投稿類別：觀光餐旅類

篇名：
打狗餅舖

作者：
李佩頤。高雄市立三信家商。資料處理科三年九班
張雅雯。高雄市立三信家商。資料處理科三年九班

指導老師：
劉伊珊　老師

壹●前言

糕餅融合了當地的差異性、歷史性、故事性、社會性與全民性，每吞一口糕餅變等於吞下一口當地文化。由此可知，台灣傳統糕餅文化是本土文化中重要的一個環節，它承載並記錄著過去台灣人飲食文化的實際面貌。

一、研究動機

目前觀光產業發達，在每個地區也都有當地代表性的美食或伴手禮引大批觀光客造訪，也成為該地的代表性指標之一，例如說到台北淡水就想到鐵蛋、說到新竹就想到貢丸、說到台中就會想到太陽餅，美食逐漸成為推廣當地最好的招牌，而高雄的打狗餅雖為高雄十大伴手禮之一，但知名度還不被廣為所知，藉由這次做小論文的機會，進一步了解並推廣這項代表高雄的伴手禮 —「打狗餅」。

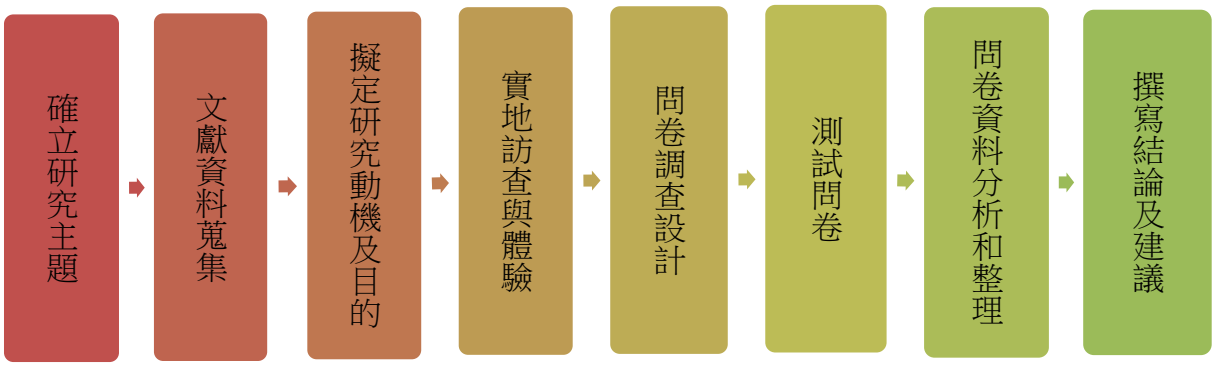
二、研究目的

（一）認識糕餅產業文化與特色。
（二）探討「打狗餅舖」的起源與歷史。
（三）介紹打狗餅鋪的主要產品
（四）分析西式餅與中式餅的差別。
（五）實地參訪餅舖業者，了解其工作的辛苦與創業的艱辛。
（六）實地體驗做餅的過程。
（七）問卷調查民眾對於西式餅與中式餅的喜愛程度與需求。
（八）利用 SWOT 交叉分析打狗餅鋪的優劣勢及發展。
（九）提出針對傳統餅舖行銷策略的建議

三、研究方法

（一） 文獻探討法：本研究收集有關打狗餅舖相關的報章雜誌，藉以彙整、研究分析。
（二） 實地訪查法：本研究到打狗餅舖門市及工廠進行實地訪查，擬定訪談大綱及對象，進行實際訪談，以了解餅舖的興起以及現代餅舖轉型的理念與過程。
（三） 問卷調查法：本研究利用假日及課餘時間實地到高雄市區及打狗餅舖附近實施問卷調查，瞭解消費者的意見及看法，再加以回收統計及分析計算，採用隨機調查法，共發放 250 份，回收 207 份，回收率 82%。

四、研究架構



貳●正文

一、認識糕餅文化產業與特色：

糕餅業為了感謝孔明設計的喜餅奇招並使得糕餅成為日後訂婚必備物品，無形中造福了業者，所以供奉孔明為祖師爺。台中糕餅業界以其誕辰（農曆七月二十三日）為糕餅節，每年糕餅節均舉辦許多相關活動。台灣人吃糕餅的習俗源自於閩粵兩省渡海來台的居民，然而隨著時代的變遷，糕餅的演進與發展也順應著時代的潮流一同邁進。糕餅的製作更是與當地文化、農產品本身具有高度的關聯性，因此在不同的地方也會出現不同的糕餅文化，所以當地的糕餅能夠展現出當地的特色。

二、探討「打狗餅舖」的起源與歷史：

「高雄知名糕餅舖琳瑯滿目，但是其中確有一家非常特別的糕餅舖稱為「打狗餅舖」，其由來背後有著一段偉大捨己救人的故事，打狗餅舖創辦人黃姿學女士，為了履行在夢中對過世兒子的承諾，她做打狗餅成立餅舖，並成功的把伴手禮結合了當地的文化、選用在地的新鮮農特產食材，開啟創新的「糕餅文化」。打狗餅舖傳承傳統打狗時代末代師傅之手藝，加上現代創意人之意念，並經過智慧領域之孕育成長及知識經濟之研發創作，而創造了打狗餅。

圖 1 打狗餅舖

打狗餅不但發揚傳統古化，並接軌創意新文化，打狗餅賣的不只是餅，它兼具賣出了高雄的文化創意、禮節交流、觀光市場、地方產業，並讓人緬懷打狗時期及一位 15 歲小孩愛託孤母對社會遺愛的人間故事。黃姿學細說打狗餅的由來，雖然事過 18 年但還是難掩其悲傷，她說，與兒子相依為命，孩子為救溺水的同學而犧牲了自己的性命，由於太過於思念兒子，希望能在夢中與兒子見面，終於有一次夢見和孩子在壽山玩，很高興也很興奮，但孩子卻一直沒說話，結果兒子一臉嚴肅跟她說：「媽媽，這裡不是壽山，是打狗山，妳不要再想念我了，妳去做打狗餅給單親家庭的小孩吃」。為了紀念兒子，因而把原有的工作停下來做打狗餅，成立餅舖。

三、介紹「打狗餅鋪」的主要產品：

（一） 打狗餅

首創以水果做內餡，用港都代表之時令水果，以麥芽糖沉潛熬製，以精湛手工麵皮包裹法，襯托內線 Q 中帶勁的口感，表現古早味。內餡含高鈣、高纖維，符合現代人健康需求，且口味上多種選擇，例如：金桔好運味、蔓越莓浪漫味、椰纖風情味、鳳梨旺盛味、桂圓富貴味、果仁養生味、巧克力甜蜜味。

圖 2 打狗餅禮盒

表 1 打狗餅舖的主要產品介紹-打狗系列		
 打狗揮棒	 打狗球餅	打狗餅世家裡打狗媽咪為了紀念世運在高雄，特別在建國 100 年生下了 5 位打狗餅兒每個餅兒都有特殊專長例如： **老大叫：打狗揮棒** 球棒揮進齒門下，球迷垂涎又驚訝。 **老二叫：打狗球餅** 灌嘴高手的最愛一口接一口，誰是灌嘴高手。
 打狗酥排	 打狗冰燒	**老三叫：打狗排酥** 比豬排、羊排、牛排、雞排、蝦排、來得好吃，拍球叫讚。 **老四叫：打狗舞圈** 飽足我的腹，舞動我的腰，呼啦!苗條陪伴我。 **老五叫：打狗冰燒** 溜溜、滑滑冰，含在口裡感覺就是不一樣。

四、分析西式餅與中式餅的差別-喜餅

表 2 中西式餅比較圖		
比較項目	 中式餅	 西式餅
商品包裝	傳統樸實	浪漫精緻
商品口味	以鹹為主	以甜為主
商品價格	比較便宜	比較貴
商品廣告	較為少	較為多
商品選擇性	單一性	多種類

參●結論

一、實地訪談

參訪地點： 打狗餅舖

參訪人員： 李佩頤、張雅雯、黃靖雯、鄂詠豪

參訪對象： 黃姿學 老闆娘

參訪時間：103 年 10 月 21 日

圖 3 與餅舖老闆娘合照

表 3 訪談內容
Q1：您做這行業做多久?
A1：公司創造為民國 85 年，但打狗餅這行業是從民國 93 年開始，我已經是第 3 代傳承。
Q2：那您喜歡這行業嗎?
A2：當然喜歡啊，而且想把這間餅舖做到更好，我不會在外縣市設置分店，消費者只能在「高雄」買到打狗餅，讓高雄添加一項特色。
Q3：為什麼當初會想做這行業?
A3：我是為了履行在夢中對過世兒子的承諾。當時與兒子相依為命，孩子為救溺水的同學而犧牲了自己的性命，由於太過於思念兒子，希望能在夢中與兒子見面，終於有一次夢見和孩子在壽山玩，很高興也很興奮，但孩子卻一直沒說話，結果兒子一臉嚴肅跟她說：「媽媽，這裡不是壽山，是打狗山，妳不要再想念我了，妳去做打狗餅給單親家庭的小孩吃」。為了紀念兒子，因而把原有的工作停下來做打狗餅，成立餅舖。
Q4：您曾經在工作上遇到什麼瓶頸嗎?
A4：當然!!因為我一開始也不會做餅，所以難免遇到一些挫折瓶頸，做餅這行業的人很多，要選上自己並不容易，所以遇到瓶頸要自己慢慢調適並解決，並不會因為遇到瓶頸而退縮。
Q5：支持您這麼繼續做這行業的原因是什麼?
A5：因為受兒子所託，想念兒子，因為這是我小孩對社會的遺愛。
Q6：您做這個行業曾經後悔過嗎?
A6：我沒有後悔過。雖然這過程很辛苦，做久了習慣了，也很喜歡這個行業。
Q7：您以前與現在的消費族群是否有所差別?
A7：沒有，以前跟現在的消費族群並沒有差很多，我們的餅都是老少咸宜，大家都會買。
Q8：您有沒有要繼續傳承這間餅舖?
A8：有啊，以後想讓打狗餅變成來高雄必買的伴手禮。
Q9：對於中式餅和西式餅，您覺得差別在哪?
A9：我覺得中式餅屬於紮實的口感，而西式餅屬於膨鬆的口感，兩個不一樣的東西。
Q10：您做的打狗餅內餡為什麼與一般的餅餡不同?
A10：高雄生產了很多水果，像有鳳梨、桂圓，有金桔，有很多的水果，然後我們就用高雄當地季節性的水果，來做高雄的打狗餅，裡面都是水果顆粒的。，能吃到水果果肉的纖維，也創新以往傳統的的內餡口味。
Q11：為何您會想做造型特別的三寶魚餃?
A11：因為一般水餃裡面都很加肥油不健康，我們講求健康，在我們餃子裡添加魚的膠原蛋白替代肥肉，所以我們的魚餃富有高膠原蛋白。

Q12：請問您有關狗卡龍的由來為何？
A12：法國流行馬卡龍，台灣當然也要有狗卡龍，因為我們是打狗餅舖，所以研發了狗卡龍，加入牛軋糖當餡炮製，口味卻絕對創新。
Q13：請問您有關糖果飽貝－飯糰的由來為何？
A13：我們的外包裝是以糖果為造型，從中間撕開就可以握著吃，我們將來想跟學校合作。
Q14：對餅舖以後的發展有什麼想法嗎?
A14：成為觀光工廠，讓更多人知道打狗餅，並讓高雄添加一項觀光的地方。
Q15：最後，您想對於以後做這行業的人，給什麼建議?
A15：用心努力，皇天不負苦心人。做餅這行業很辛苦，要把餅做的出色很困難，所以要做這行業，要有耐心要堅持，還要不斷的創新。

二、實地體驗

參訪地點：中外餅舖

參訪人員：李佩頤、張雅雯、黃靖雯、鄂詠豪

參訪對象：黃姿學 老闆娘

參訪時間：103 年 10 月 21 日

圖 4 做餅也是一門學問

表 4 實地體驗

做餅前說明：說明做餅的注意事項	**戴手套**：為講求衛生做餅前必戴上手套	**揉麵團**：搓揉麵團過程中須拿捏力道
放至餅模：將麵團放至模具中	**小心輕壓**：將麵團壓至模具中	**移開模具**：將麵團左右兩側的模具移開

將餅反面放置手中：成功的關鍵就在這	**成功品**：若力道拿捏好，就會成功	**失敗品**：麵團一但有裂痕，就必須重來

五、問卷調查民眾對於西式餅與中式餅的喜愛程度與需求。

表 5 基本資料分析

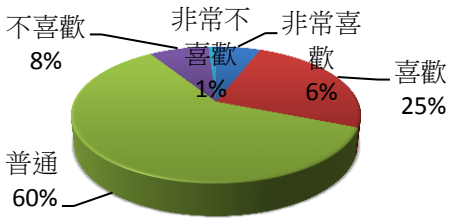
性別	男			女		
	45%			**55%**		
年齡	17 歲以下	18~24 歲	25~31 歲	32~38 歲	39~45 歲	46 歲以上
	65%	23%	5%	3%	2%	2%

職業	學生	上班族	服務業	自由業	其他
	86%	8%	2%	1%	3%

收入	10000 元以下	10001~20000 元	20001~30000 元	30001~40000 元	40001 元以上
	76%	11%	5%	4%	5%

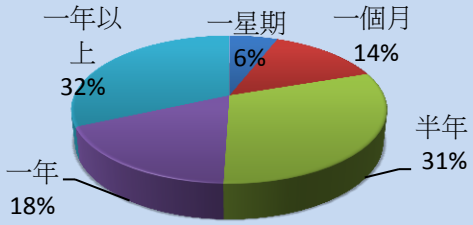
表 6 問卷調查結果與分析

問題 1. 請問您喜歡吃「中式餅」嗎?



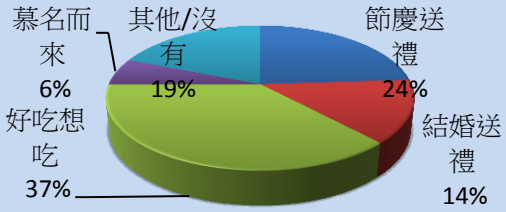
分析：調查結果發現民眾對於喜不喜歡吃中式餅滿意度大約集中在普通，約佔 60%。

問題 2. 請問您平均多久購買一次「中式餅」?



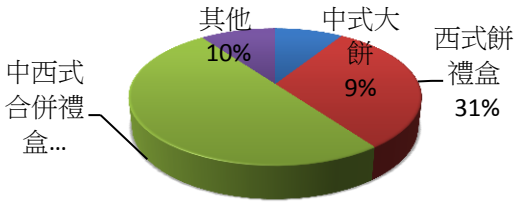
分析：調查結果發現民眾多久買中式餅的大約時間集中在一年以上，約佔 32%。

問題 3. 若您去餅舖購買動機是如何?



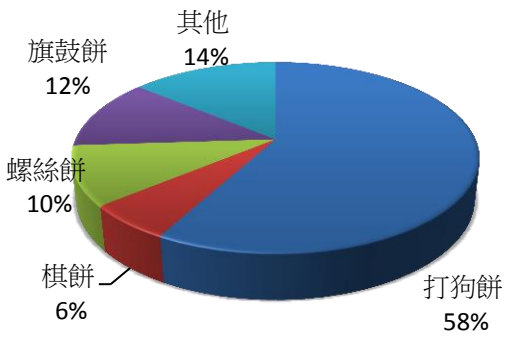
分析：調查結果發現民眾認為取餅舖買的動機大約集中在好吃想吃，約佔 37%。

問題 4. 請問您比較喜歡收到什麼禮盒?



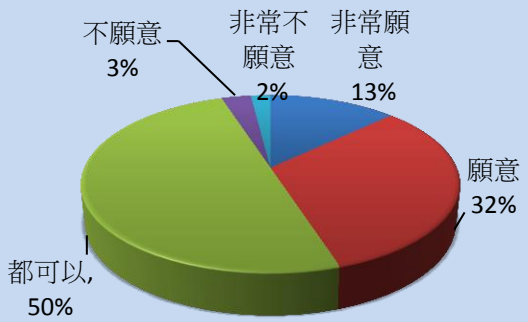
分析：調查結果發現大多民眾認為最喜歡收到的禮盒大約集中在中西式禮盒，約佔 50%。

問題 5. 您覺得最能代表「高雄市」的餅是什麼?



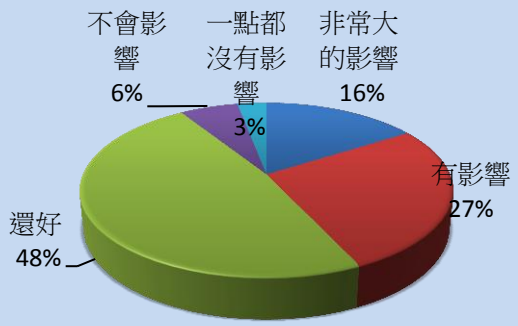
分析：調查結果發現民眾認為最能代表高雄市的餅大約集中在 打狗餅，約佔 58%。

問題 6. 若餅舖工廠改為觀光工廠，您會有意願來參觀嗎?



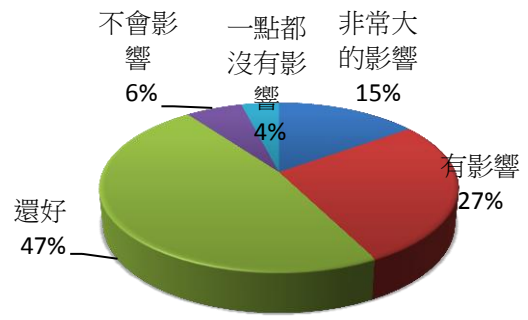
分析：調查結果發現民眾認為餅舖改設為觀光工廠的參觀意願大約集中在都可以，約佔 50%。

問題 7. 之前爆發「毒奶粉」事件，奶粉摻雜了三聚氰胺，關於這次風暴會影響您購買的意願嗎?



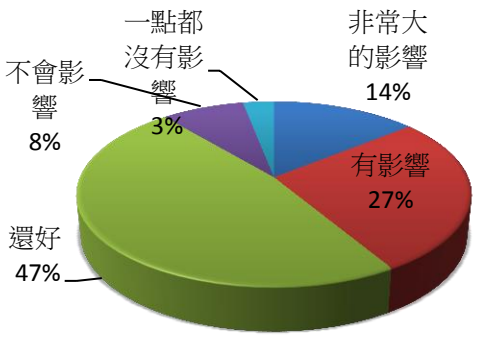
分析：調查結果發現民眾認為毒奶粉事件影響大約集中在還好，約佔 48%。

問題 8. 之前爆發「毒澱粉」事件，澱粉摻雜了順丁烯二酸，有很多知名的餅舖遭受波及，關於這次風暴會影響您購買的意願嗎?



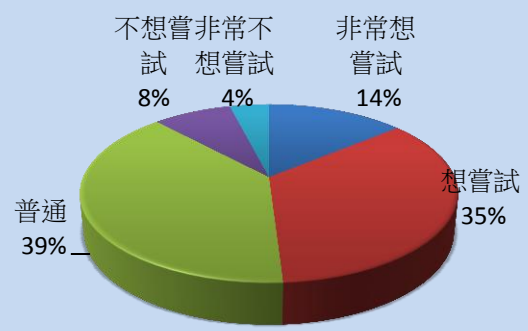
分析：調查結果發現民眾認為毒澱粉事件影響大約集中在還好，約佔 47%。

問題 9. 現在爆發「餿水油」事件，有很多知名的餅舖遭受波及，關於這次風暴會影響您購買的意願嗎?



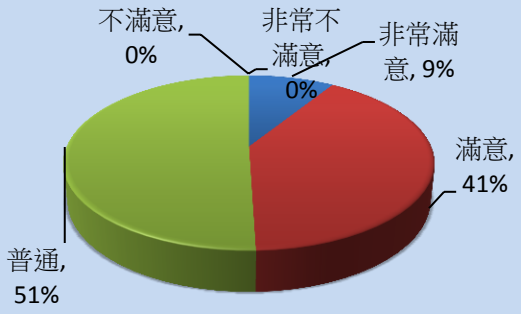
分析：調查結果發現民眾認為餿水油事件影響大約集中在還好，約佔 47%。

問題 10. 如果販賣特殊口味大餅如：榴槤、巧克力等，您購買的意願為何?



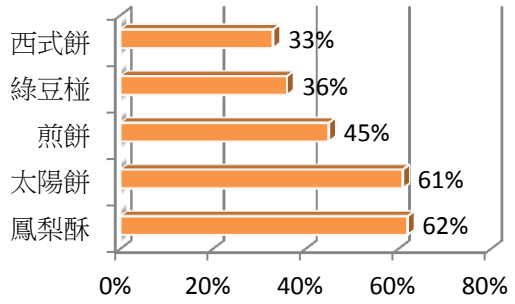
分析：調查結果發現民眾認為販賣特殊口味是否願意購買大約集中在普通，約佔 39%。

問題 11. 整體而言，您對台灣各家餅舖的滿意度為何?



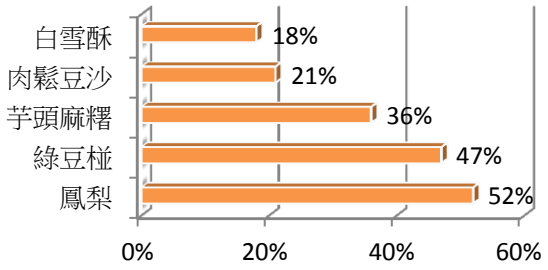
分析：調查結果發現民眾對台灣各家餅舖的滿意度，大約集中在普通約佔 51%。

問題 12. 請問您最喜歡吃什麼種類的餅?



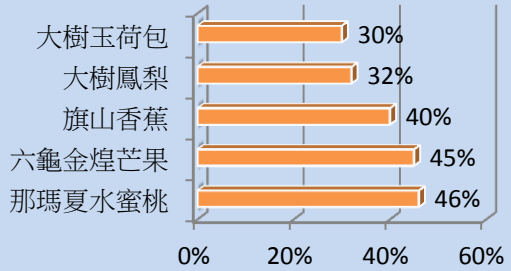
分析：調查結果發現民眾認為最喜歡吃的餅大約集中在鳳梨酥，約佔 62%，還有太陽餅，約佔 61%。

問題 13. 中式餅眾多口味中，您最喜愛的口味是什麼?



分析：調查結果發現民眾認為最喜愛的中式餅口味大約集中在 鳳梨，約佔 52%。

問題 14. 如果餅要加入高雄特產水果當內餡，您會選擇哪種水果?



分析：調查結果發現民眾認為餅要加入高雄特產水果當內餡，會選擇哪種水果大約集中在那瑪夏水蜜桃約佔 46%。

表 7 中西式餅滿意度調查表

比較項目	中式餅	西式餅
商品包裝	61%	68%
商品品質	47%	67%
商品口味	61%	68%
商品價格	46%	47%
商品廣告	46%	55%
服務態度	61%	60%
設店位置	48%	54%

五、中式餅舖產業 SWOT 分析

「SWOT 分析即強弱危機綜合分析法，是一種企業競爭態勢分析方法，是市場營銷的基礎分析方法之一，，用以在制定企業的發展戰略前對企業進行深入全面的分析以及競爭優勢的定位。」本研究對打狗餅舖進行 SWOT 分析如下表：

表 8 中式餅舖產業 SWOT 分析	
優勢（Strengths）	**劣勢（Weaknesses）**
➢ 產品口味多樣化，講求健康養生，使顧客滿意度高。 ➢ 研發團隊強，能適時推出新產品以滿足顧客慾望。 ➢ 價格平易近人，受顧客喜愛。 ➢ 產品琳瑯滿目，顧客滿意度高。 ➢ 店家地址都設置在交通便利處。	➢ 較為地區化，其他縣市較少了解當地中式餅。 ➢ 糕餅存放不易，容易受外在環境影響。 ➢ 機器製品的品質與其他手工製的店家無法相比。 ➢ 包裝較為傳統，不太吸引年輕的消費族群購買。
機會（Opportunities）	**威脅（Threats）**
➢ 可藉由網際網路的力量，向全台灣各個地方推廣。 ➢ 可藉由宅配貨運的方式，讓外地人也能買到商品。 ➢ 藉由各項比賽推展產品及商店的名號。 ➢ 配合地方文化，提升產品的可見度。如：大甲媽祖文化節、葫蘆墩糕餅文化節。	➢ 各式的餅店林立，同業競爭者多。 ➢ 創意產品推陳出新，年輕族群客人外流。 ➢ 原物料不斷上漲致使製作成本不斷提高。 ➢ 公共媒體上曝光率不高，如：拍攝廣告等。 ➢ 晚婚、不婚族增加，買喜餅人數減少 ➢ 越來越多結婚者將婚禮簡化，造成喜餅市場受到波及

六、研究建議

（一）創設糕餅觀光工廠，達到寓教於樂的目的

傳統產業在這樣的環境下，面臨著轉型的危機，政府也應映時事改變政策，讓「產業」和「觀光」結合，變成現在的「觀光工廠」。近年來，台灣的傳統產業慢慢轉向「觀光休閒」的方向，這些產業強調的是服務、文化、創意與體驗，尤其以「觀光工廠」為潮流。如何在觀光工廠的潮流下生存，必須要有創意的產品、親身體驗的參與感，才能吸引消費者觀光。

（二）可以跟異業合作，讓商品曝光率更高

未來行銷模式上，傳統餅舖應可突破目前限制，以地方禮餅為主要訴求，如：朝向結婚喜餅規劃。以現有產品為基礎，同時研發更多樣的產品設計結婚喜餅包裝，成為民眾結婚時的特色喜餅，能夠贈送外地的親友更有意義的喜餅。另外國際化的方向也是可以參考的目標，當外國人到台灣來觀光時，一定也希望把地方特色帶回家鄉給親朋好友分享。

（三）增加廣告曝光率，增加餅舖營業額

在廣告行銷上，西式餅跟中式餅的知名度差別，有可能就是在於廣告打的不夠多，所以中式餅讓人印象並不深刻，所以無論是中西式餅，我們建議可以用創意的廣告在電視上播放並促進行銷觀光，成功建立品牌形象和知名度，吸引更多消費者上門購買。

（四）餅餡融入那瑪夏水蜜桃，吸引民眾購買

根據問卷調查結果發現，多數民眾選高雄特產水果當內餡，會選擇那「瑪夏水蜜桃」來當內餡，可能是水蜜桃有亮麗的外觀，還有豐富的汁又甜美，優良的品質令人喜愛，所以我們建議餅舖店家可以用那瑪夏水蜜桃來當內餡，或許可以吸引更多民眾前往購。

圖 5 那瑪夏水蜜桃

（五）在許多觀光景點中開設分店，使產品能有更多銷售途徑

有很多民眾常常去許多觀光景點玩，所以可以在高雄地區的觀光地區架設分店，可以讓消費者更容易買到中式餅的產品，讓消費者知道只有來高雄觀光景點遊玩才能購買到這餅鋪的產品，不但可以增加來高雄觀光的客源，也可以增加行銷管道。

（六）推向國際美食展，吸引國外美食評鑑家關注並且推廣

根據問卷調查結果發現，多數民眾覺得最能代表「高雄市」的餅是打狗餅約佔 58%，可能是因為打狗是高雄之前的稱呼，所以民眾才覺得打狗餅適合當高雄市市餅。這樣能將打狗餅放到美食展可以拓展知名度，可以讓美食評鑑家注意到，甚至在展覽上會有國外的美食評鑑家發現能夠讓打狗餅發揚。

圖 6 打狗餅

（七）設計更為凸顯地方文化特色包裝，讓消費者印象深刻

在包裝設計上可以將地方特色在文宣上更能凸顯，讓商品形象能像由裡到外皆能為人所熟知也讓消費者一目瞭然研發者的用心，也在之外給消費者另一個懷念高雄港都文化的選擇，將文化創意的精神不僅發揮在產品研發上也利用包裝設計傳遞餅舖與地方文化結合的創意，也可以國際標準設計出屬於他們自己的品牌。

（八）設立食安安全研究室，讓消費者吃的健康買的安心

現在社會食品把關出的問題越來越頻繁，可見食品安全認證不見得就是最能信任的保障，讓人民對食品安全認證沒有信心也不敢在購買，由此可知，我們建議設立食安安全研究室，產品品質控管及線上品管的監控，利用專業的分析實驗室協助檢驗，以確保產品百分百的安心，讓民眾能吃的健康也能買得安心。

肆●引註資料

張尊禎（2013）。百年糕餅 風華再現。台北市：台北市糕餅商業同業公會
張尊禎（2009）。台灣糕餅 50 味：舌尖上的懷舊旅行。台北市：遠流
杜佳穎（2013）。冠軍糕點的百萬商機。台北市：雅事文化事業有限公司
墨刻編輯部（2011）。百年老鋪， 台灣經典好味道。台北市：墨刻出版股份有限公司
一步一腳印。2014 年 9 月 25 日，取自 http://news.tvbs.com.tw/entry/149762
打狗餅舖。2014 年 9 月 30 日，取自 http://www.kaohsiung-cake.com.tw/Index.asp?ID=9&ID2=1
台北市糕餅商業同業公會。2014 年 10 月 15 日，取自 http://www.bakery.org.tw/web/index
大紀元。2014 年 10 月 23 日，取自 http://www.epochtimes.com/