

逢甲大學學生報告 ePaper

打鐵豆花新口味-貝禮詩奶酒豆花

對大學生產品接受度調查

The Influence of DATIE New flavor Bailleys
Douhua to university students Purchase
Intention

作者：彭芊華,徐婉軒,鄒宜軒,賴香綺,賴玟均,吳珮維

系級：國貿三丙,統計三乙 統計四乙

學號：D0532586,D0532317,D0582982,D0691509,D0671901,D0531910

開課老師：林呈昱 老師

課程名稱：行銷研究

開課系所：國際經營與貿易學系

開課學年：107 學年度 第一 學期

中文摘要

在臺灣也有許多傳統豆花店,且對於國外消費者而言豆花是非常著名也來台灣必須嘗試的點心,然而結合中西方文化的創新口味並不常見,豆花口味的創新也並不多。

此外打鐵豆花為口味較新穎且具大學生喜愛的一家豆花店,引此我們想為打鐵推出中西合併豆花並瞭解喜歡嘗鮮且符合飲酒年齡的大學生們對於如此前衛的豆花口味接受度如何?

為了增強打鐵的優勢,我們發想了一些新口味,進一步研究消費者對新口味的購買意願。此行銷研究目的為了解新口味對大學生購買意願有何影響。

透過質性訪談、量化研究、實驗設計法進行行銷研究,發現結果顯示新口味能增

加大學生對豆花的購買意願。



關鍵字：

新口味的購買意願

質性訪談

實驗設計法

Abstract

There are many tradition Dohua dessert in Taiwan, and it' s famous for foreigners. Our team found that the fusion of Chinese and Western food seldom shows up in this kind dessert. In addition, we all knew young people like new things and will want to try the new flavor. We developed some idea of new flavor of Dohua and chose one of the ideas to do the research. In addition, we hope help the store DATIE which is well-known for the university students develop a new flavor Bailleys. Therefore, we through survey, qualitative interview, and design of experiments, the result shows that the new flavor of can increase the willingness of university students to purchase Bailleys Dohua.

Keyword :

Marketing research
Design of experiments
Purchase intention
Bailleys Dohua



目 次

目錄

壹、緒論	4
研究動機	
研究目的	
貳、問題背景描述	4
研究方法	
研究流程	
概念評估	
參、環境分析	6
競爭者分析	
肆、資料分析過程與發現	10
質性訪談	
實驗設計法	
伍、分析結果與建議	17
上市前測試	
陸、結論	19
柒、參考網址	20

壹、緒論

一、研究動機

在華人的飲食文化中，豆花是其中一項特色點心。在臺灣也有許多傳統豆花店，然而結合中西方文化的創新口味並不常見。於是，我們的組員突發奇想，將被廣泛運用在咖啡與西式甜點、麵包、蛋糕、湯類甚至主食等的貝禮詩奶酒與傳統豆花結合，突破了文化的邊界，激盪出獨特且新穎的口味，替味蕾帶來前所未有的感受。另外，含有酒精成分的豆花目前在臺灣更是史無前例的創舉。

此外打鐵豆花為口味較新穎且具大學生喜愛的一家豆花店,引此我們想為打鐵推出中西合併豆花並瞭解喜歡嘗鮮且符合飲酒年齡的大學生們對於如此前衛的豆花口味接受度如何？

二、研究目的

- ✓ 了解新口味豆花的可行性
- ✓ 新口味對大學生的購買意願

貳、問題背景描述

對於新口味豆花的研究,我們先組成發展團隊,接著機會辨認,機會辨認發現現行豆花比較少研發新口味以及顧客群大都分散各個年齡層,且中西合併的都花不曾見過,在發展新產品概念階段我們團隊人員各提出一個想法,透過組內試吃做概念評估,接著發展新產品原型階段我們將每個人的想法做試吃評估,最後再做上市前測試透過給予消費著試吃做質性研究,實驗設計等方法來了解此產品的可行性



三、 研究方法與流程

以下為細部研究過程



提案

組員提出新口味豆花並嘗試製作,有貝禮詩奶酒新口味,提拉米蘇口味,蘋果丁豆花,透過組內質性研究選出行銷人員認為最為適合打鐵豆花的新口味豆花



概念評估

以下表格針對各個提案的口感和口味試吃結果評論,雖然貝禮詩奶酒口味仍需最改進和調整但經過團隊人員討論,認為此新口味為新穎且經過改善是可以被接受

的一個產品

口感第一次初評

<p>貝里斯奶酒豆花</p>	<p>彭芊華:本身不能喝酒,不能吃太多,覺得可以甜一點,味道會更融合 吳珮維: 很少有機會吃到有酒味的豆花,整體口味甜味不夠,牛奶加奶酒很像奶精的味道 鄒宜軒:要甜一點,可以跟冰淇淋混合 徐婉軒:酒加太多,味道太強烈,覺得可以多加牛奶或其他甜湯 賴玟均: 酒味太過強烈蓋過豆花味 賴香綺:完全不喝酒的人,所以不敢嘗試</p>
<p>提拉米蘇豆花</p>	<p>彭芊華:就是提拉米蘇冰淇淋 吳珮維: 提拉米蘇冰淇淋蓋過豆花的味道 鄒宜軒: 太甜,味道蓋過豆花,完全沒有豆花的豆味 徐婉軒: 提拉米蘇冰淇淋蓋過豆花的味道 賴玟均: 只是在吃比較水的冰淇淋的感覺 賴香綺: 味道蓋過豆花,完全沒有豆花的豆味</p>
<p>蘋果丁豆花</p>	<p>彭芊華:很夏日風味的感覺 吳珮維: 很清爽,用芒果醬的甜配上蘋果丁口感很清爽,但蘋果丁多一點好 鄒宜軒: 毫無特色,就是很水果味 徐婉軒: 芒果味道太重吃不到蘋果和豆花豆香的味道 賴玟均: 吃不太出來蘋果的味道,蘋果可以再多一點,蘋果跟芒果打成醬會比較好 賴香綺: 還不錯,吃不太出來蘋果的味道,蘋果可以再多一點</p>

參、環境分析

競爭著分析

我們根據台中的豆花店做調查並藉由問卷詢問對這些店家有了解的大學生對於這 8 家店的印象,評分為一到五分,一為最相似,五為最不相似,並由調查的平均數,跑出十字定位圖

打鐵豆花新口味-對大學生產品接受度調查

品牌	打鐵豆花	馬岡豆花	一品豆花	統元豆花
平均價格/碗	50~80 元	50~60 元	35~50 元	35~45 元
產品品項	豆漿 豆花 紫米 芝麻 湯圓 吐司 紅豆湯	各類傳統豆花 嫩仙草 甜湯品	傳統豆花 薏仁類 愛玉類 粉粿類 粉圓類 飲品 剉冰類	豆花 仙草 養身竹炭豆花 布丁 刨冰 湯芋圓 薏仁 飲品
連鎖店家	8 家	4 家	3 家	6 家
產品圖片				

打鐵豆花新口味-對大學生產品接受度調查

品牌	永福豆花	至善豆花	景美豆花	雪花冰 薏仁豆花
平均價格/碗	20~45 元	30~45 元	35~45 元	35~50 元
產品品項	仙草凍 豆花 芋園/湯圓 湯品 冰品 飲品	黑糖剉冰 冷/熱豆花 熱飲 湯品	傳統豆花 芋園 紅豆 熱甜品	傳統豆花 薏仁湯系列 布丁系列 蓮子口味系列 湯圓口味系列 粉圓口味系列 雪花冰 鳳梨冰
連鎖店家	2 家	1 家	2 家	1 家
產品圖片				

	A	B	C	D	E	F
1	馬岡vs打鐵	一品vs打鐵	統元vs打鐵	馬岡vs一品	馬岡vs統元	一品vs統元
2	1	5	4	4	3	1
3	1	5	4	4	3	1
4	1	4	4	5	4	2
5	2	4	5	5	3	2
6	2	4	5	4	2	2
7	3	5	4	3	2	1
8	1	4	4	4	2	1
9	1	5	3	5	4	1
10	2	5	2	5	3	2
11	1	4	3	4	4	1
12	1.5	4.5	3.8	4.3	3	1.4

(1 為最相似, 5 為最不相似)

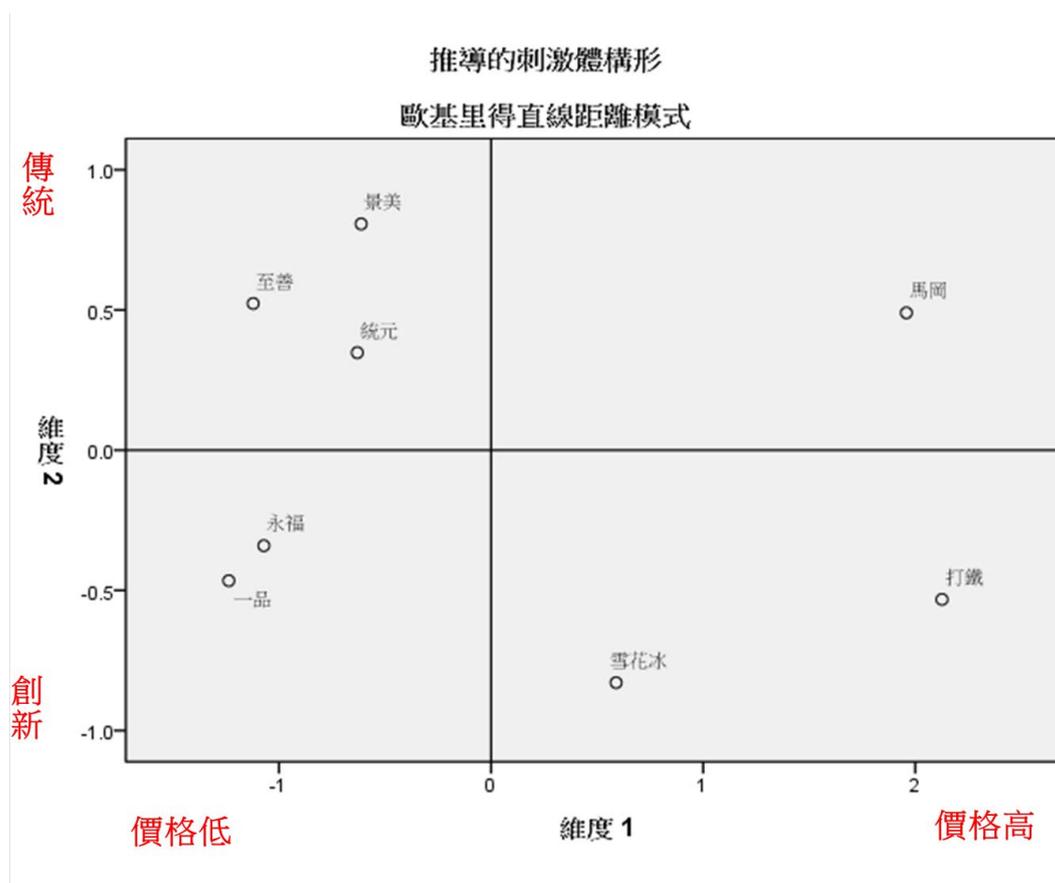
	打鐵	馬岡	一品	統元	永福	至善	景美	雪花冰	var
1	.000
2	1.500	.000
3	4.500	4.300	.000
4	3.800	3.000	1.400	.000
5	3.800	4.300	1.600	1.600	.000
6	4.000	4.000	1.500	1.700	1.200	.000	.	.	.
7	4.100	3.000	2.100	1.500	1.300	1.100	.000	.	.
8	2.900	2.500	2.600	2.100	2.600	3.000	2.900	.000	.
9									

(將每兩兩一組的平均輸入 spss)

我們可以藉由非屬性性基礎多元尺度法分析得出一個結論,「打鐵豆花」在豆花市場具有良好的策略定位,由於非屬性性基礎多元尺度法,無法準確的判斷軸線的意涵,因此我們進一步蒐集了各家豆花店的價位與產品和菜單,發現「打鐵豆花」、「馬岡豆花」、與「雪花冰」的平均價位都高於 50 元,而其他的競爭者價位都位於 20~50 之間。而口味方面,「打鐵豆花」、「雪花冰」是屬於較創新的豆花店,例如「打鐵豆花」不但有藍色鋼鐵機器人當品牌代言人,還使用鐵製的微笑機器人當作裝豆花的容器,口味上也和傳統豆花有所區隔。與「打鐵豆花」位於同一象限的競爭者「雪花冰」豆花店,則是有少見的布丁系列,和蓮子口味系列豆花,並且價格上略低於「打鐵豆花」一些,來和一般傳統豆花產生區別。因此我們根據次籍資料的結果,決定使用「價格較高 VS 價格較低」、「傳統 VS 創新」來為橫軸與縱軸命名。

我們由非屬型 MDS 定位圖結果的結果也可以發現,逢甲商圈附近的豆花店,

大多分布在定位圖左側,也就是價位上相對是較為低價的豆花,雖然雪花冰」在口味創新上更勝「打鐵豆花」,但是整體來說我們可以得出一個結論,「打鐵豆花」採用的是屬於創新但價格偏高的「More for more 策略」定位,這樣的策略可以和其他逢甲商圈附近的低價傳統豆花產生區隔,並且成功吸引年輕的顧客上門消費。



或許有些人會認為豆花原本就是年長者吃的甜品,口味上一定只有傳統的花生、紅豆、綠豆之類的口味,但是越來越多的商家注意到年輕人這一「利基市場」喜歡吃豆花的年輕族群雖然人數或許不如中年或壯年族群,但是年輕人願意多花一些錢「嘗鮮」的特性,也給了「打鐵豆花」一個使用利基行銷的機會,就必須不定期推出新口味,同時設法帶給年輕消費者新奇的感受,才能保持其目前的品牌定位。

肆、資料分析過程與發現

質性訪談

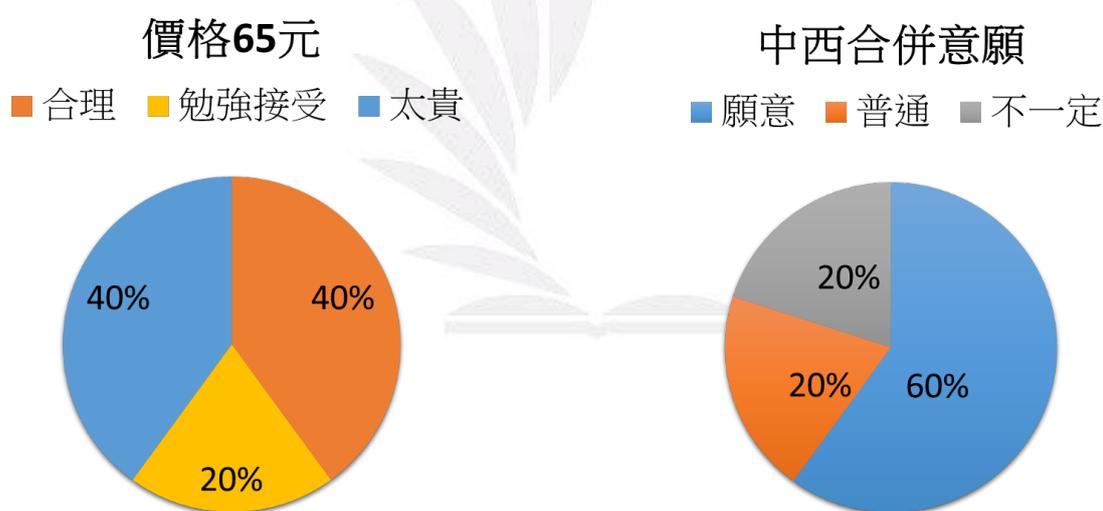
題目:

1. 對於一般傳統豆花的看法?

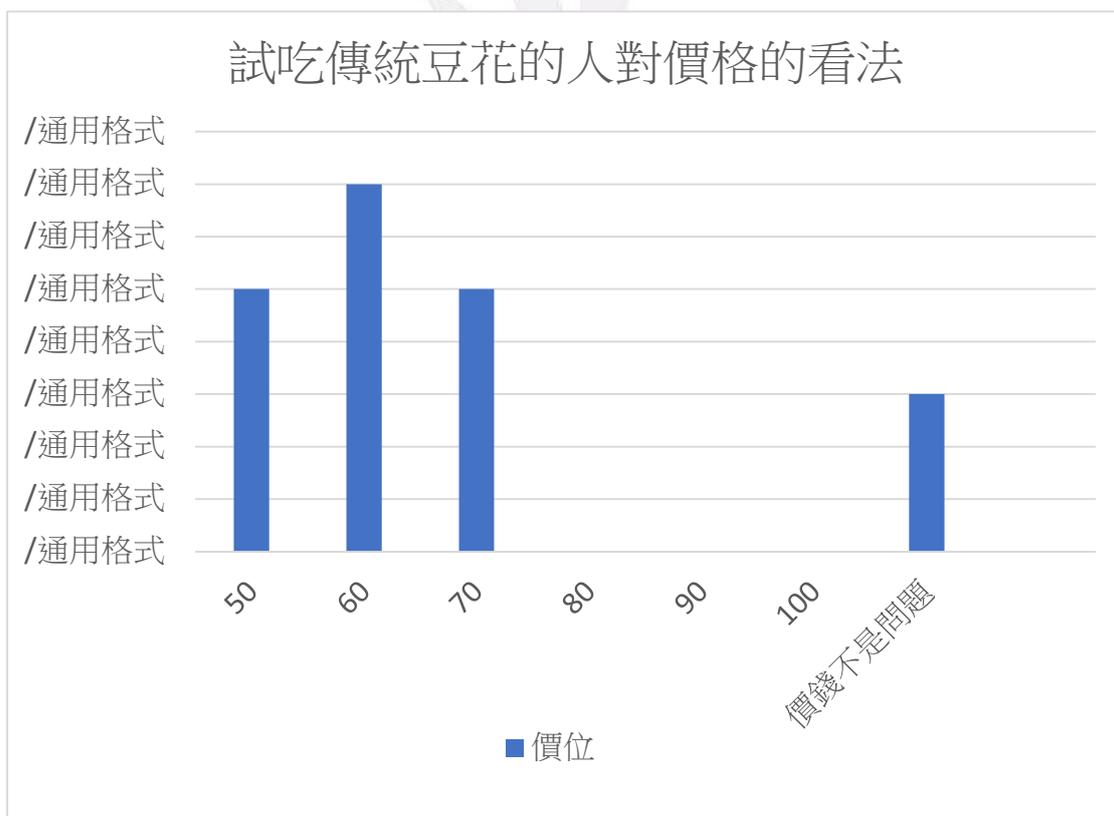
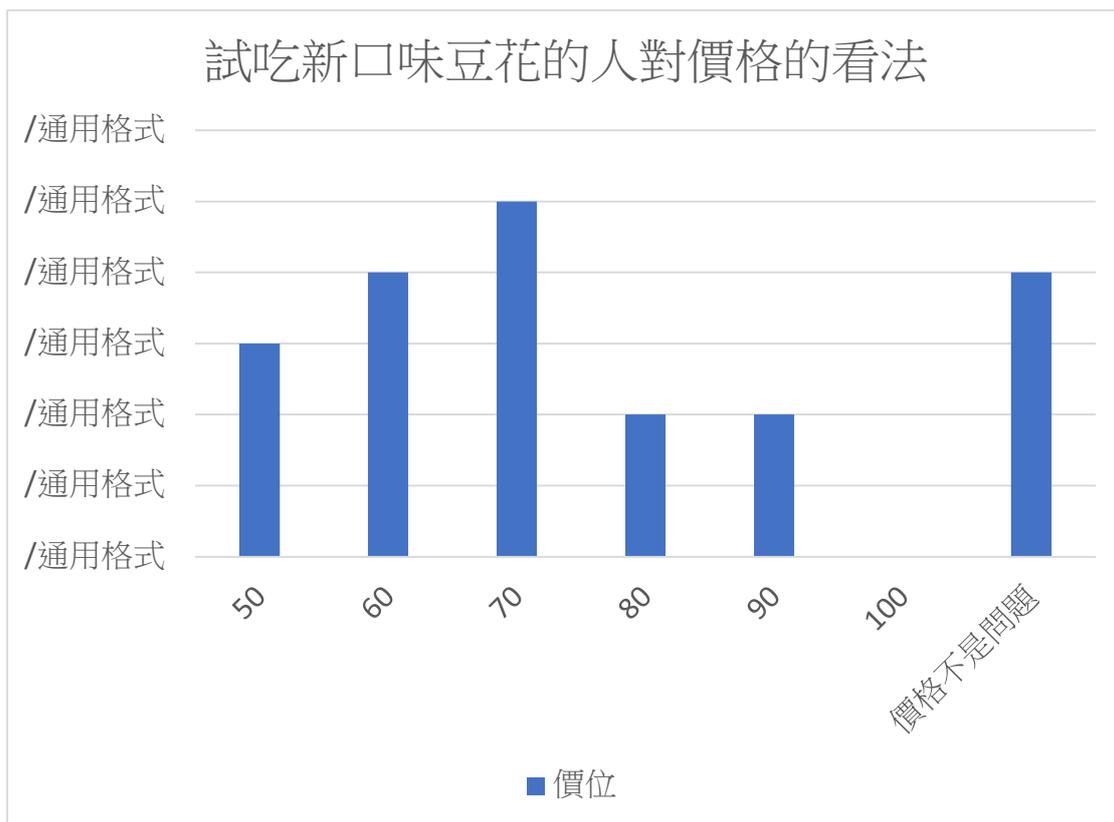
2.中西合併的豆花會吸引你去嘗試嗎？為什麼？

3.如果價格為 65 元，覺得這個價格合理嗎？

	哥吉拉 (有試吃過)	老仙女 (有試吃過)	保麗龍 (有試吃過)	嫩大姊 (無試吃過)	Wizard (有試吃過)
問題一	小時候的回憶 物美價廉	豆香濃郁 單調	料多實在 CP值高	好吃 家鄉懷念的 味道 便宜	隨意的配料
問題二	有一點	會 好奇	會 嘗鮮	不一定 新口味 (願意嘗試)	會 新穎 外觀需改進
問題三	不合理 沒有料	合理 創新的想法	不合理 (太貴) 沒有料	有一點貴 學生 偶爾嘗試	很合理 稀有產品



透過質性訪談,我們能初步了解消費者的購買意願



實驗設計法



我們在人言一樓隨機找尋 10 位大學生試吃傳統豆花,10 位試吃貝禮詩奶酒豆花,並請他們填寫表單,以及做訪談

實驗設計法

首先我們找來 20 位同學,幫我們填寫表單
其中 10 名為針對「原味豆花」來評分
而另外 10 名為針對「貝里斯奶酒的豆花」來評分

豆花滿意度：
評分為 1~5 分
1 為最低評分
5 為最高評分

豆花口味：
1 為「原味豆花」
2 為「貝禮詩奶酒的豆花」

打鐵豆花新口味-對大學生產品接受度調查

	試吃人員	豆花滿意度	豆花口味
1	小明	3	1
2	小美	3	1
3	小君	2	1
4	阿綺	2	1
5	美美	1	1
6	何馬	3	1
7	Lucky	3	1
8	Cookie	2	1
9	彬彬	4	1
10	育緯	1	1
11	阿汝	5	2
12	愛吃鬼	4	2
13	小芬	4	2
14	Candy	4	2
15	林	3	2
16	Toro桑	5	2
17	阿伯	3	2
18	錢伯	4	2
19	烏來嬤	5	2

2

打鐵豆花新口味-對大學生產品接受度調查

在資料中定義好名義、尺度

並在豆花口味中定義:1 為「原味豆花」、2 為「貝禮詩奶酒豆花」

	名稱	類型	寬度	小數	標記	值	遺漏	欄	對齊	測量	角色
1	試吃人員	字串	8	0		無	無	8	☰ 靠左	🎨 名義(N)	👉 輸入
2	豆花滿意度	數字的	8	0		無	無	8	☰ 靠右	📏 尺度(S)	👉 輸入
3	豆花口味	數字的	8	0		[1. 原味豆花...	無	8	☰ 靠右	🎨 名義(N)	👉 輸入
4											
5											
6											
7											
8											
9											
10											
11											
12											
13											
14											
15											
16											

數值註解

數值註解

值(A):

標記(L):

新增(A) 變更(C) 移除(R)

1 = "原味豆花"
2 = "貝里斯奶酒豆花"

拼字(S)...

確定 取消 輔助說明



X 為豆花口味

Y 為豆花滿意度

並藉由評分數據來作分析

單因子

➤ 透過實驗結果可得知,貝里斯奶酒豆花的平均數有高於原味豆花
代表加入奶酒的豆花確實能有效地吸引顧客前來購買。

[0000]

➤ 而 F 檢定結果顯示為 19.556

豆花滿意度 且 $P=0.000 < 0.05$, 結果顯示兩組有顯著差異。

	個數	平均數	標準差	標準誤	T-TEST 95% 信賴區間		最小值	最大值
					下界	上界		
原味豆花	10	2.40	.966	.306	1.71	3.09	1	4
貝里斯奶酒豆花	10	4.10	.738	.233	3.57	4.63	3	5
總和	20	3.25	1.209	.270	2.68	3.82	1	5

單因子變異數分析

豆花滿意度

	平方和	自由度	平均平方和	F	顯著性
組間	14.450	1	14.450	19.556	.000
組內	13.300	18	.739		
總和	27.750	19			



伍、分析結果與建議

以下為是吃傳統豆花以及試吃新口味豆花的反應及回饋

試吃傳統豆花對於本產品的想法-次數			
		回應	
		N	百分比
對於傳統產品的想法	味道普通的豆花	5	20%
	價格便宜又好吃就好	2	8%
	毫無特點	12	48%
	豆花糖水太甜	5	20%
	不喜歡吃豆花	1	4%
總計		25	100%

試吃後對產品的看法-次數			
		回應	
		N	百分比
優點	風味獨特、很創新	7	28%
	口感出乎意料的合	3	12%
缺點	嚐起來太甜	4	16%
	調配比例方面須改善	3	12%
	有些難以入口	2	8%
	奶酒的味道蓋過豆花的味道	3	12%
	希望能加入其他的口感	3	12%
總計		25	100%

由此可發現

1. 新口味豆花和傳統豆花都有甜度上的問題,我們決定甜度方面是客製化控制,分為全糖、半糖、微糖、無糖等,
2. 而在試吃後的人員給出的回饋中發現,酒的比例是按照最低調酒比例酒:豆花採 1:7 制,約 40ml 去做調配,喜歡重口味的的消

費著可自行加購併添加,

3. 由試吃後回應發現,在配料上提供消費者自行選料,可增加口
感

上市前測試

我們將改良後的豆花再給予同樣 10 位試吃著做測試,1 到 5 分,1 為最低分,5 為最高分,並在算出其平均數,發現改良後的平均數,從

4.1 提升至 4.6

1	5	5
2	4	5
3	4	4
4	4	5
5	3	4
6	5	5
7	3	4
8	4	5
9	5	5
10	4	4
11	4.1	4.6

陸、結論

根據質性訪談及實驗設計分析的結果，發現貝禮詩奶酒豆花新口味,是符合大眾需求並且具有顯著性,並且在競爭著分析認為此產品符合打鐵豆花的定位,此外我們針對發現到的缺點,甜度和酒精濃度,去做改善調整,並將成品再做上市前測試,發現喜好度提高,認定此新口味豆花研發是可上市的产品。



參考文獻

吳明隆. (2011). SPSS 統計應用學習實務. 新北市: 易習圖書.

ChenPulipuli. (2017 年 4 月 20 日). 準實驗研究之統計控制法分析：共變數分析的 SPSS 操作. 擷取自 布丁布丁吃什麼?

<http://blog.pulipuli.info/2017/04/spss-apply-statistical-control-to-quasi.html>

黃文璋. (2003). 假設檢定名詞介紹. 擷取自

http://www.math.nsysu.edu.tw/~lomn/homepage/R/R_testing.htm

鄭伊淳,莊雅嵐,劉宛宜,蕭妘捷,陳佳琳. (2018 年 4 月 15 日). 冰火新口味：對女大生購買意願的影響. 台中, 台灣.

賴秉承,洪誌謙,鄭嘉葦,王婷儀,鄭伊淳. (2018 年 10 月 17 日). 巴冷公主的寶盒. 台中, 台灣.

