

投稿類別：商業類

篇名：

視覺感起司－起司創意の人行銷分析

作者：

魏詠千。國立花蓮高商。會計事務科三年乙班
張陳芳。國立花蓮高商。會計事務科三年乙班
鄭筑耘。國立花蓮高商。會計事務科三年乙班

指導老師：

傅力仁老師

壹●前言

一、研究動機

一次偶然的機會走進了位於花蓮市博愛街的起司創意的人蛋糕店裡，裡面擺滿各種口味的起司蛋糕，點了幾盤來品嚐覺得特別的美味。之後有了個想法，覺得明明是間不錯的蛋糕店，價錢也是一般民眾可以接受的，可是來客數卻不怎麼理想，於是我們想了解是不是還有很多人不知道有這家店，以及這家店是否有什麼特色是與其他蛋糕店不同的。

我們藉此專題研究，想提供行銷的建議給這家店。像提拉米蘇為什麼會有名？它也是從市場一家小小的店，聚集了網友們的評語、宣傳，才變成了一家家喻戶曉的蛋糕店。好東西要和朋友分享，好食物要和大家品嚐。

二、研究目的

- (一)研究糕點相關產業的行銷策略。
- (二)了解起司創意的人的經營理念與特色。
- (三)分析消費者對起司創意的人的消費經驗。
- (四)提供行銷策略建議，作為未來經營之參考。

三、研究方法

- (一)文獻分析法：透過網路、圖書館、期刊雜誌、報紙等相關資料。以了解糕點相關產業的概況。
- (二)實地訪查法：我們想要訪問起司創意的人的老闆，了解當時開立這家店的創業過程、經營理念與特色。並且和老闆討論我們想探討的問題，以設計問卷題目。
- (三)問卷調查法：我們將會針對來店消費的民眾進行問卷調查。

四、研究流程



貳●正文

一、文獻探討

(一)起司蛋糕的由來：

起司蛋糕的由來有兩種說法，第一個原因是爲了要供應雅典奧運才製作出來的甜點。爾後傳進整個歐洲還有美洲。第二個原因是因爲有位糕點師傅，誤把已發酵的酵母菌放到蛋糕中，而不知情的顧客食用過後，發現蛋糕的味道奇好無比，於是誤打誤撞發明了起司蛋糕。(郭士弘，2007)

不論起司蛋糕的由來究竟爲何？起司蛋糕的變化和種類愈來愈多了，而且口味也不斷的推陳出新，相較於海綿蛋糕膨鬆的口感，起司蛋糕則是顯得綿密細緻而豐富紮實，其特有的濃郁起司香味更是不可或缺，像是巧克力口味的大理石起司蛋糕、咖啡起司蛋糕、香橙起司蛋糕、紅櫻桃起士塔等。

(二)台灣烘焙業的產業概況：

由於去年的黑心油事件，導致烘焙業重創，但也因爲這樣原先品質較不好的業著也再這一波食安問題給淘汰了。而在這風波之後生產者也開始慎選食材，買氣也漸漸的好了起來。**「及時掌握社會消費趨勢，隨時了解顧客心態的變化，烘焙業者才能更精確的找出自己該努力的方向。」**(王兆勳，2008)而現在的麵包店則是改走精緻或是辦手禮路線。

烘焙市場不斷地膨脹，優秀的烘焙技術人員，將會是台灣的另一個優勢。**「台灣的烘焙產業，在台創下麵包店比超商還多的烘焙盛世。現在進軍十五倍大的中國市場，向全方位無限擴張。」**(陳崢詒，2013)

(三)相關產業的行銷策略：

1. 提拉米蘇(花蓮)

「食品業是良心事業，必須以消費者健康爲最高原則。提拉米蘇的原料，都是親自查廠與合格認證公司檢驗。」(花蓮 go 新聞，2014) 提拉米蘇研發出的口味都會提供給 buffe，受到消費者的肯定後再於市面上推出，則銷售方式從傳統店面發展到現在工廠生產，也以全省宅配的方式配送。採取的行銷策略包括：產品策略、價格策略、通路策略、推廣策略。

2. 85 度 C

為降低開店成本、提高效益，區位選擇上，鎖定人潮最多的三角窗；賣場裡強調坪效，每家店提供的桌椅不到四、五張，為的就是提高顧客的回轉率。「**展店迅速，從鄉村包圍城市，從鄉村包圍城市，造就 85 度 C 本土咖啡品牌一個美麗的意外。**」（李雪莉，2011）賺了錢的 85 度 C 吸引許多小本創業者的目光。每個月詢問的電話有五、六百通，目前九〇％的店鋪屬於加盟。花蓮、台東都有它的足跡。平均一年四個月賺回一個店的資本額（約三百萬）。

3. 阿默蛋糕

阿默蛋糕，就跟他的名字一樣，在台灣烘焙業是一支默默的團隊。許多人吃過，卻沒看過它使用廣告打知名度。而它那間才幾坪的門市、由公寓改裝成的辦公室，以及入口僅容兩人錯身的乳酪蛋糕工廠，一起藏在萬華火車站側門對面，一棟不起眼大樓內。

但許多人不知道的是，「**阿默靠單一蛋糕產品、七支主要品項，創造出全台八千多家烘焙店裡，排名十名內的營收。**」（尤子彥，2012）

以大約一百五十名員工人數推估產能，相關業者指出，阿默在全台有三家工廠、四家門市據點，加上物流的發達，每天一開門，單日營收起碼有在百萬元上下，輕輕鬆鬆跨越年營收入億元的烘焙大廠門檻。負責人周正訓被問起營收，低調但很有自信的說：「有幾個億啦。」

這家成立已經超過十九年的蛋糕店，不是靠網際網路或是一時人氣竄紅的夯店，開業第二年收支平衡，第三年就開始股東分紅，除了金融海嘯隔年營收成長僅八％之外，每年都能維持一〇％以上的兩位數成長。藍海國際餐飲董事長許湘銘曾說過說，阿默蛋糕絕對是本土烘焙業的傳奇名店。

二、實地訪查分析

以下文字整理自起司創意の人老闆陳阿姨的訪談內容，訪談時間：2015 年 10 月 04 日。

(一)創業過程

老闆陳阿姨起初只是很單純的喜歡起司蛋糕，因為外面賣的很貴又不夠濃純香，所以就自己研究買最上好的起司來製作，當然也失敗很多次，但是陳阿姨在還沒有玩起司蛋糕前已經研究食材七年了。畫畫、玩陶土、

愛旅行到處走走，美學也漸漸的在其中被培養出來。她也不灰心，安靜的投入研究，把不喜歡放入的食材刪除，例如奶油、玉米粉之類的食材，慢慢的就做出自己喜歡的口味來。後來又因為覺得單單只有原味實在太無聊了就這樣一直一直玩出了 100 多種的口味起司蛋糕，再加入美學的元素，看到外頭的起司蛋糕又貴又不好吃，觸動她就這樣一開不知不覺的過了十年。

(二)經營理念

老闆陳阿姨開店很自在，生活就是工作，工作就是生活，因為她的蛋糕非常好吃，十年了滿足很多在花蓮唸書的小孩，畢業後也會回來，有很多學生在畢業前夕都會告訴她說：「阿姨啊！千萬要讓我們一輩子都能找得到妳的店哦！」就是這樣一句話，陳阿姨的蛋糕是會讓人很思念的，學生也幫她的蛋糕取名叫「相思」。當然十年了，店裏也因著蛋糕發生了好多動人的故事，使這家店開的十分的有價值。

(三)4P 行銷組合分析

1. 產品(Product)：

蛋糕口味多達 100 種，有些口味只有顧客指定才會製作。款式：基本款、養生款、香草款、有趣款、季節限定款。



圖一 原味起司蛋糕

原味起司蛋糕是本店受歡迎的口味之一，嘗起來的口感綿密，入口即化



圖二 巧克力起司蛋糕

濃濃的巧克力加上香濃起司的味道，巧克力口味也是店內最受歡迎的口味之一。



圖三 檸檬起司蛋糕

檸檬起司蛋糕使用新鮮的檸檬，吃得到檸檬皮，有淡淡的檸檬香甜而不膩，嘗起來濕潤且厚實也很清爽。



圖四 芒果起司蛋糕

芒果起司蛋糕是季節限定口味之一。蛋糕內加入了新鮮的芒果，吃得到芒果的果肉。



圖五 牛肉起司蛋糕

用了義大利香料黑胡椒鹽黑胡椒粒橄藍油將牛肉碎肉炒香再和起司攪拌再推進烤箱烤,。



圖六 玫瑰花起司蛋糕

加入香氣濃郁的玫瑰花瓣增加口感的活潑度。淡淡的玫瑰香味，味道恰到好處，不會太濃，還吃得到一點玫瑰花瓣。

2. 價格(Price)：小塊巧克力起司蛋糕是因為成本考慮的原因以 45 元銷售，其餘口味都是以 40 元售出。
3. 管道(Place)：除了在花蓮當地一間門市銷售，還有冷凍宅配的服務在本島運送，運費\$120。
4. 促銷(Promotion)：起司創意達人沒有採取促銷活動。

(四) SWOT 分析

1. 優勢

- (1) 起司創意達人所販售之蛋糕，全部都以 100%純起司製作，香氣濃郁令人無法抗拒。
- (2) 口味多達 50 種可以選擇。
- (3) 蛋糕全都是手工製造的。
- (4) 可以宅配到各個縣市。

2. 劣勢

- (1) 地點不明顯，使消費者不易尋找。
- (2) 數量有限，售完為止且營業時間也較短。
- (3) 與其他家相比，內用的低消價格偏高。

3. 機會

- (1) 現今的社會，甜食愛好者日益增加。
- (2) 花蓮觀光業盛行，增加了許多外地客來消費。

4. 威脅

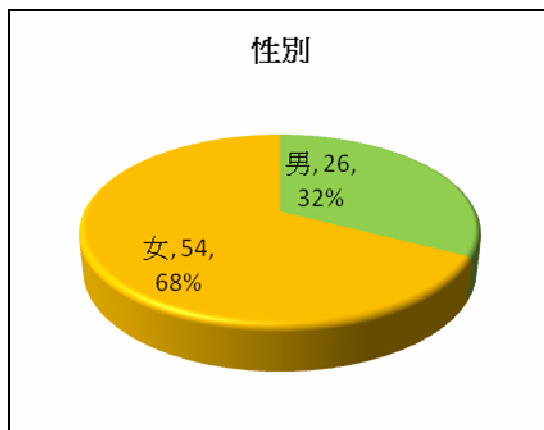
- (1) 有許多類似的店家，例如：85 度 C、提拉米蘇、TOP 麵包店.....等。
- (2) 附近的競爭業者較多。
- (3) 花東地區人口偏少，為全縣市人口密度最低。

表一、SWOT 分析

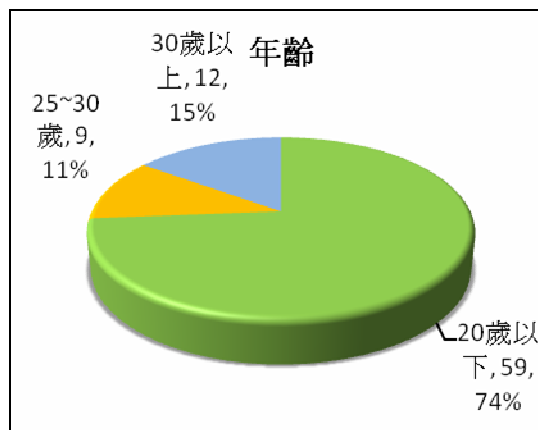
優勢 S：	劣勢 W：
<ul style="list-style-type: none"> ➤ 100%純起司 ➤ 口味多 ➤ 純手工 ➤ 可宅配 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 地點隱密 ➤ 數量有限 ➤ 營業時間較短
機會 O：	威脅 T：
<ul style="list-style-type: none"> ➤ 甜食愛好者偏多。 ➤ 觀光業盛行 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 花東地區 ➤ 有類似的店家 ➤ 附近競爭者多

三、問卷調查分析

(一)基本資料分析



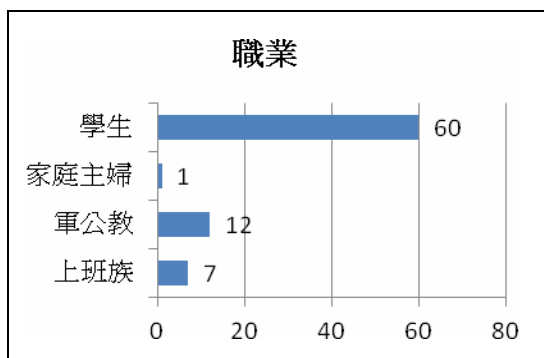
圖七 受訪者性別比例分析圖



圖八 受訪者年齡分析圖

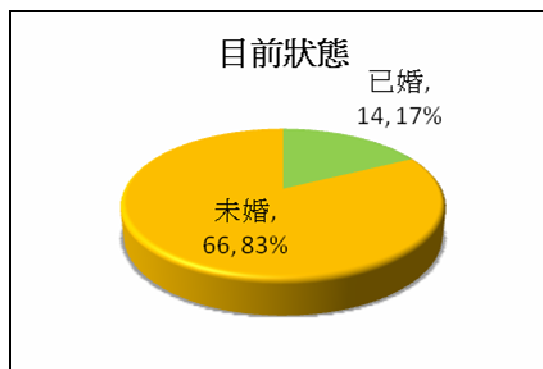
由圖七可知，受訪者的性別比例，男性：32%、女性：68%。根據研究分析，受訪者的比例女性佔多數。

由圖八可知，20 歲以下 74%、25~30 歲 11%、30 歲以上 15%。根據研究分析，受訪者的年齡比例 20 歲以下佔多數。



圖九 受訪者職業分析圖

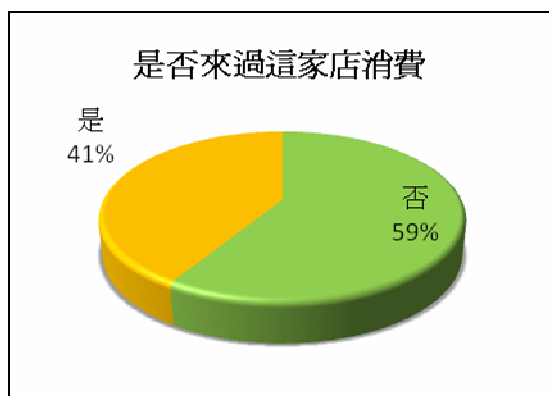
由圖九可知，受訪人數為 80 人，學生 60 人、家庭主婦 1 人、軍公教 12 人、上班族 7 人。根據研究分析，受訪者的職業學生佔多數。



圖十 受訪者目前的狀態分析圖

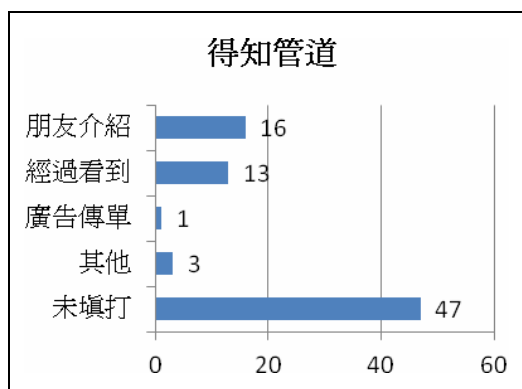
由圖十可知，已婚 17%、未婚 83%。根據研究分析，受訪者未婚比例佔多數。

(二) 問卷內容分析



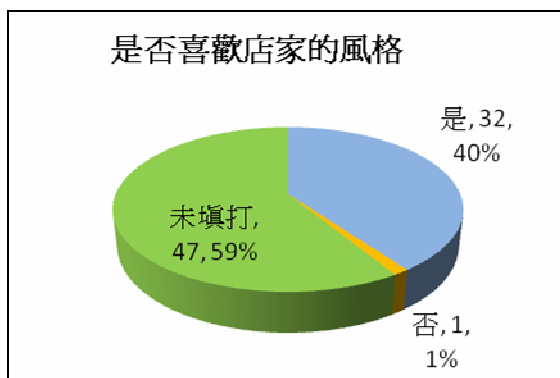
圖十一 受訪主是否來店裡消費分析圖

由圖十一可知，來消費過 41%、未來消費過 59%。根據研究分析，未來過此店消費的比例多數。

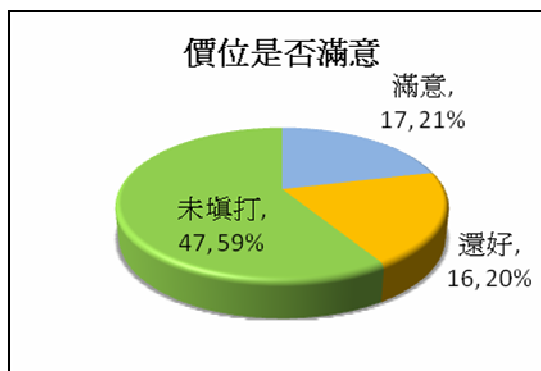


圖十二 受訪者得知管道分析圖

由圖十二可知，採訪人數有 80 位，朋友介紹 16 人、經過看到 13 人、廣告傳單 1 人、其他 3 人、未填打(未聽過此店) 47 人。根據研究分析，聽過此店的人，多數由朋友介紹得知，但未聽過此店的比例也佔多數。



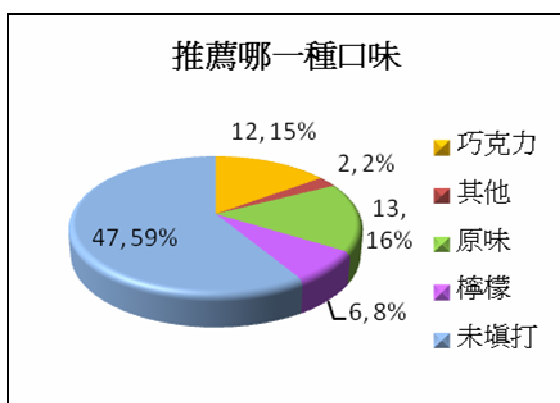
圖十三 受訪者是否喜歡此店風格分析圖



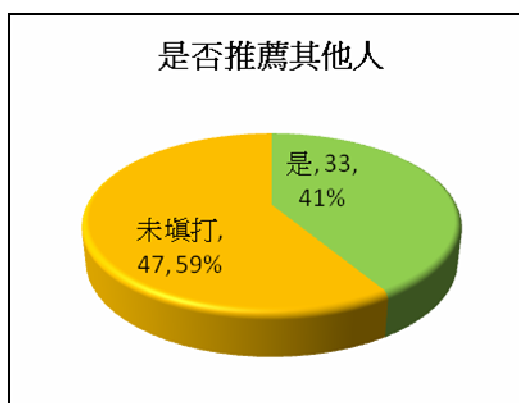
圖十四 受訪者對價位是否滿意分析圖

由圖十三可知，喜歡此店風格 40%、不喜歡此店風格 1%、未填答(未來過此店) 47%。根據研究分析，來過且喜歡此店風格佔多數，但未來過此店的人數的比例也佔多數。

由圖十四可知，滿意 21%、不滿意 20%、未填打(未消費過)59%。根據研究分析，滿意和不滿意的比例差不多，但未消費過的比例還是佔多數。



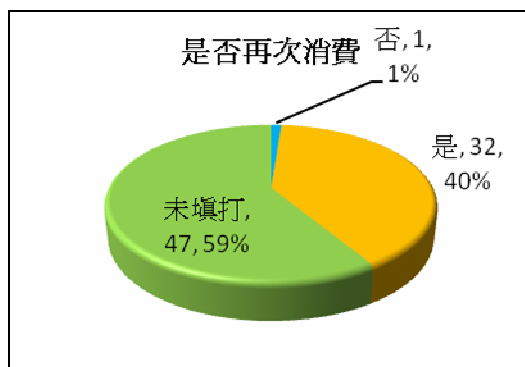
圖十五 受訪者推薦哪一種口味分析圖



圖十六 受訪者是否推薦其他人分析圖

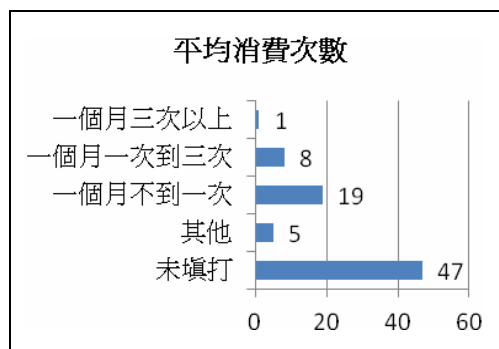
由圖十五可知，巧克力 15%、原味 16%、檸檬 8%、其他 2%、未填打(未消費過) 59%。根據研究分析，原味和巧克力較受消費者推薦，但未消費過的也佔多數。

由圖十六可知，是 41%、未填打(未消費過) 59%。根據研究分析，來此店消費過的人都很推薦此店，但未來此店消費過者也佔多數。



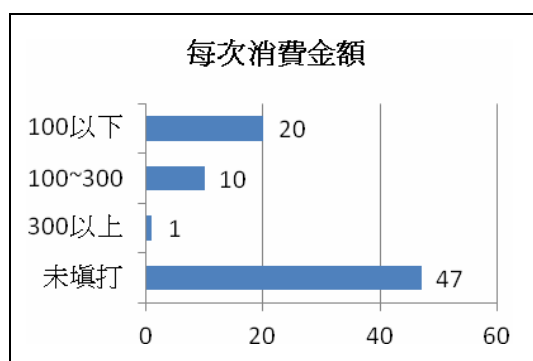
圖十七 受訪者是否再次消費分析圖

由圖十七可知，是 40%、否 1%、未填打 (未消費過) 59%。根據研究分析，願意再次消費的比例佔多數，但未消費過的比例也佔多數。



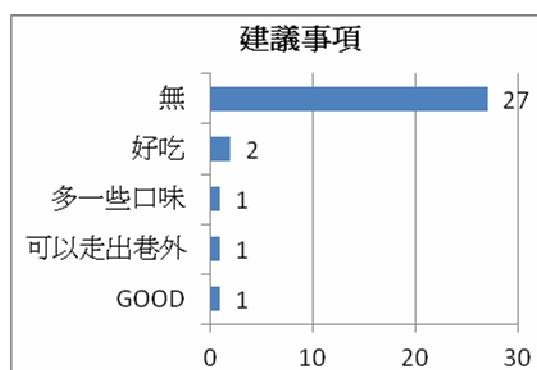
圖十八 受訪者平均消費次數

由圖十八可知，一個月三次以上 1 人、一個月一次到三次 8 人、一個月不到一次 19 人、其他 5 人、未填答 49 人。根據研究分析，一個月不到一次的佔多數人，但未填答 (未消費過) 也佔多數。



圖十九 受訪者每次消費金額

由圖十九可知，100 元以下 20 人、100~300 元 10 人、300 元以上 1 人、未填打 47 人。根據研究分析，100 元以下的佔多數，但未填答 (未消費過) 也佔多數。



圖二十 受訪者建議事項

由圖二十可知，無 27 人、好吃 2 人、多一些口味 1 人、可以走出巷外 1 人、GOOD 1 人。根據研究分析，有些消費者覺得好吃，甚至希望能走出巷外，讓更多人發現這家美味可口的起司蛋糕店。

參●結論與建議

一、結論

老闆陳阿姨不會特別做廣告引起消費者注意，單純是因為起司創意的人本身的宗旨不是想要賺多少，而是陳阿姨對起司蛋糕的熱愛想讓更多人吃到她所做的

蛋糕。陳阿姨開店很自在，生活就是工作，工作就是生活，而蛋糕會有那麼多口味是因為陳阿姨認為只有原味實在太無聊了，所以不知不覺就玩出了多種口味。陳阿姨的蛋糕讓來消費的客人感到思念，因為顧客大部分是學生到外地讀書，到了外地還是會思念老闆陳阿姨所做的蛋糕，而在外地的顧客選擇宅配的方式購買，而店內顧客消費方式通常是採取外帶方式購買。陳阿姨製作的起司蛋糕口味多變滿足各種階層的消費族群，也以客製化的方式吸引許多消費者消費。

二、建議

- (一) 由問卷調查內容可見，知道此店的人數不多，地點較隱密。雖然老闆陳阿姨開店的宗旨不是以做廣告來吸引消費者注意，但我們仍建議可以利用免費的網路資源，例如 **FB** 粉絲專頁等，讓更多人知道起司創意の人。
- (二) 為了維持起司蛋糕的品質，許多口味的起司蛋糕必須限量，也因此使得本來想購買的消費者沒辦法買到蛋糕。建議可以採用網路或電話預約的方式，讓消費者提早預訂，如此既可以維持品質，亦能滿足消費者的需求。
- (三) 我們曾經建議老闆陳阿姨可以考慮讓其他來人加盟，以擴展知名度。但為了確保獨特的口味與品質，老闆並不打算開放加盟。因此建議可考慮與其它產業合作，例如花蓮當地民宿業等，發展異業結盟以擴展知名度。

肆●引註資料

郭士弘(2007)。起司蛋糕怎麼作。楊桃文化出版。

王兆勳(2008)。21 世紀臺灣烘焙業之轉型的方向與未來展望。育達學報，卷期:22。

花蓮 go 新聞(2014)。花蓮美食-食安三原則。2014/11/05 擷取自 <https://news886.wordpress.com/author/ego886news/page/40/>。

李雪莉 (2011)。85 度 C 緊逼星巴克。天下雜誌，363 期。

尤子彥 (2012)。業務小兵 磨成蛋糕大亨。商業週刊，1174 期。

陳崢詒 (2013)。烘焙業一條龍 攻佔中國。天下雜誌，526 期。