

真理大學運動資訊傳播學系專題論文



互動式旅遊電子書專題之研究  
以「淡水信義線捷運旅遊」為例

學 生：劉晏涵、謝禹慧、黃詠琪

指導老師：葉渝芳 博士

中華民國 107 年 12 月

# 互動式旅遊電子書專題之研究—以「淡水信義線捷運旅遊」為例

學 生：劉晏涵、謝禹慧、黃詠琪

指導老師：葉 渝 芳 博士

本專題論文呈交於真理大學運動資訊傳播學系，為取得運動資訊傳播學士學位應修學分之一部份。

中 華 民 國 107 年 12 月

# 目錄

|                         |                   |           |
|-------------------------|-------------------|-----------|
| <b>第一章</b>              | <b>緒論.....</b>    | <b>4</b>  |
| 第一節                     | 研究背景.....         | 4         |
| 第二節                     | 研究動機.....         | 4         |
| 第三節                     | 研究目的.....         | 4         |
| 第四節                     | 研究流程.....         | 5         |
| <b>第二章</b>              | <b>文獻探討 .....</b> | <b>6</b>  |
| 第一節                     | 何謂電子書 .....       | 6         |
| 第二節                     | 電子書互動功能 .....     | 10        |
| <b>第三章</b>              | <b>研究方法 .....</b> | <b>11</b> |
| 第一節                     | 研究對象.....         | 11        |
| 第二節                     | 研究步驟.....         | 11        |
| 第三節                     | 研究工具.....         | 12        |
| 第四節                     | 工作分配.....         | 17        |
| <b>第四章</b>              | <b>研究結果 .....</b> | <b>18</b> |
| 第一節                     | 電子書完成 .....       | 18        |
| 第二節                     | 問卷統計分析結果.....     | 20        |
| <b>第五章</b>              | <b>研究結論 .....</b> | <b>28</b> |
| 第一節                     | 研究發現.....         | 28        |
| 第二節                     | 研究成效.....         | 28        |
| 第三節                     | 研究建議.....         | 29        |
| <b>參考文獻.....</b>        |                   | <b>29</b> |
| <b>附錄 電子書滿意度問卷.....</b> |                   | <b>31</b> |

# 第一章 緒論

## 第一節 研究背景

所謂電子書，是指必須透過特殊的閱讀軟體以電子檔的形式，透過網路連結下載至一般常見的平台，例如：個人電腦、筆記型電腦或者是智慧型手等，任何可大量儲存數位閱讀材料的閱讀器上閱讀的書籍，造成電子書蓬勃發展。

現代科技進步，有鑒於紙本書太重、占空間以及攜帶上的不便，於是漸漸有了把科技和書本結合在一起的構想，因此催生了電子書的產生。電子書不佔空間且可大量儲存資料。在人手一台智慧型手機的世代，透過網路就能閱讀書籍是非常方便的事情，而電子書無需砍伐樹木生產的特點，也符合近年全球環保意識抬頭所呼籲的概念。現今電子書是未來具發展、研究的趨勢及價值。

儘管傳統印刷業是以紙張形式呈現在讀者面前，但是事實上現今實體出版品的製作過程，幾乎已完全數位化，以方便大量生產書籍。但現在電子書以翻拍為主，呈現的方式是平面紙本電子化，較無互動性及枯燥乏味。

## 第二節 研究動機

本次研究動機為如何設計出有效並具有趣味性且能夠吸引讀者與作者雙向互動的電子書，這是現在值得研究的議題。透過本次專題研究製作出具有特效及影片的電子書拉近與讀者間的距離。在特效中點取圖片顯示更詳細內容，增加閱讀的趣味性；影片運用許多景點外觀與剪接方式帶讀者身歷其境的看一遍，提高更想探訪的意願，每一頁更加入手繪插圖添加豐富性、提高元素的多樣性，藉此取得更多讀者的青睞。

## 第三節 研究目的

根據研究動機本研究有三大目的：

研究目的—：設計出具有趣味性的電子書。

研究目的二：設計出具有吸引力的電子書互動功能。

研究目的三：設計出有效拉近讀者與作者之間情感交流的電子書。

#### 第四節 研究流程



## 第二章 文獻探討

### 第一節 何謂電子書

電子書 (E-Book)基本上是指數位化的書籍，能在數位周邊裝置上輕易地閱讀，並且能夠簡單傳遞，電子書跟傳統書籍一樣，可以隨意的分出章節與頁次，利用電腦編輯出版，簡化了以往繁雜的工作。

電子書的優點

- 1.無紙化：電子書不再依賴於紙張，這大大減少了木材的消耗和空間。
- 2.多媒體：電子書不僅僅是純文字，而添加許多媒體元素，例如：圖像、聲音或是影像。
- 3.線上閱讀：由於社群網站的使用率高，閱讀內容也可分享到社群網站上，讓更多人接觸電子書。
- 4.豐富性：由於網際網路的發達，使得傳統知識趨於數位化。除了部分典藏書籍外，大部分書籍都搬上了網際網路，許多知識的取得更加容易。

#### 2.1.1 電子書的定義

所謂的電子書不一定具有「書」的形式，而是以各種附有螢幕的設備，結合特定的軟體讀取數位化的文字內容，來取代過去的紙張閱讀。（陳景堯，2000年，電子書—給閱讀一個新定義。）

所謂電子書，乃是專指以電腦電子媒體為媒介的出版物，不包括錄影帶、錄音帶。

（洪文瓊，出版界 56 期，民國 88 年 1 月，頁數 42，電子書對傳統童書的挑戰及其教育價值。）

所謂電子書，是指已經印刷出版的實體書（紙本書），將之數位化後，透過網路傳送，以網頁形式來呈現；又或藉由電子書檔案格式下載至電子書閱讀裝置、電腦、PDA 等。他又指出，有人認為凡經過數位化處理的資訊都可以稱為電子書，包括網路使用者在沒有取得作者的授權刊登的文章；他則以為真正的電子書必須有數位版權，而消費者必須利用閱讀軟體，並經過合法的授權或是購買後才可以閱讀資訊。（黃寶心，民國 90 年 4 月，網路先鋒 86 期，頁數 82，挑戰閱讀史—電子書破繭而出。）

為理解電子書的互動性有哪些功能，因此我們從 Readmoo 讀墨網站上找來不同類型的電子書當作對比對象。參考書籍分述如下：

### 2.1.2 電子書範例

**電子書名：**「硬漢有時軟軟的」

書名：硬漢有時軟軟的，作者：臥斧，出版社：逗點文創。

內容簡介：每一位銀幕硬漢，都是你的人生導師。學會放軟，才能強硬，去守護摯愛的一切！硬漢看很多事不順眼，硬漢說很多話不好聽。硬漢不見得心胸寬大，硬漢也不會清白無瑕。但在關鍵時刻，若一個人選擇面對自己的「柔軟」，進而做出正確的抉擇，那麼這個坦然面對柔軟的剎那，會讓一個人成為硬漢——「悖離了原來的柔軟，終究無法成為真正的硬漢啊。共勉之。」

書中互動：無。

**電子書名：**「卡哇伊!Q 版插圖教室」

書名：卡哇伊!Q 版插圖教室，作者：莊蕙文，出版社：尖端出版

本書將以隨手可得的色鉛筆、軟性麥克筆和細字彩色筆作為工具，帶領你進入荳荳貓的糖果屋、哈士奇妹妹的秘密花園、奶油兔的烘焙坊、噹噹猴的雜貨鋪...等國度，裡面充滿了可愛的 Q 版人物，對於想學畫畫又不知該如何下筆的新手們，只要一筆一線條跟著書中的示範畫，保證讓你……

書中互動：無。

**電子書名：**「台北、東京到巴黎」

書名：手繪旅行日和：台北、東京到巴黎，作者：林凡瑜，出版社：啟動文化

喝杯咖啡，走訪巷弄中的個性小店，安排自己的完美散步路線。

到了不同的國度城市，也期許自己用同樣的心情悠然旅行。

然後，使用比底片相機更執著的方式，以手繪跟剪貼，將旅行與生活的感動片刻完美封存。

書中互動：無。

**電子書名：**「高雄巷弄日和」

書名：高雄巷弄日和，作者：陳婷芳，出版社：山岳

高雄捷運串起精彩遊逛路線，拜訪這座朝氣之都變得更自在從容！捷運沿線有哪些好吃、好玩、好逛的據點？本書以 5 幅手繪地圖一網打盡，鎖定美麗島站為中心，向東、南、西、北搜羅 108 家巷弄好店，帶你挖掘文創設計、生活品味、老城歷史，探尋巷弄樂趣，欣賞港都新舊交融與跨界文化的現代風景。

書中互動：無。

**電子書名：**「台南 nice trip」

書名：台南 nice trip，作者：陳婷芳，出版社：墨刻

台南 nice trip 不只是一般的國旅書，他將透過不同的視角，發掘出「類世界級的風景」。全書規劃出 7 大區域、44 條路線，和 36 個 IG 網紅人氣打卡景點；並在各行政分區下，規劃出食、購、遊、住等主題，讓旅行者好找、好查閱和好使用。

每一個主題分區、路線，都會有 IG 的（#hashtag）來說明該區該路線的特殊玩法，不用多花時間，就能快速了解旅遊訊息，並設計出適合自己的旅行行程。

書中互動：無。

**電子書名：**「紙上明治村」

書名：紙上明治村，作者：凌宗魁，出版社：遠足文化

本書透過作者和繪者細膩的手眼，重現曾經存在於臺灣土地上各式經典建築鮮明的色彩和故事，從住宅、餐廳、戲院、百貨到各種公共設施，帶領我們回到多年前的臺灣，一覽那些已經消失、但曾經存在於這塊土地上的建築肖像，重溫以前臺灣城鄉的莊嚴與典雅。

書中互動：無。

**電子書名：**「咖啡新鮮事」

書名：咖啡新鮮事，譯者：何佳芬，出版社：楓葉社文化

~一杯咖啡的延伸思考~

咖啡栽植、貿易、評測、烘培、萃取，從產地進入市場，從商家走入居家的當代咖啡旅程。

書中互動：無。

**電子書名：「動，找回身體的快樂」**

書名：動，找回身體的快樂，作者：Rachel Tsai，出版社：時報

動，不只是為了健康、瘦身或鍛鍊肌力，更是開啟身心覺知與豐富感受的起點。12 個結合筋膜、呼吸與感知的練習，本書讓你打開身心的結，以動療癒身心，重新找到與身體自由、毫無疼痛的喜悅關係。

書中互動：無。

**電子書名：「圖解即興速寫」**

書名：圖解即興速寫，作者：劉國正，出版社：易博士

什麼筆都能快速畫出精彩風景！

速寫，強調以飛快簡潔的線條和色彩捕捉對象的神韻和特色。只需要 5 分鐘或 10 分鐘，就能夠完成一幅乘載熾熱手感的作品，帶你隨時回到當下的心境。此外，速寫好親近的創作特質——沒有畫材與畫題限制和高度自由表現方式——深深吸引著每一顆愛好藝術、躍躍欲試的心靈。本書依照速寫的順序編排，涵蓋基本工具介紹、動靜物體形態的塑造、畫面構圖、上色媒材的使用，最後綜合所學，演練花草、建築、動物、人物和風景等 5 個精選主題。透過作者親繪的 300 多張圖，將看來不假思索的作畫過程逐一格放，在眼前忠實呈現精彩實用的速寫竅門。跟著老師拿起紙筆，你也能大膽畫下精彩風景！

書中互動：無。

**電子書名：「去，你的首爾 2」**

書名：去，你的首爾 2，作者：李國瑤，出版社：墨刻

走遍了追星旅遊路線，這次以深度旅遊路線再出發那些歐巴不會告訴你的事，我來偷偷告訴你，韓國最近在夯什麼？去哪裡最有機會巧遇韓國明星？誰說賞櫻花一定要去日本？為什麼烤五花一定要用韓國豬肉？一口炸雞，一口啤酒就是爽！痛快大啖歐巴代言的炸雞；旅遊韓國不能缺少的一味，就是醬油蟹！炎熱的夏季就是要喝蔘雞湯，不然要幹嘛？精品＋咖啡，偶爾也要體驗一回江南 Style。更

要出走首爾，一起去看看韓國更美的地方，吟唱一曲抱川頌，一樣的吃喝玩樂，不一樣的韓國！讓你深入韓國、更懂韓國人的梗！

書中互動：無。

· 表 1 參考書籍表

|                 | 類型 | 排版風格 | 互動（影片、特效） |
|-----------------|----|------|-----------|
| 硬漢有時軟軟的         | 電影 | 極簡風  | 無         |
| 手繪旅行日和：台北、東京到巴黎 | 設計 | 文青風  | 無         |
| 卡哇伊!Q 版插圖教室     | 繪畫 | 可愛風  | 無         |
| 高雄巷弄日和          | 旅遊 | 精簡風  | 無         |
| 台南 nice trip    | 旅遊 | 氣質風  | 無         |
| 紙上明治村           | 歷史 | 極簡風  | 無         |
| 咖啡新鮮事           | 生活 | 精簡風  | 無         |
| 動，找回身體得快樂       | 醫療 | 極簡風  | 無         |
| 圖解即興速寫          | 設計 | 可愛風  | 無         |
| 去，你的首爾 2        | 旅遊 | 可愛風  | 無         |

## 第二節 電子書互動功能

據表 1 結果，參考了十本最具代表的電子書，在這十個版型中，多數並沒有與讀者互動的功能，僅有瀏覽及翻頁的動作。本次研究所呈現的電子書具有播放影片、照片文字特效化，增進與讀者的互動。我們希望呈現一本更有溫度的書，即使是透過網路閱讀也能讓讀者感受到真實的趣味性，藉此改善大眾對電子書的看法，提高想閱讀的意願。

## 第三章 研究方法

### 第一節 研究對象

本研究對象年齡介於 15 至 60 歲的自由行青壯年為主。

### 第二節 研究步驟

本研究包含五大步驟分述如下。

#### 步驟一、設計電子書

本電子書為呈現有趣的介面，以五大趣味性為主，分別為互動按鈕、影片播放器、超連結、動畫及手繪插圖。

本研究設計電子書優點：

- 1.影片互動性
- 2.特效互動性
- 3.手繪插圖
- 4.完善規劃旅遊行程
- 5.自由下載，取得便利

#### 步驟二、設計問卷

問卷題目設計包含三大類，(一)基本資料，(二)使用電子書經驗，(三)對本電子書看法為主軸的意見調查。

#### 步驟三、試讀

本電子書完成之後，邀請十名讀者試讀，其年齡層分布為：15 歲至 22 歲學生 5 名、23 歲至 40 歲上班族 3 名及 40 歲以上壯年 2 名。

#### 步驟四、網路問卷調查

試讀完本電子書的十名讀者，上網填寫 Google 表單方式調查回收讀者評價。

#### 步驟五、統計分析

使用 Google 表單網路試算表方式統計分析問卷資料。

### 第三節 研究工具

本研究使用兩大研究工具：(一)旅遊互動式電子書 (二)網路問卷

#### 3.3.1 電子書主題與內容架構

以捷運淡水信義線週圍的吃喝玩樂為主軸，介紹各站周邊的觀光景點與美食，並提供詳細的交通方式，除了圖片文字解說，還有互動式影片及按鈕，讓讀者可以有更身歷其境的感覺，增加閱讀樂趣。

表 2 內容架構表

| 章節  | 章節摘要                                  |
|-----|---------------------------------------|
| 淡水區 |                                       |
| 淡水  | 介紹淡水老街、天元宮及漁人碼頭等知名景點，帶你品嚐老街美食，遊覽河岸美景。 |
| 紅樹林 | 蘊藏豐富的濕地生態，走進紅樹林自然保護區，充滿不可思議的自然生態景象。   |
| 竹圍  | 沿著竹圍自行車步道，騎著單車享受優閒的午後時光。              |
| 北投區 |                                       |
| 關渡  | 參拜香火鼎盛的關渡宮，尋找周邊美食。                    |
| 忠義  | 悠閒的鄉間小路，拍照的好景點。                       |
| 復興崗 | 平價的日式丼飯“胖老闆”，花小錢就能吃到的超值的美味。           |
| 北投  | 充滿美食的北投市場，告訴你甚麼必吃不可。                  |
| 新北投 | 著名的北投公園、地熱谷及有著最美圖                     |

|                |                                            |
|----------------|--------------------------------------------|
|                | 書館之稱的北投圖書館。                                |
| 奇岩             | 安靜的農禪寺，走在寺前的池畔，心情不知不覺跟著平靜下來。               |
| 唹哩岸            | 藏身在街道的唹哩岸故事牆，增添行進的樂趣。                      |
| 石碑             | 壯觀的軍艦岩，感受自然的美好。                            |
| 明德             | 靜謐的小巷，在繁華的都市中蘊藏的一個小鄉村。                     |
| <b>士林區</b>     |                                            |
| 芝山             | 芝山岩、台灣戲曲中心，帶你到出走透透，沿路吃美食。                  |
| 士林             | 典藏許多國寶的故宮博物院，值得走進去好好觀賞。                    |
| 劍潭             | 擁有眾多景點的陽明山，適合闔家出遊的好地方。臨近的士林夜市有著豐富的小吃，不可不去。 |
| <b>中山區、大同區</b> |                                            |
| 圓山             | 花博公園和大佳河濱公園，假日午後悠閒的好去處。                    |
| 民權西路           | 平價好吃的晴光紅豆餅，皮薄料多，無法抵擋的好滋味。                  |
| 雙連             | 蚵仔煎、麻糬冰等美味小吃通通都在寧夏夜市。                      |
| 中山             | 從前台北市最熱鬧的街道“迪化街”，每年的年貨大街更是人潮眾多。            |
| <b>中正區</b>     |                                            |
| 台北車站           | 大台北地區的運輸中樞，每天承載著數                          |

|            |                                   |
|------------|-----------------------------------|
|            | 不清的人潮。                            |
| 臺大醫院       | 228 紀念公園，和平的象徵，歷史的足跡。             |
| 中正紀念堂      | 紀念已故總統蔣中正的建築，被登錄的國定古蹟。            |
| <b>大安區</b> |                                   |
| 東門         | 熱鬧的永康商圈，許多在地美食小吃，等你一步步去走訪。        |
| 大安         | 複合式經營的水牛書店，獨立書店與美好街區風貌。           |
| 大安森林公園     | 都會區裡的休閒綠地，廣闊的草坪，與其說公園更像個小森林。      |
| 信義安和       | 內行人才知曉的臨江夜市，好吃好逛的好地方。             |
| <b>信義區</b> |                                   |
| 台北 101/世貿  | 台灣國際知名地標 101，你必須來訪的聖地。            |
| 象山         | 一步一步爬上階梯，來到象山，從高處一睹整個台北市的景色，讚嘆不已。 |

## 硬體及軟體技術需求：

### 製作電子書器材設備：

#### 軟體：

電腦影像處理軟體 Adobe Photoshop CS6

電腦影像處理軟體 Adobe Illustrator CS6

電腦影像處理軟體 Adobe Lightroom

電子書編輯軟體 Adobe InDesign CS6

手機修圖應用程式 Snapseed

手機修圖應用程式 VSCO

手機影片剪輯應用程式 GoPro Quik

硬體：Sony a6000

手機：iphone7

鏡頭：SELP1650

腳架：FOTOPRO C40i

## 電子書著作採用方式及規格

圖片規格：PSD

影片規格：MP4

電子書規格：寬 800（像素） 高 600（像素）

電子書瀏覽：網路瀏覽器

### 3.3.2 電子書滿意度問卷

針對上述發現的電子書市場問題，對於此次研究的互動性電子書製作一份問卷回收各方意見，希望從結果中找出答案給予未來電子書發展的建議。

親愛的朋友，您好：

這是一份針對讀者對於電子書研究的問卷，我們想了解您對於電子書有何種建議以及看法，希望您能夠為我們填寫這份問卷。問卷內容將作為本人學校作業統計之用，並不對外公佈，請安心作答。謝謝您的合作！

#### 一、基本資料

##### 1.性別：

☐ 男 ☐ 女

##### 2.年齡

☐ 5歲至22歲 ☐ 23歲至40歲 ☐ 40歲至55歲 ☐ 60歲以上

#### 二、使用電子書之經驗

##### 3.是否閱讀過電子書？

☐ 有 ☐ 無

##### 4.閱讀電子書的媒介？

☐ 手機 ☐ 平板 ☐ 電腦

##### 5.選擇閱讀電子書的重要因素？

☐ 價格 ☐ 便利性 ☐ 趣味性 ☐ 電視廣告 ☐ 明星代言

##### 6.對於電子書價格的看法？

☐ 很貴 ☐ 有點貴 ☐ 價格很合理 ☐ 有點便宜 ☐ 很便宜

### 三、對三個女孩旅行去-台北捷運紅線走透透看法

| 題 目                | 非常同意                     | 同意                       | 沒意見                      | 不同意                      | 非常不同意                    |
|--------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 7.認為本電子書的創新程度夠高    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8.看完本電子書有產生購買意願    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 9.閱讀完本電子書會推薦給他人    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 10.本電子書擁有多樣的互動豐富性  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 11.關於內容編排的滿意度很高    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 12.本電子書中的影片有打動讀者的心 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 13.本電子書有符合我的預先的期待  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 14. 本電子書內容對我有幫助    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

15.請問對於將電子書與其內容廠商合作，推出優惠及贈品，是否會提高購買意願？

## 第四節 工作分配

劉晏涵：排版設計、插畫設計

謝禹慧：拍照攝影、插畫設計

黃詠琪：內文撰寫

劉晏涵：、謝禹慧、黃詠琪：專題報告書撰寫

## 第四章 研究結果

### 第一節 電子書完成

本電子書之趣味點是提高讀者與作者間的互動，進而增加我們的趣味性，奇趣味性以互動按鈕、影片、超連結、動畫及插圖為主。

互動按鈕分別在 4-95 頁，影片分別在 8、19、24、28、30、36、42、51、54、55、64、67、74、81、82、90、94、99 頁，超連結分別在 8-95 頁，動畫分別在 2-95 頁，以及插圖分別在 1、4、5、6、11、24、29、37、43、54、頁。



圖 1 互動式按鈕螢幕截圖（第 91 頁）

註：游標移至店家圖片會顯示食物照片



圖 2 影片螢幕截圖（第 8 頁）

註：圈起位置為影片播放處



圖 3 超連結按鈕螢幕截圖（11 頁）

註：游標移置房子上會顯示店家資訊，臉書按下跳出店家粉絲頁及地標圖釘按下跳出目的地地圖。



圖 4 動畫效果螢幕截圖（第 28 頁）

註：此為像拆禮物的動畫

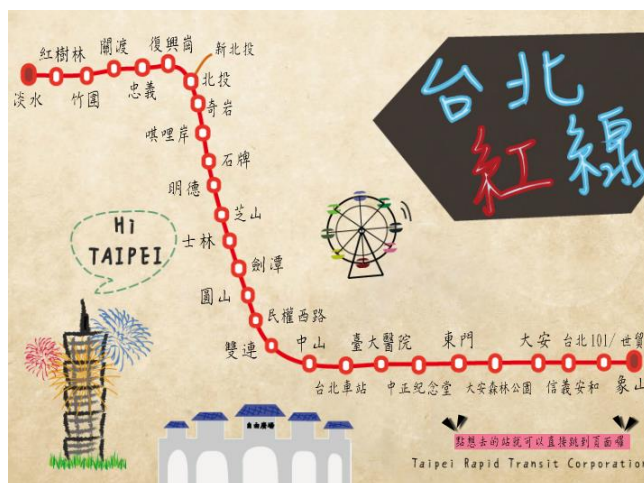


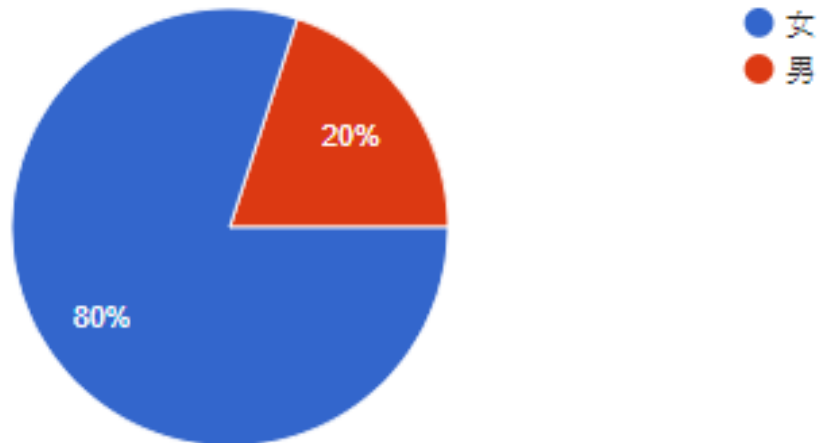
圖 5 插圖螢幕截圖（第 4 頁）

註：圖片為親自手繪的插圖

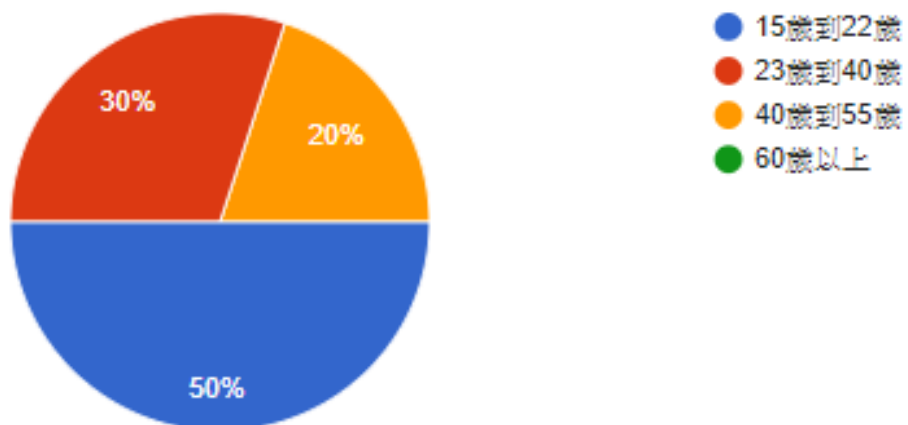
## 第二節 問卷統計分析結果

針對此次專題電子書研究所發出的問卷，我們回收的結果如下：

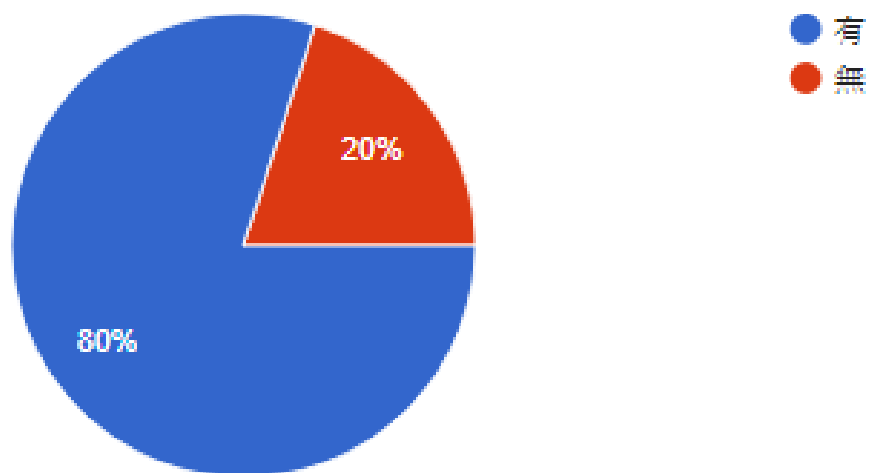
1.性別：女性占 80%，男性則占 20%。



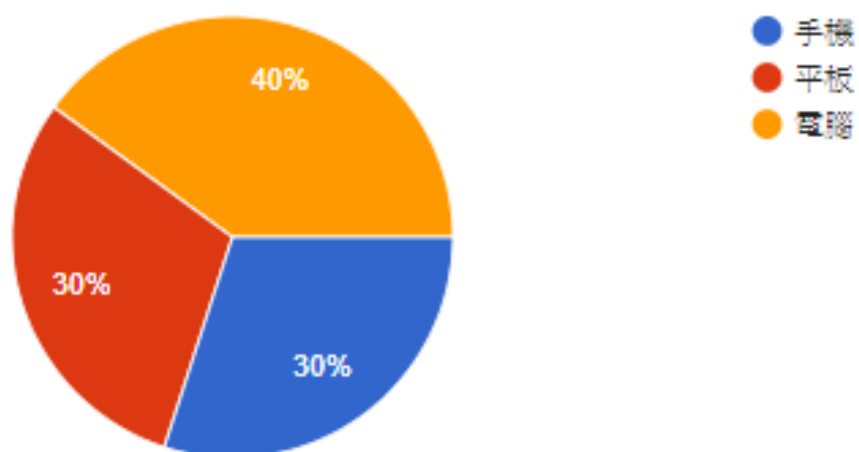
2.年齡：15 到 22 歲占 50%，23 到 40 歲占 30%，40 到 55 歲 20%，60 歲以上 0%。



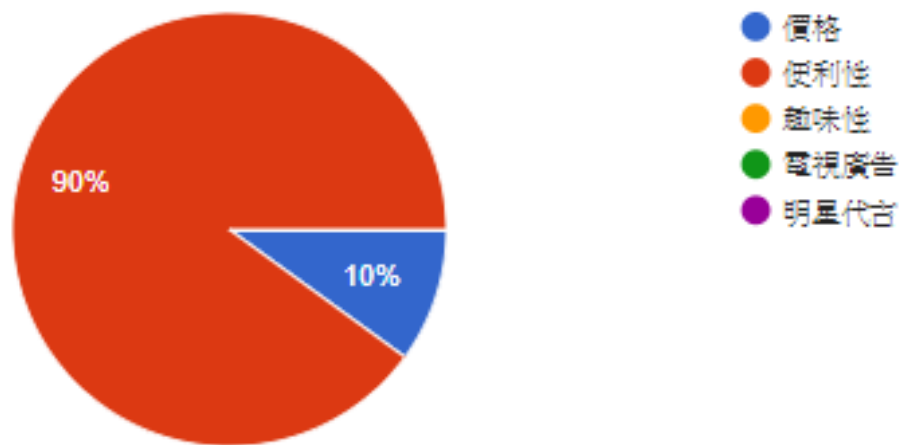
3.是否閱讀過電子書：80%人表示曾閱讀過電子書，20%人則表示在閱讀本電子書之前沒閱讀過電子書。



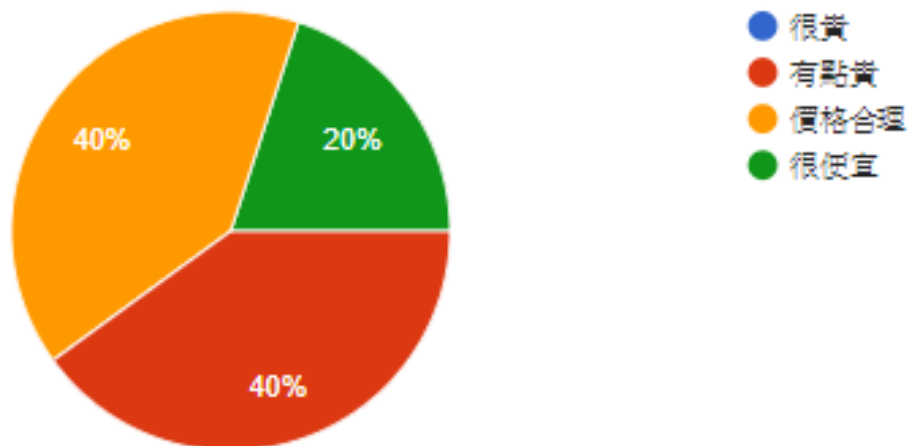
4.閱讀電子書的媒介：40%人表示透過電腦閱讀電子書，30%人表示透過手機閱讀電子書，30%人則表示透過平板閱讀電子書。



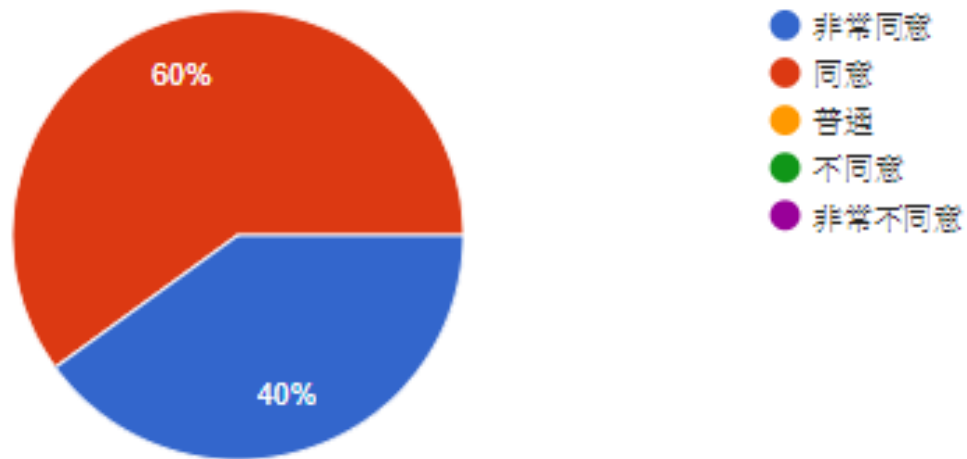
5.選擇閱讀電子書的重要因素：90%人認為便利性為選擇電子書的重要因素，10%則認為價格為選擇電子書的重要因素。



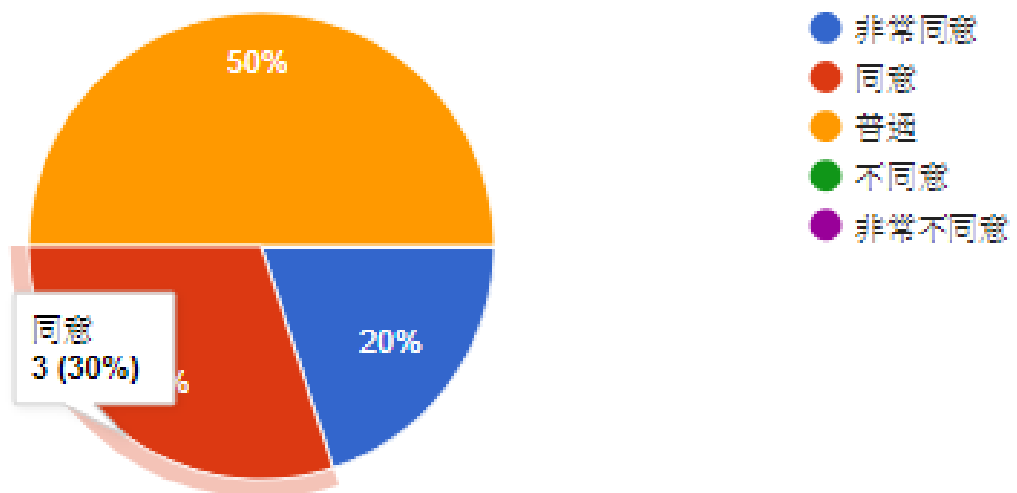
6.對於電子書價格的看法：40%人認為電子書價格合理，40%認為電子書價格有點貴，20%人則認為電子書價格很便宜。



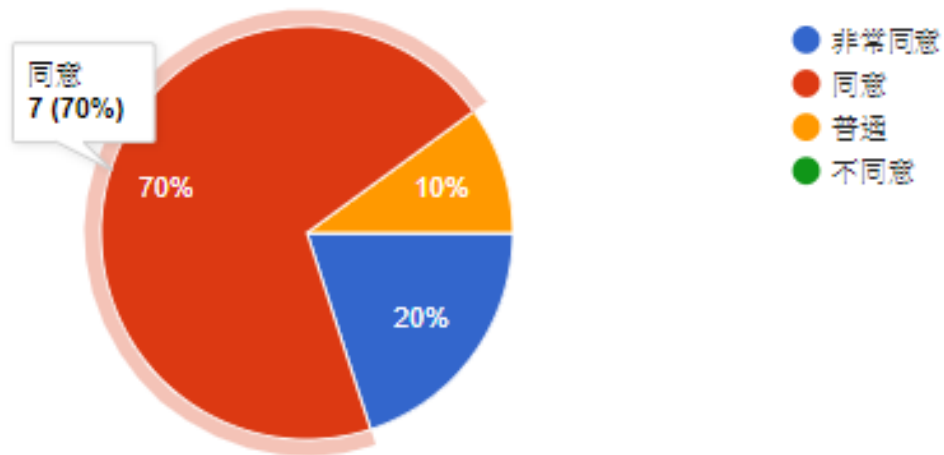
7.認為本電子書的創新程度夠高：40%人非常同意本電子書創新程度夠高，60%人則同意本電子書創新程度夠高。



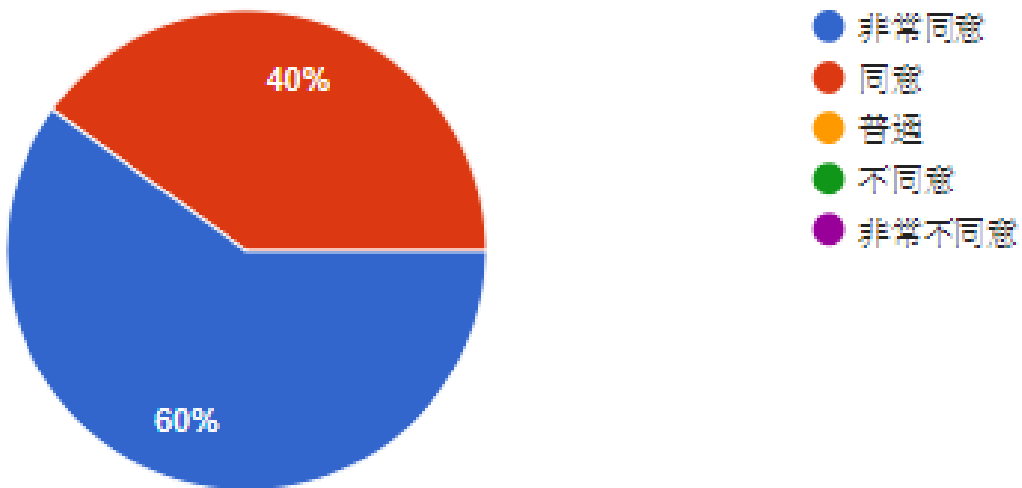
8.看完本電子書有產生購買意願的：20%人非常同意看完本電子書想購買，30%人同意看完本電子書想購買，50%人則覺得普通。



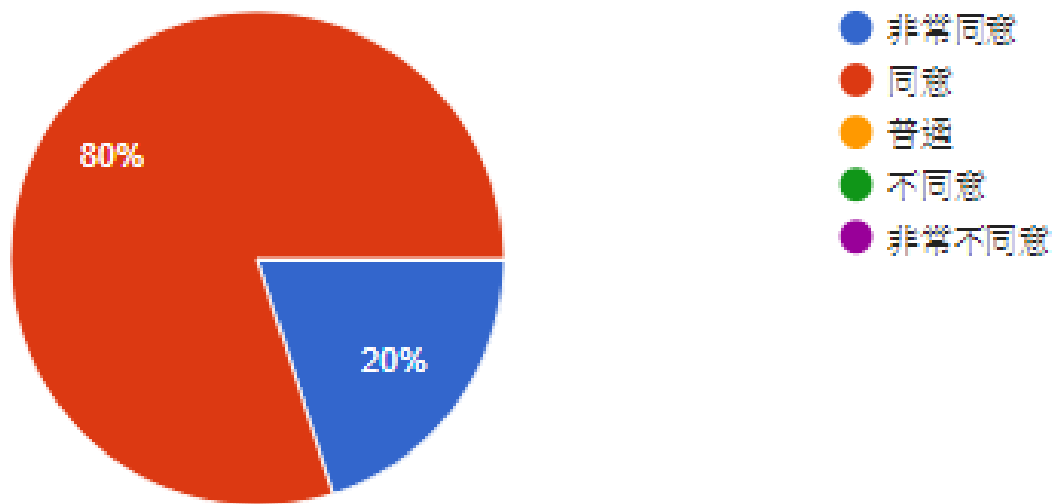
9.閱讀完本電子書會推薦給他人：20%非常同意看完本電子書會推薦給他人，70%人同意看完本電子書會推薦給他人，10%人則覺得普通。



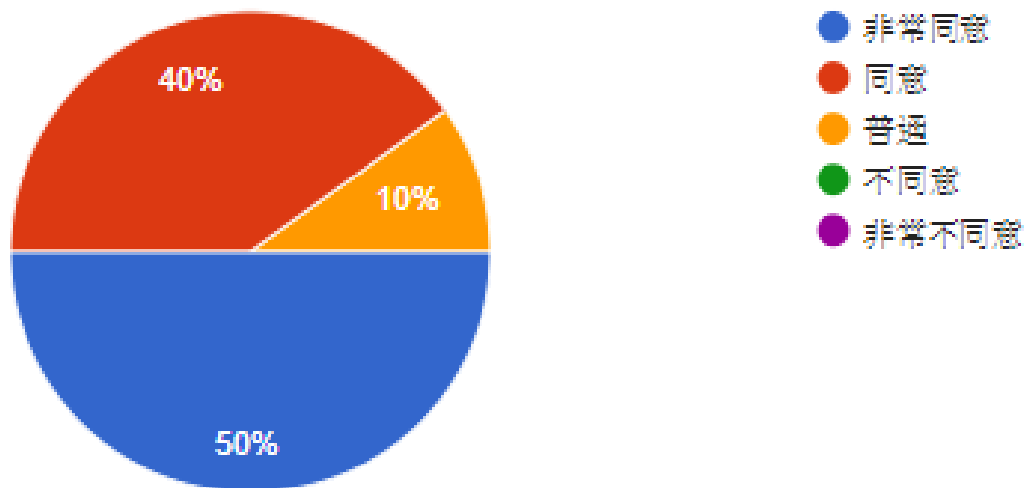
10.本電子書擁有多樣性的互動豐富性：60%非常同意本電子書擁有多樣的互動豐富性，40%人則同意本電子書擁有多樣的互動豐富性。



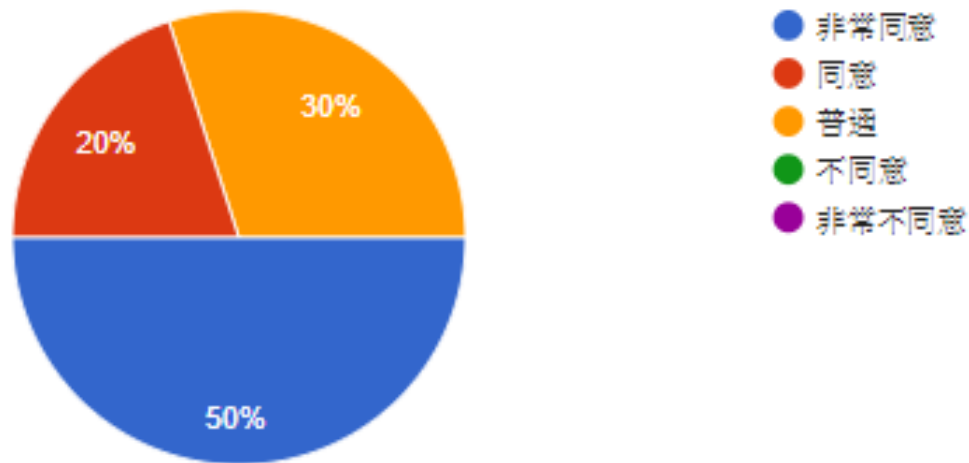
11.關於內容編排的滿意度很高：20%人非常同意滿意電子書內容編排，80%人則同意滿意電子書內容編排。



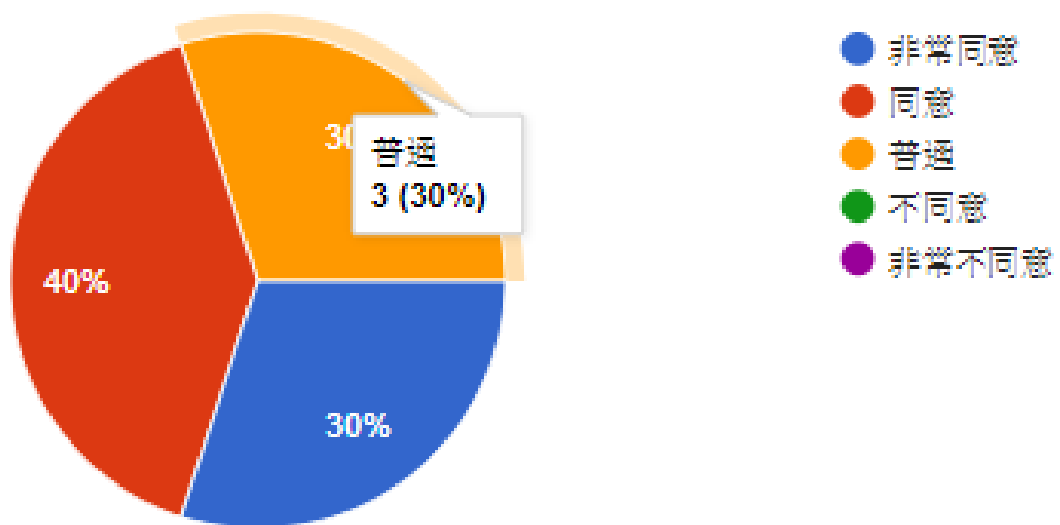
12.對於本電子書之美食介紹是否想品嚐：50%人非常同意想品嚐本電子書之美食介紹，40%人同意想品嚐本電子書之美食介紹，10%人則覺得普通。



13.對於本電子書之景點介紹是否想拜訪：50%人非常同意想拜訪本電子書之景點介紹，20%人同意想拜訪本電子書之景點介紹，30%人則覺得普通。



14.閱讀本電子書時心情愉悅：30%人非常同意閱讀本電子書時心情愉悅，40%人同意閱讀本電子書時心情愉悅，30%人則覺得普通。



15.請問對於電子書與其內容廠商合作，推出優惠及贈品，是否會提高購買意願？

|        |                                                             |
|--------|-------------------------------------------------------------|
| 試讀者 1  | 是，如果單以電子書購買，購買後的攜帶式方便沒錯，但如果購買電子書有互動性跟優惠的活動，會更吸引我想要持續閱讀此電子書。 |
| 試讀者 2  | 是。                                                          |
| 試讀者 3  | 是。                                                          |
| 試讀者 4  | 會。                                                          |
| 試讀者 5  | 否。                                                          |
| 試讀者 6  | 可以。                                                         |
| 試讀者 7  | 會，因為有相對的好處可以獲取。                                             |
| 試讀者 8  | 是。                                                          |
| 試讀者 9  | 可以。                                                         |
| 試讀者 10 | 好。                                                          |

## 第五章 研究結論

### 第一節 研究發現

本研究結果顯示，八成試讀者都曾閱讀過電子書，顯見電子書已被大多數人接受。而試讀者表示使用電腦、手機或是平板閱讀電子書，沒有特別偏好的閱讀載具。

根據過去研究結果，消費者認為價格試購買電子書的最重要因素，相較於網路上能免費取得的資訊，普遍試售電子書很難要求讀者花錢購買。但本次研究得到了截然不同的結論，六成試讀者認為電子書價格合理可接受，願意花錢購買電子書，多數試讀者表示內容是吸引閱讀的重點，豐富多樣的內容及便利性已經取代了價格的考量，同時大部分試讀者認為便利性試選擇電子書的重要因素。

針對讀者對本電子書的看法，所有試讀者皆認為本電子書創新度夠高、互動性豐富極滿意內容編排，五成試讀者表示閱讀完想購買，九成試讀者表示會將本店子書推薦給他人，多數試讀者更認為本電子書之內容介紹很棒，九成試讀者表示想品嚐本電子書美食介紹，七成試讀者表示想拜訪本電子書景點介紹且閱讀時心情愉悅，顯見本電子書內容具備吸引力，閱讀起來心情愉悅，互動性也備受肯定。

對於「將電子書與其內容廠商合作，推出優惠及贈品，是否會提高購買意願？」的回收意見結果表示若電子書能與廠商合作推出優惠會提高購買意願，因為若單只是購買電子書雖然攜帶方便，但現在網路上也有許多相關資訊是免費的，消費者花錢消費當然希望能獲得等價值的利益，相對地推出優惠或贈品等便能有效的提高購買意願，總結我認為若想提升電子書的市場價值，可透過於廠商公司合作提供相關優惠，或是以限量形式發售吸引民眾購買欲望。

另外回收意見結果也表示，對於本電子書影片互動部分有些不足目光剛被吸引究結束了，認為影片互動的部分時間長度上若能在加長些會完美。

### 第二節 研究成效

本創新電子書共有四大預期效益：（一）提升競爭效益、（二）環保效益、（三）閱讀效益、（四）推廣效益。

（一）提升競爭效益：本創新的電子書互動模式可以有效改善大眾閱讀習慣，使大眾接觸電子書時不再感到無趣，進而增加電子書的競爭力。

（二）環保效益：傳統實體書經年累月後會產生破損而提高汰換率，但電子書能夠永遠保存不受空間限制並達到環保效益。

（三）閱讀效益：透過電子書線上導航的功能，能讓讀者更快速的到達目的地，有效縮短搜尋的時間。

（四）推廣效益：為鼓勵民眾多方閱讀電子書，本次設計之電子書將放置於真理大學運動資訊傳播學系系網，提供免費下載。

### 第三節 研究建議

本研究樣本數太少，建議未來研究需擴大樣本數以提升研究結果的準確性。此次研究發現電子書除了互動性更需要資訊的更新，傳統紙本書籍或現今市面上電子書都會因資訊老舊而受到汰換，因此我們認為如何自行更新資訊是未來電子書研究發展的重要建議。

因此本次主題之電子書也設計出具備資訊更新的功能，透過頁面與店家臉書粉絲專業的連結讓讀者能夠在閱讀的同時更進一步取得更新的資訊，雖然如此，但對於資訊更新的部分仍有很大的進步空間，畢竟臉書只是資訊更新中的其中一環，對於未來電子書研究應該要找出更多元的資訊更新方式，才能吸引更多讀者。

### 參考文獻

E-BOOK。什麼是電子書。民 107 年 4 月 20 日，取自：[https：](https://sites.google.com/site/finalexamofelecbooks/shen-me-shi-dian-zi-shu)

[//sites.google.com/site/finalexamofelecbooks/shen-me-shi-dian-zi-shu](https://sites.google.com/site/finalexamofelecbooks/shen-me-shi-dian-zi-shu)

維基百科。電子書。民 107 年 4 月 20 日，取自：[https：](https://zh.wikipedia.org/wiki/%E9%9B%BB%E5%AD%90%E6%9B%B8)

[//zh.wikipedia.org/wiki/%E9%9B%BB%E5%AD%90%E6%9B%B8](https://zh.wikipedia.org/wiki/%E9%9B%BB%E5%AD%90%E6%9B%B8)

臥斧 (2016)。硬漢有時軟軟的。民 107 年 4 月 20 日，取自：<https://readmoo.com/book/210057948000101>

莊蕙文 (2011)。卡哇伊!Q 版插圖教室。民 107 年 4 月 20 日，取自：<https://readmoo.com/book/210045444000101>

林凡瑜 (2015)。手繪旅行日和。民 107 年 4 月 20 日，取自：<https://readmoo.com/book/210039857000101>

陳婷芳 (2016)。高雄巷弄日和。民 107 年 4 月 20 日，取自：<https://readmoo.com/book/210086028000101>

陳婷芳 (2017)。台南 nice trip。民 107 年 4 月 20 日，取自：<https://readmoo.com/book/210075142000101>

凌宗魁 (2016)。紙上明治村。民 107 年 4 月 20 日，取自：<https://readmoo.com/book/210071308000101>

何佳芬 (2017)。咖啡新鮮事。民 107 年 4 月 20 日，取自：<https://readmoo.com/book/210083836000101>

李國瑀 (2017)。去，你的首爾 2。民 107 年 4 月 20 日，取自：<https://readmoo.com/book/210077809000101>

劉國正 (2017)。圖解即興速寫。民 107 年 4 月 20 日，取自：<https://readmoo.com/book/210086764000101>

張怡沁 (2017)。動，找回身體的快樂。民 107 年 4 月 20 日，取自：<https://readmoo.com/book/210087545000101>

陳景堯 (2000)。電子書—給閱讀一個新定義。民 107 年 4 月 20 日，取自：<http://mail.nhu.edu.tw/~society/e-j/67/67-05.htm>

洪文瓊。電子書對傳統童書的挑戰及其教育價值。民 107 年 4 月 20 日，取自：  
<http://mail.nhu.edu.tw/~society/e-j/67/67-05.htm>

黃寶心。挑戰閱讀史—電子書破繭而出。民 107 年 4 月 20 日，取自：<http://mail.nhu.edu.tw/~society/e-j/67/67-05.htm>

## 附錄 電子書滿意度問卷

親愛的朋友，您好：

這是一份針對讀者對於電子書研究的問卷，我們想了解您對於電子書有何種建議以及看法，希望您能夠為我們填寫這份問卷。問卷內容將作為本人學校作業統計之用，並不對外公佈，請安心作答。謝謝您的合作！

1.性別：

☐ 男 ☐ 女

2.年齡

☐ 15歲至22歲 ☐ 23歲至40歲 ☐ 40歲至55歲 ☐ 60歲以上

3.是否閱讀過電子書？

☐ 有 ☐ 無

4.閱讀電子書的媒介？

☐ 手機 ☐ 平板 ☐ 電腦

5.選擇閱讀電子書的重要因素？（複選）

☐ 價格 ☐ 便利性 ☐ 趣味性 ☐ 電視廣告 ☐ 明星代言

6.對於電子書價格的看法？

☐ 很貴 ☐ 有點貴 ☐ 價格很合理 ☐ 有點便宜 ☐ 很便宜

對三個女孩旅行去-台北捷運紅線走透透斜看法

| 題 目                | 非常同意                     | 同意                       | 沒意見                      | 不同意                      | 非常不同意                    |
|--------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 7.認為本電子書的創新程度夠高    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8.看完本電子書有產生購買意願    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 9.閱讀完本電子書會推薦給他人    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 10.本電子書擁有多樣的互動豐富性  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 11.關於內容編排的滿意度很高    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 12.本電子書中的影片有打動讀者的心 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 13.本電子書有符合我的預先的期待  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 14. 本電子書內容對我有幫助    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

15.請問對於將電子書與其內容廠商合作，推出優惠及贈品，是否會提高購買意願？