

○○○○

2023大數據 精準行銷競賽

○○○○

PRESENTATION

○○○○

我的魚店

ZONG FISH

○○○○



戎的魚店緣起

- 一間以愛女的名字來命名，並希望讓自家女兒吃到充滿愛及最新鮮的海鮮而創立的水產公司
- 三代傳承的海鮮職人
- 一生懸命的精神



關於我們

我的魚店
ZONG FISH

- ✓ 每10尾鯖魚有一尾來自我的魚店
- ✓ 台灣前十大鯖魚加工廠
- ✓ 台灣鯖魚銷售量前三名
- ✓ 送禮自用兩相宜 🍷❤



發展歷程



西元1999年

創立戎的魚店
成立加工廠在高雄燕巢



西元2002年

遷移加工廠至高雄前鎮
主要經營傳統市場



西元2013年

遷移加工廠至屏東潮州
擴大經營市場



西元2014年

建立HACCP系統
完善加工系統



西元2015年12月

網路線上通路成立
(戎的魚店官網)



西元2021年8月

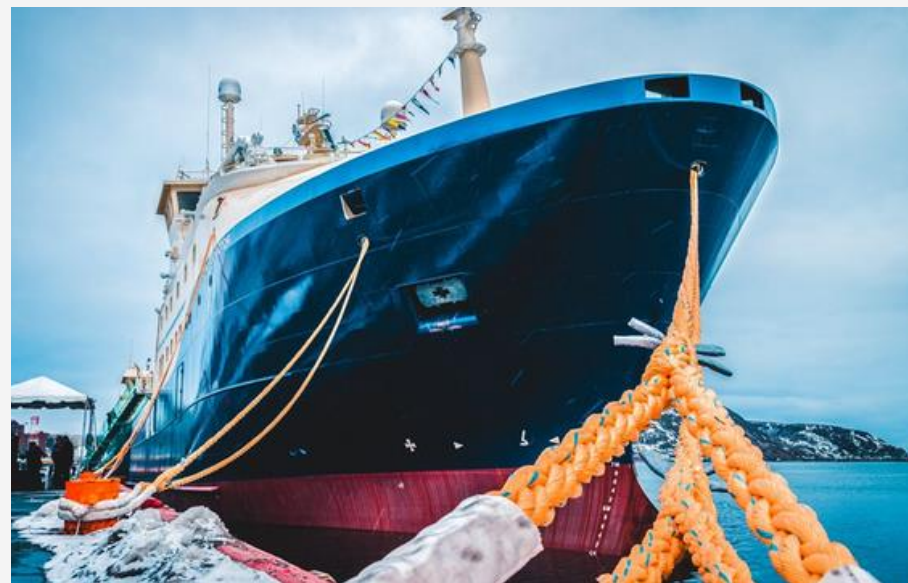
團膳業務通路成立
(988廚房)

主要漁貨來源



國外進口

- 挪威鯖魚



遠洋漁貨

- 秋刀魚
- 阿根廷魷魚
- 劍旗魚



近海捕撈

- 鬼頭刀
- 雨傘旗魚



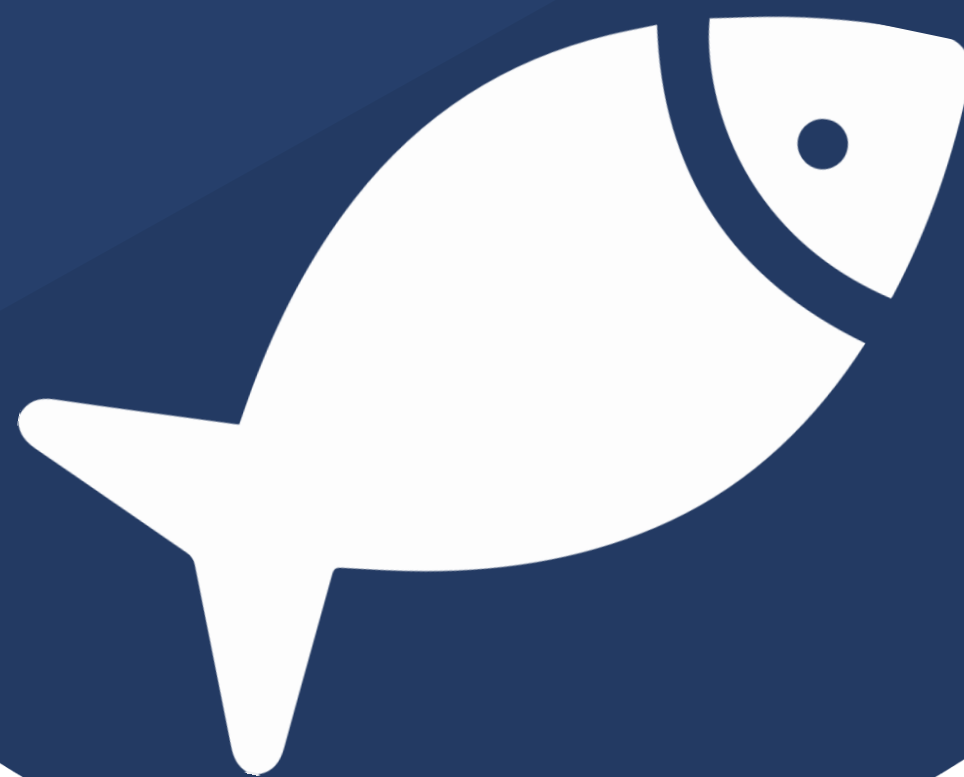
國內養殖場

- 金目鱸魚
- 虱目魚
- 午仔魚
- 龍膽石斑

現有通路

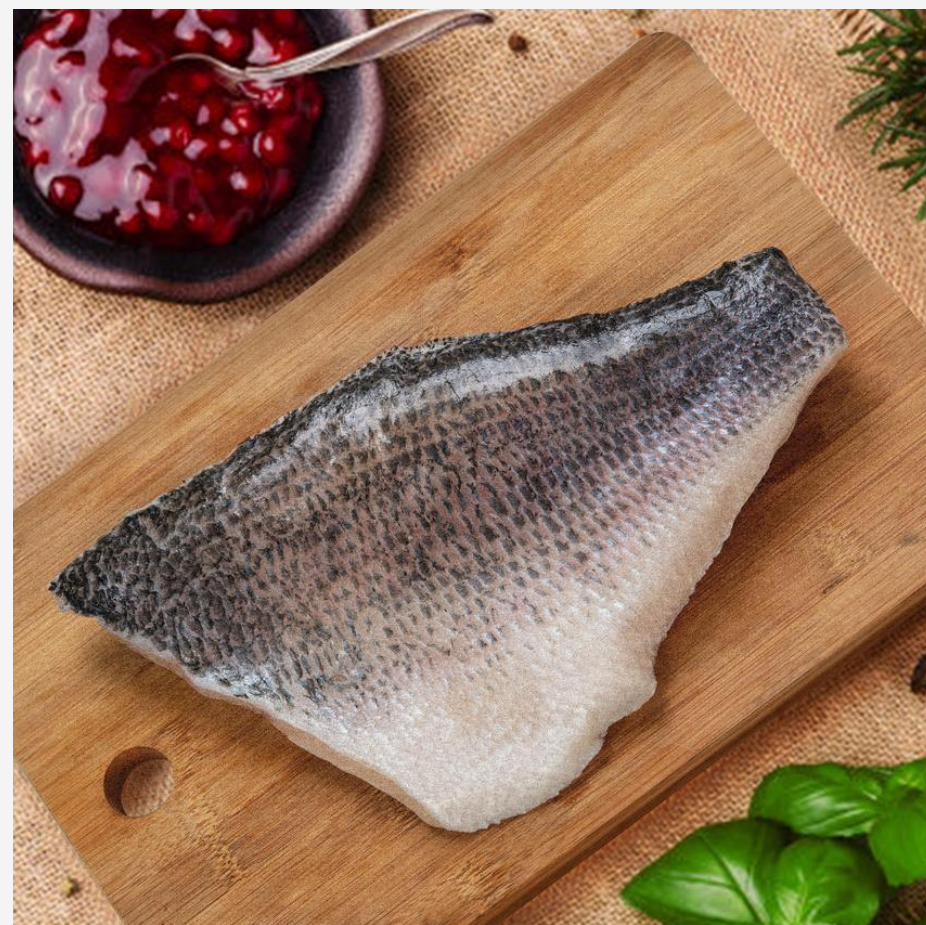


每一條魚
都不一樣

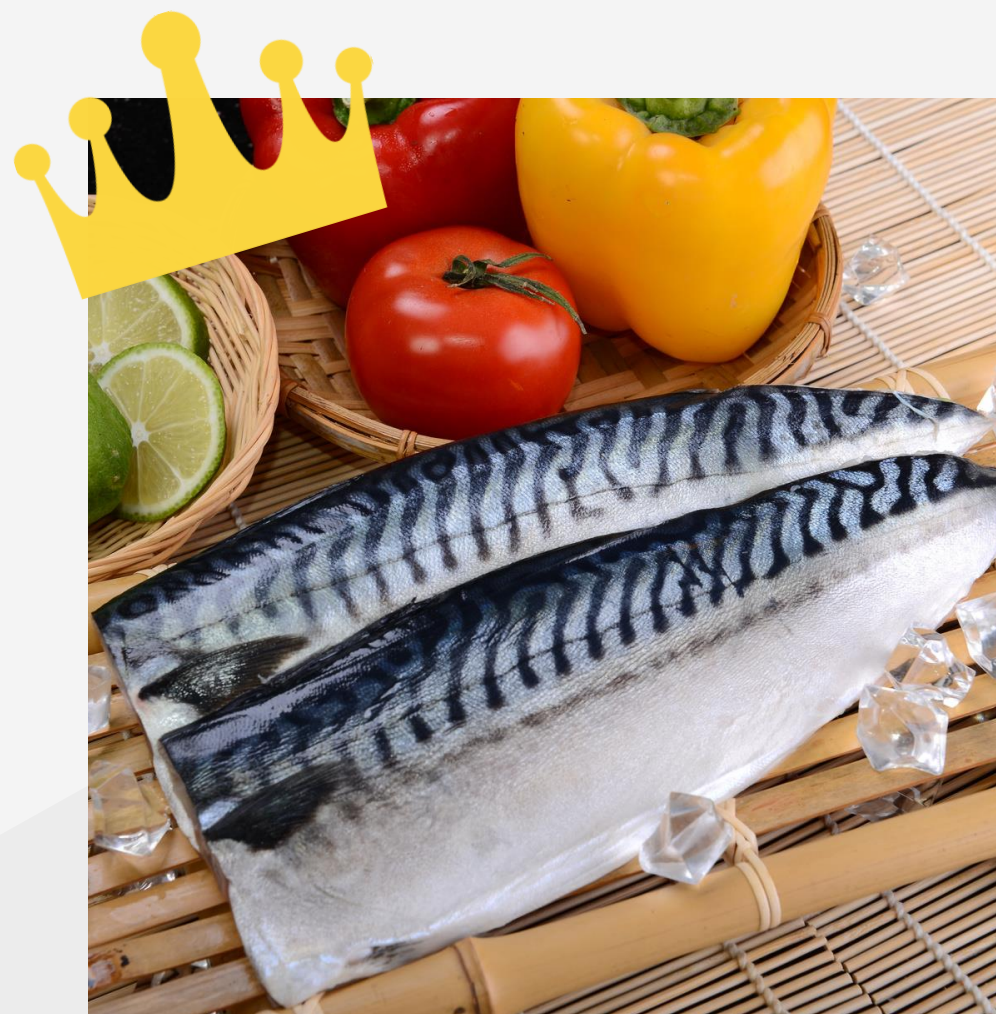




熱銷商品



鱸魚



挪威鯖魚



午仔魚



戎的魚店官網客群

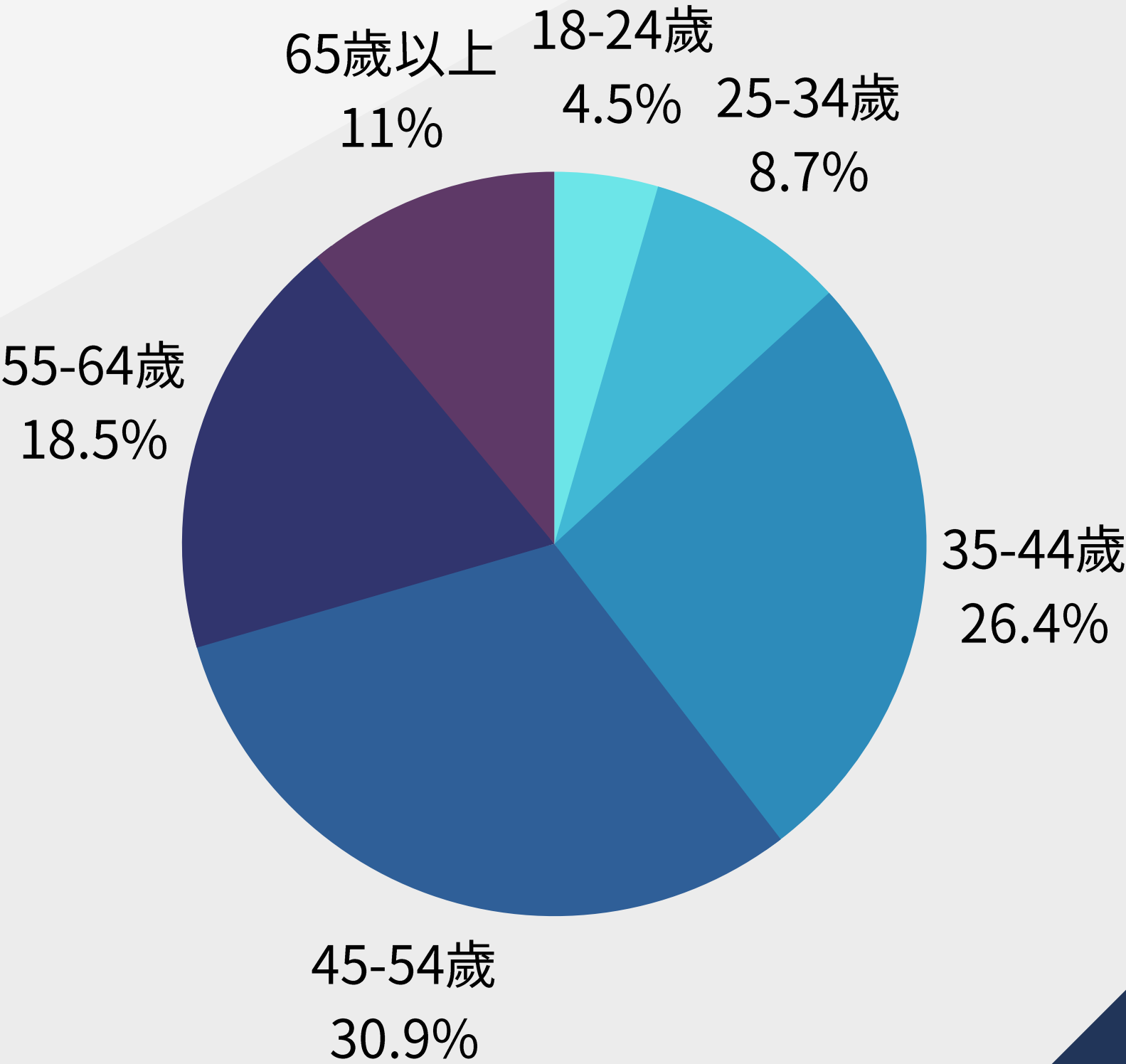


38.35%



61.65%

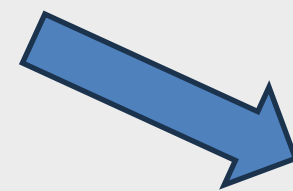
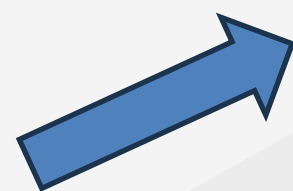
年齡	占比
18-24歲	4.5%
25-34歲	8.7%
35-44歲	26.4%
45-54歲	30.9%
55-64歲	18.5%
65歲以上	11%



消費者採購習慣改變

工廠→大盤→中盤→小盤→消費者

工廠



網購



Carrefour
家樂福



未來展望

我的魚店
ZONG FISH



開發新品



強化現代化通路





主打新品



New!



取代泡麵，健康(蛋白質食品)

魚鱗膠原蛋白麵+綜合海鮮包

無添加一滴水

用天然魚鱗膠原蛋白製成的麵條



競賽主題

競賽題目(一)

利用企業診斷與數據分析，針對戎的魚店提出解決方案與前瞻性的經營策略，預算金額新台幣 100 萬元以內



競賽題目(二)

利用企業診斷與數據分析，針對戎的魚店提出通路策略，可特別著重團購通路方面，預算金額新台幣 100 萬元以內。

競賽題目(三)

利用企業診斷與數據分析，針對戎的魚店提出兩個半年期的數位行銷方案，其一方案預算金額為新台幣 20 萬元及另一方案預算自訂以新台幣 100 萬元為限



戎的魚店官方LINE



戎的魚店官網



戎的魚店臉書 FB





謝謝各位的聆聽

