

投稿類別：觀光餐旅類

篇名：牛頭舌尾—探討宜蘭知名品牌牛舌餅在國內市場接受度

作者：

蘇芳玄。台北市私立景文高中。商業經營科。二年 1 班

戴光男。台北市私立景文高中。商業經營科。二年 1 班

葉亭萱。台北市私立景文高中。商業經營科。二年 1 班

指導老師：

黃湫瑛老師

湯艷琳老師

## 壹、前言

### 一、研究動機

說到好山好水、風景好空氣佳，大部分的人第一個想到的地方一定是宜蘭。在宜蘭，除了眼睛看得到的、鼻子聞得到的，還有嘴巴品嚐得到的各式各樣美食，不只三星蔥、鴨賞、蜜餞有名，牛舌餅更是大家去旅遊時必買的伴手禮。

在宜蘭的伴手禮中，牛舌餅是眾多種類中著名的伴手禮之一，過去的人們以古老的器具和技術創始牛舌餅，隨著時代改變，外來飲食文化的影響，消費者的口味逐漸改變，嚴重的威脅到牛舌餅的生存，所以現在的業者開始提升傳統牛舌餅，此論文就是為了瞭解牛舌餅如何打破這些傳統，是用什麼行銷方式和手法來維持宜蘭餅的市場接受度。

### 二、研究目的

- 了解宜蘭牛舌餅的歷史淵源與銷售現況
- 探討宜蘭牛舌餅的行銷方法，及宜蘭知名品牌不同口味在市場的接受度

### 三、研究方法

本研究採取資料收集法、文獻分析法、實地訪談、SWOT 分析、4P 分析以及問卷調查。利用收集有關牛舌餅的報章雜誌或網路學術的資料，做統一整理。接著實地訪談法去宜蘭最大牛舌餅餅舖—宜蘭發明館作實察；並利用 SWOT 分析、4P 分析以及問卷調查分析牛舌餅的優勢劣勢。

### 四、研究範圍及限制

因為只是學生，導致沒辦法再擴大研究範圍，所以本研究是針對宜蘭之牛舌餅做為本專題。

## 貳、正文

### 一、文獻探討

#### 1.緣起：牛舌餅歷史

宜蘭名產『牛舌餅』典故是，昔時嬰兒出生滿四個月，父母必遵古禮將此餅穿孔掛於嬰兒胸前宴請來訪親友，藉此保佑孩童此後聰明伶俐，



(圖片資料來源:奕順軒)

也有一稱為「收涎餅」。因為其形狀似牛舌故名為牛舌餅。宜蘭牛舌餅是由一間小餅舖所發明，其餅舖的主人是韓姓宗族的韓阿輝師傅。(宜蘭名產牛舌餅，2012)

至於鹿港牛舌餅，鹿港在清代、日據時期是海港又是台灣大商港，需要消耗相當多的人力，也消耗許多時間與精神，因此工人的時間往往不夠用。於是這些工人在肚子餓的時候，就必須以最快時間解決飢餓的問題，幸好有一群好心的糕餅師傅，體恤這些工人的辛勞，想出了這外貌酷似牛舌的糕餅，所以牛舌餅在當時因而成為最好的充飢食。(維基百科，2017)



(圖片資料來源：玉津香店家)

## 2.牛舌餅的差別

經過資料收集整理表格如下

表 1：牛舌餅差別(資料來源：自行整理)

	宜蘭牛舌餅	鹿港牛舌餅
特色	常溫下食用外，冷藏後另有一番風味，將餡料混合且桿成長薄形狀，為了不讓餅皮膨脹破裂所以在表面中心縱劃一道切痕後烤製而成	厚厚乾乾裡面有包餡，將麵粉、糖粉、水等材料混合後，揉勻成麵團，包上內餡後再桿成橢圓狀，接著煎或烤而成
形狀	窄、長、薄，口感脆、硬，無內餡	寬、短、厚，口感外酥內軟，包有內餡
口感	吃起來酥酥脆脆的，有點像是餅乾類的餅，而且甜而不膩，也有許多不同的口味，較為多元化	主要的內餡是麥芽糖，吃起來像是太陽餅那種厚厚有口感的餅，早起口味較為單一，近期因需要開發新客源，也嘗試了多元化的口味

## 3.宜蘭牛舌餅知名品牌—宜蘭發明館介紹

宜蘭餅發明館的發明人是劉鑑徽先生，他研發出 0.1 公分的牛舌餅，是全世界最薄的餅。宜蘭餅發明館不單單只有宜蘭餅，還有販售其他宜蘭地區的知名伴手禮，更吸引人的是那邊還有人員專門解說牛舌餅的歷史，還有手做 DIY。為了讓消費者一目了然地認識宜蘭餅的生產、製作過程，更要將牛舌餅的演化、宜蘭餅的發明製成文獻，變成觀光工廠，也讓許多外來的觀光客更了解宜蘭餅。宜蘭餅發明館的經營方面是交給下-



(圖片資料來源：小玉兒)

代，牛舌餅工廠方面要傳承手藝的話是傳給副廠長或是培養給年輕的下一代。

創始人劉鐙徽先生秉持著「用宜蘭ㄟ仔的精神，做尚有人情味的餅」的理念，品牌的概念就此萌芽。當時宜蘭的牛舌餅又厚又硬，劉師傅決定讓牛舌餅改頭換面，維持傳統的同時塑造全新感受，半年時間全世界最薄的牛舌餅問世—0.1公分，隨後以極快的速度風靡整個宜蘭。強調純手工製作，在品質上環環把關，在商品上抱持著「創新」的想法，讓消費者在商品選購上有多樣選擇。

為了使傳統牛舌餅不被外來飲食給取代，劉鐙輝先生除了在材料及口感上有研究，對於包裝也非常講究，除了當時當任代言人的空姐女兒建立品牌形象外，還使用中國風的系列禮盒，表現融合傳統與時尚，展現出樸實又古典的自然風，創出新的設計感。(宜蘭餅發明館，2014)

#### 4. 知名品牌行銷手法

宜蘭發明館會隨著季節的變化來做一些活動，像是在各個門市裡辦許多摸彩活動。另外在網路上，也會不時的將自己製作牛舌餅的影片上傳到官方網站上，這樣網路上的觀光客就不用再擔心會不會實體商品和網路上拍的商品不一樣。劉鐙徽先生的女兒還穿上了空姐的制服來代言宜蘭餅，並且將代言的照片也上傳到官方網站上，員工的制服也是穿著空姐的衣服，這樣不僅吸引到觀光客的注意，在網路上大家也會對這個利用空姐代言牛舌餅的店家更有印象。除此之外，還搭配了一些縣政府的行銷活動以及電影的一些贊助，也會將宜蘭餅帶去參加全國伴手禮比賽，推廣宜蘭餅的知名度。



(圖片資料來源：許展彰)

## 二、討論與分析

本研究透過收集學術資料和網路上有關牛舌餅的資料，設計問題去實地訪談，經過討論後提出宜蘭發明館的 SWOT 及 4P 分析，以下使用表格呈現。

表 2：SWOT 分析表格（資料來源：自行整理）

S 優勢	W 劣勢
1. 使用天然材料能顧及健康讓消費者吃得安心	1. 天然材料不能放太久
2. 用旋風式烤爐烤出色澤較均勻，受熱也比較平均，品質相對比較高	2. 消耗較多勞力，成本較高
3. 有公益藝文館還有專業人員解說讓消費者更了解宜蘭牛舌餅這項產品	3. 產品名稱不能註冊導致宜蘭地區有許多『宜蘭牛舌餅』

4. 有 DIY 活動還有提供試吃	
5. 優質的服務品質	
<b>O 機會</b>	<b>T 威脅</b>
1. 有伴手禮比賽讓發明館能藉此活動提升知名度	1. 有許多宜蘭或非宜蘭等店家也開始使用天然材料製作產品
2. 網際網路的進步	2. 採用天然原料導致成本增加
3. 以空姐形象代言牛舌餅	3. 同業競爭者多
4. 專業純手工技術	
5. 消費者重視服務品質	

表 3：4P 分析

產品 Product	0.1 公分如紙片般的牛舌餅，形狀窄、長、薄，口味有 9 種，特別的是還利用的當地的宜蘭三星蔥製作而成，口味眾多、酥脆香濃的宜蘭牛舌餅深受小朋友的喜愛。
價格 Price	一包（4 片）價格平均 30 元
通路 Place	實體店面-共六家，在車站或者觀光景點駐站，還提供電話訂購、傳真訂購、網路訂購。
推廣 Promotion	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 廣告：透過報章雜誌、空姐女兒代言、搭配政府的行政活動以及電影的一些贊助、網路行銷。</li> <li>2. 促銷：在各門市辦摸彩活動、推出折價券、網路店與實體店的優惠活動，實體店面還提供試吃。</li> <li>3. 架設部落格/網站：利用網路公布各種資訊，介紹產品、歷史，還設置了網路訂購系統，方便消費者採購</li> <li>4. 宜蘭餅發明館：館內介紹發展的歷史與牛舌餅的知識，還提供民眾手動 DIY 的體驗。</li> </ol>

以下為本組設計之問卷，想要透過問卷調查了解目前台灣消費者

表 4：問卷調查

本專題的問券調查包含網路問卷總共發放了 396 張，回收率是 98%。透過調查，發現女生比例較男生大，是因為女生幫忙填問卷的意願較高。

<p>圖 1 (資料來源：網路問卷)</p>	<p>幫忙填問卷的人多分佈在學生族群階段，青壯年部分占較少比例，所以調查結果會有些許誤差。</p>
<p>圖 2 (資料來源：網路問卷)</p>	<p>根據圖表顯示，有百分之五十以上的消費者較喜歡楓糖口味的牛舌餅和鮮奶口味的牛舌餅。由此可知，近來民眾選擇食品較注重健康天然的取向。</p>
<p>圖 3 (資料來源：網路問卷)</p>	<p>根據本調查，牛舌餅在宜蘭地區的知名度較其他宜蘭名產還要來的高一些。因牛舌餅的歷史較為悠久，所以全台各地看到販賣牛舌餅的機會很多。</p>
<p>圖 4 (資料來源：網路問卷)</p>	<p>大部分的人認為打折促銷比其他的行銷方式還要能吸引他們前來購買。因為近年來經濟不景氣，導致民眾較有意願購買低價商品。</p>



## 參、結論與建議

### 一、結論

透過本專題的研究，發現宜蘭牛舌餅在國內的市場接收度算是蠻高的，除此之外，宜蘭牛舌餅的代表店家－宜蘭發明館也透過了許多行銷手法來提升國內市場上的接受度，例如：會隨著季節來做不同種口味的牛舌餅的推銷，這樣就不會有淡旺季的明顯差別；也利用本館的 DIY 活動，吸引了不少遊客或是在地人前往嘗試，這種有趣的行銷手法非常受到大家的喜愛。

因為宜蘭牛舌餅位於在宜蘭地區，往往造成許多住在外縣市的消費者不便前來本店購買，但宜蘭發明館也因為有考慮到這個問題，所以也在網路上設立了一個網路商城，讓這些交通不便的消費者能不用到宜蘭地區就可以買到在地的牛舌餅。

### 二、未來建議

希望宜蘭牛舌餅這項產品可以走向多元化，例如：可以將其擴大販售至全國地區，而不是僅限於在宜蘭地區販售，或者可藉由電視廣告來提高知名度，並且推廣至海外。也可以在國內多辦一些只屬於牛舌餅的牛舌餅大賽，這樣就可以利用一些媒體來宣傳至全球，國外的消費者也就不會再受到其他參賽產品的影響，而忽略了牛舌餅這項產品。

### 肆、引注資料

- 徐郁暄 (2016) 觀光工廠創新經營模式之探討-以糕餅產業為例。中原大學企業管理研究所碩士論文。
- 林念穎 (2016) 產業價值活動的選擇與經營模式之探討 - 以糕餅產業為例。碩士論文。
- 郭惠潔 (2012) 劉登輝打造世界最薄的宜蘭餅雜誌。看雜誌 124 期
- 維基百科(2017)。2018 年 1 月 30 日，取自  
[https://zh.wikipedia.org/wiki/%E7%89%9B%E8%88%8C%E9%A4%85\\_\(%E5%8F%B0%E7%81%A3%E5%B0%8F%E5%90%83\)](https://zh.wikipedia.org/wiki/%E7%89%9B%E8%88%8C%E9%A4%85_(%E5%8F%B0%E7%81%A3%E5%B0%8F%E5%90%83))
- 王維懿 (2015)。icook 愛料理。2018 年 1 月 30 日，取自  
<https://blog.icook.tw/posts/46601>
- 郭小董(2007)。美香珍牛舌餅。2018 年 1 月 30 日，取自  
<http://blog.xuite.net/kaoli/food/14536141-%E9%A3%9F%E8%A8%98-%E9%B9%BF%E6%B8%AF%E7%BE%8E%E9%A6%99%E7%8F%8D%E7%89%9B%E8%88%8C%E9%A4%85>
- 宜蘭餅發明館(2014)取自 <http://www.i-cake.com.tw/index.php>
- 味蕾(2014)大紀元 牛舌餅的由來。取自

<http://www.epochtimes.com/b5/14/4/14/n4130919.htm>

- (2012) 宜蘭名產牛舌餅。2018 年 1 月 30 日，取自 <http://www.k1788.com/mayya/>



附件一、問卷原稿

牛舌餅專題問卷

您好：

我們的問卷主要是現代人對於的牛舌餅想法研究，麻煩您利用寶貴的時間幫我們填寫這份問卷。

景文高中商經科

性別：男 女

年齡：15 以下 15-25 歲 26-35 歲 36-45 歲 46-55 歲 55 歲以上

職業：學生 服務業 教職 農業 工商業 金融業 其他\_\_\_\_\_

1.有沒有買過牛舌餅

有 沒有

2.請問您喜歡吃什麼口味？

原味 鮮奶 楓糖 咖啡 乳酪 椰香

3.請問您認為牛舌餅每盒價格多少比較合理？

30 元以下 50 元 80 元 100 元以上

4.請問您有聽過什麼宜蘭名產？（此題為複選題）

蜜餞 鴨賞 三星蔥 奶凍捲 牛舌餅

5.承上題，請問您有買過什麼宜蘭名產？（此題為複選題）

蜜餞 鴨賞 三星蔥 奶凍捲 牛舌餅

6.鹿港牛舌餅比較厚；宜蘭牛舌餅比較薄，請問您比較喜歡哪一種牛舌餅？

鹿港牛舌餅 宜蘭牛舌餅

7.那請問您比較喜歡宜蘭哪一樣名產？（填寫完請跳至第9題）

蜜餞 鴨賞 牛舌餅 奶凍捲

8.請問您會想推薦朋友買宜蘭牛舌餅嗎？

會 不會

9.請問您覺得牛舌餅的哪一種行銷方式會吸引您購買？（此題為複選題）

電視廣告 團購廣告 社群網站 打折促銷

10.宜蘭發明館是牛舌餅的觀光工廠，還能體驗製作牛舌餅的過程...等等，您會想要去那邊參觀嗎？會不會

11.台灣的傳統手藝(特產或工藝等)逐漸沒落，您覺得該怎麼樣才能讓這些傳統 經營下去？（此

題為複選題）

政府協助 自我轉型 逐漸沒落

附件二、訪談紀錄

時間：106 年 8 月 25 日

地點：宜蘭縣蘇澳鎮海山西路 369 號

組員：戴光男、蘇芳玄、葉亭萱、鄭俊廷、簡煜訊、張家誠、顏廷仔、馬建華、李詠婕

訪談人：劉小姐(宜蘭發明館 負責人)

● 問：為什麼當初會想經營牛舌餅？

● 答：宜蘭餅發明館最開始其實是一家麵包店，但是劉鐙徽先生在民國 90 年研發出了只有 0.1 公分的宜蘭餅，於是把麵包店轉型改做伴手禮，之後一些觀光客就覺得來宜蘭就一定要買宜蘭的宜蘭餅，而宜蘭餅就是牛舌餅的代表。

● 問：有沒有遇過什麼樣的困境

● 答：因為宜蘭餅發明館的處於位置較優良的地方凡是要南下花蓮或是由從花蓮北上台北都一定會經過這個地方，所以通常不會有太大的問題，除了蘇花坍幫或是颱風天人潮會比較少，其他問題基本上都是可以解決。

● 問：成功的關鍵

● 答：會成功是因為有受到大家的喜愛才能有點名氣，之所以會叫宜蘭餅發明館是因為當初地名是無法註冊的。加上發明館有利用空姐的照片，員工們的制服也很像是空姐的樣子，所以大家之後就會記得如果要買宜蘭餅就要買有空姐代言的，比較容易深入顧客的腦海裡。

● 問：特產那麼多要如何讓牛舌餅在宜蘭永續發展？

● 答：由於現在的顧客很聰明，都知道宜蘭哪些店家比較有名，發明館為了能永續發展，不斷的創新及研發出新的口味來維持知名度，都受到很多的好評，除此之外，也會拿這些宜蘭餅到外面參加全國比賽，也都會獲得好成績。

● 問：消費者年齡層？

● 答：年齡層基本上是蠻廣的，因為發明館處於地利之便的地方，很適合團體或是親子旅遊，而較有消費能力的通常是 30~40 歲之間，但具體來說 0~99 歲的消費者也很多。由於貴公司有 DIY 的活動，而只要前來做 DIY，消費上都是會有折扣的，所以年齡層較為廣泛。

● 問：是否有遇過食安問題？

● 答：發明館沒有遇過什麼太大的食安問題，原因是老闆劉鐙徽先生在最一開始研發牛舌餅時就採用較好的原料，現在也採用一斤需要 8000 塊的油去做牛舌餅，以前的牛舌餅不好吃是因為都是使用蘇油，而蘇油對身體並不好，老闆又有這種養生的概念，才沒有使用蘇油，所以並沒有遇過什麼樣的食安問題。

發明館一定都會要求食材要通過 SGS 才可以使用，這樣衛生局調查不會有問題，也因此讓消費者吃得很安心。

● 問：牛舌餅在你的人生中有什麼意義？

● 答：以前老闆基於宗教的關係是開素食麵包店，但在之前素食麵包並不受到大家的喜愛，導致生意很差，但老闆劉鐙徽先生也利用這悠閒的時間，才能研發出 0.1 公分的宜蘭牛

舌餅，而讓劉鏡徽先生可以翻身的就是他親自研發出的牛舌餅，於是老闆往後不單只有牛舌餅有做出牛舌的樣子，其他產品也都有做出牛舌的形狀，加上發明館也受到大家的愛戴，所以老闆也有做一些舉動來回饋社會，像是聘請一些有身心障礙的員工，也在宜蘭五結地區推廣素食，不管是什麼樣的身分，都可以吃到免費一餐的素食。

● **問：宜蘭餅公司所用的基本原料**

● 答：宜蘭餅的生產製造是用最高級的麵粉、法國及荷蘭進口的天然奶油及低熱量的海藻糖，堅持以最優質的材料維持最好的品質。

● **問：要如何分辨產品為純手工製造？**

● 答：手工的宜蘭餅，頭尾兩端會比較厚而中間比較薄，餅皮和內餡充分融合，所以餅皮中間顏色較深，品嚐時更有口感。

● **問：為什麼宜蘭餅不能使用機器大量生產？**

● 答：目前大部分市售的餅乾在製作過程中都是將配方一次攪拌以節省時間、降低成本並增加產量。超薄宜蘭餅的獨特之處在於餅皮和餡料必須分開製作，揉原料跟包餡雖然是有機器代勞，但桿餅保證只能依靠手工，才能在 0.1 公分的厚度中還能吃出內餡原有的口感及品質，所以必須要以人工的方式來完成皮包餡的動作，再桿製成超薄的牛舌造型。麵糰球包好後四十分鐘內若不桿開，則會內餡緊縮，外皮鬆脫，餅就很容易破損，因此每位製餅師傅隨時都在與時間賽跑，雙手桿餅不敢稍停休息，這個步驟可說是相當費工，所以無法用機器取代人工。

● **問：什麼是旋風式烤爐？**

● 答：一般烤爐是用電熱棒直接加溫烤的，而旋風式烤爐是用熱風的原理去烤的，優點是烤餅的顏色比較均勻、餅受熱也比較平均，雖然成本較高，但為了提供更好的品質，宜蘭餅工廠仍不惜成本配備了 6 台。