

# A Study of Consumption Value and Style Preference-Furniture as an Example

鄭兆龍、杜瑞澤

E-mail: 9000158@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

The study explores consumptive value and style preference of furniture from the points of product marketing and design planing. In the recent years, due to the information changed quickly and the phenomenon of globalization, occurred the consciousness and value concept of consumer change more sharp. Therefor, it is more important to understand the variety of consumption marketing. Furthermore, the purpose of the study is to search the attitudes of consumption value and style preference when consumer purchasing furniture. In design methodology, from the furniture manufactory type standpoint, the study measures the attitude and importance of consumption values by the variables of population statistics and the groups of furniture style preference. As a result of statistical analysis, the study finds that the attitudes of consumption value are difference between different background and style preference on consumers. The characteristics of group backgrounds in different style preference effects the attitude of consumption value indirectly. As a result of the study, the designers can understand the character of population statistics and attitude of consumption value for style preference of groups. Finally, the direction of furniture productions can be established.

Keywords : consumption value ; style ; furniture ; preference

## Table of Contents

第一章 緒論	1
1 第一節 研究背景與動機	1
2 第二節 研究目的	2
3 第三節 研究重要性	3
4 第四節 研究問題與假設	4
5 第五節 研究範圍與限制	4
6 第六節 重要名詞解釋	5
7 第七節 研究架構與流程	6
第二章 文獻探討	8
1 第一節 市場區隔	9
2 第二節 消費者需求	13
3 第三節 生活型態理論	16
4 第四節 產品態度	20
5 第五節 消費價值	22
6 第六節 家具消費	25
7 第七節 設計風格	27
8 第八節 中西家具風格概述	29
9 第九節 文獻探討結語	34
第三章 研究方法	36
1 第一節 研究理論架構	36
2 第二節 研究對象	38
3 第三節 研究工具	38
4 第四節 研究步驟與程序	43
5 第五節 資料分析方法	44
第四章 資料分析與結果	47
1 第一節 基本資料分析	47
2 第二節 家具產品消費價值之因素分析	56
3 第三節 受測樣本風格偏好之因素分析	68
4 第四節 受測樣本風格偏好之集群分析	74
5 第五節 人口變項在風格偏好樣本與偏好因素之差異分析	83
6 第六節 人口變項在消費價值問題、重視性、因素之差異分析	101
7 第七節 風格偏好族群在消費價值問題、重視性、因素之差異分析	124
第五章 結論與建議	130
1 第一節 結論	130
2 第二節 研究心得與建議	136
參考文獻	138
附錄一 研究問卷	143
圖目錄	
圖1.1 研究架構流程圖	.....
.....	7
圖2.1 文獻探討架構圖	.....
.....	8
圖2.2 馬斯洛需求階層	.....
.....	14
圖2.3 需求表達階層	.....
.....	15
圖2.4 生活型態對消費者決策之影響-EBK模式	.....
.....	18
圖2.5 消費價值與市場選擇	.....
.....	23
圖2.6 西方各時期家具風格之演變	.....
.....	31
圖3.1 研究理論架構	.....
.....	37
圖3.2 資料分析架構	.....
.....	46
圖4.1 受測樣本風格偏好因素一	.....
.....	70
圖4.2 受測樣本風格偏好因素二	.....
.....	71
圖4.3 受測樣本風格偏好因素三	.....
.....	71
圖4.4 受測樣本風格偏好因素四	.....
.....	72
圖4.5 受測樣本風格偏好因素五	.....
.....	73
表目錄	
表4.1.1 本研究樣本人口變項次數統計表	.....
.....	48
表4.1.2 功能性價值問題整體平均值、標準差	.....
.....	50
表4.1.3 社會性價值問題整體平均值、標準差	.....
.....	51
表4.1.4 情感性價值問題整體平均值、標準差	.....
.....	52
表4.1.5 嘗新性價值問題整體平均值、標準差	.....
.....	53
表4.1.6 條件性價值問題整體平均值、標準差	.....
.....	54
表4.1.7 五種消費價值重視性整體平均值、標準差	.....
.....	55
表4.1.8 風格偏好樣本整體偏好平均值、標準差	.....
.....	55
表4.2.1 功能性價值因素名稱、特徵值與解釋變異量	.....
.....	57
表4.2.2 功能性價值因素一：整體品質因素	.....
.....	57
表4.2.3 功能性價值因素二：外觀造型因素	.....
.....	58
表4.2.4 社會性價值因素名稱、特徵值與解釋變異量	.....
.....	58
表4.2.5 社會性價值因素一：社會階層性因素	.....
.....	59
表4.2.6 社會性價值因素二：生活文化性因素	.....
.....	59
表4.2.7 情感性價值因素名稱、特徵值與解釋變異量	.....
.....	60
表4.2.8 情感性價值因素一：現代前衛感因素	.....
.....	60
表4.2.9 情感性價值因素二：自然親和感因素	.....
.....	61
表4.2.10 情感性價值因素三：古典藝術感因素	.....
.....	61
表4.2.11 情感性價值因素四：傳統樸實感因素	.....
.....	62
表4.2.12 情感性價值因素五：華麗裝飾感因素	.....
.....	62
表4.2.13 嘗新性價值因素名稱、特徵值與解釋變異量	.....
.....	62
表4.2.14 嘗新性價值因素一：新奇因素	.....
.....	63
表4.2.15 嘗新性價值因素二：媒體傳播因素	.....
.....	63
表4.2.16 嘗新性價值因素三：經典作品因素	.....
.....	64
表4.2.17 條件性價值因素名稱、特徵值與解釋變異量	.....
.....	64
表4.2.18 條件性價值因素一：時尚因素	.....
.....	65
表4.2.19 條件性價值因素二：搭配整體感因素	.....
.....	65
表4.2.20 條件性價值因素三：經濟考量因素	.....

.....	66	表4.2.21	全體受測者對消費價值因素整體態度平均值、標準差.....
.....	68	表4.3.1	受測樣本風格偏好因素名稱、特徵值與解釋變異量... 69 表4.3.2受測樣本風格偏好因素一：現代材料風格因素..... 69 表4.3.3受測樣本風格偏好因素二：後現代感風格因素..... 70 表4.3.4受測樣本風格偏好因素三：中國明式風格因素..... 71 表4.3.5受測樣本風格偏好因素四：西洋傳統風格因素..... 72 表4.3.6受測樣本風格偏好因素五：現代簡樸風格因素..... 73 表4.3.7風格偏好因素整體偏好平均值、標準差..... 74 表4.4.1各集群的樣本數及佔全體人數百分比..... 74 表4.4.2各風格偏好族群因素平均值及均數檢定 F值、P值表..... 75 表4.4.3性別在風格偏好族群分佈表..... 77 表4.4.4年齡在風格偏好族群分佈表..... 78 表4.4.5世代在風格偏好族群分佈表..... 79 表4.4.6婚姻別在風格偏好族群分佈表..... 79 表4.4.7學歷別在風格偏好族群分佈表..... 80 表4.4.8職業別在風格偏好族群分佈表..... 81 表4.4.9收入別在風格偏好族群分佈表..... 82 表4.4.10居住別在風格偏好族群分佈表..... 82 表4.5.1 性別在風格偏好樣本之平均值與變異數分析表..... 84 表4.5.2年齡層在風格偏好樣本之平均值與變異數分析表..... 85 表4.5.3世代在風格偏好樣本之平均值與變異數分析表..... 86 表4.5.4婚姻別在風格偏好樣本之平均值與變異數分析表..... 88 表4.5.5學歷在風格偏好樣本之平均值與變異數分析表..... 89 表4.5.6職業在風格偏好樣本之平均值與變異數分析表..... 90 表4.5.7收入在風格偏好樣本之平均值與變異數分析表..... 92 表4.5.8居住狀況在風格偏好樣本之平均值與變異數分析表... 93 表4.5.9 性別在風格偏好因素之平均值與變異數分析表..... 94 表4.5.10年齡在風格偏好因素之平均值與變異數分析表..... 95 表4.5.11世代在風格偏好因素之平均值與變異數分析表... .. 95 表4.5.12婚姻在風格偏好因素之平均值與變異數分析表..... 97 表4.5.13學歷在風格偏好因素之平均值與變異數分析表..... 97 表4.5.14職業在風格偏好因素之平均值與變異數分析表..... 98 表4.5.15收入在風格偏好因素之平均值與變異數分析表..... 99 表4.5.16居住狀況在風格偏好因素之平均值與變異數分析表.. 100 表4.6.1性別在消費價值問題之均數檢定達顯著者P值表..... 102 表4.6.2年齡在消費價值問題之均數檢定達顯著者P值表..... 102 表4.6.3世代在消費價值問題之均數檢定達顯著者P值表..... 103 表4.6.4婚姻狀況在消費價值問題之均數檢定達顯著者 P值表..... 104 表4.6.5學歷在消費價值問題之均數檢定達顯著者P值表..... 105 表4.6.6職業在消費價值問題之均數檢定達顯著者P值表..... 105 表4.6.7收入在消費價值問題之均數檢定達顯著者P值表..... 106 表4.6.8居住情況在消費價值問題之均數檢定達顯著者 P值表..... 107 表4.6.9 性別在消費價值重視性之平均值與變異數分析表..... 107 表4.6.10年齡在消費價值重視性之平均值與變異數分析表..... 108 表4.6.11世代在消費價值重視性之平均值與變異數分析表..... 108 表4.6.12婚姻在消費價值重視性之平均值與變異數分析表..... 109 表4.6.13學歷在消費價值重視性之平均值與變異數分析表..... 109 表4.6.14職業在消費價值重視性之平均值與變異數分析表..... 110 表4.6.15收入在消費價值重視性之平均值與變異數分析表..... 110 表4.6.16居住狀況在消費價值重視性之平均值與變異數分析表..... 111 表4.6.17 性別在消費價值因素之平均值與變異數分析表..... 111 表4.6.18年齡在消費價值因素之平均值與變異數分析表..... 113 表4.6.19世代在消費價值因素之平均值與變異數分析表..... 114 表4.6.20婚姻在消費價值因素之平均值與變異數分析表..... 116 表4.6.21學歷在消費價值因素之平均值與變異數分析表... .. 117 表4.6.22職業在消費價值因素之平均值與變異數分析表..... 118 表4.6.23收入在消費價值因素之平均值與變異數分析表..... 121 表4.6.24居住狀況在消費價值因素之平均值與變異數分析表.. 123 表4.7.1風格偏好族群在消費價值問題之均數檢定 達顯著者P值表..... 125 表4.7.2風格偏好族群在消費價值重視性之平均值與變異數分析表..... 126 表4.7.3風格偏好族群在消費價值因素之平均值與變異數分析表..... 127

## REFERENCES

- 【1】詹宏志 民78 城市觀察 遠流出版社 台北市 P.108 【2】黃恆正 譯 星野克美等著 民76 符號消費社會 遠流出版社 台北市 P.17-107 【3】黃崇彬 1995 以商品概念為核心的產品設計 設計VOL.62 中華民國對外貿易發展協會 台北市p.56-59 【4】Glen L.Urban and John R. Hauser, "Design and marketing of new products", Prentice-Hall International series in management, 1980. 【5】王志剛 陳正男 編譯 民80 行銷學原理華泰書局 台北市 【6】Philip Kotler 著 方世榮 譯 民87 行銷管理學:分析、計畫、執行與控制 東華書局 台北市 【7】藤敬著 李秀敏譯 1995 感覺行銷 中國生產力出版 pp. 98 【8】宋同正 1996 消費者評析在產品開發之應用 第十一屆全國技術及職業教育研討會工業類VI, pp.255-264 【9】 Todd Lambertus, September 1995, The Basics of Benchmarking, INCENTIVE, pp. 127-131 【10】 Larry Keeley, 1992, Tailoring: A Design Strategy for the 1990s, American Center for Design Journal, Vol. 6, NO. 1, pp. 74 【11】 Elizabeth B.-N. Sanders, Fall 1992, CONVERGING PERSPECTIVES: Product Development Research for the 1990s, Design Management Journal, pp. 49-54 【12】 George A. Kelly, The Psychology of Personal Constructs, Vol.1 (NEW YORK: N.W. Norton & Co.,1995) 【13】 William D. Wells "Psychographics :A Critical Review," Journal of Marketing Research ,Vol.XII (May 1975):pp.196-197 【14】 William Lazer, "Life Style Concepts and Marketing , " in Stephen Greyser ,ed., Toward Scientific Marketing (Chicago: AMA ,1963) P.143 . 【15】 Alan R. Andreason ,Russel W. Belk, "Predictors of Attendance at the Performing Art , " Journal of Consumer Research ,7 (September 1980), PP.112-120. 【16】 駱惠淑 民83 由創用者的生活型態研究發展新產品-以電傳視訊為例 交通大學管理科學研究所碩士論文 【17】 Wind and Green ,1963,, in W.D.Wells, Life-Styling and Psychographics ,(Chicago: AMA ,1984) P.100-125 . 【18】 黃識銘 民87 生活型態、消費態度與消費行為之關聯性研究 元智大學管理研究

所碩士論文【19】李建臻 民86 大學外宿生電器用品使用模式及生活型態之現況調查 設計:教育、文化、科技-工業設計 設計學會學術委員編 亞太圖書 台北市【20】黎世乾 民86 生活型態與使用情境研究應用於盥洗設備產品開發 大葉大學工業設計研究所碩士論文【21】吳素娟 民87 生活型態中流行品味對產品外觀視覺設計之影響-以台灣輕型機車為例 大葉大學工業設計研究所碩士論文【22】蘇靜秀 民87 由生活型態角度探討產品意象語彙差異性之研究-以手錶為例 成功大學工業設計研究所碩士論文【23】陳俊余 民88 從生活型態觀點探討行動電話感性特質之研究 大葉大學工業設計研究所碩士論文【24】曾逸展 民88 以女性生活型態與使用需求探討機車安全帽之設計研究 大葉大學工業設計研究所碩士論文【25】吳裕民 民77 本國學生對國產品與進口品態度差異之研究 台灣大學商研所【26】許益彰 民85 產品利益無關屬性、訊息涉入程度、產品類別與廣告效果及產品評價之關係, 臺灣大學商研所【27】方鏘傑 民83 台北市女性消費者生活型態對不同廣告訴求方式產品特性、廣告態度之研究, 交通大學管科所【28】徐錫恒 民87 由消費者經驗之認知面、情感面探討對消費者滿意的影響-以產品涉入為干擾變項 國立中央大學企業管理研究所碩士論文【29】林靜儀 民81 品牌國、生產地與廣告對大學生產品態度的影響 國立政治大學國際貿易研究所碩士論文【30】謝萬隆 民82 生產地與品牌來源國對消費行為影響之研究 國立台灣大學商研所碩士論文【31】莊麗娟 民87 物質主義傾向、消費價值觀與產品涉入對收藏行為影響之研究 元智大學管理研究所碩士論文【32】李仲恩 民87 產品利益與態度應用於產品差異化之研究-以公共盥洗設備設計實務為例 大葉大學工業設計研究所碩士論文【33】周宇貞 民87 知覺品質與參考價格對消費者知覺價值與購買意願之影響 東吳大學企業管理學系碩士論文【34】林雅芬 民86 以消費價值為基礎之品牌選擇研究--以運動鞋品牌NIKE與Reebok為例 東吳大學企業管理學系碩士論文【35】陳錫暉 民85 成熟產品非語言性表現價值之評價因素研究 成功大學工業設計研究所碩士論文【36】蔡淑玫 民84 藝術性商品購買決策之屬性-價值階層探討-以苗栗三義木雕品為例 元智工學院商業及管理學類碩士論文【37】李慶堯 民79 台中市木質家具購買者行為之研究 中興大學森林學研究所碩士論文【38】雷時雨 民86 生活型態與產品定位的研究-以雙人床家具為例 大葉大學工業設計研究所碩士論文【39】董曉梅 民87 台北市家具消費者購買行為之研究 國立臺灣大學森林學研究所碩士論文【40】Torliffin, A.1937 A Guide to Aesthetics, Stanford University Press.【41】劉崇智 民86 Jakobson傳播模式在後現代產品風格認知上運用, 工業設計99期, 工業設計雜誌社, 台北縣 p.196【42】Rodulf, A.1986, New Essay on the Psychology of Art, Berkeley and Los Angeles: University of California Press.【43】陳俊智 民83 以坐椅為例探討中西設計風格之認知與辨識 國立交通大學應用藝術研究所碩士論文【44】林峰田、王鴻祥 民87 風格的邏輯, 第三屆設計學術研究成果言討論文集, 國立成功大學工業設計學系編著【45】崔詠雪 民75 中國家具史-座具篇 明文書局 台北市【46】王建柱 民77 室內設計學 藝風堂出版社 台北市【47】John F. Pile 1990 Furniture Modern+Postmodern John Wiley&Sons, Inc.【48】陳俊智 民83 以坐椅為例探討中西設計風格之認知與辨識 國立交通大學應用藝術研究所碩士論文【49】蕭坤安 民84 以明式椅為例探討產品設計風格的操作 國立交通大學應用藝術研究所碩士論文【50】劉崇智 民86 從產品造形風格認知探討未來設計趨勢-以後現代產品設計為例 國立台灣工業技術學院工程技術研究所設計技術學程碩士論文【51】張宗佑 民87 產品造型風格辨識闖之探討-以包浩斯風格為例 國立成功大學工設所碩士論文【52】蔡仁祥 民87 產品系列化設計之策略研究 國立台灣科技大學 工程技術研究所設計學程碩士論文【53】張紹勳、林秀娟編著, 1995, SPSS For Windows統計分析:初等統計與高等統計(下冊), 松崗電腦圖書 台北市【54】黃俊英 1998 多變量分析《第六版》, 華泰文化事業公司 台北市【55】吳明隆 編著 民89 SPSS統計應用實務 松崗電腦圖書 台北市【56】張紹勳、林秀娟編著, 1995, SPSS For Windows統計分析:初等統計與高等統計(上冊), 松崗電腦圖書 台北市【57】Zaltman Gerald & Philip C. Burger, Marketing Research Fundamental and Dynamics, 華泰書局出版, pp.500-509【58】楊國樞 等編著 民67 社會及行為科學研究方法 東華書局 台北市