

投稿類別：商業類

篇名：
擦出美好的未來-舒潔衛生紙

作者：
林決寬。國立花蓮高商。商業經營科三年甲班
何承晏。國立花蓮高商。商業經營科三年甲班
薛迦民。國立花蓮高商。商業經營科三年甲班

指導老師：
許雅婷老師

壹●前言

處在這資訊爆炸的世代，所有事物都努力的想要展現自我，一切都開啟了這場角逐的大門，在爾虞我詐的商場上，到底誰能打贏這場戰？

衛生紙-在生活中處處能看見，這代表它與我們生活如同水一般密不可分，不管是教室、車內、工作場所、屋內、廁所等都可以看見它的蹤跡。在眾多的品牌中可發現一隻可愛的狗狗，好奇心作祟的我們便帶著隨身的行李，前往陷阱重重的商場。大家流傳著一句：「別人笑我太瘋癲，我笑他人看不穿」，我們只為了兩個字「好奇」，好奇狗狗是如何在這競爭激烈的比賽中，生存下去的呢？讓我們繼續看下去……。

一、研究目的

- (一) 了解舒潔歷史背景
- (二) 探討舒潔衛生紙行銷手法
- (三) 了解使用者滿意度
- (四) 提出具體的行銷意見做為業者之參考

二、研究方法

根據以上之研究目的，先探討文獻資料，再採用「問卷調查法」進行分析。

三、研究範圍及限制

本組因為人力、時間、金錢等因素有限，研究範圍為花蓮高商附近商圈，無法推論到其他縣市。

四、研究流程圖

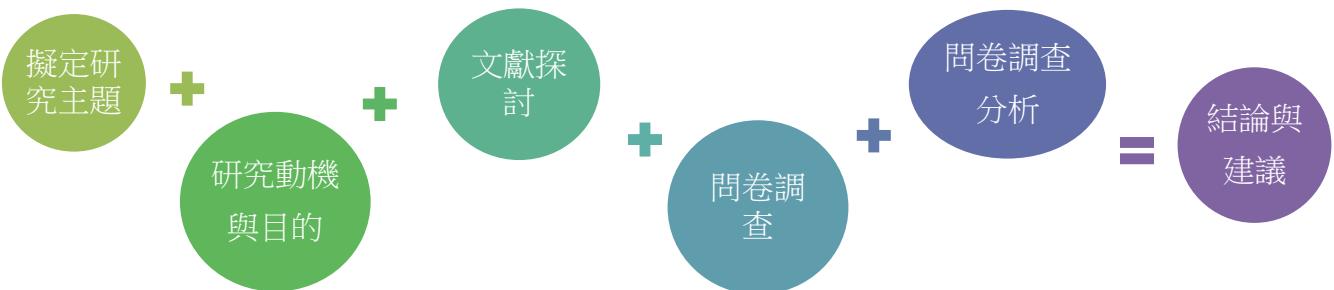


圖 1 研究流程圖

貳●正文

一、簡介

(一) 公司歷程

表 1 金百利公司歷程表

年 度	公 司 歷 程
1969 年	引進美國史谷脫公司造紙技術。
1971 年	台灣史谷脫公司新營廠正式生產「舒潔」衛生紙。
1995 年	台灣史谷脫公司因美國金百利克拉克公司與美國史谷脫公司的合併而納入美國金百利克拉克公司旗下。
2001 年	美國金百利克拉克公司將其於台灣的兩家公司「台灣史谷脫紙業股份有限公司」與「台灣金百利股份有限公司」整合成為「金百利克拉克公司-台灣分公司」。

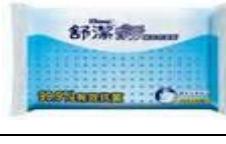
資料來源：本組整理

(二) 舒潔系列

自從 1971 年推出舒潔衛生紙第一款之後，針對舒潔系列所有更新商品。

表 2 舒潔系列產品表

年度	包裝	說明
1971 年	無	「舒潔」衛生紙、「舒潔」面紙、「舒潔」餐巾紙。
1972 年	 圖 2	推出粉彩系列平版衛生紙。
1975 年	 圖 3	推出「舒潔」衛生棉。
1978 年	 圖 4	推出捲筒廚房紙巾及擦手紙。

1989 年	 圖 5	捲筒衛生紙及寶寶濕巾。
1990 年	 圖 6	舒潔平版衛生紙以提袋式的新包裝上市，並接續推出「恰適我意」紙盒裝衛生棉。
1999 年	 圖 7	推出 Hello Kitty 系列產品。
2001 年	 圖 8	推出「可愛舒潔拉拉狗狗」新包裝，開始奠定包裝風格。
2004 年	 圖 9	推出首創「三層綿柔抽取衛生紙」。
2005 年	 圖 10	更提升衛生紙品質，加入獨創的極緻壓紋及有趣的一抽粉藍一抽粉紅增加消費者生活樂趣。
2008 年	 圖 11	推出炫彩成人/兒童口罩，及舒潔香氛紙手帕。
2009 年	 圖 12	率先採用 FSC 最高環保林木驗證紙漿，成為全台第一家擁有 FSC 國際環保標章背書的家紙品牌。
2010 年	 圖 13	推出第一款具 99.9% 抗菌功能的「淨 99 抗菌」面紙及濕巾。
2011 年	 圖 14	推出台灣唯一「抗菌衛生紙」與「濕式衛生紙產品系列」。

資料來源：舒潔官方網站再經由本組整理

二、舒潔衛生紙 4P 分析

(一) 產品策略

『「品質、創新、關心」的堅持，「給家人最好的」舒潔，更要以「溫柔心感動」的品牌理念我們對消費者的承諾。』(舒潔官方網站，2014)

(二) 價格策略

一般 12 包入衛生紙為 128 元(以春風為例)，舒潔衛生紙為 189 元。為了帶給消費者高品質的感官享受，故舒潔衛生紙價格比一般衛生紙高出一些。

(三) 推廣策略

舒潔為響應世界地球日於 2014 年 4 月 3 號攜手五大通路(全聯、家樂福、大潤發、愛買以及頂好)，發起有 FSC™ 國際驗證森林產品為主的「選擇舒潔 地球謝謝你」綠色消費回饋活動。舒潔聯合五大通路夥伴共同推動綠色消費行動外，更與中華民國環境教育學會合作發起「Green Up! 好森活校園護林公益推廣計畫」。消費者在指定活動期間在五大通路購買舒潔 FSCTM 家紙產品任一串，舒潔就捐出一元投入「校園護林教育基金」，捐贈予中華民國環境教育學會專款運用於校園護林公益推廣計畫。另外消費者在等五大通路購買舒潔指定 DM 促銷商品，除享優惠價之外，滿額可再享最高達九折的綠色購物金回饋或「舒潔好森活紀念方盒面紙」等好禮。

(四) 通路策略

舒潔的主要通路分為實體通路及虛擬通路，實體通路由便利性極高的便利商店以及小規模的量販店大規模的購物中心。虛擬通路由拍賣.超級商城.購物中心的網路店面。

三、舒潔衛生紙 SWOT 分析

表 3 SWOT 分析表

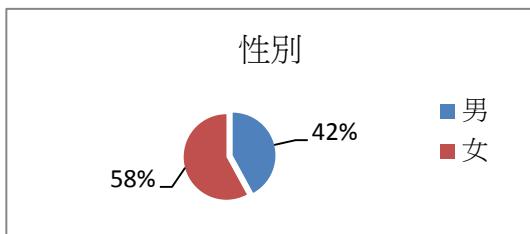
優勢(S)	劣勢(W)
S1 創意廣告吸引消費者目光 S2 使用 FSC 認證樹木 S3 通路廣大，知名度高 S4 節省包裝用量	W1 產品屬於中高價位，失去部分消費者 W2 行銷方面較多於廣告及宣傳單，網路行銷略於不足。
機會(O)	威脅(T)
O1 環保意識抬頭 O2 小包裝商品的趨勢	T1 競爭對手越來越多 T2 原物料上漲，以至於成本提高

資料來源：本組整理

四、問卷調查

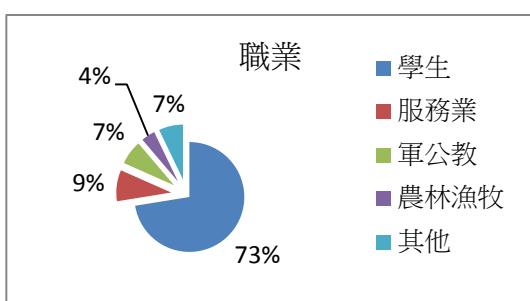
在 2014 年 7 月初位於花蓮高商附近商圈進行問卷發放，發放方式採隨機抽樣。本次問卷共發放 200 份問卷，有效問卷為 196 份，無效問卷為 4 份。

(一)基本資料



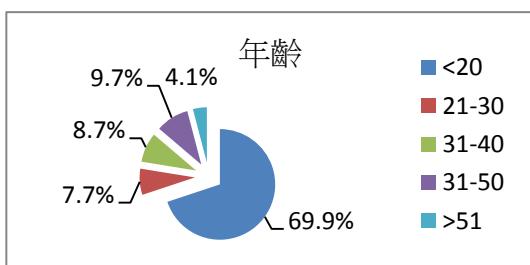
1、性別

如圖所示男性佔 42%，女性佔 58%



2、職業

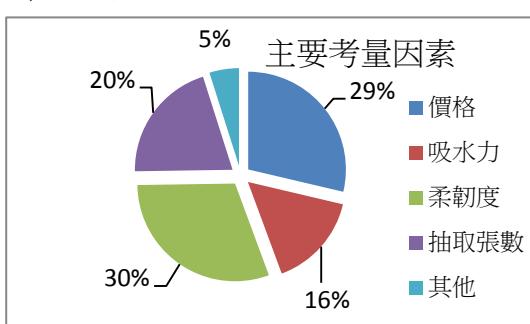
如圖所示學生佔 73%，服務業佔 9%，軍公教 7%，農林漁牧 4%，其他佔 7%



3、年齡

如圖所示 20 歲以下佔 69.9%，21-30 歲佔 7.7%，31-40 歲佔 8.7%，51 歲以上佔 1%

(二)消費者行為



1、選擇衛生紙的主要考量因素(複選，至多三項)

如圖所示消費者主要購買衛生紙的因素最高為柔韌度居高，占 30%。

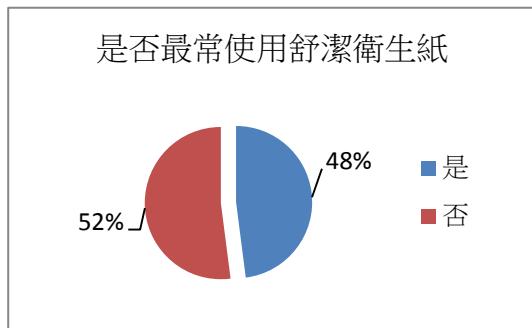


圖 19 是否最常使用舒潔衛生紙比例圖

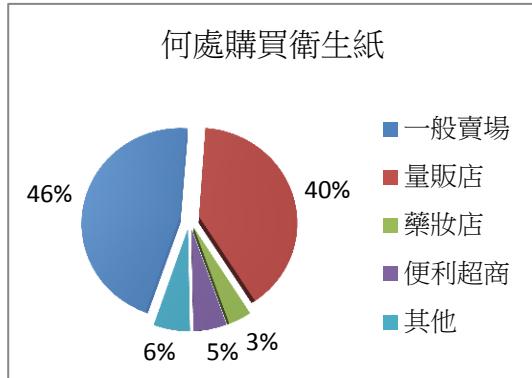


圖 20 何處購買衛生紙

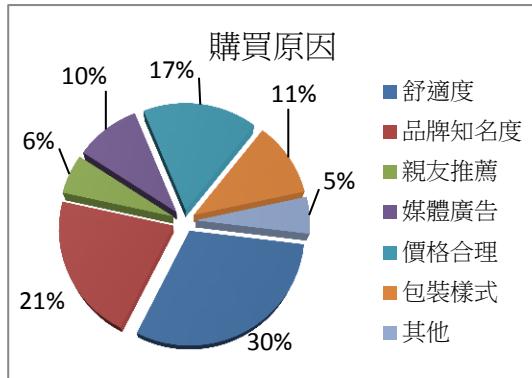


圖 21 購買原因比例圖

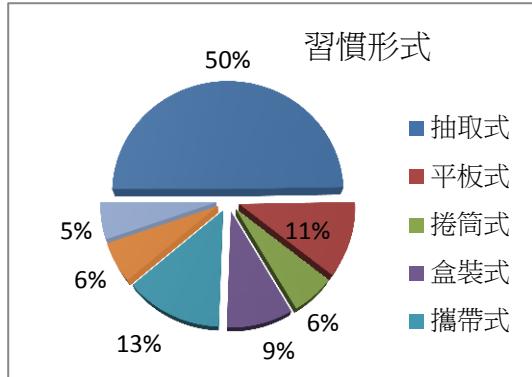


圖 22 習慣形式比例圖

2、是否最常使用舒潔衛生紙

如圖有 48%的消費者最常使用舒潔衛生紙。

3、何處購買衛生紙

如圖所示有 46%的消費者習慣於一般賣場購買衛生紙。

4、購買舒潔原因(複選，至多三項)

如圖所示舒適度比例較高，佔 30%。

5、習慣舒潔形式(複選，至多三項)

如圖所示消費者習慣衛生紙形式為抽取式，佔 50%

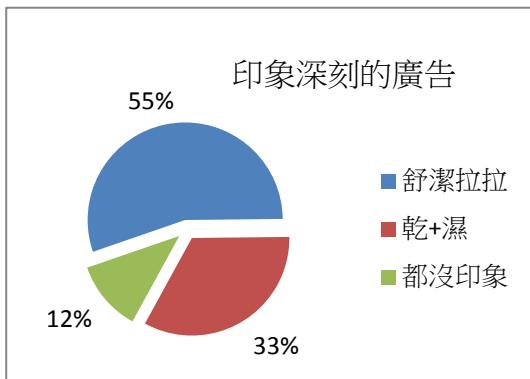


圖 23 印象深刻的廣告比例圖

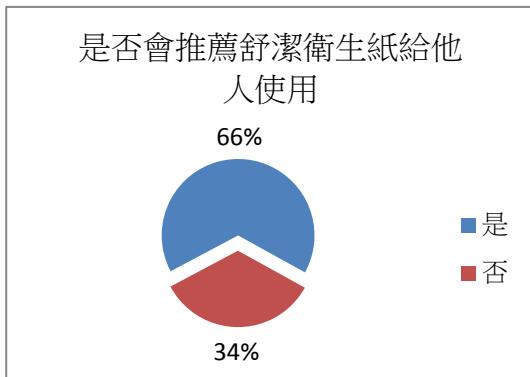


圖 24 推薦他人使用比例圖

(三)滿意度調查

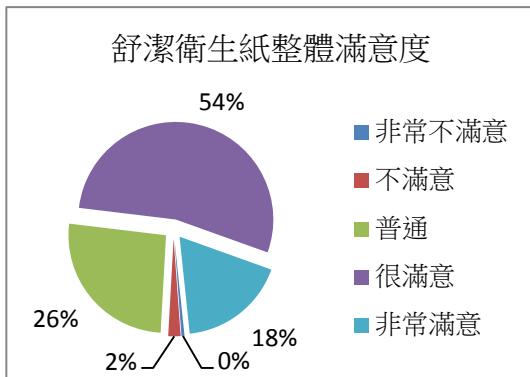


圖 25 舒潔衛生紙整體滿意度圖

參●結論與建議

一、結論：

(一) 產品分析：

1. 顧客對此品牌的柔韌度與舒適度滿意度高。
2. 目前消費者習慣使用形式以抽取式居多。
3. 舒潔整體滿意度高。

6、印象深刻的廣告

如圖所消費者對於舒潔衛生紙的廣告由舒潔拉拉佔 55%。

7、是否會推薦舒潔衛生紙給他人使用

如圖所示有 66%的消費者會將舒潔衛生紙推薦給別人。

8、舒潔衛生紙整體滿意度

如圖八所示消費者對於舒潔衛生紙的滿意度為「很滿意」最多，佔 54%。

(二) 價格：

1. 符合大眾能接受的價格。
2. 雖價格偏高但消費者覺得品質大於價格，商品定位非常成功。

(三) 推廣：

1. 品牌知名度高。
2. 有六成以上的顧客願意推薦舒潔衛生紙給其他人使用，達到口耳相傳的效果。

(四) 通路：

1. 大多數消費者經由量販店和一般賣場購買衛生紙。
2. 舒潔拉拉廣告成功吸引消費者眼光也創造了商機。

二、建議：

(一) 產品分析：

產品深受消費者喜愛，並積極跟隨著消費者的胃口以保持忠誠度。

(二) 價格：

為了因應競爭者逐漸的增加，瞄準顧客撿便宜的心態，可以舉辦促銷活動，以增加消費者購買量。

(三) 推廣：

贊助公益活動，以將產品推出國外，以增加客源。

(四) 通路：

1. 相較於較新的濕式衛生紙，大多數的顧客對舒潔拉拉的廣告，都較有反應。
2. 舉辦創意廣告，增加與消費者互動。

肆●引註資料

1. 林淑芬 (2011 年 9 月初版)。專題製作最佳秘笈。新北市。台科大圖書股份有限公司。
2. eNews 網路新聞網。2014 年 5 月 11 日，取自
http://www.enamews.com.tw/news_view.aspx?id=INF_INFORMATION000000201
3. 動腦。2014 年 5 月 11 日，取自 <http://www.brain.com.tw/Famous/FamousContent.aspx?ID=1125>
4. 金百利克拉克。2014 年 5 月 11 日，取自 http://www.kimberly-clark.com.tw/p_taiwan.htm
5. 舒潔。2014 年 5 月 11 日，取自 <http://www.sujay.com.tw/about/tissuestory.html>
6. 台灣舒潔 2014 年 5 月 11 日，取自 <http://www.taiwanstanch.com/companyC.asp>
7. NOWnews 今日新聞。2014 年 5 月 13 日，取自 <http://www.nownews.com/n/2014/04/02/1175514>