

投稿類別：商業類

乳酪蛋糕專賣店經營模式研究—以台中《光之乳酪》、《日出乳酪》為例

作者：

林郁誼。私立葳格高中。應用外語科三年丙班

簡瑞萱。私立葳格高中。應用外語科三年丙班

謝知恆。私立葳格高中。應用外語科三年丙班

指導老師：

林紫涵老師

壹●前言

一、研究動機

現代人相當幸福，因為國際化的關係，使我們能夠輕而易舉的品嚐到各國不同風味的甜點。在眾多甜點當中「乳酪蛋糕」這個歷史永久，在古代希臘為了奧運而發明的美味甜點，深深的吸引住我們的味蕾。經歷幾千年時間，乳酪蛋糕沒有因此而沒落，反而成為現在不可或缺的一樣美食。每次經過台中幾家知名的乳酪蛋糕專賣店，看到門外大排長龍的人們，不禁想知道到底是什麼魅力能夠吸引顧客上門？台灣有許多家喻戶曉的乳酪蛋糕專賣店，每家店都有自己的特色及秘方，屢屢帶給顧客們不一樣的感受。所以本組以台中地區頗具知名度的《光之乳酪》及《日出乳酪》作為研究分析的對象，希望可以藉以瞭解乳酪蛋糕專賣店的經營模式。

二、研究目的

- (一) 比較《光之乳酪》專賣店及《日出乳酪》專賣店兩家店的背景故事、特色、理念、企業願景。
- (二) 比較《光之乳酪》專賣店及《日出乳酪》專賣店的經營模式。
- (三) 提出《光之乳酪》專賣店及《日出乳酪》專賣店的 **SWOT** 分析。
- (四) 提出《光之乳酪》專賣店及《日出乳酪》專賣店的經營建議。

三、研究方法

- (一) 實地探訪及觀察。
- (二) 利用 **SWOT** 分析法進行分析。
- (三) 搜尋相關訊息，將收集到的文獻資料加以研究分析後進行討論及彙整。

四、研究流程



圖 1 研究流程圖 (圖片來源：自製)

貳●正文

一、《光之乳酪》專賣店的簡介

(一) 背景

業主曾經到日本北海道旅遊，吃到北海道的道南乳酪，那濃稠的香氣、綿密的口感，使他無法忘懷，回味許久。回到台灣後，他決定要重現那股難忘的滋味，並且將這份感動傳遞給更多人。（註一）

(二) 特色

《光之乳酪》專賣店想帶給顧客回到家的溫暖感，因此店裡的布局便以家的方式呈現，室內的設計及擺設都如同家中的客廳一般熟悉，櫃子上所擺放的大小小的農製品也增添了一份親切感。還有關於產品的包裝方面，他們使用野餐籃的方式呈現，讓購買的人有準備出遊的悠閒感，而顧客也可以提著盒子到旁邊的草地與家人朋友們一起野餐。（註二）

(三) 理念

《光之乳酪》專賣店，有著設計背景的工作團隊，從整家店的周遭環境、外觀、室內裝潢、擺設等許多不同的設計巧思，都在「光」的壟罩下氤氳而生，有明亮、開朗、對生命熱忱的意象，老闆想讓來的客人都能帶著溫暖的笑容走出這家店，並把光的理念分享給別人。

在食材方面，製作乳酪的原料都堅持使用日本進口的材料，北海道的道南乳酪、日清的紫羅蘭麵粉、來自北島的三盆砂糖，業主為了把當初在北海道的那份感動帶回台灣，在日本一次又一次的尋找適合的食材，以達到他對口感的堅持，最後他終於成功的找到完美的搭配，而且能夠重回當初感動的食材。而製作方法是採用「半蒸半熟」的方式在店內現做，製作的過程是以公開透明的方式呈現給顧客。（註三）

(四) 企業願景

《光之乳酪》專賣店歡迎各年齡層的人去拜訪，他們並沒有特別鎖定的顧客群，希望大家到店裡，如同在「家」一般的放鬆心情。此外，業主希望能把乳酪

蛋糕做好，推廣台灣的在的農業，開發更多新口味的商品。(註四)

二、《日出乳酪》專賣店的簡介

(一) 背景

創辦人賴淑芬在日本學習兩年的壓花技術，回國後在台中開起工作室教導壓花，並同時經營茶坊，賣輕食。然而店內的一道甜點「綠茶山藥乳酪蛋糕」大受顧客的好評，因此關掉工作室並專心經營茶坊，研究蛋糕。在 2002 年開起第一家專賣店，名為《日出 大地》。日出品牌形象的董事長尤杰，因緣際會下結識創辦人，因而成為日出的一員，還有年僅 22 歲的日出總經理翁麗琴及幾位二度就業的媽媽，這群日出團隊在國內文創熱潮還未興起前，就為自家產品與門市放入各式文化創意。(註五)

(二) 特色

古樸的茶票、傳統的大紅花、台灣原生動植物，舊時的歷史圖片等在地文化，是日出設計上的重要元素。這些充滿在地特色的設計，讓日出的產品成為行銷台灣的最佳禮品。在某些重要節慶及銷售旺季，日出也推出自家獨有的「啃書節」、「鳳梨節」、「詩人節」、「茶花節」活動，以故事行銷產品。(註六)

(三) 理念

負責日出品牌形象的董事長尤杰，他深信一張藏書卡、一張包裝紙、或者是店內的一面牆，每一個小小的細節皆可傳遞出他們的理念：一切美好事物皆無可取代。創辦人堅持使用自然的食材，只要任何與化學有關的原料，像是奶油、麵粉都不能放，因此烤出來的蛋糕可能不是完美無缺，但吃下去的每一口都是很自然、很健康的，而且入口即化。(註七)

(四) 企業願景

在產品包裝上的一段敘述：「我們情願麻煩，原料是新鮮的，罐頭不用；乳酪是頂級的，次級不用；口味是大地的，化學不用；配方是健康的，油膩不用；包裝是環保的，堆砌不用；堅持是麻煩的，但堅持過後，擔心，就不用了。」本組覺得這是《日出乳酪》專賣店能夠成功的主要因素。

三、《光之乳酪》專賣店及《日出乳酪》專賣店的經營模式比較

(一) 《光之乳酪》專賣店及《日出乳酪》專賣店的綜合比較

表一 《光之乳酪》專賣店及《日出乳酪》專賣店的綜合比較表 (表格來源：自製)

比較項目	光之乳酪	日出乳酪
店面氣氛、環境、裝潢	採光明亮溫暖，且設有桌椅讓來訪的顧客休憩，提供舒適的環境使每位消費者都有回到家的感覺。(圖 2、3)	裝潢得很有文藝的氣息，且就像是一個小花園，讓人想一探究竟。店面乾淨整齊，產品排列的清晰分明。(圖 5、6)
服務態度	良好。 服務親切，面帶笑容。	良好。 會主動詢問客人的需求。
讓顧客試吃產品	無	有。針對客人想嘗試的產品給予品嚐，幾乎每樣產品都能試吃。
其他的分店	無，私人企業。	有。另外三家分店，分別取名為修道院、旅人及土鳳店，各個分店的風格迥異，都有其特色。
宅配的服務	有	有
產品的包裝	以野餐籃的方式呈現，讓購買的人有要出遊的感覺。另外，為了防止乳酪被破壞，在盒子內部特別用兩層式的包裝方式設計。(圖 7、8)	講求環保，使用再回收紙張。包裝獨特，有書籍包裝、CD 包裝還有包裹包裝。另外，在每一個產品裡都會附上小冰袋，保持新鮮度。(圖 9、10)
產品的價格	NT\$148-248 /四個 NT\$198-338 /六個	NT\$288-430 /盒 (一盒約 4~6 人份)
其他的副產品	冰淇淋蘇打、季節性果醬	鳳梨酥、牛軋糖、太陽餅、冰淇淋、選茶等等。
其他	光之乳酪最有特色的地方是以透明化製作過程呈現在大家面前，讓消費者更安心食用並且了解整個製作過程。(圖 4)	日出集團有一項客製化的服務，就是在大量訂購的情況下能依據顧客的要求進行包裝的訂製。

四、《光之乳酪》專賣店和《日出乳酪》專賣店的 SWOT 分析

表二 《光之乳酪》專賣店的 SWOT 分析 (表格來源：自製)

S 優勢	W 劣勢
<ol style="list-style-type: none"> 1.使用北海道，道南產區乳酪製品生產 2.純手工製作，品質佳 3.裝潢清爽 4.重視給予顧客「家」的感覺 5.產品製程透明化，令人相對安心 	<ol style="list-style-type: none"> 1.製作成本高 2.製作過程費時 3.產品種類少 4.產品數量不足
O 機會	T 威脅
<ol style="list-style-type: none"> 1.外食休閒需求增加 2.下午茶文化盛行 3.第三空間增加 4.設立其他縣市分店 	<ol style="list-style-type: none"> 1.近年乳酪蛋糕店增加，客源有可能減少 2.物價上漲，產品價格提高 3.消費者的忠誠度不足

表三 《日出乳酪》專賣店的 SWOT 分析 (表格來源：自製)

S 優勢	W 劣勢
<ol style="list-style-type: none"> 1.包裝精美，呈現出中國送禮的氣氛 2.蛋糕口味多樣化且獨特 3.使用天然新鮮的原料 4.提供產品保冰袋，吸引遠地顧客群購買 	<ol style="list-style-type: none"> 1.日出的乳酪偏向重口味 2.保存期限較短，無法保存太久 3.價錢比起其他間的乳酪還貴 4.重乳酪比較不適合年紀較長的顧客使用
O 機會	T 威脅
<ol style="list-style-type: none"> 1.下午茶文化盛行 2.發展海外市場 3.促銷活動多 	<ol style="list-style-type: none"> 1.近來乳酪甜點店增加，可能會影響客源 2.有些含有季節性水果的乳酪產品，會受到季節影響而缺貨

(二) 《光之乳酪》專賣店的店面佈置

進入《光之乳酪》專賣店的大門，就能聞到乳酪剛烤好的香味撲鼻而來，而整個店裡也充滿著的溫馨氣氛，一邊享用著剛出爐的乳酪，一邊欣賞著店裡的裝潢和擺設，一邊看著書，是種極大的享受。



圖 2 (圖片來源：自製)



圖 3 (圖片來源：自製)

透過透明的玻璃，消費者能親眼看到乳酪的製作過程。因為對自己的產品有信心，所以直接把製作過程呈現在消費者眼前，可以讓顧客安心食用。



圖 4 (圖片來源：自製)

(三) 《日出乳酪》專賣店的店面佈置

從《日出乳酪》專賣店的門口走進去，就有一股悠閒靜謐的氣息迎面襲來，伴隨著古色古香的音樂，顧客們可以悠閒地選擇自己想要的產品，每個角落都整齊擺放著不同的展品供顧客們選購。在喧擾得城市裡，這家如古典花園般的專賣

店，顯得相當獨特。



圖 5 (圖片來源：自製)



圖 6 (圖片來源：自製)

(四)《光之乳酪》專賣店的產品包裝

《光之乳酪》專賣店的包裝相當有自己的獨特風格，採用簡單又有創意的方式，有不少消費者就是為了產品的包裝而慕名而來，除了能有視覺的享受，還能有味覺的享受，實在是一舉兩得。



圖 7 (圖片來源：自製)



圖 8 (圖片來源：自製)

(五)《日出乳酪》專賣店的產品包裝

他們獨特的包裝風格是顧客來購買的因素之一，不一樣的产品都有特殊的包

裝方式，而且包裝圖案也都不一樣，所以每一次買的產品不一定是相同的包裝紙，因此也多了一份新鮮感。貼心的保冰袋，就算家裡離店面較遠，到家還是能品嚐到新鮮的乳酪蛋糕。相對的，光之乳酪就沒這個小小的保冰袋，所以必須盡快食用完畢。



圖 9 (圖片來源：自製)



圖 10 (圖片來源：自製)

四、對於《光之乳酪》、《日出乳酪》專賣店的經營建議

(一)、對於《光之乳酪》專賣店的建議

- 1.可以在其他縣市開設分店，讓住在外縣市的人也能享用到美味的乳酪蛋糕。
- 2.在店內提供茶飲，讓顧客搭配著乳酪蛋糕，符合近年來的午茶風，增加其他附加產品商機。

(二)、對於《日出乳酪》專賣店的建議

- 1.各分店的店員服務態度並不是很一致，能整合並加強員工訓練。
- 2.日出的包裝都很精美很適合送禮，但如果也能有極簡風格的包裝給一般用途的顧客，可以增加其他商機。
- 3.拓展國外市場，例如：歐美國家。因為西方人士普遍喜歡中國文化的事物，可以利用中國風包裝打進歐美市場。

參●結論

《日出乳酪》專賣店因為它的歷史較永久，知名度較響亮，產品的包裝既環保又美觀，許多人因為喜歡他們的包裝設計而前去購買。現代人追求不添加人工

香料的食品，日出堅持用最天然、最健康的食材，因而造就了源源不絕的客源。

當然，《光之乳酪》專賣店一點也不遜色，他們的店面設計明亮，而且帶有陽光般溫暖的感覺，這點深受大家的喜愛，而推出的輕乳酪蛋糕也很適合男女老少，不會太油膩，吃起來有清爽的感覺，最特別的是他們的製作過程都是公開透明的呈現在顧客面前，多了一份信賴。

在研究過程中，本組學習到這些乳酪蛋糕專賣店他們想傳達給顧客的感受，他們注重每一個小細節，就是為了讓顧客注意到他們的用心及特色、為了讓大家品嚐到最好的甜點。藉由這次撰寫小論文的机会，我們看到經營一家店的過程及細節，提出本組對於乳酪蛋糕專賣店經營模式分析及建議，希望可以提供給相關業界一個經營模式的參考。

伍●引註資料

註一、IBCAMP Blog 台大國商營全體團隊。2015 年 8 月 5 日，取自
<http://www.ibcamp.com/2015/zh/site/index.html>

註二、IBCAMP Blog 台大國商營全體團隊。2015 年 8 月 5 日，取自
<http://www.ibcamp.com/2015/zh/site/index.html>

註三、光之乳酪官網。2015 年 7 月 31 日，取自 <http://koucheese.com/>

註四、IBCAMP Blog 台大國商營全體團隊。2015 年 8 月 5 日，取自
<http://www.ibcamp.com/2015/zh/site/index.html>

註五、劉癸楓（2013）。舊傳統新創意 日出集團的華麗冒險。《**台灣光華雜誌**》，10，109~110。

註六、吳昭怡（2005）。日出乳酪蛋糕 賣蛋糕也賣體驗。《**天下雜誌**》，33，46~47。

註七、陳孟珠（2006）。日出·大地乳酪蛋糕：趣味，是一種靈魂的呼喚。《**Cheers 雜誌**》，66，23~24。