

中壢高商 109 學年度商業簡報校內競賽試題卷

選手證號碼：_____ 姓名：

1、試題配分及製作時間

- (1) 邏輯性與主題傳達性：40%
- (2) 內容正確性：30%
- (3) 創意：20%
- (4) 美觀：10%
- (5) 製作時間：180 分鐘（含存檔時間）

2、試題說明

隨著世代的更迭，燈籠產業逐步式微，現代人鮮少接觸燈籠更不了解其中的涵義，導致燈籠日趨沒落，也沒有年輕人願意傳承接替。森興燈店堅守精神，維繫臺灣技藝文化，濃烈的使命情感將一家小店化作凝聚力，使得這項技藝永續傳承。試以企業顧問公司的企業顧問的角度探討森興燈店經營問題並對森興燈店提出解決方案，期望為店家帶來更大的效益。

3、請詳細閱讀參考資料及所有附件檔案，摘要重點，以精簡的文字、表格、圖表及圖片作為簡報之內容，並視需要加入投影片動畫與音效。

- (1) 簡報不得出現參賽者或指導老師等相關資料，否則視同舞弊，取消競賽資格。
- (2) 得使用參考資料之文字、表格等內容。
- (3) 至少使用參考圖片 2 張(見本試題最後一頁)，未符合者將依情形酌予扣 1 至 2 分。
- (4) 請注意校對相關中文、英文、數據，若有錯誤，將依情形每個錯誤部分酌予扣 1 至 5 分。
- (5) 簡報總頁數請控制在 15 至 25 頁之間，簡報總頁數未控制於 15 至 25 頁之間者，每多出或少於規定頁數，多出(或少於)的每頁酌予扣 2 分。

4、請重新組織「企劃緣起」、「森興燈店簡介」、「競爭者分析」、「SWOT 分析」、「五力分析」、「STP 分析」、「4P 分析」、「4C 分析」、「問卷分析資料數據」、「拾、結論與建議」之資料內容，使其更具連貫性。

5、簡報之組織架構應具邏輯合理性，簡報中請呈現提報目錄。

6、簡報設計請使用投影片母片設計，圖文編排應清晰易讀。

7、為了能順利通過提案，本計劃做了提案前的問卷調查。請參考「問卷分析資料數據」結果。必須在五頁內簡報(以表格數據或圖片)針對提案重點要旨簡要說明問卷分析的結果，未完成或不正確者，將依情形酌予扣 1 至 5 分。

8、請參考「附件一 企劃工作流程表」，於簡報適當內容中，指定製作完成一個簡略的甘特圖，未依題旨製表者，每一項目將依情形酌予扣 1 至 5 分。

9、請於簡報中適當呈現該公司的 STP、4P、SWOT(需自行由整篇內容歸納整理)等分析資料，以說服森興燈店管理者，支持此行銷老店創新企劃的推動。

10、請為簡報設定頁碼，除標題投影片不顯示頁碼外，其他所有投影片均顯示頁碼。未完成或不正確者，將依情形酌予扣 1 至 2 分。

11、請以選手編號為檔案名稱建立簡報檔，檔名：SXX XX 為數字

桃園市立中壢商業高級中等學校 109 學年度校內技藝競賽

【高二商業簡報】職種【術科】試卷

森興燈店老店創新企劃案

壹、企劃緣起

元宵節家家戶戶張燈結綵，小時候拿著自己手作的燈籠在大街上與朋友較量，會比較誰的燈好看，但迄今人人卻拿著會發出不同色彩的電子燈，逐漸地手作燈籠好像消失的無影無蹤，兒時記憶也伴隨著消失。如今手工燈籠逐漸被電子燈籠、音樂燈籠取代。(見表 1)

表 1 現代燈籠與傳統燈籠的差異

項目	傳統燈籠	現代燈籠
圖片		
用途	廟會活動	裝飾品，孩童玩物
骨架材質	竹子	塑膠
外層材質	紙	塑膠、壓克力
發光源	蠟燭	燈泡

面臨嚴峻生存考驗的燈籠產業，在北港老街一間不起眼的小店正是屹立百年的森興燈店，承襲於迄今第五代有著古老歷史的老店仍強調純手工，透過用心與堅持從削竹、編織、上紙、彩繪、至上桐油完工，歷經過繁瑣耗時，成品反應出來的結果精緻而堅實。對於深受打擊的傳統產業，森興燈店堅守精神，維繫臺灣技藝文化，濃烈的使命情感將一家小店化作凝聚力，使得這項技藝永續傳承。面對新時代的來臨，這項技藝應要如何尋求新契機，將傳統手工技藝介紹給民眾認識使得其發揚，讓傳統燈籠文化傳承下去。

貳、「森興燈店」簡介

森興燈店創立於 1866 年，至今已有一百五十多年的歷史。目前的第六代是迄今老闆的兒子，他原本是一位專業的美髮師，卻因家兄、家弟皆無意接手，且各自都有著自己的興趣，所以父親也不勉強他們。但看著父親的頭髮一天白過一天，二兒子決定放下從事十幾年的美髮事業，帶著妻小從繁華的都市回歸平淡樸實的鄉下，接手父親心心念念的燈籠手藝，一開始從什麼都不會的新手，學到想放棄，雖然在學習的路程中受過挫折，依然堅守初心，他已回來五年左右，在這五年的經歷中，他已學得其中的精髓以及手藝。林聰賢師傅能看著一家子流傳下來的技藝發揚光大，堅持住他們心中的傳承及文化，成為北港在地的特色之一。

參、競爭者分析

販售商品類似，除了森興燈店外，另一選擇為春秋美術社，故選作其為競爭者對手，並分析兩店經營模式的差異。(見表 2)

表 2 競爭者分析

	森興燈店	春秋美術社
規模程度	一般商店	一般商店
規模占地	9 坪	42 坪
作業空間	9 坪	42 坪
作業人數	4 人	4 人
作業時間	平日：製作燈籠	每日皆有做燈籠
出貨速度（以一對為例）	布燈籠：約一個月 紙燈籠：二至三個月	布燈籠：約兩週 紙燈籠：一個月左右
販售的地區	以北港地區為主，空暇時才會接其他地區的單	各地都有販售，也曾外銷到馬來西亞
是否有販賣客製化燈籠	有，空暇時才會接單	有，一般顧客有要求都會接單
創意商品	無	有
竹子品種	刺竹	桂竹
價位	低價位	高價位
一貫作業流程	是	是
外銷	無	有

由上表可知，森興燈店雖然在占地及出貨速度這兩個方面上，輸給春秋美術社，但因價格較親民，故吸引許多外地的顧客慕名而來，而在布燈籠這方面，森興燈店的繪製方式全部為純手工，而春秋美術社有印刷，也有手工畫製，森興燈店的背面圖案通常為龍，有吉祥的象徵，而春秋美術社則採用較簡單的圖案，依照複雜度來說，森興燈店在出貨速度方面會慢很多；再來是竹篾燈，因為竹子品種的關係，所以編織完後的燈籠雛形會有些許不同，而導致客源迥異。這種產品屬於一般人不會有意願購買，故春秋美術社順勢推出小型轎窗燈及其他的創意商品，可當成吊飾，增加銷售通路，為了與春秋美術社競爭，森興燈店應推出創意商品，抗衡市場。

肆、SWOT 分析

海因茨·韋里克 (Heinz Wehrich) 提出 SWOT 分析。主要是針對企業內部的優勢及劣勢與外部的機會及威脅，可幫助企業釐清自身狀況，將資源投入正確的方向，是企業做為決策參考資訊十分廣泛且頻繁使用的分析工具之一（啟芳財經研究室，2014）。以下是根據此理論提出森興燈店

之 SWOT 分析。

一、優勢 (Strengths)

1. 手工品質優良
2. 傳承傳統文化
3. 傳統技術保留
4. 一貫作業流程
5. 與同業相比價格較便宜
6. 少數純手工店家

二、劣勢 (Weaknesses)

1. 生產效率低
2. 無法與現代接軌
3. 人手不足

4. 作業空間狹小
5. 缺乏廣告行銷宣傳
6. 通路少

三、機會 (Opportunities)

1. 現代人偏好創意商品
2. 配合北港朝天宮廟會活動，能夠提高曝光度
3. 新媒體發展趨勢漸增

四、威脅 (Threats)

1. 開發新客戶難度高
2. 時常發生客戶違約
3. 無法吸引年輕顧客
4. 政府無推廣技藝傳承活動
5. 使用場合多為廟會活動，一般人不會有意願購買
6. 傳統產業失傳
7. 產量容易遭受到天氣以及遊客多寡的影響

五、增長性 (SO) 策略

1. 配合現今顧客風格，將傳統融入創意商品使得吸引消費者購買。
2. 為了不讓傳統技術消失，配合廟會活動增加曝光率。

六、扭轉性 (WO) 策略

1. 因為此產品無法與現代接軌，所以要推出創意商品，吸引年輕人的目光。
2. 建議政府架設關於雲林傳統技藝網站，不僅為森興增加知名度，也可為其他技藝達到宣傳效果

七、多元性 (ST) 策略

1. 積極建議政府推廣傳統技藝活動，搭配DIY 手作課程風潮，創立屬於自己的文創小品。
2. 配合文化再造計畫，運用時代技術，使傳統與科技整合，除了能將文化資產保存，並可推動城鄉發展。

八、防禦性 (WT) 策略

1. 本小組將燈籠文化往下扎根，從國小開始培養對文化有興趣的人才，讓傳統技藝不會失傳。

伍、五力分析

由策略大師波特 (Michael E. Porter) 提出五力分析，其認為企業在進行市場分析時，可針對五種競爭力進行探討，幫助企業了解環境現況 (沈禎娥、莊宏啟、蕭煒羣，2016)。根據此理論提出森興燈店之五力分析。

- 一、供應商的議價能力：因竹子產量少，導致成本高，故造成議價能力高。
- 二、消費者的議價能力：產品特殊性較大，不易購買且相較同業，價格較低，故消費者議價程度低。
- 三、潛在進入者的威脅：傳統的竹篾編織需要學習多年，且森興燈店已有固定的客源，並不會構成太大的威脅，故潛在進入者的威脅較低。
- 四、替代品的威脅：因為工業革命現在燈品多是塑膠製、壓克力等替代傳統的燈籠，故替代品威脅較高。
- 五、現有競爭者的競爭：同業分布於不同地區，銷售手法及繪圖方式皆有差異，故現有競爭者的競爭低。

陸、STP 分析

企業在進行行銷工作前，必須先找出欲行銷的目標客群，使行銷發揮出最大的功效，此即目標行銷。其步驟依序為：市場區隔（market segmentation）、目標市場選擇（market targeting）、市場定位（market positioning），又稱為 STP 行銷（沈禎娥、莊宏啟、蕭煒羣，2016）。以下是依據其理論提出森興燈店 STP 分析。

- 一、市場區隔（Segmentation）：森興燈店強調手工竹編，與其他工廠生產的商業用燈籠市場區隔明確。
- 二、目標市場（Targeting）：目標客層以廟宇為主，一般人不會去購買，因為會覺得這種產品是屬於神明在用的，若放家裡會對神明不尊敬。
- 三、市場定位（Positioning）：森興燈店定位在「為神明服務、價格公道」用瀕臨失傳的竹篾交叉編法且一貫作業流程，讓顧客感到物超所值。

柒、4P 分析

一、產品策略

產品分為五個系列，分別為布燈籠系列、紙燈籠系列、隨香燈系列、轎窗燈系列及客製化系列如下表所示。縱然森興燈店有提供客製化服務，但因主要客源來自廟宇，故客製化的接單少且出貨速度慢，建議顧客在店家淡季時下單，下單成功率也會提升。

表3 產品策略

	正面圖案	反面圖案	尺寸		
布燈籠			20 吋	24 吋	28 吋
			32 吋	36 吋	40 吋
紙燈籠			1 尺 5 寸	1 尺 8 寸	2 尺 2 寸
			2 尺 7 寸	3 尺	

	無正反面之分		尺寸
隨香燈			固定尺寸
轎窗燈			固定尺寸

二、價格策略

森興燈店的價格取自於天上聖母的安排，當定價需要調整時，都會至鄰近的朝天宮進行擲筊問價儀式。顯現出對信仰的尊重及以公道價格回饋給購買者。

表 4 價格策略

產品	尺寸／價格					
	20 吋	24 吋	28 吋	32 吋	36 吋	40 吋
布燈籠	1200 元	2000 元	2700 元	4500 元	7000 元	12000 元
紙燈籠	1 尺 5 寸	1 尺 8 寸	2 尺 2 寸	2 尺 7 寸	3 尺	
	3000 元	4000 元	5000 元	8000 元	11000 元	
隨香燈	固定尺寸：400 元					
轎窗燈	固定尺寸：400 元					

三、通路策略

至森興燈店實體店面購買，位於雲林縣北港鎮中山路 91 號。

四、推廣策略

1. 人脈：透過廟方擴展人脈，或者以長輩延續下的人脈進行推廣。
2. 口碑：向親朋好友介紹及社群網站分享。
3. 參與公益活動：與家扶中心、學校合作演講。

4. 媒體：使用媒體報導推廣、在社群網站上，分享最新的時事動態，讓消費者了解燈籠店目前狀態，以方便發布促銷活動。

捌、4C 分析

是由美國學者 Robert F. Lauterborn 所提出，其理念是以顧客利益為出發點。4C 分別為顧客需求、成本、便利、溝通，以上四種要素構成行銷組合，維繫企業與顧客的良好關係（啟芳財經研究室，2014）。以下是依據其理論提出的 4C 分析。

- 一、顧客(Consumer)：鎖定特定消費群，產品除了客製化，也融入當地的傳統文化特色，讓顧客感到技藝之美，滿足顧客的需求。
- 二、方便性(Convenience)：森興燈店提供宅配服務，使消費者不必到店取貨，證明其消費的方便性。
- 三、成本(Cost)：以燈籠的成本而言，森興燈店是採一貫作業，中間不會被供應商剝削，故可壓低成本。
- 四、溝通(Communication)：森興燈店強調雙向溝通，利用社群媒體提供顧客詢問相關問題，並以高品質產品，進而建立顧客的信任感。

玖、問卷分析資料數據

一、消費者問卷分析

1. 問卷對象年齡層：19 歲(含以下)12%、20 歲至 29 歲 7%、30 歲至 39 歲 32%、40 歲至 49 歲 35%、50 歲至 59 歲 11%、60 歲以上 3%
2. 得知「森興燈店燈籠店」方式：本地人 65%、新聞報導 4%、網路得知 4%、親友介紹 13%、路過 9%其他 1%
3. 購買燈籠的用意：裝飾 9%、廟宇 30%、節慶需要 55%、學校需要 9%、其他 6%
4. 森興燈店若推出創意商品是否同意購買 (ex：扭蛋、小吊飾... 等)：非常同意 20%、同意 49%、無意見 26%、不同意 5%、非常不同意 0%
5. 透過 APP 會讓您想要實地前往「森興燈店燈籠店」的意願：會 75%、不會 25%
6. 傳統技藝該創新還是保持原樣：創新包含傳統 84%、保持原樣 7%、創新 5%、無意見 4%

二、顧客滿意度分析

表 5 顧客滿意度分析

項目	非常同意	同意	無意見	不同意	非常不同意
產品品質	69.2%	26.9%	3.9%	0%	0%
產品服務	69.2%	30.8%	0%	0%	0%
燈籠風格	73.1%	23.1%	3.8%	0%	0%
提供多樣化產品	66.2%	25.1%	8.7%	0%	0%
產品價位	65.4%	26.9%	7.7%	0%	0%
便利性	11.5%	19.2%	15.4%	38.5%	15.4%
社群推廣	61.6%	15.4%	7.7%	3.8%	11.5%
向親友推薦	84.6%	15.4%	0%	0%	0%

拾、結論與建議

一、結論

傳統漸漸消失，但森興燈店沒有因此放棄，反而透過現今的網路世代增加銷售通路，而產品價格方面相較於同業是平價的，森興燈店重視是為神明做事，要嚴肅，他們重視品質、服務，由問卷訪談客人們都說價格公道、手工好。以下為經分析得出的結論與建議。

- (一) 森興燈店在人手方面嚴重不足，常常會有訂單接不過的問題，也導致了客製化訂單接單量較少。
- (二) 依行銷 4P 分析得知，產品、價格策略方面極度滿意，而通路以及推廣方面有待增進。
- (三) 依問卷分析得知，有 75%的消費者會想透過 APP 了解此傳統技藝。
- (四) 實地舉辦校園演講，經由學習單反饋及學生積極參與度發覺，學生對於燈籠文化十分有興趣，而卻礙於學校方面未提供相關文化培養課程，故僅能透過演講得知訊息，無法從小扎根傳統藝術。
- (五) 從問卷分析中可得知藉由文創商品（同意 69%），融入傳統的新奇小物可吸引年輕顧客。
- (六) 依實地走訪觀察到，森興燈店的價目表不明顯、小、不美觀、有多處塗改痕跡。

二、建議

- (一) 加派人手：做這行需要磨練很久才可以出師，而現在年輕人都不願吃苦，為了保留傳統技藝，應著重栽培人才。
- (二) 推廣方面：開發此 APP 是因為網上關於燈籠資料稀少且錯誤性高，特意設計此工具結合森興燈店，並加強店家數位媒體方面。圖 1 為 APP 首頁，包含簡介、營業時間、聯絡我們、地圖、產品介紹、影片、粉絲專頁、問卷、預約等功能。



圖 1 APP 架構圖

- (三) 文化扎根：舉辦國小闖關活動及校園演講，讓文化從小扎根以培養興趣；後者則是可至鄰近的學校舉辦演講活動，除了能讓學生了解傳統的燈籠文化，並可推廣北港在地文化，且有益於此傳統產業未來的發展。
- (四) 設計創意商品：森興燈店可結合廠商，融入近年大家積極提倡的環保議題，推出環保文創商品，吸引更多客層的客户消費。
- (五) 設計價目表：依實地走訪觀察到，森興燈店的價目表小而不明顯，且有多處修改痕跡，造成顧客觀感不適。
- (六) 參與公益活動：參與公益活動可藉此機會增加森興燈店的知名度，並能順道推廣傳統工藝的重要性及傳承。
- (七) 聯合社區辦推廣活動：重視傳統文化重要性，將北港在地傳統文化聚集，讓民眾了解傳統的重要性。

附件一 企劃工作流程表

企劃案名稱			森興燈店老店創新企劃案		
年	月	日	進 度	紀 錄	工作分配
108	9	13	與店家約定訪談時間。	器材：手機	組員 C：聯絡店家
108	9	25	蒐集資料、擬定訪談內容。	地點：圖書館 器材：電腦	組員 A：蒐集書籍資料組 組員 B：蒐集網路資料 組員 C：彙整資料
108	9	28	第一次訪談，了解有關店家的資料。	地點：森興燈店器 材：手機 耗時：1 小時	組員 A：專問問題 組員 B、C：錄音並記錄
108	10	28	第二次訪談，了解燈籠文化，並親自學習傳統的竹篾交叉編法。	地點：森興燈店 器材：手機、刺竹 耗時：2 小時	組員 A：學習編織(底座) 組員 B：探討燈籠文化、習俗 組員 C：將訪談過程錄音
108	11	4	第三次訪談，詢問店家是否可以提供場地，讓我們拍攝紀錄片及製作行動 APP，並討論紀錄片大綱。	地點：森興燈店器 材：手機 耗時：1 小時	組員 A：解決紀錄片問題 組員 B：解決 APP 問題 組員 C：擬定紀錄片大綱
108	11	5	製作 APP、討論紀錄片大綱及其他相關問題。	地點：學校器材： 電腦 耗時：5 小時	組員 B：製作 APP 組員 C：紀錄片大綱定檔
108	11	7	第四次訪談，提出建議並討論出價目表可改善、學習編織。	地點：森興燈店 器材：手機、刺竹 耗時：2 小時	組員 A：學習編織燈籠側面 組員 B、C：提出建議並與店家討論是否可行。

108	11	27	第五次訪談，將價目表提供給店家，放置到店裡並將 APP 提供給店家參考。	地點：森興燈店 器材：手機、價目表 耗時：30 分鐘	組員 A：將價目表贈與店家 組員 B：將 APP 呈現給店家
108	12	11	發放消費者及顧客滿意度問卷並記錄下顧客建議店家的事項。	地點：網路、在地的宮廟 器材：問卷、筆、手機	組員 C：發放問卷
108	12	26 28	拍攝竹篾燈製作過程紀錄片。	地點：森興燈店、朝天宮 器材：手機、架子 耗時：3 小時	組員 A、B：拍攝紀錄片 組員 C：調整並解決拍攝過程中的問題
108	12	29 30 31	使用 Power Director 18 剪輯紀錄片。	地點：學校 器材：電腦、Power Director 18 耗時：8 小時	組員 A、B：剪輯紀錄片
109	2	7	實地探訪競爭者－春秋美術社，並將訪談結果統整分析成表格。	地點：彰化春秋美術社 器材：手機 耗時：5 小時	組員 A、C：實地前往 組員 B：整理分析結果
109	2	11	討論文化往下扎根、校園演講的前置作業及行程安排。	地點：學校 器材：電腦 耗時：3 小時	組員 A、B：活動前置作業 組員 C：聯絡、行程安排
109	2	17	將紀錄片上傳至 youtube 上，以利於增加森興燈店曝光度。	器材：電腦	組員 B：上傳
109	2	26	活動實施：文化往下扎根活動－腦海中的技藝、校園演講－漫步北港認識在地技藝文化活動。	地點：南陽國小、森興燈店、教室 器材：電腦、投影機 耗時：7 小時	組員 A：演講、教學編織 組員 B：演講、攝影組 組員 C：演講、帶隊

附件二、參考圖片



森興燈店布燈籠正面



森興燈店布燈籠背面



春秋美術社布燈籠正面



春秋美術社布燈籠背面



紙燈籠樣式 1



紙燈籠樣式 2

資料來源：本競賽試題改編於全國高級中等學校專業群科 109 年專題及創意製作競賽「專題組」得獎作品 - 「森」入技藝，喚「興」記憶—以森興燈店為例