



盛豐文化事業有限公司

傳統書局再造計畫

創立日期 | 2002 年 10 月 8 日

負責人 | 蕭獻忠

營業項目 | 圖書批發業、文具批發業、書籍、文具零售業、玩具、娛樂用品零售業、資訊軟體服務業

計畫緣起

盛豐文化事業有限公司剛開始僅銷售國中小參考書籍，歷經多年的努力發展，為服務更多消費者，並朝向多角化經營，於 2005 年 1 月成立盛豐文化廣場門市部，除提供原有參考書與輔助教材的需求選擇並增加文具商品之產品提供消費者多樣選購服務，以利提升各類相關產品選擇與銷售。



經營至今遇上產業瓶頸，再加上網路科技的興起及少子化，圖書與文具產業面臨到前所未有的衝擊，而想開發書局轉型再造，故而上網搜尋希望尋求地方政府計畫補助，以期協助盛豐文化事業在經營上的突破，進而申請到新竹市地方型 SBIR 計畫並順利通過補助。

計畫重點

因應現在人手一機，透過網路社群介面讓更多消費者得知公司活動訊息，再搭上現今流行的手作熱潮（如手作彩繪提袋、親子烘焙、多肉植物等課程），透過體驗教學打造專屬個人風格的作品，提升商品的附加價值，並將新創的產品推廣給消費者認識及體驗進而購買。因此，積極參與市政府所舉辦活動設立攤位以提高文創館「A++ 文創小學堂」品牌曝光率並增加消費者的黏著度。

此外，與德國 fischertechnik 台灣區代理商合作將「可以程式操控的積木」技術 Scratch 化，推展進校



園目前正與新竹市東門國小、新科國中、新竹高工、清華大學積極談教學合作計畫，推動「工業 4.0 工程積木模組程式教育課程推廣」，讓學生了解課程進而增加學生校外進修程式課程的意願，增加公司的營收。在行銷方面具體的做法：

1. 透過網路行銷推廣新型態的經營模式，並搭配體驗課程的服務讓消費者願意捨棄線上購物的消費型態進而願意到實體店家消費，並透過不同年齡層的客層設計將文具原先的主要目標消費族群由學生延伸到親子、上班族及婦女。
2. 在實體店面增加體驗課程的場地，體驗課程結合現有知名廠商(百樂、三菱、雄獅)的新產品及服務舉辦體驗活動。
3. 增加網路行銷提高曝光率及知名度並將活動訊息透過網路讓消費者知道，增加體驗行銷，讓消費者願意上門消費。
4. 藉由收費課程的開設增加公司的營收。

計畫創新

1. 傳統文具書局轉型不再只是被動等消費者上門購買。

2. 透過網路行銷及體驗行銷主動接觸消費者，並邀請消費者體驗產品創造消費者的購買欲望，並將消費層次從需要變成想要，而提升銷售營業額並增加聘用人力。

創新榜

- ① 增加產值 1,280 仟元
- ② 產出新產品或服務 1 項
- ③ 衍生商品或服務數 1 項
- ④ 額外投入研發費用 480 仟元



經營者真心話

第一次申請在計畫執行過程中得到 CPC 的專員給予很多協助，逐步完成計畫成果。並藉由這次計畫協助來運用新創的商業模式及設計美學概念以增加學習教室及跟國內文創及文具廠商的合作，增加更多文創及 DIY 商品，透過網路行銷主動接觸消費者，並與文創及文具廠商合作開設產品相關課程，教導消費者認識產品體驗產品並進而產生購買行為並讓消費對文具的需求從需要提升到想要的購買。

