

南華大學藝術與設計學院產品與室內設計學系

碩士論文

Department of Product and Interior Design

College of Arts and Design

Nanhua University

Master Thesis

影響女性消費者購買化妝品意願之研究—以唇膏包裝為例

The Effect of Cosmetics on Female Consumers' Purchase  
Intention--Using Lipstick Packaging as an Example



姚宗良

Tsung-Liang Yao

指導教授：鄭順福 副教授級專業技術人員

Advisor: Shen-Fu Cheng, Associate Prof. Rank Specialist

中華民國 108 年 7 月

July 2019

南 華 大 學

產 品 與 室 內 設 計 學 系

碩 士 學 位 論 文

影響女性消費者購買化妝品意願之研究—以唇膏包裝為例

The Effect of Cosmetics on Female Consumers' Purchase  
Intention--Using Lipstick Packaging as an Example

研究生：姚宗良

經考試合格特此證明

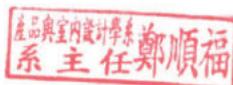
口試委員： 李錦芬

✓ 李錦芬

✓ 鄭順福

指導教授： 鄭順福

系主任(所長)： 鄭順福



口試日期：中華民國 108 年 6 月 14 日

## 謝 誌

在研究所的這兩年裡,特別感謝指導教授鄭順福老師,從論文題目的訂定到論文完成,總是不厭其煩的給予建議,在繁重的工作中,仍給予嚴謹的指導,給予學生研究的正確方向,更讓學生認知做學問精益求精的重要。感謝擔任口試委員的台南應用科技大學方曉羚教授及本系李豫芬教授,在口試中提供寶貴的修正建議,讓論文架構更為完整,並提高參考的價值。使我得以順利通過論文口試。此外,感謝南華大學的盧俊宏院長、周立倫教授、陳木杉教授、李豫芬教授,感謝您們對教學與用心付出,讓學生受益良多。

亦感謝協助研究論文完成的學長王千維、學姐鄭鈺真、同學黃淑菁、黃淑菡、黃信欽,也謝謝家人朱芷騏全力的支持及鼓勵,讓我能無後顧之憂的進修研究所課程,謝謝您們大家的鼎力相助,因為有您們的不吝指教與無私付出地幫忙貢獻,才讓我的問卷順利地完成,論文更臻於完美。感謝您們。

姚宗良 謹誌於

南華大學

產品與室內設計學系

中華民國 108 年 7 月

## 摘要

本研究旨在探討消費者購買唇膏時對於唇膏包裝的「造型」、「顏色」、「材質」因素的喜好度。透過資料收集、整理、分析進而設計問卷，透過問卷的發放及回收進行統計及分析，最後以客觀的數據來說明研究結果，並提出具體的結論與建議，作為唇膏設計、製造、銷售及後續研究之參考。本研究所獲得之結論如下：

1. 不同背景的消費者對於唇膏包裝「造型」喜好度的滿意程度中對於「圓管狀」有一致性很高的評價。
2. 不同背景的消費者對於唇膏包裝「顏色」喜好度的滿意程度有少許不同的看法，但是對於「金色」及「黑色」具有較高的評價。
3. 不同背景的消費者對於唇膏包裝「材質」喜好度的滿意程度有少許不同的看法，但是對於「金屬」及「皮革」具有較高的評價。

關鍵詞：唇膏、包裝、造型、顏色、材質、喜好度

## Abstract

The purpose of this study is to investigate customer preferences regarding lipstick packaging style, color, and material when purchasing lipstick. Information collection, organization, and analysis were used to design questionnaires. Following the distribution and collection of the questionnaires, statistical analyses of the information and data obtained via the responses were carried out. Findings were eventually derived from the objective data and specific conclusions and suggestions were proposed to serve as a reference for the design, manufacture, and sale of lipsticks, as well as for future research. The conclusions of this study are as follows:

- (1) When it comes to their packaging style preferences, customers, regardless of their backgrounds, have consistently high opinions of the “cylindrical shape.”
- (2) Customers of different backgrounds have slightly different packaging color preferences, but praise “gold” and “black” relatively highly in general.
- (3) Customers of different backgrounds have slightly varied preferences regarding packaging material, but they generally rate “metal” and “leather” comparatively high.

**Keywords:** lipstick, packaging, style, color, material, preference

# 目 錄

謝 誌.....	I
摘 要.....	II
Abstract.....	III
目 錄.....	IV
表目錄.....	VI
圖目錄.....	VIII
第一章 緒論.....	1
第一節 研究背景與動機.....	1
第二節 研究目的.....	2
第三節 研究假設.....	2
第四節 重要名詞解釋.....	3
第五節 研究方法與步驟.....	4
第六節 研究範圍與限制.....	6
第七節 研究論文之架構.....	7
第八節 預期結果.....	8
第二章 文獻探討.....	10
第一節 唇膏的起源.....	10
第二節 唇膏包裝造型.....	12
第三節 唇膏包裝顏色.....	16
第四節 唇膏包裝材質.....	18
第五節 消費者購買行為.....	21
第六節 消費者購買決策過程.....	21
第三章 研究方法.....	24
第一節 研究架構.....	24
第二節 研究方法與對象.....	25

第三節 研究工具.....	26
第四節 研究程序.....	29
第五節 資料結果處理與分析.....	31
第四章 研究實施與分析.....	34
第一節 實施調查.....	34
第二節 問卷回收狀況.....	34
第三節 平均數的統計分析.....	34
第四節 差異性的統計分析.....	48
第五節 相關性的統計分析.....	57
第五章 結論與建議.....	61
第一節 研究結論.....	61
第二節 研究建議.....	63
參考文獻.....	64
附錄一 唇膏包裝設計影響消費者購買意願之研究問卷.....	67

## 表目錄

表 1-1 研究流程.....	8
表 2-1 西方唇膏的歷史.....	10
表 2-2 包裝設計的定義.....	13
表 4-1 不同年齡對於唇膏包裝造型滿意度平均數之統計分析.....	35
表 4-2 不同年齡對於唇膏包裝顏色滿意度平均數之統計分析.....	36
表 4-3 不同年齡對於唇膏包裝材質滿意度平均數之統計分析.....	37
表 4-4 不同學歷對於唇膏包裝造型滿意度平均數之統計分析.....	38
表 4-5 不同學歷對於唇膏包裝顏色滿意度平均數之統計分析.....	39
表 4-6 不同學歷對於唇膏包裝材質滿意度平均數之統計分析.....	40
表 4-7 不同職業對於唇膏包裝造型滿意度平均數之統計分析.....	41
表 4-8 不同職業對於唇膏包裝顏色滿意度平均數之統計分析.....	43
表 4-9 不同職業對於唇膏包裝材質滿意度平均數之統計分析.....	44
表 4-10 不同平均月收入對於唇膏包裝造型滿意度平均數之統計分析.....	45
表 4-11 不同平均月收入對於唇膏包裝顏色滿意度平均數之統計分析.....	46
表 4-12 不同平均月收入對於唇膏包裝材質滿意度平均數之統計分析.....	47
表 4-13 不同年齡之受試者對於唇膏包裝款式之喜好度差異性統計分析.....	49
表 4-14 不同學歷之受試者對於唇膏包裝款式之喜好度差異性統計分析.....	49
表 4-15 不同職業之受試者對於唇膏包裝款式之喜好度差異性統計分析.....	50
表 4-16 不同平均月收入之受試者對於唇膏包裝款式之喜好度差異性統計分析.....	51
表 4-17 不同年齡之受試者對於唇膏包裝顏色之喜好度差異性統計分析.....	52
表 4-18 不同學歷之受試者對於唇膏包裝顏色之喜好度差異性統計分析.....	52
表 4-19 不同職業之受試者對於唇膏包裝顏色之喜好度差異性統計分析.....	53
表 4-20 不同平均月收入之受試者對於唇膏包裝顏色之喜好度差異性統計分析.....	54
表 4-21 不同年齡之受試者對於唇膏包裝材質之喜好度差異性統計分析.....	55

表 4-22 不同學歷之受試者對於唇膏包裝材質之喜好度差異性統計分析.....	55
表 4-23 不同職業之受試者對於唇膏包裝材質之喜好度差異性統計分析.....	56
表 4-24 不同平均月收入之受試者對於唇膏包裝材質之喜好度差異性統計分析.....	57
表 4-25 受試者對於唇膏包裝款式喜好度相關性分析 .....	58
表 4-26 受試者對於唇膏包裝顏色喜好度相關性分析 .....	59
表 4-27 受試者對於唇膏包裝材質喜好度相關性分析 .....	60



## 圖目錄

圖 2.1 市售唇膏包裝造型種類.....	15
圖 2.2 市售唇膏包裝顏色種類.....	17
圖 2.3 市售唇膏包裝材質種類.....	20
圖 3.1 研究架構圖.....	24
圖 3.2 市售唇膏包裝造型種類.....	27
圖 3.3 市售唇膏包裝顏色種類.....	28
圖 3.4 市售唇膏包裝材質種類.....	28
圖 3.5 研究之發展流程圖.....	29



# 第一章 緒論

本研究主旨為影響女性消費者購買化妝品意願之研究-以唇膏包裝為例。第一節介紹研究背景與動機，第二節說明研究目的，第三節為重要名詞釋義，第四節為研究方法與步驟，第五節為研究範圍與限制，第六節為研究論文之架構。

## 第一節 研究背景與動機

近年來國人隨著教育程度的提高、國民所得逐年升高，加上女性意識抬頭以及兩性工作機會平等，女性就業人數大幅提升，因此，女性消費能力激增，使得消費型態也隨之改變。社會觀念改變及人際互動頻繁下，使得國人對化妝品的需求日益增加，化妝品的消費值也持續成長。市場上的化妝品牌琳瑯滿目，資訊來源、購買通路也讓消費者相較以往有更多選擇。隨著高齡化社會的來臨，每個人皆想盡辦法留住青春，不僅保養品使用者的年齡層逐年下降，化妝品的銷售額也是逐年增加，使得化妝品市場規模逐年擴大（洪于甯，2012）。

目前台灣化妝品市場規模約為新台幣 1,100 億元（經濟日報知識庫，2011），而台灣在加入 WTO 後，化妝品市場不但更為開放，競爭也更為激烈。多數研究均以化妝品為研究對象，但施於臉上之化妝品又可分為：保養品及彩妝品。在彩妝品中，更有多達 66.6% 的消費者擁有唇膏這項單品，比例僅次於隔離霜（Pollster 波仕特線上市調，2014）。因此，本研究將以唇膏為研究主軸。

品牌眾多之下，各廠商紛紛採取各種行銷策略，許多品牌會在特別的季節或節日推出限定包裝的商品，最終目的就是希望能抓住女性消費者的心，讓顧客願意花錢購買產品。品牌不僅需維持產品的品質，更需要注重商品的包裝設計，來吸引更多的消費者。現今的消費者將個人原始感受層面作為選擇與購買決策的考量重點，這使消費型態產生重大變革。在消費的時代裡，消費者對產品的偏好及購買意願不斷的在改變。產品在包裝設計方面所呈現的價值已遠大於強調功能性的價值。消費者不再只是需要基本功能，更要能夠展現多方面的設計，故現今的產品包裝追求須創意和嶄新，而設

計師則須不斷尋求創意，才能傳達產品的意象給消費者。

為了迎合消費者喜好，瞭解消費者心中真正的需求，市場調查的重要性便非常需要，藉由正確的市場調查分析成果可有客觀的資料可參考與評估。因此，本研究以影響女性消費者購買化妝品意願之研究-以唇膏包裝為例為主題，並以不同年齡、學歷、職業、平均月收入等變項進行統計分析，以客觀之統計結果，說明消費者因不同的唇膏包裝設計，影響購買之相關性，希望能提供銷售業者在商品包裝上有參考的依據。

## 第二節 研究目的

對女性消費者而言，「唇膏」是整體妝容中很重要的細節之一，一個精緻有設計感的唇膏往往具有畫龍點睛的效果，為整體化妝品中增添品味。設計師在設計唇膏包裝的過程中，需瞭解各層次顧客的需求及喜好，找出符合顧客之需求。基於上述研究動機，本研究目的如下：

- 一、瞭解不同背景之受試者對於唇膏包裝款式、包裝顏色、包裝材質喜好程度。
- 二、分析不同背景之受試者對於唇膏包裝款式、包裝顏色、包裝材質喜好度的差異性。
- 三、探討不同背景之受試者對於唇膏包裝款式、包裝顏色、包裝材質喜好度的相關性。

## 第三節 研究假設

依據研究目的，本研究提出下列研究議題：

- 一、不同年齡之受試者對於唇膏包裝款式喜好度無差異性。
- 二、不同學歷之受試者對於唇膏包裝款式喜好度無差異性。
- 三、不同職業之受試者對於唇膏包裝款式喜好度無差異性。
- 四、不同平均月收入之受試者對於唇膏包裝款式喜好度無差異性。
- 五、不同年齡之受試者對於唇膏包裝顏色喜好度無差異性。
- 六、不同學歷之受試者對於唇膏包裝顏色喜好度無差異性。
- 七、不同職業之受試者對於唇膏包裝顏色喜好度無差異性。
- 八、不同平均月收入之受試者對於唇膏包裝顏色喜好度無差異性。

- 九、不同年齡之受試者對於唇膏包裝材質喜好度無差異性。
- 十、不同學歷之受試者對於唇膏包裝材質喜好度無差異性。
- 十一、不同職業之受試者對於唇膏包裝材質喜好度無差異性。
- 十二、不同平均月收入之受試者對於唇膏包裝材質喜好度無差異性。
- 十三、受試者對於唇膏包裝款式喜好度無相關性。
- 十四、受試者對於唇膏包裝顏色喜好度無相關性。
- 十五、受試者對於唇膏包裝材質喜好度無相關性。

#### 第四節 重要名詞解釋

本研究所涉及之重要名詞加以解釋如下：

##### 一、 購買意願

本研究所稱之「購買意願」意指消費者願意採取特定購買行為的機率高低。消費者的購買意願來自消費者對某一產品或品牌的態度，加上外在因素的作用。其可視為消費者選擇特定產品之主觀傾向，並被證實可做為預測消費行為的重要指標(李鳳寧，2009)。

##### 二、 化妝品

依據衛生署 91 年 6 月 12 日公布之化妝品衛生管理條例第三條（上網時間，2019 年 2 月 14 日）所稱「化妝品」，係指施於人體外部以潤澤髮膚，刺激嗅覺，掩飾體臭或修飾容貌之物品。依據貨物稅條例第四條第十八款所稱之「化妝品」，係指施於人體外部，以增進美感，刺激嗅覺，或變更容貌之物品。依據民國七十五年二月修訂公布之海關進口稅則地 3306 號，對於所稱「香水、脂粉及化妝用品」係包括：

- （一）經調製成之家用除臭劑，不論是否含有香水。
- （二）零售包裝工作香水、脂粉或化妝用品，或作為家用除臭劑之產品，不論是否為混和物（但不包刮精油之蒸餾液及水溶液）

化妝品包含的範圍極廣，根據上述對化妝品的定義，可得知化妝品可區分為保養

品、彩妝品及香水三大類。彩妝品又包含：粉底、蜜粉、腮紅、唇膏、眼影、眼線、睫毛膏……等等。其中，本研究將以唇膏為探討的主體。

### 三、 唇膏

本研究所稱之「唇膏」意指市面上銷售的膏狀唇部彩妝。唇膏是可以使唇部表現美感的製品，除了可美化唇部之外，又具有給予唇部適度潤澤及保護的功能。有油性及乳化型態，顏料色素是主要成分，為求使用時的舒適感及呈現的效果更加完美，近幾年來，口紅製造的品質在改進上有相當的成效。如：使唇部的潤澤持久及漂亮地顯色，避免紫外線傷害等等。

### 四、 包裝

本研究所稱之「包裝」意指唇膏的外殼設計。為達到吸引消費者注意及促進產品銷售之目的，透過適當的材質與視覺設計，達到美化唇膏外殼設計與建立品牌形象的行為。

## 第五節 研究方法與步驟

本節旨在說明研究方法及研究步驟。

### 一、 研究方法

本研究為探討唇膏的包裝款式、顏色及材質是否會影響消費者的購買意願，首先採用文獻分析法，整理出市售唇膏常見包裝的外觀型式、顏色及材質，並以問卷調查法進行「唇膏包裝設計影響消費者購買意願之研究」的調查。以全台灣的女性消費者做為調查對象，以瞭解各種唇膏包裝款式、顏色及材質是否會影響消費者的購買意願，最後提出結論與建議，以供相關單位參考。

#### (一)文獻分析(Literature Analysis)

本研究乃瞭解各種市售唇膏的包裝款式、顏色及材質是否會影響消費者的購買意願，並就唇膏包裝之款式、顏色及材質的相關書籍、論文、期刊、研究報告之理論、研究歷程、方法、結果詳加分析彙整，以為本研究理論依據，並做為發展研究工具之

基礎。本研究相關文獻，係透過國內系統圖書館之電子資源中的「電子書」、「電子期刊」、「資料庫」、碩博士論文網，以及利用國家圖書館之「全國博碩士論文資訊網」、「期刊文獻資訊網」等查詢系統，進行資料檢索。

## (二)問卷設計(Questionnaire Design)

在文獻分析整理後，整理出市售唇膏包裝設計的類別，並設計出「唇膏包裝設計影響消費者購買意願之研究問卷」。本研究使用李克特五等第(Likert)量表來計分，每一陳述有"非常滿意"、"滿意"、"尚可"、"不滿意"、"非常不滿意"五種回答，分別記為1, 2, 3, 4, 5，每個受試者的態度總分就是他對各題的回答所的分數的加總，這一總分可說明受試者的態度強弱或受試者在這一量表上的不同狀態。

## 二、研究步驟

茲將本研究進行步驟簡述如下：

(一)確定論文方向並擬定研究主題：本研究主題為「影響女性消費者購買化妝品意願之研究-以唇膏包裝為例」。

(二)文獻探討與分析：蒐集國內外相關文獻與研究報告，進行文獻歸納與分析，以做為本研究之立論基礎。

(三)建立研究架構：研究定案後，即深入分析整理文獻資料，據以建立研究架構。

(四)發展研究工具：參考並歸納國內外有關「唇膏包裝設計之款式、顏色及材質」與「購買意願」之文獻，整理後編製調查問卷並進行發放。

(五)問卷回收整理：進行問卷的整理、編碼與登錄。

(六)問卷及訪談資料分析：問卷所得之量化資料，以 SPSS24.0 套裝統計軟體進行資料整理與分析。

(七)結論與建議：根據研究發現，提出具體建議，以供相關單位參考。

(八)論文撰寫與付印：依據研究結果撰寫研究報告，並進行論文撰寫與付印。本研究將論文分成五個章節，並根據上述研究步驟之內容逐一撰寫。五個章節分別為：第一章為緒論；第二章為文獻探討；第三章為研究方法；第四章為研究實施與分析；第五

章為結論與建議。

## 第六節 研究範圍與限制

本研究主要在探討唇膏包裝設計之市場調查，因此研究對象以購買唇膏的女性消費者做為研究母群體。而本研究因受限於研究者時間、人力、物力等考量，僅以台灣做為研究地區，其研究結果僅推論於台灣地區；此外，受試者填答問卷時，可能會受限於個人的認知及外在物理環境因素的影響，而對唇膏包裝設計的喜好及對問卷的詮釋有所差異，故本研究依研究目的，將研究範圍界定及限制分述如下：

### 一、研究範圍

茲將本研究之研究範圍說明如下：

#### (一)就研究主題與內容而言

本研究題目為「影響女性消費者購買化妝品意願之研究-以唇膏包裝為例」。乃將唇膏包裝設計之款式、顏色及材質進行資料收集與整理，以唇膏外觀形狀分類彙整，同時也整理出市售唇膏主要的外觀顏色及材質作為比較。

#### (二)就研究對象而言

本研究係以台灣女性消費者為研究對象。

#### (三)就研究分析而言

依理論之分析，因唇膏包裝設計影響女性消費者購買意願乃屬於客觀之事實，本研究以問卷蒐集消費者主觀感受之資料，並據以統計分析。

### 二、研究限制

研究過程雖已力求各方面之考量，但是仍有礙於主觀之人為因素或客觀之環境因素，故研究仍有如下之限制，分述說明如下：

#### (一)研究方法之限制

本研究採問卷調查方式進行量化研究，因問卷調查為主觀經歷，涉及受訪者的態度、感覺及意見。受試者在回答本研究相關問題時，可能受其個人主觀因素之影響。

此外，本問卷調查中所得之消費者購買意願之影響，乃屬消費者們的知覺認定，或許與其實際的表現會有所差距。

## **(二)研究內容與變項之限制**

消費者購買意願是複雜且多元的，層面很廣，影響因素也很多，本研究僅針對年齡、學歷、職業、平均月收入加以探討。

## **(三)研究樣本之限制**

本研究僅以台灣地區曾經購買過唇膏的女消費者為研究對象，因此其研究結果僅能推論於台灣地區，無法直接類推於其他地區。

## **(四)研究推論之限制**

受試者填答問卷時，可能受其本身認知、情緒、主觀判斷或當時情境影響，因此資料分析與結果解釋，會產生某些程度的不同。且由於調查研究無法控制許多無關變項的干擾，所得之結論僅做為台灣地區化妝品的包裝設計師在設計唇膏包裝方面的啟示與參考，研究結果不適用於推論至其他不同地區。

# **第七節 研究論文之架構**

## **一、研究架構**

### **第一章 緒論**

說明研究背景與動機、研究目的、研究範圍與限制及研究的架構流程。

### **第二章 文獻探討**

對於本論文研究必須瞭解的議題或相關研究如購買意願、彩妝產業、唇膏外觀造型設計、外觀顏色及使用材質等進行資料搜集與探討。

### **第三章 研究方法**

根據研究目的及蒐集之相關資料設計問卷，印製問卷寄發及回收，以 SPSS 統計軟體進行資料建檔。

### **第四章 研究實施與分析**

針對研究假設進行統計分析，以次數、平均數、標準差、單因子變異數分析等資料來分析描述影響顧客購買意願的因素。

## 第五章 結論與建議

依據統計分析結果研擬具體結論與建議，提供相關行業參考。

## 二、研究流程

表 1-1 研究流程

	十二月	一月	二月	三月	四月	五月	六月
蒐集、閱讀相關文獻、確定論文題目	■						
整理相關文獻及撰寫論文		■	■	■			
專題計畫題出			■				
設計問卷並發放				■			
回收整理問卷					■		
資料處理與分析					■		
撰寫結論與建議					■	■	
論文審查							■
完成論文							■

## 第八節 預期結果

本研究主要探討的是唇膏包裝的款式、顏色及材質影響消費者購買之意願，以較具代表性的款式、顏色及材質，進行問卷調查與分析；透過各種不同的款式、顏色及材質進行分析與購買意願之相關性；瞭解不同年齡、學歷、職業、平均月收入對於各

種唇膏包裝的款式、顏色及材質的滿意程度；瞭解不同年齡、學歷、職業、平均月收入對於各種唇膏包裝的款式、顏色及材質滿意程度的相關性，提出客觀的數據做成結論與建議，提供未來相關產業作為設計的參考。



## 第二章 文獻探討

### 第一節 唇膏的起源

唇膏是彩妝中重要的化妝品之一，唇膏又稱為口紅，是最常見的唇彩產品，為膏狀質地，唇膏的優點在於顯色度與色彩飽和，同時顏色的遮蓋力較高。唇膏的成分主要包含了蜂蠟、油和色素。

約五千年前，蘇美人發明世界上第一支唇膏。在西元前三千多年前，在蘇美爾（Sumerian）文明中，人們已經開始使用白鉛和紅色岩石粉末裝飾嘴唇了（徐千惠，2012）。而中國古代婦女會將色素塗於紙的兩面，用嘴唇抵住。

約在 1884 年左右，嬌蘭公司發明了第一支管狀口紅，生產了第一款成功的商業口紅類產品，配方是由葡萄柚提取物，油脂和蜂蠟等調配而成。1915 年，美國人賴維（Maurice Levy）製造了市面上第一支伸縮式唇膏（John Emsley，2006），此時也開始注重了唇膏的外表包裝。表 2-1 將大略介紹西方的唇膏歷史。

表 2-1 西方唇膏的歷史（許桂禎，2018）

年代	唇膏演進情形
16 世紀	歐洲的法國和英國男士間流行塗唇膏。
18 世紀	美國清教徒移民並不流行塗唇膏，但愛漂亮的女性會趁人不注意食用絲帶摩擦嘴唇已增加紅潤。
19 世紀	流行蒼白，唇膏和化妝品被視為禁忌，而轉為以藥品型式販售。
1912 年	紐約市婦女參政權論者的示威活動中，著名的女性主義者都抹上唇膏，把唇膏是為婦女解放的象徵。
1915 年	法國嬌蘭（Guerlain）將管狀口紅引進美國，販售對象主要為少數貴族，第一支金屬管唇膏是由美國康乃狄克州沃特伯里的毛里斯李維和史柯維爾製造（Maurice Levy and the Scovi Manufacturing Company）。
1920 年	美式電影流行，也帶動了唇膏的流行，其後各類唇膏顏色的流行，並都會

	受到影視明星的影響，帶動風潮。
1940 年	美國女性受到戰爭的影響，會以化妝來保持好臉色，當時最大的口紅廠商之一 Tangee，曾推出一個名為「戰爭、女人和唇膏」的廣告。
1950 年	戰爭結束，女星們帶動將唇彩顯得飽滿、魅惑的流行。
1960 年	流行白色與銀色等淺色的妝感，魚鱗被用來製造出閃動的效果。
1970 年	開始流行紫色唇彩，而龐克族喜愛的唇膏顏色為黑色。一些新世紀奉行者（New Ager）開始將自然植物的成分帶入唇膏之中。
1990 年	開始出現咖啡色的唇膏，在某些搖滾樂團中也出現了使用黑色、藍色的唇色。
2000 年	潮流走向展現自然美感，較常選用珍珠色及淡紅色，顏色不誇張，色彩自然而有光澤。

到中國歷史上，唇膏稱為「唇脂」。唇脂在東漢劉熙《譯名，釋手飾》中便有紀載：「唇脂，以丹作之，像唇赤也。」隋唐以後，唇脂又稱為「口脂」，當時唇脂的主要原料為「丹（硃砂）」，硃砂是一種朱紅色的礦物顏料，顏色純正且鮮紅，但附著性差，無法持久地保持潤澤唇色的效果，需摻入動物油脂及礦物蠟等輔助原料。在管狀口紅出現之前，口脂和胭脂是公用的，裝在小盒或小罐中，用手指直接蘸取、點塗。

唐宋時期，唇脂不僅僅限於女子專用，有身分的男士也把其當作保養和美容用品。如《唐書，百官志》中記：「蠟日獻口脂、面脂、頭膏及衣香囊，賜北門學士，口脂盛以碧縷牙筒。」用雕花象牙筒來盛唇脂，可見唇脂在諸多化妝品中有著多麼高的地位（艾冰，2010）。

由以上研究可知，唇膏在 17 世紀時就已經出現，業者不斷推陳出新，提供不同唇膏的產品、配合精美的包裝及發展多樣性的唇膏顏色，以吸引更多消費者選購使用。

## 第二節 唇膏包裝造型

### 一、包裝的定義

所謂的「包裝」是以保護及便利運送、保存內容物的功能性需求為主（朱如幸，2002）。另外，包裝設計涵蓋包裝視覺設計（Visual Design）：廣泛的包裝視覺設計的定義包刮結構設計（Structure Design）與圖紋設計（Graphic Design）兩種，從包裝結構的容器造型到表面之圖文設計，透過視覺傳達設計者的理念。狹義的定義指表面圖文設計（Surface Graphic Design），就是將包裝面的圖形、文字與色彩加以編排（陳振甫，2000）。

龍冬陽（1983）提出良好的包裝應能賦予商品一種特殊象徵，此象徵可為地位身分、年齡或個性，而在商品包裝上，對商品附加價值的認知性會因不同經濟階層消費者而有所差別；因此如何藉由包裝，讓產品在眾多競爭者中，創造其附加價值並提升品牌形象，進而促使消費者產生購買興趣是很重要的。

### 二、造型的定義

「造型」一詞涵蓋了兩個意義，一個是動詞的「造」，名詞的「型」，造一個完整的型；經由人為的意志或天然的法則，來完成一個「型」的過程，稱為「造型」（林振陽，1993）。造型是指有意識的作為，透過創作者思考過程表達出可視、可觸等知覺之行程或動皆可稱為造型（林崇宏，1998）。柯志偉曾言造型基本要素歸納為「形態要素」、「機能要素」、「審美要素」，說明如下：形態要素指構成形態的必要元素，包含形、色、質三要素，形不僅是物體的外形、形式、形狀、現象、樣式、狀態、做法等，還包括物體結構形式，點、線、面、體等。色包含色料、色光，色澤指物體表面色彩；色光指照射物體的光線。質包含材質的組織性質，稱為材質，而物體表面的視覺或觸覺效果稱為質感。機能要素是有意識的造形表現，在純粹造形或實用造形多少有其目的性，機能要素及達到此目的性所要求的條件。審美要素：造形的審美條件須含視覺及價值美，視覺美指的是視覺上的美觀與舒適，價值美是心理因素及經使用經驗的判斷而改

變。有時造形是搭配機能而產生的，建築家蘇利文(L. H. Sullivan)曾說形隨機能(Form Follow Function)意即造形順從機能，得自生物學家拉馬克的觀念，這觀念是造形原則之一(呂清夫，2006)。

百家爭鳴激烈競爭下，唇膏除了讓人變得更有氣色外，吸引消費者第一目光的就是其外包裝，在眾多產品中，能比其他商品更迅速的吸引消費者目光，進而想要進行購買。像這樣能夠實現消費者與商品有著美好的第一次接觸，並且決定第一印象的即是「包裝」(Nikkei Design，2013)。

包裝設計是一種將產品訊息與造型、色彩、圖像、排版及輔助因素結合，使其能在市場上販售之行為 (Marianne R. Klimchuk、Sandra A. Krasovec，2011)。並且創造出超越產品本身的附加價值，許多行銷人員便將包裝比喻為「無聲的推銷員」，若要在眾多競爭商品中脫癮而出，包裝設計驛站有極大的重要性，由此可見，包裝設計的優劣將影響到產品在市場上的銷售。使其引起注意，進而引發興趣，採取購買行動(龍冬陽，1983)。

表 2-2 為各學者對包裝設計所下的定義。依據表 2-2 所述各單位與學者對於產品包裝之定義與功能的論說，可將產品包裝設計的功能歸納為以下幾點：

表 2-2 包裝設計的定義 (許桂禎，2018)

學者 (年代)	說明	文獻出處
龍冬陽 (1982)	包裝設計一詞是指全盤包裝問題的策畫，其內容至少應包括包裝方法及材料的選擇、視覺設計、包裝機械問題的考慮及包裝試驗	《商業包裝設計》檸檬黃文化事業，美工圖書設，P20
鄧成連 (1992)	包裝設計是結合工程、行銷與美學三環的設計工作。	《現代商品包裝設計》新形象出版，P34
王炳南 (1994)	由商品定位延伸制定包裝策略，使包裝延續並展現商品的生命力，專業的選擇適用的包材和設計製作，將包裝的角色提升到自我行銷及塑造企業形象和文化的定位。	《商業包裝設計》台北：藝風堂出版社，P12。

許杏蓉 (2003)	為將商品的生產與消費結合，以科學技術與藝術思想融合之企業行為，用適切的材料、容器與成本，保護和輸送商品。以維護商品的價值，使其達到「貨暢其流」的目的。	《現代商業包裝學：理論，觀念，實務》台北：視傳文化，P19。
---------------	---	--------------------------------

綜合上述可知，包裝的功能在於安全地將內容物送至消費者手中，以達到保護內容物的功能，包裝設計則是意指將產品美化，並達到吸引消費者促進銷售，而以適當的圖案、文字、符號、標誌及色彩，表現於包裝產品容器與材料上，同時達到保護內容物之功用。

## 二、包裝的作用

彩妝市場的興起，購買型態及產品陳列方式都已經改變以往的方式，在競爭激烈下，產品除了必須運用媒體廣告促銷外，大多數的產品必須以包裝兼具著「自己替自己打廣告，自己推銷自己」之功能。因此包裝的作用在陳淑惠(2004)《產品包裝對消費者認知價值影響之研究—以餅乾包裝為例》中提到三個要點，敘述如下：

### (一) 消費者的視覺傳達作用

運用各種形式及色彩、符號效果、廣告展示效果的視覺美，吸引消費者視線，使其感動而激起購買慾望(楊宙航，2002)。

### (二) 商品促銷

著重在產品的特行之銷售方法、對象、價格與壽命週期之研究，為產品包裝設計做最直接的宣傳，使產品成為「不說話的推銷員」。

### (三) 提升企業形象

配合企業識別系統，強化消費者對產品的第一印象接觸，讓消費者對產品產生主觀認定。

從上述觀點可知，傑出的包裝設計，不但可以抓住消費者目光，也是在行銷推銷時的一大助力。

## 三、包裝的類型

目前市售唇膏的包裝造型經研究者收集整理出分別有圓管狀、方管狀、子彈型及

筆狀等四種如圖 2.1 所示。

圓管狀		圓管狀唇膏上下形狀皆為圓形，流線型的線條可增加使用者的使用感受。
方管狀		方管狀唇膏上下形狀皆為方形，平放於平面較不易滾動。
子彈型		子彈型唇膏下方為圓形，上方為錐狀，外觀較為個性。
筆狀		筆狀唇膏外觀如同鉛筆，使用者只須使用握筆的方式即可使用。

圖 2.1 市售唇膏包裝造型種類

資料來源: <https://www.urcosme.com/>

上述所列的唇膏造型設計，都分別有不同的特性，因此在瞭解消費者喜愛的唇膏造型後，廠商可依照統計數據，下去設計唇膏的外包裝，增加其銷售額。

### 第三節 唇膏包裝顏色

#### 一、色彩偏好 (Color Preference)

學者林書堯(1993)指出所謂的色彩偏好是指人們對某些色彩的偏好或厭惡趨向，亦指特別喜愛的色彩或是特別討厭的色彩。對於影響色彩偏好的因素，美國色彩學家 Cheskin 表示，影響色彩偏好的重要因素個人偏好占 20%、自我環境的調和占 40%、追求流行占 40%(李俊賢, 2011)，可見時代潮流對色彩偏好影響極大；小林重順(2006)在色彩心理探析一書上提到，色彩偏好影響購買動機的因素分為三類，一是衝動型購買動機，此類型喜愛奢華的純色調、浪漫色調給予人價格平民的配色感；二是個性化動機，其固執於適合個人條件的配色，表現出地位、置業、容貌、年齡等印象的顏色；三是威望型動機，他們追求威望的理想影像，如流行，專家皆為模仿的物件，喜愛奢華、輝煌的色彩(陳俊宏, 1998)。

#### 二、包裝的顏色

色彩心理學是十分重要的學科，在自然欣賞、社會活動方面，色彩在客觀上是對人們的一種刺激和象徵；在主觀上又是一種反應與行為。色彩心理透過視覺開始，從知覺、感情而到記憶、思想、意志、象徵等，其反應與變化是極為複雜的。色彩的應用，很重視這種因果關係，即由對色彩的經驗積累而變成對色彩的心理規範，當受到什麼刺激後能產生什麼反應，都是色彩心理所要探討的內容。

色彩學家大智浩在 1962 年的研究中發現色彩的產生是人類感受到波長段約 380—760mm 範圍的電磁放射能，即光。人類不同的色彩感情導致色彩有不同的象徵和意義，因此，在進行包裝的色彩設計時，要從四個層面進行考慮：第一，色彩的機能性，包括光視認性、可讀性、識別性、注目性及記憶性；第二，色彩的視覺判斷效果，包括距離判斷、大小判斷、輕重判斷及溫度判斷；第三，色彩的感情效果，包括色彩意象和色彩聯想；第四，是色彩喜好，包括喜好色和厭惡色。在四個層面中，色彩機能和視覺判斷沒有明顯差異，但色彩感情和喜好則受到種族、文化、性別和年齡等影響，產

生不同結果(陳俊宏,1998)。因此,好的包裝設計中,可以透過用色,顯現商品本身的特性,使人在心理上產生協調,產生購買慾望。市售唇膏的包裝顏色種類經整理,分別為:黑色、白色、紅色及金色如圖 2.2 所示。

黑色		<p>永遠流行的主色,明度最低的非彩色,能與許多顏色搭配良好,運用範圍廣。象徵精緻、神秘、高貴及穩重。</p>
白色		<p>永遠流行的主色,為非彩色,可與所有的色彩構成明快的對比調和關係。象徵純潔、樸素、高雅及天真。</p>
紅色		<p>最引人注目,也是最刺激、富侵略性、令人興奮的顏色,具強烈的感染力,與較佳的明視效果。象徵熱情、活力、喜慶、吉祥及溫暖。</p>
金色		<p>金色是一種最輝煌的光澤色,它代表著溫暖與幸福,也擁有照耀人間、光芒四射的魅力。象徵奢侈、華麗、高貴、神聖、及輝煌。</p>

圖 2.2 市售唇膏包裝顏色種類

資料來源: <https://www.urcosme.com/>

由上述研究可知,包裝顏色會是吸引消費者的一大重點,不同顏色的唇膏包裝,象徵著不同的涵義。不同年代所流行的顏色也都不盡相同。藉由客觀之數據分析,業

者可以更加瞭解現階段消費者所喜愛的唇膏包裝顏色。

## 第四節 唇膏包裝材質

質感是觸覺知覺對材質表面特質的一種反應，緊密地關係到我們觸摸的感覺，這種觸摸的感覺主要則是透過膚覺（skin sense）機能去接受刺激而產生感覺（黃啟三，2001），其所對應到材質相關物理屬性則通常為材質質地、軟硬度、粗糙度以及附著於表面上的溫度，這些物理屬性往往亦是經由觸感而引發心理意象的關鍵。貨物因性質的不同，所以衍生出不同的包裝。產品的包裝應在最少的环境衝擊負荷之下，選擇適當的材料，以利產品之銷售及保護產品。以下列舉出一些台灣常見的唇膏包裝材料：

### （一）ABS 包裝：

ABS 樹脂可用注塑、擠出、真空、吹塑及輥壓等成型法加工為塑膠，還可用機械、粘合、塗層、真空蒸著等法進行二次加工。由於其綜合性能優良，用途比較廣泛，主要用作工程材料，也可用於家庭生活用具。由於其耐油和耐酸、堿、鹽及化學試劑等性能良好，並具有可電鍍性，鍍上金屬層後有光澤好、比重輕、價格低等優點，可用來代替某些金屬。還可合成自熄型和耐熱型等許多品種，以適應各種用途（ABS、PE、PP、PVC 材料的區別是什麼？，2011）。

### （二）金屬包裝：

金屬包裝容器具有以下優點：(1)優良的阻隔性能，金屬包裝容器不僅可以阻隔諸如空氣、氧氣、水蒸氣、二氧化碳等氣體，還可以遮光，特別是阻隔紫外光，因此不會引起內包物的潮解、變質、腐敗退色以及香味的變化；(2)優良的力學性能，因為金屬包裝容器剛性大、易操作，能經受碰撞、振動和堆疊，便於運輸和儲存，使商品的銷售半徑大為增加；(3)熱傳導性好，使用食品金屬罐頭加熱、冷卻的效率高，可提高高溫殺菌、快速冷卻的效果，有可能實現內裝物的罐內烹飪；(4)良好的加工適應性，因金屬延展性好，對複雜的成型加工能實現高精度、高速度生產。這樣高的生產率可使金屬容器以較低的成本去滿足消費者的大量需求；(5)使用方便，金屬包裝容器不易破損，攜帶方便。現在許多飲料和食品用罐與易開蓋組合，更增加了使用方便性，以

適應現代社會快節奏的生活，並廣泛用於旅遊生活中；(6)裝潢美觀，金屬容器一般都有美麗的金屬光澤，再配以色彩艷麗的圖文印刷，更增添了商品的美觀性。正因為如此，人們在贈送禮品時，往往首選用金屬容器包裝的商品；(7)衛生安全，由於使用了適當的塗料，使金屬容器完全滿足食品容器對衛生和安全的要求（MBA 智庫百科-金屬包裝容器，2015）。

### （三）皮革包裝：

皮革在現代流行中在女裝上可表現帥氣的風格，因此近年來的設計多應用於短外套、大衣、夾克、褲子和裙子上。皮革具有許多優點，例如：皮革具有動物特性特有的美麗外觀、皮革也具有適度的伸縮性和可塑性，對於各種曲線都能加以塑造，因此皮革較貼身且舒適柔軟，能作出優美的曲線，提高豪邁帥氣的個人風格（陳唯珍，2003）。

### （四）紙管包裝：

紙管包裝的優勢為：(1)粘合力大：好的紙管廠一般來說所製作的紙管抗壓強度、耐水性、抗凍遵守比別的膠種生製作的紙管更優越；(2)耐寒性好，0℃的條件上流動性較好，不受任何的影響；(3)水分蒸騰快，製作的紙管縮水率低、變型小、成品率高；(4)新式高效紙管膠為水性製作品，用起來安全，不容易情況污染；(5)儲存堅決遵守好，室溫寄存3個月以上不分層、剛烈質；(6)綠色環保，該紙管膠暫時運用對人體無害，製作品生製作適宜公司生製作規範；(7)固含量大，大大擴展了枯燥時刻，緊縮了生製作週期（紙管的優勢及紙筒管的特性，2018）。

以上研究突顯設計師在選擇與決策包裝材質，以營造匹配產品造形並符合消費者期望意象的重要。目前市售唇膏的包裝材質種類經整理，分別為：ABS、金屬、皮革及紙管等四種如圖 2.3 所示。



圖 2.3 市售唇膏包裝材質種類

資料來源: <https://www.urcosme.com/>

由上述研究可知，消費者觸摸到商品後，將會因為不同的觸覺感受，而產生不同的心理意象。不同材質的唇膏包裝，有著不同的溫度及觸感，花費的成本也不盡相同。藉由客觀之數據分析，業者可以更加瞭解現階段消費者所喜愛的唇膏包裝材質，結合成本的考量，設計出消費者喜愛的唇膏包裝。

## 第五節 消費者購買行為

消費者購買行為是指人們為滿足需要和欲望而尋找、選擇、購買、使用、評價及處置產品、服務時介入的過程活動，包括消費者的主觀心理活動和客觀物質活動兩個方面(Philip Kotler, 2000)。

消費者購買行為是指人們為了滿足家庭的生活需要或者企業為了滿足生產的需要，購買愛好的產品或服務時所表現出來的各種行為，而發生的購買商品的決策過程。消費者購買行為是複雜的，其購買行為的產生是受到其內在因素和外在因素的相互促進交互影響的。消費者購買行為具有動態性、互動性、多樣性、易變性、衝動性、交易性等特點。嚴格地說，顧客購買行為由一系列環節組成，即顧客購買行為來源於系統的購買決策過程，並受到內外多種因素的影響。顧客購買行為的複雜多變，對銷售人員提出了更多，更高的挑戰。對於優秀的銷售人員來說，掌握顧客購買決策過程及瞭解影響顧客作出購買決策等方方面面的因素等至關重要。

## 第六節 消費者購買決策過程

消費者決策過程是指消費者從感受到問題存在、尋找解答、評估替代方案、選取替代方案，以及評估決策結果的一連串過程。其內涵包括要購買哪種產品品牌、要購買多少數量、要在何處買，以及何時買等相關的購買決策。其購買決策過程一般可分為以下五個階段，並制定相應的營銷策略(周建亨, 2009)。

### 一、需要認知

當消費者意識到對某種商品有需要時，購買過程就開始了。此階段企業必須通過市場調查，認定促使消費者認識到需要的具體因素，營銷活動應致力於做好兩項工作：

(一) 發掘消費驅策力；(二) 規劃刺激、強化需要。

### 二、信息收集

在多數情況下，消費者還要考慮到商品的品牌，價位以及販售的地點等問題，需要尋求信息，瞭解商品信息。尋求的信息一般有：產品質量、功能、價格、牌號、已

經購買者的評價等。消費者的信息來源通常有以下四個方面：（一）商業來源；（二）個人來源；（三）大眾來源；（四）經驗來源。企業營銷任務是設計適當的市場營銷組合，尤其是產品品牌廣告策略，宣傳產品的質量、功能、價格等，以便使消費者最終選擇本企業的品牌。

### 三、方案評估

消費者得到的各種有關信息可能是重覆的，甚至是互相矛盾的，因此還要進行分析、評估和選擇，這是決策過程中的決定性環節。消費者進行比較評價的目的是能夠識別哪一種品牌、類型的商品最適合自己的需要。消費者對商品的比較評價，是根據收集的資料，對商品屬性做出的價值判斷。消費者對商品屬性的評價因人因時因地而異，有的評價注重價格，有的注重質量，有的注重牌號或式樣等。企業營銷首先要注意瞭解並努力提高本企業產品的知名度，使其列入到消費者比較評價的範圍之內，才可能被選為購買目標。同時，還要調查研究人們比較評價某類商品時所考慮的主要方面，並突出進行這些方面宣傳，對消費者購買選擇產生最大影響。

### 四、購買決策

消費者通過對可供選擇的商品進行評價，並作出選擇後，就形成購買意圖。在正常情況下，消費者通常會購買他們最喜歡的品牌。但有時也會受兩個因素的影響而改變購買決定：（一）他人態度；（二）意外事件。消費者修改、推遲或取消某個購買決定，往往是受已察覺風險的影響。察覺風險的大小，由購買金額大小、產品性能優劣程度，以及購買者自信心強弱決定。企業營銷應儘可能設法減少這種風險，以推動消費者購買。

### 五、購後行為

消費者購買商品後，要給予已經購買的商品評價。企業營銷須給予充分的重視，因為它關係到產品今後的市場和企業的信譽。企業營銷應密切注意消費者購後感受，並採取適當措施，消除不滿，提高滿意度。如經常征求顧客意見，加強售後服務和保

證，改進市場營銷工作，可使消費者的不滿降到最低。



# 第三章 研究方法

本研究欲透過文獻探討了解市售唇膏外觀設計之現況，並藉由問卷調查收集消費者對於唇膏包裝設計的喜好度。蒐集完整資料後匯整並加以分析、處理，以達到研究目的。本章將針對研究流程與步驟敘述如后。

## 第一節 研究架構

依據第二章文獻探討的論述，透過有關唇膏的起源、影響唇膏購買背景、唇膏包裝造型、唇膏包裝顏色、唇膏包裝材質、消費者購買行為及消費者決策過程等資料的分析結果，擬定本研究之架構如圖 3.1 所示。

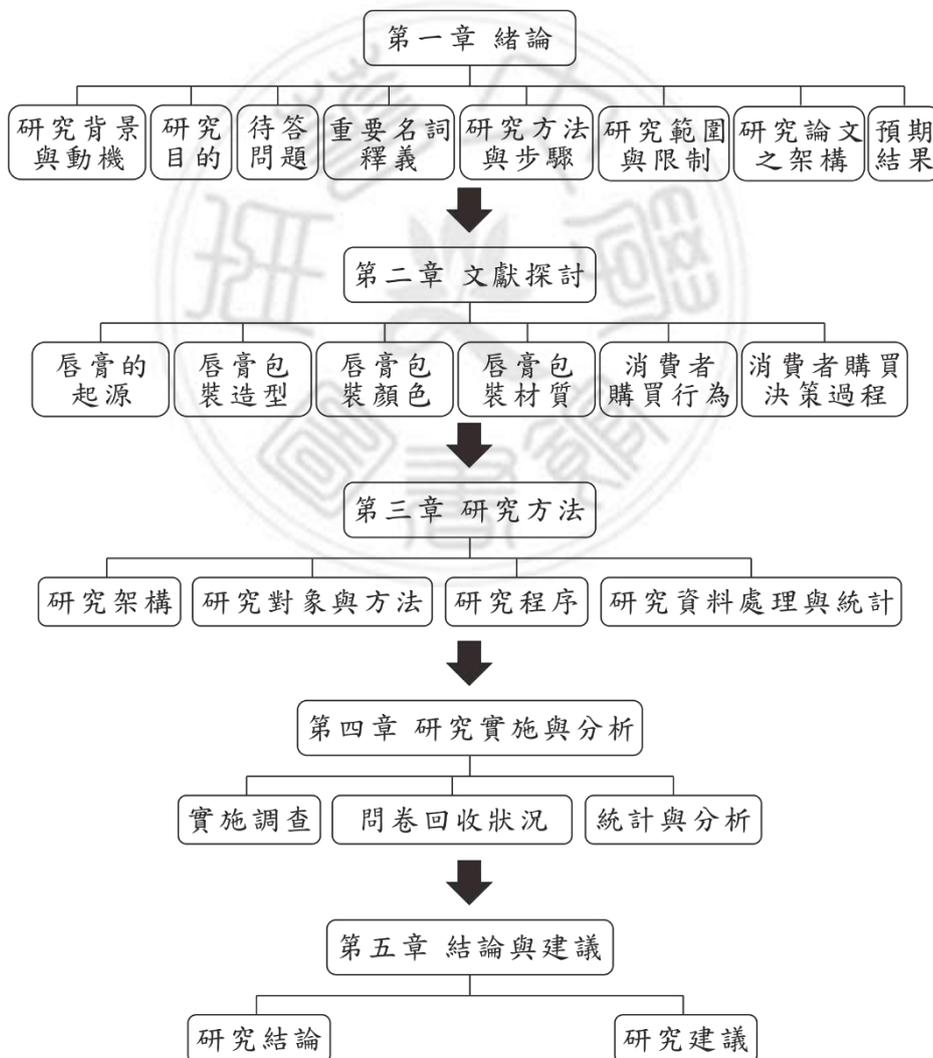


圖 3.1 研究架構圖(姚宗良繪製)

## 第二節 研究方法與對象

本研究主要目的為調查市售唇膏包裝設計之現況，並探討包裝造型、顏色與材質喜好度之差異，因此先利用文獻分析法針對唇膏包裝的造型、顏色與材質作探討，而後採用問卷調查法，以有經濟能力之女性消費者為研究對象。對於市售唇膏包裝設計之看法進行蒐集並加以整理。以下就文獻分析法、問卷調查、問卷調查之母群、取樣方法加以說明。

### 一、文獻分析法

文獻分析法(Document Analysis)是指根據一定的研究目的或課題，透過蒐集有關市場資訊、調查報告、產業動態等文獻資料，全面而精準地掌握所有研究問題的一種方法。蒐集內容儘量要求豐富及廣博，再將四處收集來的資料，經過分析後歸納統整，再分析事件淵源、原因、背景、影響及其意義等。文獻資料可以是政府部門的報告、工商業界的研究、文件記錄資料庫、企業組織資料、圖書館中的書籍、論文與期刊、報章新聞等等。其分析步驟有四，即閱覽與整理(Reading and Organizing)、描述(Description)、分類(Classifying)及詮釋(Interpretation)。

本研究主要蒐集國內外有關於市售唇膏的包裝造型、顏色與材質等資訊，以及和本研究相關之叢書、期刊論文、碩博士論文、網路資料等，分別分析唇膏的歷史背景以及其包裝造型、顏色與材質。

### 二、問卷調查法

問卷調查法(Questionnaire Survey)是透過一套標準刺激，施予一群具代表性的填答者所得的反應，據以推估全體母群對於某特定問題的態度或行為反應，此種研究方式除了使用在學術研究，更被大量用在民意調查、消費者意見蒐集、行銷調查等各種應用領域(邱皓政，2002)。

本研究透過設計問卷，調查台灣地區有經濟能力之女性消費者對於市售唇膏的包裝造型、顏色與材質的看法，並統計其數據。

### 三、研究母群

研究母群即為所界定研究對象的集合體，期望研究結果能解釋這個「特定群體」，母群體的範圍可大可小，母群體愈小，取樣愈容易，但是所得結果僅能推論到這有限的小群體，在統計分析中以 N 代表母群個數。

本研究因受限於研究者時間、人力、物力等考量，受試者以台灣地區有經濟能力之女性消費者作為研究對象。其研究結果僅推論於台灣地區，無法直接類推於其他地區。

### 四、抽樣方法

本研究以台灣地區有經濟能力之女性消費者為抽樣母群體，顧及研究的方便性與回收樣本的代表性，以隨機抽樣的方式進行取樣。所謂隨機抽樣是指母體內每一基本單位個體均具有相同地位，採取隨機方式抽取樣本，事前各樣本被抽中的機率完全相等。由於可以利用機率理論計算各樣本選中的機率，所以隨機抽樣法又稱為機率抽樣法 (Probability Sampling)。

## 第三節 研究工具

本研究採用「問卷調查法」，透過問卷資料整理、統計與分析，以驗證研究假設，可瞭解目前唇膏包裝設計之現況，並探討其造型、顏色及材質的接受程度，以達成研究目的。問卷內容分為三大部分，第一部分為「基本資料」，第二部分為「唇膏包裝造型喜好度之調查」，第三部為「唇膏包裝顏色喜好度之調查」，第四部分則是「唇膏包裝材質喜好度之調查」。本節說明問卷編製與內容、問卷填答與記分及問卷實施與分析。

### 一、基本資料

(一) 年齡：分為「19 歲以下」、「20~24 歲」、「25~29 歲」、「30~34 歲」、「35~39 歲」、「40~49 歲」、「50 歲以上」七種類別。

(二) 學歷：分為「國中及以下」、「高中職」、「專科」、「大學」、「研究所及以上」五

種類別。

(三) 職業狀況：分為「學生」、「軍警」、「公務員」、「教職」、「勞工」、「退休人員」、「家管」、「其它」八種類別。

(四) 個人平均月收入：「20,000 以下」、「20,001~40,000」、「40,001~ 60,000」、「60,001~80,000」、「80,000 以上」五種類別。

## 二、唇膏包裝造型喜好度之調查

唇膏包裝造型喜好度調查方面，本研究由相關文獻整理出以下四種選項：圓管狀、方管狀、子彈型、筆狀，作為測量內涵。依照受試者的喜好程度排序，五點量表記分，五分為「非常喜歡」、四分為「喜歡」、三分為「尚可」、兩分為「不喜歡」、一分為「非常不喜歡」。



圖 3.2 市售唇膏包裝造型種類(姚宗良整理)

## 三、唇膏包裝顏色喜好度之調查

唇膏包裝顏色喜好度調查方面，本研究由相關文獻整理出以下四種選項：黑色、白色、紅色、金色，作為測量內涵，如圖 3.3 所示。依照受試者的喜好程度排序，五點量表記分，五分為「非常喜歡」、四分為「喜歡」、三分為「尚可」、兩分為「不喜歡」、一分為「非常不喜歡」。



圖 3.3 市售唇膏包裝顏色種類(姚宗良整理)

#### 四、唇膏包裝材質喜好度之調查

唇膏包裝材質喜好度調查方面，本研究由相關文獻整理出以下四種選項：ABS、金屬、皮革、紙管，作為測量內涵。依照受試者的喜好程度排序，五點量表記分，五分為「非常喜歡」、四分為「喜歡」、三分為「尚可」、兩分為「不喜歡」、一分為「非常不喜歡」。



圖 3.4 市售唇膏包裝材質種類(姚宗良整理)

## 第四節 研究程序

本研究實施程序，可分為以下七個步驟，如圖 3.2 所示



圖 3.5 研究之發展流程圖(姚宗良繪製)

### 一、研究主題的界定

從事研究初期，廣泛閱讀過去專家學者所做研究文獻資料，找尋專長相關的主題，而後選擇唇膏為研究主題，以唇膏包裝的造型設計、顏色及材質作為研究主軸。與指

導教授討論後決定將研究主題定為「影響女性消費者購買化妝品意願之研究-以唇膏包裝為例」。

## 二、相關文獻蒐集及瀏覽

確立研究論文主題後進行相關文獻資料蒐集，利用國立圖書館、碩博士論文、網路相關報導及資料得到所需資訊，以及透過閱讀國內外相關書籍、期刊，彙整抽屜把手設計近期趨勢。

## 三、擬定研究計劃與方向

根據文獻蒐集與閱覽之結果，與指導教授擬定本研究架構。經過多次的修正與討論確立研究目標，開始撰寫本研究計畫。

## 四、研究工具的選擇與編製

本研究目的為瞭解女性消費者對市售唇膏包裝之喜好度調查，因此與指導教授討論後，認為使用問卷調查法較為適切。依據蒐集而來的相關文獻資料自編問卷。

## 五、正式施測問卷

問卷發放採取「隨機抽樣」方式，在台灣地區的網路美妝平台發放，隨機邀請消費者填寫本研究問卷，正式填答問卷。

## 六、所得資料處理與分析

問卷回收後，經由研究者整理、分類以及編碼，剔除無效問卷等步驟，以電腦 SPSS for Windows 24.0 版統計套裝軟體進行資料處理，分析所得問卷資料。

## 七、研究結果撰寫論文

依據上述所得問卷資料數據後，與指導教授討論，找尋出最令消費者肯定的唇膏包裝設計，做為本研究之結論，並提出本研究之建議，完成論文的撰寫與修正。

## 第五節 資料結果處理與分析

研究者將本研究所蒐集到的問卷調查，進行資料的審核，檢閱各份問卷的答題狀況，剔除無效之問卷。以有效問卷進行資料的整理，利用 SPSS for Windows 24.0 版統計套裝軟體對問卷作進一步的資料分析。

### 一、描述性統計分析(Descriptive Statistics)

描述統計，又稱敘述統計，是統計學中用來描繪或總結觀察量的基本情況的統計總稱。研究者可以透過分析數據資料，瞭解各變量內的觀察值集中與分散的情況。運用的工具有：集中量數，如平均數、中位數、眾數、幾何平均數、調和平均數。與變異量數，如全距、平均差、標準差、相對差、四分差。本研究以平均數及標準差為主要分析的方法，藉以探討受試者的背景變項及各層面之得分情形，瞭解有經濟能力的消費者，對於抽屜把手的設計及材質喜好度之現況進行觀察與分析。

### 二、平均數(Mean)

平均數是統計學中最常用的統計量，用來表明資料中各觀測值相對集中較多的中心位置。統計平均數是用於反映現象總體的一般水平，或分佈的集中趨勢。數值平均數是總體標誌總量對比總體單位數而計算的。平均數計算公式如下：

$$\bar{X} = \frac{x_1 + x_2 + \cdots + x_n}{n}$$

$\bar{X}$ 為平均數， $x_1$ 為各單位標誌值（變數值）， $n$ 為總體單位數（項數）。

### 三、單因子變異數分析(One-way ANOVA)

變異數分析(analysis of variance；簡稱 ANOVA)是檢定三組或三組以上的平均數差異顯著性，也就是檢定三組或三組以上相互獨立的群組，它們的期望值是否一樣，比較樣本與樣本間平均數的差異情況。如果只有一個自變項的變異數分析，稱為單因子變異數分析。在統計分析中，總變異數等於組間變異數加組內變異數，公式如下：

(一)總變異數 (TSS) :  $\sum_i \sum_j (Y_{ij} - \bar{Y})^2$

$i$  為組別 ( $i=1, 2, \dots, I$ ),  $j$  為觀測值個數 ( $j=1, 2, 3, \dots, J$ ),  $Y_{ij}$  為第  $i$  組第  $j$  個觀測值,  $\bar{Y}$  為所有觀測值的平均數。

(二) 組間變異量 (BSS) :  $\sum_i n_i (\bar{y}_i - \bar{y})^2$

$n_i$  為  $i$  組內觀測值總數,  $\bar{y}_i$  為第  $i$  組的平均數

(三) 組內變異量 (WSS) :  $\sum_i \sum_j (Y_{ij} - \bar{y}_i)^2$

由上述的計算公式可知, BSS 代表所有觀測值的期望值與分組後各組內的期望值差異, 當各組的期望值沒有差異的時候, BSS=0, 這個時候我們會認為各組間平均值就沒有差異存在; 當 WSS=0 的情況, 代表各組內的所有觀測值與各組的期望值沒有差異存在, 因此只有 WSS 與 BSS 都為 0 情況下, 我們才能斷定所有觀測值達到完美的一致。然而當 WSS>0, BSS=0 的情況, 則是各組期望值達到一致, 但組內卻存在變異, WSS=0, BSS>0, 則是組內沒有變異存在, 但各組間卻存在差異。因此必須比較 WSS 與 BSS 的差異來判斷變異數分析的結果, 也就是各組期望值是否有差異存在。而這個部份在比較變異量的過程中, 必須考量到各組變異量會受到觀測數量與組別數量的多寡而有所差異, 因此必須進行自由度的調整, 也就是計算出均方值來比較組內變異與組間變異量。

a. 組間均方 BMSS:  $\frac{BSS}{k-1} = \frac{\sum_i n_i (\bar{y}_i - \bar{y})^2}{k-1}$

b. 組內均方 WMSS:  $\frac{WSS}{N-k} = \frac{\sum_i \sum_j (Y_{ij} - \bar{y}_i)^2}{N-k}$

其中  $k$  為組別數量,  $N$  為觀測值總數。兩個均方值的比較為  $\frac{BMSS}{WMSS}$ , 此比較值也稱為  $F$  檢定值。 $F$  越大, 則組間均方大於組內均方, 也就是組間變異量大於組內變異量, 各組間的差異遠超出總期望值離差, 代表各組的平均數存在明顯的差異; 相反的,  $F$  越小甚至於逼近於 0, 則是組間變異量小於組內變異量, 代表各組間的差異很小, 各組平均數則不存在明顯的差異。因此本研究以單因子變異數分析探討不同背景的消費者, 對於家具抽屜把手的設計與材質喜好度之差異情形。

#### 四、假設檢定(Hypothesis Testing)

在統計學中，假設檢定分為虛無假設及對立假設。虛無假設是做統計檢驗時的一類假設一般是希望能證明為錯誤的假設，或者是需要著重考慮的假設。與虛無假設相對的是對立假設，即希望證明是正確的另一種可能。

#### 五、自由度(Degree of Freedom)

在統計學中，自由度是指當以樣本的統計量來估計母體的參數時，樣本中獨立或能自由變化的數據的個數，稱為該統計量的自由度。

#### 六、顯著性(Significance Testing)

- 顯著性檢驗是事先對總體的參數或總體分佈形式做出一個假設，然後利用樣本信息來判斷這個假設是否合理，即判斷總體的真實情況與原假設是否有顯著的差異。其中F檢定的F值可用來判斷組跟組之間是否存在顯著的差異，F值越大代表組跟組之間的差異越大，F值越小代表組內的差異越小。

## 第四章 研究實施與分析

本研究主要目的在探討市售唇膏包裝設計之現況，並調查女性消費者對唇膏包裝的造型、顏色及材質的喜好程度，以問卷調查方式蒐集資料。本章將依據問卷調查後所得資料，根據研究目的及研究假設，進行分析與統計數據，以探討女性消費者對市售唇膏包裝造型、顏色與材質之喜好度，並根據研究結果提出適合的分析與建議。

### 第一節 實施調查

本研究以問卷調查法進行實施調查，廣泛蒐集市售唇膏包裝設計樣本，並以具有代表性的幾種造型來設計問卷。問卷對象以台灣地區的女性消費者為研究對象，填寫本研究「唇膏包裝設計影響消費者購買意願之研究問卷」。根據填答結果分析討論消費者對唇膏包裝造型、顏色與材質的喜好度差異。問卷採取評定量表進行分析，李克特量表計分。在唇膏包裝造型、顏色與材質的部分分為五等級，五分為「非常喜歡」、四分為「喜歡」、三分為「尚可」、兩分為「不喜歡」、一分为「非常不喜歡」。受試者在量表中若選擇分數越高的選項，表示其喜好度越高，反之則喜好度越低。

### 第二節 問卷回收狀況

問卷於民國 108 年 03 月 1 日寄發問卷，至同年 04 月 01 日問卷截止收件。研究問卷共計寄出 200 份問卷，回收 180 份，有效問卷為 158 份。

### 第三節 平均數的統計分析

本研究將唇膏包裝造型分為四大類型，分別是圓管狀、方管狀、子彈型以及筆狀。本節將依據年齡、學歷、職業及平均月收入做比較分析，探討不同年齡、學歷、職業及平均月收入對於這四大唇膏包裝造型設計的平均數統計分析。

#### 一、不同年齡的受試者對於唇膏包裝造型的滿意度

本研究針對不同年齡層之女性消費者對於唇膏包裝造型喜好度的滿意程度統計結果，如表 4-1 所示。其中 19 歲以下之女性消費者有 11 人，20-24 歲之女性消費者有

13 人，25-29 歲之女性消費者有 13 人，30-34 之女性消費者有 12 人，35-39 歲之女性消費者有 30 人，40-49 歲之女性消費者有 55 人，50 歲以上之女性消費者有 24 人，總人數為 158 人。

表 4-1 不同年齡對於唇膏包裝造型滿意度平均數之統計分析

年齡		圓管狀	方管狀	子彈型	筆狀
19歲以下	平均數	4.09	4.00	3.18	3.36
	個數	11	11	11	11
	標準差	.701	.775	.874	.674
20~24歲	平均數	4.08	3.69	3.69	3.23
	個數	13	13	13	13
	標準差	.760	.751	.855	1.013
25~29歲	平均數	3.92	3.69	3.23	2.85
	個數	13	13	13	13
	標準差	.494	.751	.725	.899
30~34歲	平均數	3.58	3.25	3.25	2.75
	個數	12	12	12	12
	標準差	.669	.866	.622	.754
35~39歲	平均數	3.80	3.50	3.33	2.90
	個數	30	30	30	30
	標準差	.664	.820	.844	1.029
40~49歲	平均數	3.76	3.22	3.16	2.78
	個數	55	55	55	55
	標準差	.693	.762	.834	.937
50歲以上	平均數	3.88	3.46	3.08	2.67
	個數	24	24	24	24
	標準差	.612	.833	.830	.702
總和	平均數	3.84	3.44	3.24	2.87
	個數	158	158	158	158
	標準差	.666	.810	.817	.904

由表4-1顯示，19歲以下的女性消費者對於「圓管狀」喜好度滿意程度4.09最高，20-24歲的女性消費者對於「圓管狀」喜好度滿意程度4.08最高，25-29歲的女性消費者對於「圓管狀」喜好度滿意程度3.92最高，30-34歲的女性消費者對於「圓管狀」喜好度滿意程度3.58最高，35-39歲的女性消費者對於「圓管狀」喜好度滿意程度3.80最高，

40-49歲的女性消費者對於「圓管狀」喜好度滿意程度3.76最高，50歲以上的女性消費者對於「圓管狀」喜好度滿意程度3.88最高。

「唇膏包裝造型」喜好度滿意程度總計之平均數以「圓管狀」3.84為最高，其餘之選項依序為「方管狀」3.44，「子彈型」3.24，「筆狀」2.87。

依據表 4-1 資料分析，各種不同年齡層的女性消費者在「唇膏包裝造型」喜好度滿意程度表現上對於「圓管狀」都具有一致性的高評價。

## 二、不同年齡的受試者對於唇膏包裝顏色的滿意度

本研究針對不同年齡之受試者對於唇膏包裝顏色喜好度滿意程度統計結果，如表 4-2 所示。

表 4-2 不同年齡對於唇膏包裝顏色滿意度平均數之統計分析

年齡		黑色	白色	紅色	金色
19歲以下	平均數	3.36	3.55	3.45	4.09
	個數	11	11	11	11
	標準差	.809	.820	1.293	.701
20~24歲	平均數	3.69	3.54	3.77	4.46
	個數	13	13	13	13
	標準差	.947	.877	1.013	.519
25~29歲	平均數	3.54	3.31	2.77	3.77
	個數	13	13	13	13
	標準差	.877	.947	.832	.832
30~34歲	平均數	3.92	3.67	3.17	4.00
	個數	12	12	12	12
	標準差	.669	.651	.718	.739
35~39歲	平均數	3.43	3.23	3.43	4.17
	個數	30	30	30	30
	標準差	.774	.935	.858	.834
40~49歲	平均數	3.73	3.51	3.04	4.02
	個數	55	55	55	55
	標準差	.912	.960	.922	.913
50歲以上	平均數	3.96	3.33	3.42	3.75
	個數	24	24	24	24
	標準差	.859	.963	.584	.794

總和	平均數	3.68	3.43	3.25	4.03
	個數	158	158	158	158
	標準差	.862	.913	.908	.829

由表4-2顯示，19歲以下的女性消費者對於「金色」喜好度滿意程度4.09最高，20-24歲的女性消費者對於「金色」喜好度滿意程度4.46最高，25-29歲的女性消費者對於「金色」喜好度滿意程度3.77最高，30-34歲的女性消費者對於「金色」喜好度滿意程度4.00最高，35-39歲的女性消費者對於「金色」喜好度滿意程度4.17最高，40-49歲的女性消費者對於「金色」喜好度滿意程度4.02最高，50歲以上的女性消費者對於「黑色」喜好度滿意程度3.96最高。

「唇膏包裝造型」喜好度滿意程度總計之平均數以「金色」4.03為最高，其餘之選項依序為「黑色」3.68，「白色」3.43，「紅色」3.25。

依據表 4-2 資料分析，各種不同年齡層的女性消費者在「唇膏包裝顏色」喜好度滿意程度表現上對於「金色」具有較高的評價。

### 三、不同年齡的受試者對於唇膏包裝材質的滿意度

本研究針對不同年齡之受試者對於唇膏包裝材質喜好度滿意程度統計結果，如表 4-3 所示。

表 4-3 不同年齡對於唇膏包裝材質滿意度平均數之統計分析

年齡		ABS	金屬	皮革	紙管
19歲以下	平均數	3.55	4.09	4.27	2.82
	個數	11	11	11	11
	標準差	.522	.539	.786	1.168
20~24歲	平均數	3.31	4.31	3.85	2.38
	個數	13	13	13	13
	標準差	1.032	.480	.689	.768
25~29歲	平均數	3.08	3.69	3.38	2.69
	個數	13	13	13	13
	標準差	.641	1.032	.870	1.032
30~34歲	平均數	3.17	3.67	4.08	3.00
	個數	12	12	12	12
	標準差	.577	.888	.900	.853

35~39歲	平均數	3.37	3.60	3.87	2.97
	個數	30	30	30	30
	標準差	.890	.932	.819	1.129
40~49歲	平均數	3.09	3.78	3.65	2.51
	個數	55	55	55	55
	標準差	.727	.875	.865	1.034
50歲以上	平均數	3.33	3.58	3.67	2.54
	個數	24	24	24	24
	標準差	.565	.881	.868	.977
總和	平均數	3.23	3.77	3.77	2.66
	個數	158	158	158	158
	標準差	.742	.868	.853	1.026

由表4-3顯示，19歲以下的女性消費者對於「皮革」喜好度滿意程度4.27最高，20-24歲的女性消費者對於「金屬」喜好度滿意程度4.31最高，25-29歲的女性消費者對於「金屬」喜好度滿意程度3.69最高，30-34歲的女性消費者對於「皮革」喜好度滿意程度4.08最高，35-39歲的女性消費者對於「皮革」喜好度滿意程度3.87最高，40-49歲的女性消費者對於「金屬」喜好度滿意程度3.78最高，50歲以上的女性消費者對於「皮革」喜好度滿意程度3.67最高。

「唇膏包裝造型」喜好度滿意程度總計之平均數以「金屬」及「皮革」3.77為最高，其餘之選項依序為「ABS」3.23，「紙管」2.66。

依據表 4-3 資料分析，各種不同年齡層的女性消費者在「唇膏包裝材質」喜好度滿意程度表現上對於「金屬」及「皮革」具有較高的評價。

#### 四、不同學歷的受試者對於唇膏包裝造型的滿意度

本研究針對不同學歷之受試者對於唇膏包裝造型喜好度的滿意程度統計結果，如表 4-4 所示。其中大專之女性消費者有 83 人，研究所及以上之女性消費者有 23 人，高中職之女性消費者有 37 人，國中及以下之女性消費者有 15 人，總人數為 158 人。

表 4-4 不同學歷對於唇膏包裝造型滿意度平均數之統計分析

學歷		圓管狀	方管狀	子彈型	筆狀
大專	平均數	3.87	3.58	3.30	2.99

研究所及以上	個數	83	83	83	83
	標準差	.658	.798	.808	.917
	平均數	3.70	3.17	3.09	2.57
高中職	個數	23	23	23	23
	標準差	.703	.717	.900	1.080
	平均數	3.84	3.32	3.27	2.84
國中及以下	個數	37	37	37	37
	標準差	.688	.852	.769	.764
	平均數	3.87	3.40	3.07	2.73
總和	個數	15	15	15	15
	標準差	.640	.828	.884	.799
	平均數	3.84	3.44	3.24	2.87
	個數	158	158	158	158
	標準差	.666	.810	.817	.904

由表4-4顯示，大專的女性消費者對於「圓管狀」喜好度滿意程度3.87最高，研究所及以上的女性消費者對於「圓管狀」喜好度滿意程度3.70最高，高中職的女性消費者對於「圓管狀」喜好度滿意程度3.84最高，國中及以下的女性消費者對於「圓管狀」喜好度滿意程度3.87最高。

「唇膏包裝造型」喜好度滿意程度總計之平均數以「圓管狀」3.84為最高，其餘之選項依序為「方管狀」3.44，「子彈型」3.24，「筆狀」2.87。

依據表 4-4 資料分析，各種不同學歷的女性消費者在「唇膏包裝造型」喜好度滿意程度表現上對於「圓管狀」都具有一致性的高評價。

## 五、不同學歷的受試者對於唇膏包裝顏色的滿意度

本研究針對不同學歷之受試者對於唇膏包裝顏色喜好度滿意程度統計結果，如表 4-5 所示。

表 4-5 不同學歷對於唇膏包裝顏色滿意度平均數之統計分析

學歷		黑色	白色	紅色	金色
大專	平均數	3.73	3.27	3.60	3.80
	個數	15	15	15	15
	標準差	.961	.961	.632	.862

研究所及以上	平均數	3.95	3.59	2.89	4.03
	個數	37	37	37	37
	標準差	.941	1.040	.809	.957
高中職	平均數	3.54	3.40	3.33	4.10
	個數	83	83	83	83
	標準差	.801	.855	.951	.759
國中及以下	平均數	3.70	3.39	3.30	3.91
	個數	23	23	23	23
	標準差	.822	.891	.926	.848
總和	平均數	3.68	3.43	3.25	4.03
	個數	158	158	158	158
	標準差	.862	.913	.908	.829

由表4-5顯示，大專的女性消費者對於「金色」喜好度滿意程度3.80最高，研究所及以上的女性消費者對於「金色」喜好度滿意程度4.03最高，高中職的女性消費者對於「金色」喜好度滿意程度4.10最高，國中及以下的女性消費者對於「金色」喜好度滿意程度3.91最高。

「唇膏包裝顏色」喜好度滿意程度總計之平均數以「金色」4.03為最高，其餘之選項依序為「黑色」3.68，「白色」3.43，「紅色」3.25。

依據表 4-5 資料分析，各種不同學歷的女性消費者在「唇膏包裝顏色」喜好度滿意程度表現上對於「金色」都具有一致性的高評價。

## 六、不同學歷的受試者對於唇膏包裝材質的滿意度

本研究針對不同學歷之受試者對於唇膏包裝材質喜好度滿意程度統計結果，如表 4-6 所示。

表 4-6 不同學歷對於唇膏包裝材質滿意度平均數之統計分析

學歷		ABS	金屬	皮革	紙管
大專	平均數	3.33	3.53	3.60	2.73
	個數	15	15	15	15
	標準差	.617	.990	.910	.961
研究所及以上	平均數	3.14	3.89	3.68	2.46
	個數	37	37	37	37
	標準差	.713	.843	.852	1.169

高中職	平均數	3.30	3.81	3.86	2.77
	個數	83	83	83	83
	標準差	.777	.848	.843	1.016
國中及以下	平均數	3.09	3.57	3.70	2.57
	個數	23	23	23	23
	標準差	.733	.896	.876	.843
總和	平均數	3.23	3.77	3.77	2.66
	個數	158	158	158	158
	標準差	.742	.868	.853	1.026

由表4-6顯示，大專的女性消費者對於「皮革」喜好度滿意程度3.60最高，研究所及以上的女性消費者對於「金屬」喜好度滿意程度3.89最高，高中職的女性消費者對於「皮革」喜好度滿意程度3.86最高，國中及以下的女性消費者對於「皮革」喜好度滿意程度3.70最高。

「唇膏包裝造型」喜好度滿意程度總計之平均數以「金屬」及「皮革」3.77為最高，其餘之選項依序為「ABS」3.23，「紙管」2.66。

依據表 4-6 資料分析，各種不同年齡層的女性消費者在「唇膏包裝材質」喜好度滿意程度表現上對於「金屬」及「皮革」具有較高的評價。

## 七、不同職業的受試者對於唇膏包裝造型的滿意度

本研究針對不同職業之受試者對於唇膏包裝造型喜好度的滿意程度統計結果，如表 4-7 所示。其中公務員之女性消費者有 23 人，軍警之女性消費者有 3 人，家管之女性消費者有 18 人，退休人員之女性消費者有 6 人，教職之女性消費者有 12 人，勞工之女性消費者有 78 人，學生之女性消費者有 18 人，總人數為 158 人。

表 4-7 不同職業對於唇膏包裝造型滿意度平均數之統計分析

職業		圓管狀	方管狀	子彈型	筆狀
公務員	平均數	4.04	3.83	3.43	3.30
	個數	23	23	23	23
	標準差	.706	.778	.896	.876
軍警	平均數	4.33	3.67	3.67	3.00
	個數	3	3	3	3
	標準差	.577	.577	.577	1.000

家管	平均數	3.72	3.56	3.28	2.72
	個數	18	18	18	18
	標準差	.575	.784	.669	.826
退休人員	平均數	3.83	3.17	3.17	2.83
	個數	6	6	6	6
	標準差	.753	.983	.753	.753
教職	平均數	3.83	3.58	3.33	2.67
	個數	12	12	12	12
	標準差	.718	.900	.985	1.073
勞工	平均數	3.78	3.32	3.19	2.83
	個數	78	78	78	78
	標準差	.677	.798	.807	.932
學生	平均數	3.83	3.33	3.06	2.72
	個數	18	18	18	18
	標準差	.618	.767	.873	.752
總和	平均數	3.84	3.44	3.24	2.87
	個數	158	158	158	158
	標準差	.666	.810	.817	.904

由表4-7顯示，公務員的女性消費者對於「圓管狀」喜好度滿意程度4.04最高，軍警的女性消費者對於「圓管狀」喜好度滿意程度4.33最高，家管的女性消費者對於「圓管狀」喜好度滿意程度3.72最高，退休人員的女性消費者對於「圓管狀」喜好度滿意程度3.83最高，教職的女性消費者對於「圓管狀」喜好度滿意程度3.83最高，勞工的女性消費者對於「圓管狀」喜好度滿意程度3.78最高，學生的女性消費者對於「圓管狀」喜好度滿意程度3.83最高。

「唇膏包裝造型」喜好度滿意程度總計之平均數以「圓管狀」3.84為最高，其餘之選項依序為「方管狀」3.44，「子彈型」3.24，「筆狀」2.87。

依據表4-7資料分析，各種不同職業的女性消費者在「唇膏包裝造型」喜好度滿意程度表現上對於「圓管狀」都具有一致性的高評價。

## 八、不同職業的受試者對於唇膏包裝顏色的滿意度

本研究針對不同職業之受試者對於唇膏包裝顏色喜好度滿意程度統計結果，如表4-8所示。

表 4-8 不同職業對於唇膏包裝顏色滿意度平均數之統計分析

職業		黑色	白色	紅色	金色
公務員	平均數	3.52	3.57	3.61	4.30
	個數	23	23	23	23
	標準差	.898	.843	1.158	.635
軍警	平均數	3.00	3.00	3.00	3.33
	個數	3	3	3	3
	標準差	1.000	1.000	1.000	.577
家管	平均數	3.83	3.50	2.89	3.94
	個數	18	18	18	18
	標準差	.786	.857	.832	.802
退休人員	平均數	3.50	3.33	3.67	4.00
	個數	6	6	6	6
	標準差	.837	.816	.816	.632
教職	平均數	3.42	2.92	3.33	4.17
	個數	12	12	12	12
	標準差	.900	.793	.985	.835
勞工	平均數	3.74	3.50	3.13	4.04
	個數	78	78	78	78
	標準差	.859	.964	.858	.889
學生	平均數	3.78	3.33	3.50	3.72
	個數	18	18	18	18
	標準差	.878	.907	.618	.826
總和	平均數	3.68	3.43	3.25	4.03
	個數	158	158	158	158
	標準差	.862	.913	.908	.829

由表 4-8 顯示，公務員的女性消費者對於「金色」喜好度滿意程度 4.30 最高，軍警的女性消費者對於「金色」喜好度滿意程度 3.33 最高，家管的女性消費者對於「金色」喜好度滿意程度 3.94 最高，退休人員的女性消費者對於「金色」喜好度滿意程度 4.00 最高，教職的女性消費者對於「金色」喜好度滿意程度 4.17 最高，勞工的女性消費者對於「金色」喜好度滿意程度 4.04 最高，學生的女性消費者對於「黑色」喜好度滿意程度 3.78 最高。

「唇膏包裝顏色」喜好度滿意程度總計之平均數以「金色」4.03 為最高，其餘之選

項依序為「黑色」3.68，「白色」3.43，「紅色」3.25。

依據表 4-8 資料分析，各種不同職業的女性消費者在「唇膏包裝顏色」喜好度滿意程度表現上對於「金色」具有較的高評價。

## 九、不同職業的受試者對於唇膏包裝材質的滿意度

本研究針對不同職業之受試者對於唇膏包裝材質喜好度滿意程度統計結果，如表 4-9 所示。

表 4-9 不同職業對於唇膏包裝材質滿意度平均數之統計分析

職業		ABS	金屬	皮革	紙管
公務員	平均數	3.39	4.22	4.09	2.57
	個數	23	23	23	23
	標準差	.839	.518	.733	.992
軍警	平均數	3.67	3.33	3.33	3.00
	個數	3	3	3	3
	標準差	.577	1.155	.577	1.000
家管	平均數	3.06	3.72	3.67	2.78
	個數	18	18	18	18
	標準差	.639	.958	.907	.943
退休人員	平均數	3.33	3.50	4.00	2.83
	個數	6	6	6	6
	標準差	.516	1.049	1.095	.983
教職	平均數	3.50	3.42	3.50	3.58
	個數	12	12	12	12
	標準差	1.000	.900	.905	1.165
勞工	平均數	3.15	3.79	3.77	2.50
	個數	78	78	78	78
	標準差	.740	.858	.836	1.016
學生	平均數	3.28	3.50	3.61	2.67
	個數	18	18	18	18
	標準差	.575	.924	.916	.907
總和	平均數	3.23	3.77	3.77	2.66
	個數	158	158	158	158
	標準差	.742	.868	.853	1.026

由表 4-9 顯示，公務員的女性消費者對於「金屬」喜好度滿意程度 4.22 最高，軍

警的女性消費者對於「ABS」喜好度滿意程度 3.67 最高，家管的女性消費者對於「金屬」喜好度滿意程度 3.72 最高，退休人員的女性消費者對於「皮革」喜好度滿意程度 4.00 最高，教職的女性消費者對於「紙管」喜好度滿意程度 3.58 最高，勞工的女性消費者對於「金屬」喜好度滿意程度 3.79 最高，學生的女性消費者對於「皮革」喜好度滿意程度 3.61 最高。

「唇膏包裝造型」喜好度滿意程度總計之平均數以「金屬」及「皮革」3.77 為最高，其餘之選項依序為「ABS」3.23，「紙管」2.66。

依據表 4-9 資料分析，各種不同職業的女性消費者在「唇膏包裝材質」喜好度滿意程度表現上對於「金屬」及「皮革」具有較高的評價。

## 十、不同平均月收入的受試者對於唇膏包裝造型的滿意度

本研究針對不同平均月收入之受試者對於唇膏包裝造型喜好度的滿意程度統計結果，如表 4-10 所示。其中 20,000 以下之消費者有 31 人，20,001~40,000 之消費者有 77 人，40,001~60,000 之消費者有 33 人，60,001~80,000 之消費者有 8 人，80,000 以上之消費者有 9 人，總人數為 158 人。

表 4-10 不同平均月收入對於唇膏包裝造型滿意度平均數之統計分析

平均月收入		圓管狀	方管狀	子彈型	筆狀
20,000 以下	平均數	4.03	3.74	3.39	3.16
	個數	31	31	31	31
	標準差	.657	.729	.844	.898
20,001~40,000	平均數	3.77	3.38	3.22	2.78
	個數	77	77	77	77
	標準差	.667	.795	.821	.968
40,001~60,000	平均數	3.79	3.36	3.27	2.88
	個數	33	33	33	33
	標準差	.696	.895	.761	.781
60,001~80,000	平均數	4.00	3.25	3.00	2.63
	個數	8	8	8	8
	標準差	.535	.886	.756	.518
80,000 以上	平均數	3.78	3.44	3.00	2.78

總和	個數	9	9	9	9
	標準差	.667	.726	1.000	.972
	平均數	3.84	3.44	3.24	2.87
	個數	158	158	158	158
	標準差	.666	.810	.817	.904

由表4-10顯示，平均月收入20,000 以下的女性消費者對於「圓管狀」喜好度滿意程度4.03最高，平均月收入20,001~40,000的女性消費者對於「圓管狀」喜好度滿意程度3.77最高，平均月收入40,001~ 60,000的女性消費者對於「圓管狀」喜好度滿意程度3.79最高，平均月收入60,001~80,000的女性消費者對於「圓管狀」喜好度滿意程度4.00最高，平均月收入80,000 以上的女性消費者對於「圓管狀」喜好度滿意程度3.78最高。

「唇膏包裝造型」喜好度滿意程度總計之平均數以「圓管狀」3.84為最高，其餘之選項依序為「方管狀」3.44，「子彈型」3.24，「筆狀」2.87。

依據表 4-10 資料分析，各種不同平均月收入的女性消費者在「唇膏包裝造型」喜好度滿意程度表現上對於「圓管狀」都具有一致性的高評價。

## 十一、不同平均月收入的受試者對於唇膏包裝顏色的滿意度

本研究針對不同平均月收入之受試者對於唇膏包裝顏色喜好度的滿意程度統計結果，如表 4-11 所示。

表 4-11 不同平均月收入對於唇膏包裝顏色滿意度平均數之統計分析

平均月收入		黑色	白色	紅色	金色
20,000 以下	平均數	3.45	3.48	3.35	4.16
	個數	31	31	31	31
	標準差	.888	.890	1.142	.688
20,001~40,000	平均數	3.64	3.39	3.30	4.03
	個數	77	77	77	77
	標準差	.776	.861	.844	.811
40,001~ 60,000	平均數	3.94	3.55	2.88	4.06
	個數	33	33	33	33
	標準差	.966	1.063	.857	.966
60,001~80,000	平均數	4.00	3.38	3.25	3.38
	個數	8	8	8	8

	標準差	.926	1.061	.463	.916
80,000 以上	平均數	3.56	3.22	3.78	4.00
	個數	9	9	9	9
	標準差	.882	.833	.667	.707
總和	平均數	3.68	3.43	3.25	4.03
	個數	158	158	158	158
	標準差	.862	.913	.908	.829

由表 4-11 顯示，平均月收入 20,000 以下的女性消費者對於「金色」喜好度滿意程度 4.16 最高，平均月收入 20,001~40,000 的女性消費者對於「金色」喜好度滿意程度 4.03 最高，平均月收入 40,001~60,000 的女性消費者對於「金色」喜好度滿意程度 4.06 最高，平均月收入 60,001~80,000 的女性消費者對於「黑色」喜好度滿意程度 4.00 最高，平均月收入 80,000 以上的女性消費者對於「金色」喜好度滿意程度 4.00 最高。

「唇膏包裝顏色」喜好度滿意程度總計之平均數以「金色」4.03 為最高，其餘之選項依序為「黑色」3.68，「白色」3.43，「紅色」3.25。

依據表 4-11 資料分析，各種不同職業的女性消費者在「唇膏包裝顏色」喜好度滿意程度表現上對於「金色」具有較的高評價。

## 十二、不同平均月收入的受試者對於唇膏包裝材質的滿意度

本研究針對不同平均月收入之受試者對於唇膏包裝材質喜好度的滿意程度統計結果，如表 4-12 所示。

表 4-12 不同平均月收入對於唇膏包裝材質滿意度平均數之統計分析

平均月收入		ABS	金屬	皮革	紙管
20,000 以下	平均數	3.29	4.03	3.90	2.55
	個數	31	31	31	31
	標準差	.824	.752	.790	.925
20,001~40,000	平均數	3.22	3.65	3.79	2.78
	個數	77	77	77	77
	標準差	.754	.870	.879	1.008
40,001~60,000	平均數	3.18	3.91	3.64	2.52
	個數	33	33	33	33

	標準差	.727	.879	.822	1.202
60,001~80,000	平均數	3.38	3.50	3.63	2.50
	個數	8	8	8	8
	標準差	.518	.926	1.061	1.069
80,000 以上	平均數	3.22	3.56	3.67	2.78
	個數	9	9	9	9
	標準差	.667	1.014	.866	.833
總和	平均數	3.23	3.77	3.77	2.66
	個數	158	158	158	158
	標準差	.742	.868	.853	1.026

由表 4-12 顯示，平均月收入 20,000 以下的女性消費者對於「金屬」喜好度滿意程度 4.03 最高，平均月收入 20,001~40,000 的女性消費者對於「皮革」喜好度滿意程度 3.79 最高，平均月收入 40,001~60,000 的女性消費者對於「金屬」喜好度滿意程度 3.91 最高，平均月收入 60,001~80,000 的女性消費者對於「皮革」喜好度滿意程度 3.63 最高，平均月收入 80,000 以上的女性消費者對於「皮革」喜好度滿意程度 3.67 最高。

「唇膏包裝造型」喜好度滿意程度總計之平均數以「金屬」及「皮革」3.77 為最高，其餘之選項依序為「ABS」3.23，「紙管」2.66。

依據表 4-12 資料分析，各種不同職業的女性消費者在「唇膏包裝材質」喜好度滿意程度表現上對於「金屬」及「皮革」具有較高的評價。

#### 第四節 差異性的統計分析

本節依據研究目的將消費者區分成年齡、學歷、職業及月收入等為四類的自變項，針對影響消費者選購唇膏之因素之「包裝款式」、「包裝顏色」、「包裝材質」等三類應變項的喜好程度進行差異性的分析。

##### 研究假設一、不同年齡之受試者對於唇膏包裝款式喜好度無差異性

本研究針對不同年齡之受試者對於唇膏包裝款式之喜好度差異性統計分析結果，如表 4-13 所示。

表 4-13 不同年齡之受試者對於唇膏包裝款式之喜好度差異性統計分析

			平方和	自由度	均方	F	顯著性
圓管狀 * 年齡	群組之間	(結合)	2.697	6	.450	1.013	.419
	在群組內		67.024	151	.444		
	總計		69.722	157			
方管狀 * 年齡	群組之間	(結合)	8.359	6	1.393	2.223	.044
	在群組內		94.629	151	.627		
	總計		102.987	157			
子彈型 * 年齡	群組之間	(結合)	3.870	6	.645	.964	.451
	在群組內		100.991	151	.669		
	總計		104.861	157			
筆狀 * 年齡	群組之間	(結合)	5.998	6	1.000	1.235	.291
	在群組內		122.211	151	.809		
	總計		128.209	157			

由表4-13顯示，不同年齡之受試者對於唇膏包裝款式之喜好度統計分析結果，其中「方管狀」的顯著性 $P.044 < 0.05$ 表示組間有顯著的差異。

另外不同年齡之受試者對於唇膏包裝款式之喜好度統計分析中，「圓管狀」、「子彈型」及「筆狀」的顯著性 $P. > 0.05$ 表示組間沒有顯著的差異。

由此可證，此研究假設無法成立，不同年齡之受試者對於唇膏包裝款式之喜好度在各組之間有所差異。

## 研究假設二、不同學歷之受試者對於唇膏包裝款式喜好度無差異性

本研究針對不同學歷之受試者對於唇膏包裝款式之喜好度差異性統計分析結果，如表 4-14 所示。

表 4-14 不同學歷之受試者對於唇膏包裝款式之喜好度差異性統計分析

			平方和	自由度	均方	F	顯著性
圓管狀 * 學歷	群組之間	(結合)	.549	3	.183	.408	.748
	在群組內		69.172	154	.449		
	總計		69.722	157			
方管狀 * 學歷	群組之間	(結合)	3.734	3	1.245	1.931	.127
	在群組內		99.253	154	.645		
	總計		102.987	157			

子彈型 * 學歷	群組之間	(結合)	1.334	3	.445	.662	.577
	在群組內		103.527	154	.672		
	總計		104.861	157			
筆狀 * 學歷	群組之間	(結合)	3.608	3	1.203	1.487	.220
	在群組內		124.600	154	.809		
	總計		128.209	157			

由表4-14顯示，不同學歷之受試者對於唇膏包裝款式之喜好度統計分析結果。其中「方管狀」、「圓管狀」、「子彈型」及「筆狀」的顯著性 $P. > 0.05$ 表示組間沒有顯著的差異。

由此可證，此研究假設成立，不同學歷之受試者對於唇膏包裝款式之喜好度在各組之間無差異性。

### 研究假設三、不同職業之受試者對於唇膏包裝款式喜好度無差異性

本研究針對不同職業之受試者對於唇膏包裝款式之喜好度差異性統計分析結果，如表 4-15 所示。

表 4-15 不同職業之受試者對於唇膏包裝款式之喜好度差異性統計分析

			平方和	自由度	均方	F	顯著性
圓管狀 * 職業	群組之間	(結合)	2.192	6	.365	.817	.558
	在群組內		67.529	151	.447		
	總計		69.722	157			
方管狀 * 職業	群組之間	(結合)	5.835	6	.972	1.511	.178
	在群組內		97.153	151	.643		
	總計		102.987	157			
子彈型 * 職業	群組之間	(結合)	2.371	6	.395	.582	.744
	在群組內		102.490	151	.679		
	總計		104.861	157			
筆狀 * 職業	群組之間	(結合)	5.784	6	.964	1.189	.315
	在群組內		122.425	151	.811		
	總計		128.209	157			

由表4-15顯示，不同職業之受試者對於唇膏包裝款式之喜好度統計分析結果。其中「方管狀」、「圓管狀」、「子彈型」及「筆狀」的顯著性 $P. > 0.05$ 表示組間沒有顯著

的差異。

由此可證，此研究假設成立，不同學歷之受試者對於唇膏包裝款式之喜好度在各組之間無差異性。

#### 研究假設四、不同平均月收入之受試者對於唇膏包裝款式喜好度無差異性

本研究針對不同平均月收入之受試者對於唇膏包裝款式之喜好度差異性統計分析結果，如表 4-16 所示。

表 4-16 不同平均月收入之受試者對於唇膏包裝款式之喜好度差異性統計分析

			平方和	自由度	均方	F	顯著性
圓管狀 * 平均月收入	群組之間	(結合)	1.891	4	.473	1.066	.375
	在群組內		67.831	153	.443		
	總計		69.722	157			
方管狀 * 平均月收入	群組之間	(結合)	3.615	4	.904	1.392	.239
	在群組內		99.372	153	.649		
	總計		102.987	157			
子彈型 * 平均月收入	群組之間	(結合)	1.714	4	.428	.635	.638
	在群組內		103.147	153	.674		
	總計		104.861	157			
筆狀 * 平均月收入	群組之間	(結合)	3.823	4	.956	1.176	.324
	在群組內		124.386	153	.813		
	總計		128.209	157			

由表4-16顯示，不同平均月收入之受試者對於唇膏包裝款式之喜好度統計分析結果。其中「方管狀」、「圓管狀」、「子彈型」及「筆狀」的顯著性 $P. > 0.05$ 表示組間沒有顯著的差異。

由此可證，此研究假設成立，不同平均月收入之受試者對於唇膏包裝款式之喜好度在各組之間無差異性。

#### 研究假設五、不同年齡之受試者對於唇膏包裝顏色喜好度無差異性

本研究針對不同年齡之受試者對於唇膏包裝顏色之喜好度差異性統計分析結果，如表 4-17 所示。

表 4-17 不同年齡之受試者對於唇膏包裝顏色之喜好度差異性統計分析

			平方和	自由度	均方	F	顯著性
黑色 * 年齡	群組之間	(結合)	5.842	6	.974	1.328	.248
	在群組內		110.696	151	.733		
	總計		116.538	157			
白色 * 年齡	群組之間	(結合)	2.895	6	.482	.570	.754
	在群組內		127.839	151	.847		
	總計		130.734	157			
紅色 * 年齡	群組之間	(結合)	11.237	6	1.873	2.394	.031
	在群組內		118.137	151	.782		
	總計		129.373	157			
金色 * 年齡	群組之間	(結合)	5.803	6	.967	1.430	.207
	在群組內		102.096	151	.676		
	總計		107.899	157			

由表4-17顯示，不同年齡之受試者對於唇膏包裝顏色之喜好度統計分析結果。其中「黑色」、「白色」、「紅色」及「金色」的顯著性 $P > 0.05$ 表示組間沒有顯著的差異。

由此可證，此研究假設成立，不同年齡之受試者對於唇膏包裝顏色之喜好度在各組之間無差異性。

#### 研究假設六、不同學歷之受試者對於唇膏包裝顏色喜好度無差異性

本研究針對不同學歷之受試者對於唇膏包裝顏色之喜好度差異性統計分析結果，如表 4-18 所示。

表 4-18 不同學歷之受試者對於唇膏包裝顏色之喜好度差異性統計分析

			平方和	自由度	均方	F	顯著性
黑色 * 學歷	群組之間	(結合)	4.241	3	1.414	1.939	.126
	在群組內		112.297	154	.729		
	總計		116.538	157			
白色 * 學歷	群組之間	(結合)	1.524	3	.508	.606	.612
	在群組內		129.210	154	.839		
	總計		130.734	157			
紅色 * 學歷	群組之間	(結合)	7.119	3	2.373	2.989	.033
	在群組內		122.254	154	.794		

總計		129.373	157			
金色 * 學歷	群組之間 (結合)	1.471	3	.490	.709	.548
	在群組內	106.428	154	.691		
	總計	107.899	157			

由表4-18顯示，不同學歷之受試者對於唇膏包裝顏色之喜好度統計分析結果。其中「紅色」的顯著性 $P.033 < 0.05$ 表示組間有顯著的差異。

另外不同學歷之受試者對於唇膏包裝顏色之喜好度統計分析中，「黑色」、「白色」及「金色」的顯著性 $P. > 0.05$ 表示組間沒有顯著的差異。

由此可證，此研究假設無法成立，不同學歷之受試者對於唇膏包裝顏色之喜好度在各組之間有所差異。

### 研究假設七、不同職業之受試者對於唇膏包裝顏色喜好度無差異性

本研究針對不同職業之受試者對於唇膏包裝顏色之喜好度差異性統計分析結果，如表 4-19 所示。

表 4-19 不同職業之受試者對於唇膏包裝顏色之喜好度差異性統計分析

		平方和	自由度	均方	F	顯著性
黑色 * 職業	群組之間 (結合)	3.899	6	.650	.871	.518
	在群組內	112.639	151	.746		
	總計	116.538	157			
白色 * 職業	群組之間 (結合)	4.832	6	.805	.966	.450
	在群組內	125.902	151	.834		
	總計	130.734	157			
紅色 * 職業	群組之間 (結合)	8.899	6	1.483	1.859	.091
	在群組內	120.474	151	.798		
	總計	129.373	157			
金色 * 職業	群組之間 (結合)	5.256	6	.876	1.289	.266
	在群組內	102.643	151	.680		
	總計	107.899	157			

由表4-19顯示，不同職業之受試者對於唇膏包裝顏色之喜好度統計分析結果。其中「黑色」、「白色」、「紅色」及「金色」的顯著性 $P. > 0.05$ 表示組間沒有顯著的差異。

由此可證，此研究假設成立，不同職業之受試者對於唇膏包裝顏色之喜好度在各組之間無差異性。

### 研究假設八、不同平均月收入之受試者對於唇膏包裝顏色喜好度無差異性

本研究針對不同平均月收入之受試者對於唇膏包裝顏色之喜好度差異性統計分析結果，如表 4-20 所示。

表 4-20 不同平均月收入之受試者對於唇膏包裝顏色之喜好度差異性統計分析

			平方和	自由度	均方	F	顯著性
黑色 * 平均月收入	群組之間	(結合)	4.941	4	1.235	1.694	.154
	在群組內		111.597	153	.729		
	總計		116.538	157			
白色 * 平均月收入	群組之間	(結合)	1.068	4	.267	.315	.868
	在群組內		129.666	153	.847		
	總計		130.734	157			
紅色 * 平均月收入	群組之間	(結合)	7.576	4	1.894	2.379	.054
	在群組內		121.797	153	.796		
	總計		129.373	157			
金色 * 平均月收入	群組之間	(結合)	4.003	4	1.001	1.474	.213
	在群組內		103.895	153	.679		
	總計		107.899	157			

由表4-20顯示，不同平均月收入之受試者對於唇膏包裝顏色之喜好度統計分析結果。其中「黑色」、「白色」、「紅色」及「金色」的顯著性 $P. > 0.05$ 表示組間沒有顯著的差異。

由此可證，此研究假設成立，不同平均月收入之受試者對於唇膏包裝顏色之喜好度在各組之間無差異性。

### 研究假設九、不同年齡之受試者對於唇膏包裝材質喜好度無差異性

本研究針對不同年齡之受試者對於唇膏包裝材質之喜好度差異性統計分析結果，如表 4-21 所示。

表 4-21 不同年齡之受試者對於唇膏包裝材質之喜好度差異性統計分析

			平方和	自由度	均方	F	顯著性
ABS * 年齡	群組之間	(結合)	3.404	6	.567	1.033	.406
	在群組內		82.932	151	.549		
	總計		86.335	157			
金屬 * 年齡	群組之間	(結合)	6.806	6	1.134	1.536	.170
	在群組內		111.529	151	.739		
	總計		118.335	157			
皮革 * 年齡	群組之間	(結合)	7.231	6	1.205	1.699	.125
	在群組內		107.104	151	.709		
	總計		114.335	157			
紙管 * 年齡	群組之間	(結合)	7.069	6	1.178	1.125	.351
	在群組內		158.153	151	1.047		
	總計		165.222	157			

由表4-21顯示，不同年齡之受試者對於唇膏包裝材質之喜好度統計分析結果。其中「ABS」、「金屬」、「皮革」及「紙管」的顯著性 $P > 0.05$ 表示組間沒有顯著的差異。

由此可證，此研究假設成立，不同年齡之受試者對於唇膏包裝材質之喜好度在各組之間無差異性。

#### 研究假設十、不同學歷之受試者對於唇膏包裝材質喜好度無差異性

本研究針對不同學歷之受試者對於唇膏包裝材質之喜好度差異性統計分析結果，如表 4-22 所示。

表 4-22 不同學歷之受試者對於唇膏包裝材質之喜好度差異性統計分析

			平方和	自由度	均方	F	顯著性
ABS * 學歷	群組之間	(結合)	1.382	3	.461	.835	.477
	在群組內		84.954	154	.552		
	總計		86.335	157			
金屬 * 學歷	群組之間	(結合)	2.467	3	.822	1.093	.354
	在群組內		115.869	154	.752		
	總計		118.335	157			
皮革 * 學歷	群組之間	(結合)	1.493	3	.498	.679	.566
	在群組內		112.843	154	.733		

	總計	114.335	157			
紙管 * 學歷	群組之間 (結合)	2.796	3	.932	.884	.451
	在群組內	162.425	154	1.055		
	總計	165.222	157			

由表4-22顯示，不同學歷之受試者對於唇膏包裝材質之喜好度統計分析結果。其中「ABS」、「金屬」、「皮革」及「紙管」的顯著性 $P. > 0.05$ 表示組間沒有顯著的差異。

由此可證，此研究假設成立，不同學歷之受試者對於唇膏包裝材質之喜好度在各組之間無差異性。

### 研究假設十一、不同職業之受試者對於唇膏包裝材質喜好度無差異性

本研究針對不同職業之受試者對於唇膏包裝材質之喜好度差異性統計分析結果，如表 4-23 所示。

表 4-23 不同職業之受試者對於唇膏包裝材質之喜好度差異性統計分析

		平方和	自由度	均方	F	顯著性
ABS * 職業	群組之間 (結合)	3.148	6	.525	.952	.460
	在群組內	83.188	151	.551		
	總計	86.335	157			
金屬 * 職業	群組之間 (結合)	8.510	6	1.418	1.950	.076
	在群組內	109.825	151	.727		
	總計	118.335	157			
皮革 * 職業	群組之間 (結合)	4.719	6	.786	1.083	.375
	在群組內	109.617	151	.726		
	總計	114.335	157			
紙管 * 職業	群組之間 (結合)	13.208	6	2.201	2.187	.047
	在群組內	152.013	151	1.007		
	總計	165.222	157			

由表4-23顯示，不同學歷之受試者對於唇膏包裝材質之喜好度統計分析結果。其中「紙管」的顯著性 $P. 047 < 0.05$ 表示組間有顯著的差異。

另外不同學歷之受試者對於唇膏包裝材質之喜好度統計分析中，「ABS」、「金屬」及「皮革」的顯著性 $P. > 0.05$ 表示組間沒有顯著的差異。

由此可證，此研究假設無法成立，不同學歷之受試者對於唇膏包裝材質之喜好度在各組之間有所差異。

## 研究假設十二、不同平均月收入之受試者對於唇膏包裝材質喜好度無差異性

本研究針對不同平均月收入之受試者對於唇膏包裝材質之喜好度差異性統計分析結果，如表 4-24 所示。

表 4-24 不同平均月收入之受試者對於唇膏包裝材質之喜好度差異性統計分析

			平方和	自由度	均方	F	顯著性
ABS * 平均月收入	群組之間	(結合)	.362	4	.090	.161	.958
	在群組內		85.973	153	.562		
	總計		86.335	157			
金屬 * 平均月收入	群組之間	(結合)	4.886	4	1.221	1.647	.165
	在群組內		113.450	153	.742		
	總計		118.335	157			
皮革 * 平均月收入	群組之間	(結合)	1.439	4	.360	.488	.745
	在群組內		112.896	153	.738		
	總計		114.335	157			
紙管 * 平均月收入	群組之間	(結合)	2.499	4	.625	.588	.672
	在群組內		162.722	153	1.064		
	總計		165.222	157			

由表4-24顯示，不同平均月收入之受試者對於唇膏包裝材質之喜好度統計分析結果。其中「ABS」、「金屬」、「皮革」及「紙管」的顯著性 $P. > 0.05$ 表示組間沒有顯著的差異。

由此可證，此研究假設成立，不同平均月收入之受試者對於唇膏包裝材質之喜好度在各組之間無差異性。

## 第五節 相關性的統計分析

本節將依據影響消費者選購唇膏因素之「包裝款式」、「包裝顏色」、「包裝材質」等三類應變項的相關性進行分析。

### 研究假設十三、受試者對於唇膏包裝款式喜好度無相關性

本研究針對受試者對於唇膏包裝款式喜好度的相關性統計分析結果，如表 4-25 所示。

表 4-25 受試者對於唇膏包裝款式喜好度相關性分析

		圓管狀	方管狀	子彈型	筆狀
圓管狀	皮爾森 (Pearson) 相關性	1	.089	.202 <sup>*</sup>	-.100
	顯著性 (雙尾)		.268	.011	.211
	N	158	158	158	158
方管狀	皮爾森 (Pearson) 相關性	.089	1	.184 <sup>*</sup>	.107
	顯著性 (雙尾)	.268		.020	.181
	N	158	158	158	158
子彈型	皮爾森 (Pearson) 相關性	.202 <sup>*</sup>	.184 <sup>*</sup>	1	.069
	顯著性 (雙尾)	.011	.020		.386
	N	158	158	158	158
筆狀	皮爾森 (Pearson) 相關性	-.100	.107	.069	1
	顯著性 (雙尾)	.211	.181	.386	
	N	158	158	158	158

\*. 相關性在 0.05 層級上顯著 (雙尾)。

由表 4-25 顯示，各項唇膏包裝款式喜好度相關程度如下：

- 一、「圓管狀」的唇膏包裝與「子彈型」的唇膏包裝相關性在\*\*0.05 層級上顯著。這表示喜好「圓管狀」的消費者對於「子彈型」也呈現一樣的喜好水準。
- 二、「方管狀」的唇膏包裝與「子彈型」的唇膏包裝相關性在\*\*0.05 層級上顯著。這表示喜好「方管狀」的消費者對於「子彈型」也呈現一樣的喜好水準。
- 三、「子彈型」的唇膏包裝與「圓管狀」及「方管狀」的唇膏包裝相關性在\*\*0.05 層級上顯著。這表示喜好「子彈型」的消費者對於「圓管狀」及「方管狀」也呈現一樣的喜好水準。

由此可證，此研究假設成立，受試者對於唇膏包裝款式喜好度經統計結果，只有部分組別呈現顯著相關，但是就整體考驗而言是沒有相關性的。

#### 研究假設十四、受試者對於唇膏包裝顏色喜好度無相關性

本研究針對受試者對於唇膏包裝顏色喜好度的相關性統計分析結果，如表 4-26 所示。

表 4-26 受試者對於唇膏包裝顏色喜好度相關性分析

		黑色	白色	紅色	金色
黑色	皮爾森 (Pearson) 相關性	1	.405**	.021	.315**
	顯著性 (雙尾)		.000	.793	.000
	N	158	158	158	158
白色	皮爾森 (Pearson) 相關性	.405**	1	.079	.364**
	顯著性 (雙尾)	.000		.327	.000
	N	158	158	158	158
紅色	皮爾森 (Pearson) 相關性	.021	.079	1	.279**
	顯著性 (雙尾)	.793	.327		.000
	N	158	158	158	158
金色	皮爾森 (Pearson) 相關性	.315**	.364**	.279**	1
	顯著性 (雙尾)	.000	.000	.000	
	N	158	158	158	158

\*\* . 相關性在 0.01 層級上顯著 (雙尾)。

由表 4-26 顯示，各項唇膏包裝顏色喜好度相關程度如下：

- 一、「黑色」的唇膏包裝與「白色」及「金色」的唇膏包裝相關性在\*\*0.01 層級上顯著。這表示喜好「黑色」的消費者對於「白色」及「金色」也呈現一樣的喜好水準。
- 二、「白色」的唇膏包裝與「黑色」及「金色」的唇膏包裝相關性在\*\*0.01 層級上顯著。這表示喜好「白色」的消費者對於「黑色」及「金色」也呈現一樣的喜好水準。
- 三、「紅色」的唇膏包裝與「金色」的唇膏包裝相關性在\*\*0.01 層級上顯著。這表示喜好「紅色」的消費者對於「金色」也呈現一樣的喜好水準。
- 四、「金色」的唇膏包裝與「黑色」、「白色」及「紅色」的唇膏包裝相關性在\*\*0.01

層級上顯著。這表示喜好「金色」的消費者對於「黑色」、「白色」及「紅色」也呈現一樣的喜好水準。

由此可證，此研究假設成立，受試者對於唇膏包裝款式喜好度經統計結果，只有部分組別呈現顯著相關，但是就整體考驗而言是沒有相關性的。

### 研究假設十五、受試者對於唇膏包裝材質喜好度無相關性

本研究針對受試者對於唇膏包裝材質喜好度的相關性統計分析結果，如表 4-27 所示。

表 4-27 受試者對於唇膏包裝材質喜好度相關性分析

		ABS	金屬	皮革	紙管
ABS	皮爾森 (Pearson) 相關性	1	.145	-.013	.154
	顯著性 (雙尾)		.069	.867	.053
	N	158	158	158	158
金屬	皮爾森 (Pearson) 相關性	.145	1	.312**	-.024
	顯著性 (雙尾)	.069		.000	.761
	N	158	158	158	158
皮革	皮爾森 (Pearson) 相關性	-.013	.312**	1	.128
	顯著性 (雙尾)	.867	.000		.109
	N	158	158	158	158
紙管	皮爾森 (Pearson) 相關性	.154	-.024	.128	1
	顯著性 (雙尾)	.053	.761	.109	
	N	158	158	158	158

\*\* . 相關性在 0.01 層級上顯著 (雙尾)。

由表 4-27 顯示，各項唇膏包裝顏色喜好度相關程度如下：

- 一、「金屬」的唇膏包裝與「皮革」的唇膏包裝相關性在\*\*0.01 層級上顯著。這表示喜好「金屬」的消費者對於「皮革」也呈現一樣的喜好水準。
- 二、「皮革」的唇膏包裝與「金屬」的唇膏包裝相關性在\*\*0.01 層級上顯著。這表示喜好「皮革」的消費者對於「金屬」也呈現一樣的喜好水準。

由此可證，此研究假設成立，受試者對於唇膏包裝款式喜好度經統計結果，只有部分組別呈現顯著相關，但是就整體考驗而言是沒有相關性的。

## 第五章 結論與建議

本章主要依據統計分析結果歸納出結論，並根據結論提出客觀的建議，提供相關機構及後續研究者進行相關研究的參考。對唇膏包裝設計、製造、銷售等產業在設計唇膏包裝的過程，提供作為包裝策略規劃的參考。

### 第一節 研究結論

本研究主要目的在探討市售唇膏之現況，並以問卷的方式調查消費者，研究消費者對於唇膏包裝的「造型」、「顏色」及「材質」的喜好度。根據文獻探討及統計分析結果，相關結論如下：

#### 一、不同背景消費者對於唇膏包裝「造型」、「顏色」、「材質」之喜好程度

- (一) 不同背景的消費者對於唇膏包裝「造型」喜好度的滿意程度中對於「圓管狀」有一致性很高的評價。
- (二) 不同背景的消費者對於唇膏包裝「顏色」喜好度的滿意程度有少許不同的看法，但是對「金色」及「黑色」具有較高的評價。
- (三) 不同背景的消費者對於唇膏包裝「材質」喜好度的滿意程度有少許不同的看法，但是對「金屬」及「皮革」具有較高的評價。

#### 二、不同背景消費者對於唇膏包裝「造型」、「顏色」、「材質」之喜好度的差異性

- (一) 不同年齡之消費者對於唇膏包裝「造型」、「顏色」、「材質」之喜好度經統計分析結果，達到顯著差異的有 1 組，沒有差異性的有 2 組，代表不同年齡之消費者對於唇膏包裝「造型」、「顏色」、「材質」之喜好度無差異性存在。
- (二) 不同學歷之消費者對於唇膏包裝「造型」、「顏色」、「材質」之喜好度經統計分析結果，達到顯著差異的有 1 組，沒有差異性的有 2 組，代表不同學歷之消費

者對於唇膏包裝「造型」、「顏色」、「材質」之喜好度無差異性存在。

(三) 不同職業之消費者對於唇膏包裝「造型」、「顏色」、「材質」之喜好度經統計分析結果，達到顯著差異的有 1 組，沒有差異性的有 2 組，代表不同職業之消費者對於唇膏包裝「造型」、「顏色」、「材質」之喜好度無差異性存在。

(四) 不同平均月收入之消費者對於唇膏包裝「造型」、「顏色」、「材質」之喜好度經統計分析結果，達到顯著差異的有 0 組，沒有差異性的有 3 組，代表不同平均月收入之消費者對於唇膏包裝「造型」、「顏色」、「材質」之喜好度無差異性存在。

### 三、不同背景消費者對於唇膏包裝「造型」、「顏色」、「材質」之喜好度的相關性

(一) 不同背景之消費者對於唇膏包裝「造型」之喜好度的相關性，經統計分析結果，達到顯著相關的有 4 組，沒有相關性的有 8 組，沒相關性比例的比例偏高。

(二) 不同背景之消費者對於唇膏包裝「顏色」之喜好度的相關性，經統計分析結果，達到顯著相關的有 8 組，沒有相關性的有 4 組，有顯著相關性的比例偏高。

(三) 不同背景之消費者對於唇膏包裝「材質」之喜好度的相關性，經統計分析結果，達到顯著相關的有 2 組，沒有相關性的有 10 組，沒相關性的比例偏高。

## 第二節 研究建議

### 一、研究變項與對象方面

本研究因受限於人力、物力、時間與經費等因素，進行唇膏包裝設計影響消費者購買意願之問卷調查的研究變項只有界定在「造型」、「顏色」及「材質」，建議未來研究者可增加其他因素作為研究變項，研究將更有深度。另外本研究之樣本數只針對台灣地區的女性消費者，如果能擴大取樣範圍將可以提高樣本數及信度，可讓研究結果更具代表性。

### 二、唇膏包裝設計業方面

根據研究結論得之，消費者對於「圓管狀」的唇膏包裝款式、「金色」及「黑色」的唇膏包裝顏色及「金屬」及「皮革」的唇膏包裝材質具有較高評價。建議設計業者未來可朝這一些方向調整，吻合消費者的需求，設計的產品將可獲得更多消費者的青睞。

## 參考文獻

### 中文書籍

1. John Emsley (2006)。口紅、鑽石、威而鋼—商品背後的科學。商周出版。台北市。
2. 艾冰 (2017)。美人裝扮。黃山國際。台北市。
3. 羅冬陽 (1994)。商業包裝設計。檸檬黃文化事業。台北市。
4. 林振陽 (1993)。造型原理二。三民書局。台北市。
5. 林崇宏 (1998)。設計原理:基本造形理念與創意思考的探索。權華科技圖書股份有限公司。台北市。
6. 呂清夫 (2006)。造形原理。雄獅圖書股份有限公司。台北市。
7. 黃啟三 (2001)。新產品設計。全華科技圖書。新北市。
8. 許杏蓉 (2003)。現代商業包裝學-理論、觀念、實務。視傳文化。台北市。
9. 潘東坡 (2009)。包裝設計與基本結構。相對論出版社。台北縣。
10. Nikkei Design (2013)。商品包裝設計教科書。博碩文化股份有限公司。新北市。
11. 楊欣怡 (譯)。Marianne R. Klimchuk、Sandra A. Krasovec 著 (2011)。包裝設計：從概念到銷售造就成功品牌 (Packaging design: successful product branding from concept to shelf)。五南。台北市
12. 鄧成連 (1992)。現代商品包裝設計。新形象出版。台北縣。
13. 王炳南 (1994)。商業包裝設計。藝風堂。台北市。
14. 林書堯 (1991)。色彩認識論。三民書局。台北市。
15. 小林重順 (2006)。在色彩心理探析。人民美術出版社。北京。
16. Philip Kotler (2000)。科特勒談行銷:如何創造、贏取並主宰市場。遠流出版社。台北。
17. 周建亨 (2009)。消費者行為。中華電視股份有限公司。台北。
18. 邱皓政 (2011)。量化研究與統計分析。五南出版社。台北。

## 中文論文

1. 洪于甯 (2012)。女性保養品購買意願影響因素之研究-百貨公司週年慶促銷方案偏好之調節效果，國立台北大學企業管理學系碩士論文，未出版，台北市。
2. 李鳳寧 (2009)。探討產品設計觀點對消費者購買意願與滿意度之研究，南華大學企業管理系管理科學碩士論文，未出版，嘉義縣。
3. 徐千惠 (2012)。口紅色彩意象調查研究，大葉大學設計暨藝術學院碩士論文，未出版，彰化縣。
4. 許桂禎 (2018)。開架式唇膏外殼設計對消費者購買慾望之影響，嶺東科技大學創意產品設計系碩士論文，未出版，台中市。
5. 朱如幸 (2003)。地方特產包裝設計對品牌形象之影響，銘傳大學設計管理研究所碩士論文，未出版，台北市。
6. 陳振甫 (2000)。包裝研究論文集，第五屆全國設計學術研究成果暨實務講座研討會，彰化縣。
7. 陳俊宏 (1998)。國人色彩嗜好調查研究所 1996 與 1997 之調查結果與分析，雲林科技大學碩士論文，未出版，雲林縣。
8. 陳淑惠 (2004)。產品包裝對消費者認知價值影響之研究-以餅乾包裝為例，國立高雄第一科技大學行銷與流通學系碩士論文，未出版，高雄市。
9. 楊宙航 (2002)。產品品牌造型風格之識別研究-以行動電話為例，銘傳大學設計管理研究所碩士論文，未出版，台北市。
10. 鄒永成 (2002)。消費者對飲料包裝設計之偏好研究：以台北市青少年為例之研究，中國文化大學造紙印刷研究所碩士論文，未出版，台北市。
11. 李俊賢 (2011)。百貨公司櫥窗照明設計之色彩意象研究，國立台中技術學院碩士論文，未出版，台中市。

## 網路文獻

1. 經濟日報知識庫 (2011), <http://udndata.com>。
2. Pollster 波仕特線上市調 (2014), <https://reurl.cc/nr0b1>。
3. 化粧品衛生管理條例 (2002), <https://reurl.cc/A489p>。
4. ABS、PE、PP、PVC 材料的區別是什麼? (2011), <https://reurl.cc/OGqn3>。
5. MBA 智庫百科-金屬包裝容器 (2015), <https://reurl.cc/A48aj>。
6. 皮革材質的介紹 (2003), <https://reurl.cc/G4rYv>。
7. 紙管的優勢及紙筒管的特性 (2018), <https://reurl.cc/M4dmv>。
8. Urcosme 美妝網 (2018), <https://www.urcosme.com/>。



## 附錄一 唇膏包裝設計影響消費者購買意願之研究問卷

您好：

非常感謝您願意在百忙之中，抽空填答本問卷。本研究問卷主要目的為瞭解您對市售唇膏包裝的喜好，作為日後學術研究之參考。本卷採無記名方式，資料絕對保密，您寶貴的意見對於本研究有莫大的幫助，衷心感謝您的協助與耐心填答！

南華大學創意產品設計學系

指導教授：鄭順福 教授

研究生：姚宗良 敬上

中華民國：107年03月

### 作答說明：

1. 本問卷共有題，作答時間預計為5分鐘。
2. 本問卷分為三個部分，第一部分為「基本資料」，第二部分為「唇膏包裝造型喜好度之調查」，第三部為「唇膏包裝顏色喜好度之調查」，第四部分則是「唇膏包裝材質喜好度之調查」。
3. 請仔細作答，並於作答結束後，檢查是否有缺漏的答案。

### 第一部分：基本資料

- ( ) 1. 年齡：(1) 19歲以下 (2) 20~24歲 (3) 25~29歲 (4) 30~34歲  
(5) 35~39歲 (6) 40~49歲 (7) 50歲以上
- ( ) 2. 學歷：(1) 國中及以下 (2) 高中職 (3) 專科 (4) 大學  
(5) 研究所及以上
- ( ) 3. 職業：(1) 學生 (2) 軍警 (3) 公務員 (4) 教職 (5) 勞工  
(6) 退休人員 (7) 家管 (8) 其它
- ( ) 4. 平均月收入：(1) 20,000 以下 (2) 20,001~40,000 (3) 40,001~ 60,000  
(4) 60,001~80,000 (5) 80,000 以上

## 第二部分：唇膏包裝造型喜好度之調查

此部分為瞭解消費者對於唇膏包裝造型喜好度調查，選項分為「非常喜歡」、「喜歡」、「尚可」、「不喜歡」、「非常不喜歡」。請您依實際經驗與個人認知，回答下列所有的問題，並在適當打。感謝您的合作與配合！

### (一) 圓管狀



這個圓管狀的唇膏包裝，您認為

非常喜歡	喜歡	尚可	不喜歡	非常不喜歡
<input type="checkbox"/>				

### (二) 方管狀



這個方管狀的唇膏包裝，您認為

非常喜歡	喜歡	尚可	不喜歡	非常不喜歡
<input type="checkbox"/>				

### (三) 子彈型



這個子彈型的唇膏包裝，您認為

非常喜歡	喜歡	尚可	不喜歡	非常不喜歡
<input type="checkbox"/>				

(四) 筆狀



這個筆狀唇膏包裝造型，您認為

非常喜歡	喜歡	尚可	不喜歡	非常不喜歡
<input type="checkbox"/>				

第三部分：唇膏包裝顏色喜好度之調查

此部分為瞭解消費者對於唇膏包裝顏色喜好度調查，選項分為「非常喜歡」、「喜歡」、「尚可」、「不喜歡」、「非常不喜歡」。請您依實際經驗與個人認知，回答下列所有的問題，並在適當打√。感謝您的合作與配合！

(一) 黑色



這個黑色的唇膏包裝，您認為

非常喜歡	喜歡	尚可	不喜歡	非常不喜歡
<input type="checkbox"/>				

(二) 白色



這個白色的唇膏包裝，您認為

非常喜歡	喜歡	尚可	不喜歡	非常不喜歡
<input type="checkbox"/>				

(三) 紅色



這個紅色的唇膏包裝，您認為

非常喜歡	喜歡	尚可	不喜歡	非常不喜歡
<input type="checkbox"/>				

(四) 金色



這個金色的唇膏包裝，您認為

非常喜歡	喜歡	尚可	不喜歡	非常不喜歡
<input type="checkbox"/>				

#### 第四部分：唇膏包裝材質喜好度之調查

此部分為瞭解消費者對於唇膏包裝材質喜好度調查，選項分為「非常喜歡」、「喜歡」、「尚可」、「不喜歡」、「非常不喜歡」。請您依實際經驗與個人認知，回答下列所有的問題，並在適當打。感謝您的合作與配合！

##### (一) ABS



這個ABS材質的唇膏包裝，您認為

非常喜歡	喜歡	尚可	不喜歡	非常不喜歡
<input type="checkbox"/>				

##### (二) 金屬



這個金屬材質的唇膏包裝，您認為

非常喜歡	喜歡	尚可	不喜歡	非常不喜歡
<input type="checkbox"/>				

(三) 皮革



這個皮革材質的唇膏包裝，您認為

非常喜歡	喜歡	尚可	不喜歡	非常不喜歡
<input type="checkbox"/>				

(四) 紙管



這個紙管材質的唇膏包裝，您認為

非常喜歡	喜歡	尚可	不喜歡	非常不喜歡
<input type="checkbox"/>				

問卷到此結束，感謝您的協助！