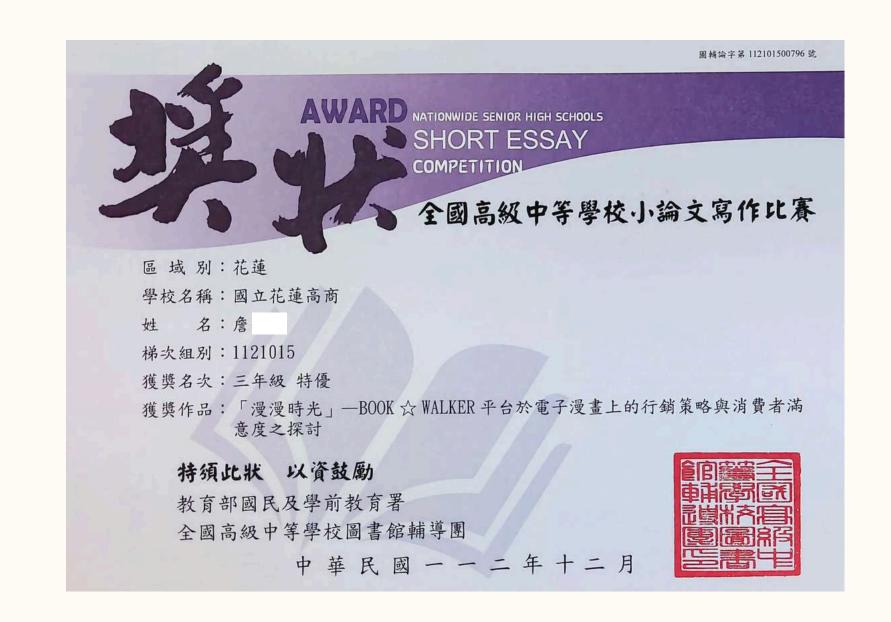
詹同學	回饋建議
書審老師A	佐證資料豐富,充分展現個人的學習歷程。
書審老師B	作品中可看見學生學習過程、步驟以及結果,充份掌握學習過程中的發現與收穫。
書審老師C	在本次專題實作課程中,團隊選擇了研究BOOK☆WALKER平台在販售電子漫畫上的行銷策略與消費者滿意度。通過這次研究,深刻地體會到了行銷理論的實際應用,並認識到這些理論不僅僅是紙上談兵,而是真實可行的工具。學習歷程展現了理論知識與實踐相結合的重要性,並反映了你在行銷領域的進步和成長。建議可以加強深入反思在這次研究中遇到的挑戰和學到的知識,以及這些經歷對你的影響。這樣能豐富你的學習成果和成長。



專題實作

課程學習成果



商業經營科三年甲班

10號 詹同學

指導老師:李翠華老師

百字簡述

本次的課程中,我們研究的主題是BOOK☆WALKER平台在販售電子漫畫上的行銷策略與消費者滿意度,而我認為最大的收穫便是我理解到了以前所學習的行銷理論是真的有地方可以使用的,而非只是紙上談兵。



資料來源:BOOK☆WALKER官網首頁。

目録

- 競賽成果 第4~5頁
- 課程内容 第6頁
- 分工貢獻表 第7頁
- 動機與目的 第8頁
- 過程與成長 第9~15頁

- 其他成長 第16頁
- 課程心得 第17頁
- 課程省思 第18頁
- 資料來源 第19頁
- 附件 第21~65頁

競賽成果一小論文



全國中學校小論文寫作比賽 特優



校内小論文比賽 第一名

競賽成果一簡報發表





校内期末專題成果簡報發表 佳作

課程内容

參加全國與校内的小論 文比賽後開始製作簡報,最 後參加校內專題成果發表。



專題實作課程甘特圖

分工貢獻—小論文 分工貢獻—簡報

架構	架構細項	分工情形
+ ~~	研究背景與動機	
壹、前言	研究目的	
	漫畫、電子漫畫及電子漫畫平	
	台的定義	
* ** ********	電子漫畫與傳統紙本漫畫的差異	
、文獻探討	臺灣電子漫畫平台概況	
	電子漫畫平台相關文獻回顧	
	BOOK☆WALKER 之介紹	
711 m + >+	研究方法與研究限制	
、研究方法	研究流程圖	
	SWOT 分析	
TII chi /\ 1c	STP 分析	
い研究分析	4P 分析	
與結果	製作問卷與發放問卷	
	問卷調查結果與分析	
、研究結論	結論	
與建議	建議	
、參考文獻		
排版		
校閱		

架構	架構細項	分工情形
± ×-	研究背景與動機	
壹、前言	研究目的	
	漫畫、電子漫畫及電子漫畫平	
	台的定義	
貳、文獻探討	電子漫畫與傳統紙本漫畫的差異	
	臺灣電子漫畫平台概況	
	BOOK☆WALKER 之介紹	
<i>数</i> 加克子汁	研究方法與研究限制	
參、研究方法	研究流程圖	
	SWOT分析	
肆、研究分析	STP 分析	
與結果	4P 分析	
	問卷調查結果與分析	
伍、研究結論	結論	
與建議	建議	
陸、參考文獻		

我在這門課中擔任我們這組的組長,並且我也對這次的主題最熟悉,因此,除了由我分配工作外,在整份小論文與簡報中我幾乎都有參與。

動機

我會選擇以BOOK☆WALKER作為研究主 題的原因是我在思考專題主題時,偶然看見某 位實況主介紹BOOK☆WALKER,而他當時推 薦BOOK☆WALKER最主要的兩個理由是「省 錢丨與「省空間丨,而我在實際使用後也認為 BOOK☆WALKER解決了我在看漫畫上沒什麼 錢與沒空間的困擾,因此便想研究它在電子漫 畫上的行銷策略與消費者滿意度,而經過我們 的調查,有許多漫畫讀者已開始習慣在線上閱 讀漫畫,且BOOK☆WALKER更是其中的佼佼 者,因此最終以此為研究主題。

目的

- 電子漫畫與紙本漫畫差異
- 臺灣電子漫畫平台產業概況
- SWOT、STP、4P分析
- 調查消費者滿意度與看法

我們會選擇這些目標的原因是 我們想先了解大致的產業概況,再 深入了解BOOK☆WALKER在產業 中的地位、行銷策略、消費者滿意 度與消費者的方法看法。

過程與成長一

文獻探討

文獻探討部分是我認為最困難的部 分,因為就我所能查找到的文獻與資料當 中,找不太到以BOOK☆WALKER作為主 要研究對象的文獻與資料,並且我也發現 大多研究電子漫畫平台的文獻皆是以韓國 的平台為主,然而我也認為這也許正是凸 顯我們所研究出的成果特別的機會,也因 此文獻探討的部分我們是以名詞定義、電 子漫畫與紙本漫畫的比較、產業概況、 BOOK☆WALKER的簡介為主。

過程與成長—

問卷製作

問卷製作的部分我們剛開始需要解決 的問題是用詞不夠白話,可能導致填寫問 卷的人讀不懂或需要花心思思考,而老師 也說最好讓小孩也能看懂,因此我在修改 問卷時的出發點便是以小孩子都能看懂為 目標。

對您來說,BOOK☆WALKER與紙本漫畫的關係是?*

- BOOK☆WALKER完全取代了紙本漫畫
- BOOK☆WALKER與紙本漫畫可以互補各自的缺點,可根據情況選擇不同的閱讀方式
- BOOK☆WALKER無法取代紙本漫畫

問卷題目連結:

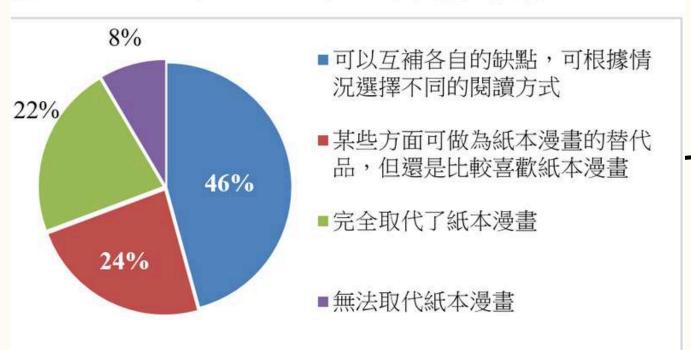
https://forms.gle/rAJoxWuyAAYvMe2A8

過程與成長—(3)研究成果



此部分對我來說是相對簡單的部分,因為此部分是基於文獻探討與問卷的結果對照研 究目的來做總結與建議,而且在前面的部分時我便已開始構思此部分,但其中最令我訝異 的是,儘管BOOK☆WALKER具有許多優點,但問卷結果顯示目前其仍無法完全取代紙本 漫畫,因此我們所提出的建議其中一項便是開發更貼近紙本漫畫閱讀體驗的電子閱讀器, 期望能夠吸引不是絕對不看電子漫畫的讀者。

BOOK☆WALKER 與紙本漫畫的關係。



問卷結果

建議之—

(三)與紙本書的競爭方面-開發更具友善人性的電子閱讀器

本研究建議可與電子書閱讀器廠商合作或自行開發電子閱讀器,推出更加貼近紙本 漫畫閱讀體驗的閱讀器,並搭配像是買電子閱讀器送折價券或點數的促銷,再加上電子 漫書價格本就低於紙本漫畫、可隨時隨地閱讀與無絕版問題等電子漫畫的優勢,雖然仍 無法完全取代紙本漫畫,但可讓部分非只看紙本漫畫的消費者更願意於此平台上消費。

參考問卷 結果給出 建議

過程與成長—4版面有限需取捨

此部分對我來說是第二困難的部分,本來我們的小論文是超過10頁的,也就是超過比賽所規定的頁數,因此如何在保持內容不變的情況下讓頁數減少至10頁內便是我們在完成小論文最初版本時最優先要解決的問題,一開始老師是先建議可將非重點與占空間的部分換成別種表現形式,而我們是選擇的產業概況與BOOK☆WALKER發展歷程進行更改。

₹4	臺灣電子漫畫平台市場概況	兄表
----	--------------	----

成立時間	名稱	支援的平台	外資或臺 灣平台	漫畫作品主 要類型
2012	Readmoo 讀墨電子書	網頁版(電腦、行動裝置) 行動應用程式(Android、iOS)	臺灣	日本頁漫 的電子版
2014	東立電子書城	網頁版(電腦、行動裝置) 行動應用程式(Android、iOS)	臺灣	日本頁漫 的電子版
2014	LINE WEBTOON	網頁版(電腦、行動裝置) 行動應用程式(Android、iOS)	韓國	韓國與臺灣 的條漫
2014	亂搭!租書網	網頁版(電腦、行動裝置)	日本	日本頁漫 的電子版
2015	BOOK☆WALKER	網頁版(電腦、行動裝置) 行動應用程式(Android、iOS)	日本	日本頁漫 的電子版
2017	博客來電子書	網頁版(電腦、行動裝置) 行動應用程式(Android、iOS)	臺灣	日本頁漫 的電子版
2019	TOOMICS 玩漫	網頁版(電腦、行動裝置) 行動應用程式(Android、iOS)	韓國	韓國條漫
2019	GO 原漫基地	網頁版(電腦、行動裝置)	臺灣	臺灣原創 漫畫
2020	CCC 創作集	網頁版(電腦、行動裝置) 行動應用程式(Android、iOS)	臺灣	臺灣原創 漫畫
2021	KAKAO WEBTOON	網頁版(電腦、行動裝置) 行動應用程式(Android、iOS)	韓國	韓國條漫

將表格轉成文字描述

三、臺灣電子漫畫平台概況

經陳宏睿(2021)與 BearBoss 熊老闆(2023)可知雖然臺灣漫畫產業知道漫畫走向數位化是必然的,然而卻都沒有明顯的動作,導致目前主流的漫畫平台以外資為主。臺灣的電子漫畫平台自 2012 年由 Readmoo 讀墨電子書為較廣為人知外,接續成立的有:東立電子書城(2014年)、LINE WEBTOON(2014年)、亂搭!租書網(2014年)、BOOK☆WALKER(2015年)、博客來電子書(2017年)、TOOMICS玩漫(2019年)、GO原漫基地(2019年)、CCC創作集(2020年)、KAKAO WEBTOON(2021年)之電子漫畫平台產生。以上10家電子漫畫平台,多數支援網頁版(電腦、行動裝置)與行動應用程式(Android、iOS),其作品類型主要分為:日本頁漫的電子版、韓國條漫及台灣原創漫畫三種。

修改後

修改前

資料來源:本組自行彙整

過程與成長—5排版(圖像化呈現)

將發展歷程表格轉成圖像,並改以功能的發展歷程為主。

表 5 臺灣 BOOK☆WALKER 發展歷程表

年/月	發展歷程		
2015年8月	台灣角川與日本 BOOK☆WALKER 共同出資成立台灣漫讀股份有限公司。		
2016年2月	台灣漫讀股份有限公司推出電子書平台 BOOK		
2016年10月	東立出版、蓋亞文化、聯合發行參與投資台灣漫讀股份有限公司。		
2017年11月	BOOK☆WALKER宣布上架日本角川集團之日文書。		
2021年12月	BOOK☆WALKER 推出會員獎勵制度,若當月消費達一定門檻,於次月獲得會員等級,享有對應等級之點數回饋。		
2022年1月	推出日式條漫服務,引進翻譯自日本頁漫的條漫版。		
2023年7月	BOOK☆WALKER 推出個人作者自助上架服務。		

資料來源:本組自行量整

台灣漫讀股份有限公司成立 2015年8月 部分書籍提供租借服務 2016年8月 推出會員獎勵制度 2021年12月 推出個人作者自助上架服務 2023年7月

台灣漫讀推出BOOK☆WALKER 宣布上架日文書 2017年11月 2022年1月

資料來源:本研究自行繪製

臺灣 BOOK☆WALKER 發展歷程圖

修改前

修改後

過程與成長—6簡報關鍵字+圖

此部分雖然不是我認為最困難的部分,卻是我最不擅長的部分,因為我時常會讓簡報有太多字、字太小或圖太少,而我解決的方法便是多多觀察。

在一、二年級時我做的簡報就有許多老師給的建議是字應該少一點,因此於一年級開始,我只要有師長或校外人士演講,便認真觀察與聆聽他們的簡報與他們所說出的話對應 簡報上的哪些圖、表、字,因此這次在老師提醒簡報字太多後,我便馬上做了修正。

電	項目	100	傳統紙本漫畫
子	91	電子漫畫	特別科學及重
漫	战體	閱讀器或行動裝置	紙本
畫	30(1)(#34.	Set the desire of the set of the	(8/1807-4-942)
與	議存	電腦、手機、平板、電子書閱讀器等電子裝置(線上)	以紙本保存 (線下)
傳			
統		較紙本漫畫便宜,有不定時的優惠及折扣	
紙	賈格	TAMPI CELLE IN TACHER COMMITTEE	一本較電子漫畫昂貴
本			
漫	互動性	有,例如動畫或音效等	fitt
畫	200000		
的	方便性	可隨時隨地閱讀,不受時間及地域的影響	相較於電子漫畫較無便利性可言
比		具有方便性及互動性,且可調整整字體大小、亮度等令	具有紙張質威及獨特的書香
	體驗威	開讀更為便利	只有机成果原从3到1910百百

減少字 數與調大字體



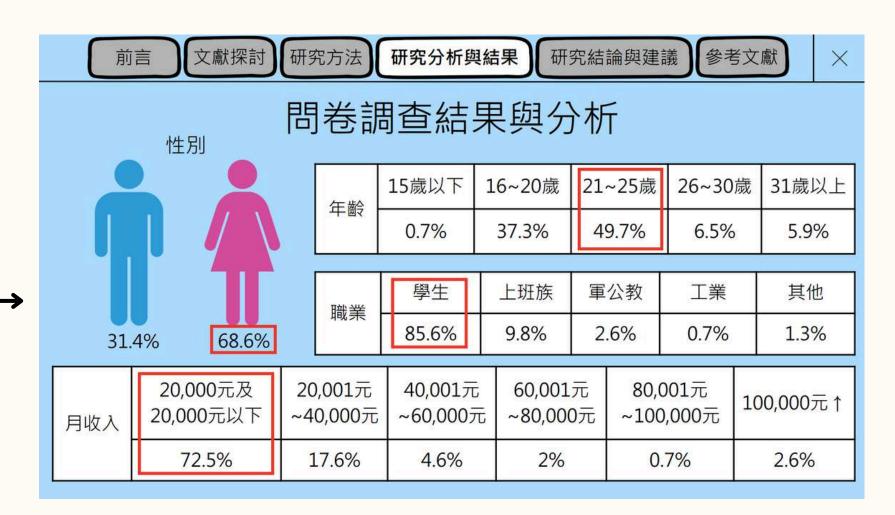
修改前

修改後

過程與成長—7簡報圖像+重點

將字變大,並標註占比最大的性別、年齡、職業、月收入。

••		問卷調查結果與分析				
類別	2		填寫	結果		
性別		男			女	
1±70		31.4%			68.6%	
AT EA	15歲以下	16~20歲	21~25歲	26~30歲	31歲	以上
年齡	0.7%	37.3%	49.7%	6.5%	5.	9%
職業	學生	上班族	軍公教	工業	Į	他
	85.6%	9.8%	2.6%	0.7%	1.	3%
月收入	20,000元↓	20,001元 ~40,000元	40,001元 ~60,000元	60,001元 ~80,000元	80,001元 ~100,000元	100,000元↑
	72.5%	17.6%	4.6%	2%	0.7%	2.6%



修改前

修改後

過程與成長一

在這部分我報告的是結論與建議,而我遇到的困難是容易緊張,而導致忘詞或說不出 話,並且我也認為這是我必須改進的一大劣勢,因此在正式報告之前我於學校與家裡做了 多次的練習,像是面對人群的練習、說話流暢度的練習與看到簡報的關鍵字就能報告的練 習,這些都讓我即使上台報告緊張也不至於會說不出話來。



報告 建議



結論

其他成長

知識與技能方面

- 1.學習到一些論文的寫作規範,例如: 文中引註資料與參考文獻的寫法。
- 2. 了解到絕對不能抄襲的學術倫理與觸犯的嚴重性。
- 3.提升了Word的能力,例如:使用文字方塊放圖片,可以更自由的調整圖片大小。

個人成長

- 1. 更願意主動與他人溝通互動。
- 2. 面對人群時的抗壓性變好,例如: 以前報告時常會因為緊張而結巴, 但是這一次的專題實作期末成果發 表,這種情況減少了很多。

課程心得



與組員和老師討論

於本次的課程中最吸引我的部分便是可以將所學的東西應用在研究自己喜歡的事物上面,因為學習了商業概論、數位科技概論、數位科技應用、行銷實務等等課程後,我幾乎沒有什麼應用,而在這門大部分都需要學生自行完成的課程中,我才真正的意識到原來以前所學習到的東西並非只是應付考試的,而是可以成為「工具」的知識,並且可以應用在研究自己喜歡的事物上。

在這門課程中,我覺得我學習到可以應用在未來的能力中,最重要的就是溝通能力,因為小論文較難一人完成,因此需要時常與他人溝通討論,而我發現我從一開始的不敢講,到後來我會勇於述說自己的想法,並且也會去傾聽他人的意見,而非是只說不聽,相信未來若有需要團隊合作的活動或課程,我也能夠善動利用此能力與其他人做良好的溝通。

課程省思



資料來源:Pexels。

在這門課中,我原本認為以自己有興趣或了解的事物作為主題研究就會簡單起來,但後來老師有說到 小論文必須要讓完全沒接觸過的人也能夠了解我所研究的內容,因此我在看自己寫的小論文時必須以不懂電子漫畫的人的角度來看,如果不能理解就要再改, 因此,也讓我理解到任何報告都應該盡量站在不懂的人的角度來看。

而我在這門課遇到的困難是不怎麼會使用Word,而為了處理這個問題,我會上網查找有沒有教學、問老師和翻翻數位科技應用課本,並且實際實驗看看我在網路上所學到的與老師所教的,以及過去數位科技應用課程中學到的技巧與知識是否符合我所想要呈現的,因此在此課程我也學到了像是使用文字方塊放圖片,可以更自由的調整圖片、利用分節符號做出不同的版面設定等等知識。

資料來源

BOOK☆WALKER官網首頁:

https://www.bookwalker.com.tw/

Pexels:

https://www.pexels.com/zh-tw/photo/copyspace-

8370965/

感謝您的閱讀我是認真努力的詹同學





壹、前言

一、研究背景與動機

漫畫是不分年齡層的課外讀物,更是許多國高中青少年的舒壓工具,隨著科技的進步與無紙化的環保意識下,許多人開始接受電子書閱讀的方式。如今電子書閱讀已然成為一種大眾趨勢,而近年來有許多漫畫也跟著開始電子化。

根據文化內容策進院(2023)指出,電子漫畫總數於2020年時僅有2,712冊,但2021年時已成長到15,453冊,大幅成長了近六倍(如圖1)。另外,文化內容策進院(2023)也調查,有高達58%的漫畫讀者選擇只在線上閱讀漫畫,顯示漫畫讀者更加傾向在線上閱讀漫畫。這兩項數據皆顯示出:電子漫畫成為目前為電子書出版的重點。

圖 1 2017~2021 我國電子漫畫發展趨勢圖



資料來源:文化內容策進院(2023年6月9日)。《2022年臺灣文化內容產業調查報告I:圖書、雜誌、漫畫、原創圖像產業》。https://taicca.tw/article/5354e3f2

依據 CCC 追漫台(2020)調查顯示:電子書平台 BOOK☆WALKER 雖然是以中文電子書為主打的平台,但憑藉大量的漫畫與各種折扣,成為了許多漫畫讀者要閱讀電子漫畫時的首選。電子書平台 BOOK☆WALKER 在漫畫方面以日本漫畫為主,近年來逐漸在臺灣展露頭角。然而在與紙本漫畫、盜版電子漫畫網站和其他正版電子漫畫平台的競爭下,它的優劣勢與機會威脅是什麼呢?它在漫畫市場上的定位是什麼呢?它又是如何讓消費者認識它並持續使用它呢?我們認為探究這些問題將有助於我們更加了解電子漫畫市場與讀者的需求。

二、研究目的

- (一)比較電子漫畫與紙本漫畫的差異。
- (二)了解臺灣電子漫畫平台與 BOOK☆WALKER 的概況。
- (三)探討BOOK☆WALKER的SWOT、市場定位及行銷策略。
- (四)透過問卷調查消費者對 BOOK ☆WALKER 的滿意度與看法。

貳、文獻探討

一、漫畫、電子漫畫及電子漫畫平台的定義

「漫畫」為「**數個有順序的圖像與文字結合的故事,其中文字為非必要條件,具有以圖說文的文本特性**」(葉思岑,2012)。而報導者 The Reporter(2022)進一步提出,漫畫依表現形式可分為傳統的頁漫(左右翻頁式漫畫)與適合手機閱讀的條漫(上下滑動的長條漫畫),如下圖 2 所示。

陳宏睿(2021)提及「電子漫畫」又稱數位漫畫或電子漫畫書,是「**透過電腦、手機以及 PDA 等電子裝置閱讀的漫畫**」(許立風,2008)。

至於「電子漫畫平台」,依據蔡佳伶(2020)的見解為一種提供電子漫畫給讀者閱讀的平台,「內容可能為已出版的單行本漫畫書,也可能是原創新作」有些平台也會提供原創漫畫家發表作品。

二、電子漫畫與傳統紙本漫畫的差異

圖 2 頁漫與條漫之比較圖 (左邊為頁漫,右邊為條漫)



資料來源:本研究自行拍攝

根據葉思岑(2012)、鍾旻君(2013)、黃榮華(2018)指出,傳統的紙本漫畫以紙本為媒介來閱讀,而電子漫畫則可透過電腦、手機、平板、電子書閱讀器等電子裝置閱讀工具來閱讀,這兩種形式的閱讀方式各有其優點與缺點,本研究自行彙整如表1所示。

表 1 電子漫畫與傳統紙本漫畫的比較表

項目	電子漫畫	傳統紙本漫畫
載體	閱讀器或行動裝置	紙本
儲存	電腦、手機、平板、電子書閱讀器等電子 裝置(線上)	以紙本保存(線下)
價格	較紙本漫畫便宜,有不定時的優惠及折扣	一本較電子漫畫昂貴
互動性	有,例如動畫或音效等	無
體驗感	具有方便性及互動性,且可調整整字體大 小、亮度等令閱讀更為便利	具有紙張質感及獨特的書香
方便性	可隨時隨地閱讀,不受時間及地域的影響	相較於電子漫畫較無便利性可言

資料來源:本研究整理

三、臺灣電子漫畫平台概況

經陳宏睿(2021)與 BearBoss 熊老闆(2023)可知雖然臺灣漫畫產業知道漫畫走向數位化是必然的,然而卻都沒有明顯的動作,導致目前主流的漫畫平台以外資為主。臺灣的電子漫畫平台自 2012 年由 Readmoo 讀墨電子書為較廣為人知外,接續成立的有:東立電子書城(2014年)、LINE WEBTOON(2014年)、亂搭!租書網(2014年)、BOOK☆WALKER(2015年)、博客來電子書(2017年)、TOOMICS 玩漫(2019年)、GO原漫基地(2019年)、CCC創作集(2020年)、KAKAO WEBTOON(2021年)之電子漫畫平台產生。以上10家電子漫畫平台,多數支援網頁版(電腦、行動裝置)與行動應用程式(Android、iOS),其作品類型主要分為:日本頁漫的電子版、韓國條漫及台灣原創漫畫三種。

四、電子漫畫平台相關文獻回顧

經由回顧國內博碩士論文可得知,國內研究電子漫畫平台之相關文獻如表 2,目前尚無以 BOOK☆WALKER 做為主要研究平台的文獻,因此本研究具有開創性價值。

表 2 國內研究電子漫畫平台之相關文獻表

作者/年	研究角度	研究個案	主要研究發現
蔡佳伶 (2020)	藉由實際參與和觀察線上原創 漫畫平台,以及訪談觀察並記 錄平台運作與社群的互動	LINE WEBTOON	原創漫畫平台具有共創、互動和交流的性質,展現出網路出現造成一定程度之影響
陳宏睿 (2021)	以文獻分析了解漫畫出版業要 數位化會面臨的困難,並訪談 臺灣市場主流的數位漫畫平台	以甲公司代表 (本研究推測 為 Comico)	臺灣數位漫畫平台仍需時間 培養與資本財團和政府的支 持與投資
闕郁庭(2022)	以發放問卷及訪談的方式探討 臺灣數位漫畫平台使用者對於 關係品質、滿意度與忠誠度的 關聯性	LINE WEBTOON	關係品質對於忠誠度具有正向的影響,因此關係品質能夠提升忠誠度,可作為政府與數位漫畫平台經營者的參考

資料來源:本研究整理

五、BOOK☆WALKER之介紹

依據 BOOK WALKER 株式會社(無日期)之日文網站翻譯得知,BOOK☆WALKER 起源於日本角川集團之子公司株式會社 BOOK WALKER 於 2010年 12 月推出的電子書平台,後來在 2015年 10 月推出 BOOK☆WALKER GLOBAL,期望能夠拓展海外市場。

而從 BOOK☆WALKER 台灣漫讀/電子書平台(無日期)之公司介紹得知,台灣漫讀 股份有限公司(簡稱台灣漫讀)是由台灣角川與日本 BOOK☆WALKER 於 2015 年 8 月時 共同出資成立,其於 2016 年 2 月 15 日推出電子書平台 BOOK☆WALKER (商標如圖 3 所

示),透過使用功能較一般閱讀器完善的日本 BOOK☆WALKER 閱讀器,期望提供讀者良好的數位閱讀環境。此外,BOOK☆WALKER 為了促進電子書之市場流通,與專家和業界合作推動 EPUB3 這個目前國際上電子書主流格式的繁體中文標準格式之制定,並幫助各出版

圖 3 BOOK ★WALKER 的 LOGO

/IIII BOOK☆WALKER

資料來源:BOOK☆WALKER 台灣漫讀/電子書平台(無日期)。媒體資料。2023年4月8日,取自https://www.bookwalker.com.tw/company/media

社製作 EPUB3 電子書檔案與電子書經銷服務,期望打造出讀者與出版社皆能獲利的局面。以下為「臺灣 BOOK☆WALKER」的發展整理,如圖 4 所示:

圖 4 臺灣 BOOK☆WALKER 發展歷程圖



資料來源:本研究自行繪製

參、研究方法

本研究利用「文獻分析法」以蒐集與電子漫畫和電子書平台 BOOK☆WALKER 的相關文獻,探討及分析其內容。再利用「問卷調查法」以使用過電子書平台 BOOK☆WALKER 之電子漫畫的使用者為對象,利用 Google 表單做網路問卷調查。

研究範圍方面,雖然 BOOK☆WALKER 尚有販售漫畫與條漫以外的圖書,但因為本研究以其電子漫畫為研究主題,因此,只針對使用過 BOOK☆WALKER 之電子漫畫的讀者進行滿意度與看法的調查及研究。所以不得推論至 BOOK☆WALKER 上漫畫與條漫以外的圖書,乃為本研究之研究限制。

本研究先擬定主題與目的,後經由文獻探討後進行問卷調查並提出結論與建議。研究 流程如圖 5 所示。

圖 5 研究流程圖



資料來源:本研究自行繪製

肆、研究分析與結果

本研究將從「BOOK☆WALKER的行銷管理」與「消費者問卷調查」兩大部分進行探究

一、BOOK☆WALKER 行銷策略(SWOT、STP、4P分析)

SWOT 分析又稱內外環境分析,「SWOT 可用來分析企業內部的優勢、劣勢,同時研 判企業面臨外在環境所可能存在的機會或威脅」(鄭桂芬,2020)。以下為本研究對 BOOK ☆WALKER 之電子漫畫上的 SWOT 分析,如表 3 所示:

表 3 BOOK☆WALKER 於電子漫畫上的 SWOT 分析表

	S優勢	W劣勢
内部環境	 有日文漫畫 為角川關係企業,其出版的電子漫畫大多可搶先其他平台先上架 多種付費方式 部分電子漫畫附有贈品(紙本漫畫則無) 價格相對紙本漫畫較低 電子漫畫無絕版問題 	 僅部分漫畫提供免費試閱 無紙本漫畫的紙張質感及獨特的書香 廣告不夠 需有電子裝置才能使用 無實體通路,部分消費者接觸不到
タト	O機會	T威脅
外部環境	 許多臺灣漫畫讀者習慣在線上閱讀漫畫 日本漫畫為臺灣主流漫畫之一 	 盆版漫畫網站盛行 同業電子漫畫網站眾多 韓國條漫崛起

資料來源:本研究整理

STP 分析又稱目標行銷,「企業在進行行銷工作前,必須先找出欲行銷的目標客群,使行銷揮出最大的功效」(沈禎娥等,2019)。鄭桂芬(2020)指出 STP 三步驟為:市場區隔、選擇目標市場、市場定位。以下為本研究所進行 BOOK☆WALKER 於電子漫畫上的 STP 分析,以了解其於電子漫畫市場之定位,如表 4 所示:

表 4 BOOK 令WALKER 於電子漫畫上的 STP 分析表

目標行銷	內容
市場區隔 (Segmentation)	 地理變數:針對「台灣地區」推出繁體中文版電子漫畫 人口統計變數:年輕族群為主 心理變數:針對「喜歡日本文化」的閱讀者推出日本漫畫
目標市場 (Targeting)	鎖定 16~25 歲,以低預算、喜好日本漫畫且想隨時隨地看漫畫的台灣年輕族群為主
市場定位 (Positioning)	主打相對紙本漫畫價格較低且品質優良、數量多與主題豐富的日本電子漫畫(物美價廉、主題豐富、新品快速上架之第一品牌)

資料來源:本研究整理

沈禎娥等(2019)指出,行銷 4P 又稱行銷策略分析,可分為產品、價格、通路、推廣 四項策略,是企業「為了傳遞商品的市場定位、便於目標顧客購買產品或服務,而提供的 一套行銷策略工具組合」(鄭桂芬,2020)。故分析 BOOK☆WALKER 的行銷 4P 如表 5:

表 5 BOOK☆WALKER 於電子漫畫上的行銷 4P 分析表

行銷 4P	中文頁漫	日文頁漫	條漫					
產品策略 (Product)	圖 6 中文頁漫圖示 章料來源:本研究拍攝	圖 7 日文頁漫圖示 章料來源:本研究拍攝	圖 8 條漫圖示 資料來源:本研究拍攝					
價格策略	50元~99元/本	100元~199元/本	9元~12元/話(集)					
(Price)								
通路策略 (Place)	● 僅有線上網路通路,有網頁版與行動應用程式。● 付款方式有信用卡、ATM 轉帳、超商代碼、銀聯卡、LINE Pay 與 Atome 分期付款。							
推廣策略 (Promotion)								

資料來源:本研究整理

二、問卷調查結果與分析

本研究以使用過 BOOK☆WALKER 之漫畫的消費者為研究對象,經由 Google 表單進 行調查,於 2023 年 8 月 2 日發放,於 9 月 12 日共收回 157 份,有效問卷 153 份,無效問 卷 4 份,有效回收問券率達 97%。本次問券內容將分為受訪者基本資料、受訪者對 BOOK ☆WALKER的看法與滿意度三大部分進行分析。

(一) 受訪者基本資料

表 6 受訪者基本資料分析表

K ZB IET ATIATIC										
類別	填寫內容結果									
性別	男性			女性						
	31.4%			68.6%						
年齡	15 歲以下	16~20 歲		21~	25 歲 26		5~30歳 3		1歲及以上	
	0.7%	37.3%		49.	49.7%		6.5%		5.9%	
職業	學生	上班游	Ę	軍公教		工業		其他		
帆未	85.6%	9.8%	9.8%		2.6%		0.7%		1.3%	
月收入	20,000 元 以下	20,001 元 ~40,000 元	<i>′</i>	001元 ,000元	60,001 80,000	_	80,001 元 ~100,000元		100,001元 以上	
	72.5%	17.6%	4.6%		2%		0.7%		2.6%	

資料來源:本研究整理

如表 6 所示,本次問卷受訪者以年齡 21~25 歲、職業以學生、月收入在 20,000 元 (含)及以下的女性消費者占多數。

(二)消費者的看法

表 7 受訪者的看法調查分析表

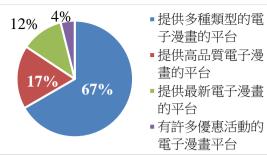


受訪者最多是經由社群平台占 60%知道



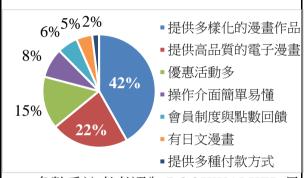
使用 BOOK☆WALKER 的原因主要為 BOOK☆WALKER,其次搜尋引擎占 24%。 有想看的漫畫占 36%,其次為網路評論好占 29% •

BOOK☆WALKER 最主要的功能 圖 11



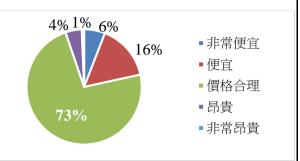
受訪者大多認為 BOOK☆WALKER 最 67%,次多的人認為是提供高品質電子漫畫 商品價格是便宜的,占 16%。 的平台,占17%。

圖 13 BOOK☆WALKER 最主要的特色



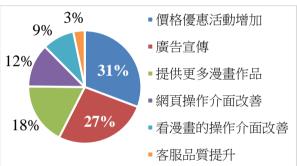
多數受訪者者認為 BOOKWALKER 最 主要的特色為提供多樣化的漫畫作品,占加強價格優惠活動占31%,次多消費者認為 42%,次多的人認為提供高品質的電子漫畫是廣告宣傳,占 27%。 為最主要的特色之占 22%。

圖 12 BOOK☆WALKER 的商品價格



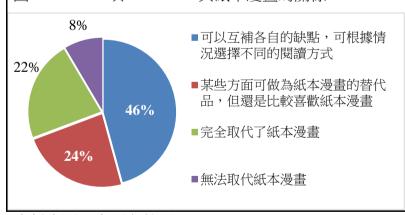
多數受訪者者認為 BOOK☆WALKER 主要為提供多種類型的電子漫畫的平台,占的商品價格是合理的占73%,次多的人認為

圖 14 BOOK☆WALKER 最應加強方面



多數受訪者認為 BOOK☆WALKER 應

BOOK☆WALKER 與紙本漫畫的關係 圖 15



大多數受訪者認為紙本 漫書與 BOOK☆WALKER 可以互補各自的缺點,目可 根據情況選擇不同的閱讀 方式,占46%,次多的人認 為 BOOK☆WALKER 在某 些方面可做為紙本漫畫的 替代品,但還是比較喜歡紙 本漫畫,占24%。

資料來源:本研究整理

如表 7 所示,多數消費者認為「提供多類型、多樣化之電子漫畫」是 BOOK☆ WALKER 的特色,多數的消費者雖認為 BOOK☆WALKER 的價格是合理的,但也認 為 BOOK☆WALKER 的優惠活動不足是它須加強的部分。而對於 BOOK☆WALKER 與紙本漫畫之關係的看法,多數消費者認為 BOOK☆WALKER 仍無法完全取代紙本漫 書,其原因可能為紙本漫畫的體驗與收藏價值是在 BOOK☆WALKER 上無法獲得的體 驗。

(三)消費者滿意度

表 8 消費者滿意度分析表

項目	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常 不滿意	未使用過 此功能
網頁美觀	15.7%	53.6%	30.1%	0.7%	0.0%	
網頁操作	19.0%	52.9%	26.8%	0.7%	0.7%	
看漫畫時的介面操作	21.6%	54.2%	23.5%	0.7%	0.0%	
閱讀漫畫流暢度	24.8%	50.3%	22.9%	1.3%	0.7%	
付費方式	14.4%	32.0%	50.3%	2.6%	0.7%	
優惠活動	15.0%	40.5%	41.8%	2.0%	0.7%	
客服功能	15.7%	32.0%	26.8%	2.6%	0.0%	22.9%
整體滿意度	18.3%	58.2%	22.2%	0.7%	0.7%	

資料來源:本研究整理

由表 8 得知受訪者對於 BOOK☆WALKER 的滿意度大多在滿意與普通,並無兩極 化的情況,約有半數的受訪者對整體的滿意度是滿意的。

伍、研究結論與建議

一、結論

(一) 電子漫畫與紙本漫畫之差異

電子漫畫的優勢為「價格便宜」、「高互動性」與「隨時隨地都可閱讀的方便性」。 而紙本漫畫憑藉其「紙張質感」、「獨特的書香」與「不須依賴電子裝置就可閱讀」 這些特點,使得電子漫畫無法完全取代紙本漫畫。

(二)臺灣電子漫畫平台與 BOOK☆WALKER 的概況

分析臺灣十個較知名的電子漫畫平台,可歸納出三種類型:第一種以「販售日本頁漫的電子版」為主,BOOK☆WALKER便是這一種平台;第二種為「以販售韓國條漫」為主,第三種為以「販售台灣原創漫畫」為主。

(三)BOOK☆WALKER的優劣勢、市場定位與行銷策略

BOOK☆WALKER 的優勢在於,其能夠優先上架多數由角川旗下所出版的電子漫畫,且囊括日本條漫與日文電子漫畫這類多數平台所沒有的產品,再加上電子漫畫無絕版的問題,因此善加利用這些優勢與,並把握住多數臺灣漫畫讀者習慣在線上閱讀

的機會,必定能為其帶來更佳的效益。然而廣告不足與無法取代紙本書之體驗等劣勢及盜版網站猖獗與韓國條漫的崛起等外部威脅,都是 BOOK☆WALKER 必須改進與面對的課題。

經 STP 分析可知,BOOK☆WALKER 鎖定 16~25 歲,以低預算、喜好日本漫畫且 想隨時隨地看漫畫的台灣年輕族群為主;其於市場上的定位為:物美價廉、主題豐富、 新品快速上架之電子漫畫第一品牌。

經行銷 4P 分析可知,產品方面:BOOK☆WALKER 除了以發展完善的翻譯自日本頁漫的中文電子漫畫外,尚有翻譯成中文之日本頁漫的條漫版與日文漫畫,因其試圖開發新的客群與給予現有客群新的體驗。價格方面:與大部分販售同樣產品的平台相較,多數消費者皆認為價格合理。通路方面:只有線上通路,恐有部分消費者無法接觸到。推廣方面:主要為廣告及促銷兩種方式。

(四) 問券調查結果

多數消費者認為「提供多類型、多樣化之電子漫畫」是 BOOK☆WALKER 的特色,雖然大多認為產品價格合理,但仍希望能以更優惠的價格購買,期待未來能加強優惠活動。此外,多數消費者也認為 BOOK☆WALKER 仍無法完全取代紙本漫畫,雖然會因紙本漫畫的體驗與收藏價值選擇紙本漫畫,但若考慮到方便性或價格因素,則會以 BOOK☆WALKER 取代紙本漫畫。

在滿意度部分,有超過 50%的消費者給予 BOOK☆WALKER 整體滿意以上的評價。對於付費方式有超過 50%的消費者覺得普通,客服功能雖滿意的消費者占比最多,但仍有不少消費者覺得普通或根本沒有用過客服功能,優惠活動方面感到滿意的消費者與普通的消費者占比很接近。由此可知於付費方式、客服功能、優惠活動上 BOOK ☆WALKER 可能還不夠讓消費者感到滿意。

二、建議

(一)產品方面-掌握獨家頁漫,引進特色條漫

韓國條漫的崛起除了是外部威脅,也同時是一種外部機會,因為這代表條漫這種閱讀方式已然成為一種趨勢,本研究建議 BOOK☆WALKER 可多引進其他平台上沒有的日本條漫,增進其的閱讀體驗,以拓展新客群。而主要的產品—日本頁漫則可利用為角川關係企業的優勢,獨家販售某些電子漫畫,以吸引喜好那些作品的漫畫讀者消費。

(二)推廣方面-加強社群互動,電子紙本連動優惠

研究建議利用為角川關係企業的優勢,與台灣角川合作,推出「買實體漫畫送 BOOK ☆WALKER 之點數或折價券」、「買 BOOK☆WALKER 之電子漫畫送台灣角川官網點數、折價卷」等優惠活動,除了更容易讓消費者想消費外,也可彌補 BOOK☆WALKER 較難接觸到實體通路消費者之問題。而廣告上,經問卷調查多數的消費者是透過社群平台得知 BOOK☆WALKER 的,也許可增加在社群平台上的廣告,以提升知名度。

(三)與紙本書的競爭方面-開發更具友善人性的電子閱讀器

本研究建議可與電子書閱讀器廠商合作或自行開發電子閱讀器,推出更加貼近紙本 漫畫閱讀體驗的閱讀器,並搭配像是買電子閱讀器送折價券或點數的促銷,再加上電子 漫畫價格本就低於紙本漫畫、可隨時隨地閱讀與無絕版問題等電子漫畫的優勢,雖然仍 無法完全取代紙本漫畫,但可讓部分非只看紙本漫畫的消費者更願意於此平台上消費。

陸、參考文獻

- BearBoss 熊老闆(2023 年 6 月 27 日)。7 大電子書平台推薦比較,找到最適合你的數位閱讀平台。https://www.bearboss.com/Article/Detail/46186
- BOOK WALKER 株式會社(無日期)。業務介紹。2023 年 8 月 25 日,取自 https://www.bookwalker.co.jp/
- BOOK☆WALKER台灣漫讀/電子書平台(無日期)。公司介紹。2023年4月8日,取自https://www.bookwalker.com.tw/company
- BOOK☆WALKER台灣漫讀/電子書平台(無日期)。媒體資料。2023年4月8日,取自https://www.bookwalker.com.tw/company/media
- CCC 追漫台(2020 年 8 月 20 日)。線上讀者在哪裡?數位漫畫閱讀數據揭密。 https://www.creative-comic.tw/zh/special_topics/55
- 文化內容策進院(2023年6月9日)。《2022年臺灣文化內容產業調查報告I: 圖書、雜誌、漫畫、原創圖像產業》。https://taicca.tw/article/5354e3f2
- 文化內容策進院(2023 年 7 月 7 日)。2022 年文化內容消費趨勢調查報告。 https://taicca.tw/article/0c49e8f8
- 沈禎娥、莊宏啟、蕭煒羣(2019)。**商業概論 I**。啟芳出版社有限公司。
- 許立風(2008)。**互動式有聲漫畫之創作研究**。國立臺灣師範大學美術學系:碩士論文。 https://hdl.handle.net/11296/tzjhj5
- 陳宏睿(2021)。**數位漫畫平臺經營模式初探-以甲公司為例**。國立政治大學傳播學院碩士在職專班:碩士論文。https://hdl.handle.net/11296/5axmj5
- 報導者 The Reporter(2022 年 6 月 20 日)。網路條漫世代崛起!韓國平台如何打造跨國漫畫生態系、黏住 8 千萬讀者?。https://reurl.cc/DolZDO
- 黃榮華(2018年12月1日)。翻閱滑閱:電子書與紙本書的概念差。**臺灣出版與閱讀,107** (4),146-151。https://reurl.cc/q0v1XR
- 葉思岑(2012)。**探討電子漫畫版面形式對閱讀理解與閱讀態度之影響**。國立臺灣大學圖書資訊學研究所:碩士論文。https://hdl.handle.net/11296/k743tj
- 蔡佳伶(2020)。**漫畫迷在原創漫畫平台的實踐歷程**。國立交通大學客家學院傳播與科技學系碩士班:碩士論文。https://hdl.handle.net/11296/nm24vt
- 鄭桂芬(2020)。行銷實務(上)。台科大圖書股份有限公司。
- 鍾旻君(2013 年 5 月 1 日)。台灣地區電子書與紙本書定價模式的比較。**圖文傳播藝術學報,2013**,36-46。https://reurl.cc/a4dNAX
- 闕郁庭(2022)。**臺灣數位漫畫平臺使用者關係品質、滿意度與忠誠度之關係**。國立臺北科技大學文化事業發展系:碩士論文。https://hdl.handle.net/11296/j8npbb

BOOK☆WALKER 台灣漫讀 / 電子書平台



▼ 可搜尋書名、副書名、作者 Q) 📵













「漫漫時光」—BOOK☆WALKER平台於電子漫畫 上的行銷策略與消費者滿意度之探討

組員:商三甲10號詹同學

商三甲02號李同學

商三甲05號施同學

指導老師:李翠華 老師

















目錄





前言 文獻探討 研究方法 研究分析與結果

研究結論與建議

參考文獻

研究背景與動機

研究背景

- 漫畫是不分年齡層的書籍
- 大眾開始接受電子閱讀
- 科技的進步與無紙化的環保 意識

研究動機

- 2021年電子漫畫總數成長了 約5.70倍
- 58%的漫畫讀者僅在線上閱讀
- BOOK☆WALKER為許多讀者 首選

前言 文獻探討 研究方法 研究分析與結果

研究結論與建議

參考文獻

\times

研究背景與動機

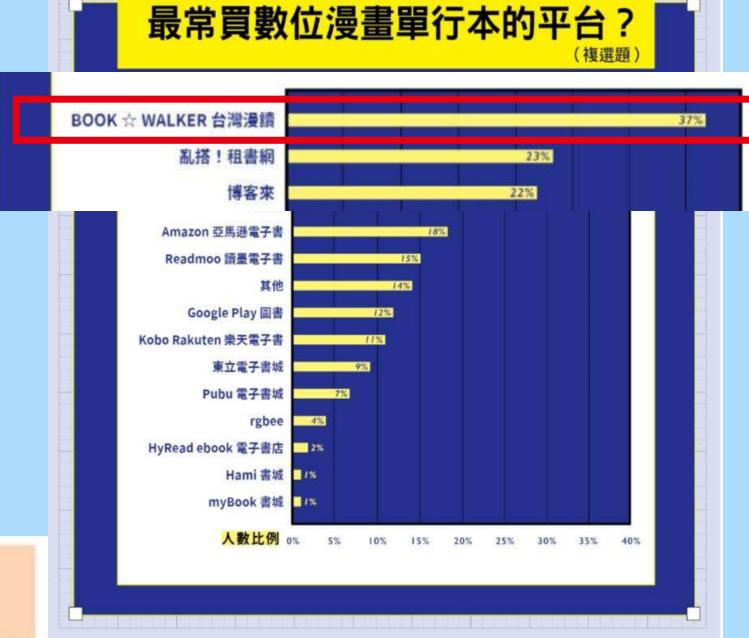
2022年臺灣文化內容產業調查報告



只實體閱讀 20%

線上&實體閱讀 22% 只線上閱讀 58%

線上讀者在哪裡? 數位漫畫閱讀數據揭密



2022年文化內容消費趨勢調查報告

前言 文獻探討 研究方法 研究分析與結果

研究結論與建議

參考文獻

研究目的

比較電子漫畫與紙本漫畫之差異

了解臺灣電子漫畫平台與BOOK☆WALKER之概況

探討BOOK☆WALKER之SWOT、市場定位及行銷策略

以問卷調查消費者對BOOK☆WALKER之看法與滿意度

X

文獻探討

Q

前言 文獻探討

研究方法

研究分析與結果

研究結論與建議

參考文獻



名詞定義

頁漫

漫畫

- 有順序之圖像與文字結合的故事
- 可分為頁漫與條漫

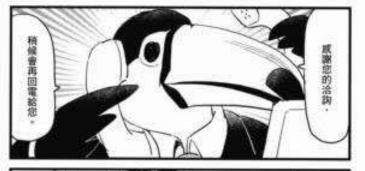
電子漫畫

- 又稱數位漫畫或電子漫畫書
- 以各類電子裝置閱讀的漫畫

電子漫畫 平台

- 提供電子漫畫給讀者閱讀的平台
- 部分的平台有提供作者發表 漫畫作品







條漫





非洲的同僚排擠

電子漫畫與紙本漫畫之比較

電子漫畫



載體

儲存

價格

方便性

體驗感

紙本漫畫



臺灣電子漫畫平台產業慨況

日本頁漫的電子版

韓國條漫

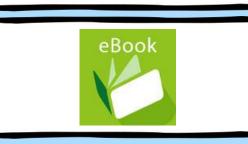
臺灣原創漫畫



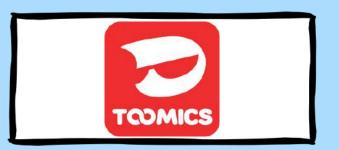


















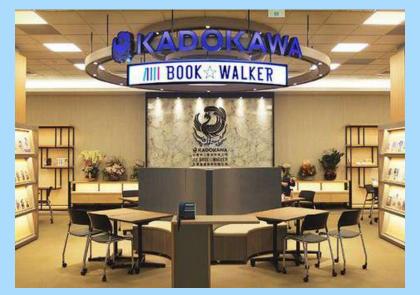
前言 文獻探討 研究方法 研究分析與結果 研究結論與建議

BOOK会WALKER之介紹

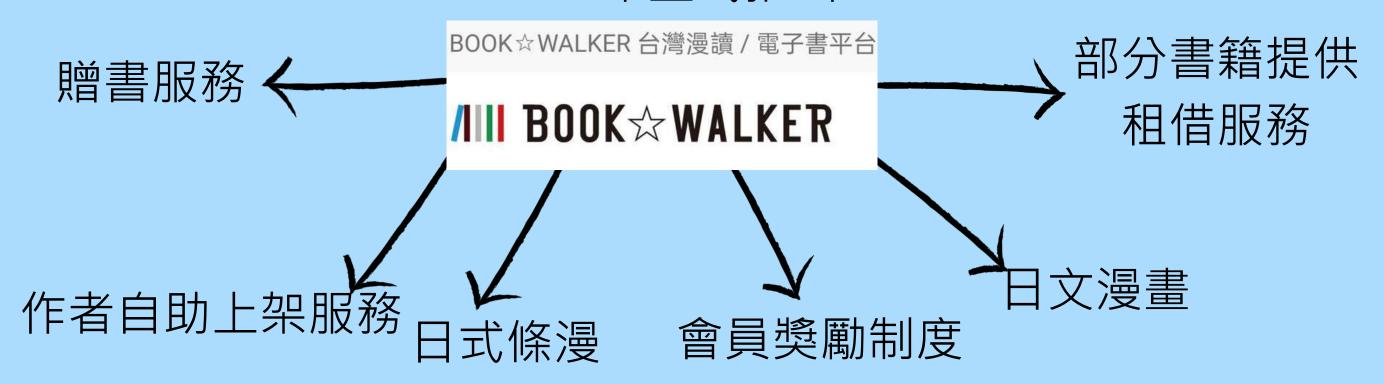
台灣角川2015年共同出資成立台灣漫讀



參考文獻



2016年正式推出



X

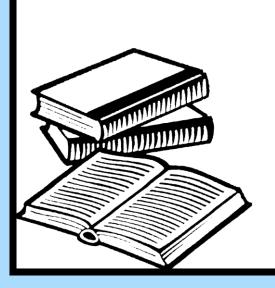
研究方法

Q

研究方法與研究限制

研究方法

- 文獻分析法
- 問卷訪談法





研究範圍與限制

- 針對使用過BOOK☆WALKER 之電子漫畫的讀者進行調查
- 不得推論至漫畫與條漫以外的圖書

前言
文獻探討
研究方法
研究分析與結果
研究結論與建議
參考文獻

研究流程

模擬研究 目的 確定研究 主題 蒐集相關 資料

編寫問卷

問卷調查

資料整理 及分析 提出結論 與建議

X

研究分析與結果

Q

SWOT分析

優勢

- 日文漫畫
- 多種付費方式
- 無絕版問題
- 價格較低
- 部分電子漫畫附有贈品
- 可搶先其他平台先上架部分電子 漫畫



劣勢

- 廣告不夠
- 須配合電子裝置
- 僅部分漫畫提供免費試閱
- 無實體通路
- 無紙本漫畫的特殊質感與書香



機會

- 日本漫畫為台灣主流漫畫
- 臺灣漫畫讀者開始習慣在線上閱 讀漫畫



威脅

- 盜版漫畫網站盛行
- 韓漫條漫崛起
- 同業電子漫畫網站眾多

STP分析

S

市場區隔

- 針對「台灣地區」推出繁體中文版電子漫畫
- 年輕族群為主
- 針對「喜歡日本文化」的閱讀者推出日本漫畫



目標市場

16~25 歲台灣年輕族群,
 且低預算、喜好日本漫畫
 、想隨時隨地看漫畫



市場定位

物美價廉、主題豐富、新品快速上架之第一品牌

行銷4P分析

產品策略	中文頁漫	日文頁漫	中文條漫	
價格策略	50 元~99 元/本	100 元~199 元/本	9 元~12 元/話(集)	
貝伯來响	採現行水準定價法			
通路策略	僅有線上網路通路			
推廣策略	廣告、促銷、直效行銷			

前言
文獻探討
研究方法
研究分析與結果
研究結論與建議
参考文獻

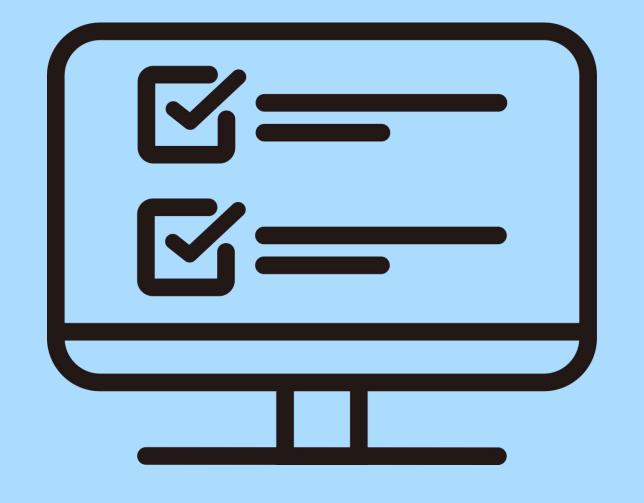
問卷調查結果與分析

網路 Google 問卷

2023年 8/2~9/12

回收157 份問卷 有效問卷 153份

回收率 達**97**%



前言
文獻探討
研究方法
研究分析與結果

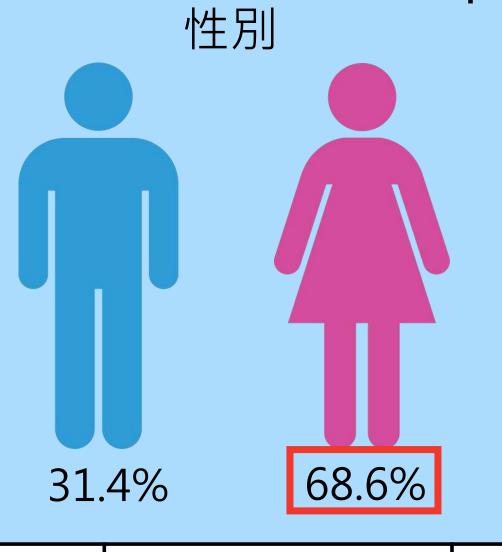
研究結論與建議

參考文獻

100,000元↑

2.6%





年齡	15歳以下	16~20歳	21~25歳	26~30歳	31歳以上
十一	0.7%	37.3%	49.7%	6.5%	5.9%

職業	學生	上班族	軍公教	工業	其他
р ч у 	85.6%	9.8%	2.6%	0.7%	1.3%

F	\exists	收	入
•	_	12 <	

ሊ	20,000元及	20,001元	40,001元	60,001元	80,001元
	20,000元以下	~40,000元	~60,000元	~80,000元	~100,000元
	72.5%	17.6%	4.6%	2%	0.7%

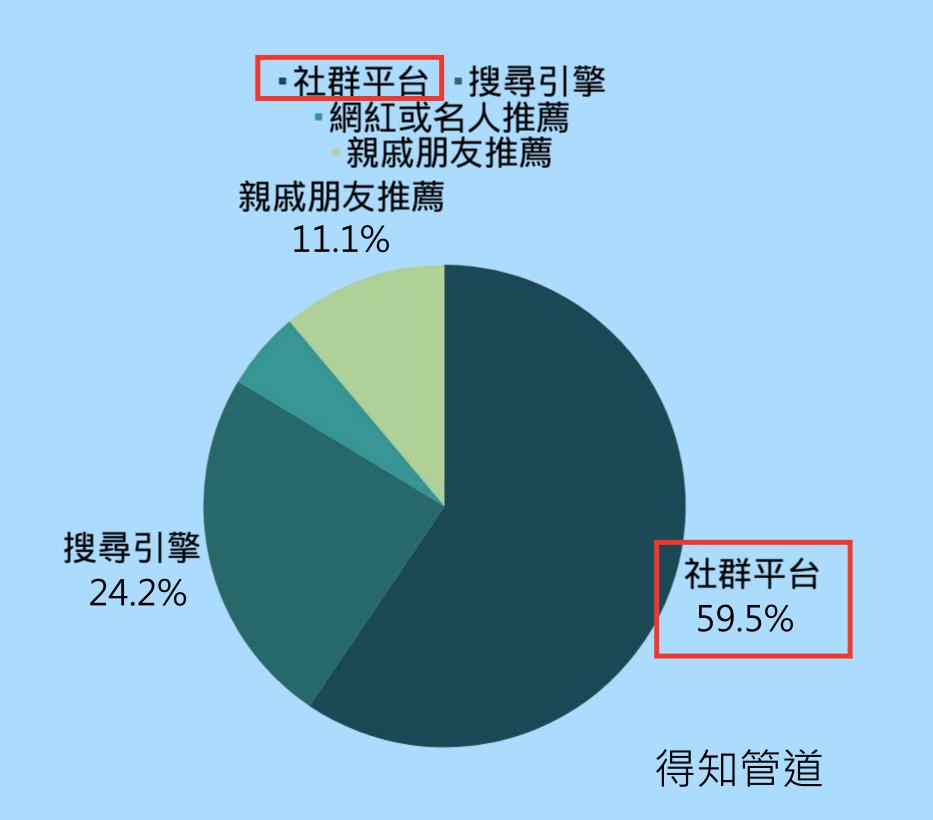
前言文獻探討

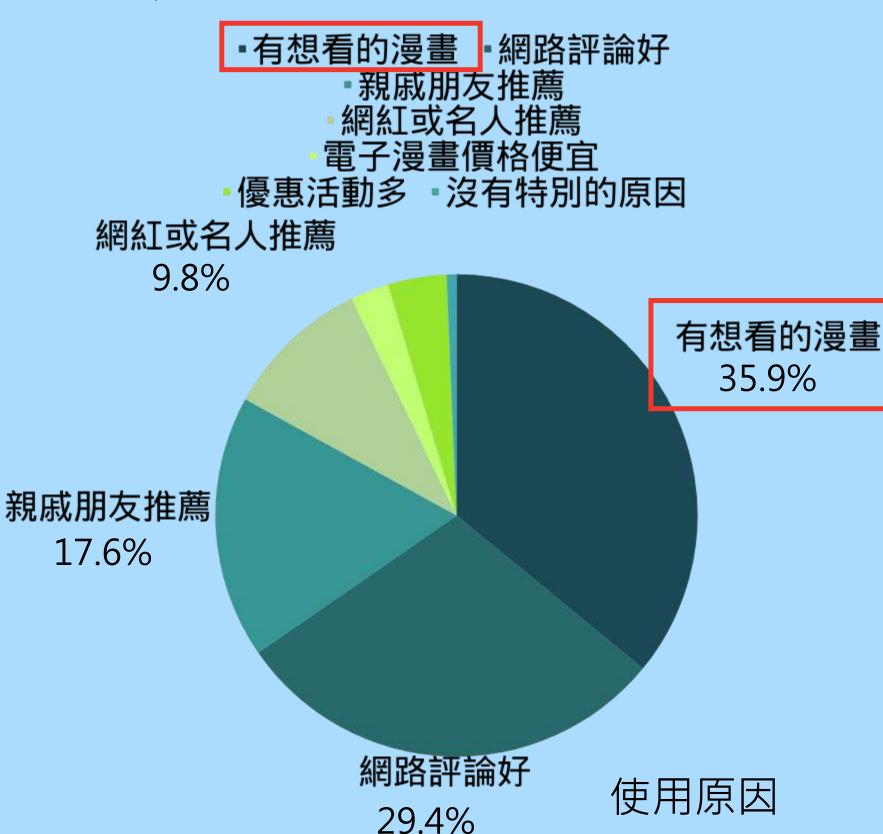
研究方法

研究分析與結果

研究結論與建議

參考文獻





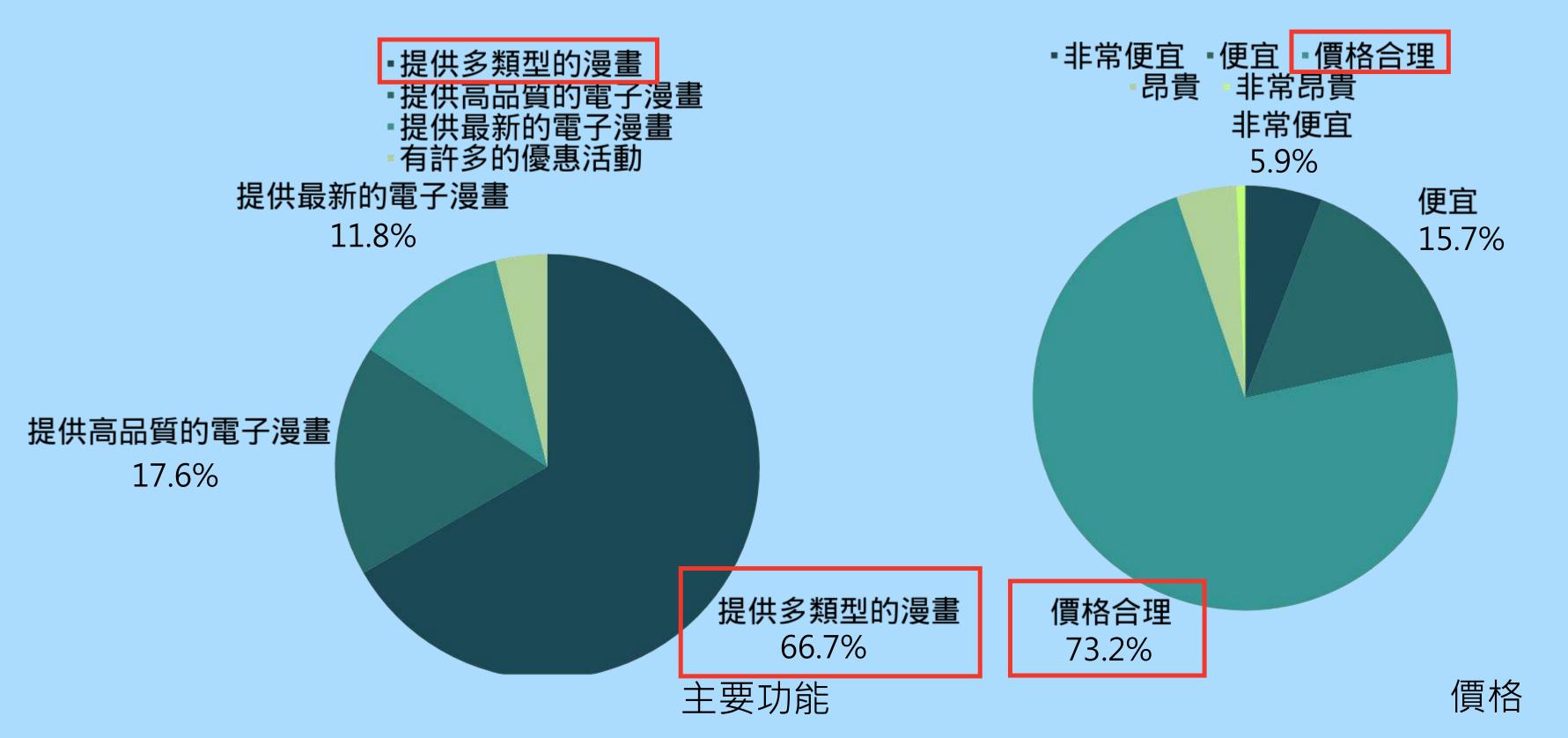
前言文獻探討

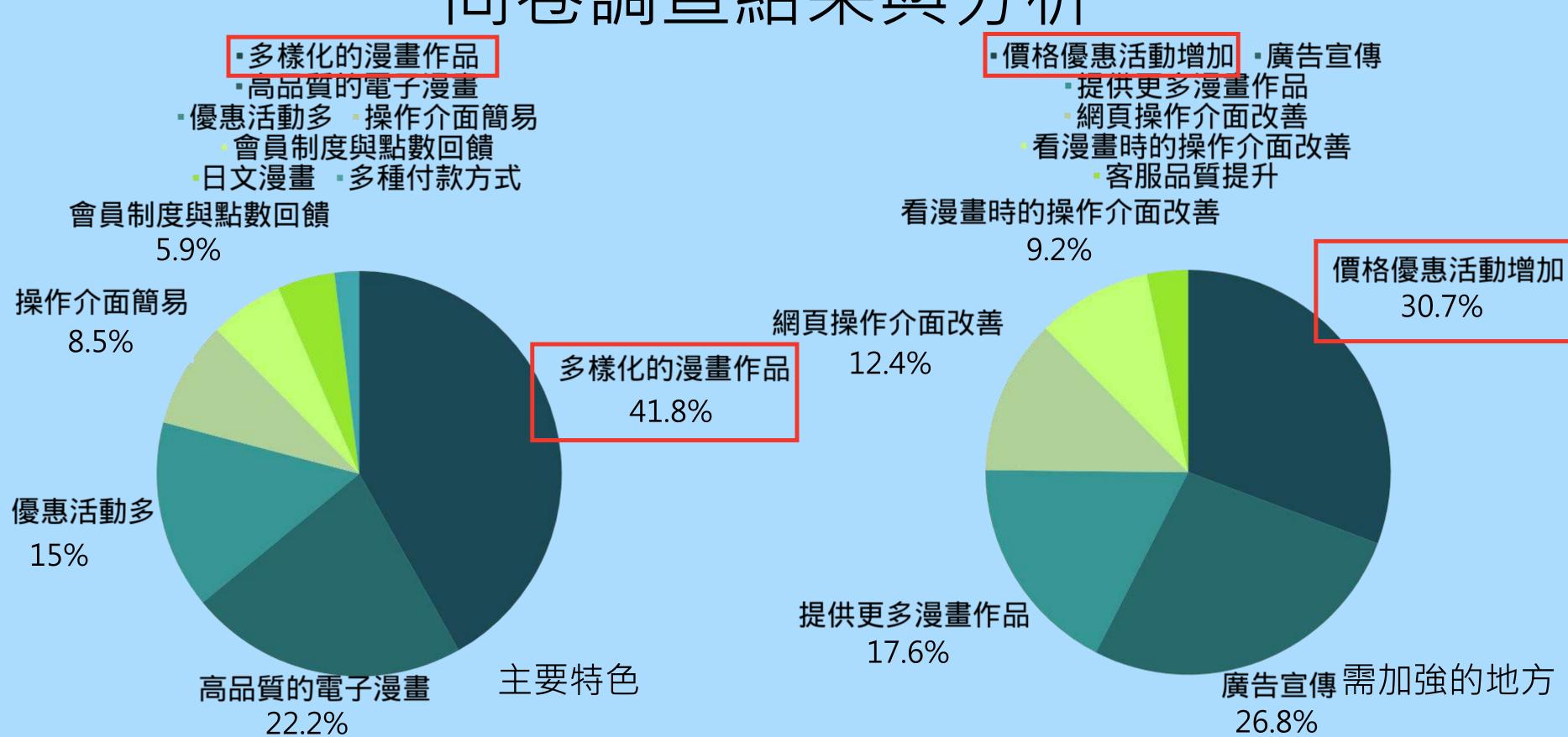
研究方法

研究分析與結果

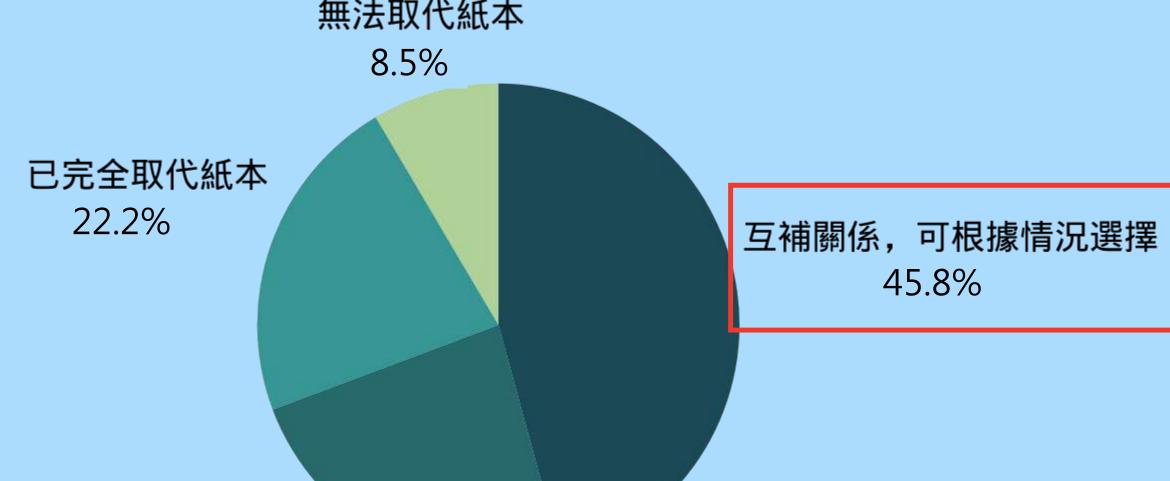
研究結論與建議

參考文獻





- 互補關係,可根據情況選擇
- ■某些方面可替代,但較喜歡...
- -已完全取代紙本
- 無法取代紙本 無法取代紙本



某些方面可替代,但較喜歡紙本 23.5%

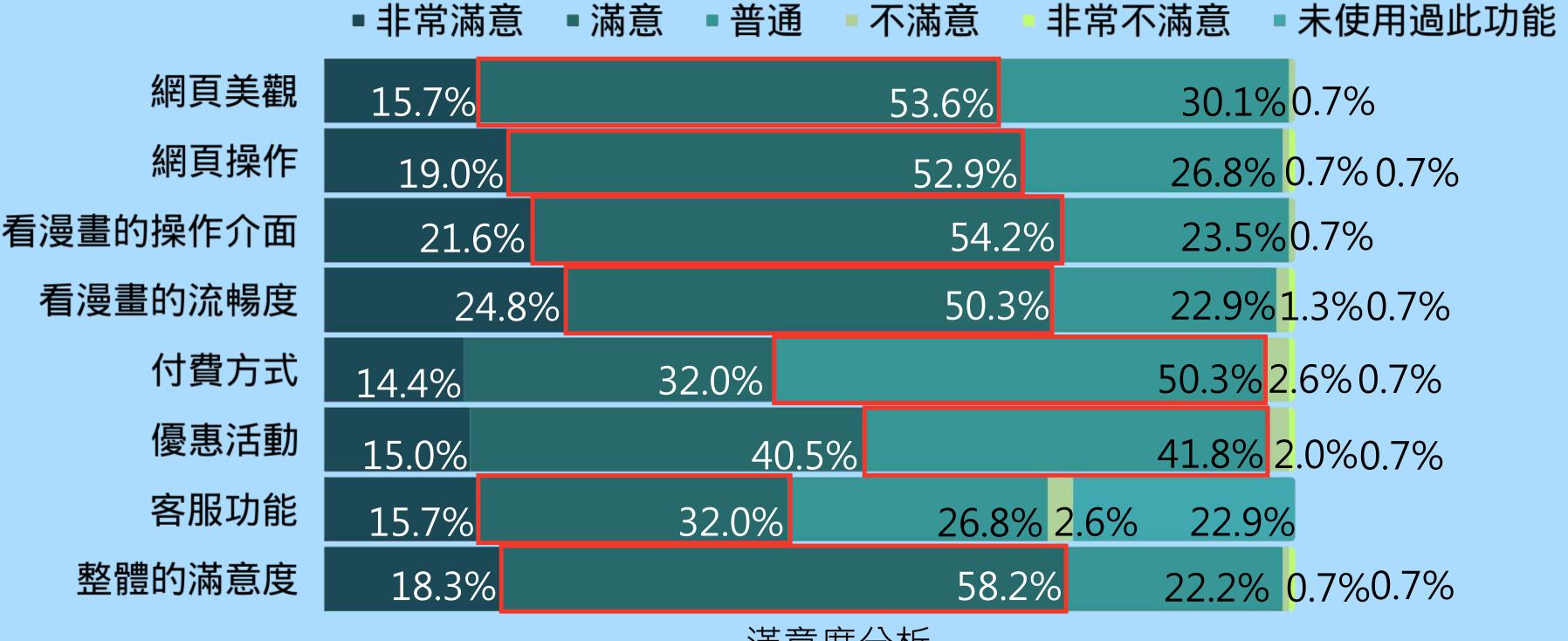
BOOK☆WALKER與紙本漫畫的關係

前言 文獻探討 研究方法 研究分析與結果

研究結論與建議

參考文獻

問卷調查結果與分析



滿意度分析

X

研究結論與建議

Q

結論

電子漫畫具有價格、互動性與便利的優勢但紙本漫畫的體驗感尚無法取代

臺灣電子漫畫平台可分為日本頁漫為主、韓國條漫為主、臺灣原創漫畫為主三種

具優先上架、獨特產品、讀者偏好線上等優勢與外部機會但有劣勢與威脅須面對

市場定位明確、有獨特產品、價格合理、僅有線上通路、以廣告與促銷為主推廣

消費者期待更優惠價、無法完全取代紙本但會因某些因素使用BOOK☆WALKER

整體滿意度過50%滿意但付費方式、優惠活動有進步空間

前言



- 產品方面—獨家頁漫與特色 條漫
- 推廣方面—社群互動,電子 紙本連動優惠
- 與紙本書的競爭方面—更具 友善性的電子閱讀器

X

參考文獻

Q

研究分析與結果

參考文獻

書籍類

- 沈禎娥、莊宏啟、蕭煒羣(2019)。商業概論 I。啟芳出版社有限公司。
- 鄭桂芬(2020)。行銷實務(上)。台科大圖書股份有限公司。

期刊論文類

- 黃榮華 (2018 年 12 月 1 日) 。翻閱滑閱:電子書與紙本書的概念差。臺灣出版與閱讀,107 (4) ,146-151。https://reurl.cc/q0v1XR
- 鍾旻君(2013年5月1日)。台灣地區電子書與紙本書定價模式的比較。圖文傳播藝術學報,2013,36-46。https://reurl.cc/a4dNAX

博(碩)士論文

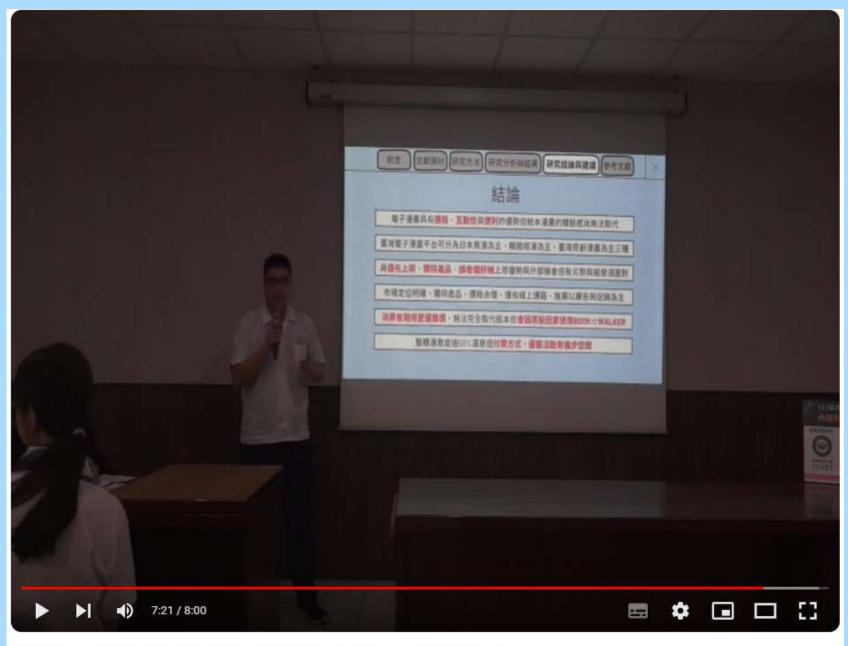
- 許立風(2008)。互動式有聲漫畫之創作研究。國立臺灣師範大學美術學系:碩士論文。https://hdl.handle.net/11296/tzjhj5
- 陳宏睿(2021)。數位漫畫平臺經營模式初探—以甲公司為例。國立政治大學傳播學院碩士在職專班:碩士論文。https://hdl.handle.net/11296/5axmj5
- 葉思岑(2012)。探討電子漫畫版面形式對閱讀理解與閱讀態度之影響。國立臺灣大學圖書資訊學研究所:碩士論文。https://hdl.handle.net/11296/k743tj
- 蔡佳伶(2020)。漫畫迷在原創漫畫平台的實踐歷程。國立交通大學客家學院傳播與科技學系碩士班:碩士論文。https://hdl.handle.net/11296/nm24vt
- 闕郁庭(2022)。臺灣數位漫畫平臺使用者關係品質、滿意度與忠誠度之關係。國立臺北科技大學文化事業發展系:碩士論文。 https://hdl.handle.net/11296/j8npbb

網路相關資源

- BearBoss 熊老闆(2023 年 6 月 27 日)。7 大電子書平台推薦比較,找到最適合你的數位閱讀平台。https://www.bearboss.com/Article/Detail/46186
- BOOK WALKER 株式會社(無日期)。業務介紹。2023 年 8 月 25 日,取自https://www.bookwalker.co.jp/
- BOOK☆WALKER 台灣漫讀/電子書平台(無日期)。公司介紹。2023 年 4 月 8 日,取自https://www.bookwalker.com.tw/company
- BOOK☆WALKER 台灣漫讀/電子書平台(無日期)。媒體資料。2023 年 4 月 8 日,取自https://www.bookwalker.com.tw/company/media
- CCC 追漫台(2020年8月20日)。線上讀者在哪裡?數位漫畫閱讀數據揭密。https://www.creative-comic.tw/zh/special_topics/55
- 文化內容策進院(2023 年 6 月 9 日)。《 2022 年臺灣文化內容產業調查報告 I:圖書、雜誌、漫畫、原創圖像產業》。https://taicca.tw/article/5354e3f2
- 文化內容策進院(2023年7月7日)。2022年文化內容消費趨勢調查報告。https://taicca.tw/article/0c49e8f8
- 報導者 The Reporter (2022 年 6 月 20 日)。網路條漫世代崛起!韓國平台如何打造跨國漫畫生態系、黏住 8 千萬讀者?。https://reurl.cc/DolZDO



謝鄉您的聆聽



國立花蓮高級商業職業學校商三甲10號詹士霆期末專題成果發表

期末專題成果發表影片連結:

https://youtu.be/rPdCe4iGASY?si=cQuP9AxgaBA3-ER-

6:45到結束是我報告的部分

小論文競賽日誌

		八冊又祝賀口心 工作內容	
日期	2 李同學	5 施同學	10 詹同學
	2 子川字		IU信旧字
4/6	 研究背景與動機第一段	电	研究背景與動機第二
7,0	1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1		段、研究目的全部
4/7	 文獻探討的何謂電子書		文獻探討的何謂漫畫
., ,	>\max_12\		文獻探討的 BOOK ☆
4.0			WALKER 介紹與 BOO☆
4/8			KWALKER 的特色與服務
			内容第一、二段
4/9			文獻探討的電子漫畫的
7/ 3			市場現況與趨勢第一段
			文獻探討的電子漫畫的
4/10			市場現況與趨勢第二、
			二段
4/11			文獻探討的電子漫畫的 市場現況與趨勢第四段
			文獻探討的電子漫畫的
			市場現況與趨勢第五
4/12			段、研究方法與研究流
			程圖
4/13	找尋文獻探討資料		補資料來源與參考文獻
4/15			文獻探討的何謂電子書
-			文 獻 探 討 的 BOOK ☆
4/16			WALKER 的特色與服務
			內容第三段
			文獻探討的電子漫畫的
4/17			市場現況與趨勢的第四
			段與第五段修改
4/20	討論問卷內容		討論問券內容與做問卷
4/21			的基本資料部分 做問卷的基本資料
4/21			做問卷的基本資料 做問卷的您使用 BOOK☆
4/22			WALKER 的行為部分
1 (00			做問卷的您使用 BOOK☆
4/23			WALKER 的滿意程度
4/20			做問卷的您對 BOOK☆
4/26			WALKER 的看法
	修改問卷內容		問卷題目的問卷說明、
4/27			文獻探討的 BOOK ☆
			WALKER 介紹第四段
4./22			文獻探討的 BOOK ☆
4/29			WALKER 的特色與服務
	本物 CTD 八长奶扣即分		内容第五段
	查詢 STP 分析的相關文 獻		將問卷滿意度部分與您 覺得 BOOK☆WALKER
5/4	/ 一一 / 一一 / 一一 / 一一 / 一 / 一 / 一 / 一 / 一		剪有 BOOK ☆ WALKER 的商品價格是?部分的
			提問方式更改為選擇題
5/18	查詢小論文-1081031 特		查詢小論文 1081031 優
			2001001

	優-漫畫 APP 的差異性比較及使用者偏好之研究-以 WEBTOON 和COMICO 為例	文	等網路漫畫 APP 的商業 行銷分析及博碩士論文 數位漫畫平臺經營模式 初探-以甲公司為例和數 位漫畫跨媒介敘事特質 與表現形式創作研究 — 以 觸 控 式 互 動 漫 畫 「擇」電子書為例
5/25	查詢 STP 分析的相關文獻、修改英文字型		修正版面規定
6/15	寫競賽日誌、找表單格 式		寫問卷前言與名稱
8/23	寫競賽日誌、找表單格 式		加寫相關名詞定義、電子漫畫相關文獻
8/25	寫競賽日誌、找表單格 式		加寫臺灣 BOOK☆WALKER 發展歷 程表
9/2	寫競賽日誌、找表單格 式		改寫研究背景與動機部 分
9/3			加寫研究範圍與限制
9/5	寫競賽日誌、找尋資料	找尋資料	轉 word 改好字型
9/12	寫 STP 分析		寫 SWOT 分析
9/19	修改 SWOT 分析、製作問卷圖表		寫 SWOT 分析、STP 分析、4P 分析、問卷分析
9/26	更改競賽日誌	看小論文規則	修改版面、寫結論與建 議全部
10/3	寫競賽日誌、看小論文	畫新的研究流程圖	與教授修改小論文
10/6	寫 STP 分析		與老師討論內容如何修 正
10/12		檢查小論文有無錯誤	修改小論文 4P 分析與改 正錯誤處
10/14		修正小論文錯誤	協助修正小論文錯誤

簡報競賽日誌

	间积燃食口心				
日期	工作內容				
口勿	2 李同學	5 施同學	10 詹同學		
10/24			製作小論文分工表、封		
			面、目錄		
10/31	前言、STP 分析	名詞定義、SWOT 分析	台灣電子漫畫平台現況		
11/4			建議		
11/7			BOOK☆WALKER介紹、		
,			研究方法與研究限制		
11/11			結論、參考文獻、封底		
		電子漫畫與傳統紙本漫	問卷調查結果與分析消		
11/14		書的比較	費者行為與看法部分、		
			行銷 4P 分析		
11/28		電子漫畫與傳統紙本漫	問卷調查結果與分析基本認识		
-	修 步校市 小铃立舞中卫	畫的比較	本資料、滿意度部分		
12/5	修改校內小論文錯字及 不合理處		修改校內小論文格式及 小論文封面		
	小口连處		更改目錄、前言、名詞		
12/19	 更改封面、建議		定成日蘇、別吉、石門 定義、電子漫畫與紙本		
12/13	艾以到固)		漫畫比較		
	新增引導目錄、排版與				
12/26	間色、研究流程	研究流程	更改 SWOT、4P、STP		
12/31	III 3 O TI SOME IE		更改引導目錄、封面		
, -			更改 BOOK☆WALKER		
1 /2	克次维特	克油	介紹、問卷調查結果與		
1/2	寫演講稿	寫演講稿	分析、結論、建議、封		
			底		
1/9	練演講稿		將CANVA 改成 PPT 檔、		
1/9	派水央 带 间		練演講稿		