

# 春稻的創業與行銷

● 陳春稻 ●

78年春稻開始從事零售業，在這之前做過護士、飯店櫃台、中西藥外務員、會計、電話秘書、期貨公司小妹、保齡球記分員，換工作的原因是對工作沒有新鮮感，認為應該可以學的都知道了，做保齡球記分員，只想學好打保齡。記得21歲那年，一個人看報紙到台南應徵做倉管，那是我首次到台南，實在有點害怕，那家餐廳有40~50個員工，我從倉管做到會計助理至總會計，原本辦公室有3人工作外加一位副理，後來3人工作我一個人做，外加餐廳出納工作，期間我做了一件轟動的事，當我做帳時發現進貨數量與價格很奇怪，便抽點進貨數量，果然沙朗...明蝦等進貨單寫30斤，實際價格只有20斤，經過市場調查後發現市場賣200元，我們進價為300元，太不可思議了！老闆知道此事後要那商家每件進貨須經過我簽名才算。更奇怪的事是鐵板燒師父10餘人加西餐廳吧檯師父，集體揚言要離職，看老闆要他們，還是要一個小會計，他們兇神惡煞模樣到現在還令我難忘（對當時還是小女生的我，內心很害怕但想想理直也就氣壯了。15年後，在台南一家書店，巧遇當時的老闆，問我在哪工作，我給了他名片，他笑說：嘿！比我開了還多很多家店，就走人了。）我會心一笑，當時他很不會知人善用，而且我做四人的工作只領一人薪，他太吝嗇了。所以現在我對工作伙伴從不吝嗇，即使我先生（曾經做過銀行工作的他）每年都告訴我公司的薪資過高，我的想法依然不變，我要讓我的員工在春稻上班是光榮的。

那些工作經驗訓練我膽子變大了，因為

以前的我怕生，而且不擅長與人交談，大學聯考沒考上，便從澎湖到台北工作，接著高雄、台南到台中，從小就很獨立有正義感的我，真的吃了不少的苦，還好高中體育第一名畢業的我，有著運動家的精神，堅持、耐心、信心，奠定我創業的很大優勢。這還得感謝我的高中老師對我那麼嚴格，還要我以身作則給學姐、學妹跟進，這使我在全省設立分店時，自己做前鋒銷售員，順便訓練新的工作伙伴，我要他們跟我一樣認真有耐力，眼明手快，知道客戶需求、要有親和力、什麼樣的顧客須要時間磨、什麼樣的顧客須要成交快速、如何看顧客心理，且膽大心細，這樣才能成為良好的超級銷售員。

78年沒有錢就做生意，82年沒有錢就買房子，我常做天真膽大與別人不一樣的事。做生意我遊說商家商品讓我寄賣，買房子，我告訴賣房子的人我只能付30萬，其他如果能貸款我就買（其實30萬也是借來的）78年在景氣好的時候，我在百貨公司賣烏龍茶每斤600元起，茶店的人笑我”憨人”那有可能有人去百貨公司買茶，也有人說在百貨公司茶葉賣那麼便宜太可惜了。現在還有人問我會有人會到百貨公司買茶嗎？我回答每個月平均要賣1000斤左右烏龍茶（其實我有10家分店只要一家賣100斤，就有了）那人有著不可思議的表情。除了賣茶，我們還賣茶具，台灣、大陸都有，直到81年賣到大陸茗壺17萬被退貨，顧客經過鑑定說是假貨，寄賣的商家又說保證真品，這事件對我影響很大，做自己不內行的事業是很危險的，沒信用，生意作不久。82年我到高雄找親戚，在那附近

有家藝廊賣很不一樣的茶具，他深深的吸引我，哦！怎麼有那麼像”土”做的茶具，好喜歡哦！我告訴老闆自己在做生意，想批發去賣（其實我很捨不得賣）買了6萬多元的陶，回台中後每天在家越看越得意，連睡覺都在笑，太愛了。忍不住帶到百貨公司的專櫃，讓朋友欣賞。想不到好多人也和我一樣喜歡土做的茶具，這才打醒我不賣大陸與台灣製模具茶壺，太普遍了，我澎湖的老媽說我頭殼壞”古奧”、”古臭”的東西那有人要買。從此我開始賣台灣陶，是我的事業也是我的興趣，當時在台中沒有一家賣台灣陶的店。經客人介紹才到陶藝作家拜訪，自我推銷告訴他我的經營理念，我告訴他我很會賣東西，請他作品給我寄賣看看，結果一個介紹一個，5、6個作者的作品給我寄賣，而他們有一個共同點，經濟苦哈哈，通常老婆賺的錢都比他們多、還有對創作陶的堅持與狂愛。因我認為台灣本土陶市場還很小，而且藝廊又賣不實際的價格，往往是本錢的4~6倍，貴貴買、少少賣，所以市場很有限。

第一次買陶，我感覺像”盤子”一樣被坑了，但我感謝高雄那家藝廊，讓我有機會買陶、賣陶、玩陶、認識做陶的人越多，我越想開很多家店，甚至全省的店，幫很多人賣陶、很多人可以欣賞陶、買陶回家用。在百貨公司我所賣的陶13年都一樣，沒有8折也沒有9折，10年前有內行人說我春稻，不用多久就可以關門了，因為賣陶的價格太便宜、沒利潤，我一笑置之，買陶不打破可以用一輩子，而且買多了家裡放不下，買的會有限。買茶一個月、二個月喝完了還要再來買，買茶無限，是消耗品會有很久的顧客。

我拜訪台北賣陶藝廊（現在已經沒做了），與那老闆深談至清晨，真是高興收穫

不少，而且信心滿滿。我是行動力很快速的人，而且也像海綿一樣吸取我需要的專業知識不固執，不好的重新改良，變成我的東西。這些年只要我碰上問題，我總是找人問，問到統合適合我的東西，再去執行，我覺得這樣出差錯就變少了。我的事業證明我沒有學歷並不代表沒有知識與能力，我知道我的工作態度、認真、有耐力、肯學習、心性像陶土一般樸實，讓我有競爭力。而且我有天生的危機意識，沒有創新就等於會被淘汰，沒有吸引力。有一年台中雕刻壺很流行，茶壺價格很好，我3、4坪大的專櫃業績百萬，因為茶壺一只有時20萬左右照賣，當我發現大師級的雕刻壺可以在幾分鐘內完成一支而且賣5、6萬時，小女子我忍不住跑去告訴大師（雖然只有幾面之緣），請他小心雕刻壺的市場可能很快會”敗市”當時他的壺賣到一只 30~40萬照賣。當我知道賣雕刻壺會傷害到顧客信用時，我停止不賣，即使很好賺我也不賣，還好有一位作者聽了我的建議，慢慢轉型成功，這使我專櫃的業績在雕刻壺的市場大風暴時，不受影響，這時我開始賣陶土的花器。

大約在5年前左右，我在中部一家大型百貨設立專櫃，常常領前三名業績獎金，有一天他的組長告訴我要我們春稻撤櫃，我驚奇不可能，我業績那麼好怎麼可能，沒有理由，左右鄰櫃小姐告訴我，老闆娘說只有你不送禮、不送紅包，送了就好，我回答說”胡扯”沒這回事。當我弄清楚，原來業績抽成進老闆口袋，私下送禮、送紅包進主管口袋時，我唾棄此事二話不說撤櫃，我認為這支柱子中間已經開始蛀蟲嚴重了，果然幾年後真的出現問題了，我覺得那是正常的，原本氣憤的我想寫一封信告訴百貨公司的董事長這回事，但小主管說老板娘對不起，這

麼大的樓層我的主管認為你的好業績對他平均後的業績不受影響，擺明只有我不送禮、不送紅包而修理我，可見這種惡習是私下光明正大的，因此我打消寫黑函的念頭。我們在百貨公司現場我們烘培茶葉，用茶香吸引顧客。80年在百貨公司現場手拉坯，拉小花器送客人，曾經排隊的顧客有150公尺長好驕傲哦！還有個小朋友告訴媽媽說：媽我的手抽筋了(因為手上拿著喜歡的，剛拉好、濕的陶器，捨不得動)全場的人都開懷的笑了。我們做過台灣第一張陶藝電話卡、台灣百壺圖(100個作家100隻壺)我的工作團隊是真心對待的，精心挑選的，好的工作團隊，才有好的成績表現。其實任何傳統行業在快速變遷的時代，沒有創新等於淘汰，現在台灣商品仿冒力特別強，商品行銷策略也一樣，外國貨打擊台灣貨，成本懸殊太大，商品價格競爭力太弱，我們不斷創新商品給人家仿冒，行銷策略一直變，這兩年來一直都是如此。近年來我們不斷的在改變，創新領導潮流或符合潮流，過去每幾年便要修正一次，這幾年市場變化非常快速，每年甚至半年3個月，便要調整策略，變化太大了讓人有些憂心。在百貨公司設立專櫃競爭十分嚴重，要命的是惡性競爭，13年前茶、陶只有春稻一家設百貨專櫃，現在類似專櫃有十來家，今天我們創作新商品賣1000元暢銷，沒幾日人家做類似商品賣800元，商品生命週期太短了。我們在想如何做到無法仿冒，但是太難了。

台灣的烏龍茶全世界有名，目前比較不受市場變化影響，我想我們的本土陶應該走向量產化、精緻化、規格化，且具有很強的台灣本土味，是否這樣在面臨全球地球村時代的來臨，具有一些競爭力?策略聯盟是否對我們會有所幫助?台灣的傳統業如何因

應，新的知識經濟時代來臨、改變、提升...。是否善用顧客價值的資產，創造而成爲財富...。👉

---

本文作者係春稻藝術有限公司負責人

---