

藝術品購買行為之研究

謝宗翰、劉水深

E-mail: 8505042@mail.dyu.edu.tw

摘要

藝術品向來是收藏者地位與財富的象徵，是少數人貴族化的休閒活動。但臺灣經濟發展迅速，平均國民所得日益增加，並於1992年突破一萬元美金，使得藝術收藏頓時成為炙手可熱的投資標的。因此，對藝術收藏行為廣泛地進行研究甚為重要。為有效區隔目標市場，消費者研究常使用生活型態理論作為區隔工具。但因藝術品的價格高，升值潛力大，可能不適用於生活型態區隔，故本研究混合生活型態理論及 Bauer(1967) 所提出的知覺風險理論，探索收藏家風險承擔的成份及其重要性。以上述兩種區隔工具，並採用次數分析、卡方分析、迴歸分析、多因子變異數分析、主成份分析、因素分析及集群分析等統計方法解析初級資料，針對臺北市及臺南市的藝術品購買者進行研究，並得到下列結果。一、藝術品購買者可依其知覺風險偏好而區分為藝術品風險知覺者及藝術家風險知覺者兩類。二、收藏家的購買預算及收入是決定藝術品購買量的主要因素。預算高、收入豐富的購買者，其購買量也較高。三、男性收藏者的藝術品購買量明顯高於女性。四、臺南地區收藏者的平均購買量高於臺北地區。五、擁有特殊私交通道的收藏家，其購買量較高。六、專業雜誌是接觸層面最廣的資訊來源。七、收藏者以蒐集資訊作為主要的避險策略，而並非以選擇不同藝術品規避知覺風險。

關鍵詞：生活型態；知覺風險；人口統計變數；消費者行為；藝術；藝術品；藝術市場

目錄

封面內頁 簽名頁 論文摘要.....	iii	目錄.....	v	圖目
錄.....	viii	表目錄.....	ix	第一章 緒
論.....	1	第一節 研究動機.....	1	第二節 研究目
的.....	4	第三節 研究範圍與對象.....	5	第四節 研究流
程.....	6	第二章 理論基礎與文獻探討.....	9	第一節 消費者行為理
論.....	9	第二節 生活型態理論.....	12	第三節 知覺風險理
論.....	17	第四節 藝術品理論.....	21	第三章 研究方
法.....	27	第一節 研究架構與假說.....	27	第二節 研究變項之操作型定
義.....	32	第三節 抽樣方法.....	33	第四節 研究工
具.....	36	第五節 資料分析方法及分析架構.....	40	第四章 研究結
果.....	47	第一節 樣本之基本特性.....	47	第二節 生活型態構面之萃
取.....	53	第三節 生活型態區隔之分析與命名.....	59	第四節 各生活型態區隔之基本特質
分析.....	63	第五節 知覺風險構面之萃取.....	64	第六節 知覺風險區隔之分析及命
名.....	66	第七節 各知覺風險區隔之基本特質分析.....	68	第八節 各生活型態區隔的知覺風險
因素得分之分析.....	70	第九節 各知覺風險區隔中生活型態因素之分析.....	71	第十節 購買目的之基本特
質分析.....	73	第十一節 資訊來源之基本特質分析.....	78	第十二節 評估準則之基本特質分
析.....	82	第十三節 購買管道之基本特質分析.....	85	第十四節 各生活型態群之購買中介變
項分析.....	87	第十五節 知覺風險群的購買中介變項分析.....	88	第十六節 各類藝術品購買量之主成
份分析.....	90	第十七節 各類藝術品購買指標之基本變項分析.....	94	第十八節 各生活型態群之藝術
品購買指標分析.....	102	第十九節 各知覺風險群之藝術品購買指標分析.....	102	第二十節 各購買中介變
項對藝術品購買指標之影響分析.....	103	第二十一節 總結架構.....	111	第五章 結論與建
議.....	113	第一節 研究發現.....	113	第二節 策略涵
意.....	116	第三節 研究貢獻.....	121	第四節 研究限
制.....	122	參考文獻.....	125	附
錄.....	129			

參考文獻

一、中文部分 1. 中華民國畫廊協會(1995)，「畫廊導覽」，中華民國畫廊協會，台北：中華民國畫廊協會。 2. 石瑞仁(1994)，「台灣藝術與台灣經濟的分合---一個簡略的回顧與瞻望」，中華民國畫廊協會，pp.16-21. 3. 朱文增(1988)，文化性商品消費行為研究---以台北市地

區青年學生圖書、雜誌消費行為與其價值觀及生活型態關係之研究為例，台大商學研究所碩士論文。 4. 行政院文化建設委員會(1994)，文化統計--民國八十二年，行政院文化建設委員會，台北:行政院文化建設委員會。 5. 周文賢(1995)，多變量統計分析:SAS/STAT使用方法，台北:政大企業研究所講義。 6. 林義郎(1984)，表演藝術活動觀賞行為與其價值觀及生活型態之研究，政大企業研究所講義。 7. 耿濟之譯(1989)，藝術論，台北:時報出版社。譯自Lev Tolstoy(1903)。 8. 許士軍(1988)，「用行銷眼光掃描生活型態」，卓越雜誌，第41期，pp.29-30。 9. 曾肅良(1993)，透視藝術市場，台北:三友圖書公司，p.21。 10. 雄獅美術(1992)，雄獅1991台灣美術年鑑，台北:雄獅美術。 11. 雄獅美術(1993)，雄獅1992台灣美術年鑑，台北:雄獅美術。 12. 雄獅美術(1994)，雄獅1993台灣美術年鑑，台北:雄獅美術。 13. 雄獅美術(1995)，雄獅1994台灣美術年鑑，台北:雄獅美術。 14. 黃光男(1991)，美術館行政，台北:藝術家出版社。 15. 黃俊英，林震岩編著(1994)，SAS精析與實例，台北:華泰書局。 16. 黃俊英(1992)，行銷研究:管理與技術，第4版，台北:華泰書局。 17. 黃俊英(1995)，多變量分析，第5版，台北:中國經濟企業研究所。 18. 虞君質(1980)，藝術概論，台北:黎明文化公司。 19. 劉思量(1992)，藝術心理學，台北:藝術家出版社。 20. 蔡宜芸(1991)，商業?藝術?台北市畫廊活動的探索，台大社會研究所碩士論文。 21. 鄭銓泰(1981)，台北市已婚婦女生活型態與媒體接行為之研究，台大商學研究所碩士論文。 22. 謝里法(1978)，日據時代台灣美術運動史，台北:藝術家。 23. 謝里法(1984)，「五十年來台灣西洋繪畫回顧--從沙龍、畫會、畫廊到美術館」，社會科學論戰，第4期，pp.318-325。 二、英文部分 1. Andreanson, A.R.(1967), "Leisure, Mobility and Life Style Pattern," AMA Conference Proceedings, pp.56-62. 2. Bauer, R.A.(1967), "Consumer Behavior as Risk Taking," in Donald F. Cox(ed.), Risk Taking and Information Handling in Consumer Behavior, Boston:Harvard University Press, pp.23-33. 3. Bettman, James R.(1973), "Perceived Risk and Its Components : A Model and Empirical Test," Journal of Marketing Research, Vol.10, May 1973, pp.184-190. 4. Brown, Thomas L. & James W. Gentry(1975), "Analysis of Risk and Risk-reduction Strategies - a Multiple Product Case," Journal of the Academy of Marketing Science, Vol.3, pp.148-160. 5. Cox, D. F.(1967), "Introduction", in Donald F.Cox(ed.), Risk Taking and Information Handling in Consumer Behavior, Boston:Harvard University Press, pp.1-19. 6. Cunningham, S.M.(1967), "The Major Dimensions of Perceived Risk," in Donald F.Cox(ed.), Risk Taking and Information Handling in Consumer Behavior, Boston:Harvard University Press, pp.82-108. 7. Dowling, Grahame R.(1994), "A Model of Perceived Risk and Intended Risk-handling Activity," Journal of Consumer Research, Vol.21(June), pp.119-134. 8. Encyclopaedia Britannica(1992) The New Encyclopaedia Britannica, Vol.4. Chicago: Encyclopaedia Britannica Inc, p.780. 9. Engel, J.F., R.D. Blackwell & D.T. Kollat(1982), Consumer Behavior, 4th ed. Illinois: Hort; Rinehart and Winston, p.8. 10. Kotler, Philip(1994), Marketing Management - Analysis, Planning, Implementation, and Control, 8th ed. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, Inc, p.173. 11. Lazer, W., "Life Style Concepts and Marketing", in Greyser, S.(ed.), Toward Scientific Marketing, Chicago:AMA, 1963, pp.140-151. 12. Peter, J.P. & L.X. Tarpey(1975), "A Comparative Analysis of Three Consumer Decision Strategies," Journal of Consumer Research, Vol.2, pp.29-37. 13. Plummer, J.T.(1974), "The Concept and Application of Life Style SEgmentation," Journal of Consumer Research, Vol.2, pp.29-37. 14. Roselius, Ted(1971), "Consumer Rankings of Risk Reduction Methods," Journal of Marketing, Vol.35, Jan. 1971, pp.56-61. 15. Schiffman, Leon G. & Leslie Lazar Kanuk(1994), Consumer Behavior, 5th ed. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, Inc, p.7. 16. Wells, W. D. & D. J. Tigert(1968), "A Consumer Attitude Inventory," Unpublished paper presented, Chicago, AMA. 17. Wells, W. D.(May, 1975), "Psychographic: A Critical Research," Vol.7, pp.196-213. 18. Wind & Green(1974), "Some Conceptual, Measurement, and Analytical Problems in Life Style Research," in Wells ed. Life Style and Psychographics, Chicago:AMA.