

投稿類別：商業類

篇名：

「菜」透你的味蕾，「包」出食尙好味道－劉媽媽菜包滿意度調查
以中壢地區為例

作者：

馬孝安。中壢高商。資處科三年一班
劉思慧。中壢高商。資處科三年一班
呂玉賢。中壢高商。資處科三年一班

指導老師：

許紫雲老師

壹●前言

一、研究動機

劉媽媽菜包店成立於1985年，是正宗傳統的客家味，開業至今已二十多年，在中壢地區頗受消費者的肯定。流傳至今的好味道，不僅贏得老顧客的心，也吸引來自各地的消費人潮，劉媽媽菜包更獲得『全國消費者金字招牌獎』。因此我們透過實地探訪、問卷調查及文獻探討，調查消費者對劉媽媽菜包店的滿意度並淺析其成功之道。

二、研究目的

- (一)、了解劉媽媽菜包的起源
- (二)、探討劉媽媽菜包的經營策略、行銷通路
- (三)、調查劉媽媽菜包消費者滿意度（以中壢地區為例）

三、研究方法

- (一)、文獻蒐集法：
蒐集網路、報章雜誌、旅遊小吃書刊等資料，探討劉媽媽菜包的起源及經營策略。
- (二)、問卷調查法：
透過問卷調查了解中壢地區消費者對劉媽媽菜包店的滿意度。
- (三)、實際探訪：
藉由實際探訪，更深入的了解劉媽媽菜包店的經營理念。

四、研究範圍與限制

因為在人力、時間、金錢等因素的限制下，本研究僅以桃園中壢地區消費者為調查對象，故無法呈現其他地區消費者的滿意度。

貳●正文

一、客家菜包的故事

客家人在傳統節日，客家婦女會做出各式各樣的米食，一方面是爲了要祭祀祖先，一方面是讓辛勤工作的人們享受米食，菜包也因此而產生。而菜包之所以做成餃子的形狀，是以此來追念祖先，因外型像豬籠般，又被稱作「豬籠粄」。Q彈富有韌度的表皮以粄爲原料，而內餡多用口味較重的食材製成，是因爲早期客家人居住在貧脊的地區，爲了開墾需要消耗大量的體力、汗水和熱量，人們必須靠「肥」、「鹹」、「香」來提高食慾。菜色「鹹」是爲了不容易壞，及補充辛苦農作流汗後，身體所需要的鹽分。（李若潔，2006）而菜色較油，是爲了補充體力，以應付粗重的工作。「香」則是增加食慾又耐飽，正餐吃得少，就不會有想吃點心的念頭。（李若潔，2006）。

客家人在過年的時候，會製作很多的米食。也因爲客家人生性節儉，所以會善用手邊食材，發揮創意研發各種美食，菜包因而產生。古早時期，肉相當珍貴，必須等到逢年過節民眾才會宰殺飼養已久的家禽，所以早年對客家人來說，菜包只有在年節時才吃得到的。

二、劉媽媽菜包起源及簡介

劉媽媽早期是跟隨著先生到市場上販售自家做的菜包，由於劉媽媽待人親切，所以大家去買菜包時，都是大喊我要買劉媽媽菜包，而不是我要買那家菜包。因此於西元1985年成立正式店面時，就取名爲熟記的「劉媽媽菜包」。於2010年建立專屬網站。



（圖一）劉媽媽菜包店

圖片取自：劉媽媽菜包店網站。

<http://liumama.com.tw/index.html>

劉媽媽菜包店販售的都是客家傳統的美食，店內總共有三十多種商品。而且爲了確保品質與客人的健康，製作過程中絕不添加任何人工添加物。爲了表現客家傳統風味，其外帶包裝盒與店面的燈罩，皆使用客家茶花的樣式。

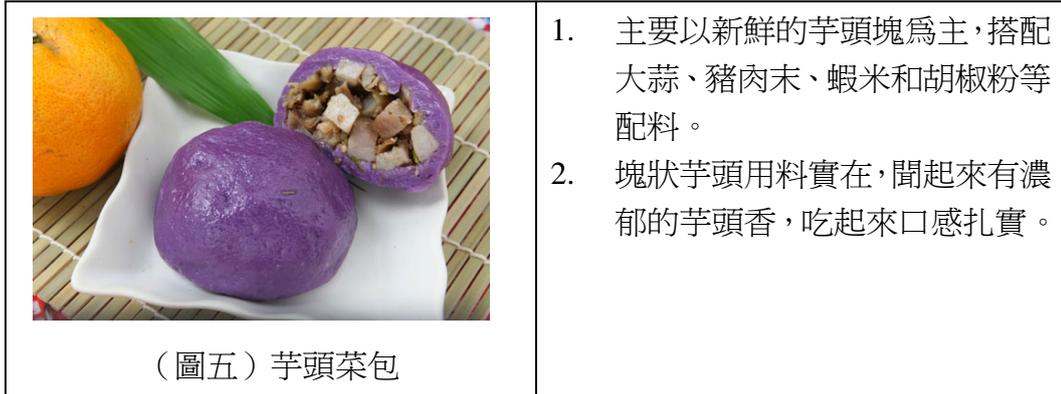
「粄」是以米爲主要原料，將米加水磨成漿，然後脫水得到米糰，就可以製作出各種鹹甜口味的「粄」（客委會官網，2009）。客家美食以米爲主，因此菜包的外皮和其他產品的製作，皆用「粄」所製成，所以吃起來都特別的Q彈，早年

物資不豐的時候，粿因具有很好的飽食性，不易飢餓，對於刻苦的客家族群是很重要的食品（客委會官網，2009），老闆因而以粿為主要原料，延用至今。他們的菜包有數種口味，例如：蘿蔔絲、菜脯絲、高麗菜及酸菜口味。消費者最常購買的是蘿蔔絲口味的菜包，而每一種口味的菜包裡都添加了大蒜、豬肉、蝦米、和胡椒粉。老闆娘說他們使用大蒜最主要是因為大蒜吃起來比較鮮甜，而添加胡椒粉是因為蘿蔔絲口味菜包中的蘿蔔屬性較寒，搭配胡椒粉吃就會覺得肚子暖暖的，因此在冬天吃就會覺得有溫暖的感覺。老闆娘貼心用心的照顧每位客人的身體及心裏感受。

三、菜包介紹

內容	介紹
 <p data-bbox="432 1128 708 1167">(圖二) 蘿蔔絲菜包</p>	<ol data-bbox="842 815 1348 1088" style="list-style-type: none">1. 銷售排行第一名。2. 主要以蘿蔔絲為主，搭配大蒜、豬肉、蝦米和胡椒粉。3. 咬下去的瞬間，撲鼻而來的香味，蘿蔔鮮甜的滋味，讓人忍不住一口接著一口。
 <p data-bbox="432 1494 708 1532">(圖三) 菜脯絲菜包</p>	<ol data-bbox="842 1180 1348 1453" style="list-style-type: none">1. 銷售排行第二名。2. 主要以菜脯絲為主，配上大蒜、豬肉末、蝦米和胡椒粉配料。3. 菜脯絲就是曬乾的蘿蔔絲，因此香味遠比蘿蔔絲更為濃郁，是客家人都很喜歡的另一個口味。
 <p data-bbox="432 1890 708 1928">(圖四) 竹筍菜包</p>	<ol data-bbox="842 1576 1348 1800" style="list-style-type: none">1. 內餡以竹筍絲為主，搭配大蒜、豬肉末、蝦米、香菇和胡椒粉等配料。2. 外皮金黃，內餡飽滿，筍子新鮮，咬下去口感輕脆。

「菜」透你的味蕾，「包」出食尚好味道—劉媽媽菜包滿意度調查
以中壢地區為例



資料來源：本組整理

圖片取自：客家美食月篇—劉媽媽菜包店。

<http://www.hakka.gov.tw/ct.asp?xItem=8405&ctNode=1714&mp=1699>

圖片取自：劉媽媽菜包店網站。

http://liumama.com.tw/product_detail.php?product_id=1#

四、劉媽媽菜包店的經營理念

- (一) 菜包是一種相對於其他客家食物，製作過程比較複雜的美食。所以堅持採「手工」處理來確保菜包的品質（劉媽媽菜包官方網站，2010）。
- (二) 堅持純米製成Q彈外皮。
- (三) 24小時營業，讓顧客可以隨時品嚐到熱騰騰的菜包。

五、劉媽媽菜包店行銷通路

- (一) 主要以實體店面為主，宅配為輔的行銷方法，而宅配又分冷凍宅配和計程車即時運送兩者。
- (二) 以實體店面販售為主，是因為劉媽媽菜包店想讓顧客吃到最原始的滋味，而非冷卻的菜包或冷凍的菜包。
- (三) 會推行冷凍宅配是為了遠方的顧客而準備的，例如：帶到國外去。不過老闆娘其實並不太建議客人冷凍宅配，因為自己蒸熟菜包的過程，如果沒有拿捏好的話，那Q彈的外皮就會變得稠稠的。
- (四) 提供計程車運送服務，則是因為劉媽媽菜包店想讓顧客吃到熱騰騰的菜包，不過僅限於大量購買與鄰近地區為主。例如：台北的顧客常一

「菜」透你的味蕾，「包」出食尚好味道－劉媽媽菜包滿意度調查
以中壢地區為例

次訂購幾百個菜包，便會利用計程車運送服務。

六、在桃園地區的菜包店數量繁多，為何劉媽媽菜包店可以名聲遠播呢？本組針對劉媽媽菜包作SWOT分析，並提出本組的建議，如下表：

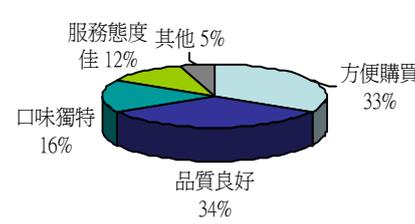
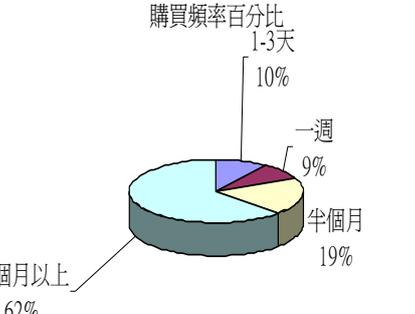
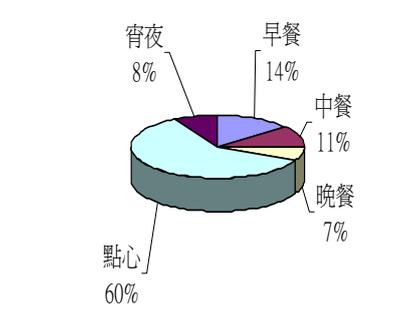
表一：劉媽媽菜包 之SWOT分析及建議

優勢 Strengths	機會 Opportunities
<ol style="list-style-type: none"> 1. 是富有特色的客家傳統美食，在客委會的網站也特別介紹。 2. 因24小時全年無休，隨時照顧饕客的胃。 3. 店家推出宅配到府的服務，將可服務更廣大的顧客。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 劉媽媽菜包因為是當地美食，所以有不少顧客都是從小吃到大的，因此有濃濃的情感及穩定的客源。
劣勢 Weaknesses	威脅 Threats
<ol style="list-style-type: none"> 1. 劉媽媽的菜包口味比較重。 2. 店面在市區，停車位一位難求。 3. 沒有促銷活動。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 競爭對手眾多。例如：三角店菜包、春來菜包店... 2. 年輕顧客較少。
小組研究建議	
<ol style="list-style-type: none"> 1. 為了鞏固客源，需做顧客口味偏好調查。 2. 建議增設停車場。 3. 增加促銷活動，以提高銷售量。 4. 需在經營模式與行銷方式上不斷創新，以面對不斷增加的競爭對手。 5. 致力產品多元化、行銷多樣化，以吸引年輕族群。 	

七、問卷資料分析

本組針對劉媽媽菜包店的顧客進行滿意度調查，在桃園中壢地區實施隨機問卷調查，總計發出 200份問卷，其中 44份問卷為無效問卷，總回收有效問卷 156份。茲將所有回收之有效問卷分析整理如下：

「菜」透你的味蕾，「包」出食尚好味道—劉媽媽菜包滿意度調查
以中壢地區為例

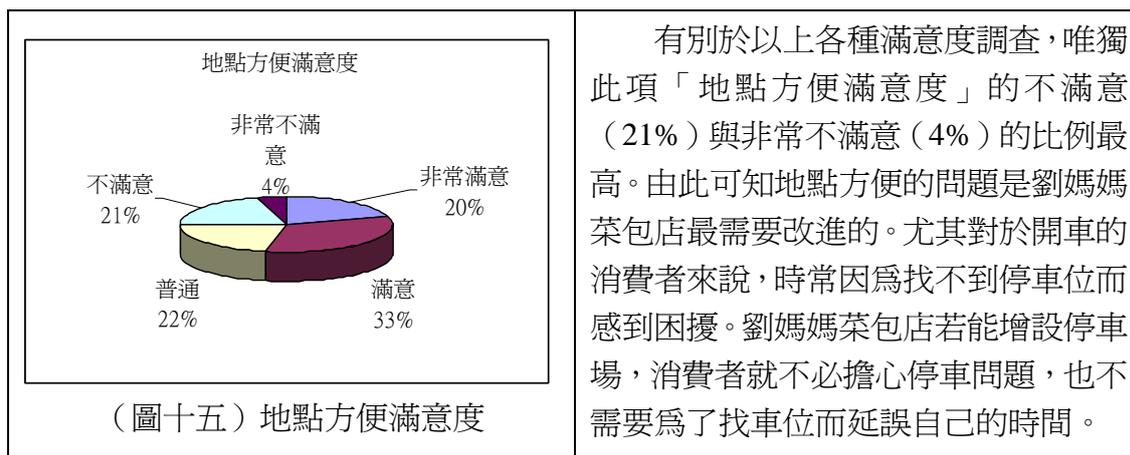
<p>為何選擇劉媽媽菜包百分比</p>  <p>(圖六) 為何選擇劉媽媽菜包?</p>	<p>多數選擇購買劉媽媽菜包的原因是因為品質良好，其次則是因為方便購買，再者是口味獨特，由此圖可知品質良好與口味獨特是劉媽媽菜包的兩大特色，而 24 小時服務方便顧客購買，也是一大優勢。</p>
<p>購買頻率百分比</p>  <p>(圖七) 購買的頻率</p>	<p>由(圖七)來看，購買頻率在半個月以上的人佔 62%，半個月的佔 19%，1-3 天只佔了 10%，所以多數消費者購買菜包只是因為偶爾想吃才買，並不會常常購買。</p>
<p>購買目的百分比</p>  <p>(圖八) 購買的目的</p>	<p>大多數消費者購買菜包是當作點心。上班族、學生在下班或放學時，來顆菜包，既能夠暫時填飽肚子，又不會影響到正餐的食用。</p>

餐點方面滿意度調查圖：													
<p>口味滿意度</p> <table border="1"> <tr><th>滿意度</th><th>百分比</th></tr> <tr><td>非常不滿意</td><td>1%</td></tr> <tr><td>不滿意</td><td>3%</td></tr> <tr><td>普通</td><td>22%</td></tr> <tr><td>滿意</td><td>51%</td></tr> <tr><td>非常滿意</td><td>23%</td></tr> </table>	滿意度	百分比	非常不滿意	1%	不滿意	3%	普通	22%	滿意	51%	非常滿意	23%	<p>在口味滿意度上，有一半以上的消費者都對劉媽媽菜包的口味感到滿意（51%），而非常滿意也有 23%，但還是有少部分的消費者覺得不滿意（3%）和非常不滿意（1%），所以可顯示出劉媽媽菜包店若能在口味的拿捏上再作些微改變的話，就能滿足更多的消費族群。</p>
滿意度	百分比												
非常不滿意	1%												
不滿意	3%												
普通	22%												
滿意	51%												
非常滿意	23%												
<p>用料滿意度</p> <table border="1"> <tr><th>滿意度</th><th>百分比</th></tr> <tr><td>非常不滿意</td><td>1%</td></tr> <tr><td>不滿意</td><td>2%</td></tr> <tr><td>普通</td><td>14%</td></tr> <tr><td>滿意</td><td>56%</td></tr> <tr><td>非常滿意</td><td>27%</td></tr> </table>	滿意度	百分比	非常不滿意	1%	不滿意	2%	普通	14%	滿意	56%	非常滿意	27%	<p>在用料滿意度上，有 56%的消費者滿意，有 27%的消費者非常滿意，所以多數消費者對於劉媽媽菜包的用料都給予很大的肯定。</p>
滿意度	百分比												
非常不滿意	1%												
不滿意	2%												
普通	14%												
滿意	56%												
非常滿意	27%												
<p>價錢滿意度</p> <table border="1"> <tr><th>滿意度</th><th>百分比</th></tr> <tr><td>非常不滿意</td><td>3%</td></tr> <tr><td>不滿意</td><td>3%</td></tr> <tr><td>普通</td><td>34%</td></tr> <tr><td>滿意</td><td>44%</td></tr> <tr><td>非常滿意</td><td>16%</td></tr> </table>	滿意度	百分比	非常不滿意	3%	不滿意	3%	普通	34%	滿意	44%	非常滿意	16%	<p>在價錢滿意度上，有 44%的消費者覺得滿意，有 16%的消費者覺得非常滿意，由此可知劉媽媽菜包的價格（一顆 25 元）是多數消費者能夠接受的。</p>
滿意度	百分比												
非常不滿意	3%												
不滿意	3%												
普通	34%												
滿意	44%												
非常滿意	16%												

「菜」透你的味蕾，「包」出食尚好味道－劉媽媽菜包滿意度調查

以中壢地區為例

<p style="text-align: center;">餐點變化滿意度</p> <table border="1"> <caption>餐點變化滿意度數據</caption> <thead> <tr> <th>滿意度</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>非常不滿意</td> <td>3%</td> </tr> <tr> <td>不滿意</td> <td>6%</td> </tr> <tr> <td>普通</td> <td>48%</td> </tr> <tr> <td>滿意</td> <td>32%</td> </tr> <tr> <td>非常滿意</td> <td>11%</td> </tr> </tbody> </table>	滿意度	百分比	非常不滿意	3%	不滿意	6%	普通	48%	滿意	32%	非常滿意	11%	<p>在餐點變化滿意度上，有 48% 的消費者覺得普通，再者不滿意和非常不滿意佔了（9%），由此可知劉媽媽菜包若能在餐點變化上多花點巧思，相信能吸引更多消費族群。</p>
滿意度	百分比												
非常不滿意	3%												
不滿意	6%												
普通	48%												
滿意	32%												
非常滿意	11%												
<p>（圖十二）餐點變化滿意度</p>													
<p>經營方面滿意度調查圖：</p>													
<p style="text-align: center;">環境衛生滿意度</p> <table border="1"> <caption>環境衛生滿意度數據</caption> <thead> <tr> <th>滿意度</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>非常不滿意</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>不滿意</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>普通</td> <td>47%</td> </tr> <tr> <td>滿意</td> <td>40%</td> </tr> <tr> <td>非常滿意</td> <td>6%</td> </tr> </tbody> </table>	滿意度	百分比	非常不滿意	2%	不滿意	5%	普通	47%	滿意	40%	非常滿意	6%	<p>在環境衛生滿意度上，普通佔了（47%），滿意與非常滿意佔 46%，由此可知多數消費者對於劉媽媽菜包店的環境衛生沒有特別滿意。而食品業對環境衛生應採高標準，故劉媽媽菜包店應在環境衛生方面再做改進。</p>
滿意度	百分比												
非常不滿意	2%												
不滿意	5%												
普通	47%												
滿意	40%												
非常滿意	6%												
<p>（圖十三）環境衛生滿意度</p>													
<p style="text-align: center;">店員服務滿意度</p> <table border="1"> <caption>店員服務滿意度數據</caption> <thead> <tr> <th>滿意度</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>非常不滿意</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>不滿意</td> <td>3%</td> </tr> <tr> <td>普通</td> <td>50%</td> </tr> <tr> <td>滿意</td> <td>37%</td> </tr> <tr> <td>非常滿意</td> <td>8%</td> </tr> </tbody> </table>	滿意度	百分比	非常不滿意	2%	不滿意	3%	普通	50%	滿意	37%	非常滿意	8%	<p>在店員服務滿意度上，多數消費者對於店員是沒有太大的意見的，有 50% 的消費者都選擇普通，有 37% 的消費者對店員服務感到滿意。所以在店員服務方面，劉媽媽菜包店還有不少改進的空間。</p>
滿意度	百分比												
非常不滿意	2%												
不滿意	3%												
普通	50%												
滿意	37%												
非常滿意	8%												
<p>（圖十四）店員服務滿意度</p>													



參●結論

一、結論

- (一) 由問卷結果統計出大部分的消費者會選擇購買劉媽媽菜包是因為品質良好，也因為從古至今劉媽媽菜包就以傳統手工客家美食及品質良好做口碑，這就是顧客們會選擇劉媽媽菜包最主要的原因。
- (二) 劉媽媽菜包店屬客家傳統美食，行銷手法也較傳統，並沒有大力宣傳。但經本組實地採訪店家後發現劉媽媽菜包店其實是採「口碑行銷」，老闆娘用心貼心照顧每位顧客的味蕾，希望藉由顧客們大力的宣傳帶來新的客源。因為喜歡的饕客們會再推薦給其他人，所以不用刻意去宣傳。
- (三) 劉媽媽菜包沒有促銷活動，因為他們秉持著品質好、口碑好的理念，使得顧客們不斷上門。因此店家覺得他們這樣努力的付出，是不需要再做促銷活動的，因為喜歡的人就會繼續購買。可看出劉媽媽菜包的行銷方式，充滿客家人樸實、踏實、認真的特色。

二、建議

- (一) 由餐點方面滿意度調查(圖9至圖12)可知「用料」與「口味」是消費者最滿意的項目，有78%的消費者對劉媽媽菜包的口味感到滿意或非常滿意(圖9)；有高達83%的消費者對劉媽媽菜包的用料感到滿意或非常滿意(圖10)；價格覺得滿意與非常滿意的消費者也有近六成。但餐點變化是唯一普通(48%)大於滿意(32%)的項目，雖然老闆娘說自家菜包種類

「菜」透你的味蕾，「包」出食尚好味道－劉媽媽菜包滿意度調查
以中壢地區為例

極多，但還是無法滿足消費者，建議劉媽媽菜包應在菜包種類上再求創新及變化。

(二) 由經營方面滿意度調查(圖13至圖15)可看出「地點」問題是劉媽媽菜包店需正視的問題，有4%的人非常不滿意、21%的人不滿意地點的方便度。因為沒有專屬停車位對於開車的顧客是一大困擾，又因劉媽媽菜包店位於市區，停車位一位難求，這是美中不足的。若想擴大消費群，建議與附近停車場異業結盟或自建停車場。而環境衛生、店員服務滿意度方面表現普通，劉媽媽菜包店應以更積極態度提升環境衛生及店員的服務態度。

肆●引註資料

林淑芬（2010）。專題製作。台北：台科大。

龍騰專題製作研究室（2008）。專題製作。台北：龍騰。

文淵閣工作室（2008）。快快樂樂學 Excel 2003 使用技巧。台北市：文魁資訊。

胡春暉、WonDerSun（2008）。專題製作--經營管理篇。新北市：台科大

呂聰賢（2009）。專題製作—書面報告呈現篇。新北市：台科大

客家美食月篇—劉媽媽菜包店。2013年5月7日，取自客家委員會網站
<http://www.hakka.gov.tw/ct.asp?xItem=8405&ctNode=1714&mp=1699>

劉媽媽菜包店網站。2013年6月4日，取自劉媽媽菜包店網站
http://liumama.com.tw/product_detail.php?product_id=1#

劉媽媽菜包起源與簡介。2013年6月4日，取自楊桃文化網站
http://www.ytower.com.tw/prj/prj_334/p1.asp

李若潔（2006）。關於菜包的故事。獨家報導 907 期 p.67，取自
<http://www.shs.edu.tw/works/essay/2006/03/2006031416184271.pdf>