

消費者生活型態對南投陶購買行為的影響

許婷婷、翁徐得

E-mail: 364890@mail.dyu.edu.tw

摘要

南投地區陶瓷工藝產業具有歷史文化、工藝人才、地域環境等資源的優勢，配合文化創意產業的發展與推動，南投陶在地方文化產業的特性之發展及深耕已是目前的趨勢走向。本研究根據此背景，以南投地區及南投陶之消費者為主要研究範圍對象，在南投地區設有販售南投陶之據點，以問卷調查方式對南投陶之消費者發放問卷，經由統計分析方法的結果，將南投陶之消費者生活型態歸類為三大生活型態族群，分別為「風格百貨」、「便利流行」、「外向具有個性」，而此三大生活型態族群在人口統計變項中以「風格百貨」為主要族群，對於未來南投陶的發展來說，是一項重點發展的優勢；其次為「便利消費」、「外向具有個性」族群。南投地區本身即有其文化與地域性的特色優勢，在工藝方面可結合南投地域、觀光休閒、文化發展等強化其陶瓷工藝業者的品牌及風格。故本研究發現南投陶在營運方面結合觀光休閒的方式及其品牌形象、文化內涵、產品特色等，皆是吸引消費者且深具發展潛力之主要因素，而南投地區陶藝園區及工坊等集中、聚落在南投各地之特質，不但融合亦串連南投地區之觀光與休閒，此特性亦增加了消費者在消費時的便利性，以上特質對於南投陶業者在營運及推廣教育面皆具有發展的優勢及不可替代性。

關鍵詞：文化產業、生活型態、南投陶

目錄

目錄封面內頁	簽名頁	中文摘要	iii	英文摘要	iv	誌謝	v	目錄	vi	圖目錄	viii	表目錄	x	第一章 緒論		第一節 研究背景	1	第二節 研究動機與目的	2	第三節 研究範圍與限制	5	第四節 研究流程	6	第二章 文獻探討		第一節 文化創意產業	8	第二節 臺灣陶瓷產業及現況	11	第三節 南投地區陶瓷產業發展、概況	14	第四節 生活型態	22	第五節 消費者行為	28	第六節 消費者與生活型態	30	第三章 研究方法		第一節 研究架構	32	第二節 研究工具	33	第四章 結果與分析		第一節 南投地區陶藝園區及工坊概覽	39	第二節 問卷發放實施情況及分析	58	第三節 敘述統計之人口統計變項	58	第四節 生活型態之因素分析及集群分析	62	第五節 消費者生活型態與南投陶藝產業特質對照	80	第五章 結論 參考文獻	97	附錄	102	圖目錄		圖1-1 研究流程圖	7	圖2-1 Azjen及Fishbein的行為模式構成生活型態樣圖	31	圖3-1 研究架構圖	32	圖4-1 添興窯外觀	42	圖4-2 添興窯位於綠色隧道鐵路旁	42	圖4-3 園區內景觀	42	圖4-4 老蛇窯外觀	42	圖4-5 老蛇窯	43	圖4-6 老蛇窯內部	43	圖4-7 窯主林清河先生	43	圖4-8 陶藝中心	43	圖4-9 九二一震災紀念牆	43	圖4-10 師傅製陶中	44	圖4-11 添興窯51周年系列活動	44	圖4-12 陶藝教室	44	圖4-13 楓子林藝廊	44	圖4-14 體驗玩陶區	48	圖4-15 千禧雙品瓶	48	圖4-16 老蛇窯	48	圖4-17 蛇窯文物館	48	圖4-18 園區內一景	48	圖4-19 活石窯園區入口	50	圖4-20 園區內景	50	圖4-21 陶藝教學體驗活動	51	圖4-22 陶藝品展售區	51	圖4-23 陶藝品展售區	51	圖4-24 戶外團康活動	51	圖4-25 壺蝶窯	55	圖4-26 壺蝶窯內一景	55	圖4-27 壺蝶窯內一景	55	表目錄		表 2-1 南投地區各時期日用陶瓷器產品	18	表 2-2 AIO量表	27	表 3-1 人口統計變項問項表	33	表 3-2 生活型態問項表	36	表 4-1 添興窯陶藝村資料、發展年表	39	表 4-2 添興窯陶藝產品	45	表 4-3 水里蛇窯資料、發展年表	46	表 4-4 水里蛇窯陶藝產品	49	表 4-5 活石窯陶藝園區背景資料	50	表 4-6 活石窯陶藝園區產品	52	表 4-7 壺蝶窯資訊、年表	53	表 4-8 壺蝶窯，鄧丁壽先生陶藝產品	54	表 4-9 胤笙緣陶藝坊發展歷程、資訊	56	表 4-10 胤笙緣陶藝坊，蔡明男先生陶藝產品	57	表 4-11 人口統計變項之性別次數分佈	59	表 4-12 人口統計變項之年齡次數分佈	59	表 4-13 人口統計變項之職業次數分佈	60	表 4-14 人口統計變項之教育程度次數分佈	60	表 4-15 人口統計變項之居住地次數分佈	61	表 4-16 人口統計變項之婚姻狀態次數分佈	61	表 4-17 人口統計變項之家庭生命週期次數分佈	61	表 4-18 人口統計變項之薪資所得次數分佈	62	表 4-19 KMO統計量之判斷準則	63	表 4-20 KMO與Bartlett檢定數據表	63	表 4-21 五個共同因素經直交轉軸後之各題項因素負量	64	表 4-22 生活型態因素：個人風格品味	65	表 4-23 生活型態因素：流行知覺	66	表 4-24 生活型態因素：社交活動	66	表 4-25 生活型態因素：便利消費	67	表 4-26 生活型態因素：品牌資訊判斷	67	表 4-27 三個族群在各因素分組變項之平均得分	68	表 4-28 生活型態族群與性別(單位：人數)	71	表 4-29 生活型態族群與年齡(單位：人數)	71	表 4-30 生活型態族群與職業(單位：人數)	72	表 4-31 生活型態族群與教育程度(單位：人數)	73	表 4-32 生活型態族群與居住地(單位：人數)	73	表 4-33 生活型態族群與婚姻狀況(單位：人數)	74	表 4-34 生活型態族群與家庭生命週期(單位：人數)	75	表 4-35 生活型態族群與個人每月薪資所得(單位：人數)	76	表 4-36 各人口統計變項所偏向之生活型態族群	78	表 4-37 消費者生活型態與南投陶藝產業特質對照	81
--------	-----	------	-----	------	----	----	---	----	----	-----	------	-----	---	--------	--	----------	---	-------------	---	-------------	---	----------	---	----------	--	------------	---	---------------	----	-------------------	----	----------	----	-----------	----	--------------	----	----------	--	----------	----	----------	----	-----------	--	-------------------	----	-----------------	----	-----------------	----	--------------------	----	------------------------	----	-------------	----	----	-----	-----	--	------------	---	----------------------------------	----	------------	----	------------	----	-------------------	----	------------	----	------------	----	----------	----	------------	----	--------------	----	-----------	----	---------------	----	-------------	----	-------------------	----	------------	----	-------------	----	-------------	----	-------------	----	-----------	----	-------------	----	-------------	----	---------------	----	------------	----	----------------	----	--------------	----	--------------	----	--------------	----	-----------	----	--------------	----	--------------	----	-----	--	----------------------	----	-------------	----	-----------------	----	---------------	----	---------------------	----	---------------	----	-------------------	----	----------------	----	-------------------	----	-----------------	----	----------------	----	---------------------	----	---------------------	----	-------------------------	----	----------------------	----	----------------------	----	----------------------	----	------------------------	----	-----------------------	----	------------------------	----	--------------------------	----	------------------------	----	--------------------	----	--------------------------	----	-----------------------------	----	----------------------	----	--------------------	----	--------------------	----	--------------------	----	----------------------	----	--------------------------	----	-------------------------	----	-------------------------	----	-------------------------	----	---------------------------	----	--------------------------	----	---------------------------	----	-----------------------------	----	-------------------------------	----	--------------------------	----	---------------------------	----

參考文獻

一、中文部分 1.方世榮(1997)。市場調查。台北:三民書局股份有限公司。 2.王雲東(2007)。社會研究方法。台北:威仕曼文化。 3.行政院

文化建設委員會(2004)。文化白皮書。4.呂季芳,簡嘉瑩,葉華瑋(2007)。南華大學:管理科學研究2007第二屆管理與決策學行研討會特刊。5.呂嘉靖(2006)。陶藝。台北:五行圖書。6.杜瑞澤(2004)。生活型態計:文化、生活、消費與產品設計。台北:亞太圖書出版社。7.吳政霖(2007)。傳統窯廠轉型與陶藝園區體驗設計之研究。雲林科技大學工業設計系碩士論文。8.吳昭怡等著(2006)。手感經濟。台北:天下雜誌股份有限公司。9.吳明隆,涂金堂著(2006)(二版)。SPSS與統計應用分析。台北:五南圖書出版公司。10.吳萬益(2000)(三版)。企業研究方法。台北:華泰文化。11.林清河(2006)。陶藝。五行圖書。12.林靈宏(1994)。消費者行為學。台北:五南圖書出版公司。13.林秀娟(2009)。從文化產業取向探索南投陶業之發展策略。大葉大學設計研究所碩士論文。14.南投縣立文化中心編印(1995)。南投陶200年專輯。南投:南投縣立文化中心。15.南投縣政府文化局(2002)。南投藝象。南投市:南投縣政府文化局。16.柯惠新、丁立宏等著(2002)。市場調查。台北:臺灣知識庫。17.徐達光(2003)。消費者心理學。台北:臺灣東華書局出版。18.陳信雄(2003)。陶瓷臺灣。台北:晨星出版。19.陳新上(1996)。日據時期臺灣陶瓷發展狀況之研究。台灣師範大學美術研究所碩士論文。20.陳怡伶(1993)。鐵道藝術網路參觀者的參觀動機、藝文生活型態與休閒體驗之研究-以台中站、嘉義站為例。大葉大學休閒事業管理學系碩士論文。21.郭品妤(2004)。地方文化產業行銷機制之研究---以消費者心理向度探討。朝陽科技大學建築及都市設計研究所碩士論文。22.梁馨文(2007)。消費者生活型態對家具購買行為影響之研究。逢甲大學經營管理碩士在職專班碩士論文。23.梁志忠(1995)。南投研究縣史館籌備處開幕特刊。24.馮久玲(2002)。文化是好生意。台北:城邦文化事業股份有限公司。25.黃海鳴(2005)。陶藝。台北:五行圖書。26.詹偉雄(2005)。美學的經濟-台灣社會變遷的60個微型觀察。台北:風格者出版。27.經濟部文化產業推動小組編(2003-2005)。文化創意產業年報。台北:經濟部工業局出版。28.廖加靖(2003)。日用陶瓷產品設計策略之研究。雲林科技大學工業設計系碩士論文。29.蔡淑如(2005)。生活型態、消費者涉入對文化創意產業工藝產品購買行為之影響。大葉大學事業經營研究所碩士論文。30.劉明哲(2004)。消費者生活型態、消費者購買涉入程度與廣告訴求對廣告效果之影響--以行動電話為例。中國文化大學商學院國際企業管理研究所碩士論文。31.蔡瑞宇(1996)。顧客行為學。台北:天一圖書公司。32.賴孟君(2007)。陶藝創意產業之經營與行銷研究:以趙家窯為例。南華大學美學與藝術管理研究所碩士論文。33.謝東山(2002)。台灣現代陶藝發展史。台北:台北縣立鶯歌陶瓷博物館。34.戴國良(2007)。行銷MBA。台北:中國生產力中心。35.魏?芬(2006)。水里蛇窯產業轉型之文化研究。南華大學美學與藝術管理研究所碩士論文。36.David Hesmondhalgh原著,廖珮君譯(2006)。文化產業。台北:韋伯文化國際出版有限公司。37.Del I. Hawkins, Roger J. Best, & Kenneth A. Coney原著,簡貞玉譯(1996)。消費者行為學。台北:五南圖書出版有限公司。38.JEAN Pierre Warnier原著,吳德錫譯(2003)。文化全球化。台北:麥田出版。39.Philip Kotler, Kevin Lane Keller原著,樓永堅、方世榮合譯。行銷管理學(12版)(2006)。台北:台灣培生教育出版。40.Philip Kotler, Gary Armsrong原著,張逸民譯(1999)行銷學。華泰文化事業股份有限公司。二、英文部份 1.Leon G. Schiffman, Havard Hansen, Leslie Lazar Kanuk(2008)。Consumer Behaviour: A European Outlook.Prentice Hall/Financial Times。三、網路部份 1.文化創意產業專屬網站 取自 <http://new.cci.org.tw/index.asp> 2.文建會 創意台灣,世界發光 取自 http://cci.cca.gov.tw/page/p_04.php?no=4 3.中華民國全國工業總會 取自 <http://www.cnfi.org.tw> 4.台灣陶藝網 取自 <http://ccatccat.myweb.hinet.net/article/980119-1.htm> 5.全球華文行銷知識庫 取自 <http://www.cyberone.tw/index.html> 6.南投陶展示館 取自 <http://www.nthcc.gov.tw/pottery/> 7.經濟部商業司iService網站 取自 <http://iservice.find.org.tw/focus.aspx> 8.添興窯陶藝村 取自 <http://www.tensing.com.tw/> 9.水里蛇窯官方網站 取自 <http://www.snakekiln.com.tw/> 10.壺麗舍 取自 <http://www.artcer.com.tw/> 11.集集綠色隧道-活石窯陶藝園區 取自 <http://049livingstone.emmm.tw/>