

投稿類別:商業類

篇名：

傳統的美，道地的味~探討三美古早味枝仔冰的經營策略

作者：

吳菊芳。私立建臺高級中學。綜合高中三年己班

徐品樺。私立建臺高級中學。綜合高中三年己班

劉家欣。私立建臺高級中學。綜合高中三年己班

指導老師：

黃秀琴

壹、前言

一、研究動機

創新是利潤的來源，而創新的元素更是無所不在，古早味枝仔冰除了賣冰更是賣回憶，吃冰品也能吃回兒時的記憶，涼在心底，感動在心裡，久久無法忘懷。

現代的社會裡，人們愈來愈重視效率，快速，忙碌中就漸漸不在乎最原始的味道，在我們的生活裡就快要消失了，而我們越來越找不到和吃不到，那記憶裡甜美的味道，腦海中原始的味道是無法讓現代的化學冰品取代的，想回味小時候那個最純真又懷念的記憶，早期的古早味枝仔冰，都會製成芋仔冰磚，簡單俐落的枝仔冰，古早味枝仔冰製造過程全是純手工，無添加任何化學物質，價錢經濟又實惠，現代冰品則是以機器替代手工，提倡精緻的高品質，相對的古早味與現代的冰品價位差異變化大，演變成現代社會處處可見的雪花冰、粒粒冰、霜淇淋，多種的變化，符合現代年輕人追求的口感，滿足消費者的味蕾，現代的冰品樣式多樣化，漸漸的古早冰店快要被現代的冰店取代了，因為古早味的冰店逐漸被沒落，但卻有許多長輩們想找回最原始的味道，因為老一輩的人隨著年齡的增長更想要回味童年的味道，現在的冰品會讓我們斬釘截鐵而去購買，這正是我們想討論的本題，透過蒐集資料和親身體驗來比較古早味與現代冰的差異化。

二、研究目的

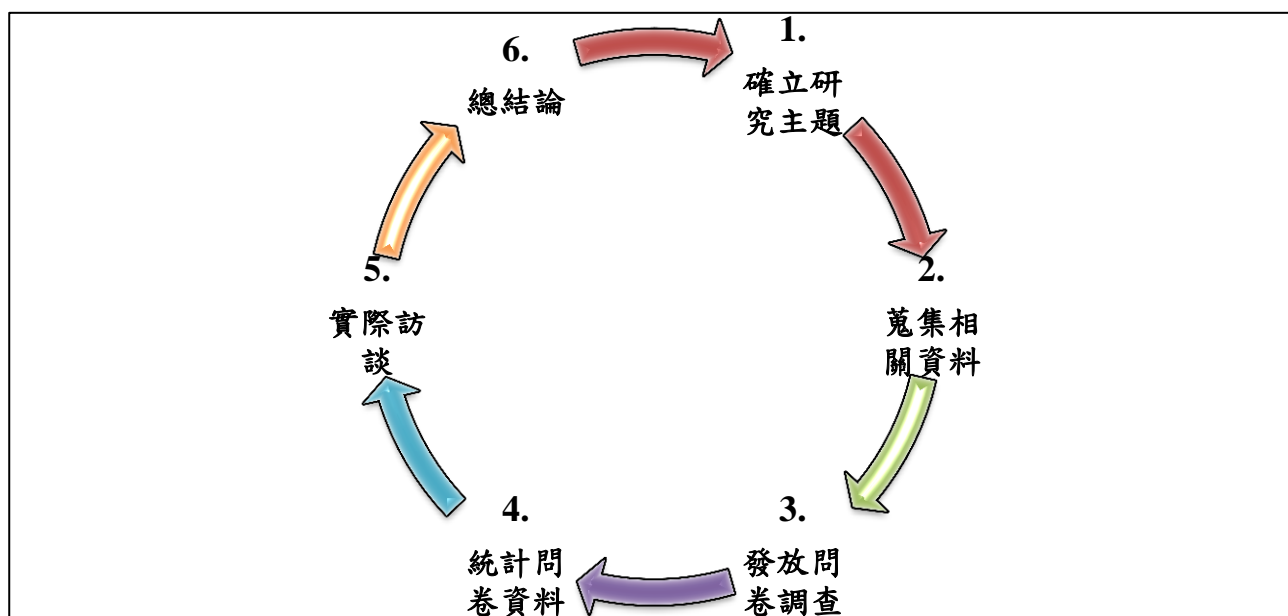
- (一)古早味冰品與現代冰品的差異。
- (二)透過行銷 4P 與 4C 比較、SWOT、五力、STP 分析更瞭解古早味經營模式與現況。
- (三)經由問卷調查瞭解顧客對古早味冰品與現代冰品的選擇及意見。
- (四)利用問卷調查更清楚古早冰品與現代冰品業者對市場的供給與需求。
- (五)整合消費者意見提供給經營者作經營策略之調整，達永續經營之目的。

三、研究方法

- (一)問卷調查:透過問卷調查瞭解消費者的喜好偏向於現代冰還是古早味冰。
- (二)文獻蒐集法:透過網路資訊蒐集不同冰品相關資料,加以整理及分析。
- (三)實證分析:實際到店家參訪與提問,能更瞭解古早味冰品相關內容。

四、研究流程

圖一研究流程



(圖一資料來源:研究者自行繪製)

貳、正文

一、三美冰品店家簡介

三美冰店是超過 50 年的老冰店，它位於苗栗縣後龍鎮，名字的由來是從上一代傳到現在第二代，未來也會一代一代傳下去，有種回到家的感覺，老闆的那種親切感和人情味，是在現代的商店裡無法感受到的溫暖，對顧客們來說是種平凡又珍貴的回憶。

因為現代冰品的多元化影響，三美古早味冰品製作方式已經是一半機器一半手工製作，製作過程中還會聞到濃濃的水果味，堅持使用水過製作所有冰品，不過現在因為物價越來越高，只漲不跌，但老闆堅持不漲價，保持最原始的枝仔冰和親民的價格。聽到蟲鳴鳥叫時，也代表夏天的來臨，是冰品賣最好的時段，便開始每天販賣冰品，旺季是五月~八月，淡季是十一月~二月，但是吃了之後絕對讚不絕口，店裡的原料都是親自去水果市場挑選最新鮮的水果，堅持便宜的價格替想吃的客人省荷包，店家主要販售古早味冰、枝仔冰、綿綿冰、叭嘍、冰沙，店家還會不定期的做促銷活動，店家一路走來會成功的秘訣莫過於不會偷工減料、用料實在、堅持純手工製作，是因為想要保持高品質與最原始的味道，讓許多較年長或附近居民想要回味過去味道的人們吃起過去的回憶。

三美店家並非一年四季都在賣冰品，只有天氣較熱時開始販賣，則平常還有販賣家用用品提供附近居民的購買，冬天還有販賣其他古早味的熱食，三美店家營業時間是從 AM 8:00 至 PM 21:00。

二、三美冰品店家特色

最早的剉冰，是以水製成的冰品。三美冰品是用糖水製作方法為台糖砂糖混水煮沸，冷卻後再冰凍，製成冰塊後用刀削機器刨碎。台灣最初的剉冰搭配的食材是紅豆，後來加上台灣盛產顆粒飽滿甜度適中的綠豆、芋頭等多元的組合，以及精良栽種的時令水果芒果，就是道地口味的台灣剉冰。六零年代開始，冰店開始加入米苔目、粉粿與珍珠粉圓等食材，讓剉冰的口感與視覺享受更為多元，但三美冰品則是採用天然的水果去製成的冰品，不是色素製成的，雖然成本高但是卻堅持著要吃健康又維持最原始的味道。三美冰品也保持著這種永遠不變的堅持，現場製作給客人看。

三、三美冰店產品簡介



圖二:叭嘍草莓冰

圖表二資料來源:研究者自行拍攝

看似普通淡淡的粉紅色，還沒吃到就可以聞到濃郁的草莓味，不只好吃而且還要吃的健康。



圖三:情人果口味枝仔冰

圖表三資料來源:研究者自行拍攝

價錢是一支 10 元，新鮮水果的甜味、吃起來很解渴，甚至可以在枝仔冰裡面吃到情人果的果粒。



圖四:四果牛奶口味枝仔冰

圖表四資料來源:研究者自行拍攝

價錢是一支 15 元，是銷售最好的枝仔冰，四果牛奶甜度略甜、吃得到四果纖維、非常清爽又解渴。



圖五:芋頭口味枝仔冰

圖表五資料來源:網路資料

http://llafcdll.blogspot.tw/2013/09/71015_1.html

價錢是一支 10 元，芋頭味道是濃郁的、甜度適中、還可以吃到顆粒的芋頭。



圖六:桂圓糯米口味枝仔冰

圖表六資料來源:網路資料

http://llafcdll.blogspot.tw/2013/09/71015_1.html

價錢是一支 10 元，整枝枝仔冰都可以吃到軟爛的糯米、甜而不膩、裡面也吃得到飽滿的桂圓肉。



圖七:綜合綿綿冰

圖表七資料來源:網路資料

<http://mooneyes.pixnet.net/blog/post/31622491>

價格是一碗 15 元，口味搭配了香蕉、鳳梨、百香果，吃起來綿綿的就像冰沙一樣，入口即化，吃下去有消暑的感覺。

四、三美冰品 SWOT 分析

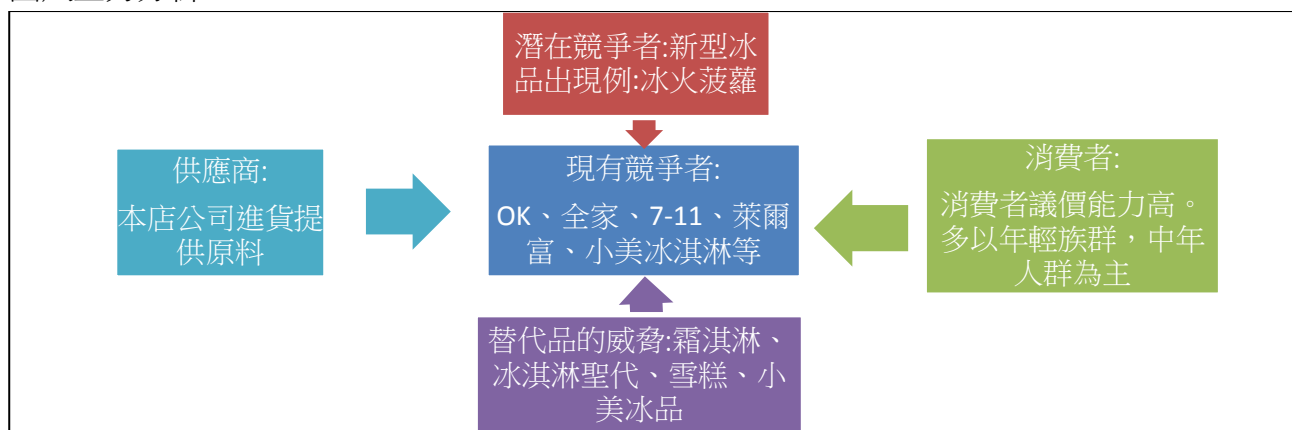
表一 SWOT 分析

優勢(S)	劣勢(W)
1.種類多樣化 2.價格便宜 3.無添加化學物質 4.堅持傳統製作方式 5.許多固定的消費者	1.機器設備老舊 2.口味未隨時代跟進 3.少許廣告介紹 4.裝潢簡單 5.促銷活動少
機會(O)	威脅(T)
1.市場需求多 2.氣溫不影響生意 3.消費者注重真實材料	1.許多同業的競爭者 2.替代品銷售多 3.無法一次滿足顧客的需求

表一資料來源:研究者自行編製。

五、三美冰品五力分析

圖八五力分析



圖片八資料來源:研究者自行編製。

六、三美冰品 STP 策略

表二 STP 策略

STP/冰品	三美古早味冰品	現代冰品
S:市場區隔	1. 地理環境變數:一般住宅區 2. 人口統計變數:老人家 3. 購買行為變數:忠誠度高	1. 地理環境變數:全省 2. 人口統計變數:年輕人 3. 購買行為變數:較高
T:目標行銷	講求人情味，手工製作無化學成分的目標客群。	針對色彩繽紛的顧客，再瞄準學生跟年輕人為目標客群。
P:市場定位	冰品分量多古早味的口感滿足消費者的滿足感。	以繽紛精緻風格定位。

表二 STP 策略資料來源:研究者自行編製而成。

五、三美冰品 4P 與 4C 比較

表三 4P 與 4C 比較

4P		4C	
產品 (Product)	三美冰品提倡最新鮮的食材，是採用店家自己種的水果和去果菜市場的新鮮水果。	消費者 (consumer)	因消費者喜愛的口味越來越廣，而冰品業者加了多種口味以及配料有多種選擇可搭配。
價格 (Price)	三美冰品屬於較低價位，且在一般消費者的合理範圍內，更是小資一族的最愛。	成本 (cost)	消費者族群主要以上班族為主，老闆利用真實材料手工製作，讓顧客感受到兒時的回憶。
通路 (Place)	三美冰品全台灣只有唯一一家，在苗栗縣後龍鎮。	方便性 (convenience)	三美是家庭式的冰店，附近有便利商店可方便停車，步行便可抵達三美。
促銷 (Promotion)	利用網路來吸引消費者限定期間內前來消費即可獲得折價。	溝通 (communication)	老闆和藹可親，能以聊天方式或其他方式蒐集顧客的意見，來改善缺點。

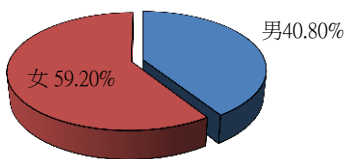
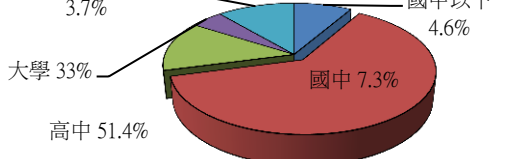
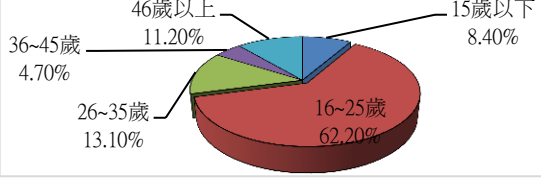
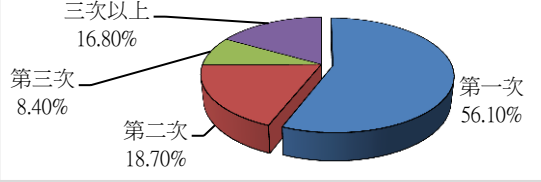
表三資料來源:研究者自行編製而成。

六、消費者行為調查分析

發放問卷時間：106 年 11 月 19 日~106 年 11 月 29 日

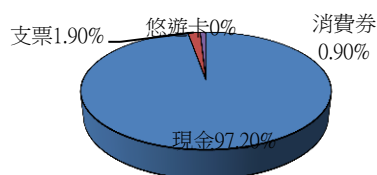
發放張數：100 張，實收張數：100

表四消費者行為調查分析

<p>1.請問您的性別?</p>  <p>圖九</p>	<p>2.請問您的教育程度?</p>  <p>圖十</p>
<p>說明：消費者的性別以女性居多(59.20%)。</p>	<p>說明：消費者教育程度，由高至低依序為高中(51.4%)，大學(33%)，國中(7.3%)。</p>
<p>3.請問您的年齡?</p>  <p>圖十一</p>	<p>4.請問您是第幾次來吃古早味冰品?</p>  <p>圖十二</p>

<p>說明：消費者年齡，由高至低依序為 16~25 歲 (62.20%)，26~35 歲(13.10%)，46 歲以上 (11.20%)。</p>	<p>說明：顧客來消費次數，由高至低依序為第一次(56.10%)，第二次以上(16.80%)，三次以上 (18.70%)。</p>																								
<p>5.如何得知三美古早味冰品的店家?</p> <table border="1"> <caption>圖十三</caption> <thead> <tr> <th>得知店家方式</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>以前來過</td> <td>28%</td> </tr> <tr> <td>親友介紹</td> <td>34.60%</td> </tr> <tr> <td>逛街路過</td> <td>29%</td> </tr> <tr> <td>網路</td> <td>12.10%</td> </tr> </tbody> </table>	得知店家方式	百分比	以前來過	28%	親友介紹	34.60%	逛街路過	29%	網路	12.10%	<p>6.會吸引您購買的原因?</p> <table border="1"> <caption>圖十四</caption> <thead> <tr> <th>吸引購買原因</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>口味</td> <td>72%</td> </tr> <tr> <td>價格</td> <td>35.50%</td> </tr> <tr> <td>品質</td> <td>13.10%</td> </tr> <tr> <td>造型</td> <td>7.50%</td> </tr> <tr> <td>流行</td> <td>5.60%</td> </tr> </tbody> </table>	吸引購買原因	百分比	口味	72%	價格	35.50%	品質	13.10%	造型	7.50%	流行	5.60%		
得知店家方式	百分比																								
以前來過	28%																								
親友介紹	34.60%																								
逛街路過	29%																								
網路	12.10%																								
吸引購買原因	百分比																								
口味	72%																								
價格	35.50%																								
品質	13.10%																								
造型	7.50%																								
流行	5.60%																								
<p>說明：顧客是如何得知三美店，由高至低依序為親友介紹(34.60%)，逛街路過(29%)，以前來過(28%)。</p>	<p>說明：消費者會來購買的原因，由高至低依序為口味(72%)，價格(35.50%)，品質(13.10%)。</p>																								
<p>7.請問古早味冰品哪一點讓您滿意?</p> <table border="1"> <caption>圖十五</caption> <thead> <tr> <th>滿意點</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>懷舊的感覺</td> <td>60.70%</td> </tr> <tr> <td>好吃</td> <td>45.80%</td> </tr> <tr> <td>氣氛好</td> <td>10.30%</td> </tr> </tbody> </table>	滿意點	百分比	懷舊的感覺	60.70%	好吃	45.80%	氣氛好	10.30%	<p>8.請問您最喜歡吃哪個古早味冰品?</p> <table border="1"> <caption>圖十六</caption> <thead> <tr> <th>最喜歡冰品</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>雪花冰</td> <td>41.10%</td> </tr> <tr> <td>枝仔冰</td> <td>30.80%</td> </tr> <tr> <td>剉冰</td> <td>26.20%</td> </tr> <tr> <td>呱璞</td> <td>20.60%</td> </tr> <tr> <td>雞蛋冰</td> <td>9.30%</td> </tr> </tbody> </table>	最喜歡冰品	百分比	雪花冰	41.10%	枝仔冰	30.80%	剉冰	26.20%	呱璞	20.60%	雞蛋冰	9.30%				
滿意點	百分比																								
懷舊的感覺	60.70%																								
好吃	45.80%																								
氣氛好	10.30%																								
最喜歡冰品	百分比																								
雪花冰	41.10%																								
枝仔冰	30.80%																								
剉冰	26.20%																								
呱璞	20.60%																								
雞蛋冰	9.30%																								
<p>說明：消費者喜愛冰品原因，由高至低依序為懷舊的感覺(60.70%)，好吃(45.80%)，氣氛好(10.30%)。</p>	<p>說明：消費者最喜愛的冰品，由高至低依序為雪花冰 (41.10%)，枝仔冰 (30.80%)，剉冰(26.20%)。</p>																								
<p>9.購買三美冰品時最先考慮哪種口味?</p> <table border="1"> <caption>圖十七</caption> <thead> <tr> <th>最先考慮口味</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>巧克力</td> <td>44.30%</td> </tr> <tr> <td>芋頭</td> <td>34.90%</td> </tr> <tr> <td>情人果</td> <td>20.80%</td> </tr> <tr> <td>鳳梨</td> <td>16%</td> </tr> <tr> <td>冬瓜</td> <td>3.80%</td> </tr> </tbody> </table>	最先考慮口味	百分比	巧克力	44.30%	芋頭	34.90%	情人果	20.80%	鳳梨	16%	冬瓜	3.80%	<p>10.吃冰品時最喜歡搭配哪個佐料?</p> <table border="1"> <caption>圖十八</caption> <thead> <tr> <th>最喜歡佐料</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>芋圓</td> <td>44.30%</td> </tr> <tr> <td>愛玉</td> <td>21.70%</td> </tr> <tr> <td>仙草</td> <td>25.50%</td> </tr> <tr> <td>新鮮水果</td> <td>27.40%</td> </tr> <tr> <td>米苔目</td> <td>17%</td> </tr> </tbody> </table>	最喜歡佐料	百分比	芋圓	44.30%	愛玉	21.70%	仙草	25.50%	新鮮水果	27.40%	米苔目	17%
最先考慮口味	百分比																								
巧克力	44.30%																								
芋頭	34.90%																								
情人果	20.80%																								
鳳梨	16%																								
冬瓜	3.80%																								
最喜歡佐料	百分比																								
芋圓	44.30%																								
愛玉	21.70%																								
仙草	25.50%																								
新鮮水果	27.40%																								
米苔目	17%																								
<p>說明：消費者最喜歡購買冰品的口味，由高至低依序為巧克力(44.30%)，芋頭(34.90%)，情人果(20.80%)。</p>	<p>說明：消費者最喜愛搭配的佐料，由高至低依序為芋圓(44.30%)，新鮮水果(27.40%)，仙草(25.50%)。</p>																								
<p>11.平均消費冰品上的價錢?</p> <table border="1"> <caption>圖十九</caption> <thead> <tr> <th>平均消費價錢</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>30~50元以內</td> <td>57%</td> </tr> <tr> <td>60~90元以上</td> <td>22.40%</td> </tr> <tr> <td>100~200元</td> <td>8.40%</td> </tr> <tr> <td>200元以上</td> <td>2.80%</td> </tr> <tr> <td>20元以下</td> <td>9.30%</td> </tr> </tbody> </table>	平均消費價錢	百分比	30~50元以內	57%	60~90元以上	22.40%	100~200元	8.40%	200元以上	2.80%	20元以下	9.30%	<p>12.請問您對於古早味冰品價格的看法?</p> <table border="1"> <caption>圖二十</caption> <thead> <tr> <th>價格看法</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>滿意</td> <td>46.70%</td> </tr> <tr> <td>非常滿意</td> <td>42.10%</td> </tr> <tr> <td>普通</td> <td>10.30%</td> </tr> <tr> <td>非常不滿意</td> <td>0.90%</td> </tr> <tr> <td>不滿意</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table>	價格看法	百分比	滿意	46.70%	非常滿意	42.10%	普通	10.30%	非常不滿意	0.90%	不滿意	0%
平均消費價錢	百分比																								
30~50元以內	57%																								
60~90元以上	22.40%																								
100~200元	8.40%																								
200元以上	2.80%																								
20元以下	9.30%																								
價格看法	百分比																								
滿意	46.70%																								
非常滿意	42.10%																								
普通	10.30%																								
非常不滿意	0.90%																								
不滿意	0%																								
<p>說明：消費者花在冰品上的價格，由高至低依序為 30~50 元內(57%)，60~90 元以上(22.40%)，20 元以下(9.30%)。</p>	<p>說明：消費者對價格的滿意度，由高至低依序為滿意(46.70%)，非常滿意(42.10%)，普通(10.30%)。</p>																								

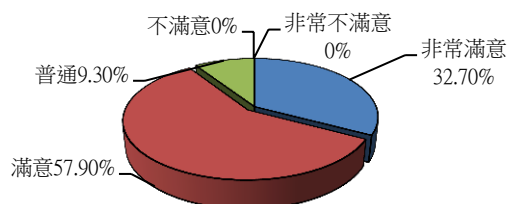
13.購買三美冰品時透過哪種方式付費?



圖二一

說明:消費者付款方式,由高至低依序為現金(97.20%),支票(1.90%),消費券(0.90%)。

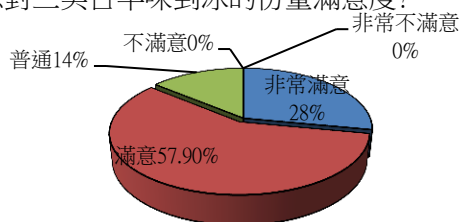
14.請問您對三美古早味冰品品質滿意度?



圖二二

說明:消費者對價格的滿意度,由高至低依序為滿意(57.90%),非常滿意(32.70%),普通(9.30%)。

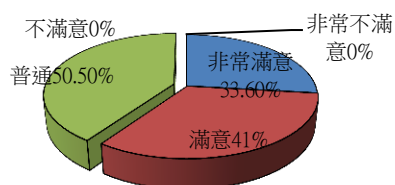
15.您對三美古早味剉冰的份量滿意度?



圖二三

說明:消費者對冰品品質的滿意度,由高至低依序為滿意(57.90%),非常滿意(32.70%),普通(9.30%)。

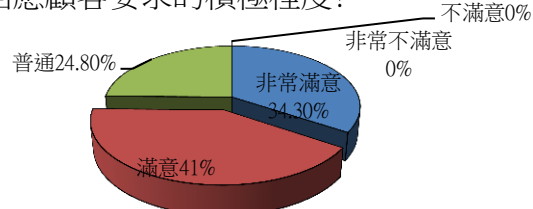
16.您對三美古早味冰品整體甜度如何?



圖二四

說明:消費者對古早味剉冰份量的滿意度,由高至低依序為滿意(41%),非常滿意(33.60%),普通(50.50%)。

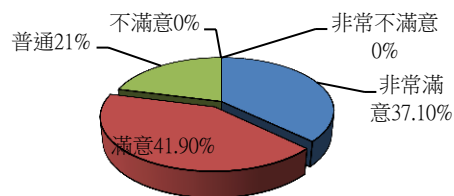
17.回應顧客要求的積極程度?



圖二五

說明:消費者對冰品整體甜度的滿意度,由高至低依序為滿意(41%),非常滿意(34.30%),普通(24.80%)。

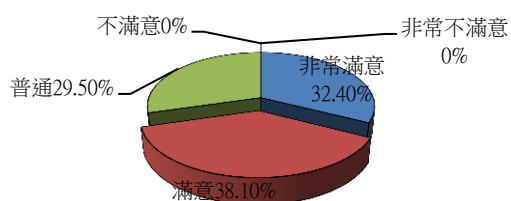
18.請問三美古早味服務態度好嗎?



圖二六

說明:消費者對店家積極程度的滿意度,由高至低依序為滿意(41.90%),非常滿意(37.10%),普通(21%)。

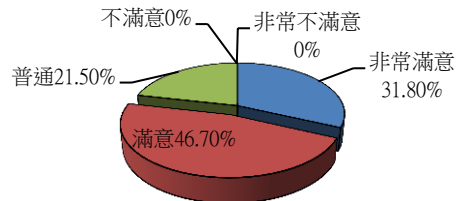
19.請問三美古早味環境衛生好嗎?



圖二七

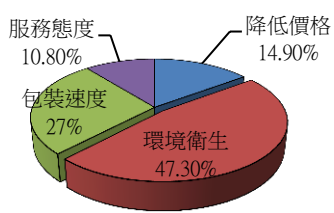
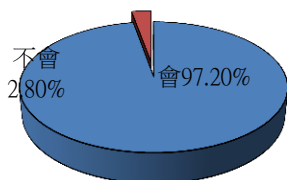
說明:消費者對於三美服務態度的滿意,由高至低依序為滿意(38.10%),非常滿意(32.40%),普通(29.50%)。

20.您對三美古早味冰品包裝設計美觀程度?



圖二八

說明:消費者對於三美的環境衛生的滿意度,由高至低依序為滿意(46.70%),非常滿意(31.80%),普通(21.50%)。

<p>21.您對三美冰品尚需改善的地方?</p>  <p>圖二九</p>	<p>22.請問您是否會再來三美古早味冰品消費嗎?</p>  <p>圖三十</p>
<p>說明:消費者對三美冰品需改善的地方，由高至低依序為環境衛生(47.30%)，包裝速度(27%)，降低價格(14.90%)。</p>	<p>說明:是否會再來三美古早味冰品會的結果居多(97.20%)。</p>

參、結論與建議

一、結論

經研討後我們發現，近幾年來天氣變化多，夏天一年比一年高溫，使得消費者對冰品的需求增多，但因現在的冰品多元化，而大多都是採用化學材料製成，但因許多較年長的長輩們想回味過去的味道，有漸漸的盛行過去的枝仔冰，不添加任何化學材料，而是使用最天然的食材，才更能吃到過去的味道，而三美冰店堅持採用傳統式作法，把最原始的味道呈現給客人，滿足想要回味過去的消費者。

依據 SWOT、4P 與 4C 的比較，要先將自家的產品品質提高，還要有不同的創新可以吸引消費者，雖然價格低廉，不過通路卻只有一個，但店家懂得利用現在科技，利用網路的方式吸引更多的消費者。問卷調查以及訪談過程得知，想要在競爭力強大的市場裡存活，除了不能漲價，更要滿足消費者的需求，才能更受消費者的喜愛，且還要擁有吸引消費者的行銷方式，以良好的技術製作古早味枝仔冰，絕不偷工減料，更不是以低價然後給客人很少量的冰品，而是適量的供給卻又非常親民的價格，注重天然原料又真材實料，因此有不少的忠實顧客，店家也利用網路的推銷方式來促銷，讓不知道的人們能夠前來品嚐，在這種都是化學的時代裡還有堅持使用天然食材的店家實在少之又少。

由上敘述可知，現代社會並不能只為了要省成本、賺取更多利益，而把減少份量、價格調高，但是對於現代的人來說，三美冰店並不會因為要賺取更多利益而把價格調高，他們是為了讓長輩們吃到以前的味道，把握能夠滿足消費者的口腹之慾，不會像有些黑心商人提高價格，他們是有倫理道德的，不會隨使用不好的食材還哄抬價格，則是用最好的食材和最適合的價格賣給消費者。

二、建議

1. 建議三美冰品，繼續採用新鮮水果及純手工製作，堅持最天然無化學的食材製作冰品，純手工的枝仔冰吃起來有濃厚的兒時記憶，以最親民的價格販賣給想回味兒時記憶和想吃的消費者購買。
2. 建議三美冰品，能夠在網路上面有更多的促銷方案，以及把三美冰品放在網路上讓更多外縣市的人知道在三美冰品可以購買到古早味的枝仔冰品。
3. 建議三美冰品，能夠再一代傳一代的繼續經營下去，因為現在已經很少店面在販賣古早味冰品，讓年長的又想回味兒時記憶的這些人去購買冰品，三美冰品的冰品真的是便宜又好吃。

肆、引註資料

一、後龍古早味冰店-三美冰店- 野兔特派員 Sunny - udn 部落格

<http://blog.udn.com/syenyen/23825825>

二、苗栗後龍--三美冰店，平凡卻令人感動的綿綿冰好滋味

<http://www.ipeen.com.tw/comment/334003>

三、冰品的起源，

<https://plus.google.com/109145475696410709154/posts/EzhAg9TNWj4>

四、旗立財經研究室(2014)，商業概論 CH6。台北市：旗立資訊股份有限公司。

<http://203.71.145.5/dyna/data/user/good/files/201202090743390.pdf>