

# 致理技術學院

商務科技管理系  
實務專題報告

部落格經驗與實際體驗之關係：  
以花博為例

學生：洪嘉蓮(19733118)

陳郁儒(19733138)

呂欣倫(19733147)

葉俊伶(19733152)

中華民國 100 年 11 月

# 目 錄

|             |     |
|-------------|-----|
| 授權書         | i   |
| 誌謝          | ii  |
| 摘要          | iii |
| 目錄          | iv  |
| 圖目錄         | v   |
| 表目錄         | vi  |
| 第一章 緒論      | 1   |
| 第一節 研究動機    | 1   |
| 第二節 研究目的    | 2   |
| 第二章 文獻探討    | 3   |
| 第一節 花博與部落格  | 3   |
| 第二節 體驗行銷    | 12  |
| 第三章 研究設計    | 16  |
| 第一節 研究架構    | 16  |
| 第二節 研究問題    | 17  |
| 第三節 研究設計    | 18  |
| 第四節 研究流程    | 22  |
| 第五節 資料分析方法  | 23  |
| 第四章 研究分析    | 25  |
| 第五章 研究結論與建議 | 38  |
| 第一節 結論      | 38  |
| 第二節 研究限制    | 39  |
| 第三節 研究建議    | 40  |
| 參考文獻        | 41  |

# 圖目錄

|                    |    |
|--------------------|----|
| 圖 2-1 部落格屬性圖.....  | 11 |
| 圖 2-2 策略體驗模組圖..... | 14 |
| 圖 3-1 研究架構圖.....   | 17 |

# 表 目 錄

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| 表 2-1 國際園藝生產者協會舉辦花卉博覽會之分類.....     | 5  |
| 表 2-2 歷屆國際園藝博覽會.....               | 6  |
| 表 2-3 傳統行銷與體驗行銷之差異.....            | 12 |
| 表 3-1 皮爾森相關係數意義.....               | 24 |
| 表 4-1 人口統計變項資料.....                | 25 |
| 表 4-2 瀏覽過與花博有關的部落格與人口統計變項.....     | 26 |
| 表 4-3 瀏覽過與花博有關的部落格與事後實際參觀的滿意度..... | 26 |
| 表 4-4 瀏覽時間長短與人口統計變項.....           | 28 |
| 表 4-5 瀏覽時間長短與事後實際參觀滿意度.....        | 28 |
| 表 4-6 瀏覽內容的幫助程度與人口變項.....          | 30 |
| 表 4-7 瀏覽內容得到的資訊類別與其人口屬性.....       | 30 |
| 表 4-8 瀏覽內容的幫助程度與其事後滿意程度.....       | 31 |
| 表 4-9 瀏覽所得到的花博資訊與其事後滿意度.....       | 32 |
| 表 4-10 瀏覽內容影響的程度與其人口屬性.....        | 34 |
| 表 4-11 瀏覽內容影響的程度與其事後滿意度.....       | 34 |
| 表 4-12 瀏覽後對花博的整體印象與其人口屬性.....      | 36 |
| 表 4-13 瀏覽後對花博的整體印象與其事後滿意度.....     | 36 |