

## 台味茄苳袋踏入線上零售 □ Coupang 酷澎邀大稻埕「竹木造咖」型塑新商機

2026. 1. 12.

美商Coupang酷澎幫助「時尚台味」走得更遠！大稻埕商號大華行交棒第四代「竹木造咖」，先是大膽跳脫商圈既有品類、開發出色彩與尺寸多樣的茄苳袋，同步將取材自然的竹蒸籠、木餐盤等上架Coupang酷澎，引領百年品牌投入未來商務。



Coupang酷澎邀請台灣在地品牌、特色商號、中小型企业上架優質商品，專人團隊協助商家建置銷售後台內容，並藉由Coupang酷澎充沛的進站人次提升商品能見度，同時為朝向國際市場邁出步伐。

### 根基於大稻埕 大華行告別南北雜貨改賣茄苳袋

大華行「竹木造咖」的發展彷彿是台灣零售縮影。第四代老闆王泰欽捨不得從小長大的地方失去記憶溫度，放下30多年銷售業務工作，回到北台灣最早發跡的大稻埕商圈。重頭開始摸索的王泰欽，很快發現在大稻埕香菇、中藥等乾貨市場競爭中，他缺少足夠優勢，因此將目光放到烹調、包裝用品、盛裝餐具，並逐漸淘汰效期較短、有庫存壓力的食品。

王泰欽的轉型也歷經許多里程碑，他回憶道，過去會使用蘭草綑綁蟹螯，沒過多久就被更便宜的塑膠繩取代。在大稻埕多樣化的食品商行中，他大膽投入開發各型各色的「茄苳袋」，跳脫紅、藍、綠基本配色，衍伸出黑白相間色或是手搖杯提袋；偶然間，在日本雜誌封面報導後，「茄苳袋」更成為日本旅客造訪大稻埕必買伴手禮。

竹木造咖的貨架宛如復古版的食品包裝行，王泰欽舉出另一個十分熱賣的商品「之前疫情期間，大家在家煮飯要變出新花樣，像這種裝菜的盤子『甘模仔』就很受歡迎」，竹木造咖的實體店面在新冠疫情期間同樣慘淡，同時女兒們將開始嘗試網路銷售，意外開啟新藍海。

### 眾多品項快速上架 酷澎為小型企業省人力

負責線上銷售的Esther 畢業自觀光科系，笑說回到家裡幫忙也算是「國民外交」，由於店面貨架陳列數量終究有所限制，因此在家人支持下開始探詢網路銷售的可能性。

網路客群與來店顧客最大的差異，在於網路商品頁必須要有清楚標示。以熱銷的「竹蒸籠」為例，商品標示最好能夠包含適用幾人份電鍋，可以省去交易雙方的溝通時間與資訊落差。不過如此細緻的內容，加上琳瑯滿目的商品類別，限於有限的人力，讓Esther 只能在顧店的空檔「加減做」，也讓線上銷售營收平淡。



Coupang酷澎團隊接觸「竹木造咖」後，積極協助上架流程，並由團隊結合AI工具建議更貼近顧客搜尋習慣的商品標題及產品說明，讓顧客一眼找到所需、提升訂單成交率目前Coupang酷澎已有超過350件來自「竹木造咖」兼具復古台味與實用的商品，包含[茄芷風格前背／斜背兩用包](#)、[保青竹茶壺](#)使用台灣竹材，讓Esther可以更便利管理線上銷售品項，將大稻埕的豐富貨架搬上Coupang酷澎。