

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

影響消費者選購拼布包產品滿意度之分析研究

Analysis of the Satisfaction of Consumers' Choice of

Patchwork Bag

王孟麗

Meng-Lee Wang

指導教授：李豫芬 副教授

Advisor: Yu-Fen Lee, A.P.

中華民國 110 年 7 月

July 2021

南華大學  
產品與室內設計學系  
碩士學位論文

影響消費者選購拼布包產品滿意度之分析研究

Analysis of the satisfaction of consumers' choice of Patchwork

Bag

研究生：(王嘉麗簽名)

經考試合格特此證明

口試委員： 范靜媛  
~~110.6.17 碩士口試~~  
陳亦利 110.6.17 碩士口試  
李豫芬 110.6.17 碩士口試

指導教授： 李豫芬  
110.6.17 碩士口試

系主任(所長)： 

口試日期：中華民國110年06月17日

## 謝 誌

就讀南華大學產品與室內設計研究所是我人生學習歷程中最豐富的一段旅程。在此感謝所有任教碩士班的教授們給我的知識養分，讓我學習到以多元的研究觀點來支持我的論文研究。我更要感謝我的先生，在我進修的這段期間給予最大的支持與鼓勵，讓我能無後顧之憂的專心學習。還要感謝我的雙親培養我正向樂觀的性格以及積極的生活態度，最後我要感謝我的論文指導教授李豫芬教授費心的指導，才能順利完成論文的撰寫。另外，感謝我的口試委員范靜媛博士及陳木杉博士，提供寶貴建議，讓我的論文更加完善。



王孟麗 謹誌於

南華大學

產品與室內設計系研究所

中華民國 110 年 7 月

## 中文摘要

本研究主要在透過文獻探討及設計問卷，進而調查消費者在選購拼布包時，可能影響之相關因素喜好度，透過統計分析了解不同背景的消費者對於相關因素的喜好度相互之間的差異性及相關性，並提出具體的結論及建議，作為相關業者進行產品設計、製造、銷售之參考。依據研究發現提出重點如下：

- 一、消費者基於環保理念及使用舒適性等因素，對於採用天然原料製成的「棉質」布料，有較高的評價。
- 二、消費者基於擔心收納物品遺失的情事發生，對於布包封口採用「拉鍊」的扣件，有較高的評價。
- 三、消費者對於布包提袋採用「提把與提帶」雙功能方式能隨時調整手提或肩背減輕負重及避免傷害有一致的看法。
- 四、消費者對拚布包「售價」的喜好程度依序由低價位到高價位，喜歡物美價廉的購買態度有一致的看法。
- 五、消費者對於拚布包「布料」、「扣件」、「提帶」、「售價」因素之喜好度差異性分析，每項因素中都有部分項目顯著性  $P \leq 0.05$  的差異。
- 六、消費者對於拚布包「布料」、「扣件」、「提帶」、「售價」等的喜好度進行相關性分析，每項因素的部分項目有  $*0.05$  層級的顯著相關。

### 關鍵字

消費者、消費行為、拚布、拚布包、扣件

## Summary

This research is mainly through literature review and questionnaire design to investigate consumers' preferences for related factors that may affect when purchasing patchwork bags. Finally, through statistical analysis, understand the differences and correlations between different backgrounds' consumers, and put forward specific conclusions and suggestions for related companies in patchwork bag product design, manufacturing, and sales.

Based on the research findings, the key points are as follows:

1. Consumers have a high evaluation of "cotton" fabrics made of natural raw materials based on environmental protection concepts and comfort in use.
2. Consumers are concerned about the occurrence of the loss of stored items, so they have a high evaluation of the fasteners that use "zips" in the closure of cloth bags.
3. Consumers have a consistent view on the dual-function method of "handle and strap" for cloth bags and bags, which can adjust the hand or shoulder at any time to reduce weight and avoid injury.
4. Consumers have a consistent view on the "selling price" of patchwork bags from low to high prices, and they prefer a high-quality and low-cost purchase attitude.
5. Analysis of the difference in consumer preference for patchwork bag "fabric", "fastener", "strap", and "price" factors. In each of these factors, some items have significant differences  $P < 0.05$ .
6. Consumers conduct a correlation analysis on the preferences of patchwork bags such as "fabric", "fasteners", "straps", and "prices". Some items of each factor have a significant correlation of  $*0.05$  level.

### Keywords

Consumers, consumers behavior, patchwork, patchwork bag, fastener

# 目 錄

謝 誌 .....	I
中文摘要 .....	II
Summary.....	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 .....	3
第三節 研究範圍與限制 .....	5
第四節 研究假設 .....	7
第五節 重要名詞解釋 .....	9
第二章 文獻探討 .....	10
第一節 拼布的文化 .....	10
第二節 拼布常用的技法 .....	14
第三節 拼布包常用的布料 .....	26
第四節 拼布包使用的配件 .....	31
第五節 如何正確使用布包 .....	42
第六節 消費者購買產品的行為 .....	45
第三章 研究方法與架構 .....	49
第一節 研究架構 .....	49
第二節 研究方法與步驟 .....	50
第三節 研究工具 .....	53
第四節 研究信度與效度 .....	55

第五節 資料處理與分析 .....	58
第四章 研究結果與討論 .....	62
第一節 不同背景消費者的人數分析 .....	62
第二節 不同背景消費者喜好度的統計分析 .....	65
第三節 不同背景消費者喜好度的變異數分析 .....	82
第四節 不同背景消費者喜好度的相關性分析 .....	100
第五章 結論與建議 .....	108
第一節 研究結論 .....	108
第二節 研究建議 .....	114
第三節 未來研究方向 .....	115
參考文獻 .....	116
中文書籍 .....	116
外文書籍 .....	119
網路資料 .....	120
附錄一 影響消費者選購拼布包產品滿意度之分析研究問卷 .....	121

## 表目錄

表 3-2-1 研究流程(王孟麗自編).....	52
表 3-4-1 信度的可靠性觀察值處理摘要.....	55
表 3-4-2 信度的可靠性統計量.....	56
表 3-5-1 變異數分析表.....	59
表 4-1-1 不同年齡消費者的次數分配及百分比.....	62
表 4-1-2 不同學歷消費者的次數分配及百分比.....	63
表 4-1-3 不同職業消費者的次數分配及百分比.....	63
表 4-1-4 不同平均月收入消費者的次數分配及百分比.....	64
表 4-2-1 不同年齡的消費者對拚布包「布料」的喜好程度.....	65
表 4-2-2 不同學歷的消費者對拚布包「布料」的喜好程度.....	66
表 4-2-3 不同職業的消費者對拚布包「布料」的喜好程度.....	67
表 4-2-4 不同平均月收入的消費者對拚布包「布料」的喜好程度.....	68
表 4-2-5 不同年齡的消費者對拚布包「扣件」的喜好程度.....	69
表 4-2-6 不同學歷的消費者對拚布包「扣件」的喜好程度.....	70
表 4-2-7 不同職業的消費者對拚布包「扣件」的喜好程度.....	71
表 4-2-8 不同平均月收入的消費者對拚布包「扣件」的喜好程度.....	72
表 4-2-9 不同年齡的消費者對拚布包「提帶」的喜好程度.....	73
表 4-2-10 不同學歷的消費者對拚布包「提帶」的喜好程度.....	74
表 4-2-11 不同職業的消費者對拚布包「提帶」的喜好程度.....	75
表 4-2-12 不同平均月收入的消費者對拚布包「提帶」的喜好程度.....	76
表 4-2-13 不同年齡的消費者對「售價」的喜好度.....	77
表 4-2-14 不同學歷的消費者對拚布包「售價」的喜好程度.....	78
表 4-2-15 不同職業的消費者對拚布包「售價」的喜好程度.....	79

表 4-2-16 不同月收入的消費者對拼布包「售價」的喜好程度 .....	80
表 4-3-1 不同年齡消費者對於拼布包「布料」之喜好度變異數分析 .....	82
表 4-3-2 不同學歷之消費者對於拼布包「布料」之喜好度變異數分析 .....	83
表 4-3-3 不同職業之消費者對於拼布包「布料」之喜好度變異數分析 .....	84
表 4-3-4 不同月平均收入之消費者對於拼布包「布料」之喜好度變異數分析 .....	85
表 4-3-5 不同年齡之消費者對於拼布包的「扣件」之喜好度變異數分析 .....	86
表 4-3-6 不同學歷之消費者對於拼布包「扣件」之喜好度變異數分析 .....	87
表 4-3-7 不同職業之消費者對於拼布包「扣件」之喜好度變異數分析 .....	88
表 4-3-8 不同月平均收入之消費者對於拼布包「扣件」之喜好度變異數分析 .....	89
表 4-3-9 不同年齡之消費者對於拼布包「提帶」之喜好度變異數分析 .....	90
表 4-3-10 不同學歷之消費者對於拼布包「提帶」之喜好度變異數分析 .....	91
表 4-3-11 不同職業之消費者對於拼布包「提帶」之喜好度變異數分析 .....	92
表 4-3-12 不同月平均收入之消費者對於拼布包「提帶」之喜好度變異數分析 .....	93
表 4-3-13 不同年齡之消費者對於拼布包「售價」之喜好度變異數分析 .....	94
表 4-3-14 不同學歷之消費者對於拼布包「售價」之喜好度變異數分析 .....	95
表 4-3-15 不同職業之消費者對於拼布包「售價」之喜好度變異數分析 .....	96
表 4-3-16 不同月平均收入之消費者對於拼布包「售價」之喜好度變異數分析 .....	97
表 4-3-17 消費者對於拼布包「布料」之喜好度相關性分析 .....	100
表 4-3-18 消費者對於拼布包「扣件」之喜好度相關性分析 .....	102
表 4-3-19 消費者對於拼布包「提帶」之喜好度相關性分析 .....	104
表 4-3-20 消費者對於拼布包「售價」之喜好度相關性分析 .....	106

## 圖目錄

圖 2-1-1 百納衣	11
圖 2-2-1 戒指造型的圖案設計	14
圖 2-2-2 六角形點到點技法(王孟麗拍攝)	15
圖 2-2-3 瘋狂拼布技法(王孟麗拍攝)	15
圖 2-2-4 折疊式拼布(王孟麗拍攝)	16
圖 2-2-5 滾邊條車縫(王孟麗拍攝)	16
圖 2-2-6 編織(王孟麗拍攝)	17
圖 2-2-7 夏威夷拼布	18
圖 2-2-8 平針繡(王孟麗拍攝)	18
圖 2-2-9 回針繡錢包	19
圖 2-2-10 鎖鏈繡	19
圖 2-2-11 斜紋繡	20
圖 2-2-12 結粒繡	20
圖 2-2-13 俄羅斯刺繡	21
圖 2-2-14 獨立鎖鏈繡	21
圖 2-2-15 十字繡	22
圖 2-2-16 白蟒絨繡圈金	22
圖 2-2-17 貼布繡	23
圖 2-2-18 手工針織(王孟麗拍攝)	23
圖 2-2-19 機器針織(王孟麗拍攝)	24
圖 2-2-20 花邊(王孟麗拍攝)	24
圖 2-2-21 吊掛流蘇的布包	25
圖 2-3-1 優質的棉質素色布(王孟麗拍攝)	26

圖 2-3-2 優質的棉質印花布(王孟麗拍攝).....	26
圖 2-3-3 優質的麻質布料(王孟麗拍攝).....	27
圖 2-3-4 優質的麻質布料(王孟麗拍攝).....	27
圖 2-3-5 聚酯纖維布料(王孟麗拍攝).....	28
圖 2-3-6 尼龍布料(王孟麗拍攝).....	28
圖 2-3-7 人造纖維布料(王孟麗拍攝).....	29
圖 2-3-8 壓克力纖維布料(王孟麗拍攝).....	29
圖 2-3-9 彈性纖維布料(王孟麗拍攝).....	30
圖 2-4-1 牛角扣 .....	31
圖 2-4-2 貝殼扣 .....	32
圖 2-4-3 金屬扣 .....	32
圖 2-4-4 象牙果實扣 .....	33
圖 2-4-5 以木材雕刻製成的木質扣 .....	33
圖 2-4-6 牛仔扣 .....	34
圖 2-4-7 磁性磁扣一般都安裝於布包的開口(王孟麗拍攝).....	35
圖 2-4-8 手縫磁扣 .....	35
圖 2-4-9 隱形磁扣 .....	35
圖 2-4-10 金屬拉鍊.....	36
圖 2-4-11 塑膠拉鍊.....	36
圖 2-4-12 拉鍊裝在包口的布包(王孟麗拍攝) .....	37
圖 2-4-13 不同造型的口金 .....	37
圖 2-4-14 口金常安裝在錢包的包口 (王孟麗拍攝).....	38
圖 2-4-15 雞眼銅扣(王孟麗拍攝) .....	38
圖 2-4-16 雞眼銅扣應用於布包與提把之連結(王孟麗拍攝) .....	38
圖 2-4-17 提帶有不同布料及尺寸可供選擇 .....	39

圖 2-4-18 真皮製成提把 .....	39
圖 2-4-19 金屬製成的肩帶 .....	40
圖 2-4-20 壓克力製成的提帶及肩帶 .....	40
圖 2-4-21 具備提把與提帶兩用的包包 .....	40
圖 2-4-22 布邊可以提高布包的美觀及耐用(王孟麗拍攝) .....	41
圖 2-5-1 手拎包(王孟麗拍攝) .....	42
圖 2-5-2 單肩包(王孟麗拍攝) .....	43
圖 2-5-3 斜挎包(王孟麗拍攝) .....	43
圖 2-5-4 雙肩包(王孟麗拍攝) .....	44
圖 3-1-1 研究架構 .....	49



# 第一章 緒論

本研究主要在蒐集相關文獻進行探討，並針對研究需要設計問卷調查消費者在選購拼布包時對相關因素的喜好程度，透過統計分析喜好程度相互之間的差異性及相關性，最後提出具體的結論及建議，提供相關業者做為產品設計、製造、銷售之參考。本章將先說明研究背景與動機，其次說明研究目的與研究假設，並將研究範圍作詳細的說明，最後提出本研究的流程與進度。

## 第一節 研究背景與動機

劉明惠(2002)指出，拼布是一種透過縫紉技術將不同顏色、質地的布料縫合在一起的手工藝。因為產品色彩艷麗具有一定的實用性，目前已流行到全球成為一種風潮。大約 270 年前大批移民到美國新大陸的歐洲婦女，為了克服拓荒階段貧困資源短缺的生活，將零碎的布料經過縫紉技藝擴展布料的面積，成為使用床單的源起。拼布經過拼縫形成線條或圖案等風格，展現出不同民族的風情及文化，這對當時女性而言，可以說是自我體驗以及自我表達的一種方式。後來因為工業革命促進各國貿易往來，布料及縫紉器具的進口，生產方式轉為對製造過程重視效率與速度，間接影響手工生產製造方式的沒落。

林幸珍(2014)指出，在西元 1866 年以手工縫紉創作拼布產品的這種技藝流傳到日本，但這時期日本對縫紉、編織手工藝並未重視。但是 21 世紀的日本婦女，不但喜歡手工縫紉與編織的技藝，甚至連此種手工藝技術的表現都能呈現流行風潮及復古情懷；在日本有許多地方都有拼布雜誌及拼布材料店，專門指導女性拼布縫紉、編織的技巧，同時提供販賣工具、材料的服務，如今拼布工藝已成為一種代表日本文化傳統的產業。台灣的拼布工藝發展，應該是由光喬公司於 1990 年引進日本的相關教學資訊與材料工具開始，拼布這項技藝才開始流行。許多女性因為喜歡縫紉技藝，都會主動參加坊間拼布包業者或工作坊的教學活動，間接的也促進了紡織、五金配件等相關產業的發展。台灣目前拼布產業市場的規模並不遜於其他國家。「拼布」目前已經成為藝

術創作者表現創作理念的一種方式，這項技藝預期將會逐漸成為流行於全球的一項藝術。

近年來隨著臺灣經濟的蓬勃發展，拼布工藝由以往實用的生活技藝演變至今成為一種女性的休閒活動。筆者於多年前因興趣的緣故，也參加一些坊間拼布包的教學活動，跟隨名師學習了拼布包的縫紉技法、打版、構圖設計等技藝，但是當筆者將拼布包產品拿到市集或透過網路平台進行銷售時，卻發現拼布包構成的布料、色澤、型式、配件等因素並無法獲得消費者的認同與接受。因此，筆者認為產品設計的工作者在設計產品時，對於產品構成的布料、色澤、型式、配件等相關因素不能有先入為主與一廂情願的想法。目前市面上布包的造型、布料、配件等因素消費者的接受度如何呢？拼布包要設計成什麼款式才能迎合消費者的需要呢？拼布包的價位要如何定位才能吸引消費者購買呢？什麼機能或造型的拼布包是消費者心裡想要的呢？因此，本研究希望能藉由有系統的對消費者進行問卷調查，蒐集消費者對於拼布包構成因素喜好度的資訊，並進行各項因素喜好度的比較與分析。最後，本研究將根據研究發現與結論，提出對未來拼布相關產業的相關策略與建議。

## 第二節 研究目的

中村聰(2008)在 Universal Design 通用設計的法則中 PART 4「通用設計和消費者參與」中提及如果生產者在製造前沒有了解及傾聽消費者的需要與意見，而自行進行產品的設計與生產，這類的產品進入市場之後，就會收到消費者的不滿意與客訴案件，這種讓製造生產者接到消費者客訴的情形會與日俱增；這種現象就表示製造的產品無法被市場的消費者所接受。

林靈宏(2016)指出，消費者的購買意願，是影響購買決策的重要因素。消費者行為乃是一個複雜的決策過程，其是指人們使用或將要使用市場商品而從事的活動，商品則包含有形的產品與無形的服務與知識，其中消費者行為又包含了消費者購買意願。在消費者進行購買評估階段中，消費者已完成資訊的搜尋，並分析取得的資訊內容，會對最佳的選擇方案加以評估並做出決定。消費者評估的標準是從使用需求及購買觀點決定，進而表現在所偏好的產品屬性上。

葉日武(2010)指出，直覺和經驗可以對決策有所幫助，但客觀的市場調查分析往往能夠更準確地描繪出目標市場。消費者因為不同背景的關係，對於產品的喜好也會有不同的程度表現，針對男女生的消費行為而言，女生喜歡享受逛街的過程，男生則是買了就走。因為生理、心理、社會規範的原因，使得男女生的消費行為存有差異。很多消費活動，與消費者的年齡也息息相關，例如年輕人喜歡色彩艷麗、喜新厭舊的消費觀念與中老年人對於產品要求實用、耐用的心態是有差異存在的。不同經濟收入的消費者在進行消費的過程，往往會因為所得的差異會有不同的思考模式。這一些不同條件都會影響消費者決定購買產品時的關鍵因素。

根據上述專家之論述，可以知道產品的生產必須與消費者要有充分的溝通管道，消費者才能認同你的產品。了解不同背景的消費者對於產品構成因素的主觀想法對於產品的銷售才會有所助益。本研究希望以客觀且科學的調查研究法來蒐集消費者對產品相關因素的主觀愛好程度，藉由了解不同背景的消費者在各種相關因素喜好的差異程度，分析不同背景消費者喜好度的差異性及相關程度，藉由客觀量化的數據找出吸

引消費者購買意願的相關訊息，以期達成同時滿足製造業者與消費者需求雙贏的局面。基於上述研究背景與動機，本研究之研究目的如下：

- 一、瞭解不同背景之消費者對於影響拼布包選購因素之喜好程度。
- 二、分析不同背景之消費者對於影響拼布包選購因素之喜好程度的差異性。
- 三、探討不同背景之消費者對於影響拼布包選購因素之喜好程度的的相關性。



### 第三節 研究範圍與限制

本研究主要在進行影響消費者選購拼布包產品滿意度的問卷調查，因受限於研究者人力、物力、時間等因素，因此研究對象僅以台灣地區在網路參加拼布相關社群的社群成員為研究母群體。其調查、統計、研究分析之結果僅能推論於台灣地區；此外，社群成員在填答問卷時，可能會受限於個人的認知及外在物理環境因素的影響，而對選購拼布包產品的喜好及對問卷的詮釋有所差異。因此，本研究的研究範圍及限制如下：

#### 一、研究範圍

以下將以主題與內容、調查研究對象、統計分析、說明本研究之研究範圍：

##### (一) 主題與內容

本研究的主題為「影響消費者選購拼布包產品滿意度之分析研究」。乃是將現有市面上拼布相關文獻資料進行蒐集並深入探討及分析，擬定出以拼布包產品的「布料」、「扣件」、「提帶」、「售價」等構成因素做為研究的主要方向，透過專家審查確認問卷內容的效度，作為本研究的研究變項。

##### (二) 調查對象

本研究為使調查母群都能具有關聯性，填答者應該都必須具備有拼布包製作經驗或喜愛拼布技藝學習的關聯性，因此，特別以台灣地區在網路成立拼布相關網站，成員在5000 人以上的社群為對象，例如「拼布星園地 3.2 萬人」、「拼布材料用品 2.6 萬人」、「拼布包買賣社團 1.2 萬人」「拼布團購團 1.7 萬人」等作為調查母群，以確定填答者提供之拼布包構成因素的問卷喜好度具有代表性。

##### (三) 統計分析

消費者選購產品的意願乃屬於個人主觀之認定，本研究透過問卷調查不同背景的消費者對於拼布包產品採用的「布料」、「扣件」、「提帶」、「售價」等因素之喜好度加以統計，以平均數描述不同背景消費在各問題的喜好程度，以變異數分析依變項的喜好度是否有差異，以相關係數進行各項因素喜好度的相關性研究。

## 二、研究限制

本研究實施之過程雖然已經力求多方面之考量，但是有礙於時間及經費等主、客觀因素之限制，相關的研究限制說明如下：

### (一) 研究方法

本研究採取調查研究法進行，首先透過問卷蒐集不同背景消費者在選購拼布包產品時對於相關因素的喜好度，因問卷調查的資料是消費者的過去的主觀經歷，涉及消費者的態度、感覺、經驗及意見。消費者在回答問卷的相關問題時，因為是屬於自我的認知的概念或許與實際情形會有所出入。

### (二) 研究變項

消費者選購拼布包產品的因素非常多而且層面很廣，本研究僅針對消費者區分為不同年齡、不同學歷、不同職業、不同月平均收入等為自變項。另外以消費者選購拼布包產品的「布料」、「扣件」、「提帶」、「售價」等為依變項，進行變異數及相關係數的分析研究。

### (三) 研究推論

消費者在填答問卷時，可能會受到過去的經驗、情緒、主觀判斷或當時情境影響，因此解釋資料分析的結果，會產生一些差異。且由於實施過程研究者並無法完全掌握一些外在因素的影響，因此研究的結果僅能提供台灣地區拼布包製造廠商、設計業者、銷售業者、布料廠商、五金扣件製造商在設計與製造拼布包產品時候的參考，並不能推論至其他地區或不同的產品。

## 第四節 研究假設

白滌清 (2015) 指出，不同背景的消費者在評估取得具有經濟價值產品的「決策程序」，也就是滿足消費者的自我需求，在多個不同項目中進行選擇，最後決定購買產品所形成的一種過程。消費者可能會受到過去的經驗、情緒、主觀判斷或當時情境影響，因此了解消費者不同背景必須要適當得加以分級或分類，才能了解消費者主觀的認知需求、產品選擇、購買行為、購買後的反應等資訊。

榮泰生 (2007) 指出，消費者的財富，不是直接影響消費者的購買數量，而是會影響消費者選擇的產品類型。同樣穿一件衣服，具有財富的消費者，會到台北 101 來購買具有品牌價格昂貴代表身分地位的產品，不具有財富的消費者，同樣有購買衣服的需求，但會選擇不同價格的產品。消費者並不會因為財富增加，而增加購買數量。取而代之的，消費者會因為財富增加，而購買比較昂貴高知名度的產品。消費者不會因為財富很高，而吃很大份量的餐點。消費者會因為財富增加，而吃很高級的料理。

沈永正 (2012) 指出，消費者的產品需求與購買決策，會受到三大類因素的影響：個人背景、個人心理及社會文化因素。個人背景因素，主要指人口統計變數（年齡、性別、經濟能力、職業）及生活型態。生活型態是指一個人的活動、興趣與意見的綜合表現。個人因素中人們購買商品及服務會隨年齡增長與家庭不同階段而改變，職業也會影響商品與服務的購買行為，經濟良好與否會影響商品選購。個人在日常生活中，所展現的生活模式與消費心態也有相關性。個人獨特的心理特徵，也會影響選購產品種類和選擇品牌的行為。

依據學者對於消費行為的論述，本研究認為消費者在購買決策過程中，會因為不同背景的因素對同一件事件的主觀看法或認知會有所不同。本研究希望以消費者不同背景(年齡、學歷、職業、個人平均月收入)為自變項，以拼布包構成要素的「布料」、「扣件」、「提帶」、「售價」等為依變項，統計分析消費者在各項構成要素的喜好程度，並進一步分析喜好度之間的差異性及相關性，因此，提出下列八項研究假設：

研究假設一、不同背景變項的消費者對於拼布包「布料」之喜好度沒有差異。

研究假設二、不同背景變項的消費者對於拼布包「扣件」之喜好度沒有差異。

研究假設三、不同背景變項的消費者對於拼布包「提帶」之喜好度沒有差異。

研究假設四、不同背景變項的消費者對於拼布包「售價」之喜好度沒有差異。

研究假設五、消費者對於拼布包「布料」之喜好度沒有相關性。

研究假設六、消費者對於拼布包「扣件」之喜好度沒有相關性。

研究假設七、消費者對於拼布包「提帶」之喜好度沒有相關性。

研究假設八、消費者對於拼布包「售價」之喜好度沒有相關性。



## 第五節 重要名詞解釋

本研究對拼布包產品所涉及之重要名詞解釋如下：

### 一、消費者

消費者指支付消費品和服務費用的人。因此，消費者在一個國家的經濟體系中扮演著重要的角色。沒有了消費者的需求，生產者的生產將缺乏一個核心的動力（林靈宏，1998）。

### 二、消費行為

消費行為可以被定義為消費者在搜尋、評估、購買、使用和處理一項產品、服務和理念(ideas)時，所表現的各種行為，以產生需求或欲望的滿足的過程（林靈宏，1998）。

### 三、拼布(Patchwork)

拼布是指使以三層接縫的纖維創作技術：在上下層棉布中間夾上布襯，以縫紉的手法將三層布縫製在一起的技法(陳寶華，2010)。

### 四、拼布包(Patchwork bag)

是指形狀預先畫好版型，利用拼布的剪裁拼接技法，製造而成的人工包，所以通常至少有 2 片以上不同的布料的拼接，一般的產品通常具有二層(表布+厚棉)(陳寶華，2010)。

### 五、扣件(Fasteners)

能提供布包做為開啟或鎖閉的物件，例如：鈕扣、磁扣、拉鍊、口金等（周秀惠，2012）。

## 第二章 文獻探討

劉明惠(2002)在藝術家雜誌中指出，英文中的 Quilt「拼布」，是一塊以針線將三層纖維織品固定、組合而成的結構體，拼布工藝的「三層」結構是指表布、中間夾棉與底布。在美洲原住民拼布歷史的文獻中也談到拼布的組合以二個織品包圍著棉，如棉布、聚酯纖維、絲綢、羊毛等織品包覆著棉。拼布產品因為其自然、豐富、精緻、環保的特點及以其獨特的形式表現，越來越受到人們的關注與喜愛。

### 第一節 拼布的文化

世界各地的拼布藝術都有屬於他們自己的文化意涵，訴說著自己的故事，更是象徵著一個國家、一個村落、甚至是一個家族的力量核心。本節將以世界各地拼布文化與台灣拼布的現況進行探討。

#### 一、印度拼布文化

孔美麗(2017)指出，古時候的印度拼布，其顏色及圖樣是依照民俗及宗教的需要搭配，其中以北印度刺拼布為代表作品。這種壁飾的特色是以大面積的布塊拼接顏色鮮豔，再搭配著華麗的刺繡，充分表現出古印度的宮廷風格。

#### 二、歐洲拼布文化

孔美麗(2017)指出，大約從十三到十四世紀之間，由於歐洲大陸時常受到寒流的侵襲，因為禦寒的需要人們就拼湊碎布製作成棉被來覆蓋，這種風氣以英國最為盛行。目前，世界上現存最古老的拼布床單是 14 世紀時製的西西里(Sicili)拼布，也稱作義大利式拼布，現珍藏於倫敦的維多利亞與亞伯特博物館(VictoriaandAlbertMsem)裡。

#### 三、美洲拼布文化

孔美麗(2017)指出，十七世紀由歐洲的移民將拼布的縫製技術帶入美洲。當時由於物資缺乏，婦女就利用零碎的布片拼接成衣服和棉被來禦寒，因為當時並沒有產品設計的觀念，所以都是以製作床單及服飾為主，此即為拼布床單(PatchworkQuilt)。一直到

獨立戰爭時代(1775-1783)，人民的生活才逐漸富裕起來，才開始製作比較昂貴的拼布作品。此時美國也發展出藝術拼布運動，藝術拼布從古老的拼布製作工藝轉變成為一項極具創意與能量的藝術表現媒介，也傳達出當代文化的活力與多元性。後來因為貿易發達，布料及縫機的進口導致工業革命，拼布製作轉為對速度與效率的追求，使得純手工的拼布技藝逐漸衰退。但自二次大戰之後，在高度消費文明的反作用力之下，拼布藝術已經受到甚多女性們的支持，而最近也逐漸受到英國、法國、瑞士、德國、丹麥、比利時等歐洲國家的矚目。

#### 四、中國拼布文化

劉明惠(2002)指出，中國早期農業社會生活物資缺乏，當家中有小孩滿月，親朋好友都會送來一片片手掌大的布，由小孩的母親將這些零碎布頭縫綴起來，然後給小孩做成衣服或被子。用這種拼布做成的衣服稱為「百納衣」，被子則稱為「百納被」。百納衣也叫「百家」，類似是和尚穿的袈裟，取義於穿各家的衣服、吃各家的飯，孩子不嬌貴，易於餵養能夠長命。長輩們都希望這個小孩穿各家的衣服、蓋各家的被子長大，將來撫養的過程平安順利。



圖 2-1-1 百納衣

(圖片來源:美國明尼波利斯藝術博物館 引用日期 2021/05/04)

明代流行一種以各色零碎錦料拼合縫制而成，形似僧人所穿袈裟的「水田衣」。因整件服裝織料色彩互相交錯形如水田而得名。水田衣的製作，在開始時還比較注意勻稱，

各種錦料都事先成長方形，然後再有規律地編排縫制成衣。到了後來就不再那樣拘泥，錦料子大小不一，參差不齊，形狀也各不相同，與戲台上的「富貴衣」十分相似。它具有其它服飾所無法具備的特殊效果，簡單而別緻。

## 五、日本拼布文化

張芳滿(2016)指出，雖然自 1866 年以來，以縫、織為主的各式手工藝品不僅在西歐的女性生活文化占有一席之地，並且傳到日本。但像拼布床單這種繁複圖案的手工藝品，短期內在日本並未受到重視而行。直到近幾十年才擴展為一種復古情懷、一種流行風潮。日本將拼布藝術推展成系統化與制度化的教學課程與師資培訓的方法，並且結合行銷，甚至流傳到鄰近幾個亞洲國家，執亞洲地區之牛耳。

## 六、台灣拼布文化

陳寶華(2017)指出，拼布在台灣的發展，大約是 1990 年由台灣光喬有限公司有計畫的引進日本教學系統與相關的材料用具開始，拼布藝術於是在台灣逐漸地形成一種潮流，台灣也開始與西洋、日本有著交流與發展。迄今，拼布藝術在台灣已有一定的知名度。既然台灣的拼布教育是經由日本拼布教育系統輾轉而來，拼布的風格及技巧自然而然地深受日本的薰陶及影響，從事與拼布相關的業者或是教學者多承襲自日本的外來文化。

本研究認為台灣拼布工藝的創作品多為拼布包、拼布壁飾等作品，運用於傢飾中的拼布工藝品並不多見。因此可以了解台灣在於拼布工藝的表現領域還是局限於少數的題材上，未能普及於生活傢飾產品中。在台灣拼布工藝創作品的價格偏高，因此讓一般民眾對於拼布工藝創作產品的購買與接觸意願不高，學習拼布工藝技藝的民眾也不多，拼布工藝目前在台灣無法普及的原因如下：

- (一)拼布工藝產品的創作消耗時間較多，在人力成本上費用較高。
- (二)拼布素材以日本與歐美等地進口布材為主，拼布產品製作的材料成本較高。
- (三)拼布產品手工縫製耗時、材料成本高、無法量產等原因，銷售價格無法便宜大眾化。

因為拼布包工藝產品的成本較高，產品銷售價格無法便宜及大眾化，導致拼布包產

品無法順利銷售，是拼布工藝推展無法落實於家庭生活中的原因。然而近年來拼布工藝家努力的推動台灣拼布工藝的發展，讓台灣的拼布表現有更多元的發展方向，並且舉辦國際拼布大展也邀請其他國家的拼布工藝者來台講演，讓台灣民眾有更多的機會親近、喜愛拼布工藝。



## 第二節 拼布常用的技法

王旭娟(2009)指出，製作拼布必須先學會縫紉，就是以縫針、縫線及材料互相配合。縫紉的技法可分為手縫、縫紉機縫及特殊縫等方式。手工縫費時耗工，但是縫線較細緻平整且豐富。縫紉機縫製效率高，可以進行包邊、平針縫、包繩縫，開釦眼、釘釦子、皺褶、花邊、刺繡及自動拼接等作業。特殊縫大多是以專業技法配合各種藝術造型、抽象藝術、寫實藝術、裝飾藝術、彩繪藝術等，成為具有個人風格的創作。

### 一、拼布和拼逢的技法

(一)戒指造型技法：加藤禮子(2006)指出，戒指造型技法以中心圓的直徑，剪裁四片  $1/4$  的圓，畫出以徑當作正方形的邊長，製作出互相交疊的環狀造型，將布規律的排列組合大大小小的環狀，排列完成後以熨斗燙平再以透明線車縫，縫製戒指效果的作品。(圖 2-2-1)



圖 2-2-1 戒指造型的圖案設計

(圖片來源:<https://www.google.com/search>)

(二)六角形點到點技法：王旭娟(2009)指出，以六角形為單元加以組合的傳統拼布稱為

祖母花園，又稱為蜂窩拼布(圖 2-2-2)。通常是由 7 個厚薄相同的等邊六角形棉布，組合而成的構圖。正中心的六角形為中心花蕊，四周圍繞第 2 個顏色的六片六角形代表花瓣，接下來第 3 圈使用十二片第 3 種顏色圍繞，仿若一幅百花盛開的美麗花園。



圖 2-2-2 六角形點到點技法(王孟麗拍攝)

(三)瘋狂拼布技法：柳蘭惠(2015)指出，利用蠶絲或碎布塊一塊塊以不規則方式拼接，再結合兩層或多層的織物，最後在作品上縫上蕾絲、刺繡、珠子、緞帶作為裝飾(圖 2-2-3)。創作上比起一般拼布不僅不需要精心的幾何設計，更能發揮想像力，無拘無束的自由的創作，且能學到更多特定裝飾技巧，製作出更小且不規則的作品。



圖 2-2-3 瘋狂拼布技法(王孟麗拍攝)

(三)折疊式拼布：王旭娟(2009)指出，運用剪、切、捲、黏的設計手法。將單一雙面布料摺成立體形狀或將多層次雙面布料摺疊成多層次組合，熨燙一下，再加入鋪棉，製作成單一立體或多層次雙面都能使用的拼布(圖 2-2-4)。再配合加入各種花樣及裝飾後，產生不同圖案。



圖 2-2-4 折疊式拼布(王孟麗拍攝)

### 三、滾邊條車縫

陳寶華(2010)指出，以彩繪玻璃的概念，將手染布或雲彩布的色彩明暗度不同的層次變化，呈現出玻璃彷彿有光線折射的透光感覺，然後再以黑色立體滾邊調整為框線(圖 2-2-5)。



圖 2-2-5 滾邊條車縫(王孟麗拍攝)

#### 四、編織

林俐(2008)指出，編織在廣意上是指將線狀或條狀的材料，經過重覆交疊過程，形成一個平面或立體的手工藝技術，透過編織製作出來的作品，稱作編織物或編織品。而在狹意上來說，編織是被指作利用紗線，重覆交疊型成布料、衣物或其他物品的技術。編織是以經緯為基礎的一種安排技法，編織過程必須按一定規律相互交替連續挑上（緯在經上），壓下（緯在經下），構成圖案(圖 2-2-6)。工藝技術上可以運用疏密對比、經緯交叉、穿插掩壓、粗細對比等手法，使編織平面上形成凹凸、起伏、隱現、虛實的浮雕般的藝術造型效果，透過這些技法的運用可以增添編織品的色彩層次，同時也能突顯編織者精巧的手工技藝。編織還可以運用布貼、刺繡、藍印花布、絨繡等技法，使編織品更加多彩。編織品的表面材料因重覆交疊，會型成循環出現的格子網狀，中間不緊密，甚至縷空，邊緣可以用不同的交疊方式收邊、縫合或是夾藏在其他材料中。



圖 2-2-6 編織(王孟麗拍攝)

#### 五、夏威夷拼布

陳美智(2005)指出，夏威夷拼布源自於夏威夷群島，大面積使用對稱的拼花圖案，通常以白色為背景，通常使用二種大膽的顏色來搭配設計，以植物的圖案為主，主要的圖案是以鳳梨樹、木槿樹、麵包樹等為主(圖 2-2-7)。作法是將布折成 4-8 折，類似摺紙的作法，以摺疊單切割的方式裁斷後，再做補花工作。所以把它的圖案劃分幾個等分來看，就可以看出它是連續的圖案。夏威夷拼布源自於夏威夷土著縫製床單。取當地樹木的樹皮建造。傳統作法先是打成氈狀，然後染成幾何圖案。



圖 2-2-7 夏威夷拼布

(圖片來源:<https://search.yahoo.com/search> 夏威夷拼布)

## 六、刺繡

維基百科(2021.05.29)指出，刺繡是使用繡針和以絨、線、或絲製成的繡線，按照設計圖案或文字在布料上完成織品設計。刺繡是在布料上運用線和針添加美麗的圖案，達到裝飾效果。起源於普通縫紉，是將普通的布料邊緣縫合，透過繡針彩線，利用精緻圖案裝飾已織好的布料。刺繡有多種技法，分述如下：

(一) 平針繡：平針繡是所有手工繡中最基本、簡單，通常用於繡輪廓線和平直線(圖 2-2-8)。平針繡是以 0.3 公分等間距，上下直線穿梭於底布。



圖 2-2-8 平針繡(王孟麗拍攝)

(二)回針繡：回針縫是以繞圈的方式往回縫，縫完後正面會是整齊的虛線，背面則是實線，較堅固，當車縫線脫落時也可以用此縫法替代，通常使用於繡輪廓線或線條；刺繡時第一針向前，然後在向後回繡一針(圖 2-2-9)。



圖 2-2-9 回針繡錢包

(圖片來源:<https://images.search.yahoo.com/>回針繡)

(三)鎖鏈繡：繡輪廓線、花邊、填滿區塊，是圈繩法中最基本的針法，鎖鏈繡除了可以繡線條或者花草的根莖，也可以填充圖案。填充圖案時一般稱作鎖鏈密繡，或者稱作鎖鏈填充繡。



圖 2-2-10 鎖鏈繡

(圖片來源:<https://images.search.yahoo.com/search/images>鎖鏈繡)

(四)斜紋繡：表現水波紋路時，刺繡時第一針在線上，第二針間隔 0,5 公分位於線下  
(圖 2-2-11)。



圖 2-2-11 斜紋繡

(圖片來源:<https://images.search.yahoo.com/search/images> 斜紋繡)

(五)結粒繡：結粒繡是指將線纏繞成 8 字形後，繡線在正面打一個結，再將線穿回布料背面，直到填滿圖案(圖 2-2-12)。



圖 2-2-12 結粒繡

(圖片來源:<https://images.search.yahoo.com/search/images> 結粒繡)

(六)俄羅斯刺繡：可使用於繡動物、鳥獸等。利用繡框繃緊布料，使用單線繡線刺繡於布料背面，每繡一針都要留長度約 0.3 公分的繡線，注意所留長度要等長，直到填滿圖案(圖 2-2-13)。



圖 2-2-13 俄羅斯刺繡

(圖片來源:<https://images.search.yahoo.com/search/images> 俄羅斯刺繡)

(七)獨立鎖鏈繡：又稱之為雛菊繡，通常用於繡花朵和葉片，也用於填滿圖案。繡法和鎖鍊繡一樣，只是每個圈圈都要打一個結加以固定(圖 2-2-14)。



圖 2-2-14 獨立鎖鏈繡

(圖片來源: <https://images.search.yahoo.com/search/images> 俄羅斯刺繡)

(八)十字繡：是擁有百年歷史的孟加拉和印度的傳統技術，最早的形式是從錯落有致的拼花演變而來的，使用的基本材料是螺紋和老布，使用色彩繽紛的圖案和設計，十字繡製作需要網格圖案，精確計算織物使用的格數及縫線的粗細多寡(圖 2-2-15)。



圖 2-2-15 十字繡

(圖片來源: <https://images.search.yahoo.com/search/images> 十字繡)

(九)絨繡：幾千年前的古埃及就有絨繡物品的出現，絨繡技藝常見於壁掛、錢包、椅墊、飾品、枕頭等產品(圖 2-2-16)。



圖 2-2-16 白蟒絨繡圈金

(圖片來源: <https://images.search.yahoo.com/search/images> 絨繡)

(十)貼布繡：源起於幾千年前的中國、地中海、南美、中東、印度等地區，利用手工縫製精美圖案加以裝飾。貼布繡貼片有的是以魔鬼貼固定、有些是用黏有背膠或以電腦刺繡機直接刺繡(圖 2-2-17)。



圖 2-2-17 貼布繡

(圖片來源: <https://images.search.yahoo.com/search/images> 貼布繡)

## 七、針織

張芳滿(2016)指出，針織的製作法是將紗線彎曲成一個個環狀，相互交套織成布料。水平方向的紗線被稱之為緯線，垂直方向的紗線則被稱之為經線，可區分為兩類：手工針織和機器針織。以下針對手工針織及機器針織，分述如下：

(一)手工針織：手工針織具有個人獨特又迷人的創造性，成品用於餽贈親友外，大部分使用於家庭中；手工針織品最常見的有毛衣、圍巾、毛襪、及嬰兒毛毯等(圖 2-2-18)。



圖 2-2-18 手工針織(王孟麗拍攝)

(二) 機器針織：使用許多根針同時運用形成很多個紗環，快速且織出多種花紋的布料。

針織布主要可分為兩大類：經編布和緯編布，最常見的是緯編布。緯編針織品主要分為三大類：稜織、平稜互織和單面針織，單面針織又稱為平織，是最常見的針織布料(圖 2-2-19)。



圖 2-2-19 機器針織(王孟麗拍攝)

## 八、花邊

陳寶華(2010)指出，花邊是使用組合線或者是燃合線製造成鏤空花樣，可分為手工編的花邊和機器花邊。機器製花邊使用的材料包括繩製成的麻線、棉線、大麻、黃麻、亞麻、蕾絲、絲、皮革。花邊可以運用在衣服、桌布，床單和窗簾等產品(圖 2-2-20)。



圖 2-2-20 花邊(王孟麗拍攝)

## 九、流蘇

維基百科(2021.05.20)指出，流蘇是以色列猶太教男性在衣服、祈禱披風的四個角位上所縫上或綁上的飾物。掛繩是將繩子纏繞懸掛，歐洲開始流行於 16 世紀法國創造的金銀線花邊。文藝復興時期和帝國時期的設計風格更趨於穩重的設計，維多利亞時代最複雜的。這些來自歐洲和美國的工匠手工製作設計，所費不貲。越來越多的人民使用流蘇在他們的帽子，如大學學士帽。在中東流蘇被當頭飾佩帶以作為護身符，在整個的阿拉伯世界，流蘇經常在兒童服裝出現。流蘇通常是裝飾性的元素，通常運用在服裝、窗簾、家飾品、包包等產品(圖 2-2-21)。



圖 2-2-21 吊掛流蘇的布包

(圖片來源:<https://images.search.yahoo.com/search/images> 流蘇)

### 第三節 拼布包常用的布料

拼布包常用的布料相當多元,本節僅針對目前拼布包手工藝業者常用的棉質、麻質、絲質、聚酯纖維、尼龍、人造纖維、壓克力纖維等布料的布料、特性及優缺點介紹如下:

#### 一、棉質

維基百科(2021.05.20)指出,棉質布料主要成份是天然棉,棉質布料的優點是吸水及透氣性佳,缺點是比較容易起皺。一般使用在衣服、襯衫、褲裙、抱枕、床單、被套、窗簾等產品。棉質布料的特性是質感佳、質地柔軟、吸水力強。是一種天然纖維不會產生靜電,透氣吸汗性良好,是一種耐洗的植物性纖維。拼布作業大多使用 100%純棉的布料(圖 2-3-1、圖 2-3-2)。



圖 2-3-1 優質的棉質素色布(王孟麗拍攝)



圖 2-3-2 優質的棉質印花布(王孟麗拍攝)

## 二、麻質

維基百科(2021.05.20)指出，麻質布料主要成份是亞麻纖維，麻質布料的優點是透氣性佳、觸感良好、具有光澤；缺點是首次清洗的收縮情形比較明顯，比較容易起縐摺及蛀虫。一般常使用在衣服、襯衫、褲裙、拼布、抱枕、窗簾等產品。麻質布料的特性是布紋質感佳，吸水性強，適合做染色，耐熱度夠。麻質有挺直性，擁有好的質感，容易清洗也容易乾，可以耐高溫的整熨(圖 2-3-3)。



圖 2-3-3 優質的麻質布料(王孟麗拍攝)

## 三、絲質

維基百科(2021.05.20)指出，絲質布料主要成分是蠶絲，絲質布料的優點是質感好、不容易髒；缺點是抗日光性較差，容易受蟲蛀。一般常使用在衣服、襯衫、家飾、窗簾、床單等產品。絲質布料的特性是具有良好的觸感、光澤、韌性；表面光滑不易積留污漬，屬親水性纖維 (圖 2-3-4)。



圖 2-3-4 優質的麻質布料(王孟麗拍攝)

#### 四、聚酯纖維布

維基百科(2021.05.20)指出，聚酯纖維布料主要成份是碳、石油。產品的優點是不容易皺、不容易縮水、耐熱性高；缺點是易起靜電、易沾染灰塵。一般常使用在衣服、襯衫、褲裙、家飾等產品，聚酯纖維布料的特性是彈性佳、不易變形、抗磨擦力佳、曝光性良好、抗酸鹼(圖 2-3-5)。



圖 2-3-5 聚酯纖維布料(王孟麗拍攝)

#### 五、尼龍

維基百科(2021.05.20)指出，尼龍主要成分是聚醯胺纖維，尼龍布料的優點是不易皺、質輕、強度大；缺點是不耐高溫、易起靜電。一般常使用在衣服、襯衫、褲裙、絲襪、地毯等產品。尼龍布料的特性是質地輕、彈性佳、伸縮性良好；但容易起毛球，抗陽光曝曬性不良(圖 2-3-6)。



圖 2-3-6 尼龍布料(王孟麗拍攝)

## 六、人造纖維布

維基百科(2021.05.20)指出，人造纖維主要成分是人造纖維，人造纖維優點是不起毛邊、好裁剪；缺點是不耐磨。一般常使用在手工藝作品、環保袋、醫療衛生用品、工業用布等產品。人造纖維又稱為非織物，是應用纖維間自身的摩擦力與黏著劑的黏合力結合在一起，不經製成紗線而製成的布，其製程結合造紙、紡織、塑膠、化工等技術與原理，又稱為「不織布」(圖 2-3-7)。



圖 2-3-7 人造纖維布料(王孟麗拍攝)

## 七、壓克力纖維布

加州乾洗 (2021.05.29)指出，壓克力纖維 (Acrylic fiber)，乃合成纖維中仿羊毛觸感而研製出最成功的一種纖維，最像羊毛，但沒有羊毛的輕柔，常和羊毛混紡在一起。優點是質輕、蓬鬆、保暖、不縮不皺，比羊毛容易清洗，較不會引起過敏。材料特性是質地輕、觸感佳、具光澤、保暖；易洗快乾、不易起縐、縮水、變形，但吸汗性較差，容易起靜電(圖 2-3-8)。



圖 2-3-8 壓克力纖維布料(王孟麗拍攝)

## 八、彈性纖維布

極地冰蟲機能衣著(2021.05.20)指出，彈性纖維布料主要成份是聚胺基甲酸乙酯，布料的優點是柔軟、抗酸鹼；缺點是易起毛、不耐熱。含有彈性纖維的衣物，即貼合人體體型，展現優美的天然曲線，增加美感；又不會對人體的活動造成限制，迎合了人體對舒適性的要求。因此，人們越來越多地將彈性纖維應用到各種織物上去，例如泳裝、滑雪服、休閒運動衫、內衣、緊身衣、絲襪等。在實務上的運用多半是與其它的布料混紡，例如棉或是其它人造纖維，其所占的比例不高，使得這些衣物大都保留了其他纖維的外觀與質感；彈性纖維的特性是質輕盈、具有彈性、延展性佳，適合與其它纖維混紡，不起靜電(圖 2-3-9)。

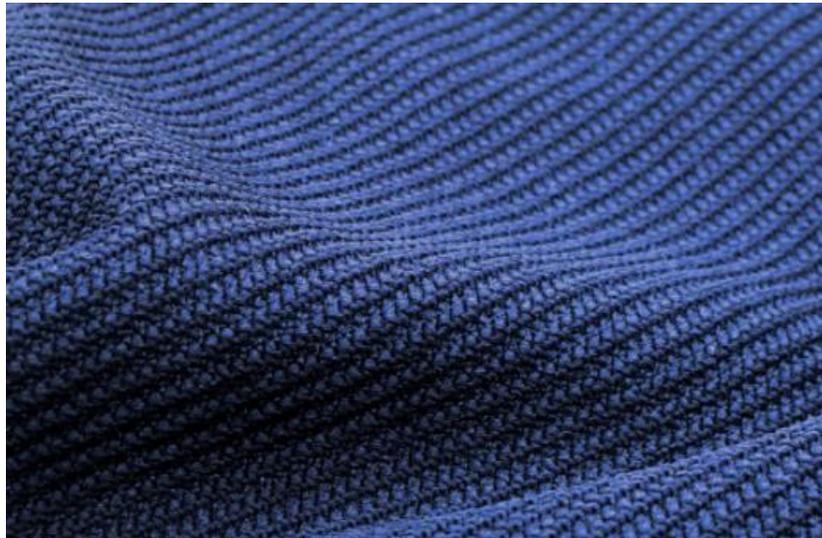


圖 2-3-9 彈性纖維布料(王孟麗拍攝)

## 第四節 拼布包使用的配件

製作拼布包必須使用到一些現成的五金配件來搭配，才能提高產品的實用性及價值感，製作拼布包相關的配件相當多，以下只針對鈕扣、磁扣、布邊、拉鍊、提帶等配件做介紹。

### 一、鈕扣

維基百科(2021.05.20)指出，鈕扣剛開始使用在服裝上的用途是做為裝飾品，並不是做為扣件。主要是一些貴族為了彰顯自己的富有與權勢具有權勢地位的貴族，使用珍貴的金、銀、珍珠、寶石、象牙等的貴重的材料做成裝飾品，將它縫製在服裝上。直到西元 1300 年鈕扣的功能才由裝飾品演變成具有扣件的功能，服裝設計師在衣服或布包上製作扣眼，讓鈕扣能穿過扣眼扣緊袋口或布包口，鈕扣這時候才發揮真正的實用功能。以下僅針對不同布料的鈕扣做一介紹。

#### (一)牛角扣

牛角扣就是以水牛的角製成的，在一些高級的服裝中是比較常見的一種扣件(圖 2-4-1)，牛角扣也有使用動物的骨骼或象牙製成的。牛角扣的特點是質地堅硬、手感優良。牛角扣的辨認方法如下：

1. 牛角扣表面以光線折射，會有一些細小起伏的紋路。
2. 牛角因為部位不同，組織密度會有所不同，表面會有不同的光滑程度。
3. 牛角扣的側邊一般都會有一些細小紋路。



圖 2-4-1 牛角扣

(圖片來源:<https://baike.baidu.com/item/牛角扣>)

## (二)貝殼扣

百度百科(2021.04.15)指出，貝殼扣是取材自貝殼內部具有珍珠般光澤的部分，一般會選用貝殼扣服裝的人士，都是一些喜歡藝術具有獨特品味的消費者。天然的貝殼顏色較淺，珍珠般的光澤表面會因為光線折射產生不同的變化，在產品的使用方面，貝殼扣縫製在淺色服裝是非常好的搭配(圖 2-4-2)。



圖 2-4-2 貝殼扣

(圖片來源:<https://images.search.yahoo.com/>貝殼扣)

## (三)金屬扣

百度百科(2021.04.15)指出，金屬扣有純金屬和電鍍兩種(圖 2-4-3)，常見的顏色有金色和銀色，現在有許多金屬扣做成仿古的古銅色。金屬扣因為可以將商標或圖騰印製在扣面，因此，許多知名的服飾品牌都會將商標或文字印在扣面，提升產品獨特性及品牌形象。一般採用貴金屬製成的扣件，在清洗服裝之前最好將釦子摘下來，以免金屬扣受到劃傷。



圖 2-4-3 金屬扣

(圖片來源:<https://baike.baidu.com/item/金屬扣>)

#### (四)果實扣

百度百科(2021.04.15)指出，果實扣是使用象牙樹的果實製成，果實扣經常被採用在高檔的服裝、皮包、布包上，象牙樹的果實摘下來之後必須經過 90 至 120 天的陽光曝曬，果肉才會變成堅硬的象牙乳白色，果實扣使用在高檔的服飾或包包上能呈現自然柔順的美感(圖 2-4-4)。



圖 2-4-4 象牙果實扣

(圖片來源:<https://baike.baidu.com/item/果實扣>)

#### (五)木質扣

百度百科(2021.04.15)指出，木質扣顧名思義就是利用木質材料，利用車製或雕刻的技術做成的鈕扣，木質扣與棉麻質地的服裝或布包搭配，整體的感覺是非常舒適休閒完美的(圖 2-4-5)。



圖 2-4-5 以木材雕刻製成的木質扣

(圖片來源:<https://baike.baidu.com/item/木質扣>)

製作服裝或布包過程中常需要縫釦子，如果釦子和薄的布料縫合，會因為釦子和布料過於貼合使得鈕扣不好穿過扣眼，因此，在縫製釦子的時候要做鈕扣的線腳，讓鈕扣不會緊貼布面方便消費者使用。製作線腳的時候薄的布料及小的鈕扣採用兩股線；厚的布料及大鈕釦子採用四股線。

## 二、牛仔扣(釘扣)

百度百科 (2021.04.15)指出，牛仔扣是由上面的扣子和下面的釘子兩個零件組成的，使用敲模的方式將兩部分組合起來(如圖 2-4-6)。因為組合後的造型由側面觀察略像工字，故又名(工字扣)。牛仔扣主要應用在布料厚實的牛仔褲上；牛仔扣一般以鋅合金、鐵、銅、鋁等材料壓鑄而成，牛仔扣的規格因為不同廠商會有不同的尺寸，但經常使用的牛仔扣規格有直徑 10mm、11.5mm、12.5mm、15mm、17mm、20mm 等尺寸 (圖 2-4-6)。



圖 2-4-6 牛仔扣

(圖片來源:<https://baike.baidu.com/item/牛仔扣>)

### 三、磁扣

百度百科(2021.04.15)指出，為了讓使用者能更方便開啟或蓋上布包的袋口，廠商就利用磁鐵具有強力磁性的特性發展出磁扣，磁扣有方便裝配的特點，不需要像鈕扣還要開扣眼，磁扣的相關產品有磁性按扣(圖 2-4-7)、手縫磁扣(圖 2-4-8)、隱形磁扣(圖 2-4-9)等。



圖 2-4-7 磁性磁扣一般都安裝於布包的開口(王孟麗拍攝)



圖 2-4-8 手縫磁扣

(圖片來源: <https://baike.baidu.com/item/磁扣>)



圖 2-4-9 隱形磁扣

(圖片來源:<https://baike.baidu.com/item/磁扣>)

#### 四、拉鍊

維基百科(2021.05.20)指出，拉鍊是瑞典籍的美國工程師吉迪昂·森貝克在西元1914年發明的，他使用凸凹絞合代替原來鉤環的設計，於1917年申請了專利，稱為「可分式扣」(Separable Fastener)。拉鍊在西元1930採用在兒童和男性服裝的褲子。剛開始的階段拉鍊的兩條下端還是固定連結在一起的，之後才設計成可以分開，以便採用在外套服裝上。拉鍊基本上就是以兩條平行的窄布料為本體，通過縫製或連結把拉鍊固定在服裝的邊緣，提供開啟閉合的功能。拉鍊依照功能可區分如下：

- (一)線圈狀拉鍊：兩排齒是螺旋或梯狀，超出基底布條部分為拉鍊齒。
- (二)隱藏式拉鍊：拉鍊齒隱藏在與服裝同顏色的布料裡面，外觀看不到拉鍊。
- (三)金屬拉鍊：有分立等距的拉鍊齒，使用銅或鋁製成(圖 2-4-10)。
- (四)塑膠拉鍊：有分立等距的拉鍊齒，使用塑料製成(圖 2-4-11、圖 2-4-12)。



圖 2-4-10 金屬拉鍊

(圖片來源:<https://images.search.yahoo.com/search/images> 拉鍊)



圖 2-4-11 塑膠拉鍊

(圖片來源:<https://images.search.yahoo.com/search/images> 拉鍊)



圖 2-4-12 拉鍊裝在包口的布包(王孟麗拍攝)

## 五、口金

百度百科 (2021. 04. 15)指出，口金一般都是以金屬製成，是安裝於包口上的配件，提供包口開啟與閉合的功能，讓布包包口方便快捷閉合。口金分為有孔口金和無孔口金，無孔口金一般是量產工廠批量生產使用，量產工廠有專門機器進行口金的包壓。有孔口金是在口金身上有次序的排列孔洞，適合以手工操作縫製。是布包手工製造者的最愛，可以用於製作各種零錢包及手提包等產品。

口金常見的尺寸是 8.5cm，因這個尺寸的零錢包大小恰當，便於隨身攜帶。口金的尺寸有迷你型 5cm 至 7.5cm，常用尺寸為 8cm、至 13cm，大尺寸為 15cm 至 24cm 等。口金最常見的顏色是銀色和古銅色，因為廠家製作水準不同，每種顏色的口金價格也不同。(圖 2-4-13、圖 2-4-14)。



圖 2-4-13 不同造型的口金

(圖片來源: <https://images.search.yahoo.com/search/images> 口金)



圖 2-4-14 口金常安裝在錢包的包口 (王孟麗拍攝)

## 六、雞眼銅扣

百度百科(2021.04.15)指出，雞眼銅扣又稱汽眼或鞋眼，其造型為圓型，中間有大面積的孔，主要功能是透氣或穿繩用；各類衣服、鞋子、帽子、手提袋等方面都會採用，雞眼銅扣製造的布料主要是銅，要經過拋光、電鍍或噴漆才能製成。(圖 2-4-15、圖 2-4-16)。



圖 2-4-15 雞眼銅扣(王孟麗拍攝)



圖 2-4-16 雞眼銅扣應用於布包與提把之連結(王孟麗拍攝)

## 七、提帶、提把

百度百科 (2021.04.15)指出，提帶或提把是作為布包手提或肩背的配件，提帶長度可調整，可以配合不同用途從手提包調整為肩背包。提帶一般常使用耐用的金屬、帆布、輕便的潛水布、環保的不織布等製成，提帶除了有多樣布料也有不同的寬度可以選擇，讓布包製造商家能搭配出最完美的組合，相關的產品有許多可以可供選擇(圖 2-4-17、圖 2-4-18、圖 2-4-19、圖 2-4-20、圖 2-4-21)。



圖 2-4-17 提帶有不同布料及尺寸可供選擇

(圖片來源:<https://images.search.yahoo.com/search/images> 提帶)



圖 2-4-18 真皮製成提把

(圖片來源:<https://images.search.yahoo.com/search/images> 提帶)



圖 2-4-19 金屬製成的肩帶

(圖片來源:<https://images.search.yahoo.com/search/images> 提帶)

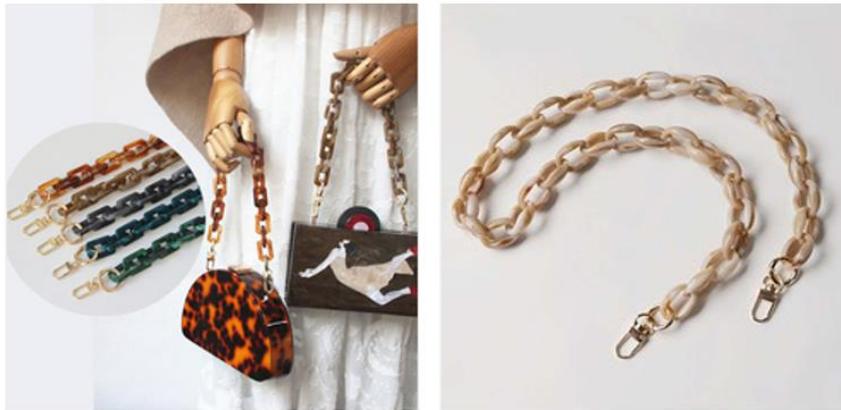


圖 2-4-20 壓克力製成的提帶及肩帶

(圖片來源:<https://images.search.yahoo.com/search/images> 提帶)



圖 2-4-21 具備提把與提帶兩用的包包

(圖片來源:<https://images.search.yahoo.com/search/images> 提帶)

## 八、布邊

百度百科 (2021.04.15)指出，布邊的主要目的是保護織物的邊緣，以承受在織造過程中的各種外力而不被磨損或撕裂。布邊通常採用與布身不同的組織結構，所以很容易區別(圖 2-4-22)。布邊依據外觀可以區分如下；

(一)光邊(平邊)，布邊與布身的顏色，花型相同或不同。

(二)色線邊(裝飾色線邊)

1. 按彩色線的顏色分單邊裝飾色線邊與多色裝飾色線邊。

2. 按色線位置分色線位於地經紗的左右邊緣與色線位於邊組織的外側位置。

(三)文字邊

1. 織邊：在布邊上用織造的方法將織物的英文名稱，織物中文名稱，織物所用原料或企業的名稱等織於布邊上。

2. 印邊：以燙字的方法將織物英文名稱，織物中文名稱，織物所用原料或企業的名稱等印燙於布邊上。

布邊必須有足夠的強度，避免織造時不會產生邊經脫散；在染整機械拉幅力的作用下，邊經不脫散，布邊不撕破。布邊突起或呈荷葉狀，鋸齒狀，都會給染整帶來很大困難，也給剪裁，縫紉帶來困難。所以布邊的平直光潔非常重要，它對於坯布或印染布都是重要的質量考核要素。布邊的厚度、緊度與布身必須一致或接近，財部會造成織物內外收縮重疊或染整後布邊與布身有色差的情形。

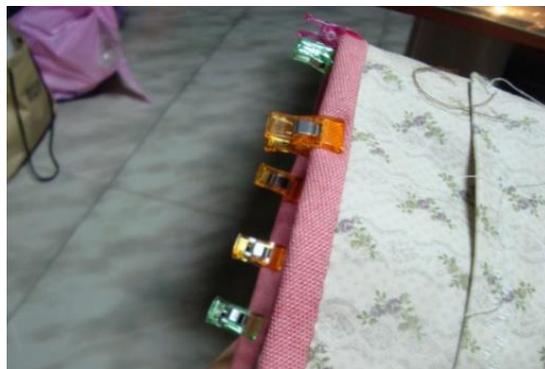


圖 2-4-22 布邊可以提高布包的美觀及耐用(王孟麗拍攝)

## 第五節 如何正確使用布包

愛問共享 (2021.05.22)指出，布包在使用上大致分為手拎、單肩、雙肩、斜跨等樣式，經過科學家的調查及研究，以如果以健康及省力的觀點作選擇，最好的是雙肩，其次是斜挎及單肩，最差的是手拎。因為雙肩背包在使用時受力是比較均勻分配的，而單肩背包因為一邊的肩膀需要承受較大的壓力，就容易形成高低肩和肩膀疼痛的現象產生，另外斜挎包可以把肩部受到的重力分散到後背和腰部。以下僅就手拎、單肩、斜跨、雙肩等樣式說明如下：

一、手拎包：包包如果是手拎的話，對身體的壓力就會變大。因為手拎包是直接掛在胳膊前臂上或是拎在手裡，這裡就有受力點過於集中的問題，受力點集中於一個地方時，這個位置所受到的壓力是最大的。因此，對身體造成的損害也是最嚴重的。此外，由於胳膊經常性地受到壓迫，也會影響此胳膊血液的循環，經常性的壓迫神經也會產生慢性傷害(圖 2-5-1)。



圖 2-5-1 手拎包(王孟麗拍攝)

二、單肩包或斜挎包：既然稱之為單肩和斜挎，就表示是放在一個肩膀上或是挎在一個肩膀上的。由於肩膀背負著不讓包包滑落的使命，使用者就會不自覺的抬高有

壓力這一邊的肩膀，時間久了肩部肌肉收縮、緊繃，就會造成肩部肌肉的傷害，進而引發頸椎的疾病，消費者在使用上應多加留意。(圖 2-5-2)(圖 2-5-3)



圖 2-5-2 單肩包(王孟麗拍攝)



圖 2-5-3 斜挎包(王孟麗拍攝)

三、雙肩包：雙肩包好像古時候背簍筐的情形，這也是最自然而相對也是最健康的方式。雙肩包把布包的重量分攤在了兩個肩膀上，所以會減輕單個肩膀的負重。雙肩包最重的位置在人體的脊柱處，也就是人體的正中間，因此不會造成某一邊的承重力過多而對身心產生傷害(圖 2-5-4)。



圖 2-5-4 雙肩包(王孟麗拍攝)

愛問共享 (2021.05.22)指出，消費者在選擇背包時還要注意體積不宜過大，收納的東西要盡量減少，使用的時候感覺是輕鬆無負擔為宜。如果攜帶的東西太多，可以盡量分開收納；雙肩、單肩的包帶尺寸越寬越好，太細的肩帶壓在肩膀上，會因為受力面積較小，重量增加之後，就會讓肩頸部的肌肉疲勞損傷。女性長期使用手拎包會導致手臂麻，單肩或斜挎包會變高低肩等等現象，因此，僅就因為使用方式不正確，可能帶給消費者身體健康的危害做一說明，讓消費者能背得輕鬆、背得健康。經過專家調查發現有 65%的人背包收納的物品的都在 3 公斤以上，如此沉重的負擔每天不斷的重壓在肩膀上，不論是背式、肩式、手提式，長期下來對消費者的健康將有一定程度的傷害。

依據上述資料的分析，拼布包使用提帶或提把作為手提或肩背的配件，提帶長度可以依據消費者使用需要從手提包調整為肩背包，本研究希望了解消費者對於拼布包「提帶」不同種類之喜好程度，透過客觀的數據呈現大眾喜歡的「提帶」使用方式，並對消費者提出正確拼布包「提帶」使用方式，避免消費者不當使用造成肌肉疲勞損傷。

## 第六節 消費者購買產品的行為

白滌清 (2015) 指出，消費者在評估取得具有經濟價值產品的「決策程序」，也就是消費者對於滿足自我需求，在多個不同項目中進行選擇，最後決定購買產品所形成的一種過程。它是一個流程化的決策活動，包括認知需求、搜尋產品資訊、產品選擇、購買的行為、購買後的反應等步驟。

### 一、認知需求

榮泰生 (2007) 指出，消費者要產生購買行為，應該就是消費者體認到自己「需要」某樣產品，當消費者的生活現況與心理的理想有落差，且此差距已大過願意忍受的時候，購買需求就會產生；當消費者認知到自己有這項需求時，整個購物決策流程就會產生。認知需求就是希望在購買產品之前能提醒消費者事前的判斷，也就是希望消費者購買產品前思考現實與理想的程度。

### 二、搜尋產品資訊

林建煌(2013) 指出，消費者決定購買產品的需求之後，就必須先進行蒐集相關產品的資訊作業，蒐集的方式可區分為購買前的搜尋及平常性搜尋兩種。如果消費者過去的經驗足以判斷購置何種產品，接下來就會直接進入下一步驟「產品評估」。當消費者選擇產品時，通常會以自己與產品的相關記憶來搜尋產品資訊或以使用過類似產品的經驗來進行其消費行為。消費者對於某項特定產品的認知以及對於此項產品的瞭解，也包含了過去對此產品的經驗」。若消費者對此產品的熟悉程度很高，消費者很容易會有深刻印象；「屬性知識」則指消費者在做品牌選擇時，會依其對產品的屬性了解來評估；「價格知識」是關於特定品牌產品的絕對價格與相對價格。

(一)消費者個人認為自己所擁有的產品知識之認知，即消費者自認自己所瞭解、知道的產品知識之程度多寡，屬於主觀知識。

(二)消費者真正儲存於記憶中產品之資訊量的多寡、型式、組織，屬於客觀知識。

主觀產品知識與客觀產品知識，二者之間並不具其相關性，因為消費者自認為知

道的和他們實際所知道的，可能會有所不同。不同的消費者從事相同的消費經驗未必會學到相同的事物，消費者的後續行為也不盡相同。產品知識較高的消費者，因為熟悉產品訊息的重要性，較傾向使用內在線索來判斷產品品質，較少使用刻板印象來判斷事物。而產品知識較低的消費者由於不瞭解如何判斷產品的好壞，較傾向使用外在線索（是指產品價格或品牌），來進行產品的評估。

### 三、產品選擇

沈永正（2012）指出，消費者收集相關產品的資訊之後，可能會有多種類似的產品進行選擇，在選擇的過程也會有因為其他因素造成「放棄購買」，因此，在產品進行評估階段「放棄購買」也會是評估結果之一。進行產品選擇評估的部分有三個因素會影響評估：

- (一)信念：每一個人受到需求原因、性格和不同生活方式等影響，會建立自我的評估標準，也就是購買產品時造型、布料、機能等面向哪些是最主要的。
- (二)態度：消費者在評估產品決定選擇時的態度，也就是對產品的認同程度。
- (三)意願：是指消費者願意選擇某產品的主觀意識。

### 四、購買的行為

經過前面三個決策流程之後，消費者就會做出購買的行為。購買行為受到是否深入了解產品的優、缺點並加以分析比較影響。購買的行為區分為下列四種：

- (一)複雜的購買行為：消費者會先查閱較多的產品資訊並深入了解各種產品的優點與缺點並加以分析比較，而且對相關周邊的設施也會列入評估的項目。例如：購買冰箱前，會事先評估室內空間尺寸或室內色調的搭配與否等問題。
- (二)認知失調的購買行為：消費者因品牌差異小而迅速完成購買行為之後。發現買到的是過期產品或是發現有其他更好的產品，因為自己已經分析比較各種產品的優點與缺點的工作，就會以其他的理由來認同自己先前的決定選擇。類似對事情有先入為主的觀念，就算最後出現了反向的證據，也會尋找各種藉口來合理化當初的選擇，堅信自己沒有錯誤。此即心理學中常見的「認知失調」情況。

(三)尋求多樣化的購買行為：消費者沒有仔細評估產品優、缺點的差異，經常更換產品的造型或樣式，這是一種追求新鮮感的購買行為，或者是受到廣告促銷活動、結束營業跳樓拍賣等資訊就決定購買的行為。

(四)習慣性的購買行為：消費者常常購買同一品牌的產品，但只是因為習慣購買這個品牌的產品，並非對品牌有高度的喜好（白滌清 2015）。

## 五、消費者滿意度

沈永正（2012）提出消費者滿意度是所有行銷活動的核心，對於產品或服務所得之結果與期望之間的落差，使致令人開心或失望的程度。消費者滿意度與未來市占率之間，應會有正向顯著關係，消費者滿意度是指消費者對其購買與使用產品的經驗的評價；換言之，滿意度是一種消費後的評價。企業重視消費者滿意度主要因為一般人皆認為，滿意度會維繫且留住現有的消費者，亦即滿意度與消費者忠誠度有正向顯著關係。對於消費者滿意度的定義為消費者會以過去的消費經驗來設立衡量標準，也就是此次消費的事前期望；再由事前期望與事後的購買經驗來做比較所得的結果。

消費者對於產品或服務的事前期望是經由過去的購買經驗所導致，進而與此次購買經驗做比較所得之結果。當一企業所提供的產品或服務符合或超過消費者的預期時，消費者滿意度即產生，消費者滿意度是消費者與企業或產品多次互動後所產生的態度，消費者滿意度是消費者對於最近一次交易或服務互動的態度。消費者滿意度的衡量主要在考慮消費者的滿足程度，以及他們所期待與知覺。透過消費者滿意度，可以加深業者與消費者之間的關係、鼓勵消費者分享想法和關心的事物，再藉由衡量結果的回饋，滿足消費者的需求並積極讓消費者達到滿意程度。

## 六、購買後的反應

消費者購買產品並經過使用之後，對產品會有一些評價，也就是對產品使用後的滿意度評估，評估結果會有不同的反應態度及做法（白滌清 2015）。

(一)滿意度評估：消費者對的滿意程度如何，取決於預期產品性能與實際使用性能的差距。

(二)購買後行為：產品使用後的滿意程度決定了消費者行為的表現，例如是否再次購買該類的產品或是主動分享或推薦產品的優點給他人。

依據前面學者對消費行為的之論述，本研究認為消費者購買決策過程中，要使用什麼方法跟消費者溝通？甚麼是消費者的購買動機？消費者是因為什麼因素選擇產品？消費者購買物品的行為可能是比較感性也可能是比較理性的，也可能比較重視價值也可能比較重視價格。本研究希望以拼布包構成的相關因素對消費者做一測試，單一因素對消費者而言可能影響不大，但是在統整本研究所有依變項的因素之後，資料是否能提供另外一種不同的意義呢？因此，本研究希望對消費者進行問卷調查的階段，也能將產品構成的因素適度分類，藉以了解不同的產品構成因素的喜好度之間是否有差異性及相關性存在。



### 第三章 研究方法與架構

本研究欲瞭解影響消費者購買拼布包產品的相關因素為何？因此，首先以蒐集國內外拼布包發展的文獻及概況加以彙整、探討，相關資料蒐集完整並分析之後，確定研究之架構進而設計問卷題目，透過問卷發放進行統計及分析以達研究目的。

#### 第一節 研究架構

根據國內、外的研究發現，消費者的個人屬性例如性別、年齡、學歷、婚姻狀況、年資及職位等，均可能影響其對問卷項目喜好的程度，因此本研究將個人的各種不同屬性的「年齡」、「學歷」、「職業」、「收入」列為自變項。

有關影響消費者購買拼布包的相關因素經文獻探討分析及專家審查修正後有「布料」、「扣件」、「提帶」、「售價」等變項，本研究希望透過問卷調查，了解消費者對這一些因素的喜好程度，並分析各項因素喜好度之差異性與相關性，藉以改善拼布包業者製作的產品在市場上能受到消費者的青睞。依據變項間之關係，繪製研究架構如圖 3-1-1 所示。

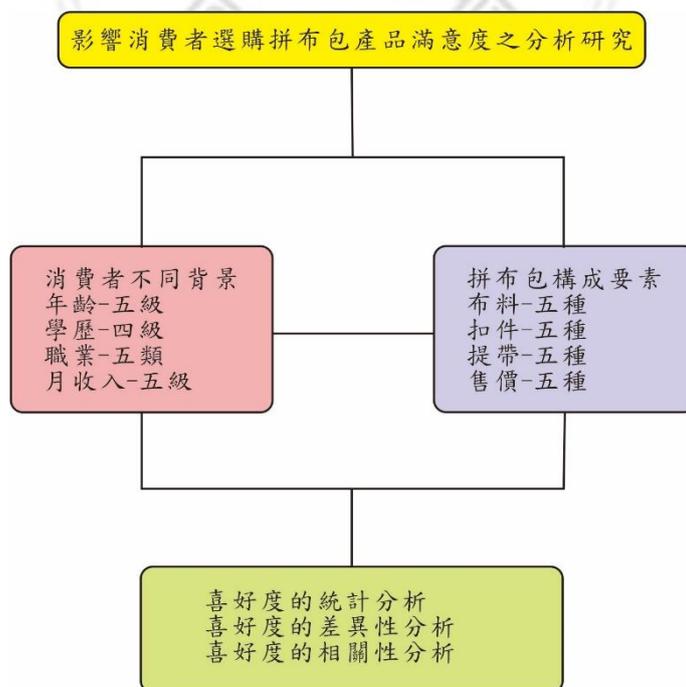


圖 3-1-1 研究架構

## 第二節 研究方法與步驟

本研究主要以蒐集國內外拼布包發展的概況進行文獻探討，並分析拼布包製造、銷售及設計業者目前所開發之拼布包造型、產品使用方式、布料布料、五金扣件等方面資料，再依據研究目的設計問卷進行網路問卷調查，調查對象以台灣地區在網路成立拼布相關網站，成員在 5000 人以上的社群為對象，例如「拼布星園地 3.2 萬人」、「拼布材料用品 2.6 萬人」、「拼布包買賣社團 1.2 萬人」、「拼布團購團 1.7 萬人」等作為調查母群，經過統計了解不同背景的消費者在各項問題的滿意程度，並提出差異性、相關性的分析。

### 一、文獻分析法：

蒐集國內外專業期刊、研究論文、雜誌、圖書、公開出版之教科書及研究報告之理論、研究歷程、方法、結果加以分析彙整，由探討影響消費者選購拼布包之相關因素作為本研究之理論基礎，並據以發展問卷作為研究工具。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、調查研究法：

本研究依據文獻探討，將影響消費者選購拼布包可能之相關因素，例如「布料」、「扣件」、「提帶」、「售價」等加以分類，設計出「影響消費者選購拼布包產品滿意度之分析研究問卷」。調查問卷使用李克特（Likert）五等第量表來計分，每一問題的選項有「非常喜歡」、「喜歡」、「尚可」、「不喜歡」、「非常不喜歡」五種回答，分別轉化為 5 分，4 分，3 分，2 分，1 分，每個消費者勾選的選項就是他對各題所呈現的喜好程度，這分數可說明消費者的態度強弱或在這一量表上的不同表現。

### 三、統計分析：

本研究採用 SPSS26.0 統計軟體進行不同背景之消費者對於拼布包的「布料」、「扣件」、「提帶」、「售價」等產品喜好度的平均數、變異數分析、皮爾遜相關係數進行分析，以科學、客觀之立場，解釋、闡明統計數字所代表的意義。

#### 四、研究步驟：

茲將本研究預定進行之步驟簡述如下：

- (一) 確定論文方向並擬定研究主題：本研究主題為「影響消費者選購拼布包產品滿意度之分析研究」。
- (二) 文獻探討與分析：蒐集國內外相關「拼布包」之文獻與市場現況之產品及使用概況，進行文獻探討與拼布包產品製造過程各種技法的介紹說明，以做為本研究之理論基礎。
- (三) 建立研究架構：研究方向確定之後，制定研究方法與架構，並依據進度執行後續的研究工作。
- (四) 發展研究工具：參考國內外有關「拼布包」之相關文獻，分類、整理後編製調查問卷，並利用網路 Google 表單透過相關的「拼布包」群組，進行不記名方式的填答。
- (五) 問卷回收整理：進行問卷的轉檔、整理、編碼與登錄。
- (六) 問卷資料分析：問卷所得之量化資料，以 SPSS26.0 套裝統計軟體進行分析，了解不同背景的消費者相互之間的差異性及相關性。
- (七) 結論與建議：根據研究發現，提出具體的結論與建議，作為相關業者執行產品製造、銷售，設計之參考。
- (八) 論文撰寫與付印：根據研究結果撰寫研究的結論與建議，經口試委員審查修正通過之後進行論文上傳與付印。

本研究之流程包含文獻資料蒐集、閱讀分析相關文獻、確定研究方向、整理相關文獻及撰寫研究計畫、研究計畫審查、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、論文口試及修正、論文印製及上傳等項目，預定實施及完成之日程如表 1-1 所示。

#### 五、研究流程

表 3-2-1 研究流程(王孟麗自編)

	一月	二月	三月	四月	五月	六月	七月
蒐集、閱讀相關文獻、確定論文題目	■						
整理相關文獻及撰寫前三章初稿		■					
提出論文研究計畫				■			
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						■	
論文口試審查						■	
論文付印及上傳							■

## 六、實問卷調查概況

本研究係以台灣地區在網路參加拼布相關社群的拼布愛好者，例如「拼布星園地 3.2 萬人」、「拼布材料用品 2.6 萬人」、「拼布包買賣社團 1.2 萬人」「拼布團購團 1.7 萬人」等社群的成員為研究對象。本研究之問卷採取「隨機抽樣」方式邀請社群的成員填寫問卷，自 2021 年 4 月 30 日至 2021 年 5 月 8 日止，利用網路 Google 表單，透過版主隨機邀請社群成員協助填寫問卷。

### 第三節 研究工具

本研究依據市場產品現況及專家審查及提供意見之後將拼布包的「布料」、「扣件」、「提帶」、「售價」等加以分類，編製「影響消費者選購拼布包產品因素之分析研究問卷」，問卷內容共分為二個部分，第一部分是受試者「基本資料」，第二部分是「消費者選購拼布包產品喜好度調查」。

#### 一、基本資料

- (一)年齡：依據研究需要區分為「20~30 歲」、「31~40 歲」、「41~50 歲」、「51~60 歲」、「61 歲以上」等五種類別。
- (二)學歷：依據研究需要區分為「國中及以下」、「高中職」、「大專」、「研究所以上」等四種類別。
- (三)職業：依據研究需要區分為「軍公教」、「服務業」、「製造業」、「農林漁牧業」、「其他」等五種類別。
- (四)個人平均月收入：依據研究需要區分為「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、消費者選購拼布包產品喜好度之調查

本研究設定消費者選購拼布包產品主要是依據拼布包的「布料」、「扣件」、「提帶」、「售價」等的特性進行分類調查，為了提高受試者對於問題的瞭解程度，每一項問題，會簡單的說明並以附上參考圖片。受試者在填答問卷時依據喜好程度排序成五點量表記分，5 分為「非常喜歡」、4 分為「喜歡」、3 分為「普通」、2 分為「不喜歡」、1 分為「非常不喜歡」。問卷的內容說明如下：

##### (一) 拼布包「布料」之喜好度調查

問卷內容經專家審查及提供意見之後將「布料」分為「棉質」、「麻質」、「絲質」、「人造纖維」、「彈性纖維」等五類，並附上參考圖片輔助說明，請消費者依據自我喜好的程度在非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡等選項中勾選。

## (二) 拼布包「扣件」之喜好度調查

問卷內容經專家審查及提供意見之後將「扣件」分為「鈕扣」、「牛仔扣」、「磁扣」、「拉鍊」、「口金」等五類，並附上參考圖片輔助說明，請消費者依據自我喜好的程度在非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡等選項中勾選。

## (三) 拼布包「提帶」之喜好度調查

問卷內容經專家審查及提供意見之後將「提帶」分為「手拎提把」、「單肩提帶」、「雙肩提帶」、「斜跨提帶」、「提把與提帶」等五類，並附上參考圖片輔助說明，請消費者依據自我喜好的程度在非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡等選項中勾選。

## (四) 拼布包「售價」之喜好度調查

問卷內容經專家審查及提供意見之後將「售價」分為「400元-1000元」、「1001元-2000元」、「2001元-3000元」、「3001元-4000元」、「4001元-5000元」等五個級距。請消費者依據自我喜好的程度在非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡等選項中勾選。

## 第四節 研究信度與效度

為進一步確認問卷的可靠性與有效性，必須要對問卷進行信度、效度的考驗。所謂信度，就是問卷题目的可靠性或穩定性。所謂效度就是能有效的測量出所要測量的問題，茲分別說明如下之。

### 一、信度

周文欽(2012)指出，信度是指可靠性或一致性。信度好的指標在同樣或類似的條件下重複操作，可以得到一致或穩定的結果，就是一份問卷工具的穩定性。也就是用同一份問卷，不論何時對同一群人施測，結果都相似，就表示這份問卷的穩定性高、信度夠，可以信賴。

信度分析一般只能針對量表題進行分析，有量表題的調查問卷就必須進行信度分析和效度分析，以證實調查問卷的可靠有效，確保調查問卷的品質。信度分析常用的方法是Cronbach's a 係數來測試。一般情況Cronbach's a 係數要大於等於0.6 才算合乎標準。(邱皓政 2010)

本研究為了提升問卷的信度，由台灣地區不同的拼布社群選定20位成員進行預測試 (Pretest)，於110年4月15日以line 群組寄發問卷進行第一次問卷填答，110年4月17日彙整問卷進行第一組資料建檔；110年4月25日以line 群組寄發第二次問卷填答，110年4月27日彙整問卷進行第二組資料建檔。然後將二組測試資料以SPSS 統計軟體透過分析—比例—信度分析檢定，得到信度的分析結果Cronbach's a 係數.770>0.6 符合問卷信度的標準(表 3-4-1)(表 3-4-2)。

表 3-4-1 信度的可靠性觀察值處理摘要

		N	%
觀察值	有效	40	100.0
	已排除 <sup>a</sup>	0	.0
	總計	40	100.0

a. 根據程序中的所有變數成批刪除。

表 3-4-2 信度的可靠性統計量

Cronbach's Alpha	以標準化項目為準的 Cronbach's Alpha 值	項目數
.777	.770	20

## 二、效度

邱浩政、林碧芳（2017）指出，效度是指概念定義（conceptual definition）及操作化定義（operational definition）間是否契合。因此，當我們說一個指標有效度時，我們是在特定目的及定義的情況下做此判斷。就是指一份問卷工具的有效性，也就是它是否能有效的測量出所要測量的問題。在研究過程中確保問卷效度之參考如下：

- （一）結果變項的操作性定義必須符合邏輯：例如，某研究者想瞭解消費者每月收入情形，此時研究者對於年收入的定義可能包含每週（或每月）的固定（不固定）加班費，以及年終獎金……等，但不宜包含比賽獎金或彩卷中獎的部分。
- （二）問卷內容需與結果變項的操作性定義配合：如前例，消費者每月收入情形，不包含比賽獎金或彩卷中獎的部分，在設計問卷時就不應將此部分的題目納入。
- （三）工具本身需具有信度：在問卷中編制「測謊題」，用來檢驗填答者在答題時是否有真正思考，或只是應付了事。最簡單的測謊題編制方法，就是在問卷中編制完全相反的題目，如果填答者的答案沒有區隔性，表示該份問卷無效，在分析結果時，整份問卷應不能採計。
- （四）委請專家：問卷設計完之後，可委請在此領域的專家（學者）協助審核問卷內容，確認問卷確實符合研究目的，是一份有效的問卷。

本研究之依變項設定為拼布包的「布料」、「扣件」、「提帶」、「售價」等四部分進行喜好度的調查，因為受試者是各行各業對拼布工藝有興趣的社群成員，本研究聘請

雲林、嘉義地區具有 15 年資歷以上，從事拼布包製作、教學的三位專家於 110 年 4 月 10 日協助審查問卷內容，確認問卷能有效的測量出所要測量的問題，達到問卷的效度要求。專家名單如下：

審查「影響消費者選購拼布包產品滿意度之分析研究問卷」專家名單

姓名	職稱	年資	備註
郭○瑋	拼布工作室負責人	18 年	
陳○鳳	拼布工作室負責人	20 年	
許○麗	拼布工作室負責人	22 年	



## 第五節 資料處理與分析

本研究將所蒐集到的問卷調查資料，首先進行電腦進行轉檔作業及喜好程度(1-5分)的文字替換準備工作，檢視每份問卷的答題狀況是否完整，並剔除無效或答題不完整之問卷。然後以有效問卷進行資料的處理，利用 SPSS for Windows 26.0 版統計套裝軟體進行資料的比較及分析。

### 一、統計分析

依據研究目的，本研究之統計分析可分為敘述統計(不同背景的次數分配、各異變相喜好度分析比較)、推論統計(研究假設喜好度的差異、相關的推論)兩類進行。

(一)敘述統計學：研究將比較不同背景消費者對於拼布包的「布料」、「扣件」、「提帶」、「售價」喜好程度，並進行不同等級喜好程度之間的分析及說明。

(二)推論統計學：一般的研究，由於受到時間、金錢、人力、物力的限制，通常無法對研究對象全面普查，只能由設定的範圍部分樣本加以調查。因此，只能根據所蒐集的部分群體(樣本)的資料對全部群體(母群體)作假設性的推論。本研究將藉由不同背景消費者對於拼布包的「布料」、「扣件」、「提帶」、「售價」喜好程度，進行差異性與相關性的分析及比較各變項層面之間的喜好程度。

### 二、變異數分析

有兩組以上(三組、四組)資料要比較平均數時，我們就須使用變異數分析(analysis of variance, ANOVA)。變異數分析的基本假設為每個反應變數的母體均為常態分配，每個母體的變異數均相等，且抽自各母體的各組隨機樣本互為獨立。其可分為單因子與多因子變異數分析。變異數分析的主要功用在於它可檢定各不同的處理方式之影響作用是否有差異，亦即可檢定數個平均數是否相同的假設。單因子變異數分析是指一個自變數來解釋反應變數變異來源的一種方法。由於僅使用一個自變數，所以稱為一因子(one-factor)。變異數分析如表 3-5-1 所示。

表 3-5-1 變異數分析表

變異來源	平方和(SS)	自由度	均方(MS)	F 統計量
組間(因子)	$SS_b = \sum_{i=1}^T n_i (\bar{X}_i - \bar{X})^2$	T-1	$MS_b = \frac{SS_b}{T-1}$	$F = \frac{MS_b}{MS_w}$
組內(誤差)	$SS_w = \sum_{i=1}^T \sum_{j=1}^{n_i} (X_{ij} - \bar{X}_i)^2 = \sum_{i=1}^T (n_i - 1) S_i^2$	n-T	$MS_w = \frac{SS_w}{n-T}$	
總和	$SS_t = \sum_{i=1}^T \sum_{j=1}^{n_i} (X_{ij} - \bar{X})^2$	n-1		

若計算之值小於或等於 1 時，即表示組間差異不顯著，故接受  $H_0: \mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_T$ 。若計算之值大於 1 時，則必須依照顯著水準  $\alpha$ ，得關鍵值  $F_\alpha(T-1, n-T)$ 。若  $F > F_\alpha(T-1, n-T)$ ，則拒絕虛無假設  $H_0: \mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_T$ ，即各組母體平均數並不完全相同。反之，則接受虛無假設（邱浩政、林碧芳 2017）。

本研究依據研究目的，將以變異數分析不同背景的消費者對於拼布包「布料」、「扣件」、「提帶」、「售價」等因素喜好度之間的差異情形。

(一)分析不同布料「棉質」、「麻質」、「絲質」、「人造纖維」、「彈性纖維」之間喜好度的差異情形。

(二)分析不同扣件「鈕扣」、「牛仔扣」、「磁扣」、「拉鍊」、「口金」之間喜好度的差異情形。

(三)分析不同提帶「手拎提把」、「單肩提帶」、「雙肩提帶」、「斜跨提帶」、「提把與提帶」之間喜好度的差異情形。

(四)分析不同售價「400 元-1000 元」、「1001 元-2000 元」、「2001 元-3000 元」、「3001 元-4000 元」、「4001 元-5000 元」之間喜好度的差異情形。

本研究將問卷所得資料利用 SPSS for Windows 26.0 版統計套裝軟體由分析--比較平均數—平均數(選項勾選變異數分析表格)—自變數(「年齡」、「學歷」、「職業狀況」、「平均月收入」)—應變數(「布料」、「扣件」、「提帶」、「售價」)進行資料統計分析，依據檢定結果檢查各項次平均數是否有  $p < .05$  顯著差異的情形，藉以說明不同背景的

消費者在各項應變數的喜好程度是否有差異存在，做成結論提供相關業者參考。

### 三、相關係數

邱浩政、林碧芳 (2017) 指出，相關係數是用以反映變數之間相關關係密切程度的統計指標。相關係數是按積差方法計算，同樣以兩變數與各自平均值的離差為基礎，通過兩個離差相乘來反映兩變數之間相關程度；著重研究線性的單相關係數。依據相關現象之間的不同特徵，其統計指標的名稱有所不同。相關關係是一種非確定性的關係，相關係數是研究變數之間線性相關程度的量。由於研究對象的不同，相關係數具有以下之特性：

(一) 相關係數介於-1 至 1 之間。

(二) 係數愈大相關程度愈強，但相關情形的大小，非與 r 係數大小成線性正比。

(三) 相關並不等於因果。

(四) 相關係數沒有單位，可以進行跨樣本的比較。相關的大小需經顯著性檢定來證明是否顯著(是否有統計上的意義)。

本研究依據研究目的以皮爾森積差相關係數分析並探討影響消費者選購拼布包的「布料」、「扣件」、「提帶」、「售價」等因素之間是否有相關性存在，利用 SPSS for Windows 26.0 版統計套裝軟體由分析---相關---雙變異數(勾選相關係數 Pearson 及顯著性雙尾)---應變數(「布料」、「扣件」、「提帶」、「售價」)進行資料分析，依據分析結果檢查各項次平均數是否有  $p > .05$ ，表示結果不顯著相關，不加以註記。 $p < .05$ ，表示結果顯著，通常會以「\*」註記。 $p < .01$ ，表示結果更顯著，通常會以「\*\*」註記。藉以了解填答問卷的消費者在同一項因素中各項目之間的喜好程度是否有具有同樣的水準。藉以了解不同因素之間是否有相同或一致的看法存在。

### 四、假設檢定

邱浩政、林碧芳 (2017) 指出，假設檢定是推論統計中用於檢驗統計假設的一種方法。而「統計假設」是可通過觀察一組隨機變量的模型進行檢驗的科學假說。一旦能估計未知參數，就會希望根據結果對未知的真正參數值做出適當的推論。統計上對

參數的假設，就是對一個或多個參數的論述。而其中欲檢驗其正確性的為零假設，零假設通常由研究者決定，反映研究者對未知參數的看法。相對於零假設的其他有關參數之論述是對立假設，它通常反應了執行檢定的研究者對參數可能數值的另一種（對立的）看法（換句話說，對立假設通常才是研究者最想知道的）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。



## 第四章 研究結果與討論

本研究之調查問卷採取「隨機抽樣」方式進行，自 2021 年 4 月 30 日至 2021 年 5 月 8 日止，在台灣地區利用網路 Google 表單透過相關的「拼布星園地 3.2 萬人」、「拼布材料用品 2.6 萬人」、「拼布包買賣社團 1.2 萬人」、「拼布團購團 1.7 萬人」等群組隨機邀請消費者填寫問卷。回收之問卷共 343 份，經過分類及篩選剔除無效之問卷後，有效問卷共 333 份，問卷有效率為 97.08%。

### 第一節 不同背景消費者的人數分析

本研究將不同背景的消費者以年齡、學歷、職業、平均月收入做分類，透過統計分析比較各類的消費者之中所占有的人數比例，藉以了解拼布包消費群體的概況。

#### 一、不同年齡消費者人數分析

本研究以不同年齡的消費者進行分析可以發現，51~60歲的有84人最多占全體人數的25.2%，其次是41~50歲的有83人占全體人數的24.9%，再其次是31~40歲的有78人占全體人數的23.4%，25~30歲及61歲以上的有44人占全體人數的13.2%。不同年齡消費者的次數分配及百分比(如表4-1-1)。

表 4-1-1 不同年齡消費者的次數分配及百分比

		次數分配表	百分比	有效百分比	累積百分比
有效	25~30歲	44	13.2	13.2	13.2
	31~40歲	78	23.4	23.4	36.6
	41~50歲	83	24.9	24.9	61.6
	51~60歲	84	25.2	25.2	86.8
	61歲以上	44	13.2	13.2	100.0
	總計	333	100.0	100.0	

## 二、不同學歷消費者人數分析

本研究以不同學歷的消費者進行分析可以發現，大專的有181人最多占全體人數的54.4%，其次是研究所以上的有78人占全體人數的23.4%，再其次是高中職的有57人占全體人數的17.1%，國中及以下的有17人占全體人數的5.1%。不同學歷消費者的次數分配及百分比(如表4-1-2)。

表 4-1-2 不同學歷消費者的次數分配及百分比

		次數分配表	百分比	有效百分比	累積百分比
有效	大專	181	54.4	54.4	54.4
	研究所以上	78	23.4	23.4	77.8
	高中職	57	17.1	17.1	94.9
	國中及以下	17	5.1	5.1	100.0
	總計	333	100.0	100.0	

## 三、不同職業消費者人數分析

本研究以不同職業的消費者進行分析可以發現，服務業的有131人最多占全體人數的39.3%，其次是軍公教的有102人占全體人數的30.6%，再其次是製造業及其他的有48人各占全體人數的14.4%，農林漁牧業的有4人占全體人數的1.2%。不同學歷消費者的次數分配及百分比(如表4-1-3)。

表 4-1-3 不同職業消費者的次數分配及百分比

		次數分配表	百分比	有效百分比	累積百分比
有效	其他	48	14.4	14.4	14.4
	服務業	131	39.3	39.3	53.8
	軍公教	102	30.6	30.6	84.4
	農林漁牧業	4	1.2	1.2	85.6
	製造業	48	14.4	14.4	100.0
	總計	333	100.0	100.0	

#### 四、不同平均月收入消費者人數分析

本研究以不同平均月收入的消費者進行分析可以發現，20,001~40,000 的有 135 人最多占全體人數的 40.5%，其次是 40,001~ 60,000 的有 97 人占全體人數的 29.1%，再其次是 60,001~80,000 的有 48 人各占全體人數的 14.4%，20,000 以下的有 35 人占全體人數的 10.5%，80,000 以上的有 18 人各占全體人數的 5.4%，不同不同平均月收入消費者的次數分配及百分比(如表 4-1-4)。

表 4-1-4 不同平均月收入消費者的次數分配及百分比

		次數分配表	百分比	有效百分比	累積百分比
有效	20,000 以下	35	10.5	10.5	10.5
	20,001~40,000	135	40.5	40.5	51.1
	40,001~ 60,000	97	29.1	29.1	80.2
	60,001~80,000	48	14.4	14.4	94.6
	80,000 以上	18	5.4	5.4	100.0
	總計	333	100.0	100.0	

## 第二節 不同背景消費者喜好度的統計分析

本節將依據研究目的將填答問卷之消費者區分成年齡、學歷、職業及月平均收入等為四類的自變項，並將影響消費者選購拼布包的「布料」、「扣件」、「提帶」、「售價」等特性的喜好程度設定為依變項，進行平均數分析比較。

### 一、不同年齡的消費者對拼布包「布料」的喜好程度分析

本研究將消費者的年齡區分為 25~30 歲、31~40 歲、41~50 歲、51~60 歲、61 歲以上五個等級，分析對不同「布料」的喜好度發現，「棉質」的喜好度以 51~60 歲的 4.24 最高，「麻質」的喜好度以 61 歲以上的 4.02 最高，「絲質」的喜好度以 61 歲以上的 3.45 最高，「人造纖維」的喜好度以 31~40 歲的 3.13 最高，「彈性纖維」的喜好度以 61 歲以上的 3.50 最高，總計的平均數以「棉質」的 3.96 為最高，各年齡層的消費者對「布料」的喜好度(如表 4-2-1)。

表 4-2-1 不同年齡的消費者對拼布包「布料」的喜好程度

1-1 年齡		2-1 拼布包 「棉質」	2-2 拼布包 「麻質」	2-3 拼布包 「絲質」	2-4 拼布包 「人造纖維」	2-5 拼布包 「彈性纖維」
25~30 歲	平均值	3.66	3.68	3.23	3.05	3.36
	N	44	44	44	44	44
	標準偏差	.834	.674	1.075	.914	.780
31~40 歲	平均值	3.69	3.85	3.23	3.13	3.38
	N	78	78	78	78	78
	標準偏差	.761	.774	1.127	.945	.841
41~50 歲	平均值	4.04	3.82	3.28	2.98	3.30
	N	83	83	83	83	83
	標準偏差	.756	1.038	.967	.841	.837
51~60 歲	平均值	4.24	3.76	3.24	3.00	3.24
	N	84	84	84	84	84
	標準偏差	.573	.754	1.093	.821	.816
61 歲以上	平均值	4.07	4.02	3.45	3.00	3.50
	N	44	44	44	44	44
	標準偏差	.398	.698	1.022	.807	.762
總計	平均值	3.96	3.82	3.27	3.03	3.34
	N	333	333	333	333	333
	標準偏差	.721	.824	1.056	.864	.815

## 二、不同學歷的消費者對拚布包「布料」的喜好程度分析

本研究將消費者的學歷區分為大專、研究所以上、高中職、國中及以下等四個等級，分析對不同「布料」的喜好度發現，「棉質」的喜好度以國中及以下的 4.18 最高，「麻質」的喜好度以研究所以上的 4.21 最高，「絲質」的喜好度以國中及以下的 3.41 最高，「人造纖維」的喜好度以研究所以上的 3.31 最高，「彈性纖維」的喜好度以研究所以上的 3.62 最高，總計的平均數以「棉質」的 3.96 為最高，各學歷層的消費者對「布料」的喜好度(如表 4-2-2)。

表 4-2-2 不同學歷的消費者對拚布包「布料」的喜好程度

1-2學歷		2-1拚布包 「棉質」	2-2拚布包 「麻質」	2-3拚布包 「絲質」	2-4拚布包 「人造纖維」	2-5拚布包 「彈性纖維」
大專	平均值	3.88	3.68	3.25	2.89	3.24
	N	181	181	181	181	181
	標準偏差	.747	.848	1.039	.843	.859
研究所以上	平均值	4.03	4.21	3.26	3.31	3.62
	N	78	78	78	78	78
	標準偏差	.805	.652	1.221	.887	.743
高中職	平均值	4.05	3.70	3.32	3.11	3.23
	N	57	57	57	57	57
	標準偏差	.548	.801	.869	.772	.732
國中及以下	平均值	4.18	3.94	3.41	3.00	3.53
	N	17	17	17	17	17
	標準偏差	.393	.827	1.064	1.000	.624
總計	平均值	3.96	3.82	3.27	3.03	3.34
	N	333	333	333	333	333
	標準偏差	.721	.824	1.056	.864	.815

### 三、不同職業的消費者對拚布包「布料」的喜好程度分析

本研究將消費者的職業區分為其他、服務業、軍公教、農林漁牧業及製造業等五個等級，分析對不同「布料」的喜好度發現，「棉質」的喜好度以農林漁牧業的 4.50 最高，「麻質」的喜好度以農林漁牧業的 4.00 最高，「絲質」的喜好度以農林漁牧業的 3.50 最高，「人造纖維」的喜好度以農林漁牧業的 4.00 最高，「彈性纖維」的喜好度以軍公教的 3.45 最高，總計的平均數以「棉質」的 3.96 為最高，各職業別的消費者對「布料」的喜好度(如表 4-2-3)。

表 4-2-3 不同職業的消費者對拚布包「布料」的喜好程度

1-3職業		2-1拚布包 「棉質」	2-2拚布包 「麻質」	2-3拚布包 「絲質」	2-4拚布包 「人造纖維」	2-5拚布包 「彈性纖維」
其他	平均值	4.13	3.88	2.94	2.90	3.13
	N	48	48	48	48	48
	標準偏差	.733	.733	1.019	.831	1.044
服務業	平均值	3.93	3.85	3.41	2.98	3.35
	N	131	131	131	131	131
	標準偏差	.736	.779	1.109	.813	.690
軍公教	平均值	3.98	3.80	3.18	3.16	3.45
	N	102	102	102	102	102
	標準偏差	.703	.975	1.048	.920	.875
農林漁牧業	平均值	4.50	4.00	3.50	4.00	2.50
	N	4	4	4	4	4
	標準偏差	.577	.000	1.732	1.155	.577
製造業	平均值	3.79	3.71	3.42	2.94	3.35
	N	48	48	48	48	48
	標準偏差	.683	.713	.821	.836	.699
總計	平均值	3.96	3.82	3.27	3.03	3.34
	N	333	333	333	333	333
	標準偏差	.721	.824	1.056	.864	.815

#### 四、不同平均月收入的消費者對拚布包「布料」的喜好程度分析

本研究將消費者的平均月收入區分為 20,000 以下、20,001~40,000、40,001~60,000、60,001~80,000 及 80,000 以上等五個等級，分析對不同「布料」的喜好度發現，「棉質」的喜好度以 60,001~80,000 的 4.21 最高，「麻質」的喜好度以 80,000 以上的 4.11 最高，「絲質」的喜好度以 40,001~60,000 的 3.48 最高，「人造纖維」的喜好度以 80,000 以上的 3.22 最高，「彈性纖維」的喜好度以 80,000 以上的 3.56 最高，總計的平均數以「棉質」的 3.96 為最高，各職業別的消費者對「布料」的喜好度(如表 4-2-4)。

表 4-2-4 不同平均月收入的消費者對拚布包「布料」的喜好程度

1-4平均月收入		2-1拚布包 「棉質」	2-2拚布包 「麻質」	2-3拚布包 「絲質」	2-4拚布包 「人造纖維」	2-5拚布包 「彈性纖維」
20,000 以下	平均值	4.03	3.57	3.03	2.66	3.03
	N	35	35	35	35	35
	標準偏差	.514	.815	.954	.765	.822
20,001~40,000	平均值	3.84	3.80	3.26	3.05	3.36
	N	135	135	135	135	135
	標準偏差	.715	.771	1.079	.776	.729
40,001~ 60,000	平均值	4.00	3.77	3.48	3.20	3.38
	N	97	97	97	97	97
	標準偏差	.736	.896	.959	.953	.883
60,001~80,000	平均值	4.21	4.04	3.21	2.83	3.33
	N	48	48	48	48	48
	標準偏差	.771	.798	1.202	.859	.907
80,000 以上	平均值	3.89	4.11	2.89	3.22	3.56
	N	18	18	18	18	18
	標準偏差	.758	.758	1.023	.943	.705
總計	平均值	3.96	3.82	3.27	3.03	3.34
	N	333	333	333	333	333
	標準偏差	.721	.824	1.056	.864	.815

## 五、不同年齡的消費者對拚布包「扣件」的喜好程度分析

本研究分析不同年齡的消費者對「扣件」的喜好度發現，「鈕扣」的喜好度以 61 歲以上的 3.66 最高，「牛仔扣」的喜好度以 61 歲以上的 3.64 最高，「磁扣」的喜好度以 41~50 歲的 3.99 最高，「拉鍊」的喜好度以 61 歲以上的 4.02 最高，「口金」的喜好度以 51~60 歲的 3.57 最高，總計的平均數以「拉鍊」的 3.89 為最高，各年齡層的消費者對「扣件」的喜好度(如表 4-2-5)。

表 4-2-5 不同年齡的消費者對拚布包「扣件」的喜好程度

1-1 年齡		3-1 拚布包採用「鈕扣」	3-2 拚布包採用「牛仔扣」	3-3 拚布包採用「磁扣」	3-4 拚布包採用「拉鍊」	3-5 拚布包採用「口金」
25~30 歲	平均值	3.43	3.16	3.36	3.66	3.16
	N	44	44	44	44	44
	標準偏差	.950	1.055	1.123	.914	1.077
31~40 歲	平均值	3.56	3.41	3.90	3.83	3.23
	N	78	78	78	78	78
	標準偏差	.815	.959	.749	.844	.925
41~50 歲	平均值	3.52	3.52	3.99	4.00	3.43
	N	83	83	83	83	83
	標準偏差	.846	1.004	.804	.855	.940
51~60 歲	平均值	3.55	3.43	3.89	3.88	3.57
	N	84	84	84	84	84
	標準偏差	.856	.935	.850	.856	.826
61 歲以上	平均值	3.66	3.64	3.68	4.02	3.55
	N	44	44	44	44	44
	標準偏差	.608	.810	.601	.762	.848
總計	平均值	3.54	3.44	3.82	3.89	3.40
	N	333	333	333	333	333
	標準偏差	.826	.963	.849	.852	.925

## 六、不同學歷的消費者對拚布包「扣件」的喜好程度分析

本研究分析不同學歷的消費者對「扣件」的喜好度發現，「鈕扣」的喜好度以研究所以上的 3.64 最高，「牛仔扣」的喜好度以國中及以下的 3.76 最高，「磁扣」的喜好度以研究所以上的 4.03 最高，「拉鍊」的喜好度以國中及以下的 4.29 最高，「口金」的喜好度以國中及以下的 3.88 最高，總計的平均數以「拉鍊」的 3.89 為最高，各學歷層的消費者對「扣件」的喜好度(如表 4-2-6)。

表 4-2-6 不同學歷的消費者對拚布包「扣件」的喜好程度

1-2學歷		3-1拚布包採用「鈕扣」	3-2拚布包採用「牛仔扣」	3-3拚布包採用「磁扣」	3-4拚布包採用「拉鍊」	3-5拚布包採用「口金」
大專	平均值	3.52	3.34	3.72	3.81	3.38
	N	181	181	181	181	181
	標準偏差	.866	.933	.883	.822	.927
研究所以上	平均值	3.64	3.67	4.03	4.03	3.13
	N	78	78	78	78	78
	標準偏差	.702	1.028	.772	.925	.972
高中職	平均值	3.46	3.33	3.89	3.82	3.68
	N	57	57	57	57	57
	標準偏差	.781	.852	.724	.805	.711
國中及以下	平均值	3.59	3.76	3.65	4.29	3.88
	N	17	17	17	17	17
	標準偏差	1.064	1.147	1.057	.849	.928
總計	平均值	3.54	3.44	3.82	3.89	3.40
	N	333	333	333	333	333
	標準偏差	.826	.963	.849	.852	.925

## 七、不同職業的消費者對拚布包「扣件」的喜好程度分析

本研究分析不同職業的消費者對「扣件」的喜好度發現，「鈕扣」的喜好度以其他的 3.73 最高，「牛仔扣」的喜好度以製造業的 3.52 最高，「磁扣」的喜好度以其他的 4.00 最高，「拉鍊」的喜好度以軍公教的 4.08 最高，「口金」的喜好度以農林漁牧業的 4.50 最高，總計的平均數以「拉鍊」的 3.89 為最高，各職業類的消費者對「扣件」的喜好度(如表 4-2-7)。

表 4-2-7 不同職業的消費者對拚布包「扣件」的喜好程度

1-3職業		3-1拚布包採用「鈕扣」	3-2拚布包採用「牛仔扣」	3-3拚布包採用「磁扣」	3-4拚布包採用「拉鍊」	3-5拚布包採用「口金」
其他	平均值	3.73	3.35	4.00	3.98	3.69
	N	48	48	48	48	48
	標準偏差	.644	.863	.945	.838	.689
服務業	平均值	3.50	3.47	3.69	3.73	3.38
	N	131	131	131	131	131
	標準偏差	.807	.871	.885	.886	.940
軍公教	平均值	3.57	3.43	3.92	4.08	3.35
	N	102	102	102	102	102
	標準偏差	.980	1.182	.792	.841	.951
農林漁牧業	平均值	2.00	2.50	3.50	3.50	4.50
	N	4	4	4	4	4
	標準偏差	.000	.577	.577	.577	.577
製造業	平均值	3.56	3.52	3.79	3.88	3.17
	N	48	48	48	48	48
	標準偏差	.542	.772	.743	.733	.953
總計	平均值	3.54	3.44	3.82	3.89	3.40
	N	333	333	333	333	333
	標準偏差	.826	.963	.849	.852	.925

## 八、不同平均月收入的消費者對拚布包「扣件」的喜好程度分析

本研究分析不同平均月收入的消費者對扣件的喜好度發現，「鈕扣」的喜好度以 20,000 以下的 3.74 最高，「牛仔扣」的喜好度以 80,000 以上的 3.67 最高，「磁扣」的喜好度以 40,001~ 60,000 的 4.01 最高，「拉鍊」的喜好度以 40,001~ 60,000 的 4.01 最高，「口金」的喜好度以 20,000 以下及 20,001~40,000 的 3.43 最高，總計的平均數以「拉鍊」的 3.89 為最高，各平均月收入的消費者對「扣件」的喜好度(如表 4-2-8)。

表 4-2-8 不同平均月收入的消費者對拚布包「扣件」的喜好程度

1-4平均月收入		3-1拚布包 採用「鈕 扣」	3-2拚布包採 用「牛仔 扣」	3-3拚布包採 用「磁扣」	3-4拚布包採 用「拉鍊」	3-5拚布包採 用「口金」
20,000 以下	平均值	3.74	3.14	3.54	3.63	3.43
	N	35	35	35	35	35
	標準偏差	.611	.733	1.010	.877	.608
20,001~40,000	平均值	3.57	3.43	3.73	3.95	3.43
	N	135	135	135	135	135
	標準偏差	.787	.902	.893	.831	.981
40,001~ 60,000	平均值	3.54	3.46	4.01	4.01	3.40
	N	97	97	97	97	97
	標準偏差	.914	1.081	.810	.835	.932
60,001~80,000	平均值	3.58	3.54	3.87	3.63	3.33
	N	48	48	48	48	48
	標準偏差	.871	1.091	.672	.959	.996
80,000 以上	平均值	2.89	3.67	3.89	4.00	3.28
	N	18	18	18	18	18
	標準偏差	.583	.686	.583	.485	.826
總計	平均值	3.54	3.44	3.82	3.89	3.40
	N	333	333	333	333	333
	標準偏差	.826	.963	.849	.852	.925

## 九、不同年齡的消費者對拚布包「提帶」的喜好程度分析

本研究分析不同年齡的消費者對「提帶」的喜好度發現，「手拎提把」的喜好度以51~60歲的3.74最高，「單肩提帶」的喜好度以25~30歲的3.98最高，「雙肩提帶」的喜好度以41~50歲的4.12最高，「斜跨提帶」的喜好度以41~50歲的3.87最高，「提把與提帶」雙功能的喜好度以25~30歲的4.14最高，總計的平均數以「提把與提帶」雙功能的3.98為最高，各年齡層的消費者對「提帶」的喜好度(如表4-2-9)。

表 4-2-9 不同年齡的消費者對拚布包「提帶」的喜好程度

1-1年齡		4-1拚布包採用「手拎提把」	4-2拚布包採用「單肩提帶」	4-3拚布包採用「雙肩提帶」	4-4拚布包採用「斜跨提帶」	4-5拚布包採用「提把與提帶」雙功能
25~30歲	平均值	3.43	3.98	3.84	3.70	4.14
	N	44	44	44	44	44
	標準偏差	1.129	.821	.963	.878	.905
31~40歲	平均值	3.13	3.77	3.95	3.85	3.99
	N	78	78	78	78	78
	標準偏差	.827	.737	.820	.626	.830
41~50歲	平均值	3.61	3.90	4.12	3.87	3.93
	N	83	83	83	83	83
	標準偏差	1.069	.759	.787	.947	.960
51~60歲	平均值	3.74	3.76	3.88	3.71	3.98
	N	84	84	84	84	84
	標準偏差	.696	.754	.767	.669	.836
61歲以上	平均值	3.66	3.93	3.89	3.68	3.95
	N	44	44	44	44	44
	標準偏差	.776	.545	.579	.829	1.011
總計	平均值	3.51	3.85	3.95	3.78	3.98
	N	333	333	333	333	333
	標準偏差	.927	.737	.794	.787	.897

## 十、不同學歷的消費者對拚布包「提帶」的喜好程度分析

本研究分析不同年齡的消費者對「提帶」的喜好度發現，「手拎提把」的喜好度以國中及以下的 3.76 最高，「單肩提帶」的喜好度以研究所以上的 3.97 最高，「雙肩提帶」的喜好度以國中及以下的 4.06 最高，「斜跨提帶」的喜好度以研究所以上的 4.00 最高，「提把與提帶」雙功能的喜好度以研究所以上的 4.08 最高，總計的平均數以「提把與提帶」雙功能的 3.98 為最高，各年齡層的消費者對「提帶」的喜好度(如表 4-2-10)。

表 4-2-10 不同學歷的消費者對拚布包「提帶」的喜好程度

1-2學歷		4-1拚布包採用「手拎提把」	4-2拚布包採用「單肩提帶」	4-3拚布包採用「雙肩提帶」	4-4拚布包採用「斜跨提帶」	4-5拚布包採用「提把與提帶」雙功能
大專	平均值	3.51	3.86	3.92	3.75	3.98
	N	181	181	181	181	181
	標準偏差	.981	.692	.781	.767	.866
研究所以上	平均值	3.46	3.97	3.97	4.00	4.08
	N	78	78	78	78	78
	標準偏差	.963	.837	.897	.645	.894
高中職	平均值	3.51	3.67	4.00	3.70	3.88
	N	57	57	57	57	57
	標準偏差	.759	.764	.707	.801	.867
國中及以下	平均值	3.76	3.82	4.06	3.29	3.94
	N	17	17	17	17	17
	標準偏差	.664	.529	.748	1.213	1.298
總計	平均值	3.51	3.85	3.95	3.78	3.98
	N	333	333	333	333	333
	標準偏差	.927	.737	.794	.787	.897

## 十一、不同職業的消費者對拚布包「提帶」的喜好程度分析

本研究分析不同職業的消費者對「提帶」的喜好度發現，「手拎提把」的喜好度以其他的 3.63 最高，「單肩提帶」的喜好度以其他的 4.19 最高，「雙肩提帶」的喜好度以其他的 4.08 最高，「斜跨提帶」的喜好度以農林漁牧業的 4.00 最高，「提把與提帶」雙功能的喜好度以服務業的 4.10 最高，總計的平均數以「提把與提帶」雙功能的 3.98 為最高，各職業別的消費者對「提帶」的喜好度(如表 4-2-11)。

表 4-2-11 不同職業的消費者對拚布包「提帶」的喜好程度

1-3職業		4-1拚布包採用「手拎提把」	4-2拚布包採用「單肩提帶」	4-3拚布包採用「雙肩提帶」	4-4拚布包採用「斜跨提帶」	4-5拚布包採用「提把與提帶」雙功能
其他	平均值	3.63	4.19	4.08	3.75	3.98
	N	48	48	48	48	48
	標準偏差	.866	.762	.895	.786	.887
服務業	平均值	3.51	3.78	3.94	3.67	4.02
	N	131	131	131	131	131
	標準偏差	.817	.705	.820	.779	.859
軍公教	平均值	3.57	3.87	3.92	3.88	3.89
	N	102	102	102	102	102
	標準偏差	1.076	.713	.767	.859	1.043
農林漁牧業	平均值	3.00	3.50	3.00	4.00	4.00
	N	4	4	4	4	4
	標準偏差	.000	.577	1.155	.000	.000
製造業	平均值	3.33	3.69	4.00	3.85	4.10
	N	48	48	48	48	48
	標準偏差	.953	.776	.583	.652	.692
總計	平均值	3.51	3.85	3.95	3.78	3.98
	N	333	333	333	333	333
	標準偏差	.927	.737	.794	.787	.897

## 十二、不同平均月收入的消費者對拚布包「提帶」的喜好程度分析

本研究分析不同平均月收入的消費者對提帶的喜好度發現，「手拎提把」的喜好度以 20,000 以下的 3.60 最高，「單肩提帶」的喜好度以 20,001~40,000 的 3.97 最高，「雙肩提帶」的喜好度以 20,000 以下的 4.03 最高，「斜跨提帶」的喜好度以 40,001~60,000 的 3.96 最高，「提把與提帶」雙功能的喜好度以 40,001~60,000 的 4.13 最高，總計的平均數以「提把與提帶」雙功能的 3.98 為最高，不同平均月收入的消費者對「提帶」的喜好度(如表 4-2-12)。

表 4-2-12 不同平均月收入的消費者對拚布包「提帶」的喜好程度

1-4平均月收入		4-1拚布包 採用「手 拎提把」	4-2拚布包採 用「單肩提 帶」	4-3拚布包採 用「雙肩提 帶」	4-4拚布包採 用「斜跨提 帶」	4-5拚布包採 用「提把與提 帶」雙功能
20,000 以下	平均值	3.60	3.86	4.03	3.54	4.00
	N	35	35	35	35	35
	標準偏差	.775	.733	.857	.701	1.000
20,001~40,000	平均值	3.50	3.97	4.01	3.70	3.90
	N	135	135	135	135	135
	標準偏差	.953	.732	.806	.882	.883
40,001~ 60,000	平均值	3.58	3.79	4.02	3.96	4.13
	N	97	97	97	97	97
	標準偏差	.922	.763	.777	.644	.849
60,001~80,000	平均值	3.46	3.69	3.75	3.75	4.08
	N	48	48	48	48	48
	標準偏差	1.051	.689	.729	.668	.871
80,000 以上	平均值	3.28	3.67	3.56	3.89	3.56
	N	18	18	18	18	18
	標準偏差	.669	.686	.705	1.023	.984
總計	平均值	3.51	3.85	3.95	3.78	3.98
	N	333	333	333	333	333
	標準偏差	.927	.737	.794	.787	.897

### 十三、不同年齡的消費者對拚布包「售價」的喜好程度分析

本研究分析不同年齡的消費者對「售價」的喜好度發現，「400元-1000元」的喜好度以31~40歲的4.13最高，「1001元-2000元」的喜好度以51~60歲的3.62最高，「2001元-3000元」的喜好度以51~60歲及61歲以上的3.07最高，「3001元-4000元」的喜好度以51~60歲的2.64最高，「4001元-5000元」的喜好度以61歲以上的2.48最高，總計的平均數以「400元-1000元」的3.91為最高，不同年齡的消費者對「售價」的喜好度(如表4-2-13)。

表 4-2-13 不同年齡的消費者對「售價」的喜好度

1-1年齡		5-1售價在 「400-1000」	5-2售價在 「1001- 2000」	5-3售價在 「2001- 3000」	5-4售價在 「3001- 4000」	5-5售價在 「4001- 5000」
25~30歲	平均值	3.89	3.23	2.61	2.07	1.75
	N	44	44	44	44	44
	標準偏差	.813	1.075	.841	.661	.719
31~40歲	平均值	4.13	3.49	2.79	2.23	1.79
	N	78	78	78	78	78
	標準偏差	.611	.597	.888	.896	.917
41~50歲	平均值	3.92	3.33	2.63	2.19	1.98
	N	83	83	83	83	83
	標準偏差	.768	1.037	.972	.969	1.024
51~60歲	平均值	3.81	3.62	3.07	2.64	2.27
	N	84	84	84	84	84
	標準偏差	.736	.619	.889	.900	.949
61歲以上	平均值	3.75	3.45	3.07	2.50	2.48
	N	44	44	44	44	44
	標準偏差	.576	.791	.873	.849	.876
總計	平均值	3.91	3.44	2.83	2.34	2.05
	N	333	333	333	333	333
	標準偏差	.717	.833	.918	.903	.954

#### 十四、不同學歷的消費者對拚布包「售價」的喜好程度分析

本研究分析不同學歷的消費者對「售價」的喜好度發現，「400 元-1000 元」的喜好度以研究所以上的 4.13 最高，「1001 元-2000 元」的喜好度以研究所以上的 3.77 最高，「2001 元-3000 元」的喜好度以國中及以下的 3.41 最高，「3001 元-4000 元」的喜好度以高中職的 2.60 最高，「4001 元-5000 元」的喜好度以高中職的 2.26 最高，總計的平均數以「400 元-1000 元」的 3.91 為最高，不同學歷的消費者對「售價」的喜好度(如表 4-2-14)。

表 4-2-14 不同學歷的消費者對拚布包「售價」的喜好程度

1-2學歷		5-1售價在 「400-1000」	5-2售價在 「1001- 2000」	5-3售價在 「2001- 3000」	5-4售價在 「3001- 4000」	5-5售價在 「4001- 5000」
大專	平均值	3.82	3.30	2.66	2.22	1.93
	N	181	181	181	181	181
	標準偏差	.703	.862	.938	.865	.888
研究所以以上	平均值	4.13	3.77	3.05	2.44	2.14
	N	78	78	78	78	78
	標準偏差	.652	.737	.820	.934	1.016
高中職	平均值	3.91	3.39	2.91	2.60	2.26
	N	57	57	57	57	57
	標準偏差	.714	.774	.892	.904	.973
國中及以下	平均值	3.94	3.65	3.41	2.35	2.12
	N	17	17	17	17	17
	標準偏差	.966	.702	.795	.996	1.166
總計	平均值	3.91	3.44	2.83	2.34	2.05
	N	333	333	333	333	333
	標準偏差	.717	.833	.918	.903	.954

## 十五、不同職業的消費者對拚布包「售價」的喜好程度分析

本研究分析不同職業的消費者對「售價」的喜好度發現，「400 元-1000 元」的喜好度以製造業的 4.25 最高，「1001 元-2000 元」的喜好度以農林漁牧業的 4.00 最高，「2001 元-3000 元」的喜好度以農林漁牧業的 3.50 最高，「3001 元-4000 元」的喜好度以農林漁牧業的 3.00 最高，「4001 元-5000 元」的喜好度以其他的 2.17 最高，總計的平均數以「400 元-1000 元」的 3.91 為最高，不同職業的消費者對「售價」的喜好度(如表 4-2-15)。

表 4-2-15 不同職業的消費者對拚布包「售價」的喜好程度

1-3職業		5-1售價在 「400-1000」	5-2售價在 「1001- 2000」	5-3售價在 「2001- 3000」	5-4售價在 「3001- 4000」	5-5售價在 「4001- 5000」
其他	平均值	4.00	3.67	3.02	2.48	2.17
	N	48	48	48	48	48
	標準偏差	.715	.859	.956	.967	1.078
服務業	平均值	3.81	3.44	2.95	2.51	2.29
	N	131	131	131	131	131
	標準偏差	.692	.870	.955	.923	.988
軍公教	平均值	3.86	3.33	2.75	2.20	1.83
	N	102	102	102	102	102
	標準偏差	.661	.836	.886	.868	.902
農林漁牧業	平均值	3.50	4.00	3.50	3.00	2.00
	N	4	4	4	4	4
	標準偏差	.577	.000	.577	1.155	.000
製造業	平均值	4.25	3.40	2.48	1.98	1.71
	N	48	48	48	48	48
	標準偏差	.812	.676	.743	.668	.651
總計	平均值	3.91	3.44	2.83	2.34	2.05
	N	333	333	333	333	333
	標準偏差	.717	.833	.918	.903	.954

## 十六、不同月收入的消費者對拚布包「售價」的喜好程度分析

本研究分析不同月收入的消費者對「售價」的喜好度發現，「400元-1000元」的喜好度以60,001~80,000的4.00最高，「1001元-2000元」的喜好度以80,000以上的3.67最高，「2001元-3000元」的喜好度以40,001~60,000的3.10最高，「3001元-4000元」的喜好度以80,000以上的2.67最高，「4001元-5000元」的喜好度以40,001~60,000的2.16最高，總計的平均數以「400元-1000元」的3.91為最高，不同月收入的消費者對「售價」的喜好度(如表4-2-16)。

表 4-2-16 不同月收入的消費者對拚布包「售價」的喜好程度

1-4平均月收入		5-1售價在 「400- 1000」	5-2售價在 「1001- 2000」	5-3售價在 「2001- 3000」	5-4售價在 「3001- 4000」	5-5售價在 「4001- 5000」
20,000 以下	平均值	3.80	3.20	2.40	1.94	1.71
	N	35	35	35	35	35
	標準偏差	.759	.719	.695	.639	.750
20,001~40,000	平均值	3.96	3.35	2.72	2.30	2.03
	N	135	135	135	135	135
	標準偏差	.732	.957	.878	.892	1.007
40,001~ 60,000	平均值	3.88	3.53	3.10	2.45	2.16
	N	97	97	97	97	97
	標準偏差	.665	.818	1.056	.947	.954
60,001~80,000	平均值	4.00	3.63	2.88	2.37	2.08
	N	48	48	48	48	48
	標準偏差	.715	.489	.672	.914	.964
80,000 以上	平均值	3.78	3.67	3.00	2.67	2.06
	N	18	18	18	18	18
	標準偏差	.808	.686	.970	.970	.802
總計	平均值	3.91	3.44	2.83	2.34	2.05
	N	333	333	333	333	333
	標準偏差	.717	.833	.918	.903	.954

依據影響消費者選購拼布包的「布料」、「扣件」、「提帶」、「售價」等特性的喜好度統計分析總結如下：

1. 「布料」喜好程度統計結果依序為「棉質」3.96 > 「麻質」3.82 > 「彈性纖維」3.34 > 「絲質」3.27 > 「人造纖維」3.03。
2. 「扣件」喜好程度統計結果依序為「拉鍊」3.89 > 「磁扣」3.82 > 「鈕扣」3.54 > 「牛仔扣」3.44 > 「口金」3.40。
3. 「提帶」喜好程度統計結果依序為「提把與提帶」雙功能3.98 > 「雙肩提帶」3.95 > 「單肩提帶」3.85 > 「斜跨提帶」3.78 > 「手拎提把」3.51。
4. 「售價」喜好程度統計結果依序為「400-1000」3.91 > 「1001-2000」3.44 > 「2001-3000」2.83 > 「3001-4000」2.34 > 「4001-5000」2.05。

### 第三節 不同背景消費者喜好度的變異數分析

本節將依據研究目的將填答問卷之消費者區分成年齡、學歷、職業及月平均收入等為四類的自變項，並將影響消費者選購拼布包的「布料」、「扣件」、「提帶」、「售價」等特性的喜好程度設定為依變項，進行變異數的統計及分析比較。

**研究假設一、不同背景變項的消費者對於拼布包「布料」之喜好度沒有差異。**

**(一)不同年齡之消費者對於拼布包「布料」之喜好度沒有差異。**

由表4-3-1不同年齡消費者對於拼布包「布料」之喜好度變異數分析顯示，「棉質」材料的顯著性 $P=.000 < 0.05$ ，表示不同年齡之消費者對「棉質」喜好度有顯著的差異存在。在其他布料方面的喜好度顯著性皆是 $P=>0.05$ 以上，表示不同年齡之消費者在其他布料方面的喜好度沒有差異，由此可以證明不同年齡之消費者對於「布料」之喜好度沒有差異的假設無法成立。

表 4-3-1 不同年齡消費者對於拼布包「布料」之喜好度變異數分析

		平方和	自由度	均方	F	顯著性
2-1拼布包「棉質」* 1-1年齡	群組之間 (結合)	17.066	4	4.266	9.003	.000
	在群組內	155.427	328	.474		
	總計	172.492	332			
2-2拼布包「麻質」* 1-1年齡	群組之間 (結合)	2.985	4	.746	1.102	.356
	在群組內	222.204	328	.677		
	總計	225.189	332			
2-3拼布包「絲質」* 1-1年齡	群組之間 (結合)	1.785	4	.446	.397	.811
	在群組內	368.347	328	1.123		
	總計	370.132	332			
2-4拼布包「人造纖維」* 1-1年齡	群組之間 (結合)	1.121	4	.280	.373	.828
	在群組內	246.579	328	.752		
	總計	247.700	332			
2-5拼布包「彈性纖維」* 1-1年齡	群組之間 (結合)	2.303	4	.576	.865	.485
	在群組內	218.351	328	.666		
	總計	220.655	332			

(二)不同學歷之消費者對於拼布包「布料」之喜好度沒有差異。

由表 4-3-2 不同學歷之消費者對於拼布包「布料」之喜好度變異數分析顯示，「麻質」、「人造纖維」、「彈性纖維」材料的顯著性為  $P=.000$ 、 $.004$ 、 $.003 < 0.05$ ，表示不同學歷之消費者對「麻質」、「人造纖維」、「彈性纖維」材料喜好度有顯著的差異存在。「棉質」、「絲質」的布料喜好度的顯著性  $p>0.05$  以上，表示不同學歷之消費者對於「棉質」、「絲質」的喜好度沒有差異，由此可以證明不同學歷之消費者對於「布料」之喜好度沒有差異的假設無法成立。

表 4-3-2 不同學歷之消費者對於拼布包「布料」之喜好度變異數分析

			平方和	自由度	均方	F	顯著性
2-1拼布包「棉質」* 1-2學歷	群組之間	(結合)	2.668	3	.889	1.723	.162
	在群組內		169.825	329	.516		
	總計		172.492	332			
2-2拼布包「麻質」* 1-2學歷	群組之間	(結合)	16.186	3	5.395	8.493	.000
	在群組內		209.003	329	.635		
	總計		225.189	332			
2-3拼布包「絲質」* 1-2學歷	群組之間	(結合)	.518	3	.173	.154	.927
	在群組內		369.615	329	1.123		
	總計		370.132	332			
2-4拼布包「人造纖 維」* 1-2學歷	群組之間	(結合)	9.926	3	3.309	4.578	.004
	在群組內		237.774	329	.723		
	總計		247.700	332			
2-5拼布包「彈性纖 維」* 1-2學歷	群組之間	(結合)	9.138	3	3.046	4.738	.003
	在群組內		211.516	329	.643		
	總計		220.655	332			

(三)不同職業之消費者對於拼布包「布料」之喜好度沒有差異。

由表 4-3-3 不同職業之消費者對於拼布包「布料」之喜好度變異數分析顯示，「彈性纖維」材料的顯著性  $P=.048 < 0.05$ ，表示不同職業之消費者對「彈性纖維」材料喜好度有顯著的差異存在。「棉質」、「麻質」、「絲質」、「人造纖維」的喜好度顯著性  $p > 0.05$  以上，表示不同職業之消費者對於「棉質」、「麻質」、「絲質」、「人造纖維」的喜好度沒有差異，由此可以證明不同職業之消費者對於「布料」之喜好度沒有差異的假設無法成立。

表 4-3-3 不同職業之消費者對於拼布包「布料」之喜好度變異數分析

		平方和	自由度	均方	F	顯著性
2-1拼布包「棉質」* 1-3職業	群組之間 (結合)	3.983	4	.996	1.938	.104
	在群組內	168.509	328	.514		
	總計	172.492	332			
2-2拼布包「麻質」* 1-3職業	群組之間 (結合)	.998	4	.249	.365	.834
	在群組內	224.192	328	.684		
	總計	225.189	332			
2-3拼布包「絲質」* 1-3職業	群組之間 (結合)	10.089	4	2.522	2.298	.059
	在群組內	360.043	328	1.098		
	總計	370.132	332			
2-4拼布包「人造纖維」* 1-3職業	群組之間 (結合)	6.948	4	1.737	2.367	.053
	在群組內	240.751	328	.734		
	總計	247.700	332			
2-5拼布包「彈性纖維」* 1-3職業	群組之間 (結合)	6.323	4	1.581	2.419	.048
	在群組內	214.331	328	.653		
	總計	220.655	332			

(四)不同月平均收入之消費者對於拼布包「布料」之喜好度沒有差異。

由表 4-3-4 不同月平均收入之消費者對於拼布包「布料」之喜好度變異數分析顯示，「棉質」、「人造纖維」的顯著性  $P=.033$ 、 $.008 < 0.05$ ，表示不同月平均收入之消費者對「棉質」、「人造纖維」材料喜好度有顯著的差異存在。「麻質」、「絲質」、「彈性纖維」的喜好度顯著性  $p > 0.05$  以上，表示不同月平均收入之消費者對於「麻質」、「絲質」、「彈性纖維」的喜好度沒有差異，由此可以證明不同月平均收入之消費者對於「布料」之喜好度沒有差異的假設無法成立。

表 4-3-4 不同月平均收入之消費者對於拼布包「布料」之喜好度變異數分析

		平方和	自由度	均方	F	顯著性
2-1拼布包「棉質」	群組之間 (結合)	5.412	4	1.353	2.656	.033
* 1-4平均月收入	在群組內	167.081	328	.509		
	總計	172.492	332			
2-2拼布包「麻質」	群組之間 (結合)	6.313	4	1.578	2.365	.053
* 1-4平均月收入	在群組內	218.876	328	.667		
	總計	225.189	332			
2-3拼布包「絲質」	群組之間 (結合)	9.314	4	2.328	2.117	.078
* 1-4平均月收入	在群組內	360.819	328	1.100		
	總計	370.132	332			
2-4拼布包「人造纖維」	群組之間 (結合)	10.121	4	2.530	3.493	.008
* 1-4平均月收入	在群組內	237.579	328	.724		
入	總計	247.700	332			
2-5拼布包「彈性纖維」	群組之間 (結合)	4.471	4	1.118	1.696	.151
* 1-4平均月收入	在群組內	216.184	328	.659		
入	總計	220.655	332			

研究假設二、不同背景變項的消費者對於拼布包的「扣件」之喜好度沒有差異。

(一)不同年齡之消費者對於拼布包的「扣件」之喜好度沒有差異。

由表 4-3-5 不同年齡之消費者對於拼布包「扣件」之喜好度變異數分析顯示，「磁扣」、「口金」的顯著性  $P=.001$ 、 $.045 < 0.05$ ，表示不同年齡之消費者對「磁扣」、「口金」的喜好度有顯著的差異存在。「鈕扣」、「牛仔扣」、「拉鍊」的喜好度顯著性  $p > 0.05$  以上，表示不同年齡之消費者對於「鈕扣」、「牛仔扣」、「拉鍊」的喜好度沒有差異，由此可以證明不同年齡之消費者對於「扣件」之喜好度沒有差異的假設無法成立。

表 4-3-5 不同年齡之消費者對於拼布包的「扣件」之喜好度變異數分析

			平方和	自由度	均方	F	顯著性
3-1拼布包採用「鈕扣」* 1-1年齡	群組之間 (結合)		1.225	4	.306	.446	.776
	在群組內		225.394	328	.687		
	總計		226.619	332			
3-2拼布包採用「牛仔扣」* 1-1年齡	群組之間 (結合)		5.754	4	1.438	1.561	.184
	在群組內		302.234	328	.921		
	總計		307.988	332			
3-3拼布包採用「磁扣」* 1-1年齡	群組之間 (結合)		13.259	4	3.315	4.812	.001
	在群組內		225.930	328	.689		
	總計		239.189	332			
3-4拼布包採用「拉鍊」* 1-1年齡	群組之間 (結合)		4.382	4	1.096	1.519	.196
	在群組內		236.506	328	.721		
	總計		240.889	332			
3-5拼布包採用「口金」* 1-1年齡	群組之間 (結合)		8.281	4	2.070	2.464	.045
	在群組內		275.599	328	.840		
	總計		283.880	332			

(二)不同學歷之消費者對於拼布包「扣件」之喜好度沒有差異。

由表 4-3-6 不同學歷之消費者對於拼布包「扣件」之喜好度變異數分析顯示，「牛仔扣」、「磁扣」、「口金」的顯著性  $P=.031$ 、 $.044$ 、 $0.01 < 0.05$ ，表示不同學歷之消費者對「牛仔扣」、「磁扣」、「口金」的喜好度有顯著的差異存在。「鈕扣」、「拉鍊」的喜好度顯著性  $p > 0.05$  以上，表示不同學歷之消費者對於「鈕扣」、「拉鍊」的喜好度沒有差異，由此可以證明不同學歷之消費者對於「扣件」之喜好度沒有差異的假設無法成立。

表 4-3-6 不同學歷之消費者對於拼布包「扣件」之喜好度變異數分析

		平方和	自由度	均方	F	顯著性
3-1拼布包採用「鈕扣」 * 1-2學歷	群組之間 (結合)	1.274	3	.425	.620	.603
	在群組內	225.345	329	.685		
	總計	226.619	332			
3-2拼布包採用「牛仔扣」 * 1-2學歷	群組之間 (結合)	8.167	3	2.722	2.987	.031
	在群組內	299.821	329	.911		
	總計	307.988	332			
3-3拼布包採用「磁扣」 * 1-2學歷	群組之間 (結合)	5.802	3	1.934	2.726	.044
	在群組內	233.387	329	.709		
	總計	239.189	332			
3-4拼布包採用「拉鍊」 * 1-2學歷	群組之間 (結合)	5.552	3	1.851	2.587	.053
	在群組內	235.337	329	.715		
	總計	240.889	332			
3-5拼布包採用「口金」 * 1-2學歷	群組之間 (結合)	14.385	3	4.795	5.854	.001
	在群組內	269.495	329	.819		
	總計	283.880	332			

(三)不同職業之消費者對於拼布包「扣件」之喜好度沒有差異。

由表 4-3-7 不同職業之消費者對於拼布包「扣件」之喜好度變異數分析顯示，「鈕扣」、「拉鍊」、「口金」的顯著性  $P=.002$ 、 $.023$ 、 $0.08 < 0.05$ ，表示不同職業之消費者對「鈕扣」、「拉鍊」、「口金」的喜好度有顯著的差異存在。「牛仔扣」、「磁扣」的喜好度顯著性  $p > 0.05$  以上，表示不同職業之消費者對於「牛仔扣」、「磁扣」的喜好度沒有差異，由此可以證明不同職業之消費者對於「扣件」之喜好度沒有差異的假設無法成立。

表 4-3-7 不同職業之消費者對於拼布包「扣件」之喜好度變異數分析

		平方和	自由度	均方	F	顯著性
3-1拼布包採用「鈕扣」 * 1-3職業	群組之間 (結合)	11.559	4	2.890	4.407	.002
	在群組內	215.059	328	.656		
	總計	226.619	332			
3-2拼布包採用「牛仔扣」 * 1-3職業	群組之間 (結合)	4.354	4	1.088	1.176	.321
	在群組內	303.634	328	.926		
	總計	307.988	332			
3-3拼布包採用「磁扣」 * 1-3職業	群組之間 (結合)	5.114	4	1.278	1.791	.130
	在群組內	234.075	328	.714		
	總計	239.189	332			
3-4拼布包採用「拉鍊」 * 1-3職業	群組之間 (結合)	8.180	4	2.045	2.883	.023
	在群組內	232.709	328	.709		
	總計	240.889	332			
3-5拼布包採用「口金」 * 1-3職業	群組之間 (結合)	11.691	4	2.923	3.522	.008
	在群組內	272.189	328	.830		
	總計	283.880	332			

#### (四)不同月平均收入之消費者對於拼布包「扣件」之喜好度沒有差異

由表 4-3-8 不同月平均收入之消費者對於拼布包「扣件」之喜好度變異數分析顯示，「鈕扣」、「磁扣」、「拉鍊」的顯著性  $P=.008$ 、 $.031$ 、 $0.28 < 0.05$ ，表示不同月平均收入之消費者對「鈕扣」、「磁扣」、「拉鍊」的喜好度有顯著的差異存在。「牛仔扣」、「口金」的喜好度顯著性  $p > 0.05$  以上，表示不同月平均收入之消費者對於「牛仔扣」、「口金」的喜好度沒有差異，由此可以證明不同月平均收入之消費者對於「扣件」之喜好度沒有差異的假設無法成立。

表 4-3-8 不同月平均收入之消費者對於拼布包「扣件」之喜好度變異數分析

		平方和	自由度	均方	F	顯著性
3-1拼布包採用「鈕扣」 * 1-4平均月收入	群組之間 (結合)	9.283	4	2.321	3.503	.008
	在群組內	217.335	328	.663		
	總計	226.619	332			
3-2拼布包採用「牛仔扣」 * 1-4平均月收入	群組之間 (結合)	4.580	4	1.145	1.238	.295
	在群組內	303.408	328	.925		
	總計	307.988	332			
3-3拼布包採用「磁扣」 * 1-4平均月收入	群組之間 (結合)	7.627	4	1.907	2.701	.031
	在群組內	231.562	328	.706		
	總計	239.189	332			
3-4拼布包採用「拉鍊」 * 1-4平均月收入	群組之間 (結合)	7.841	4	1.960	2.759	.028
	在群組內	233.048	328	.711		
	總計	240.889	332			
3-5拼布包採用「口金」 * 1-4平均月收入	群組之間 (結合)	.630	4	.157	.182	.948
	在群組內	283.250	328	.864		
	總計	283.880	332			

研究假設三、不同背景變項的消費者對於拼布包「提帶」之喜好度沒有差異。

(一)不同年齡之消費者對於拼布包「提帶」之喜好度沒有差異。

由表 4-3-9 不同年齡之消費者對於拼布包「提帶」之喜好度變異數分析顯示，「手拎提把」的顯著性  $P=.000 < 0.05$ ，表示不同年齡之消費者對「手拎提把」的喜好度有顯著的差異存在。「單肩提帶」、「雙肩提帶」、「斜跨提帶」、「提把與提帶」雙功能的喜好度顯著性  $p > 0.05$  以上，表示不同年齡之消費者對於「單肩提帶」、「雙肩提帶」、「斜跨提帶」、「提把與提帶」的喜好度沒有差異，由此可以證明不同年齡之消費者對於「提帶」之喜好度沒有差異的假設無法成立。

表 4-3-9 不同年齡之消費者對於拼布包「提帶」之喜好度變異數分析

		平方和	自由度	均方	F	顯著性
4-1拼布包採用「手拎提把」* 1-1年齡	群組之間 (結合)	17.889	4	4.472	5.488	.000
	在群組內	267.301	328	.815		
	總計	285.189	332			
4-2拼布包採用「單肩提帶」* 1-1年齡	群組之間 (結合)	2.407	4	.602	1.108	.353
	在群組內	178.086	328	.543		
	總計	180.492	332			
4-3拼布包採用「雙肩提帶」* 1-1年齡	群組之間 (結合)	3.513	4	.878	1.400	.234
	在群組內	205.718	328	.627		
	總計	209.231	332			
4-4拼布包採用「斜跨提帶」* 1-1年齡	群組之間 (結合)	2.012	4	.503	.811	.519
	在群組內	203.543	328	.621		
	總計	205.556	332			
4-5拼布包採用「提把與提帶」雙功能* 1-1年齡	群組之間 (結合)	1.328	4	.332	.410	.801
	在群組內	265.597	328	.810		
	總計	266.925	332			

(二)不同學歷之消費者對於拼布包「提帶」之喜好度沒有差異。

由表 4-3-10 不同學歷之消費者對於拼布包「提帶」之喜好度變異數分析顯示，「斜跨提帶」的顯著性  $P=.004 < 0.05$ ，表示不同學歷之消費者對「斜跨提帶」的喜好度有顯著的差異存在。「手拎提把」、「單肩提帶」、「雙肩提帶」、「提把與提帶」的喜好度顯著性  $p > 0.05$  以上，表示不同學歷之消費者對於「手拎提把」、「單肩提帶」、「雙肩提帶」、「提把與提帶」的喜好度沒有差異，由此可以證明不同學歷之消費者對於「提帶」之喜好度沒有差異的假設無法成立。

表 4-3-10 不同學歷之消費者對於拼布包「提帶」之喜好度變異數分析

		平方和	自由度	均方	F	顯著性
4-1拼布包採用「手拎提把」 * 1-2學歷	群組之間 (結合)	1.285	3	.428	.496	.685
	在群組內	283.905	329	.863		
	總計	285.189	332			
4-2拼布包採用「單肩提帶」 * 1-2學歷	群組之間 (結合)	3.141	3	1.047	1.942	.123
	在群組內	177.351	329	.539		
	總計	180.492	332			
4-3拼布包採用「雙肩提帶」 * 1-2學歷	群組之間 (結合)	.584	3	.195	.307	.820
	在群組內	208.647	329	.634		
	總計	209.231	332			
4-4拼布包採用「斜跨提帶」 * 1-2學歷	群組之間 (結合)	8.284	3	2.761	4.605	.004
	在群組內	197.271	329	.600		
	總計	205.556	332			
4-5拼布包採用「提把與提帶」雙功能 * 1-2學歷	群組之間 (結合)	1.355	3	.452	.559	.642
	在群組內	265.570	329	.807		
	總計	266.925	332			

(三)不同職業之消費者對於拼布包「提帶」之喜好度沒有差異。

由表 4-3-11 不同職業之消費者對於拼布包「提帶」之喜好度變異數分析顯示，「單肩提帶」的顯著性  $P=.005 < 0.05$ ，表示不同職業之消費者對「單肩提帶」的喜好度有顯著的差異存在。「手拎提把」、「雙肩提帶」、「斜跨提帶」、「提把與提帶」的喜好度顯著性  $p > 0.05$  以上，表示不同職業之消費者對於「手拎提把」、「雙肩提帶」、「斜跨提帶」、「提把與提帶」的喜好度沒有差異，由此可以證明不同職業之消費者對於「提帶」之喜好度沒有差異的假設無法成立。

表 4-3-11 不同職業之消費者對於拼布包「提帶」之喜好度變異數分析

		平方和	自由度	均方	F	顯著性
4-1拼布包採用「手拎提把」* 1-3職業	群組之間 (結合)	3.520	4	.880	1.025	.394
	在群組內	281.669	328	.859		
	總計	285.189	332			
4-2拼布包採用「單肩提帶」* 1-3職業	群組之間 (結合)	7.944	4	1.986	3.775	.005
	在群組內	172.548	328	.526		
	總計	180.492	332			
4-3拼布包採用「雙肩提帶」* 1-3職業	群組之間 (結合)	4.681	4	1.170	1.876	.114
	在群組內	204.551	328	.624		
	總計	209.231	332			
4-4拼布包採用「斜跨提帶」* 1-3職業	群組之間 (結合)	3.103	4	.776	1.257	.287
	在群組內	202.453	328	.617		
	總計	205.556	332			
4-5拼布包採用「提把與提帶」雙功能* 1-3職業	群組之間 (結合)	1.683	4	.421	.520	.721
	在群組內	265.242	328	.809		
	總計	266.925	332			

#### (四)不同月平均收入之消費者對於拼布包「提帶」之喜好度沒有差異

由表 4-3-12 不同月平均收入之消費者對於拼布包「提帶」之喜好度變異數分析顯示，「斜跨提帶」的顯著性  $P=.042 < 0.05$ ，表示不同月平均收入之消費者對「斜跨提帶」的喜好度有顯著的差異存在。「手拎提把」、「單肩提帶」、「雙肩提帶」、「提把與提帶」的喜好度顯著性  $p > 0.05$  以上，表示不同月平均收入之消費者對於「手拎提把」、「單肩提帶」、「雙肩提帶」、「提把與提帶」的喜好度沒有差異，由此可以證明不同月平均收入之消費者對於「提帶」之喜好度沒有差異的假設無法成立。

表 4-3-12 不同月平均收入之消費者對於拼布包「提帶」之喜好度變異數分析

		平方和	自由度	均方	F	顯著性
4-1拼布包採用「手拎提把」 * 1-4平均月收入	群組之間 (結合)	1.843	4	.461	.533	.711
	在群組內	283.346	328	.864		
	總計	285.189	332			
4-2拼布包採用「單肩提帶」 * 1-4平均月收入	群組之間 (結合)	4.137	4	1.034	1.923	.106
	在群組內	176.356	328	.538		
	總計	180.492	332			
4-3拼布包採用「雙肩提帶」 * 1-4平均月收入	群組之間 (結合)	5.864	4	1.466	2.364	.053
	在群組內	203.367	328	.620		
	總計	209.231	332			
4-4拼布包採用「斜跨提帶」 * 1-4平均月收入	群組之間 (結合)	6.109	4	1.527	2.512	.042
	在群組內	199.447	328	.608		
	總計	205.556	332			
4-5拼布包採用「提把與提帶」雙功能 * 1-4平均月收入	群組之間 (結合)	7.008	4	1.752	2.211	.068
	在群組內	259.917	328	.792		
	總計	266.925	332			

研究假設四、不同背景變項的消費者對於拼布包「售價」之喜好度沒有差異。

(一)不同年齡之消費者對於拼布包「售價」之喜好度沒有差異。

由表 4-3-13 不同年齡之消費者對於拼布包「售價」之喜好度變異數分析顯示，「400 元-1000 元」、「2001 元-3000 元」、「3001 元-4000 元」、「4001 元-5000 元」的顯著性  $P=.024$ 、 $.004$ 、 $.001$ 、 $.000 < 0.05$ ，表示不同年齡之消費者對「400 元-1000 元」、「2001 元-3000 元」、「3001 元-4000 元」、「4001 元-5000 元」的喜好度有顯著的差異存在。「1001 元-2000 元」的喜好度顯著性  $p > 0.05$  以上，表示不同年齡之消費者對於「1001 元-2000 元」的喜好度沒有差異，由此可以證明不同年齡之消費者對於「售價」之喜好度沒有差異的假設無法成立。

表 4-3-13 不同年齡之消費者對於拼布包「售價」之喜好度變異數分析

		平方和	自由度	均方	F	顯著性
5-1售價在「400-1000」 * 1-1年齡	群組之間 (結合)	5.713	4	1.428	2.843	.024
	在群組內	164.762	328	.502		
	總計	170.474	332			
5-2售價在「1001- 2000」 * 1-1年齡	群組之間 (結合)	5.958	4	1.490	2.180	.071
	在群組內	224.150	328	.683		
	總計	230.108	332			
5-3售價在「2001- 3000」 * 1-1年齡	群組之間 (結合)	12.978	4	3.244	3.987	.004
	在群組內	266.938	328	.814		
	總計	279.916	332			
5-4售價在「3001- 4000」 * 1-1年齡	群組之間 (結合)	14.812	4	3.703	4.747	.001
	在群組內	255.843	328	.780		
	總計	270.655	332			
5-5售價在「4001- 5000」 * 1-1年齡	群組之間 (結合)	21.725	4	5.431	6.349	.000
	在群組內	280.599	328	.855		
	總計	302.324	332			

(二)不同學歷之消費者對於拼布包「售價」之喜好度沒有差異。

由表 4-3-14 不同學歷之消費者對於拼布包「售價」之喜好度變異數分析顯示，「400 元-1000 元」、「1001 元-2000 元」、「2001 元-3000 元」、「3001 元-4000 元」的顯著性  $P=.016$ 、 $.000$ 、 $.000$ 、 $.030 < 0.05$ ，表示不同學歷之消費者對「400 元-1000 元」、「1001 元-2000 元」、「2001 元-3000 元」、「3001 元-4000 元」的喜好度有顯著的差異存在。「4001 元-5000 元」的喜好度顯著性  $p > 0.05$  以上，表示不同學歷之消費者對於「4001 元-5000 元」的喜好度沒有差異，由此可以證明不同學歷之消費者對於「售價」之喜好度沒有差異的假設無法成立。

表 4-3-14 不同學歷之消費者對於拼布包「售價」之喜好度變異數分析

		平方和	自由度	均方	F	顯著性
5-1售價在「400-1000」 * 1-2學歷	群組之間 (結合)	5.271	3	1.757	3.499	.016
	在群組內	165.204	329	.502		
	總計	170.474	332			
5-2售價在「1001- 2000」 * 1-2學歷	群組之間 (結合)	12.981	3	4.327	6.557	.000
	在群組內	217.127	329	.660		
	總計	230.108	332			
5-3售價在「2001- 3000」 * 1-2學歷	群組之間 (結合)	15.000	3	5.000	6.210	.000
	在群組內	264.916	329	.805		
	總計	279.916	332			
5-4售價在「3001- 4000」 * 1-2學歷	群組之間 (結合)	7.277	3	2.426	3.030	.030
	在群組內	263.378	329	.801		
	總計	270.655	332			
5-5售價在「4001- 5000」 * 1-2學歷	群組之間 (結合)	5.992	3	1.997	2.218	.086
	在群組內	296.332	329	.901		
	總計	302.324	332			

(三)不同職業之消費者對於拼布包「售價」之喜好度沒有差異。

由表 4-3-15 不同職業之消費者對於拼布包「售價」之喜好度變異數分析顯示，「400 元-1000 元」、「2001 元-3000 元」、「3001 元-4000 元」、「4001 元-5000 元」的顯著性  $P=.003、.006、.001、.000 < 0.05$ ，表示不同職業之消費者對「400 元-1000 元」、「2001 元-3000 元」、「3001 元-4000 元」、「4001 元-5000 元」的喜好度有顯著的差異存在。「1001 元-2000 元」的喜好度顯著性  $p > 0.05$  以上，表示不同職業之消費者對於「1001 元-2000 元」的喜好度沒有差異，由此可以證明不同職業之消費者對於「售價」之喜好度沒有差異的假設無法成立。

表 4-3-15 不同職業之消費者對於拼布包「售價」之喜好度變異數分析

		平方和	自由度	均方	F	顯著性
5-1售價在「400-1000」 * 1-3職業	群組之間 (結合)	8.167	4	2.042	4.126	.003
	在群組內	162.307	328	.495		
	總計	170.474	332			
5-2售價在「1001- 2000」 * 1-3職業	群組之間 (結合)	4.975	4	1.244	1.812	.126
	在群組內	225.133	328	.686		
	總計	230.108	332			
5-3售價在「2001- 3000」 * 1-3職業	群組之間 (結合)	11.959	4	2.990	3.660	.006
	在群組內	267.957	328	.817		
	總計	279.916	332			
5-4售價在「3001- 4000」 * 1-3職業	群組之間 (結合)	14.885	4	3.721	4.772	.001
	在群組內	255.770	328	.780		
	總計	270.655	332			
5-5售價在「4001- 5000」 * 1-3職業	群組之間 (結合)	18.597	4	4.649	5.375	.000
	在群組內	283.727	328	.865		
	總計	302.324	332			

#### (四)不同月平均收入之消費者對於拼布包「售價」之喜好度沒有差異

由表 4-3-16 不同月平均收入之消費者對於拼布包「售價」之喜好度變異數分析顯示，「2001 元-3000 元」、「3001 元-4000 元」的顯著性  $P=.001$ 、 $.026 < 0.05$ ，表示不同月平均收入之消費者對「2001 元-3000 元」、「3001 元-4000 元」的喜好度有顯著的差異存在。「400 元-1000 元」、「1001 元-2000 元」、「4001 元-5000 元」的喜好度顯著性  $p > 0.05$  以上，表示不同月平均收入之消費者對於「400 元-1000 元」、「1001 元-2000 元」、「4001 元-5000 元」的喜好度沒有差異，由此可以證明不同月平均收入消費者對於「售價」之喜好度沒有差異的假設無法成立。

表 4-3-16 不同月平均收入之消費者對於拼布包「售價」之喜好度變異數分析

		平方和	自由度	均方	F	顯著性
5-1售價在「400-1000」 * 1-4平均月收入	群組之間 (結合)	1.515	4	.379	.735	.569
	在群組內	168.960	328	.515		
	總計	170.474	332			
5-2售價在「1001- 2000」 * 1-4平均月收 入	群組之間 (結合)	6.436	4	1.609	2.359	.053
	在群組內	223.673	328	.682		
	總計	230.108	332			
5-3售價在「2001- 3000」 * 1-4平均月收 入	群組之間 (結合)	15.993	4	3.998	4.969	.001
	在群組內	263.923	328	.805		
	總計	279.916	332			
5-4售價在「3001- 4000」 * 1-4平均月收 入	群組之間 (結合)	8.930	4	2.232	2.798	.026
	在群組內	261.725	328	.798		
	總計	270.655	332			
5-5售價在「4001- 5000」 * 1-4平均月收 入	群組之間 (結合)	5.328	4	1.332	1.471	.211
	在群組內	296.996	328	.905		
	總計	302.324	332			

本研究依據研究假設一至研究假設四所分析之結果加以彙整提出各組之間具有顯著差異情形的資料如下：

- 一、不同年齡之消費者對於「棉質」材料喜好度的顯著性  $P=< 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。

- 二、不同學歷之消費者對於「麻質」、「人造纖維」、「彈性纖維」材料喜好度的顯著性為  $P < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。
- 三、不同職業之消費者對於「彈性纖維」材料喜好度的顯著性  $P < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。
- 四、不同月平均收入之消費者對於「棉質」、「人造纖維」材料喜好度的顯著性  $P < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。
- 五、不同年齡之消費者對於「磁扣」、「口金」材料喜好度的顯著性  $P < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。
- 六、不同學歷之消費者對於「牛仔扣」、「磁扣」、「口金」材料喜好度的顯著性  $P < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。
- 七、不同職業之消費者對於「鈕扣」、「拉鍊」、「口金」材料喜好度的顯著性  $P < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。
- 八、不同月平均收入之消費者對於「鈕扣」、「磁扣」、「拉鍊」材料喜好度的顯著性  $P < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。
- 九、不同年齡之消費者對於「手拎提把」材料喜好度的顯著性  $P < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。
- 十、不同學歷之消費者對於「斜跨提帶」材料喜好度的顯著性  $P < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。
- 十一、不同職業之消費者對於「單肩提帶」材料喜好度的顯著性  $P < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。
- 十二、不同月平均收入之消費者對於「斜跨提帶」材料喜好度的顯著性  $P < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。
- 十三、不同年齡之消費者對於「400元-1000元」、「2001元-3000元」、「3001元-4000元」、「4001元-5000元」售價喜好度的顯著性  $P < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。

十四、不同學歷之消費者對於「400元-1000元」、「1001元-2000元」、「2001元-3000元」、「3001元-4000元」售價喜好度的顯著性  $P < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。

十五、不同職業之消費者對於「400元-1000元」、「2001元-3000元」、「3001元-4000元」、「4001元-5000元」售價喜好度的顯著性  $P < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。

十六、不同月平均收入之消費者對於「2001元-3000元」、「3001元-4000元」售價喜好度的顯著性  $P < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。

本研究將填答問卷之消費者區分成年齡、學歷、職業及月平均收入等為四類的自變項，並將影響消費者選購拼布包的「布料」、「扣件」、「提帶」、「售價」等特性的喜好程度設定為依變項，進行變異數的統計及分析結果。因為檢定過程中都有部分的項目有顯著的差異存在，因此，對於不同背景變項的消費者在「布料」、「扣件」、「提帶」、「售價」等喜好度沒有差異的四種研究假設皆無法成立。

## 第四節 不同背景消費者喜好度的相關性分析

本節將依據研究目的針對影響消費者選購因素的「布料」、「扣件」、「提帶」、「售價」等的因素喜好程度進行相關性的分析。藉以了解消費者在影響因素中是否有同樣的喜好水準。

### 研究假設五、消費者對於拼布包「布料」之喜好度沒有相關性。

本研究針對消費者對於拼布包「布料」之喜好度相關性分析結果如表 4-3-17。

表 4-3-17 消費者對於拼布包「布料」之喜好度相關性分析

		2-1拼布包 「棉質」	2-2拼布包 「麻質」	2-3拼布包 「絲質」	2-4拼布包 「人造纖維」	2-5拼布包 「彈性纖維」
2-1拼布包「棉質」	皮爾森(Pearson)相關性	1	.140*	.145**	.045	-.126*
	顯著性(雙尾)		.010	.008	.409	.021
	N	333	333	333	333	333
2-2拼布包「麻質」	皮爾森(Pearson)相關性	.140*	1	.136*	.152**	.073
	顯著性(雙尾)	.010		.013	.006	.182
	N	333	333	333	333	333
2-3拼布包「絲質」	皮爾森(Pearson)相關性	.145**	.136*	1	.351**	.259**
	顯著性(雙尾)	.008	.013		.000	.000
	N	333	333	333	333	333
2-4拼布包「人造纖維」	皮爾森(Pearson)相關性	.045	.152**	.351**	1	.567**
	顯著性(雙尾)	.409	.006	.000		.000
	N	333	333	333	333	333
2-5拼布包「彈性纖維」	皮爾森(Pearson)相關性	-.126*	.073	.259**	.567**	1
	顯著性(雙尾)	.021	.182	.000	.000	
	N	333	333	333	333	333

\*. 相關性在 0.05 層級上顯著(雙尾)。

\*\*. 相關性在 0.01 層級上顯著(雙尾)。

由表4-3-17 顯示各項「布料」之喜好度相關程度分析如下：

- 一、在喜好「棉質」的因素中「麻質」及「絲質」喜好度的相關性在 $*.0.05$  層級顯著，這表示喜好「棉質」的消費者對於「麻質」及「絲質」也呈現一樣的良好水準。「人造纖維」及「彈性纖維」顯著性皆大於 $*.0.05$ ，表示良好度並沒有相同的水準。
- 二、在喜好「麻質」的因素中「棉質」、「絲質」、「人造纖維」良好度的相關性在 $*.0.05$  層級顯著，這表示喜好「麻質」的消費者對於「棉質」、「絲質」、「人造纖維」也呈現一樣的良好水準。「彈性纖維」顯著性大於 $*.0.05$ ，表示良好度並沒有相同的水準。
- 三、在喜好「絲質」的因素中「棉質」、「麻質」、「人造纖維」、「彈性纖維」良好度的相關性在 $*.0.05$  層級顯著，這表示喜好「絲質」的消費者對於「棉質」、「麻質」、「人造纖維」、「彈性纖維」也呈現一樣的良好水準。
- 四、在喜好「人造纖維」的因素中「麻質」、「絲質」、「彈性纖維」良好度的相關性在 $**0.01$  層級顯著，這表示喜好「人造纖維」的消費者對於「麻質」、「絲質」、「彈性纖維」也呈現一樣的良好水準。「棉質」顯著性大於 $*.0.05$ ，表示良好度並沒有相同的水準。
- 五、在喜好「彈性纖維」的因素中「棉質」及「人造纖維」良好度的相關性在 $*.0.05$  層級顯著，這表示喜好「彈性纖維」的消費者對於「棉質」及「人造纖維」也呈現一樣的良好水準。「麻質」顯著性大於 $*.0.05$ ，表示良好度並沒有相同的水準。

依據上述分析結果，證明消費者在各項「布料」良好度的表現，其中有15項良好度的相關性在 $**0.01$  層級顯著，有5項良好度的相關性大於 $*.0.05$ ，因此，消費者對於拼布包「布料」之良好度沒有相關性的研究假設無法成立。

研究假設六、消費者對於拼布包「扣件」之喜好度沒有相關性。

本研究針對消費者對於拼布包「扣件」之喜好度相關性分析結果如表 4-3-18。

表 4-3-18 消費者對於拼布包「扣件」之喜好度相關性分析

		3-1拼布包 採用「鈕 扣」	3-2拼布包 採用「牛 仔扣」	3-3拼布包 採用「磁 扣」	3-4拼布包 採用「拉 鍊」	3-5拼布包 採用「口 金」
3-1拼布包採用 「鈕扣」	皮爾森(Pearson) 相關性	1	.400**	.071	.022	.109*
	顯著性(雙尾)		.000	.194	.691	.046
	N	333	333	333	333	333
3-2拼布包採用 「牛仔扣」	皮爾森(Pearson) 相關性	.400**	1	.381**	.100	.249**
	顯著性(雙尾)	.000		.000	.069	.000
	N	333	333	333	333	333
3-3拼布包採用 「磁扣」	皮爾森(Pearson) 相關性	.071	.381**	1	.306**	.245**
	顯著性(雙尾)	.194	.000		.000	.000
	N	333	333	333	333	333
3-4拼布包採用 「拉鍊」	皮爾森(Pearson) 相關性	.022	.100	.306**	1	.221**
	顯著性(雙尾)	.691	.069	.000		.000
	N	333	333	333	333	333
3-5拼布包採用 「口金」	皮爾森(Pearson) 相關性	.109*	.249**	.245**	.221**	1
	顯著性(雙尾)	.046	.000	.000	.000	
	N	333	333	333	333	333

\*\*. 相關性在 0.01 層級上顯著(雙尾)。

\*. 相關性在 0.05 層級上顯著(雙尾)。

由表4-3-18 顯示各項「布料」之喜好度相關程度分析如下：

- 一、在喜好「鈕扣」的因素中「牛仔扣」、「口金」喜好度的相關性在\*.0.05 層級顯著，這表示喜好「鈕扣」的消費者對於「牛仔扣」、「口金」也呈現一樣的喜好

水準。「磁扣」及「拉鍊」顯著性皆大於\*.0.05，表示喜好度並沒有相同的水準。

二、在喜好「牛仔扣」的因素中「鈕扣」、「磁扣」、「口金」喜好度的相關性在\*\*.0.05 層級顯著，這表示喜好「牛仔扣」的消費者對於「鈕扣」、「磁扣」、「口金」也呈現一樣的喜好水準。「拉鍊」顯著性大於\*.0.05，表示喜好度並沒有相同的水準。

三、在喜好「磁扣」的因素中「牛仔扣」、「拉鍊」、「口金」喜好度的相關性在\*\*.0.01 層級顯著，這表示喜好「磁扣」的消費者對於「牛仔扣」、「拉鍊」、「口金」也呈現一樣的喜好水準。「鈕扣」顯著性大於\*.0.05，表示喜好度並沒有相同的水準。

四、在喜好「拉鍊」的因素中「磁扣」、「口金」喜好度的相關性在\*\*.0.01 層級顯著，這表示喜好「拉鍊」的消費者對於「磁扣」、「口金」也呈現一樣的喜好水準。「鈕扣」、「牛仔扣」顯著性大於\*.0.05，表示喜好度並沒有相同的水準。

五、在喜好「口金」的因素中「鈕扣」、「牛仔扣」、「磁扣」、「拉鍊」喜好度的相關性在\*.0.05 層級顯著，這表示喜好「口金」的消費者對於「鈕扣」、「牛仔扣」、「磁扣」、「拉鍊」也呈現一樣的喜好水準。

依據上述分析結果，證明消費者在各項「扣件」喜好度的表現，其中有14項喜好度的相關性在\*\*.0.01 層級顯著，有6項喜好度的相關性大於\*.0.05，因此，消費者對於拼布包「扣件」之喜好度沒有相關性的研究假設無法完全成立。

研究假設七、消費者對於拼布包「提帶」之喜好度沒有相關性。

本研究針對消費者對於拼布包「提帶」之喜好度相關性分析結果如表 4-3-19。

表 4-3-19 消費者對於拼布包「提帶」之喜好度相關性分析

		4-1拼布包 採用「手 拎提把」	4-2拼布包 採用「單 肩提帶」	4-3拼布包 採用「雙 肩提帶」	4-4拼布包 採用「斜 跨提帶」	4-5拼布包 採用「提 把與提 帶」雙功 能
4-1拼布包採用「手 拎提把」	皮爾森(Pearson) 相關性	1	.241**	.124*	.107	.256**
	顯著性(雙尾)		.000	.024	.050	.000
	N	333	333	333	333	333
4-2拼布包採用「單 肩提帶」	皮爾森(Pearson) 相關性	.241**	1	.307**	.166**	.074
	顯著性(雙尾)	.000		.000	.002	.178
	N	333	333	333	333	333
4-3拼布包採用「雙 肩提帶」	皮爾森(Pearson) 相關性	.124*	.307**	1	.364**	.143**
	顯著性(雙尾)	.024	.000		.000	.009
	N	333	333	333	333	333
4-4拼布包採用「斜 跨提帶」	皮爾森(Pearson) 相關性	.107	.166**	.364**	1	.328**
	顯著性(雙尾)	.050	.002	.000		.000
	N	333	333	333	333	333
4-5拼布包採用「提 把與提帶」雙功能	皮爾森(Pearson) 相關性	.256**	.074	.143**	.328**	1
	顯著性(雙尾)	.000	.178	.009	.000	
	N	333	333	333	333	333

\*\*。相關性在 0.01 層級上顯著(雙尾)。

\*。相關性在 0.05 層級上顯著(雙尾)。

由表4-3-19 顯示各項「提帶」之喜好度相關程度分析如下：

- 一、在喜好「手拎提把」的因素中「單肩提帶」、「雙肩提帶」、「斜跨提帶」、「提把與提帶」喜好度的相關性在 $*.0.05$  層級顯著，這表示喜好「手拎提把」的消費者對於「單肩提帶」、「雙肩提帶」、「斜跨提帶」、「提把與提帶」也呈現一樣的喜好水準。
- 二、在喜好「單肩提帶」的因素中「手拎提把」、「雙肩提帶」、「斜跨提帶」喜好度的相關性在 $*.0.05$  層級顯著，這表示喜好「單肩提帶」的消費者對於「手拎提把」、「雙肩提帶」、「斜跨提帶」也呈現一樣的喜好水準。「提把與提帶」顯著性.178，表示喜好度並沒有相同的水準。
- 三、在喜好「雙肩提帶」的因素中「手拎提把」、「單肩提帶」、「斜跨提帶」、「提把與提帶」喜好度的相關性在 $*.0.05$  層級顯著，這表示喜好「雙肩提帶」的消費者對於「手拎提把」、「單肩提帶」、「斜跨提帶」、「提把與提帶」也呈現一樣的喜好水準。
- 四、在喜好「斜跨提帶」的因素中「手拎提把」、「單肩提帶」、「雙肩提帶」、「提把與提帶」喜好度的相關性在 $**0.05$  層級顯著，這表示喜好「斜跨提帶」的消費者對於「手拎提把」、「單肩提帶」、「雙肩提帶」、「提把與提帶」也呈現一樣的喜好水準。
- 五、在喜好「提把與提帶」的因素中「手拎提把」、「雙肩提帶」、「斜跨提帶」喜好度的相關性在 $**0.01$  層級顯著，這表示喜好「提把與提帶」的消費者對於「手拎提把」、「雙肩提帶」、「斜跨提帶」也呈現一樣的喜好水準。「單肩提帶」顯著性.178，表示喜好度並沒有相同的水準。

依據上述分析結果，證明消費者在各項「提帶」喜好度的表現，其中有18項喜好度的相關性在 $**0.01$  層級顯著，有2項喜好度的相關性大於 $*.0.05$ ，因此，消費者對於拼布包「提帶」之喜好度沒有相關性的研究假設無法完全成立。

### 研究假設八、消費者對於拼布包「售價」之喜好度沒有相關性

本研究針對消費者對於拼布包「售價」之喜好度相關性分析結果如表 4-3-20。

表 4-3-20 消費者對於拼布包「售價」之喜好度相關性分析

		5-1售價在 「400- 1000」	5-2售價在 「1001- 2000」	5-3售價在 「2001- 3000」	5-4售價在 「3001- 4000」	5-5售價在 「4001- 5000」
5-1售價在「400- 1000」	皮爾森(Pearson) 相關性	1	.443**	.175**	.097	.032
	顯著性(雙尾)		.000	.001	.077	.558
	N	333	333	333	333	333
5-2售價在「1001- 2000」	皮爾森(Pearson) 相關性	.443**	1	.683**	.577**	.400**
	顯著性(雙尾)	.000		.000	.000	.000
	N	333	333	333	333	333
5-3售價在「2001- 3000」	皮爾森(Pearson) 相關性	.175**	.683**	1	.784**	.610**
	顯著性(雙尾)	.001	.000		.000	.000
	N	333	333	333	333	333
5-4售價在「3001- 4000」	皮爾森(Pearson) 相關性	.097	.577**	.784**	1	.811**
	顯著性(雙尾)	.077	.000	.000		.000
	N	333	333	333	333	333
5-5售價在「4001- 5000」	皮爾森(Pearson) 相關性	.032	.400**	.610**	.811**	1
	顯著性(雙尾)	.558	.000	.000	.000	
	N	333	333	333	333	333

\*\*。相關性在 0.01 層級上顯著(雙尾)。

由表4-3-20 顯示各項「售價」之喜好度相關程度分析如下：

- 一、在喜好「400元-1000元」的因素中「1001元-2000元」、「2001元-3000元」喜好度的相關性在\*\*.01 層級顯著，這表示喜好「400元-1000元」的消費者對於

「1001元-2000元」、「2001元-3000元」也呈現一樣的喜好水準。「3001元-4000元」、「4001元-5000元」顯著性大於 $*.0.05$ ，表示喜好度並沒有相同的水準。

二、在喜好「1001元-2000元」的因素中「400元-1000元」、「2001元-3000元」、「3001元-4000元」、「4001元-5000元」喜好度的相關性在 $**0.01$  層級顯著，這表示喜好「1001元-2000元」的消費者對於「400元-1000元」、「2001元-3000元」、「3001元-4000元」、「4001元-5000元」也呈現一樣的喜好水準。

三、在喜好「2001元-3000元」的因素中「400元-1000元」、「1001元-2000元」、「3001元-4000元」、「4001元-5000元」喜好度的相關性在 $**0.01$  層級顯著，這表示喜好「2001元-3000元」的消費者對於「400元-1000元」、「1001元-2000元」、「3001元-4000元」、「4001元-5000元」也呈現一樣的喜好水準。

四、在喜好「3001元-4000元」的因素中「1001元-2000元」、「2001元-3000元」、「4001元-5000元」喜好度的相關性在 $**0.01$  層級顯著，這表示喜好「3001元-4000元」的消費者對於「1001元-2000元」、「2001元-3000元」、「4001元-5000元」也呈現一樣的喜好水準。「400元-1000元」顯著性大於 $*.0.05$ ，表示喜好度並沒有相同的水準。

五、在喜好「4001元-5000元」的因素中「1001元-2000元」、「2001元-3000元」、「3001元-4000元」喜好度的相關性在 $**0.01$  層級顯著，這表示喜好「4001元-5000元」的消費者對於「1001元-2000元」、「2001元-3000元」、「3001元-4000元」也呈現一樣的喜好水準。「400元-1000元」顯著性大於 $*.0.05$ ，表示喜好度並沒有相同的水準。

依據上述分析結果，證明消費者在各項「售價」喜好度的表現，其中有16項喜好度的相關性在 $**0.01$  層級顯著，有4項喜好度的相關性大於 $*.0.05$ ，因此，消費者對於拼布包「售價」之喜好度沒有相關性的研究假設無法完全成立。

## 第五章 結論與建議

本章主要依據問卷統計分析結果歸納出結論，並根據研究結果提出客觀的分析與建議，作為拼布包設計、製造、銷售等業者經營上的參考，也提供後續研究者進行相關研究時的參考。

### 第一節 研究結論

本研究主要目的在探討影響消費者選購拼布包因素之喜好度的水準及喜好度的差異性及相關性。根據統計分析結果，本研究提出相關結論如下：

#### 一、消費者選購拼布包產品相關因素之喜好程度

- (一)消費者對拚布包採用不同布料的喜好度以「棉質」>「麻質」>「彈性纖維」>「絲質」>「人造纖維」，研究發現消費者基於環保理念及使用舒適性等因素，對於採用天然原料製成的布料，有較高的評價。
- (二)消費者對拚布包採用不同扣件的喜好度以「拉鍊」>「磁扣」>「鈕扣」>「牛仔扣」>「口金」，研究發現消費者基於擔心收納物品遺失的情事發生，對於布包封口採用拉鍊能完全封閉，避免收納物品掉出來的扣件，有較高的評價。
- (三)消費者對拚布包採用不同「提帶」的喜好程度以「提把與提帶」>「雙肩提帶」>「單肩提帶」>「斜跨提帶」>「手拎提把」，研究發現消費者對於布包提帶採用「提把與提帶」雙功能方式，能隨時調整手提或肩背減輕負重及避免身體受到傷害具有一致性的看法。
- (四)消費者對拚布包採用不同「售價」的喜好程度以「400元-1000元」>「1001元-2000元」>「2001元-3000元」>「3001元-4000元」>「4001元-5000元」，研究發現消費者對於布包的售價沒有因為不同背景而有所差異，喜歡物美價廉是消費者一致的看法。

#### 二、不同背景消費者對於選購拼布包因素之喜好程度之差異性

本研究將填答問卷之消費者區分成「年齡」、「學歷」、「職業」及「月平均收入」

等四類的自變項，並將影響消費者選購拼布包的「布料」、「扣件」、「提帶」、「售價」等的喜好度設定為依變項，經過變異數的分析結果，本研究發現項目都有顯著的差異情形如下：

(一)不同年齡之消費者對於布料「棉質」的顯著性  $P < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。

(二)不同學歷之消費者對於布料「麻質」、「人造纖維」、「彈性纖維」材料的顯著性為  $P < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。

(三)不同職業之消費者對於布料「彈性纖維」材料的顯著性  $P < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。

(四)不同月平均收入之消費者對於布料「棉質」、「人造纖維」的顯著性  $P < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。

(五)不同年齡之消費者對於扣件「磁扣」、「口金」的顯著性  $P < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。

(六)不同學歷之消費者對於扣件「牛仔扣」、「磁扣」、「口金」的顯著性  $P < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。

(七)不同職業之消費者對於扣件「鈕扣」、「拉鍊」、「口金」的顯著性  $P < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。

(八)不同月平均收入之消費者對於扣件「鈕扣」、「磁扣」、「拉鍊」的顯著性  $P < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。

(九)不同年齡之消費者對於提帶「手拎提把」的顯著性  $P < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。

(十)不同學歷之消費者對於提帶「斜跨提帶」的顯著性  $P < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。

(十一)不同職業之消費者對於提帶「單肩提帶」的顯著性  $P < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。

(十二)不同月平均收入之消費者對於提帶「斜跨提帶」的顯著性  $P < 0.05$ ，表示有顯著

的差異存在。

(十三)不同年齡之消費者對於售價「400元-1000元」、「2001元-3000元」、「3001元-4000元」、「4001元-5000元」的顯著性  $P \leq 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。

(十四)不同學歷之消費者對於售價「400元-1000元」、「1001元-2000元」、「2001元-3000元」、「3001元-4000元」、的顯著性  $P \leq 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。

(十五)不同職業之消費者對於售價「400元-1000元」、「2001元-3000元」、「3001元-4000元」、「4001元-5000元」的顯著性  $P \leq 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。

(十六)不同月平均收入之消費者對於售價「2001元-3000元」、「3001元-4000元」的顯著性  $P \leq 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。

研究發現不同背景變項的消費者對於拼布包「布料」、「扣件」、「提帶」、「售價」之喜好度差異性分析，在不同的因素中都有部分項目的顯著性  $P \leq 0.05$  的情形。因此，不同背景變項的消費者對於拼布包「布料」、「扣件」、「提帶」、「售價」之喜好度沒有差異的研究假設皆無法成立。

### 三、不同背景之消費者選購拼布包因素喜好程度之相關性

本研究將影響消費者選購拼布包的「布料」、「扣件」、「提帶」、「售價」等的喜好度進行相關性的檢定。研究發現部分因素都有顯著的相關。各項目中具有顯著相關的因素及相關情形如下：

(一) 消費者對於「布料」喜好度的相關性檢定結果：

1. 喜好「棉質」的消費者對於「麻質」及「絲質」也呈現一樣的喜好水準
2. 喜好「麻質」的消費者對於「棉質」、「絲質」、「人造纖維」也呈現一樣的喜好水準。
3. 喜好「絲質」的消費者對於「棉質」、「麻質」、「人造纖維」、「彈性纖維」也呈現一樣的喜好水準。
4. 喜好「人造纖維」的消費者對於「麻質」、「絲質」、「彈性纖維」也呈現一樣的喜好水準。

5. 喜好「彈性纖維」的消費者對於「棉質」及「人造纖維」也呈現一樣的喜好水準。

消費者在各項「布料」喜好度的表現，其中有 15 項 75% 喜好度的相關性在  $**0.01$  層級顯著，有 5 項 25% 喜好度的相關性大於  $*0.05$ ，因此，消費者對於拼布包「布料」之喜好度沒有相關性的研究假設無法成立。

(二) 消費者對於「扣件」喜好度的相關性檢定結果：

1. 喜好「鈕扣」的消費者對於「牛仔扣」、「口金」也呈現一樣的喜好水準。
2. 喜好「牛仔扣」的消費者對於鈕扣、「磁扣」、「口金」也呈現一樣的喜好水準。
3. 喜好「磁扣」的消費者對於「牛仔扣」、「拉鍊」、「口金」也呈現一樣的喜好水準。
4. 喜好「拉鍊」的消費者對於「磁扣」、「口金」也呈現一樣的喜好水準。
5. 喜好「口金」的消費者對於「鈕扣」、「牛仔扣」、「磁扣」、「拉鍊」也呈現一樣的喜好水準。

依據上述分析結果，證明消費者在各項「扣件」喜好度的表現，其中有 14 項 70% 喜好度的相關性在  $**0.01$  層級顯著，有 6 項 30% 喜好度的相關性大於  $*0.05$ ，因此，消費者對於拼布包「扣件」之喜好度沒有相關性的研究假設無法完全成立。

(三) 消費者對於「提帶」喜好度的相關性檢定結果：

1. 喜好「手拎提把」的消費者對於「單肩提帶」、「雙肩提帶」、「斜跨提帶」、「提把與提帶」也呈現一樣的喜好水準。
2. 喜好「單肩提帶」的消費者對於「手拎提把」、「雙肩提帶」、「斜跨提帶」也呈現一樣的喜好水準。
3. 喜好「雙肩提帶」的消費者對於「手拎提把」、「單肩提帶」、「斜跨提帶」、「提把與提帶」也呈現一樣的喜好水準。

4. 喜好「斜跨提帶」的消費者對於「手拎提把」、「單肩提帶」、「雙肩提帶」、「提把與提帶」也呈現一樣的喜好水準。

5. 喜好「提把與提帶」的消費者對於「手拎提把」、「雙肩提帶」、「斜跨提帶」也呈現一樣的喜好水準。

依據上述分析結果，證明消費者在各項「提帶」喜好度的表現，其中有 18 項 90% 喜好度的相關性在\*\*0.01 層級顯著，有 2 項 10% 喜好度的相關性大於\*0.05，因此，消費者對於拼布包「提帶」之喜好度沒有相關性的研究假設無法完全成立。

#### (四) 消費者對於「售價」喜好度的相關性檢定結果：

1. 喜好「400 元-1000 元」的消費者對於「1001 元-2000 元」、「2001 元-3000 元」也呈現一樣的喜好水準。

2. 喜好「1001 元-2000 元」的消費者對於「400 元-1000 元」、「2001 元-3000 元」、「3001 元-4000 元」、「4001 元-5000 元」也呈現一樣的喜好水準。

3. 喜好「2001 元-3000 元」的消費者對於「400 元-1000 元」、「1001 元-2000 元」、「3001 元-4000 元」、「4001 元-5000 元」也呈現一樣的喜好水準。

4. 喜好「3001 元-4000 元」的消費者對於「1001 元-2000 元」、「2001 元-3000 元」、「4001 元-5000 元」也呈現一樣的喜好水準。

5. 喜好「4001 元-5000 元」的消費者對於「1001 元-2000 元」、「2001 元-3000 元」、「3001 元-4000 元」也呈現一樣的喜好水準。

依據上述分析結果，證明消費者在各項「售價」喜好度的表現，其中有 16 項 80% 喜好度的相關性在\*\*0.01 層級顯著，有 4 項 20% 喜好度的相關性大於\*0.05，因此，消費者對於拼布包「售價」之喜好度沒有相關性的研究假設無法完全成立。

本研究發現填答問卷為消費者的主觀想法、感覺及意見的表達，因此在喜好度差異性及相關性的分析中，本研究呈現的都是消費者填問卷的結果，研究過程並無法掌控喜好度的多寡，雖然在各項目的檢定當中無法達到預期的研究假設。但是這也說明

了每一位消費者都是獨立的個體，有不同的想法、感覺及意見。因此，這一些消費者對「布料」、「扣件」、「提帶」、「售價」等的喜好度的差異性及相關性的研究結果，希望對拼布包產品設計、製造、銷售及教學的業者在經營上有所幫助。



## 第二節 研究建議

### 一、 拼布包製造與設計業方面

拼布包製造業者設計拼布包的時候，在「布料」、「扣件」、「提帶」等材料配件的選用上，可以參考本研究之發現。「布料」以選擇具有環保概念及舒適性的棉質材料是比較好的做法，選擇「扣件」的時候以採用拉鍊作為包口的設計能夠得到消費者較高的評價，拼布包在設計「提帶」的時候以具有能隨時調整成手提或肩背方式是消費者較喜歡的設計。

### 二、 拼布包產品銷售業方面

任何產品的設計及製造，最終目標就是要能夠受到消費者的選用及購買，本研究發現台灣地區不同「年齡」、「學歷」、「職業」及「月平均收入」的消費者，對於布包產品的售價具有一致性的看法(希望物美價廉)，產品銷售業者應該思考如何教育消費者改變觀念，因為影響產品成本的因素相當多，例如產品耐用性、獨特性、方便性、功能性等都會影響產品的製造成本及價格，透過銷售介紹產品的過程，銷售業者可以適時提供設計與製造的相關資訊給消費者了解(物有所值)的觀念，建立消費者正確的購滿產品的觀念，是銷售業者可以加強的課題。

### 三、 拼布教學機構方面

「拼布」目前已經成為藝術創作者表現創作理念的一種方式，台灣的拼布工藝發展除了坊間成立了許多工作坊從事相關的教學活動之外，目前也有有許多大專院校開設有與縫紉、刺繡、拼布等相關的課程，也逐漸影響市場對手工拼布產品的重視。許多女性朋友也因為喜歡縫紉技藝，都會選擇這些相關科系就讀。拼布產業間接的也能夠帶動國內紡織業、五金配件等相關產業的發展。培養學生學會拼布縫紉的專業技能，除了能投入就業市場從事產品設計開發之外，也可以鼓勵學生將拼布當成事業來經營，成為專業化的達人，讓台灣拼布產業市場的規模能逐漸壯大，並將這項產品逐漸推展成為台灣的特色商品行銷於全球。

## 第三節 未來研究方向

### 一、 研究變數

影響消費者選購拼布包的因素相當多，本研究僅以「布料」、「扣件」、「提帶」、「售價」等作為研究範圍，建議未來有興趣的研究者可以加入其他可能影響的因素例如：收納容量、夾層設計、使用機能設計……等等作為研究變相，讓拼布包產品的研究能更深入，研究結果將會有更好的深度及廣度。

### 二、 研究方法

本研究是透過量化問卷調查方式，後續研究者可以透過質性研究的方式，例如深入訪談或個案研究，深入探討消費者對於拼布包產業的知覺價值、企業社會責任及顧客滿意度之影響。

### 三、 研究工具

本研究所使用的工具係參酌相關理論及文獻編製而成，並經信度及效度的考驗，均達研究上的要求水準。未來研究，可依需要修訂本問卷或另行設計，以使研究工具更為完備。

### 四、 研究範圍

本研究受限於時間與經費等因素，研究對象的抽樣只能以網路問卷的方式在各相關群組間進行。消費者對問卷題目的認知、想法、感覺會受到許多不確定因素的影響，因此建議未來的研究者在進行相關的研究時，可以擴大取樣的範圍及時間增加取樣人數，如此研究結果將更具代表性及參考性。

## 參考文獻

### 中文書籍

1. 劉明惠(2002)。縫綴一襲花團錦簇的薪傳-美國現代夾棉拼布藝術。台北市：華泰文化。
2. 林欽榮(2002)。消費者行為。臺北市：揚智文化。
3. 徐瑋璿(2002) 影響消費者選購 ADSL 組合產品之相關因素分析。國立中正大學電訊傳播研究所碩士論文，未出版，嘉義。
4. 陳美智(2005)。六大洲拼布藝術-美國藝術與設計館收藏展。高雄市：高雄市立美術館。
5. 蔡宜錦(2006)。西洋服裝史。台北市：全華圖書。
6. 加藤禮子(2006)。加藤禮子的手工拼布。板橋：楓書坊文化。
7. 何青鄔(2006) 影響消費者選購名牌服飾之因素分析。中華大學應用數學系碩士班碩士論文，未出版，新竹。
8. 榮泰生(2007)。消費者行為二版。台北：五南出版社。
9. 中村聰(2008)。Universal Design 通用設計的法則。台北市：博碩文化。
10. 林俐(2008)纖維藝術的抽象表現-林俐拼布創作論述。國立臺灣藝術大學造形藝術研究所碩士論文，未出版，台北。
11. 周秀惠(2009)。拼布大小包。台北：教育之友文化。
12. 王旭娟(2009)。淺析拼布藝術之美。台北：工藝之窗。
13. 榮泰生(2009)SPSS 與研究方法。臺北市：五南出版社。
14. 蔡宜欣(2009) 離·情—拼布創作研究。國立臺東大學美術產業碩士學位班專班碩士論文，未出版，台東。
15. 邱皓政(2010)量化研究與統計分析 SPSS(PASW)資料分析範例解析。臺北市：五南出版社。

16. 邱皓政(2010)。量化研究與統計分析-SPSS。台北市：五南圖書。
17. 葉日武(2010)。行銷學理論與實務。台北市：前程出版。
18. 周文欽(2012)。研究方法-實徵性研究取向。台北市：心理出版。
19. 周秀惠(2012)。優雅、花卉拼布包。台北：教育之友文化。
20. 沈永正 (2012)。消費者行為。臺北：三民。
21. 張魁峯、林靈宏 (2012)。消費者行為學。台北：五南出版社。
22. 陸洛、高旭繁(2012)。消費者行為。台中市：滄海書局。
23. 林建煌(2013)。消費者行為。台北市：華泰文化。
24. 鄭淑華(2013)拼布創作的解放過程。台南應用科技大學美術系碩士班碩士論文，未出版，台南。
25. 黃憶如(2013) 探討影響消費者選購智慧型手機的因素。中國文化大學全球品牌與行銷碩士在職學位學程碩士論文，未出版，台北市。
26. 林幸珍(2014)。藝術拼布地平線展暨三國聯合創作計劃。臺南：台南藝術拼布研究會。
27. 陳寶華(2014)。悠遊機縫拼布。台北：首翊出版。
28. 陳曉華 (2014)。縫出一片天：近代台灣女性的縫紉機使用經驗。雲林科技大學碩士論文，未出版，雲林。
29. 白滌清(2015)。消費者行為。台北市：華泰文化。
30. 中島凱西 (2015)。中島凱西夏威夷拼布。台北市，積木文化。
31. 向野早苗(2015)。武部妙子拼布禮物。台北市：積木文化出版。
32. 向野早苗(2015)。碎花拼布生活風情。台北市：積木文化出版。
33. 柳蘭惠(2015)中西拼布藝術研究與創作-繪畫結合拼布。明道大學設計學院碩士班碩士論文，未出版，彰化。
34. 美工圖書社編輯(2016)。拼布入門。台北市：美工圖書。
35. 張秀慧譯(2016)。齊藤謠子美式拼布。台北市：積木文化。

36. 林靈宏(2016)。消費者行為學。台北市：五南圖書。
37. 吳瑪惻(2016)。女人生命歷程與布的對話·玩布訴心曲。台北市：女書文化。
38. 張芳滿(2016)日式風格拼布手縫體驗之魅力探討。國立高雄師範大學文化創意設計碩士學位學程碩士論文，未出版，高雄市。
39. 林崇宏(2017)。設計基礎原理第三版。台北市：全華圖書。
40. 邱浩政、林碧芳(2017)。統計學原理與應用。台北市：五南圖書。
41. 中山富美子(2017)。中山富美子熱情島國 Mola 拼布。台北市，積木文化。
42. 陳寶華(2017)流金歲月—拼布之形與色創作研究。國立臺灣藝術大學書畫系造形藝術碩士班碩士論文，未出版，台北。
43. 陳姝妤(2017)布了情—陳姝妤拼布創作論述。大葉大學設計暨藝術學院碩士在職專班碩士論文，未出版，彰化。
44. 集客數據行銷觀察員(2018)為甚麼要做市場調查分析。台北市：集客數據行銷。
45. 孔美麗(2017)普普藝術之幾何圖形應用於拼布創作—以花卉圖案為例。國立屏東科技大學時尚設計與管理系所碩士論文，未出版，屏東。
46. 張長智(2018)，手工拼布產品購買意願分析-以製作方式為調節變項。元智大學管理碩士在職專班碩士論文，未出版，桃園。
47. 王千維(2019)影響消費者選購櫃類家具之因素研究。南華大學產品與室內設計學系碩士論文，未出版，嘉義。
48. 董育吟(2019)消費者購買木製工藝產品因素之分析研究。南華大學產品與室內設計學系碩士論文，未出版，嘉義。
49. 毛秀玲(2019)影響購買產品意願要素之研究—以木質板凳為例。南華大學產品與室內設計學系碩士論文，未出版，嘉義。
50. 黃韻甄(2019)木製鋼筆造形與市場喜好度調查之研究。南華大學產品與室內設計學系碩士論文，未出版，嘉義。
51. 洪子棋(2020)影響消費者選購寵物貓貓砂盆的滿意度分析研究。南華大學產品與室

內設計學系碩士論文，未出版，嘉義。

52. 江奕泓(2020) **創新性與消費行為資料分析 - 以台灣流行服飾產業為例**。國立臺灣大學商學研究所碩士論文，未出版，台北市。
53. 江奕泓(2020) **創新性與消費行為資料分析 - 以台灣流行服飾產業為例**。國立臺灣大學商學研究所碩士論文，未出版，台北市。
54. 游愛嬪(2020)**消費者對家用縫紉機造型之喜好度研究**。國立臺中科技大學商業設計系碩士論文，未出版，台中市。
55. 陳維軒(2020)**消費者對於金屬茶則造型之喜好度研究**。南華大學產品與室內設計學系碩士論文，未出版，嘉義。
56. 林莉芳(2020)**影響消費者購買綠色產品喜好度之研究—以環保吸管為例**。南華大學產品與室內設計學系碩士論文，未出版，嘉義。
57. 張瀕丰(2021)**大甲媽祖繞境集體記憶之拼布藝術設計創作—「隨香」**。國立雲林科技大學／視覺傳達設計系碩士論文，未出版，雲林。

## 外文書籍

- 1.Petrick,J.F.(2012).*Development of a Multi-Dimensional Scale for Measuring the Perceived Value of a Service, Journal of Leisure Research*, Vol.34.
- 2.Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2014), *Consumer Perceived Value: The Development of a Multiple Item Scale*, *Journal of Retailing*, Vol.77.
- 3.Kenneth, R.Teas and Agarwal. Sanjeev (2019) 。 *The Effects of Extrinsic Product Cues on Consumers Perceptions of Quality, Sacrifice, and Value*, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol.28.
- 4.Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. (2014), *Consumer Behavior*, NJ: Prentice Hall.
- 5.Banar Designs & Various Artists (2016) , *Art Quilts*, Leisure Arts
- 6.Joe Hesch and Frankie Seme (2017) , *Posterize It*, Martingale & Co Inc
- 7.by Susan Mowery Kieffer(2014), *Fiberarts Design Book Seven*, U.S.A. Lark Book

- 8.FINNANGER/TONE (2018) , *LES DOUX HIVERS DE TILDA*, MANGO
- 9.MARTHA SIELMAN (2018) , *MASTERS:ART QUILTS/MAJOR WORKS BY LEADING ARTISTS*, LARK BOOKS
- 10.*QUILTING ARTS MAGAZINE*, 1 月號/2020
- 11.*QUILTING ARTS MAGAZINE*, 5 月號/2020
- 12.*QUILTING ARTS MAGAZINE*, 7 月號/2020

## 網路資料

- 1.TC sharing(2018.12.15) <https://sharing.tcincubator.com/> 【行銷思維】所有商機都從理解消費者需求中來-何謂消費者需求
2. MBA 智庫百科網站(搜尋日期 2021.04.15) <https://wiki.mbalib.com/zh-tw> 消費者購買行為/針織物
3. 百度百科網站(搜尋日期 2021.04.15) <http://baike.baidu.com/view/> 貝殼扣/金屬扣/果實扣/木質扣/牛仔扣/磁扣/口金/雞眼銅扣/提帶/布邊
4. 維基百科(搜尋日期 2021.05.20) <https://zh.wikipedia.org/zh-tw/> 棉質/麻質/絲質/聚酯纖維/尼龍/編織/刺繡/流蘇/人造纖維//鈕扣/拉鍊)
5. 雅虎網站(搜尋日期 2021.04.15) <https://images.search.yahoo.com/> 回針繡/夏威夷拼布/鎖鏈繡/斜紋繡/結粒繡/流蘇/俄羅斯刺繡/獨立鎖鏈繡/十字繡)
6. 極地冰蟲機能衣著網站(搜尋日期 2021.05.20) <https://www.solitw.com/post/spandex> 彈性纖維
7. 加州乾洗網站(搜尋日期 2021.05.22) <https://www.facebook.com/permalink.php> 壓克力纖維
8. 愛問共享資料網站(搜尋日期 2021.05.22)  
<https://ishare.iask.sina.com.cn/f/dI4nI4O4H3.html>

## 附錄一 影響消費者選購拼布包產品滿意度之分析研究問卷

各位消費者您好：

非常感謝您願意在百忙之中，抽空填答本問卷。本問卷主要目的在瞭解您對影響選購拼布包產品滿意度的喜好程度，作為提供相關業界及學術研究之參考。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 產品與室內設計學系

指導教授：李豫芬

研究生：王孟麗 敬上

中華民國：110 年 5 月

作答說明：

1. 本問卷共有 24 題，作答時間預計為 5 分鐘。
2. 本問卷共有 5 個部分，分別為「基本資料」與拼布包的「布料」、「扣件」、「提帶」、「售價」等喜好度調查，。
3. 請仔細作答，並於作答結束後，檢查是否有缺漏的答案。感謝您！

### 第一部分：基本資料

1. 年齡：25~30 歲 31~40 歲 41~50 歲 51~60 歲 61 歲以上
2. 學歷：國中及以下 高中職 大專 研究所以上
3. 職業：軍公教 服務業 製造業 農林漁牧業 其他
4. 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

### 第二部分：拼布包「布料」之喜好度調查

此部分是拼布包「布料」喜好度調查，選項分為「非常喜歡」、「喜歡」、「普通」、「不喜歡」、「非常不喜歡」。請您依據實際經驗與個人認知，回答下列所有問題。感謝您的合作與配合！

1. 拼布包的布料採用「棉質布」，您認為



- 非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡

2. 拼布包的布料採用「麻質布」，您認為



非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡

3. 拼布包的布料採用「絲質布」，您認為



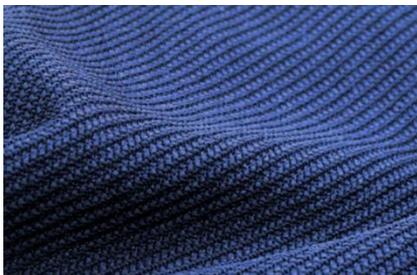
非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡

4. 拼布包的布料採用「人造纖維布」，您認為



非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡

5. 拼布包的布料採用「彈性纖維布」，您認為



非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡

### 第三部分：拼布包「扣件」之喜好度調查

此部分是拼布包「扣件」喜好度調查，選項分為「非常喜歡」、「喜歡」、「普通」、「不喜歡」、「非常不喜歡」。請您依據實際經驗與個人認知，回答下列所有問題。感謝您的合作與配合！

1. 拼布包的扣件採用「鈕扣」，您認為



非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡

2. 拼布包的扣件採用「牛仔扣」，您認為



非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡

3. 拼布包的扣件採用「磁扣」，您認為



非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡

4. 拼布包的扣件採用「拉鍊」，您認為



非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡

5. 拼布包的扣件採用「口金」，您認為



非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡

#### 第四部分：拼布包「提帶」之喜好度調查

此部分是拼布包「提帶」喜好度調查，選項分為「非常喜歡」、「喜歡」、「普通」、「不喜歡」、「非常不喜歡」。請您依據實際經驗與個人認知，回答下列所有問題。  
感謝您的合作與配合！

1. 拼布包的攜帶方式採用「手拎提把」，您認為



非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡

2. 拼布包的攜帶方式採用「單肩提帶」，您認為



非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡

3. 拼布包的攜帶方式採用「雙肩提帶」，如下圖您認為



非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡

4. 拼布包的攜帶方式採用「斜跨提帶」，您認為



非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡

5. 拼布包的攜帶方式採用「提把與提帶」雙功能，您認為



非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡

#### 第五部分：拼布包「售價」之喜好度調查

此部分是拼布包「售價」喜好度調查，選項分為「非常喜歡」、「喜歡」、「普通」、「不喜歡」、「非常不喜歡」。請您依據實際經驗與個人認知，回答下列所有問題。  
感謝您的合作與配合！

1. 拼布包的售價在「400元-1000元」，您認為

非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡

2. 拼布包的售價在「1001元-2000元」，您認為

非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡

3. 拼布包的售價在「2001元-3000元」，您認為

非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡

4. 拼布包的售價在「3001元-4000元」，您認為

非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡

5. 拼布包的售價在「4001元-5000元」，您認為

非常喜歡 喜歡 尚可 不喜歡 非常不喜歡

問卷到此結束，感謝您的協助！