

投稿類別：商業類

篇名：

帥哥美女帶來的商機之探討

作者：

曾苑真。私立崑山中學。資處科三年甲班

鍾宜螢。私立崑山中學。資處科三年甲班

陳靜樺。私立崑山中學。資處科三年甲班

指導老師：

王俊達 老師

壹●前言

一、研究動機

有一次看到有間飲料店的男店員長的很好看，於是就時常去那間店跟那店員買飲料，所以我們就很好奇是否帥哥美女的店員能提高顧客的購買意願呢？

最近景氣每況愈下，但是每到了車展或是資訊展，廠商就會祭出帥哥美女牌，吸引許多民眾熱烈的關注。今年的新聞也有報導：農曆過年期間「迪化街」南北貨的商家也增聘許多寒假工讀生駐店協助賣東西，大部份都打出「帥哥、美女」牌，當日業績也都有二、三成的業績成長。因此我們想探討，祭出「帥哥、美女」牌是否能為商家帶來「吸金」效果還是「吸睛」效果。

二、研究目的

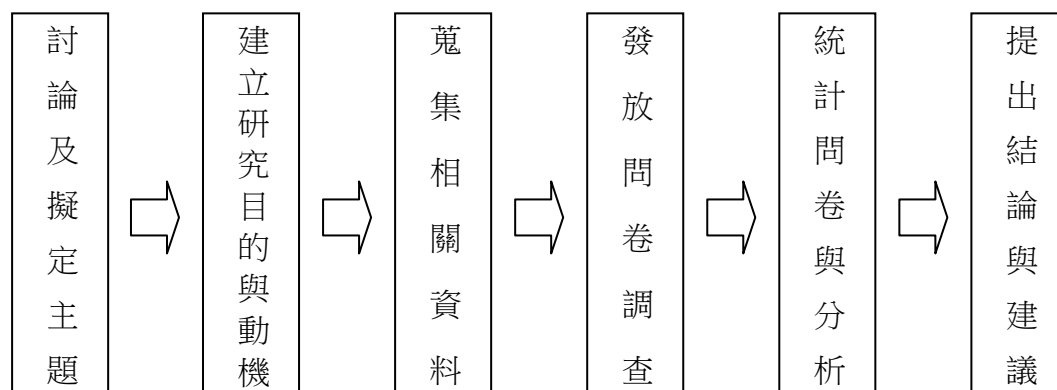
- (一) 帥哥美女是否有提升來客率？
- (二) 探討帥哥美女所帶出的商機？
- (三) 是否會因為帥哥美女店員而去購買商品？

三、研究方法

(一) 問卷調查

使用問卷調查，並根據問卷統計結果作為依據

四、研究流程



貳●正文

一、何謂帥哥美女

大多數的男生為視覺系動物而女生為感官動物，每個人對帥哥的看法也都有所不同，有可愛型、運動型、靦腆型、陽光型，而現代的店家也開始與以前傳統所需的不同，以清新活潑的方式，闖出好成績，因為大家所觀看的角度也不盡相同，然而現代的經濟只要冠上帥哥美女就一定會有「吸睛」效果。

對美女則是有分清純型、可愛型、甜美型、性感冷艷型，「台灣網友對於清秀、甜美型的正妹喜愛度最高，例如豆花妹就是是最佳代表。」（註一）

二、廠商與大眾的看法

（一）、廠商的角度

「台灣正流行一股「正妹現象」，有「正妹」就是收視率保證、就能吸引人潮。從網路到實體，商機一年上看八百億元。」（註一）在景氣不佳的現在廠商們看中了這股帥哥美女的風潮，於是紛紛祭出了帥哥美女牌想趁著這股風潮帶動商品的銷售量，而廠商也發現了相同的商品如果找來帥哥美女代言行銷，不但讓商品顯得更好看、更有質感，真的也提升了一些銷售量。

廠商店家知道「人潮就是錢潮！」，「現在的車展已經變成「美女為主、汽車為輔」的局面了，帶動另外一種品牌分享或是傳播力量」（註二），所以車展、電玩展……等，不容易銷售商品的廠商，就以帥哥美女來吸引人潮，現場一定會有各種模特兒走秀推銷，甚至還有勁歌熱舞表演，並會發送各式各樣的小禮物。

現代的商業展覽，就連充滿魚腥味的漁貨市場也開始打出美女牌。在新聞報導也曾提到「在台中梧棲漁港內，有藝人馮媛甄明星臉的楊羽琳，靠著迷死人笑容叫賣生魚片，業績超夯！」（註三）也吸引了許多年輕人前來。

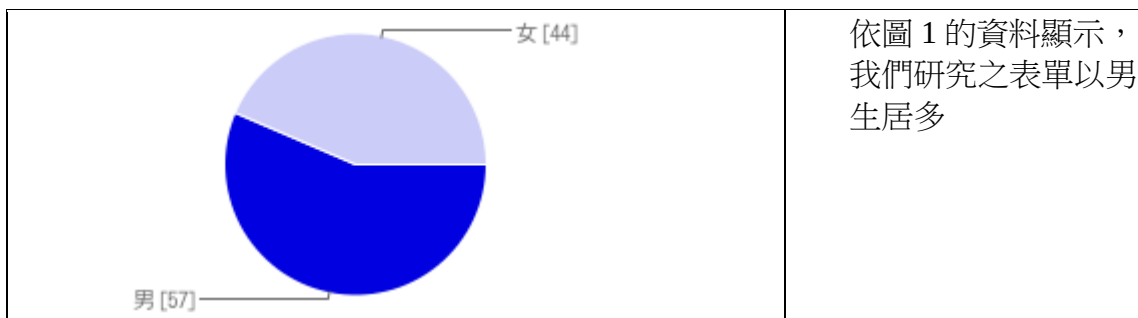
人潮最多的莫過於過年時年貨大街，以前的年貨都是靠商家大聲的叫賣但不管叫賣的聲音有多大，帶來的業績卻一點也沒有成長，而現在有不少店家，選擇年輕工讀人叫賣，儘管聲音不大，但是一排年輕帥哥和美女站在那，就夠吸睛了！迪化街店家大打年輕牌，用年輕的帥哥美女店員吸客，然而這種行銷對賣家來說是一個業績成長的方法。

（二）大眾的角度

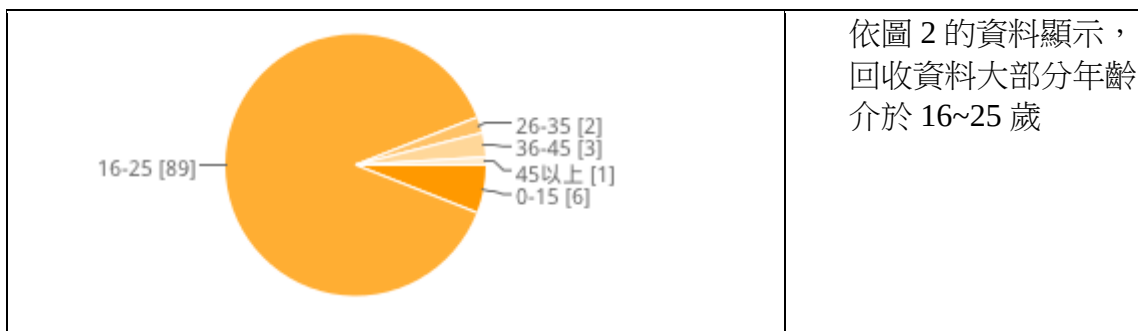
帥哥美女對多數人來說，總是會先聯想到”好”或”美麗”...等等的字眼，也會影響到大眾對商品的評價。對於沒有看過或使用過的商品，當消費者看到是帥哥美女代言行銷的就很容易會被吸引，然而心中就會產生”使用了這個展品，就能變的跟帥哥美女一樣”的期望，而當民眾看到帥哥美女的店員，就很容易會有想與他們有多一些接觸。

「在車展中，無論車子價值有多高，它畢竟是個冰冷的鋼鐵構成物，在影像中總是少了那麼點生命；但只要有辣妹加入，一切就改觀了」（註五），所以有消費者喜歡看的帥哥美女，就會讓人想要多看一眼，因為帥哥美女是大眾所愛的，藉由美麗的人來推廣商品，因為美麗的人似乎會讓人印象深刻，商品不再是冷冰冰沒印象的。

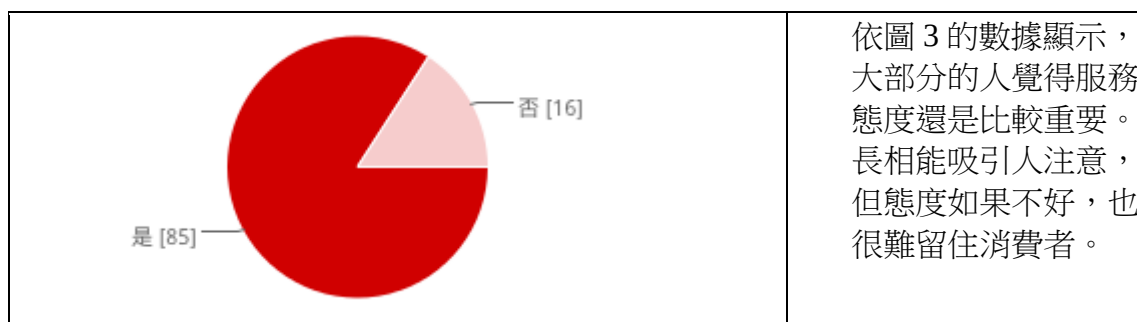
三、問卷基本資料分析：



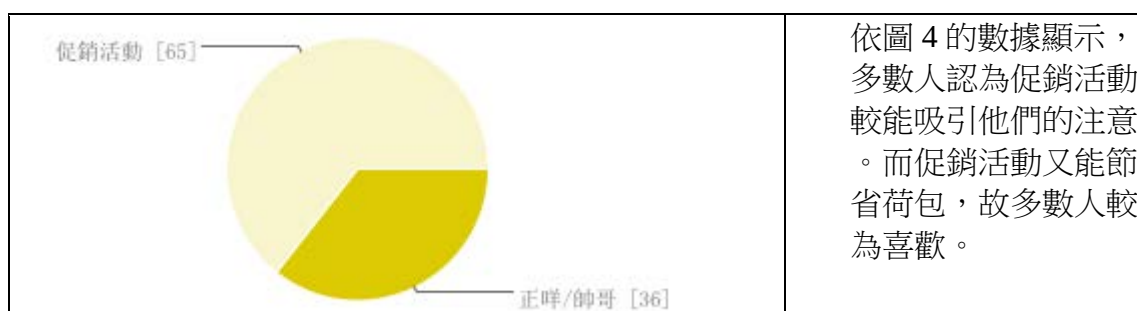
(圖一)性別



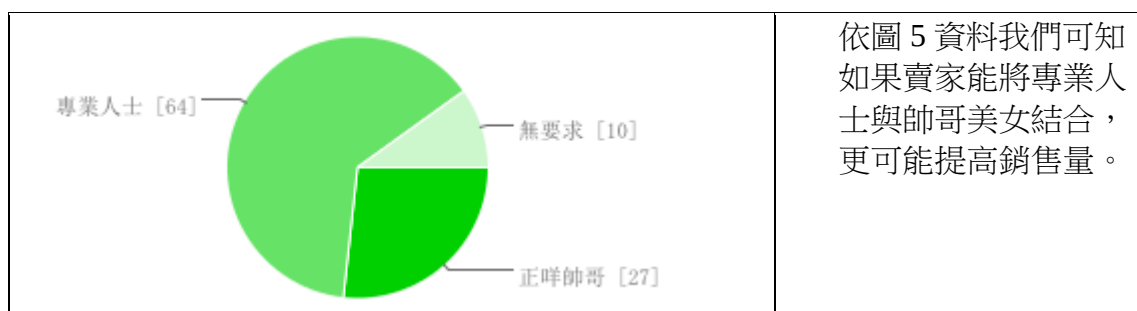
(圖二)年齡



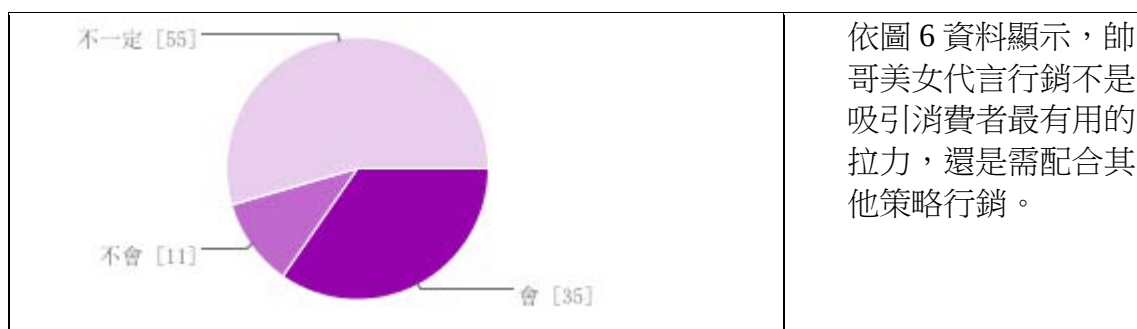
(圖三)服務態度比長相來的重要嗎?



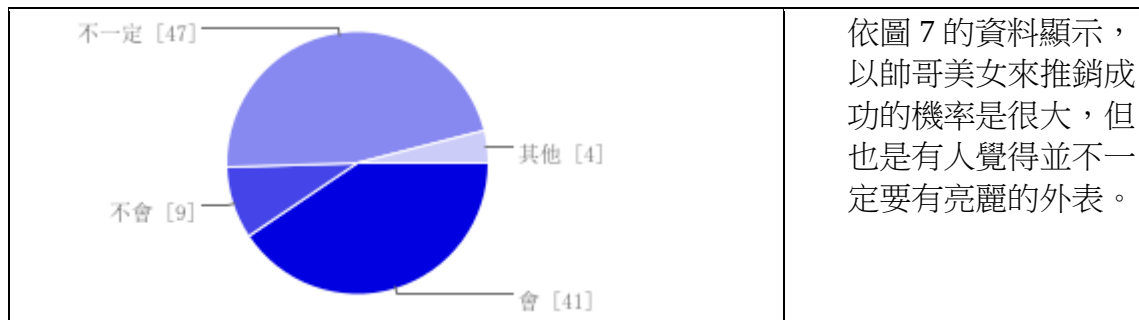
(圖四)哪種行銷策略較能吸引你的注意?



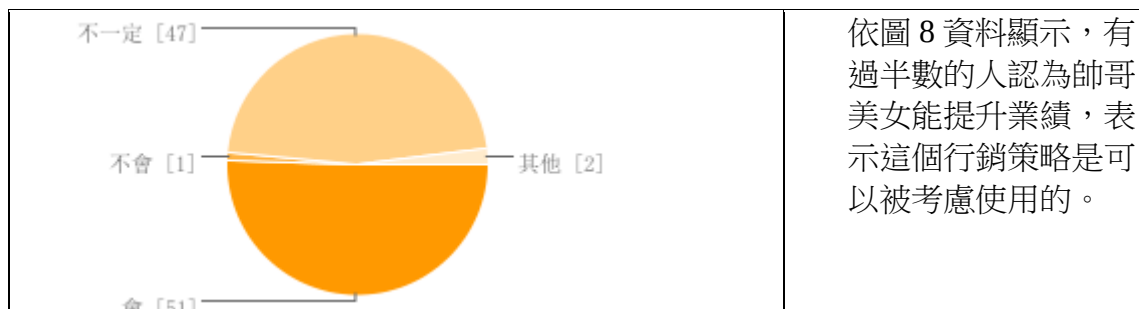
(圖五)相同的商品，你會選擇向誰詢問?



(圖六)假設你沒來過這間店，你會因為有帥哥美女代言或行銷而來嗎?



(圖七)兩家以上都有同樣商品在販售你會選擇帥哥美女嗎?



(圖八)你覺得有帥哥美女來行銷真的能提升業績嗎?

參●結論

- (一) 提升業績有很多方法，發現到其中是搭配一些促銷方案的活動、降價優惠，反而更加能吸引消費者上門消費。
- (二) 由調查發現到，消費者對產品還是會比較注重專業性，表示他們看中的是商品本身。多數的消費者認為服務人員的態度、商品的價格，是吸引他們前往消費的主因，帥哥美女的代言推銷不一定會促使他們前往消費。
- (三) 雖然說人潮等於錢潮，帥哥美女也確實能吸引到大量的人潮，但經我們的問卷發現，大多數的民眾還是會對促銷活動有較大的吸引力。帥哥美女雖然可以吸引人潮前來購買但還是會希望有專業人士來解說，所以可以請帥哥美女來解說商品不僅有專業資訊讓消費者了解還可以讓消費者停留腳步而久一點，或者是帥哥美女於門口前吸引消費者的注目，然後帶消費者進來再由專業人士來解說商品。
- (四) 當有一樣的商品在販售時，有近四成的消費者會選擇有帥哥美女的店家來消費，所以如果能打出帥哥美女牌，能更加提升消費者的購買意願。

肆●引註資料

- (註一) 顏甫珉(2010)。正妹人人愛 甜美型正妹最吸金。聯合報。9月1日。
- (註二) 「時空記錄簿」記錄我的生活大小事。擷取時間 2013 年 2 月 25 日。
網址 <http://www.wretch.cc/blog/sinshi/25574458>。
- (註三) 王乙徹(2013)。魚市甜姐兒 叫賣業績夯。蘋果日報。02 月 08 日。
- (註四) 李玲玲(2012)。直擊／迪化街年貨叫賣 「帥哥美女」店員當道。今日新聞。1 月 9 日。
- (註五) 張天雄(2009)。廣告，花錢買就太遜了！不用一毛錢也能立即用的新聞行銷。台灣：凱信出版。