



愛上網路逛街 “心得文” 就甘心”

2008-09-28 文 洪效凡

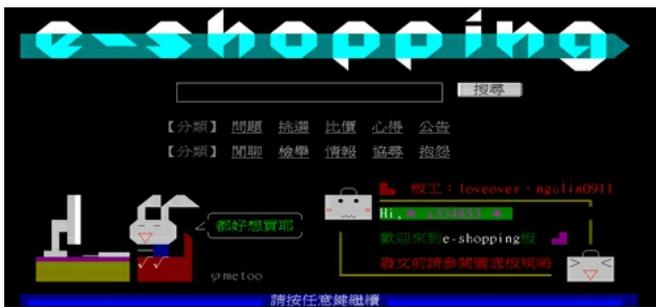


當紅討論版 — e-shopping

網路科技發達，人們的消費習慣也跟著改變，近年來網路購物一躍成為消費活動主流，除了閒暇時逛街外，平時也可以透過網路的購物平台來達到消費樂趣。全國最大永遠是即時熱門看板的前二十名，此版的討論內容包括揪團團購、日貨連線（網友熱心提供許多賣家的最新資訊）、網購疑問（在自己中意的商品中請教網友意見，並與大家討論）等等，不過最令網友喜愛的話題，就是「心得文」分享。

心得文中的重點，是分享購買後的喜悅。網友將自己試穿的照片以及實體商品發表於部落格中。

圖片來源：蘇小姐的部落格



此為PPT站網購版(e-shopping)進版畫面 圖片來源：PPT網購版

，分享自己實際體驗後的感言。網購版的主要使用者為年輕女性，消費領域以穿著打扮的商品為主，牛仔褲、高跟鞋、雪紡紗是最新當紅話題，他們將購物後的喜悅以文字加圖片型式發表在網路上，分享著自己擁有「戰利品」後的滿足感。網友除了將文字感想發表於此版上，為求更精準的體驗感受，也寫在部落格中，連同文章將部落格網址一起發表。

有趣的「心得文現象」

「心得文」包羅萬象，網友們在版上發表對於網拍的心得，可以推薦某樣商品，可以對某個商場或賣家做批評，或者是分享在購物過程中發生的有趣事情。最重要的

媒體歷屆廣告

推薦文章

- 變化自如 幕後的聲音演員
- 那些年 爸爸與芭樂的回憶

- 關余膚色 我想說的事

總編輯的話 / 郭穎慈



本期共有十九篇稿件。頭題〈夢想配方 攝影甜點與咖啡〉忠實刻劃一位科技新貴勇敢出走，開設一間攝影風格咖啡廳的歷程和堅持。

本期頭題王 / 洪詩宸



嗨，我是詩宸。雖然個子很小，但是很好動，常常靜不下來。興趣是看各式各樣的小說，和拿著相機四處拍，四處旅行。喜歡用相機紀錄下感動，或值得紀念的人事物。覺得不論是風景還是人物，每個快門的...

本期疾速王 / 吳建勳



大家好，我是吳建勳，淡水人，喜歡看電影、聽音樂跟拍照，嚮往無憂無慮的生活。

本期熱門排行



夢想配方 攝影甜點與咖啡
洪詩宸 / 人物



橙色的季節 唯美「柿」界
陳思章 / 照片故事



老驥伏櫪 馬躍八方
許翔 / 人物



追本溯源 探究大地之聲
劉雨婕 / 人物



變化自如 幕後的聲音演員
張婷芳 / 人物



圖片內容就是商品照片，把商品的每個細節拍攝清楚，文章中評論此項商品的優缺點，然後試穿上。而此文章重點，就在試穿的照片中，穿戴上新商品的喜悅感可從字裡行間看的到，作者利用數位相機來自拍，或面對鏡子拍攝自身，展現商品特色。這舉動可讓透過版上，同樣欣賞的網友發表評論，他們在文章

下面推文，除了發表對此商品的感言，**網友Rufiw將商品的細節拍攝清楚，評論其優缺點。**

，稱讚的文字讓原PO更為開心，在下次購物後，也會更樂意提供分享文。這些快樂的氛圍讓網購版參訪人數居高不下，敢秀出自信的網友，不斷的在購物後分享心得，也提高了賣家的形象。許多賣家有了BBS這超強的媒介而打響知名度，商品的質感、賣家的工作效率，這些都是網友們推薦的關鍵，它們經過網友們不斷分享心得文，名氣會越來越高，消費者會買得更安心。

圖片來源：Rufiw的部落格

熱衷於Choya商家的網友Rufiw表示：「在折扣季或是有福袋（注）時，心得文對我幫助很大。所以也希望自己能貢獻一點小小的心力，而且es版友都很熱情的回應，有回應就是寫文的動力！」因為非常喜歡Choya商品，此網友會經常提供Choya的相關資訊，在心得文中用心經營，對於每位推文者都會給予回覆，讓心得文交流更加熱絡。許多人透過心得文發表得到更多自信，因為這些推文、讚美都會給予肯定，讓

購買後有種「回饋」感受，自己的選擇與眼光是正確的。

為何近來網購文化越來越普及？除了方便與時效性提高之外，這可讓買家除下防備心理更安心購物。平時在街上逛街、百貨公司消費、在實體商場裡試穿.....等，可以在第一時間知道自己最合適的尺寸，但是店員他們的熱心服務，間接造成了消費者的壓迫感，因為有些消費者對於自身的體態沒有自信，無法在外人面前放開心懷試穿喜歡的商品；另外，也有人認為，進入店面似乎是一定得消費一般，在踏入店面時，店員們就熱心走上前服務，他們的熱切眼神讓消費者在挑選衣物時很不自在，想著以只想「逛街」而不是「消費」的心裡，對店家會不會不好意思。透過網路購物平台就無這方面的困擾，消費者以搜尋引擎輸入關鍵字，可以立刻找到想買的商品，並且在眾多圖片中，悠閒且無壓力地選購中意商品。

日貨 Made in china 網友照樣愛

在網購版最紅的商品話題即是「日貨」討論，日貨主要內容是流行少女服飾，賣家雇用漂亮的模特兒展示商品，讓消費者有「自我投射」之感受：如果自己穿上這件衣服是不是也這麼漂亮？

「日貨」是指賣家從日本蒐購回台販賣的商品，價格比台貨高一些，但又比百貨專櫃低，價格穩定、質感佳，且喜愛看日本雜誌的消費者會特別喜歡購買日貨，他們可從網拍上買到雜誌中較流行的商品，流行又不失獨特性。這些因素讓日貨口碑更盛，但購買日貨＝買品質保證？喜愛分享心得文的網友蔡同學表示：「網友掛保證，就是真的嗎？」無法完全相信特別從日本帶貨回來的賣場，「現在日貨都是在大陸生產，再運回日本，變向的大陸貨，不如去買更便宜的。」雖然對日貨商品的背景有許多疑慮，但大部分的消費者，還是偏好購買日貨。商品經過包裝，由漂亮的模特兒代言，網友在網購平台上很難不動心，討論日貨的主題還是不斷在網購版上出現。

網購版參訪者人數多，利用部落格連結發表心得文，可以讓自己的部落格更有人氣。但有些網友認為，經營部落格需要很多時間，將自己的照片放上去也會很不好意思，因此會選擇喜歡閱讀心得文，從別人的體會中學習經驗，並且一起討論，在這裡他們可以發現同好者的不同想法。他們喜歡參訪各個網友的部落格，尋找適合自己的商品，因為網友分享的照片更接近事實，比起模特兒的展示來的更加親切。另外也有人不是透過部落格分享的，發文中將網購商品的網址貼上，推薦此賣場，或者逐一介紹商品，分享自己購買後的心得，文章內容實用、具有說服力，這類的心得文也獲得許多網友的好評。在網路購物這麼普遍的時代，消費者消費前，從討論中蒐集資訊，學會更聰明的消費方法了。

〈注〉一個包裝精美的袋子，裡面放著許多未知的商品，提高消費者好奇的慾望。通常福袋的價錢比內容的價錢總和還便宜，讓消費者有划算的感覺。



橙色的季節 唯美「柿」界

新竹九降風吹起陣陣柿香，一片澄黃映入眼簾，那既是辛苦的結晶，也既是甜美的滋味。

▲TOP

[關於喀報](#) [聯絡我們](#)

© 2007-2014 國立交通大學 傳播與科技學系 All Rights Reserved.

Powered by  DODO v4.0