

投稿類別：商業類

篇名：

似是而非的城市工廠——巴黎米咖啡館

作者：

陳衍臻。台北市立松山家商。國際貿易科二年1班  
黃馨誼。台北市立松山家商。國際貿易科二年1班

指導老師：朱志娟老師

## 壹●前言

### 一、研究動機

臺灣的咖啡文化，歷經多次轉型和創新，已趨向成熟。現今人們想喝杯咖啡，除了連鎖名號和便利商店的自營品牌外，別具特色的「個性咖啡館」也是熱門選擇。而在大型連鎖咖啡館與便利超商平價咖啡的雙重攻擊下，這些個性咖啡館如何發展出最獨特的風格，來吸引消費者上門品嚐，正是本文探討的主軸。本文將取材於「巴黎米咖啡館 cafe 8mm」，透過與經營者訪談、理論分析、顧客評價等面向來建立論述，並給予店家建議和改善空間。

### 二、研究目的

本文分為「環境」、「產品」、「人」三個面向：

- (一) 環境：認識巴黎米咖啡館的成立過程與發展現況  
感受巴黎米咖啡館的空間規劃、裝潢擺飾、音樂點播
- (二) 產品：體驗巴黎米咖啡館飲品和輕食的材料選用與製作過程
- (三) 人：探討巴黎米咖啡館經營者的理念  
研究巴黎米咖啡館的 4P 行銷組合與 SWOT 分析

### 三、研究方法

- (一) 實地參訪—與巴黎米咖啡館的經營者、消費者進行訪談
- (二) 探討分析—藉由 4P 行銷組合、SWOT 分析來檢視巴黎米咖啡館
- (三) 問卷調查—透過發放問卷深入了解消費者對巴黎米咖啡館的滿意度

## 貳●正文

### 一、巴黎米咖啡館的營運狀況

#### (一) 成立過程

經營者 Herman 讀書時喜歡到當時頗有名氣的「挪威森林咖啡館」，因而愛上義式咖啡。離開學校後，老闆先後在連鎖咖啡館及一般獨立咖啡館工作，學習世界各地的咖啡知識、沖煮咖啡、調理甜點等餐飲技術。工作的過程中，他發現自己對咖啡懷抱著無限熱情，於是有了自營咖啡館的動機，也趁年紀尚輕時促成了「巴黎米咖啡館 cafe 8mm」的誕生。

成立於 2012 年盛夏，位於台大校園對面、新生南路三段上鄰近公路旁的巷子口，這裡是巴黎米咖啡館。遊走在這個人稱「溫羅汀商圈」的區域內，平均每走十步路就會撞見一間咖

啡館，密集度如此高企，除了是一個咖啡文化成熟的地區，也能與最先給予老闆啟發的挪威森林咖啡館做連結——兩者處在同一商圈。

關於店名「巴黎米咖啡館 cafe 8mm」，「八釐米」是早期膠捲底片的尺寸，也約莫是一顆咖啡豆的大小，透過這組數字象徵的兩種意象，老闆希望咖啡帶給人氣味上的記憶，咖啡館則像底片一般記錄著人的生活，是居家和公司以外的第三個活動場所。而中文諧音「巴黎米」考慮到法國巴黎的咖啡發展歷史悠久、風氣興盛、氛圍浪漫，深具代表性。

## （二）發展現況

巴黎米咖啡館對自家飲品、餐點要求嚴謹，堅持每杯飲料、每盤甜點無論在材料或調配上都應有高度水準。由於營業到凌晨一點半，館內不但提供了手沖咖啡、可可、特調果汁和加味牛奶，也有異國啤酒，讓下班後想小酌的消費者多個選擇。不僅有多樣的餐飲與舒適的環境，這裡還是個充滿人情味的咖啡館。

館內左側的書架和右側的木櫃上，都擺滿了可自由取閱的書籍和當月藝文活動傳單。有時也舉辦小型音樂表演和展覽，讓咖啡館成為客人與創作者溝通的橋樑，一邊享受美食，一邊接收藝術養分。

值得一提的是，巴黎米供應免費的無線上網服務，座位旁都設有插座，讓使用電腦的民眾更加便利。如果凝視螢幕一段時間後，想讓眼睛休息，也可找老闆攀談幾句，漫談各領域的大小事。

## 二、巴黎米咖啡館的整體氛圍

### （一）空間裝潢

與全台首學相距一條大道的巷子轉角處，顯眼的白色招牌告訴過路人：這裡就是巴黎米咖啡館。還未推開玻璃門，已被門外那個迷你黑板上所寫的誘人餐飲所吸引，左側水泥牆貼著數十片白色瓷磚，一格格方形小磚是為客人的留言彩繪板。粗糙的水泥牆襯托出瓷磚的細緻，黑灰色的水泥牆亦凸顯出瓷磚的潔白，如此具有創意的搭配，在國內眾多咖啡館中可能是數一數二呢！這個開放式戶外區，除了招牌、黑板和瓷磚，還有幾張椅子與菸灰缸提供給慣性吸菸的顧客，是為非常貼心的服務。

一踏進咖啡館，二十五坪的空間雖然不大，但挑高的設計完全不會給人擁擠的感覺。由於咖啡館的屋齡已過三十，店面歷經多次易主，每次的裝潢依據經營者的喜好而有所不同。到這一代巴黎米咖啡館，老闆為了與鄰近咖啡館有所區



隔，在選擇建材時，特別減少了木製品，較著重於「工業風格」。多數牆面可見水泥與紅磚頭混雜交錯，斑駁的視覺效果讓人置身此地彷彿處在廠房貨倉。牆面除外，其他工業元素如鐵製或金屬製的架子，沒有將稜角磨去，保留最原始的線條和結構。而覆蓋在架子上的布料，則是盛裝咖啡豆的麻布袋，這也相當成功地營造出工業格調。還有，桌上檯燈的支架以銀色水管構成，放在牆邊與磚泥連成一線，亦散發出濃濃的工業氣息。

另一處獨具特色的角落，舖滿白色瓷磚的L字形的吧檯如是，這個構思與外面幾片瓷磚互相對應。映照本區的燈具本來只有一顆顆黃光燈泡，但這樣子太過刺眼，在老闆靈機一動下，決定用速食餐廳的外帶紙袋做成燈罩。這個巧思不單減低了對視力的傷害，也獲得了許多客人的讚賞。



綜括上述，巴黎米咖啡館的整體空間貫穿著工業風格，與之較不具關連的吧檯區亦為出色的設計。雖然工業風格的調性普遍被認為有點冰冷，但館內採取黃光作為主要光源，祛滅了給人冰冷的感覺，為溫暖柔和的氣氛加了不少分。咖啡館整體氛圍輕鬆，給人自主的空間體驗。

## （二）音樂點播

專寫咖啡遊記的知名部落客 Evelyn 曾在造訪巴黎米咖啡館後，寫下了這麼一段文字：「這家店最適合的音樂，可能是 The XX。」（註一）成軍於 2005 年的英倫樂團 The XX 至今共發行了兩張大碟，並以極簡的編曲風靡全球。男女主唱的聲線一高音一低音，激撞出有起有落又不失默契的聽覺效果。擅以吉他、打擊樂器與混音器進行創作的 The XX，建構了辨識度相當高的風格：精簡吸引人的旋律、雙主唱完美的協調感、迷濛吉他刷弦和著單音貝斯深邃的律動。之所以稱 The XX 的專輯是巴黎米咖啡館的唱片首選，主要可以分為兩大點來談：

- 1、The XX 獨有的曲調，可以和咖啡館的「工業風格」裝潢相襯。聽似冰冷、節奏鮮明的爵士鼓，加上木吉他不疾不徐的節拍，就好像巴黎米的空間雖營造出粗獷的感覺，但卻因黃色光源而多了點溫暖氣息。兩者皆有在冷冽感中尋求另一元素予以平緩的意圖。
- 2、The XX 團員喜歡在深夜時分寫歌，許多歌曲都是於夜闌人靜的狀態下完成的，而巴黎米咖啡館每日營業至晚間一點半。試想如果日落之後踏進館內的客人，聽見了 The XX 低迷卻浪漫的樂曲，那會是多麼悅耳的聽覺饗宴。

身處一間咖啡館，背景傳來的樂聲往往能貫穿這家店的靈魂與氛圍。因此，從上段論點內容中，不只發掘了 The XX 和咖啡館的連結，也可發現巴黎米咖啡館的用餐環境正如其音

樂所表達出的內涵一般：自如、閒適，還帶有慵懶的愜意感受。

### 三、巴黎米咖啡館的餐飲

#### （一）飲品原料

門外注目的白色瓷磚留言牆吸引人們走進巴黎米咖啡館一探究竟，甫踏入館內即看見一座特別的、由亮白瓷磚構成的吧檯。別以為這一連貫性的視覺效果已經停止了，細節總藏在不經意處，點一杯咖啡，服務生滿是敬意的端著白色杯子走到桌前。「白」象徵明淨，有種令人平靜的作用，老闆藉由顏色隱隱約約地暗示消費者：將心安下來認真啜飲一杯咖啡吧！

欲煮咖啡，工具固然重要。這裡的義式咖啡機並非市面上販售的機器，而是老闆經過數次零件試驗所組裝成的，一組設備參雜了各種品牌的拆換單位，只為調配出最精準、最合人口味的飲品。

對咖啡豆極為挑剔的老闆，無論在種類或原產地都是嚴格把關，以慎重的心態揀選來自中南美洲、非洲、東南亞的豆子，並藉「低溫淺焙」的方式引出咖啡香氣，讓每杯咖啡達到色香味俱全的境界。除了咖啡豆高規格外，其他原料亦是如此。像館內賣座的香草拿鐵，是一種糖漿與咖啡混和的飲品，糖漿成分採用各地頂級的天然素材，少了些不健康的化學物質。

#### （二）餐點食材

老闆對食材的選用相當講究，他不僅想讓顧客品嚐到食物的美好滋味，同時也顧慮到大家的身體機能。巴黎米咖啡館內的所有食材、配料都是老闆每天上午例行前往蔬果市場挑選的，向來也堅持以純手工製作每道料理，不外包給大工廠或坊間烘焙店。實際走訪這裡的廚房，可以發現環境相當整潔，無論杯盤、烤箱、咖啡機或是各個大小不一的器材，凡烹煮佳餚需要使用到的設備，都清洗得一乾二淨，不留一絲污垢。

巴黎米咖啡館的餐點大致可分為蛋糕、小甜點、三明治和沙拉四個類別。舉館內十分受到顧客青睞的「法式古典巧克力蛋糕」為例，這款經典的蛋糕主要運用少量的麵粉與雙重進口可可粉調和而成，蒸烤後產生出稠密且紮實的口感與久久留在舌尖上不散的醇濃巧克力香味，嘗起來甜而不膩，有股令人想一塊接著一塊吃的衝動！

再說三明治，這裡所採用的麵包，不是普遍的白吐司，而是「帕尼尼 Panini」。飪煮本食材得用到兩面烤板，經過一番高溫烘烤壓製等考驗功力的程序，方能將其製作成表層鬆酥、內層柔軟的食品。酥脆軟嫩又帶著點迷迭香氣的「煙燻火腿三明治」，內餡除了煙燻火腿加上會牽絲



的雙重起司，以及老闆特調的蜂蜜芥末塔塔醬，還有當天新鮮的生菜與淡淡奶香氣的烘蛋。單是想像其樣子就足以讓人垂涎欲滴，吃起來當然也是清爽可口，能稱上色味俱佳。

上述兩種餐點都是巴黎米咖啡館很賣座的品項，而構成這些美味食品的背後，總有著全心全意苛求的品質、上等的食材和頂級的用具。老闆在餐點上花費的功夫不無道理，相較眾多咖啡館千篇一律的公式化菜色，更能突顯巴黎米咖啡館在餐點設計上的用心與巧思，也讓咖啡館與顧客間多了一層親近的連結。

#### 四、巴黎米咖啡館的經營理念

巴黎米咖啡館以「人性化」為經營主軸，老闆吸納了之前在咖啡館工作的經驗，希望來店裡消費的客人不只可以放鬆身心，也可以透過相互交流來縮短人與人之間的距離。

每日來往的客人都處於不同的年齡階層，有著不一樣的職業和經歷，對咖啡的涉入程度也不盡相同。面對形形色色的客人，老闆都來者不拒，他希望在店裡除了能品嚐咖啡的溫度，也可感受人與人之間的溫度。巴黎米的一杯咖啡除了滿足感官上的需求，還附屬著老闆的誠意。

一間咖啡館就好比一座田。一座田的土壤養分再好，如果沒有農夫辛勤的灌溉，農作物便會受到外力損害。巴黎米咖啡館的設備、環境再好，若沒有老闆辛勤與盡心的付出，那麼就只會成為一間空有外殼的咖啡館。然而，在我們觀察、用心去體會的巴黎米咖啡館，是多麼一間有生命力、有靈魂、有個性的咖啡館。

#### 五、4P 行銷組合

產品 Product	1. 咖啡系列（義式濃縮、美式黑咖啡、卡布奇諾、調味拿鐵、柯塔多、咖啡漂浮島、調酒拿鐵） 牛奶系列（可可、歐蕾、伯爵奶茶） 果茶系列（花草茶、菊花茶、玄米煎茶） 冰沙系列（焦糖咖啡、摩卡奇諾、蜂蜜檸檬、蘋果、奇異果） 2. 餐點：甜點（香蕉香草蛋糕、巧克力蛋糕、重乳酪蛋糕、鮮果優格、起士布丁塔、手工脆餅、冰淇淋鬆餅） 輕食（煙燻火腿三明治、義式臘腸三明治、芝士野菇三明治、草食沙拉）
價格 Price	1. 飲品四大系列每杯約 130~180 元。 2. 蛋糕和布丁塔皆為 70~90 元，手工脆餅一份 35 元共三片，鮮果優格和冰淇淋鬆餅每份平均 125 元。 3. 三明治一份 240 元，沙拉一份 130 元。



通路 Place	巴黎米咖啡館 cafe 8mm 本店：臺北市大安區新生南路三段 60 巷 1 號 電話：(02) 2363-3237
促銷 Promotion	1. 下午 2:00~6:00 時段飲品搭配蛋糕可折抵 10 元。 2. 咖啡類飲品續杯享 60 元折扣，其他飲品享 30 元折扣。 3. 外帶飲品自備隨行杯享 10 元折扣。 4. 學生段考週至館內消費，可免費品嚐手工餅乾。

資料來源：本組彙整自巴黎米咖啡館的價目表

## 六、SWOT 分析

優勢 (Strength)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 地處大眾運輸工具可抵達區及人口密集區。</li> <li>2. 咖啡豆、食材、器皿、設備皆為上等，嚴格控管食安品質。</li> <li>3. 店員隨時以微笑迎客，態度優良。</li> <li>4. 營業時間至凌晨一點，體貼晚下班卻想喝杯咖啡的民眾。</li> <li>5. 整體裝潢風格獨樹一幟，頗有「燈光好、氣氛佳」之效。</li> <li>6. 每個座位旁設有插座，亦供應免費無線上網服務。</li> <li>7. 不定時舉辦小型藝展和音樂表演，增進消費者休閒娛樂。</li> </ol>
劣勢 (Weakness)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 較少廣告宣傳，抑或在報章雜誌上的報導。</li> <li>2. 平日與假日的客流量存有稍微差距。</li> <li>3. 店面空間相較其他店家狹小。</li> <li>4. 顧客交談聲音難以控制，恐怕打擾到其他客人。</li> </ol>
機會 (Opportunity)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 鄰近大學院校，容易吸引學生光臨。</li> <li>2. 以社交網站作為官方頁面，傳播無遠弗屆。</li> <li>3. 許多部落客參訪後會在網路上發表心得，成為無價廣告。</li> <li>4. 顧客接受度和忠誠度高。</li> </ol>
威脅 (Threaten)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 周圍的同性質業者眾多，競爭強烈。</li> <li>2. 連鎖店家透過促銷來吸引消費者，容易減少顧客上門。</li> </ol>

資料來源：本組自行整理

## 七、問卷調查分析

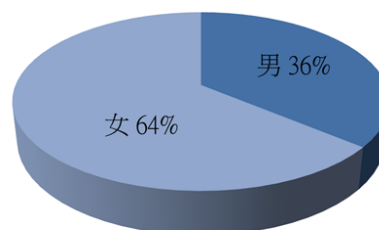
本組於 2014 年 2 月 22 日（星期六）至巴黎米咖啡館實地發放 50 份問卷，全數皆為有效問卷。此問卷調查內容分成五個部分：第一部分是受訪者的基本資料、第二部分關於店家的裝潢與性質、第三部分為服務品質的優劣、第四部分則是消費者的忠誠度、第五部分涵蓋店家的吸引力，採複選方式作答。

## (一) 消費者基本資料

### 1、性別

由圖一得知：

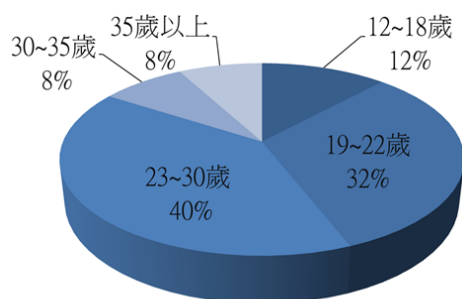
巴黎米咖啡館的消費者比較多是注重店家氣氛、布置與格調，和主張「價值精緻化」的女性。(註二) 不過仍有近四成的男性願意在假日前往咖啡館，帶上筆電瀏覽網頁或是寫寫報告，享受悠閒的午後時光。



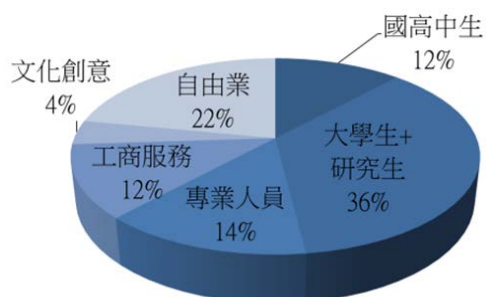
圖一 消費者性別

### 2、年齡與職業

由圖二及圖三得知：巴黎米咖啡館的消費者年齡，主要受到其位於學院周圍區域影響，19~22歲的大學生約占三成比例，而23~30歲（含研究生）則有四成，是最多的。



圖二 消費者年齡



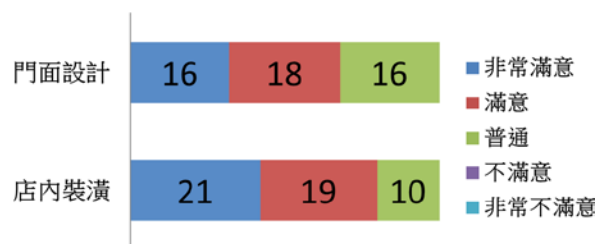
圖三 消費者職業

## (二) 巴黎米咖啡館的裝潢與營業性質

### 1、裡外裝潢

由圖四得知：

大多數的消費者都滿意巴黎米咖啡館的裝潢，無論是門面的設計，或是館內帶有工業格調的布置場景。在外觀與空間規劃這方面，頗能為顧客帶來好的觀感。

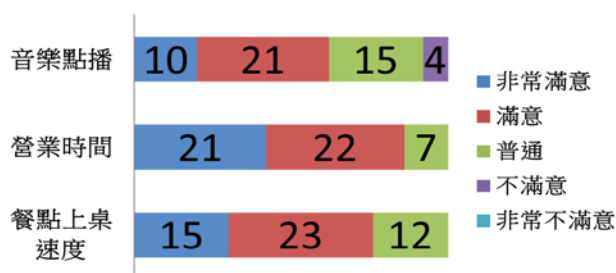


圖四 巴黎米咖啡館的裡外裝潢

### 2、營業性質

由圖五得知：

從館內播放的音樂、營業時間、餐點送達客人桌前等面向綜合看來，有四位女性顧客對耳邊傳來的歌曲類型稍嫌不滿，調配飲料和製作輕食的速度也可加快，而營業時間對消費者而言則是很便利的。

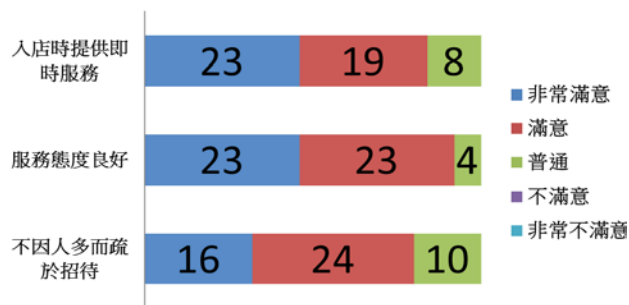


圖五 巴黎米咖啡館的營業性質



### (三) 巴黎米咖啡館的服務品質

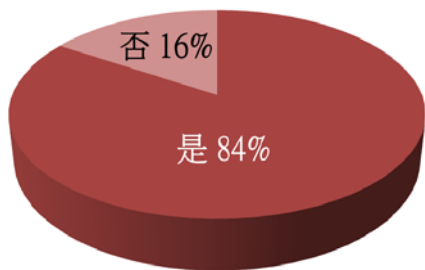
由圖六得知：  
巴黎米咖啡館的員工勤於在客人一踏進館內時就盛裝茶水招待他，點餐時的服務態度親切有禮貌，亦較少因為客流量增加而忽略原有顧客的需求。



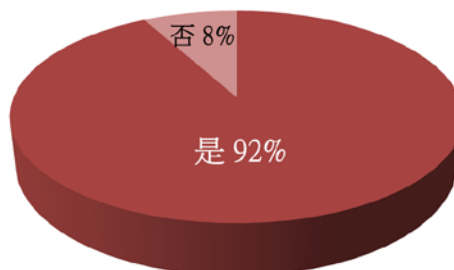
圖六 巴黎米咖啡館的服務品質

### (四) 消費者對巴黎米咖啡館的忠誠度

由圖七及圖八得知：幾乎所有的消費者願意再度光臨巴黎米咖啡，也有意將本館介紹給朋友。由此可見，多半的顧客都對巴黎米咖啡館印象不錯，有一定的忠誠度。



圖七 是否會再度光臨巴黎米咖啡館

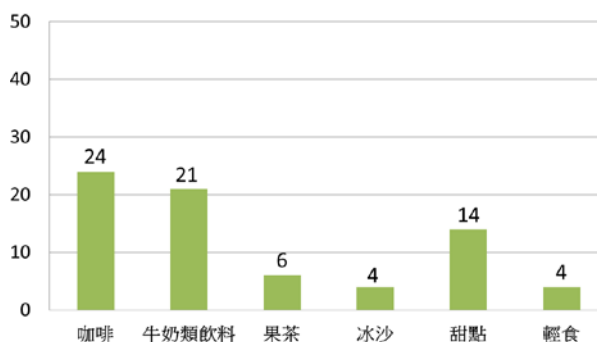


圖八 是否會向親朋好友推薦巴黎米咖啡館

### (五) 巴黎米咖啡館的吸引力

#### 1、消費者偏好的产品

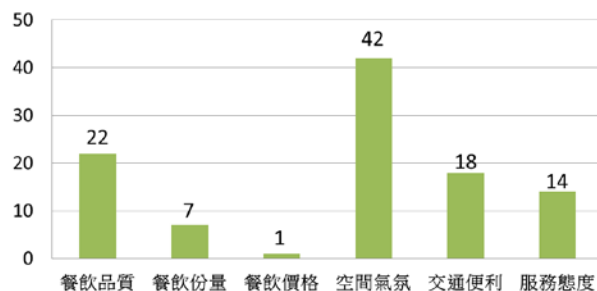
由圖九得知：  
消費者覺得巴黎米咖啡館出品的拿鐵、卡布奇諾等咖啡系列口味香醇，牛奶類飲料如義式可可也得喜愛。蛋糕、優格、布丁塔等甜點則是顧客最能接受和偏好的。



圖九 您偏好巴黎米咖啡館的哪些產品

#### 2、消費者前來消費的主因

由圖十得知：  
為數眾多的消費者認為巴黎米咖啡館在氣氛營造上是令人感覺舒適的，餐飲品質亦有好的成績，但價格卻不盡如意。

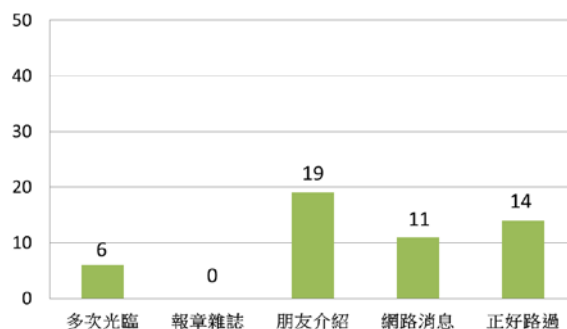


圖十 您認為本店吸引您來的消費魅力

### 3、消費者知道本館的管道

由圖十一得知：

最多消費者透由朋友的介紹而前來巴黎米咖啡館，可能是與同伴一起造訪，也可能是獨自光臨。值得注意的是，沒有人因為報章雜誌知道本館。



圖十一 您是如何得知巴黎咖啡館的

### 參●結論

個性咖啡館如何發展出最獨特的風格，來吸引消費者上門品嚐。我們看見巴黎米咖啡館在高素質的餐飲、輕鬆自得的用餐環境、其他店家難以複製的空間設計、令人稱心的服務表現和交通便捷的地理位置上都占了優勢。

館內的環境氣氛與館內的擺設、空間規劃、動線流暢度等深獲消費者贊同，經營者細密主導的「工業風格」咖啡館非常受到肯定。唯有音樂接受度呈現較分散的狀態，也許偶爾改變下曲風，別同一時段播單一種曲調，會令人聽起來更為舒適。

核心的飲品和餐點同樣有優秀的成績，但因消費者多落在學生族群，普遍會感到價格偏高。所以，如果能提供「套餐組合」或是飲品甜點的「搭配優惠」，一來不僅可以鞏固學生族群的買單意願，二來也能使消費者增加對館內多樣餐點的需求。適度地推出一些折扣，在促銷這方面多花點心思，想必會有更多的客人被巴黎米咖啡館的整體氛圍和咖啡飄香吸引上門。另外，由於館內的所有餐飲都是現點現做，出餐速度不如顧客預期的快，這點建議工作人員調配飲料和製作美食的技藝可再純熟些。

根據問卷調查結果，沒有消費者透由報紙或雜誌等書面媒體得知巴黎米咖啡館，卻有零星顧客留意到電子媒介上的資訊而前來。也許是因為開業不久，名氣還未達到一定程度，少有記者採訪，畢竟名聲是需要長時間累積的。若巴黎米咖啡館不斷追求更好的品質、不斷推出新產品，別讓經營模式總是停留在一成不變的情況，相信聲譽定會日漸顯著與卓越。

### 肆●引註資料

1. 張嘉權 (2013): 公館巴黎米 cafe 8mm 一顆咖啡豆的城市漂流。城市食畫誌。2014 年 2 月 21 日，取自 <http://citynotes.me/2013/cafe-8mm>。
2. 薛心雅 (2012)。女性消費者購買奢侈品動機及行為研究 (碩士論文，淡江大學，2012)。淡江大學電子學位論文服務，U0002-1607201302194800。