

投稿類別：商業類

篇名：

手搖飲料消費者行為之探討-以新北市秀峰高中高二學生為例

作者：

張庭禕。市立秀峰高中。高三1班

指導老師：

楊敏芬老師

## 壹、前言

### 一、動機

近年手搖飲風潮盛行，走到哪幾乎都可看到手搖飲店，像是清心福全、五十嵐、可不可熟成紅茶等知名手搖飲連鎖店；菜單上琳琅滿目的飲品，讓人想要每種品項都來一杯！

有些手搖飲店生意門庭若市，常常大排長龍，甚至還有人在裝潢精美的店面前拿著製作好的飲料拍照打卡，而有些都是生意門可羅雀，在店前購買的人數屈指可數，甚至完全沒人。

現今走在路上幾乎都可看到人人手上都拿一杯，不管是台灣最經典的珍珠奶茶，還是現在非常風行的黑糖珍珠鮮奶，又或是蝶豆花網美漸層飲，幾乎都可在隨處看見，街道上手搖飲店越來越多，飲料種類也越來越多元，選擇也越來越豐富，不管在天氣熱或冷的時候，來一杯手搖飲解暑或是暖暖胃都很不錯。

也因為手搖飲漸漸興起，被吸引到的青少年人數逐漸上升，很多商家看準商機，以學校作為一個可吸金的商圈設店，因此現在普遍在學校附近就會出現兩三家手搖飲店，時常會看到放學後的學生排隊購買；所以手搖飲之攝取年紀區間和攝取頻率，在青少年部分之佔比均頗高。

而學生對手搖飲料消費者行為對商機有什麼影響？又或是什麼原因使青少年攝取手搖飲比例偏高？引發個人探討此議題的興趣。

因此試以秀峰高中高二學生作為研究對象，並將以問卷調查方式探討其消費行為。

### 二、目的

- （一）認識手搖飲料的緣起與發展
- （二）了解手搖飲對青少年之負面影響
- （三）分析影響手搖飲料消費者行為之因素探討

## 貳、文獻探討

### 一、定義

#### （一）手搖飲料的定義

「手搖飲料泛指經人手調配操作，供人即時飲用的飲料，並且供應時一般以熱膠膜封口出售。」（民政總署食品安全中心，2018）例如珍珠奶茶、冬瓜茶、翡翠檸檬、四季春青茶、黑糖珍珠鮮奶、綠茶多多等，而基本上都會使用「雪克杯」搖製飲品，將飲品倒入雪克杯中上下搖動，再將其倒入塑膠杯中，之後再販售給消費者，而有些手搖飲會在其中「加料」，像是珍珠、椰果、仙草、愛玉等，讓手搖飲整體口感層次

更豐富。

「手搖飲是台灣的獨創產業」（陳品蓉，2019），手搖飲在台灣發跡已久，成為台灣不可或缺的飲品文化，更是為台灣現代社會注入的一股文化清流，甚至發揚全世界，成為風靡全球的台灣驕傲。

## （二）消費者行為的定義

消費者行為是人們購買商品時所做出的選擇，它是很多變的，消費者會依據一個商品的特質、價格實用性、安全性、質量等多種面向，經過考量而決定是否要購買該商品。「在取得、消費與處置產品或勞務時，所涉及的各項活動，其中包括行動前後所發生決策」（曹有騏，2020）消費者有可能會在購買商品之前做出一些行動，例如進行比價，將同樣商品以較有利的店家以及較優惠的價格優先做選擇，或是在消費過程中，看到有比原要購買之商品A更為喜歡的商品B，就可能會改變心意，而去購買後者，這些決策都是非常主觀的。不管是被周圍人群煽動內在購買欲，或是被外在（如：商品的樣貌、美觀程度）所吸引，都可能促使人與人之間的交易，進而產生消費行為。

而消費者行為「是指生活行為一種，基於生存、方便、舒適生活型態，食、衣、住、行、娛樂方面能夠滿足人類行為」（范純之，2020）也就是說，在日常生活中，能夠滿足我們的事物，前提是可坐車到達、交通便利易取得的，例如吃到好吃的美食、看自己喜歡的電影、住很高級的飯店、買自己很喜歡的東西等，這些使我們滿足的行動，稱之。

## 二、手搖飲料的緣起

1949年，有一位名叫張繁樹的調酒師使用了「雪克杯」搖製出一杯冰茶，表面充滿泡沫，因此又叫做「泡沫紅茶」，而這是手搖飲料最原始的開端，但1980年代隨著經濟起飛，茶飲風潮才慢慢開始興起。

說到泡沫紅茶，在台灣八零年代就已經有店家開始販售，而因為價格親民，大受歡迎及好評，更在九零年代掀起熱潮，像是黃普光夫婦創立的「快可立」泡沫紅茶店、連鎖加盟飲料店「小歇」，以及「生活泡沫紅茶」，都為當時的手搖浪潮推波助瀾。

後來，有位原為熱愛品茶的街頭畫家-涂宗和，到了1980年代，「他總共用了四年的時間學茶，繳了數百萬元的學費，而且還親自向茶農購買茶菁，並與茶農一起做茶、焙茶。」（吳德亮，2013）而後，他開設了一家飲料店，名叫「翰林茶館」，他首先創造了「翡翠綠茶」，後來他將白色粉圓加入綠茶中，因他覺得白色粉圓就像珍珠一樣，因此他就將這杯飲料取名為「珍珠綠茶」也就是「翡翠珍珠綠」，最後再創造出「珍珠奶茶」。

另外一號人物是來自大甲的林秀慧，「珍珠自小於她已有一種特別情懷，還沒讀國小時已經天天吃珍珠」（鄧穎琪，2019）後來，他將珍珠加入奶茶裡，成為一杯珍珠奶茶，他的朋友紛紛叫好並鼓勵他開店販售，於是就在1987年設立春水堂人文茶館，將這杯好喝的珍珠奶茶分享給大眾品嚐。

因此，就造成了珍珠奶茶始祖爭議，該兩家手搖飲店為此打了整整十年的官司。後

來法官判決「**珍珠奶茶不是專利品，誰是始祖不需要認定。**」（黃仁杰，2019）在消費者的觀點來看，注重的並不是誰為始祖，而是其他面向（如：價格、口味、品質等）是否迎合其喜好，才是真正需要關切的。

### 三、手搖飲料的發展

「近幾年，手搖茶飲更從臺灣流行至東亞、歐洲、美國甚至中東國家等地。」（鍾翠綾，2012）原從台灣小小發跡的手搖飲，到後來風靡全國，現在則是風靡全世界，許多國家幾乎都喝著台灣的驕傲手搖茶飲，「**全球手搖飲料商機到將達到三十二・一四億美元，而珍奶占超過四成，全球三十億杯的珍珠奶茶粉圓都來自台灣**」（林菁樺，2020）由此可見這個數據非常龐大，而台灣手搖茶在全世界的手搖經濟更是變為不可或缺的一部分。

拉回台灣，現今為了創造更多經濟價值，許多商家不只研發出更多不同種類的手搖飲，如最近火紅的黑糖珍珠鮮奶，或是頗有創意的飲料命名方式，像「茶照亭」將珍珠奶茶命名為「QQㄅㄅㄅㄅ好喝到咩嘆茶」，使珍奶又賦新意，抑或是增加飲料外送服務，使消費者不用出門就能喝到飲料，站在消費者的角度想，使業績節節上升。

「**數位力、科技化，指的是經營手搖飲，必須跟上科技發展。**」（蕭玉品，2019）現在科技越來越發達，手搖飲也跟著科技做了更方便、更有效率的創新，像是不再只侷限用銅板或紙鈔付費，而是可以用手機上的「行動支付」來付飲料費用；臉書、Instagram成為商家和消費者互動的管道，可將最新消息、有何促銷優惠、想對消費者說的話通通使用其推播出去讓消費者得知。甚至還有商家設計APP，讓消費者能夠累積點數，進而兌換其他飲品，或是能夠更快速的在手機裡瀏覽菜單，不用親自到實體店面查看，節省時間，更好地提升銷售量。

「**在全球疫情尚未趨緩下，手搖飲業者也開始佈局智慧化、電商，其中六角國際動作最積極**」（陳映璇，2020）最近因為疫情，導致手搖飲業績逐漸下滑，一年衰退了20.87%，如何在逆境中求生存，是各家業者需要思考的問題，因此，六角國際推出人機協作的智能店，透過零接觸販賣飲料來創造在疫情之下商機。

現在的手搖飲隨著時代變化越來越科技化，有非常多趨於方便的管道讓我們能夠購買，在多變的消費者行為中吸引消費者購買手搖飲。

### 四、手搖飲料的特色

手搖飲的優點就是可以一直變換口味，且易迎合大眾口味，創造屬於自家的品牌價值，下面就根據幾點做說明：

#### （一）口味

除了最經典的珍珠奶茶，近年來也研發出許多新穎的手搖飲，像是最近從台灣瘋到世界的「黑糖珍珠鮮奶」，濃郁香甜的黑糖珍珠搭配濃醇滑順的鮮奶，黑糖珍珠頗有嚼勁的口感加上微甜的鮮奶，這滋味簡直迷倒了一大群人！也因此紅遍整個台灣甚至發揚到世界！

蝶豆花漸層飲是最近在台灣風靡的手搖飲之一，運用植物蝶豆花的天然顏色，在飲料中創造出美麗漸層，吸引許多消費者朝聖。而店家通常也會搭配精美裝潢，打造「網美牆」讓消費者買到美美的漸層飲後還可以跟旁邊的網美牆拍照，一次滿足消費者拍照打卡的願望！

手搖飲加料也可以有很多選擇！最近研發出了「小芋圓、小地瓜圓、小湯圓」，讓在喝手搖飲的同時添加更多口感層次，也將台灣的傳統小吃變成迷你版融入到茶飲中，像是「芋圓鮮奶」、「QQ奶茶」這些都是添加珍珠以外的芋圓及地瓜圓，頗有創新之意。

## （二）品牌

許多手搖飲商家都會透過「品牌故事」打廣告，用自己的故事打造好口碑，吸引更多消費者前來購買，且現今時代多變，商家必須順應這個以年輕人口味為主的變化去做調整，例如知名黑糖手搖飲店「老虎堂」、最近悄悄發跡的「鹿角巷」，這些都用了本身品牌去創造現今消費者及市場多變的經濟價值。

「我們必須要控制好所有一切呈現在別人面前的樣子。」（水野學，2019）做好手搖飲品牌應要用心，把品牌以有美感、使人覺得舒適的方向出發，最好能夠迎合現代流行趨勢，掌握主要客源，發揮品牌創意，不管是老品牌還是新品牌，都必須革新，使消費者看到，讓品牌吸引消費者並產生一定的認同度。

## （三）品質

現今不管哪家手搖飲多熱門、多好喝，消費者也漸漸注重「品質」這部分，像是使用知名鮮乳、特種茶葉來製作手搖飲，又或是推出以健康為取向的水果茶等，這些行銷手法都頗受消費者歡迎。

例如知名手搖飲店「可不可熟成紅茶」就推出了「以香氣及甜度較為濃郁的熟成紅茶做為基底搭配義美鮮奶，加上富有嚼勁的白玉珍珠」（鄭啟明，2020）而成的「白玉歐蕾」，因為品質優良所以受到不少消費者青睞，人氣也越來越高。

## 五、手搖飲料的缺點

手搖飲雖好喝，且人人愛不釋手，但在這麼風行的狀況下，不免都會有一些風險及問題，像是攝取過多手搖飲可能導致健康方面出現異狀，又或是喝完之後的塑膠杯沒做好垃圾分類，所導致的環境問題，甚至若是商家欺騙消費者（例：使用不實原料、劣種茶等）所產生的信譽問題，都值得我們細做探討。

### （一）健康

「容易造成蛀牙，血壓、血糖、血脂升高，也可能導致肥胖，還會增加心血管疾病風險，加速身體老化。」（沈鈺琪、鄒芳婷、郝一鳴、何冠嫻、呂紹禾，2017）攝取過多手搖飲對身體的負擔會越來越大，好喝歸好喝，但手搖飲對身體的傷害卻也不容小覷。

## （二）環境

「飲料杯喝完一次就丟，造成環境嚴重負擔，荒野發現七成海洋廢棄物都和飲食有關。」（黃怡菁、郭俊麟，2019）飲料杯對環境之影響非常嚴重，像是塑膠吸管若沒經過處理就流放到大海，可能導致海中生物誤食，甚至造成海中生物死亡，又或是魚類將塑膠攝取到體內，之後人類再將其吃下肚，對人體也有一定的危害。

## （三）商家信譽

若是商家未實際公布原料來源，而使用較便宜、低成本的原料，這種欺騙消費者之行為可能會受到其撻伐，例如老虎堂過去標榜使用正宗手炒黑糖，但後來被爆出使用的其實是黑糖色素。「老虎堂近日被離職員工爆料黑糖並非手工炒製，而是用機器製作並有添加焦糖色素」（華少甫，2018）為此，他們做出了解釋，但也失去了不少消費者的支持。

## 六、疑點之提出

### （一）為何攝取過多手搖飲不健康，卻還是吸引很多學生購買？

手搖飲雖好喝，但若攝取過多有可能造成身體上的負擔，像是罹患糖尿病機率增加，骨質可能疏鬆等，儘管對人體存在一定的危害，卻還是有很多學生忍不住的一再去購買，從原本最基本的一天一杯，到之後變成一天三、四杯的情況，久而久之成了習慣，也成了每日飲食不可或缺的一部分，重複這樣的舉動一直惡性循環，導致越來越多青少年出現超齡罹患慢性疾病的可能，面對種種對健康不利的影響，手搖飲的銷售量卻不減反增，原因為何？

### （二）手搖飲市場競爭激烈，學生應如何選擇？

現在越來越多新興手搖店興起，市場競爭也越來越激烈，在商品多元化的情況下，學生選擇的方式越來越多，而大部分學生看重的是當下最流行、風靡全國的飲料，對此，該飲料銷售量日日激升，許多手搖商家爭相創造商品的獨創性，學生該如何比較每一商家的特色及優劣？

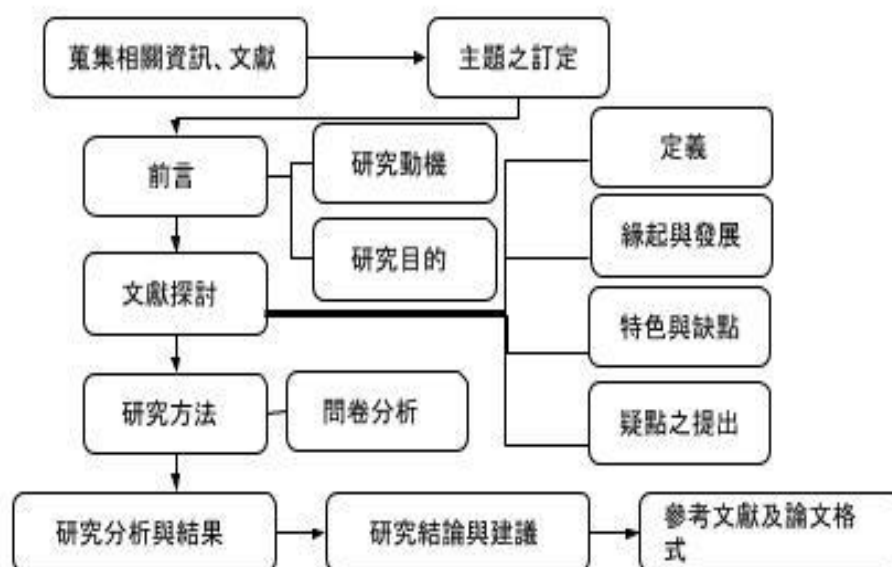
### （三）手搖飲料之包裝，對人體與環境造成哪些傷害？

手搖飲至今非常流行，而製造出來的垃圾數量也相當可觀，像是塑膠杯、塑膠吸管等無法分解的垃圾越來越多，堆積在垃圾掩埋場無法自然分解，必須仰賴燃燒；而燃燒過後產生的有毒物質（如戴奧辛）會對人體造成傷害（如：頭痛、頭暈、噁心，甚至受損神經），也會對環境造成汙染（如空氣汙染），面對環境的維護與口慾滿足的衝突，又該如何取得平衡？

## 參、研究方法

### 一、研究流程

圖一：研究流程



（資料來源：研究者製表）

## 二、研究方法

為了得知新北市秀峰高中高二學生其消費者行為，此篇小論文使用問卷調查分析，以研究分析結果及做出結論。

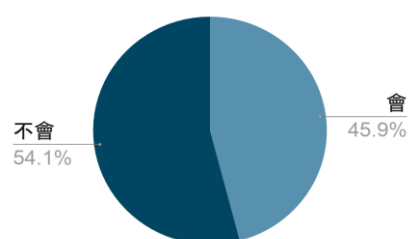
## 肆、研究分析與結果

藉由問卷分析秀峰高中高二學生之消費行為，共計樣本111份，以下是各問題之統計數據：

<p>圖二：健康是否影響手搖飲購買意願？</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>回答</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>是</td> <td>40.5%</td> </tr> <tr> <td>否</td> <td>59.5%</td> </tr> </tbody> </table>	回答	百分比	是	40.5%	否	59.5%	<p>由（圖二）可知，多數學生不會因為健康因素而影響購買手搖飲意願，藉此分析健康不影響多數學生攝取手搖飲意願。</p>				
回答	百分比										
是	40.5%										
否	59.5%										
<p>圖三：承上題，為何不會影響？（複選）</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>原因</th> <th>人數</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>會忍不住想喝</td> <td>53</td> </tr> <tr> <td>因為很流行所以想購買</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>目前對身體無負擔</td> <td>32</td> </tr> <tr> <td>本來就不喝</td> <td>1</td> </tr> </tbody> </table>	原因	人數	會忍不住想喝	53	因為很流行所以想購買	8	目前對身體無負擔	32	本來就不喝	1	<p>由（圖三）可知，止不住口慾的人數為最多，可見學生會因自身攝取手搖慾望而選擇繼續購買；而覺得對身體無負擔的人數為第二多，藉此分析學生在攝取手搖飲料方面較不忌口；跟流行的人數為第三多，藉此分析學生對於熱門飲料較無購買慾；本來就不喝的人數最少，可見還是有少部分學生不購買手搖飲料。</p>
原因	人數										
會忍不住想喝	53										
因為很流行所以想購買	8										
目前對身體無負擔	32										
本來就不喝	1										

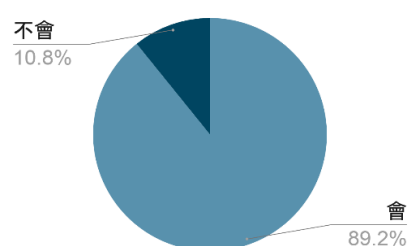


圖四：會想要購買現在很熱門的飲料嗎？



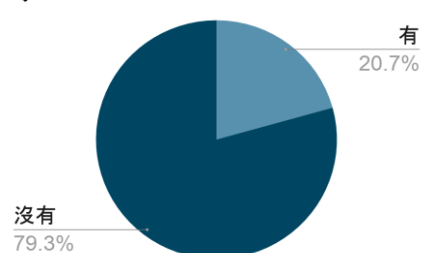
由（圖四）可知，多數學生並無意願購買目前熱門手搖飲料，原因有可能是需排隊購買，且可能會排很久，或是聽聞別人對此熱門飲料的其他缺點，導致無意願購買慾提升。

圖五：會將喝完手搖飲的垃圾分類處理嗎？



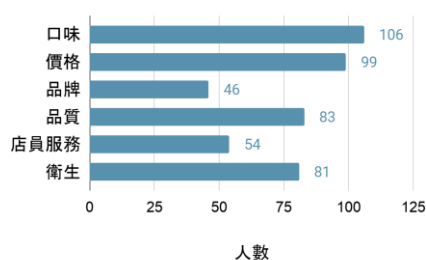
由（圖五）可知，多數學生會將喝完手搖飲料產生的垃圾分類處理，可見多數學生具有環保意識。

圖六：有自帶環保杯購買手搖飲的經驗嗎？



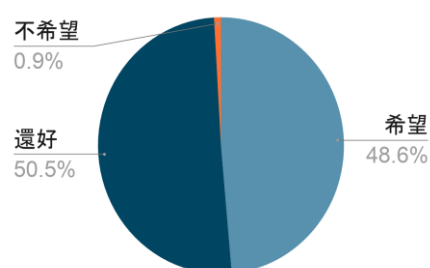
由（圖六）可知，多數學生無自帶環保杯購買手搖飲料經驗，藉此分析有可能是隨身攜帶環保杯較不方便，又或是環保杯容量較小等等。

圖七：哪些因素影響購買手搖飲的意願？（複選）



由（圖七）可知，口味影響學生購買手搖飲料之因素最為重要，藉此分析有可能是因為口感上、甜度上、新鮮度等口味造成多數學生決定手搖飲料商店是否好喝的關鍵原因。

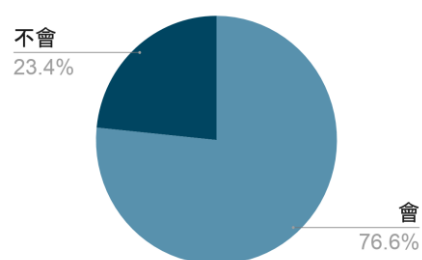
圖八：會希望學校附近有手搖飲店嗎？



由（圖八）可知，超過半數學生對於學校附近是否有手搖飲料商店之看法保持中立，既不贊成也不反對，而接近半數學生贊成學校附近有手搖飲料商店，藉此分析有可能是因為自身對於手搖飲料之購買慾較強烈導致。

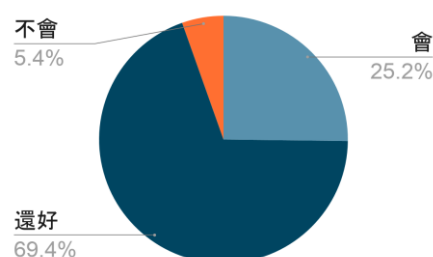


圖九：學校附近無手搖飲店，會減少喝手搖飲嗎？



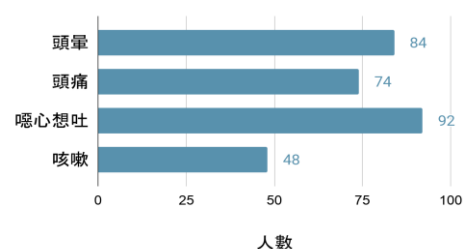
由（圖九）可知，多數學生會因學校附近無手搖飲料店而減少攝取手搖飲料之頻率，藉此分析有可能是因為學生課後活動範圍大多都是在學校附近，主要以學校附近商圈為主，若無手搖飲料商店，學生無法立即取得，可能就會導致購買手搖飲料意願下降。

圖十：手搖飲有欺騙疑慮，還會想購買嗎？



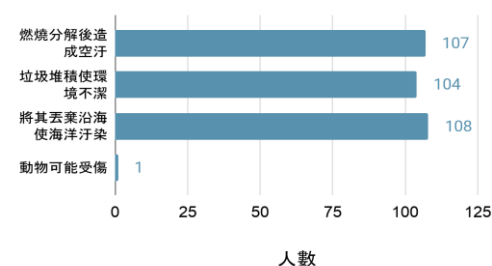
由（圖十）可知，多數學生對於手搖飲料業者欺騙消費者之看法保持中立態度，藉此分析商家信譽對於多數學生較無影響。

圖十一：塑膠杯對人體有何影響？（複選）



由（圖十一）可知，多數學生認為噁心想吐對人體最有影響，藉此分析可能是塑膠杯的有毒物質（如戴奧辛）刺激中樞神經，導致噁心想吐；又或是塑膠杯燃燒處理過後的氣味讓其感到不適。

圖十二：塑膠杯對環境有何影響？（複選）



由（圖十二）可知，多數學生認為塑膠杯對海洋會造成汙染，藉此分析有可能是遭丟棄的塑膠杯隨著海洋漂流，久而久之累積了大量的海洋垃圾，魚蝦吃下肚後，換人類吃下肚，因此對人體是種間接傷害，依此分析。

## 伍、研究結論與建議

### 一、研究結論

#### （一）多數學生對手搖飲料之慾望難以戒除

多數學生雖然知道手搖飲對健康之種種危害，卻還是繼續購買手搖飲，原因是自

身對於手搖飲之欲望難以戒除，有太多種類的手搖飲吸引學生們的目光以及嘗鮮新滋味，導致學生對於手搖飲愛不釋手；另一個原因是多數學生認為手搖飲目前對自身健康並無造成太大危害，對於這些含糖飲料帶來的危害或許不會對青少年造成太大影響，但一旦攝取過量，還是會對身體造成一定的傷害。

## （二）多數學生選擇手搖飲料商店之因素為飲料口味是否符合自身喜好

在眾多手搖飲商店中，多數學生首要選擇飲料口味符不符合自身喜好，像是飲料甜度、口感、新鮮度等等，主要讓學生一喝就愛上的手搖飲料，有了對手搖飲料的第一好印象，學生自然就會去注意該家手搖飲店，進而屢次回購，透過這樣的循環使得某家手搖飲店聲名大噪，為此慕名而來的學生大多數都是因為口味而決定選擇購買哪家手搖飲店之飲料。

## （三）多數學生認為塑膠處理過後之物質會造成負面影響

塑膠被分解處理過後，多數學生認為會其釋放之有毒物質（如戴奧辛）對人體產生頭暈、想吐之症狀；而對於環境則是認為手搖飲之塑膠杯會對海洋造成汙染。如要解決這些環保問題，可以思考一些解決方法來因應之。

## 二、建議

（一） 可以自帶環保杯購買手搖飲料，減少塑膠杯之使用，進而減少塑膠杯製造。

（二） 將喝完的手搖飲料塑膠杯做好分類，不隨意丟棄，從自身做好環保開始。

（三） 檢視自身健康狀況並衡量自己每日每周每月攝取手搖飲次數，以此評估是否攝取過多之疑慮。

## 陸、參考文獻及論文格式

鍾翠綾（2012）。**手搖茶飲消費者購買動機、涉入程度及消費者行為之研究**。南台科技大學財務金融研究所：碩士論文。

陳品蓉（2019）。**台灣手搖飲產業創新發展脈絡**。國立台灣科技大學科技管理研究所：碩士論文。

曹宥騏（2020）。**緣與華人消費者行為**。佛光大學管理學系碩士班：碩士論文。

范純之（2020）。**旅遊意象、動機與消費者行為之研究－以赴日本自助旅遊為例**。玄奘大學企業管理學系：碩士論文。

水野學（2019）。**從「賣」到「大賣」：水野學的品牌設計講義**。天下文化。

民政總署食品安全中心（2018年12月27日）。手搖飲料微生物水平及糖含量調查。<https://www.foodsafety.gov.mo/file?p=foodsafetyinfo/imgnews/636816093415764.pdf>

吳德亮（2013年3月5日）。街頭畫家發明珍珠奶茶 涂宗和 茶飲王國席捲全球。獨家報導周刊，1129。 <https://reurl.cc/2orEnn>

沈鈺琪、鄒芳婷、郝一鳴、何冠嫻、呂紹禾（2017年5月14日）。手搖杯甜蜜外表下的雙重危害。小世界周報，2199。 <https://reurl.cc/1oYGNX>

華少甫（2018年7月3日）。獨／老虎堂被爆「黑糖用焦糖色素」陳三鼎、珍煮丹說話了。ET today 旅遊雲。 <https://travel.ettoday.net/article/1204534.htm>

鄧穎琪（2019年3月6日）。讓香港人也瘋狂的「珍奶秘辛」！專訪台灣春水堂珍奶創始人林秀慧。灣仔日報。 <https://utimes.today/2019/03/06/chun-shui-tang-taiwan/>

蕭玉品（2019年7月1日）。數位、品牌力助攻珍奶產業 手搖飲每年搖出500億商機。遠見雜誌，397，104。 <https://www.gvm.com.tw/article/66983>

黃仁杰（2019年7月31日）。珍奶始祖之爭判決出爐 春水堂、翰林茶館皆樂觀看待。新頭殼新聞網。 <https://newtalk.tw/news/view/2019-07-31/279677>

黃怡菁 郭俊麟（2019年11月21日）。台人每年耗20億飲料杯 嚴重衝擊生態。公視新聞網。 <https://news.pts.org.tw/article/455504>

陳惠筠（2020年05月01日）。國際珍奶日 《CNN》專題報導揭秘歷史由來。上報。 [https://www.upmedia.mg/news\\_info.php?SerialNo=86512](https://www.upmedia.mg/news_info.php?SerialNo=86512)

鄭啟明（2020年7月6日）。2020殺出重圍的文青手搖TOP3 消費者狂推「必買神店！」。工商時報。 <https://ctee.com.tw/industrynews/consumption/296474.html>

陳映璇（2020年10月7日）。珍奶退燒、日本掀關店潮，台灣手搖飲下一張王牌是什麼。數位時代。 <https://www.bnext.com.tw/article/59521/taiwan-bubble-tea-trend>

林菁樺（2020年10月10日）。手搖飲市場海內外競爭激烈。自由時報，3版。 <https://ec.ltn.com.tw/article/paper/1405088>