

連鎖飲料店品項之特徵價格分析

許閔閔、魏崇悅、陳依琳

研究動機

時常在大街上看見形狀各異、五顏六色的招牌，這些各有特色的招牌來自不同品牌的手搖飲店。手搖飲店風行台灣數年，也廣受人們的喜愛，路上的行人們大多拿著杯飲料已成為常態。隨著手搖飲的盛行，許多店家看準市場的商機紛紛入行，手搖飲店如雨後春筍冒出，人們選擇變得夠更加多元。而如今，手搖飲市場的多樣性之高，其中包含品牌及飲品項目等等，我們想了解逐漸成為生活用品的手搖飲，他們價錢的設定是否合理、是否超出成本過多或者低於成本、影響其售價的原因為何，因此欲透過特徵價格法來探討影響價格的因素，期望能對商品訂定價格的方法有更深入的了解。

研究目的

當我們站在手搖飲的櫃前看著眼前五花八門的品項，不禁陷入沉思，無論是選擇困難症發作，或是對於菜單上的品項感到陌生，許多因素導致我們在面對選擇時有不同的考量，如價錢、鮮奶、茶類、水果等等飲品要素，以手搖飲為主題，我們想了解商家在為其商品定價有什麼樣的考量，不同的商品導致其價錢各異的原因，以及變數在價錢的設定有什麼樣的影響，以A和B兩家手搖飲店部份品項為例，我們列出飲品的特徵，分別是茶類、鮮奶、水果、奶精、配料及品牌，探討其如何影響一杯飲品的售價，舉例而言，鐵觀音拿鐵所包含的飲品特徵如茶類及鮮奶，兩者所影響的價格以及兩者相比的比重便是我們此次報告所研究的重點，因此，我們藉以特徵價格分析法，使用回歸分析進行研究，了解價錢設定的原因。

研究方法

特徵價格法Hedonic Price Method(HPM):假設每個銷售商品的特徵都有其隱含價格，所以我們以人們為了得到該特徵願意付出的價格，來推測、計算該銷售商品的價值。透過特徵價格分析，企業或店家可以依據數據分析來計算產品的願付價格。搭配成本計算，便能夠得知某一商品能獲得的利潤，店家可透過該數據作為參考，來制定價格。該方法可用來分析差異化商品的市場。所謂差異化商品，是指該商品包含許多消費者想要的特徵，而這些特徵無法拆分購買。在本次的研究中，每個品項皆包含六個特徵。利用特徵價格方程式，從係數中推測每個特徵所隱含的價值。特徵價格方程式，以產品特徵乘以特徵的隱含價格，極為該產品的價格，可視為回歸方程的一種。每增加或減少一個特徵，都會對最後的價格產生影響。用來估計、根據特徵計算邊際成本。（邊際成本MC, Marginal Cost:每增加一單位產量所須增加之成本。邊際成本代表理論上商品可以銷售且不賠錢的最低價格。）

P表示顯著性判斷的標準，(1-P)為顯著程度，P越小則(1-P)越大，該特徵越顯著，對模型而言信賴程度越高。
* 表示顯著程度：
90%: *
95%: * *
99%: * * *

表一：各特徵之顯著性

項目	茶類	奶精	水果	珍珠	鮮奶	品牌A
P	0.9074423	0.0891511	0.0002	0.0560616	0.0000075	0.0028955
1-P	0.092558	0.910849	0.9998	0.943938	0.999992	0.997105
顯著百分比	9.3%	91.1%	99.9%	94.4%	99.9%	99.7%
顯著程度		*	* * *	* *	* * *	* * *



數據分析

計算特徵價格方程式: 38.69+0.37*(茶類)+6.92*(奶精)+12.4*(水果)+7.06*(珍珠)+19.83*(鮮奶)+8.41*(品牌A)=Hedonic Price

表二表三為**實際價格**與**特徵價格**比對(**特徵價格-實際價格**)，算出商品的實際價格和特徵價格之間的差異，判斷兩品牌的品項售價是否價位偏高或是偏低，若計算出來的數值為正，表示實際價格偏低;若計算出來的數值為負，表示實際價格偏高。(品牌A為2023/4北區價目表; 品牌B為2023/6北區價目表)
表二:A店家品項及價格

觀音拿鐵	鐵觀音奶茶	紅豆拿鐵	翡翠檸檬	功夫紅茶	珍珠奶茶	新鮮水果茶	布丁奶茶	養樂多綠茶	蔗香奶茶
65	50	70	60	35	55	65	60	55	50
67.3	54.39	67.3	59.87	47.47	61.45	59.87	54.39	47.47	59.87
2.3	4.39	-2.7	-0.13	12.47	6.45	-5.13	-5.61	-7.53	9.87

表三:B店家品項及價格

茉莉奶綠半圓	碧玉茉莉奶綠	鐵觀音奶茶	青龍茶王	沁心金萱	黑白珍珠奶茶	蜜香冰露	蜜香仙草蜜	清檸藝翠飲	風味金桔檸檬
55	40	45	60	35	50	30	35	45	45
45.98	45.98	45.98	39.06	39.06	53.04	39.69	38.69	51.09	51.09
-9.02	5.98	0.98	-20.94	4.06	3.04	8.69	3.69	6.09	6.09

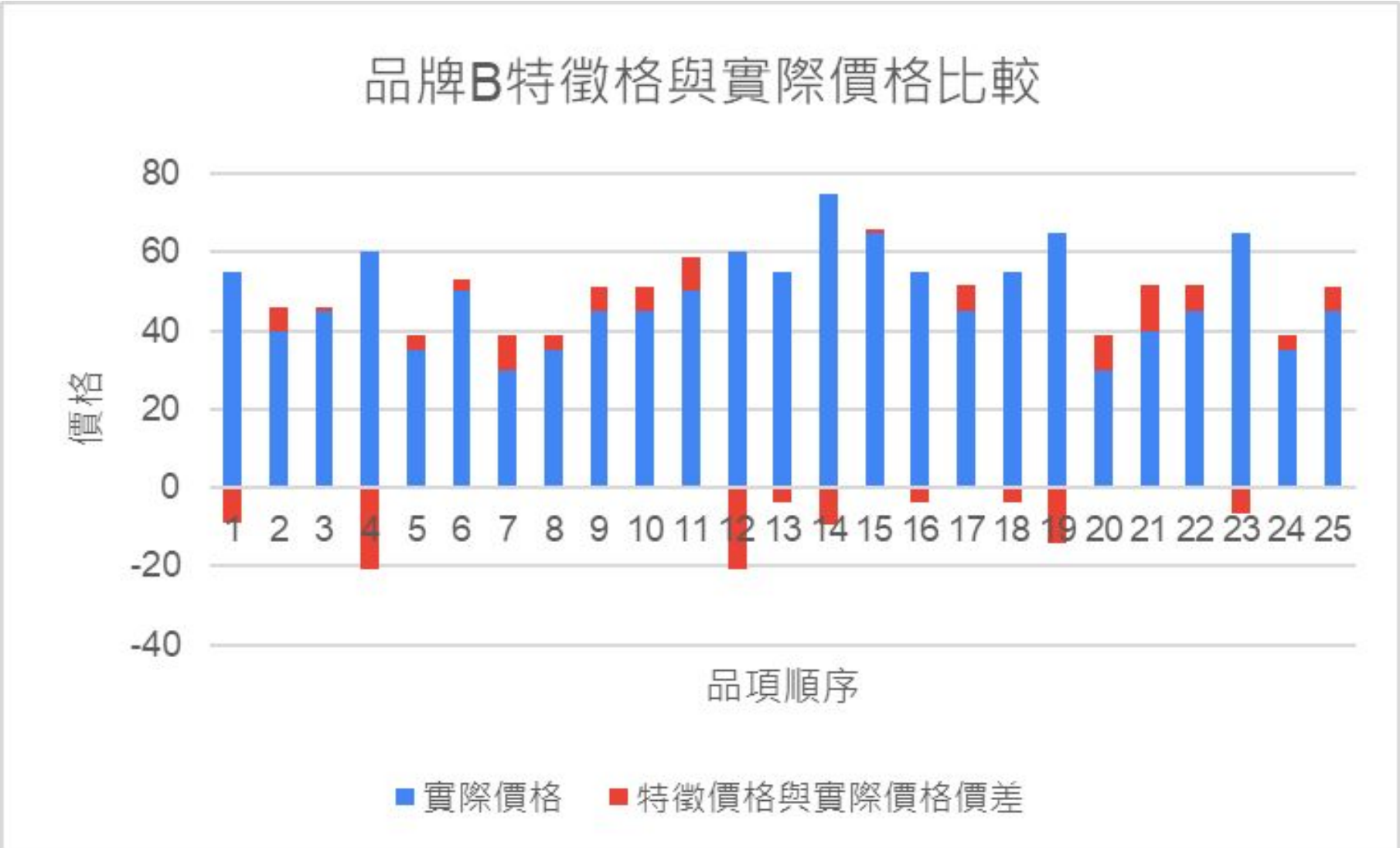
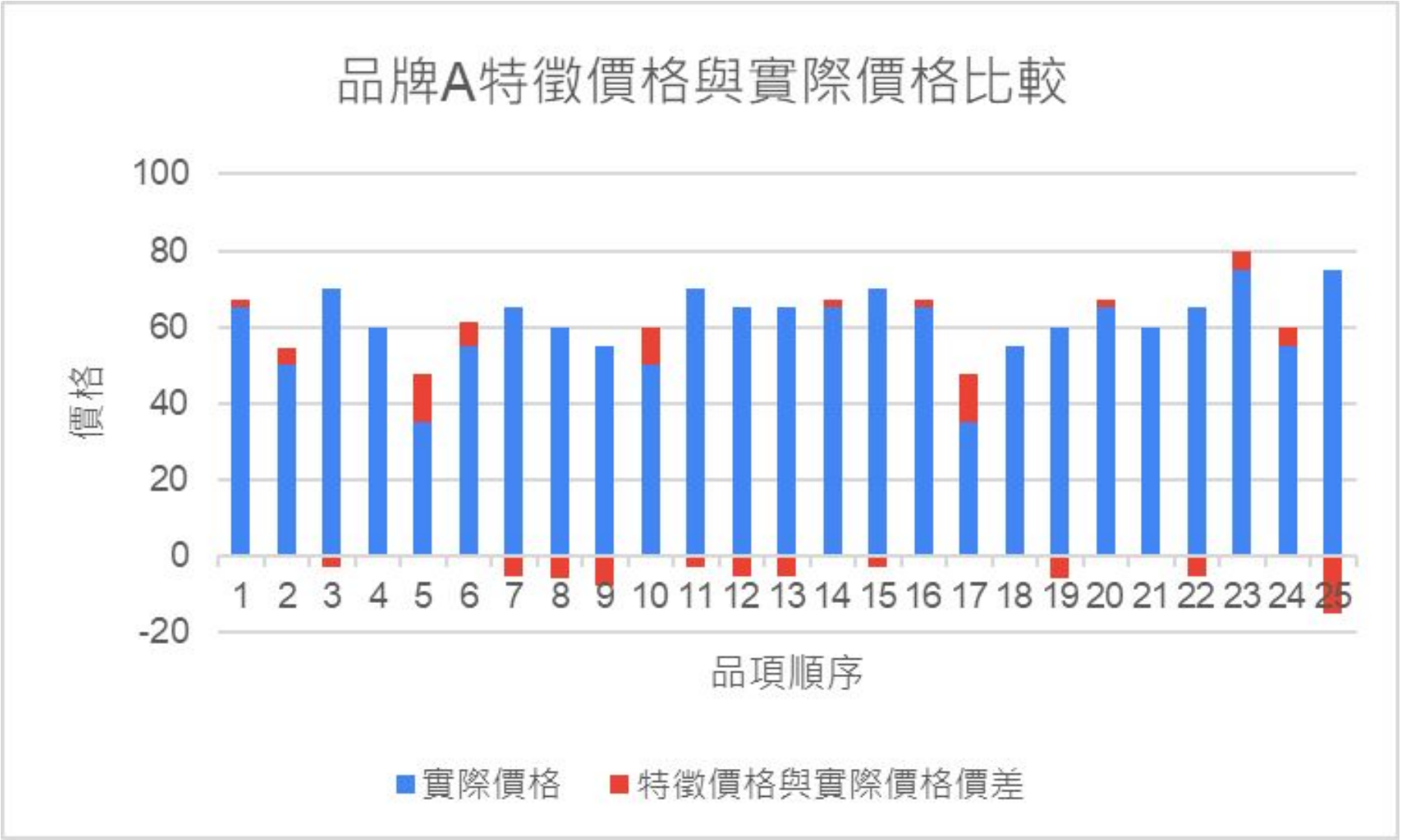
東方美人拿鐵	甘梅愛玉檸檬	愛文芒果綠	拿鐵冬瓜	QQ檸檬四季春	普洱拿鐵	炭燒鐵觀音	豆漿奶茶	普洱奶茶	翡翠拿鐵
70	65	65	65	70	65	35	55	60	65
67.3	59.5	59.87	67.3	66.93	67.3	47.47	54.39	54.39	67.3
-2.7	-5.5	-5.13	2.3	-3.07	2.3	12.47	-0.61	-5.61	2.3

冬瓜檸檬	檸檬蜜茶	愛文芒果拿鐵	百香綠茶	葡萄柚綠茶
60	65	75	55	75
59.87	59.5	79.7	59.87	59.87
-0.13	-5.5	4.7	4.87	-15.13

QQ三部曲	紫葡萄寒天	格雷冰茶	黑糖珍珠鮮奶茶	黑白珍珠鮮奶茶	粉紅佳人	吉嶺冰茶	桑椹香檸檬茶	胭脂紅心芭樂梅	春芽紅茶
50	60	55	75	65	55	45	55	65	30
58.52	39.06	51.46	65.58	65.95	51.46	51.46	51.46	51.09	39.06
8.52	-20.94	-3.54	-9.42	0.95	-3.54	6.46	-3.54	-13.91	9.06

百香鮮紅茶	青檸綠茶	柳橙富美	古早冬瓜露	蜜香檸檬仙草蜜
40	45	65	35	45
51.46	51.46	58.52	38.69	51.09
11.46	6.46	-6.48	3.69	6.09

品牌A/B特徵價格與實際價格比較



結論

在此特徵價格分析中，我們抽取品牌A及品牌B各25項飲品品項，經數據分析，我們發現兩家特徵價格與實際價格差額總和分別為-0.06及-0.02，兩者相差極小，因此我們能得知兩家品牌在訂定價格時皆有進行精密的計算及考量，以維持店家的經營及平衡收支;然而，我們所抽取的飲品品項只是店家部分的商品，並沒有將銷售熱門品項及售出多寡列入數據分析中，以及我們所列出的特徵僅有6項，沒有再細分或列入更多特徵，如茶類細分成綠茶、紅茶、金萱茶及普洱茶等品項、茶類的濃度差異等等，因此我們所得出的數據不確定性較高，無法準確得知品牌在訂定價格時的適當性，作為品牌經營者，應思慮周詳、考量更多因素以訂定更適當且合理的價格。