

修平科技大學

觀光與遊憩管理系

旅遊電商與傳統旅行社差異之研究 -以 KKday、Klook 及雄獅旅行社為例

指導老師：蔡麗雀老師

姓名：劉佳賢

學號：BG108903

姓名：林裕誠

學號：BG108906

中華民國 112 年 6 月 7 日

摘要

近年來隨著觀光意識升起，大家有空就會去各地觀光，因此旅遊已經越來越受大家重視，旅遊商機愈來愈大。自 2020 年到 2023 年因受 COVID-19 疫情影響讓全球很多人無法出國旅遊，自 2022 年各國陸續重新開放讓異國人來旅遊，而有報復性旅遊的產生。現在網路也越來越發達，電商平台也陸續進駐旅行業。

因此本研究以發放問卷方式針對旅遊電商平台 KKday、KLook 以及雄獅旅行社的市場差異性調查及 SWOT 分析。

本研究問卷回收共 60 份 男生共 32 份 女生共 28 份。

研究結果發現：

1. 大部分的人安排旅遊規劃會選擇自助旅行。
2. 大部分的人認為旅遊電商是比較好玩的選擇。
3. 調查發現大眾認為旅遊電商的優點在於可選擇自己喜愛的體驗活動及價格相對優惠。
4. 調查發現大眾認為傳統旅行社優點在於比較有安全感、有導遊介紹及旅途中發生任何事故都有專人處理。
5. 迴歸分析發現 5 個變數(性別、年齡、職業、旅遊預算及旅遊型態當中)。

4 個變數的性別、年齡、旅遊預算及旅遊型態都與 Y 年收入有解釋能力(因為 P 值小於 0.05)

關鍵字：旅遊電商平台、SWOT、迴歸分析

Abstract

In recent years, with the rising awareness of tourism, people will go sightseeing in various places when they have free time. Therefore, tourism has been paid more and more attention by everyone, and the business opportunities for tourism are getting bigger and bigger. From 2020 to 2023, due to the impact of the COVID-19 epidemic, many people around the world were unable to travel abroad. Since 2022, countries have gradually reopened to allow foreigners to travel, and retaliatory tourism has occurred. Now that the Internet is becoming more and more developed, e-commerce platforms have gradually entered the travel industry.

Therefore, this study uses questionnaires to investigate the market differences and SWOT analysis of the tourism e-commerce platforms KK Day, K Look and Lion travel agencies. A total of 60 questionnaires were recovered in this study, 32 for boys and 28 for girls.

The results of the study found that:

1. Most people choose self-guided travel when arranging travel planning.
2. Most people think that tourism e-commerce is a more interesting choice.
3. The survey found that the public believes that the advantages of tourism e-commerce are that they can choose their favorite experience activities and relatively favorable prices.
4. The survey found that the public believes that the advantages of traditional travel agencies are that they have a sense of security, there are guides to assist them solving accidents during the trip are handled by special personnel.
5. Regression analysis found that 5 variables (gender, age, occupation, travel budget and travel type) are related to Y=annual income (the P value is less than 0.05)

Key words: tourism e-commerce platform, SWOT, regression analysis

誌謝

本專題能順利完成，首先非常謝謝我們的指導老師-蔡麗雀老師。

蔡老師很有耐心從教導我們從開始思考題目、收集資料、設計問卷到最後做出迴歸分析等，整個學期與老師利用每週四下午討論，才能順利完成專題研究成果。

再來就要感謝我們的成員：林裕誠和劉佳賢。大家利用自己課餘時間與老師共同討論，私下還相約努力將專題研究做到最好準備，互相討論和找出錯誤，發揮團隊合作精神才能將本專題順利完成。

再次感謝蔡老師，很幸運在修平能遇到有耐心專業的蔡老師才能順利完成專題研究。

劉佳賢、林裕誠 謹誌

於修平科技大學 觀光與遊憩管理系

中華民國 112 年 6 月

目錄

摘要	I
Abstract	II
誌謝	III
目錄	IV
圖目錄	VI
表目錄	VII
第一章緒論	1
1-1 研究背景	1
1-1-1 電子商務平台的優點	1
1-1-2 電子商務平台的發展趨勢	1
1-1-3 旅遊電子商務平台興起	2
1-2 研究目的	2
1-3 研究動機	2
1-4 研究流程	3
第二章 文獻探討	4
2-1 產業分析	4
2-2 文獻評論	9
2-2-1 旅遊未來趨勢	9
2-2-2 商業模式	11
2-3 SWOT 分析	12
2-3-1 廣告、促銷差異化分析	13
2-3-2 KKday、Klook 與雄獅旅行社的差異性	14
第三章 研究方法	15
3-1 問卷設計	15
3-2 迴歸分析	17
第四章 研究結果	18
4-1 圖表分析	18
4-2 迴歸分析	27
4-3 問卷分析	28
第五章結論與建議	29
5-1 結論	29
5-2 建議與限制	29
參考文獻	30

附錄一 32

圖目錄

圖 1 研究流程圖.....	3
圖 2 王子豪在國際創新峰會·深圳站接受採訪.....	5
圖 3 旅遊網站 KKday 創辦人兼執行長陳明明.....	6
圖 4 雄獅旅行社創辦人王文傑.....	8
圖 5 商業模式九大構面.....	11
圖 6 性別.....	18
圖 7 年齡.....	18
圖 8 平均年收入.....	19
圖 9 職業.....	19
圖 10 旅遊的花費.....	20
圖 11 旅遊主要目的.....	20
圖 12 一年旅遊次數.....	21
圖 13 安排行程.....	21
圖 14 是否聽過電商平台.....	22
圖 15 如何得知旅遊電商.....	22
圖 16 聽過的傳統旅行社.....	23
圖 17 想要旅遊的方式.....	23
圖 18 為何選擇傳統旅行社.....	24
圖 19 為何選擇旅遊電商.....	24
圖 20 傳統旅行社的優點.....	25
圖 21 傳統旅行社的缺點.....	25
圖 22 旅遊電商的優點.....	26
圖 23 旅遊電商的缺點.....	26
圖 24 迴歸分析圖.....	27

表目錄

表 1 KKday SWOT 分析	12
表 2 Klook SWOT 分析.....	12
表 3 雄獅 SWOT 分析	16
表 4 KKday、Klook 與雄獅旅行社的差異性	14
表 5 問卷選項設計.....	16

第一章 緒論

1-1 研究背景

電子商務平臺是一個為企業或個人提供網上交易洽談的平臺。企業電子商務平臺是建立在 Internet 網上進行商務活動的虛擬網路空間和保障商務順利運營的管理環境；是協調、整合信息流、物質流、資金流有序、關聯、高效流動的重要場所。企業、商家可充分利用電子商務平臺提供的網路基礎設施、支付平臺、安全平臺、管理平臺等共用資源有效地、低成本地開展自己的商業活動。

1-1-1 電子商務平台的優點：

1. 更廣闊的環境：人們不受時間的限制，不受空間的限制，不受傳統購物的諸多限制，可以隨時隨地在網上交易。通過跨越時間、空間，使我們在特定的時間裡能夠接觸到更多的客戶，為我們提供了更廣闊的發展環境。

2. 更廣闊的市場：在網上這個世界將會變得很小，一個商家可以面對全球的消費者，而一個消費者可以在全球的任何一家商家購物。一個商家可以去挑戰不同地區、不同類別的買家客戶群，在網上能夠收集到豐富的買家信息，進行數據分析。

3. 快速流通和低廉價格：電子商務減少了商品流通的中間環節，節省了大量的開支，從而也大大降低了商品流通和交易的成本。通過電子商務，企業能夠更快的匹配買家，實現真正的產—供—銷一體化，能夠節約能源，減少不必要的產生浪費。

1-1-2 電子商務平台的發展趨勢：

- 電子商務的呈現較高普及化、常態化趨勢
- 企業電子商務應用呈現產業鏈與供應鏈全部流程化趨勢
- 移動電子商務成為電子商務發展新驅動力
- 原“寡頭壟斷”格局漸被“多元化”競爭市場替代
- B2C 替代 C2C 是未來網路購物發展的必然趨勢
- 電子商務平臺與搜索引擎平臺呈融合化趨勢
- 電子商務的安全、誠信與立法等問題逐步完善
- 本土電子商務陣營漸崛起，民族電子商務產業任重而道遠
- 第三方電子支付行業與電子商務平臺應用加速
- 線上電子商務平臺與線下實體平臺呈融合化趨勢

1-1-3 旅遊電子商務平台興起

隨著科技的不斷發展及旅遊平台興起愈來愈多人想利用旅遊 APP 自由規劃行程，人們對旅遊有更多自己的想法及渴望更多自主性。因此旅遊電商的崛起讓消費者可以根據自己的需求和偏好做出屬於自己獨一無二的旅遊行程。

目前旅遊電商最具代表有五大平台 1. KK DAY 2. K LOOK 3. Get YourGuide 4. GLOBAL WiFi 5. 好旅行。本專題是以 KK DAY 及 K LOOK 進行研究分析，探討旅遊電商及傳統旅行社之差異性。

1-2 研究目的

本研究針對旅遊電子商務以 K Look、KK day 及雄獅旅行社之問卷調查，藉由問卷調查來探討旅遊規畫滿意度及差異性。

本研究目的如下：

1. 探討雄獅旅行社與旅遊電商 SWOT 優劣分析。
2. 探討雄獅旅行社與旅遊電商旅遊品質之滿意度。
3. 探討雄獅旅行社與旅遊電商差異性。

1-3 研究動機

隨著科技的進步和網路的普及旅遊行業已經從傳統的實體旅行社轉變為電子化旅行社。在這個趨勢下，人們的旅遊消費模式也隨之發生了變化。但是，傳統旅行社仍然存在，一些消費者仍然繼續選用傳統旅行社。

因此，我們的研究動機在於比較旅遊電商和傳統旅行社的消費者選擇行為，並分析消費者年齡對此的影響，進一步了解旅客對於旅遊業有哪些新的期待。

1-4 研究流程

本研究流程如下方所示：

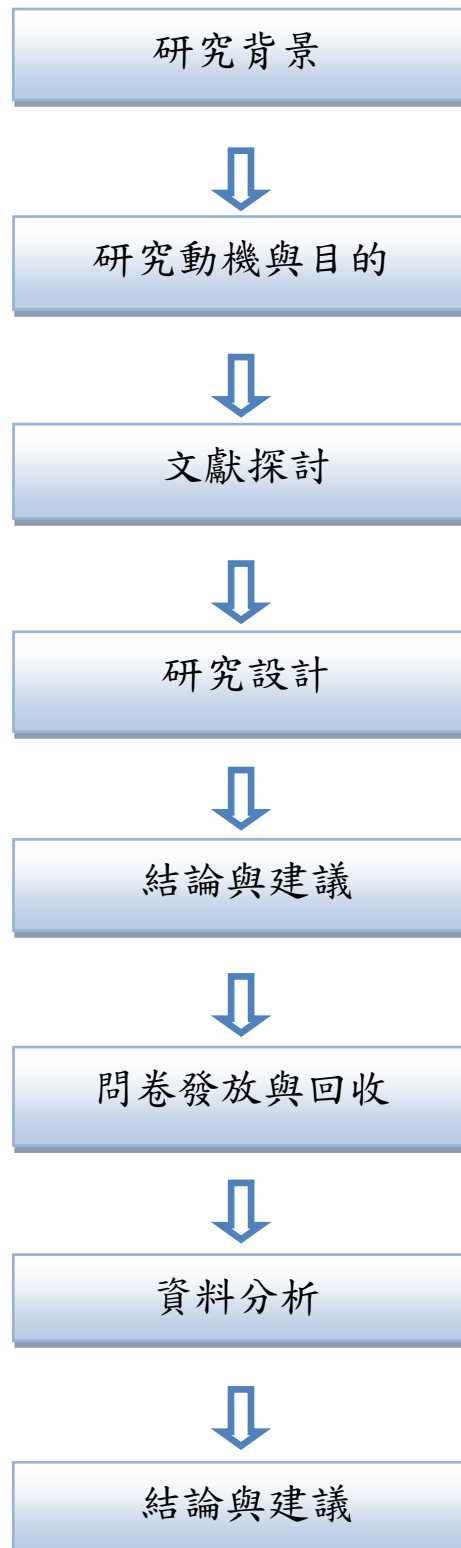


圖 1 研究流程圖

第二章 文獻探討

2-1 產業分析

目前台灣受歡迎旅遊平台以 KK Day 跟 K Look 旅遊電商及口碑最好的雄獅旅行社，作為本研究的研究主題並分別介紹如下：

1. K Look 介紹

K Look 創始人之一王志豪認為，從跟團游到自由行，人們旅遊偏好的轉變，正是因為現在的消費者越來越重視體驗。不同於走馬看花的旅遊模式，體驗式旅行能夠讓人更加深刻地融入當地文化。然而面對眾多的旅行選擇，遊客往往不知所措。

K LOOK 在全球各個旅遊目的地都安排有「旅行體驗師」，他們會體驗當地供應商提供的特色旅遊項目、有趣的活動等，對比每一家的價格、服務、體驗，綜合各方面因素後從中選出一個最合適的，再由內部工作人員進行篩選，最後上線到官網。同時遊客還可以根據其他用戶的真實評論，判斷是否符合自己的遊玩需求。另一大亮點，就是可以享受在海外景區的「無紙化便利」。在與海外當地的景點和活動供應商合作時，除了作為銷售平台和推廣渠道，K LOOK 還會給景區的門票系統做電子化的升級。

王志豪進一步解釋，由於中國移動網際網路的普及，在國內的不少景區，使用手機掃碼二維碼已經是一件很平常的事情，但海外很多景區還沒有這樣的系統，KLOOK 會通過系統的升級，讓用戶在預訂後獲得電子憑證，從而不再需要紙質門票。

K LOOK 是一家誕生於香港的企業，創業之前，王志豪曾在香港從事金融行業。他認為，與內地相比，香港的年輕人相對缺乏創業創新的精神。「想創業的年輕人不一定一開始就要創業，可以先加入一家創業公司，有了足夠的行業積累和人脈資源之後，再考慮創業也不遲，」。

關於香港的創業環境，王志豪認為，香港的創業創新最需要的資源就是人才，尤其是技術性人才，在創業方面非常需要內地的支持。據他介紹，KLOOK 設在深圳的公司，絕大部分就是技術研發和市場推廣人員。

「另一方面，香港也有自己獨特的優勢，那就是長期以來在特殊環境下培養出來的國際化視野，」王志豪認為，在移動網際網路時代，香港可以繼續發揮原有的國際化優勢，創業者也應該多培養國際化的思維。

國際化思維，據王志豪介紹，K LOOK 最近一輪的融資資金將主要用於全球的拓展。2017 年 3 月 2 日，K LOOK 旅行宣布獲得 3000 萬美元 B 輪融資，由紅杉資本中國基金領投，經緯創投、微光資本、華創資本跟投。

自 2014 年 6 月創立之初，K LOOK 就把主要市場定位在亞太地區，發展到現在，已經覆蓋了世界各地 80 多個熱門目的地，為全球用戶提供的景點門票、特色活動的選擇也超過一萬種。

據王志豪介紹，目前 K LOOK 在香港、深圳、台北、新加坡、首爾、曼谷、吉隆坡和馬尼拉等地都設有辦公室。現在業務的重心在亞洲，其中來自中國內地的出境游業務是核心業務之一。

K LOOK 之所以受到投資人青睞，一方面是因為公司發展速度較快，另一方面也是因為創始團隊具有國際化視野，目前也在向著國際市場進行拓展，而國際市場的價值是巨大的。他認為，在線旅遊企業要具有國際化視野，走國際化道路也是必然趨勢。



圖 2 王志豪在國際創新峰會·深圳站接受採訪

資料來源: <https://cn.technode.com/post/2017-07-03/klook/>

2.KK DAY 介紹

KK Day 成立於 2014 年，發跡於台灣台北市，為台灣第一個專門提供旅遊體驗與行程的線上平台。平台目前蒐集的旅遊行程與體驗超過 300,000 種，遍佈全球 92 個國家、550 個城市。除了繁體和簡體中文外，網站也支援英文、日文、韓文等多國語言以及 17 種貨幣結算。亞太地區的重要市場皆設有辦公室與服務據點，包括台灣、香港、新加坡、韓國、日本、馬來西亞、泰國、菲律賓、印尼、越南、上海、澳洲等地。目前全球員工數已突破 700 人，目標 2023 年全球員工數突破千人。

KK day 商城 2021 年 10 月，KK day 推出「KK day 商城」，主打五大應用優勢，店家可藉此快速建立品牌商店、自主上架、靈活定價、精準位控以及即時接單回覆，大幅提升經營力，鎖定戶外活動、各類遊程、娛樂體驗供應商等，並持續開拓潛在合作夥伴，助力國旅業者盤整未來經營方向、建立自主品牌，開啟全民旅遊電商之路。

FineDayClub 2020 年 12 月 KK day 成立 FineDayClub，以會員制的形式，為專屬會員打造頂級品味體驗，服務範圍包括旅遊度假、餐酒饗宴、生活風格、專屬選品等四大項，提供完整又貼心的款待與服務。截至 2022 年 5 月，FineDayClub 會員人數達 10,000 人，且服務 30 個企業客戶。

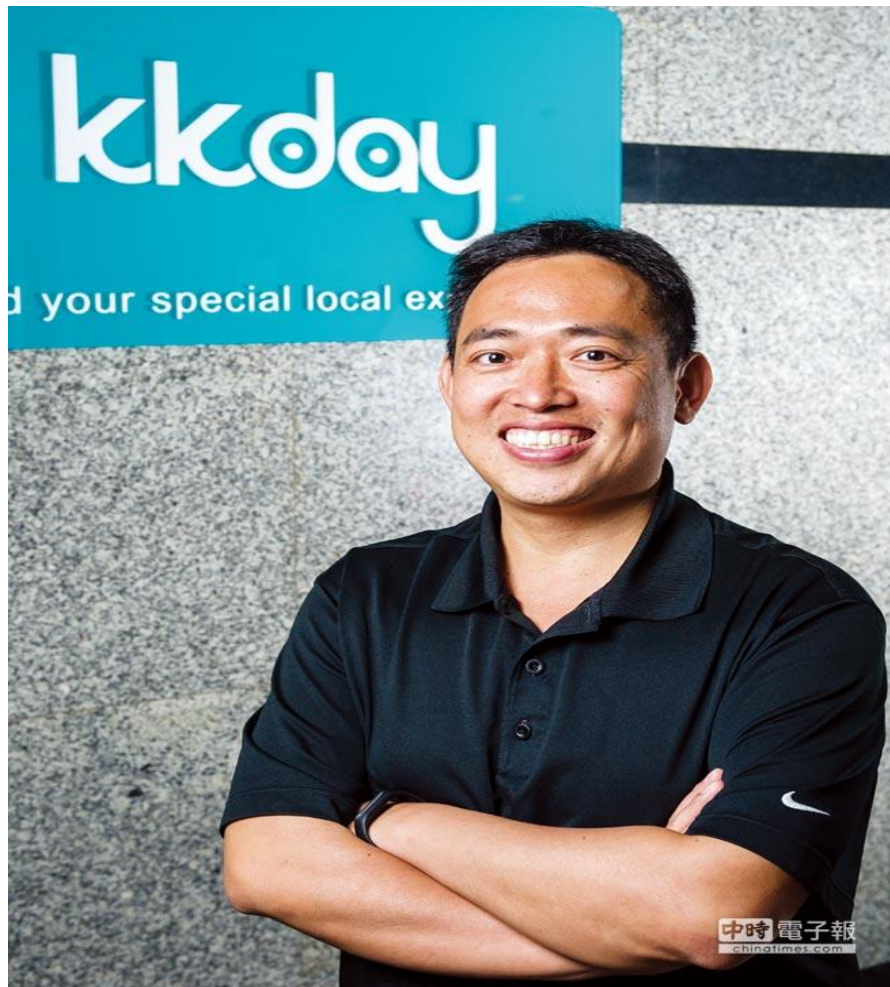


圖 3 旅遊網站 KKday 創辦人兼執行長陳明明

圖片來源：

<https://www.chinatimes.com/newspapers/20161218000111-260202?chdtv>

3. 雄獅旅行社介紹

該公司成立於民國 66 年六月，前身為東亞旅行社，公司主要提供之服務項目為自行組團安排國內外旅客觀光旅遊及食宿、受旅客委託代辦出、入境與簽證手續、代售國內外運輸事業之客票或受旅客委託代購國內外客票及托運行李等。

1977 年 6 月 9 日「東亞旅行社」成立，1980 年更名為「寶獅旅行社」。

1988 年雄獅旅行社在香港、北京、上海、福州等地點成立服務據點，1990 年由甲種旅行社升格為綜合旅行社。

1993 年改名為「雄獅旅行社」。

1993 年至 2017 年，雄獅旅行社陸續在美國、加拿大、英國、中國大陸、日本、泰國、澳洲、紐西蘭成立公司。2000 年成立旅遊網站，開始線上服務系統。

2009 年，雄獅旅遊集團分為旅行社、租車公司、行銷公司、傳媒公司、資訊公司等方向分散發展。

2013 年 9 月 24 日在臺灣證券交易所股票上市，股票代號 2731。

2020 年疫情後轉型開創線上商城、餐飲相關事業等，並強化國內旅遊服務。

2020 年 12 月，雄獅旅行社取得鳴日號列車以及藍皮解憂號經營權。

因當時新冠肺炎困住了旅遊業的發展，出、入境旅遊全面熄火，國內旅遊在此重擊之下也受了重傷，從疫情開始，年後業績只剩 4-5 成，並持續探底，0 確診的好消息曇花一現，至今業績仍是慘兮兮。但是，雄獅旅行社黃信川總經理說，旅行是人類生活的必需品，現在只是暫停而已，既然現在無法出國，那國人原本旅遊的預算就會花在國內旅遊，只要我們能讓消費者安心，這就會是寶獅的新契機。

1. 開啟「安心旅遊」防護罩：

重拾消費者信心雄獅為讓大家在台灣玩得安心，推出「實名制」、「配額制」與「安心制」三大政策。「實名制」，所有參與團體旅遊的人，都詳實紀錄聯絡方式，以便追蹤；「配額制」，不安排人潮大量聚集景點，主打大自然環境可自在呼吸快樂體驗的景區，透過限額讓旅客玩得更放心；「安心制」，上車量體溫、消毒、要求領隊及乘客都需要戴口罩，並且安排一名旅客兩個位置，保持完美的 1.5 公尺的安全社交距離。

不只如此，我們還有「雄獅旅遊健檢師」，和台灣老爺、晶華、寒舍、凱撒、福容、福華、雲朗、國泰和逸共八大飯店集團合作，推出「安心宿」，所有合作飯店必須落實消毒、配戴口罩等工作，雄獅的旅遊健檢師還會不定期

的到各家合作飯店檢查，確保旅客的健康，未來也計畫將這樣的概念推廣到景點，把防疫旅遊做到最高標準。

2. 「大人囡仔」 淡季也有含金量：

疫情並沒有澆熄國人旅遊的心，王文傑說：「我看行銷給我的報告，森林、花東、農場這種關鍵字被點擊了很多次，大家還是想玩，只是往可以大口呼吸的地方跑。」除了旅遊目的地的改變，國旅的黃金時段本來只落在周末，但是疫情造成「分散旅遊」的時代來臨，大家開始會在周間出遊，川總嘴角微揚的表示，寶獅去年主打「大人囡仔」，利用周間淡季，和所有的供應商談判好價格，一車派一位領隊和一位小天使，小天使會負責為旅客拍照記錄遊程，讓「大人囡仔」的主要客群-樂齡族用這些照片分享自己的旅程，消費者感受滿足就會對服務和品牌產生信賴，這樣的操作也剛好為「分散旅遊」打好了基礎工程。

3. 後疫情時代 開啟多元旅遊需求：

另外，看見另一群人的需求，過去自由行和團體旅遊的二分法在疫情的衝擊下，多了一群害怕團體旅遊但是又無法自行規劃遊程的中間族群，寶獅也開始思考怎麼服務這群旅人，未來規劃推出「酷碰遊」，由寶獅專業團隊設計很「酷」的行程，旅人只需「按表操課」，抵達景點、飯店用票券「碰」一下核銷，就能輕鬆自由的玩台灣，而且考量部分樂齡族仍不習慣使用手機核銷，未來應會虛擬和實體票券同時推出，讓大家都簡單玩台灣。



圖 4 雄獅旅行社創辦人王文傑

圖片來源：

<https://www.cheers.com.tw/article/article.action?id=5051920>

2-2 文獻評論

2-2-1 旅遊未來趨勢

隨著疫情趨緩，世界迎來解封開放，2022 年底，台灣也正式敞開懷抱，迎接好久不見的國際觀光客。欣傳媒承繼過去幾次調研報告的成功經驗，面向中港澳、歐美、東北亞、東南亞等地社群發布問卷，爬梳國際觀光客來台觀光意向，並整理成最專業的疫後入境觀光復甦情況及預測，為您掌握全新觀光商機。

經過三年新冠疫情漫長等待，台灣終於迎來國門解封。疫情之間眾多產業崛起與墜落，這場沒有煙硝的戰役看似迎來經濟復甦的曙光，但後疫情時代仍難以預測，在這場持久耐力賽中，究竟誰將拔得頭籌？又有誰將墜下神壇？華人第一旅遊生活媒體【欣傳媒】，延續每年舉辦觀光經濟論壇之號召力，本次「全球旅遊大預測」論壇將討論面對疫後翻向嶄新篇章的世界，欣傳媒邀請您一同見證蛻變，從臺灣出發，連接全球，共同預測未來新世界。

根據國際旅遊科技公司 Amadeus 透過大數據分析全球 15 個國家、1 萬多名旅客的旅遊習性分析，亞太區旅遊業執行副總裁 Javier Laforgue 推測 10 年後全球旅客大致可以分為四種類型，有：先試試看再說的「活躍體驗者」、著重人與旅程體驗的「回憶製造者」、收入適中且會從每趟旅行中尋找收入機會的「旅遊科技影響者」，以及有足夠資本讓其快速探索各種視野的「開拓探險者」。而從這四種旅遊類型中，10 年內的旅遊趨勢介紹如下：

趨勢 1：結合人工智慧與環保永續。

隨著「科技人性化」的時代來臨，全球也正式進入了 AI 智慧年代，以 APP 主導的科技，逼得人必須重新思考服務或旅遊業的整體架構。台灣大哥大總經理在觀光經濟論壇中提到，未來已經有專針對年輕人的設計酒店，將會跳脫過往的飯店服務思維，一切以科技為主導，各項服務將透過 APP 提供。

而環保永續的綠生活概念，也在這幾年逐漸被重視，不僅各家飯店提出若連住兩天以上，減少床單更換的建議；甚至也有不少國際級飯店，也不再主動提供一次性盥洗用具，從飯店服務內容落實永續與環保。因此，要說這是 2023 之後的旅遊趨勢也不為過。

趨勢 2：奢華旅行將會是未來的旅行主市場。

旅遊業復甦了嗎?以北美市場的訂單，用 2022 年對比 2019 年，可以看得出來提升了不少，旅遊景氣也慢慢的復甦。主打奢華旅遊的 VIRTUOSO 聯盟，也大膽預測未來的大宗旅客可能會是以「高淨值人群」為主，預測高端市場成為旅遊業的未來綠洲。

根據目前的旅行趨勢發現，以享受為主導的旅客，多半會直接轉化為奢華旅遊的訂單，且不再是「說走就走」的衝動旅遊，而是願意等待半年甚至是一年，以達到自己對於奢華旅遊的期望，也因為願意等候，因此不會因限制改變出遊計畫。然而也因為奢華旅遊的逐步發展，目前休閒旅遊的反彈價格也逐步高升，未來的平均住房房價也會越來越貴。

趨勢 3：深度旅遊與主題式旅遊成主軸。

在封閉了 3 年，人們對於旅遊的敏感度似乎也有點遲鈍，而根據北美的旅遊趨勢，可以發現疫後的旅遊市場，已偏向「重點式主題觀光」，因為人們渴望從每趟旅程中獲得些回饋，驅動玩得更深入、更有體驗感。因此，未來的旅遊型態，淡旺季之間的界線也將更為模糊，改朝重點式主題觀光與跨界合作，交錯加乘出比單一旅遊更多元的旅行型態。

趨勢 4：越在地越國際的深度旅遊，探索更多元的文化內容。

根據目前最新的調研報告指出，國外旅客對於台灣最喜歡、最期待的旅遊型態模式，除了過往的逛夜市、泡溫泉、紓壓旅遊外，更多了城市巡禮和綠色旅遊等相關內容；美食類型方面也多了米其林餐廳的品味之旅。甚至連伴手禮的選擇，MIT 相關產品也越來越被重視，在在顯示這些突顯台灣特色的類別。雄獅旅遊也建議，倘若能將自然人文、在地體驗設計成客製化遊程，從在地獨有的特色出發，也將會成為未來台灣被國際看見的旅遊契機。

PR Newswire Asia(2023)旅客族群 2033 確認出以下四大旅客族群：

1. 活躍體驗者對生活抱有一種「試試看再說」的態度，收入介於中到高，較少有負擔，有能力探索世界。
2. 回憶製造者滿足於自我，注重人與旅程體驗較少花時間在永續議題上。
3. 旅遊科技影響者多為當今年輕一代的商務旅客，目前收入適中，但他們相信，隨著他們環遊世界尋找機會，收入將會增加。
4. 開拓探險者的收入高於平均，這讓他們過著進步、快節奏的生活，並總是在尋找他們的下一個大探險。

資料來源：<https://reurl.cc/EoG9nR>

2-2-2 商業模式

1990 年代末才開始引起許多企業領導人及學者的注意。一家企業可以不需要任何策略或競爭優勢，其所必要的是一個確定可以獲得利潤的「商業模式」；而許多商業模式的創新，改變了產業型貌並重新分配產業價值，企業不僅需要新技術、新創意，也必需要有商業模式創新的能力；而具體的商業模式可提升財務績效的促進作用，對商業模式之組成要素，提出商業模式 9 組成要素，受到許多研究及實務界之採用，包含：目標客群、價值主張、通路、顧客關係、收益流、關鍵活動、關鍵資源、關係合作夥伴、成本結構。

商業模式九大構面

九大構面盤清楚，年度執行SO EASY



圖 5 商業模式九大構面

圖片來源：<https://www.organism.com.tw/archives/13509>

2-3 SWOT 分析

以台灣 KK day 為例，KK day 提供旅遊體驗與行程的線上平台 SWOT 分析:KK day 重視深度旅遊體驗，作為一旅遊體驗電商平台，收集世界各地特殊體驗行程，大多為一日遊或半日遊，並提供詳細又精簡旅遊資訊，為了讓自助旅遊更加方便。KK day 重視不同客群之需求，提供多元產品以滿足不同旅遊喜好的人，客群以不喜歡團體旅遊，又沒時間規劃自助旅行的顧客，以 25-45 歲女性為主要客群，其目標為世界旅遊體驗平台。

KK day 的快速崛起以及其良好的口碑與服務，使其獲利不斷成長，此外良好的獲利能力，吸引許多企業投資，獲得資金的投注，以亞洲為核心向外發展，目前已拓展 80 個以上的國家，500 座以上城市及兩萬個以上的旅遊體驗行。而亞洲另一大快速崛起的目的地旅遊平台 K Look，成立於 2014 年 5 月，於 2014 年 9 月正式上線，總部設於香港，目前提供超過 10 萬個覆

蓋全球 350 多個目的地之當地行程 與旅遊項目，其中包括景點門票、當地行程及交通、必吃美食、WiFi 服務及獨特體驗等。K Look 透過創新技術，提供旅客在旅途中預訂行程、極速確認，並以 QR Code 電子憑證 即時享受便利服務。

表 1 KK day SWOT 分析

<p>優勢 (strength)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 提供多元化的旅遊產品 ● 客製化的旅遊方案 ● 方便快捷的線上預訂和支付系統 ● 24 小時客戶服務和購買保障 	<p>機會 (opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 全球旅遊產業持續增長不斷發展創新旅遊產品和體驗 ● 線上旅遊市場的擴大 ● 開發更加智能化旅遊產品服務
<p>劣勢 (weakness)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 缺乏實體店面可能缺乏信任感 ● 有些產品價格較高 ● 目標市場主要集中在亞洲地區 ● 旅遊團銷售內容複雜，不利精簡人力 	<p>威脅 (threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 需要加強產品創新和差異化 ● 支付風險，需要加強支付安全措施 ● 需要加強對旅遊供應商的質量控制 ● 需要加強網絡安全措施

成功因素有許多，主要在於對客戶的服務以及了解市場趨勢，許多相同的特質，例如：彈性高、接地氣、有保障，這些都是非常重要的成功因素，讓客戶在體驗行程時能擁有保障多一份安心，進而達成顧客的忠誠度。

表 2 K Look SWOT 分析

<p>優勢 (strength)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 提供多元化的旅遊產品 ● 客製化的旅遊方案 ● 市場遍布全球，冷門景點不例外 ● 價格便宜，更有許多優惠方案 	<p>機會 (opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 全球旅遊產業持續增長不斷發展創新旅遊產品和體驗 ● 線上旅遊市場的擴大 ● 開發更加智能化旅遊產品服務
<p>劣勢 (weakness)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 缺乏實體店面可能缺乏信任感 ● 客服反應慢，沒有即時回應的管道 ● 旅遊團銷售內容複雜，不利精人力 	<p>威脅 (threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 需要加強產品創新和差異化 ● 需要加強對旅遊供應商的質量控制 ● 需要加強網絡安全措施

表 3 雄獅 SWOT 分析

<p>優勢 (strength)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 多年經驗和良好聲譽 ● 客製化的旅遊方案 ● 專業的旅遊團服務 ● 廣泛的線下銷售網絡 	<p>機會 (opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 全球旅遊市場增長 ● 國際旅遊消費額提升 ● 數位科技的應用
<p>劣勢 (weakness)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 同業價格較高 ● 網路銷售能力相對較弱 ● 缺乏技術創新 	<p>威脅 (threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 新興競爭對手的壓力 ● 消費者需求和行為的變化 ● 線上旅遊電商的競爭

2-3-1 廣告促銷差異化分析

1. KK DAY 廣告在於景點的介紹，擅長使用風景景點的拍攝來介紹。

K LOOK 廣告使用比較屬於景點在地的歷史及文化特色來帶入介紹。

2. 兩者都屬於旅遊電商，兩者在行程價格上差異不大，但雙方主打的旅遊商品不同，因此所做出的特色促銷也有所不同。KK DAY 著在餐券、電話卡的優惠，而 K LOOK 則是以現金回饋的方式來做出。

3. 雄獅旅行社廣告在於內容非常豐富，非常具有吸引力，行程內容也相當的仔細，圖文也相符合，景點也是在地的歷史及文化特色來帶入介紹。

2-3-2 KK day、K Look 與雄獅旅行社的差異性

表 4 KK day、K Look 與雄獅旅行社的差異

項目	KK day	K Look	雄獅旅行社
商品	票卷/交通/飯店/體驗活動	票卷/交通/飯店/體驗活動	團體旅遊行程
價格	較低	較低	較高
交易方式	線上付款電子合約	線上付款電子合約	向旅行社購買
時間	時間彈性 購買行程可自行調配	時間彈性 購買行程可自行調配	行程固定 須配合團體
便利性	較高	較高	較低
行程品質	品質上較細膩	品質較高	須配合當地 旅行社
客服服務	有提供線上客服 在國外旅遊只要有網路就 能聯繫解決問題	克服反應較慢 無法即時回應的管道	有領隊及導遊 可隨時處理問題

資料來源：<https://mimihan.tw/kkday-klook-good/>

第三章 研究方法

本研究以大眾對旅遊電商及旅行社之差異性為本研究之樣本。自 2023 年 3 月 23 日至 2023 年 4 月 12 日，將 Google 表單設計之問卷發放給大學生及一些社會人士填寫，而後進行問卷分析，問卷預計發放 60 份，實際填寫為 60 份，回應率為百分之 100。

本研究採用兩個部份：

第一部分是先做 Google 問卷設計經由發放問卷方式調查大眾對於旅遊電商及旅行社之差異性調查。本研究針對 KK DAY、K LOOK 以及雄獅旅行社的認知、優缺點、滿意度和差異性去做問卷的調查。

第二部分是將 Google 回收問卷資料利用 EXCEL 匯入並進行迴歸分析。

本專題的數據分析方式是利用 EXCEL 迴歸分析進行數據上的分析。本研究使用迴歸分析法。此相關分析可以描述兩個連續變數(X&Y)的線性關係，若要進一步確認兩個變數之間的因果關係，則應採用迴歸分析，迴歸分析係用以由自變項 (X 又叫做獨立變項) 預測依變項 (Y 又叫做依變項)。本研究採用多元迴歸分析用於探討多個預測變數及一個依變數之間的關係，此相關分析可以描述兩個以上連續變數(X&Y)的線性關係多元迴歸方程式。

3-1 問卷設計

本問卷內容針對旅遊電商及旅行社之差異性進行問卷調查，並配合相關文獻進行問卷設計，問卷共分成三個部分：

1. 第一部分:受訪者之基本資料，本問卷為無記名問卷，僅調查「性別」、「年齡」及、「平均年收入」及「職業」等四個問題。
2. 第二部分:受訪者對於旅遊行程安排的問題做調查，
3. 第三部分:問卷設計共 10 題問題如下:
 - (1)「請問您是否聽過 KK day 或是 K Look?」
 - (2)「請問您從哪裡知道這些旅遊電商的訊息?」
 - (3)「您有聽過的旅行社有哪些?」
 - (4)「請問旅行社跟旅遊電商您會選擇?」
 - (5)「如果選擇傳統旅行社原因是什麼?」
 - (6)「如果選擇旅遊電商原因是什麼?」
 - (7)「請問您認為傳統旅行社有什麼優點?」
 - (8)「請問您認為傳統旅行社有什麼缺點?」
 - (9)「請問您認為旅遊電商有什麼優點?」
 - (10)「請問您認為旅遊電商有什麼缺點?」。

表 5 問卷選項設計

問卷項目	題目
第一部分:受訪者之基本資料	Q1:性別 Q2:年齡 Q3:平均年收入 Q4:職業
第二部分:旅遊安排行程調查	Q1:您每次國內旅遊(不包含住宿費) 預算一個人大約是多少? Q2:請問您旅遊的主要目的? Q3 您一年大約旅遊幾次? Q4 請問您如何安排行程規劃?
第三部分:對於電商及傳統旅行社看法調查	Q1 請問您是否聽過 KK day 或是 K Look? Q2 請問您從哪裡知道這些旅遊電商的訊息? Q3 您有聽過的旅行社有哪些? Q4 請問旅行社跟旅遊電商您會選擇? Q5 如果選擇傳統旅行社原因是什麼? Q6 如果選擇旅遊電商原因是什麼? Q7 請問您認為傳統旅行社有什麼優點? Q8 請問您認為傳統旅行社有什麼缺點? Q9 請問您認為旅遊電商有什麼優點? Q10 請問您認為旅遊電商有什麼缺點?

3-2 迴歸分析

本研究使用迴歸分析法。此相關分析可以描述兩個連續變數(X&Y)的線性關係，若要進一步確認兩個變數之間的因果關係，則應採用迴歸分析，迴歸分析係用以由自變項（X 又叫做獨立變項）預測依變項(Y)。

本研究採用多元迴歸分析用於探討多個預測變數及一個依變數之間的關係，此相關分析可以描述兩個以上連續變數(X&Y)的線性關係多元迴歸方程式如下：

本研究的變數如下：

X1=性別（1=女性、0=男性）

X2=年齡

X3=職業（1=有、0=學生）

X4=旅遊目的（1=美食，2=放鬆，3=風景）

X5=旅遊型態(1=自由行 2=團體)

多元迴歸方程式如下：

$Y=(\text{月收入}) = a + b_1X_1(\text{性別}) + b_2X_2(\text{年齡}) + b_3X_3(\text{職業}) + b_4X_4(\text{旅遊目的}) + b_5X_5(\text{旅遊型態}) + e$

第四章 研究結果

4-1 圖表分析

一、基本資料 1.性別

60 則回應

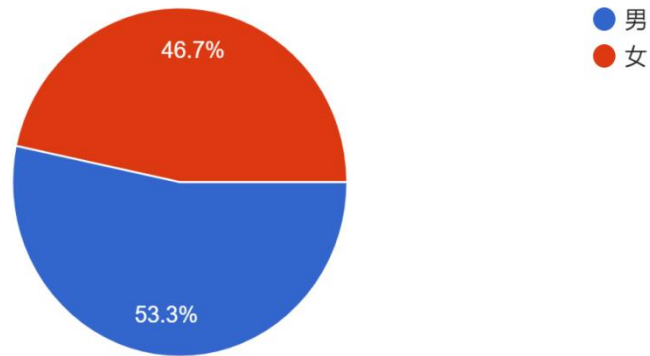


圖 6 性別

2.年齡

60 則回應

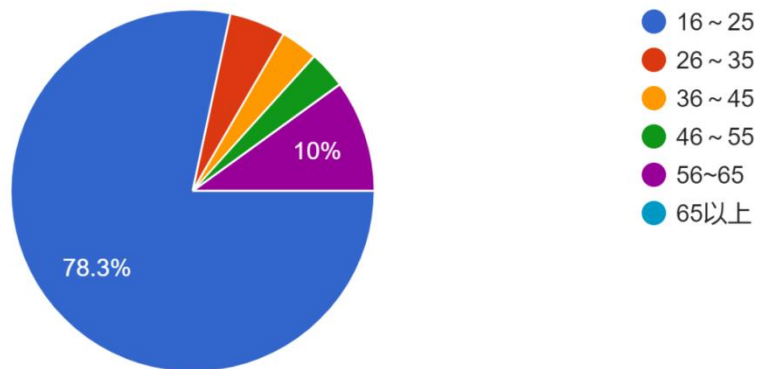


圖 7 年齡

3.平均年收入

60 則回應

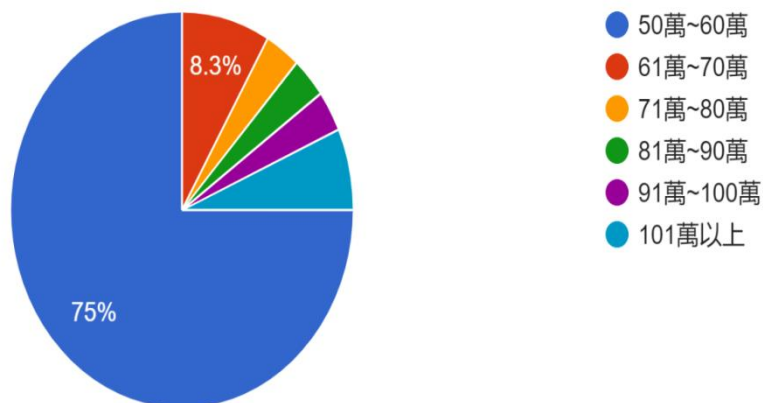


圖 8 平均年收入

4.職業

60 則回應

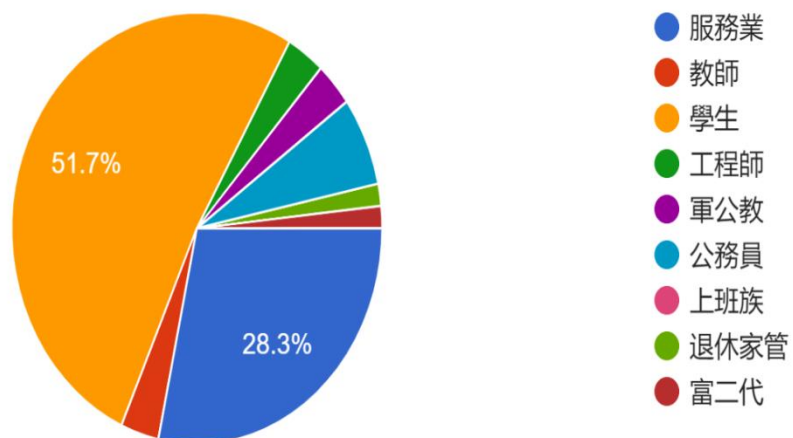


圖 9 職業

二.旅遊行程安排 1.您每次國內旅遊的(不包含住宿費)一個人預算大約是多少?

60 則回應

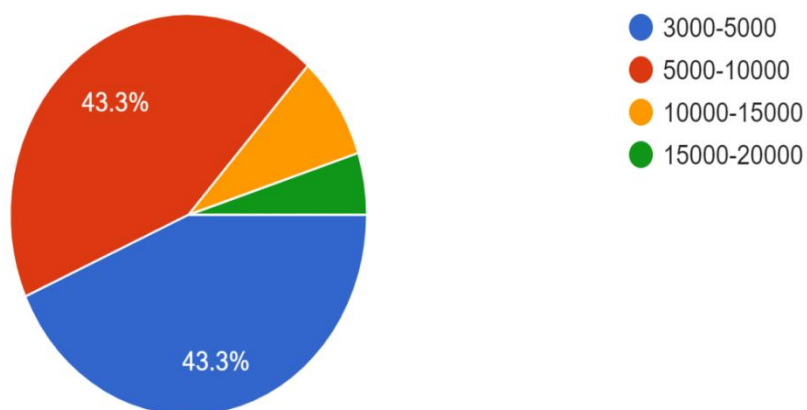


圖 10 旅遊的花費

2.請問您旅遊的主要目的

60 則回應

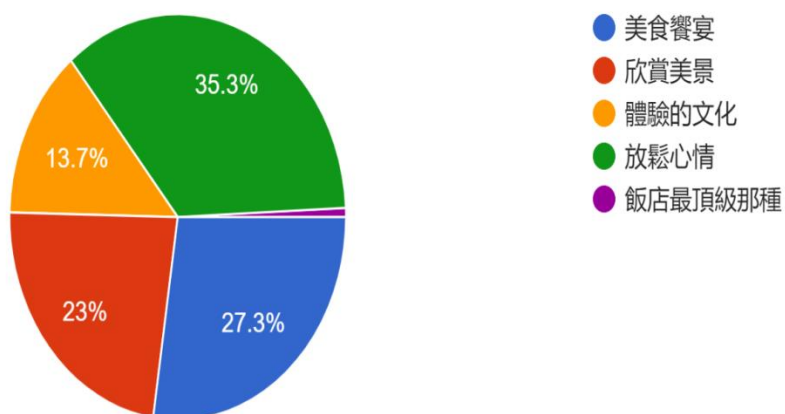


圖 11 旅遊主要目的

3. 您一年大約旅遊幾次?

60 則回應

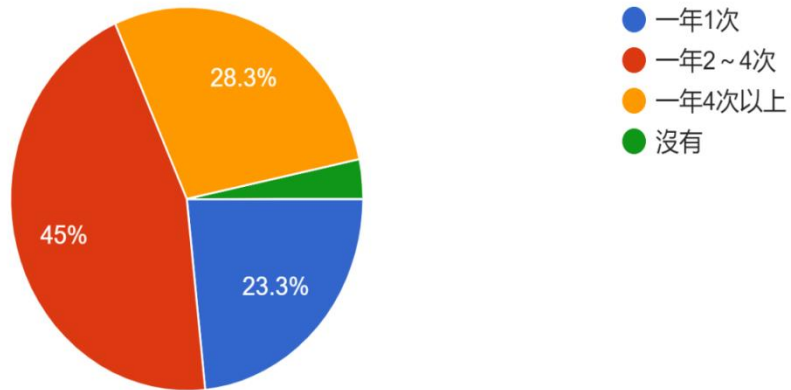


圖 12 一年旅遊次數

4. 請問您如何安排行程規劃

60 則回應

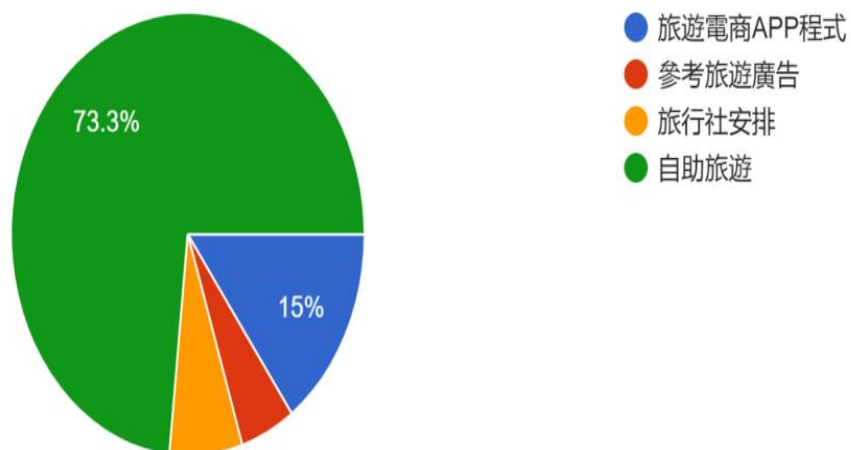


圖 13 安排行程

三.對於電商及傳統旅行社看法 1.請問您是否聽過KKday或是Klook。
60 則回應

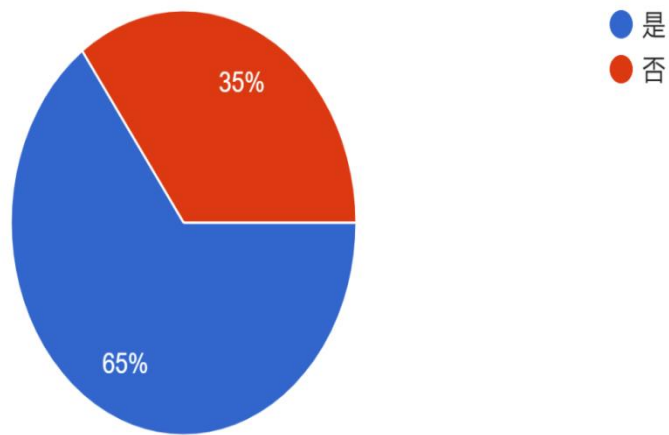


圖 14 是否聽過電商平台

2.請問您從哪裡知道這些旅遊電商的訊息?
60 則回應

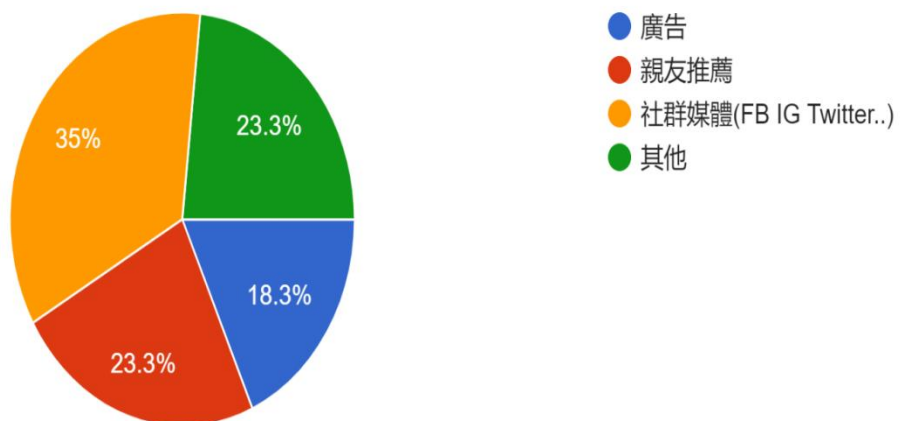


圖 15 如何得之旅遊電商

3. 您有聽過的旅行社有哪些?

60 則回應

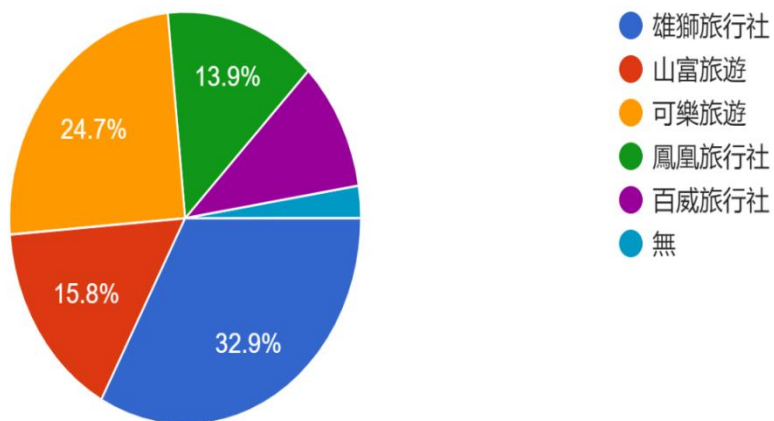


圖 16 聽過的傳統旅行社

4. 請問旅行社跟旅遊電商您會選擇?

60 則回應

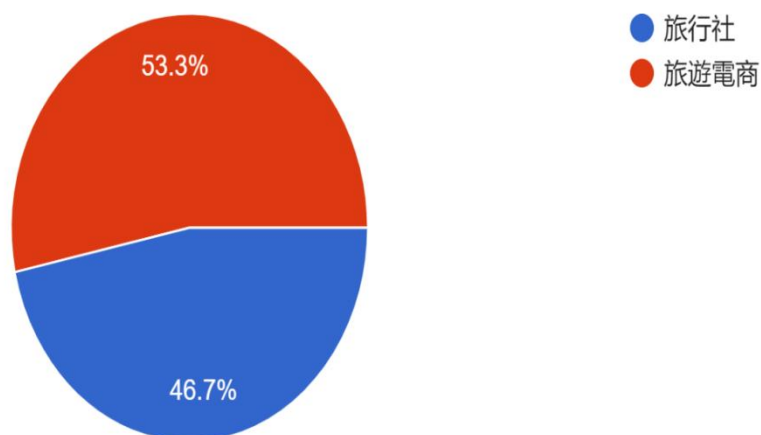


圖 17 行程的選擇

5. 如果選擇傳統旅行社原因是什麼 (可複選最多3個)

60 則回應

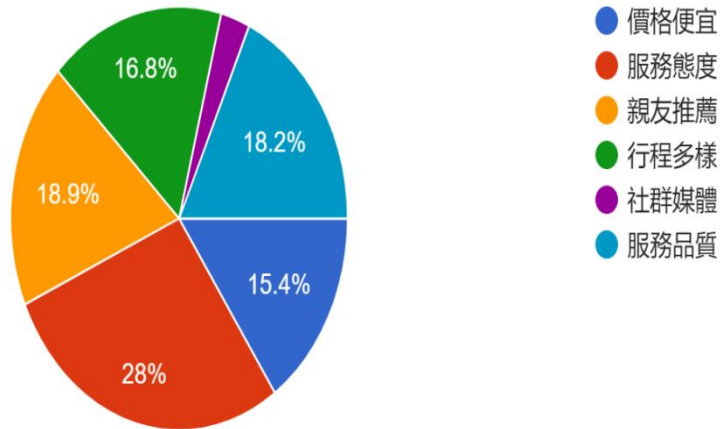


圖 18 為何選擇傳統旅行社

6. 如果選擇旅遊電商原因是什麼 (可複選最多3個)

60 則回應

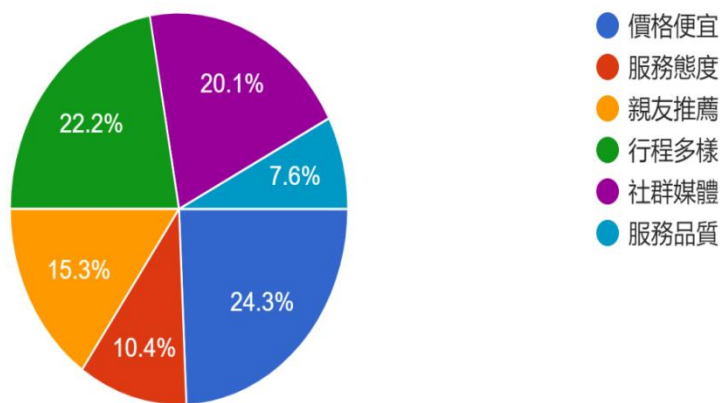


圖 19 為何選擇旅遊電商

7.請問您認為傳統旅行社有什麼優點

60 則回應

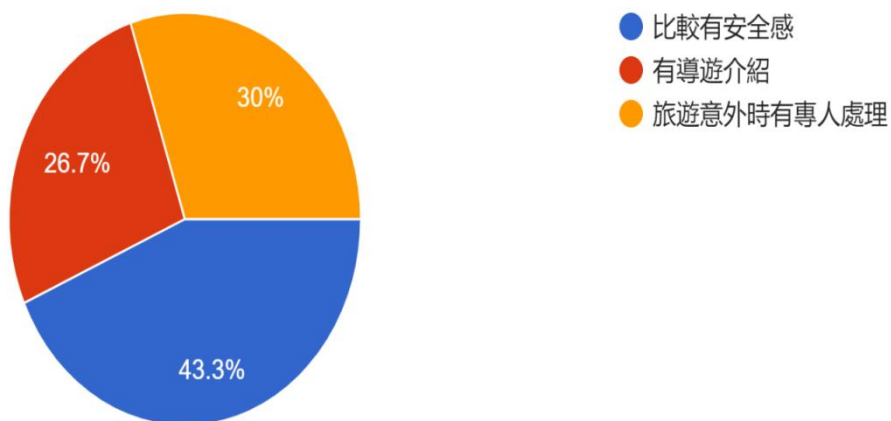


圖 20 傳統旅行社的優點

8.請問您認為傳統旅行社有什麼缺點

60 則回應

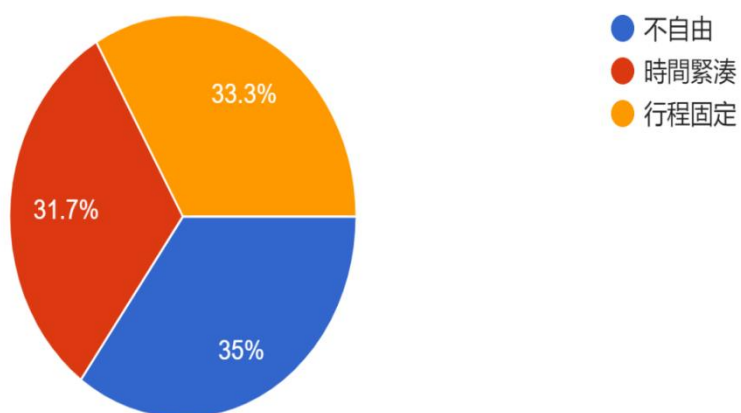


圖 21 傳統旅行社的缺點

9.請問您認為旅遊電商有什麼優點

60 則回應

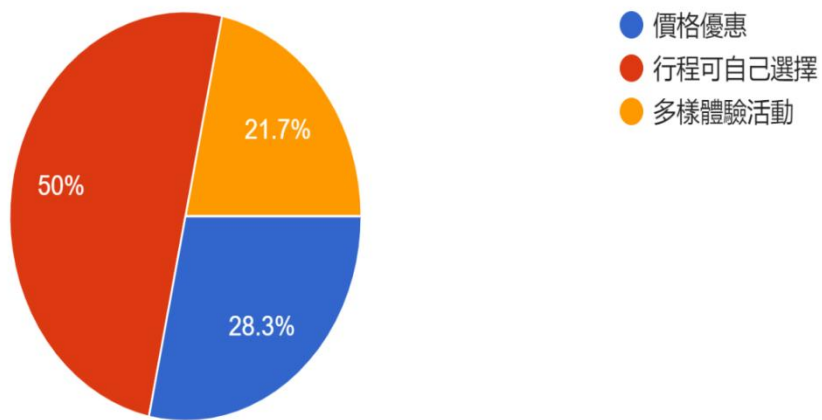


圖 22 旅遊電商的優點

10.請問您認為旅遊電商有什麼缺點

60 則回應

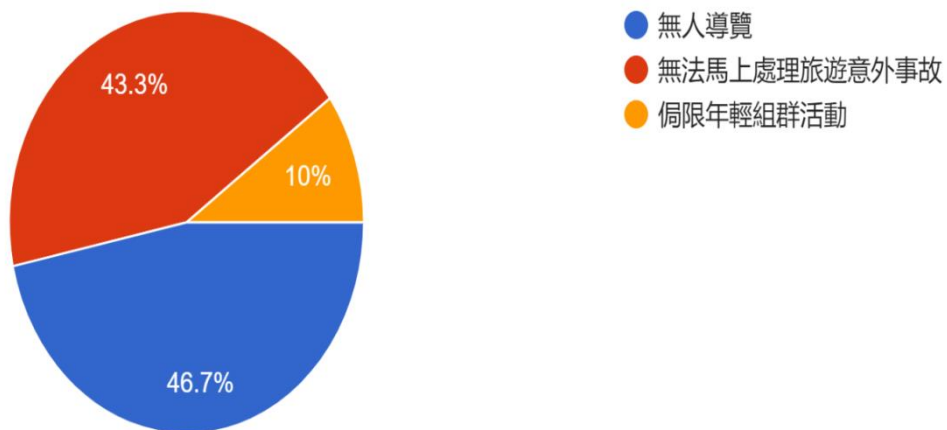


圖 23 旅遊電商的缺點

4-2 迴歸分析

5 個變數如下:

X1 = 性別 (1 = 男性、0 = 女性)

X2 = 年齡

X3 = 職業 (1 = 上班族、0 = 學生)

X4 = 每人每次旅遊預算

X5 = 參加旅遊型態 (1 = 旅遊電商 0 = 參加雄獅)

多元迴歸方程式如下:

$$Y(\text{年收入}) = a + b_1X_1(\text{性別}) + b_2X_2(\text{年齡}) + b_3X_3(\text{職業}) + b_4X_4(\text{旅遊預算}) + b_5X_5(\text{旅遊型態}) + e$$

本研究採用多元迴歸分析用於探討多個預測變數及一個依變數之間的關係，此相關分析可以描述兩個以上連續變數(X&Y)的線性關係多元迴歸方程式。本研究探討共有 5 個變數中跟問卷的年收入是否有關係，在研究中發現這 5 個變數中的變數跟年收入有關係，而且是 R 平方達到 0.9702。

迴歸分析結果如下:

A	B	C	D	E	F
摘要輸出-旅遊電商與雄獅旅行社研究-年收入與5項變數之關係					
迴歸統計					
R 的倍數	0.98497169				
R 平方	0.97016923 信度很高				
調整的 R 平方	0.94981791				
標準誤	126083.649				
觀察值個數	60				
ANOVA					
	自由度	SS	MS	F	顯著值
迴歸	5	2.84357E+13	5.68713E+12	357.7468115	4.3784E-40
殘差	55	8.7434E+11	15897086610		
總和	60	2.931E+13			
	係數	標準誤	t 統計	P 值小於 0.05 才有解釋	下限 95%
截距	0	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A
X1=性別(1=男 0=女生)	68203	31200.78683	2.185944103	0.033094249	5675.40232
X2=年齡	12711	1275.398953	9.965940014	6.30549E-14	10154.59285
X3=職業(1=上班族 0=學生)	-74329	38089.13991	-1.951446385	0.056104242	-150661.256
X4=一個人旅遊預算(每次)	19	3.504817685	5.475235487	1.11435E-06	12.16589061
X5=旅遊型態(1=參加電商自由行 0= 雄獅)	183110	41455.01033	4.417083841	4.7354E-05	100032.5596

圖 24 迴歸分析圖

- 1、迴歸分析中變數 X1 性別對 Y=年收入關係
因為 P 值小於 0.05 因此有解釋能力。代表問卷中男性的年收入較女性高出每年 68203 元。
- 2、迴歸分析中變數 X2 年齡對 Y=年收入關係 因為 P 值小於 0.05
因此有解釋能力。代表年齡每增加 1 歲的年收入會增加 12711 元。
- 3、迴歸分析中變數 X3 是職業跟 Y=年收入關係
因為 P 值大於 0.05 故沒有解釋能力。代表上班族的年收入比學生多出 74329 元。
- 4、迴歸分析中變數 X4 是旅遊預算對 Y=年收入關係
P 值小於 0.05 所以有解釋能力。代表旅遊預算每增加 1 元對平均年收入會增加 19 元。
- 5、迴歸分析中變數 X5 是選擇參家電商旅遊與對 Y=年收入關係
因為 P 值小於 0.05 故有解釋能力
認為購買旅遊電商比雄獅旅遊行程其年收入會高出 183110 元。

4-3 問卷分析

本研究透過 Google 問卷圖表分析說明如下：

1. 本次問卷調查出大部分人的旅遊目的是放鬆心情，其次是美食饗宴。
2. 大部分的人還是選擇自助旅行居多，其次是旅遊電商，這代表大部分人還是喜歡自己安排行程比較不受拘束。
3. 問卷調查中會選擇傳統旅行社的原因是服務態度跟品質都比較好：選擇旅遊電商的原因是價格便宜和行程多樣行程。
4. 從問卷調查看到出大部分人認為傳統旅行社的優點為比較有安全感，而缺點則是比較不自由。
5. 從問卷調查看到出大部分人認為旅遊電商的優點是行程可以自行選擇缺點則是無法立即幫客人處理意外事故。

第五章 結論與建議

5-1 結論

隨著科技的不斷進步和人們對旅遊體驗的要求不斷提高，旅遊電商和傳統旅行社各具優勢，消費者會根據自己的需求和偏好做出選擇。

對於千禧世代而言，他們通常喜歡探索新事物並注重價格和彈性，而對於嬰兒潮世代，他們更注重旅遊的品質和服務以及安全性。

因此，旅遊業者應該針對不同年齡層的消費者做出差異化的服務和產品，以滿足他們的需求和偏好，提升整體的旅遊體驗和滿意度。

本研究得到結論如下：

1. 人們安排行程規畫選擇最多是自助旅遊：

人們依然想自己安排行程，原因是不用像旅行團一樣要考慮到其他人，自己安排行程可以安排自己想去的去處，不像旅行團那樣只有固定的行程，沒辦法去想去的景點。

2. 大部分人還是選擇旅遊電商居多：

原因是相較傳統旅行社，旅遊電商的價格相對較低，旅遊行程也比較多元化，想去冷門景點也可以做選擇，而且現在是網路的時代，線上付款及手續非常的便利。

3. 迴歸分析中發現 5 個變數其中有 4 個變數都與年收入有關係。

4. 雖然旅遊電商比較多人去做選擇，但傳統旅行社依然是可以作為旅遊的選擇之一，因為如果語言不通又人生地不熟，傳統旅行社還有領隊導遊可以帶領介紹國家等等的。

5-2 建議與限制

建議：

本研究得到的建議如下：

1. 旅遊電商市場方面比較有多種選擇，冷門景點也可以去，但在網路與客服方面，建議多往顧客方向著想，顧客有任何需要立即回覆會讓顧客更有安全感，整體滿意度會提高許多。

2. 雄獅的目標客群著重於壯年及老年族群，因為財團財力雄厚、重視旅遊品質，建議可以提供小眾旅遊、頂級旅遊、獨特路線體驗，來創造旅客專屬的旅遊體驗和回憶。

限制：

1. 問卷數量太少，缺乏更多樣本分析較為可惜。

參考文獻

1. <https://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E7%94%B5%E5%AD%90%E5%95%86%E5%8A%A1%E5%B9%B3%E5%8F%B0> (電子商務平台)
2. <https://zh.wikipedia.org/zh-tw/KKday> (kkday 維基百科)
3. <https://www.chinatimes.com/newspapers/20161218000111-260202?chdtv> (kkday 創辦人 陳明明)
4. <https://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E9%9B%84%E7%8D%85%E6%97%85%E8%A1%8C%E7%A4%BE> (雄獅旅行社 維基百科)
5. <https://www.cheers.com.tw/article/article.action?id=5051920> (雄獅旅行社創辦人 王文傑)
6. <https://cn.technode.com/post/2017-07-03/klook/> (王志豪受訪)
7. <https://www.organism.com.tw/archives/13509> (商業模式九大構面)
8. <https://event.xinmedia.com/forum/2023GTF/#about> (旅遊未來趨勢)
9. <https://growthmarketing.tw/case-study-kkday/>
10. <https://growthmarketing.tw/case-study-klook/>
11. <https://www.kkday.com/static/zh-tw/about/media-report.html>
12. <https://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%AE%A2%E8%B7%AF>
13. <https://www.klook.com/zh-TW/about/>
14. <https://www.klook.com/zh-TW/> (Klook 官網)

15.<https://www.kkday.com/zh-tw>

(KKDAY 官網)

16.<https://mimihan.tw/kkday-klook-good/>

____(KKday、Klook 與雄獅旅行社的差異性)

17.<https://roo.cash/blog/travel-kkday-klook-comparison/>

(kkday、klook 差異性)

附錄一

一、基本資料*

1.性別

男

女

2.年齡*

16~25

26~35

36~45

46~55

56~65

65以上

3.平均年收入 *

- 50萬~60萬
- 61萬~70萬
- 71萬~80萬
- 81萬~90萬
- 91萬~100萬
- 101萬以上

4.職業 *

- 服務業
- 教師
- 學生
- 工程師
- 軍公教
- 公務員
- 上班族
- 其他...

二.旅遊行程安排 *

1.您每次國內旅遊的(不包含住宿費)一個人預算大約是多少?

- 3000-5000
- 5000-10000
- 10000-15000
- 15000-20000

2.請問您旅遊的主要目的 *

- 美食饗宴
- 欣賞美景
- 體驗的文化
- 放鬆心情

3. 您一年大約旅遊幾次? *

- 一年1次
- 一年2~4次
- 一年4次以上
- 沒有

4.請問您如何安排行程規劃 *

- 旅遊電商APP程式
- 參考旅遊廣告
- 旅行社安排
- 自助旅遊

三.對於電商及傳統旅行社看法 *

1.請問您是否聽過KKday或是Klook 。

- 是
- 否

2.請問您從哪裡知道這些旅遊電商的訊息? *

- 廣告
- 親友推薦
- 社群媒體(FB IG Twitter..)
- 其他

3.您有聽過的旅行社有哪些? *

- 雄獅旅行社
- 山富旅遊
- 可樂旅遊
- 鳳凰旅行社
- 百威旅行社
- 無

4.請問旅行社跟旅遊電商您會選擇? *

- 旅行社
- 旅遊電商

5.如果選擇傳統旅行社原因是什麼 (可複 *
選最多3個)

- 價格便宜
- 服務態度
- 親友推薦
- 行程多樣
- 社群媒體
- 服務品質

6. 如果選擇旅遊電商原因是什麼 (可複選最多3個) *

- 價格便宜
- 服務態度
- 親友推薦
- 行程多樣
- 社群媒體
- 服務品質

7. 請問您認為傳統旅行社有什麼優點 *

- 比較有安全感
- 有導遊介紹
- 旅遊意外時有專人處理

8. 請問您認為傳統旅行社有什麼缺點 *

- 不自由
- 時間緊湊
- 行程固定

9.請問您認為旅遊電商有什麼優點*

- 價格優惠
- 行程可自己選擇
- 多樣體驗活動

10.請問您認為旅遊電商有什麼缺點*

- 無人導覽
- 無法馬上處理旅遊意外事故
- 侷限年輕組群活動