

# 「老虎堂」現象：消費者追求潮流大於業者誠信？

2511

出版時間：2018/07/06 10:05



名店「老虎堂」標榜使用的「獨家手炒黑糖」是機器製作且添加焦糖色素，業者致歉後祭出一連 2 天買 1 送 1 活動，店外仍大排長龍。資料照片

劉典科／中正企管所博士生

據報導知名黑糖珍珠鮮奶「老虎堂」主打「獨家手炒黑糖」，離職員工指稱店家的獨家手炒黑糖含有焦糖色素，台中市食安處稽查，發現門市調製飲料為桶

裝黑糖漿，業者在臉書公開致歉。

從此事件作者心中有二個現象，1. 消費者追求潮流大於業者誠信 2.從眾行為的排隊效應讓多數人蒙蔽思考

### 1. 消費者追求潮流大於業者誠信

2017 年 11 月在台中發跡的老虎堂，以獨特炒糖手法製作波霸，配上福樂鮮乳，喝之前要先搖晃 15 下，一杯 55 元，上層還可以加上「厚鮮奶」不加價。繼老虎堂成功案例，後來陸續有其他店家跟進，推出「龍紋系飲品」、「斑馬系飲品」，讓消費者夏日品嘗飲品之餘，也有不同視覺享受。營運至今快速展店，但仍然供不應求，產生了排隊效應及造成網路上的熱烈討論。

但前幾天為何一間主打「獨家手炒黑糖」到最後用著含有焦糖色素欺騙消費者，但業者祭出買一送一優惠人潮一樣暴多。業者已無誠信，但消費者仍繼續買單，只能說從去年 11 月至今造成的潮流與熱烈討論，就算業者無誠信一樣擋不住消費者想追求嚐鮮、追求潮流與貪小便宜的消費者

### 2.從眾行為的排隊效應讓多數人蒙蔽思考

當很多人一蜂窩跑去排老虎堂，自己原本不感興趣，但又擔心無法加入大家的話題，於是還是趕流行跑去排隊；類似這種「想跟別人一樣」的經驗或想法，

就稱為「從眾效應」。

「從眾效應」是指人們常常受多數人影響，沒有多加思考，就跟從大眾的思想或行為做決定，我們常根據多數人的選擇做決定，也可能因為多數人的選擇而改變自己原本的決定，其中很重要的因素就是「同儕壓力」。當我們看到大部分的人做出相同的選擇時，自己如果做出與大家不同的決定，會有一種與他人不一致、孤立不安的感覺

跟隨大眾的想法和行為做決定，好像很沒有主見似的。不過，從眾效應有時可以讓自己生存比較容易或安全。例如到國外旅行，不清楚當地的交通規則時，不妨看看大部分的人怎麼走，跟著遵守當地的交通規則；又或者是當考試時間靠近，大家都認真讀書時，跟著大家開始準備就沒錯了！

但因為從眾行為的效應會讓多數人的思考受到蒙蔽，因為跟著大家一起做就不會錯的淺意識，就算業者無誠信，大多數被受到從眾行為的一樣的會繼續買單，等到排隊效應消失了，偉大的台灣消費者才會從這事件中理解業者無誠信是很嚴重的事，才會給予消費抵制。