

第五章 結論與建議

本章主要是針對本研究的結果提出結論、建議與後續研究。

第一節 結論

一、研究對象之人口特徵

在本研究的樣本中：

- (一) 性別的分佈是男女各半的；
- (二) 有游泳習慣者 (63.2%) 多於無游泳習慣者 (36.8%)；
- (三) 游泳為主者 (60.3%) 多於使用其他設施為主者 (38.1%)；
- (四) 年齡的分佈是 20 歲以下 (22.5%) 和 41-50 歲 (22.2%) 居多；
- (五) 教育程度在高中職以上的佔將近 80%，其中以大專院校居多 (43.4%)；
- (六) 所得分佈是以 20000 元以下 (37.7%) 最多，40001-60000 元 (20.9%) 為其次；
- (七) 職業分佈是以學生 (30.1%) 最多，公教人員 (19.2%) 為其次；
- (八) 平均每個月的游泳次數在 5 次以內 (37.7%) 最多，其次為 20 次以上 (23.5%)；
- (九) 平均每個月的運動花費在 2000 元以下 (67.5%) 最多；
- (十) 平均每個月的游泳花費在 1000 元以下 (66.6%) 最多；
- (十一) 大部分的消費者 (52.3%) 每月所得低於 20000 元時即無消費

游泳之意願；

- (十二) 有近 80% 的消費者抵達泳池所花費的路途時間在 20 分鐘內，其中以 10-20 分鐘 (40.7%) 最多；
- (十三) 花費的路途時間上限的調查中，以 30 分鐘為上限的消費者 (34.4%) 居多；
- (十四) 平均進出場的花用時間以 61-75 分鐘者 (23.5%) 最多。

二、消費者在選擇游泳池時所重視的考量因素

消費者在選擇游泳池時所重視的主要考量因素有四，分別是該泳池是否有：

- (一) 水療設施多樣化 (如：有三溫暖、水療池、藥浴設施等)；
- (二) 附設其他休閒設施 (如：餐飲部、咖啡廳、按摩中心等)；
- (三) 環境舒適 (如：室內溫水、空氣水質良好等)；
- (四) 價格便宜 (如：較其他泳池便宜、有折扣方案等)。

三、不同人口特徵與重視不同考量之消費者的消費次數分析

(一) 不同人口特徵消費者之消費次數

不同人口特徵之消費者平均每個月的游泳次數有顯著差異，特別是游泳習慣、主要目的、年齡、所得、職業不同的消費者，其平均每個月的游泳次數明顯不同。

有游泳習慣者；主要目的為游泳者；年齡為 51 歲以上者；所得為 20001-40000 元者；職業為自由業者、家管者、民營企業資本主者、其他者，平均每個月的游泳次數在 20 次以上的較多。

無游泳習慣者；以使用其他設施為主者；年齡在 50 歲以下者；所得為 20000 元以下者、40001 元以上者；職業為學生者、公教人員者、軍警人員者、家管者、民營企業受雇人員者，平均每個月的游泳次數在 5 次以內較多。其中職業為家管者，平均每個月的游泳次數為 5 次內和 20 次以上的皆佔最多，都為 11 人。

(二) 重視不同考量因素消費者之消費次數

而重視不同考量因素的消費者，其平均每個月的游泳次數並無明顯不同。

四、不同人口特徵之消費者所重視的考量因素之差異

具不同人口特徵之消費者，其所重視之考量因素有顯著差異，其中不同性別、主要目的、年齡、職業及進出場平均花用不同時間的消費者，其所重視的考量因素明顯不同：

(一) 在性別方面，女性較男性重視環境舒適；

(二) 在目的方面，使用其他設施為主的消費者較游泳為主之消費者更重視水療設施的多樣化和其他休閒設施的附設；

(三) 在年齡方面，21 歲以上的消費者比 20 歲以下的消費者還重視水療設施的多樣化；

(四) 在職業方面，家管比軍警人員更重視水療設施的多樣化，而其他者也比學生、軍警人員還重視水療設施的多樣化，另外，家管比學生、軍警人員、自由業者還重視環境舒適；

(五) 在花費不同進出場時間之消費者方面，進出場平均花費 31-45 分鐘和 46-60 分鐘者，比平均花費 91 分鐘、76-90 分鐘、61-75 分鐘

者還重視附設之休閒設施。

五、游泳池需求的價格彈性與收益

(一) 價格彈性

游泳池需求的價格函數與彈性如下 (P 為價格; Q 為需求量):

1. 成人票為 $Q=386-1.38P$, 在 200 元的價格下為 2.51;
2. 軍警學生票為 $Q=264.333-1.26P$, 在 150 元的價格下為 2.52;
3. 年會員會費為 $Q=68.6-0.00238P$, 在 20000 元的價格下為 2.27。

(二) 泳池收益

在收益方面:

1. 成人票為 140 元時, 成人票的總收入會最多;
2. 軍警學生票價格為 110 元時, 軍警學生票的總收益會最多;
3. 年會員的會費價格在 16000 元時, 年會員收入的總收益會最高。

第二節 建議

本節將針對結論來對泳池的經營提出行銷策略與行銷組合之建議, 以供業者在未來經營規劃時做參考之用。

一、在行銷策略方面

(一) 根據游泳頻率來做區隔

在前述討論中, 將消費者分成平均每個月游泳次數較多和次數較少的兩個區隔, 除此之外, 也可將尚未到本泳池消費之消費者歸類為第三

個區隔。希望能讓游泳頻率較多者繼續保持；游泳頻數率少者能進而加入會員或提升游泳頻率；再者，能吸引非游泳運動參與者能到泳池消費。

(二) 根據考量因素來提升產品價值

在消費者選擇游泳池時，最被重視的考量因素分別為：水療設施多樣化、有附設休閒設施、環境舒適與價格便宜，因此，業者可以利用本身就是多功能泳池的優勢，藉此為公司提升所銷售產品之價值，讓消費者知道本池有提供水療設施多樣化、有附設休閒設施和環境舒適的核心產品，特別是水療設施多樣化及環境舒適是游泳頻率較低者所重視的。

二、在行銷組合方面

就前述三個區隔而言，業者皆是希望達到增加消費次數的大目標，在選擇目標市場的策略中，可以以綜合式目標市場策略來擬定行銷組合。而行銷組合的包含甚廣，因此，本研究僅依研究結果來對產品、價格、通路與促銷提出建議，其分述如下：

(一) 產品

在四個主要考量因素中，以水療設施多樣化最被重視，不論是游泳頻率高者或低者皆是如此，因此，業者在成本可控制下，或是在其餘腹地的第二階段規劃中，可以以增設更多元的水療設施，來吸引消費者，並維持其他附加休閒設施的經營與環境舒適的再加強，如此可以讓核心產品與附加服務並重，使消費者感受到更具價值的產品。

(二) 價格

價格是消費者選擇游泳池的主要考量之一，從彈性的結果也得知價格下降可以提高總收入，因此，可以分淡、旺季兩階段來進行降價，在旺季時為了控制泳客超出泳池承載而降低服務品質，可以提供較目前稍低的價格（即目前價格與本研究所預測之收益較高的價格之間）；而在進入淡季前，可將價格降到研究結果得知之收益較高的價格，也就是成人票價為 140 元、軍警學生票為 110 元、年會員會費為 16000 元，藉以吸引更多消費者，而不致使淡季的收入降低太多。到了下一次旺季時，可將價格再提升到前次旺季之價位。另外，公司亦可進行其他折扣之策略（如：提供較單一票價便宜的卡票、回數票等）

(三) 通路

在研究結果中得知，有近 80% 的消費者在抵達本泳池的路途時間為 20 分鐘內；而有 34.4% 的消費者表示路途時間若是超出 30 分鐘就不會到該泳池消費，因此，可將銷售和促銷之範圍設定在泳池周為車程為 20-30 分鐘內，這個距離也可說是游泳池的使用圈範圍。

(四) 促銷

在通路的範圍內，可以以宣傳布條或海報的方式進行宣傳（尤新吉，1993，王傑賢，1997），特別是本池從去年營運至今年正式開幕，正處於成長期進入成熟期階段，另外對於已經參與過或原本為會員者，更可以用人員銷售的方式，增加其再度購買的意願（高俊雄，2000）。

第三節 後續研究

一、不同地區之人口與不同類型泳池之調查

不同地區的消費者，其考量的因素可能會有差異；而泳池也分為室內與室外、單一功能型、附屬設施較少型及多功能型，而不同的消費者也會依其需求來做選擇；另外，這些不同類型的泳池其價格彈性應該也有所不同，因此建議後續研究者，可以對此進行研究，所得的結果將會更加廣泛。

二、不願參與游泳運動者的因素調查研究

在本研究中，所有的樣本皆回答下次會再度光臨消費，因此無法得知消費者不願到泳池消費的因素，特別是游泳為落水時自救之基本能力，若是能了解非參與者其不願參與游泳運動的原因，應可針對此來找出增加國人參與游泳運動的策略。

參考文獻

- 方信淵 (1977)。公立大學游泳池對外開放顧客滿意度比較之研究-以臺灣師大、清華大學為例。未出版之國立臺灣師範大學體育研究所碩士論文，臺北。
- 中華民國水上救生協會臺北市北區分會 (2001.10.24)。溺水死亡之生理機制，2001.12.10，Web：<http://www2.seeder.net/tpwls/>。
- 尤新吉 (1993)。公立游泳池之策略性行銷-基隆地區一般市民游泳習性之調查研究。人文數理學報，2，123-168。
- 尤新吉 (1993)。公立游泳池經營管理。國民體育季刊，26 (1)，86-89。
- 王傑賢 (1997)。室內溫水游泳池之消費者行為研究-以國立臺灣師範大學室內溫水游泳池為例。臺北：書林。
- 王凱立 (2000)。民間機構經營學校運動設施之可行性研究-以臺北市市立國民中學學校游泳池設施為例。未出版之國立臺灣大學土木工程學研究所碩士論文，臺北。
- 王睦舜 (2000)。經濟學。臺北：五南書局。
- 毛慶生、朱敬一、林全、許松根、陳昭南、陳添枝、黃朝熙 (1998)。基礎經濟學。臺北：華泰文化事業。
- 臺北市政府教育局 (2000)。臺北市政府教育局落實學校游泳教學及水上安全教育報告書。臺北：臺北市政府教育局。
- 行政院教育部 (2001)。提昇學生游泳能力中程計劃。臺北：行政院教育部。

- 巫昌陽 (1992)。臺北市 YMCA 游泳教室成人消費行為之研究。未出版之國立體育學院體育研究所碩士論文，桃園。
- 林忠程 (1994)。臺北市游泳運動俱樂部市場區隔之研究。未出版之國立體育學院體育研究所碩士論文，桃園。
- 吳明隆 (2000)。SPSS 統計應用實務。臺北：松崗。
- 巫和懋、霍德明、熊秉元、胡春田 (2000)。經濟學 2000-跨世紀新趨勢 (上冊)。臺北：雙葉書廊。
- 邱皓政 (2000)。量化研究與統計分析。臺北：五南書局。
- 高文龍 (1994)。游泳與慢跑對於健康的影響之研究。臺灣體育，72，47-53。
- 高俊雄 (1995)。臺灣區運動服務業之發展概況。國民體育季刊，26 (3)，135-143。
- 高俊雄 (1996)。臺北市健康體適能俱樂部經營管理型態之研究。於國立體育學院主編，運動休閒管理論文集 (一)，291-313。臺北：品度。
- 高俊雄 (2000)。運動服務管理 理論與實務。桃園：志軒。
- 陳和睦 (1993)。游泳池的經營管理。國民體育季刊，22 (1)，76-85。
- 郭進財 (1996)。游泳池消費者滿意度之探討-以國立中正大學游泳池為例。中華民國八十五年度體育學術研討會專刊，49-68。
- 游芝亭、王榮德 (1995)。溺水之預防與急救。健康世界，114 (234)，6-11。
- 廖志猛 (1994)。休閒運動參與者生活型態及運動態度之研究-以大臺北地區籃球、游泳參與者為例。未出版之國立體育學院體育研究所碩士論文，桃園。
- 榮泰生 (1999)。消費者行為。臺北：五南書局。

- 劉照金 (1997)。國立屏東技術學院游泳池運動設施開放實例探討。國民體育季刊，26 (1)，11-17。
- 蘇榮基、羅龍飛 (1996)。室內溫水游泳池之淡、旺季分析討論-以臺中縣太平鄉洋洋室內溫水游泳池為例。大專體育，25，59-62。
- Cooke, A. 原著。陳秋玫譯 (1999)。休閒與運動經濟學。臺北：五南書局。(Original work published 1996)
- Pitts, B. G. & Stotlar, D. K. 原著。鄭志富、吳國銑、蕭嘉惠譯 (2000)。運動行銷學。臺北：華泰。(Original work published 1996)
- Truett, L. J. & Truett, D. B. 原著。賴明政、汪志堅譯 (1998)。管理經濟學。臺北：五南書局。(Original work published 1995)
- Lovelock, C. (1996). Services Marketing. NJ: Prentice Hall.
- Li, M., Hofacre, S., & Mahony, D. (2001). Economic of Sport. : Fitness Information Technology.
- Kotler, P. 原著。方世榮譯 (1999)。行銷管理學 分析，計劃，執行與控制。臺北：臺灣東華。(Original work published 1998)
- Kotler, P. 原著。高登第譯 (2000)。科特勒談行銷。臺北：遠流。(Original work published 1999)

附錄 A 臺南水都水療世界游泳池

一、介紹

臺南市臺南水都水療世界游泳池是與臺南市政府合作，以 B.O.T. 方式改造臺南市立游泳池之新興泳池，是一具有功能性水療游泳俱樂部。整體設施有：室外五十米標準競賽游泳池、兒童滑水道、親水區、室內二十五米溫水游泳池、三溫暖、水療區、健身房、體適能中心、舞蹈教室、美容館、美髮館、餐飲部、藥蒸、藥浴及塑身保健區等。

其中水療區設施多元，分別有：臭氧 SPA、塑胸按摩池、鹽水 SPA、腳底按摩池、沖擊泉、頭頸式按摩泉、蒸汽浴烤箱、瀑布按摩泉、漂漂河、脊椎按摩、遠紅外線烤箱、腎臟按摩、下肢按摩保養泉、冰水湧泉、協躺氣泡按摩床等。

二、費用說明

(一) 會員

會員類別	入會費	年費	備註
個人	3000	17000	
家庭會員	5000	25000	夫妻
副卡		10000	現直系親屬

(二) 單一票價

類別	成人	軍警學生	兒童
單票	200	150	100
十卡票	1800	1350	900
票本(100張)	14000		

三、經營者介紹

總經理 林義仁先生

學 歷：美國印第安納大學游泳訓練班

日本鹿兒島運動生理學研究所

日本筑波大學水適能 (Aqua Fitness)

中國文化大學體育系畢業

經 歷：臺泳企業股份有限公司	總經理
中國大連市藍波島水療世界	副董事長
行政院衛生署水質稽查人員講習班	講師
體委會水質管理人講習班	講師
國際奧委會 (I.O.C)	游泳教練
國際泳聯 (F.I.N.A)	國際裁判
日本水中運動協會 (J.A.A) 水中有氧	國際教練
中華民國紅十字會水上安全	教練
中國文化大學體育系	講師

規劃經歷：嘉南藥理大學休閒保健系教學美容儀器設備規劃
 中國大連市藍波島水療世界規劃案
 臺南市立游泳池 B.O.T.委外經營規劃案
 東帝士集團臺北金典俱樂部運修部水療規劃
 統一集團統合城市俱樂部臺中臺南分部水療規劃
 中國福州海浪游泳池改建工程
 臺中美誼健康俱樂部新建工程
 高雄瑞豐健康俱樂部新建工程
 臺中國產實業名仕俱樂部新建工程
 高雄國產實業名仕俱樂部新建工程
 高雄世韻健康俱樂部新建工程
 高雄凱伊拉克健康俱樂部新建工程

附錄 B

專家效度

問卷進行專家效度所請益之專家有：

- | | |
|---------------------|--------|
| 國立臺灣體育學院休閒運動管理研究所所長 | 李明榮 教授 |
| 大葉大學工業工程系系主任 | 吳泰熙 教授 |
| 國立臺灣體育學院體育學系副教授 | 林文郎 博士 |
| 臺南市臺南水都水療世界游泳池總經理 | 林義仁 先生 |
| 臺中市大新店游泳池救生組組長 | 林育麟 先生 |

附錄 C 消費者選擇游泳池之考量因素與泳池價格彈性之研究

問卷調查

各位愛好游泳運動的朋友們：

您好！首先非常感謝您能撥出時間填寫這份問卷，因為您提供寶貴的資訊，能促使本研究的內容更加完整。

本問卷主要是為了瞭解游泳運動之參與者的人口特徵、選擇游泳池時所考慮的因素及其需求的價格彈性。本研究結果除了提供給臺南水都室內溫水游泳池做為游泳池經營之參考外，並將提供給國內其他游泳池業者做為改善游泳池經營管理的參考。

此外，本研究所有的資料僅做為學術研究之用，因此，問卷採不計名的方式，對外絕對保密，您可以放心依實際情形填答。您的短短幾分鐘，對我而言有莫大的助益，也是本研究成功的關鍵，懇請您的協助與支持，並請您在填妥之後，交給現場的工作人員即可。再次向您致上十二萬分的謝意。

敬祝

身體健康 萬事如意

國立臺灣體育學院體育研究所休閒運動組
研究生 許家榮 敬上 91.02

本問卷欲瞭解游泳運動參與者的人口特徵、選擇游泳池時所考慮的因素和需求的價格彈性，請依實際情況勾選和填寫。謝謝。

一、基本資料：

- 1、性別：男 女
- 2、請問您是否有游泳的習慣：有 沒有（或隨性參與）
- 3、請問您到本游泳池主要目的是：游泳為主，使用其他設施為其次
使用其他設施為主，游泳為其次
- 4、年齡：20歲以下 21-30歲 31-40歲 41-50歲 51-60歲
61歲以上
- 5、教育程度：小學以下 國中 高中（職） 大專院校 研究所以上
- 6、所得：20000元（含）以下 20001-40000元 40001-60000元
60001-80000元 80001元以上
- 7、職業：學生 公教人員 軍警人員 自由業 家管 農
民營企業資本主 民營企業受僱人員 其他
- 8、平均每個月游泳的次數為：5次以內 5-9次 10-14次
15-19次 20次（含）以上
- 9、每個月花費在運動上的費用：
2000元（含）以下 2001-4000元 4001-6000元
6001-8000元 8001-10000元 10001元以上
- 10、每個月花費在游泳運動的費用為：
1000元（含）以下 1001-2000元 2001-3000元
3001-4000元 4001-5000元 5001元以上

11、當您的所得每月低於多少錢時，則不願意或無法繼續參與游泳運動：

- 20000 元以下 30000 元以下 40000 元以下 50000 元以下
 60000 元以下

12、前往本泳池的路途時間約為：

- 10 分鐘內 20 分鐘內 30 分鐘內 40 分鐘內 超過 40 分鐘

13、當抵達泳池所花的路途時間超過幾分鐘時，我就不會到該家泳池消費：

- 10 分鐘以上 20 分鐘以上 30 分鐘以上 40 分鐘以上 50 分鐘以上

14、請問您每次從進入游泳池游泳到游完後更衣出場平均所花的時間為：

- 30 分鐘（以內） 31-45 分鐘 46-60 分鐘 61-75 分鐘
 76-90 分鐘 91 分鐘以上

15、若是無法進行游泳運動，請問您會參與何種運動來替代：_____。

二、請問您在選擇游泳池時，對下列因素的重視程度為何？

	非 常 重 視	重 視	無 意 見	不 重 視	非 常 不 重 視
1、是較大規模的游泳池.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2、有較多的設施類別.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3、有三溫暖設施（如：烤箱、蒸氣室等）.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4、有水療設施（如：按摩池、沖擊泉等）.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5、有藥浴池設施.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6、有滑水道.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7、有健身房.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8、有規劃長距離專用泳道.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9、有兒童專用設施.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10、有美容中心.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11、有餐飲部門.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12、有咖啡廣場（廳）.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13、場內有躺椅休息區.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14、有醫務室.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15、有按摩中心.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16、有游泳教學課程.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17、有水中有氧教學課程.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18、場地清潔.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19、游泳池沒有設在地下室.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20、有開闊的視野.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- 21、採光照度明亮.....
- 22、水質良好.....
- 23、是溫水游泳池.....
- 24、是室內游泳池.....
- 25、空氣品質良好.....
- 26、服務人員的態度佳.....
- 27、服務人員的專業程度高.....
- 28、救生員充足.....
- 29、入場卷價格較低.....
- 30、離家較近.....
- 31、設於大學旁.....
- 32、停車方便.....
- 33、其他泳池的價格太高.....
- 34、有會員制.....
- 35、經常打折.....
- 36、售有比單一入場卷還便宜的卡票、回數票.....

三、在這次消費後，請問：

1、您下一次要游泳時還會再次光臨本游泳池嗎？

會（請跳到第四選項） 不會（請續答第2題）

2、不願再次到本泳池消費的原因是（可複選）：

價格太高 服務人員態度不佳 停車不便 離家太遠

開放時間無法配合

對於設施不滿意，請舉例：_____。

其他原因，請舉例：_____。

四、就這間游泳池的設備來說，請問：

1、您認為一張游泳池入場卷，全票的合理票價應為多少錢：_____元/張。

2、當一張門票的價格超過多少錢時，您可能就不願意或無法消費了：

_____元/張。

3、您認為會員一年的年費，合理價格應為多少錢：

_____元/年（限會員填答）。

4、當年會員一年的年費超過多少錢時，您可能就不願意或無法消費了：

_____元/年。

5、您有軍警學生、兒童等身分的家人，請您續答下列問題：

軍警學生票的合理票價應為：_____元/張；

兒童票的合理票價應為：_____元/張。

本問卷到此全部結束，再次感謝您的合作，謝謝！