

A Study of Personal Branding and Image Development
for Professional Women in Self-Media : Perspectives
from Taiwanese Female Instagram Managers

《台灣職業女性在自媒體中的個人品牌與形象發展
研究：以 Instagram 經營者為視角》

By
Si-Rong Wang

王思蓉

Submitted to the Faculty of
Department of International Affairs in partial fulfillment
of the requirements for the degree of
Bachelor of Arts in International Affairs

Wenzao Ursuline University of Languages

2024

WENZA O URSULINE UNIVERSITY OF LANGUAGES
DEPARTMENT OF INTERNATIONAL AFFAIRS

This Senior Paper Was Presented

By
Si-Rong Wang
王思蓉

It was defended on
November 16, 2024
and approved by

Reviewer 1 : 李宇軒, Assistant Professor, Department of International Affairs

Signature: _____ Date: _____

Reviewer 2 : 吳紹慈, Assistant Professor, Department of International Affairs

Signature: _____ Date: _____

Advisor : 謝仁和, Associate Professor and Head of DIA

Signature: _____ Date: _____

Copyright © By Si-Rong Wang 王思蓉

2024

TABLE OF CONTENTS

LIST OF TABLES	5
ABSTRACT	6
摘要	8
INTRODUCTION	9
Background	9
Motivation	11
Research Purpose	11
Research Questions	12
Contribution	12
Limits	13
Delimits	14
LITERATURE REVIEW	16
Introduction of Social Media	16
The Success Factors for Managing a Self-Media Industry & How to Build a Personal Brand on Instagram	21
The Characteristics of The Social Media Industry Include Various Opportunities, Threats, Challenges, and The Current Situation	24
METHODOLOGY	27
Research Design	27
Research Process	27
Data Collection	29
DATA ANALYSIS	32
CONCLUSION	46

APPENDIX	49
Appendix A	49
Appendix B	52
Appendix C	56
BIBLIOGRAPHY	173

LIST OF TABLES

Table 1. The Introduction of The Participants	30
Table 2. The Date of The Interview and The Method of The In-Depth Interview	31
Table 3. The Introduction of The Interviewees	56

ABSTRACT

This thesis explores how Taiwanese professional women, in the era of self-media, use social media platforms (particularly Instagram) to build personal brands, shape their image, and tackle market competition and challenges. In-depth interviews were employed as the main research method. The study involved 20 professional women with over 10,000 Instagram followers, aiming to gain a deeper understanding of their experiences, challenges, and success factors in the self-media industry.

Each interview lasted approximately 30 minutes to an hour, gathering the insights and personal experiences about managing self-media.

The study is divided into five main sections. First, it investigates the participants' basic information, including age, professional background, motivations for managing self-media, and time allocation. This helps to understand how these professional women, in addition to their existing careers, dedicate time and effort to self-media and how they gradually evolve into influential figures. The next part analyzes their respective advantages, disadvantages, and challenges in the self-media industry, discussing how professional women use the visual nature of platforms like Instagram to craft a unique personal brand and differentiate themselves from other competitors.

The author also focuses on the role of gender identity and self-perception in the self-media management. The research delves into how professional women balance family, vocation, career, personal achievements, and self-media management, often needing to make sacrifices and manage time effectively, which impacts their performance in the self-media field.

Through in-depth interviews, the author explores the success factors for these professional women, highlighting how they utilize marketing techniques, innovative thinking, and continuous learning to enhance their competitiveness.

In addition to market challenges, these professional women face the increasing saturation of the self-media space. The interviewees shared how they maintain a competitive edge through consistent content innovation and social interaction. They emphasized that building long-term, meaningful interactions with their fans and followers is crucial for maintaining personal brand appeal. Throughout the research process, their personal experiences also demonstrated that continuous learning and adaptability to market changes are the key to success.

In conclusion, this study shows how Taiwanese professional women use platforms like Instagram to effectively apply personal branding and marketing strategies, achieving success in the self-media field. Their experiences reveal that self-media is not just a platform for sharing life, but also a vital tool for career development and personal growth.

Keywords:

self-media management, personal branding, Instagram marketing, women's career development, market competitive advantage

摘要

這份論文探討了台灣在職女性如何在自媒體時代中，透過網路社交媒體平台（特別是 Instagram）來建立個人品牌、塑造形象，以及應對市場競爭與挑戰的研究，並採用了深度訪談作為主要的研究方法。研究針對 20 位在 Instagram 上擁有超過一萬名以上粉絲的職業女性進行深度訪談，旨在深入了解她們在自媒體領域中的經歷、挑戰和成功因素。每位受訪者的訪談時間大約在 30 分鐘以上至 1 個小時之間，過程中收集了她們對於自媒體經營的個人見解與經驗分享。

該研究分為五個主要的部分。首先，調查受訪者的基本資料，包括年齡、職業背景、經營自媒體的動機和時間分配等。這部分有助於了解這些女性是如何在既有的職業之外，投入時間和精力來經營自媒體，並且如何逐步發展成為具有影響力的人物。接著，研究深入分析她們各自在自媒體領域的市場優勢、劣勢與可能會面臨到的挑戰，討論女性如何運用自媒體平台的視覺化特性，打造個人品牌的獨特性與吸引力，從而區分於競爭對手。作者還重點關注了性別身分與自我認同在自媒體經營中的角色。以及女性在面對家庭、職業、事業、個人成就之間的平衡挑戰時，經常需要做出取捨和時間分配，而這也影響她們在自媒體領域中的表現。透過深度訪談，作者試圖探索這些女性在自媒體經營中的成功因素，並且了解到她們如何透過行銷技巧、創新思維與長期不間斷的學習來充實自己與提升競爭力。除了市場挑戰，這些職業女性還面臨著自媒體領域日益飽和的問題。受訪者們分享她們是如何透過持續創新內容與利用社群互動來保持競爭優勢。她們強調，與粉絲建立長期且有意義的互動關係，對於保持個人品牌的持久吸引力都是至關重要的。而在研究的過程中，這些女性的個人經驗也顯示出，持續學習與靈活應對市場變化是成功的關鍵。

總結來說，這項研究展示了台灣在職女性如何透過 Instagram 等自媒體平台，靈活運用個人品牌和行銷策略，在自媒體領域中取得成功。這些女性的經歷也顯示，自媒體不僅是個分享生活的平台，更是一個推動職業發展和個人成長的重要工具和媒介。

關鍵字：自媒體經營、個人品牌建立、Instagram 營銷、女性職場發展、市場競爭優勢

INTRODUCTION

Background

In the digital era, social media platforms have revolutionized the way individuals communicate, share information, and cultivate personal brands. Among these social media platforms, Instagram stands out as a powerful tool for individuals, especially professional women in Taiwan, to establish their personal brands and shape their online presence. With the rise of the gig economy and the increasing importance of personal branding, understanding the dynamics of self-media has become crucial for professional women seeking to leverage their proficient skills and various experiences in the online sphere.

This paper explores the trend, phenomenon and different cases' nuances of personal brands building and image cultivation for professional women in Taiwan within the context of the self-media era at present. Specifically, it delves into the marketing advantages inherent in personal branding on Instagram and examines strategies to navigate competition within this space. By focusing on professional women with Instagram followings exceeding ten thousand followers, this study aims to provide insights into how these individuals capitalize on the social media platform's features to enhance their visibility, influence, and career prospects.

Furthermore, in recent years, Instagram has emerged as a dominant platform for personal branding due to its visual-centric nature, widespread popularity, and extensive reach. For professional women, especially those juggling professional career and responsibilities alongside personal pursuits, Instagram offers a unique opportunity to showcase their expertise, creativity, and lifestyle choices. By curating content that resonates with their target audience, these women can effectively communicate their personal brand narrative, positioning themselves as thought

leaders, KOLs (key opinion leaders), influencers, internet celebrities, or experts in their respective fields. In addition to the above, the proliferation of self-media has democratized the process of brand building, allowing individuals to bypass traditional gatekeepers and directly engage with their audience. This democratization of content creation has leveled the playing field, enabling professional women to compete with established brands and influencers on equal footing. However, this democratization also presents challenges, as the influx of content can lead to saturation and intensify competition for audience attention.

In light of these dynamics, professional women must adopt strategic approaches to stand out in the competitive market with a variety of competitors and effectively leverage Instagram as a platform for personal branding. This entails not only creating compelling content, but also engaging with their audience, fostering authentic connections, and staying abreast of emerging trends. By analyzing the marketing advantages inherent in personal branding on Instagram and exploring strategies to navigate competition, this paper seeks to equip professional women in Taiwan with the knowledge and insights needed to thrive in the self-media landscape.

Overall, this study contributes to the existing literature on personal branding and self-media by offering a focused examination of the experiences and strategies employed by professional women in Taiwan. Through empirical research, in-depth interviewing and case studies, it seeks to illuminate the opportunities and challenges inherent in personal brand building on Instagram and provide actionable recommendations for individuals looking to establish a strong online presence and advance their professional aspirations on the various kinds of platforms in the digital age.

Motivation

The motivation behind delving into the topic of “A Study of Personal Branding and Image Development for Professional Women in Self-Media : Perspectives from Taiwanese Female Instagram Managers” which is about personal brand building and image cultivation for professional women in Taiwan stems from a combination of personal experiences and recognition of a pressing societal issue. For someone like me, who is about to become a working woman and eager to pursue a career in marketing while showcasing my personal qualities and strengths, I may encounter the challenges of balancing professional responsibilities with the desire to establish a strong personal brand in the digital space; especially, I aspire to become a food and travel blogger with my own style and reputation in the future as well. Furthermore, observing the broader landscape, it’s evident that professional women often face unique hurdles in navigating the self-media era, where personal branding has become increasingly important for career advancement and recognition. Recognizing the significance of this issue for both personal and professional growth, I am driven to explore it in depth.

Research Purpose

The research purpose of this research is to delve into the dynamics of personal brand building and image cultivation for professional women in Taiwan, specifically through the social platform of Instagram within the self-media era. This study aims to provide a thorough understanding of how these women strategically use Instagram, a highly visual and popular social media platform, to create and enhance their personal brands. By exploring this phenomenon, the research seeks to uncover the methods and tactics employed by Taiwanese professional women to navigate the digital landscape, effectively engage their audience, and leverage their online presence for professional

advancement.

Research Questions

The hypothesis of this study is that the idea of the success of Taiwanese women in the field of self-media is influenced by the interplay between their market advantages, identity recognition, and positioning, and the balance they strike between their professional abilities and family relationship and dynamics.

Basing on aforementioned research aims and hypothesis, this study has set up 3 research questions as research framework.

Q1. What are the market advantages and disadvantages of Taiwanese women in the self-media field?

Q2. How does the effort of balance between Taiwanese women's identity and their roles in family relationships, professional careers, and self-media management affect their success in the self-media field?

Q3. What factors contribute to the success of Taiwanese women in the self-media industry?

Contribution

This research contributes to the existing body and parts of knowledge by addressing the dearth of literature on personal brand building for professional women in Taiwan, specifically focusing on the Instagram platform. By examining the marketing advantages and competition faced by these women, the study offers practical insights into leveraging social media for professional advancement.

Additionally, by highlighting the unique challenges and opportunities inherent in the intersection of gender, culture, and digital media, this research adds a nuanced perspective to the broader discourse on personal branding and self-media.

Limits

There are 5 possible limits of the research.

1. Sample Size and Diversity:

The study may be limited by the sample size and diversity of participants, which could affect the generalizability of the findings. A small or non-representative sample might not accurately reflect the experiences of all Taiwanese women in the self-media field.

2. Self-Reported Data:

Reliance on self-reported data can introduce biases such as social desirability bias or recall bias, where participants may not accurately report their experiences or may present themselves in a more favorable light.

3. Temporal Scope:

The study may be constrained by a specific time frame, which could overlook long-term trends and changes in the self-media industry and the evolving roles of women within it.

4. Resource Constraints:

Limited resources (e.g., funding, access to technology, research assistance) can affect the depth and breadth of the study, potentially limiting the ability to conduct comprehensive data collection and analysis.

5. Cultural and Societal Dynamics:

The study's findings may be influenced by the unique cultural and societal dynamics of Taiwan, which might limit the applicability of the results to other contexts or countries with different cultural backgrounds.

Delimits

There are 6 proper delimits of the research.

1. Focus on Taiwanese Professional Women:

The study will specifically focus on Taiwanese professional women in the self-media field, excluding men and women from other countries to maintain a clear and targeted research scope.

2. Specific Self-Media Platforms:

The research will concentrate on specific self-media platform just like focus on Instagram rather than covering all possible platforms, allowing for a more detailed analysis of the selected platform.

3. Professional and Family Roles:

The study will examine the interplay between professional abilities and family relationships, explicitly focusing on how these factors influence success in the self-media field.

4. Qualitative and Quantitative Methods:

The research will use a mixed-methods approach, combining both qualitative interviews and quantitative integrating interview data to gather comprehensive data on the experiences and success factors of Taiwanese professional women in self-media.

5. Time Frame:

The study will analyze data from a defined period (e.g., the past five years) to provide a contemporary perspective on the trends and dynamics affecting Taiwanese professional women in the self-media industry.

6. Operational Definitions:

Clear definitions will be provided for key terms such as “success”, “market

advantages”, “identity recognition”, “positioning” and so on, ensuring that the study remains focused and consistent in its analysis and interpretation of data.

LITERATURE REVIEW

The research purpose and research questions were followed by the literature review. The literature review provides an overview of the related concepts and theories that corresponded with the study. Furthermore, the aim of the study is in order to provide an overview of how various factors influence on the market advantages and disadvantages of Taiwanese professional women in the social media industry; and the identity of Taiwanese professional women and the balance between family, vocation, career, personal achievement and social media management; as well as the success factors for Taiwanese professional women in the social media field. The key concepts and theories will be introduced in the literature review as a medium for analyzing the research as well as exploring the gaps in the research and determining the reasons.

Besides, this chapter is divided into three sections. First of all, the first section is about a brief introduction of social media (with a particular focus on Instagram). Afterwards, the second section is about the success factors for managing a self-media industry and how to build a personal brand on Instagram. At last, in the third section, the content will talk about the characteristics of the social media industry include various opportunities, threats, challenges, and the current situation.

Introduction of Social Media

Nowadays, social media plays an important role in our daily life. However, what is social media? Social media is also known as social networking sites, social platforms, or social media platforms. In the past, social media was defined as web applications built on Web 2.0 technologies, where users could not only browse

content, but also actively create and interact with it.¹ The content on social networking sites can be in the form of text, images, videos, or other multimedia, and is often created and shared by users. Today, as long as people can freely create, share, and exchange opinions and experiences in a space, that space can be called social media. To discuss it more precisely, social media platforms provide a space where users can create their own profiles. These profiles not only include basic personal information, but also their interests, activities, and social connections. As more people connect on these platforms, a large social network is formed, allowing users to establish and maintain various social relationships within it.²

In the era we live in, almost everything—whether people, objects, or events—is closely tied to social media. Human reliance on social media has become deeper and deeper. Social media has become an influential communication tool in human society. From individuals to corporate brands, from entertainment to politics, social media is profoundly shaping our lifestyles, ways of thinking, and even our culture. As people constantly pursue innovation and progress, more and more platforms and websites are emerging, making our lives increasingly convenient. Social media facilitates relationships between people, enhancing the chances of connecting with various individuals. It also serves as a bridge that helps us maintain relationships with friends.

On the other hand, from the perspective of historical development and the continuous emergence of new platforms, the convenience brought by the rise of social media far outweighs the inconveniences. For humanity, it is also a highly beneficial tool. The greatest function of social media lies in providing us with a sense of belonging online. Therefore, these platforms often use algorithms to analyze our

¹ 孫耕悅. (2020). 社群媒體何時興起、從過去到現在的歷史、當前社會環境下的現況. Medium. Retrieved 2024/10/19 from <https://108104048.medium.com/social-media-d53a0b181074>

² 社群媒體有哪些？社群網站趨勢？社群平台影響讓人更焦慮？. (2024, 10/20). ADBest. <https://adbest.com.tw/blog/what-is-social-media/>

friends, interests, or search history, recommending articles or friends with similar interests that the system believes may be of interest to us. This allows us to build a dependent on social network. In addition, in recent years, with the rise of big data analytics, social media platforms have begun analyzing users' online interactions to identify common interest trends among many users. This data is used to improve the software, making it more advanced and appealing. Social media is a unique phenomenon and trend in this era, as well as a current cultural movement. The emergence of social media has had a profound impact on the entire world, changing many aspects of our daily lives. By utilizing computer and internet technologies, social media allows people to create and share all kinds of ideas, information, interests, and hobbies through virtual communities and networks. Whether it's between two distant places, a remote corner of the world, or an isolated island, social media enables us to freely exchange any information we wish to share.

Apart from the above, this part will particularly focus on Instagram and investigate more about it. Instagram is a popular trend indicator for Millennials and Generation Z. Among the 18-34 age group, nearly everyone has their own IG account, representing 65% of the total user base. For young people of this generation, the most important thing is to establish their own style, share their lives, and let more people know and see them. Instagram is the useful platform that allows young people to express their creativity most freely. In addition, by creating interesting or personalized accounts and maintaining them, users can gain more opportunities and showcase their talents. It is a highly creative social platform.³

Besides, while we talk about the overview of the Instagram platform, Instagram has 2.04 billion active users worldwide, and in Taiwan, it's commonly referred to as

³ James. (2024, 2024/03/20). 2024 年品牌經營不可不知的 10 個熱門的社群媒體. SHOPLINE. Retrieved 10/20 from <https://stories.shopline.tw/1social-media/>

IG. It is a social media platform primarily focused on visual content, allowing users to share photos, videos, Reels, and live streams, making it highly popular among young people. This format aligns well with the modern habit of quickly receiving information. Users often create beautifully curated images to spark discussions, which is ideal for Key Opinion Consumers (KOCs) and Key Opinion Leaders (KOLs) who are skilled at building personal styles. Young people also love to share aspects of their lives on Instagram, including food, travel, fashion, beauty, trends, and style, documenting their daily lives through pictures or videos and Reels.

Regarding Instagram user demographics, according to the latest statistics from Digital 2023: Taiwan, the platform has 10.87 million users in Taiwan, with a coverage rate of about 52.3%, and an advertising reach of 11.35 million users. The gender ratio is 56.5% female and 43.5% male.⁴ On this highly visual platform, Taiwanese users often share snippets of their daily lives, travel experiences, and food adventures, providing numerous opportunities for brands to engage with them. As Instagram's user base continues to grow, the level of commercialization also rises year by year. Beyond merely sharing personal lives and styles, the platform is now filled with influencers and creators earning income through traffic. For brands operating in the Taiwanese market, one of Instagram's key advantages is its ability to help craft a unique brand image and story, attracting target audiences through high-quality visual content, thereby maximizing brand goals and commercial outcomes. In addition to telling stories through photos, Instagram also functions similarly to a search engine through its hashtag feature, which has brought impressive marketing results for many brands.

⁴ Murphy. (2024, 2024/03/26). 2024 社群媒體行銷趨勢&平台分析. DeepView. Retrieved 10/20 from <https://deepview.com.tw/blog/2024%E7%A4%BE%E7%BE%A4%E5%AA%92%E9%AB%94%E8%A1%8C%E9%8A%B7%E8%B6%A8%E5%8B%A2%E5%B9%B3%E5%8F%B0%E5%88%86%E6%9E%90/>

Moreover, Instagram's short-form videos in Stories and Reels are favorite tools for both brands and content creators. Videos offer a more diverse way to present brands, such as creating virtual interactions that feel closer to consumers' lives, thus enhancing consumer loyalty.

To sum up, in Taiwan, self-media especially independent media is now flourishing, witnessing the rise of the internet age and the growth of personal influence. Within the self-media ecosystem, experts, commentators, bloggers, and YouTubers in various fields attract a wide audience with their unique insights and expertise, exerting influence across different domains. Regarding the influence and commercial value of self-media creators, literature shows that as self-media continues to flourish, their impact also grows. Some self-media figures have already become thought leaders in their respective fields, with their opinions and viewpoints highly sought after by large audiences. This has given self-media creators significant commercial value, attracting collaborations with advertisers and brands. Self-media creators can earn income through ad revenue, brand collaborations, e-commerce, and paid subscriptions.

Finally, Taiwan's self-media has a very promising future. In fact, a non-profit organization, which called the Taiwan Self-Media Industry Development Association was established in 2018 under the guidance and supervision of the Ministry of the Interior. Currently, the association has about 400 members, including bloggers, IG, Facebook, and YouTube creators. The association is dedicated to training self-media workers, providing comprehensive consultation services in content creation, video editing, business management, and legal affairs.⁵ With the further spread of the internet and the development of self-media platforms, the number and influence of

⁵ 台灣自媒體產業發展協會. (2018). TWIDA Retrieved from <https://twida.org.tw/%e9%97%9c%e6%96%bc%e5%8d%94%e6%9c%83/>

self-media in Taiwan will continue to grow. At the same time, the commercialization of self-media in Taiwan will further increase, making self-media an important part of Taiwan's economy. Additionally, self-media in Taiwan will play an increasingly significant role in the country's social development.

The Success Factors for Managing a Self-Media Industry & How to Build a Personal Brand on Instagram

First of all, self-media refers to a form of media created and operated by individuals, allowing people to publish their own content through digital platforms like Instagram, build interactions with audiences, and gain widespread influence. Unlike traditional media, self-media removes barriers, giving everyone a chance to voice their opinions and perspectives. Why is it so important to manage self-media today? The rapid development of digital media and the widespread use of social networks have changed how people seek information, consume entertainment, and form social connections. Self-media, with its openness, interactivity, and immediacy, attracts a large following, providing creators with endless business, personal, and collaborative opportunities. From advertising revenue to product promotion, many have successfully profited from it.⁶

In addition to the above, social media offers a unique platform for brands to promote themselves and build relationships with their audience. Through targeted ads, collaborations with KOLs, and content marketing, businesses can more effectively reach their marketing goals. Telling a brand's story is especially important; a good brand story resonates with the audience, making it easier to create an emotional connection. In a world flooded with self-media, everyone has the opportunity to build

⁶ . (2023, 10/20). 為何個人品牌如此重要?. <https://vocus.cc/article/64ed5582fd89780001546b81>

their own personal brand.⁷

To become an IG creator or build a personal brand, one can use the platform's 9-grid layout to create visually striking designs, establishing a distinctive brand style to achieve marketing and promotional objectives. Posting Instagram Stories provides real-time updates and interaction with followers. Utilizing the main page to direct traffic or using Instagram's shop function allows fans to click through to official websites, increasing the potential for conversions. Recently, Instagram has focused more on the Reels feature and short videos. Producing high-quality short clips can attract audiences, tap into potential customers, and enhance follower engagement. Technically, it's not difficult to manage an IG account, but the key to success lies in the mindset. Developing a branding mindset is critical. Before starting to manage IG, research and preparation are essential, such as defining brand positioning and direction, determining the account's theme, shaping the account's style, designing the persona and visual aesthetics, planning homepage content, and setting clear goals for posts. Consistently producing valuable content and regularly posting are also crucial. Mastering the use of interactive tools, just like the functions of Reels and hashtags, designing eye-catching posts, providing authentic and genuine content, and developing a data-driven mindset are all vital to growth.⁸ For managing a brand or any social media account, apart from strategies, techniques, and tools, perseverance and continuous improvement are the most important aspects. The beginning is always the hardest, but through constant learning, experimentation, and adjustment — and

⁷ Oliver. (2020, 2020/02/23). 要建立 IG 個人品牌，往這 5 個方向思考就對了! Medium. Retrieved 10/20 from <https://medium.com/@digioliver88/%E5%9C%A8instagram%E4%B8%8A%E5%BB%BA%E7%AB%8B%E5%80%8B%E4%BA%BA%E5%93%81%E7%89%8C-%E9%80%995%E5%80%8B%E6%80%9D%E7%B6%AD%E4%BD%A0%E6%83%B3%E5%88%B0%E4%BA%86%E5%97%8E-30ce3be06b6a>

⁸ 如何經營好 IG ? 2024 年最新 IG 經營 4 大基本功. (2024, 2024/08/09). PORTALY. Retrieved 10/20 from <https://portaly.cc/blog/boost-instagram-engagement>

most importantly, sharing genuine content persistently—you will eventually attract the right audience and achieve your goals.

In summary, in this era dominated by self-media, personal branding is no longer just an added benefit; it has become the key differentiator between self-media creators. A personal brand is like a digital business card, representing people's identity in the online world within the self-media wave. It not only tells people who you are, but also showcases your expertise, values, and everything you stand for.⁹ In the past, we were often defined by our careers or educational level and background. However, in the age of self-media, personal branding gives us the opportunity to display our multifaceted selves, allowing us to transcend singular identities and break free from any imposed limits.

Through your personal brand's story and values, you can attract like-minded individuals, build genuine human interactions, and form authentic connections. Moreover, in this era where everyone can be a media outlet, personal branding provides a powerful platform that allows your voice to be heard and your story to be shared. The influence of personal power within self-media should not be underestimated—it is indeed impactful. Finally, whether you are a freelancer, entrepreneur, or business owner, a strong personal brand can open doors to more business opportunities and partnerships.¹⁰

In addition to the above, about the characteristics of the self-media professionals, social media has become an important platform for content creation and sharing in today's society. However, not everyone is suited to walk this path. Through literature

⁹ 不預測漲跌. (2024, 2024/08/17). 台灣自媒體有哪些? 35 個你不能錯過的台灣知名自媒體.

GOPTIONS. Retrieved 10/20 from

https://goptions.cc/%E5%8F%B0%E7%81%A3%E8%87%AA%E5%AA%92%E9%AB%94%E6%9C%89%E5%93%AA%E4%BA%9B%EF%BC%9F/#google_vignette

¹⁰ 林佳, Z. L. (2024, 10/20). 【每日 e 鏡】我適不適合經營自媒體? 符合這 4 大心態才是長遠發展的關鍵!. <https://www.anywhere.today/mentality-of-social-media/>

review and analysis, I have learned that those who possess certain traits and abilities are more likely to succeed in the field of social media. These include having passion and expertise, strong communication and storytelling skills, a spirit of continuous learning and adaptability, as well as patience and perseverance.¹¹

In short, while the realm of social media is filled with various opportunities and endless possibilities, success requires the right traits and strategies. In conclusion, only those who genuinely love life, strive for progress, and continuously learn, along with being hands-on, willing to experiment, maintaining a growth mindset, and being curious and patient can stand out in this field.¹²

The Characteristics of The Social Media Industry

Include Various Opportunities, Threats, Challenges, and The Current Situation

First of all, regarding the market opportunities and potential of social media, a report titled “2023 Influencer Marketing Trends” compiled by the multinational AI company iKala on March 27, 2023, shows that the number of micro-influencers in Taiwan on the three major social media platforms—Facebook, Instagram, and YouTube—has grown significantly. Monetization through video shopping guides, online fundraising, and collaborations with convenience stores are all commercial models behind social media. According to the Influencer Marketing Hub report, the global influencer marketing market size grew by 29% in 2023 compared to last year, reaching a staggering NT\$645.4 billion. These figures indicate that the development of the social media market still has limitless potential and opportunities.¹³

¹¹ 什麼樣的人適合經營自媒體：找尋數位時代的內容創作者. (2023, 2023/08/17). 自媒體圖書館-DFP 領袖學苑的沙龍. Retrieved 10/20 from <https://vocus.cc/article/64dd977cfd8978000192e5a4>

¹² 朱騏. (2023, 10/20). 5 個成功創作者的人格特質，幫助想要在網路上經營個人品牌的你，經營個人品牌更成功! <https://chichu.co/blog/5-personality-traits-for-solopreneurs-to-be-more-successful/>

¹³ Hub, I. M. (2024, 2024/09/16). *The State of Influencer Marketing 2024: Benchmark Report*.

However, the later one starts engaging in social media, the more intense the competition becomes. In other words, aspiring to achieve fame not only becomes more challenging, but also relies heavily on leveraging one's own advantages, characteristics, expertise, highlights, and uniqueness in a landscape flooded with "homogeneous" and "similar" information.¹⁴

Furthermore, in the digital age, social media has become a primary communication tool for many brands and creators. Meanwhile, advancements in AI technology are continuously opening up countless possibilities. By combining these two elements, we can create more engaging and effective content. Through the literature review, I learned how to optimize social media strategies using AI technology. For instance, with AI-driven content suggestions and optimizations, we can identify which topics or content formats resonate more with audiences and adjust our social media strategies accordingly. Additionally, using various AI tools such as ChatGPT and other applications like Canva, Notion, Portaly, Vivisticker, SimplyMeet, InShot, ConvertKit, and even automated response bots like ManyChat can significantly enhance the efficiency and convenience of content production for social media creators. These tools can also analyze user behavior and preferences to provide more personalized content recommendations, boosting user engagement. They can even optimize textual content and automatically adjust images and audio to better suit specific audience groups.¹⁵

In summary, with advancements in AI technology and digital tools, not only has

Influencer Marketing Hub. Retrieved 10/20 from https://influencermarketinghub-com.translate.goog/influencer-marketing-benchmark-report/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=zh-TW&_x_tr_hl=zh-TW&_x_tr_pto=sc

¹⁴ Wen, H. (2024, 10/20). **【自媒體經營深度分析】你一定要知道的 7 個重要觀念！**. <https://henrywen.tw/weblog/ig-marketing/3000/>

¹⁵ 雅媛. (2024, 10/20). 「AI 世代，自媒體經營不用那麼累！」十大數位工具幫你更輕鬆，從設計到粉絲互動通通有! <https://soler.com.tw/digitaltools-2/>

the speed of creation and productivity increased significantly, but many industries are also experiencing competition and change. The combination of AI and social media will bring forth more innovative opportunities. In order to stay ahead in the competition of digital media, social media creators with personal brands need to continually learn and adapt to modern trends and innovative technologies; only with effort can one succeed.¹⁶

¹⁶ Su, E. (2020, 10/20). 個人品牌，從網路經營自媒體開始：5 大步驟未來人生超展開!
<https://eddiesugoodlife.com/personal-branding-operate/>

METHODOLOGY

Research Design

This study was designed as a qualitative way of in-depth interview. The goal of the in-depth interview is to look at how Taiwanese professional women dedicate in and face to the social media field as well as how's the circumstance of the self-media industry at present; especially, there is a lack of literature, documents and journal that specifically focuses on research that related to this issue for women.

Research Process

The research methodology with qualitative research. Qualitative research is to answer the specific research questions by the in-depth interviews. The researcher collects the primary data through the in-depth interviews, all of these are anonymous.

Purpose

The purpose of the interview is to deeply understand the thoughts and viewpoints of the interviewees and explore the problems of the research questions.

Method

The interviewees, including Taiwanese professional women, in order to identify their management of Instagram. In this stage to get 20 participants.

Sampling

The sample for this study consisted of Taiwanese professional women who manage Instagram accounts with a follower base exceeding 10,000. A purposive sampling approach was employed to ensure the selection of participants who possess substantial experience in self-media, providing rich insights into personal branding and image development. Twenty participants from diverse professional backgrounds,

including entrepreneurship, consulting, and content creation, were selected to offer a broad perspective on branding strategies and industry challenges. Each participant demonstrated notable success in establishing a personal brand on Instagram, shown through their follower engagement and sustained influence within the competitive self-media landscape. This diversity allowed for a nuanced examination of branding techniques, unique strengths, and the distinctive market advantages experienced by Taiwanese professional women in self-media.

Procedure

Participants have to understand this study and agree to take part in this study. Besides, there are 26 questions in the in-depth interview.

In order to investigate the research questions more deeply. This part is decided to use the in-depth interview method to interview the Taiwanese professional women. Using the qualitative research method of the in-depth interview, during the conversation, researcher can get more information direct from the interviewees, and it's more accurate to know their ideas, thoughts and viewpoints. This in-depth interview was using both of the way of computer online meeting and cellphone communicate. Besides, before the in-depth interview, the researcher prepared the invitation and questionnaire, and then send the files to interviewees' Email in advance, so that they can preview it and have sufficient time to fully prepare. In addition, the researcher recorded whole the process during the in-depth interview in order to type the verbatim transcript and organize the information into the data analysis.

Data Collection

The data comes from the 20 interviewees who were in-depth interviewed by the researcher (see Table 1 and Table 2) . The researcher found the interviewees via the contact on Instagram in order to invite participants and conduct the in-depth interviews. Each interviewee are all successful individuals and professional women in their respective fields. The researcher sent out the interview invitations and interview questionnaires to the selected Instagram managers, and then asked are they willing to be the participants. During the interview invitations, the background requirements of the interviewees were first put forward, so that the researchers could difficultly but successfully find the participants. Besides, those interviewees all have rich experience in managing the self-media; therefore, the researcher believes that must can get detailed and various information by conducting the in-depth interviews even if it's through Internet to contact.

《In-Depth Interview》

Table 1 The Introduction of The Participants

Interviewee	Respondent's Name	Instagram Username	Instagram Account
A	曾思茹	思茹 (S 編) SIH PING	s.style.cycle
B	洪子懿	Jennifer 珍妮佛 洪子懿	jennjennipa
C	莊昕穎	高雄房仲穎爺	kao_yingya
D	彭思齊	雪倫的隱藏版生活	sharonpengtw
E	林盈孜	過期空姐 KIKO	akiko017
F	葉孟純	好蠢. HAOCHUN handmade	haochun.tw
G	黃淨君	酋姐	chillchill_der
H	林昕妤	乙烯 c2h4	c2h4_study
I	劉亞青	青 chh.	round2_chh
J	陳美燕	DJ Swallow 妖嬌	djswallow_tw
K	戴雨凡	戴雨凡 GiGi Tai	gigi.tai
L	游紫緣	VERNA 空間燙髮教育講師	space_vernahair
M	吳于琪	吳于琪 晉捷生技最高層 領導・總業績年度第一名	high_qi
N	許涵斐	Tang Le Hsu 許棠樂	jasminhsu1212
O	周欣儀	Shin Yi Chou	hyppa89
P	陳霓	希斯特莉亞・台灣鼠	historia_hamster
Q	繆席佳	賀靜 Miao Si Jia	djcn_muse1006
R	許嫻樺	許嫻樺 Helen 牛妹	hyh.nu
S	曾鈺婷	Q 妮和陪尼	queenie_and_perry
T	陳曉誼	Mia 的變形記	mmmmmm__130

Table 2 The Date of The Interview and The Method of The In-Depth Interview

	Date of Interview	Method
A	2024/08/28	Instagram Voice Call
B	2024/08/29	Instagram Voice Call
C	2024/08/29	LINE Voice Call
D	2024/08/31	Instagram Voice Call
E	2024/09/02	LINE Voice Call
F	2024/08/28	Instagram Voice Call
G	2024/08/31	Instagram Voice Call
H	2024/08/27	Google Meet Voice Call
I	2024/09/06	Instagram Voice Call
J	2024/09/16	Instagram Voice Call
K	2024/10/02	Instagram Voice Call
L	2024/10/02	LINE Voice Call
M	2024/10/09	Instagram Voice Call
N	2024/10/08	Instagram Voice Call
O	2024/10/09	Instagram Voice Call
P	2024/10/09	LINE Voice Call
Q	2024/10/13	Instagram Voice Call
R	2024/10/12	Instagram Voice Call
S	2024/10/15	Instagram Voice Call
T	2024/10/15	Instagram Voice Call

DATA ANALYSIS

First and foremost, after completing the literature review, I found that there is little research and gaps that mentions about or focuses on the personal branding and image development of professional women in Taiwan within social media.

Therefore, I have designed the following three research questions:

Research Question 1

(Q1) What are the market advantages and disadvantages of Taiwanese women in the self-media field?

Research Question 2

(Q2) How does the effort of balance between Taiwanese women's identity and their roles in family relationships, professional careers, and self-media management affect their success in the self-media field?

Research Question 3

(Q3) What factors contribute to the success of Taiwanese women in the self-media industry?

In this study, in-depth interviews were conducted to collect the opinions and experiences of 20 Taiwanese professional women who are Instagram managers and influencers, each with more than 10,000 followers and considerable influence within the social media space. The core research questions focus on the three aspects:

1. The market advantages and disadvantages of Taiwanese professional women in the social media domain.
2. The balance between family, vocation, career, personal achievements, and social media management for Taiwanese professional women.
3. The success factors of Taiwanese professional women in the social media field.

From the results of the data analysis, three major findings of the research problems are summarized as data summary just as follows:

Finding 1: The market advantages and disadvantages
of Taiwanese professional women in the social media domain.

In today's digital age, the rise of social media has provided unprecedented opportunities for personal branding and career development. Particularly on visually-driven platforms like Instagram, female social media influencers possess significant market advantages. Analysis of the interview data reveals that professional women excel at using emotional and affective strategies to build emotional connections with their audience, which allows their content to resonate more deeply. Professional women also have a unique advantage in visual content creation, excelling in areas such as fashion, beauty, parenting, and lifestyle. These fields not only attract a large female audience, but also often evoke strong consumer resonance and desire, thereby enhancing the influence and market value of female social media influencers.

However, alongside these market advantages, there are also notable challenges. One of the main disadvantages faced by female social media influencers is the excessive scrutiny of their appearance. Some interviewees mentioned that women are often judged by a "beauty-first" standard. This undue focus on appearance not only places external pressure on content creators, but also leads to the undervaluation of their professional abilities. Additionally, female social media creators frequently encounter malicious comments or inappropriate gender discrimination on social media platforms, which can affect their mindset and even reduce their willingness to post content.

In addition, the increasing saturation of the social media market is another challenge faced by female social media influencers. As more people enter the

industry, content homogenization has become more prominent. Many female social media creators pointed out that whether in fashion, beauty, or wellness, the market is flooded with similar content, making it harder for new creators to stand out. Even with the same advantages, if the creators cannot find innovative and resonant ways to present their work, it becomes difficult to achieve success in the highly competitive market. The algorithms on social media platforms also make “visibility” more challenging, requiring emerging creators to consistently produce high-quality content in order to be recommended by the algorithms and gain exposure.

Despite these challenges, female social media influencers can still rely on their unique strengths to navigate these difficulties. First, professional women have a richer capacity for emotional expression in content creation, allowing them to quickly connect with their audience. Secondly, the influence of female social media creators on consumers stems not only from their appearance or presentation, but also more importantly, from their authenticity and personal charisma in their content. In fact, many successful female social media creators not only attract fans with their beauty, but also maintain long-term audience engagement through authentic and valuable content. This means that female social media creators who can effectively discover their own uniqueness and create authentic and valuable content will be able to stand out in a saturated market.

In summary, Taiwanese professional women in the social media domain possess several market advantages, including emotional expression, emotional connection, and visual creativity, which give them substantial development potential on social media platforms. However, challenges such as appearance-based judgments, gender bias, and market saturation also pose obstacles to their growth. To address these issues, female social media creators need to enhance self-awareness, seek innovative ways of expression, and emphasize the authenticity and diversity of their content to

overcome market competition and develop their personal brands.

“Advantages: Strong group-buying and product promotion abilities are advantages, giving women an edge in social media, along with diverse product offerings that aren't easily restricted by product type. For example, female creators can sell both power banks and beauty products, whereas male creators often face more limited options in the types of products they can market.

Disadvantages: Women on Taiwanese social media still face more unfair treatment and scrutiny than men, including comments on their appearance or doubts about their abilities. Additionally, the rising number of young people entering the influencer market has intensified competition. Social media careers can evolve in various ways; creators who build their brand on expertise and professionalism often achieve greater longevity. In contrast, those relying solely on looks or performances may have shorter careers and face greater risk of being replaced.” – Interviewee A

“Advantages: Women are often more eye-catching, as people tend to prefer looking at female creators at first glance compared to male creators. Additionally, women who are physically attractive or showcase their body and cleavage tend to receive more likes and attention from fans.

Disadvantages: It can be harder for audiences to remember you because there are now so many similar creators on Instagram. Female creators may feel pressure to objectify themselves to gain likes and visibility. Moreover, followers may not necessarily develop a deep or genuine understanding of them as a person, which can affect long-term connection and support.” – Interviewee B

“Advantages: Women often have more qualities that can attract higher

viewership.

Disadvantages: Women are more likely than men to be labeled or stereotyped.” – Interviewee C

“In my perspective, I believe that women don’t inherently have distinct advantages or disadvantages in the social media landscape, which has become incredibly diverse. The real factors for success are the strategies used in managing a platform, the time and effort invested, and one’s commitment to learning and improving—elements that go beyond age or gender. Most importantly, it’s about establishing a unique niche, connecting with the interests of followers, and meeting the high expectations of online audiences.” – Interviewee D

“Advantages: Women generally excel in emotional expression and communication, enabling them to build deeper connections with their audience. Moreover, each woman brings a unique perspective, which allows for the creation of more targeted and relevant content and products that cater to the needs of female audiences.

Disadvantages: Women often face intensified scrutiny, criticism, and gender stereotypes, encountering biases related to gender, professional roles, and even doubts about their capabilities. They may sometimes experience a lack of respect, and balancing family responsibilities with career, business, and social media demands poses a considerable challenge. This balancing act can present a distinct disadvantage for women compared to men.” – Interviewee E

“In my perspective, I believe that women have a market advantage because most people are drawn to beautiful things, and women’s clothing and accessories are

generally much more diverse than those for men. As a result, when seeking models, many brands tend to prefer women, as they typically pay more attention to fashion and appearance. Therefore, in terms of advantages, women have more opportunities for collaboration with brands, endorsements, and sponsorships.

In contrast, men are mostly limited to products like skincare, health supplements, or fitness brands, although some, such as gay men, might also get opportunities in beauty projects. However, women can market and sell a wider range of products.

As for disadvantages, I think there is a high level of substitutability, as there are many attractive women out there. Brands might question why they should choose you over someone else, which poses a significant challenge.” – Interviewee F

“Advantages: Women often have a greater ability to attract the attention of online audiences, regardless of whether the viewers are male or female.

Disadvantages: However, if a woman does not meet conventional standards of beauty, she may frequently face negative comments and attacks from trolls.”

– Interviewee O

“In my perspective, I don't think women have any particular advantages or disadvantages. Anyone, regardless of gender, can thrive in the world of social media if they are willing to work hard and manage their platform with dedication. Both men and women can benefit from the opportunities that come from their efforts and commitment.” – Interviewee P

“In my perspective, I consider that there are many advantages to managing a social media platform, but it largely depends on individual characteristics and establishing a clear brand identity. Women tend to excel in expressing emotions and

creating engaging content, especially in areas like beauty, fashion, and lifestyle, and they often forge stronger emotional connections with their fans.

On the downside, women face intense competition in the market and are more likely to encounter pressure related to appearance and beauty standards. Additionally, they often bear heavier responsibilities in balancing career and family, which presents its own set of challenges.” – Interviewee Q

“The first advantage is that, regardless of appearance, women always capture men's attention; even if they face criticism for not being conventionally attractive, they can still generate traffic. Secondly, women with high levels of substance often attract many followers, but if they over-package themselves, they risk damaging their image. Thirdly, women typically possess good communication skills, and those who are also attractive naturally tend to draw more attention.

However, the biggest disadvantage is that women are often targets of jealousy and resentment from men who may lash out with insults or belittling comments when they see successful women. Still, I firmly believe that a disadvantage can also be an advantage!” – Interviewee R

Finding 2: The balance between family, vocation, career, personal achievements, and social media management for Taiwanese professional women.

In the process of managing social media, female social media influencers face challenges not only in content creation and market competition, but also in finding a proper balance between family, vocation, career, and personal achievements.

According to the interview data from this study, many female social media influencers experience the challenges of juggling dual or even triple roles, including being a mother, wife, professional woman, and social media content creator.

For many professional women, managing social media offers a flexible working model that allows them to better balance family and career. Unlike traditional nine-to-five jobs, managing social media enables female creators to control their working hours, which is especially important for those who are also mothers. The flexibility of social media platforms allows them to take care of their children while creating content and earning income. Some interviewees mentioned that running a social media account not only enabled them to maintain financial independence, but also brought a sense of self-fulfillment. For many professional women, social media is not only just a tool for entrepreneurship, but also an important channel for self-expression and personal value realization.

However, this flexibility also comes with challenges. Some interviewees expressed that running social media requires frequent updates, which often leads to them feeling torn between family and work. Some female social media creators admitted that in order to maintain content quality, they have to spend a significant amount of time planning, shooting, and editing content, making it difficult to stay focused on family life. This role-switching becomes especially challenging when children or family members need their attention and care. Additionally, some professional women mentioned that they sometimes have to make sacrifices between work and family time, which causes them to feel stressed and guilty.

Moreover, another challenge is managing personal privacy. Especially for female social media creators who share content about parenting, they often face the dilemma of whether or not to make their children's lives public. Some interviewees expressed concern about the potential violation of their children's privacy and the possibility that their children might feel uncomfortable or be negatively affected by the public content in the future. Therefore, female social media creators often need to handle family and personal privacy issues more carefully when sharing content.

Furthermore, professional women in social media management are also affected by traditional gender roles. Some professional women stated that family members, especially partners or parents, do not always support their work in social media, particularly when their income is unstable or they work long hours. This family pressure can further impact their motivation to create content, and some women even choose to give up due to a lack of understanding from their families.

Despite these challenges, female social media creators have shown great resilience and adaptability. Many interviewees stated that through time management techniques and communication with family members, they gradually found a balance that worked for them. They emphasized that the key point is reaching a consensus with family members, turning them into supporters rather than obstacles in the content creation process. At the same time, reasonable time allocation and clear goal-setting are also critical factors for success.

To sum up, Taiwanese female social media influencers face significant challenges in balancing family, vocation, career, personal achievement and managing social media work. However, this is also an important pathway for their self-realization and value creation. Through flexible time management, effective communication with family, and a deep understanding of their own needs, female social media creators can skillfully navigate these different roles and achieve substantial success in the social media field.

“Of course! When it comes to family, I worry about their privacy and rights now that I have a family and children. Many people today discuss whether it's appropriate to post photos and videos of their children on social media platforms. First, there are concerns about safety, and then there's the question of whether family members or children agree to having their photos and videos shared on your social media.

Additionally, children might care about this when they grow up. For instance, if they have an embarrassing moment, like wetting their pants, as they get older, they may not want their private matters or embarrassing moments exposed to others, which could make them feel uncomfortable or ashamed. Therefore, I think this aspect is quite tricky to navigate.

Moreover, I believe that family life is significantly affected. The glamorous images we often see on social media are typically staged. For example, if you want your photos and videos to look good, you might sacrifice time with family and children. Meals might get cold while you focus on capturing the perfect shot. When you go out with children, you might prioritize taking pictures of the scenery or food first before spending time with them. Therefore, I think managing a social media presence is impossible without the support of the whole family. Regarding my personal career, achievements, and business, I feel that managing social media can be beneficial and supportive.” – Interviewee B

“In managing all these balances, which including family, vocation, career, personal achievement and engaging in self-media, I often feel the time is always in short supply. However, life requires intentional planning, along with ample rest, to continue growing effectively.” – Interviewee I

“Yes, but time management and setting priorities are crucial. This way, I can balance everything while still managing and developing effectively.” – Interviewee K

“There are certainly times when it feels like time is in short supply, which makes it essential to assess and prioritize each task carefully. Even so, social media can still be managed with the small pockets of time available. I believe it’s possible to find a

good balance and manage everything effectively, even amidst these challenging trade-offs.” – Interviewee N

“Yes, because our time, energy, and stamina are limited, and sometimes we have to let go of something to gain something else.” – Interviewee T

Finding 3: The success factors of Taiwanese professional women in the social media field.

The success of managing social media is often seen as a combination of opportunity and capability, and the rise of professional women in this field reflects how they leverage their strengths and effectively navigate challenges. The female social media creators interviewed for this study come from different backgrounds and professions, and their individual success stories highlight various key success factors. Based on data analysis, these success factors can be summarized into the following aspects: clarity of personal brand positioning, authenticity and consistency, innovation, and learning ability.

First, the “clarity of personal brand positioning” is one of the key factors in the success of female social media creators. Many interviewees stated that before starting their social media journey, they carefully planned their brand image. They identified a specific niche based on their interests, expertise, and market demand, using this as the core of their content creation. For example, some creators focus on parenting, sharing their experiences and insights in raising children, while others specialize in fashion or beauty, showcasing their expertise in those fields. A clear brand positioning not only helps creators attract a specific audience, but also allows them to stand out in the market. Second, the “authenticity and consistency” of content are crucial to success. Modern audiences are increasingly sensitive to overly polished or inauthentic content.

Female social media creators who maintain a genuine and natural content style can more easily build long-term trust with their followers. Several interviewees emphasized that they focus on showcasing the authentic aspects of their lives during content creation. Whether they are going through difficult moments or celebrating successes, they choose to share these experiences honestly with their followers. This authenticity not only makes fans feel more connected, but also helps them retain their uniqueness in the highly competitive social media market. Consistency is equally important, regularly publishing high-quality content keeps followers engaged and enhances platform algorithms' recommendations.

Apart from the above, "innovation" is another key factor for success. During the interviews, many female social media creators mentioned that they regularly monitor market trends and learn new content creation tools to ensure their content remains fresh. For instance, with Instagram's introduction of the Reels feature, many social media creators quickly pivoted to short video creation, which not only increased their visibility, but also attracted a younger audience. The ability to innovate allows them to quickly adapt to platform changes and seize new opportunities to expand their influence.

Finally, "learning ability" is fundamental to the long-term success of female social media creators in the social media field. The interview data show that many successful female social media creators continuously learn new marketing techniques, visual design tools, and market trends, allowing them to enhance their professional skills and maintain their competitiveness. For example, some interviewees participate in online courses to learn how to optimize social media marketing strategies, while others join international social media creator communities to gain insights and expand their networks. This ongoing learning and self-improvement help them stay ahead in the fast-evolving social media landscape.

In summary, the success of Taiwanese professional women in the social media field is not coincidental, but the result of multiple factors working together. Clear personal brand positioning, authentic and consistent content creation, innovation, and a drive for continuous learning are all the key elements that enable female social media creators to achieve long-lasting success in the social media industry. Through the combination of these factors, female social media creators not only establish their influence, but also bring more innovation and value to the social media sector and field.

“I believe that everyone’s path to success is different! I also think that women have a stronger sense of empathy. Additionally, female creators, especially those in beauty and parenting niches, tend to have more potential for engagement and growth, whether in sponsorships or group-buying opportunities.” – Interviewee B

“I don’t think we can focus on women specifically, nor can success be determined by gender. Personally, I have more of a “guy” personality—laid-back and open-minded. My key to success has been showcasing my own unique traits; I present the same side of myself on social media that I show to close friends in private, rather than editing out my rough edges or masking who I really am just for social media. Therefore, I believe the focus shouldn’t be on what makes women successful in social media, and I also don’t think it should be divided by male or female. Of course, some women may gain followers quickly if they dress in revealing outfits, but the audience they attract may not always be the target audience they truly want.” – Interviewee C

“The rise of female empowerment and the ability for women to embrace multiple identities are the key factors in achieving success.” – Interviewee J

“We are currently in an era of female empowerment, where women often excel in various fields, sometimes even outperforming men.” – Interviewee L

“I don't believe that there are any unique keys to success specifically for women, because truly successful women reach the top of their fields through their own hard work and talent. I think that the key to "success" lies in a combination of "opportunity," "talent," and "effort," none of which are related to gender, especially in the realm of social media management, which does not require physical strength — a factor that could disadvantage women.” – Interviewee P

*“Appearance, physique, depth of character, communication skills, eloquence, intelligence, emotional awareness, sense of purpose, and industry insight.”
– Interviewee R*

CONCLUSION

This study delves into how professional women in Taiwan leverage platforms like Instagram to strategically build personal brands, shape their public images, and thrive in an increasingly competitive digital marketplace. Through an analysis of these professional women's viewpoints and experiences, both in terms of successes and challenges, this research reveals the unique strengths they bring to the field and how they carve out their own paths in the realm of self-media.

First and foremost, the study identifies significant advantages that professional women possess in the self-media industry. These professional women excel at using emotional expression to create strong connections with their audiences. Particularly in visually driven areas such as fashion, beauty, and parenting, they are adept at crafting compelling content that builds a distinctive brand image. These strengths allow them to stand out on platforms like Instagram and generate numerous business opportunities. However, their achievements do not come without challenges. Many respondents highlighted that professional women in this field often face excessive scrutiny, especially regarding their physical appearance. This societal pressure not only adds psychological strain, but can also undermine their professional recognition. Additionally, issues like gender discrimination and malicious comments continue to plague female social media creators, potentially dampening their enthusiasm and motivation for content creation.

Despite these obstacles, these professional women display remarkable resilience and adaptability. They effectively manage the dual pressures of life and career through flexible time management and role balancing, especially for those juggling family responsibilities alongside their careers. The flexibility offered by self-media allows them greater autonomy, helping them strike a balance between work and life. This flexible working model not only enables them to maintain financial independence

while caring for their families, but also provides a sense of personal fulfillment. For many, self-media serves not only as a tool for career advancement, but also as a means of realizing their own self-worth.

In exploring the key factors behind their success, the research highlights several crucial elements. First, clear brand positioning is paramount. Successful female social media creators often take the time to carefully plan their brand identity from the outset, establishing their market niche and using it as the foundation for their content. This precise positioning not only helps them attract a target audience, but also allows them to differentiate themselves in the market.

Additionally, authenticity and consistency are critical for building audience trust. Modern consumers are increasingly sensitive to inauthentic content, and those creators who maintain a genuine and natural approach are more likely to foster long-term trust. Many interviewees shared that by presenting the most authentic aspects of their daily lives, whether through challenges or successes, they could strengthen emotional bonds with their audiences, which in turn helped them maintain their uniqueness in a competitive environment.

Beyond brand positioning and authenticity, innovation is another key factor contributing to their success. Many respondents emphasized that staying attuned to market trends and learning new content creation tools enabled them to keep their content fresh and engaging. For example, when Instagram introduced the Reels feature, many social media creators quickly adapted by incorporating short-form videos into their strategy, thus attracting a younger audience. The ability to innovate not only keeps their content relevant, but also allows them to capitalize on new opportunities as platforms evolve.

Moreover, a strong capacity for learning is essential for long-term success. The study found that many successful female social media creators are highly committed

to continuous learning, participating in online courses and professional development in areas such as marketing strategies and visual design. They also actively engage in international creator communities, broadening their networks and gaining new insights. This commitment to ongoing learning and self-improvement gives them a competitive edge in an ever-evolving digital marketplace.

In summary, the success of professional women in Taiwan's self-media industry is not coincidental; it is the result of several key factors working in tandem. Clear brand positioning, authentic and consistent content creation, innovative thinking, and a strong drive for continuous learning are the core elements that enable these professional women to achieve sustained success in the self-media sector. These female social media creators have not only built significant influence for themselves, but have also injected fresh ideas and diversity into the broader self-media ecosystem.

Looking ahead, as the self-media market continues to grow, female social media creators will face more opportunities and challenges. They will need to constantly refine their skills, adapt to market changes, and develop more creative marketing strategies to maintain their competitive edge. Only by continuously pushing their boundaries will these professional women be able to stand out in an increasingly saturated market and continue driving innovation and growth in the self-media industry.

APPENDIX

APPENDIX A

《深度訪談》· 正式版邀請函&最終版採訪題目（中文版）

您好，我是就讀文藻外語大學國際事務系的王思蓉同學。

首先想要感謝您願意撥空參與這次的論文訪談，以及擔任我的研究對象和受訪者！我的畢業論文的題目是《台灣職業女性在自媒體中的個人品牌與形象發展研究：以 Instagram 經營者為視角》。而關於此次深度訪談的研究目的，是想要探究「台灣職業女性在自媒體領域的市場優勢與劣勢以及挑戰和現狀」，與「台灣職業女性的性別身分和自我認同，與自身家庭、職業、事業、個人成就和自媒體經營之間的平衡」，以及「台灣職業女性在自媒體領域的成功因素」。而此次訪談分為五個部分，總共 26 題。訪談內容主要會詢問您對於以上所述的三大面向之議題的想法和看法。

在我們開始進行深度訪談之前，要先跟您告知，您的回答僅為了提供學術研究之使用，並不會對外洩漏您的個人資料。此外，這次訪談是採取開放性的問答，因此您可以放心的、自由的回答您的個人見解，與分享您的自身經歷。

最後，提醒您，此次的訪談時長將進行半個小時至一個鐘頭。再次感謝您的熱心協助！（補充說明：此次訪談將邀請到 20 位受訪者一同共襄盛舉！）

● 第一部分（受訪者的基本資料）：

1. 請問您今年貴庚？以及您的教育程度為？
2. 請問您結婚了嗎？是或否？／您有生小孩嗎？若有，是生了幾個孩子呢？
3. 請問您現在主要的工作是什麼？
4. 除了主要的本業之外，您是否還有其他的副業？或是協槓創業？是什麼呢？

5. 請問您在擁有現在的社會地位與開始經營自媒體之前，曾經做過哪些工作？
6. 您最剛開始經營自媒體的契機是什麼？而今年是您做自媒體的第幾年/月呢？
7. 您通常在一天 24 小時當中，平均而言，分配了多少時間在經營自媒體呢？
8. 請問您所經營的 Instagram 風格、內容、類型是什麼？目前有幾位粉絲呢？
9. 您在 Instagram 上，粉絲和受眾的性別、年齡區間、族群，大致上為何？
10. 您之所以選擇主要經營 Instagram，而非其他的社群媒體的原因為何？

● 第二部分

（深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的市場優勢與劣勢以及挑戰和現狀）：

1. 您認為女性在自媒體領域的市場優勢和劣勢分別是什麼？
2. 您認為女性在自媒體產業當中，可能會面臨到的挑戰是什麼？要如何克服？
3. 您認為當今自媒體市場現況為何？現在有逐漸飽和的趨勢嗎？
4. 您的主要收入來源為何？以及您多元化收入模式是透過哪些方式和管道？
5. 您認為女性應當如何運用網路社交媒體平台，建立個人品牌以塑造形象、吸引受眾，並開發潛在客源，進而與粉絲建立良好長遠的關係？（請分享您的個人經驗談，或給予後輩具體的方向和建議。）

● 第三部分（深度訪談之台灣職業女性的性別身分和自我認同，與自身家庭、職業、事業、個人成就和自媒體經營之間的平衡）：

1. 您身為女性，在家庭、職業、事業、個人成就之間，難以取捨的平衡，是否影響您在自媒體領域的創業之路？
2. 您在取得自媒體領域的成功之後，對於您的生活帶來了什麼樣的改變呢？
3. 您認為女性在取得該成功與突破之後，家庭反應和社會反應如何？
4. 您在您發展自媒體事業的前中後期，您所設定的階段性目標分別是什麼？
5. 請問您在經營自媒體的過程中，是否有後悔過自己的選擇？（若有，請問是

在什麼時候，以及當時發生了什麼呢？若沒有，讓您堅持下去的主因是什麼？)

● **第四部分（深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的成功因素）：**

1. 您對於您在 Instagram 上的個人品牌和形象傳達有什麼初衷和理念嗎？
2. 經營自媒體最需要的莫過於創新的思考模式和行銷技巧，您有什麼樣的生活背景或是透過什麼方法，幫助自己去激發創作上的全新思維與系統脈絡呢？
3. 您覺得女性比起男性在經營自媒體這塊更具有優勢嗎？是或否？
(您的想法和看法是什麼？或者是您可以舉例一個例子來佐證嗎？)
4. 請問您覺得女性在自媒體領域成功的關鍵因素有哪些？
5. 您身為女性自媒體創作者，您覺得應當採取哪些應對策略來與百花齊放的市場競爭呢？

● **第五部分（深度訪談之結尾）：**

如果您將您自媒體創業之路的過程全部總結，您有什麼建言和忠告，或者是人生座右銘，會想要跟我們分享，並且留給自媒體創作者後輩的呢？

以上就是此次深度訪談的題目，再次感謝您的參與，您的個人見解和自身經歷將幫助我完成學位論文，也將對台灣的學術研究和自媒體產業之領域有所莫大的貢獻。最後，我在此誠摯的祝福您～平安健康、事業順心、鴻圖大展！

APPENDIX B

《In-Depth Interview》 - Formal Invitation Letter

& Final Version of Interview Questions (English Version)

Hello everyone,

I am Si-Rong Wang, a student from the Department of International Affairs at Wenzao Ursuline University of Languages.

First of all, I would like to thank you for taking the time to participate in this interview and for being my research subjects and interviewees! The topic of my graduation thesis is “A Study of Personal Branding and Image Development for Professional Women in Self-Media : Perspectives from Taiwanese Female Instagram Managers.” The purpose of this in-depth interview is in order to explore “the market advantages, disadvantages, challenges, and current status of professional women in Taiwan in the self-media field,” “the gender identity and self-identity of professional women in Taiwan, and the balance between their family, occupation, career, personal achievements, and self-media management,” and “the success factors for professional women in Taiwan in the self-media field.”

Besides, the interview is divided into five sections, with a total of 26 questions. The content will mainly inquire about your thoughts and viewpoints on the three major aspects what I have mentioned at the above.

In addition, before we begin the in-depth interview, I want to inform you that your responses will be used solely for academic research purposes and will not be disclosed publicly. Additionally, this interview will follow an open-ended question format, so you can freely share your personal insights and experiences.

Lastly, please note that the interview will last between 30 minutes to one hour. Thank you once again for your kind assistance! (Additional note: I will be inviting 20 interviewees to participate in this study.)

《Part 1: The Basic Information of The Interviewees》

1. May I ask how old you are this year and what your level of education is?
2. Are you married? Yes or No? / Do you have children? If so, how many children do you have?
3. What is your main job or occupation currently?
4. Besides your primary job, do you have any side businesses or ventures? If so, what are they?
5. Before achieving your current social status and starting your journey in self-media, what jobs did you do before?
6. What was the initial motivation for starting your self-media? And how many years or months have you been doing self-media this year?
7. On average, how much time do you spend each day out of the 24 hours managing your self-media?
8. What is the style, content, and type of your Instagram account? How many followers do you currently have?
9. On Instagram, what are the general demographics of your followers and audience in terms of gender, age range, and ethnicity?
10. Why did you choose to primarily focus on managing Instagram rather than other social media platforms?

《Part 2: The Market Advantages, Disadvantages, Challenges, and Current Status of Working Women in Taiwan in the Self-Media Field》

1. What do you think are the market advantages and disadvantages for women in the self-media field?
2. What challenges might women face in the self-media industry, and how can they overcome them?

3. What is your view on the current state of the self-media market? Is there a trend of increasing saturation?
4. What are your primary sources of income? How do you diversify your income streams, and through which methods and channels?
5. How should women utilize online social media platforms to build a personal brand, shape their image, attract an audience, and develop potential clients, thereby establishing strong, long-term relationships with their followers? (Please share your personal experiences or provide specific advice and guidance for newcomers.)

《Part 3: The Gender Identity and Self-Identity of Professional Women in Taiwan, and the Balance Between Their Family, Occupation, Career, Achievements, and Self-Media Management》

1. As a woman, has the difficult balance between family, occupation, career, business, and personal achievements affected your entrepreneurial journey in the self-media field?
2. After achieving success in the self-media field, what changes has it brought to your life?
3. How do you think the family and society react after a woman achieves success and breakthroughs in managing self-media?
4. What were the specific goals you set during the early, middle, and later stages of developing your self-media business?
5. Have you ever regretted your choice while managing your self-media? (If yes, when did it happen and what was the situation? If not, what has been the main reason for your perseverance?)

《Part 4: The Success Factors of Professional Women in Taiwan in the Self-Media Field》

1. Do you have any initial intentions or concepts regarding the personal brand and image you convey on Instagram?
2. Running a self-media account requires innovative thinking and marketing skills. What aspects of your background or methods have helped you spark new ideas and frameworks for your creative work?
3. Do you think women have more advantages than men in managing self-media? Yes or no? (What are your thoughts and views? Or could you provide an example to support your answer?)
4. What do you believe are the key factors for a woman's success in the self-media field?
5. As a female self-media creator, what strategies do you think should be adopted to compete in a highly competitive market?

《Part 5: The Ending of the In-Depth Interview》

If you were to summarize your entire journey of entrepreneurship in the self-media field, what advice, guidance, or life motto would you like to share with us and pass on to the next generation of self-media creators?

These are the questions for this in-depth interview. Once again, thank you for your participation. Your personal insights and experiences will greatly assist me in completing my graduation project and will also contribute significantly to academic research in Taiwan and the self-media industry.

At last, I sincerely wish you peace, good health, success in your career, and great achievements ahead! Thank you very much~

APPENDIX C

The Organization of The Interview Record, Interview Transcript and Interviewees' Response to The In-Depth Interview

Table 3 The Introduction of The Interviewees

Interviewee	Respondent's Name	Instagram Username	Instagram Account
A	曾思茹	思茹 (S 編) SIH PING	s.style.cycle
B	洪子懿	Jennifer 珍妮佛 洪子懿	jennjennipa
C	莊昕穎	高雄房仲穎爺	kao_yingya
D	彭思齊	雪倫的隱藏版生活	sharonpengtw
E	林盈孜	過期空姐 KIKO	akiko017
F	葉孟純	好蠢. HAOCHUN handmade	haochun.tw
G	黃淨君	酋姐	chillchill_der
H	林昕妤	乙烯 c2h4	c2h4_study
I	劉亞青	青 chh.	round2_chh
J	陳美燕	DJ Swallow 妖嬌	djswallow_tw
K	戴雨凡	戴雨凡 GiGi Tai	gigi.tai
L	游紫緣	VERNA 空間燙髮教育講師	space_vernahair
M	吳于琪	吳于琪 晉捷生技最高層 領導・總業績年度第一名	high_qi
N	許涵斐	Tang Le Hsu 許棠樂	jasminhsu1212
O	周欣儀	Shin Yi Chou	hyppa89
P	陳霓	希斯特莉亞・台灣鼠	historia_hamster
Q	繆席佳	賀靜 Miao Si Jia	djcn_muse1006
R	許熾樺	許熾樺 Helen 牛妹	hyh.nu
S	曾鈺婷	Q 妮和陪尼	queenie_and_perry
T	陳曉誼	Mia 的變形記	mmmmmm__130

《受訪者 A 曾思茹》

● 第一部分（受訪者的基本資料）：

1. 請問您今年貴庚？以及您的教育程度為？

A：35 歲，碩士（IED 歐洲設計學院，時尚產品行銷碩士）。

2. 請問您結婚了嗎？是或否？／您有生小孩嗎？若有，是生了幾個孩子呢？

A：否，無。

3. 請問您現在主要的工作是什麼？

A：自媒體社群事業顧問、風格社群工作室負責人。

4. 除了主要的本業之外，您是否還有其他的副業？或是協槓創業？是什麼呢？

A：是，講師、內容創作者、瑜伽老師。

5. 請問您在擁有現在的社會地位與開始經營自媒體之前，曾經做過哪些工作？

A：墨西哥最大台商集團營運經理、西班牙馬德里快時尚品牌 Mango 視覺陳列師、ELLE TAIWAN 國際中文版社群編輯。

6. 您最剛開始經營自媒體的契機是什麼？而今年是您做自媒體的第幾年/月呢？

A：契機是在 2017 年疫情還沒有爆發時，就知道有遠距工作的形式，因此 2019 年在 ELLE 時剛處理完第一屆台北時裝週的社群行銷專案，當時就意識到這種每天追著新聞跑、假日還要無償加班的生活，並不是我所想要的！也希望自己能同時做著喜歡的工作，同時享有生活的品質，於是毅然決然離職，決定希望透過自己的營運技能和行銷技巧，並且運用自媒體的力量來幫助內容創作者能夠被更多的人看見！而今年是我做自媒體的第 5 年。

7. 您通常在一天 24 小時當中，平均而言，分配了多少時間在經營自媒體呢？

A：由於經營自媒體只占我工作的一小部分，因此每天大概就最多 1-2 小時。

8. 請問您所經營的 Instagram 風格、內容、類型是什麼？目前有幾位粉絲呢？

A：以思維成長、斜槓創業、自媒體經營為主，目前追蹤數有 35986 位粉絲。

9. 您在 Instagram 上，粉絲和受眾的性別、年齡區間、族群，大致上為何？

A：男性:19.5%，女性:80.5%；年齡區間集中在 25~34 歲；台灣人為主。

10. 您之所以選擇主要經營 Instagram，而非其他的社群媒體的原因為何？

A：Instagram 有多元的創作形式和版位可運用，相較於 Youtube 或 Podcast 這種屬於長尾效應的平台擴散較快，初期較容易增粉。而且有私訊管道，因此也更容易與受眾接觸以培養黏著度。

● 第二部分

(深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的市場優勢與劣勢以及挑戰和現狀)：

1. 您認為女性在自媒體領域的市場優勢和劣勢分別是什麼？

A：優勢：團購與帶貨的能力強！相對吃香，且販售商品多元，不容易局限於產品的性質。(例如女性創作者可以銷售行動電源也可以銷售美妝品，但男性能夠觸及到的商品類型就比較限縮。)劣勢：女性在台灣社群媒體上仍然比較容易遭受到很多不公平的對待，也比男性較容易遭受放大檢視，例如外貌評價或能力質疑。另外，現在越來越多年輕人投入自媒體市場，所以也相對競爭！而自媒體發展是可以有很多面向的，例如以專業為主要經營的導向，能走得比較長久，若是靠外貌或表演，可能會走的比較不長遠，也很容易被淘汰或取代。

2. 您認為女性在自媒體產業當中，可能會面臨到的挑戰是什麼？要如何克服？

A：我認為因為性別而遇到的挑戰其實不大，頂多可能因為「年紀」的關係而經營的面向會受限。但最重要的仍然是你如何透過自媒體表達自己！如果懂得展現與表達自己的特色，那就能吸引到志同道合的觀眾。相對的，越來越多人投入自媒體，未來「網紅」的概念可能會消失！也就說人人都是自媒體的時代即將來臨，因此當越多人來搶食這塊市場，我們該思考的或許已經不是「自己能貢獻或給予什麼」，而是「我是誰」這件事。除此之外，許多人都有可能會在做個人品牌的過程中，陷入「品牌」的迷思，因此還在用很老派的方式來經營自己，譬如給很多乾貨、整理懶人包、打造產品等，但卻忽略了其實最重要的

是「個人」這兩個字。當大家在社群上給的娛樂、資訊、知識、產品都差不多（未來會更趨於同化），尤其越來越多人都在用 AI 來經營自媒體，唯一的差異化就只剩下「人性」而已。因此要展現自己的各種面向與魅力，還有人情味！

3. 您認為當今自媒體市場現況為何？現在有逐漸飽和的趨勢嗎？

A：逐漸飽和，但仍然還有機會！Threads 即將會是一個很值得投入的新市場。

4. 您的主要收入來源為何？以及您多元化收入模式是透過哪些方式和管道？

A：主要收入來源是來自於自媒體社群事業顧問、風格社群工作室負責人的薪資；而我的多元化收入模式是透過 90 天自媒體事業顧問服務、書籍銷售、線上課程、直播講座、會員制、IG 和網站的流量等方式和管道所帶來的被動收入。

5. 您認為女性應當如何運用網路社交媒體平台，建立個人品牌以塑造形象、吸引受眾，並開發潛在客源，進而與粉絲建立良好長遠的關係？（請分享您的個人經驗談，或給予後輩具體的方向和建議。）

A：以終為始。先認識自己，知道自己「喜歡什麼、擅長什麼」非常重要！多數人經營自媒體到後面之所以會很痛苦，是因為他們有太多偶包或是太多虛假的人設，為了迎合受眾，而做自己不喜歡的事。自媒體一旦投入，它就是一個終身事業！沒有人希望離開職場之後自己創業，還打造出一個自己都不喜歡的工作。所以我認為最重要的莫過於是先自我探索，好好的認識自己是誰，並且真實的展現自我。因為用真實的一面吸引到的粉絲，才是最長久也才是最精準的客源。

● **第三部分（深度訪談之台灣職業女性的性別身分和自我認同，與自身家庭、職業、事業、個人成就和自媒體經營之間的平衡）：**

1. 您身為女性，在家庭、職業、事業、個人成就之間，難以取捨的平衡，是否影響您在自媒體領域的創業之路？

A：不會，反而更平衡。因為我有很多學生都是媽媽們，經營自媒體能夠讓他

們可以一邊帶小孩，一邊有斜槓收入（經濟獨立而無需仰賴另一半），而且也能享受自己工作的成就感！

2. 您在取得自媒體領域的成功之後，對於您的生活帶來了什麼樣的改變呢？

A：對於工作與生活有高度的掌控權。

3. 您認為女性在取得該成功與突破之後，家庭反應和社會反應如何？

A：可能另一半看到自己比他更為突出，會產生不適應的感覺。但多數還是很支持的，畢竟是對家庭有更好的收入貢獻。

4. 您在您發展自媒體事業的前中後期，您所設定的階段性目標分別是什麼？

A：

前期：貢獻有價值的內容，衝刺粉絲量。

中期：與受眾培養黏著度，深耕單一類型產品。

後期：打造團隊，營運公司與管理，拓展品牌多元性。

5. 請問您在經營自媒體的過程中，是否有後悔過自己的選擇？（若有，請問是在什麼時候，以及當時發生了什麼呢？若沒有，讓您堅持下去的主因是什麼？）

A：沒有，從來都沒有後悔過。

● 第四部分（深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的成功因素）：

1. 您對於您在 Instagram 上的個人品牌和形象傳達有什麼初衷和理念嗎？

A：幫助不快樂的上班族，透過自媒體的經營來打造多元化的職涯和收入。

2. 經營自媒體最需要的莫過於創新的思考模式和行銷技巧，您有什麼樣的生活背景或您是透過什麼方法，幫助自己去激發創作上的全新思維與系統脈絡呢？

A：閱讀、社交活動、旅行、和其他創作者交流、上國外老師的課程，還有因為我會英文和西班牙文，所以也會運用這些語言去查詢過外的一些流行趨勢。

3. 您覺得女性比起男性在經營自媒體這塊更具有優勢嗎？是或否？

（您的想法和看法是什麼？或者是您可以舉例一個例子來佐證嗎？）

A：我覺得男性和女性各自都具有優劣，並沒有誰比較有優勢；我認為重點還是在於內容，與經營者的態度和經營自媒體的運作方式。

4. 請問您覺得女性在自媒體領域成功的關鍵因素有哪些？

A：專注於自我提升、真實展現自我。

5. 您身為女性自媒體創作者，您覺得應當採取哪些應對策略來與百花齊放的市場競爭呢？

A：同上題回覆；並且精進自己。

● 第五部分（深度訪談之結尾）：

如果您將您自媒體創業之路的過程全部總結，您有什麼建言和忠告，或者是人生座右銘，會想要跟我們分享，並且留給自媒體創作者後輩的呢？

A：「不是發光發熱才要全力以赴，而是全力以赴了才會發光發熱！」在我經營自媒體的這一路上，已經看過太多創作者來來去去，有些人開始了一個多月沒有成效就直接放棄，但很多頭號創作者例如阿滴、Joeman，很多人都是經營五年以上才開始找到屬於自己的路，並且才慢慢做出成績和心得。因此不要一心只想著快速賺到流量，而應該是要穩紮穩打的全力以赴，才能走得長久、長遠！

《受訪者 B 洪子懿》

● 第一部分（受訪者的基本資料）：

1. 請問您今年貴庚？以及您的教育程度為？

B：32 歲，醫學院畢業。

2. 請問您結婚了嗎？是或否？／您有生小孩嗎？若有，是生了幾個孩子呢？

B：已婚；有，兩個小孩。

3. 請問您現在主要的工作是什麼？

B：醫美醫師。

4. 除了主要的本業之外，您是否還有其他的副業？或是協槓創業？是什麼呢？

B：是，自媒體的經營。

5. 請問您在擁有現在的社會地位與開始經營自媒體之前，曾經做過哪些工作？

B：無。

6. 您最剛開始經營自媒體的契機是什麼？而今年是您做自媒體的第幾年/月呢？

B：興趣、喜歡分享東西和夫妻與親子之間的日常，大概 5 年左右。

7. 您通常在一天 24 小時當中，平均而言，分配了多少時間在經營自媒體呢？

B：1 個小時左右。

8. 請問您所經營的 Instagram 風格、內容、類型是什麼？目前有幾位粉絲呢？

B：夫妻和親子之間的日常生活，111369 位粉絲。

9. 您在 Instagram 上，粉絲和受眾的性別、年齡區間、族群，大致上為何？

B：男性:76.9%，女性:23.1%；以 25~34 歲為主。

10. 您之所以選擇主要經營 Instagram，而非其他的社群媒體的原因為何？

B：因為我本人比較不擅長打文章，像是臉書或部落格都需要寫比較長的篇幅，那 Instagram 比較不偏重於文字。而我比較擅長拍影片，所以我幾乎都是拍攝 Reels 居多。除此之外，因為近幾年 Instagram 也比較紅與比較盛行而使用。

● 第二部分

(深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的市場優勢與劣勢以及挑戰和現狀):

1. 您認為女性在自媒體領域的市場優勢和劣勢分別是什麼？

B：優勢：女生比較容易吸睛！因為跟男生比起來，人們通常在第一眼的時候都比較傾向喜歡看女生。除此之外，女生如果長得比較漂亮，或是露個身材和乳溝，也會比較容易吸引到粉絲的讚數和關注。劣勢：要觀眾記住你比較不容易，因為現在有太多雷同的 Instagram 創作者。以及可能會需要物化自己，才能夠獲得讚數和流量。而且追蹤者們也未必會深入或真正的瞭解你，才去喜歡你這個人。

2. 您認為女性在自媒體產業當中，可能會面臨到的挑戰是什麼？要如何克服？

B：可能會被物化；而且有時候也可能會需要物化自己，才能夠博得關注，但「物化」同時也可能會帶來自己本身並不想要的那種關注，像酸民的放大檢視和流言蜚語，甚至是陌生人的騷擾。

3. 您認為當今自媒體市場現況為何？現在有逐漸飽和的趨勢嗎？

B：我個人覺得目前還算是蠻飽和的，因為現在大家都在做自媒體。而且要去區分與獨立出來，並且讓人家記得你，是一件不太容易的事情，因為社群媒體平台上面有太多類似的帳號和創作者。

4. 您的主要收入來源為何？以及您多元化收入模式是透過哪些方式和管道？

B：我的主要收入來源是身為醫美醫生本業的收入，其他的多元化收入模式則是透過經營自媒體而接案的，或者是一些業配和團購，以及小型的投資。

5. 您認為女性應當如何運用網路社交媒體平台，建立個人品牌以塑造形象、吸引受眾，並開發潛在客源，進而與粉絲建立良好長遠的關係？（請分享您的個人經驗談，或給予後輩具體的方向和建議。）

B：我覺得要做自己，而且越貼近日常生活越好。因為如果你呈現給大家看的模樣並不是真實的，那長久下來可能會很容易疲乏。畢竟不可能一直假裝一個

不是你的生活和個性的樣態，這樣會沒辦法持之以恆。再者，我覺得做自媒體最需要的莫過於就是持之以恆！除此之外，我認為適當的回覆粉絲，是一件很重要的事情。而且我通常喜歡稱我的追蹤者們為網友，我其實並不喜歡把他們稱作為粉絲，因為我覺得這個詞有點在神化我自己，而我覺得大家都是網友，而非追星的那種感覺，而且這樣能夠讓我更貼近我的那些追蹤者，也縮短彼此之間的距離感。

● 第三部分（深度訪談之台灣職業女性的性別身分和自我認同，與自身家庭、職業、事業、個人成就和自媒體經營之間的平衡）：

1. 您身為女性，在家庭、職業、事業、個人成就之間，難以取捨的平衡，是否影響您在自媒體領域的創業之路？

B：當然會。在家庭方面，我覺得因為有了家庭和小孩，我會擔心他們的權利。而且我覺得現在很多人都會討論是否應該把小孩的照片和影片 Po 在社群媒體平台上？首先是安全性的疑慮，再來就是家人或小孩同不同意他們的照片和影片被 Po 在你的社群媒體平台上，或者是在社群媒體上公開講你家人和小孩的事情，也或許小孩他們以後得知或長大的時候會介意。就譬如說他們今天尿褲子之類的事情，人長越來越大都會不想要個人的私事或糗事被別人知道，或也可能會因此而覺得難堪與感到丟臉，所以我覺得這部分會很難拿捏。還有我覺得家庭生活也會備受影響很多，譬如我們通常在社群媒體上看到的，那些光鮮亮麗的模樣幾乎都是擺出來的。就像是如果照片和影片要拍得漂亮，那勢必會犧牲掉家人和小孩的時間，食物也很有可能放到冷掉才吃，因為這樣才能夠拍到好的成品；或者是你出去玩與帶小孩，一定是先把他們擺在旁邊，然後先拍照與拍美景或拍美食，才會輪到陪伴他們。所以我覺得要經營自媒體，倘若沒有全家人的支持是做不到的。而關於我個人的職業、事業和個人成就的部分，我覺得同時經營自媒體是有加分以及有所幫助的。

2. 您在取得自媒體領域的成功之後，對於您的生活帶來了什麼樣的改變呢？

B：主要是多了點協槓的收入，其他的部份我覺得並沒有什麼太大的改變。

3. 您認為女性在取得該成功與突破之後，家庭反應和社會反應如何？

B：家人的部分都還算蠻支持的！但是長輩的話，有時候我就會擔心他們會不會沒辦法接受我所呈現的內容。因為家中有些長輩比較保守，所以我有時候會擔心他們是否會排斥？但是目前他們也沒有說什麼，或是有任何反對的意思。而且現在就是個很流行經營自媒體的時代，所以可能大家都會覺得有個可以發聲的平台挺好的。至於社會反應的部分，我覺得我很喜歡跟我的網友們（粉絲）聊天還有互動。而且其實我本身其實是個還蠻 I 的人，所以當面或跟陌生人交流的話，可能會沒辦法聊得那麼開心？但是透過網路的話，我就可以跟他們分享很多事情，與互相交流。

4. 您在您發展自媒體事業的前中後期，您所設定的階段性目標分別是什麼？

B：

前期：一開始 Instagram 還沒有 Reels 的功能，所以我當時都是努力發布圖文，主要以追求粉絲數，並且希望能夠突破萬位粉絲數的流量。

中期：後來破萬之後，慢慢才比較有能夠接到業配的機會，也剛好在那時候 Instagram 推出了 Reels 的新功能，我也在此時覺得 Reels 比較符合我想要在 Instagram 上呈現的我。我個人也認為照片稍微可能比較不真實一點，而我覺得影片拍出來很即時，而且我也不太會 Set 什麼東西，就是非常貼近我和我老公的生活日常。所以我們就拍了很多 Reels，然後粉絲數也因此長得非常迅速。

後期：我原先是設定要在去年年底之前，突破十萬粉絲數的這個大關，但是到了今年一月初才達成這個目標。後來我就設定說想要每個月有固定的額外收入，也希望能夠透過經營 Instagram 獲得一些附加或額外的收入和合作機會。

5. 請問您在經營自媒體的過程中，是否有後悔過自己的選擇？（若有，請問是在什麼時候，以及當時發生了什麼呢？若沒有，讓您堅持下去的主因是什麼？）

B：不算有後悔過！但是曾經想過我在 Instagram 上比較不修邊幅且沒有禁忌的風格，會不會影響到我身為醫生專業的形象？但是後來我覺得醫生也是人，而我也屬於我的下班生活，所以後來就覺得無妨。我覺得讓我繼續堅持下去的主因是因為經營自媒體已經變成了一種習慣，因為我拍的都是我的生活日常。

● 第四部分（深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的成功因素）：

1. 您對於您在 Instagram 上的個人品牌和形象傳達有什麼初衷和理念嗎？

B：我會想要跟大家分享婚姻和生小孩，其實並沒有大家想的那麼可怕，就只是需要兩個人互相合作與並肩作戰。而且就算有了婚姻和小孩，夫妻兩個人之間還是可以很開心的！並不是如同傳言所講的那樣可怕，或者是有了婚姻和小孩就是走入愛情的墳墓，而我認為有了小孩之後，愛情還是會持續存在的。

2. 經營自媒體最需要的莫過於創新的思考模式和行銷技巧，您有什麼樣的生活背景或您是透過什麼方法，幫助自己去激發創作上的全新思維與系統脈絡呢？

B：我認為持之以恆是最重要的！因為長期經營自媒體可能會疲乏，就像日更都是需要每天發文和發限時動態的，然後我的靈感其實大多都來自於我老公的發想，因為他的人格特質很無厘頭也很搞笑，而他本身的職業其實也是醫生。

3. 您覺得女性比起男性在經營自媒體這塊更具有優勢嗎？是或否？

（您的想法和看法是什麼？或者是您可以舉例一個例子來佐證嗎？）

B：我覺得是；因為女性一開始都會在第一眼的時候比較吸睛，但倘若粉絲願意花時間與深入的去了解與認識你這個人的話，那就未必了。

4. 請問您覺得女性在自媒體領域成功的關鍵因素有哪些？

B：我覺得每個人成功的方式都不太一樣！而且我認為女性的共感力比較強。除此之外，特別是在發展美妝和母嬰事業的自媒體創作者，又無論是在業配或

團購的領域，都會比較有話題性和發展性。

5. 您身為女性自媒體創作者，您覺得應當採取哪些應對策略來與百花齊放的市場競爭呢？

B：要做自己，不要隨波逐流，並且要做自己喜歡做的事情。

● 第五部分（深度訪談之結尾）：

如果您將您自媒體創業之路的過程全部總結，您有什麼建言和忠告，或者是人生座右銘，會想要跟我們分享，並且留給自媒體創作者後輩的呢？

B：首先，我覺得要保持一個謙虛的心態，而且現在就是一個人人都有話語權的年代，不應該覺得粉絲多就怎麼樣，畢竟一山還有一山高，也不要因為粉絲的累積與多寡，就因此而自滿、自大或自視甚高。

《受訪者 C 莊昕穎》

● 第一部分（受訪者的基本資料）：

1. 請問您今年貴庚？以及您的教育程度為？

C：34 歲，科技大學畢業。

2. 請問您結婚了嗎？是或否？／您有生小孩嗎？若有，是生了幾個孩子呢？

C：未婚，沒有小孩。

3. 請問您現在主要的工作是什麼？

C：房仲業、不動產仲介。

4. 除了主要的本業之外，您是否還有其他的副業？或是協槓創業？是什麼呢？

C：沒有。

5. 請問您在擁有現在的社會地位與開始經營自媒體之前，曾經做過哪些工作？

C：餐廳外場、補習班、監考、家教、黑貓宅即便、統一速達外送人員。

6. 您最剛開始經營自媒體的契機是什麼？而今年是您做自媒體的第幾年/月呢？

C：契機是因為工作需求，還有為了陌生開發、挖掘客戶、與客戶聯繫，以及分享高雄大小事。大約 1.5 年左右。

7. 您通常在一天 24 小時當中，平均而言，分配了多少時間在經營自媒體呢？

C：大約 6-8 小時左右。

8. 請問您所經營的 Instagram 風格、內容、類型是什麼？目前有幾位粉絲呢？

C：介紹高雄歷史、在地的大小事和舊聞趣事、不動產相關的介紹，16735 位。

9. 您在 Instagram 上，粉絲和受眾的性別、年齡區間、族群，大致上為何？

C：男性:54.4%，女性:45.6%；25~34 歲居多，以高雄人或南飄族群為主。

10. 您之所以選擇主要經營 Instagram，而非其他的社群媒體的原因為何？

C：因為 Instagram 的客群和使用者都比較年輕，然而每個平台都有每個平台的受眾，而我之所以會特別經營 Instagram 的原因是因為它有 Reels 的功能。但是我幾乎全部的社群媒體都有在經營，例如：Youtube、Facebook、Instagram、

Line Voom、Tiktok、Threads 等，都有在多角化經營，因為身為房仲業所以需要陌開不同年齡層的客群，而且業務開發也會需要長期的累積與培養。

● 第二部分

(深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的市場優勢與劣勢以及挑戰和現狀):

1. 您認為女性在自媒體領域的市場優勢和劣勢分別是什麼？

C：優勢：女性比較有亮點可以吸引觀看率。劣勢：比男性更容易被貼標籤。

2. 您認為女性在自媒體產業當中，可能會面臨到的挑戰是什麼？要如何克服？

C：我認為這題關於挑戰的部分，和上一題的問題當中關於女性在自媒體領域的市場劣勢，我的回答是一樣的，都是比較容易被貼標籤。或者是比較容易被針對或放大檢視！但假如是我遇到這樣的狀況，我會選擇做自己，並且正面的回應那些不當的言辭，而不是為了流量去做一些可能跟自己本身的價值或自身的價值觀所衝突與抵觸的事情。

3. 您認為當今自媒體市場現況為何？現在有逐漸飽和的趨勢嗎？

C：目前確實已經有逐漸飽和的趨勢，尤其是從去年開始，但我覺得仍然還有很大的市場可以去經營、發揮與開拓，因為我覺得現在無論各行各業，自媒體已經成為一個與他人介紹自己，或建立關係的必備開端和工具。而且能夠用手機推播出來的廣告是最即時的，而且也是打造個人品牌最直接的方式。

4. 您的主要收入來源為何？以及您多元化收入模式是透過哪些方式和管道？

C：主要收入來源為買賣房子的銷售金，目前尚未有自媒體變現的額外收入。

5. 您認為女性應當如何運用網路社交媒體平台，建立個人品牌以塑造形象、吸引受眾，並開發潛在客源，進而與粉絲建立良好長遠的關係？（請分享您的個人經驗談，或給予後輩具體的方向和建議。）

C：我覺得首要的關鍵是先做自己！而不要為了迎合觀眾的喜好和流量的炒作去做一些與自己原本的想法和樣子相違背的事情，如此才能夠經營的長久。抱

持著自己的初心和本我去經營自媒體，也會比較輕鬆且長遠。除此之外，也希望大家能夠對這個社會能夠有更多、更好的貢獻。或者是在社群媒體平台上面，能夠傳達與教導大家有一個比較好的觀念和行為，像我也有在我的 Instagram 上分享有關貓咪 TNR 結紮的部分，自媒體創作者也可以讓社會大眾多一個管道去了解善知識。

● 第三部分（深度訪談之台灣職業女性的性別身分和自我認同，與自身家庭、職業、事業、個人成就和自媒體經營之間的平衡）：

1. 您身為女性，在家庭、職業、事業、個人成就之間，難以取捨的平衡，是否影響您在自媒體領域的創業之路？

C：由於我目前未婚也單身，所以對於我來說，我覺得平衡點權衡的部分倒還好。而且我的家庭給予了我一個還蠻自由的去發展自己個人事業的空間！除此之外，關於職業、事業和個人成就的部分，也因為我把我的主業房仲業和房地產買賣跟自媒體結合在一起，所以是很直接相關的，也具有加分和加乘的效果。因為它對於我來說就是一個廣告品牌，也希望能夠透過自媒體的經營來讓大家或更多人知道高雄有一個房仲叫做穎爺，所以並不會有矛盾或不平衡。

2. 您在取得自媒體領域的成功之後，對於您的生活帶來了什麼樣的改變呢？

C：我個人覺得我自己目前其實還沒有算是成功耶！然後我覺得生活上並沒有太大的改變，頂多就是在路上可能會有人認出我，就算戴著口罩也會；或者是得要比以往騰出更多時間來拍攝影片與經營自媒體，更何況我是日更。但除此之外，還有一個重點就是當你決定要從事自媒體的時候，你自己就要有一個認知，就是你在這個社會上算是公眾人物，所以更不可以去做一些原本就違法或違背道德的事情。

3. 您認為女性在取得該成功與突破之後，家庭反應和社會反應如何？

C：關於家庭反應的部分，由於我爸媽他們算是 3C 白痴，所以他們根本就不知

道我在做些什麼事情。而在社會反應的部分，可能就是在公司和同行與同業之間，他們可能都會知道我是誰，然後我也覺得我現階段還沒有足夠的影響力去影響到社會。

4. 您在您發展自媒體事業的前中後期，您所設定的階段性目標分別是什麼？

C：

前期：我當初其實並沒有設定階段性目標，因為我當初並不是把自媒體當作一個營利的平台和管道。我只是想要讓更多人知道高雄有一個房仲是我，叫做穎爺。那大家有房地產的相關問題，或有需要相關的服務隨時隨地都可以找我。

中期：想要向大家介紹高雄與讓大家認識高雄的歷史，以及在地的大小事，和各種舊聞趣事；也希望能夠長期的、穩定的發展，跟調整能夠修正與改進的地方。

後期：積極的精進自己在影片當中的表達和詞彙量，與更熟悉與知曉更早期的高雄歷史。

（要達到幾萬粉絲，或者是要達到多少的營利目標，這些都不是我的初衷。）

5. 請問您在經營自媒體的過程中，是否有後悔過自己的選擇？（若有，請問是在什麼時候，以及當時發生了什麼呢？若沒有，讓您堅持下去的主因是什麼？）

C：沒有。因為早在十年前其實我就有想要經營 Facebook，而我唯一後悔的可能就只有為什麼我沒有早一點繼續經營！而粉絲的回饋對於我來說，其實都很重要也讓我感到很感動，我原先並不曉得說原來有這麼多的人，因為我所拍的那些影片而去更深入的了解與認識到高雄，所以粉絲的支持其實就是讓我繼續堅持下去最大的主因和動力。就像我常在影片裡面所說的，不管有沒有跟我買房子，其實有任何房地產相關的問題都可以詢問我，而我都可以幫你們諮詢與解答，而不要讓我的粉絲們去被騙，或者是一些其他剛入行的房仲比較不懂或無法處理的狀況，我也都可以協助與避免。

● 第四部分（深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的成功因素）：

1. 您對於您在 Instagram 上的個人品牌和形象傳達有什麼初衷和理念嗎？

C：主要是讓大家更深入的認識高雄，以及知道高雄有一個房仲叫做穎爺。

2. 經營自媒體最需要的莫過於創新的思考模式和行銷技巧，您有什麼樣的生活背景或您是透過什麼方法，幫助自己去激發創作上的全新思維與系統脈絡呢？

C：我覺得我的個人品牌主要是要引起高雄人或居住在高雄的人去產生共鳴，所以我才會去介紹高雄。再者我是土生土長的高雄人，而且從小到大無論求學或工作，我從來都沒有離開過高雄，所以我覺得由我去介紹高雄是很適合的一件事情。而在影片當中，想必有看過的人應該都有發現我有穿插一些台語在裡面，因為這是高雄在地很 Local 的一種講話方式。而我們的思考模式基本上都是以房子要怎麼拍，以及該怎麼讓我的觀眾更淺而易懂的去了解房地產相關的事情，還有深度了解高雄的歷史和舊聞趣事。然而時事或發燒話題的部分，我通常也只會銜接有和我主業相關的，我才會去把它當作題材來發揮與運用。所以行銷技巧的部分倒是沒有，因為我本身本來就不是想要把 Instagram 或其他的社群媒體當作一個賺錢的營利平台，當然如果有那很好，但那些可能也只是多的 Bonus 而已。畢竟我還是會把主力放到我的主業，並在主業上面努力盡力。

3. 您覺得女性比起男性在經營自媒體這塊更具有優勢嗎？是或否？

（您的想法和看法是什麼？或者是您可以舉例一個例子來佐證嗎？）

C：確實也沒錯；因為大家通常都普遍喜歡看女生，女性也比較能夠吸引觀眾的眼球。

4. 請問您覺得女性在自媒體領域成功的關鍵因素有哪些？

C：我覺得不能針對女性，也沒辦法用性別來做區分或依據。因為我覺得我是一個比較男生個性的女生，我的性格也比較灑脫跟海派，我個人成功的關鍵因素在於我把我自己的特色發揮出來，也就是我通常都是把我和熟人私底下相處的那一面去曝光在社群媒體上面，而不是說因為今天我在經營自媒體而就特別

去修飾掉這些自己的菱菱角角，或偽裝與遮掩自己原本的樣子。所以我覺得重點不是在於強調女性在自媒體成功的關鍵因素有哪些？而且我也認為不能分為男女性去區分。但當然某些女性如果穿著比較清涼或者是露奶露身材的話，他們的粉絲成長速度可能就會非常快，可是受眾卻也不一定是實質上要的客群。

5. 您身為女性自媒體創作者，您覺得應當採取哪些應對策略來與百花齊放的市場競爭呢？

C：要具有鮮明的特色或者是懂得凸顯自己的魅力吧！不是一定非得要穿著很清涼才會有魅力，妳的魅力可以來自於妳的知性，或者是你分享的內容，又或者是妳的言語。在各方面領域當中其實有很多女性的自媒體經營者和創業家並不是說非常的漂亮，但是她們是讓人家看了覺得很舒服的。所以應該是要發揮妳個人的獨特魅力，以及展現自己在專業領域的豐富涵養，才能在這百花齊放的市場當中競爭與角逐，並且讓你能夠被挖掘、被看見、被迫隨與被關注，重點還是莫過於——做自己。

● 第五部分（深度訪談之結尾）：

如果您將您自媒體創業之路的過程全部總結，您有什麼建言和忠告，或者是人生座右銘，會想要跟我們分享，並且留給自媒體創作者後輩的呢？

C：我的人生座右銘就是「永不放棄」吧！想這麼多，去做就對了。做不好或是做不成功的話，就再重來就好了啊！至少我們的人生都還在，而也還年輕呀！除此之外，我覺得說就像是我在前面講得初衷一樣吧！大家如果想要經營自媒體，這是一條很長遠很長久的路，你如果沒有想要去做一個長期的規劃，或是你只是想要曇花一現，那我會勸你不要去做這件事情。又例如說，假如你曇花一現之後，你也可以去設定看你的目標和理想是什麼？像我是把這些平台當作成我的廣告，來讓大家認識我。那你們如果只是要單純的做成一個盈利的管道，或者是說還想要在其他方面有可能性的話，你們就要把自己的後路給想

好、想清楚。又譬如說今天如果發生公關危機，或者是產品有出現問題和狀況，妳需要的後續處理和長期規劃應該要怎麼做？這些都是至關重要的。像是最近那個紀卜心的飲料事件也是個很好的例子，或者是各方面的危機處理你們都應該要規劃怎麼去應對。再來是我們做自媒體的，自己可能要先想好的一件事情，那就是不要想說全部都是自己來、自己全盤經手，而不去委託給其他的行銷人才或剪輯人員。因為我覺得現在的社會都是採取團體戰，你自己一個人很難有辦法去完成所有的事情。舉我自己為例子，像我就是負責被拍攝的人，那剪輯和其他的部分就交給專業的人士去處理。但我也就只有一位剪輯師而已，就是在幫我拍攝影片的那一位，我們兩個是一個 Team，有時候真的是手機一拿起來，然後我們完全都不 Set 稿的，在網路上看到的所有影片都是一次就開錄，沒有在錄第二次的，所以我的呈現方式就是非常自然也非常親切。還有也因為我的初衷是沒有帶有任何盈利事業項目的想法去做經營自媒體的這件事情，雖然說當然我也希望說爾後可以接到可能像是業配或什麼之類的合作提案，但我也會很直接的跟我的廠商講說你要接受我只說真話，就像是好用就好用，而不好用就不好用。像我自己很喜歡 Youtuber 鍾明軒，他也不會違背自己的內心所想的硬要去推薦給觀眾，所以如果為了業配而去講謊話或反話，那接這種合作賺的這個錢，就不是我的初衷所想要的。所以如果說爾後你們有看到我在業配商品，那就是我確實使用過，並且實話實說與真心推薦給大家的。

《受訪者 D 彭思齊》

● 第一部分（受訪者的基本資料）：

1. 請問您今年貴庚？以及您的教育程度為？

D：47 歲，研究所肄業。

2. 請問您結婚了嗎？是或否？／您有生小孩嗎？若有，是生了幾個孩子呢？

D：已婚；有，兩個小孩。

3. 請問您現在主要的工作是什麼？

D：電商公司老闆。

4. 除了主要的本業之外，您是否還有其他的副業？或是協槓創業？是什麼呢？

D：沒有。

5. 請問您在擁有現在的社會地位與開始經營自媒體之前，曾經做過哪些工作？

D：社工師、心理輔導師，以及各種社工相關的服務。

6. 您最剛開始經營自媒體的契機是什麼？而今年是您做自媒體的第幾年/月呢？

D：當初的契機主要為工作需求和流量紅利，以及看到現今的短影片是個潮流和機會，進而發展。目前大概是認真做的第 1~2 年。

7. 您通常在一天 24 小時當中，平均而言，分配了多少時間在經營自媒體呢？

D：4-5 個小時左右；除此之外，本身有幕後團隊，也就是兩個全職助手幫忙。

8. 請問您所經營的 Instagram 風格、內容、類型是什麼？目前有幾位粉絲呢？

D：以商業 IP 為主，目前有 46573 位粉絲。

9. 您在 Instagram 上，粉絲和受眾的性別、年齡區間、族群，大致上為何？

D：男性:44.2%，女性:55.8%；以 25~34 歲居多，族群多為二度就業婦女。

10. 您之所以選擇主要經營 Instagram，而非其他的社群媒體的原因為何？

D：我其實許多社群媒體都有在經營與涉略，例如 Youtube 有 10.8 萬位訂閱者、Tiktok 有 6.7 萬位粉絲、Facebook 有 4.9 萬追蹤者，其實粉絲數都多過於 Instagram 的 4.6 萬。每個平台都有自己的受眾和後台的演算法，Youtube 用戶通

常會比較喜歡知識性或商業類的影片，而我也通常都是拍攝與製作影片居多。

● 第二部分

(深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的市場優勢與劣勢以及挑戰和現狀):

1. 您認為女性在自媒體領域的市場優勢和劣勢分別是什麼？

D：我倒覺得女性其實並沒有什麼特別的優勢和劣勢，因為現在的自媒體市場是非常百花齊放的。而關鍵在於經營自媒體的邏輯如何？以及付諸了多少時間和心力，還有跟個人的學習與努力會比較有關，反而跟年齡或性別無關。而且最重點是有沒有抓到一個獨特的定位，並且抓住網友們的喜好，與滿足他們挑剔的味蕾。

2. 您認為女性在自媒體產業當中，可能會面臨到的挑戰是什麼？要如何克服？

D：我覺得仍然跟性別無關，而是對於經營自媒體的認知和資源，還有各方面的能力才是比較有關的。以及個人對自媒體經營的熟悉度和理解度也是比較有直接關係的，所以我覺得關於挑戰的部分是很因人而異的，也一樣無關乎年齡或性別。

3. 您認為當今自媒體市場現況為何？現在有逐漸飽和的趨勢嗎？

D：以社群媒體的平台來說，現在經營自媒體是非常多元化且分眾化的。然後現在也是一個很千人千面的時代，而且大眾媒體，例如：電視台和廣播電台等等的，這些大眾媒體有很大一部分的市場也都被整個小眾和分眾媒體給取代，所以才會演變成現在這樣子。而我個人是覺得現在就是「人人有機會，但個個沒把握。」的時候，因為競爭非常激烈。而且困難的點不是在於製作出一部破百萬流量的影片，或因為一個事件而一炮而紅或打響知名度，而是在於一直持續的經營與長久的做下去，以及不斷的輸出與有產生厲害的曝光。

4. 您的主要收入來源為何？以及您多元化收入模式是透過哪些方式和管道？

D：主要收入來源為電商企業的營收，其他的多元化收入模式則是透過一些業

配、團購、接案合作等等的方式和管道。

5. 您認為女性應當如何運用網路社交媒體平台，建立個人品牌以塑造形象、吸引受眾，並開發潛在客源，進而與粉絲建立良好長遠的關係？（請分享您的個人經驗談，或給予後輩具體的方向和建議。）

D：我個人認為主要還是如何建構出一個賺錢與獲利的模式會更為重要，先如此再來做自媒體才會比較好也比較成功，因為這樣子才能夠穩定且長久的經營。除此之外，如果只是有流量和名氣而已，而沒有變現，或者像是很多網紅後來為什麼停更？最主要的原因其實也在於說因為他們沒有建立正確的獲利模式。所以我自己的認知倒不認為要多麼的跟粉絲怎麼樣建立關係，反而是要把重點擺在如何建立良好且有效的商業模式，先建立好之後，那可以投入的資源和製作費可能才能夠比較充沛，而因此才能夠產出好的內容和成品，那粉絲們自然的也才會更喜歡我。

● 第三部分（深度訪談之台灣職業女性的性別身分和自我認同，與自身家庭、職業、事業、個人成就和自媒體經營之間的平衡）：

1. 您身為女性，在家庭、職業、事業、個人成就之間，難以取捨的平衡，是否影響您在自媒體領域的創業之路？

D：我覺得我把自媒體的經營當作我本業工作的一部分，所以我個人覺得倒是還好。但是我覺得我自己的年紀已經比較大了，再加上我的孩子目前一個 18 歲一個 16 歲，都不太需要我擔心，所以講這樣的事情可能不是那麼樣的客觀，是因為假如我的孩子是個才 2 歲的小 Baby 那我可能就沒有那麼多的時間能夠去 Take Care 他們。所以我覺得還是跟個人的家庭狀況和家庭成員的生命階段會比較有關！

2. 您在取得自媒體領域的成功之後，對於您的生活帶來了什麼樣的改變呢？

D：對我來說，生意上的合作相對會比較容易。也因為大家都從影片上認識

我，所以大家談事情都會比較容易跟我熟悉與拉近距離。另外，我有時候走在路上也會被認出來，這也是時常會發生的事情，我覺得很有趣。但當然也會遇到酸民的攻擊，所以在心理建設與調整的部分，也的確都需要自己去調適、面對與處理。

3. 您認為女性在取得該成功與突破之後，家庭反應和社會反應如何？

D：家庭反應的部分是我家小孩就說千萬不可以讓同學們知道說我是他媽媽！

哈哈～因為我家小孩的同學們有很多人都會 Follow 我，也有人很瘋狂一直想要來跟我認識，因為我算是我小孩他們的同學們很喜歡的 KOL，所以我的小孩會因此而感到害羞，而且走在路上偶爾會被認出來，他們也會有點小困擾，因為他們的個性比較低調。但我老公很開心，因為他覺得他老婆紅，他覺得很有成就感；然後同事和人資的部分是說公司徵才變得比較容易。社會反應的話，則是粉絲增多，然後也有許多特別且有趣的合作機會和模式，或是有一些我原本並不認識但其實很厲害的人，也會因為看過我的影片然後透過自媒體或共同朋友之間介紹而進一步認識。

4. 您在您發展自媒體事業的前中後期，您所設定的階段性目標分別是什麼？

D：

前期：由於我本身有做團購，所以初期就想說要找 100 個人來一起做團購，大家如果有興趣就可以聯繫我，然後一同經營，但這個目標當時很快就達成了。

中期：透過拍攝短影片和 Reels 來講述有關商業模式的內容，並用相對比較有趣且平易近人的方式來傳遞一些趣聞和知識來累積粉絲或開拓其他合作機會。

後期：思考如何將我所學所會的東西能夠複製給公司的不同部門，來幫助公司能夠有第二位或其他位專業的商業 IP 而不僅只有我，因為我本人就是老闆。

5. 請問您在經營自媒體的過程中，是否有後悔過自己的選擇？（若有，請問是在什麼時候，以及當時發生了什麼呢？若沒有，讓您堅持下去的主因是什麼？）

D：至今都沒有後悔過；而且我覺得我做自媒體之所以會成功，是因為一直以

來我的經營策略都蠻正確的，所以我一直都有朝著我所想要走的方向去前進，再加上我的目標向來也都非常明確，所以也因此都有得到相對的回應和反饋，以上也是我之所以會願意持續經營與堅持下去的原因。

● 第四部分（深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的成功因素）：

1. 您對於您在 Instagram 上的個人品牌和形象傳達有什麼初衷和理念嗎？

D：（剛開始單純是我個人的生活分享，以及想要偷看小孩的限時動態。）後來開始認真經營的時候，一方面是想要紀錄自己身為人妻、人母以及創業家的隱藏版生活。再來是分享我創業 23 年以來的歷程，以及對於電子商務、網站經營、新團隊的建立和領導、拓展海外市場等等的實務經驗談。最後就是想要帶給我的粉絲和受眾一些正面影響，因為很多人也都會跑來詢問我關於人生的問題以及創業的問題，而我也都會跟他們互相交流與分享、回答與互動。除此之外，我認為一個觀念很重要那就是女生一定要經濟獨立，靠自己而不靠男人。

2. 經營自媒體最需要的莫過於創新的思考模式和行銷技巧，您有什麼樣的生活背景或您是透過什麼方法，幫助自己去激發創作上的全新思維與系統脈絡呢？

D：因為我做網路這個行業已經做有 20 幾年了，所以我已經很習慣每天都要大量的獲取各種時事、潮流、資訊與閱讀，還有跟別人交流。再加上我的很多好朋友都是很厲害的自媒體創作者，所以我覺得這些都會有正向的影響。

3. 您覺得女性比起男性在經營自媒體這塊更具有優勢嗎？是或否？

（您的想法和看法是什麼？或者是您可以舉例一個例子來佐證嗎？）

D：我其實並沒有覺得女性或男性誰特別比較有優勢欸，就我還是像我在前面所講得是一樣的觀點，我真的覺得女生相較於男生並沒有太特別的優勢。我自己反倒覺得說「認知」其實是比較影響的關鍵，也就是說你對於經營自媒體的這件事情是怎麼看待的？然後你有沒有持續力去把這件事情一直持續的做下去？這些點是比較直接影響的。因為老實說在我真正開始認真做自媒體是去年

的事情吧！但其實有很多跟我同期一起做的人後來大部的人到最後都放棄了，也就是他們其實做到一半就不想做了，那我覺得這件事情在我自己看起來，我覺得半途而廢與破釜沉舟的這兩個部分的差別還蠻大的這樣子。

4. 請問您覺得女性在自媒體領域成功的關鍵因素有哪些？

D：我覺得如果說假設妳特別是專指 Instagram 來講的話，那的確在 Instagram 上獲得成功的女生好像就比男生多，那主要原因我覺得是因為 Instagram 是一個注重美感的平台，所以呢美感比較好的人在裡面經營就會比較容易得到回饋。但是如果綜觀以自媒體來講的話，因為每個社群媒體平台都不同也很不一樣嘛！就比如說 Tiktok 裡面可能做的比較好的男生就會比較多，那 Youtube 的話可能也是男生會比較多，那就可能還是會因為那個平台的屬性，以及用戶和受眾的族群的不同而都會有直接的關係和影響。

5. 您身為女性自媒體創作者，您覺得應當採取哪些應對策略來與百花齊放的市場競爭呢？

D：我覺得主要的狀態和重點還是要持續的更新與精進自己，也要讓自己一直保有好奇心，保持一些新的學習和新的 input，簡單來說就是你要一直有輸入，你才有辦法再一直輸出，因為經營自媒體就是需要你一直不斷的把你覺得重要的、好的事情輸出出來與讓這些 output 廣為人知嘛！那假如你這個人很空，那你就會做得很困難，所以我覺得最重要的事情還是要持續的充實自己，然後也要有一個開放的心胸和心態去學習，我覺得這個部分就真的還蠻重要的。

● 第五部分（深度訪談之結尾）：

如果您將您自媒體創業之路的過程全部總結，您有什麼建言和忠告，或者是人生座右銘，會想要跟我們分享，並且留給自媒體創作者後輩的呢？

D：我覺得現在這個 Timing 對大家來講，尤其是想要認真做自媒體的人，是個非常好的機會，就像我們從以前小時候到現在過這麼久，這 40 幾年以來都沒有

什麼時代是對自媒體最友善的年代。而現今經營自媒體已經蔚為一種潮流，或是各行各業的人其實都應該必備的技能，再來就是每個人或各種狀態和職業的人其實都可以透過這個方式紅，也都有機會拿到成功。但是反過來說就是相對要付出的那種努力，可能會遠比大家想的差非常多。所以我覺得假設要往自媒體去經營與發展的話，我覺得必須要有一個持續學習的心。再來第二件事情是我覺得如果可以的話，也許你們應該想辦法去結交一些在自媒體經營和領域當中已經做得還不錯的朋友或是前輩，這樣一來大家都會蠻有話題的，也可以互相給對方一些溫暖和鼓勵。就像我昨天跟過期空姐 Kiko 就有聊了很多，我們兩個就在講說我們現在就都比較不在意酸民的整個過程，然後就覺得滿有趣的。

《受訪者 E 林盈孜》

● 第一部分（受訪者的基本資料）：

1. 請問您今年貴庚？以及您的教育程度為？

E：40 歲，大專畢業。

2. 請問您結婚了嗎？是或否？／您有生小孩嗎？若有，是生了幾個孩子呢？

E：已婚；有，一個小孩。

3. 請問您現在主要的工作是什麼？

E：沙龍主理人、美容、保養。

4. 除了主要的本業之外，您是否還有其他的副業？或是協槓創業？是什麼呢？

E：是，自媒體。

5. 請問您在擁有現在的社會地位與開始經營自媒體之前，曾經做過哪些工作？

E：飯店人員、宴會廳服務生、遠東航空訂位客服、空服員、直銷、工廠主管、餐廳負責人。

6. 您最剛開始經營自媒體的契機是什麼？而今年是您做自媒體的第幾年/月呢？

E：我剛開始經營自媒體的契機是因為我大概在兩年前聽了一場「戴蒙老闆好機車」的演講，他自己本身就是一個企業的主理人。這個演講主要就是在分享說他做了自媒體之後，因為經營自媒體的關係，所以帶給他事業上面的幫助。而因為我的沙龍從以前就比較沒有在花行銷的預算，主力都放在經營事業上面。後來開始自己摸索與開始注重行銷的部分，就發現行銷是一個非常大的坑，而且還可能沒有什麼回報，所以就想說要嘗試與經營看看自媒體的部分，看有沒有辦法去帶動我們自己的品牌效應。今年大概是經營自媒體的第二年！

7. 您通常在一天 24 小時當中，平均而言，分配了多少時間在經營自媒體呢？

E：大概 1.5 小時左右。

8. 請問您所經營的 Instagram 風格、內容、類型是什麼？目前有幾位粉絲呢？

E：生活型，目前有 53763 位粉絲。

9. 您在 Instagram 上，粉絲和受眾的性別、年齡區間、族群，大致上為何？

E：男性:36.1%，女性:63.9%；25~45 歲的人居多，族群為愛美的事物的人。

10. 您之所以選擇主要經營 Instagram，而非其他的社群媒體的原因為何？

E：雖然我不只有單一經營 Instagram，但我覺得 Instagram 比較像是在社群媒體平台上面的名片，所以如果真的有想要深度接觸，或有比較深的認識與了解我的，那我覺得大家普遍好像又都會回到 Instagram 上做追蹤與聯繫。再來是我覺得我在 Instagram 上的粉絲和受眾，我認為還是女生比較多，然後族群的部分我感覺都是比較有工作熱忱，或對變美變漂亮與對美容和保養比較有興趣的人。

● 第二部分

(深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的市場優勢與劣勢以及挑戰和現狀)：

1. 您認為女性在自媒體領域的市場優勢和劣勢分別是什麼？

E：優勢：就是在情感表達與溝通能力的部分，女性比起男性通常都能夠更有效的跟受眾們建立情感的連結。再來就是每個女性都有自己獨特的視角和見解，所以也更可以針對女性族群的需求去創造更具體且更針對性的內容和產品。劣勢：我覺得女性還是比較容易被放大檢視或批評謾罵，以及刻板的性別偏見，還有職業的性取向，甚至是遭受能力的質疑。或者是可能會比較被不尊重一點，還有女性相對男性在家庭責任和職業、事業與自媒體經營之間的平衡也都是種很需要克服的挑戰，對於女性來說也可能是種劣勢。

2. 您認為女性在自媒體產業當中，可能會面臨到的挑戰是什麼？要如何克服？

E：我覺得女性在家庭和事業之間的平衡，本身就是一個很需要克服的挑戰；還有該如何長期且穩定的發展自媒體也亦然。至於該如何克服，我覺得就是流量好像在每一個時期都會有不太一樣的紅利和演算法。而像是我自己在做自媒體尤其是短影音的這個部分，算是比較早期的，所以當時大家通常都會比較喜歡比較泛的內容，就像是聊天一樣。然而，近期我有發現到大家更喜歡具有知

識性的內容，或者是在自己專業領域裡，讓人能夠淺顯易懂且學以致用，甚至是很普及化的分享和對談，這些內容甚至都還會讓受眾想要收藏起來，並且更進一步的認識這些優秀的創作者。所以我覺得這個部分就是一項艱深的挑戰，需要不斷的學習與適應市場的變化。而且我個人覺得這點跟單純創業又有一點不太一樣，因為它需要更快、更直接的去面對可能原本就不屬於你原先顧客群的顧客，也需要去陌開與抓住別人的目光，所以所需的敏感度是比單純開業還要來的再更高的。

3. 您認為當今自媒體市場現況為何？現在有逐漸飽和的趨勢嗎？

E：我自己是這麼覺得，如果把自媒體當作是一個主業的話，我覺得會得失心非常強，然後應該也會讓自己的精神壓力非常大。對比現在經營自媒體，以前我們總是在 Facebook 上發文、發照片和打卡，或者是在 Instagram 上發限時動態，而如今我覺得有很多面向的改變。例如使用者可能會用一個更正式的方式去經營、去排版，就好比一個人可能像是一個電視台，然後你在你所屬的這個頻道裡想要播出什麼？以及你想要透過你的社群媒體去告訴別人什麼？所以我覺得其實並沒有什麼飽不飽和的趨勢！因為如同以前一樣，通常每個人都會在這些社群平台找到自己有興趣的族群，然後去互相分享與收集資料，只是用不同的方式而已。而且想要成名或斜槓的人一定是永遠都有的，更何況世界上這麼多人。所以我是覺得自媒體的市場和商機是源源不絕不間斷也尚未飽和的。

4. 您的主要收入來源為何？以及您多元化收入模式是透過哪些方式和管道？

E：我的主要收入來源是以我所經營的美容產業為主。然後其他的多元化收入模式則是透過接業配或者是團購的方式和管道吧！雖然可能都有很多廠商的邀約，然後我也都有做嘗試，只是我為了避免身份的混淆，所以基本上大多都是盡量拒絕的。除了朋友的品牌，我覺得是互相幫忙，這部分我才會比較考慮。

5. 您認為女性應當如何運用網路社交媒體平台，建立個人品牌以塑造形象、吸引受眾，並開發潛在客源，進而與粉絲建立良好長遠的關係？（請分享您的個

人經驗談，或給予後輩具體的方向和建議。)

E：我覺得妳問我的問題真的都非常好，都是在幫助我自己反思與內省！畢竟我覺得做自媒體久了之後，其實都會時不時有一段撞牆期啦！例如說，可能就是會不知道別人是怎麼看你的？以及你到底想要傳達些什麼？又譬如說我自己有一些流量很好的影片，可是我自己可能就其實並沒有那麼喜歡，反而有些流量還好的影片是有明確傳達到我自己想要分享的東西，但是回應和反饋可能就有點不如預期或不甚理想吧？那我覺得說如何運用網路社交平台，其實就等於說像是我今天跟你對談就只有我跟你一對一的對話，但是我把一個沒有人在看影片放到網路上好了，你說有幾百幾千甚至幾萬幾十萬的人都有觀看過，那它所帶來的這個放大與加乘的效應就會很大。又例如說我今天可能想要比較以展現身材的形式在這個社交媒體上面，那可能久而久之大家也就會覺得說喔我就是比較喜歡用這樣展現我美麗的胴體的方式，去展露在這個社交媒體平台上面，那也有可能就是我是想要慢慢的從生活的切角，或者是用情感的觀念，甚至是對於很多事情的見解，去慢慢分享「美」這件事情，它是不急不徐的，還有各方面都要能達到一個平衡，那才叫做真正的「美」。再者因為我覺得美它是沒有邊界的，也是沒有一個標準的度量衡的，所以我自己是會想要慢慢的走向這邊，這也就是為什麼我可能經營一家美容店，但我並沒有非常汲汲營營的原因，或覺得說我這邊也要弄一下那邊也要弄一下，或者是可能我對於我自己的容貌很有焦慮感這樣。除此之外，我覺得我並沒有把我社交平台上面的數字太當成說他們就是我真正的粉絲，因為我覺得講粉絲很嚴重啦！對我來說，我覺得就是他們剛好可能有覺得我發佈與傳遞的這些內容他們可以再多加關注。那我自己也可能是因為有在經營企業的關係，所以其實我沒有辦法花很多的時間在社交媒體平台上面。還有一部分就是我自己本來就也很容易句點，就是別人問我問題我都會很樂意回答，可是如果是閒聊的話，那我覺得那樣就不是我所擅長的事情。那我也會慢慢去認知到自己的性格，可能不是那麼容易在網路上

去跟人家搭關係，那反正我覺得我就是做好我自己，就跟我在經營事業一樣，我就是做好每一步我應該要做的與想要做的就好。再來我覺得經營自媒體或是經營事業或者是經營任何事情，無非就是不斷的累積你這個人的信用和個人的信任感。所以我覺得我只想要一步一步踏實的去累積與建立我自己個人的信用。舉例來說，這陣子如果大家很流行吃某一個減肥藥或某一款代謝產品，那我明明也知道自己也賣得很好，或者是如果我發這些東西一定都會暢銷並且很有銷量，但是我就是沒辦法賣這些東西。因為我覺得真要減肥以及要保持身材，永遠都還是只有藉由良好的飲食習慣和落實運動的養成，才有辦法完全的做到，然而那是自己就可以達到的事情。所以我覺得可能時間久了下來，大家吃了這些減肥藥和代謝產品可能又都沒有用，然後可能他們自己在心境轉換的時候，又回想起來我好像有分享相關的知識和類似的資訊，無論是文章或是影片都好，那他們就會覺得說喔原來我就是要往這個方向去做是會比較好的。所以我覺得我自己與粉絲建立良好長遠的關係的方式，還是在於說我想要在我的價值觀裡面去做我自己認為是正確的事情，如此就是在建立良好長遠的關係，尤其是建立信任的部分，先累積信用然後去建立喜好，再去搭起這座橋樑。

● **第三部分（深度訪談之台灣職業女性的性別身分和自我認同，與自身家庭、職業、事業、個人成就和自媒體經營之間的平衡）：**

1. 您身為女性，在家庭、職業、事業、個人成就之間，難以取捨的平衡，是否影響您在自媒體領域的創業之路？

E：我覺得身為一位女性，真的就是會在家庭、職業、事業、個人成就之間，這些難以取得平衡的責任裡而影響我在自媒體領域的創業之路。而且講到這部份，我就覺得是件非常錯綜複雜的事情。首先，關於家庭的部分，我覺得如果沒有生小孩的時候，而如果只有結婚，那個家庭感不會那麼重，所以其實剛好在我事業打底的時候，我那時候還沒有小孩，所以我就是可以不顧一切的埋頭

苦幹的打拚，然後就是在裡面做中錯、錯中學，而在那段時間和日子裡面，大概為期五年的時間吧！後來到了現在，我的小孩現在大概四歲，尤其是在之前我的小孩大概到了他一、兩歲開始比較有意識之後，就可能比較會黏媽媽也就是比較黏我，所以呢就像是現在如果有工作的話，也需要盡可能的盡早回到家，以及當天來回。還有就是小孩有時候在睡覺之前，會哭著要找媽媽，或我工作繁忙而可能沒有辦法陪他玩到。那比起以往，我現在也會比較讓自己有真正的休息和休假時間，也就是當我下了班或者是放假的時候，我會稍微比較放掉手邊的工作，或不那麼頻繁的看手機與處理工作上的事情，而去真正的陪伴我的小孩。而關於事業的部分，我就講坦白一點吧！我們的營業額確實有因為經營了自媒體，而在這一兩年當中有翻倍的成長，以及有擴及到更多需要這項服務的人，那我覺得這些都是最直接的影響。那其實我自己會覺得說關於個人成就的部分，我覺得我以前可能會很追逐個人成就的這件事情，尤其是在一剛開始創業的時候，或者是我以前工作的時候，我覺得我都會特別在意自己追求個人成就的這個部分。但到了現在，我覺得可能也是因為我已經 40 歲了？所以我覺得一路走到今天，除了個人成就之外，我覺得我現在更在意的是其他更深、更廣的層面。例如說，在今年年初有一個企業顧問有問我說今年度我最想要成為什麼？那我覺得我今年最想要成為的就是一位「有影響力的感染者」！也就是我希望我的夥伴或者是身邊的人，他們也都能夠更有自己的成就，以及他們也可以運用他們自身對於自我的肯定，去擴散與影響給生活周遭的人。那除此之外，我覺得我在做自媒體的這個過程當中，對於我來說，它是一個很直接自我剖析的道路。就像是我覺得每個人都不是聖賢，所以我們以前可能會有一些價值觀，或者是各方面舊有的陋習又或者是錯誤。可是我覺得從我開始做自媒體之後一路走到現在，我並不會因為我的社群媒體上有那麼一點點的數字之後，而感到我的生活有什麼太大的不一樣。可是我覺得反觀在剛開始流量起來的那陣子，我走在路上就真的很常會被人家認出來幹嘛的。但我那陣子也

會覺得說喔原來是這樣！哇原來是這個感覺！也就是可能會有那麼一點點小膨脹，我覺得確實稍微有，但我覺得很快的又在自我認知的部分又走了回來，而到了現在我覺得以日常生活的方面來說，對我而言並沒有什麼太大的不一樣，但對於職業和事業的部分就是有很直接的幫助，而且基本上也都是正面的影響。那在現階段經營自媒體的同時，我認為我就是一張行走的名片！我也覺得跟其他人的合作也因此有了更大的幫助，就像是我們前一兩天去參加希爾頓酒店舉辦的婚禮體驗日，那其實我相信如果就以我們的品牌力可能還不一定可以去參展，可是我現在擁有一個自媒體的身份和自己的個人品牌，那我本來就也很用心的在經營，那別人自然而然就會比較想要邀約我們，那與此同時也都能夠幫彼此帶來一些廣告效益，進而互助與共榮。

2. 您在取得自媒體領域的成功之後，對於您的生活帶來了什麼樣的改變呢？

E：像是吃餐廳比較容易被招待小菜？哈哈.....其他的我剛前面就有講到說我現在反而覺得還好？就是我現階段變得不太會去執著那些，但同時我會覺得說自己就是一張行走的名片，所以當我想要跟別人合作的時候，相較會比較容易且順利。

3. 您認為女性在取得該成功與突破之後，家庭反應和社會反應如何？

E：說成功，我自己是覺得很嚴重啦！因為我覺得就都是人外有人天外有天，那一樣就是我覺得當你想要突破的時候，其實你是很堅毅的，你也會因此而覺得你需要堅持、需要忍耐，需要做很多自己原本其實並沒有那麼想要做的事情，或者是說自己並沒有那麼想要做的主題。那我覺得就是相對有好就有壞，別人對你的誤解也一定都是有的，但是我覺得說這個中間的過程是需要自己回頭去放掉這一切的。就像是我覺得當我們放掉這些身分和外面的名詞與光環之後，其實我們都還是一個很簡單的人，就像是我們每個人每天起床就是吃喝拉撒與完成每天自己應該要完成的事情。所以我覺得就是當我自己的心境再走回到了現在這樣的時候，我覺得我的家庭反而是更和諧的，無論是家庭還是工作

都是更和諧的。再者我也覺得自己反而是在做了自媒體之後，我學會了變得更柔軟。而關於身邊的人是否都是支持的嗎？由於我通常在要做一件事情的時候，我都比較像是在打前鋒，所以我覺得起初應該有很多人是看笑話的吧？畢竟我也不是一開始做就馬上成功，我一開始拍得影片都還蠻好笑的，還有點慘烈，然後那時候在拍的人也不多。所以你說他們支不支持我？我當下並沒有多想這些，我覺得當我想要做一件事情的時候，就是先把它做出個成績，那也對我自己可以有個交代。那當時我的目標就是希望經營自媒體能夠對於我的事業有所正向的幫助，那事實上就是有的，那我覺得其他人在後來就會知道原來我做這件事情的初衷和用意是什麼，也無需去向別人多做解釋，只管堅持做認為對的事情。

4. 您在您發展自媒體事業的前中後期，您所設定的階段性目標分別是什麼？

E：在發展自媒體的前期，是沒有人會知道自己是不是會有人想看的。所以我在發展自媒體的前期就是會一直不斷的自我懷疑，也就是納悶說真的有人要看我嗎？那時候一開始流量也還沒有起來，然後就會有點自暴自棄的覺得說還是算了？反正我那麼不會講話，那我可能也不是那麼適合經營自媒體……也會覺得諸多影響流量和名氣的因素可能也都是我沒辦法去掌控的，也就是被不被喜歡的這部分。那當然就是後來流量稍微有起來的時候，也就是中期的時候，我覺得我個人角色和定位的爭議性也是蠻大的，所以那時候也會覺得蠻痛苦的，像是飽受批評或被放大檢視。但是後來的我就轉念覺得說盡量不要去理會那些負面的東西和聲浪，而且我自己會比較在意的是我有沒有持續的、穩定的產出。就像是開了一家店，無論你做的好或不好，你至少需要做到的是每天都開門，而不是三天打魚，兩天曬網的成不了氣候。那像我做自媒體大概這兩年的時間，我從來都沒有停更過，尤其是近一年多的時間，我都沒有停更過。而且我都是周更三次，然後中間還有穿插一些圖文，而且我應該要做的這些工作也不會因為我現在心情起伏有起有落所以有所推遲或延宕，更別說是改變與影響

了。那一路走到了現在，我自己其實並不知道現在算不算是處於後期，但至少現在的我會覺得走過前面那些過程之後，我現在就變得也還蠻能接受各個樣態的自己，無論是我在說一些無聊的話題或是很泛的話題，或者是我自己想要分享與主述關於職業的話題，我都很喜歡也很欣賞那樣的自己。就會覺得說反正那就是我多元的角色，而且每個人也都会有很多不同的樣貌嘛！那我自己過去種種的人生經歷導致我好像本來就沒有辦法被定位成只有一個樣貌，但是我希望我之後分享的內容都是經過我自己的喜歡才向大家展現的。就例如說我很喜歡一些比較有特色、比較安靜的餐廳，但是如果是網紅比較會去打卡的餐廳，可能就都是一些時下比較流行的，或是喝酒的酒吧或一些比較喧鬧的地方，那我可能就會覺得說即便我發的這些東西不是那種一定會很有流量的，可是我會想要慢慢的往這個方向走，也就是說更符合我自己現在的個性和喜好去做的事情，並且真實的做自己。除此之外，我覺得我之所以會更不隨波逐流，是因為在這麼多人都在做自媒體的這個過程中，我覺得我自己已經過了那個時期了。這也同樣是因為我會拒絕接部分廠商和業配的原因，也不想要在現在可能算是小有名氣的時期和狀況之下去接一些我不想要接的合作，而是想要先找到屬於自己的定位，進而去成為自己喜歡與想要的樣子，等到角色鮮明且可能流量上去到前面剛剛提到的五萬之後，才比較會有其他的或更多的可能。總之，現階段的我只想要在日常生活裡和自媒體經營上活成與做成自己喜歡的樣子！再者，我覺得接業配不是不好，但就是應該要適當，還有跟我自身想要塑造的模樣的關聯性和適合性，換言之就是像我剛剛在前面講的一樣，以不混淆我的身份為主，並且堅持做我認為對的事情與走在對的道路上。

5. 請問您在經營自媒體的過程中，是否有後悔過自己的選擇？（若有，請問是在什麼時候，以及當時發生了什麼呢？若沒有，讓您堅持下去的主因是什麼？）

E：沒有，主要是個性使然！再來是我覺得我其實並不知道到底什麼是做得好或是做不好，但是我覺得既然選擇要經營自媒體，而且有時候也遭受到很多不

好的、批評的聲音，或者是親密的人的誤解，那我覺得既然都已經有這些不好的壞處都隨之而來了，那我不就更應該要拿到它的好處啊！然後當然還有我一直都覺得經營自媒體對於我們的事業一直以來就都是有正向的幫助，而且我的企業有蠻多美容師的，那其實對於美容師來說，他們無論是在獲客上面，也都因此有所更好的加分效果。除此之外，由於我們是不推銷的美容店，但是如果客人在初步諮詢的時候，他們就已經得知這些相關的資訊，那美容師他們就不需要再花那麼多的力氣去介紹與解釋，反而是客人會更想要問他們說：欸？那你們有比較推薦什麼東西？或者是我做完這些課程我可以得到什麼？換言之，就是我們會從主動變成被動，那這樣的效果我覺得對客人來說是更舒服的。

● 第四部分（深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的成功因素）：

1. 您對於您在 Instagram 上的個人品牌和形象傳達有什麼初衷和理念嗎？

E：我覺得因為我做自媒體一路到現在，所以會有很多感觸。還有就是我剛也有講到我想要用過往我曾經有當過空姐的這件事情，拿去回溯到為什麼它對我的生產生了這麼大的影響，也包含在我創業的部分，我覺得就都屬於我在做自媒體的切角。然後我覺得我的初衷和理念就是要「真實」並且「做你自己覺得對的事情」！

2. 經營自媒體最需要的莫過於創新的思考模式和行銷技巧，您有什麼樣的生活背景或您是透過什麼方法，幫助自己去激發創作上的全新思維與系統脈絡呢？

E：我覺得我自己本身就是比較喜歡做統籌的這種工作，所以其實經營自媒體需要出鏡在網路上並不是我喜歡的。但是我很擅長做人家背後的統籌者，但又因為我在做這個統籌者的時候，通常又需要自己先去做過一遍與先去摸索與探索，進而我才有辦法統籌。所以就等同於我要經營美容店，那我勢必就是自己得先成為美容師，然後我才能夠去帶領與教導這麼多位美容師。然而做自媒體也是我先自己開始著手經營自媒體，而且就像我先生自己現在也有在拍影片，

那我可能又有更多、更完整的切角可以去從旁協助他，平常我也都會幫他拍影片這樣子。然後關於行銷技巧和思考模式的部分，我自己平時其實有看了很多關於思考模式的東西，還有也會透過宗教信仰的加持與內化，並且運用經文和佛法的助力，以及閱讀一些在講述心靈慰藉和層面的書籍，來啟發與幫助我自己。除此之外，我覺得人應該要走正道，這樣你才不會有很大的反作用力。而且當你走在正道上時候，有些靈感也會在你很沉浸的時候浮現上來，並且源源不絕。那我也不敢說我自己現在的行銷技巧有多好，但我偶爾也會買一些行銷技巧主題的書籍來看，我覺得這些對於我的人生和經營自媒體都有莫大的幫助啦！而且就是要一直不斷的去修正自己的思考模式，像是自我感知與醒悟。再來就是我覺得我的性格可能比較孤僻一點，所以我需要自己一個人去思考與沉靜的時間就蠻多的，簡單來說就是 Me Time。

3. 您覺得女性比起男性在經營自媒體這塊更具有優勢嗎？是或否？

（您的想法和看法是什麼？或者是您可以舉例一個例子來佐證嗎？）

E：我覺得沒有欸，我覺得都一樣。

4. 請問您覺得女性在自媒體領域成功的關鍵因素有哪些？

E：在我目前看來，我覺得女性自媒體做的很好的人，我覺得她們本身還是要有自己在某個領域裡面的專業和切角。就例如說她是彩妝師，或者是按摩師？換言之，也就是要慢慢走向專精的意思。讓人家一想到他們，就會直接聯想到什麼！就像是我可能不太常發一些我在吃什麼或用什麼的限時動態和貼文或影片，可是當我發的時候，大家好像也都會自己主動來關注與詢問，那個長尾效應就是會帶來蠻好的效果。又譬如說如果今天想要做團購的話，那他就得在生活的方方面面都要做到像是別人的標竿一樣，那樣才能有好的加乘效應。

5. 您身為女性自媒體創作者，您覺得應當採取哪些應對策略來與百花齊放的市場競爭呢？

E：我覺得在將來的世界裡，你們就是要能夠更做自己！但是我這邊說的「做

自己」是很有道理的啦！就像是我們很常會擔心別人到底是怎麼看我們的，所以我們會慢慢的變得很平庸，就是中庸趨於平庸。可是這個又需要看你想要什麼和想要成為什麼？雖然變得很平庸，對我來說可能會讓我覺得很安全，畢竟有時候我們經營事業，我們需要的是安全勝過於大名大放。但如果你今天是沒有一個事業體，或是主體的話，那你就真的是完全在這個自媒體的創作者群當中，你個人就像是一個藝術品，所以你要很有自己的特色，然後也要勇敢的去展露自己的特色。所以我覺得還是要看你自己的內心可以輸出與承受些什麼！

● 第五部分（深度訪談之結尾）：

如果您將您自媒體創業之路的過程全部總結，您有什麼建言和忠告，或者是人生座右銘，會想要跟我們分享，並且留給自媒體創作者後輩的呢？

E：我自己覺得我的人生座右銘就是——「我覺得身處在現在的時代，就是要盡情的綻放自己！」畢竟我們身而為人、我們來地球，就是要來經歷與體驗的嘛！所以我們就是要在綻放自己的這個過程中，把所獲得的東西轉化為圖像或者是文字，然後去帶給別人他的這個個體之外的體驗和感受。但是我還是覺得說得失心不要太重，也就是在經營自媒體的這條路上得失心不要太重，然後也不要太以做自媒體為賺錢的目的，因為我覺得做自媒體是沒有辦法以賺錢目的為主的，因為這樣子會活的還蠻痛苦的。還有我個人覺得女性就是要堅毅、要勇敢的去開創屬於自己的理想和道路，並且帶著目標感，同時又保有柔軟和細膩的心，那麼人人都可以成為各個領域的女強人。除此之外，也要保有赤子之心的「做自己」！

《受訪者 F 葉孟純》

● 第一部分（受訪者的基本資料）：

1. 請問您今年貴庚？以及您的教育程度為？

F：24 歲，大學畢業。

2. 請問您結婚了嗎？是或否？／您有生小孩嗎？若有，是生了幾個孩子呢？

F：未婚，沒有小孩。

3. 請問您現在主要的工作是什麼？

F：好蠢手作衣服飾店的創辦人、老闆娘。

4. 除了主要的本業之外，您是否還有其他的副業？或是協槓創業？是什麼呢？

F：沒有。

5. 請問您在擁有現在的社會地位與開始經營自媒體之前，曾經做過哪些工作？

F：屈臣氏櫃台和店員、陸商人員、服飾店工讀生。

6. 您最剛開始經營自媒體的契機是什麼？而今年是您做自媒體的第幾年/月呢？

F：契機是為了經營網拍與發表圖文，來讓大家更認識這個品牌，大約 2 年半。

7. 您通常在一天 24 小時當中，平均而言，分配了多少時間在經營自媒體呢？

F：通常都大概 6-8 小時。拍 Reels 介紹新品、發布實穿細節、回覆客人訊息。

8. 請問您所經營的 Instagram 風格、內容、類型是什麼？目前有幾位粉絲呢？

F：日常穿搭，清爽、簡單、一目了然的鋪陳與展示，目前有 36798 位粉絲。

9. 您在 Instagram 上，粉絲和受眾的性別、年齡區間、族群，大致上為何？

F：男性:5.7%，女性:94.3%；以 18~45 歲為主，族群主要以網拍 Model 以及網美和客人居多，而客群的部分，不僅有台灣的客人，還有澳門和香港等國家。

10. 您之所以選擇主要經營 Instagram，而非其他的社群媒體的原因為何？

F：因為大家現在主要都是使用 Instagram，而且它著重於圖文，所以我覺得它比較好運用在我們賣衣服與經營品牌，我覺得它是一個很好用的工具。

● 第二部分

(深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的市場優勢與劣勢以及挑戰和現狀):

1. 您認為女性在自媒體領域的市場優勢和劣勢分別是什麼？

F：我覺得女性的市場優勢在於說，因為大部分的人都喜歡看美的東西和事物，然後女生的服裝和飾品相對又比男生來講豐富許多，所以可能會在接案子上，譬如說我找 Model 可能都會偏向找女生，因為普遍來說女生通常會比男生更注重穿搭與治裝。所以在優勢的部分，我覺得女性在跟廠商合作或接代言和業配，會有比較多的可能性。但男生的話頂多就只能是在保養品、保健食品、健身品牌，又或者像是 Gay 他們或許還可以接一些美妝的案子，但女生可以經營與銷售的產品比較多樣化。至於劣勢的話，我覺得是取代性很高，因為漂亮的女生太多了。今天廠商為什麼一定要選擇你，那這就是一個很有挑戰性的課題。

2. 您認為女性在自媒體產業當中，可能會面臨到的挑戰是什麼？要如何克服？

F：以網路服飾商店來說的話，因為大部分的網拍 Model 都是女生，所以競爭非常激烈，除非今天這個服飾業有開設男裝部。所以女性要找到自己的獨特性和魅力所在，以凸顯自己跟別人的不一樣，我覺得這點實屬是一項挑戰。

3. 您認為當今自媒體市場現況為何？現在有逐漸飽和的趨勢嗎？

F：我覺得一直都還蠻飽和的欸！而且現在很多人都很會做圖，因為現在不用說一定要很會繪圖軟體或者是運用 AI，你才可以去做很漂亮的圖文。就像是現在有個叫做 Canva 的一個 App 它根本就是都已經幫你製作好了，用戶通常只需要置換圖片而已，它是一個很好用的工具和應用程式。所以我覺得現在自媒體之所以非常難做的原因，也有因為現在的資訊實在太過於透明化了，所以可能不需要太多專業技術，或者就算不是本科系的人，其實也都可以像是小編一樣做得有聲有色的，因為只要運用對應用程式和製圖工具就都能夠做出很專業、很精緻的成品，也因為這樣，所以我覺得現在的自媒體市場現況是趨於飽和的。

4. 您的主要收入來源為何？以及您多元化收入模式是透過哪些方式和管道？

F：主要收入來源是以服飾業的營收為主，至於多元化收入的部分是開發中。

5. 您認為女性應當如何運用網路社交媒體平台，建立個人品牌以塑造形象、吸引受眾，並開發潛在客源，進而與粉絲建立良好長遠的關係？（請分享您的個人經驗談，或給予後輩具體的方向和建議。）

F：我覺得就是要自然一點吧！例如說可以用很日常的方式去分享你的生活，而我們的團隊也有觀察到現在的人其實並不太喜歡太過於商業化的介紹，現在大家都比較傾向於在發布日常分享的時候，不經意的使用或置入，然後讓粉絲和受眾他們自己主動來詢問說這是什麼產品？或者是你今天穿的衣服是什麼？又或者是你今天用的東西是哪個牌子的？就好比我們《好蠢》在給 KOL 衣服的時候，也都會跟他們說你們不用做太過於詳細的介紹，或者是不要太商業化或直接貼連結，就是要讓粉絲和受眾產生好奇心。除此之外，我覺得要多回覆私訊和留言，如果能夠很親切也很詳細的回覆，我覺得他們的感受都會很舒服、很良好，進而會想要深度去了解，或者是親自到實體店面去參觀與購買這樣子。

● 第三部分（深度訪談之台灣職業女性的性別身分和自我認同，與自身家庭、職業、事業、個人成就和自媒體經營之間的平衡）：

1. 您身為女性，在家庭、職業、事業、個人成就之間，難以取捨的平衡，是否影響您在自媒體領域的創業之路？

F：因為我是家裡我們這輩當中唯一的女生，也是獨生女，所以我在家裡算是很受寵的。而且我們家裡沒有什麼重男輕女的問題，所以在家庭方面他們是很支持的。當然一開始的時候，家裡可能會很納悶為什麼突然要開店，而且也需要龐大的資金，但是我覺得家人他們慢慢有看到成績之後，他們反而比較放心，也不會過多的去詢問說現在還好嗎？什麼之類的，更不會給我太多的壓力。

2. 您在取得自媒體領域的成功之後，對於您的生活帶來了什麼樣的改變呢？

F：認識到很多很厲害的店家、手作創作者，也因此開拓寄賣和寄售的服務，可以有更多的可能性和合作方式。也可以共同激發創作上的想法，或者是一起去到國外看布料與可能可以進口什麼樣的材料，也在生活上擁有了更多的朋友。

3. 您認為女性在取得該成功與突破之後，家庭反應和社會反應如何？

F：關於家庭反應的部分，我的家人們在看到我經營 Instagram 和這間實體店面有所成績並且經濟獨立之後，他們對我感到很放心也很支持。而社會反應的部分，我覺得是當粉絲和客人得知我的年紀的時候，會很訝異，然後可能會覺得是因為家裡很有錢，然而雖然開店有貸款，但主要還是家裡有資助。大多數的人也會因為我的年紀而誤以為我只是店裡的工讀生，而非《好蠱》的創辦人。

4. 您在您發展自媒體事業的前中後期，您所設定的階段性目標分別是什麼？

F：

前期：先在網路上經營品牌，大概為期了半年左右的時間，主要著重於累積粉絲和衝讚數。

中期：後來有抓到投放廣告的技巧，而且開立實體店面也有輔助到在 Instagram 平台上的網路經營與銷售，而且後來也因為生意漸漸的蒸蒸日上，因而開啟了寄賣的合作與服務。

後期：繼續秉持著客製化設計的主軸，與限量販售，雖然都是少量製作，也確實很供不應求，但希望能夠在 5 年之後也可以到海外有寄送服務，並且持續的創新，讓國外的消費者也知道台灣有我們這個 MIT 的手作品牌。

5. 請問您在經營自媒體的過程中，是否有後悔過自己的選擇？（若有，請問是在什麼時候，以及當時發生了什麼呢？若沒有，讓您堅持下去的主因是什麼？）

F：目前的話都沒有，因為一路以來我都保有對工作的熱忱和動力。

● 第四部分（深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的成功因素）：

1. 您對於您在 Instagram 上的個人品牌和形象傳達有什麼初衷和理念嗎？

F：「好好穿衣服，蠢蠢過日子。」是我們《好蠢》的品牌 Slogan！希望可以讓顧客用稍微高單價，買到品質比較好的手作衣，而且也不用擔心會跟別人撞衫，而且作品也有提供客製化服務，讓我們的消費者的個人特色能更加鮮明。

2. 經營自媒體最需要的莫過於創新的思考模式和行銷技巧，您有什麼樣的生活背景或您是透過什麼方法，幫助自己去激發創作上的全新思維與系統脈絡呢？

F：因為我之前就讀華岡藝校的表演藝術科，後來直升就讀醒吾科技大學的表演藝術系，畢業之後同學們都各有長才，然後也比較會經營自媒體，所以當時我也有去請教他們該如何經營，與拍攝和製作素材，而他們也很樂意幫我推播、宣傳與打廣告。而且我很相信吸引力法則，而且也有一句話是這麼說的：「當你打從心底想要達成一件事情的時候，整個宇宙都會來幫助你！」我覺得這句話很靈驗也很實際。所以我也認為《好蠢》這個品牌之所以能夠成立，我也非常感謝身邊親朋好友的祝福和協助、出錢與出力。所以我覺得受到許多貴人的幫助，也跟我的那群朋友圈的朋友們時常互相交流與分享經驗。總之，我覺得是因為我的家庭背景和自身朋友圈的關係，所以我今天才能夠擁有這樣的成果！除此之外，我是因為當時在大學期間需要策劃學期展覽，然後在那時候我需要擔任演員，又需要協助幕後的工作，所以因此接觸到了服裝。再來是因為畢業製作的時候，在因緣際會之下有上到實踐大學任課教授的課程，教我們如何去挑選布料。後來我認為銷售韓貨或做代購的話，那個削價競爭實在是太過於嚴重了，所以我後來就很剛好的向我男友的朋友的媽媽是一位打版師學習，後來也慢慢開始著手製作、經營與開業。算是一個還蠻莫名其妙的過程？但也因為緣分使然，所以促成了這一切！

3. 您覺得女性比起男性在經營自媒體這塊更具有優勢嗎？是或否？

（您的想法和看法是什麼？或者是您可以舉例一個例子來佐證嗎？）

F：我個人覺得撇除一些女生是賣肉的，或是犧牲色相的除外，男性和女性是公平競爭且差不多一樣的，因為不需要依靠別人來評價自己，而應該是自己來定義自己的價值。而且現在資訊也很透明化，也非常好上手做自媒體，在網路上可以很容易的取得素材和音檔，以及可以利用一些編輯與製作的工具，甚至可以模仿與效仿別人都是如何經營 Instagram 或拍攝 Reels 的，可能就是拍類似的題材，但是不是用抄襲的方式，而是發揮個人的特質，並且運用個人的專業，來經營自媒體。

4. 請問您覺得女性在自媒體領域成功的關鍵因素有哪些？

F：我覺得重點是在於你有沒有抓住你的 TA（Target Audience；目標族群、目標受眾、目標客群），也就是要很明確的去做特定的事情，讓大家來看到你與認識你，以及喜歡你與記得你。

5. 您身為女性自媒體創作者，您覺得應當採取哪些應對策略來與百花齊放的市場競爭呢？

F：我覺得主要是會不會投廣告，或者是善用「#HashTags」的廣告標籤。以及要很有自己的風格，要用自己獨特的方式去找出自己的受眾與走出屬於自己的一條路，並且開創無限的可能，畢竟現在的自媒體市場競爭真的很激烈。

● 第五部分（深度訪談之結尾）：

如果您將您自媒體創業之路的過程全部總結，您有什麼建言和忠告，或者是人生座右銘，會想要跟我們分享，並且留給自媒體創作者後輩的呢？

F：如果你是從事實體銷售而創業的，可是你所經營的自媒體事業卻做不起來，或者是你的網路事業做不起來的話，我覺得可以嘗試一邊經營網路品牌和銷售，然後一併開實體店，做好長期規劃、風險評估和最壞的打算，而且不要害

怕賠錢，也不要太去在意說可能地段的租金很貴，因為我覺得如果租金很貴那就代表因為它有它的人口流量和該地段消費族群的消費力，所以需要鼓起勇氣去達成自己的理想。而且創業很好玩，還可以結交與認識到各行各業的朋友和厲害的創業家，更可以互相關心、取暖與砥礪。除此之外，如果對於人生很迷茫的話，也可以為自己寫一份五年規劃，然後列出大綱並且寫出如何實作與實踐的方法，我覺得透過這個過程，可以讓自己對於人生更有啟發，而且也能夠在走每一步的時候更明確的知道說：「好！我現在這個時候就是要衝了，要不然我以後肯定會後悔！」而且也因為這樣而能夠更活在當下的去把每一分過好，以及把每一件事情做好。最後，要成為一個帶有目標感且具有獨立思考的人！

《受訪者 G 黃淨君》

● 第一部分（受訪者的基本資料）：

1. 請問您今年貴庚？以及您的教育程度為？

G：30 歲，大學學士畢業。

2. 請問您結婚了嗎？是或否？／您有生小孩嗎？若有，是生了幾個孩子呢？

G：已婚，沒有小孩。

3. 請問您現在主要的工作是什麼？

G：旅行社的行銷長。

4. 除了主要的本業之外，您是否還有其他的副業？或是協槓創業？是什麼呢？

G：是；線上的行銷講師、自媒體講師、舞台劇演員。

5. 請問您在擁有現在的社會地位與開始經營自媒體之前，曾經做過哪些工作？

G：編輯、採訪、行銷的相關工作。

6. 您最剛開始經營自媒體的契機是什麼？而今年是您做自媒體的第幾年/月呢？

G：當初是先從部落格開始經營與發跡的，大概是從我以前大學的時候開始的，先是為了分享追星的紀錄，後來才變成專門在敘寫旅遊日誌，然後目前則是在 IG 和 Threads 上分享生活為主。現在大約是我做自媒體的第 15 年吧！

7. 您通常在一天 24 小時當中，平均而言，分配了多少時間在經營自媒體呢？

G：半個小時至一個小時左右。

8. 請問您所經營的 Instagram 風格、內容、類型是什麼？目前有幾位粉絲呢？

G：生活類、旅遊類，目前有 21780 位粉絲。

9. 您在 Instagram 上，粉絲和受眾的性別、年齡區間、族群，大致上為何？

G：男性:94.9%，女性:5.1%；以 25~45 歲為主。

10. 您之所以選擇主要經營 Instagram，而非其他的社群媒體的原因為何？

G：其實我現在花比較多的時間在經營別的，我現在花比較多的時間在用 Threads。原因是因為台灣的流量很高，而且它的演算法還蠻厲害的，所以我就

蠻喜歡的。而且我的 Threads 現在已經有大概四萬多的粉絲了，將近 Double。但其實還是比較習慣用 Instagram 啦！除此之外，我也有多角化經營 Podcast。

● 第二部分

（深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的市場優勢與劣勢以及挑戰和現狀）：

1. 您認為女性在自媒體領域的市場優勢和劣勢分別是什麼？

G：我覺得優勢是在於大部分的女生比較可以發一些自己漂亮的照片或是露奶還有露身材的照片，然後你就會很容易吸引到很多 followers，在這個部分是相對於男性自媒體創作者妳在增加粉絲的速度會因此而變得比較快。但缺點就是這些粉絲可能就只是想要看一些比較腥羶色的東西，例如一些看奶宅男。而且倘若之後如果你是有想要做一些業配合作或團購的，那其實這些人是沒有辦法幫你賺什麼單的，也就是說雖然你擁有這些粉絲，但他們其實就是沒有什麼用的粉絲，也沒有辦法帶來什麼樣的實質效益。再著重探討劣勢的部分，就是大家會對你的看法或是想法就會比較低俗。他們就會覺得你就是一個露奶的人這樣。他們不會去很認真的看待你這個人，或是覺得你的內容其實是很值得大家去喜歡的。然後你也很容易因為你的身材的部分，而可能會遭受到一些抨擊或騷擾，所以我覺得可能就相對來說需要比較大的勇氣吧！

2. 您認為女性在自媒體產業當中，可能會面臨到的挑戰是什麼？要如何克服？

G：我覺得有些人會因為經營了自媒體而或多或少的產生了自我懷疑吧？可能就會花蠻多時間去思考說在經營自媒體的這條路上，被這麼多人放大檢視以及批評謾罵，那自己會不會真的就是一個不值得被大家喜歡，或是不是不是一個好的自媒體創作者？至於要如何克服的部分，要嘛就是不要做可能會被別人撻伐或指指點點的題材，不然就是自己要轉念，因為這些人甚至是酸民永遠都會存在，所以你就勢必是需要去跨越那些恐懼的。

3. 您認為當今自媒體市場現況為何？現在有逐漸飽和的趨勢嗎？

G：我覺得現在其實蠻飽和的欸！應該說現在的大家很多人原先主要是做圖文甚至是部落格的，都已經慢慢的轉換跑道去做短影音。比如說 Tiktok 的短影音或者是做 Instagram 的 Reels 這種短影音，甚至是 Youtube 的 Shorts。然後我也認為現在的趨勢已經轉變為大家普遍都想要即時的、馬上的得到資訊，然後又沒有太多耐心去把比較長的文章或者是內容給看完。所以自媒體創作者可能會需要在製做內容的時候得要變得非常的斷章取義或擷取重點，又或者是在一剛開始就要直接給他一個 hook 這樣，這點就跟以前我們身為部落客可能需要寫比較長篇的文章或是比較長的內容有很大的不一樣。

4. 您的主要收入來源為何？以及您多元化收入模式是透過哪些方式和管道？

G：目前主要的收入來源是來自於我的正職工作，我在一間旅行社裡面擔任 marketing hunt！然後其他多元化收入模式的話，就是透過自媒體的經營的一些小小接案的東西，然後還有擔任線上講師的一些費用。

5. 您認為女性應當如何運用網路社交媒體平台，建立個人品牌以塑造形象、吸引受眾，並開發潛在客源，進而與粉絲建立良好長遠的關係？（請分享您的個人經驗談，或給予後輩具體的方向和建議。）

G：我覺得這題並沒有特別侷限在男性或女性欸！就是你想要做什麼就去做，然後你就是持續的做。比如說今天你是一個男生，然後你想要做健身相關的內容，那你就是要一直努力的、不間斷的去發你的 content，那透過這樣子就會慢慢的吸引與 catch 到屬於你的客群和受眾。那當然你也需要去研究後台的那些數據，然後透過分析與整理，再去進一步找到你所屬的客群他們可能會比較喜歡與偏好的內容再去做一些調整與優化。但同時，我覺得這個狀態也需要看你對於成功的定義是什麼？有的人他之所以選擇經營社群媒體，他可能只是想要單純的分享，然後他可能會認為有 maintain 他的 content 以及粉絲們也都有所回饋的話，他也會認為這就是對於他來說的已經成功了啊！那有的人也可能屬於

那種他的內心和企圖心是他並沒有只是想要把經營自媒體當作一個抒發的管道，然後他希望能夠擁有很多的粉絲，那他當然就是需要去做功課與學習。比如說先去做探查，看看有沒有類似的創作者是做相關的內容，然後他自己本身也需要再去做一些內容上的優化什麼的。所以我覺得這題的部分，就是要端看他這個人對於這件事情想要達到的目標是什麼？沒有一定說要怎麼樣。

● 第三部分（深度訪談之台灣職業女性的性別身分和自我認同，與自身家庭、職業、事業、個人成就和自媒體經營之間的平衡）：

1. 您身為女性，在家庭、職業、事業、個人成就之間，難以取捨的平衡，是否影響您在自媒體領域的創業之路？

G：我覺得對我來講好像還好，可是對很多人來講可能會吧？因為我現在還沒有小孩，所以我不太會因為家庭因素而去影響到我在自媒體上面的經營。但我覺得在工作上面確實會，像我最近就還蠻忙的，所以我就沒有那麼多的時間再去 dedicate 與專注在我做自媒體的這件事情上。再加上經營自媒體，它本身也算是行銷的一種，然後我的本業本來就已經是在做行銷的工作，所以就變成我現在其實並沒有那麼的想要花太多的心力去很認真的經營自媒體。這部分同時也是為什麼後來我比較沒有在經營 Instagram 的原因，然後反而就轉向去做 Threads，因為我覺得 Threads 的 content 可以更輕鬆而不需要太認真這樣子。所以也就是因為我覺得一邊做旅行社行銷的工作，一邊又經營自媒體，那兩邊都長久做下來其實讓我覺得有點疲乏與厭倦。再加上因為我後來發現 Threads 那邊其實更有流量，而且也不需要花太多的心力就可以累積到一些追蹤者，以及我覺得自己並沒有想要再花像是過往那麼多的時間去經營自媒體所以才這樣。

2. 您在取得自媒體領域的成功之後，對於您的生活帶來了什麼樣的改變呢？

G：我不會說自己這樣就是獲得成功啦！但是確實在粉絲數越來越多之後，會有蠻多人在路上巧遇到我的時候會認出我來，或者是他們偶然看到我之後，就

會跑來私訊跟我講說：欸你剛剛是不是在哪裡哪裡？之類的事情，但是其實我的內心是有點小害怕這類的事情，多少會覺得自己的隱私好像有點被影響到。但是關於生活上帶來的正向的改變，我就有個故事想要分享！因為我自己也有在做 Podcast，然後我有粉絲他們之前得性病，然後之前我們有些集數是在聊性病應該要怎麼去就醫與做治療的相關內容。然後他們真的是透過我們那些集數才知道說他們應該要怎麼樣去面對他們的這個疾病這樣子，所以他們後來就有特別寫信來感謝我們陪伴他們渡過這一段時間和難關。所以我覺得好處就是我可能會在無形之中幫助了一些人，但是我不一定會知道，如果他們沒有跑來跟我說的話，但我覺得這件事情對我來說是一件非常感動的事情！

3. 您認為女性在取得該成功與突破之後，家庭反應和社會反應如何？

G：我覺得我的家人他們都還蠻支持的，而且他們其實好像也不是太清楚說我具體到底在做些什麼？但我覺得雖然他們並不會非常鉅細靡遺的去詢問我到底是在做什麼內容，或是我為什麼要做這件事情，所以我覺得算是還蠻正向的，至少我沒有因為他們覺得我現在在經營自媒體而去反對我這樣子。至於社會反應的話，我覺得或多或少會有一些酸民可能會對身材或容貌去指指點點的。然後我自己本身在以前真的就有蠻嚴重的「身材焦慮」，但我近幾年在開始學習一些跟身心靈相關的東西之後，我就發現其實我不太需要去管別人說了我什麼，或是也大可以不要去太過於在意這些人的言論，只要我自己覺得好就好了，以及我自己喜歡我自己那才是最重要的，所以我現在反而沒有很去在乎這些人對於我的這些看法這樣子。

4. 您在您發展自媒體事業的前中後期，您所設定的階段性目標分別是什麼？

G：其實我一直覺得我在經營自媒體的這條路上，我好像都沒有什麼目標欸！而且我覺得大部分的人在剛開始做自媒體的時候，好像都會有一個保持著純分享的心態去分享一些生活上的東西，然後就會從分享到開始走心的很在乎粉絲有沒有變多？以及我做這件事情好不好之類的？然後緊接著再來就會陷入自我

懷疑的階段，可能會覺得說：天啊！我粉絲都增加不了欸.....是不是我現在做的事情很失敗什麼的？然後就會開始陷入這個泥沼。要不然就是你開始改變了一些你的做法，然後讓各個社群媒體平台的演算法重新愛上你的內容，然後你又會開始增粉，當下可能需要這樣子，你才會覺得說現在做的事情好像是很有意義的。那在這樣子循環的過程當中，有些人也有可能就那樣卡住在那邊然後他們就放棄了。我覺得我自己現在的狀況也不能說是後期，因為我覺得它這個東西就是一個循環。它就是需要端看你最近的狀態是想要純分享嗎？或者是你是想要獲得很多的關愛與關注？那都會不太一樣這樣子。然後關於我在 Threads 上的經營，由於我目前其實也不太在 Instagram 上開團購，或者是有其他別的業配什麼的，畢竟我的本業其實就已經夠忙了，所以我覺得我反而轉戰去經營與使用 Threads，然後把它當作一個社會實驗欸。就例如說我每天都會發一些很廢的文，然後就還蠻意外的竟然有這麼多人追蹤！然後就從那邊發現到怎麼現代的人普遍都真的壓力很大，竟然都喜歡看這些沒有什麼營養的東西和內容。

5. 請問您在經營自媒體的過程中，是否有後悔過自己的選擇？（若有，請問是在什麼時候，以及當時發生了什麼呢？若沒有，讓您堅持下去的主因是什麼？）

G：我覺得我並沒有後悔過這個選擇欸！而且從來都沒有後悔過。而且就算我現在其實已經都沒有什麼在使用我的部落格了，但是我有時候回去翻到以前的文章的時候，我會覺得它很像日記，就是記錄我以前去過哪裡玩的一些經驗或是我以前去做過什麼事情，然後都有把它記錄下來。而且我覺得人的記憶是有限的，但是那些過往的貼文和日誌都可以像是日記一樣的去記錄我現實生活當中的一些點點滴滴與特別的時刻和事件。除此之外，讓我持續堅持下去的主因，我覺得是因為我一直希望我可以幫助到別人吧！那這部分舉例 Podcast 來說的話可能會比較好，因為我跟我朋友在當時經營 Podcast 的主題是在主講「性愛」，也就是「性」跟「愛」的這兩件事情以及關於親密關係的探討。然後那些問題可能在我們開始經營 Podcast 之前，身邊就有很多人都會跑來詢問我

和我的朋友，然後我們兩個在那時候就想說那要不然我們就乾脆來錄 Podcast 呀！把我們所有的想法都集結起來然後錄成一個節目，然後大家再自己去聆聽就好，我們就不用一直重複講？那確實到後面就是有吸引與累積到一些粉絲，然後也有那種忠實粉絲是很喜歡我們的想法和言論的，然後也從中可能改變了他們的人生吧？或者是可能真的對於他們的情感生活也有所提升這樣子，所以我可能就是抱持著這種——「我想要透過自身的力量去改變世界！」的那種想法，所以才因此慢慢的一路做下去。

● 第四部分（深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的成功因素）：

1. 您對於您在 Instagram 上的個人品牌和形象傳達有什麼初衷和理念嗎？

G：我覺得我在我以前年輕的時候，比較喜歡做美妝的題材。就是在分享美妝和保養相關的一些好壞和優劣。可是久了之後和年紀大了之後，我就覺得自己的膚質其實已經不太適合再去一直瘋狂的嘗試那麼多不同的保養品。然後現在年紀也大了，所以也不太需要再去接這種類型的案子。所以我後來就慢慢的轉型，想說可以做一些記錄生活，或是旅遊分享之類的，因為我很喜歡旅遊，所以就做一些旅遊相關的內容。但其實我後來有去看我的貼文，我覺得有些我真的都亂發欸，因為其實後來的我就沒有再特別排版或鑽研文字的敘述了。所以其實有些人會覺得說我的 Instagram 的風格很亂之類的？然後我就會回應說我就是我在分享我的生活，所以我也沒有特別侷限在哪一個領域這樣。然而，我覺得這部分是有好有壞啦！所以可能現在追蹤我 Instagram 的人，他們是因為喜歡我的生活感才繼續追蹤的。但某些人追蹤某一些網紅和 KOL，可能是因為喜歡他們分享哪一些的內容和東西所以才追蹤他們，那就不太一樣。然後關於我的初衷跟理念，我是覺得要看我的哪一個社群媒體平台啦！像是現在我覺得我自己對於 Threads 和 Instagram 我好像就沒有特別要去傳達什麼？它們對於我來說就只是另一個社群媒體平台而已。但如果像是 Podcast，那我就是有很明確的目

標，因為它對於我來講，我就是希望可以帶給我的朋友、夥伴、粉絲和各位聽眾一些更加真實且有用的內容，以及能夠帶領大家用更不一樣的視角去看待性愛的這件事情。而不是說像現在其他的性愛 Podcast，可能有各種頻道，但有些只是在大談闊論一些腥羶色的內容，然後去博得聽眾們的喜歡。但我們的 Podcast 到後期，其實是有加入許多知識型的內容，然後去傳達一些我們想要分享與主述的觀念和理念這樣子。

2. 經營自媒體最需要的莫過於創新的思考模式和行銷技巧，您有什麼樣的生活背景或您是透過什麼方法，幫助自己去激發創作上的全新思維與系統脈絡呢？

G：我覺得一來就是我的主業本來就是在做行銷相關的工作，所以我會相比其他的自媒體創作者來說，我本來就會更清楚這些數據它背後的意義和影響因素，又或者是哪些東西我應該要怎麼做。但我覺得就是要看我自己有沒有那個心力去把這件事情實踐在我自己的帳號上，因為我到後來都經營得有點隨便。因為我覺得說我現在正職的工作是在做旅遊也就是旅行社的，然後我剛又提到其實我的 Instagram 是在做旅遊、生活類的，所以說內容的類型完全就是跟我的帳號是完全重疊的。那如果今天這個人他是做行銷，然後是汽車業務是在賣車子的，但他卻是在分享旅遊相關的主題和內容，那麼他可能就會非常有熱誠的繼續去做分享，所以就不太一樣。總之，我覺得主要是因為我現在很重疊、很一致啦！所以我才會比較沒有那麼多的動力去認真的經營。至於我都是如何幫助自己激發創作上的全新思維和系統脈絡的話，我可能就是會花比較多的時間去觀察與瀏覽別人都在做些什麼？然後就再來反思與思考或許我自己也可以做類似的東西之類的！而且我自己也認為說由於我之前是念中文系的，所以我本來的科目就是會需要一直敘寫很多東西，例如說像是文案類的東西這樣子，那我覺得這部分是對於我在後來擔任行銷職位，與經營部落格和自媒體的事情上都是很有加分效果與實質幫助的。

3. 您覺得女性比起男性在經營自媒體這塊更具有優勢嗎？是或否？

（您的想法和看法是什麼？或者是您可以舉例一個例子來佐證嗎？）

G：我覺得算是欸！而且就像是我剛在前面也有提到的，我覺得對於女性來講的話，可能只要她露個身材就可以吸引到比較多的粉絲，但那些粉絲可能就都會是假粉絲，或者是比較沒有那麼真誠的粉絲。但是如果你經營自媒體是為了想要接案或是能夠跟品牌商有一些合作的話，那這些粉絲他們反而會導致妳的互動率變得非常低，那麼妳可能就沒有辦法去接到更好的案子，或是能夠獲得更高的價碼。總之，好處就是增加粉絲的速度會相對快很多，但是壞處也就是這些人他們之所以會喜歡你，就都是因為一些比較表層的東西和膚淺的原因，而他們不一定是真的喜歡你的內容和你這個人。至於撇除外在姿色的話，我認為女性相對於男性來說，女性通常都會比較細心，例如說在做 content 的時候！我覺得男性自媒體創作者在做事情，或者是一些思考模式上和想法上可能都會比較簡單粗暴一點，所以他們可能就不會去想那麼多，但是女性可能就會想比較多。例如說在文案上的寫法和影片的製作，又或者是做什麼東西和事情上，都會花比較多的時間去鋪陳、思考與琢磨、設計。除此之外，我也覺得女性的自媒體創作者其實也相對來說比較多，這部分是以 Instagram 來說的話，但 Youtube 好像就都差不多。

4. 請問您覺得女性在自媒體領域成功的關鍵因素有哪些？

G：我覺得一來真的就是外貌，妳只要長得好看，那麼大家自然就會比較想要去追蹤妳。不然就是除非你很有才華，然後你的 content 和你的主題都非常的不一樣，然後全世界或全台灣可能就只有你在做這種內容，那麼大家就都會很喜歡你。所以我覺得外貌和身材真的就都還蠻重要的，畢竟誰不喜歡好看的东西呢？又譬如說以我們現在年輕人喜歡的 K-POP Stars 來說，車銀優他其實唱歌真的很普通，而且韓媒也一致的評論都這麼說，甚至還說他就去乖乖演戲與代言就好了啊！但他唱歌就是紅了嘛！因為他長得比較帥啊！因為他的臉蛋就是很

白、很帥、很吃香啊！所以這個世界就是非常的現實，長得好看、長得帥氣、長得漂亮，那天生就是贏在起跑點呀！其他女性的成功因素，主要就還是像我剛剛前面所講的那樣子就是女性會比較細心，然後也會比較注意到小細節。

5. 您身為女性自媒體創作者，您覺得應當採取哪些應對策略來與百花齊放的市場競爭呢？

G：我覺得我自己通常在做行銷的前置作業的時候，我都會跟我的那些業主講說我覺得要認真思考說你到底想要做什麼？又比如說某些自媒體創作者他們的起跑點可能就是像我一樣都是在記錄生活，或是沒有特別想要幹嘛的話，那我覺得你就是隨心所欲吧！你想幹嘛就幹嘛，那會喜歡你的人自然就是會去喜歡你。可是如果你今天的目標是為了要增加粉絲，或是你想要接到更多的業配，那你相對來說就是需要去做一些比較不一樣的策略。又假設說你想要先多增加一些業配的機會，那你勢必就是必須要先花一些錢，去買一些類似的產品去體驗、去寫心得、去做曝光與輸出，然後去累積這些作品還有互動量，藉此讓廠商們覺得說即使你的粉絲數可能沒有那麼高，但是你的內容是很棒的，然後是值得讓我找你與跟你合作的，這是其一。然後接下來就是你需要確定好你到底想要走什麼樣的主題，就我還是會建議如果你是生活類的 Youtuber 或是 Instagram 創作者 whatever，你可能就還是要去想一下你的生活類要往哪個方向走？去找到你的粉絲和受眾，以及你想要獵取的那些粉絲他們會想要看哪些內容？也就是說去確認想要達到的目標到底是什麼，再做出相對的策略與應對。

● 第五部分（深度訪談之結尾）：

如果您將您自媒體創業之路的過程全部總結，您有什麼建言和忠告，或者是人生座右銘，會想要跟我們分享，並且留給自媒體創作者後輩的呢？

G：我一直都認為其實經營自媒體就跟做行銷很像，我覺得最重要的事情就是「耐心」。就是真的要很有耐心！而且其實大家有時候都會覺得說：「哇！這個

人的內容做得非常的 go various 和 go viral，那為什麼我自己明明做一樣的內容但是卻都沒有得到什麼樣的回饋。然後像是別人可能都很火紅或一炮而紅，但是我怎麼卻都沒有？」那其實我覺得每個人的做法和成功的方法，其實都不一定適合每個人，然後你就必須要非常有耐心的去找到你想要走、適合走的那一條路，以及你想要做的主題，或是你想要做的內容這樣子。而不是說因為看到別人可能做了什麼而爆紅，而你就一股腦兒的跟著去 copy 人家的這樣，因為這樣子我覺得其實是沒什麼用的。所以我覺得最重要的真的就是「耐心」！然後第二件事情就是你要有「恆心」，你要一直做、一直做、一直做。因為自媒體這種東西就是如果你不持續的做，你就死了、你就倒了！然後很快的大家就都會遺忘甚至是不知道你，又或者是立馬被取代或被淘汰那如果你的目標是你想要擁有更多的粉絲，或者是你希望可以有更多的業配，那你就勢必需要去 generate 與鑽研更多的 content，不然大家就都不會看見你、知道你、認識你。所以我覺得「耐心」和「恆心」的這兩件事情是最重要的！不管你是在做自媒體，還是在做行銷類的工作，這兩件事情永遠都是最重要的。然後額外補充——如果你是個沒有耐心也沒有恆心的人，那我真的完全不建議你去做自媒體！除此之外，不要被數字和數據綁架，放鬆並且好好的做自己才是最重要的。

《受訪者 H 林昕妤》

● 第一部分（受訪者的基本資料）：

1. 請問您今年貴庚？以及您的教育程度為？

H：20 歲，大學就讀中。

2. 請問您結婚了嗎？是或否？／您有生小孩嗎？若有，是生了幾個孩子呢？

H：還沒結婚也還沒有小孩。

3. 請問您現在主要的工作是什麼？

H：主業是學生。然後其他有收入的部分的主業的話，就是我現在有在《完全人材股份有限公司》兼職，也就是當活動總監和專欄筆者，還有再來就是一些在學校的實驗室打工，也就是幫老師收發各種資料這樣子。

4. 除了主要的本業之外，您是否還有其他的副業？或是協槓創業？是什麼呢？

H：主要副業就是自媒體的經營，就是在 Instagram 上面經營帳號，以及各式的實體演講和線上講座的講師，還有稿件的筆者，然後個人目前沒有創業。

5. 請問您在擁有現在的社會地位與開始經營自媒體之前，曾經做過哪些工作？

H：沒有，就學生。

6. 您最剛開始經營自媒體的契機是什麼？而今年是您做自媒體的第幾年/月呢？

H：基本上剛開始經營自媒體的契機是我在升國三那年創帳號的，然後當時就只是因為大家都在玩 Instagram 就是同齡的學生都在玩這樣子，然後我就想說那不然我也來辦一個帳號，但是我辦完帳號之後我也不曉得要發什麼所以就發我的筆記，最早是這樣子。但是如果真的要從認真開始經營自媒體算起的話，不確定確切的時機是指我個人從 1 萬粉絲以上開始計算嗎？還是什麼時候？這部分我沒有很確定，但如果說是從我國中時期開始算起來的話，那應該就已經有六年的時間了。但是一開始創建帳號的時候也不叫現在的名字，然後也沒有任何的收入，所以要確切的定義那個做自媒體的時間非常困難。至於開始認真經營的時候真的要說的話就大概是我學測考完升大學的這段時間，也就是在

2022 年一月，後來主要的契機其實就是希望可以把自己的經驗傳承給學弟妹。

7. 您通常在一天 24 小時當中，平均而言，分配了多少時間在經營自媒體呢？

H：平均下來大概 2 個小時左右。

8. 請問您所經營的 Instagram 風格、內容、類型是什麼？目前有幾位粉絲呢？

H：風格的話我覺得主要就是走敘事的風格，我覺得我主要就是想要營造一個讓大家在滑 Instagram 的同時，也可以學習到一些比較輕鬆或是淺顯易懂與轉譯知識的內容，主要是以學習的心法和心理學相關的為主，然後類型的話是屬於知識型的。而目前的粉絲有 53196 位粉絲！

9. 您在 Instagram 上，粉絲和受眾的性別、年齡區間、族群，大致上為何？

H：男性:23.8%，女性:76.2%；年齡區間以 18~24 歲的人居多，然後從年齡來看族群的話則是大學生居多。

10. 您之所以選擇主要經營 Instagram，而非其他的社群媒體的原因為何？

H：主要是 Instagram 平台上受眾的關係，因為資訊如果是要主打學生市場的話，那在我開始認真經營自媒體的時候主要就還是以 Instagram 為主，然後雖然說 Youtube 也可以觸及到蠻多學生的，但是由於我那時候還不會拍影片，所以就沒有太深究與經營 Youtube 那塊。

● 第二部分

(深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的市場優勢與劣勢以及挑戰和現狀):

1. 您認為女性在自媒體領域的市場優勢和劣勢分別是什麼？

H：優勢的話，我覺得女性好像並沒有什麼特別的和特定的優勢欸。至於劣勢的話，我覺得通常在自媒體領域的自媒體創作者，通常就是會被大家視作一個半公眾人物吧？然後在台灣其實對於女性的要求還是蠻嚴格的，而且就像是綠茶或婊子等等的這種比較常出現的謾罵的字眼和用語就不會出現在男性身上。可是通常女性又會遭受到比較嚴格的要求與檢視，甚至是批評與謾罵，又或者

是騷擾以及言語攻擊和性別歧視之類的，而且我也不知道為什麼會這樣子。

2. 您認為女性在自媒體產業當中，可能會面臨到的挑戰是什麼？要如何克服？

H：我自己的話其實可能因為還是學生也還沒有家庭的考量，所以可能會面對到的挑戰跟女性的關係，就只有像是前面提到的那些言語的攻擊，就像是我自己的帳號其實不是以我個人的長相和形象來做為主要的主题，但卻還是會莫名其妙的被網友和酸民批評長相，所以我覺得可能這個社會對於女性的美感還是有比較高的要求，所以這部分我覺得就是一個挑戰。那至於要怎麼樣去克服的話，我覺得就是要清楚自己的定位是什麼，就像是我既然不是用我的長相來當作行銷的亮點的話，那我或許就並不需要去太在意別人對於我長相的批判。

3. 您認為當今自媒體市場現況為何？現在有逐漸飽和的趨勢嗎？

H：我覺得現況的話就是以我經營的 Instagram 為例的話，就是因為後來有推出短影音 Reels 的功能，再加上現代化社會對於注意力的維持相較以前是比較困難的，所以要經營自媒體的話，就必須要變得要很能抓住別人的注意力。假如你的受眾可能沒有辦法看那麼多文字，也沒有辦法接受那麼多比較複雜化的資訊，所以我覺得它慢慢的傾向於一個越來越速食化的狀態。那至於這個市場有沒有飽和的話，我覺得老實說我真的覺得蠻多帳號的，然後就是百花齊放應該這樣講，再加上有新的 Reels 的短影音功能和 Threads 這個新的社群媒體平台，這些東西的出現導致以往以貼文或圖文為生的這些自媒體經營者就反而會有比較大的劣勢。然後至於有沒有飽和？我覺得飽和的話，應該是指沒有辦法再去容納更多的自媒體創作者，那我覺得應該不會。因為就像我剛前面有提到的，人們的注意力其實是很有限的，而且人們普遍都喜歡新的東西，所以如果今天有新的、有趣的東西更新與進來的話，甚至是不斷推陳出新的話，那那些自媒體經營者還是都會很有市場和可能性的，所以其實我覺得並沒有飽和的問題。

4. 您的主要收入來源為何？以及您多元化收入模式是透過哪些方式和管道？

H：自媒體的主要收入來源還是業配合作，大概就是會有跟其他廠商的合作。

那多元化的收入模式的話，接下來即將會出版書籍，那就會有稿費。然後身為筆者也會在專欄上投稿，那就也會有稿件的稿費。再加上一些演講和講座的邀約，也都會有演講的費用和車馬費這樣子，主要是透過這些方式和管道。

5. 您認為女性應當如何運用網路社交媒體平台，建立個人品牌以塑造形象、吸引受眾，並開發潛在客源，進而與粉絲建立良好長遠的關係？（請分享您的個人經驗談，或給予後輩具體的方向和建議。）

H：只限於女性嗎？因為其實我覺得某一些自媒體經營的模式並不僅限於女性欸。如果真的要說的話，我覺得有一個說法是「自媒體」在賣的其實是你個人的經歷、故事和形象！那在這個前提之下，其實受眾會買單的是你個人的特色以及你這個人。所以也許女性不會只有在自媒體上遇到這些困境，我覺得其實有時候你的個人品牌、你的形象塑造或者是你個人的故事，那些都會是很好的素材和可以發揮的題材。但是如果你要是把自己都全盤拖出的話，那好像也是一件還蠻危險的事情？我覺得這個就是有利有弊這樣子。但是如果真的要專指女性的話，我覺得就是因為自媒體賣得就是你這個人，所以就是真誠這樣子。至於要怎麼跟粉絲和受眾建立良好且長遠的關係的話，我覺得這個也跟文案的寫作之類的也有些關係，就是你在挑選素材上面的時候，可以選擇跟你自己比較有共鳴的東西，要不然你寫出來的東西就都只會是資料收集而已。所以關鍵就在於說要融入自己個人的想法、見解和經歷，這樣才會比較有共鳴，同時也是屬於產出的部分。還有關於互動的部分，我覺得也需要適度的和粉絲有所連結與互動，又或者是偶爾也可以開個直播或 QA 的問答，然後在你做這些互動的時候進而去拉近與粉絲之間的距離，以及增進粉絲的黏著度，畢竟你的回應與互動其實就都會同時表達出你的想法和觀點是如何如何。

● 第三部分（深度訪談之台灣職業女性的性別身分和自我認同，
與自身家庭、職業、事業、個人成就和自媒體經營之間的平衡）：

1. 您身為女性，在家庭、職業、事業、個人成就之間，難以取捨的平衡，是否影響您在自媒體領域的創業之路？

H：我覺得關於家庭方面的話是還好，因為我大學也是搬出去住所以我會覺得不太有影響。然後再來是關於職業的部分，我覺得其實我不知道為什麼會直接的聯想到因為我現在職業就還是學生嘛！但是其實在以女性來說，很多人都會覺得女孩子就應該要怎麼樣怎麼樣。就比如說如果男孩子的成績不好，就會被說啊他只是愛玩啊或者是他很皮啊之類的，可是女生如果成績不好的話，可能就會被講說啊妳是不是都是因為在做一些奇怪的事情或者是不務正業才這樣！也就是好像這個社會對於女性的多元發展，或者是對於女性不走正規道路的那個接受度還有容忍度還是比較低的。就像是我那時候在做自媒體的時候，其實還是會擔心說那我這樣萬一成績如果沒有顧及到很好很好的話是不是不太行？就會有像是這樣子的擔憂。至於事業和個人成就的話，我覺得其實就像我剛剛講到的就是也不一定只有是跟台灣的女性環境有關係，可能也跟我自己的原生家庭背景有點關係，就例如說我們家裡面會希望就是女孩子就乖乖的找個安穩的工作，然後可以嫁人這樣子。所以其實在一些額外的、多元化、多角化的個人發展就像是經營自媒體好了，就可能會在初期的時候因此而遭受到一點質疑說你為什麼要做這樣子的事情？但我覺得也已經算是支持了，因為學校成績就都有兼顧到也保持的不錯，然後他們目前也都沒有反對我經營自媒體這樣子。

2. 您在取得自媒體領域的成功之後，對於您的生活帶來了什麼樣的改變呢？

H：我覺得先講好的部分好了，就是開始可以為自己開創一些新的機會，比方說我在自媒體的經營上算有成功了之後，就是開始會有各式各樣的邀約，例如實體演講或線上講座等等的，又或者是一些授權或業配，甚至是可以把自己的經驗撰寫成書然後出版成書籍這樣子。也就是可以比一般大學生去認識到更多

的人，以及去做到一般大學生可能無法達成與做到的事情，我覺得這些就都是
很不錯的改變。至於不好的部分，可能就是因為經營自媒體就像我在前面講的
一樣由於會被認為是一個半公眾人物的身分和狀態，所以有時候做什麼事情
都會被放大檢視與擴大議論這樣子。

3. 您認為女性在取得該成功與突破之後，家庭反應和社會反應如何？

H：我覺得家庭反應會比較直接，就像是剛剛講到的就是會問說怎麼會要去做
這件事情，而不好好唸書這樣子。但是其實那些親戚也是私底下講的，所以我
也沒有直接反駁什麼的。那至於社會反應的話，其實是比較隱為的。就是你是
可以稍微的感受到好像某些時候當你比較成功之後，社會上某些聲音它其實會
冒出來說：欸！他是不是攀其他人大腿或是怎麼樣的才會有這些成就？但我覺
得我目前還沒遇到過這麼強烈或負面的，但是就是會被批判長相啦！總之，我
覺得身為自媒體創作者，大家會遇到的事情都很不一樣。而且也因為大家通常
講到女性，然後又是在經營自媒體的，可能就都會想說肯定都是長得很漂亮
的女生或者是網紅、網美之類的。但對於我來說，就是有時候會因為身為一個知
識型的自媒體創作者然後已經獲得了這樣的成就之後，但是自己的長相好像沒
有像是其他的網紅和網美一樣漂亮、一樣美麗，或者是符合粉絲和受眾他們對
於網紅的期待的話，那對於社會大眾來說其實就會有點期望落差吧我覺得。

4. 您在您發展自媒體事業的前中後期，您所設定的階段性目標分別是什麼？

H：我覺得其實對於我來說我的自媒體事業比較像是一個副業，所以其實我也
沒有很明確的訂出一個前中後期的階段性目標。也由於我覺得我自己比較是個
隨性的人，所以我在一剛開始經營自媒體的時候，其實也沒有去料到說：哇！
竟然可以有演講的機會，但是在開始有了各式各樣的演講邀約和機會之後，我
的目標就會變成說我想去更多的地方演講，把我自己的想法和理念傳達給更多
的人。所以其實有時候它是一個有機緣我才會定下目標的概念，但是如果沒有
這些機緣，或是我不知道有沒有這些機緣的時候就不太會去訂定特定的目標。

5. 請問您在經營自媒體的過程中，是否有後悔過自己的選擇？（若有，請問是在什麼時候，以及當時發生了什麼呢？若沒有，讓您堅持下去的主因是什麼？）

H：有！就是被酸民罵的時候，就會覺得說自己幹嘛討罵這樣。好好唸書不好嗎？這樣。但其實我也沒有特別的去處理這種事情，因為一直以來都會有莫名其妙的人在胡亂謾罵，但我後來就會選擇無視它。而我覺得我自己真的到比較不在意的話是到了最近才學會要轉念欸！就因為以前的我或多或少都還是會很在意，然後就會因為這樣而有一段時間不想要發文，或者是把整個社群媒體上的貼文都典藏起來，甚至是會把帳號都關閉起來這樣。那最近的話就會覺得說他們討厭我，是他們的課題不是我的課題。至於讓我繼續一路堅持下去的主因是當我收到學弟妹的回饋，就會非常開心也覺得說我做這些事情是對的！

● 第四部分（深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的成功因素）：

1. 您對於您在 Instagram 上的個人品牌和形象傳達有什麼初衷和理念嗎？

H：其實就是希望把自己的想法和心法，還有推廣心理學知識和學習心法傳遞給更多人知道。然後細講的話，就是因為自己過往在學習的路上，並不是那麼的順遂，然後希望能夠透過這樣子讓學弟妹們知道就算沒有那麼順遂，或者是遇到挫折的時候，還是可以透過壓力調適來繼續努力與堅持下去，以及陪伴他們尋覓學習與成長的勇氣和方法，並且與他們分享多元化的個人故事和經驗。

2. 經營自媒體最需要的莫過於創新的思考模式和行銷技巧，您有什麼樣的生活背景或您是透過什麼方法，幫助自己去激發創作上的全新思維與系統脈絡呢？

H：我其實有時候會覺得說我自己的東西都沒有到很創新欸？都是從我的日常生活中剛好習得的心理學知識，因為我剛好在念心理學系。有時候上到什麼的時候，就會覺得說這個好像可以敘寫與分享一下這樣子。但如果真的要說我是用什麼樣的方法去激發自己的創作，那像是我之前在擔任筆者，與投稿專欄的時候，有時候就會去多看一些時事和各類的文章藉此增廣見聞與增加字彙量。

3. 您覺得女性比起男性在經營自媒體這塊更具有優勢嗎？是或否？

（您的想法和看法是什麼？或者是您可以舉例一個例子來佐證嗎？）

H：我覺得其實並沒有特別有優勢欸！但我覺得其實還是要看風格和性格啦！就像是有些類型的帳號可能對於女性來說，確實就是會比較有優勢的，但如果是以知識型的帳號來說的話，那就沒有什麼太大的差別。

4. 請問您覺得女性在自媒體領域成功的關鍵因素有哪些？

H：我覺得以我自己經營的帳號類型來說的話，我會覺得女性經營自媒體的優勢和關鍵因素是在於說是我們普遍會比男生更為感性。以及有一些經歷其實是男性所沒有的，又或者像是說在有一些視角上女性和男性的想法和看法也都會很不一樣，因為面對到的整個社會風評也都非常不一樣。而就我自己來說的話，我自己會覺得是因為我心思比較細膩，而且我也會用比較細膩的眼光去看待這個社會和這個世界，以及用比較細膩的方式去跟粉絲互動吧！

5. 您身為女性自媒體創作者，您覺得應當採取哪些應對策略來與百花齊放的市場競爭呢？

H：我覺得在談競爭之前，需要先具有一個很基本的要素，那就是要「穩定」。因為一般來說，大家可能會想說競爭好像就是要一直突破、一直創新。可是在我看來其實我覺得在做自媒體的這條路上，以我自己的經驗來說的話，反而是會覺得說不用先去設想要怎麼樣競爭，因為我覺得要先穩定才是最為重要的，不管是自身的心態和狀態，還是帳號內容的輸出與產出之類的都必須要如此。再來我覺得還有一點是因為後台的演算法什麼的其實也是一直都在變化的，所以如果你真的有想出什麼應變措施或策略，但其實只要演算法一變，那你好像也沒辦法太去做出什麼樣很好的應變。所以我覺得主要還是要維持自己的初衷吧！而且對於我自己來說，我覺得比起競爭，或是讓粉絲數越來越多，我覺得更重要的一件事情就是我想要把我想要表達的東西和傳達的觀念、理念和知識都呈現出來。最後，你需要不間斷的有所創新，不然你要怎麼去競爭呢？

● 第五部分（深度訪談之結尾）：

如果您將您自媒體創業之路的過程全部總結，您有什麼建言和忠告，或者是人生座右銘，會想要跟我們分享，並且留給自媒體創作者後輩的呢？

H：我覺得其實就像是我在前面講到的，經營自媒體其實就是一個在行銷自己的過程，所以我覺得有一個很重要的重點是在於你要先把你自己照顧好，那你才有辦法去行銷你自己。然後關於忠告的部分，就是我認為在經營自媒體之前，你必須要先成為你自己，然後你才能夠成為那個在自媒體上面你所想要成為的那個樣子。還有做自己和愛自己是非常重要的！

《受訪者 I 劉亞青》

● 第一部分（受訪者的基本資料）：

1. 請問您今年貴庚？以及您的教育程度為？

I：28 歲，大學畢業。

2. 請問您結婚了嗎？是或否？／您有生小孩嗎？若有，是生了幾個孩子呢？

I：單身，未婚，沒有小孩。

3. 請問您現在主要的工作是什麼？

I：髮型設計師、店長、講師。

4. 除了主要的本業之外，您是否還有其他的副業？或是協槓創業？是什麼呢？

I：沒有。

5. 請問您在擁有現在的社會地位與開始經營自媒體之前，曾經做過哪些工作？

I：學生時期的打工、秘書性質的工作、餐飲業的服務生。

6. 您最剛開始經營自媒體的契機是什麼？而今年是您做自媒體的第幾年/月呢？

I：當初契機是因為工作的需求以及需要曝光與招攬客人，目前大概是第 4 年。

7. 您通常在一天 24 小時當中，平均而言，分配了多少時間在經營自媒體呢？

I：大約 2-3 小時左右。

8. 請問您所經營的 Instagram 風格、內容、類型是什麼？目前有幾位粉絲呢？

I：髮型風格和美感呈現，目前有 16914 位粉絲。

9. 您在 Instagram 上，粉絲和受眾的性別、年齡區間、族群，大致上為何？

I：男性:30.1%，女性:69.9%；以 15~35 歲的人居多；喜歡我剪髮作品的人。

10. 您之所以選擇主要經營 Instagram，而非其他的社群媒體的原因為何？

I：因為受眾最多、曝光量大，客群和用戶較為年輕，還有後台的演算法佳。

● 第二部分

(深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的市場優勢與劣勢以及挑戰和現狀):

1. 您認為女性在自媒體領域的市場優勢和劣勢分別是什麼？

I：人都喜歡欣賞與觀看漂亮的事務，而女性在自我打扮這點，本身就很吃香。但也因為需要注重形象，所以往往以幽默風趣的呈現方式，反而會受到束縛。

2. 您認為女性在自媒體產業當中，可能會面臨到的挑戰是什麼？要如何克服？

I：同上一題的答案；但內容呈現的部分，女性自媒體創業者和領導者可能會先被質疑或觀察，才有可能會被重視。所以必須不斷的嘗試，與提及各種想法來連結與消費者的共通點，因此才更能夠貼近粉絲，與提高和受眾的黏著度。

3. 您認為當今自媒體市場現況為何？現在有逐漸飽和的趨勢嗎？

I：短影音當道！現代人普遍都沒有耐性，所以自媒體也都傾向更簡短、更快速的佈達式內容；因此考驗的是創作者更獨特的表達方式。

4. 您的主要收入來源為何？以及您多元化收入模式是透過哪些方式和管道？

I：主要的收入來源是髮型設計師和講師的薪資，多元化收入則是股東的分潤。

5. 您認為女性應當如何運用網路社交媒體平台，建立個人品牌以塑造形象、吸引受眾，並開發潛在客源，進而與粉絲建立良好長遠的關係？(請分享您的個人經驗談，或給予後輩具體的方向和建議。)

I：我剛上述其實都有提到；除此之外，我認為共感力是最重要的，要符合受眾的需求以及認知，才能夠有效提升流量，而有流量才能帶來客源。

● 第三部分 (深度訪談之台灣職業女性的性別身分和自我認同，與自身家庭、職業、事業、個人成就和自媒體經營之間的平衡):

1. 您身為女性，在家庭、職業、事業、個人成就之間，難以取捨的平衡，是否影響您在自媒體領域的創業之路？

I：在這些平衡之中，我往往都會覺得時間不夠用，「生活」需要刻意的安排，

也需要有充沛的休息才能夠繼續更有效的成長。

2. 您在取得自媒體領域的成功之後，對於您的生活帶來了什麼樣的改變呢？

I：收入提高，知名度也跟著提高，受眾的信任度進而也會提高。

3. 您認為女性在取得該成功與突破之後，家庭反應和社會反應如何？

I：職場上會希望我能持續進步，並且繼續為公司貢獻以及協助；而家人和朋友則會希望我能好好休息。

4. 您在您發展自媒體事業的前中後期，您所設定的階段性目標分別是什麼？

I：

前期：曝光自己以及紀錄正在經營的工作。

中期：大量曝光作品與展現風格和美感。

後期：表達自己對於生活的理念與態度。

5. 請問您在經營自媒體的過程中，是否有後悔過自己的選擇？（若有，請問是在什麼時候，以及當時發生了什麼呢？若沒有，讓您堅持下去的主因是什麼？）

I：有，當我身體很疲累或者是情緒很不穩定的時候。但就會轉念並且回頭看看自己最初是為了什麼而做，以及想想目標兌現的決心，那麼就能夠繼續努力與堅持下去。

● 第四部分（深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的成功因素）：

1. 您對於您在 Instagram 上的個人品牌和形象傳達有什麼初衷和理念嗎？

I：分享自己所見、所聞、所感的一切事物，並轉化成自己認知的美感。

2. 經營自媒體最需要的莫過於創新的思考模式和行銷技巧，您有什麼樣的生活背景或您是透過什麼方法，幫助自己去激發創作上的全新思維與系統脈絡呢？

I：多看、多學、多嘗試；方方面面的用心去體會。

3. 您覺得女性比起男性在經營自媒體這塊更具有優勢嗎？是或否？

（您的想法和看法是什麼？或者是您可以舉例一個例子來佐證嗎？）

I：否，我覺得男性在職業生涯上的選擇權其實會更多，那也相對的來說，可以分享的範圍也就可以越寬廣。

4. 請問您覺得女性在自媒體領域成功的關鍵因素有哪些？

I：好看、細緻、突破框架。

5. 您身為女性自媒體創作者，您覺得應當採取哪些應對策略來與百花齊放的市場競爭呢？

I：必須時常讓自己歸零，想法上以及身體上；保有初心才能持續的綻放熱情。

● 第五部分（深度訪談之結尾）：

如果您將您自媒體創業之路的過程全部總結，您有什麼建言和忠告，或者是人生座右銘，會想要跟我們分享，並且留給自媒體創作者後輩的呢？

I：突破框架並且勇於挑戰自己，不要輕易的將就任何細節，這樣才能夠讓你跟市場有足夠的區別。因為你/妳就是最獨特的那個！

《受訪者 J 陳美燕》

● 第一部分（受訪者的基本資料）：

1. 請問您今年貴庚？以及您的教育程度為？

J：38 歲，大學畢業。

2. 請問您結婚了嗎？是或否？／您有生小孩嗎？若有，是生了幾個孩子呢？

J：已婚；有，一個小孩。

3. 請問您現在主要的工作是什麼？

J：DJ、藝人。

4. 除了主要的本業之外，您是否還有其他的副業？或是協槓創業？是什麼呢？

J：有，舞者。

5. 請問您在擁有現在的社會地位與開始經營自媒體之前，曾經做過哪些工作？

J：擺攤、服飾、彩妝、啦啦隊。

6. 您最剛開始經營自媒體的契機是什麼？而今年是您做自媒體的第幾年/月呢？

J：其實並沒有什麼太特別的契機欸！就是隨著環境的變換，與慢慢踏入並且經營的，主要多為工作需求和生活分享。目前大概已經是第 10 年了。

7. 您通常在一天 24 小時當中，平均而言，分配了多少時間在經營自媒體呢？

J：大約 3-4 小時。

8. 請問您所經營的 Instagram 風格、內容、類型是什麼？目前有幾位粉絲呢？

J：個人的演出資訊，以及記錄日常生活的點滴。目前有 159763 位粉絲。

9. 您在 Instagram 上，粉絲和受眾的性別、年齡區間、族群，大致上為何？

J：男性:84.6%，女性:15.4%；以 20~40 歲的人居多；喜歡電音的族群。

10. 您之所以選擇主要經營 Instagram，而非其他的社群媒體的原因為何？

J：主要是 Instagram 的應用系統穩定，也已習慣使用介面，並且行之多年了。

● 第二部分

(深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的市場優勢與劣勢以及挑戰和現狀):

1. 您認為女性在自媒體領域的市場優勢和劣勢分別是什麼？

J: 優勢: 較能快速抓住現今趨勢和需求。劣勢: 女性競爭特別多也更為激烈。

2. 您認為女性在自媒體產業當中, 可能會面臨到的挑戰是什麼? 要如何克服?

J: 無關乎男女的性別, 基本上大同小異, 所以要比一般人更認真更用心經營。

3. 您認為當今自媒體市場現況為何? 現在有逐漸飽和的趨勢嗎?

J: 網路現在非常發達, 自媒體風潮還是會持續下去, 綜觀而言目前尚未飽和。

4. 您的主要收入來源為何? 以及您多元化收入模式是透過哪些方式和管道?

J: 主要收入來源為各大演出的薪資和出場費用, 其餘的多元化收入模式則會透過經紀公司那邊會協助接洽與處理各種行程、業配、商演。

5. 您認為女性應當如何運用網路社交媒體平台, 建立個人品牌以塑造形象、吸引受眾, 並開發潛在客源, 進而與粉絲建立良好長遠的關係? (請分享您的個人經驗談, 或給予後輩具體的方向和建議。)

J: 多參考成功案例, 與關心時事。自然不做作的風格可以吸引更多的追蹤者。

● 第三部分 (深度訪談之台灣職業女性的性別身分和自我認同,

與自身家庭、職業、事業、個人成就和自媒體經營之間的平衡):

1. 您身為女性, 在家庭、職業、事業、個人成就之間, 難以取捨的平衡, 是否影響您在自媒體領域的創業之路?

J: 我認為長久經營的前提莫過於是身邊的人們的支持, 所以我覺得並不影響。

2. 您在取得自媒體領域的成功之後, 對於您的生活帶來了什麼樣的改變呢?

J: 各項業務和業配, 以及合作戶和合作機會, 還有各大展演活動都增多許多。

3. 您認為女性在取得該成功與突破之後, 家庭反應和社會反應如何?

J: 家庭方面, 我認為必須給予支持, 並且一同經營, 才會效益加倍。而社會反

應的部分，則幾乎都是正向反饋，對於我來說我覺得都是正向的。

4. 您在您發展自媒體事業的前中後期，您所設定的階段性目標分別是什麼？

J:

前期：設定與塑造清楚的人設。

中期：追求粉絲數和努力讓觸及率變高。

後期：繼續讓粉絲的黏著度增加。

5. 請問您在經營自媒體的過程中，是否有後悔過自己的選擇？（若有，請問是在什麼時候，以及當時發生了什麼呢？若沒有，讓您堅持下去的主因是什麼？）

J: 沒有；因為多多益善的傳遞正向的想法和態度給大家，是我一直以來所堅持的目標和理想。

● 第四部分（深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的成功因素）:

1. 您對於您在 Instagram 上的個人品牌和形象傳達有什麼初衷和理念嗎？

J: 女權抬頭和女性意識的提倡，進而傳遞正向的鼓勵和力量給職業婦女，並且傳達善良和善念給這個社會和世界。

2. 經營自媒體最需要的莫過於創新的思考模式和行銷技巧，您有什麼樣的生活背景或您是透過什麼方法，幫助自己去激發創作上的全新思維與系統脈絡呢？

J: 透過真實且有趣的日常生活，以及美的事物去激發與傳遞正能量。

3. 您覺得女性比起男性在經營自媒體這塊更具有優勢嗎？是或否？

（您的想法和看法是什麼？或者是您可以舉例一個例子來佐證嗎？）

J: 我覺得現階段有慢慢趨向於平均，無論男性和女性，也包括同性自媒體也都很有吸引力，我認為重點不在於性別或性向，而是在於內容的部分，以及你所想要傳遞或傳授什麼。

4. 請問您覺得女性在自媒體領域成功的關鍵因素有哪些？

J: 女性意識的抬頭，以及女性也可以擁有多重身份等，都是成功的關鍵要素。

5. 您身為女性自媒體創作者，您覺得應當採取哪些應對策略來與百花齊放的市場競爭呢？

J：在不影響與不危害他人以及不違反道德和法律的情況下，真實的做自己。

● 第五部分（深度訪談之結尾）：

如果您將您自媒體創業之路的過程全部總結，您有什麼建言和忠告，或者是人生座右銘，會想要跟我們分享，並且留給自媒體創作者後輩的呢？

J：每個人在每個階段都有上天給予我們的課題，在這當中當然有好的也會有壞的。不管怎樣，心保持善良，善的循環終將會回到你身上。要努力與盡力的去傳達愛和正能量，並且渲染與給予身邊的人甚至是世人正向的精神和思考。

《受訪者 K 戴雨凡》

● 第一部分（受訪者的基本資料）：

1. 請問您今年貴庚？以及您的教育程度為？

K：33 歲，大學畢業。

2. 請問您結婚了嗎？是或否？／您有生小孩嗎？若有，是生了幾個孩子呢？

K：否，無。

3. 請問您現在主要的工作是什麼？

K：藝術顧問、自媒體的 KOL。

4. 除了主要的本業之外，您是否還有其他的副業？或是協槓創業？是什麼呢？

K：由於原本的行業是模特且偏向藝人，所以還是會接一些代言或是上節目。

5. 請問您在擁有現在的社會地位與開始經營自媒體之前，曾經做過哪些工作？

K：模特兒、KOL。

6. 您最剛開始經營自媒體的契機是什麼？而今年是您做自媒體的第幾年/月呢？

K：當初的契機是因為擔任模特兒，所以本來就有經營自媒體的工作需求，而發布貼文已經有五年以上的時間，但是從最近約莫六個月內才認真做自媒體。

7. 您通常在一天 24 小時當中，平均而言，分配了多少時間在經營自媒體呢？

K：大約 3-4 小時。

8. 請問您所經營的 Instagram 風格、內容、類型是什麼？目前有幾位粉絲呢？

K：以旅遊、生活、藝術常識、娛樂類型為主，而目前有 50231 位粉絲。

9. 您在 Instagram 上，粉絲和受眾的性別、年齡區間、族群，大致上為何？

K：男性:85.5%，女性:14.5%；以 25~45 歲為主要的年齡區間。

10. 您之所以選擇主要經營 Instagram，而非其他的社群媒體的原因為何？

K：其他的社群媒體平台其實我也都有在經營，但主要會在 Instagram 是因為它在台灣的用戶和受眾多，而且 Instagram 的流量也大，然後該平台也給滿多流量在新功能的短影音 Reels 上面。

● 第二部分

(深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的市場優勢與劣勢以及挑戰和現狀):

1. 您認為女性在自媒體領域的市場優勢和劣勢分別是什麼？

K：優勢應該是自媒體平台尤其是 Instagram 相對還是有給女性比較友善的環境，但劣勢的話可能就是安全問題，例如我曾經有遇到過一些瘋狂的粉絲。

2. 您認為女性在自媒體產業當中，可能會面臨到的挑戰是什麼？要如何克服？

K：性別歧視的問題、工作和家庭等責任之間的平衡、安全性的疑慮等。而我認為克服的方法可能包括——建立支持網絡、提高自我保護意識、堅持自我。

3. 您認為當今自媒體市場現況為何？現在有逐漸飽和的趨勢嗎？

K：我認為當今自媒體的市場競爭雖然非常激烈，但仍然有其發展的空間，而關鍵是在於找到屬於自己的確切定位和個人特色。

4. 您的主要收入來源為何？以及您多元化收入模式是透過哪些方式和管道？

K：主要收入來源為我個人的藝術工作，其餘多元化的收入模式則是透過一些廣告和贊助。

5. 您認為女性應當如何運用網路社交媒體平台，建立個人品牌以塑造形象、吸引受眾，並開發潛在客源，進而與粉絲建立良好長遠的關係？（請分享您的個人經驗談，或給予後輩具體的方向和建議。）

K：要保持真實性，也就是不要做一些太誇大不實的內容；找到屬於自己獨特的定位、時常與粉絲互動、保持內容的穩定輸出與高品質和高質量等。

● 第三部分 (深度訪談之台灣職業女性的性別身分和自我認同，

與自身家庭、職業、事業、個人成就和自媒體經營之間的平衡):

1. 您身為女性，在家庭、職業、事業、個人成就之間，難以取捨的平衡，是否影響您在自媒體領域的創業之路？

K：會，但這時候時間管理和優先及排序就很重要，這樣子就可以同時兼顧，

並且經營與發展的很好。

2. 您在取得自媒體領域的成功之後，對於您的生活帶來了什麼樣的改變呢？

K：知名度提高會有相對的話語權，以及擁有很多的資源和更多的合作機會，但同時也帶來了目光和輿論的壓力。

3. 您認為女性在取得該成功與突破之後，家庭反應和社會反應如何？

K：我目前得到的家庭反應和社會反應大多都是正面的，但也有可能是因為那些負面的東西我通常都當作看不見與沒聽到！

4. 您在您發展自媒體事業的前中後期，您所設定的階段性目標分別是什麼？

K：

前期：建立基礎粉絲群，與定義個人品牌形象。

中期：擴大影響力，並且開始獲得穩定收入。

後期：多元化發展（例如跨平台經營與合作還有推出個人產品）。

5. 請問您在經營自媒體的過程中，是否有後悔過自己的選擇？（若有，請問是在什麼時候，以及當時發生了什麼呢？若沒有，讓您堅持下去的主因是什麼？）

K：我沒有後悔過選擇經營自媒體的這條路！而讓我堅持下去的主因是對未來的正面態度，以及在看到自己產出的內容能夠去影響到與幫助到他人的那份成就感。當然，在這個過程當中也曾經有遇到過瓶頸期，但這個經歷反而激勵我不斷學習與持續創新。

● 第四部分（深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的成功因素）：

1. 您對於您在 Instagram 上的個人品牌和形象傳達有什麼初衷和理念嗎？

K：初衷和理念是想要展現真實的自我，並且分享生活當中的樂趣和智慧。

2. 經營自媒體最需要的莫過於創新的思考模式和行銷技巧，您有什麼樣的生活背景或您是透過什麼方法，幫助自己去激發創作上的全新思維與系統脈絡呢？

K：廣泛吸收資訊，涉獵不同領域的知識。定期反思和總結，分析成功與失敗

的案例。

3. 您覺得女性比起男性在經營自媒體這塊更具有優勢嗎？是或否？

（您的想法和看法是什麼？或者是您可以舉例一個例子來佐證嗎？）

K：我認為女性在某些領域確實比較具有優勢，例如美妝、時尚、生活方式等。而且女性往往也更擅長情感的表達和細節的描述，而這些也都有助於與觀眾建立深度的連結。例如，在美妝領域，女性自媒體創作者會更容易獲得觀眾的信任和認同。

4. 請問您覺得女性在自媒體領域成功的關鍵因素有哪些？

K：善於溝通和建立關係。

5. 您身為女性自媒體創作者，您覺得應當採取哪些應對策略來與百花齊放的市場競爭呢？

K：找到自己的定位和特色、持續提升內容質量、與粉絲建立深度連結、跨平台與跨品牌合作，擴大自身的影響力、不斷的學習一些新技能、Follow 趨勢。

● 第五部分（深度訪談之結尾）：

如果您將您自媒體創業之路的過程全部總結，您有什麼建言和忠告，或者是人生座右銘，會想要跟我們分享，並且留給自媒體創作者後輩的呢？

K：

1. 保持熱情和好奇心，永遠不要停止學習。
2. 堅持自己的風格，不要盲目的跟風。
3. 重視與粉絲之間的互動，建立真實的連結。
4. 做好長期的規劃，不要只顧眼前的利益。
5. 照顧好自己的身心靈健康，畢竟這才是持久發展的基礎！

而我的座右銘是——「一切先做了再說。」

《受訪者 L 游紫緣》

● 第一部分（受訪者的基本資料）：

1. 請問您今年貴庚？以及您的教育程度為？

L：31 歲，大學畢業。

2. 請問您結婚了嗎？是或否？／您有生小孩嗎？若有，是生了幾個孩子呢？

L：否，無。

3. 請問您現在主要的工作是什麼？

L：髮型設計師。

4. 除了主要的本業之外，您是否還有其他的副業？或是協槓創業？是什麼呢？

L：無。

5. 請問您在擁有現在的社會地位與開始經營自媒體之前，曾經做過哪些工作？

L：飯店和餐飲業的服務人員、美容美髮材料行的店員。

6. 您最剛開始經營自媒體的契機是什麼？而今年是您做自媒體的第幾年/月呢？

L：當初經營自媒體的契機是為了做行銷與曝光自己的設計，還有工作上和生活上的分享。大約是從 2018 年開始至今，目前已經是第六年了。

7. 您通常在一天 24 小時當中，平均而言，分配了多少時間在經營自媒體呢？

L：大約 8 個小時左右。

8. 請問您所經營的 Instagram 風格、內容、類型是什麼？目前有幾位粉絲呢？

L：以日常穿搭、旅遊生活、髮型藝術相關的為主，而目前有 12134 位粉絲。

9. 您在 Instagram 上，粉絲和受眾的性別、年齡區間、族群，大致上為何？

L：男性:31.4%，女性:68.6%；年齡區間以 20~35 歲為主；喜愛我作品的人。

10. 您之所以選擇主要經營 Instagram，而非其他的社群媒體的原因為何？

L：簡單且易於使用與上手、流量和曝光率較高、較多年輕族群的人會使用。

● 第二部分

(深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的市場優勢與劣勢以及挑戰和現狀):

1. 您認為女性在自媒體領域的市場優勢和劣勢分別是什麼？

L: 優勢是女生的談吐和外在外在都更吸引人觀看，至於劣勢的部分是不能太展露自己的身材因為會容易被性騷擾。

2. 您認為女性在自媒體產業當中，可能會面臨到的挑戰是什麼？要如何克服？

L: 可能有些人不太會表達，與不太會內容的傳達，但只要去多詢問有經驗的人還有在表達上與操作上多練習即可。

3. 您認為當今自媒體市場現況為何？現在有逐漸飽和的趨勢嗎？

L: 目前自媒體的市場狀況還是蠻盛行的，然而市場也一定會有飽和的時候，之後的趨勢應該會往更多故事性內容的短影音自媒體為發展方向。

4. 您的主要收入來源為何？以及您多元化收入模式是透過哪些方式和管道？

L: 主要的收入來源為主業的髮型設計師之收入，而其他的部分目前則是無。

5. 您認為女性應當如何運用網路社交媒體平台，建立個人品牌以塑造形象、吸引受眾，並開發潛在客源，進而與粉絲建立良好長遠的關係？(請分享您的個人經驗談，或給予後輩具體的方向和建議。)

L: 找到適合自己個性和風格的方式去塑造自己的穿搭和外在外在形象，以及表達自己的價值觀讓受眾達到共鳴，進而喜歡你與追蹤你。

● 第三部分 (深度訪談之台灣職業女性的性別身分和自我認同，與自身家庭、職業、事業、個人成就和自媒體經營之間的平衡):

1. 您身為女性，在家庭、職業、事業、個人成就之間，難以取捨的平衡，是否影響您在自媒體領域的創業之路？

L: 對於我來說並不會，因為我認為其實只要有做好時間分配就好。

2. 您在取得自媒體領域的成功之後，對於您的生活帶來了什麼樣的改變呢？

L：與顧客連結的信任度更高。

3. 您認為女性在取得該成功與突破之後，家庭反應和社會反應如何？

L：家庭反應主要是背負家庭經濟重任；再來是社會反應的部分，網路粉絲和顧客則會主動跑來詢問我髮型和穿搭的諮詢，他們對於我的信任連結度和互動性也都變得更高，而公司主管則是認為我能夠幫品牌提高曝光度與提升營收。

4. 您在您發展自媒體事業的前中後期，您所設定的階段性目標分別是什麼？

L：

前期：希望粉絲能夠突破 2000~3000 人以上，並且希望有人看見我。

中後期：期許粉絲能夠破萬。

5. 請問您在經營自媒體的過程中，是否有後悔過自己的選擇？（若有，請問是在什麼時候，以及當時發生了什麼呢？若沒有，讓您堅持下去的主因是什麼？）

L：有，因為本人的性格偏內向，偶爾對鏡頭講話會感到不自在。然而，讓我繼續堅持下去的主因是因為有得到粉絲的正向回饋與看到粉絲數的正成長。

● 第四部分（深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的成功因素）：

1. 您對於您在 Instagram 上的個人品牌和形象傳達有什麼初衷和理念嗎？

L：初衷和理念是想要展現個人的魅力與技術，並且傳達愛美的價值觀。

2. 經營自媒體最需要的莫過於創新的思考模式和行銷技巧，您有什麼樣的生活背景或您是透過什麼方法，幫助自己去激發創作上的全新思維與系統脈絡呢？

L：有時候公司會有提供自媒體行銷的課程可以去上課，會去諮詢。並且反思與內省自己的價值觀，以及尋找一些貼近生活的發想來啟發我的思維與創新。

3. 您覺得女性比起男性在經營自媒體這塊更具有優勢嗎？是或否？

（您的想法和看法是什麼？或者是您可以舉例一個例子來佐證嗎？）

L：是；因為女生是好強的動物，而且女生會欣賞有能力和美的女生，而男生

也會欣賞，所以非常具有優勢。

4. 請問您覺得女性在自媒體領域成功的關鍵因素有哪些？

L：因為現在是女力的時代，而且在各行各業當中女性很多也都比男性強。

5. 您身為女性自媒體創作者，您覺得應當採取哪些應對策略來與百花齊放的市場競爭呢？

L：做自己！以及傳達自我的價值觀，並且做出差異化。

● 第五部分（深度訪談之結尾）：

如果您將您自媒體創業之路的過程全部總結，您有什麼建言和忠告，或者是人生座右銘，會想要跟我們分享，並且留給自媒體創作者後輩的呢？

L：自媒體是先做了才會有成果！不能空想而不去做。而我也曾經因為自己的個性比較內向而不太敢做自媒體，但是只要勇敢的踏出第一步，就一定會有成功的可能。除此之外，「對於你所討厭的事情，不要急著抗拒。因為生命當中的許多禮物，都是原先討厭的人事物給的。」——堅持！努力！終點！

《受訪者 M 吳于琪》

● 第一部分（受訪者的基本資料）：

1. 請問您今年貴庚？以及您的教育程度為？

M：30 歲，大學畢業。

2. 請問您結婚了嗎？是或否？／您有生小孩嗎？若有，是生了幾個孩子呢？

M：是，已婚；有，一個四歲的小男孩。

3. 請問您現在主要的工作是什麼？

M：創業與帶團隊。

4. 除了主要的本業之外，您是否還有其他的副業？或是協槓創業？是什麼呢？

M：線下的充電樁、保險轉介、自媒體代操、課程講師。

5. 請問您在擁有現在的社會地位與開始經營自媒體之前，曾經做過哪些工作？

M：健身教練、豆漿店的 PT、水晶的直播主、電信行的業務員。

6. 您最剛開始經營自媒體的契機是什麼？而今年是您做自媒體的第幾年/月呢？

M：沒有什麼太特別的契機欸，之前是從無名小站的年代就已經有開始在玩了。而目前是我做自媒體第 10 年。

7. 您通常在一天 24 小時當中，平均而言，分配了多少時間在經營自媒體呢？

M：一天平均大概有 1~10 個小時左右不太一定。

8. 請問您所經營的 Instagram 風格、內容、類型是什麼？目前有幾位粉絲呢？

M：女創業家和團隊長，而目前有 39268 位粉絲。

9. 您在 Instagram 上，粉絲和受眾的性別、年齡區間、族群，大致上為何？

M：男性:55.6%，女性:44.4%；年齡區間則是以 25~34 歲的人為主。

10. 您之所以選擇主要經營 Instagram，而非其他的社群媒體的原因為何？

M：精準的客戶較容易抓到與獵取！除此之外，最主要的原因也是因為屬於我這個年齡層的人也都在玩 Instagram 比較多。

● 第二部分

(深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的市場優勢與劣勢以及挑戰和現狀):

1. 您認為女性在自媒體領域的市場優勢和劣勢分別是什麼？

M：女性經營自媒體的優勢在於說比較容易找到有共鳴和同溫層的人，也相對比較能夠快速的找到想要一起合作的對象。除此之外，要去找你的TA就是很重要的事情。至於缺點和劣勢的部分就是關於隱私會比較沒辦法去避免吧！

2. 您認為女性在自媒體產業當中，可能會面臨到的挑戰是什麼？要如何克服？

M：以我自己來舉例的話，可能就是在經營的一剛開始，可能就會面臨到說我時間上的問題，卡在沒辦法日更影片。然後我自己的克服方法和解決辦法就是一定要想辦法把每天的行程都列表出來，然後排出一個時段就是要拍片與上片的這個 Schedule，或者是一剛開始也可以先利用本身自媒體曾經內建與發佈的那些生活日常和點滴加以運用，然後先把影片延伸出來當作題材也是個方法。

3. 您認為當今自媒體市場現況為何？現在有逐漸飽和的趨勢嗎？

M：現在的自媒體競爭非常的大也極為激烈！但我認為目前的自媒體市場是還沒有完全飽和的，而且估計大概還會再延燒個兩年左右吧？

4. 您的主要收入來源為何？以及您多元化收入模式是透過哪些方式和管道？

M：我主要的收入來源就是賺批貨與賣貨中間的差價，運用別人的專業去結合人脈來賺取水費，那這件事情是一個很順便的事情。所以我覺得自己一樣也是要把重心放在自己原本的主業上，因為在成就夥伴的同時，我也可以一起成長。至於其他多元化收入模式的部分，則是一路帶著團隊夥伴成長，看著他們各自的能力逐漸成熟，真的讓我感到滿滿的自豪。當初手把手的教導他們，不論是拍攝與剪輯，還是不同領域的專業技能，都是從零開始一起摸索與扶持。到了現在，夥伴們的實力也都逐漸被外界看見，因此也都有不少業者主動找上門來合作，這也讓我看到我們努力的成果。而現在我也會從這些合作當中賺到一些收益，但真正讓我更加開心的是，這些合作機會同時也證明了我們的努力

是很有價值的。我們不只是在賺錢，而更是在打造屬於我們的專業影響力，也因為這樣團隊最近也收到很多異業結盟的企業主來談各種配合與各項合作！

5. 您認為女性應當如何運用網路社交媒體平台，建立個人品牌以塑造形象、吸引受眾，並開發潛在客源，進而與粉絲建立良好長遠的關係？（請分享您的個人經驗談，或給予後輩具體的方向和建議。）

M：你要很清楚的是，客人也就是粉絲和受眾想要聽你說什麼？還有你要善用降維打擊的方式去吸引TA！然而有很多粉絲都會覺得自己的偶像很難親近，但當面對本人的時候卻感到很親切，如此他們就會非常開心！除此之外，也要找到一個崇拜的對象，然後去學習他與模仿他，那麼當事人就會想盡辦法去說服自己去執行與挑戰任何事情。很多事情也或許因為你沒有看到一些人的成果，所以做起事來都會覺得不太可能，所以要先相信你今天做的任何事情都有助於你成功跟有助於未來的你，那麼終將能夠抵達成功的終點與擁有豐收的成果。

● 第三部分（深度訪談之台灣職業女性的性別身分和自我認同，與自身家庭、職業、事業、個人成就和自媒體經營之間的平衡）：

1. 您身為女性，在家庭、職業、事業、個人成就之間，難以取捨的平衡，是否影響您在自媒體領域的創業之路？

M：對於我來說，我覺得並沒有任何的影響。原因是由於我個人的目標感很強，所以沒有任何人、事、物可以影響我或打倒我！

2. 您在取得自媒體領域的成功之後，對於您的生活帶來了什麼樣的改變呢？

M：對於我來說，在經營自媒體的這條路上，我覺得其實沒有什麼是所謂的「成功」！而它就是你的網路電子名片，所以經營自媒體的這件事情就是我的生活，那也因為經營自媒體能夠讓更多的人可以看見我，以及讓我去認識到我原本意想不到的人脈圈，那我覺得這些就都是正向的改變。

3. 您認為女性在取得該成功與突破之後，家庭反應和社會反應如何？

M：替我開心呀！而且也因此而能夠有更多的話題可以聊！家庭、朋友和社會也會慢慢的有共鳴，也會讓大家一起成長，所以我覺得真的很好也很重要！

4. 您在您發展自媒體事業的前中後期，您所設定的階段性目標分別是什麼？

M：

前期：限時動態一定要很規律的每天發布 3~8 篇，精選動態要整理，然後文章平均一週 5 則。

中期：日更影片（專研的在做這件事情）。

後期：因為做自媒體這件事情，讓很多人都有賺到錢，也有很多的見證者就都會很希望能夠來上我們開的課，所以只要有開關於經營自媒體的課程就都有很多人搶著要來上。而我們今天之所以會有這樣的效果，也是因為前面有做足了鋪陳與準備。所以我認為設定前中後期的目標是一件很重要的事情，而且事先做目標的規劃也對於很多人來說會覺得很可靠且有規章、有方向。

5. 請問您在經營自媒體的過程中，是否有後悔過自己的選擇？（若有，請問是在什麼時候，以及當時發生了什麼呢？若沒有，讓您堅持下去的主因是什麼？）

M：到目前為止完全都沒有後悔過。

● 第四部分（深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的成功因素）：

1. 您對於您在 Instagram 上的個人品牌和形象傳達有什麼初衷和理念嗎？

M：初衷為有一種充滿動力、關愛團隊、並且充滿正能量的特質，專注於長遠成長和提供真實價值的理念！然後大家有錢一起賺，要利他與共好。

2. 經營自媒體最需要的莫過於創新的思考模式和行銷技巧，您有什麼樣的生活背景或您是透過什麼方法，幫助自己去激發創作上的全新思維與系統脈絡呢？

M：每天至少都要花 1~2 個小時刷片，然後觀摩厲害的營銷團隊都是怎麼做的，去模仿與學習，並且加入自己個人的發想和特色。還有由於之前妹妹就是

網紅，所以透過她我的網感變得很好，也就是會大概知道說拍什麼會比較容易曝光與讓流量比較好，也會讓受眾比較喜歡收藏，甚至是轉發與分享。

3. 您覺得女性比起男性在經營自媒體這塊更具有優勢嗎？是或否？

（您的想法和看法是什麼？或者是您可以舉例一個例子來佐證嗎？）

M：否，因為看到現在蠻成功的自媒體經營者男女都有，所以沒有絕對。

4. 請問您覺得女性在自媒體領域成功的關鍵因素有哪些？

M：首先一定要有個人的魅力和自信心，並且夠堅持與夠自律。

5. 您身為女性自媒體創作者，您覺得應當採取哪些應對策略來與百花齊放的市場競爭呢？

M：一定要堅持日更！「泛流量」和「精泛流量」都必須要雙管齊下！再來也要拉著線下的家人和朋友們一起玩自媒體，一同經營與參與。

● 第五部分（深度訪談之結尾）：

如果您將您自媒體創業之路的過程全部總結，您有什麼建言和忠告，或者是人生座右銘，會想要跟我們分享，並且留給自媒體創作者後輩的呢？

M：我們都不是完美的人，我也不知道完美是什麼？但我知道身為一個擁有這麼多豐富情緒的人是值得驕傲的！身為與成為自媒體人一定要樂在其中，那麼就會有綿延不絕的靈感。最後，祝大家成為屬於自己的那道光！那麼你也會是大家的明燈。

《受訪者 N 許涵斐》

● 第一部分（受訪者的基本資料）：

1. 請問您今年貴庚？以及您的教育程度為？

N：44 歲，高中。

2. 請問您結婚了嗎？是或否？／您有生小孩嗎？若有，是生了幾個孩子呢？

N：離婚，三個小孩。

3. 請問您現在主要的工作是什麼？

N：保健業務。

4. 除了主要的本業之外，您是否還有其他的副業？或是協槓創業？是什麼呢？

N：直播。

5. 請問您在擁有現在的社會地位與開始經營自媒體之前，曾經做過哪些工作？

N：服務業、創業麵包店、團購主、組織行銷、婚禮主持、蝦皮直播。

6. 您最剛開始經營自媒體的契機是什麼？而今年是您做自媒體的第幾年/月呢？

N：當初的契機為組織行銷的工作需求，目前是經營的第 4 年又 5 個月。

7. 您通常在一天 24 小時當中，平均而言，分配了多少時間在經營自媒體呢？

N：空閒時間零零總總與加加減減大概 1~2 個小時左右吧！

8. 請問您所經營的 Instagram 風格、內容、類型是什麼？目前有幾位粉絲呢？

N：家庭生活、現代的獨立女性、單親媽媽、教會的志工服務，有 13978 位。

9. 您在 Instagram 上，粉絲和受眾的性別、年齡區間、族群，大致上為何？

N：男性:36.1%，女性:63.9%；年齡區間落在 16~50 歲之間的都有，族群目前很分散，因為經營太過於多元化了。

10. 您之所以選擇主要經營 Instagram，而非其他的社群媒體的原因為何？

N：個人的習慣以及喜好。

● 第二部分

(深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的市場優勢與劣勢以及挑戰和現狀):

1. 您認為女性在自媒體領域的市場優勢和劣勢分別是什麼？

N：現代女性只要能夠抓到屬於自己的獨特風格，以及能夠做出或找到吸引人的素材就會有優勢，但有時候有些人在耕耘期看不到成果就輕言放棄了。

2. 您認為女性在自媒體產業當中，可能會面臨到的挑戰是什麼？要如何克服？

N：女性之中有太多相似的自媒體經營者，要脫穎而出需要獨特的受喜愛性。

3. 您認為當今自媒體市場現況為何？現在有逐漸飽和的趨勢嗎？

N：發展空間確實有比之前較為有限，但還是有3~5年的時間和空間可以闖。

4. 您的主要收入來源為何？以及您多元化收入模式是透過哪些方式和管道？

N：主要的收入來源為固定的業務回購，其餘的則是開始接主持相關的工作。

5. 您認為女性應當如何運用網路社交媒體平台，建立個人品牌以塑造形象、吸引受眾，並開發潛在客源，進而與粉絲建立良好長遠的關係？（請分享您的個人經驗談，或給予後輩具體的方向和建議。）

N：先找出屬於自己的優勢和亮點，以及想清楚確切要經營的風格和方向，再朝這方面開始去參考與研究自己喜歡的並且定位類似的網紅，先用模仿的方式再去慢慢修正與優化出自己的個人樣態，並且積極的、正面的去回應留言和粉絲的回饋，甚至是跟受眾在網路上建立常態性的互動。

● 第三部分（深度訪談之台灣職業女性的性別身分和自我認同，與自身家庭、職業、事業、個人成就和自媒體經營之間的平衡）:

1. 您身為女性，在家庭、職業、事業、個人成就之間，難以取捨的平衡，是否影響您在自媒體領域的創業之路？

N：多少會有感覺時間好不夠用的時候，所以就需要先衡量與規劃各項事情的輕重緩急，但其實自媒體的經營也還是可以利用少許可以運用的時間去經營。

所以我覺得其實還是可以在這些難以取捨的平衡之間，調配與經營的很好的。

2. 您在取得自媒體領域的成功之後，對於您的生活帶來了什麼樣的改變呢？

N：業配和各式各樣的邀請都增加許多，個人的能見度也有所增加。

3. 您認為女性在取得該成功與突破之後，家庭反應和社會反應如何？

N：端看你建立的形象為何？但不管何種形象都會有喜歡你與不喜歡你的人，但我覺得重點只在於你個人喜不喜歡你自己，跟有沒有造成自己生活的困擾。

4. 您在您發展自媒體事業的前中後期，您所設定的階段性目標分別是什麼？

N：我現在的焦點是放在新的風格和主題上，期許自己要有明確的方向。

5. 請問您在經營自媒體的過程中，是否有後悔過自己的選擇？（若有，請問是在什麼時候，以及當時發生了什麼呢？若沒有，讓您堅持下去的主因是什麼？）

N：都沒有過後悔。

● 第四部分（深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的成功因素）：

1. 您對於您在 Instagram 上的個人品牌和形象傳達有什麼初衷和理念嗎？

N：想要分享身為單親媽媽和現代女性的觀點、生活觀和價值觀。

2. 經營自媒體最需要的莫過於創新的思考模式和行銷技巧，您有什麼樣的生活背景或您是透過什麼方法，幫助自己去激發創作上的全新思維與系統脈絡呢？

N：我通常會多觀看其他我喜歡和景仰的網紅他們的風格和作品來效仿、嘗試與挑戰。

3. 您覺得女性比起男性在經營自媒體這塊更具有優勢嗎？是或否？

（您的想法和看法是什麼？或者是您可以舉例一個例子來佐證嗎？）

N：女性的能見度通常都會比較高，也比較容易受到大家的喜愛，而男性就會相對比較困難一點，還有男性要去找到屬於他們自己獨特的風格也會比較困難一點。

4. 請問您覺得女性在自媒體領域成功的關鍵因素有哪些？

N：持續性的堅持與創新，以及各種發揮靈感的創意開發。

5. 您身為女性自媒體創作者，您覺得應當採取哪些應對策略來與百花齊放的市場競爭呢？

N：找出自己符合大眾口味的個人優勢和魅力還有獨特性。

● 第五部分（深度訪談之結尾）：

如果您將您自媒體創業之路的過程全部總結，您有什麼建言和忠告，或者是人生座右銘，會想要跟我們分享，並且留給自媒體創作者後輩的呢？

N：在現今的社會，這個任何人都可以成為網紅的時代，我們都需要更加的謹言慎行。無論想要用什麼方式去經營或爆紅，都要用不傷害他人的方式來進行，那樣才是長久的經營之道。很多人可能會為了博取流量，而去做出很浮誇或不恰當的題材，但那樣其實都只是在損害自己的形象也造成更多社會亂象。

《受訪者 O 周欣儀》

● 第一部分（受訪者的基本資料）：

1. 請問您今年貴庚？以及您的教育程度為？

O：32 歲，大學學士。

2. 請問您結婚了嗎？是或否？／您有生小孩嗎？若有，是生了幾個孩子呢？

O：否，無。

3. 請問您現在主要的工作是什麼？

O：媒體業的新聞記者。

4. 除了主要的本業之外，您是否還有其他的副業？或是協槓創業？是什麼呢？

O：開團購、接品牌商的業配。

5. 請問您在擁有現在的社會地位與開始經營自媒體之前，曾經做過哪些工作？

O：電商行銷、社群行銷。

6. 您最剛開始經營自媒體的契機是什麼？而今年是您做自媒體的第幾年/月呢？

O：先前在媽媽過世之後，發現沒有太多和她相處的紀錄，所以開始記錄家人們之間的生活日常。而目前是我經營自媒體的第二年！

7. 您通常在一天 24 小時當中，平均而言，分配了多少時間在經營自媒體呢？

O：大約 2 個小時左右。

8. 請問您所經營的 Instagram 風格、內容、類型是什麼？目前有幾位粉絲呢？

O：生活風格和日常紀錄，目前有 82638 位粉絲。

9. 您在 Instagram 上，粉絲和受眾的性別、年齡區間、族群，大致上為何？

O：男性:32.5%，女性:67.5%；年齡區間以 25 歲～34 歲的人為主。

10. 您之所以選擇主要經營 Instagram，而非其他的社群媒體的原因為何？

O：因為 Instagram 是我個人習慣使用的社群媒體和應用程式軟體。

● 第二部分

(深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的市場優勢與劣勢以及挑戰和現狀):

1. 您認為女性在自媒體領域的市場優勢和劣勢分別是什麼？

O：女性通常會比較能吸引到網友的目光，無論受眾是男生或女生。而劣勢則是如果外在沒有特別好看或漂亮，可能就會時常引來酸民的一些言語攻擊。

2. 您認為女性在自媒體產業當中，可能會面臨到的挑戰是什麼？要如何克服？

O：以我自己來說的話，外表和年齡偶爾都可能成為被攻擊的一部分，而我的克服方法和應對方式通常是直接刪掉酸民的留言，有時候也會正面迎擊反嗆。

3. 您認為當今自媒體市場現況為何？現在有逐漸飽和的趨勢嗎？

O：短影音的內容現在各大平台充斥太多，大家根本就都還來不急看，就有各式各樣的短影音推陳出新，所以我覺得現在的自媒體市場算是在逐漸飽和中。

4. 您的主要收入來源為何？以及您多元化收入模式是透過哪些方式和管道？

O：我的主要收入來源為主業的記者工作，其他的多元化收入模式則是透過經營自媒體的社群以及各項業配的收入。

5. 您認為女性應當如何運用網路社交媒體平台，建立個人品牌以塑造形象、吸引受眾，並開發潛在客源，進而與粉絲建立良好長遠的關係？（請分享您的個人經驗談，或給予後輩具體的方向和建議。）

O：我認為應該先定位好個人的品牌形象！例如我的定位是日常分享，所以就都不會為了「分享」而去拍「日常」以外的影片，所有的主題都是圍繞在我和家人的相處和自己的生活，並不會突然去拍一些不是日常的主題（例如：奢侈品評比、美食探店之類的）。以及要盡量和每個追蹤者都是以「朋友」的心態來交流，而非那種網紅和客人的那種關係。

● 第三部分（深度訪談之台灣職業女性的性別身分和自我認同，與自身家庭、職業、事業、個人成就和自媒體經營之間的平衡）：

1. 您身為女性，在家庭、職業、事業、個人成就之間，難以取捨的平衡，是否影響您在自媒體領域的創業之路？

○：否，沒有影響；是我覺得我個人沒有難以取捨的這個抉擇與難題，換言之，就是沒有因為自己的多重身分而去影響到自己的任何角色。

2. 您在取得自媒體領域的成功之後，對於您的生活帶來了什麼樣的改變呢？

○：我認為主要是收入變多了，其他的部分我覺得並沒有什麼太大的改變。

3. 您認為女性在取得該成功與突破之後，家庭反應和社會反應如何？

○：我個人覺得我的家庭反應和社會反應兩邊都很支持我。

4. 您在您發展自媒體事業的前中後期，您所設定的階段性目標分別是什麼？

○：因為主要是紀錄生活，所以沒有階段性目標（沒有想要變更有名之類的）。

5. 請問您在經營自媒體的過程中，是否有後悔過自己的選擇？（若有，請問是在什麼時候，以及當時發生了什麼呢？若沒有，讓您堅持下去的主因是什麼？）

○：有一段時間曾經後悔為了上片而拍影片，後來有調整自己的心態，也就是不要那麼的把流量和數據放在心上才又慢慢回到原本的初衷。

● 第四部分（深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的成功因素）：

1. 您對於您在 Instagram 上的個人品牌和形象傳達有什麼初衷和理念嗎？

○：初衷是紀錄生活，理念是珍惜日子的每一天！

2. 經營自媒體最需要的莫過於創新的思考模式和行銷技巧，您有什麼樣的生活背景或您是透過什麼方法，幫助自己去激發創作上的全新思維與系統脈絡呢？

○：因為自己曾經當過社群行銷，利用這個先決優勢會比一般的自媒體經營者來得更加清楚的知道大眾可能會喜歡的議題是偏向哪一種？以及他們的喜好通常是什麼？以及懂得觀察後台的數據變化（例如：讚數、分享數、留言數、觸

及數)，藉此來當作下一部影片的剪輯方式與製作方向的參考和依據。

3. 您覺得女性比起男性在經營自媒體這塊更具有優勢嗎？是或否？

（您的想法和看法是什麼？或者是您可以舉例一個例子來佐證嗎？）

○：是；因為女性時常會被傳統的世俗給綁架，例如一定要結婚生子、不可以言語過激，而我想要透過自身力量去試著打破這些過時的觀念和舊有的偏見。

4. 請問您覺得女性在自媒體領域成功的關鍵因素有哪些？

○：珍愛自己與身邊的人，並且要對自己有信心。

5. 您身為女性自媒體創作者，您覺得應當採取哪些應對策略來與百花齊放的市場競爭呢？

○：目前還沒有想到。

● 第五部分（深度訪談之結尾）：

如果您將您自媒體創業之路的過程全部總結，您有什麼建言和忠告，或者是人生座右銘，會想要跟我們分享，並且留給自媒體創作者後輩的呢？

○：不要為了流量秀下限！

《受訪者 P 陳霓》

● 第一部分（受訪者的基本資料）：

1. 請問您今年貴庚？以及您的教育程度為？

P：27 歲，學士。

2. 請問您結婚了嗎？是或否？／您有生小孩嗎？若有，是生了幾個孩子呢？

P：否，無。

3. 請問您現在主要的工作是什麼？

P：電商。

4. 除了主要的本業之外，您是否還有其他的副業？或是協槓創業？是什麼呢？

P：有，經營寵物粉絲專頁和寵物蛋糕工作室。

5. 請問您在擁有現在的社會地位與開始經營自媒體之前，曾經做過哪些工作？

P：室內設計類相關的工作。

6. 您最剛開始經營自媒體的契機是什麼？而今年是您做自媒體的第幾年/月呢？

P：單純的想要分享自己的寵物，目前是我經營自媒體的第 2 年。

7. 您通常在一天 24 小時當中，平均而言，分配了多少時間在經營自媒體呢？

P：我覺得其實很難計算欸，因為我幾乎有訊息或通知就會立刻看，因為我認為與粉絲的互動我也覺得是經營的一部分，真的要說的話大概是 4~5 個小時吧？

8. 請問您所經營的 Instagram 風格、內容、類型是什麼？目前有幾位粉絲呢？

P：倉鼠的生活分享，目前有 26178 位粉絲。

9. 您在 Instagram 上，粉絲和受眾的性別、年齡區間、族群，大致上為何？

P：男性:52.6%，女性:47.4%；年齡區間是以 18~24 歲以及 25~34 歲為大宗，一共佔了全部比例的 60%，而族群通常是也有養倉鼠或其他寵物的人，又或者是有想要與預計要養寵物的新手，不然就是喜歡看可愛動物的人吧！

10. 您之所以選擇主要經營 Instagram，而非其他的社群媒體的原因為何？

P：因為個人使用上較熟悉 Instagram 的功能和版面配置，而且現在也有 Reels。

● 第二部分

(深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的市場優勢與劣勢以及挑戰和現狀):

1. 您認為女性在自媒體領域的市場優勢和劣勢分別是什麼？

P：我其實並不覺得女性有什麼特別的優劣勢，因為任何性別只要願意下苦心去認真經營自媒體，那麼也都能夠吃到異性 or 同性紅利。

2. 您認為女性在自媒體產業當中，可能會面臨到的挑戰是什麼？要如何克服？

P：女性經營自媒體跟一般工作一樣會因為生理期或懷孕，而有可能去影響到或耽誤到工作和主流審美，甚至讓女性因此而容易產生容貌焦慮和身材焦慮。而我認為前者無法避免，但後者可以嘗試盡量讓自己保持心態上的健康和愉悅。

3. 您認為當今自媒體市場現況為何？現在有逐漸飽和的趨勢嗎？

P：雖然目前很飽和，但是 Instagram 也有更新讓流量放在新加入且有內容的作品上，所以即使創作者很多但粉絲數少的人只要作品優質還是有機會被看到。

4. 您的主要收入來源為何？以及您多元化收入模式是透過哪些方式和管道？

P：主要收入是透過自身的本業，而其他的多元化收入模式則是透過 Instagram 接業配和團購，還有後來個人成立的網路商店也就是寵物蛋糕個人工作室。

5. 您認為女性應當如何運用網路社交媒體平台，建立個人品牌以塑造形象、吸引受眾，並開發潛在客源，進而與粉絲建立良好長遠的關係？（請分享您的個人經驗談，或給予後輩具體的方向和建議。）

P：我覺得「獨立」和「自主」應該是現今女性們會嚮往的特質，而且許多成功的女性 KOL 也很喜歡經營自媒體，並且讓自己被貼上「女強人」的標籤！而我認為分享有用的資訊或者是教學，無論是實質上或心靈上的都可以，都會更能夠取得大眾的信任和依賴。

● 第三部分（深度訪談之台灣職業女性的性別身分和自我認同，與自身家庭、職業、事業、個人成就和自媒體經營之間的平衡）：

1. 您身為女性，在家庭、職業、事業、個人成就之間，難以取捨的平衡，是否影響您在自媒體領域的創業之路？

P：不會，因為以我目前經營的規模還不至於互相影響。

2. 您在取得自媒體領域的成功之後，對於您的生活帶來了什麼樣的改變呢？

P：變得更常使用手機，並且會很需要關注社群當下流行的各種時事。

3. 您認為女性在取得該成功與突破之後，家庭反應和社會反應如何？

P：可能會有一些比較傳統的家庭會覺得女性不需要在事業上取得成就，但目前的社會這樣的情況大概已經是少數了，畢竟還是以薪水高的人地位也比較高。

4. 您在您發展自媒體事業的前中後期，您所設定的階段性目標分別是什麼？

P：目前希望工作室和粉專可以緩慢且穩定的成長即可，不希望花過多的時間和太多的心力在上面而去影響到自己的本業，而未來也不會希望辭職，或把經營社群當成主要的收入來源。

5. 請問您在經營自媒體的過程中，是否有後悔過自己的選擇？（若有，請問是在什麼時候，以及當時發生了什麼呢？若沒有，讓您堅持下去的主因是什麼？）

P：沒有，因為這個社群的初衷只是覺得自己的寵物（倉鼠/黃金鼠，她叫做「希斯特莉亞」）很可愛所以想要跟大家分享，而牠現在依舊很可愛，所以我還是每天都會想要跟大家分享。

● 第四部分（深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的成功因素）：

1. 您對於您在 Instagram 上的個人品牌和形象傳達有什麼初衷和理念嗎？

P：偶爾會宣達一些飼養倉鼠的基礎觀念和提倡飼養寵物正確的價值觀，希望能夠透過自身微薄的力量去稍微改變這個圈子的生態。尤其是「要一鼠一籠，不可以合籠飼養！」。

2. 經營自媒體最需要的莫過於創新的思考模式和行銷技巧，您有什麼樣的生活背景或是透過什麼方法，幫助自己去激發創作上的全新思維與系統脈絡呢？

P：多滑手機與瀏覽社群媒體平台上的東西，並且看大量的影片來汲取靈感。

3. 您覺得女性比起男性在經營自媒體這塊更具有優勢嗎？是或否？

（您的想法和看法是什麼？或者是您可以舉例一個例子來佐證嗎？）

P：否；因為男女都各有各自擅長的範圍和範疇，而在各方面能力都旗鼓相當的情況下，性別其實並不會影響其發展。

4. 請問您覺得女性在自媒體領域成功的關鍵因素有哪些？

P：我並不覺得「女性」有何特殊的成功關鍵，因為真正成功的女性都是靠自身的努力和天賦在自己擅長的領域達到頂端的。而且我覺得「成功」的關鍵是由「機運」、「天分」和「努力」這三者都必須要兼具，而跟性別毫無任何的關聯，尤其是在經營自媒體這種不需要比「體力」這種會讓女性有硬傷的產業。

5. 您身為女性自媒體創作者，您覺得應當採取哪些應對策略來與百花齊放的市場競爭呢？

P：先找到自身的優勢，並且去放大它。像我個人是以倉鼠的搞笑影片為主，而都需要後製與剪輯，但也因為同類型的寵物帳號比較少專攻有趣的類型，通常大多都是單純照片分享而已，所以這就是我脫穎而出的秘訣，而且我都日更。

● 第五部分（深度訪談之結尾）：

如果您將您自媒體創業之路的過程全部總結，您有什麼建言和忠告，或者是人生座右銘，會想要跟我們分享，並且留給自媒體創作者後輩的呢？

P：建議以自己喜歡或有興趣的內容去著手開始經營，才能夠做得長久又開心。

《受訪者 Q 繆席佳》

● 第一部分（受訪者的基本資料）：

1. 請問您今年貴庚？以及您的教育程度為？

Q：年齡目前剛過 30 歲，大學研讀中。

2. 請問您結婚了嗎？是或否？／您有生小孩嗎？若有，是生了幾個孩子呢？

Q：已婚，一個女兒。

3. 請問您現在主要的工作是什麼？

Q：潮玩玩具店、經營自己的電商和自創品牌、網路拍賣。

4. 除了主要的本業之外，您是否還有其他的副業？或是協槓創業？是什麼呢？

Q：DJ、直播、內地醫美。

5. 請問您在擁有現在的社會地位與開始經營自媒體之前，曾經做過哪些工作？

Q：過去的工作經歷有餐飲業和服飾店。

6. 您最剛開始經營自媒體的契機是什麼？而今年是您做自媒體的第幾年/月呢？

Q：當初經營自媒體的契機是因為現今各行各業都需要自媒體的力量，而經營自媒體的時間是已經使用社群媒體超過十年，而近幾年才剛開始製作短影音。

7. 您通常在一天 24 小時當中，平均而言，分配了多少時間在經營自媒體呢？

Q：每日經營自媒體的時間是除了睡眠時間，其餘的時間幾乎都在線上。

8. 請問您所經營的 Instagram 風格、內容、類型是什麼？目前有幾位粉絲呢？

Q：質感、分享生活日常、帶貨、電商，目前的粉絲數量有 38476 位粉絲。

9. 您在 Instagram 上，粉絲和受眾的性別、年齡區間、族群，大致上為何？

Q：男性:79.5%，女性:20.5%；年齡區間以 25~35 歲的人為最大宗；族群則是覆蓋各個年齡段，所以男女老少皆有。

10. 您之所以選擇主要經營 Instagram，而非其他的社群媒體的原因為何？

Q：原因為緊跟上時代的潮流，而且 Instagram 的功能強大也易於使用。

● 第二部分

(深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的市場優勢與劣勢以及挑戰和現狀):

1. 您認為女性在自媒體領域的市場優勢和劣勢分別是什麼？

Q：首先，經營自媒體的優點其實真的非常多，不過我覺得主要還是要看個人的特色與要設定確切的 IP 定位和特質。而女性的優勢在於女性通常都比較擅長表達情感，而且也比較能夠創造具有吸引力的內容，特別是在美妝、時尚和生活方式等領域，以及與粉絲的情感連結也更為強大。至於女性的劣勢，則是市場競爭較為激烈，而且女性也更可能面臨到外貌評判和審美標準的壓力，以及在平衡事業與家庭方面要承受的那個責任也都會比較重，同時也都是項挑戰。

2. 您認為女性在自媒體產業當中，可能會面臨到的挑戰是什麼？要如何克服？

Q：女性需要同時面對家庭和職業等責任，並且可能承受著社會對於女性外貌和形象的高期望。此外，網絡暴力和性別歧視也對於女性自媒體人構成挑戰。而我的克服方式是認為需要建立堅定的自我認同，並且專注於內容的創作，與學會合理的管理時間以平衡工作上與來自家庭的各種責任和諸多壓力。也可以依靠團隊來幫忙分擔工作，藉此來保持身心靈的健康，與應對外界的壓力。

3. 您認為當今自媒體市場現況為何？現在有逐漸飽和的趨勢嗎？

Q：現今自媒體市場正在持續的蓬勃發展中，而且幾乎每個人都有在經營帳號或品牌，但目前也仍然有巨大的發展潛力和商機，我認為現在尚未完全飽和。

4. 您的主要收入來源為何？以及您多元化收入模式是透過哪些方式和管道？

Q：我的主要收入來源為公仔、網拍、醫美諮詢、DJ 表演等，至於其他多元化的收入模式則有各項開發與業配或來自其他各項的工作機會和合作機會。

5. 您認為女性應當如何運用網路社交媒體平台，建立個人品牌以塑造形象、吸引受眾，並開發潛在客源，進而與粉絲建立良好長遠的關係？（請分享您的個人經驗談，或給予後輩具體的方向和建議。）

Q：以我個人的經驗來提供建議的話，我認為作為一個社群博主，成功的關鍵

在於一致的形象傳遞，以及與粉絲真誠的互動。塑造個人專屬的風格，與持續提供有價值的內容，並保持與維繫和粉絲之間的來往與互動，並且製作能夠去吸引到目標受眾的題材，或與其他博主和品牌合作也是擴大影響力的好方法。

● **第三部分（深度訪談之台灣職業女性的性別身分和自我認同，與自身家庭、職業、事業、個人成就和自媒體經營之間的平衡）：**

1. 您身為女性，在家庭、職業、事業、個人成就之間，難以取捨的平衡，是否影響您在自媒體領域的創業之路？

Q：關於影響，我認為身為女性，本來就在平衡家庭和職業上可能會比男性而更需要付出更多的時間和心力，而且身兼數職的扮演這種多重的角色，也時常會影響到我們在創業過程當中的時間規劃和精力分配還有連續性和持久性。

2. 您在取得自媒體領域的成功之後，對於您的生活帶來了什麼樣的改變呢？

Q：對於我來說的改變就是經營自媒體讓我的手機幾乎 24 小時不離身，然後我的工作和生活的界線也變得很模糊，也鮮少能夠擁有充足的休息和睡眠時間。

3. 您認為女性在取得該成功與突破之後，家庭反應和社會反應如何？

Q：家庭通常都很支持，但有時候仍然會受到傳統性別角色的壓力。而在社會上，對於成功女性的期望和評論也相對更為嚴厲與苛刻。

4. 您在您發展自媒體事業的前中後期，您所設定的階段性目標分別是什麼？

Q：在初期的時候，專注於提升粉絲數和個人影響力；中期的時候則是渴望能夠拓展更多的合作機會；而後期則是希望能夠將個人的品牌進一步的商業化。

5. 請問您在經營自媒體的過程中，是否有後悔過自己的選擇？（若有，請問是在什麼時候，以及當時發生了什麼呢？若沒有，讓您堅持下去的主因是什麼？）

Q：否；而讓我繼續堅持下去的原因是因為對於自我成長的追求，以及對市場的熱情，還有能夠透過經營自媒體去影響他人的那份力量感和成就感，都會讓我想要繼續拚搏與努力，並且持續挖掘與探索自己無窮的潛力和無限的可能。

● 第四部分（深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的成功因素）：

1. 您對於您在 Instagram 上的個人品牌和形象傳達有什麼初衷和理念嗎？

Q：希望能夠透過真實的內容去傳遞美和自信，藉此幫助追隨者們找到自己的風格和所屬的內在力量。

2. 經營自媒體最需要的莫過於創新的思考模式和行銷技巧，您有什麼樣的生活背景或您是透過什麼方法，幫助自己去激發創作上的全新思維與系統脈絡呢？

Q：我在創作思維上的啟發源自於我都會持續的關注市場的脈動和動向，並且不斷學習新的技術和各種行銷手法，也有從日常生活當中尋找出發想和靈感。

3. 您覺得女性比起男性在經營自媒體這塊更具有優勢嗎？是或否？

（您的想法和看法是什麼？或者是您可以舉例一個例子來佐證嗎？）

Q：女性通常在與受眾的情感上和溝通上都會比較具有優勢，特別是在美妝、時尚等與日常生活相關的領域更是如此。

4. 請問您覺得女性在自媒體領域成功的關鍵因素有哪些？

Q：我認為經營自媒體的成功因素在於要專注於真實的內容傳遞，與粉絲保持真誠的互動，並且擁有持續學習和積極創新的能力。

5. 您身為女性自媒體創作者，您覺得應當採取哪些應對策略來與百花齊放的市場競爭呢？

Q：我的應對策略是在保持內容創新的同時，也要多專注於細分市場和獨特的個人風格，並且積極的去尋求與其他品牌商、企業主和其他創作者的合作。

● 第五部分（深度訪談之結尾）：

如果您將您自媒體創業之路的過程全部總結，您有什麼建言和忠告，或者是人生座右銘，會想要跟我們分享，並且留給自媒體創作者後輩的呢？

Q：我的建議和忠告是——不要被外界的標準所束縛，要保持真實的自己，並且找到個人的優勢與持續提升專業技能。成功在於不斷進步和對工作的熱情！

《受訪者 R 許嫻樺》

● 第一部分（受訪者的基本資料）：

1. 請問您今年貴庚？以及您的教育程度為？

R：24 歲，大學畢業。

2. 請問您結婚了嗎？是或否？／您有生小孩嗎？若有，是生了幾個孩子呢？

R：未婚，沒有小孩。

3. 請問您現在主要的工作是什麼？

R：自媒體經營。

4. 除了主要的本業之外，您是否還有其他的副業？或是協槓創業？是什麼呢？

R：餐飲業經營，是家族事業，也是間中式的小餐館。

5. 請問您在擁有現在的社會地位與開始經營自媒體之前，曾經做過哪些工作？

R：之前曾經是國家代表隊的射箭運動員。

6. 您最剛開始經營自媒體的契機是什麼？而今年是您做自媒體的第幾年/月呢？

R：我是從 2023 年 9 月開始經營自媒體，所以到目前為止大概約一年又一個多月，而我之後想要運用自媒體來幫助家族事業。

7. 您通常在一天 24 小時當中，平均而言，分配了多少時間在經營自媒體呢？

R：每天最少都花 14 小時以上在進行自媒體的研究、拍攝與剪輯。

8. 請問您所經營的 Instagram 風格、內容、類型是什麼？目前有幾位粉絲呢？

R：目前有 31769 位粉絲，個人 IP 是星座專家和分享生活日常，而我以前也有在分享身為運動員的生活和訓練日常。

9. 您在 Instagram 上，粉絲和受眾的性別、年齡區間、族群，大致上為何？

R：男生:69.4%，女生:30.6%；而年齡區間則是從 18~50 歲的人都有，族群大多是戀愛有遇到問題的粉絲，或者是對於另一伴的問題比較多的人。

10. 您之所以選擇主要經營 Instagram，而非其他的社群媒體的原因為何？

R：因為 Instagram 是眾多社群媒體平台當中消費力最高，而且通常粉絲黏著度

也最高的社群媒體平台，還有其變現率也很高，所以才選用該應用程式。

● 第二部分

(深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的市場優勢與劣勢以及挑戰和現狀):

1. 您認為女性在自媒體領域的市場優勢和劣勢分別是什麼？

R：第一個優勢當然是因為女性無論長相與否，男人都一定會看，不好看的就算可能會批評，但也依然會有流量。第二點是女性的內涵只要越高，大多都會有很多的追隨者，但如果過度包裝，會很容易使人設翻車。第三點則是女生的口才大多都不錯，而且長相好看的、漂亮的自然而然就容易會有流量。然而，最大的劣勢就是，女性很容易遭受到一些忌妒優秀女生或羨慕女生成功的男生胡亂謾罵，甚至是說出鄙視與醜化女生的話語。但我始終相信劣勢即是優勢！

2. 您認為女性在自媒體產業當中，可能會面臨到的挑戰是什麼？要如何克服？

R：女性在經營自媒體最大的挑戰就是——該如何找出屬於自己的風格？因為現在有太多風格雷同的人，或者是身材姣好、長相耀眼且本身就具優勢和亮點的人才。所以想要突破就得要想出新的花招和套路，並且讓自己無法被取代。

3. 您認為當今自媒體市場現況為何？現在有逐漸飽和的趨勢嗎？

R：自媒體的市場一直在變化，而且進步的速度太快，一周沒有更新可能就會像是一年沒有工作了一樣。早期是先從文字，再到圖片，再到 Youtube 上的長影片，一路演變成現在最夯的短影音，甚至是直播。如果沒有跟上潮流，馬上就會被淘汰了，更何況以前的那些 Youtuber 前輩們也早就都轉戰短影音了。

4. 您的主要收入來源為何？以及您多元化收入模式是透過哪些方式和管道？

R：我目前的主要收入來源來自於幫別人代操短影片，然後單支計算與計費。而其他的多元化收入模式則有業配，以及其他的合作機會正在嘗試開發與努力洽談中。

5. 您認為女性應當如何運用網路社交媒體平台，建立個人品牌以塑造形象、吸引受眾，並開發潛在客源，進而與粉絲建立良好長遠的關係？（請分享您的個人經驗談，或給予後輩具體的方向和建議。）

R：一定要完全符合你原本自身的性格，也需要找專業人士來幫你上課，並且要堅持且努力不懈的每天都持續上片與更新動態，也要持續的精進，以及從零開始空杯學習，更要跟上最新的演算法，不然倒頭來也只是在白費力氣而已。

● 第三部分（深度訪談之台灣職業女性的性別身分和自我認同，與自身家庭、職業、事業、個人成就和自媒體經營之間的平衡）：

1. 您身為女性，在家庭、職業、事業、個人成就之間，難以取捨的平衡，是否影響您在自媒體領域的創業之路？

R：我一定會把事業擺第一耶！因為只要我倒下了，那麼底下的員工就會跟著死一片，所以我個人對於事業一定都會擺在第一優先和第一順位。

2. 您在取得自媒體領域的成功之後，對於您的生活帶來了什麼樣的改變呢？

R：覺得要更懂得拿捏與知曉如何運用與善用自媒體去製造更多的商業機會，以及也讓我的思想變得更活躍也更快速。

3. 您認為女性在取得該成功與突破之後，家庭反應和社會反應如何？

R：我覺得當一位女性在事業上有所成功與突破，家人沒有人會敢對你有任何的意見和偏見，畢竟人都是現實的，更何況是家人；但社會反應則有好有壞。

4. 您在您發展自媒體事業的前中後期，您所設定的階段性目標分別是什麼？

R：目前的階段性目標當然就是以提高收入為主，再來就是餐飲經營的擴增。

5. 請問您在經營自媒體的過程中，是否有後悔過自己的選擇？（若有，請問是在什麼時候，以及當時發生了什麼呢？若沒有，讓您堅持下去的主因是什麼？）

R：不可能後悔。因為經營自媒體同時也是一種自我追求和自我實現！

● 第四部分（深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的成功因素）：

1. 您對於您在 Instagram 上的個人品牌和形象傳達有什麼初衷和理念嗎？

R：我只說真的，我自己目前是還沒有完完全全的把台下的我搬到網路上。

2. 經營自媒體最需要的莫過於創新的思考模式和行銷技巧，您有什麼樣的生活背景或您是透過什麼方法，幫助自己去激發創作上的全新思維與系統脈絡呢？

R：不停的看書與閱讀，還有多看影片去觀摩與學習，並且不斷的充實自己。

3. 您覺得女性比起男性在經營自媒體這塊更具有優勢嗎？是或否？

（您的想法和看法是什麼？或者是您可以舉例一個例子來佐證嗎？）

R：女性非常具有優勢，而我認為是天生優勢。

4. 請問您覺得女性在自媒體領域成功的關鍵因素有哪些？

R：長相、身材、內涵、口條、談吐、知性、感性、目標感、產業的洞察力。

5. 您身為女性自媒體創作者，您覺得應當採取哪些應對策略來與百花齊放的市場競爭呢？

R：把最真實的自己搬出來就對了！

● 第五部分（深度訪談之結尾）：

如果您將您自媒體創業之路的過程全部總結，您有什麼建言和忠告，或者是人生座右銘，會想要跟我們分享，並且留給自媒體創作者後輩的呢？

R：如果你會在意酸民，那麼你就不要拍短影音與經營自媒體！

《受訪者 S 曾鈺婷》

● 第一部分（受訪者的基本資料）：

1. 請問您今年貴庚？以及您的教育程度為？

S：31 歲，大學學士。

2. 請問您結婚了嗎？是或否？／您有生小孩嗎？若有，是生了幾個孩子呢？

S：未婚育。

3. 請問您現在主要的工作是什麼？

S：主業為插畫 IP 創作者。

4. 除了主要的本業之外，您是否還有其他的副業？或是協槓創業？是什麼呢？

S：副業為動畫老師。

5. 請問您在擁有現在的社會地位與開始經營自媒體之前，曾經做過哪些工作？

S：曾經在 3D 動畫領域、醫美行業任職過。

6. 您最剛開始經營自媒體的契機是什麼？而今年是您做自媒體的第幾年/月呢？

S：當初的契機開始於之前在醫美行業身兼數職需要接觸自媒體，如果是從當時開始計算起的話，到現在約有 6、7 年的時間。

7. 您通常在一天 24 小時當中，平均而言，分配了多少時間在經營自媒體呢？

S：由於經歷過幫忙操刀他人的自媒體品牌還有自己的副業自媒體等等的，因此每個時期分配在自媒體的時間不同。

8. 請問您所經營的 Instagram 風格、內容、類型是什麼？目前有幾位粉絲呢？

S：目前是在經營自己的插畫 IP，並且以「愛情」、「插畫」、「文創」的這三個大方向為主軸風格。而目前大約有 18 萬位追蹤者。

9. 您在 Instagram 上，粉絲和受眾的性別、年齡區間、族群，大致上為何？

S：男性:54.9%，女性:45.1%；年齡區間則是以 25~34 歲的人為主。

10. 您之所以選擇主要經營 Instagram，而非其他的社群媒體的原因為何？

S：最初之所以會選擇經營 Instagram 主要是因為進場的時間算剛好，而且該平

台的網路觀看的陳列方式很適合插畫、插圖、漫畫的形式。

● 第二部分

(深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的市場優勢與劣勢以及挑戰和現狀):

1. 您認為女性在自媒體領域的市場優勢和劣勢分別是什麼？

S：我並不認為自媒體市場所需要面對的優劣勢和性別有什麼太大的關係，除非是在裸露自身的領域。

2. 您認為女性在自媒體產業當中，可能會面臨到的挑戰是什麼？要如何克服？

S：我認為是要順應潮流，以及在需要轉型的時候有所改革、變化和突破吧！

3. 您認為當今自媒體市場現況為何？現在有逐漸飽和的趨勢嗎？

S：由於流量紅利已經逐漸的從靜態的圖文轉往動態的影片，而且經營自媒體是一件很低門檻的事情，所以競爭非常激烈。然而，縱然競爭激烈，但我不認為已經飽和了，也因為仍然有新的市場可以去拚搏與涉略，所以目前並未飽和。

4. 您的主要收入來源為何？以及您多元化收入模式是透過哪些方式和管道？

S：主要收入來源尚不固定，因為在虛擬產品、服務和實體產品、服務的這之間遊走。其他多元收入模式也有透過蝦皮和 LINE 的貼圖商店等地方販售商品。

5. 您認為女性應當如何運用網路社交媒體平台，建立個人品牌以塑造形象、吸引受眾，並開發潛在客源，進而與粉絲建立良好長遠的關係？（請分享您的個人經驗談，或給予後輩具體的方向和建議。）

S：我認為發展網路社交媒體平台與經營自媒體應該都是不受限於女性或性別的事情！更多的是要去了解自己的特色和長處，並且在對的地方施力，還有更加重要的是要多去多方嘗試，以及要有願意突破與改變的行動力。

● 第三部分（深度訪談之台灣職業女性的性別身分和自我認同，與自身家庭、職業、事業、個人成就和自媒體經營之間的平衡）：

1. 您身為女性，在家庭、職業、事業、個人成就之間，難以取捨的平衡，是否影響您在自媒體領域的創業之路？

S：個人認為自己未婚育的身分，讓我沒有因為身為女性而在工作上和生活之間有什麼難以平衡的點。

2. 您在取得自媒體領域的成功之後，對於您的生活帶來了什麼樣的改變呢？

S：自媒體領域的「成功指標」有很多定義，就端看定義的內容為何！若是拋開外界給予的數字上的定義的話（例如：收入金額、追蹤數量等等之外），我認為從自己出發來看，會有更多的機會去從生活當中去留意到一些可以應用在工作上的點子。舉一個我自己的例子，偶爾無聊去逛玩具展的時候，看見抽盲盒、一番賞等活動，會去思考這種體驗和操作是否適合應用在自己經營插畫 IP 上。

3. 您認為女性在取得該成功與突破之後，家庭反應和社會反應如何？

S：我認為怎麼看待男性的成功，就應該怎麼看待女性的成功，因為男女平等。

4. 您在您發展自媒體事業的前中後期，您所設定的階段性目標分別是什麼？

S：剛開始經營與嘗試的時候，並沒有想過什麼長遠的經營策略，更多的是一邊做一邊學。後來因為有所經歷了，因而開始有制定工作計劃表和長、中、短期的目標。最近則是認為，長期目標應該設定成一個可以具象化的圖片，來作為自己能夠想像得到的未來，而中、短期目標則可以是以數字化的目標來設定？而且一定要一邊設定、一邊執行與一邊調整。

5. 請問您在經營自媒體的過程中，是否有後悔過自己的選擇？（若有，請問是在什麼時候，以及當時發生了什麼呢？若沒有，讓您堅持下去的主因是什麼？）

S：其實只要有新的嘗試就可能會有後悔，但後悔其實也能夠是好事。畢竟「後悔」同時也意味著下錯了決策，或者是執行過什麼，但卻不小心失敗了。不過其實也都沒關係，因為很多結果並不是操之在己的事情，而是要去做了才會知

道它的可行性如何？所以，這個想法本身也是讓我一路堅持下去的主因，同時我也認為這樣子也都是正常的過程和循環。

● 第四部分（深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的成功因素）：

1. 您對於您在 Instagram 上的個人品牌和形象傳達有什麼初衷和理念嗎？

S：原先是男友觀察日記，後來更多的是在感情中觀察自己，這是我的初衷。然而，現在因為和 Leo 交往多年但卻分手了，所以在 Instagram 上的名稱和主題都有因此而做了一些調整。但我自己依然很喜歡也認為很重要的一個理念是——好好陪伴自己！也想要找到一個想要好好愛的人，然後，你陪我，我陪你。

2. 經營自媒體最需要的莫過於創新的思考模式和行銷技巧，您有什麼樣的生活背景或您是透過什麼方法，幫助自己去激發創作上的全新思維與系統脈絡呢？

S：簡單分類如下——靈感型：平時有什麼想法會先用手機紀錄下來，事後再去好好的整理；參考型：觀察與觀摩時事流行和經典梗圖。但我覺得最重要的還是自己的「目的」和「行動力」，要去問自己為什麼要做這件事情？以及自己要有自信和信念去相信自己真的能夠去做完與達成這件事情，善用吸引力法則！

3. 您覺得女性比起男性在經營自媒體這塊更具有優勢嗎？是或否？

（您的想法和看法是什麼？或者是您可以舉例一個例子來佐證嗎？）

S：我不認為人在提供創意上會因為性別而有所優劣勢，但我認為社會氛圍造成的「性別」上的「差別對待」而導致「優勢」的出現。舉個例子：以都經營裸露 Only Fans 的社群來說的話，女性的人數想必都高於男性，而且平台上的主力消費者都是男性。相較於男人，我們的社會氣氛更容易關注於女人的年紀和身體器官是一種資產。所以當女人經營大尺度的裸露社群時，相對男性會更容易吸引關注度。純粹以追蹤關注或者付費成交為目標的話來說，是種「優勢」。

4. 請問您覺得女性在自媒體領域成功的關鍵因素有哪些？

S：關鍵因素在於更關注於自身想要什麼！從我過往的個人經驗來看的話，我們

的社會標籤讓女生更容易分心於「其他人」想要什麼？而不是專注於在自己。

5. 您身為女性自媒體創作者，您覺得應當採取哪些應對策略來與百花齊放的市場競爭呢？

S：找到自己的特點和擅長的事情，然後去充實自己與精進自己。

● 第五部分（深度訪談之結尾）：

如果您將您自媒體創業之路的過程全部總結，您有什麼建言和忠告，或者是人生座右銘，會想要跟我們分享，並且留給自媒體創作者後輩的呢？

S：「如果失去了目光和那些後台所呈現的亮眼數字，你們還會想要做這件事情嗎？」是我認為社群創作者可以詢問自己的靈魂拷問！慢慢來，一步一步做。想學的都能學好，想要傳達的都能好好被傳達。靠自己這條路也許很辛苦，但也是最可靠的路。除此之外，你的身體是你最好的戰友，要好好照顧他的身體和心靈。以上是我想要分享的話，也祝福與希望人人都能夠愛自己與做自己！

《受訪者 T 陳曉誼》

● 第一部分（受訪者的基本資料）：

1. 請問您今年貴庚？以及您的教育程度為？

T：今年 22 歲，高職畢業。

2. 請問您結婚了嗎？是或否？／您有生小孩嗎？若有，是生了幾個孩子呢？

T：單身，無。

3. 請問您現在主要的工作是什麼？

T：本業就是經營網路。

4. 除了主要的本業之外，您是否還有其他的副業？或是協槓創業？是什麼呢？

T：沒有。

5. 請問您在擁有現在的社會地位與開始經營自媒體之前，曾經做過哪些工作？

T：曾經在火鍋店當 PT 三年，後續兩年則是早班正職。

6. 您最剛開始經營自媒體的契機是什麼？而今年是您做自媒體的第幾年/月呢？

T：當初的契機是因為想要增加收入與提高生活品質，而我是從 2018 年 7 月的時候開始經營自媒體的！而目前已經有 6 年又 3 個多月的時間。

7. 您通常在一天 24 小時當中，平均而言，分配了多少時間在經營自媒體呢？

T：除了睡覺的時間，基本上都在做經營以及協助底下的加盟商。

8. 請問您所經營的 Instagram 風格、內容、類型是什麼？目前有幾位粉絲呢？

T：主要以分享生活日常以及人生的故事和想法為主，目前有 17836 位粉絲。

9. 您在 Instagram 上，粉絲和受眾的性別、年齡區間、族群，大致上為何？

T：基本上女性佔 90%，而男性為 10%；年齡區間是以 18~25 歲者居多，然後族群則是以上班族和大學生為主。

10. 您之所以選擇主要經營 Instagram，而非其他的社群媒體的原因為何？

T：因為 Instagram 比較多人使用，而且它的使用者那麼多需求量也就跟著大，而且也是免費下載的社群媒體平台和應用程式，所以就因此而物盡其用囉！

● 第二部分

(深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的市場優勢與劣勢以及挑戰和現狀):

1. 您認為女性在自媒體領域的市場優勢和劣勢分別是什麼？

T：女性的優勢在於消費力大，而且當女生在經營自媒體也會更能夠懂得女性的需求。至於劣勢的部分，則是畢竟經營網絡是自由業者，那麼最大的劣勢就是在於戰勝不了自己與容易被他人影響。

2. 您認為女性在自媒體產業當中，可能會面臨到的挑戰是什麼？要如何克服？

T：我個人覺得這得要分年齡層欸！因為 25 歲以下的人大多數都是那種定性較為不足的人，而且目標感不夠也過於迷茫。然後 25~35 歲的人思維已經固化，也很有自己的想法，但可能會無法空杯學習。至於 40 歲以上的人，則是大多都基本上很少在做網路。

3. 您認為當今自媒體市場現況為何？現在有逐漸飽和的趨勢嗎？

T：當越多人進場，那麼競爭力也就越大。所以需要建立個人的魅力和風格。而我覺得只要有人在使用網路，那麼就不會有飽和的一天，因為人都要活，也都需要這些「商品」，無論是有形的還是無形的都一樣。

4. 您的主要收入來源為何？以及您多元化收入模式是透過哪些方式和管道？

T：我的主要收入來源為我主業經營的「快電商」！而它有三種收入方式——分享商品成功有人買單就能夠賺錢；分享這份事業為我帶來的改變，而有新的加盟商加入也能夠賺到錢；協助底下加盟商賣出商品也能夠賺到中間的價差。

5. 您認為女性應當如何運用網路社交媒體平台，建立個人品牌以塑造形象、吸引受眾，並開發潛在客源，進而與粉絲建立良好長遠的關係？（請分享您的個人經驗談，或給予後輩具體的方向和建議。）

T：過去的我只覺得有粉絲就會有人買單，所以就去買了假的 1000 位粉絲，到後來才發現說：哇！那些粉絲並不會跟我消費欸！畢竟是假的！再到後來發現到不僅如此，還被影響到 Instagram 推播的部份，反而害我無法被更多人發現

到，所以我就把那些假粉絲刪除然後打掉重練。後來先是透過 Dcard 的美食版分享食譜與紀錄日常生活，並且分享自己如何在低潮重啟，以及是如何減肥的，因此而去吸引到真實的人，才開始提高收入與業績。所以我想要說的是一一粉絲的高低並不會去影響到你收入的多寡，而是要能夠讓粉絲願意去喜歡你並且一直追隨你。那麼首先必須要真誠、要利他，也要更持續的讓自己成長，因此才會有人願意相信我們的經營方法是對的，也才能夠真正做到長期經營。

● 第三部分（深度訪談之台灣職業女性的性別身分和自我認同，與自身家庭、職業、事業、個人成就和自媒體經營之間的平衡）：

1. 您身為女性，在家庭、職業、事業、個人成就之間，難以取捨的平衡，是否影響您在自媒體領域的創業之路？

T：是；因為人的時間、精神和體力都有限，而有捨才会有得。

2. 您在取得自媒體領域的成功之後，對於您的生活帶來了什麼樣的改變呢？

T：經營自媒體就是為了要提高收入與提高生活品質，而我確實也做到了。所以基本上我現在的生活開銷都可以隨心所欲的去買自己喜歡並且有需要的。所以我覺得經營自媒體讓我也擁有了更多的選擇權，而不是被框住或被侷限住。

3. 您認為女性在取得該成功與突破之後，家庭反應和社會反應如何？

T：這個並沒有「一定」欸！因為過去的我也有賺錢，但是大部分的時間都在拼事業，爸媽反而更擔心我的身體，甚至不理解為什麼一樣在工作，但是我的工作時長卻比一般職業長，而後來我開始跟他們分享我在做什麼、遇到了什麼樣的問題、賺到了多少錢、去哪裡進修與上課等等的，他們才開始放心並且支持我，所以我才會說沒有一定。而社會反應就會覺得我們是一個有能力的人，因此責任也變得更重，可能也會有很多的框架，所以在我們犯錯時或者是沒有做好的時候，其實也是很容易會被酸與被評論的。

4. 您在您發展自媒體事業的前中後期，您所設定的階段性目標分別是什麼？

T：其實剛開始經營自媒體並沒有太多的設定與規劃，但後來也都有循序漸進，所以基本上現在我的目標是——一、協助團隊的夥伴們提高業績和收入；二、同時持續提升與精進自己以及不斷的培养良好的習慣；三、團隊更升級與不斷的突破藉此來爭取更多的資源和合作機會。

5. 請問您在經營自媒體的過程中，是否有後悔過自己的選擇？（若有，請問是在什麼時候，以及當時發生了什麼呢？若沒有，讓您堅持下去的主因是什麼？）

T：沒有後悔過，反而還學會與培養了更多的軟實力。

● 第四部分（深度訪談之台灣職業女性在自媒體領域的成功因素）：

1. 您對於您在 Instagram 上的個人品牌和形象傳達有什麼初衷和理念嗎？

T：有的，我一直覺得真誠與真心都很重要。

2. 經營自媒體最需要的莫過於創新的思考模式和行銷技巧，您有什麼樣的生活背景或您是透過什麼方法，幫助自己去激發創作上的全新思維與系統脈絡呢？

T：多看、多學、多做！只有不斷的輸入才會有輸出，也才有辦法突破。而且方法總比困難多，所以只要盡心盡力，都必將有所豐碩的成果和應得的回報！

3. 您覺得女性比起男性在經營自媒體這塊更具有優勢嗎？是或否？

（您的想法和看法是什麼？或者是您可以舉例一個例子來佐證嗎？）

T：表面上是，但是實際上並非如此。主要還是在於「行動力」，因為很多女生就算漂亮也很有想法，但如果不去執行與實踐的話，終究都是紙上談兵而已。我們《快電商》也有男店主靠自己衝上 45 萬的業績，甚至也有男生是千萬團隊長，他們的共同點都在於堅定的「要性」和「定性」還有高「執行力」和「實踐力」高！所以能不能出名，與能不能賺到錢，都和性別無關，而是和自己的行動力比較有關。

4. 請問您覺得女性在自媒體領域成功的關鍵因素有哪些？

T：不論男生或女生，我認為最重要的點都在於——目標要很清晰、執行力要足夠、要保持空杯的心態去學習與請教、要懂得自我檢討與時常覆盤，如此就能夠成功！

5. 您身為女性自媒體創作者，您覺得應當採取哪些應對策略來與百花齊放的市場競爭呢？

T：我發現很多人都不覺得自己身上有「優點」，或者是沒有自我察覺與發現到。但是如果連自己都不覺得自己很棒，那又要怎麼樣去說服其他人呢？又甚至是又怎麼能夠有底氣去影響他人？既然說服不了又影響不了，那又如何競爭的過？而經過了這幾年，我也帶領過了那麼多人，我發現人不是先被市場淘汰掉，而是先被自己的不夠自信和沒有底氣給淘汰掉的。所以，要先去相信自己才能夠讓自己持續的行動，而有了行動才能夠離想要的生活和成果更進一步。

● 第五部分（深度訪談之結尾）：

如果您將您自媒體創業之路的過程全部總結，您有什麼建言和忠告，或者是人生座右銘，會想要跟我們分享，並且留給自媒體創作者後輩的呢？

T：其實社會上的每一份工作都有辛苦的地方，所以不要覺得網路經營是一件很簡單的事情，我們確實不用出到勞力，但是卻也很費腦力，所以每個行業都是辛苦的。甚至也有很多人都說，在網路上經營自媒體要先「利他」可是很多人的順序都做錯了，因為要先「利己」也就是要先幫助自己才對。然而，多數人普遍都有拖延症，然後續航力又不足、思維也不夠完整，但卻著急的想要賺大錢，但也因為如此用錯了方式，而給了他人壓迫感和畫大餅的感覺，導致有很多台灣人其實都很討厭業務、直銷、保險之類的人！所以要先幫助自己變得更好，你才知道「具體」該要怎麼做才能夠變好？哪些方法管用？怎麼避雷？因此才不會耽誤自己和別人。最後的最後我還想要跟大家說：「困難的背後是份

禮物！」這句話一直根深蒂固在我的心中。當你覺得越困難的事情就越要去做還有去挑戰，因為這就代表它是我們的人生課題。當課題成功的過關了，同時也就代表著我們成長了！而成長過後的禮物是非常豐盛的，我們才能夠因此而獲得更多的自由權和選擇權，也才能夠不將就與不被侷限。

BIBLIOGRAPHY

- . (2023, 10/20). 為何個人品牌如此重要?.
<https://vocus.cc/article/64ed5582fd89780001546b81>
- Hub, I. M. (2024, 2024/09/16). *The State of Influencer Marketing 2024: Benchmark Report*. Influencer Marketing Hub. Retrieved 10/20 from
<https://influencermarketinghub-com.translate.google.com/translate?sl=en&tl=zh-TW&hl=zh-TW&pto=sc>
- James. (2024, 2024/03/20). 2024 年品牌經營不可不知的 10 個熱門的社群媒體. SHOPLINE. Retrieved 10/20 from <https://stories.shopline.tw/1social-media/>
- Murphy. (2024, 2024/03/26). 2024 社群媒體行銷趨勢&平台分析. DeepView. Retrieved 10/20 from
<https://deepview.com.tw/blog/2024%E7%A4%BE%E7%BE%A4%E5%AA%92%E9%AB%94%E8%A1%8C%E9%8A%B7%E8%B6%A8%E5%8B%A2%E5%B9%B3%E5%8F%B0%E5%88%86%E6%9E%90/>
- Oliver. (2020, 2020/02/23). 要建立 IG 個人品牌，往這 5 個方向思考就對了! Medium. Retrieved 10/20 from
<https://medium.com/@digioliver88/%E5%9C%A8instagram%E4%B8%8A%E5%BB%BA%E7%AB%8B%E5%80%8B%E4%BA%BA%E5%93%81%E7%89%8C%E9%80%995%E5%80%8B%E6%80%9D%E7%B6%AD%E4%BD%A0%E6%83%B3%E5%88%B0%E4%BA%86%E5%97%8E-30ce3be06b6a>
- Su, E. (2020, 10/20). 個人品牌，從網路經營自媒體開始：5 大步驟未來人生超展開! <https://eddiegoodlife.com/personal-branding-operate/>
- Wen, H. (2024, 10/20). 【自媒體經營深度分析】你一定要知道的 7 個重要觀念!. <https://henrywen.tw/weblog/ig-marketing/3000/>
- 不預測漲跌. (2024, 2024/08/17). 台灣自媒體有哪些？35 個你不能錯過的台灣知名自媒體. GOOPTIONS. Retrieved 10/20 from
https://goptions.cc/%E5%8F%B0%E7%81%A3%E8%87%AA%E5%AA%92%E9%AB%94%E6%9C%89%E5%93%AA%E4%BA%9B%EF%BC%9F/#google_vignette
- 什麼樣的人適合經營自媒體：找尋數位時代的內容創作者. (2023, 2023/08/17). 自媒體圖書館-DFP 領袖學苑的沙龍. Retrieved 10/20 from
<https://vocus.cc/article/64dd977cfd8978000192e5a4>
- 台灣自媒體產業發展協會. (2018). TWIDA Retrieved from
<https://twida.org.tw/%e9%97%9c%e6%96%bc%e5%8d%94%e6%9c%83/>
- 如何經營好 IG？2024 年最新 IG 經營 4 大基本功. (2024, 2024/08/09). PORTALY. Retrieved 10/20 from <https://portaly.cc/blog/boost-instagram->

[engagement](#)

朱騏. (2023, 10/20). 5 個成功創作者的人格特質，幫助想要在網路上經營個人品牌的你，經營個人品牌更成功! <https://chichu.co/blog/5-personality-traits-for-solopreneurs-to-be-more-successful/>

林佳, Z. L. (2024, 10/20). 【每日 e 錠】我適不適合經營自媒體？符合這 4 大心態才是長遠發展的關鍵！. <https://www.anywhere.today/mentality-of-social-media/>

社群媒體有哪些？社群網站趨勢？社群平台影響讓人更焦慮？. (2024, 10/20). ADBest. <https://adbest.com.tw/blog/what-is-social-media/>

孫耕悅. (2020). 社群媒體何時興起、從過去到現在的歷史、當前社會環境下的現況. Medium. Retrieved 2024/10/19 from <https://108104048.medium.com/social-media-d53a0b181074>

雅媛. (2024, 10/20). 「AI 世代，自媒體經營不用那麼累！」十大數位工具幫你更輕鬆，從設計到粉絲互動通通有! <https://soler.com.tw/digitaltools-2/>