

投稿類別：商業類

篇名：

吐血王國的專利－檳榔攤

作者：

曾建融。私立三信家商。三年1 2班
林楷鈺。私立三信家商。三年1 2班
林宏洋。私立三信家商。三年1 2班

指導老師：

盧慈慧

壹●前言

一、研究動機

這項有「台灣綠寶石」之稱，又有醫療效果，而且每天的銷售量非常的驚人，曾在新聞中看見有位男子每天要吃 840 顆才可以渡日，一口接一口吞，一顆接一顆咀嚼，這項東西就是我們要研究的檳榔。在台灣幾乎沒走十幾步就有一間檳榔攤，攤位數量這麼多怎麼都能生存下去，真的有這麼多消費者嗎？我們想知道檳榔攤每天賣出的數量、行銷方式跟檳榔背後的無限商機

二、研究目的：

1. 進行台灣檳榔攤之 SWOT 及 4P 分析，了解檳榔攤的行銷策略。
2. 親自向專家訪談，檳榔攤相關問題。
3. 利用問卷分析消費者購買檳榔的動機、消費策略、消費者滿意度。

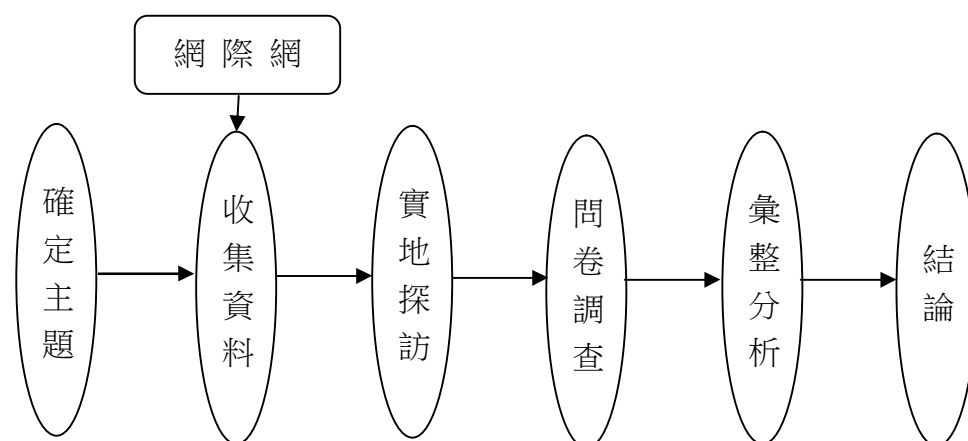
三、研究方法：

- (一)文獻分析法：收集報章雜誌以及網際網路資料。
- (二)問卷調查法：調查顧客對檳榔攤的各種相關數據。
- (三)專家訪談法：本組實地至檳榔攤親自向專家訪談。

四、研究限制

限於檳榔攤，高雄市五甲社區的計程車司機、工人，下午開始發放問卷。

五、研究流程



貳●正文

一、檳榔產業簡介

(一) 認識檳榔

檳榔樹樹幹不分枝，能長到約 12~15 公尺，莖直徑約 15 公分，6-9 枚葉簇生於莖的頂端。果實外皮堅硬，內含一粒檳榔子。採收期約每年的 8-11 月，台灣人有非常多總吃法。

(二)、檳榔沿革

最早開始吃檳榔的族群是台灣的原住名，對他們來說檳榔有招待訪客的心意，各種祭儀中的祭品，請親友或鄰居幫忙時的酬勞；訂親、結婚時不可或缺的禮物；表示愛意的象徵，違規賠罪的罰金。隨著時間的變革，這個文化流傳到整個台灣，五六零年代，台灣將檳榔樹作為經濟作物大力推廣，檳榔的種植和銷售更成為一種蓬勃的產業。

(三)、檳榔文化

台灣嚼檳榔的風氣非常旺盛，保守估計台灣「紅唇族」(吃檳榔的人)·每年花錢買檳榔的金額，超過仟億台幣。農委會資料指出，種植檳榔的農家，高達七萬戶，檳榔於 1990 年代以後，成為台灣最主要的經濟作物。但是，瘋狂種植檳榔的結果，對台灣的山坡地的水土保持，造成非常大的危害，另外，台灣時用檳榔的方式明顯會致癌·造成許多悲劇·但沒有因此而減少食用人口·吃檳榔的人口反而年年增加·產值因為消費高，販賣檳榔的小攤，片佈台灣大街小巷，最後因競爭激烈，所以衍生出「檳榔西施」文化，來吸引消費者。

二、檳榔行銷組合分析

(一)檳榔產品、價格、推廣策略

台灣人吃檳榔的方法非常多元，有加紅灰的還有在檳榔葉上抹白灰的，檳榔價格均一但數量不同，多元的促銷方式如送打火機或礦泉水……等生活用品，表一是檳榔的一覽表。

表一、檳榔產品、價格、推廣一覽表

產品	特色	價格	促銷方式
 紅灰檳榔	加上紅灰 和荖花	100 元／80 顆	買 一 百 送 打 火 機 或 水 或 衛 生 紙
 白灰檳榔	檳榔葉 刷上白灰	100 元／80 顆	
 菁仔(檳榔子)	檳榔的子含多種 成分	100 元／20 顆	
 雙子星	葉子裡包兩顆檳 榔子，加梅粉口感 更佳	100 元／15 顆	

(二)通路策略

檳榔通路類型大概都在砂石車出入處、工業地區、熱鬧地區，有些高級餐廳也會拿來當作一種食材。

表二、優勢、機會

Strength：優勢
1. 檳榔西施文化帶來很多男性客戶 2. 買檳榔送礦泉水、打火機 3. 只有檳榔攤有賣
Opportunity：機會
1. 可以外銷國外推廣檳榔文化 2. 未來可以發明更多的吃法吸引更多的顧客

參●問卷調查

本小組這次發出有效問卷 107 份，地點是在五甲地區各家檳榔攤發放問卷。

一、消費者基本資料

性別：男 91%、女 9%。

問卷調查顯示吃檳榔的人數男性占大部分。

年齡：18 歲以下 0%、18~30 歲 24%、31~40 歲 50%、41~50 歲 11%、50 歲以上 13%。

問卷調查顯示吃檳榔的人口大部分都是 31~40 歲的壯年男生。

職業：商業 7%、工業 43%、服務業 6%、服務業 6%、家管 4%。

問卷調查顯示工業吃檳榔的人口比較多，工業消費者表示吃檳榔能提神，精力會很旺盛有助於工作。

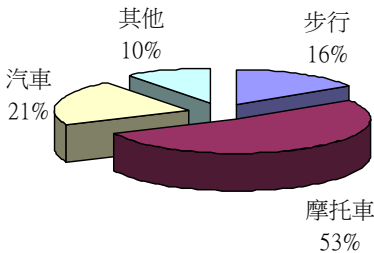
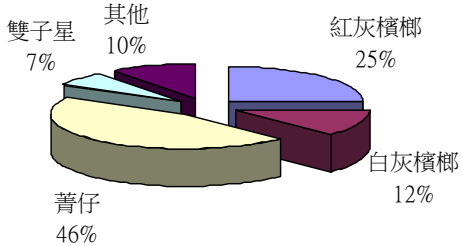
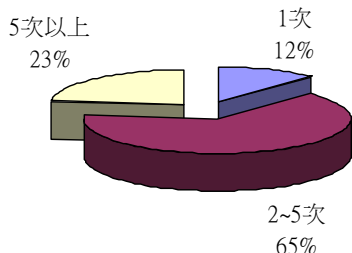
二、 檳榔消費滿意度調查

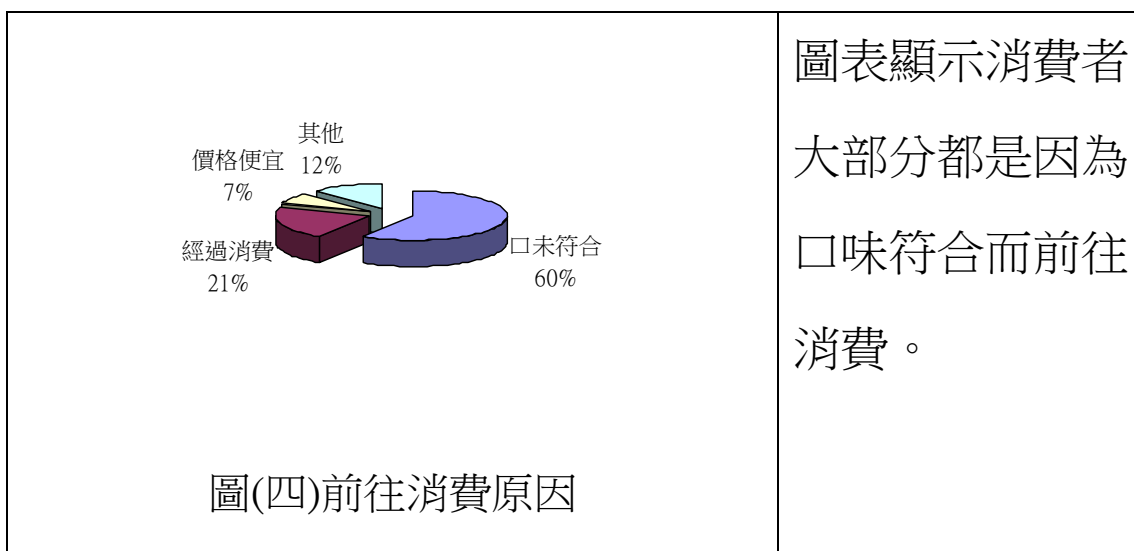
發放問卷的過程中發現，調查滿意度大多填寫問卷的對象為 31 ~ 40 歲，他們是大多會到檳榔攤購買檳榔的客群。

表三、消費滿意度

	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意	總分	平均	排名
服務態度	27	53	27	0	0	428	47.55	2
產品價格	27	0	80	0	0	375	41.66	4
產品品質	27	53	27	0	0	428	47.55	2
交通位置	27	54	26	0	0	429	47.55	1
處銷方式	27	53	27	0	0	428	47.55	2
結帳速度	27	54	26	0	0	429	47.55	1
環境整潔	27	54	26	0	0	429	47.55	1
抱怨處理	27	54	26	0	0	429	47.55	1
整體滿意	27	46	25	6	0	406	45.11	3

三、消費方式圖表分析

 <p>圖(一)前往消費方式</p>	<p>消費者表示，騎車比較方便機動性也比較高所以大部分的人都是騎機車前往消費。</p>
 <p>圖(二)購買商品種類</p>	<p>圖表顯示吃菁仔佔的百分比比較多，消費者表示菁仔的口味比較容易上口。</p>
 <p>圖(三)每周消費頻率</p>	<p>圖表顯示大部分的人每周購買次數都是 2-5 次。</p>



二、再度購買意願

問卷調查顯示，消費者全數都有意願再度購買檳榔，大多消費者是因為吃檳榔可以幫助工作更有精神，才会有精力完成一天的工作。

肆●結論與建議

(一)、結論

一、價格定位

實際訪問顯示，每間檳榔攤所販售的檳榔價格都是一樣的，不會因為口味不同而價錢不同。但是雖然價格都相同但，每種口味裡面的數量是不相同的

二、行銷方式

就因為台灣每間檳榔攤販售檳榔的價格都大同小異，所以檳榔攤各出奇招，有的推出優惠專案，有的推出任買一包各種口味的檳榔，就送打火機、礦泉水、飲料……等等。我們有詢問過部分消費者，消費者表示他們會因為檳榔西施的長相和口味是否符合而決定是否長期在固定檳榔攤購買檳榔。

(二)、建議

一、 檳榔口味

攤販售的檳榔，已經有非常多種的吃法，每種吃法的口感都有他獨特的滋味，但因為大部分口味的檳榔都有添加石灰，吃久了會導致多種口腔疾病甚癌症。所以我們建議未來能研發出新的口味，能保存原有的風味，還能不傷身，相信如果研發成功會是一個大突破。

資料來源：

奇摩圖片，2012年12月11日。取自

<http://tw.image.search.yahoo.com/search/images?fr=yfp&ei=UTF-8&p=%E6%AA%B3%E6%A6%94>

維基百科，2012年12月11日。取自 PPT，2012年12月11日。取自

<http://zh.wikipedia.org/zh/%E6%A7%9F%E6%A6%94http://www.shs.edu.tw/works/essay/2006/03/2006032200111884.pdf>

奇摩知識+，2012年12月11日。取自

<http://tw.knowledge.yahoo.com/question/question?gid=1610060808348>

覃偉權、範海闊（主編）(2012)。檳榔。中國北京：中國農業大學出版社。