

生活型態與產品定位的研究:以雙人床家具為例

雷時雨、趙方麟；嚴祖弘

E-mail: 8700938@mail.dyu.edu.tw

摘要

本研究探討消費者生活型態偏好生活用品的影響，以木製雙人床家具為例；以四種造型、五種色系與十三種木質紋理的產品屬性偏好；針對台中市民，隨機判斷抽取訪問有效樣本386份，並在這些樣本中分類出三種生活型態族群，作為研究的主體。經過統計分析了結果發現：一、受測者可分類為三種生活型態族群：（一）創新獨立型（二）保守中庸型（三）顧家平實型二、三種生活型態族群對色系、造型樣式的偏好雖沒有顯著差異，但卻持中度以上肯定的偏好程度。三、三種生活型態族群對木質紋理的偏好有三種達到顯著差異，再經人口統計特性的變異數分析，發現在年齡與婚姻家庭與職業會影響對花梨、越檜的偏好產生差異。另外的十種木質紋理，雖沒有顯著差異，但卻持中度以上肯定的偏好程度者居多。四、對於產品預算的看法，80%的受訪者樣本中，其預自不超過20,000元，而20%的人則可接受20,000元以上的水準。本研究也針對三種生活型態的族群，給予色系、造型、材料三個重要設計要素，合理的方向與產品定位建議。

關鍵詞：生活型態；產品定位

目錄

0

參考文獻

0