

投稿類別：商業類

篇名：

高雄淺草麵包商機之探討

作者：

黃香芋。私立樹德家商。高三 9 班

吳佩錡。私立樹德家商。高三 9 班

張美凰。私立樹德家商。高三 9 班

指導老師：

郭有卿老師

## 壹●前言

現在社會的上班族、家庭主婦、學生的生活都非常忙碌，許多人都沒有空閒時間坐下來好好的享受一頓早餐，因此麵包的商機隨之產生，麵包的方便之處就是可以隨時帶著走，在麵包市場中能有好吃、有名，又便宜的麵包已很少見了，尤其每天都會看到非常壯觀的人潮在店門口，淺草麵包店讓經過的民眾即使不想注意也難，也悄悄的掀起一股趨勢，逐漸擴大而打響他們的商譽。

### 一、研究動機

在這個物價什麼都漲的時代，淺草麵包開業至今從未漲價過，以不漲價的方式來薄利多銷，保持不漲價又不變大小的麵包，不僅推出單一價專案，還推出許多優惠專案，真是少之又少的了，能找到這種店已經是屈指可數，因此本研究以淺草麵包的商機做為探討。

### 二、研究目的

- 1.為何要單一價。
- 2.廣受大家喜愛的原因。
- 3.如何打響知名度。
- 4.為何麵包吃而不膩。

### 三、研究方法

本研究首先以問卷調查法方式進行，組員利用課餘時間，以團體行動實地進行調查，面對面採訪及實地試吃，隨機抽樣發放120份問卷詢問淺草麵包消費者，並採用文獻探討法瞭解淺草麵包之相關背景，進而運用行銷組合4P及SWOT分析強弱機危來做探討淺草麵包商機。

## 貳●正文

### 一、文獻探討

#### 1. 淺草麵包起源

淺草立於2005年，於復興總店於2009年7月推出麵包、蛋糕一律15元的優惠，並成長至今，從兩個兄弟-李章恩與李開湖的組合開始，創辦人建立了一個保證真材實料的製作精神，淺草麵包的生意主要透過客戶介紹，也隨著越來越多滿

意，客戶將淺草麵包的產品分享給其他人，在此領域也有更多的業務擴展，如此逆勢抄作的營業方式，反倒衝出好成績，並在自由二路上開設了新分店，以同樣15元價格永續經營。目前淺草麵包開始設有網路通路，讓全國人民可以一起共同享用到淺草麵包用心所做出來的產品。

## 2. 經營理念

淺草麵包爲了回饋社會大眾，秉持薄利多銷原則，各家店自七月份試賣麵包，蛋糕一律15元，獲得熱烈迴響，如今爲回饋北高雄之客戶，特地在自由路上開設分店，以相同的價格，相同的面貌、相同的品質，產品絕不使用劣質原料，大小重量絕不縮水，店內風格與一般麵包店迥異，有別於一般佈置溫馨的烘焙屋，整體以黑色與紅色系爲主，感覺格外簡潔俐落，並在天花板吊掛著印有「淺草」字樣的白色紙燈籠，塑造出日本風味，使得再昏暗的環境中又添加了幾分幽淨；全店以五星級裝潢卻實惠的價格，回饋大家。

## 3. 「淺草」之SWOT分析

SWOT 分析的意義是指透過評價組織或個人內部的優勢、劣勢，以及外部環境的機會、威脅，交叉分析後再選擇最有利的行銷策略。

表一 淺草麵包SWOT分析表

<p>優勢-Strength</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◎價格便宜：現在顧客們所追求的是「便宜又大碗」，而淺草統一以 15 元的優惠價格來打動消費者的需求。</li> <li>◎服務至上：店內的店員們總會耐心的傾聽顧客的需求讓顧客享受到賓至如歸的感覺，並盡力的達到顧客所需要的。</li> <li>◎乾淨衛生：店內的衛生顧全的非常周到，讓顧客們一踏進店內就能感受到舒適清爽的環境。</li> <li>◎外觀精緻：店內蛋糕的包裝可讓顧客分享給其他的親朋好友，不用花費太高的金額也可以讓對方享受到收到精品的感覺。</li> </ul>
<p>劣勢-Weakness</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◎動向不完整：店內結帳的顧客太多，導致位置不夠寬廣，一進到店內就有種擁擠的感覺，容易讓消費者失去購買慾。</li> <li>◎供不應求：因店內麵包幾乎採統一價格，導致產品一出就容易銷售一空。</li> <li>◎店面過少：雖然知名度已經成功的打響，但卻因爲店面不多而導致消費者選擇就近的麵包店購買。</li> </ul>

機會-Opportunity	<p>◎創新技術：因現在的消費者不單單只追求價格便宜，他們也追求不斷的嘗試新口味，這麼做不但能抓住消費者的胃也能輕易的抓住消費者的心。</p> <p>◎經濟不景氣：單一低價出售搶出商機，麵包不因低價而偷工減料，在口味上也十分豐富。</p> <p>◎市場大：可在高雄各地區繼續開設本店，甚至可以往外縣市發展，絕對會帶來意想不到的商機。</p>
威脅-Threat	<p>◎物價上漲：因經濟變遷而導致物價居高不下，使得物價成本逐漸成長。</p> <p>◎競爭者眾多：因近期麵包店越開越多，導致消費者有更多種不同的選擇。</p> <p>◎容易被取代：商品種類與同性質店家所陳列的樣式雷同，易被取代。</p>

(資料來源：本研究自行整理)

(四) 行銷組合4P分析

表二行銷組合4P分析表

行銷 4P	描 述
產品 (Product)	<p>淺草麵包除了統一價格的 15 元麵包外，還有布丁、泡芙、吐司、輕乳酪、檸檬天使、黑炫風、生日蛋糕等，因部分商品則數量有限，所以店內還提供出爐時間，並明示購買限制。</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>圖一 奶油泡芙</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>圖二 滑溜布丁</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>圖三 清乳絡</p> </div> </div>

<p>價格 (Price)</p>	<p>自從開店以來便一直採用單一價 15 元，而蛋糕一個也只要 50 元，至於生日蛋糕則是原價打 7 折。採薄利多銷來吸引更多的消費者，而此定價方式也成功的吸引了更多人潮，比起其他的麵包店，淺草是非常便宜且值得的。</p>
<p>促銷 (Promote)</p>	<p>經由我們實地觀察，淺草麵包商品一律 15 元而蛋糕類也一律以 50 元作促銷，至於生日蛋糕則以原價打七折的優惠價格來吸引更多的消費者，而這些統一價格是採永久方案實施。</p> <p style="text-align: center;">圖四 促銷版</p>
<p>通路 (Place)</p>	<p>淺草麵包店創立於 2005 年，至今已有 5 家分店。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 復興店 高雄市苓雅區復興二路 51 之 2 號 07-3359200</li> <li>2. 自由店 高雄市左營區自由二路 230 號 07-5579200</li> <li>3. 五甲店 高雄縣鳳山市五甲三路 115 號 07-7688779</li> <li>4. 永豐店 高雄市前鎮區武慶二路 43 號 07-7529995</li> <li>5. 赤山店 高雄市鳳山區青年路二段 495 號 07-7676775</li> </ol>

(資料來源：取自淺草麵包官方網站及本組自行整理)

## 二、問卷分析

本研究經由問卷的發放，彙整出以下資料。

### (一)消費者基本資料

表三 消費者基本資料分析

問卷內容	問卷項目	百分比	問卷項目	百分比
1.性別	男	26%	女	74%
	學生	38%	服務業	23%
2.職業	家管	13%	其他_____	26%
	3.年齡	20歲以下	36%	31~40歲
21~30歲		20%	41歲以上	25%

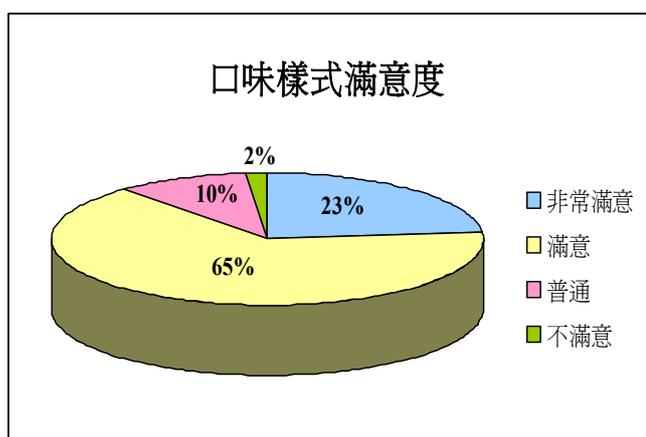
(二)消費行為分析

表四 消費者行為分析

問卷內容	問卷項目	百分比	問卷項目	百分比
1.平均一週消費次數	1~2 次	68%	5 次以上	9%
	3~4 次	23%		
2.平均一次購買金額	50 元以下	27%	100 元以上	22%
	50~100 元	51%		
3.平均一次購買數量	3 個以下	28%	7 個以上	19%
	4~6 個	53%		

(三)消費者滿意度分析

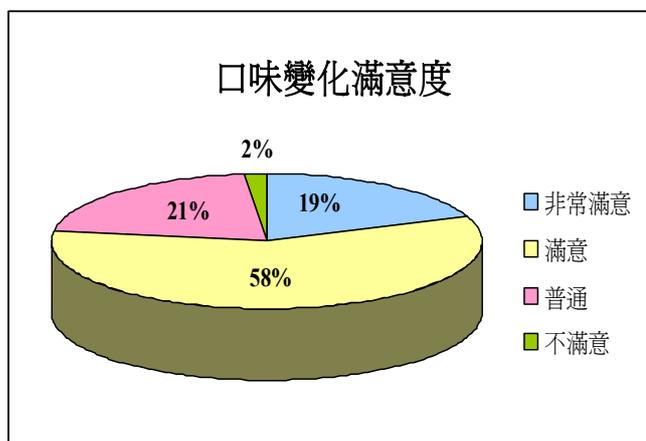
1. 口味樣式滿意度分析



圖五 口味樣式滿意度分析圖

由圖五可知，對淺草麵包口味非常滿意的占23%〈28人〉，滿意的占65%〈78人〉，普通的占10%〈12人〉，不滿意的占2%〈2人〉。由上述可知，填寫此問卷者對淺草麵包的口味滿意者居多。

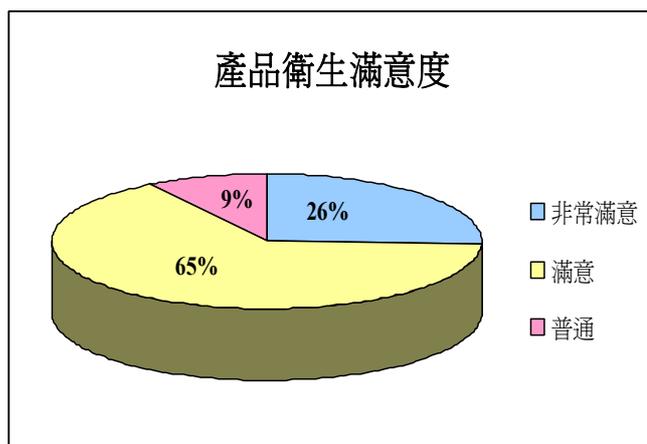
2. 口味樣式變化滿意度分析



圖六 口味樣式變化滿意度分析圖

由圖六可知，對於淺草麵包的口味樣式的變化，非常滿意占19%〈23人〉，滿意占58%〈70人〉，普通占21%〈25人〉，不滿意占2%〈2人〉。由上述可知，大多數人對於淺草麵包口味樣式的變化上感到滿意者居多。

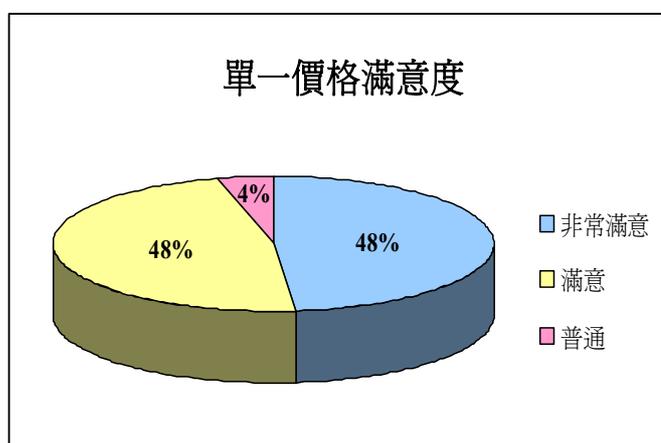
### 3. 產品衛生滿意度分析



圖七 產品衛生滿意度分析圖

由圖七可知，對產品衛生方面感到非常滿意占26%〈31人〉，滿意占65%〈78人〉，普通占9%〈11人〉。由上述可知，多數人對淺草麵包的衛生方面都感到滿意，它是受到大家肯定的。

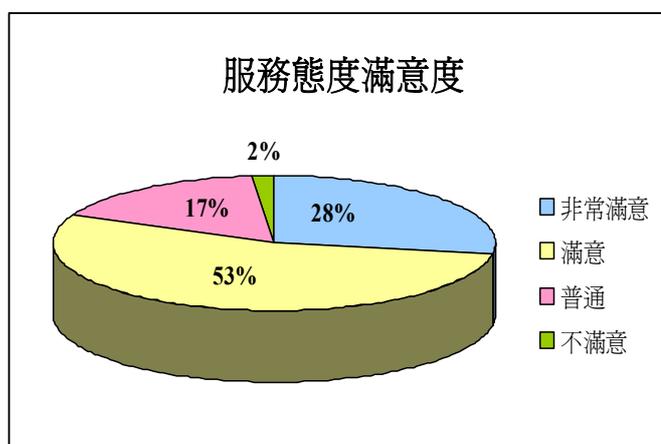
### 4. 單一價格滿意度分析



圖八 單一價格滿意度分析圖

由圖八可知，對淺草麵包單一價格感到非常滿意的占48%〈58人〉，滿意48%〈57人〉，普通占4%〈5人〉。由上述可知，消費者對淺草麵包的單一價格都感到非常滿意。

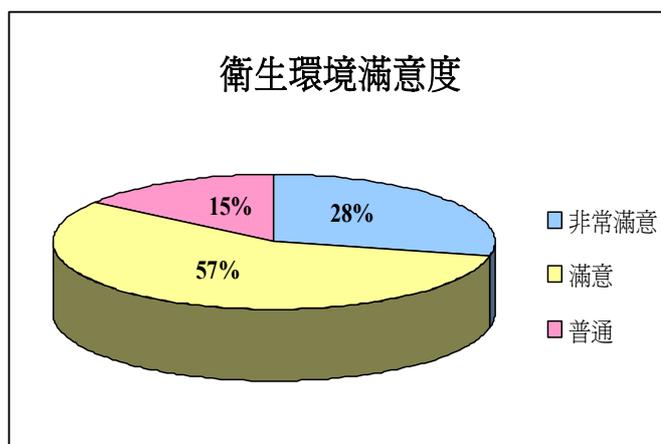
### 5. 服務態度滿意度分析



圖九 服務態度滿意度分析圖

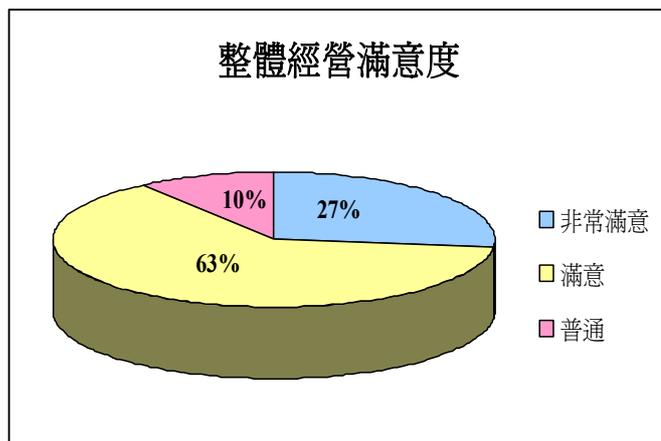
由圖九可知，消費者對本店服務態度感到非常滿意者占28%〈33人〉，滿意者占53%〈65人〉，普通者佔17%〈20人〉，不滿意的占2%〈2人〉。由上述可知，大多數人對於他們的服務態度仍感到滿意。

### 6. 衛生環境滿意度分析



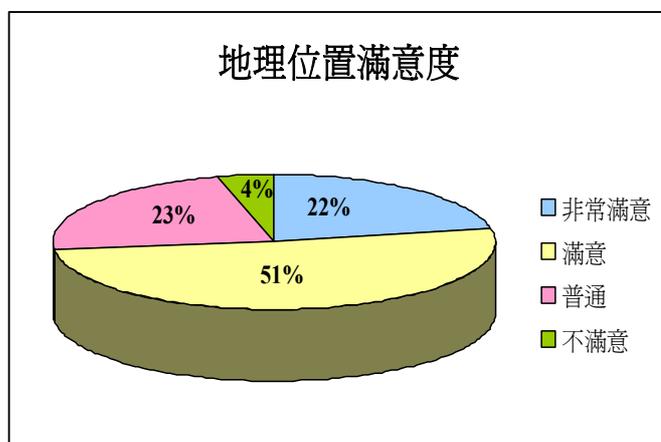
由圖十可知，消費者對於淺草麵包的環境衛生上感到非常滿意的占28%〈34人〉，滿意的占57%〈68人〉，普通的占15%〈18人〉。由上述可知，消費者對於淺草麵包的環境衛生上都給予正向的肯定。

### 7. 整體經營滿意度分析



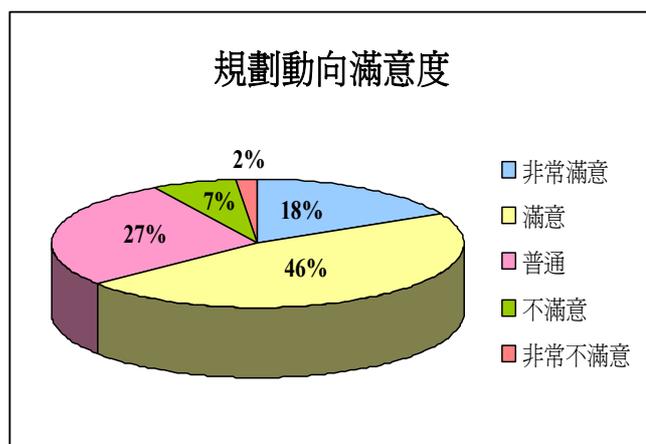
由圖十一可知，消費者對於淺草的經營型態感到非常滿意的占27%（32人），滿意占63%（76人），普通占10%（12人）。由上述可知，消費者對於他們的經營型態是給予正向肯定的。

### 8. 地理位置滿意度分析



由圖十二可知，消費者對於淺草麵包的所在位置感到非常滿意占22%〈26人〉，滿意占51%〈62人〉，普通占23%〈27人〉，不滿意占4%〈5人〉。由上述可知，大多數的人對於淺草麵包的地理位置感到滿意。

## 9. 規劃動向滿意度分析



圖十三 規劃動向滿意度分析圖

由圖十三可知，消費者對於淺草麵包的室內動向感到非常滿意占18%〈21人〉，滿意占46%〈56人〉，普通占27%〈33人〉，不滿意占7%〈8人〉，非常不滿意占2%〈2人〉。由上述可知，多數的消費者對於他們室內的動線規劃感到滿意。

### 參●結論

根據以上的研究結果及問卷分析得到以下的結論，並提出幾點建議，希望對淺草麵包店能有所幫助。

#### 一、結論

台灣較著名的麵包坊有方師父麵包、吳寶春麵包、YAMASAKI、金礦咖啡麵包、淺草麵包、不二家麵包....等，這幾間店雖各有特色，但這些麵包店卻缺少了淺草麵包所擁有且獨特的優點，淺草麵包秉持著薄利多銷、加量不加價的精神，不但顧慮到消費者的荷包，為回饋社會大眾對淺草麵包的支持，因而堅持單一價的特色。

淺草麵包深受消費者喜愛的原因除了採統一的優惠價格外，麵包也絕對不會因價錢而縮水。也提供給消費者乾淨、整潔的環境，這間麵包店不僅深深的抓住顧客的心，更抓住了他們的胃，成為高雄獨一無二的美食麵包坊。

淺草的知名度主要以採透過客戶介紹，以客戶推薦客戶的方式口碑行銷，也因為 15 元的優惠價格而吸引了更多人潮前往購買。

淺草的麵包樣式變化多端，讓顧客不只有嚐鮮的樂趣，也讓顧客擁有更多多重的選擇，即淺草麵包吃而不膩的原因。

#### 二、建議

1.在規劃動向方面：

- (1)在收銀區位置放置三角錐，在兩個三角錐之間放置一根棍子，以便排隊也可防插隊的民眾。
- (2)把物品盡量以靠壁為主，將熱門商品擺置於接近門口的區域，以便民眾一目瞭然。
- (3)如資金足夠，可把店面擴大，這樣一來不但使動向可更清晰明瞭也方便路過民眾觀看，容易使民眾的購買慾增大。

2.在供不應求方面：

- (1)將容易銷售一空的熱門商品採預訂方式訂購，其他商品可採一人一次只可限定購買幾顆，如想一次購買多數量的同一商品可事先打電話預訂。
- (2)將赤手可熱的熱門商品採某一時段大量生產並限定購買數量，如銷售完畢還有民眾未購買到商品可填寫訂單已方便明天就能快速取貨，節省等待時間。

3.在通路方面：

- (1)可與百貨公司合作，擴展門市通路，讓消費者加深本店的知名度。
- (2)現今的人們因為忙碌而沒有空閒的時間去購買麵包，店家可利用網路訂購方式讓消費者在網路上進行消費，消費者不但能節省時間，還能讓消費者以團購方式去購買，藉此提升業績。

4.在行銷方面：

- (1)因現今的人們都打著貪小便宜的心態，因此可在衛生紙包上印製淺草麵包的商品，不但人們會主動領取也可藉此看到衛生紙包上的宣傳商品，藉機增加買氣。
- (2)現今的人群們使用網路已成了每天必備的事務，本店可藉由網路行銷，吸引更多購買人潮。

5.在店面過少方面：

- (1)可找信任的人入股，擴大經營，如此一來不僅在高雄，也可在別的地區打響知名度。
- (2)淺草麵包的門市聚點分散各個地區。

肆●引註資料

1. 淺草麵包官方網站。2011取自<http://www.asakusa-bc.com/home.html>
2. 龍騰專題製作研究室（2009）。**專題製作**。龍騰文化事業股份有限公司。
3. 許文蘭、呂雅菁（2009），**行銷學**，啓芳出版社