

7-ELEVEN的小故事

一、7-ELEVEN 的起源：

1927 年創立於美國德州，剛開始命名為『南方公司』，主要是賣冰品、雞蛋、牛奶。到了 1946 年，為了提供更『便利』的服務，將營業時間延長為早上 7 點到晚上 11 點，於是『7-ELEVEN』傳奇性的名字誕生了。到了 1999 年，南方公司正式改名為 7-ELEVEN，目前遍布 20 幾個國家，平均每天有超過 2000 萬的各種種族、膚色、生活習慣的顧客，接受 7-ELEVEN 全天候 24 小時的服務。而台灣是既美國、日本之後，世界上第 3 位擁有最多 7-ELEVEN 的國家。

二、7-ELEVEN 在台灣的经营史：

自民國 67 年，統一企業集合資本，創辦了『統一超級商店股份公司』，隔一年有 14 家『統一超級商店』在全省開幕，但連續 6 年都在賠錢。後來在民國 69 年嘗試跟美國南方公司合作，第一家 7-ELEVEN 正式進駐台北市，憑著二十多年的努力，從賣茶葉蛋、熱狗等熱食，溫暖了許多夜貓子，結合了許多合作的廠商，以及統一的企業經營團隊（宅即便運輸、星巴克Starbuck也是統一集團開的），不斷提供各種服務，創造出『7-ELEVEN，您方便的好鄰居』形象，儘可能滿足各個層次的顧客需求，讓國人能享受到更便利、更簡單的生活方式。

三、外觀的視覺印象：

- (一) **企業形象經營**：有統一的企業形象、色彩飽和鮮明的招牌標誌、企業標準色（橙/綠/紅），店員亦有統一的制服。
- (二) **重視日光照明設備**：冷藏與保溫設備皆有不同照明，天花板使用數十枝日光燈管使空間乾淨、明亮，讓消費者看的放心，買的安心。

四、便利化的經營模式：

- (一) **商品便利**：便利商店開設密集，又附有各區域的物流中心，商品的流動調度、新鮮度不成問題，齊全的程度也能利用資訊設備來控制。亦有販賣熱食，熱食主餐（便當、麵食）跟點心（包子、關東煮）為重要的銷售產品。
- (二) **價格便利**：知名企業（統一企業）擔保，大量的採購以便壓低成本，所以偶爾也能以折扣的價格回饋給消費者。
- (三) **服務便利**：店內空間開放採自助式購物，還兼有多項便利服務，例如：代

客傳真、影印、貨物代收，現在許多店面也設有提款機，偶爾也推廣公益活動，如飢餓30。

- (四) **時間便利**：全年無休 24 小時營業，解決夜貓子在覓食與購物的煩惱，也提供晚歸人口心理上的安全感。
- (五) **空間便利**：外部開店的位置清楚，內部的陳設排架一致、整齊，讓人辨識商品容易。
- (六) **距離便利**：家中方圓 1 公里內即有 1~2 家便利商店，現在更與許多車站、校園、百貨公司結合，將分店設置於這些地方，開店的密集度世界第一。

五、廣告媒體的宣傳：

宣傳的管道有電視媒體廣告、張貼於店內外的平面廣告、網路商店經營，廣告所耗費的資本為每年總收入的 10 分之 1。

7-ELEVEN 官方網頁 <http://www.7-11.com.tw/index.asp> (介紹目前的新商品與新活動)，以及 7-shopping 網路購物城 (可以靠郵購來買東西)。

六、經典廣告詞：

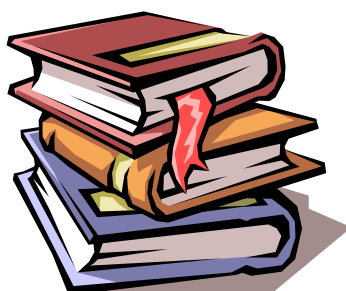
『店還開著呢，真好！』、『您方便的好鄰居』、『有 7-ELEVEN 真好』。

七、主要消費客群：

青少年、上班族、學生、夜間人口、職業婦女

八、經營者：

有一個大公司統籌 (統一企業)，各分店有分店老闆、店長、店員，店員有分為一般店員與分時段計時的工讀生。



ATM 提款機

雜貨店之旅



一、外觀形式

- (一) 藝術品中的雜貨店
- (二) 廣告中的雜貨店
- (三) 真實世界的雜貨店

※ 你印象中的雜貨店是什麼樣子？與同學們分享生活經驗。

二、歷史地理

(一) 雜貨店的歷史

1. 清明上河圖裡的『搖鼓郎』
2. 定點式的雜貨店：柑（斫）仔店

(二) 雜貨店的地理位置

1. 社區雜貨店——位於社區內，步行可到
2. 市場雜貨店——位於市場內，受市場的營業時間限制
3. 幹道雜貨店——位於交通要道上，顧客要自備交通工具

三、經營方式

(一) 販賣商品

1. 菸酒牌：早期是賣菸酒與鹽的專賣地。
2. 民生食品：有賣米、乾魚貨、罐頭、麵線、豆簽、豆鼓、祭祀用品、糕餅，其中米麵粉、糖、豆子可秤斤論兩販賣。
3. 小朋友的零食：抽糖果的遊戲。

※ 你都去雜貨店買什麼種類的物品或食品？

(二) 經營副業

※ 你看過的傳統雜貨店有經營過什麼種類的副業？

四、消費者群

家庭婦女、年老的長者、兒童、與雜貨店老闆建立長久交情的老主顧

五、文化意義

- (一) 濃濃的人情味
- (二) 本土化的衝擊
- (三) 農業時代的結束

7-ELEVEN 便利商店與傳統雜貨店的背景介紹

一、7-ELEVEN 便利商店

1. 歷史

民國六十九年二月，統一企業與美國南方公司（7-ELEVEN 的原創公司）合作，引進連鎖便利商店的企業經營，當第一家 7-ELEVEN 便利商店「長安門市」座落於台北市，明亮的燈光，室內的冷氣與音樂流動，寬敞舒適的貨物架與分類清楚的商品，乾淨的地板與服務生輕切的「歡迎觀臨」，經營至深夜猶如白晝般的燈光，一改國人經營零售商店晦暗的燈光，商品雜亂的印象。剛開始 7-ELEVEN 的經營未必順利，因國人還未習慣在深夜消費，但隨著夜貓族增加，生活作息的改變，便利商店的存在帶給社區人們莫大的方便，因此迅速擴充領土、搶行銷地點、調整商品的結構、加強服務功能，目前除了 7-ELEVEN 的連鎖體系，尚還有全家、萊爾富、OK 便利商店的競爭，如何掌握趨勢來滿足顧客的需求，以及具競爭力的適者生存，成為連鎖便利商店經營的兩大課題，而「效率化」與「異質化」則是業者永不停止的努力方向。

2. 企業經營

同樣是賣民生必需用品，為何便利商店可以迅速在台灣擴張？目前台灣擁有 7-ELEVEN 便利商店約三千多家門市，在企業化與財團的經營下，每家便利商店講求效率、服務與舒適的空間，並以大量的廣告來促銷其商品，其中以電視廣告為最，統一超商總經理徐重仁表示：「要生存就必須超競爭」，要隨時保持彈性和效率，因此，幾乎不定時都會有新產品的推出，販賣類別從民生用品、熟食、禮品、飲料……應有盡有。此外，也提供多樣性的免費服務，例如：繳稅、收水電、電話費、辦理電信申請、宅配服務、提款……等，而且二十四小時都不打烊，滿足現代人講求效率、貪圖方便的心態，且能吸引人潮就有錢潮，商品多寡不是主要的競爭方向，服務品質才是決勝負的關鍵。

二、傳統雜貨店

1. 歷史

雜貨店的台語叫做「柑仔店」，「柑仔」是指用竹籐邊製的容器，用以裝乾貨。最早的雜貨店據說是清明上河圖裡的搖鼓郎，背著木製的架子兜售小商品，沿街吆喝做生意，後來出現了店面式的雜貨店，早期是土造的房子，一直到現在水泥屋拉起鐵門，不變的是貨品林林總總處處堆放，給人一種暗暗的、些微凌亂的視覺空間。而雜貨店的地理位置多半分佈在社區巷弄間、傳統市場裡與交通幹道上。在農業時代，雜貨店靠著可以販賣菸酒而大發利市，因此在門前懸掛著「菸酒牌」有其象徵專賣的意義，迄今在街弄巷坊的雜貨店依然可以看見懸掛的白色菸酒牌，只是現在便利商店、大賣場均有販售菸酒，於是雜貨店的優勢生意便慢慢走下坡。

2. 經營現況

現今的雜貨店經營者，多半是老年人或是婦人，家裡的年輕人大多另謀他職，而販賣的商品種類較少，大多是可以置放長久的商品，或是主婦必需用品如鹽、醬油、米，也有販賣兒童小玩具，但不是古早回憶的紙牌、玻璃彈珠，而是流行卡通小丸子、小叮噹的造型玩具，經營者消極經營，目的不再賺錢，很多時候只是陪老顧客聊天，或是照顧鄰近居民的生活需求。

李仁芳（1995）。7-ELEVEN 統一超商縱橫台灣：厚基組織論。台北：遠流。

黃憲彥、張完珠（1996）。便利商店論壇。台北：中國生產力中心。

林家琛（1999，10月13日）。柑仔店隱沒市區巷弄。聯合報，18版，新竹縣市新聞。

彭慧明（2003，7月19日）。大老闆的話—徐重仁：要生存就必須超競爭。聯合報，C2版。

黃漢華（1999，3月3日）。就在街頭巷尾：便利超商千方百計想讓你利用。聯合報，35版。

創作葵花寶典

武功秘笈 1：本學習單是幫助你在進行創作時，能蒐集到會應用到的『影像』與『文字』資料。

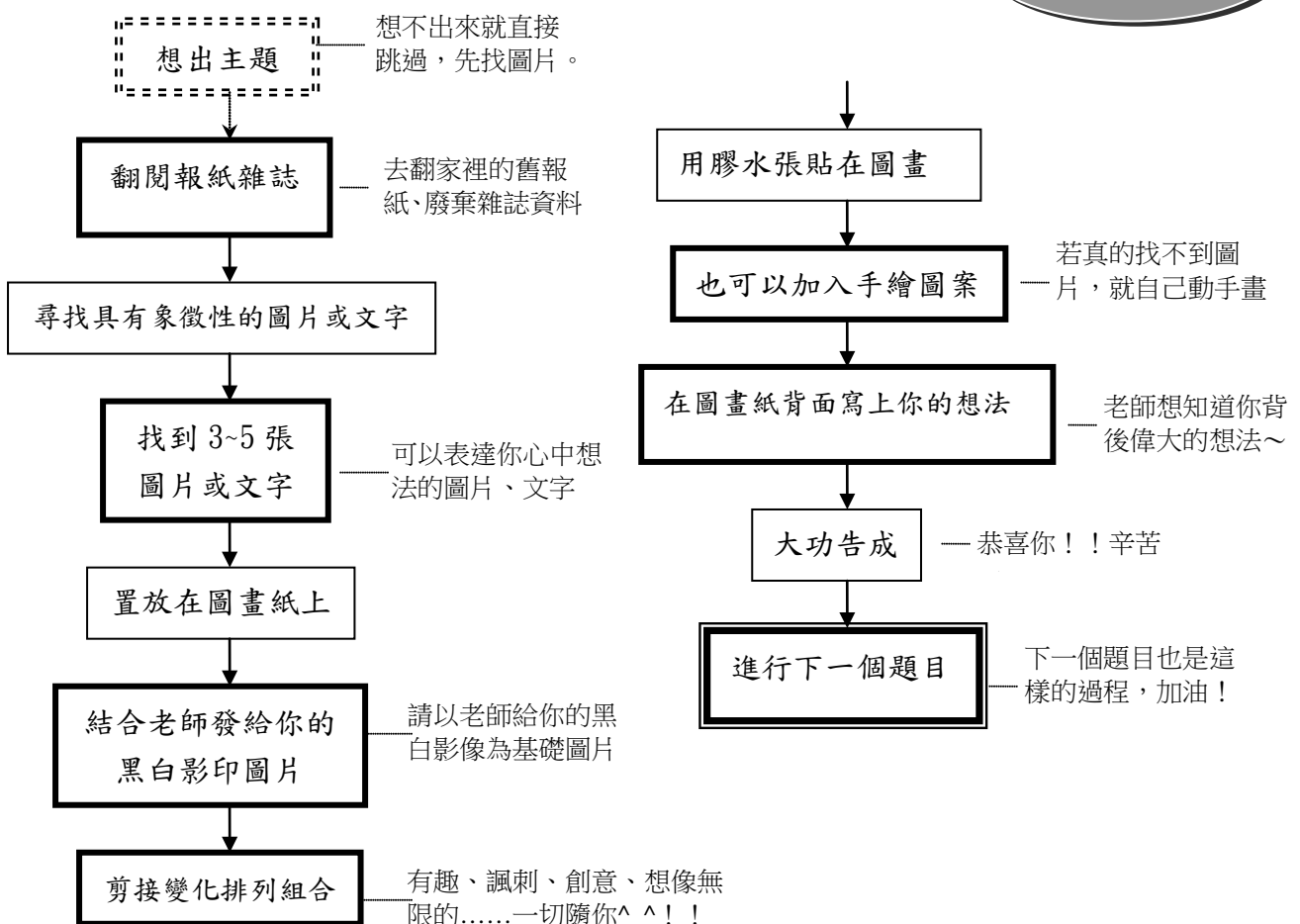
首先找出你想要的『主題』，再發展相關的『想法』，然後去蒐集具有『象徵性』的影像或文字。 ※註：數量不必太多，整個畫面約有 3~5 個影像即可

武功秘笈 2：至於資料如何蒐集呢？你可以從生活周遭的報章雜誌、照片、大頭貼、貼紙、書籤、畫冊、廣告傳單……等，去蒐集相關的影像圖片或文字，若找不到你所想要的影像，也可以用手繪的。

武功秘笈 3：請你『挪用』老師發給你的一件藝術品【雜貨店】黑白影像為基底，再添加其他具有『象徵性』的影像、文字。先不管做出來作品的美醜對錯，重要的是，請『拼湊』一個完整且「有想法」的畫面，並將你的想法書寫在圖畫紙背面。

★題目 1：我對 7-ELEVEN 便利商店（全球化）的想法。

創作步驟圖



★ 題目 2：重建 E 世代的雜貨店（本土化）

PS：以下只是老師提供給你的參考方向，不一定要全部採用，你可以自己做決定。

■ 神奇背景

它的最好蓋在什麼環境裡？	
相關影像	
相關文字	

■ 霹靂外觀

它的外觀看起應該是什麼樣子？	
相關影像	
相關文字	

■ 酷炫活動

它可以結合哪些活動或娛樂？	
相關影像	
相關文字	