

自成e派的傳統工藝

# 神斧創意精品刺繡

一點開神斧創意精品刺繡網站，相信很多人都會感到驚喜，原來，那一件件金光閃耀、精緻亮眼的衣裳，都是為神明菩薩量身訂製的。這間從阿公手中傳到爸爸再傳到第三代的老店，有老一輩的手工藝作為靠山，還有年輕人的創意注入，不僅將神明菩薩的衣裳變化出新花樣，讓八仙彩精緻如藝術品一般，還將這些精彩的作品及故事搬上網路，開創出另一條行銷管道。



■全手工精緻亮鑽衣

業形象LOGO就是以八家將表演時的穿著延伸所設計。

雖然是繼承家業，但是周讓廷並不希望只是死守著一家工廠，「雖然鑫得行一直以來的市佔率皆有七

成左右，但是不能等著被別人取代，自己需要先做一些轉變，將企業形象建立起來，並且將市場區隔開來。」他強調，近年來大陸代工的產品傾銷來台，部份以粗工大打價格戰，如果他們不做任何改變，恐怕就要退下來了。

一項需要重新規劃行銷的產品，第一件要做的事，就是導入電子商務作業，將訂單妥善紀錄存檔，也將刺繡樣板拍照歸檔，「以往只仰賴老師傅傳授的刺繡法，因為有了這些照片及說明的存檔，就可以當成是公司的資料庫，之前做過什麼產品，有什麼特殊的刺繡法，都可以再調圖出來研究」。

## 傳統工藝，歷久彌新

周讓廷說，鑫得行其實本來連招牌都沒有，因為以往的業務主力都放在廟宇、廟會上，附近鄰居甚至不知道他們是做什麼的。就跟台灣多數傳統產業一般，鑫得行原來只賣產品，不賣品牌，但是這樣的經營模式到了現在，確實面臨了相當大的考驗。

因為大學讀休閒管理系，所以周讓廷將神明刺繡當作

## 「我

統計過囉，全台灣就屬台南及南投的廟宇最多。」因為跑遍全台各縣市的廟宇，周讓廷可說是個另類的旅遊通。他說當初他跟哥哥從父親手上接過四十餘年的鑫得行老招牌時，他就是全權負責產品行銷，哥哥則是負責所有生產線的管理。為了讓鑫得行跳脫老工廠的殼臼，建立起鮮明的企業形象，他還特別請人設計了一套CIS，成立神斧創意精品刺繡，企

話說鑫得行的前身，原是周爺爺與人合資，從事製作刺繡、神帽、法器等等廟宇用品，後來爺爺與人拆夥後，分得了刺繡的經營權，成立了國欽工藝社。一開始，就是以製作各類宗教信仰繡品為主。當時因為手工製作，需求量大，委外員工將近百人，形成當地一項特色產業。



■桌圍刺繡



■刺繡小飾品

第二代經營者周至雲總經理，從十來歲就跟著父親做生意，他接手公司後將名稱改為鑫得行。當初在大陸低價市場的壓力下，逐漸把工廠外移至大陸生產，只留下十幾名的老師傅，負責研發與客戶服務。由於鑫得行已打響客製化服務的口碑，老師傅可以隨時針對客戶需求做調整，再加上精緻又特別的繡工，獲得廣大顧客的青睞，打下市佔率約70%的基礎。

### 改變形象，從本土市場走向國際

直至近幾年，傳統產業面臨嚴重的考驗，都市化快速發展，現代人對於宗教信仰觀念逐漸變淡，市場也漸漸萎縮，神明刺繡急需快速轉型，因應社會快速的變遷。周總經理認為，當務之急就是開創新的行銷管道，尤其神明刺繡一直沒有其他同業積極發展企業形象，台灣內部市場無法再擴充，更別提海外市場的開拓。

周總經理認為，除了台灣本土外，東南亞地區是另一塊可以積極開發的市場。但是，神明刺繡行業要走出去台灣，先得樹立品牌形象，於是，鑫得行到了第三代經

營者手中有了關鍵性的轉變。周讓廷先是成立了神斧創意精品刺繡，重新擦亮神明刺繡的招牌，打造自家企業形象，並且憑藉著創業四十多年的硬底子，以一流的設備，優秀的研發人才，獲得市場青睞，並規劃設計一連串的行銷活動，一步步邁向國際市場。

另一方面，周讓廷也開始委託專員設計公司網站，將企業理念及產品以數位化模式行銷到網路市場。「不過之前做的網站因為無法自己維護，花費鉅資做好網站後，還得不斷付出更新成本。後來透過開運團隊接觸到縮減產業數位落差計畫，在團隊輔導下規劃出新網站，並且學會自己更新維護，效益比之前好多了。」周讓廷說，e化只是一個想法，要落實它需要找到好的工具跟助力。

### 開運之後，輕鬆開發e市場

周讓廷表示，目前神斧創意精品刺繡的產品朝多元化發展，積極開發具有地方文化的藝術品及實用刺繡品，更發展附加產品，如神明公仔設計，建立年輕有活力的企業形象；除了產品不斷創新外，從外包裝、產品型錄、DM等等，都做了有如精品般的展示設計，產品也成功外銷至海外新加坡市場。



■神明衣

從鑫得行到神斧創意精品刺繡，設計生產的商品已經超過一千多種，其中包括兩大類商品：其一是量產的商品，其二是客製化商品。「只要訂一定數量以上，我們還提供免費

量身訂製的設計。」周讓廷說，因為網站提供資訊閱讀便利性，讓客戶不需要每次訂貨都跑到公司來。

不過，網站架設完成後，周讓廷還是持續全台廟宇跑透透，「因為廟宇及廟會還是我們業務的主力，網路是讓更多人可以知道我們的存在，讓潛在客戶自己上門來找我們。」他說，網站受輔導完成後，每月的交易數量從200筆增加至300筆，總體訂單也從50萬增加到100萬。特別的是，網站的消費群有一部份是將神明刺繡及週邊商品當作藝術品或裝飾品，而這個客群也是神斧創意精品刺繡下一階段的市場目標。



### 開運頭家小檔案

- \* 公司名稱：鑫得行—神斧創意精品刺繡
- \* 公司成立時間：民國55年
- \* 員工人數：10人
- \* 資本額：NT100萬
- \* 自慢商品：宗教相關繡品
- \* 網址：<http://www.shenfu.com.tw>
- \* 輔導開運團隊：台南縣電腦商業同業公會

### 頭家開店小撇步

參與縮減產業數位落差計畫，讓神斧創意精品刺繡成功開創另一條路。在網站完成後，周讓廷初期先投入免費的網路論壇，作為網站推廣，並且積極參與各大論壇的討論，目前於YAHOO、GOOGLE搜尋神斧創意或神明刺繡，排名均為第一順位。網友在瀏覽網站的介紹及神明刺繡背景時，神斧創意精品刺繡的年輕化形象也同時深刻地留在腦海中。