

# 飲料店「吸」出集客力之研究

陳姿吟 葉乙蕙

私立德光中學

指導老師：吳蓓怡老師

## 摘要

本研究想調查青少年在飲料店購買產品的意願，是否會因銷售及宣傳方式及產品創新的不同而有所改變，而消費者會不會因多樣化的飲品而選擇飲料店，研究方法有文獻研究、問卷調查、一對一訪談。

## 1. 前言

### 1.1 研究動機

如今飲料對於社會大眾來說已是不可或缺，每天都會看到人手一杯的情況，而業者又不斷推陳出新，使得飲料店屹立不搖，但這些飲料店為何會如此吸引社會大眾的注意？雖然飲料店的競爭很激烈，但是卻一間一間開？對於青少年消費意願是最主要的重點。雖然「多半消費者希望現泡飲料能增添糖分。但含糖較多的飲料並不會導致更高的消費者滿意。」（賴怡如，2013）。

### 1.2 研究目的

- (1)飲料對民眾來說不可或缺的
- (2)銷售方式是否吸引消費者

### 1.3 研究方法

1. 問卷的設計、發放與統計

### 2. 文獻研究

### 3. 一對一訪談

### 1.4 研究步驟介紹

研究動機 → 研究方法 → 開始分析

→ 問卷調查 → 文獻研究 → 一對一訪談

圖一 研究方法（資料來源：自製）

## 2. 正文

在炎炎夏日之下，喝上一杯清爽沁涼的果汁；在冷颼颼的冬日，來一杯溫暖人心的可可亞，對不少人來說是生活中的一大享受。在台灣隨處可見大家人手一杯，不管是超商的罐裝飲料，或是連鎖飲料店的手搖飲品，現在都成了所有人的必需品。連鎖飲料店在這個競爭激烈的市場環境下，不少店家都紛紛推出自己開發出的新產品來搶奪新的商機。

### 2.1 各式飲料商機

#### 2.1.1 罐裝飲料：

罐裝飲料的特色是如何吸引消費者的呢？「塑膠類瓶身多面切

割的質感、暖色系或是寒色系印用水以及飲料包裝將吸引消費者進行衝動性購買行為。」(歐陽琬茹, 2013)。設計包裝的手法,發揮了集客的功效。罐裝飲料雖然比手搖飲料貴但「只要東西做得用心,又讓消費者感到有趣,就不會有價格問題。」(葉東泰, 2011)

### 2.1.2 手搖飲料：

手搖飲料因選擇較多，且可以現點現搖，還可以隨意地調整你想要的甜度以冰量，所以能吸引消費者的購買意願，但是缺點亦是有的，放久的手搖飲料會改變它原本的味道，像是因為冰塊的溶化會使得味道變淡等等。

### 2.2 熱量

- (1) 全糖
- (2) 少糖
- (3) 半糖
- (4) 微糖
- (5) 無糖

台灣手搖飲料店到處林立，飲料甜度更是能隨你所願的挑選，但民眾點「微糖」飲料，真的就吃進比較少糖嗎？「國際新趨勢，減糖跟減油一樣重要。」(林貞岑, 2011)。許多飲料店的糖度並不是字面上的那樣，許多飲料店的半糖飲料卻有將近是四分之一個排骨便當的熱量，如果每天都三餐正常吃

再加上一杯飲料，那怎麼可能不造成肥胖問題呢？

有些飲料店的微糖茶飲，其實並不是真正微糖，有時候一杯可能就超過了人體一天的攝取量。如果真的很想喝飲料的話，建議喝不加糖的茶飲或是新鮮現榨的果汁喔。

### 3. 對人體健康的影響

夏天的時候，喝上一杯冰冰涼涼的，真是人生的一大享受，但是你知道這些飲料將對你的身體產生危害嗎？攝取太多的糖分易造成心臟病、糖尿病等等的心血管疾病，還有飲料裡包含的成分都會導致許多傷害。茶本身是利尿的飲料，容易使身體的水分加速流失。人每天都要喝 2000c.c. 的水，如果把飲料(像綠茶、紅茶)代替水，容易因為茶容易利尿這個隱憂而造成血栓，罹患糖尿病的機率也會提升，且愛喝甜的東西會導致注意力不集中、易造成體內代謝功能變差。盡量少吃糖，並且限制一天的攝取量。

### 4. SWOT 內部外部分析

表一 飲料店 SWOT 分析 (資料來源:自製)

### Strengths

1. 許多企業願意出錢投資
2. 研發出許多新的產品

### Opportunities

1. 名眾購買的意願高
2. 往國外創業、設立分店
3. 知名度，品質好較吸引名眾購買

### Weakness

1. 定價比別人的高
2. 有季節性的限制
3. 越來越健康化的趨勢

### Threats

1. 目前市面上的飲料店多，競爭激烈
2. 消費者的喜好經常改變，必須常常  
推出新產品吸引消費者回籠

### 5. 如何吸引客源

#### (1) 季節限定



圖二 Coco (資料來源:都可官網)

#### (2) 周年特價



圖三 紅太陽 (資料來源:紅太陽官網)

#### (3) 買一送一



圖四 自在軒(資料來源:自在軒官網)

#### (4) 新品特價



圖五 茶湯會 (資料來源:茶湯會官網)

#### (5) 節日限定



圖六 Comebuy (資料來源:Comebuy 官網)

(6)環保意識

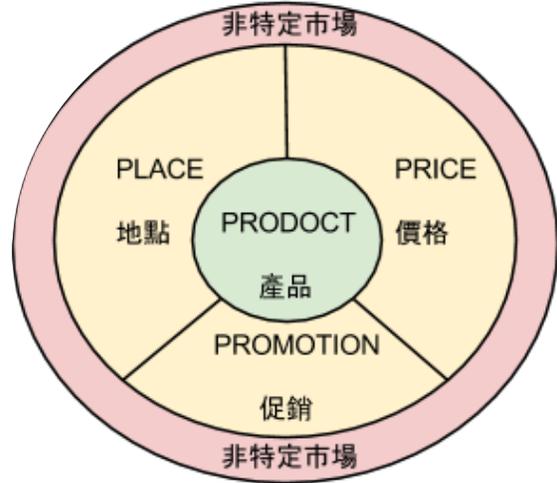


圖七 蓋不同 (資料來源:蓋不同官網)

以上幾種都是常見的銷售手法，成功的吸引消費者的注意力，看來這些消費手法對消費者真的有吸引力呢!!

6. 4P 思考架構

表二 飲料店 4P 思考架構(資料來源:自製)



產品	PRODUCT	品質 / 商品名稱 / 包裝 /
價格	PRICE	定價 / 折扣 /
地點	PLACE	銷售通路 / 商品種類 /
促銷	PROMOTION	商品試用 / 宣傳 / 口碑 /

7. 問卷結果

為了瞭解民眾對於購買飲料的接受度與行為分析，本專題透過網路問卷蒐集 41 位民眾的意見，以下為調查發現。

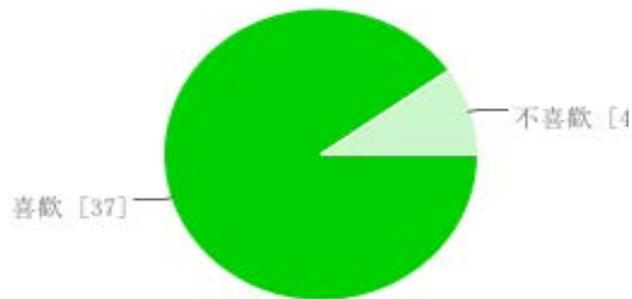
7.1 基本資料

表三 表格內容 資料來源(自製表單)

性別
職業
年紀
月收入

男生 46%，女生 54%
學生 90%，上班族 10%
13 歲以下 2%，13~20 歲 93%，20~35 歲 5%
15000 以下有 88%，20000~30000 有 8%，30000 以上有 2%

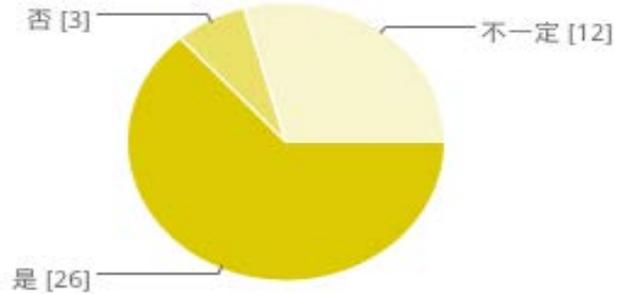
7.2 你喜歡喝飲料嗎？調查結果中發現喜歡喝飲料的人有 90%，表示飲料在大部分民眾的生活中還是缺一不可的。



圖八你喜歡喝飲料嗎？資料來源(自製表單)

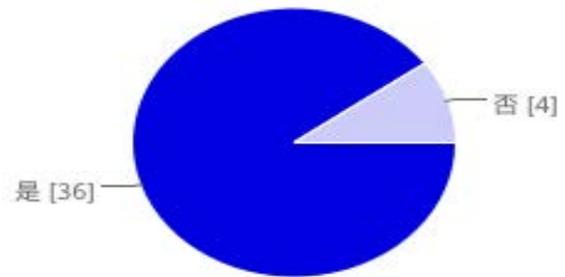
7.3 當你購買飲料時，你會選擇較有名的飲料店嗎？調查結果中發現大部分的民眾

還是會選擇較有名的飲料店，導致較不知名的飲料店漸漸倒閉。



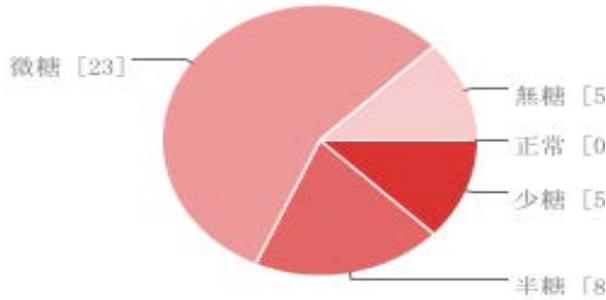
圖九當你購買飲料時，你會選擇較有名的飲料店嗎？資料來源(自製表單)

7.4 你可以接受新鮮健康但價位高的飲品嗎？調查結果中發現願意購買高價位但新鮮的飲料有 88%，表示現代人還是會為了健康付出更多的金錢。



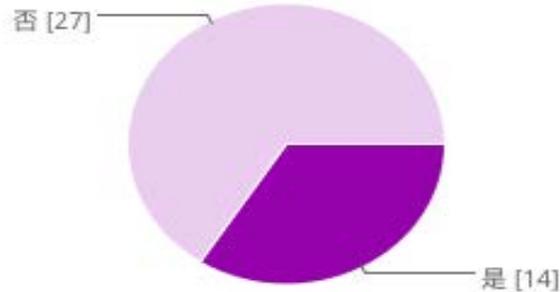
圖十你可以接受新鮮健康但價位高的飲品嗎？資料來源(自製表單)

7.5 你平時都喝多少糖的飲料？調查結果中發現喝微糖及無糖的人有 68% 占了一半以上的人，表示現在人們有越來越注重健康的趨勢。



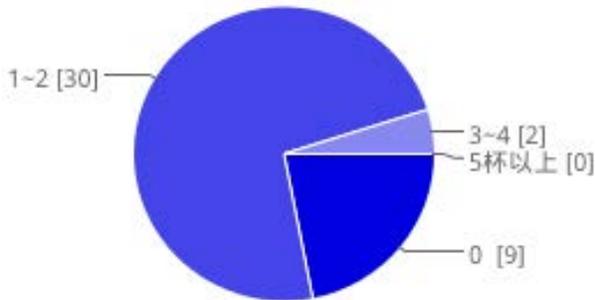
圖十一你平時都喝多少糖的飲料?資料來源(自製表單)

7.5 飲料對你來說是不可或缺的嗎?調查發現飲料對許多人來說並不是每天的必需品,有 66%的人對飲料不具依賴性。



圖十二飲料對你來說是不可或缺的嗎?資料來源(自製表單)

7.6 你一天大概都會購買幾杯飲料? 調查發現每天購買 1~2 杯飲料的人佔了 73%。



圖十三你一天大概都會購買幾杯飲料?資料來源(自製表單)

經過以上研究顯示,在台灣隨處可見大家人手一杯,不管是超市的罐裝飲料,或是連鎖飲料店的手搖飲品,現在都成了所有人的必需品,根據我們的研究對象發現,大部分的人一天都會喝上一到兩杯的飲料,但大家都盡量的選擇低熱量的飲品,表示現今的人更加的注重自己的健康狀況。

飲料店對於民眾的喜好,也更推出許多符合民眾喜好的飲品,對於喜新厭舊的趨勢,飲料店也必須更努力追隨才不會失去客源。

#### 肆●參考文獻

(1) 賴怡如(2013)。飲料甜度對感官滿足與健康觀點之爭辯。東海大學餐旅管理學系碩士論文,台中市。

<http://www.shs.edu.tw/works/essay/2014/03/2014032818454208.pdf>

(2) 林貞岑(2011)。含糖飲料沒告訴你的秘密。康健雜誌。

(3) 吳昭怡(2011)。賣茶也賣感覺。天下雜誌。378期。

(4) 歐陽琬茹(2013)。飲料包裝對於消費者衝動性購買之影響。高雄師範大學視覺設計學系碩士論文,高雄市。

<http://www.shs.edu.tw/works/essay/2014/03/2014032818454208.pdf>

#### 參●結論