

FCU



ePaper

逢甲大學學生報告 ePaper

# 臭豆腐品牌創業企劃專案：以逢甲夜市為例

## STINKY TOUFU BRANDING BUSINESS PLAN：FENG CHIA NIGHT MARKET

作者：吳文蔚、韓忻諭、鍾潔寧、陳思云、雷光勝、  
張祐銓、郭泰延、葉宗鑫、葉利橫

系級：經濟三乙、會計一乙、行銷一甲、航太一乙、資工一甲  
商進修二甲、商進修三乙、土木二乙、水利二甲

學號：D0427512、D0607876、D0634754、D0646720、D0636140  
E0695165、E0469360、D0539597、D0539389

開課老師：林忠勳老師

課程名稱：專案管理基礎知識培養 + 熱賣商品創造

開課系所：通識中心

開課學年：106 學年度 第 2 學期



## 中文摘要

本文主要目的是要創造一個逢甲夜市熱賣商品小吃品牌，并以專案管理的方式將創業的詳細步驟寫成企劃書。我們選擇使用台灣的傳統小吃——臭豆腐結合馬來西亞的特色風味——咖喱叻沙，創造出一款獨特的美食。本文內容包含品牌規劃設計（商標設計，商標註冊，攤車設計，海報設計，制服設計，包裝設計等），市場分析，行銷策略及專案管理PDCA。本企劃書可應用於逢甲夜市小吃攤創業，并提供小吃攤從籌備至開業的專案明細參考。

**關鍵字：**品牌規劃設計，逢甲夜市，臭豆腐，專案PDCA，創業

## Abstract

The main purpose of this paper is to create a brand of hot-selling snacks in Feng Chia Night Market, and list down the detailed steps of starting up the business by using the project management skill. We chose Taiwan's traditional snacks – stinky tofu combined with Malaysian specialties – curry laksa to create a unique cuisine. This article covers brand planning and design (trademark design, trademark registration, stand design, poster design, uniform design, packaging design, etc.), market analysis, marketing strategy and project management PDCA. This plan can be used to startup a food stand business in Feng Chia Night Market, and provide a detailed reference for the business from the preparation to the opening of the project.

**Keyword :** Brand planning and design, Entrepreneurship,  
Feng Chia Night Market, Project management PDCA,  
Stinky tofu

臭豆腐品牌創業企劃專案 - 以逢甲夜市為例



# 【臭豆腐品牌創業企劃專案 - 以逢甲夜市為例】

C U R R Y L A K S A F A V O R



本案執掌: 吳文蔚  
專案管理: 吳文蔚 陳思云 雷光勝 鐘潔寧  
熱門商品: 吳文蔚 陳思云 雷光勝 鐘潔寧  
指導老師: 林忠勳老師

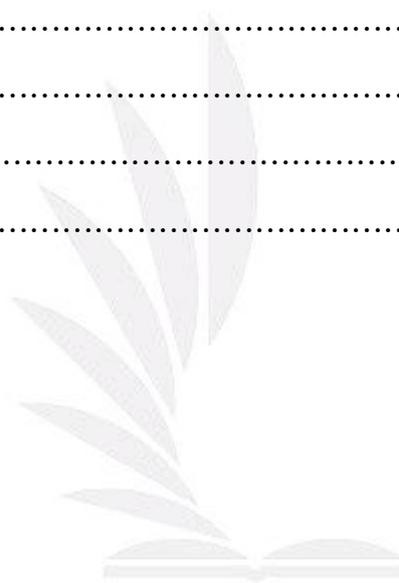
韓忻諭 葉宗鑫 郭泰延 張祐銓  
葉利積

中華民國 107 年 05 月 29 日

## 目錄

目錄 .....	4
專案簡介 .....	6
第壹章 品牌介紹 .....	7
第一節 品牌故事 .....	7
第二節 商標設計 .....	7
第三節 商標註冊 .....	9
第貳章 產品概要 .....	10
第一節 產品介紹 .....	10
第二節 產品包裝 .....	12
第參章 市場分析 .....	15
第一節 STP分析 .....	15
第二節 競爭者分析 .....	16
第三節 問卷調查 .....	21
第肆章 創業分析 .....	25
第一節 SWOT分析 .....	25
第二節 風險分析 .....	26
第三節 成本分析 .....	28
第伍章 行銷策略 .....	29
第一節 通路策略 .....	29
第二節 定價策略 .....	30
第三節 宣傳策略 .....	31
第四節 4 P 分析 .....	31
第五節 開業行銷活動 .....	32

第陸章	專案內容 .....	33
第一節	專案背景 .....	33
第二節	專案目標與範圍 .....	33
第三節	專案組織 .....	35
第四節	專案產出結果說明 .....	35
第五節	專案執行管理 .....	36
第六節	專案成本分析 .....	44
參考資料	.....	47
附錄1_問卷樣式	.....	48
附錄2_商標申請書樣式	.....	49
附錄3_成員介紹	.....	51



## 專案簡介

### 創業契機

臭豆腐是一種臺灣常見的夜市小吃，也是整個大中華地區的知名美食，臭豆腐特殊的臭味雖然讓許多人聞之色變，卻也吸引了非常多饕客的熱愛，讓人們欲罷不能。而叻沙是一道起源於南洋的料理，為馬來西亞和新加坡的代表性料理；最大的特色是使用加了椰奶的咖哩湯頭，味道較為濃郁，曾被赫芬頓郵報評選為死前必嘗的世界十大美食之一。熱愛美食的我們在嘗過了這兩道美味之後，突發奇想地想把這兩道料理結合，進而創造出兼具兩地特色的平價美食。

### 專案概要

一想到台灣最有名的小吃，一定不會忘記臭豆腐！當然，在逢甲這個競爭力十足的夜市裡，相信普通的臭豆腐已經無法滿足到顧客的味蕾。於此同時，現在的年輕人比較勇於嘗試新事物，所以我們選擇將最具兩地特色的食物結合，創造出能夠征服顧客味蕾的新商品。其中專案內容包含執行開業前置工作及開業行銷活動策畫。

## 第壹章 品牌簡介

### 第一節 品牌故事

【 一群熱愛台灣美食文化及馬來西亞美食文化所開設的一家“台馬經典美食”，一個價格享兩國文化美食，我們以較為平價的價格讓大家不需要到當地便能夠嘗試到馬來西亞的經典美食。不僅能夠嘗到由當地馬來西亞人所烹調的當地美食也能夠嘗到台灣經典的特色美食“臭豆腐”！ 】【

### 第二節 商標設計

#### 吉祥物介紹



我們創造出這隻可愛吉祥娃娃的理念如下：



商標設計圖

1. 吉祥物的頭上四方型是一個豆腐
2. 底下則是有手腳的娃娃
3. 雙手都比讚希望我們的商品能讓顧客吃了都比讚
4. 身體用深黃色, 結合了臭豆腐和叻沙的顏色
5. 中間的白色是他的衣服, 肚子上粉紅愛心希望大家吃了我們的臭豆腐會讓肚子都能有幸福與滿足感

彩色稿



K100



M30+Y80



M60+Y10



黑白陽稿



黑白陰稿



### 第三節 商標註冊

我們在初步檢查餐廳類別下的一註冊商標，並沒有發現類似的商標名稱或圖案，為了保有商標專用權，我們將會進行商標註冊申請。

## 商標註冊申請書

◎申請書需載明申請人、商標圖樣、指定使用商品或服務，始取得申請日。

◎填寫時請先詳閱申請須知。

◎作※記號部分請勿填寫，□內以英文字母「V」選填。

◎如有疑問，請洽詢：(02) 23767570 商標服務台。

◎繳納商標規費金額 元 ◎事務所或申請人案件編號：(可免填)

**查、商標圖樣** (本件商標圖樣之審查以所黏貼之圖樣為準，圖樣長、寬以 5-8 公分為標準；未附商標圖樣，無法取得申請日。)

一、商標名稱：

二、商標圖樣顏色： 墨色  彩色

三、聲明不專用：本件商標不就「  
」主張商標權。

(如欲主張經使用已取得識別性，請於提出申請時同時主張並檢附證據資料供審酌。)

四、商標圖樣分析 (請參閱申請須知)

中文：臭美

外文：LAKSA

中文字義：叻沙

圖形：豆腐造型公仔



陸、指定使用商品/服務類別及名稱

◎未填寫商品/服務名稱者，無法取得申請日。

◎請具體列舉商品/服務名稱，不得填寫「及不屬別類之一切商品/服務」或「及應屬本類之一切商品/服務」。

◎請依指定類別順序填寫商品/服務類別、名稱，如有疑義請參考「商品及服務分類暨相互檢索參考資料」。

指定申請類別：第 43 類商品/服務。

(請依序填寫)

類別：430201

商品/服務名稱：飲食店、小吃店、火鍋店、流動飲食攤、小吃攤、速食店、提供餐飲服務

我們選擇的分類是第 43 類的“餐廳，旅館”類別，其中子類別選擇了飲食店，小吃店，火鍋店，流動飲食攤，小吃攤，速食店，及提供餐應服務類。

## 第貳章 產品概要

### 第一節 產品介紹

我們的產品是將台灣的臭豆腐及馬來西亞的咖哩叻沙做結合，將兩種獨特的口味融合，帶來全新的口味體驗。首先我們分別介紹台灣式臭豆腐及馬來西亞咖哩叻沙：



不同於其他地方，台灣臭豆腐表面酥脆，而裡面有很多孔洞。食用的時候配上專門的泡菜，泡菜是採用圓白菜淹制而成，吃起來爽脆，酸酸甜甜的。醬汁是分別淋上的，有蒜末汁，醬油，麻油，辣椒醬等。

叻沙，馬來文叫 LAKSA，是一道起源於南洋的麵食料理，為馬來西亞和新加坡的代表性料理。叻沙有非常多不同的種類，其中咖哩叻沙被赫芬頓郵報（The Huffington Post）評選為死前必嘗的世界十大美食。



## 臭美 LAKSA 臭豆腐



台灣臭豆腐被評為全球 10 大最臭美食之一，馬來西亞咖哩叻沙則被評為死前必吃 10 大美食之一，兩者結合成為全球 10 大死前必吃最臭美食之一：咖哩叻沙臭豆腐。

配料方面我們選用傳統咖哩叻沙的配料，包括：豆芽菜，黃瓜絲，雞肉絲，雞蛋。

## 第二節 產品包裝

產品包裝我們採用一個花瓣型的包裝紙盒，特點是容易打開，方便食用。



竹籤部分我們採用旗子的設計，旗面部分將會印上臭美的商標，讓消費者在食

用的時候會直接聯想到我們的品牌。



包裝盒封閉起來的時候回呈全白的花瓣型紙盒，我們會在上方花瓣一角印上臭美商標，中間有小洞可以透氣，也可將旗子插在上方裝飾。

員工工作服概念圖：



攤位概念圖：



## 第參章 市場分析

### 第一節 S T P 分析

#### 市場區隔

#### SEGMENTATION

我們上網進行二手資料收集，發現偏好購買臭豆腐的顧客群是以 12-25 歲的男性顧客為主。

#### 目標對象

#### TARGETING

我們進一步將顧客群的性格偏好進行區分，最後鎖定在喜歡新鮮感，勇於嘗試新口味，喜歡吃臭豆腐的 12-25 歲男性，在逢甲商圈符合這個條件的主要顧客群就是逢甲大學的學生。

#### 產品定位

#### POSITIONING

我們結合以上資訊及新口味臭豆腐，最後將產品定位為南洋椰香辛辣風味醬汁搭配台式臭豆腐，改良了咖哩叻沙的口味進行結合搭配。

## 第二節 競爭者分析

我們將逢甲夜市商圈範圍內的臭豆腐品牌作為直接競爭對手，並對他們的經營策略做出分析。

### 1) 徐師傅麻辣臭豆腐



**特色:** 主菜自己選，配料金針菇、高麗菜、  
貢丸、肉燥等

**價位:** 約 30~125 之間，有些東西可以續湯

**地址:** 台中市逢甲路 86 號



## 2) 一心素食臭豆腐



**特色：** 豆腐炸的外酥內軟，搭配泡菜&  
小黃瓜，吃起來非常清爽

**價位：** 5 塊 NT\$50

**地址：** 台中市西屯區福星路 461 巷 2 號



### 3) 旺伯臭豆腐



**特色：** 豆腐炸很酥，咬開來裡頭是軟綿多汁的豆腐，中間再戳個洞，放入醬汁與蒜泥雙重享受超好吃的，加上獨家辣椒醬更是銷魂，臭豆腐炸的外皮酥脆，配菜有小黃瓜跟台式泡菜兩種

**價位：** 4 塊 40 元 / 6 塊 60 元

**地址：** 台中市西屯區文華路 5 巷 27 號



#### 4) 紅茶臭豆腐



**特色：** 辣泡菜: 水果梅子加上特 A 級韓式辣粉獨家配方醃製的韓式泡菜

獨家醬汁: 純釀醬油跟香、麻油及中藥配方調配，還有蒜頭跟辣椒

醃蘿蔔: 用天然米醋加上梅子所醃漬的

有別於一般的臭豆腐採用傳統古法不添加化學藥劑的臭豆腐，另一個是多了一道工序，把原本滷水換成頂級伯爵紅茶製成的滷水，然後放在冰箱裡頭低溫發酵。

**價位：** 一份 60 元

**地址：** 台中市西屯區逢甲路 20 巷 5 號

## 5) 金牌巨無霸香酥臭豆腐



**特色：** 店家自家的臭豆腐比一般臭豆腐厚兩倍，據說創始人將臭豆腐做大，改良過去臭豆腐臭臭的味道，用蔬菜醃豆腐，這樣炸出的臭豆腐不但不外酥內嫩，不用加泡菜就很清香

**價位：** 一分兩大塊，45 元一份

**地址：** 台中市西屯區文華路 53 號前 (在旗艦夜市斜對面)

### 小結

一般市面上一份臭豆腐的價位區間在 40-60 元之間，逢甲夜市裡各個臭豆腐品牌基本都擁有自己的特色及其獨賣點。因此，我們在定價部分會參考直接競爭者的既有定價定價，此外我們的獨賣點也要跟現有競爭者形成差異化。

### 第三節 問卷調查

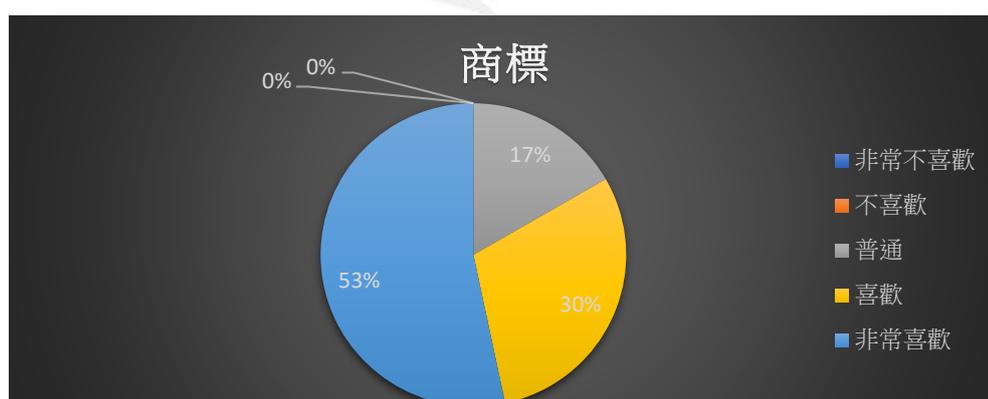
為了直接了解未來顧客的需求偏好，我們在逢甲大學內尋找了 30 名大學生對我們的咖哩叻沙臭豆腐進行品嚐及資訊提示問卷訪談，主要針對口味偏好及價格區間的調查。

我們尋找 30 名學生進行問卷調查的原因是為了使樣本數達到常態分配的最低樣本數要求，讓問卷測試的結果更能反映出母體的(所有消費者)的偏好。以下是我們問卷調查的結果：

以下評分類問題均採用 5 點量表，評分表示如下：

1	2	3	4	5
很不喜歡	不喜歡	普通	喜歡	很喜歡

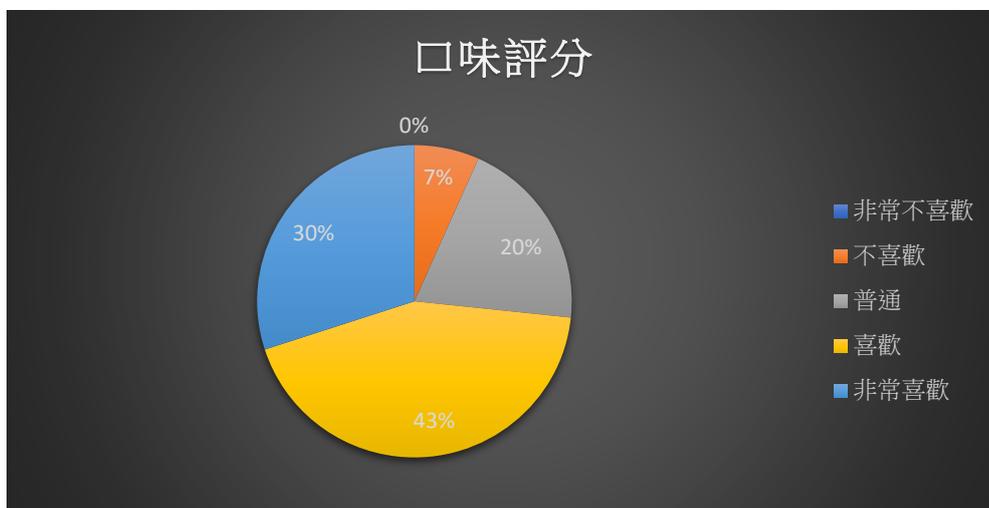
Q：您覺得“臭美 laksa”的商標如何？



上面這個題目是讓受訪者看了“臭美”的商標後詢問他們的喜好程度，結果顯示大部分受訪者非常喜歡“臭美”的商標設計(53%)，另外 30%人評 4 分，剩餘的

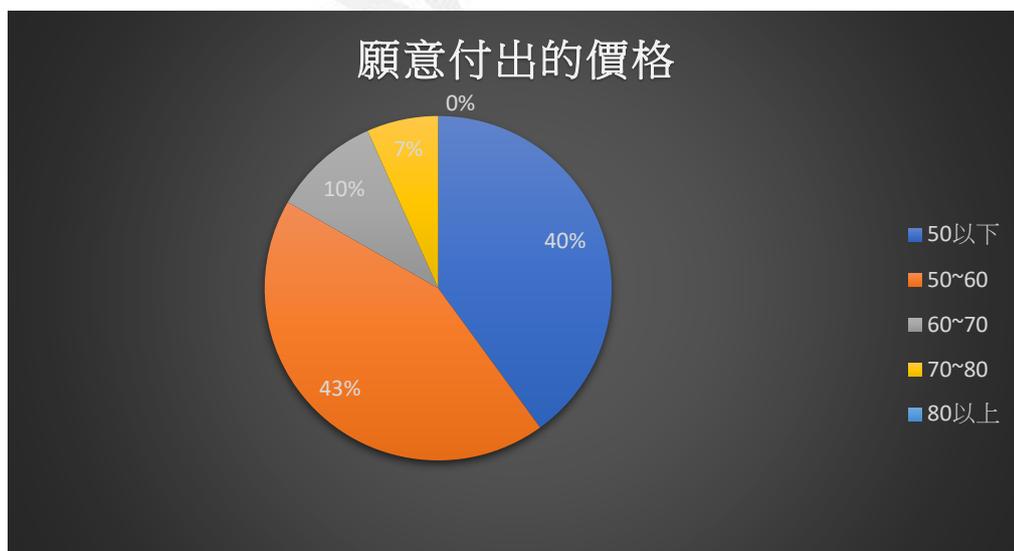
17%則覺得普通。結論是 83%的學生表示喜歡我們的商標設計。

Q: 您喜歡“臭美 laksa”的味道嗎?



上面這個問題則是請受訪者試吃咖哩叻沙臭豆腐後做出評分，結果顯示 30%的學生非常喜歡這種口味，43%的同學給出 4 分表示喜歡，另外 20%覺得普通，7%覺得並不喜歡。結論是一共有 73%的學生表示喜歡我們新產品的口味。

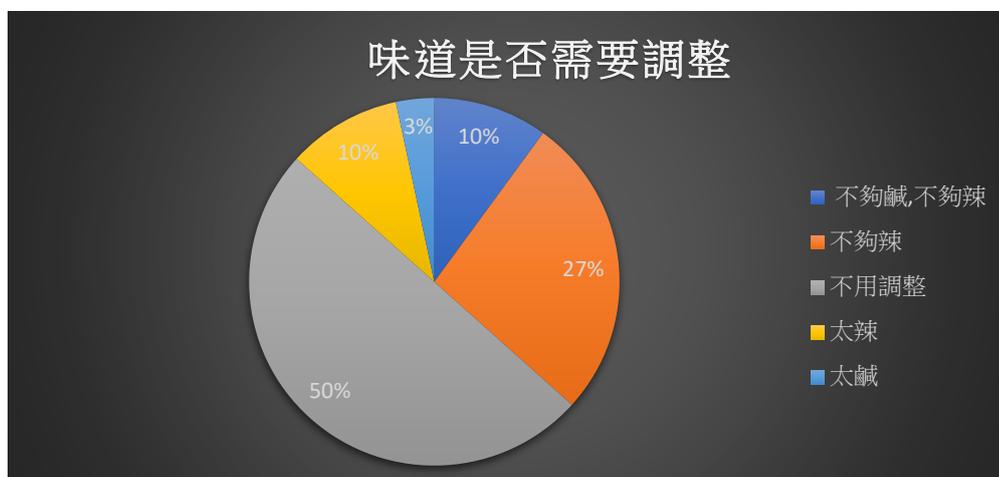
Q: 您願意購買“臭美 laksa”的價格範圍?



上圖是詢問受訪者願付多少錢來購買一份臭美 LAKSA 臭豆腐的結果，其中 43%的受訪者願付價格區間是 50-60 元之間，40%的學生則表示願付價格在 50 元以下，另外 17%的學生表示願付價格會高於 60 元。我們將會參考這部分的調查資

料作為後續定價的考量。

Q: 您覺得臭美 laksa 的口味如何?



最後我們詢問了受訪者的口味偏好，根據他們的回答決定口味的調整方向。其中有 50% 的受訪者認為口味正好不用進行任何調整，另外 27% 的學生認為不夠辣，相反的有 10% 的學生覺得太辣。此外有 3% 的學生認為太鹹，相對的有 10% 學生認為不夠鹹不夠辣。

由於口味的部分是蘿蔔白菜各有所好，我們無法同時滿足所有人的口味偏好，因此決定以多數人的口味為主要調整方向。另外，我們也會考慮使用另一個方案，讓消費者根據自身口味偏好選擇加辣或不加辣。

此外，問卷最後有請受訪者提供建議，其中包括將臭豆腐換成普通豆腐，增加配搭蔬菜，醬汁勾濃芡等。此外受訪者還有提供一些他們認為跟咖哩 LAKSA 醬汁較搭配的食物，如米飯，面食，炸雞肉塊，烤肉，煎餅等等。我們會將以上建議保留並進行測試改良，以便在日後可以推出不同種類的系列產品。

## 訪談過程



## 小結

做了幾本的試吃訪問調查後，在符合抽樣常態分佈最低標準人數下，我們可以相信所選取的樣本人數可以反映整體市場的消費偏好。臭美 LAKSA 的商標部分 83%學生覺得喜歡，味道部分 73%學生覺得喜歡，願付價格主要區間在 50-60 元，口味調整部分會考慮讓消費者自行選擇加辣。

## 第肆章 創業分析

### 第一節 S W O T 分析

	<p><b>優勢 STRENGTH</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 口味獨特，市面上沒有第二家類似口味的臭豆腐品牌</li> <li>2. 創辦者都是逢甲學生，在校內宣傳具有優勢</li> </ol>	<p><b>劣勢 WEAKNESS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 口味單一，目前只有叻沙口味</li> <li>2. 食材在台灣較難取得，相對成本較高</li> <li>3. 新品牌，知名度低</li> </ol>
<p><b>機會 OPPORTUNITIES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 逢甲夜市對創新美食接受度較高，消費者喜歡嘗試特色美食</li> <li>2. 逢甲大學近年馬來西亞僑生的人數有所提高，海外遊子會想念家鄉風味美食</li> </ol>	<p><b>SO 策略 優勢+機會</b></p> <p>S101. 對外進行積極的宣傳，讓目標客群瞭解到新美食產品的訊息</p> <p>S202. 在逢甲大學的國際學生處及大馬留台會進行新品上市的宣傳</p>	<p><b>WO 策略 劣勢+機會</b></p> <p>W101. 定期推出季節限量口味，吸引消費者前來消費，這樣消費者的關注度才不會遞減</p> <p>W302. 在群組呼籲大馬學生前來捧場，並特別對逢甲學生提供優惠方案</p>
<p><b>威脅 THREATS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 台灣兩岸政策使來台遊客人數減少，逢甲夜市也深受其害，除了周末人潮較多外平日人潮較少</li> <li>2. 夜市消費者“喜新厭舊”的消費習慣會很容易被另一個新美食產品吸引，將過氣美食遺忘</li> </ol>	<p><b>ST 策略 優勢+威脅</b></p> <p>S1T1. 行銷活動主要放在周末進行，這樣才能使行銷投入效用極大化</p> <p>S2T2. 在開業前期盡可能積極讓消費者FB打卡上傳，求短時間內讓目標客群知道新品牌的誕生</p>	<p><b>WT 策略 劣勢+威脅</b></p> <p>W3T1. 發展外賣團購業務，擺脫單純依靠路客帶來的門市收入</p> <p>W1T2. 積極研發新口味產品，配合W101的部分推展季節限量口味</p>

## 第二節 風險分析

### 風險認列

#### 1. 市場風險

##### 1.1 新的競爭者加入

夜市新創美食的入門門檻非常低，因此我們會不斷面對新的競爭者加入的威脅。

##### 1.2 消費者需求改變

逢甲夜市的消費者容易被新美食產品吸引，若無法培養出顧客忠誠度則顧客會不斷流失。

#### 2. 作業風險

##### 2.1 員工作業疏失

員工在處理食材或烹調的時候可能會出現疏漏，會帶來各種負面的影響如口味不一致，器材丟失等等。

##### 2.2 食安問題

隨著日益嚴重的食安問題，如果使用低品質的材料可能會造成消費者食用後身體不適。

#### 3. 存貨風險

部分食材不能長時間保存，且在台灣地區較難購買到，可能會產生因購買不到必要食材導致產品口味產生變化。

## 風險對策

### 1. 市場風險

確立產品差異化，明確讓消費者感受到產品獨賣點，定期推出當季特賣讓消費者的關注度不會隨時間遞減。

### 2. 作業風險

#### 2.1 員工作業疏失

建立標準表單控管各個流程，讓員工熟記 SOP，降低員工作業疏失風險。

#### 2.2 食安問題

使用有通過 SGS 認證檢驗的食材，避免買到不良供應商所提供的黑心食材。

### 3. 存貨風險

在台灣尋找替代食材，並進行口味調整，儘量使用在地食材以避免無法購買到稀有食材的窘境。

### 第三節 成本分析

	品項成本	成本共同比
1 研發成本	\$ 3,000	0.48%
2 市場調查	\$ 2,100	0.33%
3 品牌設計	\$ 13,300	2.11%
4 行銷規劃	\$ 5,300	0.84%
5 宣傳費用	\$ 8,100	1.29%
6 開業成本	\$ 445,500	70.68%
7 行銷活動	\$ 53,000	8.41%
8 營運資金準備	\$ 100,000	15.87%
<b>總開業成本</b>	<b>\$ 630,300</b>	<b>1</b>

在這部分我們來談整個創業專案的成本開銷，成本明細會在後面專案部分進行敘述。我們專案的總成本估算是\$63 萬新台幣，其中占比最高的是開業成本(器材，租金等)，除了營運準備資金外第二高的成本項是行銷活動支出。

每月固定經營成本	金額
1 租金	\$ 30,000
2 人員費用	\$ 30,000
3 煤氣	\$ 3,000
4 水電	\$ 5,000
5 管理費	\$ 2,500
	<b>\$ 70,500</b>

單位變動成本	金額
1 醬汁	\$ 10
2 臭豆腐	\$ 15
3 包裝	\$ 5
	<b>\$ 30</b>

接下來我們將估算出月開銷，每月的固定開支包含租金，工資，水電管理費約為\$70,500新台幣。變動成本部分則是每單位30元。

## 第五章 行銷策略

### 第一節 通路策略



在經濟學理論中有一種叫“產業聚集”的理論，在開業選址的問題上也能套用一二。我們經常可以發現在同一條街為甚麼會有那麼多家便當店或飲料店，屬於同類競爭類型的店家。一般人可能覺得選址在附近都沒有競爭者的地方才能做獨占生意，但事實上同一條街(同一區)可以有很多同類商店存在說明了該地區的消費者非常多，需求非常大。

因此我們決定將營業地點定在上圖吉祥物的部分，以此地點為中心之商圈半徑距離約為200公尺。

右圖為我們實際選擇營業地點的模擬照片。



## 營業地點人口流量推估:

消費族群(平日) 男:50% 女:50% 學生:70% 上班族:20% 觀光客:10%  
(假日) (學生:50% 上班族:10% 觀光客:40%)  
主要年齡層 18 歲~35 歲

預估人潮流量 非假日期間每天約有 3000 人次  
假日約有 6000 人次

我們在預定營業地點採用定點計算高峰時段每小時人流量，進行加權平均推估得出以上結果，並根據此數據推估未來期望營業收入。

## 第二節 定價策略

我們結合消費者願付價格的資料分析及直接競爭者的定價區間，決定將價格定為單份60元，打卡上傳或學生優惠折10元變成單份50元，根據此價格我們可以分析出營業損益平衡點。

直接競爭者中部份會將產品分成大份或小份，小份的大概會定在 45 元上下，大份一般在 60 元。我們將價格定在較高的區間，除了提供相應的份量外，會盡量在口味及配菜部分下手，讓消費者覺得相同的 60 元下好像可以吃到更多種類的食物(配菜：芽菜，雞絲，雞蛋)。

### 第三節 宣傳策略

社交互動平台：

首先我們會在各個社交平台建立帳號，如 F B 粉專，L I N E 帳號，微信帳號等，累積網路人氣，方便進行網路宣傳。

針對目標客戶進行宣傳：

我們的目標客戶定位是逢甲大學生，因此各種學校社團 F B，學生團體群組都會在裡面進行開業宣傳，藉由網路轉發分享讓學生知道我們家的店即將開張。

發傳單優惠券：

我們會在逢甲夜市及逢甲大學內發宣傳單，提早讓大家知道臭美店即將開張與營業位置，上面附有折價優惠券固本，吸引消費者在開幕期間前來消費。

### 第四節 4 P 分析

#### 產品策略 - PRODUCT

道地台式臭豆腐搭配馬來西亞特有咖哩叻沙醬汁，形成特有的南洋辛辣椰香風味，主要迎合喜歡嘗鮮的大學生族群。

#### 價格策略 - PRICE

定價部分參考了訪談後獲得的消費者願付價格以及同類競爭者的定價區間，我們決定將價格定在每份60元，另外對逢甲大學學生只要出示學生證即可獲得10元折扣。

### 通路策略 - PLACE

以夜市攤車形式作為主要通路，原因是創新特色小吃在夜市的接受度較高，選擇逢甲夜市的原因則是因為我們是逢甲學生，有地利的優勢。

### 推廣策略 - PROMOTION

首先會在開業前在逢甲大學附近派發DM，張貼海報進行宣傳。開業後會展開促銷活動：“今日我最臭美”打卡，每月周末“臭美榜”等。

## 第五節 開業行銷活動

### 傳單折價券

在開業前兩周我們會在逢甲大學及逢甲夜市發傳單，傳單上會附有折價卷股本，一方面讓目標客群了解我們的特色美食，附上折價券也能讓他們不會看完就丟，有保留的價值。

### “今天我最臭美”照片上傳打卡

此外我們會在開幕前兩周推行“今天我最臭美”，消費者自拍上傳FB打卡則可免費獲得LAKSA臭豆腐一份。希望藉此可以在短期內將知名度提高，並讓更多消費者品嚐到我們的產品。

### 每周“臭美榜”

我們會在每個周末設置“臭美榜”，讓顧客挑戰在最短時間吃下最多的臭豆腐，成功打破紀錄者將會獲得獎金。另外，我們也會在每個周末聘請美女大學生成來主持臭美榜挑戰，在正式開幕後持續進行一個月，後續視情況調整。

## 第陸章 專案內容

### 第一節 專案背景

專案名稱： 臭豆腐品牌創業企劃專案 – 以逢甲夜市為例

專案執掌： 吳文蔚

專案成員： 陳思云 雷光勝 鐘潔寧 韓忻諭 葉宗鑫 張祐銓 郭泰延 葉利積

本專案背景源自於發現逢甲夜市的消費者對新事物(美食)的需求，同時逢甲夜市的美食攤逐漸被遊戲攤位所取代，少有新產品推出市面。臭豆腐作為一種台灣常見的夜市小吃，被評為世界十大最臭美食之一吸引了非常多饕客的熱愛，讓人們欲罷不能。我們在嘗試了來自馬來西亞的傳統美食咖哩叻沙後，突發奇想地想把這兩道料理結合，進而創造出兼具兩地特色的平價美食。

本案的主要任務是研發出一種結合台灣臭豆腐及馬來西亞咖哩叻沙的創新美食，並最終以在逢甲夜市開業進行販賣為目標，同時包括開業後一個月期的推廣宣傳行銷活動，以上為整個專案的大綱概要。

### 第二節 專案目標與範圍

本專案目標： 研發並改良新口味臭豆腐小吃，進行夜市小吃攤的開業前置準備以及開業後一個月期的行銷推廣宣傳活動。

執行期間： 2018年4月1日 ~ 2018年9月30日

專案預算： 63萬新台幣

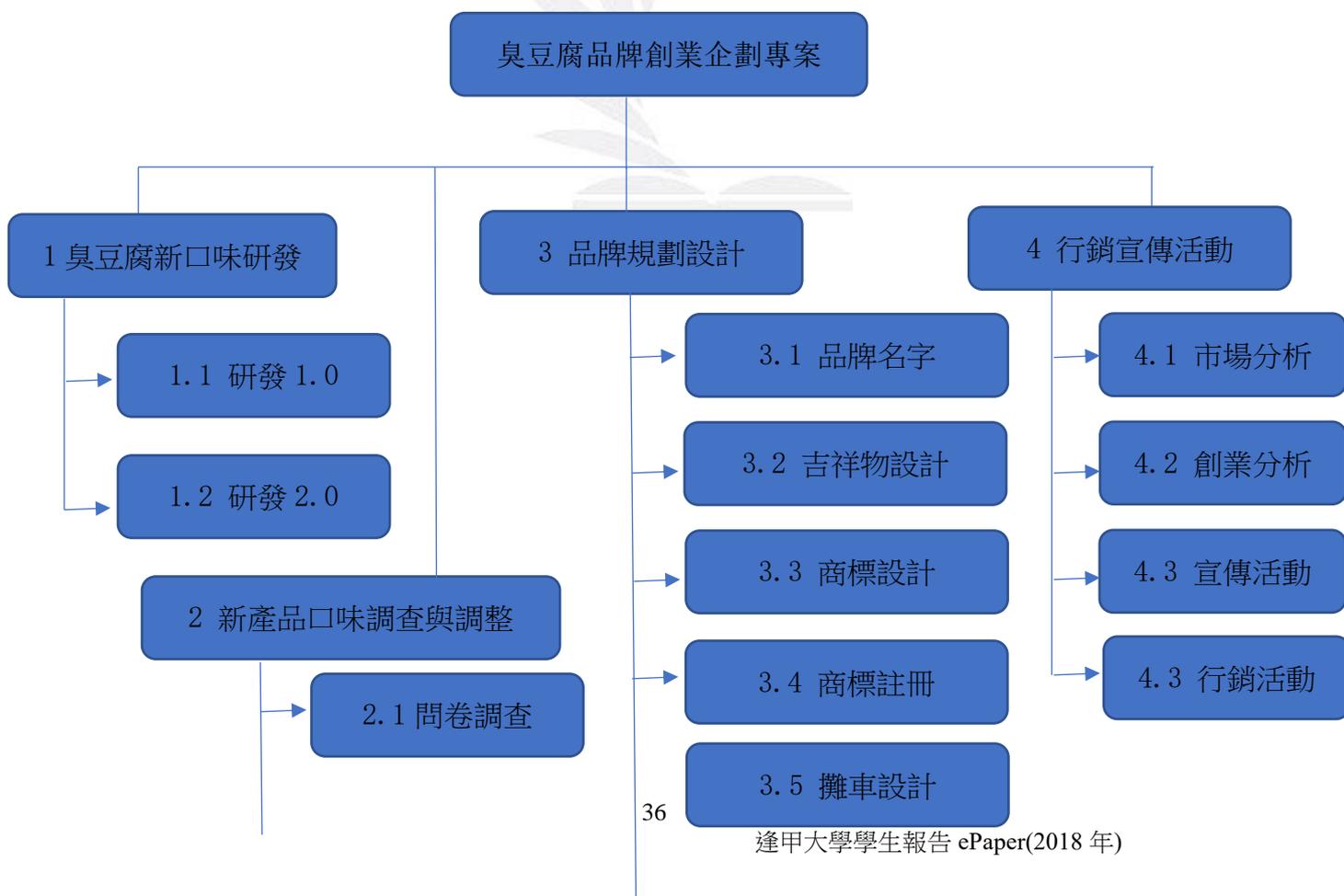
專案範圍： (1) 臭豆腐新口味研發， (2) 新產品口味調查與調整， (3) 品牌規劃設計

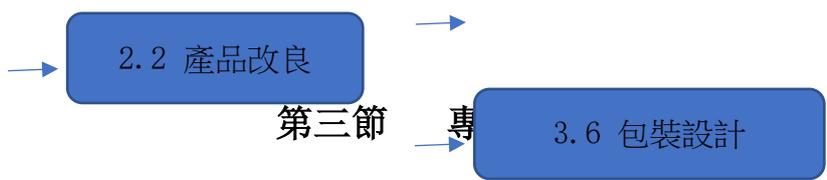
(4) 行銷宣傳活動

專案交付成果：

項次	範圍說明	交付成果
1	臭豆腐新口味研發	實際成品, 成品圖片
2	新產品口味調查與調整	問卷調查, 問卷分析
3	品牌規劃設計	商標設計, 吉祥物設計 攤車造型設計, 包裝設計, 商標申請書
4	行銷宣傳活動	FB 粉專註冊, LINE 官方帳號註冊 行銷活動方案

依據上述專案範圍，本專案分解工作包如下圖所示：



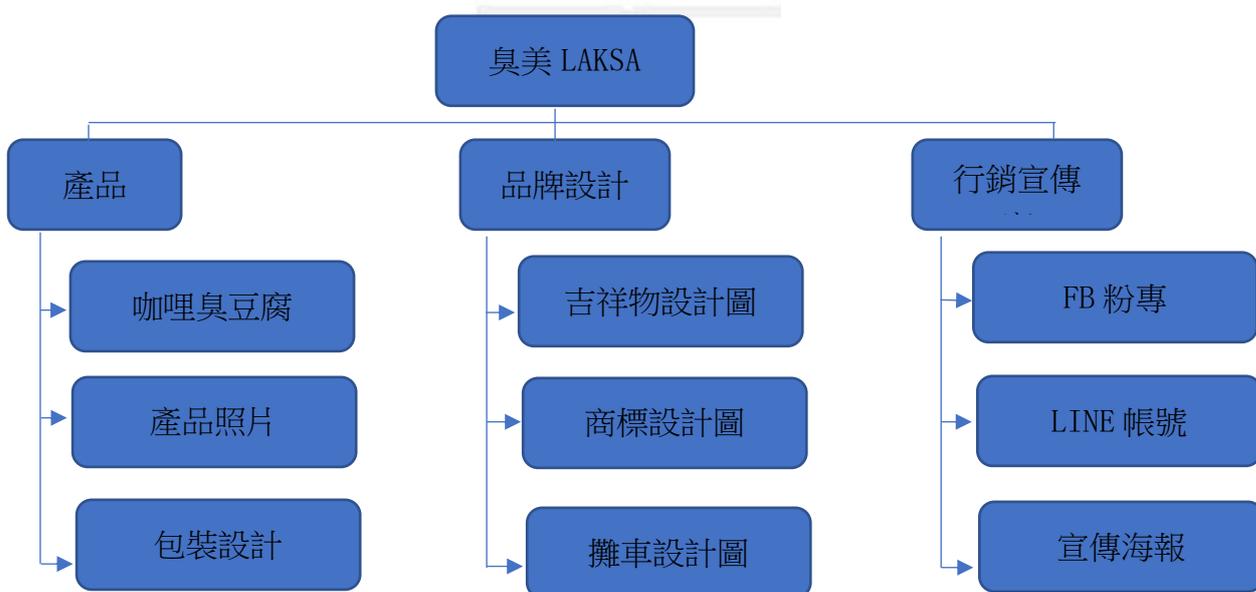


組員分工

P 為主要負責人, S 為協同負責

責任歸屬	專案執掌: 吳文蔚									
專案範圍	吳文蔚	韓忻諭	鍾潔寧	張祐銓	葉宗鑫	陳思云	郭泰延	雷光勝	葉利橫	
1. 臭豆腐新口味研發	P									
1.1 研發1.0	P									
1.2 研發2.0	P									
2. 新產品口味調查與調整				P			S			
2.1 問卷調查	S	S	S	P	S	S	S	S	S	S
2.2 產品改良	P									
3. 品牌規畫設計		S	P		S					
3.1 品牌名字		P								
3.2 吉祥物設計		P								
3.3 商標設計		P								
3.4 商標註冊	P									
3.5 攤車設計			P							
3.6 包裝設計			P							
4. 行銷宣傳活動		P								
4.1 市場分析	S			P	S			S	S	
4.2 創業分析						P	S			
4.3 宣傳活動		P	S		S					
4.4 行銷活動		P	S		S					

第四節 專案產出結果說明



## 第五節 專案執行管理

### 專案任務子項目說明 1

任務名稱	任務名稱
▲ 1 臭豆腐新口味研發	▲ 3 品牌規劃設計
▲ 1.1 研發1.0	▲ 3.1 品牌名字
1.1.1 叻沙材料確認	3.1.1 品牌名字發想
1.1.2 材料購買	3.1.2 投票確認品牌名字
1.1.3 研發地點確認	3.1.3 品牌故事
1.1.4 新口味研發1	▲ 3.2 吉祥物設計
1.1.5 檢討研發1	3.2.1 吉祥物發想
▲ 1.2 研發2.0	3.2.2 吉祥物初稿
1.2.1 材料購買	3.2.3 投票確認吉祥物
1.2.2 研發地點確認	3.2.4 修改完善
1.2.3 新口味研發2	▲ 3.3 商標設計
1.2.4 檢討研發2	3.3.1 商標初稿
▲ 2 新產品口味調查與調整	3.3.2 修改完善
▲ 2.1 問卷調查	3.3.3 商標確認
2.1.1 討論問卷目的	▲ 3.4 商標註冊
2.1.2 設計問卷	3.4.1 商標註冊基本知識了解
2.1.3 改良問卷	3.4.2 確認品牌名字是否已經被註冊
2.1.4 敲定試吃時間地點	3.4.3 填寫商標註冊申請表
2.1.5 執行問卷	▲ 3.5 攤車設計
2.1.6 問卷資料分析	3.5.1 攤車設計初稿
▲ 2.2 產品調整	3.5.2 修改完善
2.2.1 確認產品口味是否需要調整	▲ 3.6 包裝設計
	3.6.1 包裝設計初稿
	3.6.2 修改完善

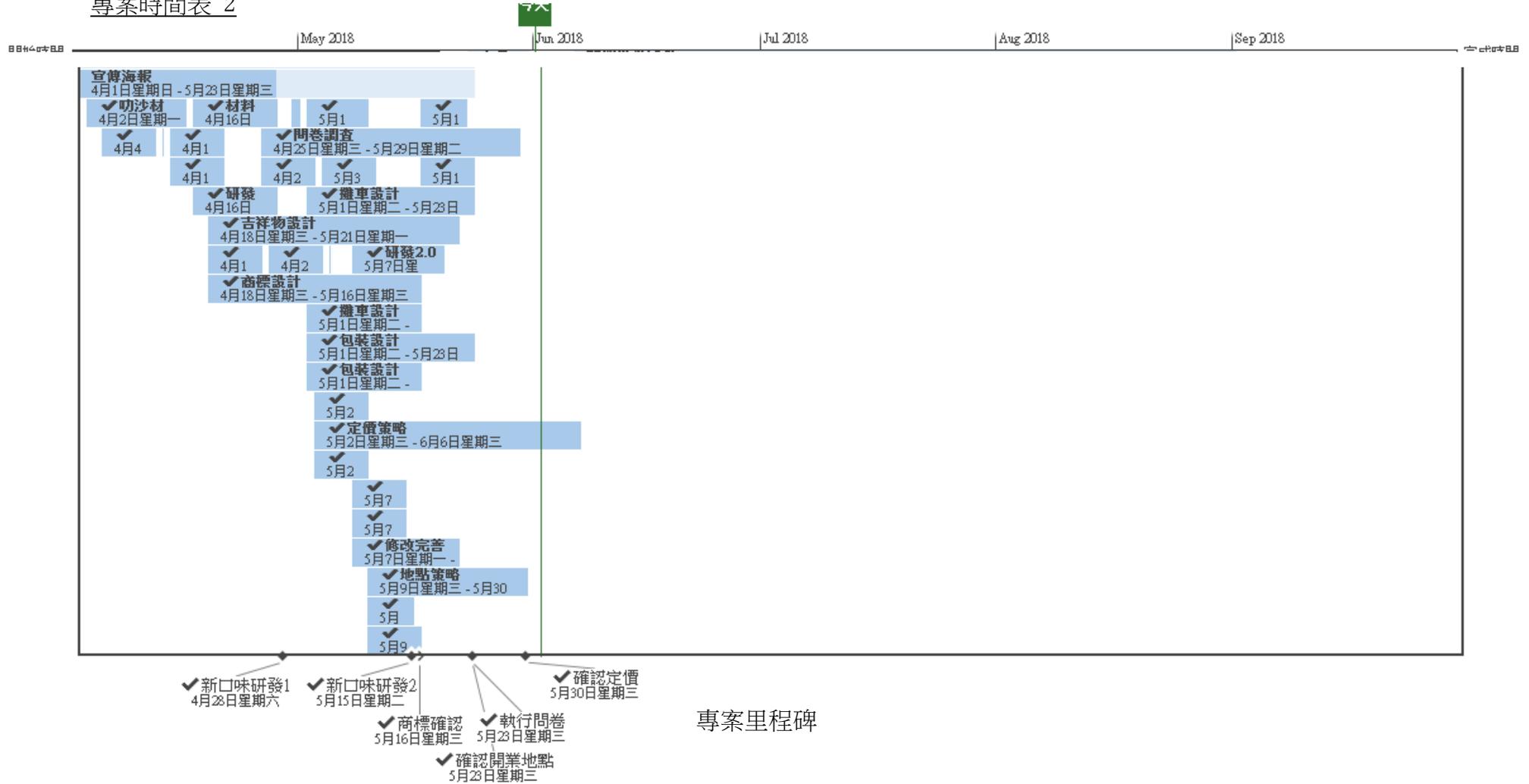
專案任務子項目說明 2

任務名稱
▲ 4 內外部環境分析
▲ 4.1 市場分析
4.1.1 STP分析
4.1.2 競爭者分析
▲ 4.2 創業分析
4.2.1 SWOT分析
4.2.2 風險分析
4.2.3 成本分析
4.2.4 損益平衡分析
4.2.5 收益質化量化分析
▲ 5 行銷策略
▲ 5.1 地點策略
5.1.1 初定開業地點
5.1.2 人口流量預估
5.1.3 確認開業地點
▲ 5.2 定價策略
5.2.1 定價策略發想
5.2.2 資訊收集
5.2.3 確認定價
▲ 5.3 宣傳活動
5.3.1 宣傳活動發想
5.3.2 開設FB粉專
5.3.3 開設LINE帳號
5.3.4 宣傳海報

任務名稱
▲ 6 開業準備活動
▲ 6.1 營業相關事宜
6.1.1 營業牌照申請
6.1.2 銀行開戶
▲ 6.2 材料, 器材事宜
6.2.1 供應商確認
6.2.2 營業器材購入
6.2.3 訂做攤車
▲ 6.3 場地事宜
6.3.1 攤位確認
6.3.2 攤車倉庫租用確認
▲ 6.4 宣傳事宜
6.4.1 海報印刷
6.4.2 宣傳單印刷
6.4.3 派發宣傳單
▲ 6.5 人員事宜
6.5.1 工讀生確認
▲ 7 行銷活動
▲ 7.1 周末臭美榜
7.1.1 美女工讀生確認



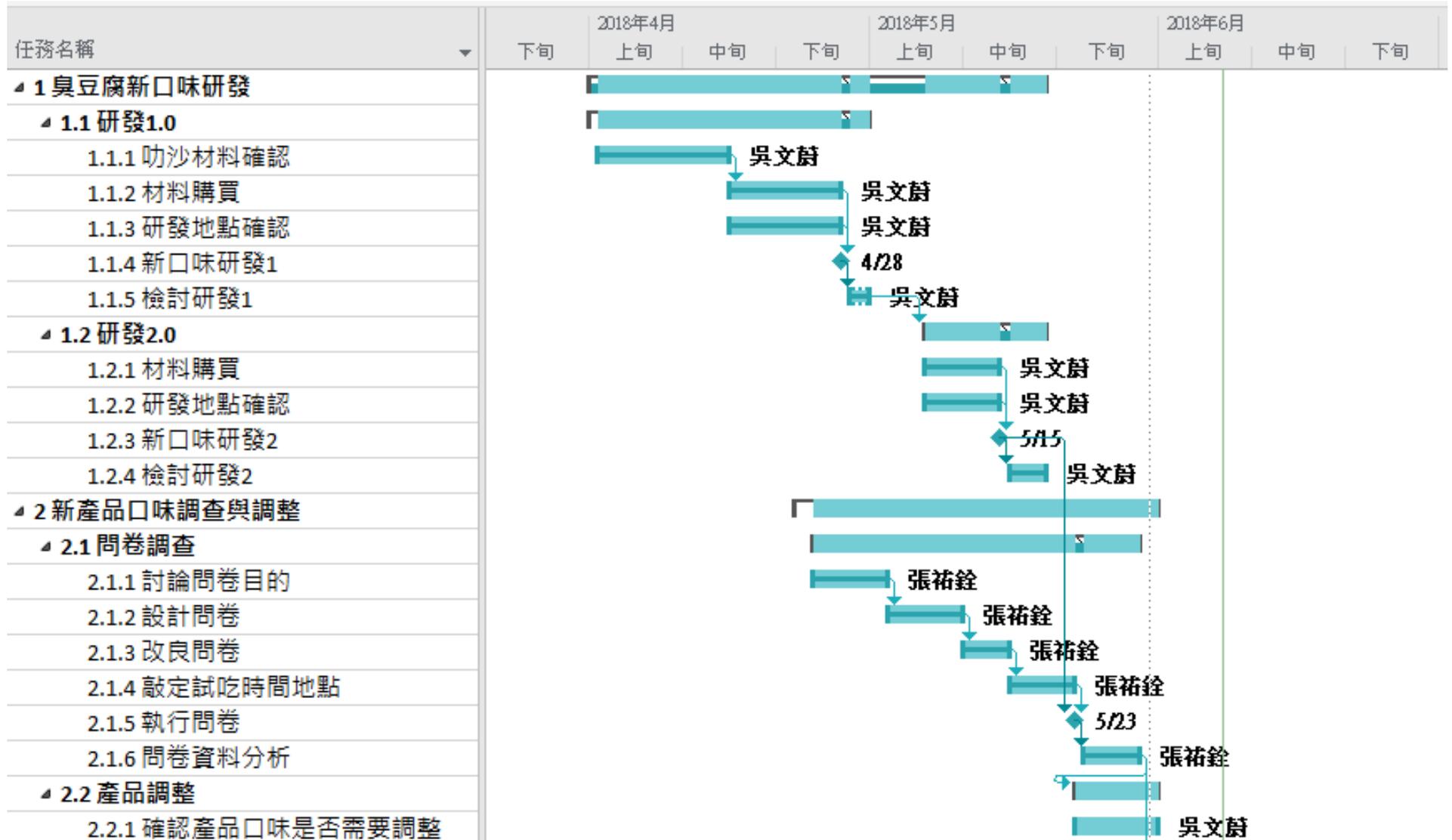
專案時間表 2



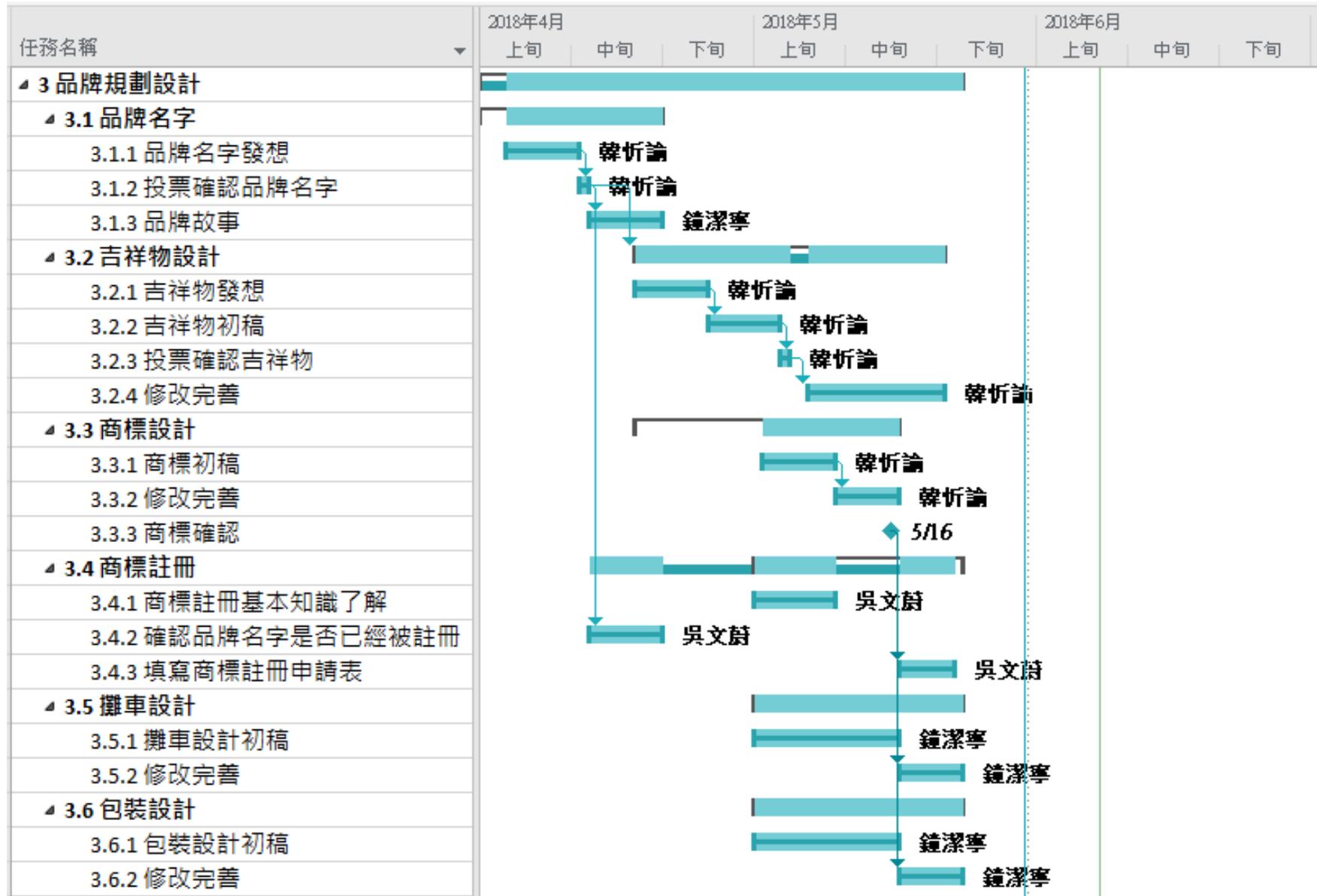
專案里程碑



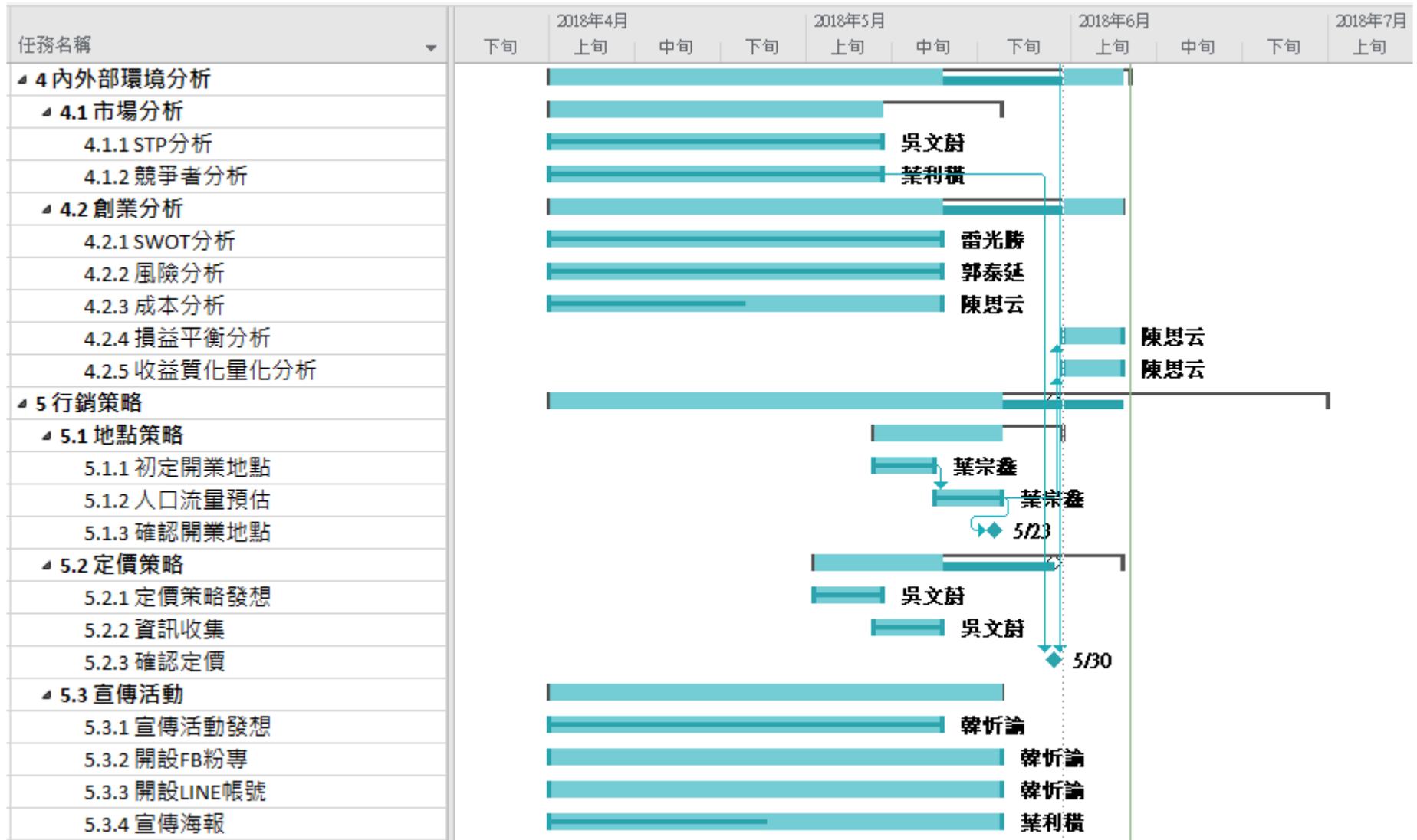
專案甘特圖 1



專案甘特圖 2



專案甘特圖 3



專案甘特圖 4



## 第五節 專案成本分析

## 專案成本明細 - 開業前置作業成本

	總單位(數量/人數)	單位成本	品項成本	成本共同比	備註
<b>1 研發成本</b>			<b>\$ 3,000</b>	<b>0.48%</b>	
食材	2	1000	\$ 2,000	0.32%	
消耗			\$ 1,000	0.16%	
<b>2 市場調查</b>			<b>\$ 2,100</b>	<b>0.33%</b>	
試吃訪談	33	30	\$ 1,000	0.16%	
人員費用	5(人)	200	\$ 1,000	0.16%	
影印費			\$ 100	0.02%	
<b>3 品牌設計</b>			<b>\$ 13,300</b>	<b>2.11%</b>	
人員費用	2(人)	2500	\$ 5,000	0.79%	
商標申請			\$ 8,000	1.27%	
影印費			\$ 300	0.05%	
<b>4 行銷規劃</b>			<b>\$ 5,300</b>	<b>0.84%</b>	
人員費用	2(人)	2500	\$ 5,000	0.79%	
影印費			\$ 300	0.05%	
<b>5 宣傳費用</b>			<b>\$ 8,100</b>	<b>1.29%</b>	
海報	50	12	\$ 600	0.10%	
傳單	1000	0.5	\$ 500	0.08%	
人員費用	5(人)	600	\$ 3,000	0.48%	發傳單, 貼海報
FB宣傳費用			\$ 3,000	0.48%	
LINE宣傳費用			\$ 1,000	0.16%	

## 專案成本明細 - 開業成本

	總單位(數量/人數)	單位成本	品項成本	成本共同比	備註
<b>6 開業成本</b>			<b>\$ 445,500</b>	<b>70.68%</b>	
攤車	1		\$ 60,000	9.52%	
器材			\$ 30,000	4.76%	油炸機, 烹調鍋, 爐子, 冰箱, 基本廚具
食材			\$ 20,000	3.17%	
人員費用	3(月)	30000	\$ 90,000	14.28%	
制服費用	10(件)	500	\$ 5,000	0.79%	
關東旗	1		\$ 500	0.08%	
租金	6(月)	30000	\$ 180,000	28.56%	
租金-按金	2(月)	30000	\$ 60,000	9.52%	
<b>7 行銷活動</b>			<b>\$ 53,000</b>	<b>8.41%</b>	
人員費用	1(月), 2(人)		\$ 30,000	4.76%	周末每天2人各4小時
器材			\$ 3,000	0.48%	
獎金成本	1(月)		\$ 5,000	0.79%	
優惠成本	500	30	\$ 15,000	2.38%	
<b>8 營運資金準備</b>			<b>\$ 100,000</b>	<b>15.87%</b>	
<b>總開業成本</b>			<b>\$ 630,300</b>	<b>1</b>	

## 損益平衡計算

### 營業固定成本支出(單月)

	每月固定經營成本	金額
1	租金	\$ 30,000
2	人員費用	\$ 30,000
3	煤氣	\$ 3,000
4	水電	\$ 5,000
5	管理費	\$ 2,500
		<b>\$ 70,500</b>

### 產品單位變動成本

	單位變動成本	金額
1	醬汁	\$ 10
2	臭豆腐	\$ 15
3	包裝	\$ 5
		<b>\$ 30</b>

在估算出單位成本後，根據我們前一章節的定價策略決定了定價是 60 元一份，因此單位毛利是 30 元一份，要支付一個月所需的基本開銷：

單位毛利	金額
單位價格	\$ 60
單位成本	\$ (30)
單位毛利	<b>\$ 30</b>
損益平衡點	金額
單位毛利	\$ 30
每月固定成本	\$ 70,500
每月最少銷售量	<b>2350</b>
平均每日銷售量	78.33333333

因此，每月損益平衡銷量為 2350 份，平均每天要賣出 78.33 份，才能達到營業的損益平衡。

### 預期回本期間及預期年收益

根據上一章的人口流量統計，我們將人流鎖定在目標客群 - 大學生群體，換算得出非假日學生人流量在 2,100 人左右，假日期間則是在 3,000 人左右。

人流預估(學生)	人數
非假日	2,100
假日	3,000
預期顧客人數	人數
非假日	147 22天
假日	210 8天
預期每月顧客總人數	4914
預期每月毛利總額	\$ 147,420
扣除每月經營成本	\$ 70,500
預期每月淨利	\$ 76,920
預期一年淨利	\$ 923,040
預期回本時間	8.194227769 月

根據美國學者羅傑斯研究指出，創創新採用者及早期採用者分別占所有潛採用者的 2.5% 及 13.5%。

我們將兩者取平均，進一步預估開張後的預期顧客人數，得出非假日約 147 人，非假日約 210 人。

結合上階段的預估總成本，我們可以推算出預期每月毛利為 \$ 147,420，扣除每月固定成本支出後每月淨利為 \$ 76,920。進一步估算出一年的淨利在 \$ 923,040 左右，預期回本期間約 9 個月。

以上分析並未考慮環境因素影響(天氣，政策等)，營業額非線性成長，以及淡旺季業績波動。

## 參考資料

1. 經濟部智慧財產局  
(<https://www.tipo.gov.tw/np.asp?ctNode=7027&mp=1>)
2. 維基百科 - 臭豆腐  
(<https://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E8%87%AD%E8%B1%86%E8%85%90>)
3. 維基百科 - 叻沙  
(<https://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E5%8F%BB%E6%B2%99>)
4. 每日頭條 - 世界 10 大最臭美食  
(<https://kknews.cc/zh-tw/food/xmre39g.html>)
5. 中時電子報 - 死前必吃的叻沙 細說馬來西亞美食  
(<http://www.chinatimes.com/realtimenews/20150517002533-260405>)
6. “古早味臭豆腐之研究”，李雅婷  
(<http://www.shs.edu.tw/works/essay/2011/03/2011033012233895.pdf>)
7. 痞客邦 - 一心素食臭豆腐  
(<http://takeshi0312.pixnet.net/blog/post/41135834-%E3%80%90%E4%B8%AD%E8%82%AF%E2%80%A7%E9%A3%9F%E8%A8%98%E3%80%91%E5%8F%B0%E4%B8%AD%E9%80%A2%E7%94%B2%E5%A4%9C%E5%B8%82%E2%80%A7%E4%B8%80%E5%BF%83%E7%B4%A0%E9%A3%9F%E8%87%AD%E8%B1%86>)
8. 大口老師的走跳學堂 - 紅茶臭豆腐  
(<https://zineblog.com.tw/blog/post/170818>)
9. Yoti. 生活 - 金牌巨無霸香酥臭豆腐  
(<https://yoti.life/taichung-food-12/>)
10. 591 房屋交易 - 逢甲夜市攤位出租  
(<https://rent.591.com.tw/rent-detail-6235751.html>)
11. FB - 立體餐車製造  
(<https://www.facebook.com/lkp0928933134/photos/pcb.1036856119684827/1036855843018188/?type=3&theater>)
12. 露天拍賣 - 餐飲設備  
(<http://goods.ruten.com.tw/item/show?21524738880031>)
13. 久順餐飲設備有限公司  
([http://www.jeoushun.com/hwa-yih/HY530\\_536\\_538.htm](http://www.jeoushun.com/hwa-yih/HY530_536_538.htm))
14. YAMOL - 早期採用者  
(<https://yamol.tw/tfulltext-%E6%97%A9%E6%9C%9F%E6%8E%A1%E7%94%A8%E8%80%85.htm>)

## 附錄1 問卷樣式

### 臭美laksa問卷調查

- ( ) 1. 您的性別?  
(1) 男 (2) 女
- ( ) 2. 您每個月的零用錢額度  
(1) 5000元以下 (2) 5000 - 10,000元 (3) 10,000 - 15,000元  
(4) 15,000元以上

1	2	3	4	5
很不喜歡	不喜歡	普通	喜歡	很喜歡

(第3題 - 第7題使用)

- ( ) 3. 您覺得"臭美laksa"的商標如何?
- ( ) 4. 您覺得"臭美laksa"的包裝如何?
- ( ) 5. 您覺得"臭美laksa"的攤位外觀如何?
- ( ) 6. 您覺得"臭美laksa"的吉祥物如何?
- ( ) 7. 您喜歡"臭美laksa"的味道嗎?
- ( ) 8. 您覺得臭美laksa的口味如何?  
(1)太鹹 (2)太甜 (3)太辣 (4)不夠鹹  
(5)不夠甜 (6)不夠辣 (7)不用調整
- ( ) 9. 您願意購買"臭美laksa"的價格範圍?  
(1)50元以下 (2)50-60元 (3)70-80元 (4)80元以上

(簡答)

10. 您覺得"臭美laksa"還有甚麼需要改進的地方嗎?

11. 除了臭豆腐以外, 您覺得咖哩laksa會跟甚麼食物比較搭配?



身分種類： 自然人  法人、公司、機關、學校  
 商號、行號、工廠

ID：BC30000000

申請人名稱：(中文) 吳文蔚  
(英文) NGO WIN WAY

代表人：(中文)  
(英文)

地址：(中文) 台中市西屯區文華路 100 號  
(英文)

此申請人為選定代表人

聯絡電話及分機：0976300721

傳真：NA

E-MAIL：willngonww@gmail.com

**伍、代理人（未設代理人者，此處免填）**（多位代理人時，應將本欄位完整複製後依序填寫）

ID：

姓名：

地址：

聯絡電話及分機：

傳真：

E-MAIL：

**陸、指定使用商品／服務類別及名稱**

◎未填寫商品／服務名稱者，無法取得申請日。

◎請具體列舉商品／服務名稱，不得填寫『及不屬別類之一切商品／服務』或『及應屬本類之一切商品／服務』。

◎請依指定類別順序填寫商品／服務類別、名稱，如有疑義請參考「商品及服務分類暨相互檢索參考資料」。

指定申請類別：第 43 類商品／服務。

（請依序填寫）

類別：430201

商品／服務名稱：

飲食店、小吃店、火鍋店、流動飲食攤、小吃攤、速食店、提供餐飲服務

## 附錄3 成員介紹

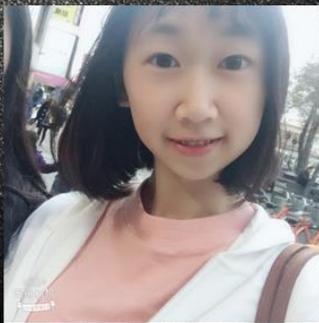
### 組員簡歷



**吳文蔚**  
(本案執掌)

系級：經濟三乙  
專長：資料整理，數據分析  
金融投資，行為經濟  
獲獎：AACSB財務管理報告全校第二  
統計競賽獲獎  
優秀報告收錄  
TBSA行銷企劃案獲獎  
工作經驗：  
銷售員，保險業務，保險行政，鋼琴伴奏，  
攝影助手，進出口貿易，餐飲合夥

### 組員簡歷



**韓忻諭**

系級：會計一乙  
專長：文書處理統整整合  
獲獎：國語文簡報獲獎

### 組員簡歷



**鐘潔寧**

系級：行銷一甲  
專長：寫作，對於美感度較強  
興趣：健身，心理學，鋼琴，  
關注時尚營銷廣告  
獲獎：高中校內寫作比賽曾獲一金一銀一銅  
高中校內“綠色愛地球”海報設計的冠軍  
高中校內“巧克力品牌營銷策劃”  
的能力檢測，冠軍  
工作經驗：  
• 高中時擔任補習中心導師  
• 替爸爸經營旅館

### 組員簡歷



**陳思云**

系級： 航太一乙  
專長： 音樂策劃，  
訪談節目企劃，  
文案編寫，  
影片製作與宣傳  
社團： 燈光音響社社員  
航模社社員

### 組員簡歷



**張祐鎔**

系級： 商進修二年級  
興趣： 籃球，玩電腦  
工作經驗：  
超商，印刷工廠，餐廳

### 組員簡歷



**郭泰延**

系級： 商業進修學系  
專長： 塑膠模型組裝  
工作經驗：  
貨櫃裝拆、超商店員、國小家教、  
生產線包裝圓、網路拍賣、彩券行店員

### 組員簡歷



**雷光勝**

系級：資工一

獲獎紀錄：  
2015年全國空手道大馬杯黑帶組重量級冠軍  
2016年全國空手道大馬杯黑帶組重量級季軍  
2017年高應杯全國跆拳道錦標賽色帶組8量級亞軍  
2018年第二屆全國大專院校跆拳道新人賽色帶組冠軍

工作經驗：  
IMAX, PHOENIX, GWENSTAR：收銀員，電腦維修員（2014-2016）  
AIA: 櫃台客戶服務，保險代理（2013-2017）  
空手道教練：教練（2012-2017）

### 組員簡歷



**葉宗鑫**

系級：土木二乙

專長：排球，桌球

獲獎：106學年度建設盃排球亞軍，  
高中英文單字大賽校內第5

工作經驗：  
托斯卡尼尼中正店大廳計時(106/7~107/9)  
樂尼尼餐飲集團大坑店大廳計時  
(106/9~107/5)

### 組員簡歷



**葉利穉**

系級：水利二甲

興趣：運動，聽音樂，看電影，  
兜風，爬山

工作經驗：  
爭鮮，樂檸漢堡，7-11 hotel 做房務



敬請期待

