



幸運草小市集 鄒華貞的網拍夢

殷顥霖 報導

2019/05/19

幸運草小市集是一家樸素的網路小商店，由鄒華貞在2014年所創立。主打養生的健康商品，機能茶飲、冷凍素食，和遠紅外線產品都非常熱銷，深受不少主婦與上班族的喜愛。

由於沒有實體的店面，我們便約在附近的咖啡廳，鄒華貞大方地分享她這五年來的經驗，一路上經過不斷地摸索，市集才有現在的樣貌。在競爭激烈的網路拍賣中，如何持續獲利，並開發更多的客戶群，鄒華貞自有一套賣家經。

初踏網購領域 取得珍貴經驗

原本是保險業務的鄒華貞，因為個資法的規定，讓她產生了轉換跑道的想法。鄒華貞說，「打電話給別人時，你不能直接講內容，必須先自我介紹。講個兩分鐘後，人家也沒耐心聽了。」個人資料保護法第八條規定，進行電話推銷時必須告知公司的名稱，以及取得個資的來源。消費者也有權利拒絕，並要求停止使用個資。她覺得這樣的工作常帶來挫折感，加上自己也有賣東西的想法，因此決定在網路上販賣商品。

起初，鄒華貞選擇販賣的產品是冷凍手工饅頭，沒有相關經驗的她，花了兩個月從零開始學習製作饅頭，每天用小電鍋蒸出許多的試驗品。經過不斷調整口味和原料的比例，讓饅頭的製作流程更加標準化，成功率也逐漸增加。

「除了做饅頭之外，我也看了不少別人的產品，看他們是怎麼賣的。」鄒華貞表示，兩個月內她想了很多，例如價格、食材的搭配、販賣的主力商品，和預計銷售的客戶群等因素，有時也會在臉書上分享製作的成果，觀察朋友們的反應。

剛開始，鄒華貞在臉書個人頁面上販售商品，「我那時加了很多女生好友，有小孩和寵物的照片，我就判斷她是媽媽的身份。」她笑著說，因為一次加很多好友，常常莫名其妙地被臉書封鎖，她甚至辦了十個不同的臉書帳號來宣傳。「有些男生我也加，他們會稱讚我的饅頭看起來很好吃，能發揮襯托的功能。」

而客戶群一開始就設定是主婦的年齡層，所以比起創立粉絲專頁來發又，個人動態消息的親和力更高。這些好友們能看見實際的製作過程，了解鄒華貞對原料的堅持，也因此手工饅頭的生意順利地上了軌道。



網購賣家不只是年輕人的專利，鄒華貞用時間和經驗證明自己的能力。

(圖片來源 / 殷顥霖攝)

開賣養生飲品 意外大受歡迎

在等待手工饅頭髮酵與蒸熟的時間，鄒華貞趁著這段空檔，開發出了素食的冷凍調理包。客戶也增加了吃素食的族群，「這些素食客戶人都非常的Nice，他們的接受度非常非常高！」鄒華貞解釋，因為素食產品的選擇性較少，只要認真地介紹商品，就很容易吸引客戶，回購率也不錯。即使到現在，她已經沒有在做素食調理包了，幸運草小市集仍然有許多素食的客戶，就是從那時期累積至今。

鄒華貞以饅頭跨出網拍第一步，但她發現手工饅頭的製作與存放成本過高，於是開始轉型。「我其實一直都知道，賣飲料的利潤很好。」鄒華貞說，決定要賣飲料之後，她先試著做了黑木耳露。同時考慮到客戶多為小家庭，木耳露便採用一組二十罐的包裝來販售，再加上免運費的優惠，獲得不少的好評。

因為木耳露的成功，讓鄒華貞有更多的信心，想再推出更養生的產品——靈芝茶。她先調查市面上販售的靈芝茶，發現味道很淡，而且價格也不便宜，所以她決定開發不同於市場上的靈芝茶，於是跑去各地的靈芝農場，尋找適合且品質良好的靈芝，並加入甘草和靈芝一起煮，讓味道變甜。想不到這樣的靈芝茶更受歡迎，連木耳露都不賣了，讓她決定專心做靈芝茶。

一開始的靈芝茶是採冷凍罐裝，解凍後飲用的方式來販賣。鄒華貞說：「後來有很多人來跟我反應，說他們想喝熱的。」於是她又推出水煮和熱泡式的靈芝茶包，提供不同客群選擇的空間，靈芝茶也因此成為市集的主力產品，蟬聯多年來最熱銷的商品之一。



現在除了靈芝茶之外，市集也販售荷葉茶、菊花茶，與舒壓茶等養生產品。圖為荷葉茶的茶包。（圖片來源 / 鄒華貞提供）

當賣家不輕鬆 工作也是學習

鄒華貞和許多網購賣家最大的不同之處，在於她從臉書起家，而不是從網購平台開始事業。「我比較不喜歡購物平台，因為我覺得有些商品，是需要解釋和說明的。」她說，透過親自回應訊息，比起罐頭式的回覆更溫暖。

像是顧客回應靈芝茶味道太苦時，她會詳細告知沖泡熱水的比例，或是加入其他配料等說明。鄒華貞認為即時的回覆，是讓客戶對品牌忠心的原因之一。「客戶會覺得這只是飲料，大不了就找別家店，或是乾脆不買。」市集的退貨率基本上是零，僅有因為地址寫錯而被物流退回的案例，顯示出她對經營網購的信心。

隨著客戶與銷售量逐漸增加，鄒華貞轉用粉絲專頁，以及Line的官方帳號宣傳，將客戶導流至官網。鄒華貞每天都會發佈貼文，五年來皆是如此。有時也會分享健康新知，以及客戶回應給她的好消息。她說：「一天之中花最多時間的就是想文案，還有看別人是怎麼在網路上賣東西的。」

做電子商務看似輕鬆，其實仍有許多瑣碎的小事情要做，例如商品出貨、回覆客

戶的訊息、想出吸引人的標題、尋找適合搭配的圖片、學習架設網站與連結和關注網購賣家社團等。對鄒華貞來說，這些都是全新的領域，因為網拍的工作，讓她學到了更多新知識。

結合業務的經驗 打造一片天

想成為網購賣家，在開始之前就需要考慮許多因素。鄒華貞說，想要在這行業持續做下去，降低成本和提高利潤，是重要的兩大關鍵。她舉例，很多人一開始做網拍，就請人架了很漂亮的網站，又買了網路空間，還有關鍵字廣告等開銷，反而比開實體店面還要花錢。而商品的設計、印刷和包裝也需要成本，印刷不能只印兩三份，一旦開模就要幾千幾萬份，做好之後還要找地方存放，光是這樣就已經花一大筆錢了。

「我一開始也去特製產品的包裝，訂購了很多份，結果不到半年又改了。」鄒華貞說，因為寄貨的方式，包裝常被摔壞，於是又回歸到夾鏈袋包裝，再貼上貼紙的方式配送。她持續調整經營方式，不將資金全都花費在同一處，當獲利開始成長之後，再開發新通路。

鄒華貞把自己定位為決策者，行銷市集的商品和制定銷售方向。最初販售靈芝茶時，她都逐一手工包裝，還找了自己的妹妹與母親來幫忙。但因為實在太忙，而且她發現自己不應該花時間在裝茶包上，於是她改請專人來做，自己則負責品管與出貨的工作。

「其實我覺得自己很幸運，才能做到現在。」鄒華貞感謝地說，網購對中年人來說，是很困難的領域。為了省錢，任何事都得自己來，也因此學到了非常多。

「當你做熟了之後其實不辛苦，只是在調適心態而已。」身邊很多朋友對她的工作感到不可思議，鄒華貞透過業務的經驗來銷售，走出了屬於自己的一條路。

電子商務的世界瞬息萬變，鄒華貞會繼續在網購的領域努力學習，未來也可能跨足到其他平台，繼續賣出更多健康養生的產品。



記者 殷顛霖

編輯 呂奕廷



延伸閱讀

一個賣家的誕生

你今天「敗」了嗎