

科別：高中組

組別：生活與應用科學

作品名稱：閩南金門貢品--貢糖行銷滿意度之探討

關鍵詞：貢糖、金門

閩南金門貢品--貢糖行銷滿意度之探討

摘要

金門從戰地轉變成觀光勝地，然而也造就了許多觀光的特產，貢糖是當地的特產，而金門貢糖入口即化的口感，的確是叫玩家一試難忘，經過多年的改良，到了今天，貢糖的口味更是千變萬化，可以說是到金門必買的特產，與高粱酒同樣享譽國際。口味細膩精緻而多變化，入口即化不甜膩。早期貢糖業者，多流於家庭式經營，口味簡單不精緻，多唯一般的花生酥糖。本文在探討消費者對金門貢糖口味認識以及行銷方法。

我們透過這次的研究，瞭解目前金門觀光產業與各相關產業的概況及未來可發展之走向。近年來，由於交通快速的發展，金門由小三通變成大三通，成了台灣與大陸內地接軌的重要橋梁，這也成為最直接影響金門觀光產業的重要因素之一，不但帶來許多新的商機，透過問卷明顯對網路商店的諮詢不足希望可以加強網路行銷的部份建議下。

關鍵字：貢糖、金門觀光產業、商機

壹、研究與動機

金門，從戰地逐漸蛻變，成爲一個越來越受歡迎的旅遊觀光地。但就是沒有排山倒海的人潮才可以感受到金門的寧靜與悠閒，金門可玩的地方太多了！（劉莉生、柯炳鐘、鄭介文、關璇、2013）然而也造就了許多觀光的特產，貢糖是當地的特產，而金門貢糖入口即化的口感，的確是叫玩家一試難忘，經過多年的改良，到了今天，貢糖的口味更是千變萬化，可以說是到金門必買的特產，與高粱酒同樣享譽國際。口味細膩精緻而多變化，入口即化不甜膩。早期貢糖業者，多流於家庭式經營，口味簡單不精緻，多唯一的花生酥糖。本文在探討消費者對金門貢糖口味認識以及行銷方法。

貳、研究目的

透過研究參訪，讓消費者對金門貢糖的有更進一步認識，經過問卷調查，我們試著提供金門貢糖的店家有下列建議：

- 一、建立國外遊客及國內遊客喜歡的口味及行銷策略
- 二、增加網路商店多元化的通路
- 三、加強金門特產的精緻化推廣並進行 SWOT 分析
- 四、討論傳統行銷口味策略及研發新口味

參、研究過程與方法

一、貢糖的來源

「貢糖」之名來源有二：一說是它曾是民間用來朝聖的御膳貢品，因此冠上「貢」字；另一說則是貢糖在製作過程中必需仰賴人力搥打，以求糖質綿密細緻，閩南人稱之爲「搥」。而「貢糖」其實就是花生和糖，冠上「貢」字之後，就從平民的甜點一躍而成爲皇帝的零食。

「紅煙蕃仔火，貢糖油呷粿」，昔日有錢人才有的享受，如今，尋常人家，只要嘴饞，就可買個一斤、二斤的，過過以前有錢人家的癮。小小的一塊貢糖，金門豐富的歷史、傳奇，就是它多姿的內餡。五百年前，是哪位巧手師傅，爲滿地的平凡花生，創造另一個瑰麗的面貌，也爲金門的特產，寫下一頁頁傳奇。花生，從此不再只是花生。從炒花生、煮糖、與花生攪扮、輾碎、整型、包餡、切片、包裝，脫胎換骨後的花生，自此登上舞台，展現截然不同的風華，換上新裝的它，叫貢糖。

二、金門貢糖的特色

在早期金門貢糖較爲甜膩，種類不多，現代重視健康概念興起，使現今的貢糖口味較清淡（葉鈞培、許志仁、王建成、2001）貢糖，是金門標準的特產哦！此外，貢糖就是打出來的糖，我們不難理會，在舊社會，貢糖的製作全依手工的敲打、搥擊，主要的工具是一根類似木槌的製作器具，一尺見方、三寸高度左右的石板，握著木槌捶打

作品名稱：閩南金門貢品--貢糖行銷滿意度之探討

在石板上的原料，反覆捶打碾壓，直到花生碎了，與煮熟的麥芽糖混合在一起，再以各種製作方法做出來，吃多了也。

金門道地、傳業、具健康概念的招牌特產。以花生和糖合製，吃起來香脆可口，貢糖是十分受歡迎的品茶點心，口味上有多種變化，有鹹的、甜的、辣的...等。金門的花生又大又甜，加上麥芽炒熟，重覆拍打，裹入花生粉，就是聞名遐邇的貢糖。

三、金門貢糖製作比例

現在做貢糖用的材料比例，糖是 1，花生是 2，就是花生的量比較多。糖跟麥芽的作用不一樣，麥芽比較黏，糖則是稀稀的，麥芽跟糖最後會和花生攪在一起，不過，現在的改變會朝低糖、低熱量的方向去研發貢糖，因為糖跟花生的比例如果懸殊到一定程度就做不起來，但是在材料比例上應該還是有空間去改進。

現在金門的貢糖口味不只單純鹹鹹的貢糖口味了，口味種為難以計數，除了芝麻貢糖、花生貢糖、香酥貢糖、竹葉貢糖等。還有所謂的豬腳貢糖，豬腳當然不是用豬腳作的，而是外型看起來像豬腳而命名，而且外皮是麥芽，內餡是飽滿的花生糖吃起來口感軟軟QQ的口感，也有獨特的碧玉酥是抹茶口味的、鮭魚酥；也有辣味的丁香脆酥呢！丁香酥吃起來甜中淡淡的鹹，原來是隱藏在貢糖裡面丁香魚辣味衝丁香魚最後突衝辣味感出來！

(由陳金福負責人口述)

	<p>步驟一、炒花生</p> <p>首先將花生炒均炒熟，香味才能散發出來，火候也要夠熟，而且也要呈但黃色的，那才是熟度最後，也才是香氣最飽滿的時候</p>		<p>步驟五包層</p> <p>以前是用人工敲擊法，現代則是機械輾壓法。</p>
	<p>步驟二、拖膜</p> <p>將花生冷卻再拖膜</p>		<p>步驟六、包餡</p> <p>呈條狀包餡或隨產品變化</p>
	<p>步驟三、壓成型</p> <p>將一定的比例放入機器，壓成類似千層似的外型合</p>		<p>步驟七、切塊</p> <p>完成包餡後在切呈塊</p>
	<p>步驟四、混料</p> <p>將脫膜的花呈倒入脫膜混</p>		<p>步驟八、包裝</p> <p>採真攻包裝以確保品質</p>

四、金門貢糖口味的改變

在口味部份，在過去，鹽和糖是天然的防腐劑，所以貢糖的口味普遍偏甜或鹹，但由於保存食物技術的進步，以及現代人講求健康生活，貢糖的口味便不再那麼重；最初的貢糖並沒有這麼多種口味，是由於現在業者眾多，競爭激烈，貢糖業者無不絞盡腦汁推陳出新，像是加入大蒜、海苔、芝麻等其他原料，目的就為了創造貢糖更獨特的口味及口感。

五、金門貢糖店經營改變

金門還沒開放之前，貢糖店鋪面積不大，而開放後，為了因應觀光客的湧入，貢糖業者大多放棄原本店鋪、遷移他處，為了吸引觀光客的到來，並且發展出金門貢糖觀光貢糖廠，可以看到貢糖的製作過程呢，由於交通和通訊發達，貢糖業者也推出網購、郵購的方式服務消費者，過去只透過商店販賣的方式大不相同。

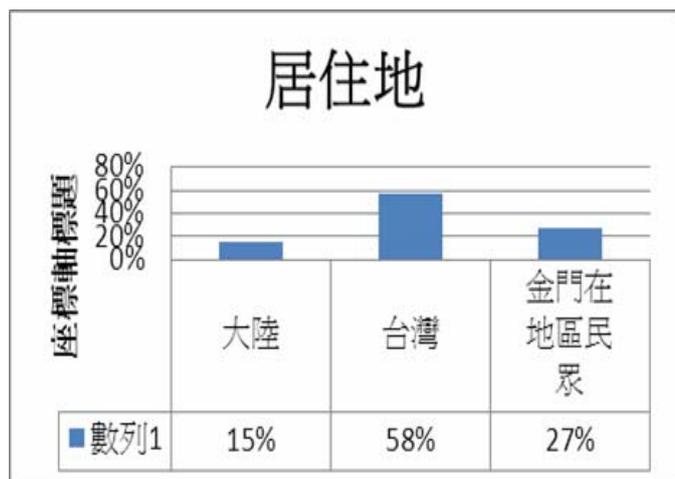
貢糖不單單只是金門貢糖的特產，更可以當泡茶小點心和伴手禮等等！！貢糖剛做好的時候還有原先的硬度，冷卻之後吃起來口感像是我們常吃到的酥，而且麥芽糖也尚未冷卻，而且現在也朝著養身健康的概念去發展了，也創新了許多的口味，並且也深受客人的喜愛！由於製作小論文，我們也打電話聯絡店家，店家也非常熱情的帶我們去參觀有關金門貢糖的製作過程，並且親自敘述金門貢糖傳統口味以及近年來的研發，近年來由於客人的需求也發展出子彈餅、鳳梨酥等等…也有戰地系列的商品。

肆、研究結果

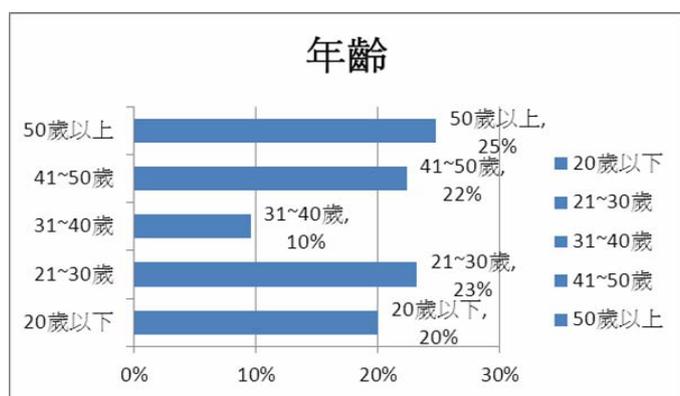
經文獻探討後，編輯問卷調查遊客喜愛金門貢糖口味及再度購買意願，因此為了深入了解，本研究遂進行實證調查。

(一) 問卷的發放與回收

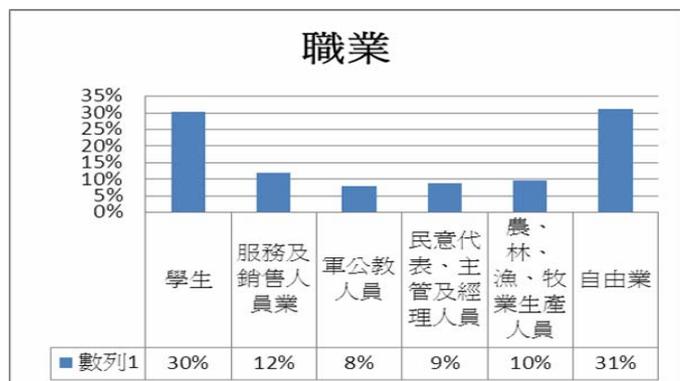
以在金門總兵署之遊客、在地民眾等為本研究樣本，採行隨機取樣，於民國 102 年 10 月初至 01 月底發放問卷。書面問卷發放 110 份，回收 110 份，有效問卷為 110 份，回收率 100%。



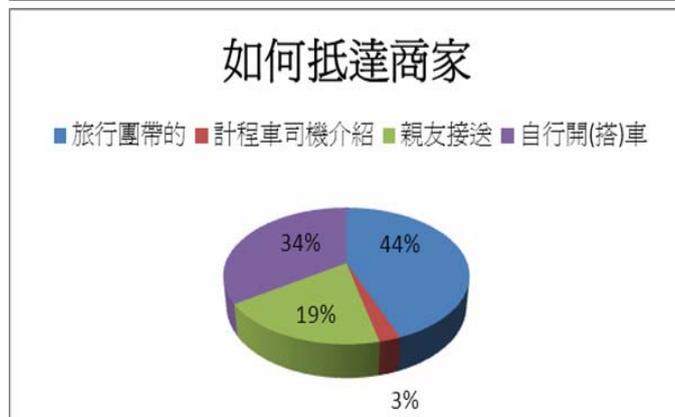
由問卷調查顯示有 15%的是來自大陸，以台灣人數居多為 58%又以金門在地民眾 27%、可以利用小三通等來吸引大陸觀光遊客



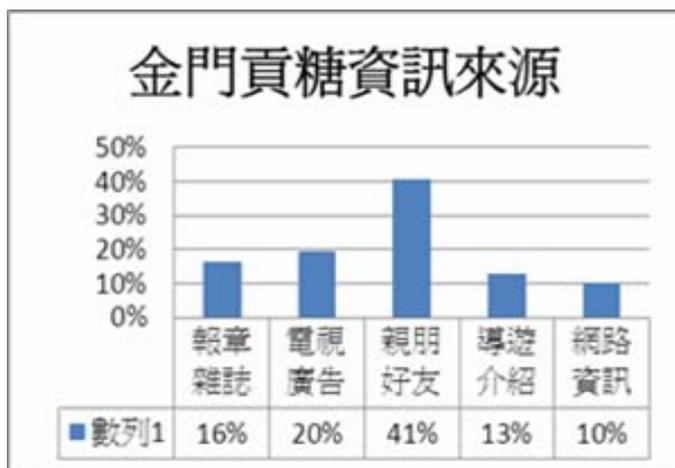
由問卷調查顯示觀光客的年齡層大多數為 50 歲以上歲 (25%)的的中年族群，由此可知，可建議在設計遊程的安排上，多添加一些活動，以滿足再來想金門的機會。再來年齡層為 21~30 歲(23%)的大學、工作族群，這些有能力的消費者，必須好好把握，提高一些周邊產品及組合的價值及吸引力，好讓他們有更多的行銷的選擇。



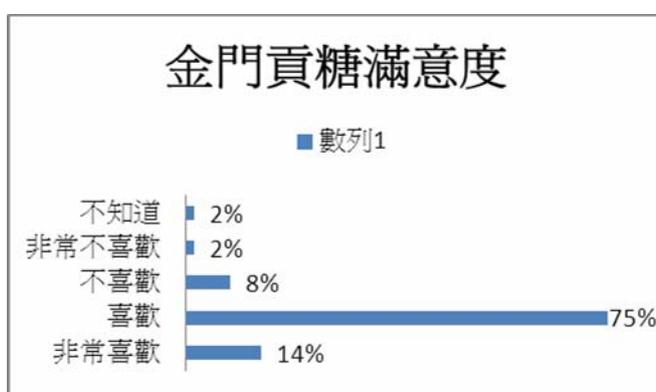
由問卷調查顯示來金門的旅客大多已開始就業，自由業占了 31%、而學生比例占了 30%，可知學生族群的青春地的動力，可以來為金門帶動觀光，次之為服務業，再來則是農、漁、牧。



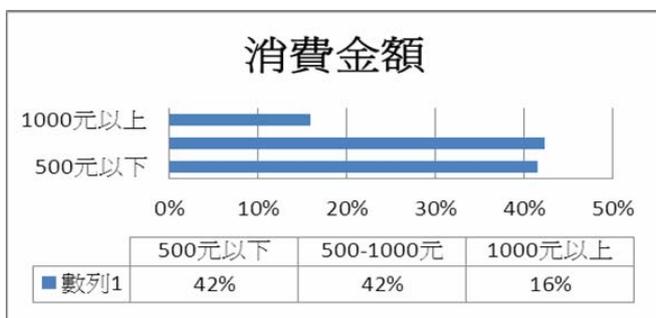
由問卷調查顯示有 34%的人選擇自行開(搭)車之工具，靈活性較高為其原因而旅行團代的有 44%其次是親友接送 19%



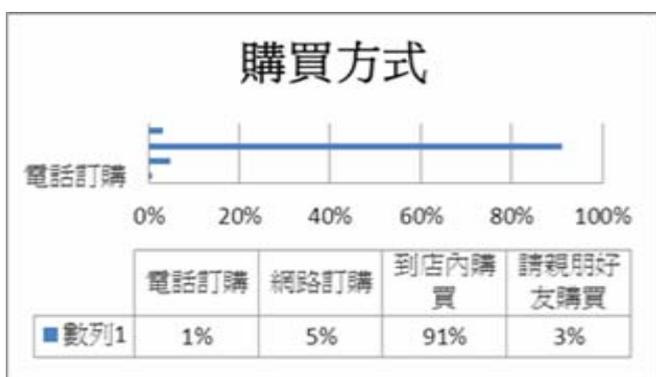
由問卷調查顯示透過詢問他人親朋好友的占多數，高達 41%，其次為電視廣告為 20%，至於透過網路資訊、報章雜誌者則明顯占少數，可知金門之網路資訊尚未普及，想得知貢糖的知識管道不夠多。希望可以加強網路管道來源多一些。



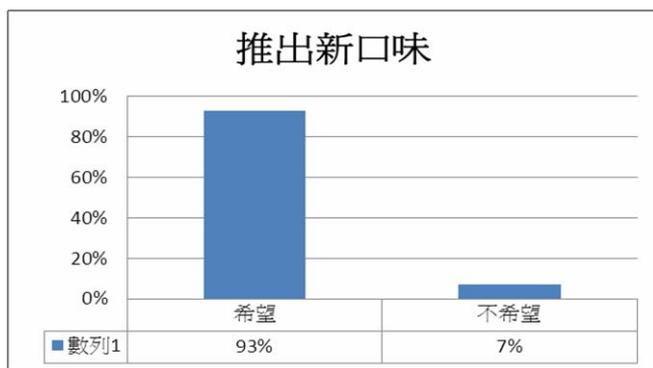
由問卷調查顯示對於遊客來金門貢糖喜歡的占 75%，其次為滿意占不喜歡占 8%，非常不喜歡占少數。



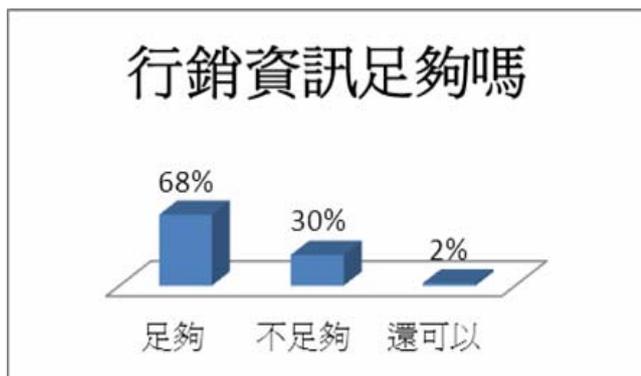
由問卷調查顯示大部分的人消費金額是 500 元以下以及 500~1000 元都各占 42%、1000 元以上占 16%



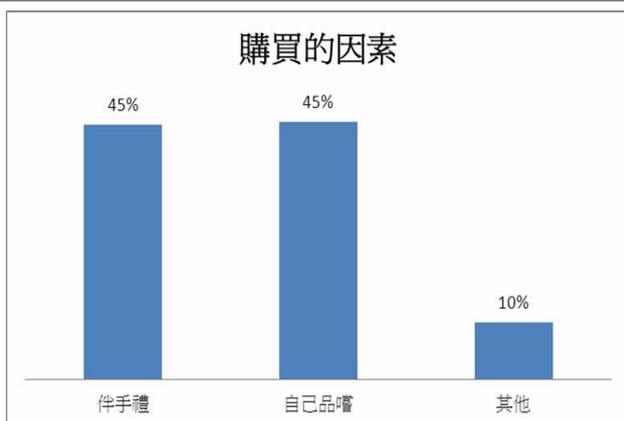
由問卷調查顯示到店內購買占 91%居多，其次是網路訂購 5%網路提供通道資訊不太足夠、親朋好友占 3%、電話訂購占 5%



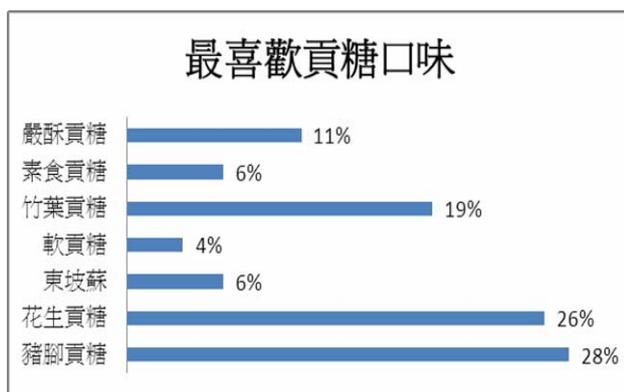
由問卷調查顯示大部份的人都希望可以推出新口味占 93%、不希望占 7%



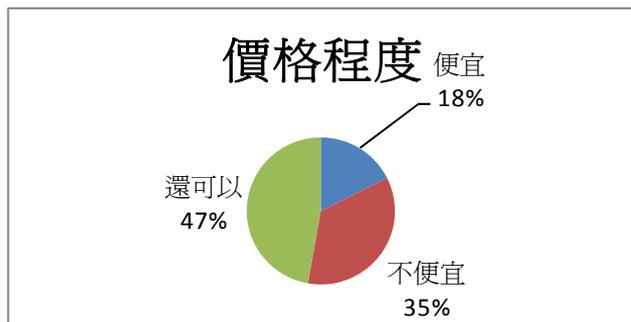
由問卷調查顯示有 68%的人覺得足夠，不過也有 30%的人覺得不足夠有待改進。



由問卷調查顯示大部分的人伴手禮、自己品嚐各占 45%、其他則占 10%



由問卷調查結果顯示，遊客喜愛口味以豬腳糖占 28%最多，其次是花生貢糖占 26、竹葉貢糖占 19%、嚴蘇貢糖 11%、東坡蘇和素食貢糖各占 6%、軟貢糖占 4%



由問卷調查顯示有 47% 價格還可以、33% 價格不便宜、有 18% 的人覺得價格便宜，所以價格還有待改進的空間。

伍、討論：

進行 SWOT 分析除了可以增進企業或自己了解本身的優勢與有利機會，同時亦可進一步迫使競爭者或自己注意到本身的弱點與所面對的威脅，也可以確認產品的整體旅遊市場定位與未來銷售預測，避免同質性產品的發生（黃榮鵬著 2008），如此一來，將可以「知己知彼，百戰百勝」！

優勢 (Strengths)	劣勢 (Weaknesses)
<ol style="list-style-type: none"> 金門貢糖針對一般消費民眾族群、以及觀光客，客群較大。 貢糖種類多元化，不單侷限在傳統口味，更可提供多元的話口味。 店內整潔乾淨、服務人員多且態度親切。 店家行銷策略多且創新、要讓消費者有耳目一新的感覺，因而增加消費的次數。 	<ol style="list-style-type: none"> 伴手禮活動方應面加強，才能提升消費者滿意度以及吸引力 由於特產會受到季節與節慶出現淡、旺季的明顯差異，如何運用行銷企劃搭配妥當。 對外的交通，有時會因天候霧氣而影響觀光人潮。 國內地段好的合法商業用地越來越少，地租高、以至於經營成本增加，會導致獲利減少。 欠缺旅遊景點和周邊產業結合，減少競爭力。
機會 (Opportunities)	威脅 (Threats)
<ol style="list-style-type: none"> 可以增加與學校的建教合作、進而製造商機。 可以增加異業結盟，促使更多的協力廠商進駐、各蒙其利。 因其內陸市場廣大，因此未來值得觀察其發展動態。 政府推動觀光倍增數，導入觀光導覽，網路行銷全球化。 	<ol style="list-style-type: none"> 觀光產業的進入成本不高，進入障礙低，所以商品很容易被競爭對手抄襲模仿，而且也會受到季節性變動（例：經濟不景氣、販售商品食用上安全顧慮的消息） 此外，選擇販售的主商品需要比照兩岸的法令，所以應要時常更新、修正，避免近出口貿易過程中違反了相關法令。

陸、結論

(一) 樣本資料

本次研究樣本，年齡層主要 50 歲以上居多，居住地點大都住在金門及臺灣客人，職業居多為自由業，大部份都是以旅行團帶領抵達商家。

(二) 遊客喜愛口味

由問卷調查結果顯示，遊客喜愛口味以豬腳糖占 28% 最多，其次是花生貢糖占 26%

(三) 遊客滿意度

依資料分析顯示 2012 年遊客對於金門貢糖非常喜歡者占 14%、喜歡者占 70%、非常不喜歡滿意者占 2%、不喜歡者占 8%。

一、建議

- (一) 發展多種貢糖相關產品，結合在地的戰地風情研發出特色包裝，也能吸引消費者讓有更多的選擇。或是研發更健康，這樣就能吸引有不同需求的消費者，為自己增加客源與利潤。
- (二) 當地區如果有美食節慶時，可以去參與，這樣大家就會注意到這個金門貢糖，自然以耳傳耳進揪團而去購買。
- (三) 注重產品的衛生健康，並且申請合格的認證標章
- (四) 利用大陸小三通，多增加產品曝光率，讓觀光客前來購買!
- (五) 加強自有品牌，提升店鋪知名度。
- (六) 我們透過這次的研究，瞭解目前金門觀光產業與各相關產業的概況及未來可發展之走向。近年來，由於交通快速的發展，金門由小三通變成大三通，成了台灣與大陸內地接軌的重要橋梁，這也成爲最直接影響金門觀光產業的重要因素之一，不但帶來許多新的商機，透過問卷明顯對網路商店的諮詢不足希望可以加強網路行銷的部份。

柒、參考資料及其他

- 1 葉鈞培、許志仁、王建成 (2001)。金門飲食文化。金門縣：金門縣立文化中心。
- 2 製作過程(由陳金福號負責人口述)
- 3 林宗柏、陳慈平、羅家驊編著(2008)。商業概論台北市：台北市龍騰出版社
- 4 劉莉生、柯炳鐘、鄭介文、關璇(2013)。廈門·金門兩邊走香港：香港中國旅遊出版社
- 5 黃榮鵬著(2008)。旅遊銷售技巧
- 6 知識網
<https://sites.google.com/site/freelearnwang/kinmen-1/kinmen-specialties/km-gong-tang>
2013.10.10
- 7 <http://www.shengzu.com.tw/dictionary/origin.htm> 2013.10.10 聖祖食品
- 8 <http://www.epochtimes.com/b5/3/3/12/c11295.htm> 2013.10.12 大紀元文化網