

樂活Lohas理念應用於綠色消費研究

呂紹瑜、曾耀煌

E-mail: 9901132@mail.dyu.edu.tw

摘要

本研究在調查樂活LOHAS理念應用於綠色消費行為，包括探索性與問卷調查兩部份，立意抽樣探索性研究之受訪者普遍認同樂活理念包括身心健康、永續發展、生物多樣性、文化創造等，且與綠色消費行為有關。藉由個別訪談有機農業專家與相關業者，深度訪談樂活理念的組成因素。

問卷調查380多位臺灣北部、中部消費者與業者，以SPSS統計分析，分別找出樂活理念、綠色消費二者主要組成因素及相關性。將樂活程度由高至低集群分析成三群：健康環保族、中庸務實族、自在享樂族。分別與構成綠色消費行為之因素變異數分析，結果均達顯著正相關。

研究發現人口統計變數中：年齡、婚姻、有無子女、職業、個人所得、母親教育程度等，經卡方檢定，與樂活族不同的集群有顯著差異。而與性別、教育程度、父親教育程度、宗教、地區別等無顯著差異。

關鍵詞：樂活、綠色消費、永續環保、生物多樣性、文化創造

目錄

| | |
|-----------------------|------|
| 中文摘要 | iii |
| 英文摘要 | iv |
| 誌謝辭 | v |
| 內容目錄 | vi |
| 表目錄 | viii |
| 圖目錄 | x |
| 第一章 緒論 | 1 |
| 第一節 研究背景與動機 | 1 |
| 第二節 研究目的 | 3 |
| 第三節 研究流程 | 4 |
| 第四節 研究範圍 | 5 |
| 第二章 文獻探討 | 7 |
| 第一節 LOHAS緣起與發展 | 7 |
| 第二節 LOHAS理念的核心價值 | 20 |
| 第三節 綠色消費理論與應用 | 35 |
| 第三章 研究方法 | 52 |
| 第一節 研究設計概論 | 52 |
| 第二節 研究架構 | 53 |
| 第三節 變數的操作性定義與問卷設計 | 57 |
| 第四節 研究對象與資料收集 | 62 |
| 第五節 預試問卷研究分析 | 64 |
| 第六節 統計分析方法 | 70 |
| 第四章 實證分析結果 | 73 |
| 第一節 探索性研究結果 | 73 |
| 第二節 問卷調查 | 88 |
| 第三節 因素分析 | 97 |
| 第四節 集群分析 | 102 |
| 第五節 人口統計變項與消費者集群間差異比較 | 106 |
| 第五章 結論與建議 | 122 |
| 第一節 研究結論 | 122 |
| 第二節 管理意涵 | 123 |
| 第三節 研究限制與建議 | 125 |

| | |
|-----------------------|-----|
| 參考文獻 | 126 |
| 附錄A 問卷之代表性研究樣本描述 | 138 |
| 附錄B 訪談問題設計與大綱 | 140 |
| 附錄C 樂活理念與綠色消費行為正式問卷調查 | 143 |
| 附錄D 問卷信函(有機農業界為問卷對象) | 147 |

表目錄

| | |
|------------------------------------|-----|
| 表 1-1 研究地區範圍與方法 | 6 |
| 表 2-1 實踐LOHAS理念的生活方式 | 9 |
| 表 2-2 臺灣地區有關研究LOHAS論文之彙整 | 11 |
| 表 2-3 LOHAS研究論文結果的摘要 | 12 |
| 表 2-4 估計2005年歐美日台LOHAS族人口比? | 13 |
| 表 2-5 臺灣?活族人口估計表 | 15 |
| 表 2-6 2000年新?活工業產值(LOHAS Industry) | 16 |
| 表 2-7 LOHAS的生活方式十大宣言 | 21 |
| 表 2-8 文化創造者測?表 | 23 |
| 表 2-9 文化創造者族群所重視的價值觀? | 24 |
| 表 2-10 國內外學者對綠色消費之定義與原則 | 36 |
| 表 2-11 近年來國內校園教學資源利用之相關論文摘要比較 | 44 |
| 表 2-12 有機農業的定義 | 46 |
| 表 2-13 臺灣歷年有機農產品栽培面積統計 | 47 |
| 表 2-14 環境與資源回收行為相關文獻之比較 | 51 |
| 表 3-1 LOHAS理念與綠色消費行為構面之操作型定義 | 58 |
| 表 3-2 LOHAS 理念?表內容 | 59 |
| 表 3-3 綠色消費行為?表內容 | 61 |
| 表 3-4 預試問卷高低分獨立樣本t檢定 | 66 |
| 表 3-5 預試問卷LOHAS項目分析結果摘要 | 66 |
| 表 3-6 預試問卷綠色消費項目分析結果摘要 | 68 |
| 表 3-7 預試問卷信度結果 | 69 |
| 表 4-1 信度分析結果 | 89 |
| 表 4-2 專家效度與協助發放問卷名單 | 90 |
| 表 4-3 人口統計基本資料表 | 92 |
| 表 4-4 有效樣本之樂活理念的敘述性統計分析 | 94 |
| 表 4-5 有效樣本之綠色消費的敘述性統計分析 | 97 |
| 表 4-6 樂活LOHAS理念因素分析 | 100 |
| 表 4-7 綠色消費行為因素分析 | 102 |
| 表 4-8 樂活理念集群之因素構面單因子變異數分析 | 105 |
| 表 4-9 樂活理念與綠色消費行為Person相關分析 | 107 |
| 表 4-10 研究假設一(H1)的驗證結果 | 108 |
| 表 4-11 性別與樂活理念集群之卡方 | 109 |
| 表 4-12 婚姻與樂活理念集群卡方 | 110 |
| 表 4-13 有無子女與樂活集群卡方 | 111 |
| 表 4-14 年齡與樂活理念集群卡方 | 113 |
| 表 4-15 職業與樂活理念集群卡方 | 114 |
| 表 4-16 母親學歷與樂活理念集群之卡方 | 115 |
| 表 4-17 月收入與樂活集群卡方 | 116 |
| 表 4-18 不同的樂活理念集群間與減量之變異數分析 | 117 |
| 表 4-19 不同的樂活理念集群間與資源回收之變異數分析 | 118 |
| 表 4-20 不同的樂活理念集群間與拒用之變異數分析 | 119 |
| 表 4-21 樂活理念集群間與總綠色消費行為之變異數分析 | 120 |
| 表 4-22 探討樂活理念應用於綠色消費行為實證總結果 | 120 |

圖目錄

| | |
|-----------------------------------|----|
| 圖 1-1 研究流程 | 5 |
| 圖 2-1 自然滿意度曲線 | 29 |
| 圖 3-1 探索性研究架構 | 54 |
| 圖 3-2 量化研究架構 | 55 |
| 圖 4-1 有機農場市集 | 77 |
| 圖 4-2 在合樸有機市集擺攤的原住民部落e購 | 82 |
| 圖 4-3 國內最大環保團體 - 荒野保護協會 | 83 |
| 圖 4-4 永續校園教學 | 86 |
| 圖 4-5 永續校園教學 | 87 |
| 圖 4-6 家具健診醫院 | 87 |
| 圖 4-7 二手商機 | 88 |

參考文獻

- 一、中文部分 Anderson, C. (2007), 長尾理論(李明, 周宜芳, 胡瑋珊, 楊美齡譯), 台北:天下遠見, (原文於2006年出版)。Fitzgerald, R. (2007), 無毒生活 - 如何拒絕生活中的合成化學物(莊雅珍, 張鈞媛, 曾懷玉譯), 台北:麥田出版, (原文於2006年出版)。Kingsolver, B., Hopp, S. L., & Kingsolver, C. (2008), 自耕自食 奇蹟的一年(唐勤譯), 台北:天下遠見, (原文於2007年出版)。Newkirk, I. (2006), 樂活誌(吳光亞, 謝維玲譯), 台北:野人文化, (原文於2005年出版)。Ning, T. (2009), 傾聽樂活的聲音(Hsu, P.譯), 有機誌, 28, 84-86, (原文於2008年出版)。Pollan, M. (2008), 到底要吃甚麼-速食、有機和自然野生食物的真相(蕭秀嫻, 黎敏中譯), 台北:久周文化, (原文於2008年出版)。丁冰如(1998), 國民小學校園內「戶外教學資源區」之規劃與使用研究, 台北:國立臺灣師範大學教育研究所未出版之碩士論文。三橋規宏(2009), 綠色復甦時代(朱麗真譯), 台北:商周文化, (原文於2007年出版)。大和田順子, 藤崎健吉, 國田薰(2008), 樂活商機(成玲譯), 台北:商周出版, (原文於2008年出版)。太田保夫(1989), 日本之有機農業, 有機農業研討會專集:有機農業(pp. 51-57), 彰化:臺中區農業改良場。木村麻紀(2007), 全球樂活潮(李毓昭譯), 台中:晨星文化, (原文於2006年出版)。牛爾, 朱平, 王?文(2007), ?活人物誌, 台?:文藝?興。王柏歲(2007), 綠色消費行為意圖及其相關因素之研究 - 以臺北市某國中為例, 國立臺灣師大衛生教育研究所未出版之碩士論文。王筱雯(2000), 台大校總區校園環境教育探討, 國立臺灣大學地理學研究所未出版之碩士論文。王鑫(1999), 國民中小學校園環境稽核及調查參考手冊 英國的例子, 台北:中華民國環境教育學會。王鑫(2000), 環境教育與永續校園, 2000年環境教育研討會手冊(pp. 20-23), 高雄:國立高雄師範大學環境教育中心。行政院農業委員會(2003), 有機農產品管理作業要點[線上資料], 來源:<http://organic.niu.edu.tw/02-certification/coa/rule/920915-3.htm> [2009, May 12]。行政院環境保護署(2003), 2003環保標章產品手冊 - 綠色消費指南, 台北:行政院環境保護署。行政院環境保護署(2004), 資源回收四合一計畫[線上資料], 來源:<http://recycle.epa.gov.tw/law/law2.htm> [2009, May 18]。行政院環境保護署(2006), 推動永續農業發展, 環境白皮書, 8(9), 493-500。行政院環境保護署(2006), 資源回收益處[線上資料], 來源: http://recycle.epa.gov.tw/kid/kid5_1.htm [2009, April 22]。行政院環境保護署(2006b), 資源回收管道[線上資料], 來源: <http://recycle.epa.gov.tw/public/public2.htm> [2009, April 22]。余宗翰(2000), 花蓮縣國小教師運用戶外環境教育教學資源之調查研究, 國?花蓮師範學院國小科學教育研究所未出版之碩士論文。吳文德(2001), 營造校園學習棲地進行校園環境教育之行動研究-以台北市溪山國小為例, 國?師範大學環境教育研究所未出版之碩士?文。吳品賢(2005), 有機, 是生機或是商機?三個新竹組織化有機消費場域的分析, 國?交通大學社會與文化研究所未出版之碩士?文。吳萬益(2005), 企業研究方法, 台北:華泰書局。宋祖良(1993), 拯救地球和人類未來-海德格爾的後期思想, 台北:中國社會科學出版社。李淑清(2002), 家庭因素對家庭綠色消費傾向影響之研究-以鳳山市家計單位為對象, 私立義守大學管理科學研究所未出版之碩士論文。李鴻圖(2007), 樂活的九個覺悟, 台北:聯經出版事業公司。阮素娥(2004), 自願簡單消費意識與綠色消費行為之關聯研究 - 以美體小舖可能消費者為例, 私立大葉大學工業關係研究所未出版之碩士論文。孟天鈞(2007), ?活族消費者態度初探及行銷意涵, 國立中正大學行銷管理研究所未出版之碩士?文。林玉貴(2001), 青少年及青年食品綠色消費認知、態度及行為研究, 國立台灣師範大學家政教育研究所未出版之碩士論文。林奇伯(2007), 未來消費樂活LOHAS, 遠見雜誌, 2, 248-250。林明瑞(1999), 永續校園, 環境科學技術教育專刊, 16, 23-42。邱俊龍(2006), 族群面貌探索 - 樂活族[線上資料], 來源: <http://www.isurvey.com.tw/> [2009, May 22]。侯耀庭(2007), 消費者產品涉入、知覺風險對有機蔬果購買意願之實證研究, 私立大葉大學事業經營研究所未出版之碩士論文。唐孝蘭(2000), 資源回收價值澄清教學效果之研究 - 以台北市國中一年級學生為例, 國立台灣師範大學衛生教育研究所未出版之碩士論文。徐永鑫(民93), 苗栗縣綠色學校國小高年級學童之環境敏感度、環境議題知識及環境行為表現之調查研究, 國立新竹師範學院自然科學教育研究所未出版之碩士論文。柴松林(1995a), 從環境主義到綠色消費主義, 台北:行政院消費者保護委員會。柴松林(1995b), 消費者主義發展的新方向, 台北:行政院消費者保護委員會。柴松林(1996), 綠色消費主義, 環保標章簡訊, 5, 4-7。高雄市政府環境保護局(2005), 資源垃圾分類[線上資料], 來源:<http://koah.com.tw/envir/p1.asp#> [2009, April 22]。康健雜誌(2006), 樂活十大宣言[線上資料], 來源: http://www.commonhealth.com.tw/lohas/intro_1.asp [2009, April 22]。張隆盛(1996), 開創二十一世紀新脈動 - 鼓勵綠色消費, 環境教育季刊, 28(1), 2-6。張?如(2008), 生活風格運動:?活在臺灣, 私立東吳大學社會學研究所未出版之碩士?文。梁曉珍(1993), 消費者對綠色?銷反應之研究, 私立淡江大學管?科學研究所未出版之碩士?文。梁錦琳, 陳雅玲(2003), 綠色行銷, 台北:牛頓出版公司。梁馨芳(2007), 生活型態對綠色消費之影響 - 量販店消費者之分析, 國立中興大學生物產業推廣暨經營學研究所未出版之碩士?文。?世?(2008), ?活概?應用於生活用品創

意設計之研究，私立大同大學工業設計研究所未出版之碩士論文。梅德春(2006)，「資源回收」教學方案中國小五年級學童資源回收認知、態度及行為之研究，國立花蓮教育大學科學教育研究所未出版之碩士論文。莊宓珍(2005)，大專院校通識課程推行永續教育之研究，國立師範大學環境教育研究所未出版之碩士論文。陳昌輝(2006)，大專環境永續相關通識課程實施現況及對大學生環境認知、環境態度與環境行為的影響之研究，國立臺中教育大學環境教育研究所未出版之碩士論文。陳采涵(2007)，探討消費者生活型態、知覺價值對購買意願影響之研究 - 以有機農產品消費為例，國立臺北大學合作經濟學研究所未出版之碩士論文。陳南宏(2004)，新竹縣國民中小學資源回收模式及資源回收成效之調查研究，國立新竹師範學院數理教育研究所未出版之碩士論文。陳曼麗(2001)，綠色消費從生活中做起，環保標章簡訊，25，12-15。陳景宏(2004)，國小學童資源回收知識、資源回收態度、資源回收行為之研究，國立屏東師範學院民教育研究所未出版之碩士論文。陳錦慧(2000)，環境價值教學法與傳統教學法在國中學生資源回收行為意圖教學效果之比較 - 以桃園縣某國中一年級學生為例，國立台灣師範大學衛生教育學系碩士班未出版之碩士論文。彭雯君(2003)，個人價值觀、產品屬性、綠色態度與綠色消費行為關聯性之研究 - 以大專學生為目標，國立成功大學企業管理研究所未出版之碩士論文黃金柱(1994)，體育運動策略性行銷，台北：師大書苑。黃俊英(2002)，行銷學，台北：華泰文化。黃盛豐(2002)，環境教育融入「自然與生活科技」領域之學校本位行動研究 - 以電池回收為例，國立台北師範學院數理教育研究所未出版之碩士論文。黃湘瑜(2007)，消費者的生活型態、購買動機與購買意圖之研究 - 以有機食品為例，私立崑山科技大學企業管理研究所未出版之碩士論文。黃璋如(1997)，跨世紀的農業生產體系 - 有機農業，鄉間小路，23(2)，85-87黃耀慧(2005)，原住民國小學童環境知識、環境態度與環境行為之相關研究，國立臺中師範學院環境教育研究所未出版之碩士論文。葉茂森(2004)，中部地區國小永續校園內涵之研究 - 以自然環境的觀點進行探討，國立臺中師範學院環境教育研究所未出版之碩士論文。董時叡(2002)，從全球觀點探討臺灣有機農業之發展，中華農學會報，3(4)，311-324。董時叡(2007)，有機之談 - 有機農業的非技術面思考，台中：著者發行。董德波(1999a)，環保標章與綠色消費，生物資源，2(1)，109-111。董德波(1999b)，我國環保標章執?成果與綠色消費，環保標章簡訊，15，10-13。詹政勳(2007)，技術創新與樂活主義相關研究 - 以TOYOTA PRIUS為例，私立大葉管理學院事業經營所未出版之碩士論文。廖家新(2003)，台灣地區消費者對綠色產品的認知與購買行為之調查研究，國立高雄師範大學環境教育研究所未出版之碩士論文。趙濶，鄭碧君，趙韋童，張雅鈴，董淨璋，夫卡夫(2009)，臺灣有機食材地圖 - 健康從挑對食物開始，台北：城邦文化。劉佳雨(2007)，綠色消費教學介入對國中生綠色消費行為及相關因素影響之探討 - 以雲林某國中為例，國立臺灣師範大學衛生教育學系未出版之碩士論文。劉潔心，晏涵文，劉貴雲，邱詩揚，李佳容(2000)，社區居民綠色消費?為相關之訊息傳播調查研究，衛生教育學報，13，189-212。潘怡如(1999)，實作學習網頁教學對國小學童資源回收學習之實驗研究，國立新竹師範學院國民教育研究所未出版之碩士論文。蔡瓊嬋(1998)，消費者對不同綠色廣告之廣告態度研究 - 以台北市三所國?大學生為例，國?交通大學管?科學研究所未出版之碩士論文。盧妍巧(2007)，樂活理念行銷之初探，私立逢甲經營管理研究所未出版之碩士論文。盧振乾(2007)，建構永續校園生態體驗課程之行動研究，國立台南大學材料科學系碩士班未出版之碩士論文。賴月雲(2006)，台南市國小中高年級學童綠色消費知識態度與行為之研究，國立臺南大學社會科教學碩士班未出版之碩士論文。戴耶芳(2008)，從?漫主義觀點探討社會?銷取向之初探性研究，以7-11?活LOHAS?銷為?，私立世新公共關係暨廣告學研究所未出版之碩士論文。聯合新聞網(2006)，Innovation: Key to the future[線上資料]，來源：<http://www.epochtimes.com/b5/6/4/26/n1299388.htm>[2009, April 22]。謝安田(2006)，企業研究方法論，台北：著者發行。謝忠道(2009)，活得自在，活得愉快，活得健康，康健雜誌，128，126-127。謝珮珊(2003)，食品綠色消費?為意圖及其相關因素研究 - 以台北縣某高中學生為例，國?臺灣師範大學衛生教育研究所未出版之碩士論文。謝慶芳(1997)，有機蔬菜栽培法，園藝之友，61，15-23。羅博銘(2003)，大學生對綠色消費品之消費?為研究 - 以雲嘉地區為例，私立南華大學環境管?研究所未出版之碩士論文。二、英文部分：Davis, J. J. (1993). Strategies for Environmental Advertising. *Journal of Consumer Marketing*, 10, 19-36. Elkington, J., & Hailes, J. (1993). *The Green Consumer*. New York: Viking Penguin, Elkington, J. (1989). *The Green Consumer*. London: Victor Gollanz. Frankel, S. (1992). *Blueprint for Green Marketing*. *American Demo-graphics*, 14(4), 34-38. Gil, J. M., Gracia, A., & Sanchez, M. (2000). Market Segmantation and Willingness to Pay for Organic Products in Spain. *Interna-tional Food and Argibusiness Management Review*, 3, 207-226. Kleiner, Art(1991). What Does It Mean to Be Green? *Harvard Busi-ness Review*, 69(July/August), 38-47. Oelhaf, R. C. (1978). *Economic and Ecological Comparisons with Conventional Methods*. New York: Wiley. Ray, P. H., & Anderson, S. R. (2000). *The Cultural Creatives: How 50 Million People are Changing the World*. New York: Three Rivers Press. Peattie, K. (1992). *Green Marketing*. London: Pitman Publishing. Plummer, J. T. (1974). The concept and application of life-stytle seg-mentation. *Journal of Marketing*, 38, 33-37. Scott, D., & Willits, F. K. (1994). Environmental attitudes and behav-ior: A Pennsylvania survey. *Environment and Behavior*, 26(2), 239-260. Torjusen, H., Lieblein, G., Wandel, M., & Francis, C. A. (2001). Food System Orientation and Quality Perception among Consumers and Producers of Organic Food in Hedmark County, Norway. *Food Quality and preference*, 12, 207-216.