

深度剖析邱煜庭(小黑老師):形塑台灣電商格局的策略家

第一節:執行摘要:產業關鍵要角之輪廓

邱煜庭, 業界更廣為人知的稱號是「小黑老師」, 是台灣數位行銷與電子商務教育領域的卓越人物。他不僅僅是一名講師, 更是一位策略家、顧問, 以及產業生態系統的建構者。他的影響力源於一套以「集客式行銷」(Inbound Marketing)為核心的哲學, 並成功地將其調整應用於台灣市場, 強調透過搜尋引擎優化(SEO)與內容行銷等方式建立可持續的數位資產, 而非全然依賴付費廣告¹。

他的專業技能涵蓋多個層面, 包括白帽SEO、成效型廣告(Google/Meta)、虛實融合(OMO)整合, 以及至關重要的商業基礎分析, 如獲利能力與產品生命週期管理。他因其「肉搏戰策略」的實戰風格而備受讚譽, 此稱號反映出他注重實務、以結果為導向的教學與顧問方法³。

其主要的事業體「燒賣研究所」, 不僅是一個培訓中心, 更被定位為「電商人的培養皿」⁴。此定位體現了一種著重於建立長期社群與生態系統的商業模式, 而非僅提供一次性的課程銷售。憑藉其透明、不藏私的教學風格, 他被譽為眾多行銷人員的「啟蒙老師」⁵。總體而言, 邱煜庭的恆久價值在於他能將複雜的數位策略化繁為簡, 並將其與企業最核心的目標——實現可獲利的成長——緊密連結。

第二節:「小黑老師」的專業品牌剖析

邱煜庭的專業形象與其品牌「小黑老師」的成功塑造密不可分。此品牌不僅是一個稱號, 更是其在市場中建立權威與親和力的關鍵資產。

稱號的力量

「小黑老師」這個稱號的組合極具策略性。「小黑」是一個常見且平易近人的暱稱，能有效拉近與學員和客戶之間的專業距離¹。他本人亦多次表示希望大家稱呼他為「小黑」，這是一項有意識的品牌經營選擇，旨在培養更緊密的社群關係¹。而「老師」一詞則直接確立了他在知識傳授上的權威性與教學角色。這兩者的結合，成功打造了一個既具備專業信賴感又易於親近的品牌形象。

務實專家的形象投射

他的品牌建立在務實與直接的聲譽之上。許多學員的回饋中提到，他的教學內容並非空談「高級話」或分享無關的案例，而是提供能夠立即執行的具體步驟⁶。這種形象透過他自信的教學態度得到進一步強化。有學員提及，他會在課程介紹中直言「如果你簡報看得懂就不用來上課」，這投射出一位老師的自信，其價值在於深度且實用的詮釋，而非僅提供表層資訊⁶。這種「不廢話」的風格，正中許多渴望解決實際問題的企業主與行銷人員的需求。

數位與視覺形象

他的數位足跡，例如其YouTube頻道「@backtrue」，內容涵蓋專業行銷知識與個人美食分享⁷。這種「頭腦跟味蕾都」兼顧的雙重主題，進一步將他的品牌人性化，使其比純粹的企業顧問更具親和力與記憶點。此外，他的部落格「小黑老師的網路行銷零元本舖」，其命名本身就強化了提供實用價值與基礎知識的品牌承諾，其中「零元本舖」一詞更暗示了其知識的易得性與根本性⁸。

在競爭激烈的專家市場中，「小黑老師」的品牌定位展現了高超的市場策略。他刻意避開了傳統「大師」或「學術巨擘」的形象，轉而選擇成為一名「站在第一線的導師」。台灣的行銷教育市場充滿了各類專家，要脫穎而出必須有獨特的價值主張。許多中小企業主或行銷人員對於那些言必稱理論卻缺乏實戰經驗的顧問抱持懷疑態度⁶。邱煜庭透過建立「小黑老師」這個平易近人、直接務實、專注於「肉搏戰」策略的品牌形象，直接回應了市場的此一痛點。這個品牌不僅是他的身份標識，更是針對特定市場需求的直接解方，從而建立了深厚的信任感，並與那些重視實際成果的目標受眾產生了深刻共鳴。

第三節：職涯軌跡：從企業行銷人到業界權威

邱煜庭的職業生涯展現了一條清晰的發展路徑，從技術與企劃的基層角色，逐步晉升至大型企業的策略管理層，最終成為獨立的產業權威與企業家。

奠基時期：從底層建構專業

他的早期職業生涯涵蓋了MIS(資訊管理系統)、網站企劃與網路行銷企劃等職位¹。這些經歷為他打下了堅實的技術基礎，使他深刻理解行銷策略賴以執行的底層技術架構。這段時期的歷練，讓他不僅僅是紙上談兵的行銷人，更是懂得技術實現的實踐者。

企業領導與跨國經驗

其後，他擔任了「uitox 全球電子商務集團」的行銷總監以及「百腦匯(中國)總部」的行銷經理³。這些高階職位賦予他宏觀的策略管理視野與預算控管能力。尤其重要的是，他在競爭激烈的中國市場累積了實戰經驗，這使他精通百度(Baidu)的SEO操作，成為其專業技能中的一大亮點與差異化優勢¹。這段跨足兩岸的資歷，讓他對不同市場的網路生態有著更全面的洞察。

創業飛躍：顧問與教育事業

最終，他轉型為全職的顧問與教育工作者，創立了「煜言顧問有限公司」⁵，並擔任「燒賣研究所」的首席顧問以及「BVG銳齊科技」的副總經理³。這種多元化的事業組合，顯示出他將自身專業知識透過多重管道規模化的策略性佈局。

關鍵釐清：同名人士之辨識

在進行背景研究時，必須明確指出，公開資料中存在兩位名為「邱煜庭」的專業人士。為確保報告的準確性，特此澄清：

- 行銷專家(小黑老師):本報告的主角，擁有超過15年的行銷資歷，為《網路集客力》一書的作者，並與燒賣研究所、uitox、百腦匯等機構有密切關聯³。
- 新聞記者:另一位邱煜庭先生，畢業於國立中正大學傳播學系(2016-2020年)，曾任職於中嘉數位股份有限公司擔任記者¹¹。

此項釐清對於維持報告的嚴謹性至關重要，後續所有分析均聚焦於前者，即行銷專家邱煜庭(小黑老師)。

下表總結了邱煜庭(小黑老師)的專業經歷，突顯其多元且高階的經驗累積。

表1: 專業經歷時間軸

職位/角色	公司/機構	核心職責與成就
首席顧問 / 副總經理 / 創辦人	燒賣研究所 / BVG銳齊科技 / 煜言顧問有限公司	領導數位行銷顧問服務，建立電商教育生態系統，提供企業內訓與策略規劃 ³ 。
行銷總監	uitox 全球電子商務集團	負責集團全球電子商務的行銷策略與執行 ³ 。
行銷經理	百腦匯(中國)總部	掌管中國區總部的行銷業務，累積中國市場實戰經驗，包含百度SEO操作 ² 。
MIS / 網站企劃 / 網路行銷企劃	(早期經歷)	負責技術系統維護、網站功能規劃與早期網路行銷執行，奠定技術與企劃基礎 ¹ 。

他的職業道路不僅是一連串的工作經歷，更是一套構建其「全棧式」信譽的敘事。他從執行的「如何做」(技術實現)，到規劃的「做什麼」(行銷企劃)，再到決策的「為何做」(商業策略與盈虧)，這段完整的歷程賦予他一種獨特的整合性視角，這也是他作為顧問與講師權威性的根基。當他教學或提供諮詢時，他並非複述教科書理論，而是從一個涵蓋技術、執行、策略到商業營運的深度經驗庫中提取智慧。這種「全棧式」的背景，正是他專業信譽的核心引擎與市場成功的關鍵因素。

第四節: 核心哲學: 倡導「集客式行銷」

邱煜庭的教學與顧問事業，始終圍繞著一個核心理念——「集客式行銷」(Inbound Marketing)。他不僅是此概念的早期引進者，更是台灣市場上最重要且最成功的推廣者之一¹。

在「小黑老師」脈絡下的「集客式行銷」定義

他被明確定位為集客式行銷的「推廣者」¹。在他的詮釋下，這不僅是一個行銷術語，而是一個完整的策略框架。其核心在於透過提供有價值的內容與個人化的體驗來吸引顧客，而非以干擾式的「推播式」行銷(Outbound Marketing)強行觸及消費者。他所強調的關鍵組成部分包括搜尋引擎優化(SEO)、內容創作(如部落格、影音)以及社群經營⁶。

「為何選擇集客式行銷」: 建立可持續的商業資產

此哲學之所以成為其教學核心，在於集客式行銷能夠創造長期的數位資產。例如，排名良好的部落格文章、高權威性的網站域名，這些資產能隨著時間推移，持續不斷地帶來潛在客戶與銷售，從而降低企業對日益昂貴的廣告支出的依賴。這種理念與他目標受眾(中小型企业主與創業者)的需求高度契合，因為他們通常預算有限，並尋求可持續的成長模式。

權威著作:《網路集客力》

他的著作《網路集客力》，由知名的城邦集團PcUser出版，可謂其行銷哲學的奠基之作¹。書名本身就精準地概括了他的核心思想。這本書的出版，不僅鞏固了他在該領域的思想領袖地位，也為其知識產權提供了一個具體的載體。

實踐應用: 從理論到「真·集客式行銷」

值得注意的是，有學員的評價中特別讚譽他的課程為「真·集客式行銷」⁶。這暗示他的方法

論是真實且務實的，而非市場上一些被稀釋或過度簡化的版本。這也表明，他所教授的並非一套僵化的教條，而是一個能夠靈活整合其他行銷手段（包括付費廣告）以達成商業目標的彈性系統。

他對集客式行銷的倡導，不僅是一種個人偏好，更是在當今數位行銷論述中提出的一種策略性「反敘事」。當前許多關於數位行銷的討論，特別是在電商領域，往往過度集中於短期指標，如廣告回報率（ROAS）、單次轉換成本（CPA）等，這容易使企業陷入不斷追加廣告預算的「倉鼠輪」困境。集客式行銷以其對SEO和內容的重視，提供了一條專注於建立長期資產的替代路徑，這是一場更講求策略與耐心的慢賽局。透過將自己定位為此方法的領先倡導者，邱煜庭成功地開闢了一個獨特的市場區隔。他所銷售的不僅是戰術，更是一種更具韌性與可持續性的商業哲學，這對於那些已經歷過廣告依賴之痛，並尋求建立長久品牌價值的成熟企業主而言，極具吸引力。

第五節：實踐者的工具箱：多領域的專業技能

學員們為他冠上的「肉搏戰策略」講師封號，精準地捕捉了他親力親為、注重實效的專業風格，也將他與純理論派的顧問區分開來³。這個稱號可作為框架，用以剖析他涵蓋多個領域的實戰工具箱。

領域一：搜尋引擎制霸（SEO & PPC）

- **白帽SEO**：他是橫跨多個主流搜尋引擎的白帽SEO專家，專業範圍不僅包括Google和Bing，更涵蓋了在台灣市場中相對稀缺的百度SEO技能¹。這種跨引擎的專業能力，特別是對中國市場的了解，構成了他獨特的競爭優勢。
- **成效型廣告（PPC）**：他的專業不僅限於自然搜尋。他在Hahow好學校開設的課程，便著重於將Google Ads與SEO結合，以實現全面的搜尋引擎結果頁（SERP）佈局策略⁵。同時，在他於燒賣研究所、PressPlay等平台上的課程中，Meta（Facebook/IG）廣告與Google Ads的操作教學也佔有核心地位¹⁵。

領域二：全方位電商策略

- **OMO/O2O 虛實整合**：他被譽為台灣少數能同時精通虛擬與實體行銷的專家，擅長

OMO (Online-Merge-Offline) 與 O2O 策略¹。這表明他深刻理解顧客旅程並非純粹發生在線上，而是橫跨多個通路。

- 商業底層邏輯：他的「BTB 電商結構學」(Back to Business E-commerce Structure) 課程，內容已超越單純的行銷技巧，深入到企業經營的核心原則，包括成本結構分析、產品生命週期管理(導入期、成長期、成熟期)、定價策略與顧客終身價值計算¹⁶。這將他的教學層次從行銷提升至商業管理的維度。

領域三：社群與內容行銷

- 他強調社群的建立應圍繞共同興趣，以促進成員間的互動與交流¹⁴。
- 在他的策略藍圖中，內容行銷與意見領袖(KOL/KOC)的運用是建立品牌認知度與口碑的關鍵環節，這點在其BTB課程的架構中有詳細闡述¹⁶。

下表系統性地拆解了他的核心專業技能，展現其知識的廣度與深度。

表2：核心專業與關鍵概念

專業領域	特定技能	關鍵概念/方法
搜尋引擎行銷	白帽SEO (Google, Bing, 百度)	建立長期數位資產，符合搜尋引擎規範，跨市場操作 ¹ 。
	成效型廣告 (Google/Meta Ads)	整合SEO與PPC進行SERP佈局，提升精準銷售力，數據驅動優化 ⁵ 。
全方位電商	OMO/O2O 虛實整合	打通線上線下顧客旅程，雙向導流，提升整體顧客體驗 ¹ 。
	商業營運分析 (BTB)	回歸商業本質，分析成本結構、產品生命週期、定價策略、顧客終身價值 ¹⁶ 。
內容與社群	內容行銷與KOL/KOC合作	透過有價內容吸引潛在客群，串連網紅與意見領袖創造口碑推薦 ¹⁶ 。
	社群經營	圍繞共同興趣建立社群，深化互動，提升顧客忠誠度 ¹⁴ 。

第六節：教育者的帝國：「燒賣研究所」及其生態系統分析

邱煜庭的影響力不僅來自其個人顧問事業，更體現在他一手打造的教育平台——「燒賣研究所」。這不僅是一個事業體，更是一個精心設計的商業生態系統。

品牌定位與命名

「燒賣研究所」的命名極具巧思。「燒賣」取自零售的台語諧音，直接點明其專注於電商與零售產業的定位¹⁷。而「研究所」一詞，則將其與普通補習班區隔開來，賦予其深度、研究與高階學習的意涵。其標語「電商人的培養皿」⁴，更是一個強而有力的定位宣言，暗示這是一個提供養分、促進成長的培育環境，而非一次性的知識交易場所。

商業模式與課程規劃

- 分層且高價值的課程：燒賣研究所的課程定價屬於高階市場，完整的「學程」動輒數萬新台幣（例如40,000元、55,000元至99,000元不等）¹。這表明其目標客群為企業主、高階經理人等願意為專業發展進行重大投資的B2B或高階B2C客戶。
- 系統化課程架構：以「BTB電商結構學」為例，課程內容圍繞產品生命週期的不同階段進行系統化設計，為學員提供了清晰的學習路徑¹⁶。
- 實用工具作為核心價值：其課程的一大賣點是提供具體的實用工具，例如BTB課程中包含的「14張電商實作報表」¹⁶。這些工具為學員提供了可立即應用於工作中的有形資產，大幅提升了課程的附加價值。

生態系統的構建

- 社群與支持系統：該模式包含強大的課後支持。學員可以組成學習小組，共同解決實務上遇到的難題⁶。
- 獨特的「回訓」制度：燒賣研究所提供極具吸引力的回訓政策，舊生僅需支付象徵性的行政費用，即可重新上課¹。這項政策不僅是強大的客戶忠誠度工具，更強化了「培養

皿」的社群概念，確保學員能持續更新知識。

- 多平台延伸策略：以燒賣研究所為核心基地，他同時將觸角延伸至Hahow好學校、PressPlay、蝦皮大學等不同平台，針對不同受眾與價格帶，提供客製化的內容，實現影響力的最大化⁵。

下表概述了他的主要教育產品，展示其多通路佈局與分層價值主張。

表3：教育產品概覽

平台	課程名稱(舉例)	形式	價格區間(新台幣)	目標受眾
燒賣研究所	行銷策略實戰學程	數位+實體混成	\$99,000	企業主、高階行銷主管
	Google Ads 廣告學程	數位+實體混成	\$75,000	廣告投手、行銷經理
	黑力集客大師班	線上	\$999	行銷入門者、對概念有興趣者
PressPlay	BTB電商結構學	線上	\$9,999 - \$12,800	電商品牌主、行銷從業人員
Hahow好學校	搜尋引擎行銷實戰	線上	\$2,980	行銷人員、欲學習SEO+Ads整合者
蝦皮大學	(各類電商講座)	線上/線下講座	依課程而定	蝦皮平台賣家

燒賣研究所不僅是一個成功的商業項目，它更是一道深厚的「經濟護城河」。一個標準的線上課程很容易被商品化，交易結束後關係也隨之終止。然而，燒賣研究所的模式將一次性的交易轉化為長期的關係。從「培養皿」的品牌概念，到學員間的討論社群，特別是獨一無二的「回訓」制度，共同創造了一個黏著度極高的生態系統。一位投資了數萬元並能享受回訓服務及社群支持的學員，在未來有新的學習需求時，轉換到其他平台的可能性極低，因為他已經被深度嵌入這個生態系中。隨著學員人數增加，社群的價值（即網絡效應）對每個人而言都會提升。因此，這個商業模式本身就是一個難以被競爭對手複製的強大優勢，它保護了邱煜庭的市場地位，並確保了超越單純課程銷售的長期收益。同時，這個生態系統也為他更高階的顧問服務，源源不絕地輸送著潛在客戶。

第七節：市場衝擊與影響力：衡量「小黑效應」

邱煜庭在台灣行銷界所產生的影響，可以從他獲得的聲譽、學員的評價以及他在產業人才培育上的貢獻等多個維度進行評估。

「啟蒙老師」的角色

他被譽為許多行銷專業人士的「啟蒙老師」，已成功引導超過千名學員踏入行銷領域⁵。這證明了他對台灣行銷產業人才庫的基礎性貢獻。更深遠的影響在於，他還培養了數十位行銷講師及顧問，產生了「教練的教練」效應，使其影響力以倍數擴散⁵。

「不藏私」的聲譽

「不藏私」是學員評價中反覆出現的主題。許多人對他「沒有藏私的直接公開到底該怎麼操作」的教學態度印象深刻⁶。在一個傳統上被認為相對「封閉」的行銷圈子裡，他這種開放透明的風格成為其關鍵的差異化優勢，也為他贏得了學員深度的信任與忠誠⁶。

顧客之聲：綜合學員評價

- 高度實用性：學員們普遍稱讚其課程內容能夠「上完課以後就可以馬上回去優化執行」，具備極高的實用價值⁶。
- 系統化方法論：他不僅教授工具操作，更傳授策略背後的「邏輯以及系統化的佈局」，幫助學員避免「盲做與忙做」，從而提升工作效率與成效¹⁵。
- 對新手友善：儘管課程內容涵蓋高階概念，但他的教學風格對新手相當友善（「對於新手小白是相當友善」），能夠循序漸進地幫助初學者理解複雜的投放邏輯¹⁵。

超越教室的思想領導力

他的著作《網路集客力》與個人部落格，是他向更廣泛受眾傳播其思想的重要管道⁸。此外，

他在各大院校(如世新大學、政治大學、臺北科技大學)、產業公協會(如資策會、中小企業總會)以及企業內部(如全家便利商店、台灣金融研訓院)的授課與演講經歷,進一步鞏固了他在學術界、產業界及企業界備受推崇的權威地位³。

第八節:總結分析:「回歸商業本質」策略家的恆久價值

綜合分析,邱煜庭(小黑老師)的最終價值主張,在於他對商業根本原則的執著。他所推出的「BTB」(Back to Business)課程,其名稱本身就是此一哲學最精煉的表達¹⁷。

他成功地在宏觀的行銷理論(如集客式行銷)與充滿挑戰的市場「肉搏戰」現實之間,搭建起一座堅實的橋樑³。他不僅提供「做什麼」和「為何做」的策略藍圖,更給出「如何做」的具體指南,甚至附上可直接使用的電子表格與步驟詳解¹⁶。

在一個時常被短暫趨勢與新興科技(如人工智慧的興起)所迷惑的產業中,他專注於那些永恆的商業原則——成本結構、顧客價值、可持續的資產累積——確保了他的理論與方法具有長久的生命力。他所銷售的並非一時的捷徑或技巧,而是一套經得起時間考驗的、可持續的商業方法論。

最終評估,邱煜庭(小黑老師)已不僅僅是一位行銷講師。他是台灣現代電商專業技能的關鍵建構者,集策略家、導師與強大教育生態系統的創造者於一身。他的影響力,不僅體現在他所教授的學生數量,更體現在他協助建立的眾多成功且可持續發展的企業之中。

引用的著作

1. 【線上】黑力集客大師班:數位策略概念班(3H) - 燒賣研究所, 檢索日期:7月 9, 2025, <https://www.shumai.com.tw/inbound-marketing-backtrue-base>
2. 邱煜庭 - 數位時代, 檢索日期:7月 9, 2025, <https://www.bnext.com.tw/author/916>
3. 邱煜庭小黑老師| 燒賣研究所:電商人的培養皿, 檢索日期:7月 9, 2025, https://www.shumai.com.tw/backtrue?utm_source=facebook&utm_medium=pg_post&utm_campaign=220312_%E8%AC%9B%E5%B8%AB%E9%A0%81_%E9%82%B1%E7%85%9C%E5%BA%AD_wt
4. 邱煜庭的搜尋結果 - 燒賣研究所, 檢索日期:7月 9, 2025, https://www.shumai.com.tw/index.php?route=product/search&filter_name=%E9%82%B1%E7%85%9C%E5%BA%AD
5. 邱煜庭的檔案- Hahow 好學校, 檢索日期:7月 9, 2025, <https://hahow.in/@61836acfb7fe1c00067d56f8>
6. 從不懂數位行銷到SEO 顧問, 你應該要認識的講師, 邱煜庭(小黑 ..., 檢索日期:7月 9, 2025, <https://medium.com/vito-hsu/%E5%BE%9E%E4%B8%8D%E6%87%82%E6%95%B>

[8%E4%BD%8D%E8%A1%8C%E9%8A%B7%E5%88%B0%E7%95%B6%E5%88%B0-seo-%E9%A1%A7%E5%95%8F-%E4%BD%A0%E6%87%89%E8%A9%B2%E8%A6%81%E8%AA%8D%E8%AD%98%E7%9A%84%E8%AC%9B%E5%B8%AB-%E9%82%B1%E7%85%9C%E5%BA%AD-%E5%B0%8F%E9%BB%91-6c59017f2f11](https://www.youtube.com/@backtrue)

7. 邱煜庭(邱小黑) - YouTube, 檢索日期: 7月 9, 2025,
<https://www.youtube.com/@backtrue>
8. 小黑老師的網路行銷零元本鋪|你的網路行銷教練 | 痞客邦, 檢索日期: 7月 9, 2025,
<https://epromotor.pixnet.net/blog>
9. 中華民國職工福利發展協會- 師資陣容- 邱煜庭, 檢索日期: 7月 9, 2025,
<http://vip.asia-learning.com/ewda2/teacher/teacherintro/5851>
10. 邱煜庭小黑老師- 2025 電商講師推薦 - 蝦皮大學, 檢索日期: 7月 9, 2025,
<https://university.shopee.tw/Lecturer/208>
11. 邱煜庭 - Cake, 檢索日期: 7月 9, 2025,
<https://www.cake.me/chiuchun1023-00969f>
12. 邱煜庭| 文字&攝影記者| 中嘉數位股份有限公司 - 104人才社群, 檢索日期: 7月 9, 2025,
https://profile.104.com.tw/profile/5799efd2-b733-486c-852f-c91bc7cbff02/about?utm_source=104&utm_medium=resumes
13. 邱煜庭- 新聞工作者, 電影/ 電視/ 影像製作, 影音後製人員| Cake, 檢索日期: 7月 9, 2025, <https://www.cake.me/me/chiuchun1023?locale=zh-TW>
14. L.A.B.S 的社群行銷概念| PPT, 檢索日期: 7月 9, 2025,
<https://www.slideshare.net/slideshow/labs-49674995/49674995>
15. FB廣告自學攻略 | 從0打造你的行銷漏斗| 商業思維課程 - PressPlay, 檢索日期: 7月 9, 2025,
<https://www.pressplay.cc/project/B0FF567368A5F2772E2017748AD9FFE7/about>
16. BTB電商結構學 | 掌握商品熱賣心法| 商業思維課程 - PressPlay, 檢索日期: 7月 9, 2025,
<https://www.pressplay.cc/project/47375E171E340A3418D35E8696E6FC50/about>
17. 邱煜庭 | 電商是一門學問: 會說的人很多, 能做的人寥寥無幾 - 小人物雜誌 UNBIGGIE, 檢索日期: 7月 9, 2025,
<https://unbiggie.com/guides/learing/academy/2022/09/16/shumaibtbt/>
18. 邱煜庭／小黑- 2025 電商講師推薦 - 蝦皮大學, 檢索日期: 7月 9, 2025,
<https://university.shopee.tw/Lecturer/46>
19. 邱煜庭- 小黑 | 網路行銷講師及顧問 - Supr.One, 檢索日期: 7月 9, 2025,
<https://supr.one/1pO1k13a/post/5d9c2ad0e4b047af0fdb234d>