

國立台灣大學經濟學研究所



Microeconomics II

差別定價報告—以華納威秀影城為例

指導老師 陳恭平教授

R94323017 曾致勝

R94323018 呂帛晏

R94323023 彭思遠

R94323024 葉建良

R94323032 廖健智

一、報告架構

前言

差別定價之定義

成本面

需求面

利潤面

結論

二、前言

刻板印象常認為，當前往電影院觀賞電影時，在現場買票比較貴，而網路訂票比較便宜¹，但並非如此。經由實際的調查，華納威秀影城的網路訂票，每張票的售價需再加上二十元的手續費，所以網路訂票並非如想像中的便宜。以下是我們獲得的華納威秀的電影票價資訊：

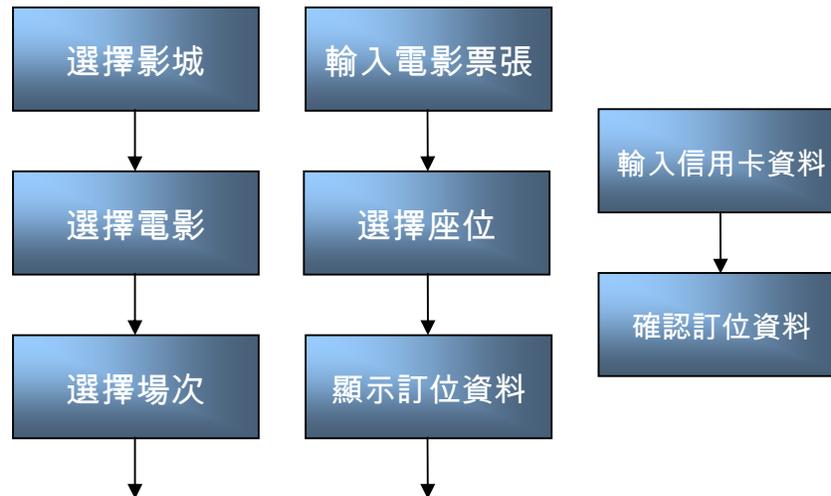
種類	票價
全票	285 元
學生	265 元
團體	220 元
電話訂票	票價 + 手續費 20 元
網路訂票	票價 + 手續費 20 元
中華電信 6365	240 + 0.1 元/秒

經過實際的訪查與詢問，也發現這二十元的手續費的加價，並非只是一般認為的信用卡手續費，而開啟了研究華納威秀影城是否在進

¹ 網路訂票可以省卻櫃檯人員的勞動成本，假設所有訂票方式皆為網路訂票，那現場只需要準備自動取票機，連帶飲食也可以改用自動販賣機，節省大多數的人力勞動成本。因此原先預測網路訂票應該反映成本有較低的價格。

行差別取價的動機。緊接著，本文將逐一論證，華納威秀影城的網路訂票和現場訂票的票價不同，確實是一種差別取價。

在進行討論之前，先以下表來簡述一下網路訂票的流程：



三、差別定價之定義

以下我們說明一般教科書上對差別取價的定義：

第一級差別取價：為廠商對其所銷售的每單位每商品，皆按照消費者所願付的最高價格收取。

第二級差別取價：廠商對所有消費者皆提出同一套的收費表，而此收費表按照不同的購買量收取不同的價格。

第三級差別取價：廠商先根據消費者的某些屬性，分割其所面對的市場需求，然後對不同屬性的消費者收取不同的價格。而此屬性可以是廠商刻意劃分的；或是廠商定下條件，讓消費者自己選擇而自然形成的。

依前述定義可知，華納威秀對網路訂票與現場購票的不同價格，符合第三級差別取價，因為是透過訂定不同價格的方式，讓消費者自由選擇，來區分其屬性。

另外差別取價要成功的執行必須符合以下兩個條件：

1. 廠商必須要有區隔消費者的能力。
2. 廠商必須有能力防止消費者轉售。

所以必須先檢視華納威秀這間廠商是否具有上述的這兩項能力

1. 廠商必須要有區隔消費者的能力：

華納威秀影城透過不同的收費方式，來讓消費者自由選擇出屬於自己的購票方式，所以有區隔消費者的能力。

2. 防止消費者轉售可分為兩種情形討論：

一為網路訂票的人轉售給現場購票的人，因為網路購票的價格高於現場購票的價格，若做轉售則售出的價格要比網路上的價格更高，才會形成轉售的動機。可是現場購票的人不用網路訂票，是因為時間成本較低，所以不會有意願購買更高價格的票。另一為現場購票的人轉售網路訂票的人，這顯然不可能發生，因為網路訂票的人要有票才會去電影院，所以推論網路訂票沒訂到的人一定不會去電影院，就不會有機會去買轉售者的票。

除了上述差別取價的定義與成功執行的條件，本文將利用 C.Cabolis、S.Clerides、I.Ioannou and D.Senft(2005,JEL)所發表的文章，其對於國際間教科書是否為差別取價的推論步驟。逐一論述，網路訂票和現場購票的價格差異並非來自於成本上的差異，而是來自於消費者需求面的不同，讓廠商能夠對於消費者進行第三級差別取價。

四、成本面

現在來討論成本是否是造成價格不同的主要因素，首先先逐一敘述華納威秀的各項重要成本：

1. 購片成本與放映成本

網路訂票的加入，並不會影響每部影片的購片與放映成本，進而

造成因成本的不同所帶來網路訂票價格與現場購票價格的差異。因為購片成本是由人次來做付費標準，所以每張票的購片成本是相同的。放映成本是一固定成本，所以每張票所分攤到的平均放映成本是相同的，但會因消費人次的增加而降低，卻不會受購票方式的不同影響。

2. 櫃檯人員薪資成本

經實際走訪台北市信義區華納威秀，據了解，在加入網路訂票之後，發現華納威秀一樓及二樓櫃檯人員並沒有顯著的變動。不過，一樓及二樓的某些櫃檯人員卻多了要為客人做網路取票的服務。因此，在人員訓練成本上，由於網路訂票這項訓練並不困難，僅僅是口頭上的指導，並不影響加入網路訂票後，對於華納公司成本因素的影響。

3. 網路設置的費用：可分為兩大部分

A 介紹影城的部份：

粗略的可分為影城介紹、影片介紹、好康活動、人才招聘.....這些網頁的使用者，很難去區分『網路訂票者』與『一般使用者』，因為一般想了解電影及影城位置的人也會上網去看網站上的資訊。

B 訂票系統的部份：

特別為了網路訂票系統所設置的資料庫，及讓華納八個據點的電腦訂票系統能夠順利的被使用，這種網路資料庫的設立，若不計入電腦硬體的價格，純就資料庫的設立，大約五十萬元。

4. 網路維護的費用

就網站內容的維護費用，可分為網路內容的修改，這可能只需要外包給外面的業者，一個月大約只要三萬元。

5. 退票的風險與成本可分為兩種情況做分析

A. 客滿的情況

若此電影非常受歡迎，所有的票都被賣光了。有人在網路上訂了票，可是卻不能夠在時間內拿票，這種情況之下，在開場前

三十分鐘，一定可以順利的賣掉。

B. 未客滿的情況

若此電影的票未被賣光，網路訂票也不會對影城收入有任何的影響，因為，廳內的座位還未客滿。

網路訂票與現場購票的成本比較

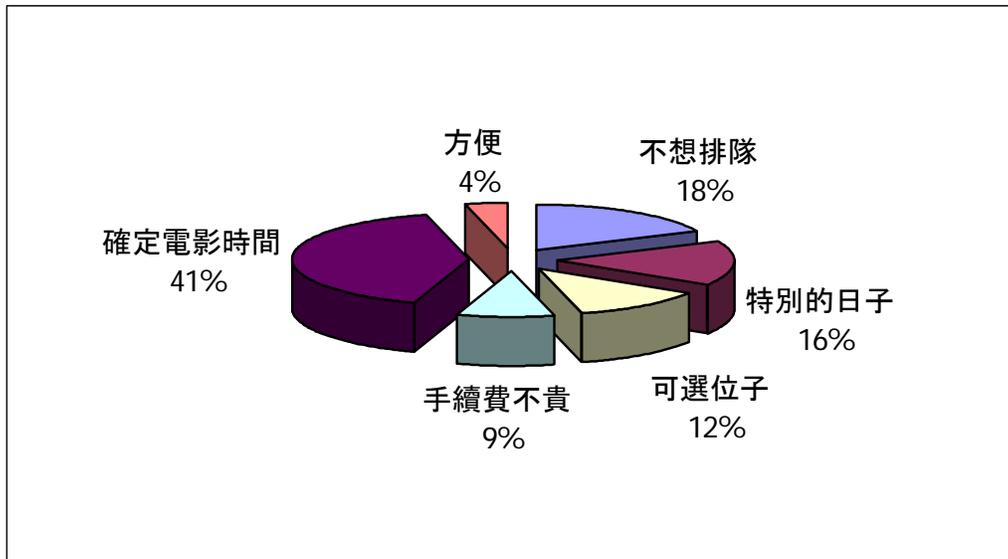
1. 購票成本與放映成本:兩者相同
2. 櫃檯人員薪資成本:相同
3. 其他雜項的固定成本:相同
4. 網路設置維護成本:前者有、後者無，但當網路訂票人數夠多時足以使網路成本降低趨近於零。
5. 退票風險成本:由於網路訂票可以在放映前二十分鐘取消，當取消發生時，現場有機會再賣出。(客滿時較容易在賣出，不客滿也不影響原先票房。)

總述，兩種訂票方式的平均單位成本應可視為相同，但平均單位成本隨著票房成反向。

網路訂票並不是節省電影院的營運成本，而是透過提供較優質的服務，達到差別取價的作用，因為設置網頁的成本在消費數量夠多時已經抵銷掉。

五、需求面

由成本面和理論的定義可以推論，訂票價格的不同不是因為成本不同所造成的，所以應是一種差別取價，而那是什麼原因造成此種差別取價呢？我們認為可從需求面來討論這個問題，經由抽樣調查我們可以歸納以下結果：



1. **確定看電影的時間**：因網路訂票可以確定看電影的時間，所以華納可以利用“時間成本的不同”來區分市場，進行差別取價。
2. **不喜歡排隊的人**，在大太陽下排隊是一件很累人的事情。
3. **有計劃性去看電影的人**，因假日時，台北信義華納威秀影城常常人滿為患，若現場購票有時不一定可以買到自己想看的場次和座位。例：星期六晚上想看七點的電影，就一定要星期六早上或更早前就要買票，否則到星期六中午過後很可能只剩下前幾排的位子
4. **在乎座位的人**，網路訂票可以選擇自己的位子，愈早訂可選擇的位子愈多，現場買票不一定可坐到自己想要的座位。
5. **對票價不敏感的人**(不在乎每張票多收 20 元手續費)。
6. **方便**：對於時常時用電腦的人而言，只要利用上班偷閒的時間，就可以完成上網訂票

小結：時間成本較高或願多花一些錢享受較好的“看電影品質(可選位、不用排隊)”的人，皆會使用網路訂票。

六、利潤面

由前面的敘述，我們證實了華納威秀電影院的現場購票與網路訂票的票價存在有差別取價的空間，但增加了網路訂票的售票方式，是否對其利潤面有正面的助益呢？雖然沒有具體的資料可供證實，但我們認為答案應是肯定的，而在敘述我們的觀點之前，想先來說明一下電影院所提供的服務的特性。

第一，電影院所提供的服務是可以共享的，多增加新的消費者進入，並不會影響到原消費者從看電影所獲得的滿足程度；第二，電影院所提供的服務是可以排他的，可透過收費的方式來排除民眾的免費使用，所以其具有準公共財的特性。準公共財的生產成本不會因為使用人數的增加而增加，電影院亦是如此，其總成本極大部分是固定的支出，透過之前的討論，我們可將其視為不變，在此情況下，若要探討利潤是否增加，則只須知道其收益是否增加即可。

現在，我們就來說明網路訂票會使收益增加的理由，而方式是以一部片的收益是否會因此而增加來比較。由於新增的網路訂票方式只是一種購票的新選擇，所以並不影響原來就會來看這部片的消費者，因此我們就以下兩種情形來做討論：

1. 網路訂票若可以開發出新的消費群，則利潤顯然會增加，這觀點是很有可能成立的，因為網路訂票的一些好處(如同需求面所提到的)，必然可以吸引到願意因此而多付 20 元以上的消費者，使其進入電影院。
2. 網路訂票若無法開發出新的消費群，即便如此，只要有部分的原消費者由現場購票轉而使用網路訂票，則利潤仍然會因此價差而增加。

所以，華納威秀的差別取價方式是有助於提高其利潤的。

七、結論

對學生而言，花上半個小時去排隊買張電影票並不會太折騰，但對於一個上班族而言，可以放鬆休假的周末時光是珍貴的，利用上班偷閒時間就可以完成的訂票，屆時又可以省下等待的時間，去好好的購物一番。願意花二十元的代價去換取一個愉悅的周末下午嗎？如果答案是願意的，那就是為什麼電影院透過這樣子的差別取價會成功？

信義區華納威秀因處於台北市的精華區(在信義區中只有他一家電影院)，所以利用其地理條件的優勢(可以說在信義區是獨占者)，成功的執行差別取價；經過幾星期的觀察發現，信義華納威秀影城在假日時，常常一票難求，往往晚上的電影票早上就賣出七、八成，只剩下前排還有空位，這可能也是為什麼華納敢使用網路訂票，來差別取價的主要原因！而相對於其他縣市並沒有發生類似的客滿情況，使用網路訂票的比例很明顯的少很多，這也符合時間成本高的人才會有誘因去使用。

華納威秀影城確實可以利用網路來執行差別取價，因為網路訂票帶給消費者一套便利的措施，讓時間成本不同或是要求消費品質的族群，自行選擇廠商銷售的方式。廠商對於不同族群的消費者推出不同的訂(購) 票方式來增加廠商本身的利潤。網路訂票非但不需要降低票價促銷，提供消費方式上的差異，進而對消費者實行第三級差別取價。