

投稿類別：商業類

篇名：

彩色巴黎複合式餐廳  
-經營模式與競爭者分析探討

作者：

何政儒。私立樹德家商。高三 03 班  
李佳盈。私立樹德家商。高三 03 班  
吳婉琳。私立樹德家商。高三 03 班

指導老師：郭有卿

## 壹●前言

### 一、研究動機

台灣籠罩景氣衰退危機，不少企業和家庭都受到不小的波及，但不少人堅信危機就是轉機，因此很多人紛紛都投入了創業的行列，其中高雄彩色巴黎以資金一百萬以內資金創業並在獨占性競爭市場(Monopolistic Competition)中闖出一片天，這也是在學習未來要創業的最低門檻及創業技巧。

彩色巴黎是一間值得探討瞭解一番的餐廳，尤其是在這激烈競爭的餐飲市場中，顧客除了重視產品的品質外，還重視店內衛生環境及售後服務品質，許多業者爲了提升利潤與創造商機，紛紛發展出能夠使消費者滿足的行銷方式，例如：重新裝潢、產品創新、改善服務品質與結合當地文化等，都是吸引顧客群的好方法。然而要以較低成本跟一般的業者競爭，就需要以微型創業來增加營收及利潤。

本組選擇「彩色巴黎」作爲研究目標，調查它的獨特的創意及與眾不同的經營方法，並探討它是如何在16年前從一間小小微不足道的飲料店轉變成現今人們都想加盟的複合式餐廳(Complex Restaurant)，又如何利用創意帶來新的商機與吸引顧客群並成功地在餐飲群脫穎而出。

### 二、研究目的

- (一)探討彩色巴黎複合式餐廳經營模式。
- (二)探討彩色巴黎複合式餐廳競爭者分析，以石二鍋餐廳作爲競爭者。
- (三)探討彩色巴黎複合式餐廳消費者行爲。

## 貳●正文

### 一、何謂複合式餐廳(Complex Restaurant)

複合式商店是一種充分與顧客生活相互結合的新商店經營型態，如書店附設了咖啡店與禮品部，服飾店兼營餐飲等皆是複合式商店（高志誠，2002）。

複合式經營的主要目的在於降低風險、分攤成本、規模經濟、技術互補、共同開發市場、聯合促銷等增進利益與長期競爭，複合式經營同時可以提升店家知名度並建立店家形象。爲增加競爭力，複合式餐廳必須擁有一個自己專屬的特色，如將店內的裝潢配合現代生活的氣氛或是某個主題，像是查理布朗餐廳主打的史奴比以及 K2 餐廳的攀岩場等，再結合餐點、巧思與創意，在餐飲界打出響

亮的名號。

複合式餐廳(Complex Restaurant)狹義來說，就是不同餐飲的結合，廣義來說，則包含餐飲和不同種行業的結合(如網路、商品販售)，類似異業結盟，主要商品有兩種以上，如網咖、誠品書局、加油站的內設超商等，其特質為具人性化、生活化及休閒性，能夠調解淡旺季的營業收入，商店定位也較模糊。複合式餐廳的產品在不同的時段能滿足不同消費的族群，像是夏天的正午可以選擇冰涼的飲料，寒冷的冬天晚上可以選擇溫暖的火鍋，又因為餐廳結合其他不同的行業，因此在用餐時，可以有很多不同的體驗與感受。

## 二、彩色巴黎介紹

彩色巴黎是一間於1994年開創的複合式餐廳(Complex Restaurant)，大部分的分店都是二十四小時營業，提供平價的餐點、舒適的辦公及讀書環境，附有傳真、影印、免費無限上網、親子遊戲區、商務電腦及當期最新的雜誌。免費無限上網讓顧客可以在這裡做作業以及打發時間，親子遊戲區可以讓家長帶著小孩來用餐又不必擔心小孩會直喊無聊，商務電腦可以提供顧客在這裡做工作與談生意，當期最新的上百本雜誌可供顧客閱覽，使顧客可以在這裡掌握時事和知識。

彩色巴黎可以預約訂位，是個適合團體聚餐、討論和約會的地方，彩色巴黎有早餐、早午餐、簡餐、三明治以及飲品等多樣的餐點，有各式不同的口味，不論是日式、中式、西式以及泰式料理都有。

## 三、彩色巴黎發展現況

彩色巴黎的加盟方式採特許加盟，決策管理權歸總部所有，店面所有權歸加盟者所有，形象與價格具有一致性，且保證獲利，教育訓練與指導皆由總部統一全套訓練。優點是市場擴張迅速、店面規劃與廣告促銷均由總部負責，總部有營業額保證，加盟主有保障。缺點是進貨須由總部統籌，加盟者不可自行進貨，利潤分配時加盟主可能以多報少，隱瞞實際營業額。

## 四、彩色巴黎競爭者分析

近幾年的餐飲業，由於經濟不景氣，大家薪水都明顯降低，貧富差距也越來越大，形成所謂的 M 型社會，消費者中比過去少人會花錢去高貴的餐廳用餐，而且現今餐點的利潤較低，所以現在有些店家會改建複合式經營，加上複合式餐廳價格低，所以學生和上班族族群非常容易被吸引，尤其複合式餐飲運用與其他行業同步的一種手法吸引消費者，消費者能有較多的選擇空間，價位也比較便

宜。因此，我們針對複合式餐廳做競爭者分析，探討複合式餐廳中的優勢與弱勢和其他同樣在餐飲市場的競爭者優勢與弱勢的比較。

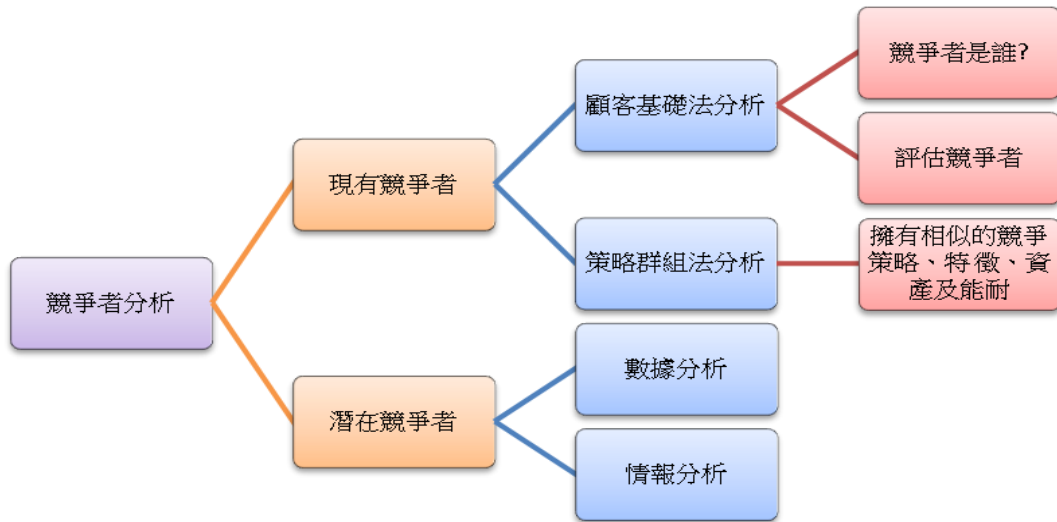


圖 1.競爭者分析

資料來源：(成功補習班商業概論 1)

由於彩色巴黎屬於獨占性競爭市場的關係，因此市場中具有眾多的競爭者，但因為獨占性競爭市場的服務以及商品是「非同質性」，與供應廠商仍然有部分的市場尋價力或定價力，故如何在市場上生存，是一個重大的課題。

我們以同樣為複合式餐廳的石二鍋作為競爭者範例，首先，因為競爭者進入或離開市場障礙性不高，所以只能獲取正常利潤而無法獲取經濟利潤，第二，因為彩色巴黎廣告較少，所以仍有消費者對彩色巴黎的印象並不如石二鍋那麼深刻，第三，彩色巴黎的產品雖然和競爭者有替代性，但又因為產品具有些微差異性，所以讓消費者對產品擁有忠誠度，如此一來，縱使店家提高價格也不會流失消費者，也是一件該注意的事。

石二鍋較彩色巴黎知名度高，其原因為石二鍋屬王品集團旗下的店面，擁有良好的公共關係，與媒體接觸到的頻率較彩色巴黎高，可以善用媒體達到廣告的效益。

### 石二鍋邁向百店規模

預計2017年達陣 成王品旗下首例

2014年07月25日 7



石二鍋邁入5周年，2017年將突破百店，成王品旗下第1個百店規模品牌。林林攝

#### 穩定成長

【林海／台北報導】王品（2727）旗下第1個平價品牌石二鍋邁入5周年，總經理陳靜玉表示，今年初雖漲價，但來客數不受影響，仍穩定成長，展店速度也將加快，預計2017年就可突破百店，將是王品旗下首家百店規模的品牌。

圖 2.石二鍋報導

資料來源：(蘋果日報。石二鍋邁向百店規模)

(一)彩色巴黎與石二鍋 SWOT 分析

表 1. 石二鍋及彩色巴黎 SWOT 分析

	石二鍋	彩色巴黎
Strength 優勢	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 食品嚴格把關</li> <li>2. 餐點多樣搭配</li> <li>3. 展現低價位高品質的水準</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 店內裝潢優美舒適</li> <li>2. 免費提供無限上網</li> <li>3. 提供可插式電源</li> <li>4. 上百本當期雜誌</li> </ol>
Weakness 劣勢	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 店內空間不大</li> <li>2. 預約位子不易</li> <li>3. 尖峰用餐時間人手不足</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 店面據點較少</li> <li>2. 店家知名度不足</li> <li>3. 傳播媒體力量較弱</li> <li>4. 有限制最低消費額</li> </ol>
Opportunity 機會	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 小型聚會易選擇</li> <li>2. 消費者選擇服務好、品質好</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 同業水準不一致</li> <li>2. 多數同業服務品質不佳</li> <li>3. 幅員遼闊，適合連鎖加盟</li> </ol>
Threat 威脅	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 同行價格割喉戰</li> <li>2. 食材易受季節影響</li> <li>3. 店面規模小，客人易沒耐心</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 市場發展逐漸成熟，將面對價格競爭</li> <li>2. 財團紛紛進入市場附近競爭對手多</li> </ol>

資料來源：(岸川善光(2010)。經濟戰略。)

(二)彩色巴黎與石二鍋 4P 分析

表 2.石二鍋及彩色巴黎 4P 分析

	石二鍋	彩色巴黎
產品 (Product)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 主要餐點為小火鍋</li> <li>2. 鍋物共有 12 種</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 主要餐點為簡餐類</li> <li>2. 飲料類</li> <li>3. 火鍋類</li> <li>4. 焗烤類</li> <li>5. 鐵板類</li> <li>6. 點心類</li> <li>7. 早餐類</li> </ol>

價格(Price)	<ol style="list-style-type: none"> <li>定價都為\$198</li> <li>統一訂價不但能管理食材成本</li> <li>而單點的定價都定在 20 元上下</li> <li>降低價錢，提高回流率。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>簡餐類價格約 150~205 元</li> <li>飲料價位約 60~100 元</li> <li>火鍋類價格約 230~260 元</li> <li>焗烤類價格約 170~235 元</li> <li>鐵板類價格約 195~215 元</li> <li>點心類價格約 50~100 元</li> <li>早餐價格約 70~130 元</li> </ol>
通路(Place)	<ol style="list-style-type: none"> <li>填問卷抽鍋子，抽石鍋卷 100 名</li> <li>強調跟顧客保持很好的關係</li> <li>送些小禮物給用過餐的客人</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>FB 專頁</li> <li>關鍵字搜尋</li> <li>網頁經營</li> </ol>
促銷(Promotion)	<ol style="list-style-type: none"> <li>幾乎都開在人潮較多的地方 例如：捷運站旁、購物中心</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>打折</li> <li>滿 XX 元送 XX 商品</li> </ol>

資料來源：(痞客幫茉莉小姐說說話、Facebook 彩色巴黎 Menu 相簿)

### 五、彩色巴黎波特五力分析

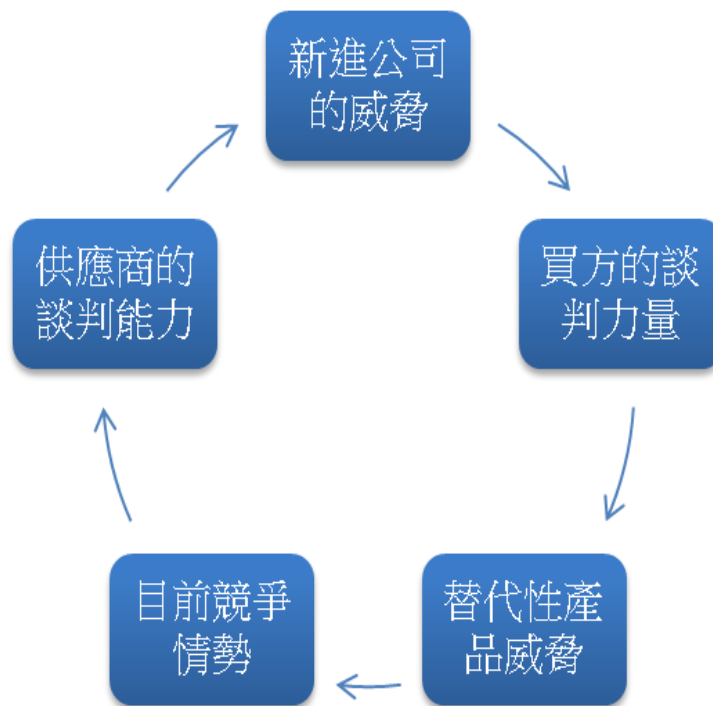


圖 3.彩色巴黎波特五力分析

資料來源：(企業管理 I)

- 目前競爭情勢高  
彩色巴黎與其他競爭者餐廳相比，明顯知名度不足。
- 供應商談判的能力低  
彩色巴黎是價格接受者(Price taker)，因此可向供應商大量進貨，以降低原物

料成本。

3. 新進公司的威脅(Treat)高

餐飲業的技術性並不高，容易被其他競爭對手模仿且改良。

4. 消費者的談判能力低

消費者的購買數量有限，而總消費的金額隨著現今的景氣下降。

5. 替代性產品威脅(Treat)高

餐飲業如雨後春筍般林立，且各項服務多元化，容易受到其他替代品的威脅。

五、問卷分析

以高雄彩色巴黎餐廳消費者為研究對象，發放400問卷，收回400份，問卷分析結果如下：

表1.消費者基本資料分析表

問卷內容	問卷項目	百分比	問卷項目	百分比
1.性別	男	54%	女	46%
2.職業	學生	74%	家庭主婦	11%
	上班族	9%	老闆	6%
3.年齡	20歲以下	77%	31~40歲	6%
	21~30歲	12%	41歲以上	5%

(一) 為何會選擇彩色巴黎?

表2.何會選擇彩色巴黎分析表

	用餐環境	服務態度	餐點選擇多	其他
人數	137	59	204	
比例	34%	15%	51%	

由上表可知，彩色巴黎成功吸引人的地方用餐環境(137人)服務態度(59人)餐點選擇多(204人)，由上述可得知填寫此問卷者被彩色巴黎吸引因素是有良好用的用餐環境與多樣化的選擇。

(二) 您會在彩色巴黎停留多久

表3.在彩色巴黎停留多久表

	1~2小時	2~3小時	3小時以上
人數	250	104	26
比例	62%	26%	12%

由上表可知，大家在彩色巴黎停留的時間1~2小時(250人)2~3小時(104) 3小時以上(26人)，由上述可得知填寫此問卷者在彩色巴黎大多是小休片刻1~2小時居多。

(三)您在彩色巴黎平均消費金額約多少

表4. 在彩色巴黎平均消費金額約多少表

	60~200	201~300	300以上
人數	187	160	53
比例	47%	40%	13%

由上表可知，彩色巴黎平均消費金額60~200元(187人)、201~300元(160人)、300元以上(53人)，由上述可得知填寫此問卷者可接受消費金額約在60~200元之間。

(四)吃過彩色巴黎的次數

表5. 吃過彩色巴黎的次數表

	1次	2次	3次以上
人數	161	127	112
比例	40%	32%	28%

由上表可知，填寫問卷者去彩色巴黎次數，1次(161人)2次(127人)3次以上(112人)，由上述可得知彩色巴黎顧客回流的機率約60%左右，許多人再度光顧。

(五)大約多久去一次彩色巴黎

表6. 大約多久去一次彩色巴黎表



	每週1~5次	每月1~5次	半年1~5次
人數	36	137	227
比例	9%	34%	57%

由上表可知，彩色巴黎顧客多久去一次彩巴每周1~5次(36人)每月1~5次(137人)半年1~5次(227人)，由上述可得知多數人約半年才光顧一次並不會常常蒞臨。

(六)通常與誰一起到彩色巴黎

表7. 通常與誰一起到彩色巴黎表

	家人	朋友	伴侶	同學
人數	27	252	73	48
比例	7%	63%	18%	12%

由上表可知，顧客大多與誰一起去彩巴家人(27人)朋友(252人)伴侶(73人)同學(48人)，由上述可得知多數人是與朋友一起光顧彩色巴黎，代表彩色巴黎是與朋友聚會的好場所。

(七)最喜歡的餐點

表8. 最喜歡的餐點表

	簡餐類	早餐類	火鍋類	焗烤類	鐵板類	點心類
人數	146	23	113	69	23	26
比例	36%	6%	28%	17%	6%	7%

由上表可知，顧客最喜歡的餐點，簡餐類(146人)火鍋類(113人)焗烤(69人)鐵板類(23人)點心類(26人)早餐(23人)，由上述可得知多半客人喜歡的是火鍋類以及簡餐類能多往這方面發展。

(八)您是如何得知彩色巴黎這間店？

表9. 如何得知彩色巴黎這間店表

	親友介紹	網路	路過	同學
人數	227	115	22	23
比例	58%	30%	6%	6%

由上表可知，彩色巴黎如何被消費者得知的，親友介紹(227人) 同學介紹(23人)網路發現(115)人路過(22人) ，由上述可得知彩色巴黎雖然沒有強力的打廣告但是店內的優良因素讓多半客人會自己帶親友再來光顧。

圖11. 如何知道彩色巴黎

## 參●結論

### 一、結論

#### (一) 突出的招牌

醒目的霓虹燈招牌加上霓虹的字型招牌吸引顧客

#### (二)優良的環境品質

店內有提供可插式電源、書籍雜誌可觀看

#### (三)彩色巴黎的缺點就是不多打廣告，客源幾乎是由路人以及親朋好友來光顧

### 二、建議

1. 行銷方面：可多打廣告、促銷活動、透過網路行銷，吸引更多人潮。
2. 訂價方面：可推出學生優惠、打卡送折扣。
3. 產品方面：因大量進貨降低原物料成本，可多提供其他類別的餐點。
4. 通路方面：可多建設據點增加知名度，增加網路訂位的服務。

## 肆●引註資料

1. 高志誠(2003)，新型態複合經營商店之可行性分析與市場發展策略：以咖啡館複合型便利商店為例，國立台灣大學國際企業研究所碩士論文。
2. 岸川善光(2010)。經濟戰略。德威國際文化事業有限公司。
3. 林淑芬(2011)。專題製作最佳秘笈。台科大圖書股份有限公司。

4. 羅英彰、林政道、朱敏慎等人。企業管理I。啓芳出版社。
5. 林誠(2015)。成功補習班商業概論1。成功補習班。
6. 國立民。經濟學私房筆記(下)。信樺文化事業有限公司。
7. yes!頂尖創業加盟網，彩色巴黎。2015年10月取自：  
[http://yesone.com.tw/ally/list\\_in.php?ID=328&res\\_number=U2013092356143](http://yesone.com.tw/ally/list_in.php?ID=328&res_number=U2013092356143)
8. Facebook。彩色巴黎Menu餐點相簿。2015年10月取自：  
<https://www.facebook.com/media/set/?set=a.718441258187203.1073741826.171318966232771&type=3>
9. 台灣碩博士論文知識加值系統。2015年10月取自：  
<http://ndltd.ncl.edu.tw/cgi-bin/g32/gswweb.cgi/login?o=dwebmge>
10. 痞客邦-selina 的幸福角落。高雄市，石二鍋(青年店)。2015年10月取自：  
[http://selina820625.pixnet.net/blog/post/16625009-%E9%AB%98%E9%9B%84%E5%B8%82%EF%BC%8E%E7%9F%B3%E4%BA%8C%E9%8D%8B\(%E9%9D%92%E5%B9%B4%E5%BA%97\)](http://selina820625.pixnet.net/blog/post/16625009-%E9%AB%98%E9%9B%84%E5%B8%82%EF%BC%8E%E7%9F%B3%E4%BA%8C%E9%8D%8B(%E9%9D%92%E5%B9%B4%E5%BA%97))
11. 跟著尼力吃喝玩樂&親子生活。『食記』高雄三民。[彩色巴黎餐飲流行館之聚餐哈啦歡樂場所\(複合式餐飲\)](#)。2015年11月取自：  
<http://nellydyu.pixnet.net/blog/post/41583301>
12. 茉莉小姐說說話。【高雄 | 鳳山】王品集團石二鍋(鳳山青年店) | 鍋物普通，服務越來越差強人意。2016年1月取自：  
<http://jasminelady.pixnet.net/blog/post/32624081>
13. 蘋果日報報導。石二鍋邁向百店規模—預計2017年達陣，成王品旗下首例。2016年1月取自：  
<http://www.appledaily.com.tw/appledaily/article/finance/20140725/35979824/>
14. 什麼是複合式餐飲業。Yahoo 奇摩知識+。2016年1月取自：  
<https://tw.answers.yahoo.com/question/index?qid=20070509000015KK10468>
15. 探討複合式餐廳-費城。2016年1月取自：  
<http://www.shs.edu.tw/works/essay/2008/10/2008101120595411.pdf>
16. 連鎖複合式餐飲店和獨特複合式餐飲店的服務品質比較分析。2016年1月取自：  
<http://ir.lib.ksu.edu.tw/bitstream/987654321/935/1/%E5%B0%88%E9%A1%8C%E8%A3%BD%E4%BD%9C.pdf>