

投稿類別：觀光餐旅類

篇名：

咖啡大戰 - 統一集團 Starbucks 及 city cafe 喜愛度調查

作者：

林宥青。葳格高中。餐飲科三年乙班
鄧如雅。葳格高中。餐飲科三年乙班

指導老師：
許雅婷老師

壹●前言

一、研究動機

現代人，對於咖啡的需求度提高，從以前咖啡廳喝咖啡的習慣到現在處處都能買到咖啡，喝咖啡似乎成了現今的一種潮流趨勢。

現在市面上有眾多品牌的咖啡在販售，而每一個品牌都有自己的固定客源，吸引顧客購買的原因有很多種，本研究主要在了解統一集團內的不同品牌咖啡的差異性，吸引顧客消費的原因，並針對兩種品牌進行 SWOT 分析。

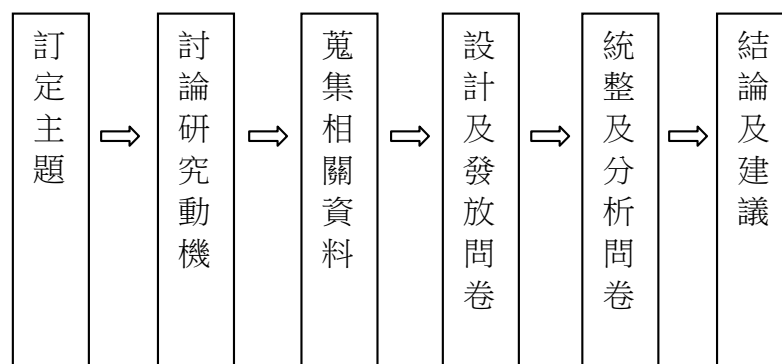
二、研究目的

- (一) 分析咖啡主要品種
- (二) Starbucks 及 City cafe 歷史背景
- (三) 了解 Starbucks 及 City café 的差異性
- (四) 探討 Starbucks 及 City café 的行銷 4P
- (五) Starbucks 及 City café 的 SWOT 分析

三、研究方法

- (一) 文獻探討：利用網路及報章雜誌了解統一集團內的兩大知名品牌咖啡的差異性及各自的特色。
- (二) 問卷調查：透過問卷調查內容，了解吸引顧客購買咖啡的原因。

四、研究流程



貳●正文

一、分析咖啡主要品種

目前最常見的咖啡豆品種分為阿拉比卡(Arabica)、羅姆斯達種(Robusta)，阿拉比卡又稱為阿拉伯咖啡，是台灣最大最早引進的咖啡豆，產量約佔 70~80%，香味、品質都較為優秀。羅姆斯達種又稱為剛果咖啡，抗蟲害佳，佔世界咖啡產量 20~30%。

表(一)

	阿拉比卡種 Arabica	羅姆斯達種 Robusta
別稱	阿拉伯咖啡樹	剛果咖啡樹
栽培地海拔	高海拔 500~1500 公尺	低海拔 500 公尺以下
咖啡因含量	咖啡因含量低，約占重量 1.1~1.7%	咖啡因含量高，約 2~4%
特性	1.品質優異 2.耐病性差	1.對害蟲的抵抗力強 2.品質較差 3.適合製成冰咖啡、即溶咖啡等

資料來源：自行整理

二、Starbucks 及 City cafe 的歷史背景

(一) Starbucks

成立於 1971 年，兩位教師(Jerry Baldwin、Zev Siegel)及一位作家(Gordon Bowker)共同合作開了第一間星巴克，第一間星巴克位於西雅圖，主要出售高質量的咖啡豆及咖啡器材。1996 年首次在北美以外的地區開設，位於日本東京。1998 年由美國 Starbucks Coffee International 公司與台灣統一集團旗下統一企業、統一超商三家公司共同合資成立台灣第一間星巴克門市

(二) City cafe (7-11)

統一超商於 2004 年在其便利商店(7-11)所經營之咖啡品牌。

三、了解 Starbucks 及 City café 之差異性

表(二)

	Starbucks	City café
在台門市數量	355 間	2880 間
營業時間	07:30~22:00	24 小時
服務品質	較積極	較草率
單價	85~150 元	25~60 元

資料來源：City Café Official <http://www.citycafe.com.tw/coffeestory.aspx#area4>

Starbucks Official <http://www.starbucks.com.tw/coffee/bean/coffee-bean.jsp>

四、Starbucks 及 City cafe 的行銷 4P

表(三)

	Starbucks	City cafe
產品 Product	1、咖啡為主，點心為輔。 2、推出多款周邊商品。	1、冰咖啡和熱咖啡使用不同咖啡豆。 2、咖啡杯外型獨特，吸引眾多消費者。
價格 Price	1、定價約 85~150 元。 2、不定期舉辦買一送一等促銷活動，吸引消費者購買。	1、定價約 25~60 元 2、集超商點數即可兌換一杯中杯咖啡
通路 Promote	1、大多設於市中心，現在多進駐百貨公司或是大學校園	1、路邊隨處可見 7-11 便利商店
推廣 Place	1、推出和 Starbucks Shared Planet 計畫，重視環境問題	1、邀請明星代言 2、結合藝文，城市小探索，推出「用一杯咖啡開始一次探索，你會發現一座彩色城市」

資料來源：自行整理

五、Starbucks 及 City café 的 SWOT 分析

(一) Starbucks 的 SWOT 分析

表(四)

優勢 Strengths	劣勢 Weaknesses
1、品牌知名度高 2、直營連鎖銷售 3、結合周邊商品 4、產品多樣化 5、推出隨行卡可儲值消費	1、分店分布不均 2、權利金高
機會 Opportunities	威脅 Threats
1、生活水準提高 2、建立電子商務 3、飲用咖啡人口增加	1、其他國際品牌進駐台灣 2、市場競爭激烈 3、健康意識抬頭

資料來源：自行整理

(二) City café 的 SWOT 分析

表(五)

優勢 Strengths	劣勢 Weaknesses
1、連鎖店多，方便顧客購買 2、方便快捷 3、24 小時營業 4、集點促銷活動引發熱潮 5、強力的行銷廣告	1、無法像專業連鎖咖啡店一樣專業 2、無法大量購買 3、喝起來口感並不如一般手工咖啡 4、產品種類較少
機會 Opportunities	威脅 Threats
1、搭配其他 7-11 商品做促銷活動 2、消費年紀逐漸年輕，消費能力強 3、咖啡逐漸成為民生必需	1、其他連鎖超商也開始賣咖啡 2、景氣影響造成物價上漲，利潤減少 3、飲料眾多替代品高

資料來源：自行整理

六、問卷分析

於 104 年 8 月 22 日在台中勤美綠園道附近進行問卷調查，共 100 份問卷，結果如下：

(一) 受訪者基本資料

1、性別與年齡

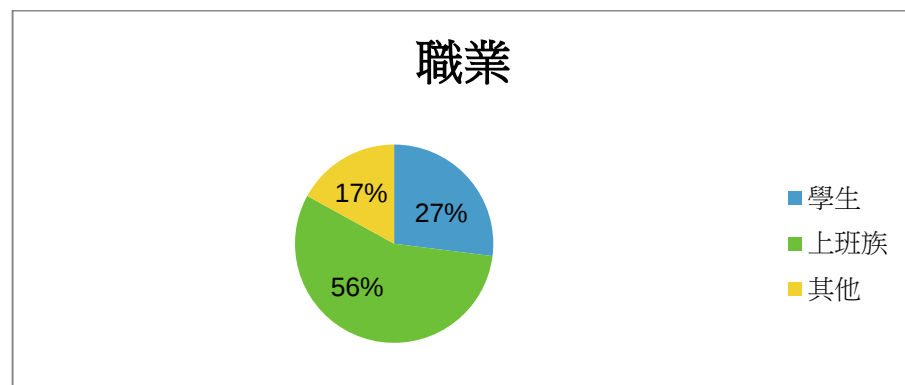
表(六)

	20 歲(含) 以下	21~30 歲	31~40 歲	41~50 歲	50 歲(含) 以上	總人數
男性	15	15	10	5	4	49
女性	17	6	9	13	6	51

資料來源：自行整理

2、職業

本研究受訪者，56%的人為上班族，有 27%的人為學生，有 17%的人從事其他行業。

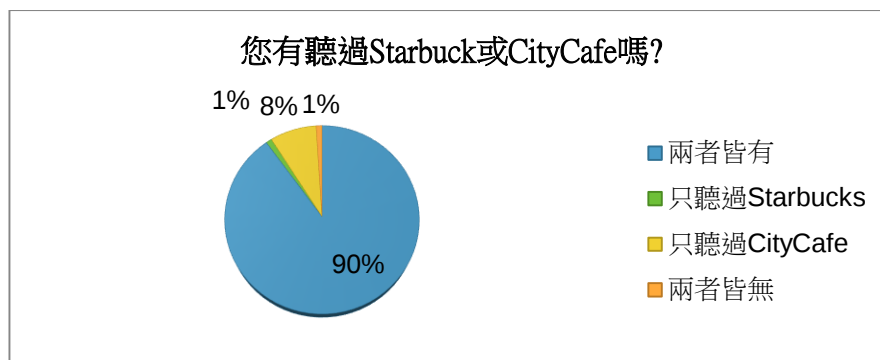


圖(一)

(二)品牌認知調查

1、對於 Starbucks 及 City café 的知名度

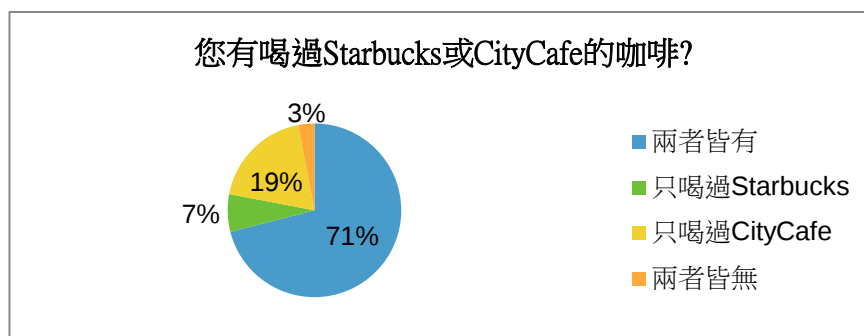
研究結果表示：90%的人兩者皆有聽過，有 8%的人只聽過 CityCafe，有 1%的人只聽過 Starbucks，有 1%的人兩者皆沒聽過。



圖(二)

2、是否喝過 Starbucks 或 City café

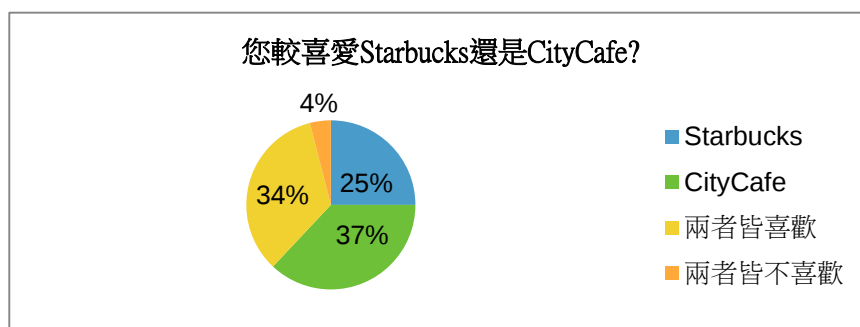
研究結果表示：71%的人兩者皆有喝過，19%的人只喝過 CityCafe，7%的人只喝過 Starbucks，3%的人兩者皆沒有喝過。



圖(三)

3、喜愛程度

研究結果表示：34%的人兩者皆喜歡，37%的人比較喜歡 CityCafe，25%的人比較喜歡 Starbucks，4%的人兩者皆不喜歡

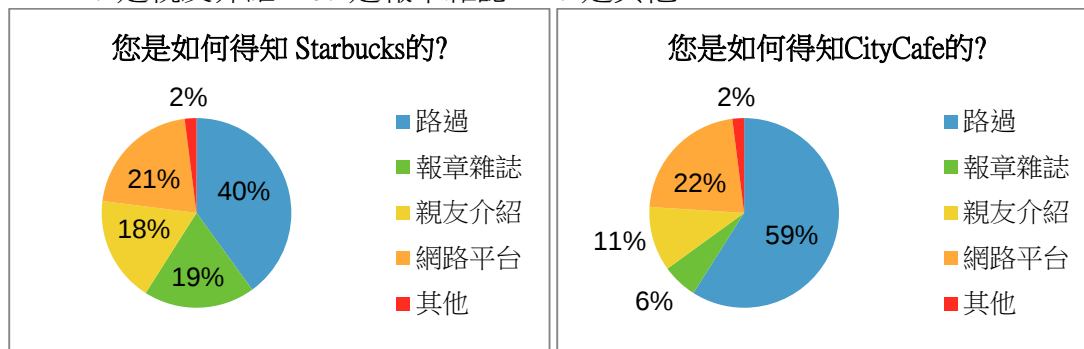


圖(四)

4、得知方式

研究結果表示：得知 Starbucks 的方式有 40%是路過，21%網路平台，19%是報章雜誌，18%是親友介紹，2%是其他。

研究結果表示：得知 City cafe 的方式 59%是路過，22%是網路平台，11%是親友介紹，6%是報章雜誌，2%是其他。



圖(五)

圖(六)

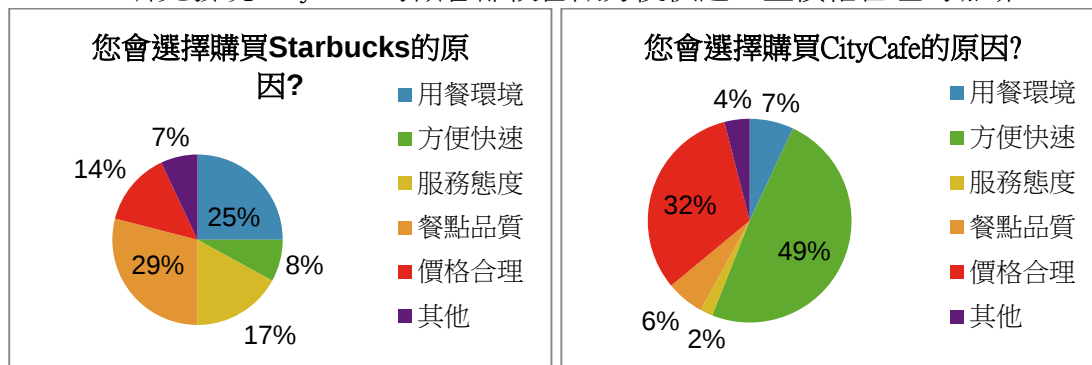
5、購買原因

研究結果表示：29%是餐點品質，15%是用餐環境，17%是服務態度，14%是價格合理，8%是方便快捷，7%是其他。

研究發現 Starbucks 的顧客大多都是比較喜歡餐點品質、環境、服務。

研究結果表示：49%是方便快捷，32%是價格合理，7%是用餐環境，6%是餐點品質，4%是其他，2%是服務態度。

研究發現 CityCafe 的顧客都較喜歡方便快捷、且價格合理的咖啡。

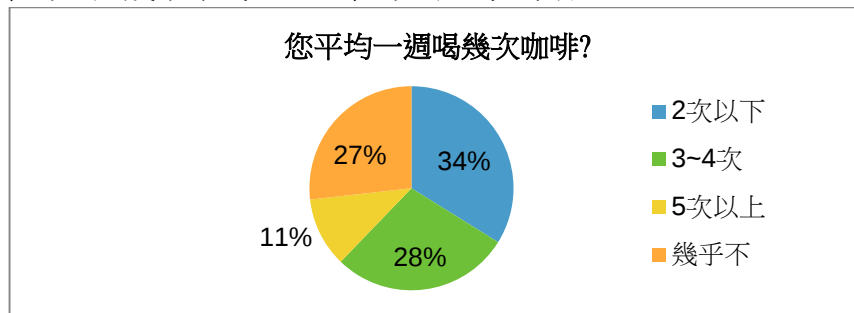


圖(七)

圖(八)

6、一週喝咖啡的次數

研究結果表示：34%平均一週喝 2 次以下，28%平均一週喝 3~4 次，27%平均一週幾乎不喝，11%平均一週喝 5 次以上。



圖(九)

參●結論

一、研究結論

本研究於 104 年 8 月 22 號在台中勤美綠園道附近進行問卷調查，共 100 份問卷，經整理分析做了以下結論：

(一) 受訪者資料部份

本研究調查對象，以上班族居多，女性受訪者多於男性。

(二) 知名度與喜愛程度

因為 Starbucks 和 City café 都是統一集團旗下的知名咖啡品牌，所以在知名度方面有一半以上的人都有聽過，但根據調查比較起來喜愛 City café 的人比較多。

(三) 會選擇原因 Starbucks 或 City café 的原因

研究發現，大部分的人選擇購買 City café 的因為是方便快捷，可讓不少的人省下等待的時間，也因為便利商店的方便，許多人也會在購買其他商品時，順道買一杯咖啡，而選擇購買 Starbucks 的原因大部分是餐點品質較受消費者喜愛，在忙碌的生活中，也有多人想在閒暇時間坐下來慢慢品嚐咖啡。

二、研究建議

(一) 給 Starbucks 的建議：

- 1、店面選擇較於方便停車的地點，或者是增設得來速車道，方便顧客購買。
- 2、建議能有固定的促銷活動(Ex.每月○號同品項咖啡第二杯半價)。
- 3、多增加隨行卡的促銷活動，讓消費者增加購買的意願。
- 4、經問卷發現，學生購買 Starbucks 的意願僅次於服務業者，建議可舉辦學生族群的優惠活動，會吸引更多的學生購買。

(二) 給 City Café 的建議：

- 1、受訪者建議可設置專屬 City café 的櫃檯，不用和購買其他商品的顧客一同結帳，省下更多排隊的時間。
- 2、受訪者建議增加咖啡的口味，讓顧客有更多的選擇性。
- 3、建議可推出低價組合(Ex. 買中杯咖啡加購 ○元即可搭配指定糕點)。
- 4、可針對不同的顧客調整咖啡因的含量。

(三)給後續相關研究建議：

咖啡文獻資料多，但咖啡口味較多，所以建議找特定幾樣(Ex.美式咖啡、拿鐵咖啡…等)來做研究，達到更好的成果。

肆●引註資料

- 1、林晏生。咖啡聖經。出版社：楓書坊。
- 2、室永供未。咖啡師 Barista。出版社：尖端出版社。
- 3、City Café Official。擷取自 2015 年 08 月 12 日。網路資料來源：
<http://www.citycafe.com.tw/coffeestory.aspx#area4>
- 4、Starbucks Official。擷取自 2015 年 08 月 12 日。網路資料來源：
<http://www.starbucks.com.tw/coffee/bean/coffee-bean.jsp>
- 5、City cafe 維基百科。擷取自 2015 年 08 月 12 日。網路資料來源：
https://zh.wikipedia.org/wiki/City_Cafe
- 6、大紀元。擷取自 2015 年 08 月 12 日。網路資料來源：
<http://www.epochtimes.com/b5/9/7/6/n2580101.htm>
- 7、咖啡的種類。擷取自 2015 年 08 月 12 日。網路資料來源：
<http://coffee007.tripod.com/newpage3.htm>