

# 新竹市傳統市場暨店鋪 營運改造計畫



## 不變的好滋味

天然、樸實、古早味

### ▼改造對象簡介

814麗香冰店是新竹在地的枝仔冰老品牌，前身為空軍菸廠福利社，第一代老闆以空軍節日期814及女兒名字為店舖命名。從1960年代經營至今，814麗香冰店以最簡單、實在的用料製作枝仔冰，走過一甲子歲月，是陪伴無數新竹人度過盛夏的沁心良品。

### ▼改造對象SWOT分析

1. 新竹知名老店
2. 價格親民合理
3. 冰品通過檢驗
4. 冰品手工製作
5. 真材實料，無添加化學成分
6. 多種冰棒口味選擇
7. 保存古早製冰機具可供參觀



1. 店面風格無經營
2. 店內無停留空間
3. 行銷方式單調
4. 冰棒無單枝包裝
5. 包裝簡陋
6. 冰棒種類數十年無創新變化

1. 全球暖化使近年氣溫攀升，夏季時間延長
2. 消費者對冰品偏好增加
3. 新竹地區觀光人潮逐年增加

1. 冰品市場進入門檻低，競爭激烈，容易被同行業者取代
2. 許多同業推出創新口味冰品
3. 冬天為淡季，人潮較少

# 新竹市傳統市場暨店鋪 營運改造計畫

## ▼改造計畫目標

走過一甲子時光的814麗香冰店在新竹地區小有名氣，但傳統老店固有的經營方式難保不被現今競爭多變的市場所淘汰。

814麗香冰店現今的主要顧客為當地居民，較少外縣市的民眾前來消費，且由於店面空間有限，買冰所停留的時間十分短暫，難以使顧客認識到店內珍貴的冰棒產業發展痕跡。因此，我們希望運用新的行銷手法開拓新客源，並透過這次店面搬遷的機會，改造店面設計，展示冰棒產業背景故事與相關設備，加深店家與顧客之連結，藉此發揚傳統古早味的樸實精神，亦建立良好的品牌形象。

## ▼改造計畫內容

### ■ 加強行銷手法

#### 1. 專屬LOGO保冰袋

一方面能使保麗龍盒用量降低，保冰袋也可以重複利用，對環保盡一份心力；二來如有送禮需求的顧客，能在包裝上有新的選項；此外更是新竹地區民眾出遊野餐的好選擇。

#### 2. 精緻禮盒

禮盒盒裝的部分，分為高價精緻路線、傳統親民路線兩種規格，針對不同需求的消費者能夠有更多樣的挑選；口味部分，不僅有單一口味的禮盒，也可採取自由搭配的方式購買。

#### 3. 季節限定冰棒

結合小農當季生產的農產品，吸引不同族群消費者。

### ■ 空間人性規劃

#### 1. 考量空間尺度、人體工學

從顧客踏進店內的感受開始，將新店面設計視為同樣值得重視的無形服務，使顧客能有更舒適的消費經驗。

#### 2. 歷史牆面

為使更多人能有機會接觸、認識814麗香冰店所擁有的珍貴冰棒產業故事與古早製冰設備，於店內規劃展示製冰設備、故事背板等區塊，可供顧客於等待購買或享用的短暫時間，順便認識和了解冰棒產業在設備方面的發展歷程及其革命。

### ■ 樸實精神發揚

#### 1. 814故事小卡

內容記載814的歷史背景、發展歷程脈絡，以及真材實料的堅持和手工製作透明化的傳統精神，搭配真實拍攝的冰棒誘人圖像及操作過程，佐以欲帶予顧客之目標與展望，以圖像與文字的表達方式一次呈現。

#### 2. 原料資訊透明化

歷經食安風波後，現今社會愈發重視食品安全，擬將冰棒的原料及製作過程公開透明化、清楚展現在顧客眼前，讓人吃得更安心。

## ▼改造計畫風險評估

1. 保冰袋不受顧客歡迎
2. 精緻禮盒價位太高，消費者不易接受
3. 小農產地收成欠佳，原料供應受影響
4. 新產品宣傳不足，銷售效果不佳
5. 資訊透明化後，若原料產地發生問題，將會造成店家生意極大的影響。

## ▼改造計畫預期效益

1. 降低保麗龍的使用量，提倡環保概念
2. 包裝精美化，適合送禮
3. 季節限定的新產品，透過宣傳行銷的方式開拓新客源，吸引更多人潮
4. 妥善的空間規劃使工作動線更加流暢
5. 具特色的店面設計，吸引顧客拍照打卡，透過此方式宣傳店家
6. 814故事小卡與傳統製冰設備介紹使顧客了解店家背景發展與歷史脈絡
7. 原料資訊透明化使顧客能夠吃得更安心