

投稿類別：商業類

篇名：
格子小舖的創新

作者：
張鏗紅。樹德家商。高三 7 班
劉倍均。樹德家商。高三 7 班
林佳妍。樹德家商。高三 7 班

指導老師：
劉昭束老師

壹●前言

最近年崛起的格子店商品訴求針對年輕族群，受到各界關注的同時，也吸引了我們的注意。一家店面隔成許多格子，再分租給不同的賣主，格子中有獨立經營意品牌、手工商品、或擺放公司廣告或網拍物實體等，格子商店多元的產品以及拼湊的擺設，使消費者置身藏寶樂趣中。

發明並不等於創新，就如同知識的創造並不等於知識的應用。知識之創造、發明固然重要，畢竟不是所有國家、企業或個人都有能力獨自去創造、發明新知識；但是創新與知識的應用及管理能力，卻可以透過培養、塑造而強化。

我們發現，格子舖的性質正好介於紹實體店舖與無店舖販賣之間。郵購、電視購物、網拍等，皆屬於無店舖販買，交易過程中，廠商運用媒體素材來呈現產品。其中，網拍又比其他選項更不受地理範圍限制，但也常造成因未見實體而造成買賣雙方的困擾。就在這矛盾中，格子店扮演了展示櫃的角色，使消費者能夠看到網路購物網站中的實體商品、透過親眼看見、親手觸摸商品，產生與網路上的虛擬購物截然不同的消費經驗。格子店也提供零售業性質的服務，消費者能夠直接從格子中取物結帳，省略上網的步驟。

格子店這種介於實體店舖與虛擬網路商店之間，既是虛擬網路商店實體化，而本身也是實體商店的經營特色，是我們首先想深入探討的部分，為何會有這樣的商店出現？了解格子舖的經營模式，這樣的創新帶來多少的新商機，經營上的優勢及劣勢以及顧客能接受的價位和常購買的商品，即這樣的商店是否有它的價值。

貳●正文

很多成功的創新都是從切實的需求出發的，還有一些創新則始於一次意外事件或科學發現，這就需要創新者去尋找用戶以及具體的應用。創新也只將新的想法轉為對社會具有影響力的流程。應該是要能將新的見解、想法與技術轉換成新營的產品、流程及服務，並為股東創造新的價值，促進經濟成長以及提升生活水準。

格子舖源於日本東京市區的一家大型商場，創辦人是日本商人平井敏雄，平井敏雄原本經營潮流玩物收藏品，在一次意外的代賣商品中，引起另一事業的開啓。日本是潮流的時尚界，因新潮的格子舖受到時尚的年輕人和白領階層的追捧，引起各界矚目關注，日本當地及外國多本知名雜誌多次報導。格子舖的理念於2005年冬季引進入香港，在短短一年多的時間在香港多間商場已發展到一百多家的商舖。在時尚的香港人追捧中，格仔店被統一命名為格仔舖。後期有陸續有

了格子舖、格子店、格仔店等名稱

格子舖內多是賣小而巧的東西，品種多而易複雜管理起雖麻煩，但更要爭取的則是隱定顧客，因此格子舖容易買到商品一樣或差不多的東西，所以要求上，也需要進駐更多有創意、新穎且質量好的商品，同時，在管理上也有一定的規則，「要有要求，也需要較多的服務人員」，不只要協調好格主與買家間的關係，也要保持好銷售量的穩定。

格子舖通常位於熱鬧或繁華的地帶，把各式各樣的商品放於統一尺寸大小的格子櫃擺設，店裡擺著每樣商品時尚且五花八門的，價格也在於一班學生等消費者能接受的價位上，格子舖的商機，從它的商品、價格與闖音，最重要的還有格主們對自己的商品如何去呈現與經營。

像格子舖這樣的銷售模式，讓社會中更多的創新發展，不僅滿足了現代人的快速購物心裡，這種新的零售模式還有不斷的創新，或許未來也會也一套屬於格子舖的管理或銷售軟件，來引發更多的商機，甚至成爲人們音創意而渠成的交友平台。

這種經營模式對投資經營格子舖把商品寄賣在格子舖的使用者，都是雙贏的。很多人都有創業夢想，但開辦商舖，租金、水電、裝修等要花大量的資金，並且風險大，還要用大量的時間來打理，導致機會成本的流失，所以這也限制了很多想創業的人。

格子舖是一種新的零售模式，正好可以解決絕大多數創業者面臨的鋪租昂貴、資金短缺、人員緊張的三個最大困難。花一二百元就可以擁有自己的實體店，自己做老板，一圓自己的創業夢，一展自己的設計天份，可以說是一種很多人都能接受的新式售賣模式。

格子小舖 SWOT 分析

Strength(優勢)

- 產品有特殊性，能吸引消費者的賣點與特色。
- 樣式精美，也是選擇禮品的好去處。
- 位想要創業卻缺乏資金的年輕人製造機會。
- 掌握市場新訊息，即時更新店內商品，保持商品的新鮮感。
- 具有方便，簡潔的經營模式。

Weakness(劣勢)

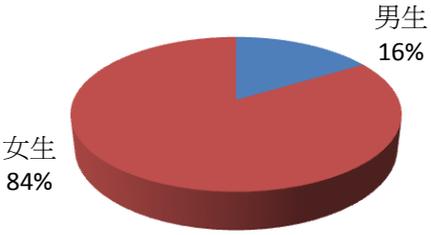
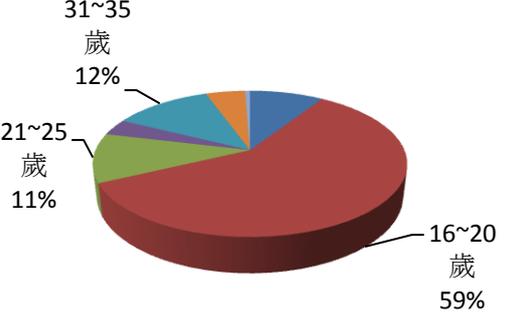
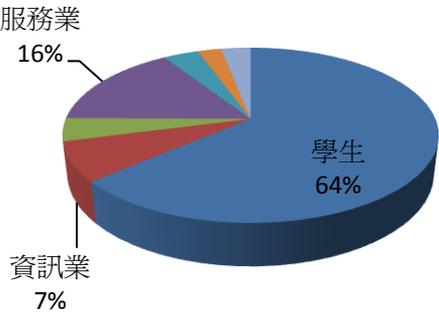
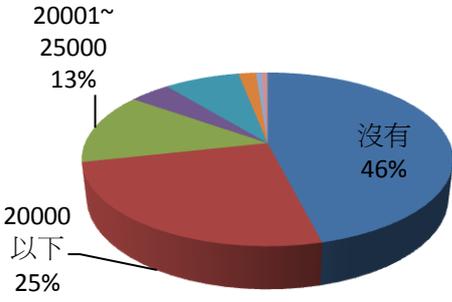
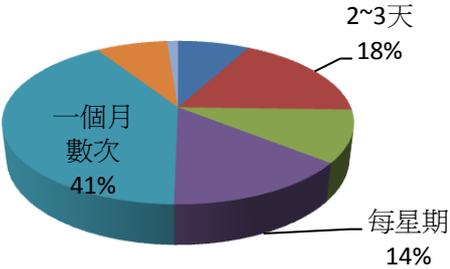
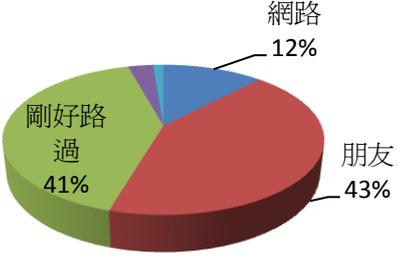
- 服務態度有再加強，可能影響到顧客的回頭率。
- 格子舖環境小，容易造成顧客人員擁擠，影響銷售效率。
- 已出售的物品通常不退換貨較無保障性。
- 因賣家不同，而商品的重複性較高，這時候價格就成了消費者的考量。
- 沒有推銷的銷售容易喪失許多商機。

Opportunity(機會)

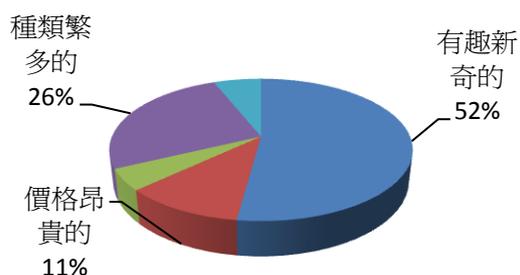
- 定位在熱門商圈內有廣而穩定的市場。
- 種類多，也適合現代人追求生活質量的重選擇性。
- 設立顧客意見簿，寫下建議及店裡沒有販售的商品，更準確的把握市場需求。
- 年輕人需求量大，客流量比較不易流失。
- 對於年輕族群無論是寄賣或銷售都有吸引力。

Threat(威脅)

- 近年來受歡迎，吸引大量商家投資，競爭激烈。
- 客源較不穩定。
- 消費者對商品的要求增高。
- 類似的模仿商店，經營於鄰近地方造成競爭威脅。
- 物品成本及租金費用支出後真正賺取的錢幾乎不多。

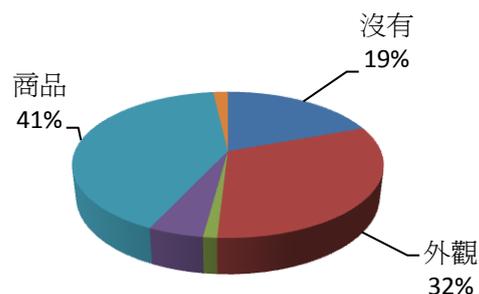
<p>1. 性別</p>  <p>得知我們發放的問卷以女性族群為主佔有 84%，則男性也佔有 16%。</p>	<p>2. 年齡</p>  <p>由上圖得知年齡層分布在 16~20 歲最多，有 59%，其次依序為 21~25 歲的 12%</p>
<p>3. 職業</p>  <p>由上圖得知，問卷寫對象居多為學生佔有最高的 64%，再依序為服務業 16%，資訊業 7%，軍公教及金融保險各有 4%，商業 3% 製造業 2%。</p>	<p>4. 薪資</p>  <p>由上圖及上題可知，因上題得知填寫問卷對象居多為學生，所以沒有薪資收入佔有最高比例 46%，再來為位居第二的 2 萬以下也佔有 25%。</p>
<p>5. 多久會逛格子小舖一次</p>  <p>由上圖得知去格子舖的次數占比例高的為一個月數次的 41%，其次是 2~3 天為 18%，</p>	<p>6. 從何得知格子小舖存在</p>  <p>由上圖得知，從朋友口耳相傳得知的 43% 及剛好路過得知的 41%，極為相近，。</p>

7. 對格子小舖的第一印象



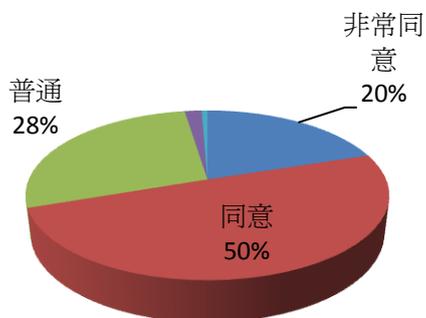
由上圖得知，有趣新奇的的比例超過一半有 52%，推論因為當初格子的格局擺設非常的特殊，在台灣幾乎前所未見，所以大家對格子的印象才會居多為有趣新奇的。

8. 因為什麼而吸引你進入格子



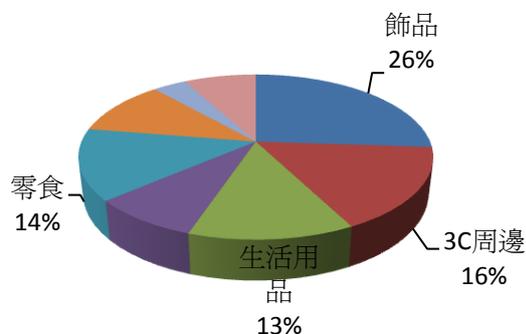
由上圖得知，因為商品而進入格子的比例最高佔有 41%，則排名第二的外觀也佔有 32%。

9. 對格子舖銷售方式的滿意度



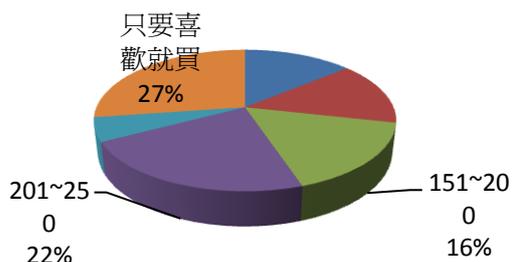
由上圖得知，同意及非常同意格子銷售方式的人相加有 70% 之多。

10. 在格子小舖最想購買商品



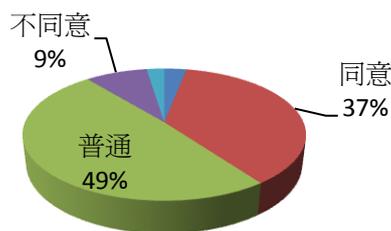
由上圖得知，會購買飾品的人佔有 26%，推論因為進入格子後多半的格子都是販賣飾品也都擺放在我們最易觀看及觸摸的高度，所以購買飾品的人才會佔有 26%。

11. 會購買的商品單價



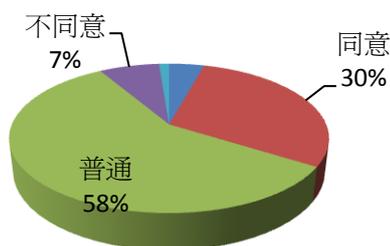
由上圖得知，只要喜歡就購買的人數較多 27%，由上題得知購買飾品人數較多推論因格子商品本身單價並不高所以較多人會選擇只要喜歡就購買。

12. 是否在意商品有無外包裝



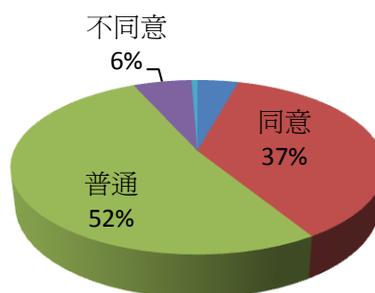
由上圖得知，回答普通的人數佔有一半 49%，推論普遍的人不會特別在意商品是不是有外包裝。

13. 是否同意把格子小舖列入下次行程



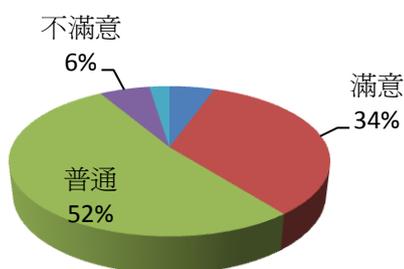
由上圖得知，選擇普通的人數佔 58%，推論應該是不一定會不會列入行程中，但如果有時間或有經過就會進入看看是否有新商品或新格子。

14. 是否同意再次進入格子



由上圖得知，選擇普通的有 52%，選擇同意的人也不少佔有 37%，推論因為格子在主要道路上所以對於逛街無目的地的人們就會選擇再次進入格子。

15. 格子小舖商品滿意度



由上圖得知，普通佔有 52%，滿意佔有 34%，非常滿意佔有 6%，推論大部分人們對於從格子買回的商品都是滿意的。

參●結論

在這次的專題報告中我們發現，會進入格子小舖的性別及年齡層多是女性 16~20 歲，則職業大多都是學生為主，所以在薪資方面則是無收入或者是 2 萬元以下，因為有部分學生都會在課後去打工，導致學生有 2 萬以下的收入，而格子小舖多在人潮較多的商卷內，讓經常去逛街的遊客會不定時的進入參觀或者是購買商品，則大多人得知格子小舖的存在是因為剛好路過及朋友口耳相傳得知的，而對格子小舖的第一印象是有趣新奇的，則大多數對格子的銷售方式都是滿意的，會購買的商品以飾品為最主要，價格則是只要喜歡就購買的比例較高，因為格子內的價格多為平價商品，多數人對格子小舖的印象都是好的，會把他列在下次行程中也普遍滿意從格子買回的商品。

建議如果可以的話聯合所有格主做一些促銷活動，例如:買多少送多少現金或商品，吸引更多的顧客進入購買商品，或是揪團一起購買，可以創造更大的業

績，這樣大家買的開心店家也賺的滿意。

肆●引註資料

維基百科:創新 <http://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E5%89%B5%E6%96%B0>
搜尋日期:103.03.16

格子趣市集: <http://www.checkfun.com.tw/>
搜尋日期:103.03.19

書名:天下雜誌-未來職涯你必須不斷自我改造
作者:吳怡靜
出版社:天下雜誌
出版日期:2013-05-29

出處:遠見雜誌-競爭力取決於積極創新
作者:朱博湧
出版社:遠見雜誌
出版日期: 1999 年 8 月