

投稿類別：商業類

篇名：

胸有成竹-竹店經營策略之探討

作者：

邱郁涵。私立樹德家商。商業經營科高三 3 班

陳佳萍。私立樹德家商。商業經營科高三 3 班

董芷君。私立樹德家商。商業經營科高三 3 班

指導老師：

郭有卿老師

## 壹、前言

### 一、研究動機

台灣曾是產竹國家的前三大國家，但因早期大陸工資低廉，造成產業外移，使竹產業逐漸沒落之外，又因生活現代化的關係，許多科技化產品漸漸普及化，大都使用塑膠材質來取代竹子，而台南有一間用傳統技法製作手工竹製品的老店，已經傳承四代歷經百年的信二竹店，以堅持、傳承的理念守護傳統工藝，基於竹工藝是台灣最重要的文化之一，因此本小組想以「信二竹店」為研究對象，想藉由問卷調查及訪問店家的方法來了解信二竹店的經營策略，也想藉由此方式將竹子的歷史傳承下去。

### 二、研究目的

- (一) 了解竹製品的歷史
- (二) 了解竹製品的製作過程
- (三) 了解竹店之經營理念
- (四) 探討竹店的 SWOT 分析
- (五) 探討竹店之行銷策略
- (六) 探討消費者對竹製品的看法

### 三、研究方法

- (一) 文獻分析(探討)法：本研究蒐集竹製品相關資料，閱覽後進行整理，彙整為文件式描述與簡報式描述，探討竹店經營策略及SWOT分析。
- (二) 問卷調查法：利用問卷調查法，設計有關民眾對手工竹製品看法之問卷，預計隨機抽樣發放 200 份問卷，回收問卷後統計分析以了解民眾的想法。
- (三) 實地探討法：前往位於台南的信二竹店，訪問老闆和師傅，了解竹店之經營策略。

### 四、研究範圍與限制

以信二竹店為研究對象，了解竹店之經營策略，並以一般民眾為輔，探討在現代生活中一般民眾對傳統的手工竹製品有哪些想法，遇到的瓶頸是竹工藝品的傳統文化，年長的人會較了解，年輕人較少接觸，問卷受訪的對象以年輕人居多，故無法推及一般民眾對手工竹製品的看法。

## 貳、正文

### 一、文獻探討

## (一)「信二竹店」簡介

### 1、「信二竹店」基本資料

「信二竹店」於 1907 年創立，第一代創始者王傳豹將其命名為福泰竹店，以竹傢俱為主要產品，直到 1959 年第二代傳人王火曜接手後則將其改名為信二竹店，因當時臺灣加工業蓬勃發展，竹椅的要求量逐漸增加。1976 年第三代接班人王王輝繼承不久之後塑膠業便開始興盛，導致竹業逐漸沒落，為了能繼續生存王王輝開始製作婚喪喜慶的花圈竹架、竹牌坊等竹製品。

### 2、經營理念

信二竹店是一間以「堅持、傳承」為經營理念的百年老店，因為不忍心讓家族產業消失，秉持著環保愛地球的一顆心，努力創新不被塑膠品而取代。雖然常被客人給意見說竹製品比塑膠品還貴，但老闆及師傅還是堅持守護著台灣竹藝品的傳統工藝，他們堅持不用釘子，而是自己研發卡榫，利用傳統技術結合了現在生活所需，堅決不讓只有一顆的地球再受汙染，信二竹店藉由家中的每一代子女傳承，將竹製品這個產業繼續發揚光大。

### 3、製作流程

師傅首先決定竹材，用火烤到竹子脫水，控制出水量以防烤到焦，用刨刀去掉銳利的稜角，開始第一個施工步驟，看竹子的曲直，做記號分辨左右，成為每一張椅子的特殊符號，而竹子的圓周要先抓好，這樣組合起來才會漂亮，竹子的纖維是直的，鋸掉頭尾後，用尖刀插一下就起來了，再用尖刀做修飾，之後以鑿刀來挖博竹肉以利包管彎曲，接著用竹葉量椅腳的圓周，組合起來才緊實，脫水穩固後，利用加熱軟化把竹子彎曲，接著組裝後再烤軟使得接縫處可以密合，裝上椅圍，最後再用鑿刀將椅面壓進去就完成成品了。

表 1. 竹製品之製作過程

		
圖 1. 削竹子	圖 2. 裁斷竹子	圖 3. 剖竹



(資料來源：本組自行拍攝)

## (二) SWOT分析

SWOT 分析分別為優勢(Strength)、劣勢(Weakness)、機會(Opportunity)與威脅(Threat)，將竹店優勢、劣勢、機會與威脅各方面的條件進行評估與考量。

表 2. 「信二竹店」SWOT分析

優勢 (S)	劣勢 (W)
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 歷史悠久，客戶族群固定</li> <li>2. 產品適用性程度夠高</li> <li>3. 以純手工製，較為耐用</li> <li>4. 台灣竹林資源豐富且多樣</li> <li>5. 竹編品汰換性較低，重複使用較環保</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 製作過程所投入之時間長</li> <li>2. 成本單價較高，民眾接受度低</li> <li>3. 技術人才不足，較耗費人力資源</li> <li>4. 小規模發展，設計種類難以突破</li> </ol>
機會 (O)	威脅 (T)
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 藝術文創產業興起</li> <li>2. 可開發客戶族群多</li> <li>3. 可拓展的普遍性高</li> <li>4. 自然環保觀念，多方向發展</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 純手工製作的生產者日益減少</li> <li>2. 高科技產業的發達以機器取代人工</li> <li>3. 竹編文化沒落，越來越少人使用</li> </ol>

## (三) 竹店行銷方式

信二竹店以天然、純手工的方式製作出竹子藝品最純樸的好型態，以最好的品質不使用

劣竹，保留給消費者最安心的品質，讓消費者既覺得實用也用得放心這是最值得人們所使用的竹子。

1、 網路新聞

表 3. 信二竹店相關的網路新聞(由本組自行彙整，2019)

<p>《老字號》胸有成竹 信二竹店</p>  <p>圖 10. (資料來源： 壹週刊 2015-10-29)</p>	<p>百年竹店傳四代 全靠「固執老爹」挺過危機</p>  <p>圖 11. (資料來源： 自由時報 2017-08-10)</p>	<p>百年竹店轉型 日式風展場夯</p>  <p>圖 12. (資料來源： 中國時報 2014-05-22)</p>
---	--	---

2、 YouTube 影片

表 4. 信二竹店相關的網路 YouTube 影片(由本組自行彙整，2019)

<p>台南百年竹藝店 堅持傳承求創新 -udn tv</p>  <p>圖 13. (資料來源： udn tv 2014-06-21)</p>	<p>「台灣真善美」台南百年竹行-文創開發商機(信二竹店)</p>  <p>圖 14. (資料來源： 台灣真善美 2016-06-12)</p>	<p>台南純手竹工藝店撐住與突破百年竹作 TVBS 一步一腳印 20161009 (3/4)</p>  <p>圖 15. (資料來源： TVBS 2016-10-19)</p>
---	---	--

3、 部落格

表 5. 信二竹店相關的部落格(由本組自行彙整，2019)

<p>信二竹店-店史沿革</p>  <p>圖 16. (資料來源： 痞客邦 2012-04-04)</p>	<p>信二竹店</p>  <p>圖 17. (資料來源： 信二竹店 2014-06-24)</p>	<p>台南百年竹藝店 堅持傳承求創新</p>  <p>圖 18. (資料來源： Rexxchen 2014-06-22)</p>
--	--	---

4、社群網站

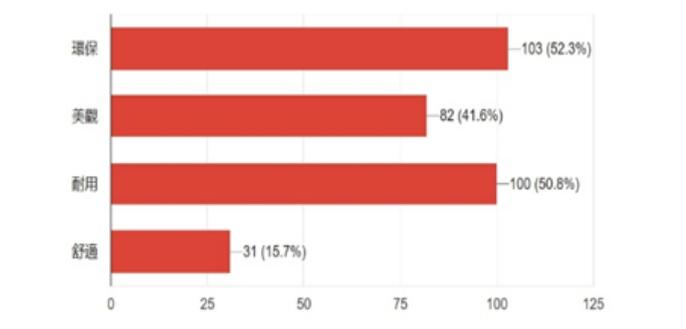
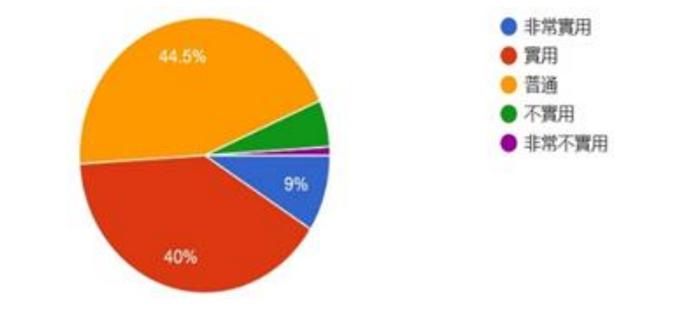
表 6. 信二竹店相關的社群網站(由本組自行彙整，2019)

Facebook	Instagram
	
<p>圖 19. (資料來源： 信二竹店 Facebook)</p>	<p>圖 20. (資料來源： 信二竹店 Instagram)</p>

二、問卷結果

本研究小組利用問卷調查法發放 200 份問卷，有效回收問卷 200 份，回收率 100%，其中有 41%的男性、59%的女性。職業以學生和上班族居多，41.9%為學生，35.1%為上班族，研究結果如下：

表 8. 問卷分析表

<p>1. 您覺得竹編器具有那些好處呢？ (可複選)</p> <p>52.3%為環保，41.6%為美觀 50.8%為耐用，15.7%為舒適 結論：超過二分之一的人認為耐用竹子製成的器具較環保</p>	
<p>圖 21. 您覺得竹編器具有那些好處呢分析圖</p>	
<p>2. 您覺得手工竹製藝品在生活中的實用如何？</p> <p>9%為非常實用，40%為實用 44.5%為普通，5.5%為不實用 1%為非常不實用 結論：綜合數據下來，大家是覺得竹藝品實用度還可以</p>	
<p>圖 22. 手工竹製藝品在生活中的實用性分析圖</p>	

<p>3. 當您購買竹藝品時,最關心的問題是什麼?                  14.8%為價格, 36.7%為風格樣式                  17.3%為品質, 14.8%為耐用                  15.8%為實用性, 0.5%為不買                  結論: 最多票數的是在意風格樣式, 其次是品質</p>	<p>圖 23. 購買竹藝品時最關心什麼問題分析圖</p>
<p>4. 您比較嚮往哪種風格的竹製手工藝品?                  44%為簡單大方, 14.5%為繁複華麗                  27%為復古靈秀, 14.5%為原汁原色                  結論: 大多數的民眾較嚮往簡單大方的風格</p>	<p>圖 24. 比較嚮往哪種風格的竹製手工藝品分析圖</p>
<p>5. 如果有時間, 您願意花時間學習竹編技術嗎?                  2.5%為非常願意, 20.5%為願意                  48%為一般, 23%為不願意                  6%為非常不願意                  結論: 快一半的票數是對學習竹編技術都可以, 但有 23%的人是不願意的</p>	<p>圖 25. 您願意花時間學習竹編技術嗎分析圖</p>
<p>6. 您覺得竹編器具有那些好處呢?                  (可複選)                  52.3%為環保                  41.6%為美觀                  50.8%為耐用                  15.7%為舒適                  結論: 超過二分之一的人認為耐用竹子製成的器具較環保</p>	<p>圖 26. 您覺得竹編器具有那些好處呢分析圖</p>
<p>7. 生活中的竹編藝品, 您最喜歡那種?                  20.5%為籃子, 13.3%為包包                  27.2%為傢俱, 23.1%為室內裝修                  5.1%為室外裝修, 10.3%為童玩製品                  0.5%為椅子                  結論: 傢俱為最受歡迎的竹藝品。</p>	<p>圖 27. 生活中的竹編藝品, 您最喜歡那種分析圖</p>

三、實地探訪

時 間：2019 年 3 月 16 日

地 點：信二竹店。台南市北區臨安路二段 90 巷 6 號

受訪者：王王輝(第三代)、王升南(第四代) 竹編師傅

採訪者：邱郁涵、董芷君、陳佳萍同學

表 9.訪談內容表

Q1：為什麼會想要踏入竹產業這個區塊？
A1：因為是家傳事業，已經傳承到第四代。
Q2：是有什麼原因，讓您想繼續待在這個行業？
A2：最重要的原因是因為責任，因為是祖傳不能斷，再來就是因為產業狀況起伏大和在外頭也有工作，只把製造竹製品當成副業，才會有興趣一直堅持下去。
Q3：您認為未來竹製品的發展是什麼？
A3：走向藝術品文創、精緻化發展。
Q4：您設計產品的靈感是來自哪裡？
A4：目前以客製化為主，和客人當面討論去設計產品。
Q5：做這個行業需要具備哪些條件？有經歷到什麼困難嗎？
A5：願意吃苦耐勞，有耐心用時間磨練自己。一開始對工作不熟悉，常常受傷。
Q6：您有後悔從事這個行業嗎？
A6：畢竟是家傳事業，需要有人傳承下去，而且變成興趣，不會後悔。
Q7：面對刁難的客人你都怎麼應付？
A7：看情況決定，因為這個不是像服務業，都以客為尊，如果面對無理的客人，可以拒絕客人的請求。
Q8：您覺得現在做的竹製品跟以前有什麼差別？
A8：以前的經營模式是先製造出產品放在店面讓客人挑選，可是會有存貨壓力，現在是依客製化，需要客人一起討論，沒有存貨壓力。
Q9：客戶來源是那些客人來買？
A9： 1.傳統群－例如：工廠，需要用到椅子，竹椅價格較便宜且較涼爽。 2.藝術客群－例如：藝術家、欣賞傳統藝術文化的消費者。 3.架構群－例如：花店、廟會。
Q10：主要的收入來自那裡？
A10：產業狀況起伏大，有訂單才有收入。
Q11：有在打廣告嗎？行銷方式？
A11：沒有刻意打廣告，採網路行銷方式，未來會有更多推廣方式。
Q12：客戶怎麼知道這間店？
A12：透過網路得知。
Q13：公司共多少人？
A13：2 人，老闆跟師傅。
Q14：如何訂價，產品價格？

A14：主要看工時和材料費。
Q15：公司經營上的困境是什麼？
A15：最大原因在於竹製品不是固定用的到的生活必需品，所以需要一直挖掘新客源，從 2014 年開始進行網路行銷，客源有增加，也有海外的客戶在做交易，例如：中國、日本、香港等。
Q16：請問您常用的器具有哪些？
A16：1.尖刀—用來削竹子 2.鑿子—用來打洞 3.柴刀—用來剖竹、削尖 4.鋸子—用來裁斷竹子 5.刨刀—用來將竹子凸出的地方用掉。
Q17：您是如何篩選竹子的品質？
A17：竹子的品種都使用桂竹，篩選是看成熟度，一般都選用 3~5 年的竹子，成熟的竹子較軟，用指甲壓會有痕跡。



圖 28. 訪談圖一



圖 29. 訪談圖二



圖 30. 訪談圖三



圖 31. 訪談圖四



圖 32. 訪談圖五



圖 33. 訪談圖六

## 參、結論

### 一、結論

竹藝品已在這個世代上擁有一段時間，但多數的人們還是會使用金屬、木頭、塑膠等家具，因為它們比竹藝品更好購買，製作過程較簡易，這是因為竹子藝品重質料成本花費較高，使定價相對也較高，可達成一銷售平衡點及成長，甚至手工也更能讓消費者可以用得安心、安全、有保障的竹藝品。

信二竹店經營理念的起頭是竹店為家傳事業，因為責任的關係必須堅持下去，以「小蝦米對抗大鯨魚」的態度，對抗現代化時代，認為地球只有一個，不應該不環保，然而堅持純

手工製作，開發客製化領域及文創商品，再藉由網路行銷，成功在現代化時代闖出一片天，讓竹工藝文化能繼續保有下去。藉由實地訪談竹店發現竹店的經營策略如下：

- (一) 主要是家傳事業：師傅因為家傳事業的關係，踏進竹產業這個區塊，而竹店的老闆現在已經傳承到第四代給師傅了。由於責任的原因，師傅才繼續待在這個產業內，可是這個行業起伏太大，要有顧客才会有收入，所以只把製造竹製品當成副業及興趣，因此師傅踏入這行業才沒有後悔過。從一開始學習時，師傅就認為做這個行業一定要願意吃苦耐勞，也要有耐心和時間磨練自己，才能堅持下去。
- (二) 客戶族群：竹店以前經營模式是先製造出產品放在店面讓客人挑選，較有存貨壓力，現在則是網路行銷、客製化模式。經由問卷調查的結果，我們發現顧客購買竹藝品時，最關心的問題是風格樣式及品質，且嚮往簡單大方的風格。而他們的客源分三類為傳統群、藝術客群及架構群，分別在不同領域都有涉獵，因此常遇到刁難的客戶，老闆通常都是看情況決定要不要拒絕客人的請求，畢竟不是服務業，會需要無時無刻都以客為尊。
- (三) 店家收入：由於產業起伏大的原因，必須要有訂單才会有收入，而一般的定價方式都是看工作時間和材料費來決定。
- (四) 行銷方式：信二竹店採網路行銷方式，讓顧客藉由網路得知店內消息，而未來會有更多推廣方式。
- (五) 未來發展：因為現代科技化的關係，物品幾乎都由塑膠製成，所以傳統的竹工藝品已經很少人在使用了，為了不被這社會淘汰，信二竹店將竹製品走向藝術品文創及精緻化的發展。

## 二、建議

本研究小組以文獻探討和問卷分析發現以上結論，並提出以下幾點建議：

- (一) 在現代的生活中，竹製品越來越少人使用，已經變傳統不再流行，所以幾乎大部分的人是沒意願認識竹工藝文化收藏竹製品的，建議可以多利用廣告或體驗製作活動之類的方式來推廣。
- (二) 大多數人認為竹子用來製作器具是很環保的，所以可以利用這個特點鼓勵大家繼續使用竹子做成的物品，少用會破壞地球的東西。
- (三) 喜歡竹藝品的人較多是關心風格樣式，而風格樣式是簡單大方最廣受歡迎，所以可朝這個方向去延伸創造更多的藝品。
- (四) 製作竹製品時間較長且過程繁雜導致業者產品供應有限，推廣會因這些因素受到許多阻

礙，所以他們還需更多廣泛的行銷通路，例如：蝦皮、淘寶、露天等...，來銷售竹製品，並讓更多大眾接受竹製品且了解竹製品的優點及好處。

#### 肆、引註資料

- 一、 旗立財經研究室(2016)。商業概論。旗立資訊股份有限公司
- 二、 許文蘭、呂雅菁 (2009)。行銷學 I。啟芳出版社
- 三、 網界博覽會作品：立志中學 竹夢踏實(2005)。關鍵字：竹編歷史。2018.11.24 取自於 [http://library.taiwanschoolnet.org/cyberfair2005/convenient/info2\\_8.htm](http://library.taiwanschoolnet.org/cyberfair2005/convenient/info2_8.htm)
- 四、 國立臺灣工藝研究發展中心(2010)。關鍵字：竹編製作過程。2018.11.24 取自於 [https://www.ntcri.gov.tw/dnalist\\_196\\_70.html](https://www.ntcri.gov.tw/dnalist_196_70.html)
- 五、 溫也寒竹藝坊(2013)。關鍵字：基本編法。2018.11.24 取自於 <http://www.artbamboo.com.tw/竹裝置藝術/竹編基本編法>
- 六、 龍成竹房(2015)。關鍵字：竹製藝術。2018.11.24 取自於 <http://alleyday.blogspot.com/2015/03/blog-post.html>
- 七、 壹週刊(2015)。《老字號》胸有成竹 信二竹店。2019.03.23 取自於 <https://www.nextmag.com.tw/realtimenews/news/28106462>
- 八、 信二竹店(2014)。關鍵字：竹椅製作過程。2019.03.23 取自於 [https://blog.xuite.net/s\\_er2284128/twblog](https://blog.xuite.net/s_er2284128/twblog)
- 九、 自由時報(2017)。百年竹店傳四代 全靠「固執老爹」挺過危機。2019.03.23 取自於 <https://news.ltn.com.tw/news/life/breakingnews/2159301>
- 十、 倫敦男孩の台南美食旅遊記事(2014)。關鍵字：竹編技藝。2019.03.23 取自於 <https://boylondon.tw/2014-02-12-1088/>
- 十一、 中國時報(2014)。百年竹店轉型。2019.03.23 取自於 <https://www.chinatimes.com/newspapers/20140502000491-260107>
- 十二、 udn video (2014)。台南百年竹藝店。2019.03.23 取自於 <https://www.youtube.com/watch?v=gsxyFitaGBI>
- 十三、 台灣真善美(2016)。文創開發商機。2019.03.23 取自於 [https://www.youtube.com/watch?v=ofhyuwQ2\\_2U&feature=youtu.be](https://www.youtube.com/watch?v=ofhyuwQ2_2U&feature=youtu.be)
- 十四、 TVBS (2016)。台南純手竹工藝店。2019.03.23 取自於 <https://www.youtube.com/watch?v=DFSFGtHJYyU&feature=youtu.be>
- 十五、 痞客邦 部落格邦邦 綠的傢俱(2012)。關鍵字：店史沿革。2019.03.23 取自於 <http://xx44456.pixnet.net/blog/post/81524252>
- 十六、 REXXCHEN XUIE 日誌(2014)。台南百年竹藝店 堅持傳承求創新。2019.03.23 取自於 <https://blog.xuite.net/rexxchen/twblog/222924035-2014.06.21%E3%80%91>
- 十七、 Facebook (2014)。信二竹店。2019.03.23 取自於 <https://www.facebook.com/%E4%BF%A1%E4%BA%8C%E7%AB%B9%E5%BA%97-187671681388554/>
- 十八、 Instagram (2018)。信二竹店。2019.03.23 取自於 <https://www.instagram.com/xinerbambooshop>