

# Applicability Study of Life-style Survey to the Design of Product Forms

蕭啟志、楊旻洲

E-mail: 9511007@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

Questionnaire surveys and life-style study are used frequently for getting market information. However, the subjects for the survey before design and the customers who may purchase the newly designed models cannot be the same in the real market situation. In practice, the designer cannot be absolutely sure if the questionnaire survey is appropriate to grasp the market information until the product enters the market. Therefore, it is worthy to investigate how questionnaire surveys are efficiently applied to product planning and design. This study tried to simulate that a set of products are designed according to the questionnaire survey as well as life-style study and sold to the customers. The other questionnaire survey is carried out to see if those newly designed models chosen by customers are similar to the consumer-preferred models in the pre-design survey. Taking commercial mobile phones and watches as example, eight types of mobile phone and six types of watch were categorized according to form style. For each type two different models with similar style were chosen and put into two sets of questionnaire respectively. Two sampling groups in the population of Da-Yeh University students were then tested with two sets of questionnaire to compare the favored models of the two groups. The results show the two groups have similar favorable models based on the analysis using population variables. In respect to the life-style analysis, two surveys have somewhat different distribution of life-style group with only two similar and the other two different. As for the favorable models, similar tendency is observed for the similar life-style groups of the two surveys. However, in the preferable analysis based on either the population variable or life-style group, discrepancy of one or two models between the two surveys is also observed. This may due to the sampling group 's diversity or the improper model choice by the researchers.

Keywords : Life-style, Questionnaire survey, Industrial design, Mobile phone, Watch

## Table of Contents

封面內頁 簽名頁 授權書.....	iii	中文摘要.....	iv	英文摘要.....	v
誌謝.....	vi	目錄.....	vii	圖目錄.....	ix
表目錄.....	x	壹、緒論 1.1 研究動機與目的.....	1	1.2 研究目標.....	2
1.3 研究範圍與限制.....	3	1.4 研究流程架構.....	4	貳、文獻探討 2.1 生活型態的定義.....	5
2.2 生活型態研究方法與架構.....	6	2.3 生活型態研究方法.....	9	2.4 生活型態研究架構.....	10
2.5 相關文獻探討.....	11	2.6 大學生生活型態問卷題型分析.....	15	2.7 大學生生活型態因素與集群分析.....	18
參、研究方法 3.1 研究工具.....	25	3.2 研究對象.....	30	3.3 統計分析.....	33
肆、研究分析 4.1 人口統計變數.....	35	4.2 人口統計變數對手機喜好度分析與討論.....	36	4.3 問卷一生活型態分析.....	50
4.4 問卷二生活型態分析.....	57	4.5 問卷一、問卷二各種分析比較.....	64	伍、結論.....	88
參考文獻.....	90	附件一 手機圖片.....	94	附件二 手錶圖片.....	97
附件三 意象形容詞選取問卷.....	101	附件四 正式問卷-問卷一.....	108	附件五 正式問卷-問卷二.....	116
圖目錄		圖1.1研究流程架構圖.....	4	表目錄 表2.1生活型態構面.....	
.....		7表2.2有關大學生生活型態研究之AIO問卷問題.....	15	表2.3有關大學生生活型態研究之因素分析結果比較.....	18
.....		18表2.4 有關大學生生活型態研究之集群分析結果比較.....	22	表3.1 問卷所用之手機與手錶.....	
.....		26表3.2 生活型態量表.....	28	表3.3 依學院、學系人數比例分配之問卷份數.....	30
.....		30表4.1 預計調查人數與實際問卷數之比較.....	35	表4.2 對不同類型手機喜好度平均值.....	38
.....		38表4.3 全體受測者對手機之喜好度.....	39	表4.4 男性受測者對手機之喜好度.....	40
.....		40表4.5 女性受測者對手機之喜好度.....	41	表4.6 工學院受測者對手機之喜好度.....	44
.....		44表4.7 管理院受測者對手機之喜好度.....	45	表4.8 設計暨藝術學院受測者對手機之喜好度.....	46
.....		46表4.9 生資學院受測者對手機之喜好度.....	47	表4.10 各學院受測者對不同類型手機喜好度平均值.....	48
.....		48表4.11 問卷一因素主成份分析之結果.....		.....	51
.....		51表4.12 問卷一生活型態各因素之信度分析表.....	55	表4.13 問卷一之生活型態分群.....	
.....		56表4.14 問卷二因素主成份分析之結果.....	58	表4.15 問卷二生活型態各因素之信度分析表.....	62
.....		62表4.16 問卷二之生活型態分群.....	62	表4.17 問卷一、問卷二因素分析比較表.....	64
.....		64表4.18 問卷一與問卷二集群分析比較.....	66	表4.19 問卷一、問卷二	

生活型態集群比較.....	67	表4.20 各族群對手機喜好度分類.....	68	表4.21流行時尚型對手機喜好度.....	71
表4.22外向活躍型對手機喜好度.....	71	表4.22外向活躍型對手機喜好度.....	72	表4.23視窗遊戲型對手機喜好度.....	73
表4.24品味領先型對手機喜好度.....	73	表4.24品味領先型對手機喜好度.....	74	表4.25追隨名牌型對手機喜好度.....	75
表4.26學業至上型對手機喜好度.....	75	表4.26學業至上型對手機喜好度.....	76	表4.27各族群對手錶喜好度之分類.....	78
表4.28流行時尚型對手錶喜好度.....	78	表4.28流行時尚型對手錶喜好度.....	82	表4.29外向活躍型對手錶喜好度.....	83
表4.30視窗遊戲型對手錶喜好度.....	82	表4.30視窗遊戲型對手錶喜好度.....	84	表4.31品味領先型對手錶喜好度.....	85
表4.32追隨名牌型對手錶喜好度.....	84	表4.32追隨名牌型對手錶喜好度.....	86	表4.33學業至上型對手錶喜好度.....	87

## REFERENCES

1. 廖俊全, 2002, 依不同生活型態族群之偏好觀點, 探討咖啡杯 造形意象間之關係, 私立大同大學, 工業設計研究所碩士論文
  2. 蘇靜秀, 1998, 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, 國立成功大學, 工業設計研究所碩士論文。
  3. 黃啟榮, 2000, 生活型態需求與附加價值創造關聯發展之研究:以登山自行車為例, 國立台灣師範大學, 設計研究所論文。
  4. 林盈錫, 2000, 從生活型態觀點探討產品企劃之策略, 國立成功大學, 工業設計研究所碩士論文。
  5. 林靜旻, 2000, 生活型態與產品設計策略關係之研究 - 以行動電話為例, 國立台灣科技大學, 工程技術研究所設計學程碩士論文。
  6. 錢致蓉, 2002, 年輕女性之生活型態與產品設計開發研究 - 以行動電話為例, 私立大同大學, 工業設計研究所碩士論文。
  7. 劉得安, 2001, 數位式行動電話消費者市場區隔之研究 - 以台北地區大學生為例, 東吳大學, 企業管理學系碩士論文。
  8. 賴儀宣, 2002, 產品類別、生活型態對產品涉入程度影響之探討 - 以國立東華大學學生為例, 國立東華大學, 國際經濟研究所碩士論文。
  9. 別蓮蒂, 2000, E-ICP 研究中心策劃, 生活型態白皮書 - 2000 年台灣消費習慣調查報告, 商周出版。
  10. Best, Roger J. 等著, 簡貞玉 譯, 1996, 消費者行為學, 五南圖書出版有限公司。
  11. 顏承章, 2003, 大學生生活型態及其資訊搜尋行為之研究 - 以手機產品資訊為例, 中國文化大學, 資訊傳播研究所碩士論文
  12. 楊世瑩, 2005, SPSS 統計分析實務, 旗標出版社。
  13. 吳統雄, 1986, 態度與行為研究的信度與效度:理論、應用、反省, 民意學術專刊, 夏季號, p29-53。
  14. 林振陽, 1996, 從消費者生活型態探討組合音響設計, 工業設計學報, 第二十五卷第一期, p20-25。
  15. 杜瑞澤, 2004, 生活型態設計, 亞太圖書。
  16. 陳振甫, 1999, 生活型態研究方法應用於設計實務上之探討, 中華民國設計學會設計學術研討會論文集, 第四屆, p69-74。
  17. 杜瑞澤、陳鴻彬, 1996, 使用者生活型態在產品設計開發之應用研究, 大葉學報, p21-34。
  18. 何明泉、李佩玲, 1994, 產品設計與族群的生活型態, 產品設計與包裝, VOL.56, p56-63。
  19. 張文智、林靜旻, 2000, 比較生活型態變數與人口統計變數對產品設計策略制定之影響-以行動電話為例, 設計學報, 第 5 卷第 2 期, p35-52。
  20. 王愉嘉, 2001, 生活型態與消費趨勢的探討, 嶺東學報, P207-217
  21. 金念慈、別蓮蒂, 2003, 時尚為先科技享樂的時代來臨!, 廣告雜誌, P49-72+74-75。
  22. 管倖生、陳鴻源, 2003, 從生活型態探討房車色彩意象之研究, 科技學刊, P195-204。
  23. 譚大純、陳正男、賴孟寬, 2000, 生活型態量表之適合度檢驗、因素重組與趨勢比較:以ICP 生活型態量表為例, 調查研究, 第八期, P79-102。
  24. 林儒君, 2002, 臺南女子技術學院學生生活型態與消費態度之研究--以家政系科學生為例, 臺南女子技術學院學報, P25-39。
  25. 王智立、江雅琳, 2004, 品牌形象及生活型態影響男性時尚雜誌消費行為之研究, 傳播管理學刊, P1-16。
  26. 蕭啟志、楊旻洲, 2006, 問卷調查輔助產品造型意象企劃與設計之探討 - 以手機造型為例, 中華民國設計學會設計學術研討會論文集, 第 11 屆, B-15。
  27. 薛承甫, 2000, 消費性產品涉入程度與造形選擇關係之研究 - 以行動電話為例, 國立成功大學, 工業設計研究所碩士論文。
  28. 陳瑞鈴, 2004, 消費者人口統計變數與生活型態對手機購買行為之影響, 國立中山大學, 企業管理學系碩士論文。
- 外文文獻: 29. Joseph T Plummer., 1974, The Concept and Application of Life Style Segmentation, Journal of Marketing, vol38, P33-37. 30. Lazer, W., 1963, Life Style Concepts and Marketing, Toward Scientific Marketing, 140-151. 31. William D. Wells, 1985, Attitudes and Behavior: Lessons from the Needham Life Style Study, Journal of Advertising Research, Vol25. (February/March), p.40-44. 32. Philip Kotler and Gary Armstrong, 1991, Principles of Marketing, 5th ed. 33. Wind Jerry and Paul E. Green, 1974, Some Conceptual, Measurement, and Analytical Problems in Life Style Research, in William D. W., ed., Life Style and Psychographics, (Chicago:AMA). 34. Kaiser, H.F. 1974, An Index of Factorial Simplicity, Psychometrika, 39, pp.31-36. 網站資料: 35. pchome 線上購物, 手錶 <http://shopping.pchome.com.tw/watch.php> 36. 時間玩家專業手錶店 [http://sh1.yahoo.edyna.com/candywatch/item\\_cata.asp?cata\\_id=17209](http://sh1.yahoo.edyna.com/candywatch/item_cata.asp?cata_id=17209) 37. Oris Watches <http://www.oris.com.hk/chinese/index.html> 38. sogi 手機王 <http://www.sogi.com.tw/> 39. Phonedaily 手機報 <http://www.phonedaily.com/>