



門市
活動

排行榜

預購

門市
查詢

線上
DM



來此店「光」顧荷包就「南」顧

研究動機：

當學生缺少文具或生活用品時，第一個想到的總是光南大批發。它不只是購物的地方，更成為我們學生活動的一部分。透過這次小論文，我們希望深入了解光南在學生族群中的成功與行銷策略。



- 產品種類多（文具、生活百貨、3C、影音、鐘錶）
- 門市數量多（全國29家）
- 品牌知名度高
- 價格經濟實惠（批發價）

- 促銷活動少
- 相比誠品、MOMO線上購物平台較弱，以線下為主
- 走道空間狹小

S

W

O

T

- 加強線上購物與物流配送
- 舉辦促銷活動
- 社群行銷，吸引年輕客群例如：Instagram

- 網路平台的興起，對光南實體店面造成威脅
- 實體店面成本上升
- 其他大型連鎖商擁有強大的品牌忠誠度，競爭激烈

結論：

- 光南大批發長年深受學生族群以及上班族的喜愛，包含文具、書籍、3C 及生活用品，常使用大量批發來壓低售價，以達到親民的價格與豐富的商品種類。行銷策略方面相對保守，主要依靠實體店面和傳統廣告方式來銷售商品，隨著網路平台的興起，對光南實體店面造成威脅。
- 光南在市場中仍具備相當的品牌優勢，尤其在價格與商品多樣性方面獲得了許多消費者的認可。同時，調查顯示，較多受訪者願意向親友推薦光南，顯示其品牌形象仍然具備一定的信賴度。
- 建議針對消費者反映的問題進行改善，例如優化店內陳列方式、提升購物環境的舒適度，以及加強員工服務訓練將有助於提升整體顧客滿意度，進一步強化光南的市場競爭力與品牌忠誠度。