

# 台北市手搖飲料店激戰區與待開發區 -以coco. 50嵐. 清心福全. comebuy為例

Using GIS to find the best location and potential areas for bubble tea stores

蔡丞庭 Cheng-Ting Tsai\*、王怡今 Yi-Jin Wang\*、安佩倫 Pei-Lun An\*、楊崇瑞 Chone-Ruei Yang\*、賴淑芳 Shu-Fang Lai\*\*

## 一、摘要

由於近年來時下年輕人幾乎手不離飲料，因此不難察覺市區、教育機構、上班族附近每走幾步就會看到知名連鎖飲料店，為了要讓想開設店家的人避免在同一區域與相同品牌的和對手的競爭，或者是該地屬較偏遠的待開發的區域，故本研究針對台北市五十嵐、coco都可、清心福全、comebuy連鎖飲料店家的營業分佈據點、人口數、捷運站點的資料，套入GIS系統提供店家了解各飲料店家在台北市分佈區域及了解哪些區域是競爭激烈的戰場，或者該地方有設店的需求，以提供這些連鎖店家做為設店參考的依據。

## 二、SuperGIS地理資訊軟體應用之動機與目的

在現今社會中，連鎖飲料店形成一種不可或缺的新勢力，然而這些飲料店在空間上的分佈，是屬於待開發、還是飽和的區域，以及如何找出最佳的開店地點，故這次實作主要在於分析整理出連鎖飲料店分佈區域及尋找較佳的開店地點，並以台北市為例結合網路上的資料建立出連鎖飲料店分佈的基本資料。同時使用SuperGIS和GIS其他軟體製作並進行環境分析。

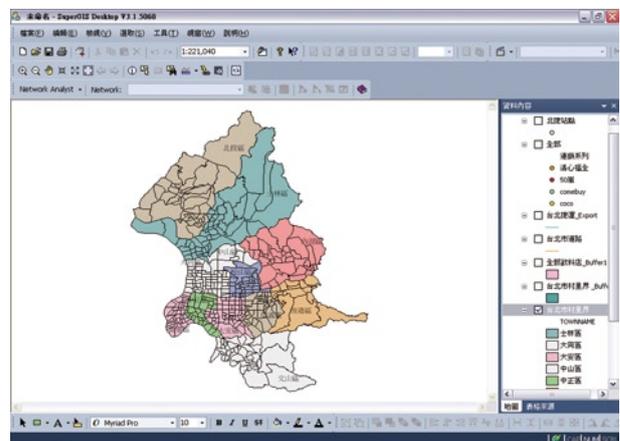
## 三、使用的SuperGIS產品及研究之應用領域/產業

此Super GIS地理資訊系統所應用於資源調查，應用之產業為服務業之飲品產業。

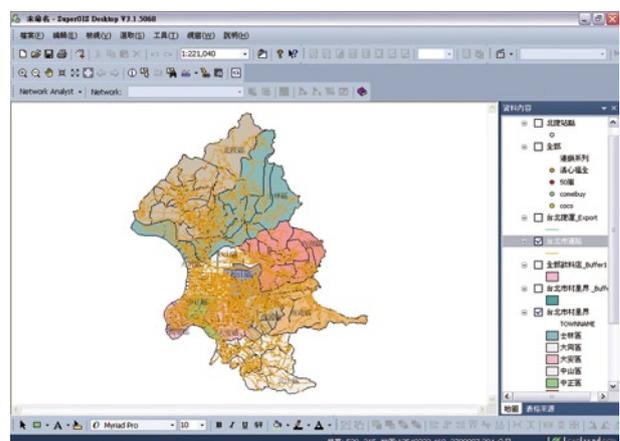
## 四、研究方法/應用方案介紹

以下Super GIS Desktop 3.1的應用之過程與方法，加以圖片與文字的描述，來做介紹。

此研究目的在於了解各飲料店家在台北市分佈區域及了解哪些是屬於待開發、還是飽和的區域，或者該地方有設店的需求，以提供這些連鎖店家做為設店參考的依據。



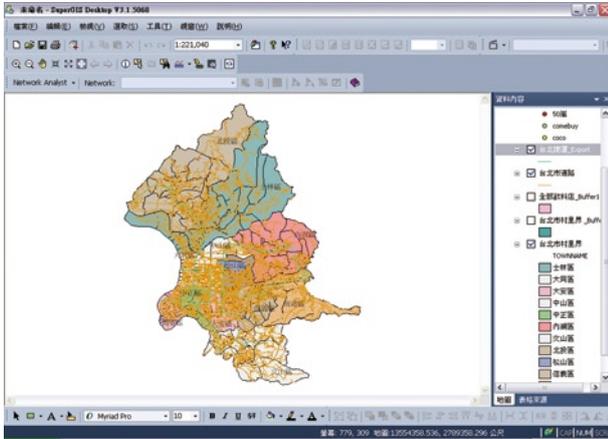
1.先加入台北市行政區，將台北市的行政區劃分出來，分為士林、大同、大安、中山、中正、內湖、文山、北投、松山、信義、南港、萬華



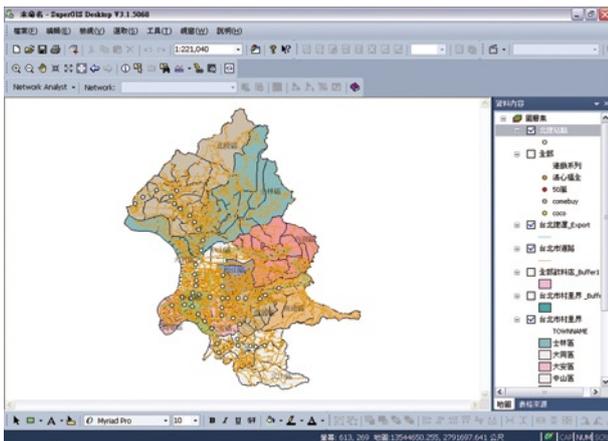
\* 德明財經科技大學 物流管理系 學生  
Student, Department of Logistics Management, Takming University of Science and Technology.

\*\* 德明財經科技大學 物流管理系 助理教授  
Assistant Professor, Department of Logistics Management, Takming University of Science and Technology.

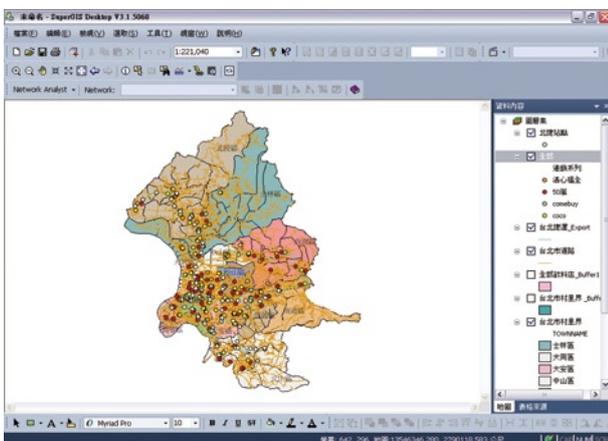
2.再加入台北市道路，可以讓業者清楚台北市的路線，道路越密集代表人們會經過的越頻繁



3.捷運線，隨著交通方便也要清楚現代人搭乘的大眾交通工具



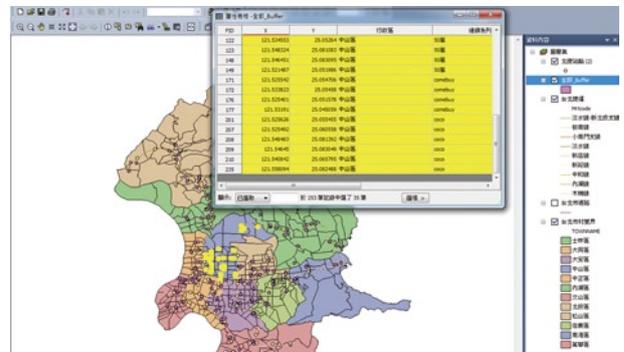
4.捷運站點，可以更清楚知道捷運點，搭乘的方便會促使飲料店設置的多寡



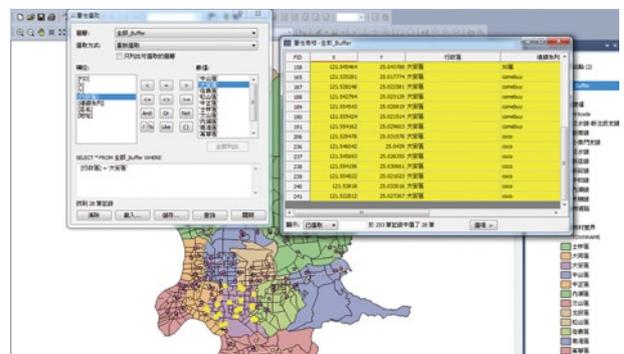
5.飲料店位置:加入coco.50嵐.清心福全.comebuy四家飲料店的位置。

區域	清心福全	COCO	COMEBUY	50嵐	合計
萬華區	7	1	1	7	16
南港區	3	1	1	4	9
士林區	8	7	6	7	28
中山區	12	6	4	13	35
中正區	5	6	10	11	32
大同區	3	3	1	6	13
北投區	6	7	1	6	20
松山區	6	2	2	6	16
信義區	6	4	5	6	21
大安區	8	7	6	7	28
內湖區	6	2	2	7	17
文山區	4	4	2	8	18

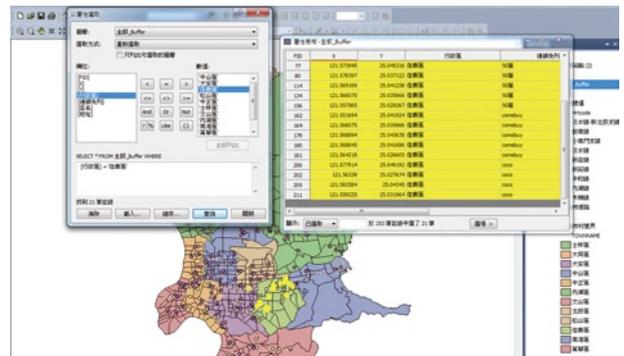
◎本研究假設各行政區店家數目小於15家稱為待開發區，大於25家則稱為激戰區，透過屬性選取得知各行政區飲料店家數目。



◎中山區(35筆)

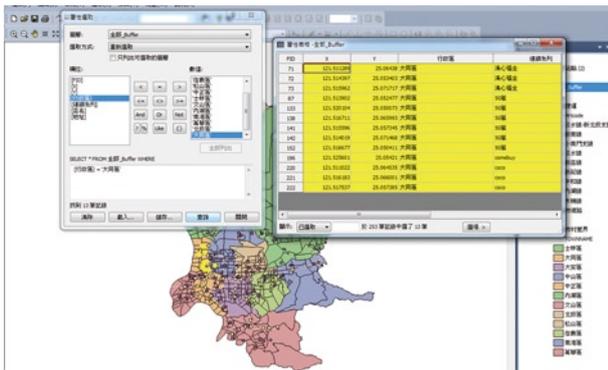


◎大安區(28筆)

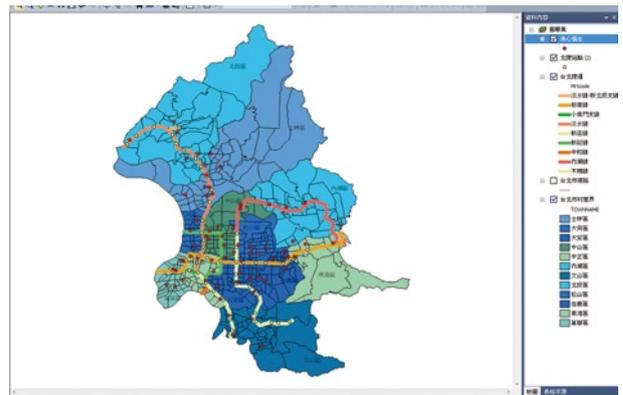


◎信義區(21筆)

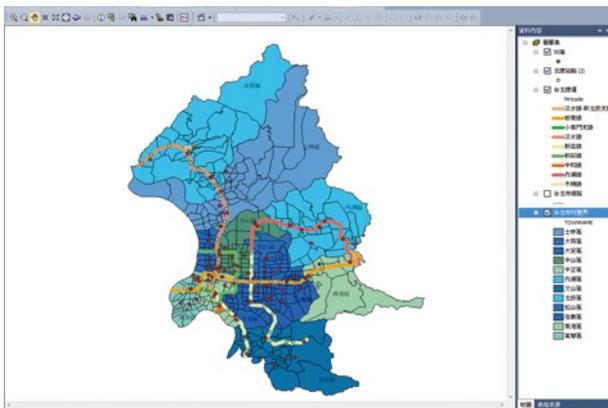




◎大同區(13筆)

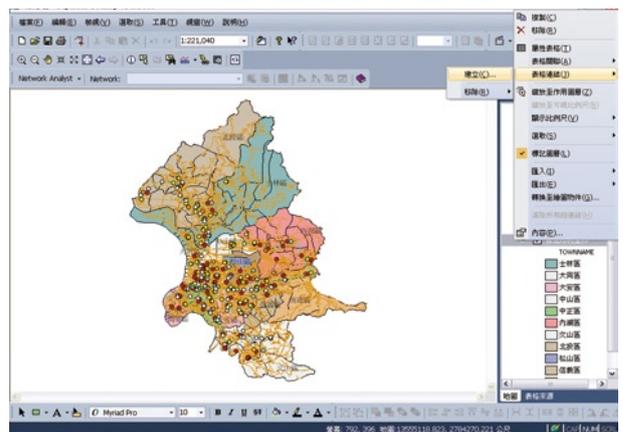


◎清心福全(主要開於學生、上班族附近)

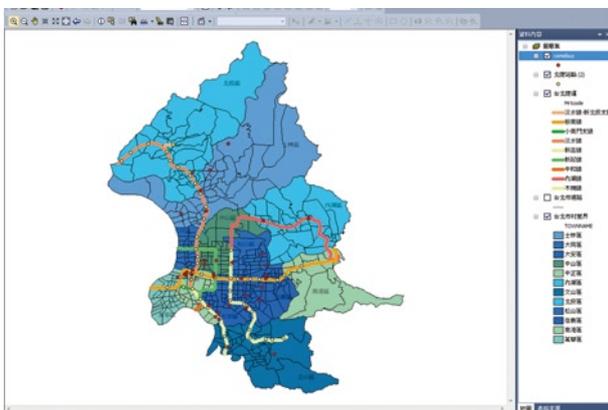


◎50嵐(設店多鄰近於捷運站)

6.將各區域飲料店家數目合計，可以看清楚台北市哪一區為分佈最密集的激戰區，還是開發尚未飽和的待開發區，以及各家連鎖飲料店設店主要臨近於哪些位置



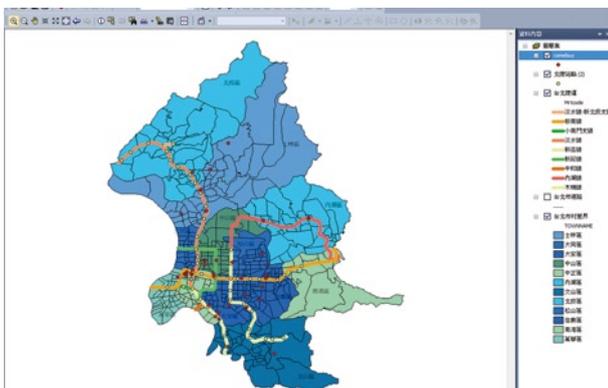
7.人口數連結:利用表格連結將人口數連結，可知道哪邊人口較多



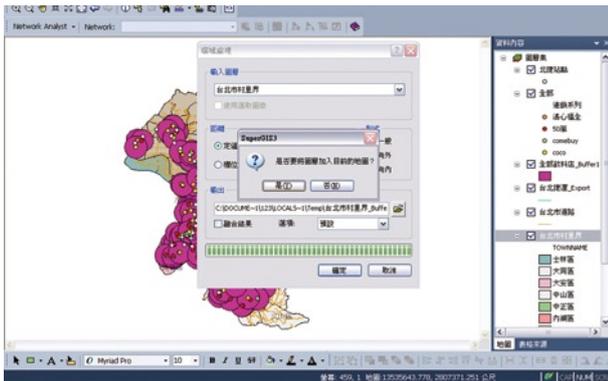
◎COCO(主要分布於住宅區)



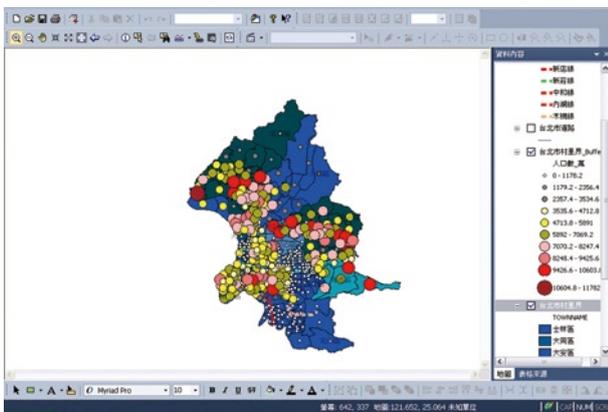
8.環域分析(店家分析): 來分析飲料店週圍所會影響的範圍，設定的以飲料店為中心30公尺會影響的範圍



◎Comebuy(主要分布在中正區)



9. 將台北市村里界匯入圖層，細分為村里會更加詳細可考慮要在哪一里設置



10. 環域分析(各里人口數分析):把每一里的人口數匯入,能知道哪一里人較多,有較多人的地方才比較適合設置飲料店

## 五、活動成果與心得

我們藉由Super GIS Desktop看出哪一區設置最多飲料店，這樣就能在比較少營業據點的區域設置飲料店。透過GIS讓我們了解到台北市手搖飲料店(以coco.50嵐.清心福全.comebuy四家飲料店為例)的分佈位置，也能夠利用系統功能看出該區域是否已飽和或者是尚有開發的空間。目前像是夜市、美食街又或者是市區內，一條短短幾百公尺的路上，就有大約5~10家的飲料店存在，展店的密集程度也就能由此去發覺到，所以業者如果想讓更多人能看見他們的品牌，不僅僅是要擁有美味的飲料，更應該要選擇在比較有優勢的地點開店，才能夠開創出一番業績。

現今隨著社會的變遷，GIS的應用越來越廣泛也變得十分重要，像是在災害救援救護系統方面就顯得特別的重要，在沒有GIS系統的幫助下，黃金救援時間可能會因此錯過，但如果有這套系統時，當救援指揮中心接到求救電話時就能在電子地圖上看到災害位置與消防車、救護車甚至是警車之間的距離，迅速的通報及告知最佳路徑，以便救護人員能以最快的速度前往災害地點救援。

所以只要是有需要使用到地圖或是路徑規劃查詢的地方，便能使用GIS做為一套參考的系統，系統能針對不同領域給予各種不同的需求，像這次我們研究的主題就是針對四家飲料店做出激戰區及待開發區的需求，可以當做連鎖飲料店設店的參考值依據，讓業者能有效率的增加其業績。而為了因應現代人人手一機的習性，也希望業者能夠結合商品與APP製作出可以吸引消費者的軟體，進而提高來客率及業績。

## 六、參考文獻

### 1. 崧旭GIS季刊

[http://www.supergeo.com.tw/gis\\_q.asp](http://www.supergeo.com.tw/gis_q.asp)  
便利商店選址特性分析以新竹市為例

### 2. 清心福全冷飲站

<http://www.chingshin.tw/FrmWhere.html>

### 3. CoCo都可茶飲 [http://www.coco-tea.com/bin/index.php?Plugin=o\\_coco&Action=ococosearch&area=306](http://www.coco-tea.com/bin/index.php?Plugin=o_coco&Action=ococosearch&area=306)

### 4. 50嵐

<http://www.50lan.com/web/points.asp>

### 5. COMEBUY

<http://www.comebuy2002.com.tw/store/store.php>

### 6. 台北市民政局

<http://www.ca.taipei.gov.tw/ct.asp?xItem=1503254&ctNode=41896&mp=102001>