

傳統糕餅舖成功轉型之經營行銷手法分析— 以金龍彩股份有限公司為例



第六組

組長：呂家如

組員：朱翊維

林芷亦

翁子婷

指導老師：董瓊雲

目錄

- 壹、前言
- 1-1研究背景與動機
- 1-2研究目的
- 1-3研究流程圖
- 貳、正文
- 2-1傳統糕餅產業定義及如何行銷
- 2-2糕餅業面臨之困境及轉型原因
- 2-3何謂SWOT分析
- 2-4研究方法
- 2-5、公司簡介
- 2-6、行銷組合 4P
- 2-7、SWOT分析
- 參、結論
- 一、研究結論
- 二、未來具體經營建議
- 肆、引註資料

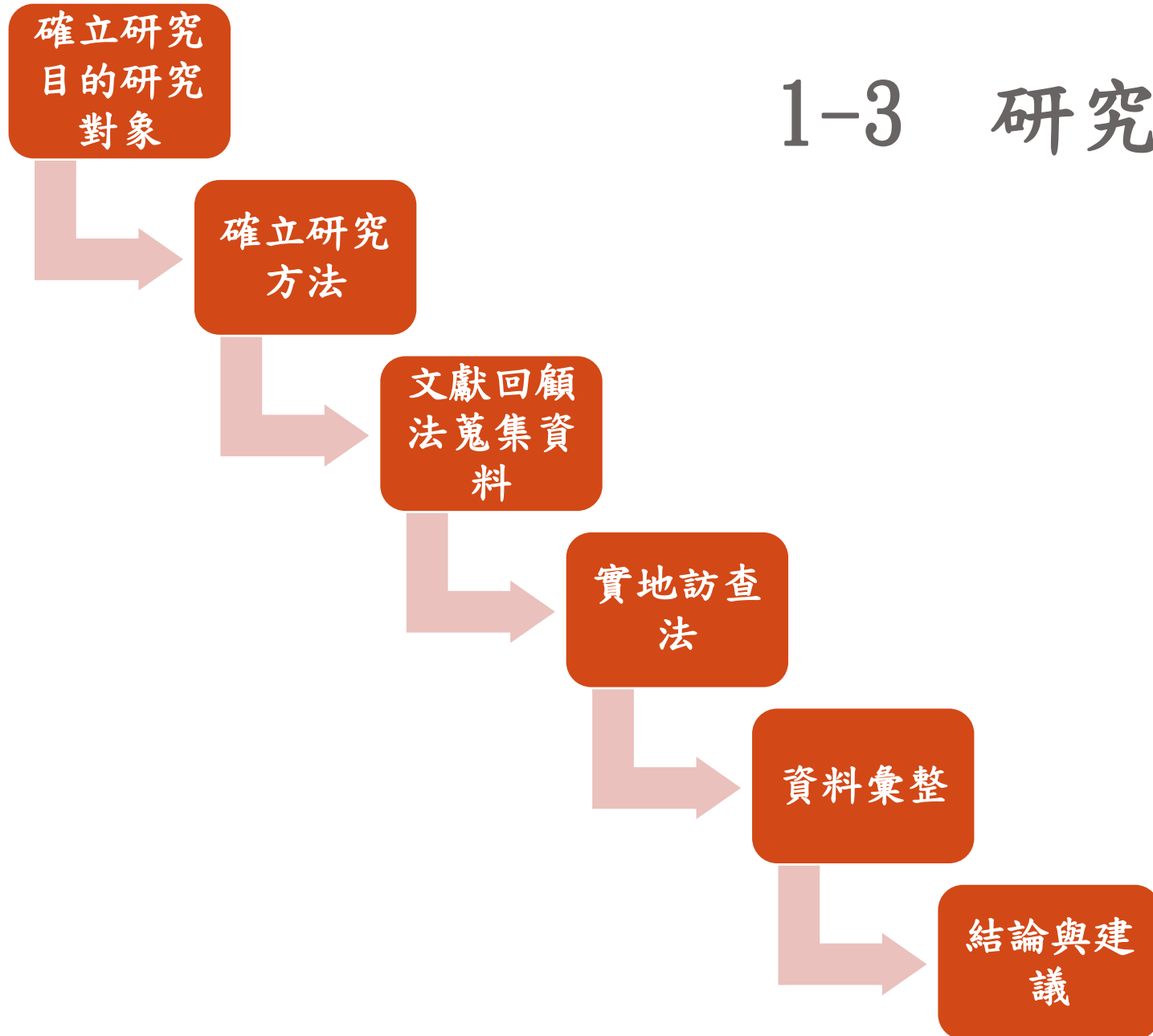
1-1 研究背景與動機

- 清朝康熙的時候，漢人大量移民台灣，歷經三百五十年開墾發展，台灣美食隨著開墾的發展，台灣出現獨特的米食糕點，其中「糕仔」是最具代表性之一。
- 由於時代的變遷，傳統的糕餅已無法滿足現代人多樣化的需求，而「健康養生」的觀念也越來越受到重視，因為我們想探討「金龍彩」到底是如何成功轉型，繼續在烘焙業中保有屹立不搖的地位。

1-2研究目的

- 透過本研究我們小組希望達成以下之目的：
 - 1. 瞭解傳統糕餅業行銷策略及面臨困境。
 - 2. 金龍彩是如何轉型成功？
 - 3. 經由SWOT及4P來瞭解企業之現況，以建議未來之行銷策略。

1-3 研究流程



2-1 傳統糕餅產業定義及如何行銷

- 地方性以及與時俱進的創新精神，使台灣傳統糕餅與其他華人地區的糕點有所區隔，成為獨特的台灣口味，以伴手禮的形式暢銷至其他國家，顯見台灣傳統糕餅的特殊性與代表性。（台灣好味道—台灣糕餅）
- 施顏祥〈2002〉。台灣應以既有的資源及技術為核心，並採用新思維進行改造，才能維持國家經濟榮景。不僅要積極改善投資環境，也要強化研發及技術，促使傳統產業再升級。企業必須強化創新、管理及相關資源的整合。

2-2糕餅業面臨之困境及轉型原因

- 由於西式糕餅業引進、家庭與社會結構變遷等因素，消費者喜好改變，使傳統糕餅業生意每況愈下。
- 同業為了吸引顧客消費，陸續推出折扣優惠，甚至降價競爭，破壞市場價格，導致業者獲利減少，紛紛面臨倒閉危機。
- 經營方式亦是一大問題，隨著現代人生活步調緊湊、空閒時間少，傳統店面式銷售很難吸引外地顧客專程前往消費。
- 性質相近的糕餅業林立、商品同質性高，若缺乏各自的獨特性，或者適當的行銷廣告，這些傳統老店很難在現今市場上競爭。

2-3何謂SWOT分析

Strength：優勢

列出企業內部優勢：

- ◎ 人才方面具有何優勢？
- ◎ 產品有什麼優勢？
- ◎ 有什麼新技術？
- ◎ 有何成功的策略運用？
- ◎ 為何能吸引客戶上門？

Weakness：劣勢

列出企業內部劣勢：

- ◎ 公司整體組織架構的缺失為何？
- ◎ 技術、設備是否不足？
- ◎ 政策執行失敗的原因為何？
- ◎ 哪些是公司做不到的？
- ◎ 無法滿足哪一類型客戶？

Opportunity：機會

列出企業外部機會：

- ◎ 有什麼適合的新商機？
- ◎ 如何強化產品之市場區隔？
- ◎ 可提供哪些新技術與服務？
- ◎ 政經情勢的變化有哪些有利機會？
- ◎ 企業未來10年之發展為何？

Threat：威脅

列出企業外部威脅：

- ◎ 大環境近來有何改變？
- ◎ 競爭者近來的動向為何？
- ◎ 是否無法跟上消費者需求的改變？
- ◎ 政經情勢有哪些不利企業的變化？
- ◎ 哪些因素的改變將威脅企業生存？

2-4研究方法

- (一)文獻分析法

本組同學先上網搜尋個案研究對象之簡介，在小組成員閱讀及分享過後，擬定所欲探討的內容及綱要，經過再三的修訂，以作為實地訪談時提出的問題。

- (二)實地訪談法

與業者聯繫並自動說明專題的主題及範圍，與業者確定訪談時間。本組於101年2月11日與101年3月20日的金龍彩副店長進行訪談。

2-5公司簡介

- 金龍彩創立於1968年迄今43年、堅持以天然、高等級素材為原料、生產健康、高級產品為永續經營的目標。「金龍彩食品」，是享譽台灣「健康、素食」界的專業第一名店。由改變傳統食品業的高油脂、高熱量的習慣，「金龍彩」將全系列商品努力定位朝『健康、天然、低糖、低油脂、高品質』的研發與創新，並可依消費者所需，提供各式特製伴手禮盒，朝向『國際化健康食品』目標努力邁進。

2-6行銷組合 4P

- （一）產品策略：一直研發新產品並以素食為主。例如：研發鳳梨酥不加蛋卻仍然一樣好吃。
- （二）價格策略：定價是以成本加利潤為售價。
- （三）通路策略：有提供愛和購網路訂購、黑貓宅急便宅配服務，台南也有據點提供定、取貨。
- （四）推廣策略：藉由顧客的口耳相傳、親朋好友送禮，以及廟宇拜拜附贈的平安糕等，得知金龍彩。

2-7 SWOT分析

Strength：優勢

列出企業內部優勢：

- @以素食為主。
- @產品選擇多樣性。
- @強調內部管理。
- @服務親切。
- @店點鄰近美麗島捷運站。

Weakness：劣勢

列出企業內部劣勢：

- @一般人對素食有刻板印象覺得沒有那麼好吃。
- @人才流動率高。

Opportunity：機會

列出企業外部機會：

- @台南目前有據點再試市場水溫。
- @北部忠實顧客紛紛建議他們在北部開設分店。

Threat：威脅

列出企業外部威脅：

- @鄰近同業眾多競爭激烈。

3-1 未來具體經營建議

- 可考慮與飲品做結合，若是能夠 將兩項產品作為套餐方式推出，除了能提高消費者購買慾望之外，還能同時讓消費者增加對金龍彩的熟悉感。
- 台灣現今正推廣陸客觀光，許多企業都在各大觀光景點，如：日月潭、阿里山等設立分點，金龍彩企業亦可結合此趨勢，以各國觀光客為目標消費群。
- 提供更多的促銷方案，促進銷售業績，以薄利多銷的方式，既可推廣金龍彩，又可增加營業收入。
- 金龍彩可以增加在公共媒體及廣告上的曝光率。亦可在高速公路設置大型看板，大型平面文宣海報，或在鬧區發放傳單等，提高在市面上的知名度。

參考文獻

- 傳統高鋪的變革與地方特色產品的行銷手法之研究—以銅鑼鄉「錦香糕鋪」為例 2011年
- 醒吾技術學院
- 會計資訊系99學年度畢業專題計畫書中小企業經營策略分析—以白木屋食品公司為例 2010年
- 經建會網際網路總體經濟效益顯著2011年
- 大台灣旅遊網新聞2011-02-06 【台灣百大名店】高雄特色伴手禮平安糕 傳統美食入新意
- 百年傳統，全新感受—傳統糕餅業轉型之研究(以台南信裕軒為例)
- 李雄慶：《糕餅業之行銷策略研究—以舊振南餅店為例》（國立中山大學高階經營碩士班碩士論文，2004年）
- 小林煎餅企業轉型成功的關鍵與分析

謝謝觀賞😊