

喝可樂會不會變笨啊？

投稿類別：商業類

篇名：

喝可樂會不會變笨？

作者：

呂淑琳 國立玉里高中 商三忠班

胡慧珠 國立玉里高中 商三忠班

指導老師：王政寰

一、研究動機

在日常生活中大家會喝的一些飲料，包括茶類、奶類、蘇打類...等，而在大家印象裡，多喝蘇打類飲料有害健康，那為什麼還要喝？是不是它帶給你什麼感覺讓你選擇放棄其他飲料？還是為了解渴才喝？會選擇喝蘇打類飲料的年輕人，是不是因為當中加了些氣泡讓人有新鮮感？還是有其他原因會上癮？(註一)

二、研究目的

- 1.可樂的成份及對人體的影響
- 2.「可口可樂」及「百事可樂」的比較
- 3.消費者對於「可樂」之消費行為比較

三、研究對象

16~18 歲的高中生

四、研究方法

- 1.文獻分析法
- 2.問卷調查法

● 正文

一、可樂的成分

為了確認喝可樂會傷害人的可能，到市場收集各品牌可樂的包裝，包括百事、可口、雪碧、芬達...觀察其內含成分，內容如下：

可樂裡包含 碳酸水、高果糖糖漿、焦糖、磷酸、香料、咖啡因20mg/100ml以下

二、可樂對人體的影響

印象中可樂對人是有害的，但真的有害嗎？

1. 可口可樂會喝壞大腦

據英國《星期日泰晤士報》報道，可口可樂及百事可樂等大型汽水生產商於80年代初發現，一種至今仍在這類汽水中廣泛使用的被稱作"阿巴斯田 (aspartame)"的代糖，會對飲用者的腦部運作構成影響。(註二)

2.新婚夫婦不宜飲「可樂」

美國哈佛大學醫學院的專家們對市面上出售的3種不同配方的可口可樂飲料，進行殺傷精子的試驗後得出結論：新婚男子飲用可樂型飲料，精子會直接遭到殺傷，從而影響男子的生殖能力，因為多數的可樂型飲料中都含有較高成分的咖啡因，咖啡因在體內很容易通過胎盤的吸收進入胎兒體內，會危及胎兒的大腦、心臟等器官。(註三)

在我國的醫學研究裡，對可樂的研究報告並沒有確切研究指出會對人造成多大傷害，至今大家才都放心的繼續喝可樂。

三、可口可樂與百事可樂的比較

市場上琳瑯滿目的可樂廠商，包括健怡可樂、zero可樂等，而可口可樂及百事可樂的市場佔有率較高，想知道兩家廠商對消費者的影響，比較廠商之間的差異及特色。

喝可樂會不會變笨啊？

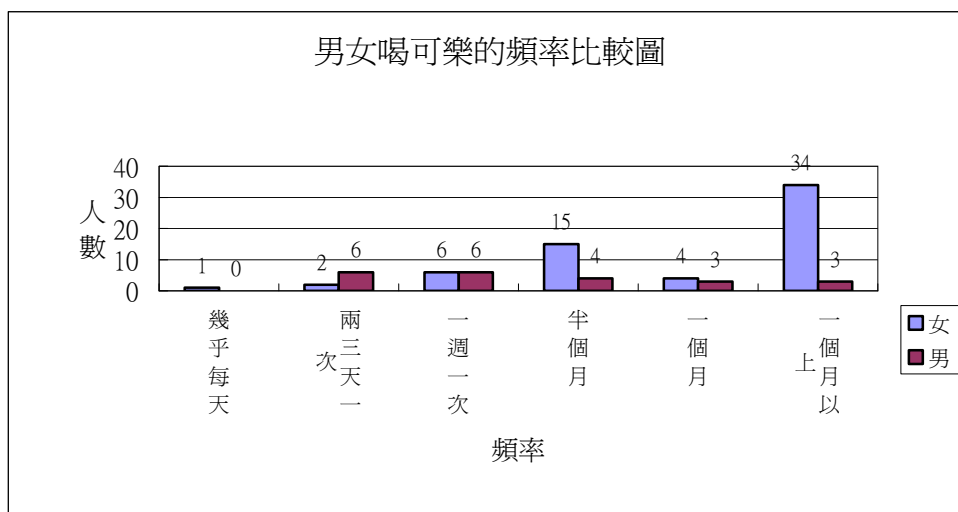
	可口可樂	百事可樂
起源時間	1886	1898
公司創立時間	1892	1903
行銷手法	與IBM合作過去資料 數位化 建置索引 讓員工在線上搜尋。	找巨星代言 大量的曝光率 奇摩超大瀏覽接觸率 電視媒體廣告影片
品牌主張	堅持「可口如一」 感覺「經典和永恆」的 品牌調性。	「渴望無限」代表一種「超年輕」的 心理狀態，表達的是「激情和期盼」 的品牌主張。
行銷理念	1.大紅廣告 2. 渴望產品 3. 尊榮形象 4. 物超所值	「永遠比可口可樂在容量上多一點， 永遠陳列在可口可樂的旁邊並努力比 它多一些陳列空間，永遠比可口可樂 低5分錢」
行銷策略	1.產品(Product) 2.價格(Price) 3.配銷通路(Place) 4.促銷(Promotion)	1.產品(Product) 2.價格(Price) 3.配銷通路(Place) 4.促銷(Promotion)
商品包裝顏色	紅色、黑色	藍色
商品價格355毫升 罐裝	20 元	18 元
商品價格 600 毫升 寶特瓶	25 元	23 元
商品價格 2 公升寶 特瓶	50 元	45 元(註四、五)

●問卷調查與分析

爲了針對消費者對於可口可樂及百事可樂之消費行爲探討，本研究採問卷調查的方式。此研究之問卷調查中，採用國立玉里高中之學生，隨機抽取數個班級，共計100人，採取問卷之調查，並協助填答，共發出 100 張問卷，有效84問卷張，回收率100%，以下是每題問答之比例及分析：

喝可樂會不會變笨啊？

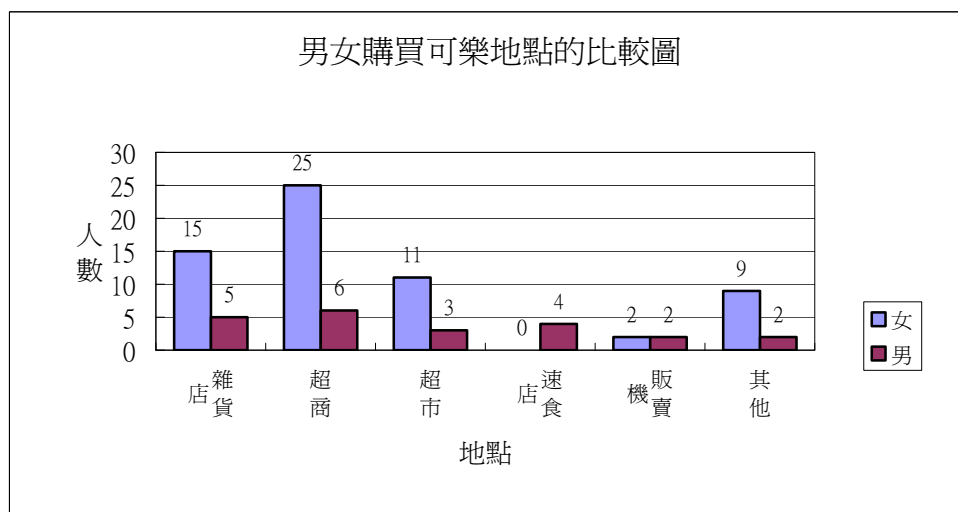
圖 1



分析：

1. 發現研究對象中，女生喝可樂的頻率比男生還要多。
2. 喝可樂的頻率在一週一次下男女生的比例為相等的，男生 6 人，女生 6 人；在半個月和一個月以上喝可樂的頻率比較，可看出女生比男生較愛喝可樂，女生比例 15/20 及 34/37。

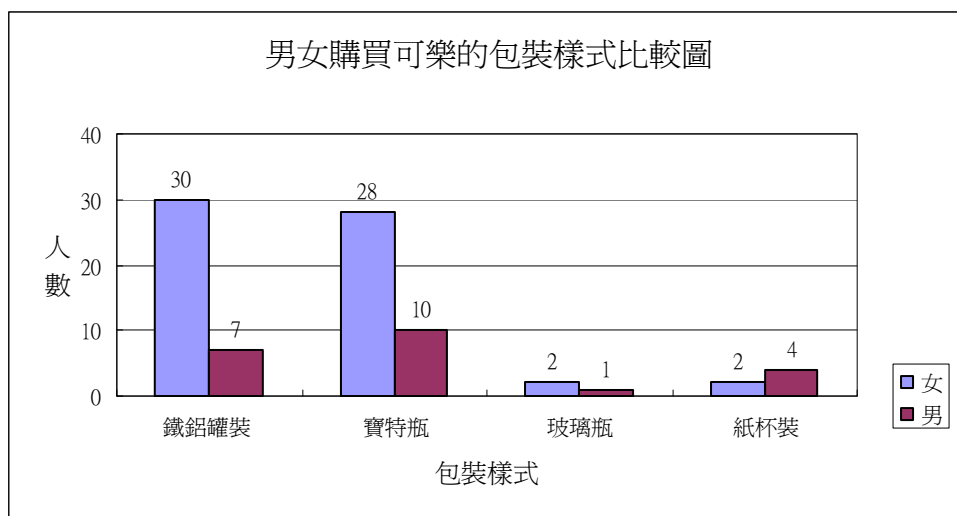
圖 2



分析：

1. 研究對象經常購買可樂的地點，第一為超商，第二為雜貨店，第三為超市。
2. 在超商購買可樂的男女生比較，女生佔 25/31，男生佔 6/31；在雜貨店購買可樂的男女生比較，女生佔 15/20，男生佔 5/20；在超市購買可樂的男女生比較，女生佔 11/14，男生佔 3/14。

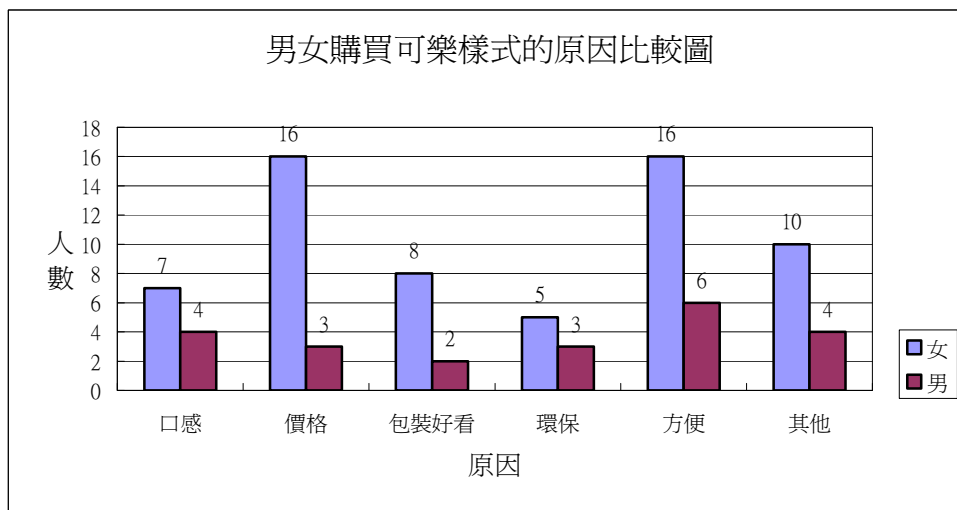
圖 3



分析：

1. 發現研究對象經常購買可樂的包裝樣式以鐵鋁罐裝及寶特瓶為主。
2. 以鐵鋁罐裝與寶特瓶這兩項可看出女生購買可樂的比例比男生多，女生佔 58/75，男生佔 17/75。

圖 4



分析：

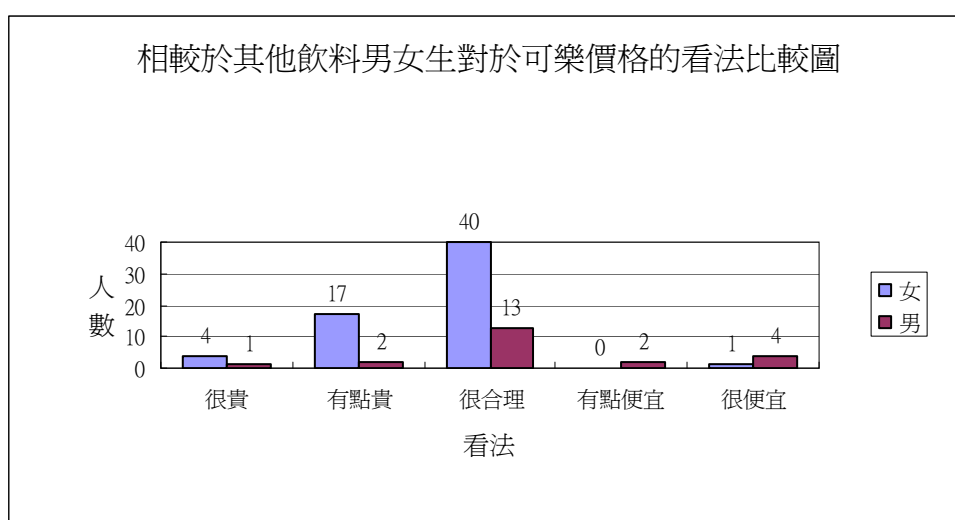
1. 發現研究對象考慮購買可樂的原因以方便與價格為主，其原因可能是因購買最多的可樂包裝樣式為鐵鋁罐裝及寶特瓶，在攜帶上就比紙杯裝的可樂還要方便，而購買可樂樣式的原因包括價格，據了解是因為本身是學生，所以有零用錢上的限制，在購買可樂時，考量的就是價格。
2. 購買可樂包裝樣式的原因在方便的考量比例女生為 16/22，男生為 6/22；價格

則是女生佔 16/19，男生佔 3/19，女生居多是因為在我們研究對象中的比例女生多於男生。

表 1

包裝樣式/可樂廠商	可口	百事
355毫升罐裝	20 元	18 元
600 毫升寶特瓶	25 元	23 元

圖 5



分析：

1. 從表 1 發現購買可樂的價格由於百事可樂廠商的銷售策略，不管是 355ml 還是 600ml 的包裝，價格都比可口可樂還要低，所以我們分析出研究對象會買百事可樂比買可口可樂的機會多。
2. 從圖 5 發現研究對象對購買可樂的價格之看法，相較於其他飲料，絕大部分都覺得很合理，女生佔 40/53，男生佔 13/53，據了解部分學生的零用錢都花在購買零食飲料上，在選擇購買飲料方面，會考慮到氣候因素，研究對象會在天氣熱喝可樂，天氣冷就選擇熱咖啡、溫奶類等價格較貴的飲料；另一方面則是可樂本身就是飲料，而與市面上賣的飲料價格差不多，覺得可樂價格很合理也不為過。

●結論

由上述問卷結果分析得知，研究對象會喝可樂是因為考慮口感、價格、外觀，甚至當時氣候也會有所影響；而可樂當中含的少量咖啡因是不會讓偶爾喝可樂的人上癮的。可樂這種飲料在日常生活中已被大眾所接受，市面上也陳列許多不同品牌，但大部分的人會選擇買可口可樂及百事可樂，是因為要讓消費者的心中再讓

喝可樂會不會變笨啊？

一個位置是很不容易的，所以其他不受歡迎的可樂廠商，就要花比可口及百事兩家廠商更多的心血來達到賺錢的目的，當中所包含的一些行銷手法，我覺得最切實際的想法就是：「坐在椅子上是學不到東西」的，不管從事什麼行業，做好自己本分就對了。(註六)

陸●引註文獻

註一：

陳逸君（譯）（2000）。**Coke的一種配方**。臺北市：大塊文化。

註二：

飲食天下>飲食健康：

<http://www.meishichina.com/Health/CommonSense/200411/231.html>

檢索日期(2009/10/02)

註三：

飲食天下>飲食健康：

<http://www.meishichina.com/Health/CommonSense/200501/1637.html>

檢索日期(2009/10/02)

註四：

奇摩知識。<http://tw.knowledge.yahoo.com/question/?qid=1005010504551>

(2008-04-21)。檢索日期(2009/11/04)

註五：

小論文：

溫雅萍、江雅婷。(可口可樂與百事可樂之行銷策略探討)，10。

註六：

羅傑·恩瑞可（1989）。**可樂大決戰**。臺北市：遠流。

柒●附錄

消費者對於可樂之間卷調查表

親愛的同學，您好：

這是一份針對消費者對於可樂之消費行為研究的問卷，我們想了解您對於可樂有何種消費習慣，以及看法，希望您能夠為我們填寫這份問卷。本調查所得的資料，僅提供學術研究之用。採匿名的方式進行，請您依個人實際想法作答。謹此由衷的感謝您寶貴的意見。

敬祝

身體健康 學業進步

國立玉里高級中學 商業經營科三年級 胡慧珠 呂淑琳 敬啓

中華民國九十八年十一月

一、個人基本資料

1. 請問您的性別： 男 女

2. 請問你有喝過可樂的嗎？ 無(非常謝謝您的合作，本問卷到此結束)
 有(請續答以下題目)

二、可樂的問卷調查

1. 請問您喝可樂的頻率？

幾乎每天 2~3天一次 一週一次 半個月 一個月 一個月以上

2. 請問您「最常」購買可樂的地點？

速食店 超商 超市(全聯、統冠等) 雜貨店 販賣機 其他_____

3. 請問您購買的包裝樣式是如何？

鐵鋁罐裝 寶特瓶 玻璃瓶 紙杯裝(速食店式)

4. 請問您購買此包裝樣式的原因為何？

口感 價格 包裝好看 環保 方便 其他_____

5. 相較於其他的飲料你對於可樂價格的看法？

很貴 有點貴 很合理 有點便宜 很便宜

本問卷到此全部結束!再次謝謝您的填答!