

投稿類別:觀光餐旅類

篇名:

『彩』鮮果汁—戀愛吧 v.s. 芭樂芭

作者:

彭俞真。新竹市光復中學。幼保科 2 年 62 班

張羽瑄。新竹市光復中學。幼保科 2 年 62 班

黃珮捷。新竹市光復中學。幼保科 2 年 62 班

指導老師:

曾瓊瑩

## 壹、前言

### 一、研究動機:

炎炎夏日裡，走在市區的路上。看見人人手上一瓶漸層飲料，每個人拿的瓶子又有兩種樣式，而這就是最近很流行的漸層飲料。以健康為主又可以消暑，走近一看竟然有兩家漸層飲料店排了很長的隊伍，而且兩家相隔不遠。而這兩家都是用各種新鮮水果和冰沙，做出色彩漸層得美麗效果，既美麗又健康，連飲料的名稱也很特殊，不禁引起我們的興趣及討論的動機。而這兩家以漸層為主的果汁店。分別叫作是「戀愛吧」和「芭樂芭」，「戀愛吧」以火龍果、芒果、芭樂為主。「芭樂芭」以芭樂為主角去搭配其他的水果。有別於一般的飲料，標榜健康訴求引發愛喝飲料及愛美的我們的好奇心，想知道什麼水果搭配什麼水果?借此來做個大比較，看看同樣是果汁漸層飲料店哪一家會比較受歡迎，或是兩家漸層飲料的特的特色不同之處以及各種水果搭配的。

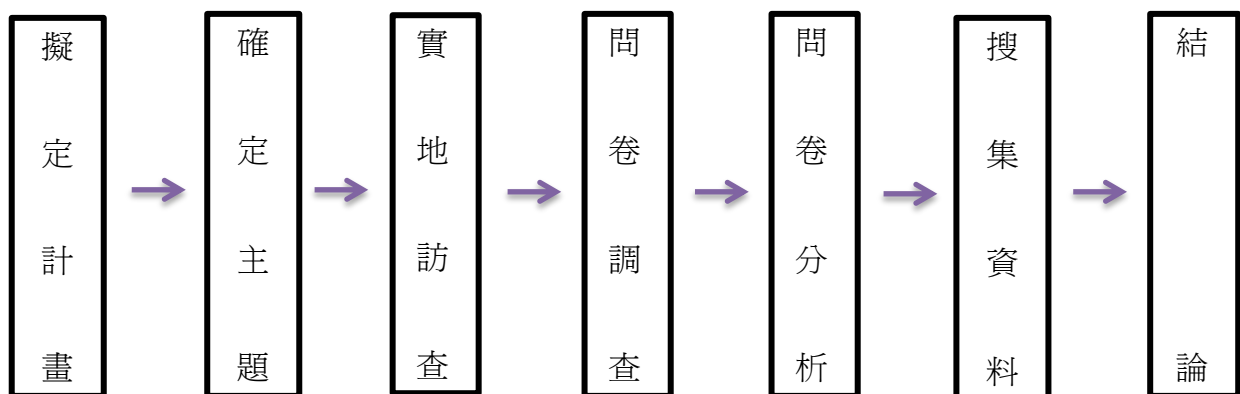
### 二、研究目的:

- (一) 了解漸層果汁起源、背景
- (二) 探討芭樂芭與戀愛吧的差異性
- (三) 探討漸層果汁的促銷及活動
- (四) 調查消費者對漸層果汁的滿意度調查

### 三、研究方法:

- (一) 尋找有關漸層果汁的資料連結
- (二) 訪問兩家果汁店的相關資料
- (三) 問卷調查法以學生為對象，進行漸層果汁的滿意度調查

### 四、研究流程:



圖一：研究流程  
(資料來源：研究者製作)

## 貳、正文

### 一、了解漸層果汁起源、背景

隨著漸層果汁的興起，人們追求不只味覺上的享受，視覺上的刺激也是不可或缺的。引起我們想了解的動機，以下是我們以兩家調查的結果。

#### (一) 戀愛吧

2016年6月16號開幕的 LOVE JUICE 戀愛吧位於新竹東門街。以火龍果做主角，用芒果芭樂做配角，穿插出漸層繽紛顏色，由於標榜漸康果汁因此吸引許多年輕人紛紛湧至，強調以三種水果混合果汁色彩繽紛，喝的健康也添增視覺效果。



圖二：戀愛吧招牌

#### (二) 芭樂芭

2016年4月1日芭樂芭第一家店位在桃園中壢開幕。老闆經營飲料店多年因為不想再捲入食安風暴，塑化劑的關係，所以改賣果汁，以老闆最愛的芭樂汁為主角，調配其他果汁，其中以火龍果還有芒果味道最獲得好評，也創造出漸層繽紛的果汁。



圖三：芭樂芭招牌

### 二、芭樂芭與戀愛吧飲料的差異性

由於兩家都以漸層果汁為主，想要從中探討戀愛吧與芭樂芭兩家漸層果汁的差異，於

是上網查詢兩家果汁店所用的水果，進行差異的比較，以下是我們針對兩家果汁店的比較分析表。

表一：芭樂芭與戀愛吧飲料比較表

店名	芭樂芭	戀愛吧
主要成分	火龍果、芭樂、柳橙、檸檬、石蓮花、百香果、梅果、奇異果	火龍果、芭樂、芒果、檸檬、柳橙、西瓜、葡萄柚、香草冰淇淋、鳳梨
容量	約 450ml	約 530ml
種類	約 9 種	約 14 種
價錢	新台幣\$55~80	新台幣\$55~65
營業時間	11:00~22:00	10:00~22:00
商品	芭樂紅龍果、芭樂青檸、芭樂芭、舒果香橙、橙香芭樂、芭樂鮮百粒、芭樂 kiwi、芭洛克、洛神水晶	戀愛芭、歐芭旺旺、歐芭鮮橙、歐芭很芒、歐芭很火、冰河歐芭、鮮柚檸檬、火龍很芒、冰河芒果、鮮橙檸檬、冰河賭神、歐芭加柚、吸血鬼、冰河吸血鬼

(表一資料來源:芭樂芭 fb 官網、戀愛吧 fb 官網。2016 年 12 月 28 日，取自 <https://www.facebook.com/GuavajuiceTW/>、<https://goo.gl/fTdV55>)

經過比較之後，我們發現就成分而言，戀愛吧除了水果還加了冰淇淋增加甜味，戀愛吧的容量比芭樂芭多了一些，但價格卻相對來的低一些根據觀察戀愛吧的營業額應該會比較高。

### 三、探討芭樂芭與戀愛吧行銷方式

#### (一)、促銷活動

利用節慶，特別節日舉辦優惠吸引更多顧客前來消費，Guava juice 芭樂芭和 LOVE JUICE 戀愛吧一樣，拿回空瓶購買飲品皆享有 10 元折扣。或者有新品上市時也會大打促銷。戀愛吧在情人節時舉辦了抽獎活動，芭樂芭在新品上市時推出全館 49 元。

#### (二)、健康策略

這兩家都主打新鮮水果，萃取天然水果。芭樂含有維生素 C，具有美白肌膚健胃消食。百香果清理腸胃養顏美容。火龍果抗老聖品。柳橙維持健康免疫系統。檸檬美白淡

斑。綜合以上都是天然且健康的水果

### (三)、新奇策略

以漸層的效果吸引女生和國高中族群，也會持續推出更多不一樣的產品像是。戀愛吧近期推出吉拿棒冰淇淋棉花糖、飲料上還加上棉花糖、韓式部隊鍋、煎餃等，多元化的新品。芭樂芭則是一直研發不同口味和不同口味的搭配。

## 四、 探討漸層果汁的促銷及活動：訪談紀要

### 1、漸層果汁的起源背景

戀愛吧: 戀愛吧漸層果汁老闆一直是在新竹賣新鮮現打果汁，轉眼賣快 10 年了有一天想到如果將店裡所販售的水果變成彩虹般的果汁色彩，同時也讓客人喝到綜合健康的果汁，因此推出了戀愛吧漸層果汁！

芭樂芭: 經營飲料店多年因為不想再捲入食安風暴，塑化劑的關係，所以改賣果汁

### 2、之後會想推出新商品嗎?

戀愛吧:會再推出漸層飲料及韓國食物

芭樂芭:會，之後會推出新包裝的瓶身

### 3、消費者大約年齡在??

戀愛吧:16~30 歲

芭樂芭:20~40 歲

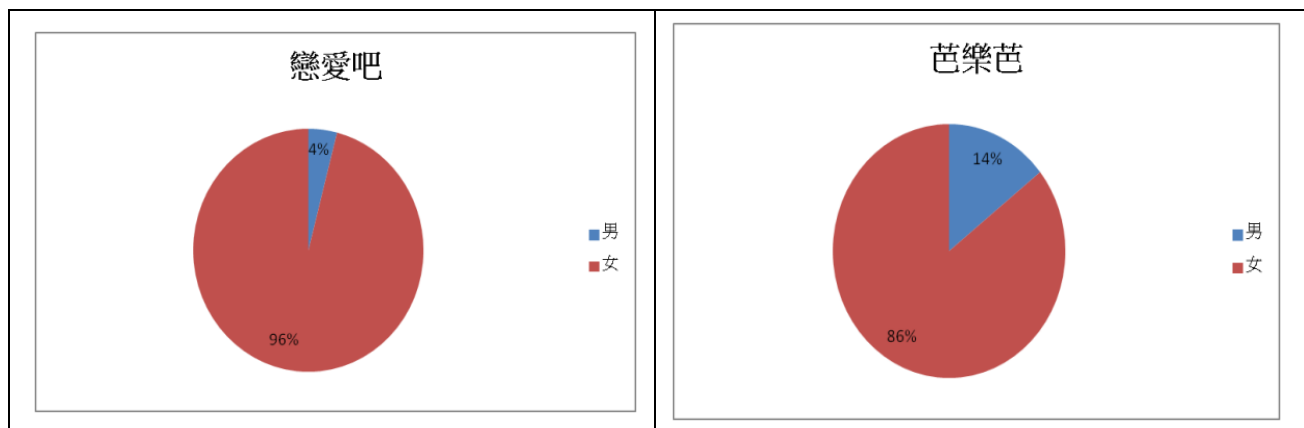
### 4、行銷手法，經營理念

戀愛吧: 戀愛吧漸層果汁老闆一直是在新竹賣新鮮現打果汁，轉眼賣快 10 年了有一天想到如果將店裡所販售的水果變成彩虹般的果汁色彩，同時也讓客人喝到綜合健康的果汁，因此推出了戀愛吧漸層果汁！

芭樂芭:新鮮健康的概念希望客人喝到健康天然的果汁。因節日推出相對活動

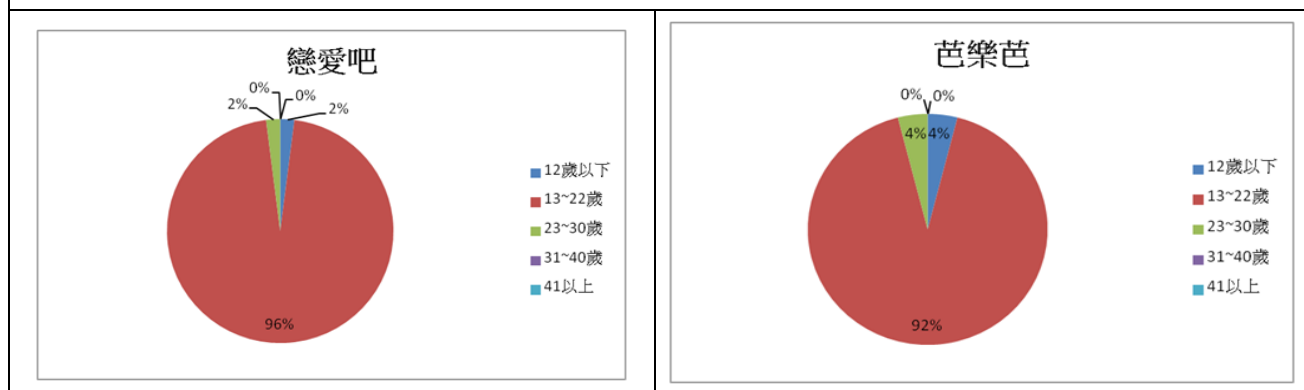
五、探討消費者對於漸層果汁的滿意度：問卷調查

爲了想要了解消費者對於兩家漸層果汁的滿意度，所以我們發了各 80 張的問卷也回收了 80 張問卷我們把這各 80 張的問卷發給了我們學校的高中生。



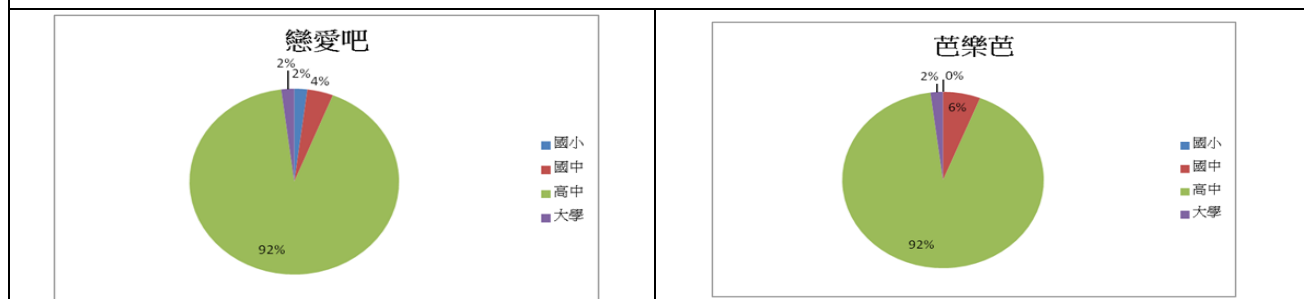
圖四：性別

從圖二中得知兩家都女生居多，都以新鮮果汁打出來的果汁，又有繽紛的漸層色彩，吸引了很多女生，從調查中發現女生喝果汁的人比男生多。



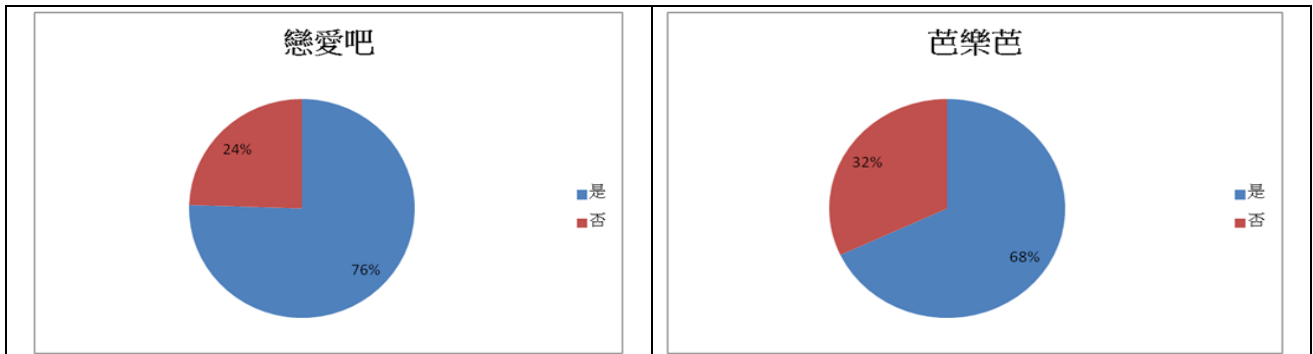
圖五：年齡

從圖三中得知兩家都是落在 13~22 歲年輕人裡，年齡 41 歲最少，戀愛吧又比芭樂芭在 22~30 歲少 2% 。



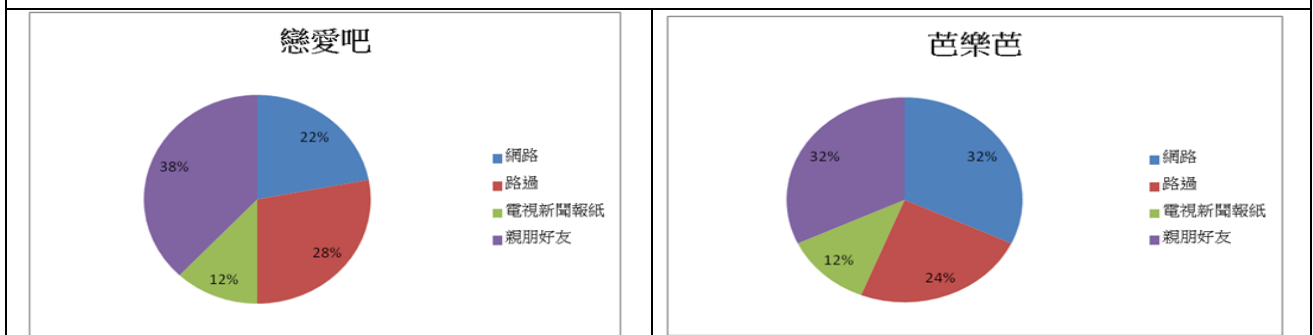
圖六：最高學齡

從圖四中得知根據調查結果，高中生喝新鮮果汁的比例最高，國中第二，國小最少，顯示出高中生對於較新奇的飲料有特殊的吸引力。



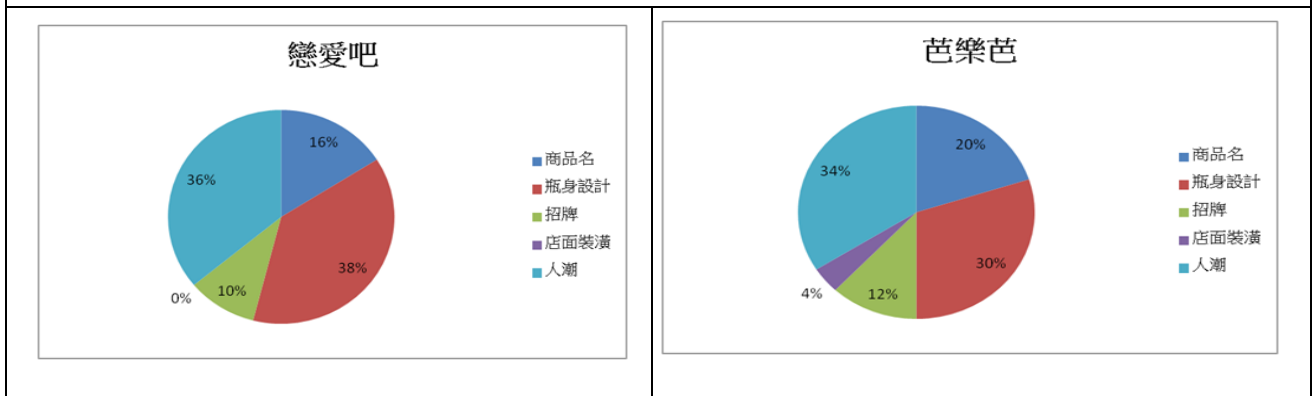
圖七：是否有喝過這家漸層飲料

從圖五中得知由於戀愛吧比較早開比較多人喝戀愛吧! 根據統計調查，由於知名度比芭樂芭大，所以顧客會去「戀愛吧」買的相對較大。



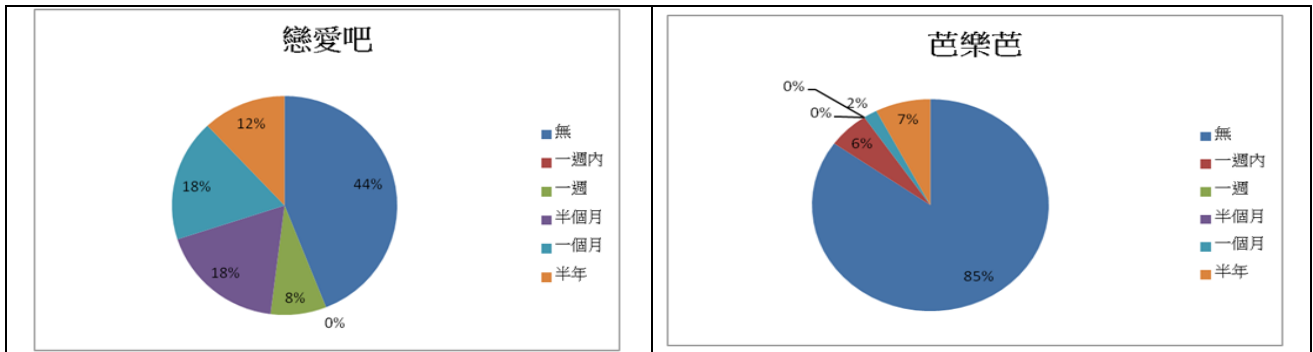
圖八：您如何知道此店

從圖六中得知大多數人都是由路過或親朋好友介紹知道戀愛吧的。而知道芭樂芭的人大多是由網路和親朋好友知道的，由此可知網路的一傳十，十傳百效果非常好身旁的親朋好友也大肆宣傳。



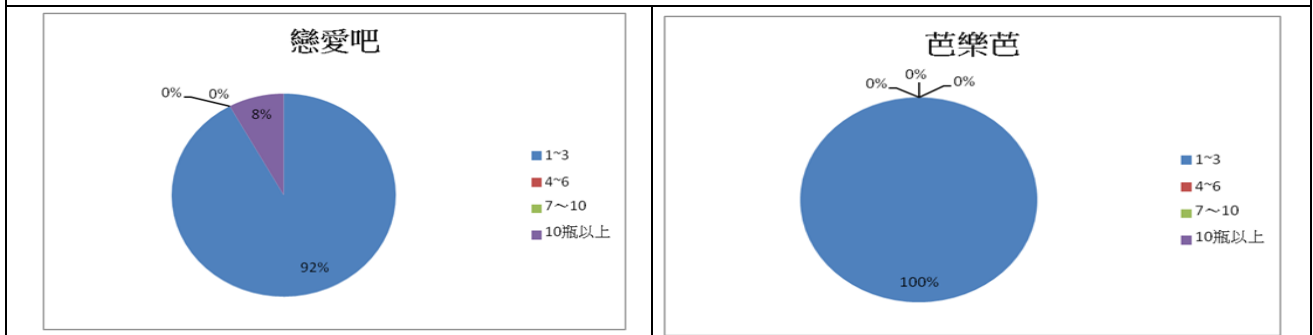
圖九：哪一點會吸引您的注意

從圖七中得知兩家都是以瓶身設計和人潮居多。戀愛吧瓶身細長透明的上面還有黑色 LOGO，蓋子而是黑白色走簡約路線，不像一般飲料店的設計。



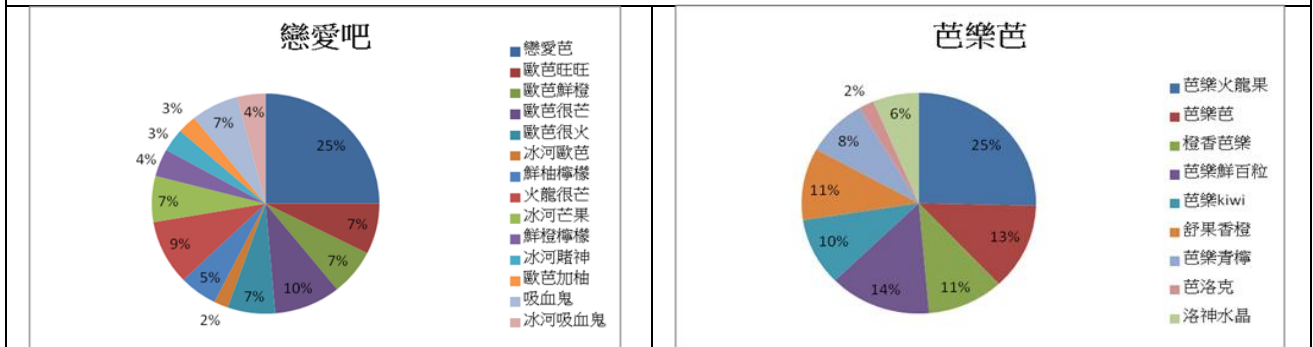
圖十：多久會想回購一次

從圖八中得知大部分都沒有想要再回購一次，但芭樂芭比戀愛吧的回購次數的意願較低。



圖十一：一次想購買幾瓶

從圖九中得知，消費者對「戀愛吧」想購買的瓶數，10瓶以上佔了8%，佔最多的是1~3瓶佔了92%，表示大多數的人都只會買1~3瓶。由此可知，消費者對「芭樂芭」想購買的瓶數，1~3瓶佔了100%，表示消費者不想一次購買太多瓶而影響飲料的新鮮度。

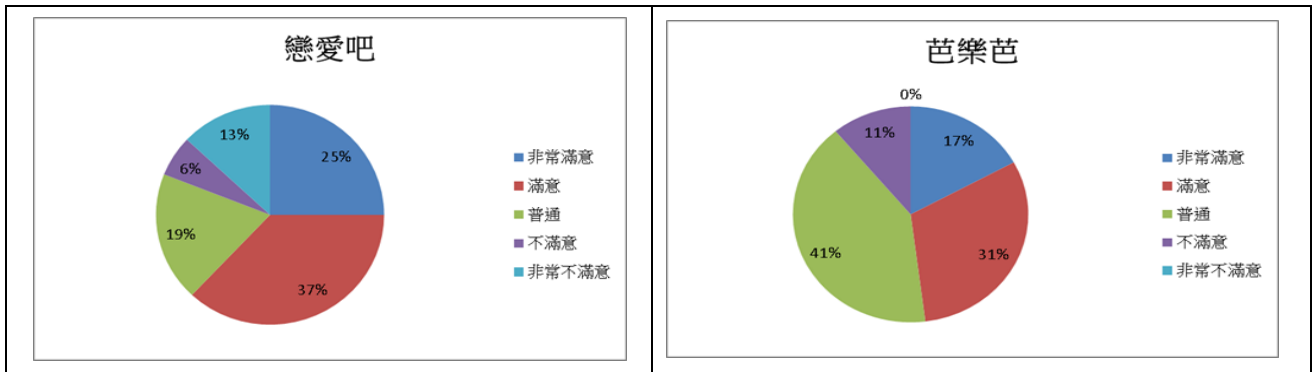


圖十二：會想購買哪樣商品

從圖十中得知戀愛吧最受歡迎的是戀愛芭是以火龍果、芭樂、芒果所做成。最不受歡迎的果汁是冰河歐芭，是以冰淇淋、芭樂做成的。

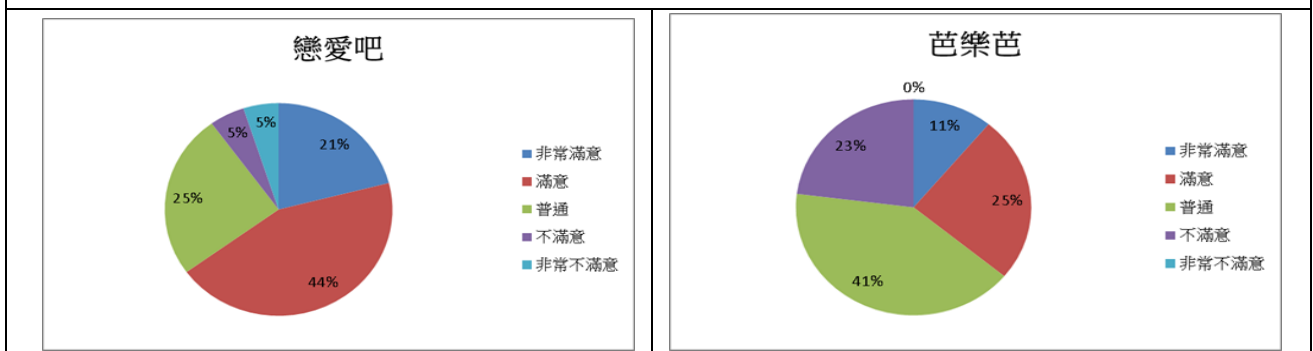
芭樂芭最受歡迎的是芭樂火龍果，是以芭樂、火龍果做成。最不受歡迎的果汁是芭洛克，是以芭樂、洛神花、蔓越莓做成。





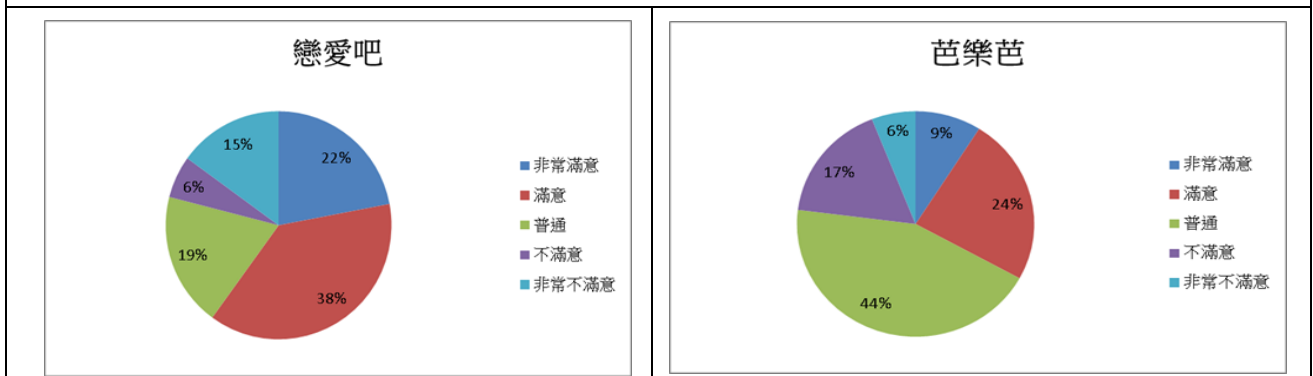
圖十三：口味喜好程度

從圖十一中得知，消費者對兩家的口味喜好程度，普通跟滿意居多，表示消費者對口味喜好程度都還可以，由此可知大眾對於戀愛吧。



圖十四：價格滿意度

從圖十二中得知消費者對於「芭樂芭」的價格滿意程度高於「戀愛吧」，非常滿意佔了 11%，非常不滿意佔了 0%，其中佔了最多的是普通 41%，表示消費者都還可以接受「芭樂芭」的價格。



圖十五：服務態度

從圖十三得知，消費者對「戀愛吧」的服務態度，覺得非常滿意佔了 22%，非常不滿意佔了 15%，其中佔了最多的是滿意 38%，表示「戀愛吧」的態度算還不錯，因此整體而言，「戀愛吧」在態度明顯比「芭樂芭」是讓消費者滿意程度較高的。

根據調查顯示這兩家飲料店購買行為分析都是吸引女生來買，且大多數都是學生群居多。且都是朋友推薦慕名而來且都是受到瓶身的吸引，大多數人都不會想再回購。在口感分析上根據研究顯示，戀愛吧和芭樂芭兩家店都是以招牌飲料居多。大多數的消費者都對戀愛吧和芭樂芭的滿意度表示滿意。比較重視價格跟口感，衛生的部份是其次。水果類的品質也是非常重要的，因為講求健康，所以大部分消費者都會選擇 2 種或 2 種以上混合的果汁來喝，消費者都是選擇自己喜歡的，因為招牌飲料也較便宜。少數人是因為折扣而帶自己的瓶子去買，大多是影響環保和安全衛生。

### 叁、結論

因為小論文的关系我們了解到的現在的人對於漸層果汁的想法及感覺，我們也進一步的了解到芭樂芭及戀愛吧的建立這家店的緣由，從緣由裡我們看出兩家店老闆都想要健康且天然的做果汁，以及芭樂芭和戀愛吧的差異性。

### 肆、引註資料

痞客邦 (2016)。2016 年 12 月 28 日，取自  
<https://goo.gl/0Jve6t>

痞客邦 (2016)。2016 年 12 月 28 日，取自  
<https://goo.gl/RT74SF>

聯合新聞 (2016)。2016 年 12 月 28 日，取自  
<https://video.udn.com/news/498324>

金勇民 (2014)。最後一本果汁書。台灣：大田

楊桃文化 (2016)。150 種最受歡迎蔬果汁。台灣：楊桃文化

龔亭芬 (譯) (2016)。新鮮冷壓蔬果汁。台灣：瑞昇

謝淑萍 (2016)。今夏最夯的夢幻漸層飲料。中時電子報，2016 年 8 月 2 日，1 版

唐靜宜 (2012)。乳酸發酵綜合蔬果汁之試製及儲藏期間成分變化與品質特性之探討。碩博士論文：台中市。