

六品紙業有限公司

高雄市

開禪頭家小搵窠

公司成立時間：民國83年

行業別：批發及零售業

公司人數：18人

資本額：300萬元

年營業額：600萬元

主要營業項目：金紙類、蠟燭類、香類、
佛具、神桌等

網址：<http://derjinn.so-buy.com/>

e化成功工具：企業網站

輔導開運團：伺服網路(股)有限公司



賣金紙 也可以e化

賣金紙也有網站，會不會太時髦了些，相信對初次瀏覽網站看到六品公司網頁的人，腦裡第一個閃過就是這個問號！

走進六品位於屏東工廠，一排排各式金紙井然有序的陳列在兩邊，生產的金紙包含四方金、福金、壽金、天尺金、發財金、銀紙、小紙、庫錢等，這裡供應著國內將近十分之一的金紙市場，年營業額約600萬，是國內重要金紙供應商之一。

六品紙業的老闆江琇文才40出頭，與夫婿在民國83年一手打造六品紙業，除屏東工廠外，目前在台中及南投各設有直營門市和辦公室，就近服務經銷點以方便上下游供貨，當然除生產金紙外，六品也銷售佛具及神桌等各項祭祠用品。



◆蓮花燈

目前，在台灣金紙市場知名度還算高，但金紙產業是我國傳統民生工業，是個資金密集且相當需要安全的產業，但台灣紙業近年來，飽嘗資源短缺之苦，時勢對六品紙業而言，短期間尚不構成任何影響，但江琇文的遠見，讓六品在今年正式透過網路，轉型成虛實合一的經營模式。

六品從B2B走向B2C

江琇文表示，一般人對金紙店的印象，大都是藏在香火鼎沸人潮洶湧寺廟邊，阿公



◆整齊的工廠，陳列著所有的金紙種類。

阿媽在賣的老店，與「e化」這樣的字眼實在很難劃上等號，但江琇文認為，e化是時勢所趨，六品紙店率先帶動，一方面藉由e化接近市場，另一方面透過e化擴展供應鏈體系，藉以擴展銷售深度及廣度，於是e化的念頭開始在江琇文心中盤懸著。直到今年，在同業介紹下，認識「縮減產業數位落差計畫」開運團員之一的伺服網路科技股份有限公司副總楊敏瀟，這一場e化工程正式展開。

談e化，江琇文其實一點都不陌生，早在十年前，六品內部只有六至十人的時候，江

圓夢開運團 頭家e就發

琇文就投資近60萬預算添購電腦，先從企業內部e化做起。不過六品的e化主要是內部各生產作業流程，對於上下游，主要還是以傳統方式連繫，因此，六品e化的第一步B2B做起，逐漸發展B2C！

伺服網路開運團協助六品架好網站，透過後端平台，包括了更新、升級、教育訓練，並每個月租費2,100元方式，提供六品所需要的e化工具，在內容上，伺服網路提出「接近消費者、擄獲消費者」的訴求，找出網站的主要精神。

慎終追遠e代相傳

江琇文說，金紙業是傳統的文化產業，但對於Y世代的年輕人，卻是陌生的東西，現在的年輕人已沒有人分的出什麼是大銀、什麼是小銀、福金，當然不知道如何依不同的祭祀，購買不同類型的金紙，但燒金紙是中國傳統幾千年的歷史，藉由年輕人喜歡上網找資料、聊天，江琇文直覺e化後，至少可以影響年輕族群，慎終追遠的文化自然就可代代相傳。

不過，江琇文也說，一般民衆都已經習慣拜拜時，到附近的金紙店或是廟宇附近的攤販購買祭拜用品，要消費者上網去購買，短時間確實難以改變消費行為。因此，為讓網頁能發揮最大的影



◆蓮花蠟燭

響力，伺服網路協助六品規畫了「三部曲」，來逐漸完成階段目的。

網站三部曲

六品紙業電子商務網站以不同會員等級帳號方式，分別提供主要大盤經銷商，傳統經銷商，零售商及消費者不同電子商務服務，提供線上購物機制，六品的第一步，先從現有通路商下手，鼓勵現有下游通路商使用六品紙業網站的購物功能，並給通路商極大優惠的折扣價格。讓通路商習慣網路下單，可節省過去人工作業花費的聯繫成本。

第二步，從需求量大的消費者下手，從



◆齊全及多元的產品讓六品成為國內主要金紙供應廠。

市場中找尋對於祭祀用品需求量大的族群(例如：國內隨處可見的大小型廟宇)，並與國內物流業者合作，定期將產品送達消費者手中。同時江琇文靠著網站的交易記錄，很清



◆六品網站內容相當豐富，其線上下單功能，減省不少時間及成本。

楚的知道消費者要什麼種類的金紙、了解什麼時間該訂貨等，此量身訂作的服務對於消費者而言，省去了不少時間及心力。

六品的第三步則是跨入大眾消費族群，取代過去消費者自行到金紙店購買的習慣，以讓消費者能夠習慣需要金紙就上網訂購的新購買模式。利用網路購物付款方式，產品就會自動送到家。同時為了教育廣大消費者瞭解傳統金紙的民間習俗，網站上還陳列各式各樣金紙用途及祭祀的方法。

網站成立不到二個時間，市場資訊連結率高達90%，原本一張訂單需要2-7天處理時

間，現只要半天就行了，而對於客戶回應時間也從原來的3天縮短半天，最重要的e化後營業額增加了40%左右。

e化後的效益讓江琇文嚐到科技帶來的效果，讓江琇文進一步希望用進一步運用科技的方式，將金紙融合到現今的社會中，受到老、中、青各個年齡層的接納，喚醒大家慎終追遠的孝心，並將老祖宗傳承下來的祭祀用品保存下來。

江琇文在網站成立慎終追遠區，教導下一代的年輕人依不同的祭典，使用不同金紙，



◆ 寵物墓碑

六品紙業 專業·創新·優
高雄市三民區建武路112號 TEL: 08-726-1

拜神之金紙用法

象神名	金紙名
玉皇上帝、三界公	盆金(尺六、二尺)、天金(中天金、小天金、頂極天金、大天金)
諸神	頂極(大極、小極)、壽金(大、小花金)、大路金、小路金、太極
福德正神、土地公	福金
相靈	大線紙
冥府鬼差	小線紙
祭祀謝神冥禮	高錢(白銀、黃高銀)
諸神部屬	金白錢、神馬、甲馬
納入棺內死人用	庫錢
補運	本命錢
放逐小鬼時給零用	外庫錢
行冥時懸於用戶	白高錢
鬼衣	經衣
註生娘娘12婆姐之衣	婆姐衣
陰鬼之衣服器具	五色紙
謝神或消災解厄	極莊號八六甲十二元圓陰陽錢
用於消災解厄	替身(白虎、天狗、五鬼)

◆六品的網站中，有教消費者如何依不同的祭祀，選擇不同的金紙。

以及使用的由來與典故。

從網站中嗅到寵物商機

其實，對六品而言，成立網站的最大的目的是「接近消費者」，六品從工廠生產→大批發→成立門市到成立網站，就是希望能一步步接近消費者，從消費者身上瞭解現在市場最需要什麼，六品能從中發掘商機。

六品的網站上，內容相當豐富，除了產品種類及知識外，居然也有寵物的金紙。六品經理林生祝說，養狗或貓是時下年輕人的風氣，這些寵物陪伴他們的時間可能比家人還久，因此當狗兒往生後，主人除了不捨，也希望狗兒來生能夠投胎當人，或者希望在另一個世界也能過的好，所以會依習俗燒些狗骨頭或狗房屋給逝去的寵物。

所以，六品率先其他的業者提供這項貼心的服務。而這些都是架設企業網站後，從與消費者互動中得來的靈感。

此外，六品的網站還能看到用不同造型的金紙，除了眾所皆知的蓮花、金銀寶外，還能依消費者的喜愛做出不同的造型，例如飛機、船等，聽來雖然好笑，但是不過透過網站，消費者怎麼知道原來金紙也有這麼多變化。



◆寵物墓碑

對於六品紙業而言，能夠打入大眾消費族群的消費習慣，就可無地域限制的銷售產品，只要能夠上網的消費者，就可能成為六品紙業的潛在客戶。

未來，六品將透過網站發掘更多潛在的

市場需求，更多貼心的量身訂作，誰說金紙不能e化呢？

頭家經營小秘笈

一般人對於傳統產業e化仍存在疑惑，究竟什麼樣的產業適合導入e化呢？江琇文表示，其實任何產業、任何商品都可以e化。六



◆ 寵物墓碑

品在e化過程，最大的障礙是改變經銷商的下單模式，六品的經銷商很多都還不習慣線上交易，因此，六品花了許多心血，包括給多優惠折扣，快速交貨等誘因，慢慢讓交易成為常態，只要有心，都可以在網路上做出一片天。

開運團輔導心得

燒金紙是我們中國傳統幾千年的歷史，惟近年來受到國內產業結構改變、產業外移、市場飽和等經營環境因素影響，面對現今造紙產業外在激烈的競爭，屬於傳統製造

業的六品紙業面臨挑戰，極需注入新的元素，才能保有既有優勢。

透過資訊科技及網路行銷的優勢，以及六品紙業產品專業知識與經驗，使其在供應鏈體系中具備特殊的競爭與整合優勢。建置六品紙業電子商務網站，具體可帶來之效益如下：

1. 整合下游通路運作，提昇產業的競爭力
2. 改善營運效率，降低營運成本
3. 自行管理的網站建置，提升業者資訊能力
4. 擴大市場、創造商機

六品紙業建立網站的主要目標並非改變傳統的經濟法則或基本商業模式，而是提供創新的e化商業模式，透過網際網路拓展產業商機的同時，能雙管齊下透過e化的商業交易流程，使垂直產業及水平產業間交易流程能更同步，突破企業長久以來傳統的經營模式，運用有效的工具監控市場的變動性與複雜性，進而決定正確的行動方向。