

# 回收木料在網路社群媒體的使用行為探討 —以臉書(Facebook)為例

◎文/林業試驗所林業森林利用組·林振榮 (zzlin@tfri.gov.tw)

◎圖/林業試驗所林業森林經營組·廖和順

## 實體資訊化市集

過去商品販售主要透過實體店面、人員、傳單、贈品等，與消費者進行接觸，隨著社會環境變遷及科技發展，越來越多的人開始使用網路獲得資訊，網路特性包括無國界、方便性、互動性、匿名性等四種，其中臺灣最大的社群平臺-臉書(Facebook)是一個廣泛被接受的媒介，其核心價值就是讓民眾更快、更方便的互動與分享，形成一個資訊市集，在現今社會中廣受大眾喜愛。

臉書社群網站因具備廣告行銷、口碑傳播及雙向互動等功能，使得網民與產品的關聯度高，而討論與分享的貼文，不但具備傳播的效益，也建立長期的互動關係，將各種行銷功能做全面性的整合。本篇報告以回收木料為主題，討論兩個臉書社群網站，歸納網民互動及資訊交流的議題與使用行為，以期透過網路社群的管理與網民行為，強化回收木料的環境推廣應用及效應。

**範例1：臺灣檜木舊木料拆除回收利用與國產木材推廣** (<https://www.facebook.com/groups/101253040227936/>)

該社團成立宗旨為「利用再生資源，減少碳足跡與友善環境」，歡迎網民提供各式臺灣舊木料與人造林國產木材的需求及販售資訊。舊木料是指已使用過的建築或家具拆除木材，非上漆包覆木料或藝術品。國產材是指在臺灣人工林經營之合法生產木材，非天然林生產。

**範例2：回收木料及資源再利用** (<https://www.facebook.com/groups/145102499305661/>)

此社團成立的目的是主要是棧板木料或進口木料回收再利用，以二手木料製作成各種日常用品，以達到資源再利用、減少森林砍伐。

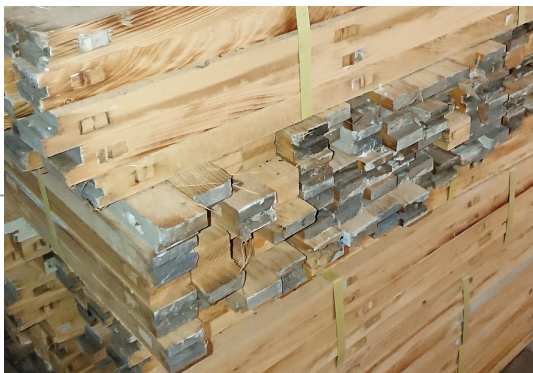
## 舊(回收)木材種類

依據上述兩個社群網站中，網民交流資訊及販售內容等使用行為，歸納較常出現的木材種類如下：

1. 國產材：臺灣檜木、臺灣肖楠、臺灣杉、香杉、福州杉、楠木、櫟木、烏心石、殼斗科等，大多為樑柱材，偶有匾額、神桌板、廟門；門窗斗多為臺灣檜木。
2. 進口材：阿拉斯加扁柏、柳安(如紅柳安及南洋櫟木)大多為樑柱材；柚木、紫檀、花梨、楓木等以樓梯扶手及地板為多；匾額則以南洋貝殼杉為主；松、杉木主要是進口儀器所用的裝箱與棧板拆解等。



建物拆除回收的木構件舊料。



舊料回收經部分處理的舊料資材。



舊門窗斗料加工處理製成的地板及壁板材料。



舊料回收後加工的木桶及木椅半成品。



3. 其他：另外有臺灣鐵路局替換下的國產及進口材枕木等。

## 發表資訊主題及使用行為

在回收木料社群網站中，網民發佈的資訊主題與使用行為可歸納如下：

1. 各種舊木料(原物或類處理)或殘材塊買賣(如回收木地板、餘料等)。
2. 各種舊木產品(整理或未整理)買賣。
3. 舊木材或產品資訊、手作技術(工法)、加工技術(含機械、工具)及知識交流分享(如介紹日本古材家具網站)。
4. 應用舊料製作各種新成品提供買賣。
5. 提供舊料贈送或交換。
6. 提供少量、多樣、手作、新設計概念的產品製作(如家具、木雕品)，或為需求端(消費者)客製化產品。

7. 將舊木料進一步透過加工技術處理(進階如組合材)，再製成商品提供分享或販賣。
8. 回收木料的愛好者透過木工DIY及興趣發展，不但療癒(育)自身的心情並「以木會友」與網民分享交流。
9. 二手木料各型態與複合應用：如木粉、鉋削、精油等等。

## 社群網站的特性(如表1)

### 使用行為及效應

1. 網路提供24小時使用、跨入門檻低，只要申請加入，便會有特定相關族群觀看，幾無宣傳行銷費用，此舉可降低成本增加收益，建立更多通路及客群並提升效率。

表1 以回收木料為主題的社群網站特性

項	優點	缺點
1	可在有限範圍透過關鍵字精準找到所需資訊，使供需兩端更易媒合。透過社群互動機制，網民能夠快速接收各種木料訊息。	社群網站受管理員管制，網站發表資訊的品質受到管理程度的影響。
2	回收木料廣告宣傳行銷費用低，且具備主動傳播的設計，讓網民能以低成本鏈接各方好友進行串鏈式宣傳(如直播)。	發表資訊的正確性無法控制，專業判斷力若不足，可能有認知偏差的糾紛，包括產品的種類及品質認定，或是錯誤資訊的擴散造成網民損失，可能需公正的第三方再確認。
3	能吸引不同的使用年齡層，可擴大回收木料的愛好群，進而孕育出更廣大的行銷市場。	無法自動過濾資訊，網民需浪費時間檢視眾多訊息，才能聚焦在自己的需求上。
4	串聯回收木料相關網民，鏈接其他社群網站平臺，促使其他網路平臺形成聯合行銷作為。	個人隱私可能外洩，網民若沒有進行繁複的手續更改個人的設定，許多隱私將會在不知情的狀況下外洩。

2. 網民發布資訊可增加曝光率，藉此促銷產品或分享。
3. 網民雙方互動取得產品資訊，網民的反應可以幫助改善產品，平時發送一些新產品資訊，有機會獲得創新的主意與建議，藉此研發出熱門商品。
4. 發布資訊的市場調查，網民將產品及資訊放置於網站上，並不時添加新資訊，透過網站「微規模」探測回收木料市場水溫。
5. 資訊可以快速宣傳，網站的所有網民可以大量散佈資訊，建立通路及建立網路人脈，快速傳遞宣傳的優點。
6. 個人、木作坊、公司行號經行銷規劃，使用社群發布資訊增加市場通路，可提供微產業經濟，減少門市租金負擔。
7. 個體網民可制定個別價位，並可參考市場一般行情。
8. 回收木料相關產業，整理耗時加工成本高，但重視環境生態減少浪費或降低廢棄物，提供社會生活日常品需求，並增加微產業經濟性產值。
9. 回收木料社群網站，提供一個機會給相關興趣者，形成一個社群市集，網民透過本身的興趣、愛好、環保理念，提供相關資訊，透過自我參與、體驗、履行等的活動，

形成一個廢棄物回收再利用的循環經濟。

## 分享開放

回收木料應用舊材料或舊產品，是基於保護環境生態的理念，在愛好者網民的回饋與興趣支持下，藉由社群網站市集，達到木材資源充分利用，並提供一個微產業經濟發展。如維基百科說明，臉書的使命是致力於向人們提供分享平臺，讓世界更開放，聯絡更緊密；通過臉書，人們與親友、愛好者、興趣者保持聯絡，發現新鮮資訊，分享生活故事。

個別網民分享資訊的同時，也可能發生錯誤問題，建議網站管理員可以與公家部門合作，由公部門提供回收木料、產品、加工、技術、市場等知識服務，減少資訊或知識的錯誤。公部門也可透過社群網站介面提供教育訊息，或更多文獻研讀的資訊連結，也藉此網站的回饋內容制定相關林產業推動政策。回收木料社群網站，藉由網民的資訊發佈及使用行為，提供木料各式主題內容的交流分享，包括各種舊木料及產品資訊、木材知識、加工技術、產品、市場等等產生效應，讓需求端及供應端有機會進行鏈結，促進木再生產品製作、設計、其他相關原物料、產品買賣六級微產業發展等。♻️