

黃笙益

民國五十八年生
服務公司：飛龍文具股份有限公司
年資：民國九十二年退職迄今
經歷：營業部量販課係長、企劃課課長
現任：營業部北二課課長

飛龍文具的行銷新生代

來

到飛龍文具位在台北市承德路四段的辦公室，寬闊的會議室四面都環繞陳列了特別為本次採訪而費心佈置的各個飛龍商品主題，從畫材類、修正液到各式書寫筆類，以及最近特別著重的環保商品。企劃課的黃笙益（編按：本書編印時，已轉任營業部），除了一一擺上實際商品陳列展示之外，還加上一個個主題式說明看板；在畫材區的佈置上，更特別加上小朋友使用的桌椅道具，已十足是個完整的飛龍商品展場。

採訪的前一天（編按：民國

九十八年九月八日）正好是飛龍公司創立四十一週年社慶，被同事們親切地喚作「阿益」的黃笙益，才剛剛獲頒年度優良社員表彰，這是他進飛龍六年、第二度獲得此項殊榮。這項依年度表現，並於每年選出優良社員二或三名，以及優秀社員一名的特殊榮耀，必須由飛龍文具目前包括位在鶯歌的台灣工廠約一百一十人，以及北、中、南辦公室四十四人、物流中心二十三人，總計共約一百七十多位

的正職人員中拔擢而出。

因此，眼前這位講起話來活力十足的黃笙益，的確可說是飛龍文具的新生代代表，除了落實各類商品多樣的行銷企劃活動，目前公司新興的網路購物平台發展，最初也是由他負責規畫。



講起話來活力十足的黃笙益，可說是飛龍文具的新生代代表。背景是他特別為本次採訪佈置營造的飛龍商品展場。（民國九十八年九月九日）

勾勒網路購物的服務藍圖

飛龍文具的官方網站早在民國八十八、八十九年左右就已經成立，而在九十五年才成立、至今（民國

由黃筌益勾勒藍圖、以服務為主的飛龍文具網站首頁，民國九十八年。（圖片提供／飛龍）



九十九年）僅四年多的網路購物平台，剛開始主要就是由當時在營業部負責量販通路的黃筌益勾勒藍圖。由於初期的營業額不高，便轉由企劃部門架構出基本商品介紹，做為和消費者互動的溝通平台。

因應蓬勃的網路購物未來趨勢，九十八年剛由營業部轉調到企劃部，負責網購業務的黃筌益表示：「我們的網購和一般的網路購物不同，畢竟還是屬於傳統產業，網路銷售仍有很多的設限，比如折扣不能比外面低，促銷也不能太激進，因為批發商、賣場都會反彈。」

目前飛龍文具的網購平台，主要還是站在服務的立場。黃筌益說明，

因為文具的汰換速度很快，像很多人使用到一支很喜愛的筆，卻經常找不到筆芯可以替換，也沒有後續的服務，而飛龍文具的網站其實就肩負起這個功能。當消費者有需要的時候，只要連上飛龍文具的網站，便能夠在這裡找到很久以前的筆芯，如果確認公司還有庫存，就可以買得到。

也就是說，飛龍文具設置網路平台的用意，出發點原來就並非以銷售為目的，而是因為經常有消費者打電話到公司來詢問，像衣服沾到修正液怎麼辦？或是特定的筆芯要到哪裡買？……等等這些各種商品後續的使用問題，飛龍文具為了不讓消費者感覺不方便，也不希望讓消費者買的Pentel產品變成孤兒，便開始在公司網站上設置留言版，作為互動管道，也提供各種商品的資料訊息，就如同一本目錄隨時掛在電腦上一樣，隨時可以查詢。

黃笙益手中的塑膠鋼筆，是飛龍網站銷售最好的商品之一。



飛龍這款塑膠鋼筆的軟性筆尖兩側導管設計為一側高、一側低，兩側書寫的彈性不同，所以能依照書寫力道和角度方向，產生不同的筆觸效果，很適合作為繪畫勾勒使用，也有音樂系的學生買來當作譜筆畫五線譜，深受消費者喜愛。



後來飛龍因應越來越便利的網路購物趨勢，希望在消費者瀏覽商品的同時，也滿足購物下單的需求，因此進一步建構了目前的網購平台，未來，也可能藉此導入公司行號的大量採購。隨著市場訊息不斷地變化，快速即時的新興網路蘊藏了無限可能性，也促使飛龍網站持續提供與時俱進的多重功能，以滿足消費者需求。

目前飛龍網站上銷售最好的商品是一款單價一百八十元的塑膠鋼筆，受到許多設計師、建築師的喜愛。黃笙益說明，由於這款筆的軟性筆尖兩側導管的特殊設計為一側高、一側低，兩側書寫的彈性不同，所以能依照書寫力道和角度方向，產生不同的筆觸效果，很適合作為繪畫勾勒使用，也有音樂系的學生買來當作譜筆畫五線譜，許多教授都十分推薦。像誠品書店經常針對這支筆作特展活動，但是一般文具店卻不見得有銷

售，很多人遍尋不著購買的管道，所以在飛龍網站上就曾經有人一次訂購十二支之多。

雖然有些特殊商品表現較為突出，但截至目前為止，實際透過網路下單的營業額仍然很少，大約每個月僅有二、三萬元左右，所以飛龍文具的網購平台目前仍附屬在企劃部門，並未單獨成立。黃筌益說明，由於台灣的消費模式和習性不同，一支筆往往在樓下便利超商，或是隔壁的光南門市就可以買到，再加上文具商品的單價又比較便宜等因素，所以台灣飛龍的網路購物，仍有需要克服的問題。雖然如此，由於網路購物在建構上的成本是比較低廉的，相對的投資報酬率也較高，再加上現在飛龍文具其他跨國公司，如日本、韓國的網路銷售數字，都是以跳躍式的倍數持續成長，因此黃筌益對於網路購物未來發展的趨勢仍十分樂觀。

直接與消費者溝通的市場趨勢

曾經參與飛龍網路平台建置的前企劃部次長周賢昇也補充說明，在十多年前的日本文具市場，一般文具通路佔比大約百分之四十五，其他非文具通路的佔比，已經超過一半以上，這是未來的市場趨勢。

他提到：「因為一個商品從製造出來到銷售，經過越多手，對市場的訊息越不清楚，全世界的趨勢都是這樣。就算進入量販通路，也不見得就可以安穩生存，像大潤發、家樂福也都開始有自有品牌，以後又是另一個激烈的競爭。」

所以，能夠直接對消費者溝通、教育、說明商品，並且直接銷售的網購通路，是未來令人期待的方向，雖然剛開始的銷售數字成長緩慢，但他認為，只要之後網路購物的市場成熟，發展就會非常快速。

業界跟進的集盒活動 以專區陳列競賽注入新活力

過去文具業界的行銷活動，大多是針對直接往來的批發商提供招待旅遊，否則就是跳過一層，直接針對消費者促銷，唯獨對於小賣店這個通路區塊，一般很難行銷。但是，最早由飛龍文具率先舉辦的「集盒活動」，卻是個特別的案例。

現在飛龍文具仍每年針對小賣店所舉辦的集盒活動，至少已推行超過十年時間。活動最初是由企劃部針對新款原子筆上市而舉辦「剪盒角送贈品」的活動，任何一家小賣店只要剪下飛龍商品的包裝盒角，貼滿一張宣傳單之後，透過中盤商寄回飛龍公司便可得到獎賞，但反應並不是很熱烈。後來由當時任職企劃部的周賢昇開始針對一些希望進一步搶佔市場的商品，如自動鉛筆芯、油性筆等，每

年舉辦一次集盒贈獎活動。同時也為了避免商品還未實際銷售，或是可能在中盤商即被剪角等問題，最後改由小賣店直接將包裝盒寄回飛龍公司，才為活動逐年加溫。

黃笙益說：「這是飛龍在文具界最成功的一個行銷企劃案例，目前像業界的三菱、百樂大家紛紛跟進。十多年來，很多小賣店已經懂得在不是活動時間內也保留飛龍的紙盒。」他自己則在大约三、四年前就實際感受到這類活動的盛況：到店頭查貨時，滿心歡喜地看見小賣店內整排貨架擺滿 Pentel 橡皮擦的盛況，至今仍令他印象深刻。

從九十八年開始，黃笙益更特別在集盒活動中加入飛龍專區創意陳列競賽，希望在專區創意陳列競賽，希望



黃笙益特別在反應熱烈的「集盒活動」中加入「飛龍專區創意陳列競賽」，為這個行之有年的活動，注入嶄新的活力。圖為民國九十八年七月獲得陳列競賽第一名的光南嘉義店陳列一景。（圖片提供／飛龍）

活躍的行銷企劃活動

訪談當時（民國九十八年九月），飛龍文具正針對強調書寫流暢的ENERGEL極速鋼珠筆，舉辦「要殺要刮隨便你」的刮刮卡抽獎活動。以聳動口號強力行銷重點商品，這款飛龍日本總社近年來開發的新產品，將墨水重新強化，不但保留以前中性筆的優點，更促使墨水的乾燥速度加快，以強調速乾的功能，書寫時手上便不容易沾到墨跡，尤其針對歐美人士較多左撇子的情況，也細心地考量到這部分的書寫需求。藉由活躍的行銷企劃活動，飛龍的文具商品清楚傳達出產品特點，包括抽獎、折扣等活動，更為消費者提供各種購買誘因。



「要殺要刮隨便你」刮刮卡。



「要殺要刮隨便你」於台北久大書局館前店特賣活動現場，黃筌益為消費者解說商品；民國九十八年。（圖片提供／飛龍）

業務人員分身乏術、無法一一輔助各店陳列的時候，可以激勵小賣店自動自發地加強店頭商品陳列。黃筌益觀察，許多門市負責陳列的都是工讀生，除非是因應店長要求，否則陳列品質往往素質不一。因此，他在原有的集盒活動中，加上陳列美化的競賽活動，以此鼓勵門市更進一步發揮創意，也增進門市更多的參與度，因此為這行之有年的活動注入嶄新的活力。

黃筌益說明，藉由集盒活動，原本上貨時沒有用的紙盒，

現在都會被收集起來寄回飛龍公司兌換「二禮券」，很多小賣店的店長便藉此來獎勵員工，將禮券用作開會時購買飲料、點心使用；在店長輪替的過程中，也會彼此交接這項例行的年度活動。因此現在集盒活動反應最熱烈的就屬連鎖通路，像高雄九乘九文具連鎖店有些懂得運用資源的店長，甚至還將飛龍文具提供給賣場的禮券回饋金，轉而當作促銷活動的贈品。這個反應熱烈的集盒活動，現在如果沒有舉辦，反而會被關切地詢問，正如黃筌益所言：「這個案例真的很成功，因為是打到每個上貨人的心。」

文具就是「商品」

對於十六歲就開始跑業務，也曾在專營新潮文具的同業間歷練的黃筌益而言，文具就是「商品」，如何行銷、包裝它，這才是重點。面對商

品，他總是時時刻刻思考著：「我要怎麼賣？」包括觀察自己女兒手上使用的文具時也是如此。對黃筌益來說，商品行銷的道理放諸四海皆準，「只是說這個商品，要怎麼樣去創造

需求？需要它的人在哪裡？我怎麼去把這些人找出來，然後用有效的方法推到他手上。」他最後言簡意賅地這麼說。（文／陳芯怡）



對黃筌益而言，文具就是「商品」，如何行銷、包裝才是重點。



⑤	①
	②
⑥	③
⑦	④

黃笙益 & 飛龍

1. 招待客戶參觀日本愛知萬國博覽會時促狹的留影：2005年。
2. 在文具展上接受中視新聞採訪：2009年。
3. 特為來飛龍文具參觀的心愛幼稚園學童介紹粉蠟筆的由來，並穿插有獎問答，帶動學童的興趣：2009年。
4. 商品說明會上的錄影工作：南投，日月潭，2009年。
5. 與受邀在飛龍商品說明會上演唱的歌手孫淑媚合影：南投，日月潭，2009年。
6. 商品說明會後，招待客戶旅遊日月潭，與營業部同仁、良升文具老闆娘（右一）合影：黃笙益（左二），2009年。
7. 在文具展上上架商品：2010年。

*此頁圖片提供／飛龍、黃笙益。

