

明新科技大學

企業管理系

畢業專題研究報告

夾娃娃機的經營模式與消費行為觀察

學生：彭文瑤 邱玟瑗

黃亞榛 陳芝鈴

黃曉雯

指導老師：林舒予 老師

中華民國一百零七年十二月

## 摘要

夾娃娃機二十多年前就已出現，沒想到這股風潮一路延燒至今，從過往只在遊戲場或騎樓一角零星地擺上幾台，變成一條街上就有好幾家夾娃娃機店。儘管如此，每當我們經過時，店內卻總是門可羅雀，客人這麼少，夾娃娃機店真的有利潤嗎？由於台灣關於這方面的實證研究很少，所以我們想了解其經營模式以及經營現況與消費者的行為模式，以供夾娃娃業者作為經營行銷的參考與建議。本研究採用的研究方法有三種，（1）深度訪談法，訪問 2 位場主（為夾娃娃機店的場地、機台擁有者）及 3 位台主（為機台承租者）。（2）觀察法，利用場主提供的監視器畫面觀察來客數、消費者的消費行為。（3）現場實驗／觀察法，與場主實際承租一台機台，操弄機台內容來實驗是否因內容物不同而收入也會有所不同。本研究主要結論如下：（1）主要客群為年輕男性，偏好高單價高難度的海螺機台（藍芽喇叭）。（2）晚間時段的客流量最多，平均花費集中在 200 元以內。（3）消費者瀏覽的熱點機台位於店面的前方右側，但最後決定其消費的機台主要還是受內容物影響。（4）場主的租金獲利較穩定，台主獲利多寡則須依靠自身努力及經驗。（5）因為成本低，看似市況清淡的店面，實際上仍是可獲利的。但因為吸客能力不高，夾娃娃機店對於商圈而言有負面的外溢效應。

【關鍵詞】夾娃娃機、消費行為