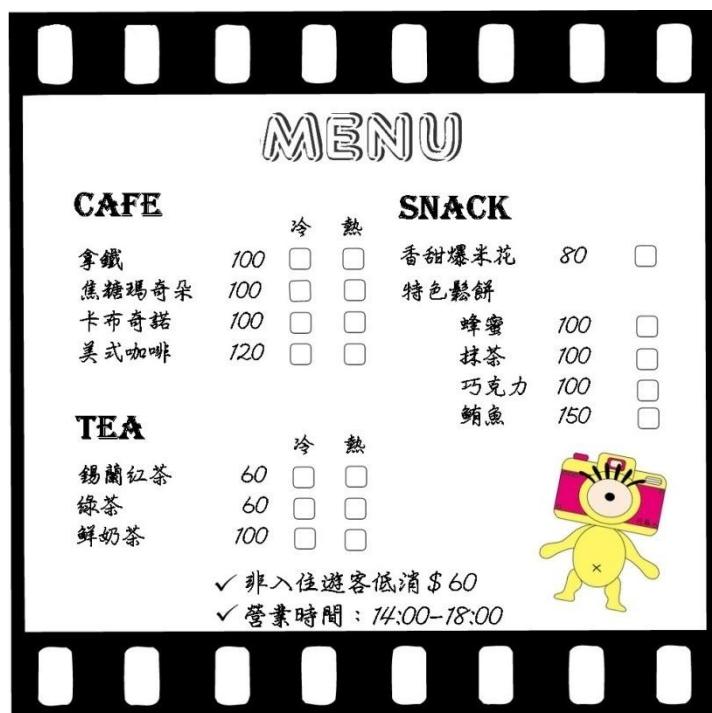
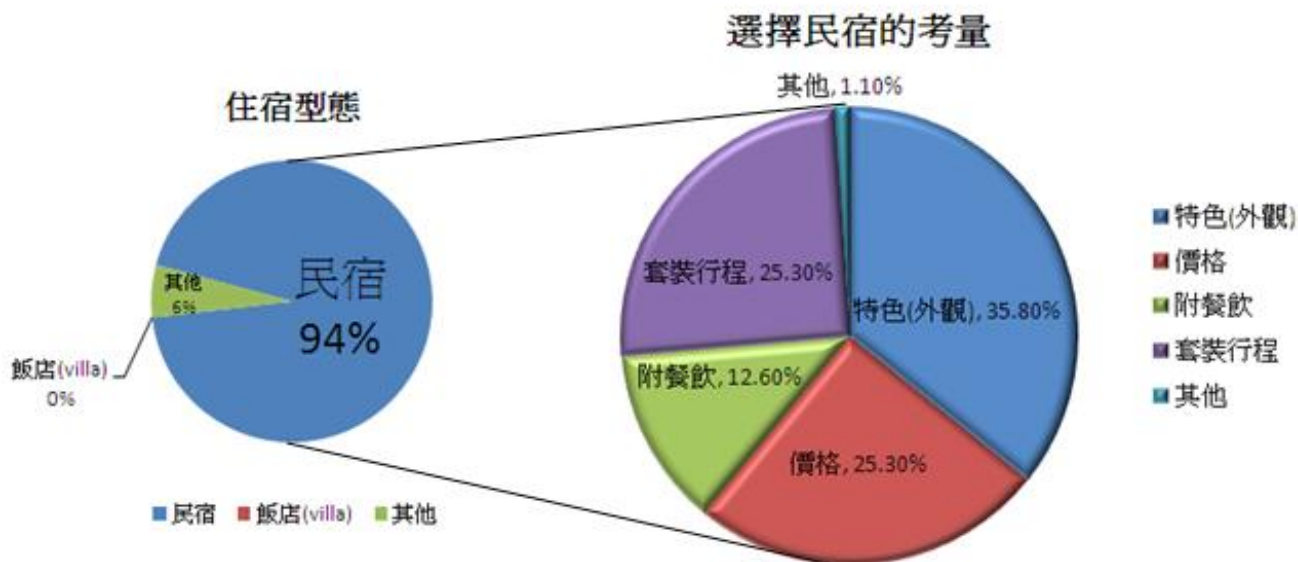


圖 3- 6 市調分析(住宿型態與考量因素)



* 參照至附錄 表 1 (住宿型態與考量因素)

分析：顧客選擇之住宿型態以民宿占 94%，其中選擇的考量因素又以特色占最多數，其次是價格、套裝行程，因此特攝民宿符合顧客之需求。

3.1.4 服務簡介

1. 套裝行程：

內容：東港—小琉球(來回船票)、特攝民宿住宿一晚、提供早餐、下午茶餐券、機車、風景區門票、潮間帶、紀念鑰匙圈。













2. 加購服務：

(1) 跟拍攝影服務：可自行挑選景點，並提供全程攝影服務(水、陸)。

(2) 浮潛門票

以下推薦適合取景的優美聖地。

表 3- 5 小琉球景點

<p>大福漁港</p> 	<p>溼地公園</p> 	<p>杉福漁港</p> 
<p>厚石裙礁</p> 	<p>復育涼亭</p> 	<p>蛤板灣</p> 
<p>海子口</p> 	<p>肚子坪</p> 	<p>望海坪</p> 
<p>中澳沙灘</p> 	<p>白燈塔</p> 	<p>落日亭</p> 

3. 其他附加價值

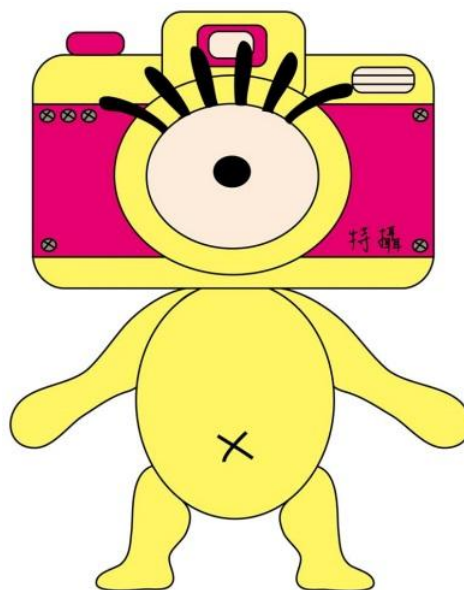
(1) 紀念鑰匙圈：

特攝民宿將為住戶免費拍攝一張團體照並且製作成鑰匙圈（一組）。
若有需要可加購，一組 20 元。

(2) 攝影娃娃：

親子房住戶免費有一組具有特色並專屬於特攝民宿的攝影娃娃。
若有需要可加購，一組 100 元。

圖 3- 7 特攝娃娃

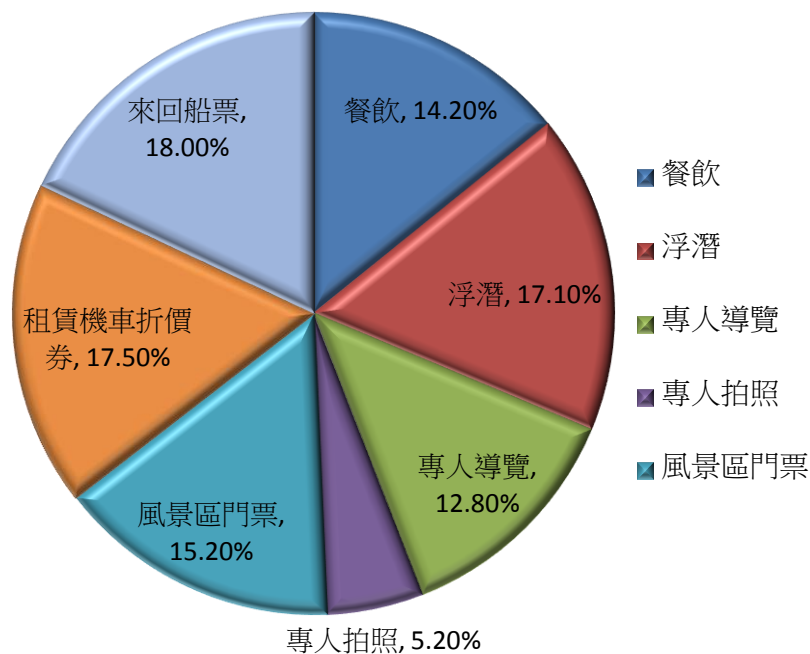


3.1.5 功能

1. 結合攝影之特攝民宿，在玩的同時也能記錄每一刻。
2. 客製化體驗套裝行程：

依客戶心裡滿足，創造出值得消費者回憶感覺活動的高附加價值經濟。而形成的這種感覺與過往被動是接受服務最大的差異，若是由消費者主動建構而的記憶或感覺，對消費者而言是獨一無二的，其後續所產生的經濟效益則非傳統的一次性消費，消費者會因其獨特的感覺進行重複性的消費。

圖 3- 8 市調分析(遊客偏好套裝行程項目之比例)



*參照至附錄 表 2 (遊客偏好套裝行程項目之比例)

分析：由此數據可知，選擇套裝行程之項目比例平均分布，顯示顧客大多皆有以上需求，因此套裝行程可包含所有項目，使顧客一次購足。

3.1.6 品質

1. 室外綠化造景及環境四周天然景觀。
2. 24H 攝影監控、消防逃生設備齊全，環境住宿安全有保障。
3. 獨立庭園環境舒適安靜。
4. 停車空間充裕每戶備有一個停車位。
5. 頂樓景觀台視野遼闊舒適可以聊天休憩。

3.1.7 價格

島上民宿的房間以雙人房、四人房為主，普遍雙人房價錢約在 1600-2000 元/人，四人房約在 2100-2500 元/人。

我們民宿屬於中階價位，價格訂在 1700-3200 元/人。

(1) A 方案：(不含套裝行程)

表 3-6 特攝民宿價格表-A 方案

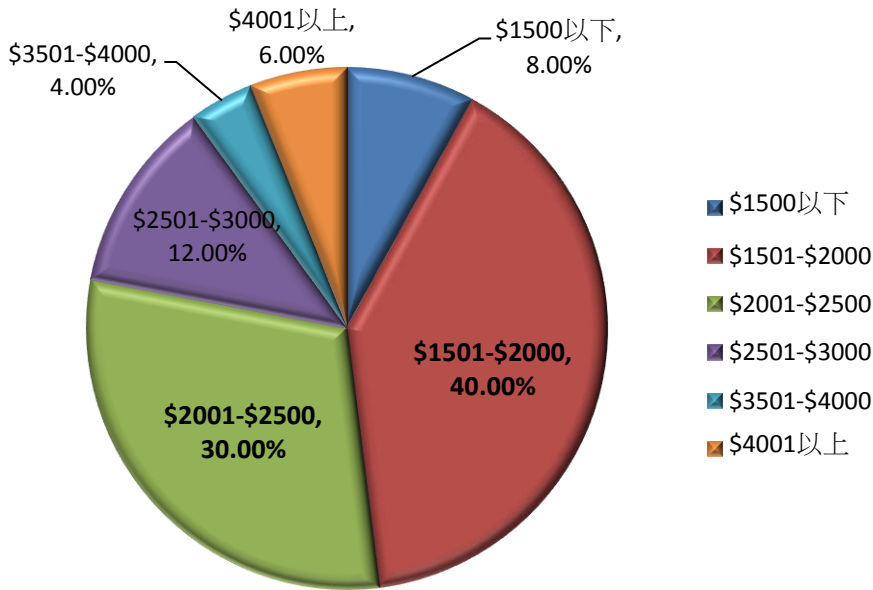
特攝民宿價格表(以單人費用)					
方案 類型	房型類別		假日	平日	暑假平日
A	海景雙人房	二人	4800/間	3500/間	4300/間
	浪漫雙人房	二人	3900/間	2500/間	3300/間
	卡通四人房	四人	7200/間	4800/間	6000/間
	溫馨四人房	四人	7200/間	4800/間	6000/間

(2) B 方案：(含套裝行程)

表 3-7 特攝民宿價格表-B 方案

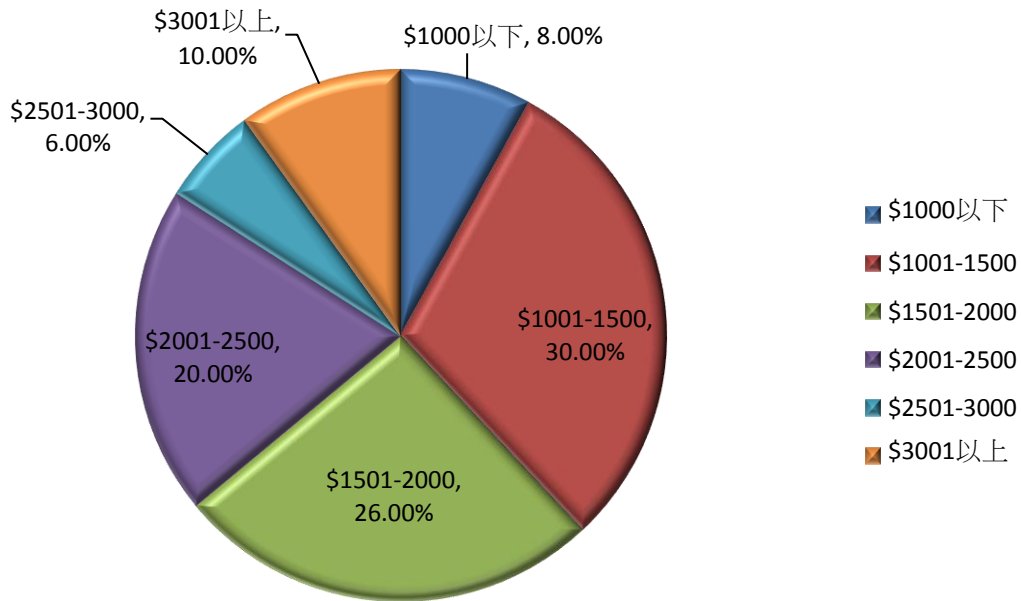
方案 類型	房型類別		假日	平日	暑假平日
B	海景雙人房	二人	3200/人	2500/人	2900/人
	浪漫雙人房	二人	2700/人	2000/人	2400/人
	卡通四人房	四人	2300/人	1700/人	2000/人
	溫馨四人房	四人	2300/人	1700/人	2000/人

圖 3- 9 市調分析(顧客接受住宿含套裝行程最高價格範圍之比例)



*參照至附錄 表 3 (顧客接受住宿含套裝行程最高價格範圍之比例)

圖 3- 10 市調分析(顧客接受住宿最高價格範圍之比例)



*參照至附錄 表 4 (顧客接受住宿最高價格範圍之比例)

分析：

- 由圖 3-9 可得知，顧客可接受住宿含套裝行程最高價格範圍以 \$1500~\$2500 占了 70%，因此特攝民宿之定價落於此區間。
- 由圖 3-10 可得知，顧客接受住宿最高價格大多分布於 \$1001~\$2500，特攝民宿住宿之定價範圍為 \$1200~\$2400，符合顧客需求。

3.1.8 整合功能

規劃更多體驗式、套裝行程，讓消費者從傳統被動接受，轉換到體驗經濟，強調的讓消費者主動體驗以及參與在地生活，消費者可在體驗過程中轉換感覺，一種記憶和一段故事。有別於日常生活中的體驗可讓消費者暫時逃離現實，積極參與到一種沉溺式環境中的設計。

(1) 同業結盟：

民宿同業間互相交流提供旅遊資訊，分享哪家民宿地理位置絕佳、交通便利、優質服務或景點特色。

(2) 異業聯盟：

替顧客與攝影師接洽抽取佣金。

3.2 顧客與通路

目標客群

1. 小琉球大部分之民宿主打的客群以學生為主體、以價格取勝，而特攝民宿希望以優質的品質為主，主要目標客群分為：

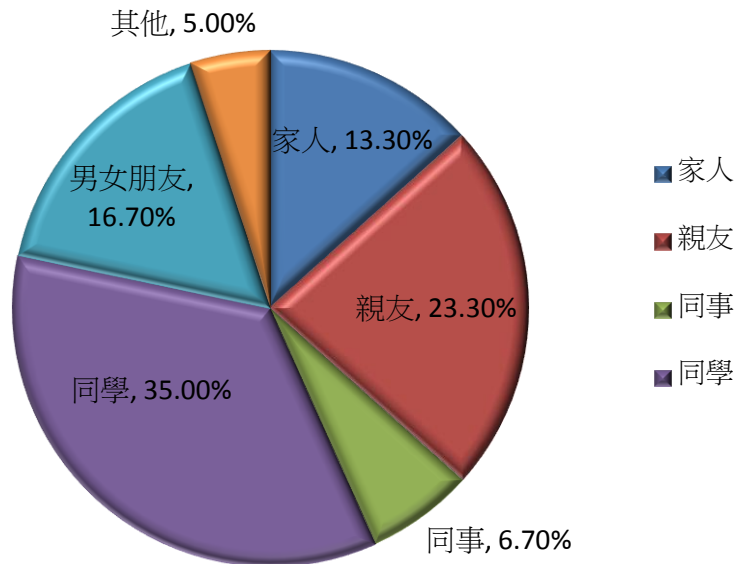
(1) 家庭(4人)：

遊客中有小孩(3~12歲)的家庭入住，民宿有規劃適合四人入住的親子房，且室內擺設也配合小孩喜愛的樣式。如有攜帶65歲以上的老年人入住，為怕長輩行動不方便，特別在民宿一樓即有家庭房可供住宿。

(2) 情侶及夫妻(2人)：

特攝民宿內有以兩人為主的主題套房可供選擇。

圖 3- 11 市調分析(至小琉球旅遊同行者之比例)



*參照至附錄 表 5 (至小琉球旅遊同行者之比例)

分析：特攝民宿主打之客群為家庭或 2 人成行之伴侶，不主打學生族群，由圖表顯示家人或親友共占約 26%，符合民宿目標之客群。

3.3 顧客需求價值

1. 功能：

(1) 客製化：

➤ 紀念鑰匙圈：

為住戶免費拍攝一張相片，並且製作成具有紀念價值的鑰匙圈。

➤ 攝影娃娃：

入住親子房的遊客，加價 50 元即擁有一隻具有民宿特色的攝影娃娃。

(2) 專屬服務：

➤ 攝影師(預約制)：

遊客訂房前可選擇是否需要攝影師跟拍，若有需要，特攝民宿將安排攝影師全程跟拍遊客指定的優美勝地，並讓遊客擁有一個美好的回憶。

2. 心理：

(1) 實際體驗：

➤ 選擇攝影行程的遊客可體驗專業攝影的美感，並且讓這趟旅行留下更深刻的回憶。

(2) 一次購足：

➤ 入住特攝民宿的遊客可以一次享有多種服務：紀念鑰匙圈、專業攝影全程跟拍、頂樓觀景台一覽小琉球美景、美味下午茶以及庭園造景的視覺享受。

3.4 特攝民宿 SWOT 分析

3.4.1 SWOT 分析

表 3-8 特攝民宿 SWOT 分析

優勢 (Strength)	劣勢 (Weakness)
<ol style="list-style-type: none">1. 與一般民宿相較之下，特攝民宿的外觀，更能吸引遊客前來朝聖。2. 民宿創新的周邊商品，例如紀念鑰匙圈、公仔娃娃，讓遊客對民宿更加印象深刻。3. 擁有獨特的跟拍服務。4. 不定期舉辦不同的行銷活動，增加民宿知名度。5. 下午茶可吸引非住宿遊客前來消費	<ol style="list-style-type: none">1. 除簡單早餐外，民宿無法提供餐飲服務。2. 特攝民宿屬中階價位，對學生族群較無法負擔。3. 建築成本高，使民宿較有資金壓力。4. 雖有固定的合作廠商，但旺季之餘容易被哄抬價格。
機會 (Opportunity)	威脅 (Threat)
<ol style="list-style-type: none">1. 現代人重視休閒生活。2. 小琉球觀光擁有政府的大力支持，致力推動觀光行銷、策略結盟，創造商機3. 小琉球擁有獨特之全島珊瑚礁地形及潮間帶生態。4. 是全國離島最接近台灣的一個。5. 現撈新鮮海產美食。6. 特攝民宿的相機外觀有機會成為小琉球的新地標。	<ol style="list-style-type: none">1. 可能有其他攝影業者進入跟拍服務市場。2. 近年遊客大多選擇出國旅遊，捨近求遠。3. 由於夏季經常有西南氣流，造成船支無法開行。4. 近年小琉球遊客增多，自然生態相對也被破壞許多。5. 來回受限於船班時間。

S 優勢

- **創造新優勢：**
 - 民宿提供下午茶可吸引重視休閒生活的遊客前來消費。
 - 特攝娃娃讓遊客更加印象深刻，成為小琉球指標性公仔。
 - 特攝民宿不侷限於內部行銷活動，可與政府觀光合作。
- **善加利用優勢：**
 - 利用行銷活動增加民宿知名度，使特攝民宿成為小琉球新地標。

W 劣勢

- **將弱點中性化：**
 - 未能滿足學生族群，但可利用特攝娃娃吸引此族群前來朝聖，即使未消費也可達到行銷之目的。
- **尋找替代方案：**
 - 雖未提供其他餐飲服務，可與在地餐廳合作，提供遊客海鮮美食。

O 機會

- **利用優勢掌握新機會：**
 - 利用跟拍服務讓遊客對小琉球生態更加印象深刻。

T 威脅

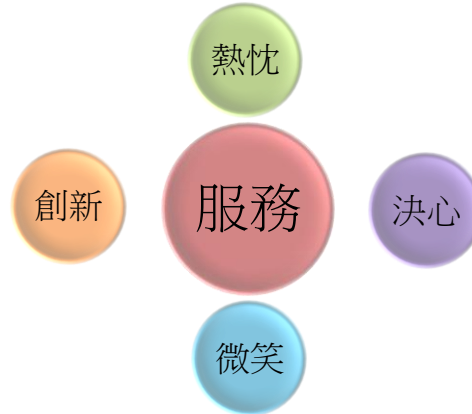
- **避開威脅：**
 - 彈性的跟拍服務，與其他專業攝影業者比較下，遊客較傾向不受限的服務。
 - 特攝民宿獨有的風格使遊客不必到國外也能享受同等的感受。

四、各功能性規劃

4.1 管理團隊

1. 團隊優勢

圖 4- 1 團隊優勢圖



2. 團隊介紹

表 4- 1 團隊介紹

相片	姓名	經歷	專長
	王俐雯	知名品牌創辦人	行銷企劃
	楊慧萍	擁有會計師執照，於會計事務所裡任職	財務規劃
	郭宛慈	國內大型旅行社的企劃主管	規畫旅遊行程，例如北極破冰之旅
	楊雅婷	知名部落客，利用圖文介紹私房景點	寫作、攝影，預計將出版第一本旅遊攝影書

32 歲這年，四位女孩擁有著不同的經歷的女生，決定一圓在大學生涯時曾有過的夢想，一同創業打造一間具有特色、與眾不同的民宿。發揮了各自在業界所擁有的專長，希望在小琉球創立一間讓人住過印象深刻的民宿，不單只讓遊客當民宿的過客，是能留下足跡，而能再一次的回到特攝民宿。

3. 人力需求

表 4- 2 工作分配表

部門	工作內容
行政	招募新員工、規劃廣告行銷、薪資管理、財務規劃與執行、管理網站及粉絲團
櫃檯	招呼客人、連絡合作業者、訂房管理、結帳
房務	房務清潔、採購工作、下午茶時段烹飪

- 由於淡季時人力需求較小，主要由四位負責人處理行政、櫃檯、房務即可，不須聘請多餘的人力。
- 因應旺季的人力需求較大，需另外雇用 1~2 位工讀生，幫忙處理房務的部分，行政、櫃檯依舊由民宿負責人擔任。
- 跟拍服務採預約制，由店內知名部落客擔任攝影師。因成本問題，不另聘攝影師。

4.2 行銷計劃

4.2.1 廣告與促銷

(1) 廣告：

- 印刷媒體：報紙、雜誌
- 廣電媒體：電視、電台
- 戶外媒體：看板、公車廣告、海報、旅展
- 網際網路：電子報、電子郵件、網頁(部落客)
- 其他：原子筆、鑰匙圈、購物袋、便條紙

(2) 促銷：

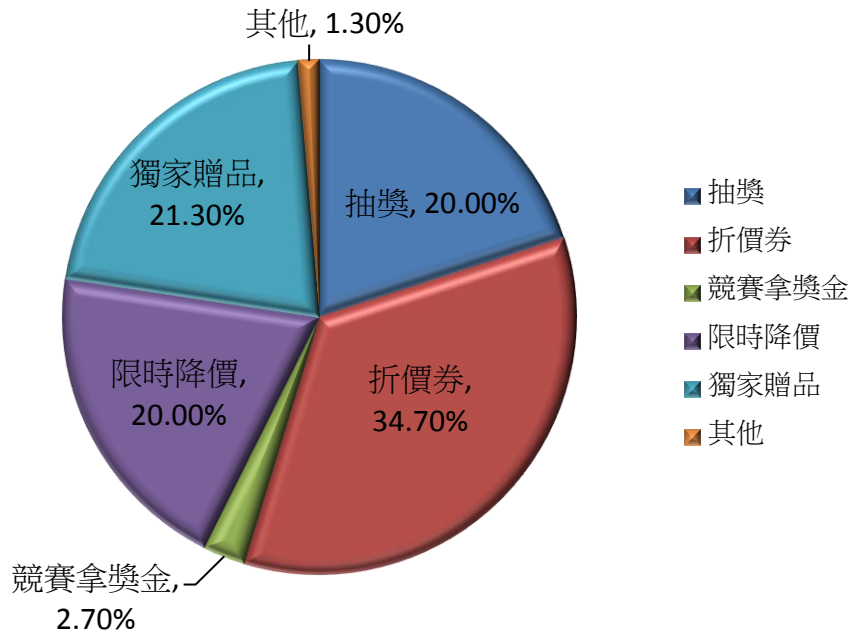
特攝民宿將成立 FB 粉絲團來宣傳民宿特色以及我們想傳達之信念，不會只以促銷活動來累積人氣，每次活動還會贈送特攝娃娃。

以下將介紹一系列的促銷活動：

表 4- 3 促銷活動表

特	<ul style="list-style-type: none">• 邀請知名部落客入住，同時宣傳特攝名宿的特點。• 利用粉絲專頁與網友互動，動態的訊息讓往有銘記在心。• 第一波活動--免費送:只要在特攝粉絲團上按讚，將抽出10位幸運兒免費獲得特攝半價住宿券。
攝	<ul style="list-style-type: none">• 第二波活動--攝影比賽:利用特攝民宿特殊的相機外觀造型吸引各個攝影好手來參與比賽，並且將照片上傳粉絲團讓網友來投票選擇心目中最好的作品，前三名將各獲得獎金5000元、3000元、1000元，佳作者贈送免費住宿券。
悠	<ul style="list-style-type: none">• 給予淡季住宿的房客及特定族群(新婚夫妻、學生)一定的優惠，也可在商展購買住宿優惠券• 住宿房客可以參與不定期的抽獎活動• 與大型公司和旅遊業者合作，給業者一些優惠

圖 4- 2 市調分析(顧客偏好促銷活動之比例)



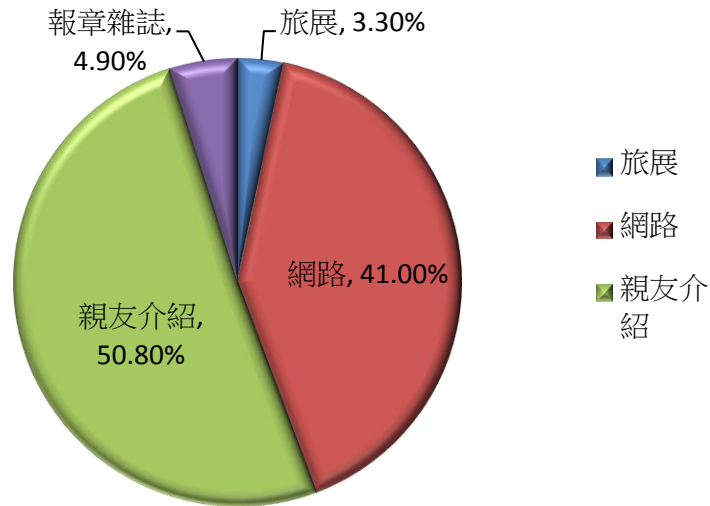
*參照至附錄 表 6 (顧客偏好促銷活動之比例)

分析：由此圖可知，促銷活動中，折價券、獨家贈品、限時降價及抽獎顧客之接受度較高，因此特攝民宿之促銷活動可用以上項目來做促銷。

4.2.2 通路

- 利用小琉球民宿網連結特攝民宿網站。
- 與婚紗業者合作：
 - 以特攝民宿的外觀吸引婚紗業者前來租借新人拍攝的場地。
 - 與婚紗業者合作規劃新人兩天一夜的攝影行程。
- 設立 FB 粉絲專業，並推出一系列活動，讓網友可以隨時掌握最新狀態。
- 在旅展販售優惠券。
- 贊助小琉球活動。

圖 4- 3 市調分析(遊客如何取得小琉球資訊之比例)



*參照至附錄 表 7 (遊客如何取得小琉球資訊之比例)

分析：顧客得知小琉球相關資訊來源以親友介紹及網路為最多，因此特攝民宿需建立口碑，口耳相傳的方式或網路行銷，以達到宣傳之目的。

4.3 民宿營運作業

1. 食：

與真饌海鮮樓合作，提供特攝民宿住宿的遊客餐廳折價券，使到民宿的旅客也可以享受新鮮美味的海鮮。

- 真饌海鮮樓：小琉球老字號的店家，以新鮮的海產料理獲得食客們的青睞，結合琉球島內多家休閒旅遊業者，提供多元化之生態旅遊與品嚐美食之服務。

與廟口點心站合作下午茶餐點。

- 提供菠蘿牛角 30 元、黃金牛角 20 元、葡式蛋塔 20 元、韓國麵包 20 元、楓糖麻花 20 元、楓糖摩奇 15 元。

2. 交通：

特攝民宿之套裝行程免費提供機車/電動自行車供顧客選擇

- 和春機車出租
- 海滋在遊客服務中心（電動自行車）

3. 玩樂：

與永春浮潛業者合作，來特攝民宿住宿的遊客如有搭配套裝行程的，將會贈送免費的潮間帶導覽與代購浮潛的服務。

4.4 財務規劃

1. 資金來源

表 4- 4 資金來源

資金來源	金額
自有資金	2,000,000
貸款	8,000,000
合計	10,000,000

2. 預估五年損益表

表 4- 5 預估五年損益表

年度科目	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
營業收入	12,165,120	13,178,880	14,192,640	14,192,640	14,192,640
營業成本	7,257,600	7,862,400	8,467,200	8,467,200	8,467,200
營業毛利	4,907,520	5,316,480	5,725,440	5,725,440	5,725,440
營銷費用					
人事費	1,344,000	1,369,000	1,369,000	1,369,000	1,369,000
水電費	600,000	620,000	640,000	660,000	680,000
保險費	80,640	82,140	82,140	82,140	82,140
行銷費用	64,500	37,625	37,625	37,625	37,625
折舊費用	723,000	723,000	723,000	723,000	723,000
雜支	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
營銷費用合計	2,862,140	2,881,765	2,901,765	2,921,765	2,941,765
營業利益	2,045,380	2,434,715	2,823,675	2,803,675	2,783,675
營業外損益	(180,000)	(180,000)	(180,000)	(180,000)	(180,000)
稅前淨利	1,865,380	2,254,715	2,643,675	2,623,675	2,603,675
所得稅	93,269	112,736	132,184	131,184	130,184
稅後淨利	1,772,111	2,141,979	2,511,491	2,492,491	2,473,491

*第一年以住宿率 50%估算營業收入

3. 預估五年資產負債表

表 4- 6 預估五年資產負債表

科目 \ 年度	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
現金	1,679,538	441,472	1,203,368	1,124,368	1,045,368
固定資產	9,230,000	9,230,000	9,230,000	9,230,000	9,230,000
累計折舊	(723,000)	(1,446,000)	(2,169,000)	(2,892,000)	(3,615,000)
資產總計	10,186,538	8,225,472	8,264,368	7,462,368	6,660,368
長期負債	8,000,000	8,000,000	8,000,000	7,200,000	6,400,000
負債合計	8,000,000	8,000,000	8,000,000	7,200,000	6,400,000
普通股股本	2,000,000	0	0	0	0
保留盈餘	186,538	225,472	264,368	262,368	260,368
股東權益合計	2,186,538	225,472	264,368	262,368	260,368
負債+股東權益	10,186,538	8,225,472	8,264,368	7,462,368	6,660,368

4. 預估五年財務比率

表 4- 7 預估五年財務比率

財務指標	公式	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
毛利率	營業毛利/營業收入	40.3%	40.3%	40.3%	40.3%	40.3%
營業利益率	營業利益/營業收入	16.8%	18.5%	19.9%	19.8%	19.6%
純益率	稅前淨利/營業收入	15.3%	17.1%	18.6%	18.5%	18.3%
總資產報酬率	稅前淨利/資產總額	18.3%	27.4%	32.0%	35.2%	39.1%

5. 回收年限

表 4- 8 回收年限

淨現金流入	稅後淨利+折舊費用	1,772,111+723,000	2,495,111
回收期限	期初投資金額/ 淨現金流入	10,000,000/2,495,111	4.00 (年)

五、 結論

近年來國內旅遊風氣興盛，由政府統計數據可知，國內旅遊人數年年攀升。其中前往南部旅遊的遊客行程裡，小琉球漸成為不可或缺的景點之一。最重要的原因莫過於它是距離台灣最近的離島，有著獨有的珊瑚礁地形，且搭乘船隻約 30 分鐘即可到達，遊客不必遠到國外，也能在小琉球浮潛、享受大自然、體驗休閒度假。

經本研究探討，前往小琉球旅遊的遊客住宿型態多為民宿，總體市場分析之下，小琉球現階段的民宿供應量於旺季時，依舊供不應求，顯示出小琉球民宿的發展，尚有成長的空間。經市調分析，民眾選擇住宿的考量以民宿特色為主要選擇。

特攝民宿結合攝影風格，獨特的跟拍服務、外觀造型及裝潢皆以相機為主要風格。民宿的經營不只是為商業利益，能讓住宿過的遊客印象深刻，再一次回住是特攝民宿的主要目標。

未來特攝民宿希望能再用創新提供遊客不同於其他民宿的旅遊感受，獨有的相機造型希望能為小琉球帶來新風潮，成為當地新地標。

附錄

問卷

小琉球特色民宿調查		
<p>您好，感謝您的參與。 以下為關於民宿創業的問卷調查表 此問卷的內容絕對不對外公開 資料只作研究用途。</p> <p style="text-align: right;">國立屏東商業技術學院 企業管理系 指導老師：曾志弘 博士 創業人員：郭宛慈、楊雅婷、楊慧萍、王俐雯</p>		
1. 到小琉球旅遊次數	<input type="checkbox"/> 不曾去過 <input type="checkbox"/> 1次 <input type="checkbox"/> 2-3次 <input type="checkbox"/> 4次以上	
2. 如何得知小琉球旅遊資訊 (可複選)	<input type="checkbox"/> 旅展 <input type="checkbox"/> 網路 <input type="checkbox"/> 親友介紹 <input type="checkbox"/> 報章雜誌 <input type="checkbox"/> 其他_____	
3. 到小琉球旅遊同行者(可複選)	<input type="checkbox"/> 家人 <input type="checkbox"/> 親友 <input type="checkbox"/> 同事 <input type="checkbox"/> 同學 <input type="checkbox"/> 男女朋友 <input type="checkbox"/> 其他_____	
4. 為何選擇小琉球作為旅遊地點 (可複選)	<input type="checkbox"/> 風景優美(美人洞、花瓶石、落日亭) <input type="checkbox"/> 生態環境(潮間帶) <input type="checkbox"/> 水上活動(浮潛、游泳、划船) <input type="checkbox"/> 其他_____	
5. 選擇住宿型態	<input type="checkbox"/> 民宿 <input type="checkbox"/> 飯店 (跳至第 10 題) <input type="checkbox"/> 其他_____ (親友家)	
6. 選擇民宿的考量 (可複選)	<input type="checkbox"/> 特色(民宿外觀、房間風格) <input type="checkbox"/> 價格 <input type="checkbox"/> 附餐飲 <input type="checkbox"/> 套裝行程 <input type="checkbox"/> 其他_____	
7. 會選擇何種房間型態住宿(可複選)	<input type="checkbox"/> 主題卡通房 <input type="checkbox"/> 精緻溫馨房 <input type="checkbox"/> 浪漫典雅房 <input type="checkbox"/> 豪華海景房	
8. 住宿含套裝行程(浮潛、專人導覽、風景區門票)是否能吸引您	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否 (跳至第 10 題)	
9. 希望套裝行程含有哪些項目 (可複選)	<input type="checkbox"/> 附餐飲(早餐、下午茶) <input type="checkbox"/> 浮潛 <input type="checkbox"/> 專人導覽 <input type="checkbox"/> 專人拍照 <input type="checkbox"/> 風景區門票 <input type="checkbox"/> 機車 <input type="checkbox"/> 來回船票	
10. 接受住宿含套裝行程價格 (每人)	<input type="checkbox"/> 1,500 元以下 <input type="checkbox"/> 1,501-2,000 元 <input type="checkbox"/> 2,001-2,500 元 <input type="checkbox"/> 2,501-3,000 元 <input type="checkbox"/> 3,001-3,500 元 <input type="checkbox"/> 3,501-4,000 元 <input type="checkbox"/> 4,001 元以上	
11. 可接受住宿最高消費金額 (每人)	<input type="checkbox"/> 1,000 元以下 <input type="checkbox"/> 1,001-1,500 元 <input type="checkbox"/> 1,501-2,000 元 <input type="checkbox"/> 2,001-2,500 元 <input type="checkbox"/> 2,501-3,000 元 <input type="checkbox"/> 3,001 元以上	
12. 何種促銷活動較吸引您的參與 (可複選)	<input type="checkbox"/> 抽獎 <input type="checkbox"/> 折價券 <input type="checkbox"/> 競賽拿獎金 <input type="checkbox"/> 限時降價 <input type="checkbox"/> 獨家贈品 <input type="checkbox"/> 其他_____	
13. 如有提供專人跟拍攝影服務可否接受	<input type="checkbox"/> 接受 <input type="checkbox"/> 不接受 (跳至 基本資料)	
14. 可接受專人跟拍攝影服務的價格 範圍 (每小時)(可複選)	<input type="checkbox"/> 300 元 <input type="checkbox"/> 500 元 <input type="checkbox"/> 700 元 <input type="checkbox"/> 其他_____元	
基本資料	性別	<input type="checkbox"/> 男 <input type="checkbox"/> 女
	年齡	<input type="checkbox"/> 未滿 18 歲 <input type="checkbox"/> 18-25 歲 <input type="checkbox"/> 26-30 歲 <input type="checkbox"/> 31-35 歲 <input type="checkbox"/> 36-40 歲 <input type="checkbox"/> 40 歲以上
	婚姻	<input type="checkbox"/> 已婚 <input type="checkbox"/> 未婚
	月收入	<input type="checkbox"/> 10,000 元以下 <input type="checkbox"/> 10,001-20,000 元 <input type="checkbox"/> 20,001-40,000 元 <input type="checkbox"/> 40,001-60,000 元 <input type="checkbox"/> 60,001-80,000 元 <input type="checkbox"/> 80,000 元以上

市調分析

附錄 表 8 (住宿型態與考量因素)

		反應值		觀察值百分比
		個數	百分比	
民宿考量	特色(民宿外觀)	34	35.8%	70.8%
	價格	24	25.3%	50.0%
	附餐飲	12	12.6%	25.0%
	套裝行程	24	25.3%	50.0%
	其他	1	1.1%	2.1%
總數		95	100.0%	197.9%

附錄 表 9 (遊客偏好套裝行程項目之比例)

		反應值		觀察值百分比
		個數	百分比	
\$套裝行程 ^a	套裝餐飲	30	14.2%	63.8%
	浮潛	36	17.1%	76.6%
	專人導覽	27	12.8%	57.4%
	專人拍照	11	5.2%	23.4%
	風景區門票	32	15.2%	68.1%
	租賃機車折價券	37	17.5%	78.7%
	來回船票	38	18.0%	80.9%
總數		211	100.0%	448.9%

a. 二分法群組表列於值 1。

附錄 表 10 (顧客接受住宿含套裝行程最高價格範圍之比例)

		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	1500以下	4	8.0	8.0	8.0
	1501-2000	20	40.0	40.0	48.0
	2001-2500	15	30.0	30.0	78.0
	2501-3000	6	12.0	12.0	90.0
	3501-4000	2	4.0	4.0	94.0
	4001以上	3	6.0	6.0	100.0
	總和	50	100.0	100.0	

附錄 表 11 (顧客接受住宿最高價格範圍之比例)

		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	1000以下	4	8.0	8.0	8.0
	1001-1500	15	30.0	30.0	38.0
	1501-2000	13	26.0	26.0	64.0
	2001-2500	10	20.0	20.0	84.0
	2501-3000	3	6.0	6.0	90.0
	3001以上	5	10.0	10.0	100.0
	總和	50	100.0	100.0	

附錄 表 12 (至小琉球旅遊同行者之比例)

		反應值		觀察值百分比
		個數	百分比	
\$同行者 ^a	旅遊同行者家人	8	13.3%	16.0%
	親友	14	23.3%	28.0%
	同事	4	6.7%	8.0%
	同學	21	35.0%	42.0%
	男女朋友	10	16.7%	20.0%
	其他3	3	5.0%	6.0%
總數		60	100.0%	120.0%

a. 二分法群組表列於值 1。

附錄 表 13 (遊客如何取得小琉球資訊之比例)

		反應值		觀察值百分比
		個數	百分比	
\$旅遊資訊 ^a	旅展	2	3.3%	4.1%
	網路	25	41.0%	51.0%
	親友介紹	31	50.8%	63.3%
	報章雜誌	3	4.9%	6.1%
總數		61	100.0%	124.5%

a. 二分法群組表列於值 1。

附錄 表 14 (顧客偏好促銷活動之比例)

		反應值		觀察值百分比
		個數	百分比	
\$促銷 ^a	促銷抽獎	15	20.0%	30.6%
	折價券	26	34.7%	53.1%
	競賽拿獎金	2	2.7%	4.1%
	限時降價	15	20.0%	30.6%
	獨家贈品	16	21.3%	32.7%
	其他 ¹²	1	1.3%	2.0%
總數		75	100.0%	153.1%

a. 二分法群組表列於值 1。

參考資料

1. 方至民(2012), 策略管理概論：應用導向, 初版, 新北市：前程文化
2. 江翎榕、薛宇翔(2004), 知名景點民宿之 STP 分析之探討, 行銷專題論文, 國立台中技術學院企業管理系。
3. 觀光局行政資訊系統, 觀光統計, <http://admin.taiwan.net.tw/index.aspx>
4. 小琉球旅遊資訊網, http://liuqiu.pthg.gov.tw/liuqiu/web_tw.php
5. 全國法規資料庫, 民宿管理辦法
<http://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?PCode=K0110012>
6. 小琉球船屋民宿, <http://ship.jianjhu.com.tw/>
7. 小琉球八村 Villa , <http://www.8v.com.tw/>