

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

消費者對於室內植栽的喜好度研究－以苔球產品為例  
A Study of Consumers' Preference for Indoor Planting--The  
Case of Moss Ball Products



曾一莉

Yi-Li Zeng

指導教授：陳文生 助理教授

Advisor: Wen-Sheng Chen, Asst. Prof.

中華民國 111 年 7 月

July 2022

南華大學  
產品與室內設計學系  
碩士學位論文

消費者對於室內植栽的喜好度研究-以苔球產品為例

A Study of Consumers' Preference for Indoor Planting-The Case  
of Moss ball products

研究生：曾-莉

經考試合格特此證明

口試委員：李安勝  
鄭順福  
陳文生

指導教授：陳文生

系主任(所長)：

口試日期：中華民國111年06月21日

## 謝 誌

就讀南華大學產品與室內設計碩士班是我求學經驗以來開拓視野最廣闊之階段，在此感謝所有任教碩士班的教授們給予我的知識養分，讓我得以更多元的研究觀點來支持我的論文研究，我更要感謝我的家人與朋友們，在我進修的這段期間給予最大的支持與鼓勵，也要非常感謝自己創立品牌「蕨佳配角」的客人們，一路相伴我碩士班兩年的路程，並在論文研究階段不遺餘力地幫助我問卷的填寫並協助轉發，使得我能夠在短時間獲得研究數據；最後我要感謝我的論文指導教授陳文生老師費心的指導，才能順利完成論文的撰寫，也非常感謝我的口試委員李安勝博士及鄭順福碩士提供寶貴建議，讓我的論文更加完善。



曾一莉 謹誌於  
南華大學  
產品與室內設計系研究所  
中華民國 111 年 7 月

## 中文摘要

親近大自然是人類的天性，但隨著時代的變遷人類的的生活方式改變，與大自然相處的時間與機會少之又少，因此無法遠到森林的人們便利用植物打造自己的綠意空間，而歷史悠久、環保種植的方式，加上可移動性高，可自由運用並有效妝點於室內各個角落，且照顧方式簡單的苔球，成為了現今沒什麼空間可種植植物、生活快速的現代人居家辦公的好選擇。故本研究的目的為調查消費者對於「苔球」這項室內植栽的相關因素(形狀、植株、線材、配件)之喜好度。依據研究發現提出重點如下：

- 一、消費者基於偏好圓潤且溫和感及易搭配等因素，對於苔球體的「圓形」形狀，有較高的評價。
- 二、消費者基於易於搭配任何風格的室內空間，對於苔球植株屬於「葉片常綠」之類別，有較高的評價。
- 三、消費者基於搭配植株具整體性，樸實無加工感且環保的「麻繩」線材，有較高的評價。
- 四、消費者基於居家辦公空間狹小，在選擇苔球搭配的配件時，「可掛於空間」之形式有較高的評價。
- 五、消費者認為苔球僅利用「線材」網綁成型之合理售價為 400 元以下。
- 六、消費者認為購入苔球附贈「三度空間支架」之合理售價為 201~400 元。
- 七、消費者認為苔球固定於「板材」之合理售價為 401~600 元。
- 八、消費者對於苔球「形狀」、「植株」、「線材」、「配件」等的喜好度進行相關性分析，每項因素的項目皆有顯著相關。

**【關鍵字：苔球、消費者喜好度、觀葉植物、室內植栽】**

# ABSTRACT

Close to nature is the natural instinct of human beings. However, with the changes of the times, the way of life of human beings has changed, and the time and opportunities to get along with nature are very few. People who cannot go far to the forest can use plants to create their own green space. The "moss ball" which has a long history and is environmentally friendly, has high mobility and a simple care method can be freely used and effectively decorated in every corner of the room, has become the good choice for office and home of modern people who live fast and have no space for planting plants.

The purpose of this study is to investigate consumers' preference for the related factors (shape, plant, wire, accessories) of "moss ball" as an indoor plant. The results of the study found and put forward the following key points:

1. Consumers have high evaluations for the "round" shape of the moss spheres based on factors such as their preference for roundness, mildness, and ease of matching.
2. Consumers rated the moss bulb plant as an "evergreen leaf" because it is easy to match any style of interior space.
3. Consumers have high evaluations of the "hemp rope" wire based on the integrity of the matching plant, simplicity, no processing and environmental protection.
4. Consumers have high evaluations of the form of "hanging in the space" when choosing accessories with moss balls because of the small office space at home.
5. Consumers believe that the reasonable selling price of moss balls only using "wires" is less than 400 NTD.
6. Consumers believe that the reasonable price of the "third-degree space bracket" for buying moss balls is 201-400 NTD.
7. Consumers believe that the reasonable selling price of moss balls fixed to "plate" is 401-600 NTD.
8. Correlation analysis was carried out on consumers' preference for "shape", "plant", "wire" and "accessories" of moss balls, and each factor was significantly correlated.

【Keywords: Moss ball, Consumers behavior, Foliage plants, Interior planting】

# 目 錄

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| 謝 誌.....              | I   |
| 中文摘要.....             | II  |
| ABSTRACT.....         | III |
| 目 錄.....              | IV  |
| 表目錄.....              | VI  |
| 圖目錄.....              | IX  |
| 第一章緒論.....            | 1   |
| 第一節 研究緣起.....         | 1   |
| 第二節 研究動機與目的.....      | 2   |
| 第三節 研究範圍與限制.....      | 3   |
| 第四節 研究假設.....         | 6   |
| 第五節 重要名詞解釋.....       | 7   |
| 第二章文獻探討.....          | 8   |
| 第一節 觀葉植物之介紹.....      | 8   |
| 第二節 室內植栽的應用.....      | 9   |
| 第三節 苔球的緣起.....        | 11  |
| 第四節 苔球的構造.....        | 12  |
| 第五節 適合製成苔球的植物.....    | 16  |
| 第六節 苔球的製作過程.....      | 27  |
| 第七節 苔球的擺設空間與呈列方式..... | 29  |
| 第八節 消費者的消費行為.....     | 34  |
| 第三章研究方法.....          | 36  |
| 第一節 研究架構.....         | 36  |
| 第二節 研究方法與研究對象.....    | 37  |
| 第三節 研究工具.....         | 38  |
| 第四章研究實施與結果分析.....     | 41  |
| 第一節 不同背景消費者的人數分析..... | 41  |

|                            |     |
|----------------------------|-----|
| 第二節 不同背景消費者喜好度之統計分析 .....  | 50  |
| 第三節 不同背景消費者喜好度之變異數分析 ..... | 76  |
| 第四節 不同背景消費者喜好度的相關性分析.....  | 94  |
| 第五章研究結果與建議.....            | 101 |
| 第一節 研究結果 .....             | 101 |
| 第二節 研究建議 .....             | 106 |
| 第三節 未來研究方向 .....           | 107 |
| 參考文獻.....                  | 108 |
| 中文書籍 .....                 | 108 |
| 外文書籍 .....                 | 109 |
| 網路資料 .....                 | 110 |
| 附錄一 消費者對於苔球植栽的喜好度研究問卷..... | 111 |



## 表目錄

|  |    |
|--|----|
| 表 2-1-1 植物型態之分類.....                       | 8  |
| 表 2-1-2 觀賞植物之分類.....                       | 9  |
| 表 2-1-3 依觀賞及應用特性之分類.....                   | 10 |
| 表 4-1-1 不同性別消費者的次數分配及百分比 .....             | 41 |
| 表 4-1-2 不同年齡消費者的次數分配及百分比 .....             | 42 |
| 表 4-1-3 不同學歷消費者的次數分配及百分比 .....             | 43 |
| 表 4-1-4 不同職業消費者的次數分配及百分比 .....             | 44 |
| 表 4-1-5 不同平均月收入消費者的次數分配及百分比 .....          | 45 |
| 表 4-1-6 種植室內植栽經驗與否之消費者的次數分配及百分比.....       | 46 |
| 表 4-1-7 苔球僅利用線材網綁成型之合理售價的次數分配及百分比.....     | 47 |
| 表 4-1-8 苔球附贈三度空間支架之合理售價的次數分配及百分比.....      | 48 |
| 表 4-1-9 苔球固定於板材上之合理售價的次數分配及百分比.....        | 49 |
| 表 4-2-1 不同性別的消費者對苔球產品形狀的喜好程度分析.....        | 50 |
| 表 4-2-2 不同年齡的消費者對苔球產品形狀的喜好程度分析.....        | 51 |
| 表 4-2-3 不同學歷的消費者對苔球產品形狀的喜好程度分析.....        | 52 |
| 表 4-2-4 不同職業的消費者對苔球產品形狀的喜好程度分析.....        | 53 |
| 表 4-2-5 不同月收入的消費者對苔球產品形狀的喜好程度分析.....       | 55 |
| 表 4-2-6 種植室內植栽經驗與否之消費者對苔球產品形狀的喜好程度分析.....  | 56 |
| 表 4-2-7 不同性別的消費者對苔球產品植株的喜好程度分析.....        | 57 |
| 表 4-2-8 不同年齡的消費者對苔球產品植株的喜好程度分析.....        | 58 |
| 表 4-2-9 不同學歷的消費者對苔球產品植株的喜好程度分析.....        | 59 |
| 表 4-2-10 不同職業的消費者對苔球產品植株的喜好程度分析.....       | 60 |
| 表 4-2-11 不同月收入的消費者對苔球產品植株的喜好程度分析.....      | 61 |
| 表 4-2-12 種植室內植栽經驗與否之消費者對苔球產品植株的喜好程度分析..... | 62 |
| 表 4-2-13 不同性別的消費者對苔球產品線材的喜好程度分析.....       | 63 |
| 表 4-2-14 不同年齡的消費者對苔球產品線材的喜好程度分析.....       | 64 |
| 表 4-2-15 不同學歷的消費者對苔球產品線材的喜好程度分析.....       | 65 |



|  |    |
|--|----|
| 表 4-2-16 不同職業的消費者對苔球產品線材的喜好程度分析.....         | 66 |
| 表 4-2-17 不同月收入的消費者對苔球產品線材的喜好程度分析.....        | 67 |
| 表 4-2-18 種植室內植栽經驗與否之消費者對苔球產品線材的喜好程度分析.....   | 68 |
| 表 4-2-19 不同性別的消費者對苔球產品配件的喜好程度分析.....         | 69 |
| 表 4-2-20 不同年齡的消費者對苔球產品配件的喜好程度分析.....         | 70 |
| 表 4-2-21 不同學歷的消費者對苔球產品配件的喜好程度分析.....         | 71 |
| 表 4-2-22 不同職業的消費者對苔球產品配件的喜好程度分析.....         | 72 |
| 表 4-2-23 不同月收入的消費者對苔球產品配件的喜好程度分析.....        | 74 |
| 表 4-2-24 種植室內植栽經驗與否之消費者對苔球產品配件的喜好程度分析.....   | 75 |
| 表 4-3-1 不同性別消費者對於苔球「形狀」之喜好度變異數分析.....        | 76 |
| 表 4-3-2 不同年齡消費者對於苔球「形狀」之喜好度變異數分析.....        | 77 |
| 表 4-3-3 不同學歷消費者對於苔球「形狀」之喜好度變異數分析.....        | 78 |
| 表 4-3-4 不同職業消費者對於苔球「形狀」之喜好度變異數分析.....        | 78 |
| 表 4-3-5 不同月收入消費者對於苔球「形狀」之喜好度變異數分析.....       | 79 |
| 表 4-3-6 室內植栽種植經驗與否消費者對於苔球「形狀」之喜好度變異數分析.....  | 80 |
| 表 4-3-7 不同性別消費者對於苔球「植株」之喜好度變異數分析.....        | 81 |
| 表 4-3-8 不同年齡消費者對於苔球「植株」之喜好度變異數分析.....        | 81 |
| 表 4-3-9 不同學歷消費者對於苔球「形狀」之喜好度變異數分析.....        | 82 |
| 表 4-3-10 不同職業消費者對於苔球「植株」之喜好度變異數分析.....       | 83 |
| 表 4-3-11 不同月收入消費者對於苔球「植株」之喜好度變異數分析.....      | 83 |
| 表 4-3-12 室內植栽種植經驗與否消費者對於苔球「植株」之喜好度變異數分析..... | 84 |
| 表 4-3-13 不同性別消費者對於苔球「線材」之喜好度變異數分析.....       | 85 |
| 表 4-3-14 不同年齡消費者對於苔球「線材」之喜好度變異數分析.....       | 86 |
| 表 4-3-15 不同學歷消費者對於苔球「線材」之喜好度變異數分析.....       | 86 |
| 表 4-3-16 不同職業消費者對於苔球「線材」之喜好度變異數分析.....       | 87 |
| 表 4-3-17 不同月收入消費者對於苔球「線材」之喜好度變異數分析.....      | 88 |
| 表 4-3-18 室內植栽種植經驗與否消費者對於苔球「線材」之喜好度變異數分析..... | 88 |
| 表 4-3-19 不同性別消費者對於苔球「配件」之喜好度變異數分析.....       | 89 |
| 表 4-3-20 不同年齡消費者對於苔球「配件」之喜好度變異數分析.....       | 90 |

|   |    |
|---|----|
| 表 4-3-21 不同學歷消費者對於苔球「配件」之喜好度變異數分析 .....       | 91 |
| 表 4-3-22 不同職業消費者對於苔球「配件」之喜好度變異數分析 .....       | 91 |
| 表 4-3-23 不同月收入消費者對於苔球「配件」之喜好度變異數分析 .....      | 92 |
| 表 4-3-24 室內植栽種植經驗與否消費者對於苔球「配件」之喜好度變異數分析 ..... | 93 |
| 表 4-4-1 消費者對於苔球「形狀」之喜好度相關性分析 .....            | 94 |
| 表 4-4-2 消費者對於苔球「植株」之喜好度相關性分析 .....            | 95 |
| 表 4-4-3 消費者對於苔球「線材」之喜好度相關性分析 .....            | 97 |
| 表 4-4-4 消費者對於苔球「配件」之喜好度相關性分析 .....            | 99 |



## 圖目錄

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| 圖 1-2-1 研究架構.....              | 5  |
| 圖 2-2-1 苔球剖面圖 (研究者 曾一莉拍攝)..... | 12 |
| 圖 2-2-2 大灰蘚.....               | 12 |
| 圖 2-2-3 水苔(研究者 曾一莉拍攝).....     | 13 |
| 圖 2-2-4 泥炭土(研究者 曾一莉拍攝).....    | 13 |
| 圖 2-2-5 赤玉土 (研究者 曾一莉拍攝).....   | 14 |
| 圖 2-2-6 蛭石(研究者 曾一莉拍攝).....     | 14 |
| 圖 2-2-7 麻繩.....                | 15 |
| 圖 2-2-8 棉繩.....                | 15 |
| 圖 2-2-9 魚線(研究者 曾一莉拍攝).....     | 15 |
| 圖 2-2-10 彩色鋁線.....             | 16 |
| 圖 2-2-11 珠串.....               | 16 |
| 圖 2-3-1 白脈椒草.....              | 17 |
| 圖 2-3-2 斑葉圓椒草.....             | 17 |
| 圖 2-3-3 西瓜皮椒草.....             | 18 |
| 圖 2-3-4 三色紅邊椒草.....            | 18 |
| 圖 2-3-5 紅背椒草.....              | 19 |
| 圖 2-3-6 孔雀竹芋(研究者 曾一莉拍攝).....   | 19 |
| 圖 2-3-7 雙線竹芋.....              | 20 |
| 圖 2-3-8 馬賽克竹芋.....             | 20 |
| 圖 2-3-9 大理石竹芋.....             | 21 |
| 圖 2-3-10 斜紋竹芋.....             | 21 |
| 圖 2-3-11 蕾絲蕨(研究者 曾一莉拍攝).....   | 22 |
| 圖 2-3-12 波士頓腎蕨(研究者 曾一莉拍攝)..... | 22 |
| 圖 2-3-13 兔腳蕨.....              | 23 |
| 圖 2-3-14 銀脈鳳尾蕨.....            | 23 |
| 圖 2-3-15 珊瑚卷柏.....             | 24 |

|                                  |    |
|----------------------------------|----|
| 圖 2-3-16 馬拉巴栗 .....              | 24 |
| 圖 2-3-17 袖珍椰子(研究者 曾一莉拍攝).....    | 25 |
| 圖 2-3-18 斑葉鵝掌藤.....              | 25 |
| 圖 2-3-19 斑葉圓葉福祿桐(研究者 曾一莉拍攝)..... | 26 |
| 圖 2-3-20 六月雪.....                | 26 |
| 圖 2-4-1 苔球製作材料(研究者 曾一莉拍攝).....   | 27 |
| 圖 2-4-2 苔球製作過程 1(研究者 曾一莉拍攝)..... | 27 |
| 圖 2-4-3 苔球製作過程 2(研究者 曾一莉拍攝)..... | 27 |
| 圖 2-4-4 苔球製作過程 3(研究者 曾一莉拍攝)..... | 28 |
| 圖 2-4-5 苔球製作過程 4(研究者 曾一莉拍攝)..... | 28 |
| 圖 2-4-6 苔球製作過程 5(研究者 曾一莉拍攝)..... | 28 |
| 圖 2-5-1 垂掛式-鐵線 .....             | 29 |
| 圖 2-5-2 垂掛式-麻繩 .....             | 30 |
| 圖 2-5-3 垂掛式-鋁線支架 .....           | 30 |
| 圖 2-5-4 壁掛式-鐵網木框 .....           | 30 |
| 圖 2-5-5 壁掛式-木板(研究者 曾一莉拍攝).....   | 31 |
| 圖 2-5-6 放置式-陶盤.....              | 31 |
| 圖 2-5-7 放置式-玻璃碗 .....            | 32 |
| 圖 2-5-8 放置式-金屬線木塊架 .....         | 32 |
| 圖 2-5-9 放置式-木架 .....             | 32 |
| 圖 2-5-10 放置式-木片 .....            | 33 |
| 圖 2-5-11 放置式-漂流木 .....           | 33 |
| 圖 2-5-12 放置式-石板 .....            | 33 |
| 圖 3-1-1 研究架構.....                | 36 |
| 圖 4-1-1 消費者性別佔比圖 .....           | 41 |
| 圖 4-1-2 消費者年齡之佔比圖 .....          | 42 |
| 圖 4-1-3 消費者學歷之佔比圖 .....          | 43 |
| 圖 4-1-4 消費者職業之佔比圖 .....          | 44 |
| 圖 4-1-5 消費者平均月收入之佔比圖.....        | 45 |

|   |    |
|---|----|
| 圖 4-1-6 消費者是否有種植室內植栽經驗之佔比圖.....                 | 46 |
| 圖 4-1-7 苔球僅利用線材綑綁成型之合理售價次數比較圖.....              | 47 |
| 圖 4-1-8 苔球附贈三度空間支架之合理售價次數比較圖.....               | 48 |
| 圖 4-1-9 苔球固定於板材上之合理售價次數比較圖.....                 | 49 |
| 圖 4-2-1 不同性別的消費者對苔球產品形狀的喜好程度分析之均值比較圖.....       | 50 |
| 圖 4-2-2 不同年齡的消費者對苔球產品形狀的喜好程度分析之均值比較圖.....       | 52 |
| 圖 4-2-3 不同學歷的消費者對苔球產品形狀的喜好程度分析之均值比較圖.....       | 53 |
| 圖 4-2-4 不同職業的消費者對苔球產品形狀的喜好程度分析之均值比較圖.....       | 54 |
| 圖 4-2-5 不同月收入的消費者對苔球產品形狀的喜好程度分析之均值比較圖.....      | 55 |
| 圖 4-2-6 種植室內植栽經驗與否之消費者對苔球產品形狀的喜好程度分析之均值比較圖..... | 56 |
| 圖 4-2-7 不同性別的消費者對苔球產品植株的喜好程度分析之均值比較圖.....       | 57 |
| 圖 4-2-8 不同年齡的消費者對苔球產品植株的喜好程度分析之均值比較圖.....       | 58 |
| 圖 4-2-9 不同學歷的消費者對苔球產品植株的喜好程度分析之均值比較圖.....       | 59 |
| 圖 4-2-10 不同職業的消費者對苔球產品植株的喜好程度分析之均值比較圖.....      | 61 |
| 圖 4-2-11 不同月收入的消費者對苔球產品植株的喜好程度分析之均值比較圖.....     | 62 |
| 圖 4-2-12 種植室內植栽經驗與否之消費者對苔球產品植株的喜好程度分析均值比較圖..... | 63 |
| 圖 4-2-13 不同性別的消費者對苔球產品線材的喜好程度分析之均值比較圖.....      | 63 |
| 圖 4-2-14 不同年齡的消費者對苔球產品線材的喜好程度分析之均值比較圖.....      | 65 |
| 圖 4-2-15 不同學歷的消費者對苔球產品線材的喜好程度分析之均值比較圖.....      | 66 |
| 圖 4-2-16 不同職業的消費者對苔球產品線材的喜好程度分析之均值比較圖.....      | 67 |
| 圖 4-2-17 不同月收入的消費者對苔球產品線材的喜好程度分析之均值比較圖.....     | 68 |
| 圖 4-2-18 種植室內植栽經驗與否之消費者對苔球產品線材的喜好程度分析均值比較圖..... | 69 |
| 圖 4-2-19 不同性別的消費者對苔球產品配件的喜好程度分析之均值比較圖.....      | 70 |
| 圖 4-2-20 不同年齡的消費者對苔球產品配件的喜好程度分析之均值比較圖.....      | 71 |
| 圖 4-2-21 不同學歷的消費者對苔球產品配件的喜好程度分析之均值比較圖.....      | 72 |
| 圖 4-2-22 不同職業的消費者對苔球產品配件的喜好程度分析之均值比較圖.....      | 73 |

圖 4-2-23 不同月收入的消費者對苔球產品配件的喜好程度分析之均值比較圖..... 74

圖 4-2-24 種植室內植栽經驗與否之消費者對苔球產品配件的喜好程度分析均值比較圖 ..... 75

圖 5-1-1 喜好程度調查結果之參考圖..... 102



# 第一章緒論

本研究蒐集相關文獻進行探討，並針對研究需求進行問卷設計，進而調查消費者在選購苔球時，對其相關因素的喜好之程度，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，提供相關業者做為苔球製造、銷售、體驗課程設計之參考。本章將先說明研究緣起及動機與目的，其次說明研究範圍與限制，並提出本研究假設及流程，最後說明本研究中使用的重要名詞解釋。

## 第一節 研究緣起

1983 年世界衛生組織提出「病態建築症候群」，研究人員發現：人員進入建築後，多名工作人員都不約而同地出現包括打噴嚏、氣喘或是過敏等症狀，而這些症狀休假或是離開建築後症狀則會緩解，因此建材、室內污染源以及工作機具等都有可能是病態建築症候群的成因；研究指出當工作環境無法避免或是有效排除這些污染源時，可在室內空間放置綠色植物，減少甲醛等室內污染源，做好綠化多少可減輕病態建築造成的症狀。

然而隨著科技的進步，各類有機化學物質被發明出來並被廣泛運用於油漆塗料、家具、建材等日常生活之中，而其中具有揮發性的常見化學物質—甲苯等物質揮發至空氣之中，對人體健康造成危害，也造成室內環境的污染日趨嚴重；因此為了解決此類問題，增進室內生活品質，人們常會借助空氣清淨機、負離子產生器、空調等科技產品，來調節室內環境之溫度、濕度及空氣品質，然而大自然已賜給我們植物—最天然的環境調節器，利用植物來調節室內環境，是個既健康又環保的選擇；根據許多國內外文獻研究顯示，植物具有調節溫濕度、吸收揮發性有機物、二氧化碳等，亦可減少有害電磁波中的輻射能。

根據觀植物功能文獻(台灣花卉園藝月刊，2006)綠意盎然的外型，可有效妝點室內環境，且可淨化室內空氣、穩定濕度及溫度、阻擋噪音、對人們的工作表現與生活品質有良好影響，且可調適心情，多用來送禮，並將觀葉植物功能定義為：讓環境充滿綠意、可修飾環境角落、能吸附有害物質，使生活環境更健康、賞心悅目及適合用於送禮。

《今天起，植物住我家》一書中指出：植物除了能夠美化環境、安定心神，如果在室內 5~10%的空間擺放植物，也可以有效淨化空氣、調節溫度與濕度及降低電磁波等諸多益處。

許多研究指出：植物透過葉片蒸散水分子於空氣中，對於調節空氣濕度有著極大的效用，而過程中所釋放的陰離子，對於我們身體也有正面的幫助，對人們的工作表現與生活品質也有良好影響。另外，一種新興的醫學療法也悄然而生，其利用植物進行治療並使受試者恢復其身心健康的「園藝治療法」；長期研究「自然環境與心理健康」的台大城鄉所畢恆達教授提到：「園藝工作最大的好處是——它不是一項靜態的工作，在照顧植物的過程中：植物長新芽嫩葉、花開及花落，生生不息，使得照顧者一直感受到事情的發生，當感覺到生命需要自己來照顧的時，能夠增加自我肯定。」，由此可知在照顧植物的同時，情緒上也較不易焦慮並能夠調劑身心，是注重健康、生活環境的現代人一個好選擇。

根據上述專家之論述，可以瞭解隨著時代變遷人類的生活方式改變，並根據統計現代人每天平均待在「室內空間」的時間至少 16 小時以上，其中有一半的時間待在家裡，而另外一半的時間則是在辦公室中，佔掉 1 天中 70% 的時間，與大自然相處的時間與機會少之又少；然而人類的天性是親近大自然的，而室內外皆可適應的觀葉植物，加上可移動性高，可自由運用並有效妝點於室內外的各個角落，還可以調適心情，因此成為了生活在室內居多之現代人的首選。

## 第二節 研究動機與目的

日本江戶時代為了方便盆栽的運送，將盆器拿掉只剩土團，而當時的普通人家大多沒有經濟能力可以添購華美的盆器，於是利用巧思將泥土捏成球，並在在土團外層鋪上苔蘚後，置於老舊的盤碟中成為樸質的盆景，因此苔球又有「窮人的盆栽」之稱號。然而苔球雖然歷史悠久，卻一直以來都未廣泛流行，但因其利用水苔或青苔取代盆子的特性，加上植株選擇性多，且照顧容易，逐漸在現代年輕族群中打開知名度；而苔球不使用盆器種植的特性，利用土團、水苔將植物根部包覆，再以線材纏繞固定，取代了塑膠盆器，進而達到減塑的效果，使得種植更加環保，利於永續發展。

在生活步調快速的時代，植物與人們及環境的關係越發密切，植物不但可以提升室內的空氣品質外，亦具有改善心靈的效果，使在室內種植盆栽已成為眾人的日常休閒活動；然而近年來隨著臺灣經濟的蓬勃發展，市集的興起、網路的盛行，苔球這項產品愈來愈廣為知曉，加上研究者透過網路平台及參與市集來進行苔球產品的銷售行為，因此



想更加深入了解目前市面上苔球產品的形狀、植株、線材、配件、價格等因素，消費者的接受度如何。苔球要如何設計搭配才能迎合消費者的喜好呢？什麼樣的植株、形狀及配件搭配的苔球產品是消費者心中理想的苔球產品呢？苔球產品的售價要如何定價才能吸引消費者購買呢？因此本研究欲打破舊時「窮人盆栽」之說法，並將苔球這較為永續環保的種植方式讓更多人了解進而購買，希望透過客觀且科學的調查研究法來進行市場調查，蒐集消費者對於苔球產品構成因素之主觀愛好程度的資訊，進行各項因素喜好度的比較與分析「消費者在眾多選擇時，會考慮哪些因素？」，並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因素，最後藉由了解不同背景的消費者在各種相關因素的喜好差異程度，本研究將根據研究數據與結果，提出對苔球產品相關產業的相關策略及建議，期望達成同時滿足業者與消費者的需求並達成雙贏的局面；基於上述研究動機與目的，本研究之研究目的如下：

- 一、瞭解不同背景的消費者對於影響苔球產品選購因素之喜好程度。
- 二、分析不同背景的消費者對於影響苔球產品選購因素之喜好程度的差異性。
- 三、探討不同背景的消費者對於影響苔球產品選購因素之喜好程度的相關性。

### 第三節 研究範圍與限制

本研究主要進行影響消費者選購苔球產品因素之喜好度的問卷調查，因受限於研究者的人力物力、時間等因素之考量，並因應網路時代的盛行加上個資法的興起及環保觀念的提倡，為了增加受訪者的填寫意願及提升其便利性，使用不記名之 Google 表單於網路上與苔球相關的社群進行發放及收集，以台灣地區的社群成員作為研究母群體；然而社群成員在填答問卷時，會受限於個人的認知喜好度及外在生活環境因素之影響，而對選購苔球產品的喜好及對問卷的詮釋有所差異，因此調查、統計、研究分析之結果僅推論於台灣地區。本研究的研究範圍及限制如下：

#### 一、研究範圍

##### (一)主題與內容

本研究為探討影響消費者選購苔球產品喜好度的因素之分析研究，將現有苔球產品的相關文獻資料深入探討及觀察市面上販售之苔球產品型態與特色並分析，擬定出以苔球產品的「形狀」、「植株」、「線材」、「配件」等構成因素做為本研究的研

究變項。

## (二)調查對象

本研究為了使調查母群能具有關聯性，填答者皆為喜好苔球產品之消費者或是具備有苔球製作經驗的相關業者及消費者，以台灣地區成立與苔球產品相關之網站及相關業者之粉絲專頁等作為調查母群，以確保填答者提供苔球喜好度皆具有代表性構成因素的問卷。

## (三)統計分析

消費者在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苔球產品的「形狀」、「植株」、「線材」、「配件」等因素之喜好度加以統計，以平均數描述不同背景的消費在各因素之喜好程度，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的喜好度之相關性研究。

## 二、研究限制

本研究雖然在實施過程中已力求多方考量，但礙於人力、物力及時間等主、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的消費者在選購苔球產品之際對於相關因素的喜好度，因問卷調查資料是消費者的主觀認知，涉及消費者的理解、當下感受、過去經驗及意見等，因此消費者在回答問卷的相關問題時，對選購苔球產品的喜好及對問卷的詮釋有所差異，調查結果屬於自我認知之概念，或許會與實際情形有些微的出入。

### (二)研究變項

消費者選購苔球產品的因素非常多而且層面涉及寬廣，因此本研究僅將消費者區分為不同性別、不同年齡、不同學歷、不同職業、不同月平均收入、種植室內植栽經驗與否等作為自變項；另外以消費者選購苔球產品的形狀、植株、線材、配件等作為依變項，進行變異數及相關係數之分析研究。

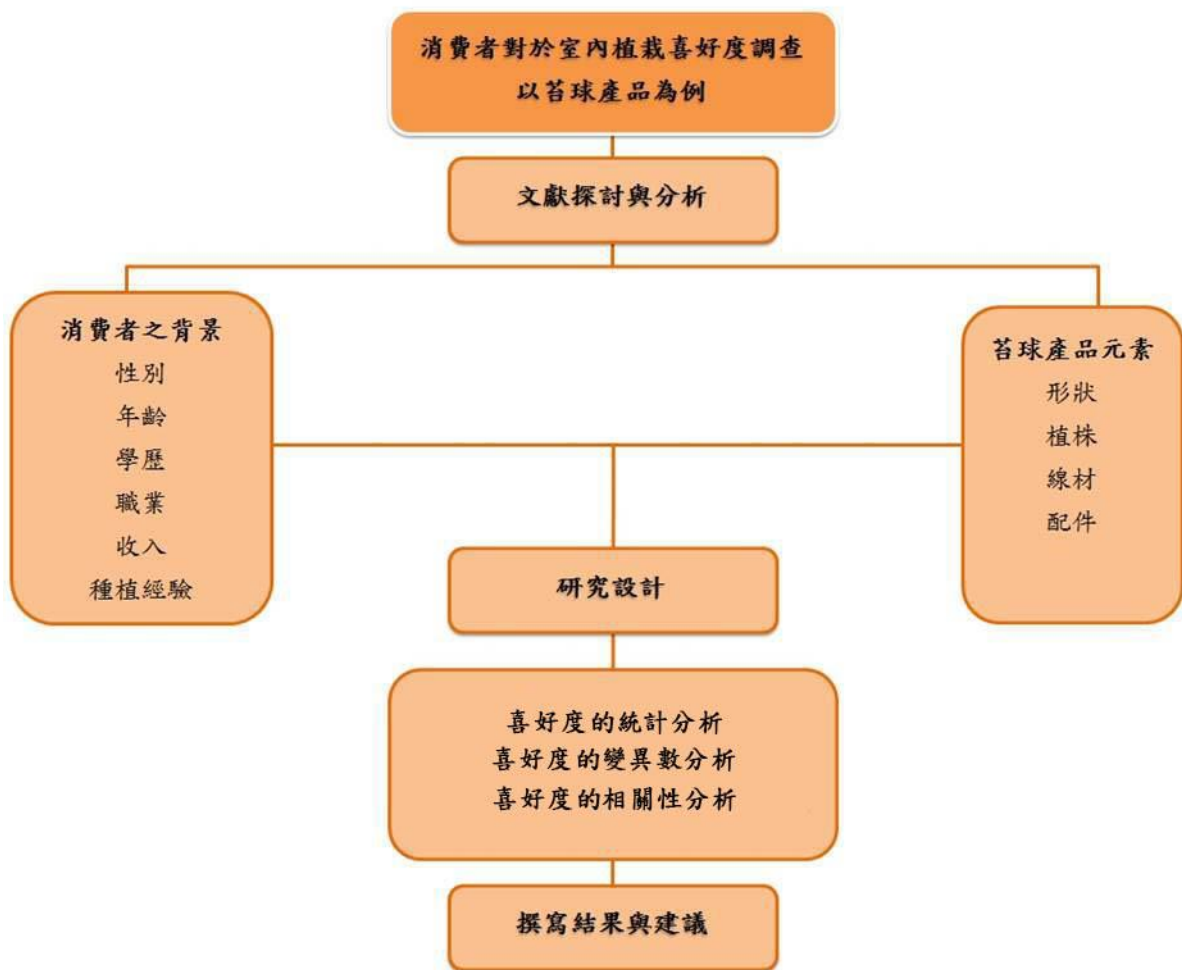


圖 1-2-1 研究架構

### (三)研究推論

消費者在填答問卷時，可能會受到過去的生活經驗、個人喜好、主觀判斷或當時情境影響，因此在解釋資料之分析結果會產生一些差異，且由於實施過程中研究者無法完全掌握外在因素之影響，加上以台灣地區成立與苔球產品相關之網站作為調查管道，因此研究的結果僅能提供台灣地區苔球製作、設計、銷售的相關業者及園藝業者在設計與製造苔球產品時候的參考，無法推論至其他地區或不同的產品。

## 第四節 研究假設

Kotler (1998) 認為消費者購買行為會受到個人因素特質、社會文化、個人心理等要素的刺激，如購買者的年齡、人格、職業、生活方式、經濟環境、生命週期階段，以及自我觀念消費者行為，即是一個了解消費者黑箱的過程；消費者從外在的刺激來源(行銷活動與環境層面兩項因素)接受刺激，經由黑箱的處理，產生購買決策。

方世榮 (2000) 指出，可能會影響消費者購買決策程序的因素：一、個人因素：人口統計因素(年齡、所得、教育、性別、種族、少數民族、家庭生命週期及職業等)。生活型態(家庭、價值觀、社會階層、參考群體、人口統計變數。二、情境因素：心理因素(學習、人格之內在、知覺、態度、動機等特性。社會因素(最具影響力的決定者、個人態度行為價值觀的參考群體、社會階層、文化與次級文化)。

依據學者對於消費行為的論述，本研究認為消費者在進行購買決策過程中，會因為不同背景對於同一件事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、種植植物經驗)為自變項，以苔球產品構成要素的「形狀」、「植株」、「線材」、「配件」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苔球產品「形狀」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苔球產品「植株」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苔球產品「線材」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苔球產品「配件」之喜好度沒有差異。

研究假設五、消費者對於苔球產品「形狀」之喜好度沒有相關性。

研究假設六、消費者對於苔球產品「植株」之喜好度沒有相關性。

研究假設七、消費者對於苔球產品「線材」之喜好度沒有相關性。

研究假設八、消費者對於苔球產品「配件」之喜好度沒有相關性。

## 第五節 重要名詞解釋

本研究對苔球產品所涉及之重要名詞解釋如下：

### 一、苔球：

苔球源自於日本江戶時代，是用土壤包覆植物的根部，並以青苔或水苔包裹其外表，是一種植物不需盆土也可種植的形式。

### 二、觀葉植物：

指葉形葉色美麗、可作觀賞的植物。

(資料來源：維基百科 <https://zh.wikipedia.org/wiki>)

### 三、消費者：

消費者（英語：Consumer），指任何使用經濟裡產生的商品和服務的個人或組織，本研究之「消費者」係指欲購買苔球者。

(資料來源：維基百科 <https://zh.wikipedia.org/wiki>)

### 四、消費行為：

個人、家庭、團體或組織獲取、使用、處置消費物品或服務所採取的各種行動。

(資料來源：維基百科 <https://zh.wikipedia.org/wiki>)

## 第二章文獻探討

針對會影響消費者選購苔球之行為的潛在因素，進行相關文獻探討及收集苔球的相關資訊，經由探討文獻並加以分析，探究消費行為及消費心理，以期作為往後研究方法應用的依據及參考。

### 第一節 觀葉植物之介紹

植物以需光性來說，可分為：陽性植物、中性植物及陰性植物，其中陽性植物需要充足的陽光且不耐陰，並不宜做室內植物，而觀葉植物大多原生於雨量充沛及日照充足卻不會直曬的熱帶雨林中，其所需光量的較少，喜歡在有遮蔭的散漫柔和的光照或日照不足之處生長，具有耐陰的特性(李晔，1989)，相對於其它屬性的植物更適合種植於室內環境觀賞，加上葉形、葉色具多樣化，其姿態、枝葉、根及色彩深具觀賞性之價值，因此室內植物的種類中以觀葉植物為大宗；但觀葉植物的種類繁多，有些觀葉植物既可觀葉也可觀花，如非洲董、觀賞鳳梨等，而一般花卉植物則因為所需光線較多，難以在室內環境栽種至開花，因此大多數花卉植物在開花期才會由戶外移入室內，但在種類選擇上會以觀賞時間久的盆花為原則，如聖誕紅、蘭花等。

室內空間綠化植物種類繁多，若是按照植株型態予以分類，可分為三種類型：直立型、匍型、攀援型(刁錫蔭，1989)。李晔(1989)將室內植物依其植物形態分為六類：禾草型、直立型、叢生型、矮灌木型、喬木型、爬藤類或蔓性植物，如表2-1-1所示：

表 2-1-1 植物型態之分類

| 分類方式 | 類型       | 生長特徵           | 植物名稱            |
|------|----------|----------------|-----------------|
| 植物形狀 | 禾草型      | 像禾草一般生長        | 輪傘草、吊蘭          |
|      | 直立型      | 枝葉直立向上生長       | 朱蕉、虎尾蘭、鵝掌藤      |
|      | 叢生型      | 葉片從中央呈輻射狀、密集生長 | 非洲董、觀賞鳳梨        |
|      | 矮灌木型     | 枝葉展開如同矮灌木一般    | 天竺葵、變葉木、鐵線蕨     |
|      | 喬木型      | 高大樹型           | 馬拉巴栗、印度橡皮樹      |
|      | 爬藤類或蔓性植物 | 枝葉必須攀附於支柱或蔓性生長 | 常春藤、喜陰花、蔓綠絨、黃金葛 |

(資料來源：李晔，1989，本研究整理)

「觀葉植物」一詞意指園藝中，具有利用價值之觀賞性植物（Pavaphon Supanantananont, 2021），觀賞植物又可分為兩大類，第一類為花朵較葉片及其他部位吸睛的觀花植物；第二類為葉片較花朵搶眼的觀葉植物，觀賞價值包含特殊的葉型、炫目的葉色、葉斑，可依其形狀與利用價值細分，如表 2-1-2 所示：

表 2-1-2 觀賞植物之分類

| 類型        | 植物特徵                         | 植物名稱                                |
|-----------|------------------------------|-------------------------------------|
| 切葉植物      | 葉形優美，花藝上常與切花植物一同搭配使用         | 武竹、文竹、七葉蘭、香林投、棕竹等                   |
| 觀葉類花壇植物   | 生性強健，能於戶外生長良好，葉叢姿態、整體植株及葉色優美 | 彩葉草、變葉木、福祿桐、腎蕨、粗勒草、龍舌蘭、虎尾蘭、圓葉榕、桔梗蘭等 |
| 觀葉類盆栽植物   | 整體植株及斑葉漂亮，葉叢與盆栽比例適當          | 秋海棠、黃金葛、黛粉葉、絨蘭、龍血樹、琴葉榕、印度橡膠樹、朱蕉等    |
| 盆景植物及袖珍植物 | 生長緩慢、短莖節、枝條修剪及塑形難度低          | 水梅、九重葛、黑檀木、松樹等                      |

（資料來源：Pavaphon Supanantananont, 2021，本研究整理）

## 第二節 室內植栽的應用

人類自古即有栽培觀葉植物之行為，雖然無有力之證據可證明最早起源於何時，但相傳西元 600 年前人類就建造了巴比倫空中花園；而在冬天時羅馬人也會運用雲母、滑石等石材幫植物搭設溫室。

《觀葉植物圖鑑-500 種風格綠植栽培指南》一書中提到：1653 年英國農業作家—修·布拉特爵士撰寫伊甸園(The Garden of Eden)一書，文中有包含室內栽培植物之概念，當時卻尚未被眾人接受；直到 18 世紀的歐洲，客廳從其他空間獨立出來後，人們開始運用物品來裝飾客廳，其中從大自然中汲取靈感，種植開花植物或是球根植物，然而此現象僅流傳於上流社會中；隨著工業發展各類工具與材料價格趨發便宜，促進觀葉植物的栽培，加上當時玻璃價格日趨便宜，家家戶戶都安裝玻璃窗戶控制室溫，以及種植方式改變、盆栽機動性高，使得觀葉植物盆栽在歐洲日趨普及，中產階級的平民也能在庭院建造庭院，亦或是這是保暖功能的生態箱置於室內桌上，成為居家布置的不可

或缺的「飾品」之一。

「凡是和室內於室內栽培和應用的綠色植物，我們稱為室內植物」(李晔，1989)；然而室內植物有分大小、蔓性、爬藤、開花性、觀葉性等，有特別的型態、顏色、氣味等特徵，如表 2-1-3 所示。若以科學來解釋空內植栽設計可將其稱為「適」內植栽設計，顧名思義為尋找適合室內種植的植物來做植栽設計；若以藝術來解釋的話則可稱為「侍」內植栽設計，及利用植物來塑造安全舒適的環境，更可稱為「飾」內植栽設計，也就是讓生活環境更美麗。總而言之，室內植栽設計之目的不外乎於使生活更貼近大自然、供給氧氣、吸收室內不好之物質、空間阻隔、園藝治療等益處，提升生活品質(郭毓仁，2008)。

表 2-1-3 依觀賞及應用特性之分類

| 類型       | 植物特徵                             | 植物名稱                                      |
|----------|----------------------------------|---|
| 賞葉植物     | 具有彩色葉片或條紋、特殊形狀的葉子                | 變葉木、彩葉草、彩葉芋、網紋草、竹芋類、葛鬱金類、黛粉葉、粗勒草、觀音蓮、火鶴花等 |
| 適合單獨擺設植物 | 較高大植物或具有獨特風格的植物                  | 虎尾蘭、孔雀木、鵝掌木、南洋木、朱蕉、竹蕉類、香蕉、椰子類、中大型觀葉或觀花植物等 |
| 中小型植物    | 適合擺放至窗台或桌上等狹小空間之植物               | 竹芋類、椒草類、傘草類、葛鬱金類、單葯花、網紋草、蕨類、中小型多肉植物及仙人掌等  |
| 蔓性或爬藤植物  | 大中小型態均有，可沿著支柱或棚架向上生長，亦或是種於盆栽向下蔓延 | 黃金葛、常春藤、絨蘭、喜陰花、合果芋、電信蘭、蔓綠絨、錦葉葡萄等          |
| 觀花植物     | 開花植株                             | 菊花、非洲堇、杜鵑、天竺葵、仙客來、大岩桐、蘭花類、球根花卉類等          |

(資料來源：李晔，1989，本研究整理)

根據統計現代人每天平均待在「室內空間」的時間至少 16 小時以上，佔比一天中 70% 的時間，然而室內的家具、油漆或建築材料等都會釋放出揮發性有機物質，空氣污染程度可能高達到室外環境 100 倍之多；而植栽對室內環境品質的影響目前已有許多科學實驗研究，如：陳彥宇(2004)研究常見室內植物對甲醛及二氧化碳之吸收及反應，研究結果顯示美鐵芋及虎尾蘭吸收甲醛之效率最高；粉葉、馬拉巴栗、鐵線蕨對二氧化碳



之吸收率較佳。劉靜怡(2008)實驗在空箱時 VOC 亦會著時間的延長而有減少的趨勢，而放入培養土及植物後 VOC 的濃度皆會快速的降低，顯示培養土及植物對有機性揮發物(甲苯)具有吸收減量的效果。室內植物除了可以有效改善室內空氣品質以外，還可以對室內空間使用者的情緒、生理機能產生一定幫助，韓可宗、林桓(2006)的實驗顯示:教室後方放有盆栽時比沒有盆栽時，學生有立即性較高的偏好、舒適度、友善感。證實了於室內種植植物除了可清淨室內微環境，同時也可達到幫助人們釋放壓力的功效。

### 第三節 苔球的緣起

苔球源自於日本江戶時代，日文名為苔玉(kokedama)字面意思為「苔蘚球」，是日式盆景藝術「Bonsai」的其中一種，歷史相當悠久。

自奈良平安時代興起互贈植物，並會將其種植在庭園內觀賞之行為，而這些植物大都擁有漂亮花朵的野生植物或是從中國傳入之植物，因此為了得到優秀、珍稀的品種，便開始對品種進行選拔或雜交等，孕育出了園藝文化。在國泰民安的江戶時期，由於德川家康直至第三代將軍都非常喜愛植物，間接影響到了在江戶擁有宅邸的藩主及武士，爾後這樣的風氣逐漸在市街的園藝行蔓延開來，使得園藝文化獲得極大發展；然而這群對奇品園藝樂此不疲的同好，還會將各自培育的盆栽攜至聚會場地共同陳設，並依據葉片上斑點紋路的排列方式與整體美感進行品評；當時為了方便盆栽的運送，將盆器拿掉只剩土團，加上當時的普通人家大多沒有經濟能力可以添購華美的盆器作為容器，因此從自然環境中得到靈感，將泥土加入適量比例的泥炭和赤玉土捏成球，最後在外層鋪上苔蘚，作為栽種觀賞植物的容器，並置於老舊的盤碟上，製成樸質且具有美感盆景；由於苔球製作簡單，材料取得容易，於是大受歡迎，成為窮人家也能養得起的盆景，因此苔球又稱作「窮人的盆栽」。

## 第四節 苔球的構造

苔球是由青苔或水苔、土壤介質、植株三個元素所組成，將植株根部依次用土壤介質、青苔或水苔包覆，並用線材網綁成型，如圖 2-2-1 所示，了解其內部構造。



圖 2-2-1 苔球剖面圖 (研究者 曾一莉拍攝)

### 一、苔球外部介質介紹

苔球可分為青苔球與水苔球，兩者差別在於外部包覆植株的介質；綠苔球是以活體的青苔蘚包覆植物根部，而水苔球的外部介質則是用乾燥水苔包裹製作而成。

(一) 青苔：目前發現青苔種類多達兩萬多種，但可做青苔球的苔蘚必須是匍匐形、羽毛形的，否則苔蘚不能沿著苔體生長；然而大灰蘚較容易適應環境，因此較常被拿來使用，如圖 2-2-2 所示。



圖 2-2-2 大灰蘚

(圖片來源: <https://cf.shopee.tw/file/>)

(二)水苔：經過乾燥壓縮後的天然泥炭蘚，因此較沒有什麼病菌，可以減少病蟲害的滋生，透氣性好，取材方便且價格相較於青苔便宜，因此也常拿來製成苔球，如圖 2-2-3 所示。



圖 2-2-3 水苔(研究者 曾一莉拍攝)

## 二、苔球內部土壤介質介紹

(一)泥炭土：主要的成分是苔蘚蘆葦等植物，長時間在山間、谷地、河湖等冷溼且積水的低窪地，因缺氧情況下分解形成的泥炭層；由於獨特的形成環境，因此有機質含量特別的高，養分充足，且無病害蟲卵，是種植植物的理想介質之一，如圖 2-2-4 所示。



圖 2-2-4 泥炭土(研究者 曾一莉拍攝)

(二)赤玉土：火山泥、黏性土經過燒製高通透性，形成顆粒性好又有一些重量的固體狀，本身具有「保水保濕性」，也有不錯的「排水」效果，且沒有有害細菌，pH 值呈微酸，是運用最廣泛的一種土壤介質（園藝用、水族造景亦會使用），如圖 2-2-5 所示。



圖 2-2-5 赤玉土 (研究者 曾一莉拍攝)

(三) 蛭石：在高溫作用下膨脹的形成，是一種天然、無毒的礦物質，有離子交換的功能，對土壤的營養有極大的作用，常擔任植物栽培的土壤調理劑的角色，如圖 2-2-6 所示。



圖 2-2-6 蛭石(研究者 曾一莉拍攝)

### 三、網綁線材介紹

在苔球的製作過程中，網綁的線材同時具備了固定及裝飾兩種功能，任一可將苔球體網綁之線材皆可，但須了解各線材之特性來做搭配使用。線材中最具自然代表性的非麻繩、棉繩莫屬，在照顧苔球的過程中，繩索會自然分解，是較為環保的線材；若需裝飾性較為強烈，可用彩色鋁線、珠串等線材來製作。

(一) 麻繩：由大麻纖維編織而成，具有質地堅韌、耐磨耐用等特性，且顏色多樣，自然纖維會在養護過程中逐漸被分解，如圖 2-2-7 所示。



圖 2-2-7 麻繩

(圖片來源: <https://cf.shopee.tw/>)

(二) 棉線：具有質地柔軟、容易綁紮等特性，且顏色多樣，自然纖維會在養護過程中逐漸被分解，如圖 2-2-8 所示。



圖 2-2-8 棉繩

(圖片來源: <https://www.igift.hk/lib/>)

(三) 魚線：由聚乙烯纖維製成，透明、線徑細，具有較佳的拉力值，性能持久佳，耐磨性好、不易斷裂，如圖 2-2-9 所示。



圖 2-2-9 魚線(研究者 曾一莉拍攝)

(四) 彩色鋁線：鋁線柔軟，易彎折成形，不易斷裂，具可塑性，顏色豔麗，不易脫落，容易加工，可以折成各種造型裝飾於苔球上，如圖 2-2-10 所示。



圖 2-2-10 彩色鋁線

(圖片來源：<https://encrypted-tbn0.gstatic.com/>)

(五) 珠串：大部分為塑膠製成，形狀、顏色十分多樣，是由不同尺寸珠子組成一串裝飾性濃烈之線材，如圖 2-2-11 所示。



圖 2-2-11 珠串

(圖片來源：<https://tshop.r10s.com/>)

## 第五節 適合製成苔球的植物

任何植物都可以做成苔球的形式，像是：多肉植物、觀葉植物等，但基本上都以需光量較少、較耐乾燥且葉形葉色美麗，觀賞性質高的觀葉植物為主，然而觀葉植物又分為草本植物和木本植物。

## 一、草本植物

只在莖的基部有少量木質部，因此莖比較柔軟呈綠色，通常都不能長得很高大，一般壽命較木本植物短，可分為一年生、二年生和多年生草本，屬多年生植物，人們通常將草本植物稱作「草」，如：椒草類、竹芋類、蕨類植物等。

### (一) 椒草類：

1. 白脈椒草：屬多年生草本植物，植株易叢生，莖直立生長，高度約 20cm~30cm，呈紅褐色；葉片 3~4 片駝生，葉端突起呈尖形，葉面有 5 條凹陷的月牙形白色脈紋，葉色為深綠色，新葉略微紅褐色，如圖 2-3-1 所示。



圖 2-3-1 白脈椒草

(圖片來源: <https://cdn01.pinkoi.com/>)

2. 斑葉圓椒草：多年生草本植物，直立性植株、易叢生，莖肉質，高度約為 20~40 公分，葉互生，倒卵形，先端鈍圓或微凹，葉面有黃綠、黃白的斑塊，如圖 2-3-2 所示。



圖 2-3-2 斑葉圓椒草

(圖片來源: <https://cf.shopee.tw/>)

3. 西瓜皮椒草：屬多年生草本植物，莖短叢生，葉柄紅褐色，葉呈卵圓形，尾端尖，葉脈由中央向四周輻射，主脈 8 條，濃綠色，脈間為銀灰色，形似西瓜皮，如圖 2-3-3 所示。



圖 2-3-3 西瓜皮椒草

(圖片來源：<https://cdn01.pinkoi.com/>)

4. 三色紅邊椒草：屬多年生草本植物，莖直立，莖葉肥厚多肉。葉互生，呈倒卵形，葉翠綠鑲紅邊，春天的時候開出穗狀的灰白色花序，如圖 2-3-4 所示。



圖 2-3-4 三色紅邊椒草

(圖片來源：<https://kknews.cc/home/2o6g3xg.html>)



5. 紅背椒草：屬常綠肉質草本植物，植株矮小，葉面為暗綠色，其它部分均為紅色，葉片兩邊微微上翻，使葉面中間形成一淺溝，春末夏初時會開出綠色棒狀花序，如圖 2-3-5 所示。

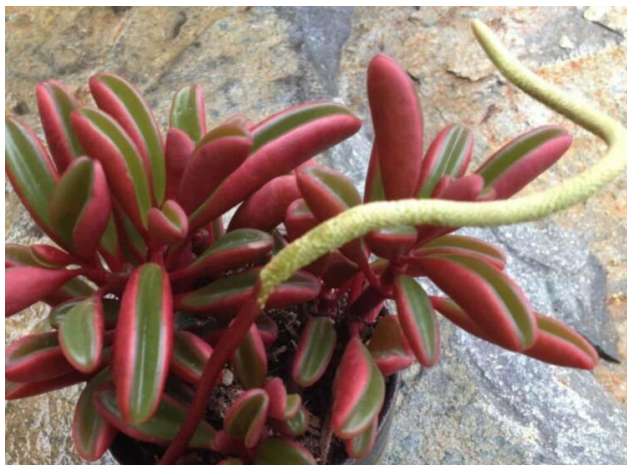


圖 2-3-5 紅背椒草

(圖片來源: <https://read01.com/L2eD7gg.html>)

## (二) 竹芋類

1. 孔雀竹芋：葉柄紫紅色，葉片呈卵狀橢圓形，葉面主脈兩側互動排列，羽狀的暗綠色絨狀斑紋，葉背面為紫色；葉片晚上會進行「睡眠運動」，夜間葉片會抱莖摺疊，次日陽光照射後重新展，如圖 2-3-6 所示。



圖 2-3-6 孔雀竹芋(研究者 曾一莉拍攝)

2. 雙線竹芋：屬多年生常綠草本植物，葉片為長橢圓形，主脈絡的兩側有白色和暗綠色相間的帶狀花紋，葉背面為紫色；葉片晚上會進行「睡眠運動」，夜間葉片會抱莖摺疊，次日陽光照射後重新展，如圖 2-3-7 所示。



圖 2-3-7 雙線竹芋

(圖片來源: <https://cf.shopee.tw/>)

3. 馬賽克竹芋：屬多年生草本植物，葉長橢圓形，葉面寬大，端部漸尖，葉緣呈波浪狀，葉面綠色佈滿黃綠色小塊狀斑，葉脈中肋明顯，平行側脈較細且呈羽狀脈，如圖 2-3-8 所示。



圖 2-3-8 馬賽克竹芋

(圖片來源: <https://www.hhbky.com/>)

4. 大理石竹芋：屬多年生草本植物，葉面有著明顯黃綠漸層斑紋，葉背為紫色；葉片晚上會進行「睡眠運動」，夜間葉片會抱莖摺疊，次日陽光照射後重新展，如圖 2-3-9 所示。



圖 2-3-9 大理石竹芋

(圖片來源: <https://cf.shopee.tw/>)

5. 斜紋竹芋：屬多年生常綠草本植物，葉片較為狹長，主脈絡的兩側有白色和粉色相間的帶狀花紋，葉背面為紫色；葉片晚上會進行「睡眠運動」，夜間葉片會抱莖摺疊，次日陽光照射後重新展，如圖 2-3-10 所示。



圖 2-3-10 斜紋竹芋

(圖片來源: <https://cf.shopee.tw/>)

### (三) 蕨類

1. 密葉波士頓腎蕨：屬多年生草本，具許多走莖，葉叢生，呈羽狀複葉，葉柄短；葉片為小羽片披針形，有明顯波緣，厚紙質，如圖 2-3-11 所示。



圖 2-3-11 蕾絲蕨(研究者 曾一莉拍攝)

2. 波士頓腎蕨：屬多年生草本植物，具許多走莖，走莖先端向四方伸展接觸介質後會長出叢生羽狀複葉，枝葉挺立上拱，末端柔軟而自然下垂，植株整體呈現放射狀展開，如圖 2-3-12 所示。



圖 2-3-12 波士頓腎蕨(研究者 曾一莉拍攝)

3. 兔腳蕨：具有光澤的葉革質羽狀複葉，地下根莖肉質表面佈滿銀白色或褐色披針形的鱗片，孢子囊群長於小葉的邊緣，被反捲的葉緣保護著，如圖 2-3-13 所示。



圖 2-3-13 兔腳蕨

(圖片來源: <https://cf.shopee.tw/>)

4. 銀脈鳳尾蕨：葉叢生，頂生羽片最長，葉片上面綠色，背面淡綠色，羽片狹長，中央沿主脈兩側各有 1 條縱行的灰白色帶，如圖 2-3-14 所示。



圖 2-3-14 銀脈鳳尾蕨

(圖片來源: <https://friendrabbit.files.wordpress.com/>)

5. 珊瑚卷柏：屬多年生常綠草本植物，植株呈直立狀，在莖幹和分枝上有許多氣生根，全株嫩綠色，枝葉密集，高度約 10 厘米，如圖 2-3-15 所示。



圖 2-3-15 珊瑚卷柏

(圖片來源: <https://cf.shopee.tw/>)

## 二、木本植物

木本植物的維管束有「形成層」，可以形成堅硬的木質部增強莖的堅固性，因此可以長得很高大，壽命也比較長，都屬於多年生，如：小葉欖仁、鵝掌藤、福祿桐等等的灌木。

1. 馬拉巴栗：屬常綠小喬木，基部膨大，樹皮呈綠色，掌狀複葉，花為五瓣大花，形狀似彗星的尾巴，白色帶有些淡綠色；盆栽中的馬拉巴栗，幾乎不會開花，僅作為觀賞盆栽之用，如圖 2-3-16 所示。



圖 2-3-16 馬拉巴栗

(圖片來源: <https://cf.shopee.tw/>)

2. 袖珍椰子：屬多年生常綠小灌木，葉互生於枝幹頂部，羽狀裂片呈披針形，莖幹直立不分枝，頂端兩片羽葉基部呈現魚尾狀，嫩葉為綠色，老葉呈墨綠色，表面有如蠟製的光澤，如圖 2-3-17 所示。



圖 2-3-17 袖珍椰子(研究者 曾一莉拍攝)

3. 斑葉鵝掌藤：屬常綠蔓性灌木，葉為互生的掌狀複葉，暗綠色葉片上散布黃色斑紋，葉形呈長卵形，葉柄很長，具明顯之葉鞘，整體呈圓錐狀，頂生在枝條頂端，如圖 2-3-18 所示。



圖 2-3-18 斑葉鵝掌藤

(圖片來源: <https://www.facebook.com/manmaniflower/>)

4. 斑葉圓葉福祿桐：屬常綠灌木，植株多分枝，密布皮孔的莖幹呈灰褐色，葉片互生側枝細長，鋸齒緣的長橢圓形葉片，常綠葉片之葉緣帶有白色或淡黃色斑，如圖 2-3-19 所示。



圖 2-3-19 斑葉圓葉福祿桐(研究者 曾一莉拍攝)

5. 六月雪：屬常綠小灌木，具有多數分枝，小枝瘦長而密生。橢圓形單葉對生，多叢生在短枝頂端，表面光滑無毛呈暗綠色，背面為淡綠色，基部之托葉呈刺毛狀，如圖 2-3-20 所示。



圖 2-3-20 六月雪

(圖片來源: <https://cf.shopee.tw/>)



## 第六節 苔球的製作過程

一、材料準備：植物、水苔、土壤介質、網綁線材(魚線)。



圖 2-4-1 苔球製作材料(研究者 曾一莉拍攝)

二、將植株從盆取出，並小心剝除原本的土壤。



圖 2-4-2 苔球製作過程 1(研究者 曾一莉拍攝)

三、準備泥炭和赤玉土，比例為 1：1，加入適量的水攪拌均勻，直至可以搓揉成型。



圖 2-4-3 苔球製作過程 2(研究者 曾一莉拍攝)

四、將植株根部覆上混合的泥炭和赤玉土，逐步分層覆蓋並捏緊實，擠出多餘水份，使土壤介質覆蓋均勻且緊密。



圖 2-4-4 苔球製作過程 3 (研究者 曾一莉拍攝)

五、在土球的四周均勻覆蓋水苔層，並捏緊實，使水苔均勻且緊密覆蓋於最外層。



圖 2-4-5 苔球製作過程 4 (研究者 曾一莉拍攝)

六、使用線材(魚線)網綁將鬆散的苔球體網綁緊。



圖 2-4-6 苔球製作過程 5 (研究者 曾一莉拍攝)

七、放置於喜歡的容器上，即完成簡易輕巧的盆景。

## 第七節 苔球的擺設空間與呈列方式

苔球植株選擇性多樣，葉色葉形也十分多元，可依據空間之色彩與居家風格來做搭配擺設；然而苔球是由植物、介質所構成，每個植物都有它適合的生長環境，有的喜歡陽光、有些則偏好潮濕，原則上都需要陽光、空氣、水，還有細心的照顧，基本上室內大部分的空間都能夠擺放植物，但要留意空間的日照、濕度等是否有益於你所選擇的植物生長，例如臥房跟客廳比起來，可能光照較不足，就會建議種植較為耐陰的植物；因此在選擇種植苔球之前，我們得瞭解其株植物的特性、喜好之環境等，植栽自然就好照顧了。

苔球與一般植栽不盡相同的地方在於盛裝植物之「盆器」，一般植栽皆須以陶器、塑膠盆、水泥盆等容器種植植物，而苔球則是以苔土團作為植物根部的「容器」，若要擺在辦公室、臥室等室內空間，可用碗盤瓷器或淺碟小皿等配件擺放，也可以利用板材、線材作為配件，利用不同造型「容器」的苔球搭配不同形式的「配件」，使其呈現不同的風格，同時可完整欣賞苔球整體之樣貌。一般呈列方式可分為兩大類：懸掛式與放置式。

一、懸掛式：利用線材、板材將苔球懸掛於空中或吊掛於牆上，使其懸空於一空間之中，可欣賞苔球的植物與苔球體搭配之整體樣貌，讓無法放置苔球之空間也能增添一些生命感與裝飾性。

### (一) 線材



圖 2-5-1 垂掛式-鐵線

(圖片來源: <https://cf.shopee.tw/file/c618f327f52349aa32f24419934066ff>)



圖 2-5-2 垂掛式-麻繩

(圖片來源:<https://cf.shopee.tw/file/>)



圖 2-5-3 垂掛式-鋁線支架

(圖片來源: <https://light-plus.tw>)

## (二) 板材



圖 2-5-4 壁掛式-鐵網木框

(圖片來源: <https://cdn01.pinkoi.com/>)



圖 2-5-5 壁掛式-木板(研究者 曾一莉拍攝)

二、放置式：苔球理應不需盆器盛裝，但要若要擺在辦公室、臥室等室內空間，為了避免澆水過後的苔球用濕環境，加上不同容器的材質所搭配出來之風格會有所不同，因此會因其空間風格，而選擇相應之材質配件來搭配。

(一)陶盤、玻璃盤：碗盤在居家環境是個唾手可得之容器配件，陶瓷的花色、形狀選擇多樣，可與苔球植株之顏色作相呼應自由搭配；而玻璃類則因其透明之質感，通透性的視覺效果，是個適合用來欣賞苔球整體美感的不錯選擇。



圖 2-5-6 放置式-陶盤

(圖片來源: <https://img.ruten.com.tw/>)



圖 2-5-7 放置式-玻璃碗

(圖片來源: <https://lh3.googleusercontent.com/>)

(二) 架構設計：利用單一材料或複合媒材建構一個三度空間，使苔球擺設更加立體。



圖 2-5-8 放置式-金屬線木塊架

(圖片來源: <https://shopping.line-scdn.net/>)



圖 2-5-9 放置式-木架

(圖片來源: <https://lh3.googleusercontent.com/>)

(三)天然材質：將自然界中常見的木頭、石塊等天然材質稍作加工後作為底盤配件，將其與苔球相互結合搭配，即可在室內空間營造自然風情。



圖 2-5-10 放置式-木片

(圖片來源: <https://cf.shopee.tw/file/>)



圖 2-5-11 放置式-漂流木

(圖片來源: <https://cf.shopee.tw/file/>)



圖 2-5-12 放置式-石板

(圖片來源: <https://img.ruten.com.tw/>)

## 第八節 消費者的消費行為

消費者在選購苔球第一眼是從苔球植物的外觀上做選擇，大致上可分為：觀花性極佳的火鶴、蘭花，為妝點的空間增添點浪漫；植物整體看起來像小型樹，帶點滄桑感卻富有有生命力，如：榆樹、福祿桐、千年木等；葉片上有有特別的斑點與紋路，有如大自然畫布的竹芋系列、銀斑葛等；也有葉片形狀十分特別的秋海棠、蕾絲蕨等植物；還有葉片常綠的山蘇、龜背芋、袖珍椰子等植物，看似相貌平凡，卻讓人心曠神怡。

在生活步調快速的數位時代中，自動化生產製造的商品固然完美、高級，但可注入消費者體驗、情感、及價值的「客製化商品」之手作體驗需求逐漸出現；近年來消費者開始著重手作體驗，讓商品不再只是一件物品，而是一場讓人的感官與求知欲雙重滿足的體驗過程，然而市場意識到「手作體驗」的需求，加上手作體驗課程的推展最需要的就是顧客的需求與評價，因此市場調查是必然的。

Bernd Schmitt (1999)提出「消費者經由觀察或參與某件事後，感受到刺激而引發動機，產生消費行為或思考的認同，增強產品價值」，奠定了體驗式行銷的概念；然而行銷必須從消費者的角度出發，不論是透過實際親身感知或是網路傳播體驗之方式，使消費者能對產品感同身受，進而對產品產生連結，促進購買之意願。而體驗行銷 5 大構面，詳述如下：

- (一) 感官式體驗：藉由「視覺、聽覺、嗅覺、味覺與觸覺」建立感官上的體驗，進而引發消費的購買慾望及創造產品的附加價值。常見的感官體驗有：車商的試車體驗、賣場的試吃活動、飲料店的試喝活動等。
- (二) 情感式體驗：營造出氛圍觸動消費者內心情感與情緒，促使達到消費者心之所向，進而達成身之所往之目的。如：將廣告看板設計符合品牌的形象，使消費者透過廣告即可融入情境，進而達成相信品牌與銷售之目的。
- (三) 思考式體驗：藉由創意性與啟發性來刺激消費的思考，透過互動讓消費者了解品牌，進而獲得感受認知並對品牌產生信任；通常運用在高科技產品上，如：展場空間透過 AR 互動展示，使消費者產生共鳴。
- (四) 行動式體驗：透過偶像、名人等具有一定號召力者或是一段簡潔卻強而有力的行動呼籲，促使消費者產生對產品的購買慾望。如：NIKE 的經典廣告詞” JUST DO IT”。
- (五) 關聯式體驗：



(六)綜合以上四種體驗加上個人體驗，使消費者與社會文化環境產生關聯，進而建立對某個品牌的偏好，使喜愛該品牌的愛好者自成一體。



# 第三章研究方法

## 第一節 研究架構

根據國內外研究發現，消費者的個人屬性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「性別」、「年齡」、「學歷」、「職業」、「收入」、「種植經驗」列為自變項。

有關影響消費者購買苔球的相關因素經文獻探討分析後有「苔球體的形狀」、「苔球使用之植株」、「苔球使用之線材」、「苔球配件」、「售價」等變項，本研究希望透過問卷調查，了解消費者對這些因素的喜好程度，並分析各項因素喜好度之差異性與相關性，藉以開設苔球手作體驗課程之業者的課程設計在市場上能得到消費者的青睞。依據變項間之關係，繪製研究架構如圖 3-1-1 所示。

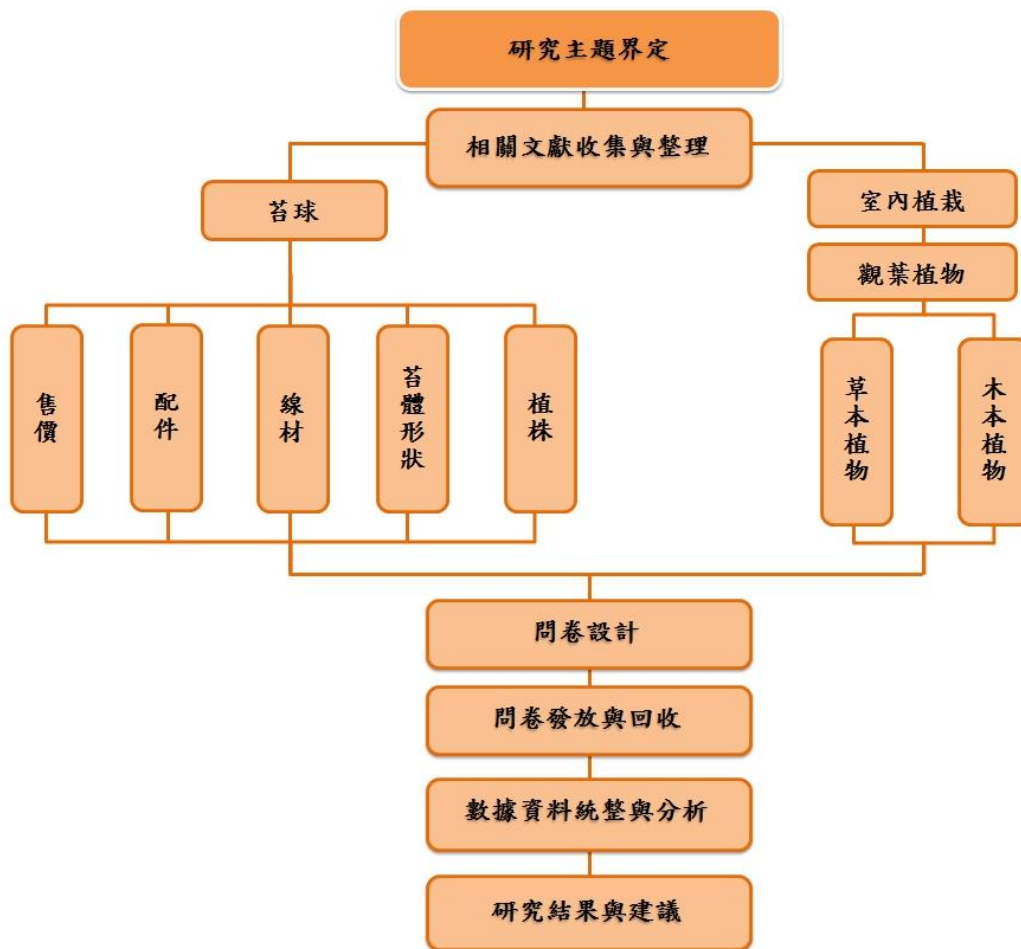


圖 3-1-1 研究架構

## 第二節 研究方法與研究對象

本研究主要以蒐集苔球產品的發展概況進行文獻探討，並分析苔球製造、銷售及業者目前所製作的苔球產品使用之植物、苔球網綁線材、苔球擺設容器、苔球成列空間等方面資料，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與苔球相關之網站，例如「觀葉植物迷交流站 21.6 萬人」、「觀葉植物-新手交流區 2.4 萬人」及相關業者之粉絲專頁「蕨佳配角」等作為調查母群，經過統計了解不同背景的消费者在各項問題的喜好程度，並提出差異性、相關性之分析。

### 一、文獻分析法：

蒐集國內外期刊、雜誌、研究論文、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，由探討影響消費者購買苔球之相關因素作為本研究之理論基礎，並據以發放問卷作為研究工具。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影響消費者購買苔球可能之相關因素，如「形狀」、「植株」、「線材」、「配件」等因素，設計出影響消費者購買苔球滿意度之分析研究之問卷。本研究除基本資料因屬類別資料，不予量化外，其餘影響購買之因素調查採用李克特 (Likert) 五等第量表予以量化，每題選項有「非常喜歡」、「喜歡」、「尚可」、「不喜歡」、「非常不喜歡」五種選項，將其轉化為 5 分，4 分，3 分，2 分，1 分，呈現每個消費者的喜好程度。

### 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苔球的「形狀」、「植株」、「線材」、「配件」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，以客觀且科學的方式說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「消費者對於室內植栽的喜好度研

究-以苔球產品為例」。

(二) 文獻探討與分析：蒐集國內外「苔球」之相關文獻與台灣市場現況之產品概況及售價，進行文獻探討並進行苔球產品製造過程介紹說明，並分析市售產品之樣式與特徵做為本研究的理論基礎。

(三) 建立研究架構：研究方向確定之後，制定研究方法與架構，並依據進度執行與後續的研究工作。

(四) 發展研究工具：分析整理國內外有關「苔球」之相關文獻，統整出幾個類別後編製調查問卷，利用 Google 表單採取不記名的方式，透過與「苔球」相關之網站進行問卷之收集。

(五) 問卷回收整理：進行問卷的轉檔、整理。

(六) 問卷資料分析：將問卷所得之量化資料，利用 SPSS26.0 套裝統計軟體進行數據分析，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：根據研究統計結果，提出具體的結論與建議，作為苔球產品相關業者製造、銷售及設計之參考。

(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。

### 第三節 研究工具

本研究採用「問卷調查法」，透過問卷資料的整理、統計及分析，以驗證研究假設。

#### 一、基本資料

(一) 性別：分為「男」、「女」兩個類別。

(二) 年齡：分為「20 歲以下」、「21~30 歲」、「31~40 歲」、「41~50 歲」、「51~60 歲」、「60 歲以上」等六個級別。

(三) 學歷：分為「國小」、「國中」、「高中職」、「大學(大專)」、「研究所(含)以上」五個類別。

(四) 職業：分為「軍公教」、「製造業」、「服務業」、「自由業」、「學生」、

「其他」等六個類別。

(五)個人平均月收入：分為「2萬以下」、「2~4萬」、「4~6萬」、「6~8萬」、「8萬以上」等五個級別。

(六)是否有種植植物之習慣：「是」、「否」等兩個類別。

## 二、消費者選購苔球產品喜好度之調查

本研究設定消費者選購苔球產品時，主要是依據苔球產品的「苔球體的形狀」、「使用植株」、「使用線材」、「苔球配件」等的要素來進行分類調查，為了提高受試者對於問題的瞭解程度，每項問題會加以簡單的說明並附上參考之圖片。受試者在填答問卷時依據喜好程度排序成五點量表記分，「非常喜歡」為5分、「喜歡」為4分、「尚可」為3分、「不喜歡」為2分、「非常不喜歡」為1分；「售價」的部分則是在200元以下、201元~400元、401元~600元、601元~800元、800元以上等選項中勾選。

問卷的內容說明如下：

### (一)苔球「苔體形狀」之喜好度調查

問卷內容經資料收集、市場調查，由研究者統計分析後將「苔體形狀」分為「圓形」、「半山型(半圓形)」、「三角形」、「方形」、「圓餅形」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)苔球「植株」之喜好度調查

問卷內容經資料收集、市場調查，由研究者統計分析後將「植株」分為「觀花性」、「型態酷似小樹般」、「有特別的斑點與紋路的葉片」、「葉片形狀特別」、「葉片常綠」等五類，並附上參考圖片及簡短文字輔助說明，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」選項中勾選。

### (三)苔球「線材」之喜好度調查

問卷內容經資料收集，由研究者統計分析之後將「線材」分為「麻繩」、「棉繩」、「魚線」、「彩色鋁線」、「珠串」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) 苔球「擺設方式與配件」之喜好度調查

問卷內容經資料收集、市場調查，由研究者統計後將「擺設方式與配件」分為「懸掛式線材」、「壁掛式板材」、「三度空間支架」、「天然材質」、「碗盤、杯子類」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。

(五) 苔球「售價」之喜好度調查

問卷內容經市場調查之後將「售價」分為三大類別：「苔球僅利用線材將苔球體網綁成型」、「購入苔球時附贈一支架」、「將苔球固定於板材上可使其懸掛」，請消費者依據在不同條件下，願意將其購入之售價，在200 元以下 201 元~400 元 401 元~600 元 601 元~800 元 800 元以上等選項中勾選。



## 第四章研究實施與結果分析

本研究之調查問卷採取「隨機抽樣」方式進行，自 2022 年 2 月 25 日至 2022 年 3 月 30 日止，透過台灣地區苔球相關社群及相關業者之粉絲專頁等，使用網路 Google 表單隨機邀請消費者填寫問卷。回收之問卷共 334 份，經過分類及篩選剔除無效之問卷後，有效問卷共 323 份，問卷有效率為 96.7%。

### 第一節 不同背景消費者的人數分析

本研究依據研究目的將不同背景之消費者以性別、年齡、學歷、職業、平均月收入及種植室內植栽經驗與否做為自變項，透過統計分析比較各類別消費者之中所占的人數比例，藉以了解台灣苔球消費群體的概況。

#### 一、不同「性別」消費者人數分析

本研究取樣 323 人，男性填答者共計 115 位，占總比例 35.6%，女性填答者共計 208 位，占總比例 64.4%，如表 4-1-1；兩性之比例接近 1:2，如圖 4-1-1。

表 4-1-1 不同性別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 | 男性 | 115   | 35.6  | 35.6  | 35.6  |
|    | 女性 | 208   | 64.4  | 64.4  | 100.0 |
|    | 總計 | 323   | 100.0 | 100.0 |       |

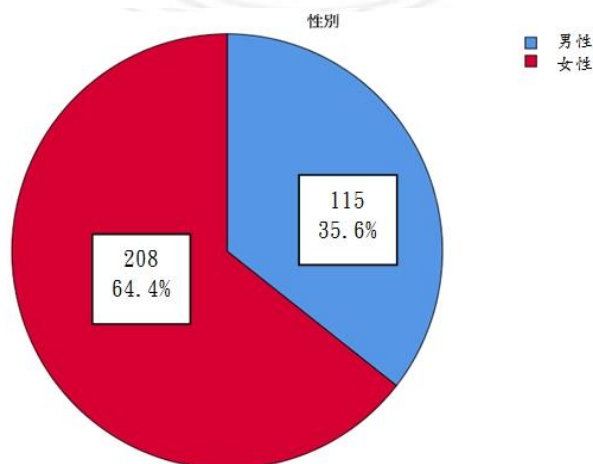


圖 4-1-1 消費者性別佔比圖

## 二、不同「年齡」消費者人數分析

本研究對不同年齡的消費者進行分析可得知：21~30歲的有129人最多占全體人數的39.9%，其次是31~40歲的有54人占全體人數的16.7%，再其次是20歲以下的有49人占全體人數的15.2%，41~50歲有42人占全體人數的13.0%，51~60歲有40人占全體人數的12.4%，61歲以上的有9人占全體人數的2.8%，如表4-1-2及圖4-1-2。

表 4-1-2 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 | 20歲以下  | 49  | 15.2  | 15.2  |
|    | 21~30歲 | 129 | 39.9  | 55.1  |
|    | 31~40歲 | 54  | 16.7  | 71.8  |
|    | 41~50歲 | 42  | 13.0  | 84.8  |
|    | 51~60歲 | 40  | 12.4  | 97.2  |
|    | 61歲以上  | 9   | 2.8   | 100.0 |
|    | 總計     | 323 | 100.0 | 100.0 |

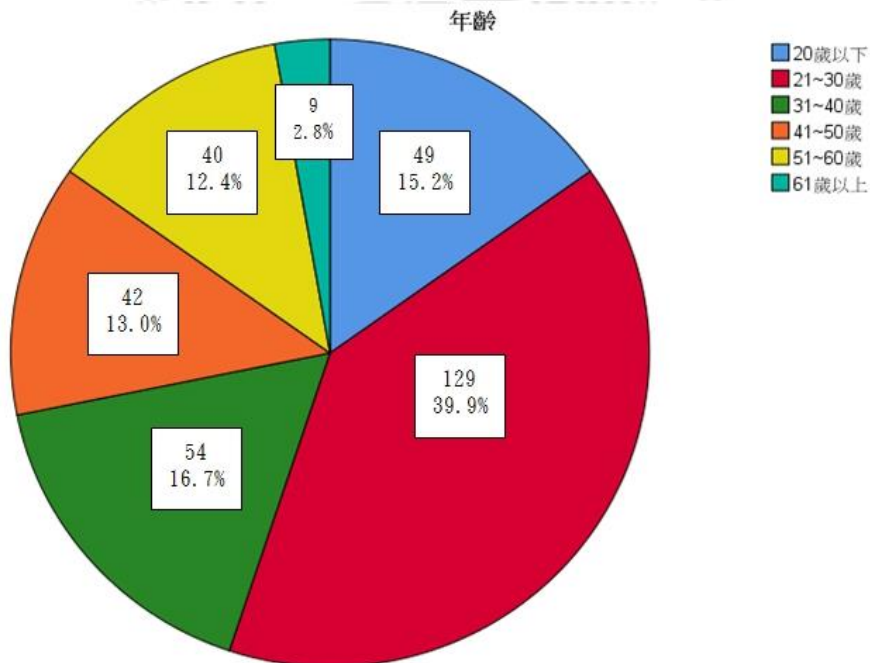


圖 4-1-2 消費者年齡之佔比圖



### 三、不同「學歷」消費者人數分析

本研究對不同學歷的消費者進行分析可得知：大學(大專)的有 185 人最多占全體人數的 57.3%，其次是研究所(含)以上的有 71 人占全體人數的 22%，再其次是高中職的有 57 人占全體人數的 17.6%，國中、國小合計有 10 人占全體人數的 3.1%，如表 4-1-3 及圖 4-1-3。

表 4-1-3 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 | 國小       | 2     | .6    | .6    | .6    |
|    | 國中       | 8     | 2.5   | 2.5   | 3.1   |
|    | 高中職      | 57    | 17.6  | 17.6  | 20.7  |
|    | 大學(大專)   | 185   | 57.3  | 57.3  | 78.0  |
|    | 研究所(含)以上 | 71    | 22.0  | 22.0  | 100.0 |
|    | 總計       | 323   | 100.0 | 100.0 |       |

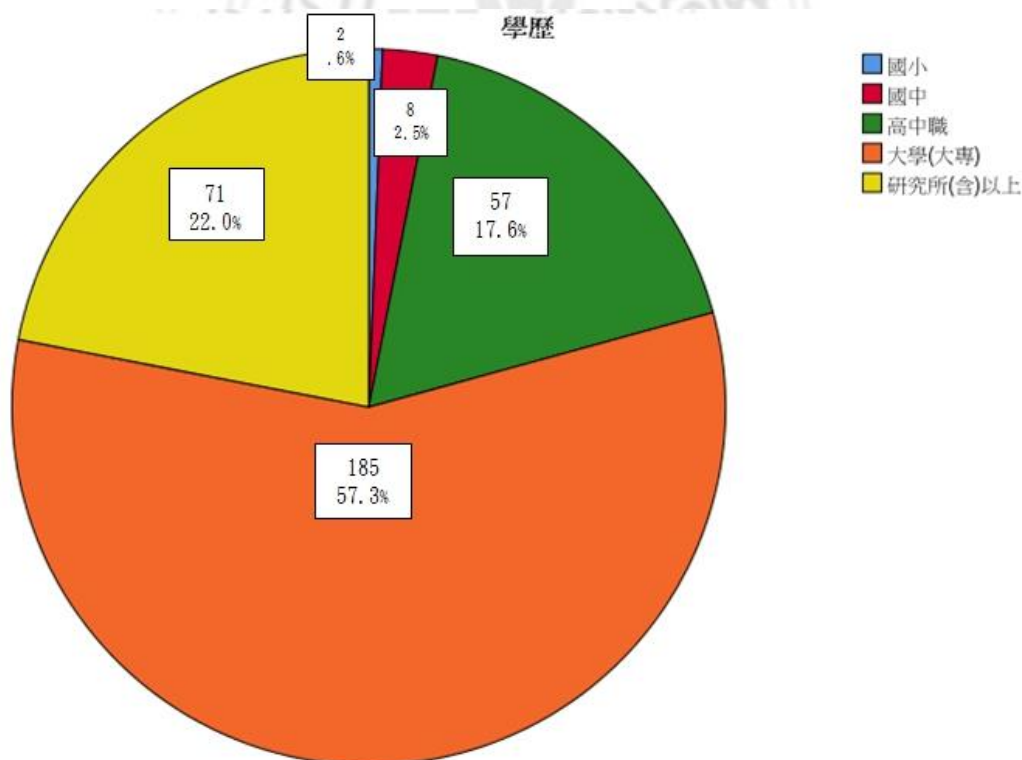


圖 4-1-3 消費者學歷之佔比圖

#### 四、不同「職業」消費者人數分析

本研究對不同職業的消費者進行分析可得知：以學生 95 人最多，占全體人數的 29.4%；其次是其他的有 63 人占全體人數的 19.5%，再其次是服務業 59 人占全體人數的 18.3%，軍公教、製造業人數皆為 38 人，各分別占全體人數的 11.8%，自由業人數為 30 人占全體人數的 9.3%，占比最小；如表 4-1-4 及圖 4-1-4。

表 4-1-4 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 | 軍公教   | 38  | 11.8  | 11.8  |
|    | 製造業   | 38  | 11.8  | 23.5  |
|    | 服務業   | 59  | 18.3  | 41.8  |
|    | 自由業   | 30  | 9.3   | 51.1  |
|    | 學生    | 95  | 29.4  | 80.5  |
|    | 其他    | 63  | 19.5  | 100.0 |
|    | 總計    | 323 | 100.0 | 100.0 |

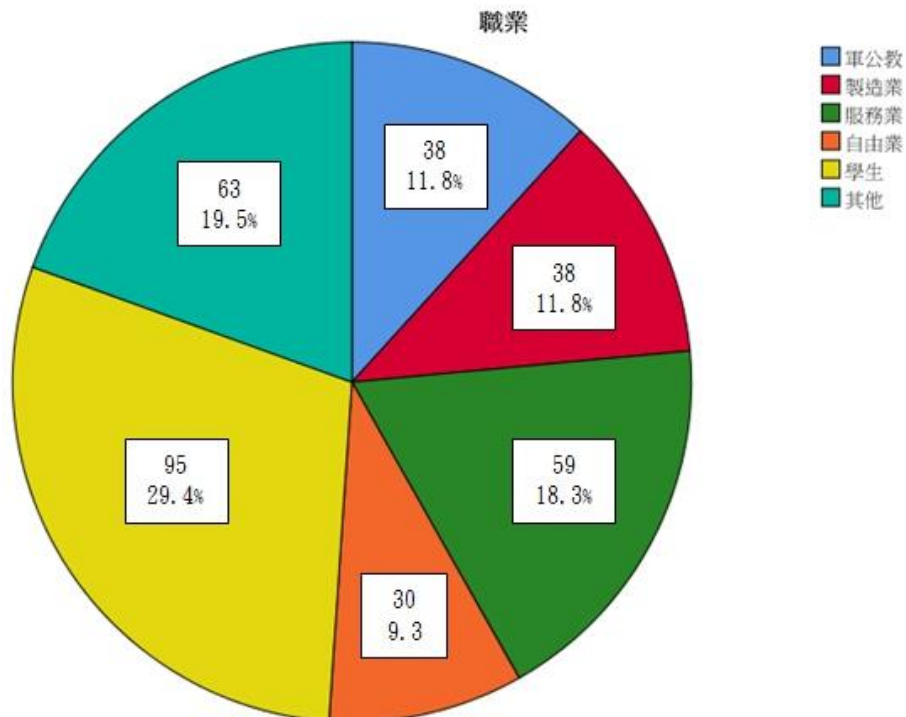


圖 4-1-4 消費者職業之佔比圖

### 五、不同「平均月收入」消費者人數分析

本研究對不同平均月收入的消費者進行分析可得知：2~4萬的有 126 人占全體人數的 39.0%，其次是 2 萬以下的有 97 人占全體人數的 30%，再其次是 4~6 萬的有 57 人占全體人數的 17.6%，8 萬以上的有 23 人佔全體人數 7.1%，6~8 萬有 20 人占全體人數的 6.2%，如表 4-1-5 及圖 4-1-5。

表 4-1-5 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 | 2萬以下  | 97  | 30.0  | 30.0  |
|    | 2~4萬  | 126 | 39.0  | 69.0  |
|    | 4~6萬  | 57  | 17.6  | 86.7  |
|    | 6~8萬  | 20  | 6.2   | 92.9  |
|    | 8萬以上  | 23  | 7.1   | 100.0 |
|    | 總計    | 323 | 100.0 | 100.0 |

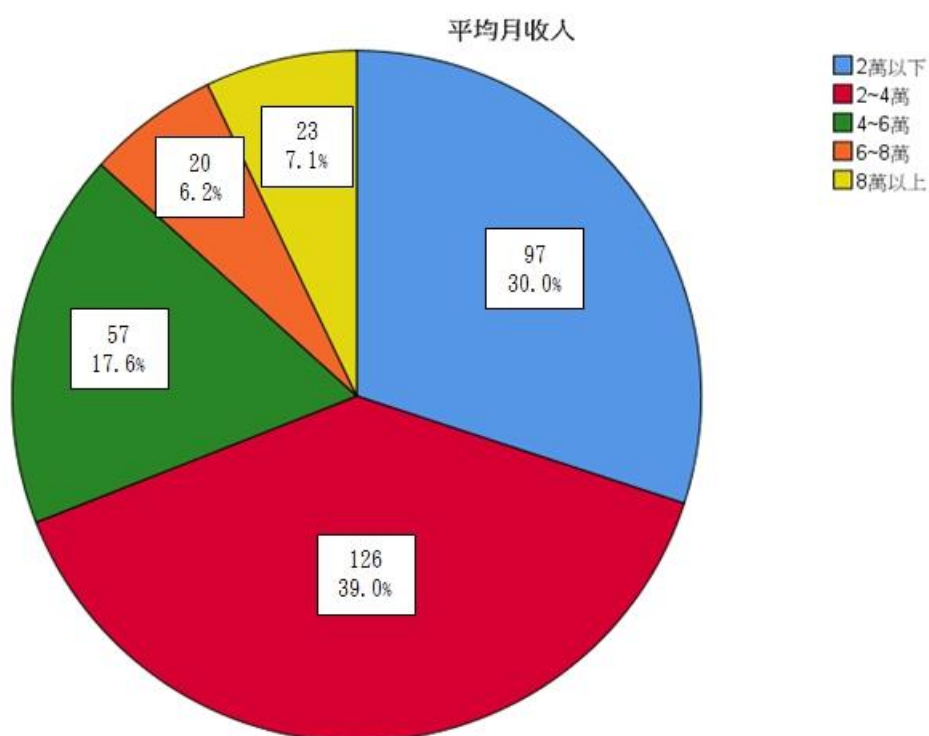


圖 4-1-5 消費者平均月收入之佔比圖

#### 六、是否有「種植經驗」消費者人數分析

本研究取樣 323 人，填答者具有室內植栽種植經驗者共計 202 位，占總比例 62.5%，填答者不具有室內植栽種植經驗者共計 121 位，占總比例 37.5%，如表 4-1-6；兩性之比例接近 2:1，如圖 4-1-6。

表 4-1-6 種植室內植栽經驗與否之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 | 是 | 202   | 62.5  | 62.5  | 62.5  |
|    | 否 | 121   | 37.5  | 37.5  | 100.0 |
| 總計 |   | 323   | 100.0 | 100.0 |       |

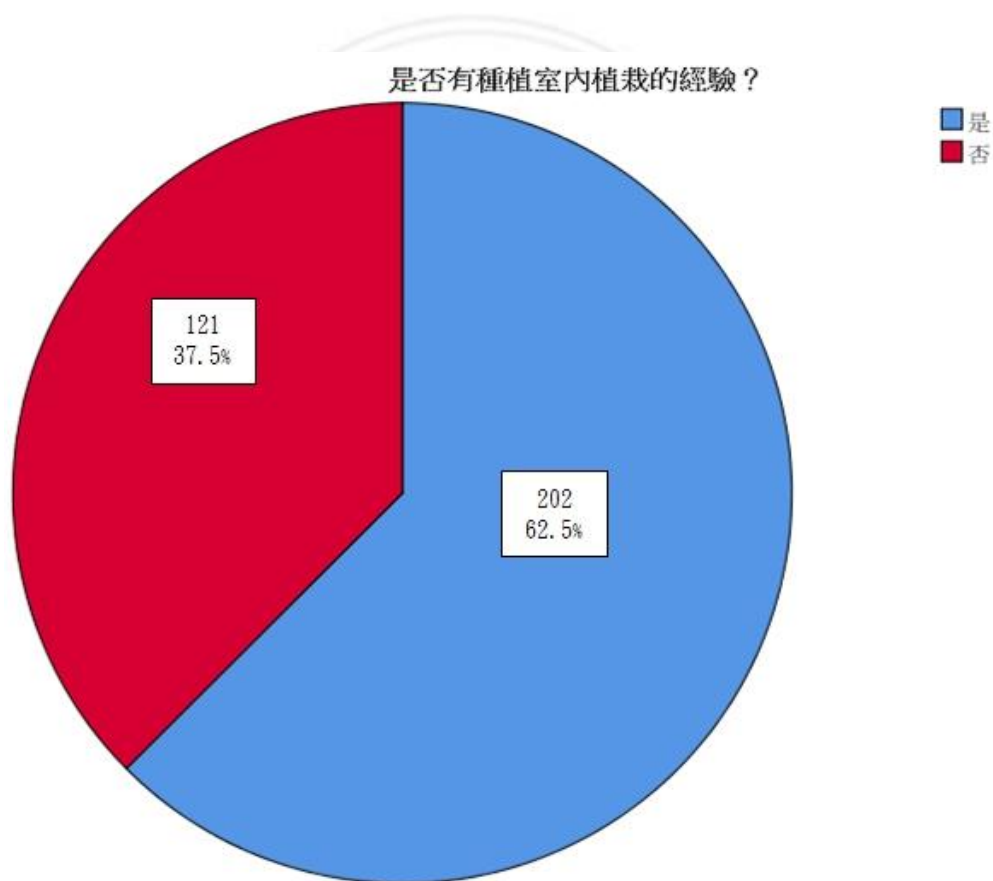


圖 4-1-6 消費者是否有種植室內植栽經驗之佔比圖

### 七、苔球僅利用「線材」網綁成型之消費者認為合理售價分析

本研究取樣 323 人，多數填答者認為 201~400 元區間為合理售價，共計 158 位，占總比例 48.9%，部分填答者認為 200 元以下為較合理售價，共計 141 位，占總比例 43.7%，兩售價區間占比相近，如表 4-1-7；由此可知消費者對於苔球僅利用「線材」網綁成型之合理售價為 400 元以下，如圖 4-1-7。

表 4-1-7 苔球僅利用線材網綁成型之合理售價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 | 200元以下   | 141 | 43.7  | 43.7  |
|    | 201~400元 | 158 | 48.9  | 92.6  |
|    | 401~600元 | 20  | 6.2   | 98.8  |
|    | 601~800元 | 4   | 1.2   | 100.0 |
|    | 總計       | 323 | 100.0 | 100.0 |

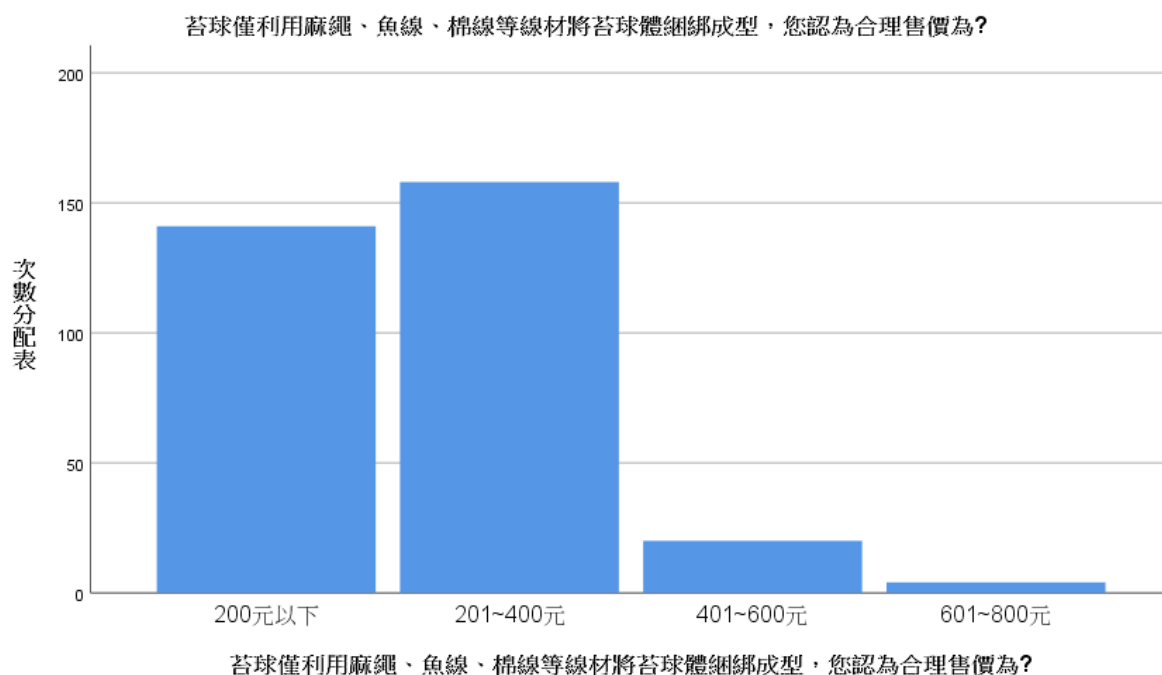


圖 4-1-7 苔球僅利用線材網綁成型之合理售價次數比較圖

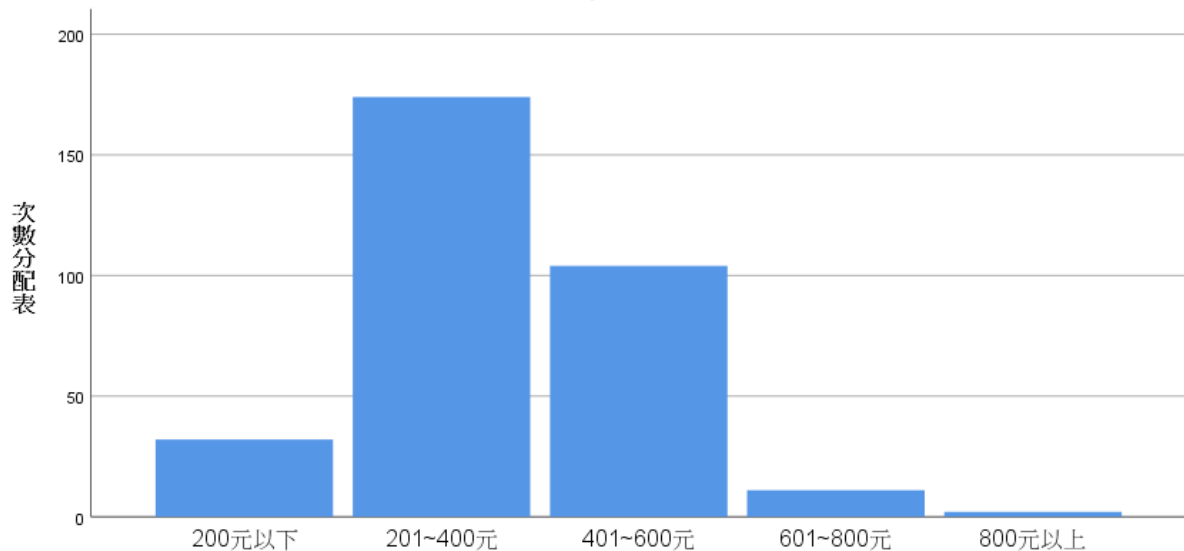
八、苔球附贈「三度空間支架」之消費者認為合理售價分析

本研究取樣 323 人，多數填答者認為 201~400 元區間為合理售價，共計 174 位，占總比例 53.9%，部分填答者認為 401~600 元區間為合理售價，共計 104 位，占總比例 32.2%，如表 4-1-8；由此可知消費者對於購入苔球附贈「三度空間支架」之合理售價為 201~400 元，若價位落在 401~600 元區間時，也有部分消費者願意購入，如圖 4-1-8。

表 4-1-8 苔球附贈三度空間支架之合理售價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 | 200元以下   | 32  | 9.9   | 9.9   |
|    | 201~400元 | 174 | 53.9  | 63.8  |
|    | 401~600元 | 104 | 32.2  | 96.0  |
|    | 601~800元 | 11  | 3.4   | 99.4  |
|    | 800元以上   | 2   | .6    | 100.0 |
|    | 總計       | 323 | 100.0 | 100.0 |

購入苔球時附贈利用單一材料或複合媒材建構「三度空間支架」，增添苔球成列之立體效果，您認為合理售價為？



購入苔球時附贈利用單一材料或複合媒材建構「三度空間支架」，增添苔球成列之立體效果，您認為合理售價為？

圖 4-1-8 苔球附贈三度空間支架之合理售價次數比較圖

### 九、苔球固定於「板材」上之消費者認為合理售價分析

本研究取樣 323 人，多數填答者認為 401~600 元區間為合理售價，共計 136 位，占總比例 42.1%，部分填答者認為 201~400 元區間為合理售價，共計 119 位，占總比例 36.8%，如表 4-1-9；由此可知消費者對於苔球固定於「板材」之合理售價為 401~600 元，若價位落在 201~400 元時，也有部分消費者願意購入，如圖 4-1-9。

表 4-1-9 苔球固定於板材上之合理售價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 | 200元以下   | 6   | 1.9   | 1.9   |
|    | 201~400元 | 119 | 36.8  | 38.7  |
|    | 401~600元 | 136 | 42.1  | 80.8  |
|    | 601~800元 | 50  | 15.5  | 96.3  |
|    | 800元以上   | 12  | 3.7   | 100.0 |
|    | 總計       | 323 | 100.0 | 100.0 |

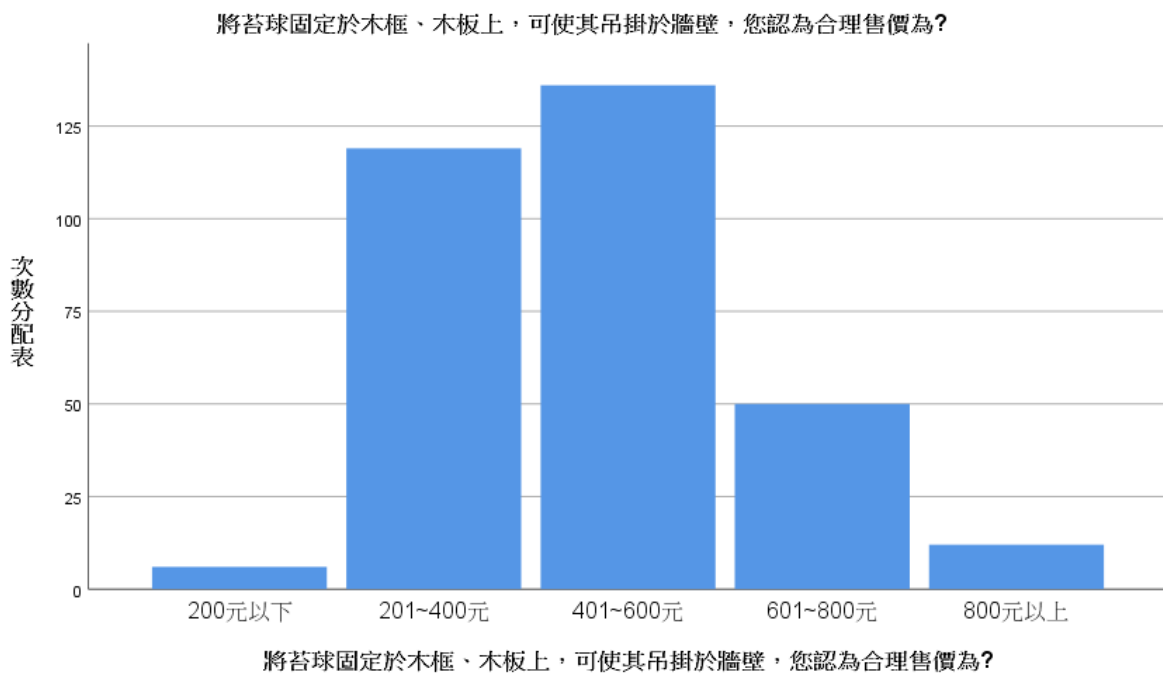


圖 4-1-9 苔球固定於板材上之合理售價次數比較圖

## 第二節 不同背景消費者喜好度之統計分析

本節將依據研究目的將填答問卷之消費者區分成性別、年齡、學歷、職業、月平均收入及室內植栽種植經驗與否等為六類的自變項，並將影響消費者選購苔球產品之「形狀」、「植株」、「線材」、「配件」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「性別」的消費者對苔球產品「形狀」的喜好程度分析

本研究將消費者的性別區分為男性、女性兩個等級，分析對不同「形狀」的喜好度得知：「圓形」的喜好度以女性的4.00最高，「半山形半圓形」的喜好度以女性的3.95最高，「三角形」的喜好度以男性的3.16最高，「方形」的喜好度以女性的3.49最高，「圓餅形」的喜好度以男性的3.64最高；總計的平均數以「圓形」的3.97為最高（如表4-2-1）。

表 4-2-1 不同性別的消費者對苔球產品形狀的喜好程度分析

| 性別 |      | 「圓形」 | 「半山形半圓形」 | 「三角形」 | 「方形」  | 「圓餅形」 |
|----|------|------|----------|-------|-------|-------|
| 男  | 平均值  | 3.90 | 3.70     | 3.16  | 3.43  | 3.64  |
|    | N    | 115  | 115      | 115   | 115   | 115   |
|    | 標準偏差 | .831 | .964     | 1.005 | 1.052 | 1.133 |
| 女  | 平均值  | 4.00 | 3.95     | 3.14  | 3.49  | 3.59  |
|    | N    | 208  | 208      | 208   | 208   | 208   |
|    | 標準偏差 | .777 | .760     | .856  | .953  | .964  |
| 總計 | 平均值  | 3.97 | 3.86     | 3.15  | 3.46  | 3.61  |
|    | N    | 323  | 323      | 323   | 323   | 323   |
|    | 標準偏差 | .797 | .845     | .910  | .988  | 1.026 |

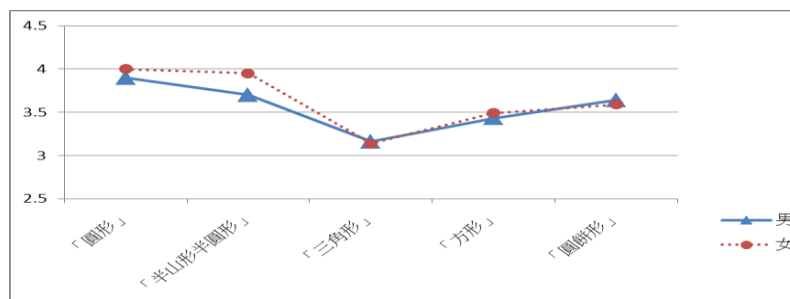


圖 4-2-1 不同性別的消費者對苔球產品形狀的喜好程度分析之均值比較圖



## 二、不同「年齡」的消費者對苔球產品「形狀」的喜好程度分析

本研究將消費者的年齡區分為20歲以下、21~30歲、31~40歲、41~50歲、51~60歲、61歲以上六個等級，由於61歲以上人數僅個位數，其數據不列入分析；分析對不同「形狀」的喜好度得知：「圓形」的喜好度以41~50歲的4.17最高，「半山形半圓形」的喜好度以31~40歲的4.04最高，「三角形」的喜好度以41~50歲的3.43最高，「方形」的喜好度以20歲以下的3.69最高，「圓餅形」的喜好度以41~50歲的3.88最高；總計的平均數以「圓形」的3.97為最高（如表4-2-2）。

表 4-2-2 不同年齡的消費者對苔球產品形狀的喜好程度分析

| 年齡     |      | 「圓形」 | 「半山形半圓形」 | 「三角形」 | 「方形」  | 「圓餅形」 |
|--------|------|------|----------|-------|-------|-------|
| 20歲以下  | 平均值  | 3.88 | 3.82     | 3.24  | 3.69  | 3.65  |
|        | N    | 49   | 49       | 49    | 49    | 49    |
|        | 標準偏差 | .807 | .928     | .902  | .895  | .948  |
| 21~30歲 | 平均值  | 3.87 | 3.80     | 2.93  | 3.38  | 3.50  |
|        | N    | 129  | 129      | 129   | 129   | 129   |
|        | 標準偏差 | .842 | .860     | .850  | .945  | 1.039 |
| 31~40歲 | 平均值  | 4.15 | 4.04     | 3.30  | 3.35  | 3.44  |
|        | N    | 54   | 54       | 54    | 54    | 54    |
|        | 標準偏差 | .787 | .889     | .903  | 1.119 | 1.093 |
| 41~50歲 | 平均值  | 4.17 | 3.88     | 3.43  | 3.43  | 3.88  |
|        | N    | 42   | 42       | 42    | 42    | 42    |
|        | 標準偏差 | .730 | .705     | .831  | 1.129 | 1.017 |
| 51~60歲 | 平均值  | 4.00 | 4.00     | 3.20  | 3.68  | 3.75  |
|        | N    | 40   | 40       | 40    | 40    | 40    |
|        | 標準偏差 | .716 | .716     | 1.067 | .888  | .981  |
| 61歲以上  | 平均值  | 3.67 | 3.33     | 3.33  | 3.33  | 3.89  |
|        | N    | 9    | 9        | 9     | 9     | 9     |
|        | 標準偏差 | .500 | .866     | 1.000 | .866  | .928  |
| 總計     | 平均值  | 3.97 | 3.86     | 3.15  | 3.46  | 3.61  |
|        | N    | 323  | 323      | 323   | 323   | 323   |
|        | 標準偏差 | .797 | .845     | .910  | .988  | 1.026 |

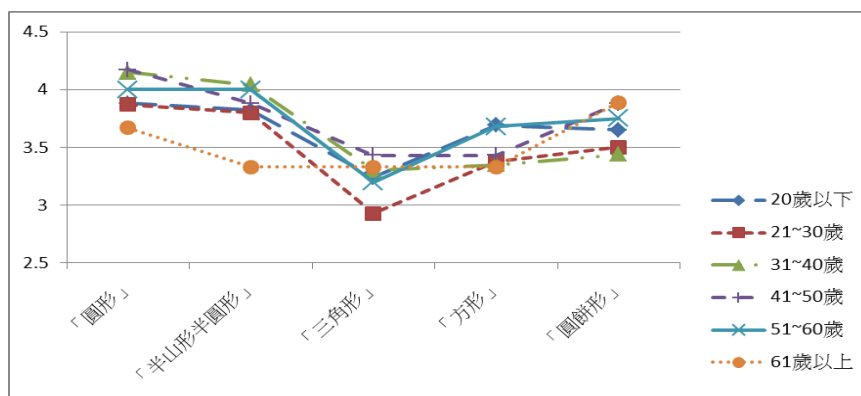


圖 4-2-2 不同年齡的消費者對苔球產品形狀的喜好程度分析之均值比較圖

### 三、不同「學歷」的消費者對苔球產品「形狀」的喜好程度分析

本研究將消費者的學歷區分為國小、國中、高中職、大學(大專)、研究所(含)以上五個等級，由於國小、國中人數僅個位數，其數據不列入分析；分析對不同「形狀」的喜好度得知：「圓形」的喜好度以高中職的4.09最高，「半山形半圓形」的喜好度以大學(大專)的3.89最高，「三角形」的喜好度以高中職的3.28最高，「方形」的喜好度以高中職的3.58最高，「圓餅形」的喜好度以高中職的3.81最高；總計的平均數以「圓形」的3.97為最高（如表4-2-3）。

表 4-2-3 不同學歷的消費者對苔球產品形狀的喜好程度分析

| 學歷     |      | 「圓形」 | 「半山形半圓形」 | 「三角形」 | 「方形」  | 「圓餅形」 |
|--------|------|------|----------|-------|-------|-------|
| 國小     | 平均值  | 4.50 | 4.50     | 4.50  | 4.50  | 5.00  |
|        | N    | 2    | 2        | 2     | 2     | 2     |
|        | 標準偏差 | .707 | .707     | .707  | .707  | .000  |
| 國中     | 平均值  | 3.88 | 3.63     | 2.75  | 3.75  | 3.38  |
|        | N    | 8    | 8        | 8     | 8     | 8     |
|        | 標準偏差 | .835 | 1.061    | .707  | 1.488 | 1.302 |
| 高中職    | 平均值  | 4.09 | 3.79     | 3.28  | 3.58  | 3.81  |
|        | N    | 57   | 57       | 57    | 57    | 57    |
|        | 標準偏差 | .739 | .818     | .959  | 1.017 | 1.008 |
| 大學(大專) | 平均值  | 3.96 | 3.89     | 3.20  | 3.41  | 3.58  |
|        | N    | 185  | 185      | 185   | 185   | 185   |
|        | 標準偏差 | .803 | .859     | .896  | .957  | .987  |

|          |      |      |      |      |      |       |
|----------|------|------|------|------|------|-------|
| 研究所(含)以上 | 平均值  | 3.87 | 3.86 | 2.92 | 3.46 | 3.51  |
|          | N    | 71   | 71   | 71   | 71   | 71    |
|          | 標準偏差 | .827 | .816 | .874 | .983 | 1.094 |
| 總計       | 平均值  | 3.97 | 3.86 | 3.15 | 3.46 | 3.61  |
|          | N    | 323  | 323  | 323  | 323  | 323   |
|          | 標準偏差 | .797 | .845 | .910 | .988 | 1.026 |

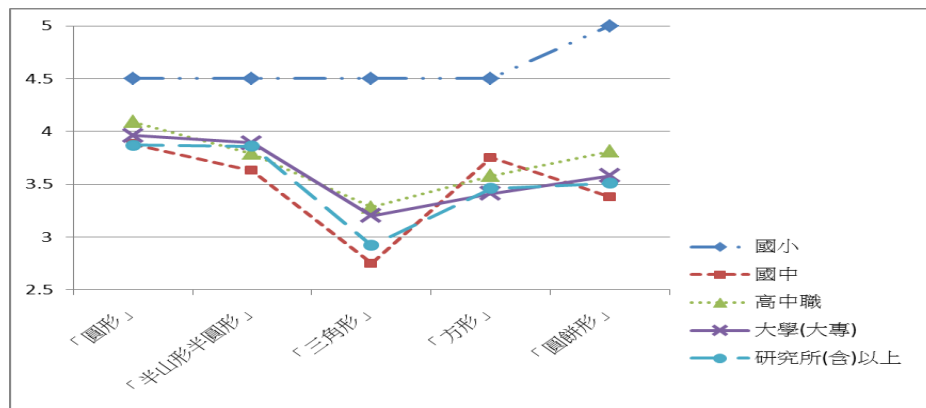


圖 4-2-3 不同學歷的消費者對苔球產品形狀的喜好程度分析之均值比較圖

#### 四、不同「職業」的消費者對苔球產品「形狀」的喜好程度分析

本研究將消費者的職業區分為軍公教、製造業、服務業、自由業、學生、其他六個等級，分析對不同「形狀」的喜好度得知：「圓形」的喜好度以軍公教的4.21最高，「半山形半圓形」的喜好度以製造業的4.00最高，「三角形」的喜好度以製造業的3.45最高，「方形」的喜好度以學生的3.56最高，「圓餅形」的喜好度以其他的3.76最高；總計的平均數以「圓形」的3.97為最高（如表4-2-4）。

表 4-2-4 不同職業的消費者對苔球產品形狀的喜好程度分析

| 職業  |      | 「圓形」 | 「半山形半圓形」 | 「三角形」 | 「方形」  | 「圓餅形」 |
|-----|------|------|----------|-------|-------|-------|
| 軍公教 | 平均值  | 4.21 | 3.89     | 3.18  | 3.53  | 3.42  |
|     | N    | 38   | 38       | 38    | 38    | 38    |
|     | 標準偏差 | .777 | 1.008    | 1.159 | 1.033 | 1.004 |
| 製造業 | 平均值  | 4.08 | 4.00     | 3.45  | 3.32  | 3.53  |
|     | N    | 38   | 38       | 38    | 38    | 38    |
|     | 標準偏差 | .712 | .697     | .891  | .989  | 1.179 |

|     |      |      |      |      |       |       |
|-----|------|------|------|------|-------|-------|
| 服務業 | 平均值  | 4.08 | 3.86 | 3.10 | 3.46  | 3.63  |
|     | N    | 59   | 59   | 59   | 59    | 59    |
|     | 標準偏差 | .702 | .819 | .845 | .988  | 1.065 |
| 自由業 | 平均值  | 3.80 | 3.73 | 3.13 | 3.47  | 3.63  |
|     | N    | 30   | 30   | 30   | 30    | 30    |
|     | 標準偏差 | .761 | .828 | .937 | 1.042 | .809  |
| 學生  | 平均值  | 3.75 | 3.77 | 3.13 | 3.56  | 3.59  |
|     | N    | 95   | 95   | 95   | 95    | 95    |
|     | 標準偏差 | .875 | .856 | .890 | .931  | 1.005 |
| 其他  | 平均值  | 4.05 | 3.97 | 3.03 | 3.38  | 3.76  |
|     | N    | 63   | 63   | 63   | 63    | 63    |
|     | 標準偏差 | .771 | .842 | .822 | 1.038 | 1.043 |
| 總計  | 平均值  | 3.97 | 3.86 | 3.15 | 3.46  | 3.61  |
|     | N    | 323  | 323  | 323  | 323   | 323   |
|     | 標準偏差 | .797 | .845 | .910 | .988  | 1.026 |

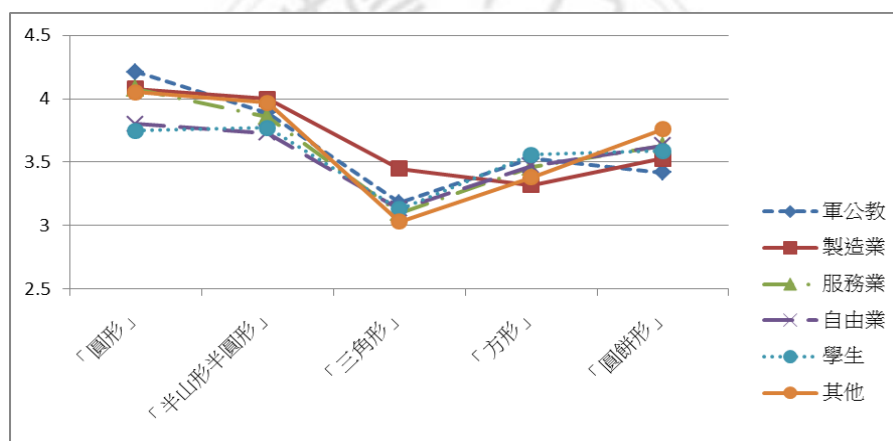


圖 4-2-4 不同職業的消費者對苔球產品形狀的喜好程度分析之均值比較圖

#### 五、不同「平均月收入」的消費者對苔球產品「形狀」的喜好程度分析

本研究將消費者的平均月收入區分為2萬以下、2~4萬、4~6萬、6~8萬、8萬以上五個等級，分析對不同「形狀」的喜好度得知：「圓形」的喜好度以6~8萬的4.20最高，「半山形半圓形」的喜好度以4~6萬及6~8萬的4.05最高，「三角形」的喜好度以8萬以上的3.48最高，「方形」的喜好度以2萬以下的3.53最高，「圓餅形」的喜好度以6~8萬的3.75最高；總計的平均數以「圓形」的3.97為最高（如表4-2-5）。

表 4-2-5 不同月收入的消費者對苔球產品形狀的喜好程度分析

| 平均月收入 |      | 「圓形」 | 「半山形半圓形」 | 「三角形」 | 「方形」  | 「圓餅形」 |
|-------|------|------|----------|-------|-------|-------|
| 2萬以下  | 平均值  | 3.82 | 3.71     | 3.03  | 3.53  | 3.56  |
|       | N    | 97   | 97       | 97    | 97    | 97    |
|       | 標準偏差 | .829 | .935     | .907  | .948  | .989  |
| 2~4萬  | 平均值  | 3.90 | 3.88     | 3.13  | 3.45  | 3.60  |
|       | N    | 126  | 126      | 126   | 126   | 126   |
|       | 標準偏差 | .814 | .765     | .880  | .977  | 1.005 |
| 4~6萬  | 平均值  | 4.18 | 4.05     | 3.23  | 3.42  | 3.72  |
|       | N    | 57   | 57       | 57    | 57    | 57    |
|       | 標準偏差 | .685 | .833     | .802  | 1.034 | .940  |
| 6~8萬  | 平均值  | 4.20 | 4.05     | 3.20  | 3.30  | 3.75  |
|       | N    | 20   | 20       | 20    | 20    | 20    |
|       | 標準偏差 | .696 | .686     | 1.281 | .865  | 1.020 |
| 8萬以上  | 平均值  | 4.17 | 3.78     | 3.48  | 3.52  | 3.43  |
|       | N    | 23   | 23       | 23    | 23    | 23    |
|       | 標準偏差 | .778 | .951     | .947  | 1.238 | 1.472 |
| 總計    | 平均值  | 3.97 | 3.86     | 3.15  | 3.46  | 3.61  |
|       | N    | 323  | 323      | 323   | 323   | 323   |
|       | 標準偏差 | .797 | .845     | .910  | .988  | 1.026 |

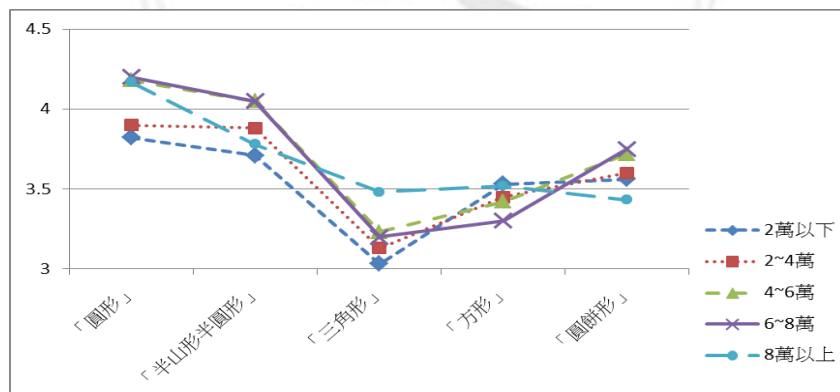


圖 4-2-5 不同月收入的消費者對苔球產品形狀的喜好程度分析之均值比較圖

#### 六、是否有「種植室內植栽經驗」的消費者對苔球產品「形狀」的喜好程度分析

本研究將消費者的種植室內植栽經驗區分為是、否兩個等級，分析對不同「形狀」的喜好度得知：「圓形」的喜好度以是的4.00最高，「半山形半圓形」的喜好度以是的3.91最高，「三角形」的喜好度以是的3.20最高，「方形」的喜好度以是的3.49最高，「圓餅形」的喜好度以是的3.62最高；總計的平均數以「圓形」的3.97

為最高（如表4-2-6）。

表 4-2-6 種植室內植栽經驗與否之消費者對苔球產品形狀的喜好程度分析

| 種植植栽經驗 |      | 「圓形」 | 「半山形半圓形」 | 「三角形」 | 「方形」 | 「圓餅形」 |
|--------|------|------|----------|-------|------|-------|
| 是      | 平均值  | 4.00 | 3.91     | 3.20  | 3.49 | 3.62  |
|        | N    | 202  | 202      | 202   | 202  | 202   |
|        | 標準偏差 | .769 | .865     | .872  | .984 | 1.002 |
| 否      | 平均值  | 3.90 | 3.79     | 3.06  | 3.42 | 3.59  |
|        | N    | 121  | 121      | 121   | 121  | 121   |
|        | 標準偏差 | .841 | .808     | .969  | .998 | 1.070 |
| 總計     | 平均值  | 3.97 | 3.86     | 3.15  | 3.46 | 3.61  |
|        | N    | 323  | 323      | 323   | 323  | 323   |
|        | 標準偏差 | .797 | .845     | .910  | .988 | 1.026 |

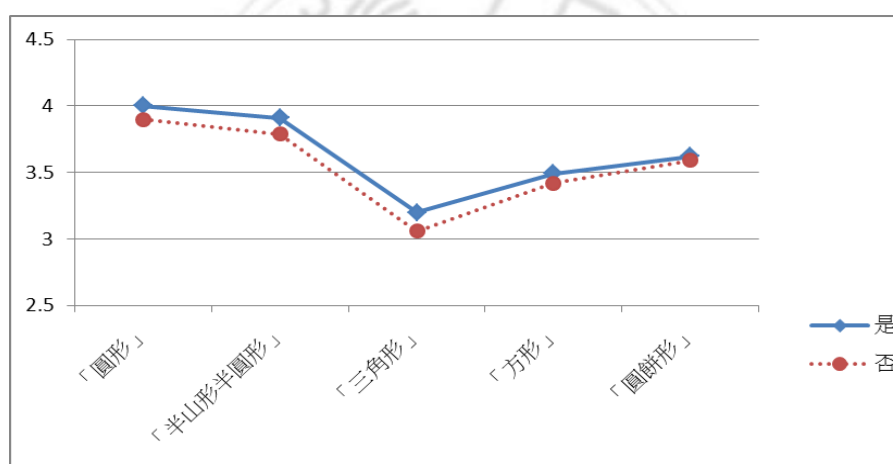


圖 4-2-6 種植室內植栽經驗與否之消費者對苔球產品形狀的喜好程度分析之均值比較圖

#### 七、不同「性別」的消費者對苔球產品「植株」的喜好程度分析

本研究將消費者的性別區分為男性、女性兩個等級，分析對不同「植株」的喜好度發現，「觀花性」的喜好度男性、女性皆為3.97，「型態酷似小樹般」的喜好度以女性的4.02最高，「有特別的斑點與紋路葉片」的喜好度以女性的3.93最高，「葉片形狀特別」的喜好度以女性的3.81最高，「葉片常綠」的喜好度以女性的4.05最高；總計的平均數以「葉片常綠」的4.02為最高（如表4-2-7）。

表 4-2-7 不同性別的消費者對苔球產品植株的喜好程度分析

| 性別 |      | 「觀花性」 | 「型態酷似小樹般」 | 「有特別的斑點與紋路葉片」 | 「葉片形狀特別」 | 「葉片常綠」 |
|----|------|-------|-----------|---------------|----------|--------|
| 男  | 平均值  | 3.97  | 3.81      | 3.70          | 3.65     | 3.96   |
|    | N    | 115   | 115       | 115           | 115      | 115    |
|    | 標準偏差 | .898  | 1.016     | 1.026         | 1.109    | .912   |
| 女  | 平均值  | 3.97  | 4.02      | 3.93          | 3.81     | 4.05   |
|    | N    | 208   | 208       | 208           | 208      | 208    |
|    | 標準偏差 | .795  | .783      | .849          | .895     | .829   |
| 總計 | 平均值  | 3.97  | 3.95      | 3.85          | 3.76     | 4.02   |
|    | N    | 323   | 323       | 323           | 323      | 323    |
|    | 標準偏差 | .831  | .878      | .921          | .978     | .860   |

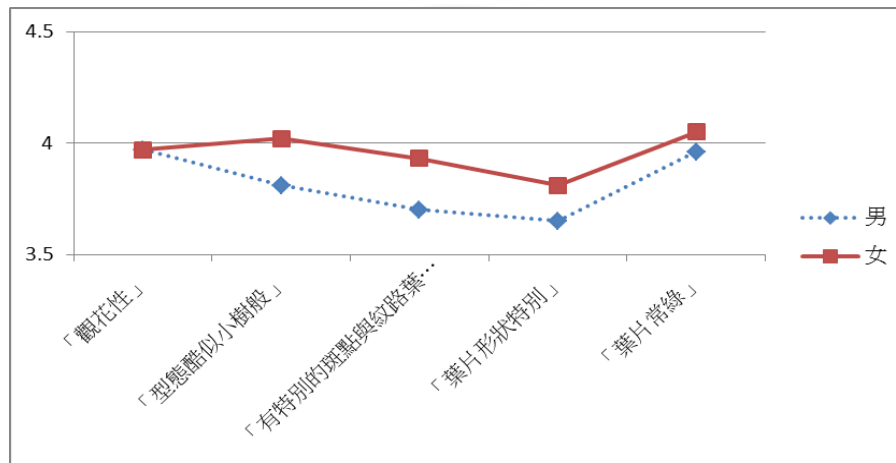


圖 4-2-7 不同性別的消費者對苔球產品植株的喜好程度分析之均值比較圖

#### 八、不同「年齡」的消費者對苔球產品「植株」的喜好程度分析

本研究將消費者的年齡區分為20歲以下、21~30歲、31~40歲、41~50歲、51~60歲、61歲以上六個等級，分析對不同「植株」的喜好度得知：「觀花性」的喜好度以51~60歲的4.20最高，「型態酷似小樹般」的喜好度以21~30歲的4.02最高，「有特別的斑點與紋路葉片」的喜好度以51~60歲的3.95最高，「葉片形狀特別」的喜好度以51~60歲的4.10最高，「葉片常綠」的喜好度以31~40歲的4.24最高；總計的平均數以「葉片常綠」的4.02為最高（如表4-2-8）。

表 4-2-8 不同年齡的消費者對苔球產品植株的喜好程度分析

| 年齡     |      | 「觀花性」 | 「型態酷似小樹般」 | 「有特別的斑點與紋路葉片」 | 「葉片形狀特別」 | 「葉片常綠」 |
|--------|------|-------|-----------|---------------|----------|--------|
| 20歲以下  | 平均值  | 3.80  | 3.80      | 3.67          | 3.51     | 3.98   |
|        | N    | 49    | 49        | 49            | 49       | 49     |
|        | 標準偏差 | .763  | .912      | .987          | 1.043    | .829   |
| 21~30歲 | 平均值  | 3.91  | 4.02      | 3.90          | 3.61     | 3.91   |
|        | N    | 129   | 129       | 129           | 129      | 129    |
|        | 標準偏差 | .857  | .843      | .909          | 1.056    | .879   |
| 31~40歲 | 平均值  | 4.02  | 3.98      | 3.80          | 4.02     | 4.24   |
|        | N    | 54    | 54        | 54            | 54       | 54     |
|        | 標準偏差 | .812  | .765      | 1.016         | .858     | .823   |
| 41~50歲 | 平均值  | 4.05  | 3.95      | 3.90          | 3.83     | 4.05   |
|        | N    | 42    | 42        | 42            | 42       | 42     |
|        | 標準偏差 | .909  | 1.058     | .878          | .986     | 1.011  |
| 51~60歲 | 平均值  | 4.20  | 3.85      | 3.95          | 4.10     | 4.15   |
|        | N    | 40    | 40        | 40            | 40       | 40     |
|        | 標準偏差 | .791  | .949      | .876          | .632     | .700   |
| 61歲以上  | 平均值  | 3.89  | 3.89      | 3.78          | 3.67     | 3.78   |
|        | N    | 9     | 9         | 9             | 9        | 9      |
|        | 標準偏差 | .601  | .601      | .441          | .707     | .667   |
| 總計     | 平均值  | 3.97  | 3.95      | 3.85          | 3.76     | 4.02   |
|        | N    | 323   | 323       | 323           | 323      | 323    |
|        | 標準偏差 | .831  | .878      | .921          | .978     | .860   |

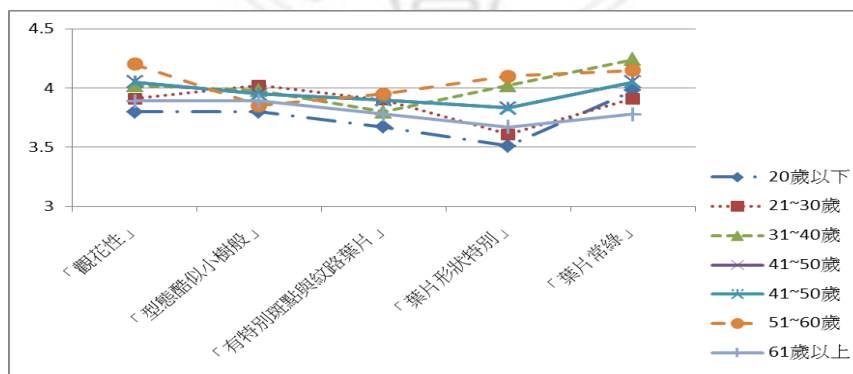


圖 4-2-8 不同年齡的消費者對苔球產品植株的喜好程度分析之均值比較圖

### 九、不同「學歷」的消費者對苔球產品「植株」的喜好程度分析

本研究將消費者的學歷區分為國小、國中、高中職、大學(大專)、研究所(含)



以上五個等級，由於國小、國中人數僅個位數，其數據不列入分析；分析對不同「植株」的喜好度發現，「觀花性」的喜好度以高中職的4.05最高，「型態酷似小樹般」的喜好度以大學(大專)的4.00最高，「有特別的斑點與紋路葉片」的喜好度以大學(大專)的3.88最高，「葉片形狀特別」的喜好度以大學(大專)的3.82最高，「葉片常綠」的喜好度以高中職的4.11最高；總計的平均數以「葉片常綠」的4.02為最高(如表4-2-9)。

表 4-2-9 不同學歷的消費者對苔球產品植株的喜好程度分析

| 學歷       |      | 「觀花性」 | 「型態酷似小樹般」 | 「有特別的斑點與紋路葉片」 | 「葉片形狀特別」 | 「葉片常綠」 |
|----------|------|-------|-----------|---------------|----------|--------|
| 國小       | 平均值  | 4.50  | 4.50      | 4.50          | 4.50     | 4.50   |
|          | N    | 2     | 2         | 2             | 2        | 2      |
|          | 標準偏差 | .707  | .707      | .707          | .707     | .707   |
| 國中       | 平均值  | 2.88  | 3.13      | 3.00          | 3.13     | 3.50   |
|          | N    | 8     | 8         | 8             | 8        | 8      |
|          | 標準偏差 | 1.246 | 1.553     | 1.069         | 1.246    | 1.604  |
| 高中職      | 平均值  | 4.05  | 4.00      | 3.86          | 3.65     | 4.11   |
|          | N    | 57    | 57        | 57            | 57       | 57     |
|          | 標準偏差 | .742  | .945      | .934          | 1.026    | .817   |
| 大學(大專)   | 平均值  | 3.96  | 3.98      | 3.88          | 3.82     | 4.03   |
|          | N    | 185   | 185       | 185           | 185      | 185    |
|          | 標準偏差 | .779  | .824      | .889          | .987     | .853   |
| 研究所(含)以上 | 平均值  | 4.03  | 3.89      | 3.85          | 3.72     | 3.96   |
|          | N    | 71    | 71        | 71            | 71       | 71     |
|          | 標準偏差 | .910  | .838      | .951          | .865     | .801   |
| 總計       | 平均值  | 3.97  | 3.95      | 3.85          | 3.76     | 4.02   |
|          | N    | 323   | 323       | 323           | 323      | 323    |
|          | 標準偏差 | .831  | .878      | .921          | .978     | .860   |

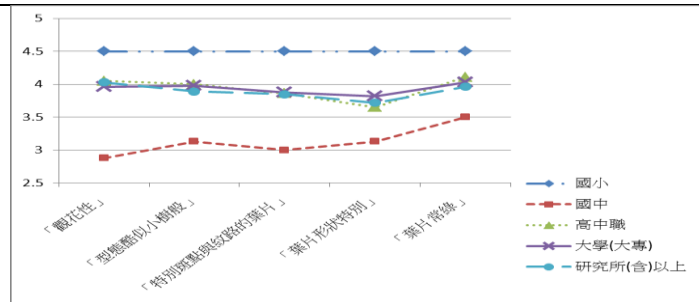


圖 4-2-9 不同學歷的消費者對苔球產品植株的喜好程度分析之均值比較圖

#### 十、不同「職業」的消費者對苔球產品「植株」的喜好程度分析

本研究將消費者的職業區分為軍公教、製造業、服務業、自由業、學生、其他六個等級，分析對不同「植株」的喜好度發現，「觀花性」的喜好度以軍公教的4.29最高，「型態酷似小樹般」的喜好度以軍公教、製造業及服務業的4.00最高，「有特別的斑點與紋路葉片」的喜好度以軍公教的4.11最高，「葉片形狀特別」的喜好度以服務業的3.90最高，「葉片常綠」的喜好度以軍公教、製造業的4.16最高；總計的平均數以「觀花性」及「葉片常綠」的4.08為最高（如表4-2-10）。

表 4-2-10 不同職業的消費者對苔球產品植株的喜好程度分析

| 職業  |      | 「觀花性」 | 「型態酷似小樹般」 | 「有特別的斑點與紋路葉片」 | 「葉片形狀特別」 | 「葉片常綠」 |
|-----|------|-------|-----------|---------------|----------|--------|
| 軍公教 | 平均值  | 4.29  | 4.00      | 4.11          | 3.89     | 4.16   |
|     | N    | 38    | 38        | 38            | 38       | 38     |
|     | 標準偏差 | .654  | .930      | .798          | 1.110    | .718   |
| 製造業 | 平均值  | 3.89  | 4.00      | 3.68          | 3.61     | 4.16   |
|     | N    | 38    | 38        | 38            | 38       | 38     |
|     | 標準偏差 | .798  | .959      | 1.042         | 1.028    | .754   |
| 服務業 | 平均值  | 3.90  | 4.00      | 3.92          | 3.90     | 4.08   |
|     | N    | 59    | 59        | 59            | 59       | 59     |
|     | 標準偏差 | .736  | .670      | .749          | .885     | .836   |
| 自由業 | 平均值  | 3.93  | 3.73      | 3.60          | 3.73     | 3.77   |
|     | N    | 30    | 30        | 30            | 30       | 30     |
|     | 標準偏差 | .828  | .980      | .814          | .785     | 1.006  |
| 學生  | 平均值  | 3.84  | 3.99      | 3.78          | 3.53     | 3.91   |
|     | N    | 95    | 95        | 95            | 95       | 95     |
|     | 標準偏差 | .803  | .857      | 1.023         | 1.040    | .851   |
| 其他  | 平均值  | 4.08  | 3.87      | 3.97          | 3.98     | 4.08   |
|     | N    | 63    | 63        | 63            | 63       | 63     |
|     | 標準偏差 | 1.021 | .959      | .915          | .871     | .938   |
| 總計  | 平均值  | 3.97  | 3.95      | 3.85          | 3.76     | 4.02   |
|     | N    | 323   | 323       | 323           | 323      | 323    |
|     | 標準偏差 | .831  | .878      | .921          | .978     | .860   |

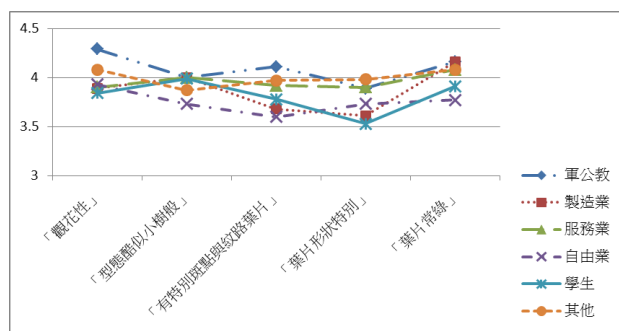


圖 4-2-10 不同職業的消費者對苔球產品植株的喜好程度分析之均值比較圖

### 十一、不同「月收入」的消費者對苔球產品「植株」的喜好程度分析

本研究將消費者的月收入區分為2萬以下、2~4萬、4~6萬、6~8萬、8萬以上五個等級，分析對不同「植株」的喜好度得知：「觀花性」的喜好度以6~8萬的4.35最高，「型態酷似小樹般」的喜好度以4~6萬的4.12最高，「有特別的斑點與紋路葉片」的喜好度以4~6萬的4.11最高，「葉片形狀特別」的喜好度以6~8萬的3.95最高，「葉片常綠」的喜好度以8萬以上的4.17最高；總計的平均數以「葉片常綠」的4.02為最高（如表4-2-11）。

表 4-2-11 不同月收入的消費者對苔球產品植株的喜好程度分析

| 平均月收入    | 「觀花性」 | 「型態酷似小樹般」 | 「有特別的斑點與紋路葉片」 | 「葉片形狀特別」 | 「葉片常綠」 |
|----------|-------|-----------|---------------|----------|--------|
| 2萬以下 平均值 | 3.79  | 3.86      | 3.74          | 3.46     | 3.77   |
| N        | 97    | 97        | 97            | 97       | 97     |
| 標準偏差     | .957  | 1.000     | 1.003         | 1.011    | .984   |
| 2~4萬 平均值 | 3.98  | 3.91      | 3.84          | 3.86     | 4.12   |
| N        | 126   | 126       | 126           | 126      | 126    |
| 標準偏差     | .721  | .820      | .889          | .953     | .765   |
| 4~6萬 平均值 | 4.09  | 4.12      | 4.11          | 3.89     | 4.14   |
| N        | 57    | 57        | 57            | 57       | 57     |
| 標準偏差     | .808  | .734      | .748          | .772     | .854   |
| 6~8萬 平均值 | 4.35  | 3.95      | 3.95          | 3.95     | 4.05   |
| N        | 20    | 20        | 20            | 20       | 20     |
| 標準偏差     | .671  | .945      | .826          | 1.146    | .826   |
| 8萬以上 平均值 | 4.00  | 4.09      | 3.65          | 3.91     | 4.17   |
| N        | 23    | 23        | 23            | 23       | 23     |
| 標準偏差     | .905  | .900      | 1.112         | 1.083    | .650   |

|    |      |      |      |      |      |      |
|----|------|------|------|------|------|------|
| 總計 | 平均值  | 3.97 | 3.95 | 3.85 | 3.76 | 4.02 |
|    | N    | 323  | 323  | 323  | 323  | 323  |
|    | 標準偏差 | .831 | .878 | .921 | .978 | .860 |

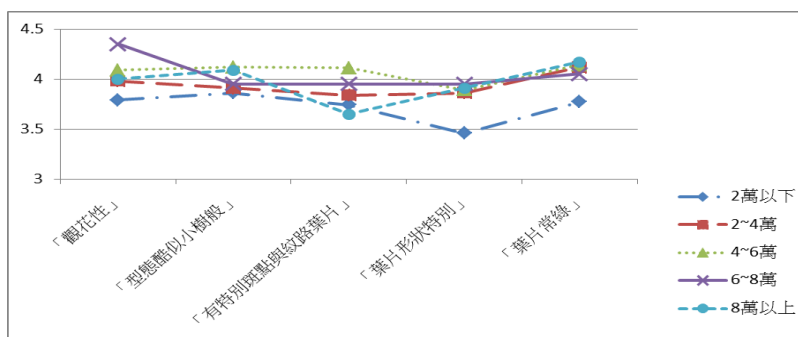


圖 4-2-11 不同月收入的消費者對苔球產品植株的喜好程度分析之均值比較圖

## 十二、是否有「種植室內植栽經驗」的消費者對苔球產品「植株」的喜好程度分析

本研究將消費者的種植室內植栽經驗區分為是、否兩個等級，分析對不同「植株」的喜好度發現，「觀花性」的喜好度以是的4.03最高，「型態酷似小樹般」的喜好度以是的3.98最高，「有特別的斑點與紋路葉片」的喜好度以是的3.91最高，「葉片形狀特別」的喜好度以是的3.81最高，「葉片常綠」的喜好度以是的4.04最高；總計的平均數以「葉片常綠」的4.02為最高（如表4-2-12）。

表 4-2-12 種植室內植栽經驗與否之消費者對苔球產品植株的喜好程度分析

| 種植經驗 |      | 「觀花性」 | 「型態酷似小樹般」 | 「有特別的斑點與紋路葉片」 | 「葉片形狀特別」 | 「葉片常綠」 |
|------|------|-------|-----------|---------------|----------|--------|
| 是    | 平均值  | 4.03  | 3.98      | 3.91          | 3.81     | 4.04   |
|      | N    | 202   | 202       | 202           | 202      | 202    |
|      | 標準偏差 | .843  | .858      | .876          | .927     | .897   |
| 否    | 平均值  | 3.85  | 3.89      | 3.75          | 3.66     | 3.98   |
|      | N    | 121   | 121       | 121           | 121      | 121    |
|      | 標準偏差 | .803  | .911      | .986          | 1.053    | .796   |
| 總計   | 平均值  | 3.97  | 3.95      | 3.85          | 3.76     | 4.02   |
|      | N    | 323   | 323       | 323           | 323      | 323    |
|      | 標準偏差 | .831  | .878      | .921          | .978     | .860   |

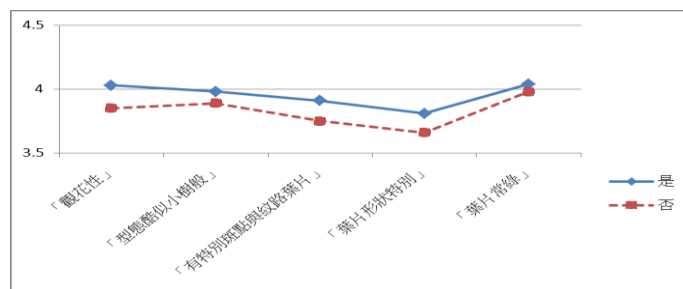


圖 4-2-12 種植室內植栽經驗與否之消費者對苔球產品植株的喜好程度分析均值比較圖

### 十三、不同「性別」的消費者對苔球產品「線材」的喜好程度分析

本研究將消費者的性別區分為男性、女性兩個等級，分析對不同「線材」的喜好度發現，「麻繩」的喜好度以女性的3.67最高，「棉繩」的喜好度以男性的3.68最高，「魚線」的喜好度以男性的3.28最高，「彩色鉛線」的喜好度以男性的3.57最高，「珠串」的喜好度以男性的3.03最高；總計的平均數以「麻繩」的3.65為最高（如表4-2-13）。

表 4-2-13 不同性別的消費者對苔球產品線材的喜好程度分析

| 性別 |      | 「麻繩」  | 「棉繩」  | 「魚線」  | 「彩色鉛線」 | 「珠串」  |
|----|------|-------|-------|-------|--------|-------|
| 男  | 平均值  | 3.61  | 3.68  | 3.28  | 3.57   | 3.03  |
|    | N    | 115   | 115   | 115   | 115    | 115   |
|    | 標準偏差 | 1.040 | 1.031 | 1.159 | 1.052  | 1.131 |
| 女  | 平均值  | 3.67  | 3.62  | 3.07  | 3.50   | 2.79  |
|    | N    | 208   | 208   | 208   | 208    | 208   |
|    | 標準偏差 | .922  | .796  | .995  | 1.007  | 1.056 |
| 總計 | 平均值  | 3.65  | 3.64  | 3.14  | 3.52   | 2.88  |
|    | N    | 323   | 323   | 323   | 323    | 323   |
|    | 標準偏差 | .965  | .886  | 1.059 | 1.022  | 1.088 |

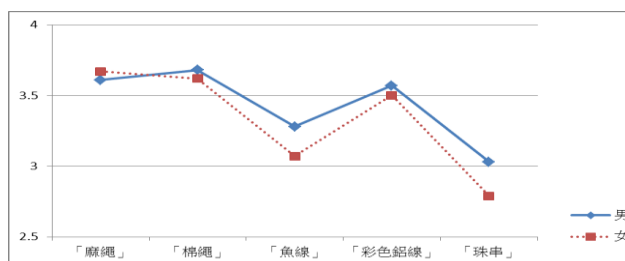


圖 4-2-13 不同性別的消費者對苔球產品線材的喜好程度分析之均值比較圖

#### 十四、不同「年齡」的消費者對苔球產品「線材」的喜好程度分析

本研究將消費者的年齡區分為20歲以下、21~30歲、31~40歲、41~50歲、51~60歲、61歲以上六個等級，由於61歲以上人數僅個位數，其數據不列入分析；分析對不同「線材」的喜好度得知：「麻繩」的喜好度以51~60歲的3.97最高，「棉繩」的喜好度以51~60歲的4.00最高，「魚線」的喜好度以31~40歲的3.41最高，「彩色鋁線」的喜好度以41~50歲的3.83最高，「珠串」的喜好度以20歲以下的3.24最高；總計的平均數以「麻繩」的3.65為最高（如表4-2-14）。

表 4-2-14 不同年齡的消費者對苔球產品線材的喜好程度分析

| 年齡     |      | 「麻繩」  | 「棉繩」  | 「魚線」  | 「彩色鋁線」 | 「珠串」  |
|--------|------|-------|-------|-------|--------|-------|
| 20歲以下  | 平均值  | 3.41  | 3.57  | 2.96  | 3.67   | 3.24  |
|        | N    | 49    | 49    | 49    | 49     | 49    |
|        | 標準偏差 | 1.019 | .979  | 1.172 | .922   | 1.071 |
| 21~30歲 | 平均值  | 3.47  | 3.54  | 2.98  | 3.33   | 2.57  |
|        | N    | 129   | 129   | 129   | 129    | 129   |
|        | 標準偏差 | 1.001 | .848  | 1.079 | 1.048  | .998  |
| 31~40歲 | 平均值  | 3.87  | 3.76  | 3.41  | 3.33   | 2.83  |
|        | N    | 54    | 54    | 54    | 54     | 54    |
|        | 標準偏差 | .870  | .799  | .981  | 1.116  | 1.161 |
| 41~50歲 | 平均值  | 3.93  | 3.60  | 3.36  | 3.83   | 3.14  |
|        | N    | 42    | 42    | 42    | 42     | 42    |
|        | 標準偏差 | .838  | 1.083 | 1.008 | 1.080  | 1.117 |
| 51~60歲 | 平均值  | 3.97  | 4.00  | 3.35  | 3.80   | 3.15  |
|        | N    | 40    | 40    | 40    | 40     | 40    |
|        | 標準偏差 | .800  | .716  | .893  | .758   | 1.027 |
| 61歲以上  | 平均值  | 3.33  | 3.22  | 3.00  | 3.89   | 3.00  |
|        | N    | 9     | 9     | 9     | 9      | 9     |
|        | 標準偏差 | 1.118 | .667  | 1.118 | .601   | 1.118 |
| 總計     | 平均值  | 3.65  | 3.64  | 3.14  | 3.52   | 2.88  |
|        | N    | 323   | 323   | 323   | 323    | 323   |
|        | 標準偏差 | .965  | .886  | 1.059 | 1.022  | 1.088 |

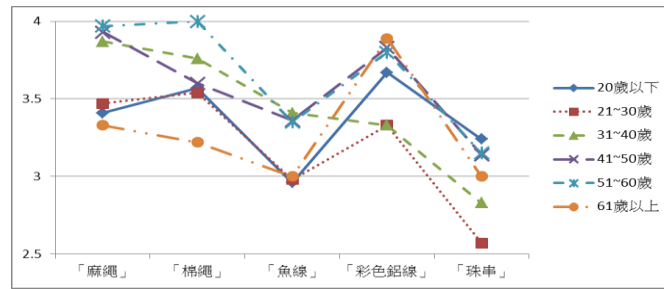


圖 4-2-14 不同年齡的消費者對苔球產品線材的喜好程度分析之均值比較圖

### 十五、不同「學歷」的消費者對苔球產品「線材」的喜好程度分析

本研究將消費者的學歷區分為國小、國中、高中職、大學(大專)、研究所(含)以上五個等級，由於國小、國中人數僅個位數，其數據不列入分析；分析對不同「線材」的喜好度得知：「麻繩」的喜好度以高中職的3.72最高，「棉繩」的喜好度以高中職的3.67最高，「魚線」的喜好度以大學(大專)的3.21最高，「彩色鋁線」的喜好度以高中職的3.79最高，「珠串」的喜好度以高中職的3.25最高；總計的平均數以「麻繩」的3.65為最高（如表4-2-15）。

表 4-2-15 不同學歷的消費者對苔球產品線材的喜好程度分析

| 學歷           |      | 「麻繩」  | 「棉繩」  | 「魚線」  | 「彩色鋁線」 | 「珠串」  |
|--------------|------|-------|-------|-------|--------|-------|
| 國小           | 平均值  | 5.00  | 4.50  | 4.50  | 4.50   | 4.00  |
|              | N    | 2     | 2     | 2     | 2      | 2     |
|              | 標準偏差 | .000  | .707  | .707  | .707   | 1.414 |
| 國中           | 平均值  | 3.38  | 3.62  | 3.00  | 3.62   | 3.25  |
|              | N    | 8     | 8     | 8     | 8      | 8     |
|              | 標準偏差 | 1.598 | 1.685 | 1.512 | 1.061  | 1.581 |
| 高中職          | 平均值  | 3.72  | 3.67  | 3.18  | 3.79   | 3.25  |
|              | N    | 57    | 57    | 57    | 57     | 57    |
|              | 標準偏差 | .959  | .970  | 1.212 | .940   | 1.184 |
| 大學(大專)       | 平均值  | 3.69  | 3.65  | 3.21  | 3.43   | 2.79  |
|              | N    | 185   | 185   | 185   | 185    | 185   |
|              | 標準偏差 | .949  | .821  | .963  | 1.031  | 1.043 |
| 研究所(含)<br>以上 | 平均值  | 3.48  | 3.56  | 2.92  | 3.51   | 2.72  |
|              | N    | 71    | 71    | 71    | 71     | 71    |
|              | 標準偏差 | .908  | .874  | 1.092 | 1.040  | .988  |
| 總計           | 平均值  | 3.65  | 3.64  | 3.14  | 3.52   | 2.88  |
|              | N    | 323   | 323   | 323   | 323    | 323   |
|              | 標準偏差 | .965  | .886  | 1.059 | 1.022  | 1.088 |

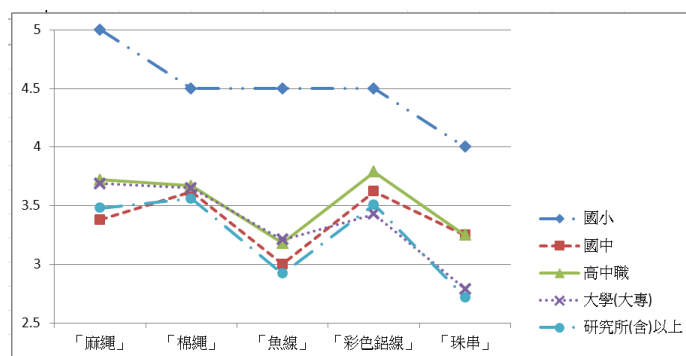


圖 4-2-15 不同學歷的消費者對苔球產品線材的喜好程度分析之均值比較圖

#### 十六、不同「職業」的消費者對苔球產品「線材」的喜好程度分析

本研究將消費者的職業區分為軍公教、製造業、服務業、自由業、學生、其他六個等級，分析對不同「線材」的喜好度得知：「麻繩」的喜好度以製造業的4.00最高，「棉繩」的喜好度以製造業的3.95最高，「魚線」的喜好度以製造業的3.45最高，「彩色鋁線」的喜好度以其他的3.62最高，「珠串」的喜好度以製造業的3.11最高；總計的平均數以「麻繩」的3.65為最高（如表4-2-16）。

表 4-2-16 不同職業的消費者對苔球產品線材的喜好程度分析

| 職業  |      | 「麻繩」  | 「棉繩」 | 「魚線」  | 「彩色鋁線」 | 「珠串」  |
|-----|------|-------|------|-------|--------|-------|
| 軍公教 | 平均值  | 3.71  | 3.63 | 3.42  | 3.58   | 2.97  |
|     | N    | 38    | 38   | 38    | 38     | 38    |
|     | 標準偏差 | 1.183 | .852 | 1.030 | 1.056  | 1.000 |
| 製造業 | 平均值  | 4.00  | 3.95 | 3.45  | 3.61   | 3.11  |
|     | N    | 38    | 38   | 38    | 38     | 38    |
|     | 標準偏差 | .735  | .804 | 1.058 | 1.079  | 1.181 |
| 服務業 | 平均值  | 3.76  | 3.73 | 3.19  | 3.54   | 2.78  |
|     | N    | 59    | 59   | 59    | 59     | 59    |
|     | 標準偏差 | .817  | .715 | .973  | 1.039  | 1.131 |
| 自由業 | 平均值  | 3.60  | 3.37 | 3.13  | 3.33   | 2.93  |
|     | N    | 30    | 30   | 30    | 30     | 30    |
|     | 標準偏差 | .814  | .999 | 1.106 | 1.093  | 1.112 |
| 學生  | 平均值  | 3.36  | 3.57 | 2.85  | 3.45   | 2.76  |
|     | N    | 95    | 95   | 95    | 95     | 95    |
|     | 標準偏差 | 1.020 | .919 | 1.101 | .998   | 1.039 |



|    |      |      |      |       |       |       |
|----|------|------|------|-------|-------|-------|
| 其他 | 平均值  | 3.75 | 3.60 | 3.19  | 3.62  | 2.92  |
|    | N    | 63   | 63   | 63    | 63    | 63    |
|    | 標準偏差 | .967 | .959 | .998  | .974  | 1.112 |
| 總計 | 平均值  | 3.65 | 3.64 | 3.14  | 3.52  | 2.88  |
|    | N    | 323  | 323  | 323   | 323   | 323   |
|    | 標準偏差 | .965 | .886 | 1.059 | 1.022 | 1.088 |

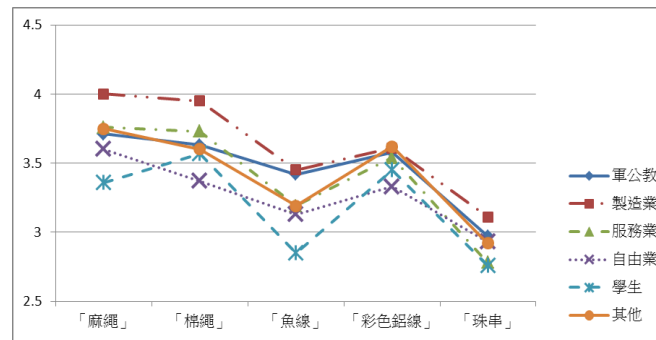


圖 4-2-16 不同職業的消費者對苔球產品線材的喜好程度分析之均值比較圖

#### 十七、不同「月收入」的消費者對苔球產品「線材」的喜好程度分析

本研究將消費者的月收入區分為2萬以下、2~4萬、4~6萬、6~8萬、8萬以上五個等級，分析對不同「線材」的喜好度得知：「麻繩」的喜好度以4~6萬的3.79最高，「棉繩」的喜好度以8萬以上的3.78最高，「魚線」的喜好度以4~6萬的3.47最高，「彩色鋁線」的喜好度以8萬以上的3.91最高，「珠串」的喜好度以8萬以上的3.22最高；總計的平均數以「麻繩」的3.65為最高，（如表4-2-17）。

表 4-2-17 不同月收入的消費者對苔球產品線材的喜好程度分析

| 平均月收入 |      | 「麻繩」 | 「棉繩」  | 「魚線」  | 「彩色鋁線」 | 「珠串」  |
|-------|------|------|-------|-------|--------|-------|
| 2萬以下  | 平均值  | 3.46 | 3.51  | 2.84  | 3.43   | 2.82  |
|       | N    | 97   | 97    | 97    | 97     | 97    |
|       | 標準偏差 | .969 | 1.022 | 1.087 | .912   | 1.071 |
| 2~4萬  | 平均值  | 3.70 | 3.65  | 3.22  | 3.48   | 2.78  |
|       | N    | 126  | 126   | 126   | 126    | 126   |
|       | 標準偏差 | .990 | .842  | 1.050 | 1.079  | 1.027 |
| 4~6萬  | 平均值  | 3.79 | 3.74  | 3.47  | 3.61   | 3.04  |
|       | N    | 57   | 57    | 57    | 57     | 57    |
|       | 標準偏差 | .818 | .791  | .984  | 1.065  | 1.295 |

|      |      |       |      |       |       |       |
|------|------|-------|------|-------|-------|-------|
| 6-8萬 | 平均值  | 3.70  | 3.75 | 3.15  | 3.55  | 2.90  |
|      | N    | 20    | 20   | 20    | 20    | 20    |
|      | 標準偏差 | .865  | .716 | 1.182 | 1.050 | 1.021 |
| 8萬以上 | 平均值  | 3.74  | 3.78 | 3.17  | 3.91  | 3.22  |
|      | N    | 23    | 23   | 23    | 23    | 23    |
|      | 標準偏差 | 1.176 | .850 | .778  | .996  | .951  |
| 總計   | 平均值  | 3.65  | 3.64 | 3.14  | 3.52  | 2.88  |
|      | N    | 323   | 323  | 323   | 323   | 323   |
|      | 標準偏差 | .965  | .886 | 1.059 | 1.022 | 1.088 |

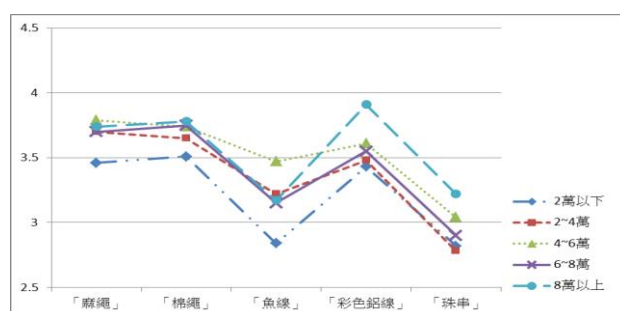


圖 4-2-17 不同月收入的消費者對苔球產品線材的喜好程度分析之均值比較圖

#### 十八、是否有「種植室內植栽經驗」的消費者對苔球產品「線材」的喜好程度分析

本研究將消費者的種植室內植栽經驗區分為是、否兩個等級，分析對不同「線材」的喜好度得知：「麻繩」的喜好度以是的3.70最高，「棉繩」的喜好度以是的3.65最高，「魚線」的喜好度以是的3.20最高，「彩色鋁線」的喜好度以否的3.55最高，「珠串」的喜好度以是的2.91最高；總計的平均數以「麻繩」的3.65為最高（如表4-2-18）。

表 4-2-18 種植室內植栽經驗與否之消費者對苔球產品線材的喜好程度分析

| 種植經驗 |      | 「麻繩」 | 「棉繩」 | 「魚線」  | 「彩色鋁線」 | 「珠串」  |
|------|------|------|------|-------|--------|-------|
| 是    | 平均值  | 3.70 | 3.65 | 3.20  | 3.50   | 2.91  |
|      | N    | 202  | 202  | 202   | 202    | 202   |
|      | 標準偏差 | .947 | .875 | 1.046 | 1.009  | 1.054 |
| 否    | 平均值  | 3.55 | 3.61 | 3.05  | 3.55   | 2.83  |
|      | N    | 121  | 121  | 121   | 121    | 121   |
|      | 標準偏差 | .991 | .907 | 1.079 | 1.048  | 1.145 |

|    |      |      |      |       |       |       |
|----|------|------|------|-------|-------|-------|
| 總計 | 平均值  | 3.65 | 3.64 | 3.14  | 3.52  | 2.88  |
|    | N    | 323  | 323  | 323   | 323   | 323   |
|    | 標準偏差 | .965 | .886 | 1.059 | 1.022 | 1.088 |

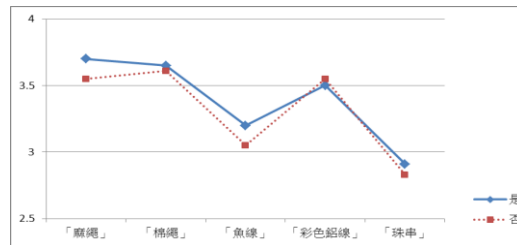


圖 4-2-18 種植室內植栽經驗與否之消費者對苔球產品線材的喜好程度分析均值比較圖

### 十九、不同「性別」的消費者對苔球產品「配件」的喜好程度分析

本研究將消費者的性別區分為男性、女性兩個等級，分析對不同「配件」的喜好度得知：「懸掛式線材」的喜好度以女性的4.23最高，「壁掛式板材」的喜好度以女性的4.30最高，「三度空間支架」的喜好度以女性的4.05最高，「天然材質」的喜好度以男性的4.08最高，「碗盤杯子類」的喜好度以女性的3.91最高；總計的平均數以「壁掛式板材」的4.27為最高（如表4-2-19）。

表 4-2-19 不同性別的消費者對苔球產品配件的喜好程度分析

| 性別 |      | 「懸掛式線材」 | 「壁掛式板材」 | 「三度空間支架」 | 「天然材質」 | 「碗盤杯子類」 |
|----|------|---------|---------|----------|--------|---------|
| 男  | 平均值  | 4.03    | 4.22    | 3.98     | 4.08   | 3.80    |
|    | N    | 115     | 115     | 115      | 115    | 115     |
|    | 標準偏差 | .826    | .846    | .858     | .839   | .881    |
| 女  | 平均值  | 4.23    | 4.30    | 4.05     | 4.04   | 3.91    |
|    | N    | 208     | 208     | 208      | 208    | 208     |
|    | 標準偏差 | .648    | .702    | .864     | .842   | .802    |
| 總計 | 平均值  | 4.16    | 4.27    | 4.03     | 4.06   | 3.87    |
|    | N    | 323     | 323     | 323      | 323    | 323     |
|    | 標準偏差 | .722    | .756    | .861     | .840   | .831    |

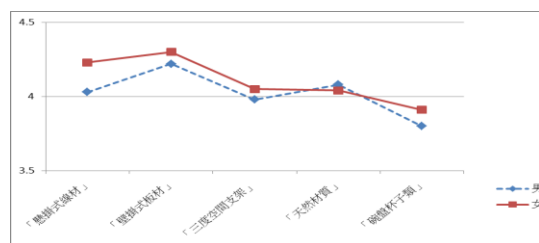


圖 4-2-19 不同性別的消費者對苔球產品配件的喜好程度分析之均值比較圖

## 二十、不同「年齡」的消費者對苔球產品「配件」的喜好程度分析

本研究將消費者的年齡區分為20歲以下、21~30歲、31~40歲、41~50歲、51~60歲、61歲以上六個等級，由於61歲以上僅個位數，其數據不列入分析；分析對不同「配件」的喜好度發現，「懸掛式線材」的喜好度以31~40歲的4.30最高，「壁掛式板材」的喜好度以31~40歲的4.48最高，「三度空間支架」的喜好度以41~50歲的4.12最高，「天然材質」的喜好度以41~50歲的4.40最高，「碗盤杯子類」的喜好度以51~60歲的4.13最高；總計的平均數以「壁掛式板材」的4.27為最高，各年齡層的消費者對「配件」的喜好度(如表4-2-20)。

表 4-2-20 不同年齡的消費者對苔球產品配件的喜好程度分析

| 年齡     |      | 「懸掛式線材」 | 「壁掛式板材」 | 「三度空間支架」 | 「天然材質」 | 「碗盤杯子類」 |
|--------|------|---------|---------|----------|--------|---------|
| 20歲以下  | 平均值  | 4.20    | 4.12    | 3.98     | 3.82   | 3.69    |
|        | N    | 49      | 49      | 49       | 49     | 49      |
|        | 標準偏差 | .676    | .881    | .829     | .858   | .847    |
| 21~30歲 | 平均值  | 4.07    | 4.29    | 4.04     | 3.87   | 3.81    |
|        | N    | 129     | 129     | 129      | 129    | 129     |
|        | 標準偏差 | .772    | .678    | .896     | .869   | .882    |
| 31~40歲 | 平均值  | 4.30    | 4.48    | 4.06     | 4.33   | 3.87    |
|        | N    | 54      | 54      | 54       | 54     | 54      |
|        | 標準偏差 | .690    | .666    | .856     | .673   | .728    |
| 41~50歲 | 平均值  | 4.29    | 4.38    | 4.12     | 4.40   | 3.98    |
|        | N    | 42      | 42      | 42       | 42     | 42      |
|        | 標準偏差 | .708    | .795    | .861     | .857   | 1.000   |
| 51~60歲 | 平均值  | 4.15    | 4.03    | 3.95     | 4.15   | 4.13    |
|        | N    | 40      | 40      | 40       | 40     | 40      |
|        | 標準偏差 | .700    | .862    | .904     | .736   | .563    |

|       |      |      |      |      |      |      |
|-------|------|------|------|------|------|------|
| 61歲以上 | 平均值  | 3.89 | 4.11 | 3.89 | 4.33 | 4.00 |
|       | N    | 9    | 9    | 9    | 9    | 9    |
|       | 標準偏差 | .333 | .601 | .333 | .500 | .500 |
| 總計    | 平均值  | 4.16 | 4.27 | 4.03 | 4.06 | 3.87 |
|       | N    | 323  | 323  | 323  | 323  | 323  |
|       | 標準偏差 | .722 | .756 | .861 | .840 | .831 |

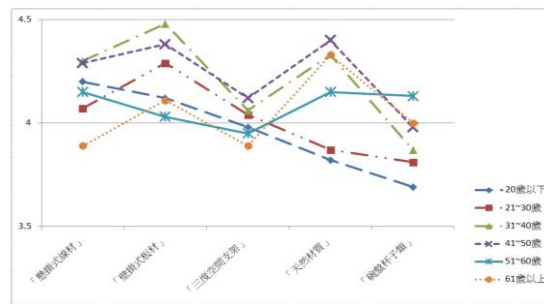


圖 4-2-20 不同年齡的消費者對苔球產品配件的喜好程度分析之均值比較圖

#### 二十一、不同「學歷」的消費者對苔球產品「配件」的喜好程度分析

本研究將消費者的學歷區分為國小、國中、高中職、大學(大專)、研究所(含)以上五個等級，由於國小、國中人數僅個位數，其數據不列入分析；分析對不同「配件」的喜好度發現，「懸掛式線材」的喜好度以高中職的4.23最高，「壁掛式板材」的喜好度以研究所(含)以上的4.30最高，「三度空間支架」的喜好度以高中職的4.19最高，「天然材質」的喜好度以高中職的4.25最高，「碗盤杯子類」的喜好度以高中職的3.98最高；總計的平均數以「壁掛式板材」的4.30為最高，各學歷的消費者對「配件」的喜好度(如表4-2-21)。

表 4-2-21 不同學歷的消費者對苔球產品配件的喜好程度分析

| 學歷 |      | 「懸掛式線材」 | 「壁掛式板材」 | 「三度空間支架」 | 「天然材質」 | 「碗盤杯子類」 |
|----|------|---------|---------|----------|--------|---------|
| 國小 | 平均值  | 4.50    | 4.50    | 4.50     | 5.00   | 4.50    |
|    | N    | 2       | 2       | 2        | 2      | 2       |
|    | 標準偏差 | .707    | .707    | .707     | .000   | .707    |
| 國中 | 平均值  | 4.13    | 3.88    | 3.75     | 3.38   | 3.50    |
|    | N    | 8       | 8       | 8        | 8      | 8       |
|    | 標準偏差 | .835    | 1.553   | 1.035    | 1.408  | 1.195   |

|                  |      |      |      |      |      |      |
|------------------|------|------|------|------|------|------|
| 高中職              | 平均值  | 4.23 | 4.26 | 4.19 | 4.25 | 3.98 |
|                  | N    | 57   | 57   | 57   | 57   | 57   |
|                  | 標準偏差 | .682 | .813 | .743 | .763 | .813 |
| 大學<br>(大專)       | 平均值  | 4.16 | 4.28 | 4.01 | 4.05 | 3.86 |
|                  | N    | 185  | 185  | 185  | 185  | 185  |
|                  | 標準偏差 | .731 | .712 | .891 | .852 | .877 |
| 研究所<br>(含)以<br>上 | 平均值  | 4.11 | 4.30 | 3.96 | 3.96 | 3.82 |
|                  | N    | 71   | 71   | 71   | 71   | 71   |
|                  | 標準偏差 | .728 | .705 | .853 | .745 | .661 |
| 總計               | 平均值  | 4.16 | 4.27 | 4.03 | 4.06 | 3.87 |
|                  | N    | 323  | 323  | 323  | 323  | 323  |
|                  | 標準偏差 | .722 | .756 | .861 | .840 | .831 |

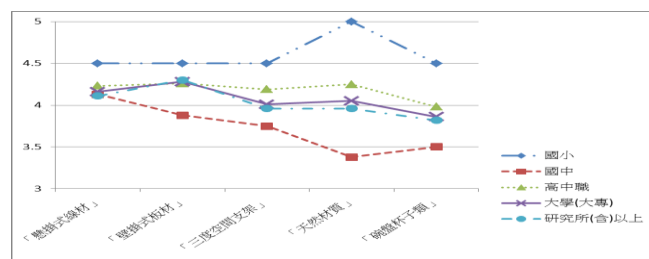


圖 4-2-21 不同學歷的消費者對苔球產品配件的喜好程度分析之均值比較圖

## 二十二、不同「職業」的消費者對苔球產品「配件」的喜好程度分析

本研究將消費者的職業區分為軍公教、製造業、服務業、自由業、學生、其他六個等級，分析對不同「配件」的喜好度發現，「懸掛式線材」的喜好度以製造業的4.29最高，「壁掛式板材」的喜好度以軍公教的4.39最高，「三度空間支架」的喜好度以軍公教的4.21最高，「天然材質」的喜好度以製造業的4.26最高，「碗盤杯子類」的喜好度以製造業的4.05最高；總計的平均數以「壁掛式板材」的4.27為最高，各職業的消費者對「配件」的喜好度(如表4-2-22)。

表 4-2-22 不同職業的消費者對苔球產品配件的喜好程度分析

| 職業  |      | 「懸掛式線材」 | 「壁掛式板材」 | 「三度空間支架」 | 「天然材質」 | 「碗盤杯子類」 |
|-----|------|---------|---------|----------|--------|---------|
| 軍公教 | 平均值  | 4.26    | 4.39    | 4.21     | 4.13   | 3.97    |
|     | N    | 38      | 38      | 38       | 38     | 38      |
|     | 標準偏差 | .828    | .679    | .905     | .875   | .636    |

|     |      |      |      |      |      |      |
|-----|------|------|------|------|------|------|
| 製造業 | 平均值  | 4.29 | 4.26 | 4.11 | 4.26 | 4.05 |
|     | N    | 38   | 38   | 38   | 38   | 38   |
|     | 標準偏差 | .611 | .795 | .831 | .860 | .769 |
| 服務業 | 平均值  | 4.14 | 4.31 | 4.05 | 4.07 | 3.95 |
|     | N    | 59   | 59   | 59   | 59   | 59   |
|     | 標準偏差 | .730 | .650 | .899 | .763 | .879 |
| 自由業 | 平均值  | 4.03 | 4.13 | 3.83 | 4.03 | 3.80 |
|     | N    | 30   | 30   | 30   | 30   | 30   |
|     | 標準偏差 | .556 | .819 | .699 | .850 | .761 |
| 學生  | 平均值  | 4.07 | 4.21 | 3.96 | 3.82 | 3.75 |
|     | N    | 95   | 95   | 95   | 95   | 95   |
|     | 標準偏差 | .747 | .770 | .944 | .850 | .911 |
| 其他  | 平均值  | 4.24 | 4.33 | 4.05 | 4.24 | 3.84 |
|     | N    | 63   | 63   | 63   | 63   | 63   |
|     | 標準偏差 | .734 | .823 | .750 | .797 | .827 |
| 總計  | 平均值  | 4.16 | 4.27 | 4.03 | 4.06 | 3.87 |
|     | N    | 323  | 323  | 323  | 323  | 323  |
|     | 標準偏差 | .722 | .756 | .861 | .840 | .831 |

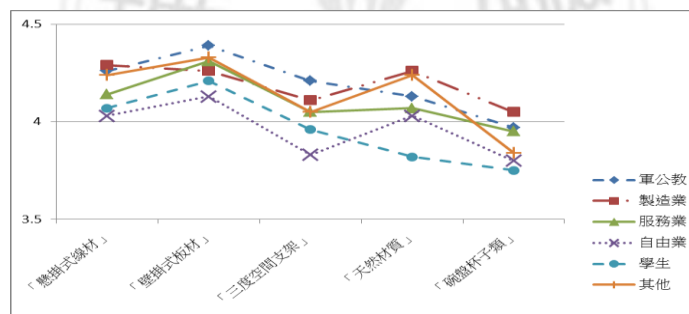


圖 4-2-22 不同職業的消費者對苔球產品配件的喜好程度分析之均值比較圖

### 二十三、不同「月收入」的消費者對苔球產品「配件」的喜好程度分析

本研究將消費者的月收入區分為2萬以下、2~4萬、4~6萬、6~8萬、8萬以上五個等級，分析對不同「配件」的喜好度得知：「懸掛式線材」的喜好度以4~6萬的4.26最高，「壁掛式板材」的喜好度以4~6萬的4.49最高，「三度空間支架」的喜好度以8萬以上的4.30最高，「天然材質」的喜好度以4~6萬及6~8萬的4.30最高，「碗盤杯子類」的喜好度以8萬以上的4.09最高；總計的平均數以「壁掛式板材」的4.27為最高（如表4-2-23）。

表 4-2-23 不同月收入的消費者對苔球產品配件的喜好程度分析

| 平均月收入 |      | 「懸掛式線材」 | 「壁掛式板材」 | 「三度空間支架」 | 「天然材質」 | 「碗盤杯子類」 |
|-------|------|---------|---------|----------|--------|---------|
| 2萬以下  | 平均值  | 4.07    | 4.18    | 4.02     | 3.82   | 3.79    |
|       | N    | 97      | 97      | 97       | 97     | 97      |
|       | 標準偏差 | .767    | .804    | .913     | .854   | .912    |
| 2~4萬  | 平均值  | 4.20    | 4.31    | 3.96     | 4.05   | 3.88    |
|       | N    | 126     | 126     | 126      | 126    | 126     |
|       | 標準偏差 | .658    | .675    | .862     | .847   | .835    |
| 4~6萬  | 平均值  | 4.26    | 4.49    | 4.04     | 4.30   | 3.82    |
|       | N    | 57      | 57      | 57       | 57     | 57      |
|       | 標準偏差 | .669    | .759    | .731     | .731   | .805    |
| 6~8萬  | 平均值  | 4.00    | 4.30    | 4.15     | 4.30   | 4.05    |
|       | N    | 20      | 20      | 20       | 20     | 20      |
|       | 標準偏差 | .918    | .733    | 1.040    | .801   | .759    |
| 8萬以上  | 平均值  | 4.22    | 3.91    | 4.30     | 4.26   | 4.09    |
|       | N    | 23      | 23      | 23       | 23     | 23      |
|       | 標準偏差 | .795    | .848    | .765     | .810   | .515    |
| 總計    | 平均值  | 4.16    | 4.27    | 4.03     | 4.06   | 3.87    |
|       | N    | 323     | 323     | 323      | 323    | 323     |
|       | 標準偏差 | .722    | .756    | .861     | .840   | .831    |

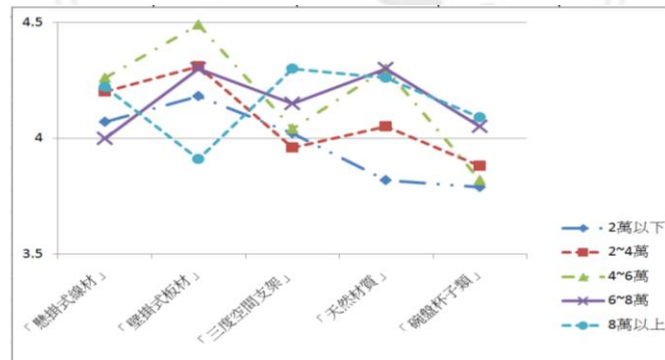


圖 4-2-23 不同月收入的消費者對苔球產品配件的喜好程度分析之均值比較圖

#### 二十四、是否有「種植室內植栽經驗」的消費者對苔球產品「配件」的喜好程度分析

本研究將消費者的種植室內植栽經驗區分為是、否兩個等級，分析對不同「配件」的喜好度發現，「懸掛式線材」的喜好度以是的4.19最高，「壁掛式板材」的喜好度以是的4.33最高，「三度空間支架」的喜好度以是的4.08最高，「天然材質」的喜好度以是的4.17最高，「碗盤杯子類」的喜好度以是的3.93最高；總計的平均



數以「壁掛式板材」的4.27為最高（如表4-2-24）。

表 4-2-24 種植室內植栽經驗與否之消費者對苔球產品配件的喜好程度分析

| 種植經驗 |      | 「懸掛式線材」 | 「壁掛式板材」 | 「三度空間支架」 | 「天然材質」 | 「碗盤杯子類」 |
|------|------|---------|---------|----------|--------|---------|
| 是    | 平均值  | 4.19    | 4.33    | 4.08     | 4.17   | 3.93    |
|      | N    | 202     | 202     | 202      | 202    | 202     |
|      | 標準偏差 | .682    | .734    | .827     | .805   | .795    |
| 否    | 平均值  | 4.11    | 4.18    | 3.93     | 3.87   | 3.77    |
|      | N    | 121     | 121     | 121      | 121    | 121     |
|      | 標準偏差 | .783    | .785    | .910     | .865   | .883    |
| 總計   | 平均值  | 4.16    | 4.27    | 4.03     | 4.06   | 3.87    |
|      | N    | 323     | 323     | 323      | 323    | 323     |
|      | 標準偏差 | .722    | .756    | .861     | .840   | .831    |

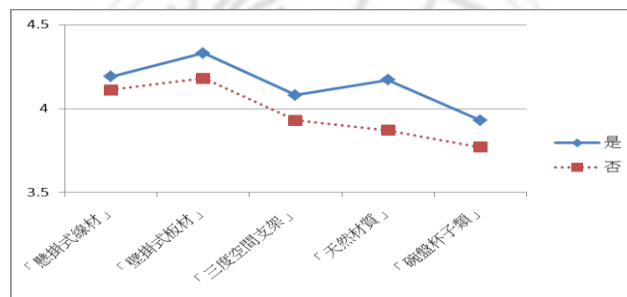


圖 4-2-24 種植室內植栽經驗與否之消費者對苔球產品配件的喜好程度分析均值比較圖

依據影響消費者選購拼苔球產品之「形狀」、「植株」、「線材」、「配件」等特性的喜好度統計分析總結如下：

- 一、「形狀」喜好程度統計結果依序為「圓形」3.97>「半山形半圓形」3.86>「圓餅形」3.61>「方形」3.46>「三角形」3.15
- 二、「植株」喜好程度統計結果依序為「葉片常綠」4.02>「觀花性」3.97>「型態酷似小樹般」3.95>「有特別的斑點與紋路葉片」3.85>「葉片形狀特別」3.76
- 三、「線材」喜好程度統計結果依序為「麻繩」3.65>「棉繩」3.64>「彩色鋁線」3.52>「魚線」3.14>「珠串」2.88
- 四、「配件」喜好程度統計結果依序為「壁掛式板材」4.27>「懸掛式線材」4.16>「天然材質」4.06>「三度空間支架」4.03>「碗盤杯子類」3.87

### 第三節 不同背景消費者喜好度之變異數分析

本節將依據研究目的將填答問卷之消費者區分成性別、年齡、學歷、職業、月平均收入及室內植栽種植經驗與否等為六類的自變項，並將影響消費者選購苔球產品之「形狀」、「植株」、「線材」、「配件」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苔球「形狀」之喜好度沒有差異。

##### 一、不同性別之消費者對於苔球「形狀」之喜好度沒有差異。

由表 4-3-1 不同性別消費者對於苔球「形狀」之喜好度變異數分析顯示，「半山形(半圓形)」形狀的顯著性  $p=.011 < 0.05$ ，表示不同性別之消費者對「半山形(半圓形)」喜好度有顯著的差異存在。在其他形狀方面的喜好度顯著性皆是  $p > 0.05$  以上，表示不同性別之消費者在其他形狀方面的喜好度沒有差異，由此可以證明不同性別之消費者對於「形狀」之喜好度沒有差異的假設無法成立。

表 4-3-1 不同性別消費者對於苔球「形狀」之喜好度變異數分析

|               |      | 平方和     | 自由度 | 均方    | F     | 顯著性  |
|---------------|------|---------|-----|-------|-------|------|
| 苔體形狀為「圓形」     | 群組之間 | .882    | 1   | .882  | 1.390 | .239 |
|               | 群組內  | 203.743 | 321 | .635  |       |      |
|               | 總計   | 204.625 | 322 |       |       |      |
| 苔體形狀為「半山形半圓形」 | 群組之間 | 4.539   | 1   | 4.539 | 6.462 | .011 |
|               | 群組內  | 225.467 | 321 | .702  |       |      |
|               | 總計   | 230.006 | 322 |       |       |      |
| 苔體形狀為「三角形」    | 群組之間 | .011    | 1   | .011  | .013  | .908 |
|               | 群組內  | 266.856 | 321 | .831  |       |      |
|               | 總計   | 266.867 | 322 |       |       |      |
| 苔體形狀為「方形」     | 群組之間 | .262    | 1   | .262  | .268  | .605 |
|               | 群組內  | 314.078 | 321 | .978  |       |      |
|               | 總計   | 314.341 | 322 |       |       |      |
| 苔體形狀為「圓餅形」    | 群組之間 | .240    | 1   | .240  | .227  | .634 |
|               | 群組內  | 338.825 | 321 | 1.056 |       |      |
|               | 總計   | 339.065 | 322 |       |       |      |

二、不同年齡之消費者對於苔球「形狀」之喜好度沒有差異。

由表 4-3-2 不同年齡消費者對於苔球「形狀」之喜好度變異數分析顯示，「三角形」形狀的顯著性  $p=.016 < 0.05$ ，表示不同性別之消費者對「三角形」喜好度有顯著的差異存在。在其他形狀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形狀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「形狀」之喜好度沒有差異的假設無法成立。

表 4-3-2 不同年齡消費者對於苔球「形狀」之喜好度變異數分析

|               |      | 平方和     | 自由度 | 均方    | F     | 顯著性  |
|---------------|------|---------|-----|-------|-------|------|
| 苔體形狀為「圓形」     | 群組之間 | 5.952   | 5   | 1.190 | 1.899 | .094 |
|               | 群組內  | 198.673 | 317 | .627  |       |      |
|               | 總計   | 204.625 | 322 |       |       |      |
| 苔體形狀為「半山形半圓形」 | 群組之間 | 5.569   | 5   | 1.114 | 1.573 | .167 |
|               | 群組內  | 224.437 | 317 | .708  |       |      |
|               | 總計   | 230.006 | 322 |       |       |      |
| 苔體形狀為「三角形」    | 群組之間 | 11.489  | 5   | 2.298 | 2.852 | .016 |
|               | 群組內  | 255.378 | 317 | .806  |       |      |
|               | 總計   | 266.867 | 322 |       |       |      |
| 苔體形狀為「方形」     | 群組之間 | 6.169   | 5   | 1.234 | 1.269 | .277 |
|               | 群組內  | 308.171 | 317 | .972  |       |      |
|               | 總計   | 314.341 | 322 |       |       |      |
| 苔球體形狀為「圓餅形」   | 群組之間 | 7.588   | 5   | 1.518 | 1.451 | .206 |
|               | 群組內  | 331.477 | 317 | 1.046 |       |      |
|               | 總計   | 339.065 | 322 |       |       |      |

三、不同學歷之消費者對於苔球「形狀」之喜好度沒有差異。

由表 4-3-3 不同學歷消費者對於苔球「形狀」之喜好度變異數分析顯示，「三角形」形狀的顯著性  $p=.014 < 0.05$ ，表示不同學歷之消費者對「三角形」喜好度有顯著的差異存在。在其他形狀方面的喜好度顯著性皆是  $p > 0.05$  以上，表示不同學歷之消費者在其他形狀方面的喜好度沒有差異，由此可以證明不同學歷之消費者對於「形狀」之喜好度沒有差異的假設無法成立。

表 4-3-3 不同學歷消費者對於苔球「形狀」之喜好度變異數分析

|               |      | 平方和     | 自由度 | 均方    | F     | 顯著性  |
|---------------|------|---------|-----|-------|-------|------|
| 苔體形狀為「圓形」     | 群組之間 | 2.095   | 4   | .524  | .822  | .512 |
|               | 群組內  | 202.531 | 318 | .637  |       |      |
|               | 總計   | 204.625 | 322 |       |       |      |
| 苔體形狀為「半山形半圓形」 | 群組之間 | 1.728   | 4   | .432  | .602  | .662 |
|               | 群組內  | 228.278 | 318 | .718  |       |      |
|               | 總計   | 230.006 | 322 |       |       |      |
| 苔體形狀為「三角形」    | 群組之間 | 10.265  | 4   | 2.566 | 3.180 | .014 |
|               | 群組內  | 256.602 | 318 | .807  |       |      |
|               | 總計   | 266.867 | 322 |       |       |      |
| 苔體形狀為「方形」     | 群組之間 | 4.189   | 4   | 1.047 | 1.074 | .369 |
|               | 群組內  | 310.151 | 318 | .975  |       |      |
|               | 總計   | 314.341 | 322 |       |       |      |
| 苔球體形狀為「圓餅形」   | 群組之間 | 7.453   | 4   | 1.863 | 1.787 | .131 |
|               | 群組內  | 331.612 | 318 | 1.043 |       |      |
|               | 總計   | 339.065 | 322 |       |       |      |

四、不同職業之消費者對於苔球「形狀」之喜好度沒有差異。

由表 4-3-4 不同職業消費者對於苔球「形狀」之喜好度變異數分析顯示，「圓形」形狀的顯著性  $p=.011 < 0.05$ ，表示不同職業之消費者對「圓形」喜好度有顯著的差異存在。在其他形狀方面的喜好度顯著性皆是  $p > 0.05$  以上，表示不同職業之消費者在其他形狀方面的喜好度沒有差異，由此可以證明不同職業之消費者對於「形狀」之喜好度沒有差異的假設無法成立。

表 4-3-4 不同職業消費者對於苔球「形狀」之喜好度變異數分析

|               |      | 平方和     | 自由度 | 均方    | F     | 顯著性  |
|---------------|------|---------|-----|-------|-------|------|
| 苔體形狀為「圓形」     | 群組之間 | 9.376   | 5   | 1.875 | 3.045 | .011 |
|               | 群組內  | 195.249 | 317 | .616  |       |      |
|               | 總計   | 204.625 | 322 |       |       |      |
| 苔體形狀為「半山形半圓形」 | 群組之間 | 2.804   | 5   | .561  | .782  | .563 |
|               | 群組內  | 227.203 | 317 | .717  |       |      |
|               | 總計   | 230.006 | 322 |       |       |      |
| 苔體形狀為「三角形」    | 群組之間 | 4.484   | 5   | .897  | 1.084 | .369 |
|               | 群組內  | 262.382 | 317 | .828  |       |      |
|               | 總計   | 266.867 | 322 |       |       |      |

|             |      |         |     |       |      |      |
|-------------|------|---------|-----|-------|------|------|
| 苔體形狀為「方形」   | 群組之間 | 2.257   | 5   | .451  | .458 | .807 |
|             | 群組內  | 312.084 | 317 | .984  |      |      |
|             | 總計   | 314.341 | 322 |       |      |      |
| 苔球體形狀為「圓餅形」 | 群組之間 | 3.147   | 5   | .629  | .594 | .705 |
|             | 群組內  | 335.918 | 317 | 1.060 |      |      |
|             | 總計   | 339.065 | 322 |       |      |      |

五、不同月收入之消費者對於苔球「形狀」之喜好度沒有差異。

由表 4-3-5 不同月收入消費者對於苔球「形狀」之喜好度變異數分析顯示，「圓形」形狀的顯著性  $p=.025 < 0.05$ ，表示不同月收入之消費者對「圓形」喜好度有顯著的差異存在。在其他形狀方面的喜好度顯著性皆是  $p > 0.05$  以上，表示不同月收入之消費者在其他形狀方面的喜好度沒有差異，由此可以證明不同月收入之消費者對於「形狀」之喜好度沒有差異的假設無法成立。

表 4-3-5 不同月收入消費者對於苔球「形狀」之喜好度變異數分析

|               |      | 平方和     | 自由度 | 均方    | F     | 顯著性  |
|---------------|------|---------|-----|-------|-------|------|
| 苔體形狀為「圓形」     | 群組之間 | 6.998   | 4   | 1.749 | 2.815 | .025 |
|               | 群組內  | 197.628 | 318 | .621  |       |      |
|               | 總計   | 204.625 | 322 |       |       |      |
| 苔體形狀為「半山形半圓形」 | 群組之間 | 5.169   | 4   | 1.292 | 1.828 | .123 |
|               | 群組內  | 224.837 | 318 | .707  |       |      |
|               | 總計   | 230.006 | 322 |       |       |      |
| 苔體形狀為「三角形」    | 群組之間 | 4.279   | 4   | 1.070 | 1.296 | .272 |
|               | 群組內  | 262.588 | 318 | .826  |       |      |
|               | 總計   | 266.867 | 322 |       |       |      |
| 苔體形狀為「方形」     | 群組之間 | 1.107   | 4   | .277  | .281  | .890 |
|               | 群組內  | 313.234 | 318 | .985  |       |      |
|               | 總計   | 314.341 | 322 |       |       |      |
| 苔球體形狀為「圓餅形」   | 群組之間 | 2.057   | 4   | .514  | .485  | .747 |
|               | 群組內  | 337.008 | 318 | 1.060 |       |      |
|               | 總計   | 339.065 | 322 |       |       |      |

六、是否有室內植栽種植經驗之消費者對於苔球「形狀」之喜好度沒有差異。

由表 4-3-6 是否有室內植栽種植經驗之消費者對於苔球「形狀」之喜好度變異數分析顯示，每個形狀方面的喜好度顯著性皆是  $p > 0.05$  以上，表示是否有室內植栽

種植經驗之消費者在其他形狀方面的喜好度沒有差異，由此可以證明是否有室內植栽種植經驗之消費者對於「形狀」之喜好度沒有差異的假設成立。

表 4-3-6 室內植栽種植經驗與否消費者對於苔球「形狀」之喜好度變異數分析

|               |      | 平方和     | 自由度 | 均方    | F     | 顯著性  |
|---------------|------|---------|-----|-------|-------|------|
| 苔體形狀為「圓形」     | 群組之間 | .820    | 1   | .820  | 1.292 | .256 |
|               | 群組內  | 203.805 | 321 | .635  |       |      |
|               | 總計   | 204.625 | 322 |       |       |      |
| 苔體形狀為「半山形半圓形」 | 群組之間 | 1.197   | 1   | 1.197 | 1.679 | .196 |
|               | 群組內  | 228.809 | 321 | .713  |       |      |
|               | 總計   | 230.006 | 322 |       |       |      |
| 苔體形狀為「三角形」    | 群組之間 | 1.594   | 1   | 1.594 | 1.928 | .166 |
|               | 群組內  | 265.273 | 321 | .826  |       |      |
|               | 總計   | 266.867 | 322 |       |       |      |
| 苔體形狀為「方形」     | 群組之間 | .356    | 1   | .356  | .364  | .547 |
|               | 群組內  | 313.984 | 321 | .978  |       |      |
|               | 總計   | 314.341 | 322 |       |       |      |
| 苔球體形狀為「圓餅形」   | 群組之間 | .078    | 1   | .078  | .074  | .786 |
|               | 群組內  | 338.987 | 321 | 1.056 |       |      |
|               | 總計   | 339.065 | 322 |       |       |      |

研究假設二、不同背景變項的消費者對於苔球「植株」之喜好度沒有差異。

一、不同性別之消費者對於苔球「植株」之喜好度沒有差異。

由表 4-3-7 不同性別消費者對於苔球「植株」之喜好度變異數分析顯示，「型態酷似小樹般」、「有特別的斑點與紋路葉片」植株的顯著性  $p=.035$ 、 $.033 < 0.05$ ，表示不同性別之消費者對「型態酷似小樹般」、「有特別的斑點與紋路葉片」喜好度有顯著的差異存在。在其他形狀方面的喜好度顯著性皆是  $p > 0.05$  以上，表示不同性別之消費者在其他植株方面的喜好度沒有差異，由此可以證明不同性別之消費者對於「植株」之喜好度沒有差異的假設無法成立。

表 4-3-7 不同性別消費者對於苔球「植株」之喜好度變異數分析

|                  |      | 平方和     | 自由度 | 均方    | F     | 顯著性  |
|------------------|------|---------|-----|-------|-------|------|
| 「觀花性」之植物         | 群組之間 | .000    | 1   | .000  | .000  | .991 |
|                  | 群組內  | 222.625 | 321 | .694  |       |      |
|                  | 總計   | 222.625 | 322 |       |       |      |
| 「型態酷似小樹般」之植物     | 群組之間 | 3.434   | 1   | 3.434 | 4.505 | .035 |
|                  | 群組內  | 244.671 | 321 | .762  |       |      |
|                  | 總計   | 248.105 | 322 |       |       |      |
| 「有特別的斑點與紋路葉片」之植物 | 群組之間 | 3.861   | 1   | 3.861 | 4.608 | .033 |
|                  | 群組內  | 269.006 | 321 | .838  |       |      |
|                  | 總計   | 272.867 | 322 |       |       |      |
| 「葉片形狀特別」之植物      | 群組之間 | 1.904   | 1   | 1.904 | 1.998 | .158 |
|                  | 群組內  | 305.774 | 321 | .953  |       |      |
|                  | 總計   | 307.678 | 322 |       |       |      |
| 「葉片常綠」之植物        | 群組之間 | .688    | 1   | .688  | .931  | .335 |
|                  | 群組內  | 237.201 | 321 | .739  |       |      |
|                  | 總計   | 237.889 | 322 |       |       |      |

二、不同年齡之消費者對於苔球「植株」之喜好度沒有差異。

由表 4-3-8 不同年齡消費者對於苔球「植株」之喜好度變異數分析顯示，「葉片形狀特別」植株的顯著性  $p=.009 < 0.05$ ，表示不同性別之消費者對「葉片形狀特別」喜好度有顯著的差異存在。在其他植株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植株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「植株」之喜好度沒有差異的假設無法成立。

表 4-3-8 不同年齡消費者對於苔球「植株」之喜好度變異數分析

|                  |      | 平方和     | 自由度 | 均方   | F     | 顯著性  |
|------------------|------|---------|-----|------|-------|------|
| 「觀花性」之植物         | 群組之間 | 4.429   | 5   | .886 | 1.287 | .269 |
|                  | 群組內  | 218.196 | 317 | .688 |       |      |
|                  | 總計   | 222.625 | 322 |      |       |      |
| 「型態酷似小樹般」之植物     | 群組之間 | 2.341   | 5   | .468 | .604  | .697 |
|                  | 群組內  | 245.765 | 317 | .775 |       |      |
|                  | 總計   | 248.105 | 322 |      |       |      |
| 「有特別的斑點與紋路葉片」之植物 | 群組之間 | 2.568   | 5   | .514 | .602  | .698 |
|                  | 群組內  | 270.299 | 317 | .853 |       |      |
|                  | 總計   | 272.867 | 322 |      |       |      |

|             |      |         |     |       |       |      |
|-------------|------|---------|-----|-------|-------|------|
| 「葉片形狀特別」之植物 | 群組之間 | 14.398  | 5   | 2.880 | 3.113 | .009 |
|             | 群組內  | 293.280 | 317 | .925  |       |      |
|             | 總計   | 307.678 | 322 |       |       |      |
| 「葉片常綠」之植物   | 群組之間 | 5.595   | 5   | 1.119 | 1.527 | .181 |
|             | 群組內  | 232.294 | 317 | .733  |       |      |
|             | 總計   | 237.889 | 322 |       |       |      |

三、不同學歷之消費者對於苔球「植株」之喜好度沒有差異。

由表 4-3-9 不同學歷消費者對於苔球「植株」之喜好度變異數分析顯示，「觀花性」植株的顯著性  $p=.003 < 0.05$ ，表示不同學歷之消費者對「觀花性」喜好度有顯著的差異存在。在其他植株方面的喜好度顯著性皆是  $p > 0.05$  以上，表示不同學歷之消費者在其他植株方面的喜好度沒有差異，由此可以證明不同學歷之消費者對於「植株」之喜好度沒有差異的假設無法成立。

表 4-3-9 不同學歷消費者對於苔球「形狀」之喜好度變異數分析

|                  |      | 平方和     | 自由度 | 均方    | F     | 顯著性  |
|------------------|------|---------|-----|-------|-------|------|
| 「觀花性」之植物         | 群組之間 | 10.811  | 4   | 2.703 | 4.058 | .003 |
|                  | 群組內  | 211.815 | 318 | .666  |       |      |
|                  | 總計   | 222.625 | 322 |       |       |      |
| 「型態酷似小樹般」之植物     | 群組之間 | 6.680   | 4   | 1.670 | 2.200 | .069 |
|                  | 群組內  | 241.425 | 318 | .759  |       |      |
|                  | 總計   | 248.105 | 322 |       |       |      |
| 「有特別的斑點與紋路葉片」之植物 | 群組之間 | 6.810   | 4   | 1.703 | 2.035 | .089 |
|                  | 群組內  | 266.057 | 318 | .837  |       |      |
|                  | 總計   | 272.867 | 322 |       |       |      |
| 「葉片形狀特別」之植物      | 群組之間 | 5.841   | 4   | 1.460 | 1.538 | .191 |
|                  | 群組內  | 301.837 | 318 | .949  |       |      |
|                  | 總計   | 307.678 | 322 |       |       |      |
| 「葉片常綠」之植物，       | 群組之間 | 3.341   | 4   | .835  | 1.133 | .341 |
|                  | 群組內  | 234.547 | 318 | .738  |       |      |
|                  | 總計   | 237.889 | 322 |       |       |      |

四、不同職業之消費者對於苔球「植株」之喜好度沒有差異。

由表 4-3-10 不同職業消費者對於苔球「植株」之喜好度變異數分析顯示，「葉片形狀特別」植株的顯著性  $p=.039 < 0.05$ ，表示不同職業之消費者對「葉片形狀特



別」喜好度有顯著的差異存在。在其他植株方面的喜好度顯著性皆是  $p > 0.05$  以上，表示不同職業之消費者在其他植株方面的喜好度沒有差異，由此可以證明不同職業之消費者對於「植株」之喜好度沒有差異的假設無法成立。

表 4-3-10 不同職業消費者對於苔球「植株」之喜好度變異數分析

|                  |      | 平方和     | 自由度 | 均方    | F     | 顯著性  |
|------------------|------|---------|-----|-------|-------|------|
| 「觀花性」之植物         | 群組之間 | 6.739   | 5   | 1.348 | 1.979 | .081 |
|                  | 群組內  | 215.886 | 317 | .681  |       |      |
|                  | 總計   | 222.625 | 322 |       |       |      |
| 「型態酷似小樹般」之植物     | 群組之間 | 2.265   | 5   | .453  | .584  | .712 |
|                  | 群組內  | 245.840 | 317 | .776  |       |      |
|                  | 總計   | 248.105 | 322 |       |       |      |
| 「有特別的斑點與紋路葉片」之植物 | 群組之間 | 7.007   | 5   | 1.401 | 1.671 | .141 |
|                  | 群組內  | 265.860 | 317 | .839  |       |      |
|                  | 總計   | 272.867 | 322 |       |       |      |
| 「葉片形狀特別」之植物      | 群組之間 | 11.095  | 5   | 2.219 | 2.372 | .039 |
|                  | 群組內  | 296.583 | 317 | .936  |       |      |
|                  | 總計   | 307.678 | 322 |       |       |      |
| 「葉片常綠」之植物        | 群組之間 | 5.090   | 5   | 1.018 | 1.386 | .229 |
|                  | 群組內  | 232.799 | 317 | .734  |       |      |
|                  | 總計   | 237.889 | 322 |       |       |      |

五、不同月收入之消費者對於苔球「植株」之喜好度沒有差異。

由表 4-3-11 不同月收入消費者對於苔球「植株」之喜好度變異數分析顯示，「觀花性」、「葉片形狀特別」、「葉片常綠」之植株的顯著性  $p = .045$ 、 $.013$ 、 $.020 < 0.05$ ，表示不同月收入之消費者對「觀花性」、「葉片形狀特別」、「葉片常綠」喜好度有顯著的差異存在。在其他植株方面的喜好度顯著性皆是  $p > 0.05$  以上，表示不同月收入之消費者在其他植株方面的喜好度沒有差異，由此可以證明不同月收入之消費者對於「植株」之喜好度沒有差異的假設無法成立。

表 4-3-11 不同月收入消費者對於苔球「植株」之喜好度變異數分析

|          |      | 平方和     | 自由度 | 均方    | F     | 顯著性  |
|----------|------|---------|-----|-------|-------|------|
| 「觀花性」之植物 | 群組之間 | 6.709   | 4   | 1.677 | 2.470 | .045 |
|          | 群組內  | 215.916 | 318 | .679  |       |      |

|                  |      |         |     |       |       |      |
|------------------|------|---------|-----|-------|-------|------|
|                  | 總計   | 222.625 | 322 |       |       |      |
| 「型態酷似小樹般」之植物     | 群組之間 | 3.170   | 4   | .792  | 1.029 | .392 |
|                  | 群組內  | 244.936 | 318 | .770  |       |      |
|                  | 總計   | 248.105 | 322 |       |       |      |
| 「有特別的斑點與紋路葉片」之植物 | 群組之間 | 5.949   | 4   | 1.487 | 1.772 | .134 |
|                  | 群組內  | 266.918 | 318 | .839  |       |      |
|                  | 總計   | 272.867 | 322 |       |       |      |
| 「葉片形狀特別」之植物      | 群組之間 | 11.981  | 4   | 2.995 | 3.221 | .013 |
|                  | 群組內  | 295.697 | 318 | .930  |       |      |
|                  | 總計   | 307.678 | 322 |       |       |      |
| 「葉片常綠」之植物        | 群組之間 | 8.532   | 4   | 2.133 | 2.958 | .020 |
|                  | 群組內  | 229.356 | 318 | .721  |       |      |
|                  | 總計   | 237.889 | 322 |       |       |      |

六、是否有室內植栽種植經驗之消費者對於苔球「植株」之喜好度沒有差異。

由表 4-3-12 是否有室內植栽種植經驗之消費者對於苔球「植株」之喜好度變異數分析顯示，每個植株方面的喜好度顯著性皆是  $p > 0.05$  以上，表示是否有室內植栽種植經驗之消費者在其他植株方面的喜好度沒有差異，由此可以證明是否有室內植栽種植經驗之消費者對於「植株」之喜好度沒有差異的假設成立。

表 4-3-12 室內植栽種植經驗與否消費者對於苔球「植株」之喜好度變異數分析

|                  |      | 平方和     | 自由度 | 均方    | F     | 顯著性  |
|------------------|------|---------|-----|-------|-------|------|
| 「觀花性」之植物         | 群組之間 | 2.546   | 1   | 2.546 | 3.713 | .055 |
|                  | 群組內  | 220.080 | 321 | .686  |       |      |
|                  | 總計   | 222.625 | 322 |       |       |      |
| 「型態酷似小樹般」之植物     | 群組之間 | .581    | 1   | .581  | .754  | .386 |
|                  | 群組內  | 247.524 | 321 | .771  |       |      |
|                  | 總計   | 248.105 | 322 |       |       |      |
| 「有特別的斑點與紋路葉片」之植物 | 群組之間 | 1.909   | 1   | 1.909 | 2.261 | .134 |
|                  | 群組內  | 270.958 | 321 | .844  |       |      |
|                  | 總計   | 272.867 | 322 |       |       |      |
| 「葉片形狀特別」之植物      | 群組之間 | 1.719   | 1   | 1.719 | 1.804 | .180 |
|                  | 群組內  | 305.959 | 321 | .953  |       |      |
|                  | 總計   | 307.678 | 322 |       |       |      |
| 「葉片常綠」之植物        | 群組之間 | .238    | 1   | .238  | .322  | .571 |
|                  | 群組內  | 237.650 | 321 | .740  |       |      |
|                  | 總計   | 237.889 | 322 |       |       |      |

### 研究假設三、不同背景變項的消費者對於苔球「線材」之喜好度沒有差異。

#### 一、不同性別之消費者對於苔球「線材」之喜好度沒有差異。

由表 4-3-13 不同性別消費者對於苔球「線材」之喜好度變異數分析顯示，每個線材方面的喜好度顯著性皆是  $p > 0.05$  以上，表示不同性別消費者在其他線材方面的喜好度沒有差異，由此可以證明不同性別消費者對於「線材」之喜好度沒有差異的假設成立。

表 4-3-13 不同性別消費者對於苔球「線材」之喜好度變異數分析

|        |      | 平方和     | 自由度 | 均方    | F     | 顯著性  |
|--------|------|---------|-----|-------|-------|------|
| 「麻繩」   | 群組之間 | .263    | 1   | .263  | .282  | .596 |
|        | 群組內  | 299.502 | 321 | .933  |       |      |
|        | 總計   | 299.765 | 322 |       |       |      |
| 「棉繩」   | 群組之間 | .293    | 1   | .293  | .372  | .542 |
|        | 群組內  | 252.326 | 321 | .786  |       |      |
|        | 總計   | 252.619 | 322 |       |       |      |
| 「魚線」   | 群組之間 | 3.296   | 1   | 3.296 | 2.954 | .087 |
|        | 群組內  | 358.153 | 321 | 1.116 |       |      |
|        | 總計   | 361.449 | 322 |       |       |      |
| 「彩色鋁線」 | 群組之間 | .459    | 1   | .459  | .438  | .508 |
|        | 群組內  | 336.117 | 321 | 1.047 |       |      |
|        | 總計   | 336.576 | 322 |       |       |      |
| 「珠串」   | 群組之間 | 4.493   | 1   | 4.493 | 3.830 | .051 |
|        | 群組內  | 376.553 | 321 | 1.173 |       |      |
|        | 總計   | 381.046 | 322 |       |       |      |

#### 二、不同年齡之消費者對於苔球「線材」之喜好度沒有差異。

由表 4-3-14 不同年齡消費者對於苔球「線材」之喜好度變異數分析顯示，「麻繩」、「棉繩」、「魚線」、「彩色鋁線」、「珠串」線材的顯著性  $P = .001$ 、 $.040$ 、 $.042$ 、 $.008$ 、 $.001 < 0.05$ ，表示不同年齡之消費者對「麻繩」、「棉繩」、「魚線」、「彩色鋁線」、「珠串」喜好度皆有顯著的差異存在。由此可以證明不同年齡之消費者對於「線材」之喜好度沒有差異的假設無法成立。

表 4-3-14 不同年齡消費者對於苔球「線材」之喜好度變異數分析

|        |      | 平方和     | 自由度 | 均方    | F     | 顯著性  |
|--------|------|---------|-----|-------|-------|------|
| 「麻繩」   | 群組之間 | 17.920  | 5   | 3.584 | 4.031 | .001 |
|        | 群組內  | 281.845 | 317 | .889  |       |      |
|        | 總計   | 299.765 | 322 |       |       |      |
| 「棉繩」   | 群組之間 | 9.059   | 5   | 1.812 | 2.358 | .040 |
|        | 群組內  | 243.560 | 317 | .768  |       |      |
|        | 總計   | 252.619 | 322 |       |       |      |
| 「魚線」   | 群組之間 | 12.820  | 5   | 2.564 | 2.331 | .042 |
|        | 群組內  | 348.628 | 317 | 1.100 |       |      |
|        | 總計   | 361.449 | 322 |       |       |      |
| 「彩色鉛線」 | 群組之間 | 16.011  | 5   | 3.202 | 3.167 | .008 |
|        | 群組內  | 320.564 | 317 | 1.011 |       |      |
|        | 總計   | 336.576 | 322 |       |       |      |
| 「珠串」   | 群組之間 | 24.692  | 5   | 4.938 | 4.393 | .001 |
|        | 群組內  | 356.354 | 317 | 1.124 |       |      |
|        | 總計   | 381.046 | 322 |       |       |      |

三、不同學歷之消費者對於苔球「線材」之喜好度沒有差異。

由表 4-3-15 不同學歷消費者對於苔球「線材」之喜好度變異數分析顯示，「珠串」線材的顯著性  $p=.015 < 0.05$ ，表示不同學歷之消費者對「珠串」喜好度有顯著的差異存在。在其他線材方面的喜好度顯著性皆是  $p > 0.05$  以上，表示不同學歷之消費者在其他線材方面的喜好度沒有差異，由此可以證明不同學歷之消費者對於「線材」之喜好度沒有差異的假設無法成立。

表 4-3-15 不同學歷消費者對於苔球「線材」之喜好度變異數分析

|      |      | 平方和     | 自由度 | 均方    | F     | 顯著性  |
|------|------|---------|-----|-------|-------|------|
| 「麻繩」 | 群組之間 | 6.846   | 4   | 1.712 | 1.858 | .118 |
|      | 群組內  | 292.918 | 318 | .921  |       |      |
|      | 總計   | 299.765 | 322 |       |       |      |
| 「棉繩」 | 群組之間 | 1.951   | 4   | .488  | .619  | .650 |
|      | 群組內  | 250.669 | 318 | .788  |       |      |
|      | 總計   | 252.619 | 322 |       |       |      |
| 「魚線」 | 群組之間 | 8.432   | 4   | 2.108 | 1.899 | .110 |
|      | 群組內  | 353.017 | 318 | 1.110 |       |      |
|      | 總計   | 361.449 | 322 |       |       |      |

|        |      |         |     |       |       |      |
|--------|------|---------|-----|-------|-------|------|
| 「彩色鋁線」 | 群組之間 | 7.575   | 4   | 1.894 | 1.830 | .123 |
|        | 群組內  | 329.001 | 318 | 1.035 |       |      |
|        | 總計   | 336.576 | 322 |       |       |      |
| 「珠串」   | 群組之間 | 14.424  | 4   | 3.606 | 3.128 | .015 |
|        | 群組內  | 366.622 | 318 | 1.153 |       |      |
|        | 總計   | 381.046 | 322 |       |       |      |

#### 四、不同職業之消費者對於苔球「線材」之喜好度沒有差異。

由表 4-3-16 不同職業消費者對於苔球「線材」之喜好度變異數分析顯示，「麻繩」、「魚線」線材的顯著性  $p=.008$ 、 $.021 < 0.05$ ，表示不同職業之消費者對「麻繩」、「魚線」喜好度有顯著的差異存在。在其他線材方面的喜好度顯著性皆是  $p > 0.05$  以上，表示不同職業之消費者在其他線材方面的喜好度沒有差異，由此可以證明不同職業之消費者對於「線材」之喜好度沒有差異的假設無法成立。

表 4-3-16 不同職業消費者對於苔球「線材」之喜好度變異數分析

|        |      | 平方和     | 自由度 | 均方    | F     | 顯著性  |
|--------|------|---------|-----|-------|-------|------|
| 「麻繩」   | 群組之間 | 14.303  | 5   | 2.861 | 3.177 | .008 |
|        | 群組內  | 285.462 | 317 | .901  |       |      |
|        | 總計   | 299.765 | 322 |       |       |      |
| 「棉繩」   | 群組之間 | 6.870   | 5   | 1.374 | 1.772 | .118 |
|        | 群組內  | 245.749 | 317 | .775  |       |      |
|        | 總計   | 252.619 | 322 |       |       |      |
| 「魚線」   | 群組之間 | 14.724  | 5   | 2.945 | 2.692 | .021 |
|        | 群組內  | 346.725 | 317 | 1.094 |       |      |
|        | 總計   | 361.449 | 322 |       |       |      |
| 「彩色鋁線」 | 群組之間 | 2.529   | 5   | .506  | .480  | .791 |
|        | 群組內  | 334.047 | 317 | 1.054 |       |      |
|        | 總計   | 336.576 | 322 |       |       |      |
| 「珠串」   | 群組之間 | 4.457   | 5   | .891  | .750  | .586 |
|        | 群組內  | 376.590 | 317 | 1.188 |       |      |
|        | 總計   | 381.046 | 322 |       |       |      |

#### 五、不同月收入之消費者對於苔球「線材」之喜好度沒有差異。

由表 4-3-17 不同月收入消費者對於苔球「線材」之喜好度變異數分析顯示，「魚

線」之線材的顯著性  $p=.005 < 0.05$ ，表示不同月收入之消費者對「魚線」喜好度有顯著的差異存在。在其他線材方面的喜好度顯著性皆是  $p > 0.05$  以上，表示不同月收入之消費者在其他線材方面的喜好度沒有差異，由此可以證明不同月收入之消費者對於「線材」之喜好度沒有差異的假設無法成立。

表 4-3-17 不同月收入消費者對於苔球「線材」之喜好度變異數分析

|        |      | 平方和     | 自由度 | 均方    | F     | 顯著性  |
|--------|------|---------|-----|-------|-------|------|
| 「麻繩」   | 群組之間 | 4.993   | 4   | 1.248 | 1.347 | .253 |
|        | 群組內  | 294.772 | 318 | .927  |       |      |
|        | 總計   | 299.765 | 322 |       |       |      |
| 「棉繩」   | 群組之間 | 3.021   | 4   | .755  | .962  | .428 |
|        | 群組內  | 249.598 | 318 | .785  |       |      |
|        | 總計   | 252.619 | 322 |       |       |      |
| 「魚線」   | 群組之間 | 16.245  | 4   | 4.061 | 3.741 | .005 |
|        | 群組內  | 345.203 | 318 | 1.086 |       |      |
|        | 總計   | 361.449 | 322 |       |       |      |
| 「彩色鋁線」 | 群組之間 | 5.048   | 4   | 1.262 | 1.211 | .306 |
|        | 群組內  | 331.528 | 318 | 1.043 |       |      |
|        | 總計   | 336.576 | 322 |       |       |      |
| 「珠串」   | 群組之間 | 5.605   | 4   | 1.401 | 1.187 | .316 |
|        | 群組內  | 375.441 | 318 | 1.181 |       |      |
|        | 總計   | 381.046 | 322 |       |       |      |

六、是否有室內植栽種植經驗之消費者對於苔球「線材」之喜好度沒有差異。

由表 4-3-18 是否有室內植栽種植經驗之消費者對於苔球「線材」之喜好度變異數分析顯示，每個線材方面的喜好度顯著性皆是  $p > 0.05$  以上，表示是否有室內植栽種植經驗之消費者在其他線材方面的喜好度沒有差異，由此可以證明是否有室內植栽種植經驗之消費者對於「線材」之喜好度沒有差異的假設成立。

表 4-3-18 室內植栽種植經驗與否消費者對於苔球「線材」之喜好度變異數分析

|      |      | 平方和     | 自由度 | 均方    | F     | 顯著性  |
|------|------|---------|-----|-------|-------|------|
| 「麻繩」 | 群組之間 | 1.686   | 1   | 1.686 | 1.815 | .179 |
|      | 群組內  | 298.079 | 321 | .929  |       |      |
|      | 總計   | 299.765 | 322 |       |       |      |

|        |      |         |     |       |       |      |
|--------|------|---------|-----|-------|-------|------|
| 「棉繩」   | 群組之間 | .133    | 1   | .133  | .169  | .681 |
|        | 群組內  | 252.486 | 321 | .787  |       |      |
|        | 總計   | 252.619 | 322 |       |       |      |
| 「魚線」   | 群組之間 | 1.667   | 1   | 1.667 | 1.488 | .223 |
|        | 群組內  | 359.782 | 321 | 1.121 |       |      |
|        | 總計   | 361.449 | 322 |       |       |      |
| 「彩色鋁線」 | 群組之間 | .180    | 1   | .180  | .172  | .679 |
|        | 群組內  | 336.396 | 321 | 1.048 |       |      |
|        | 總計   | 336.576 | 322 |       |       |      |
| 「珠串」   | 群組之間 | .478    | 1   | .478  | .403  | .526 |
|        | 群組內  | 380.568 | 321 | 1.186 |       |      |
|        | 總計   | 381.046 | 322 |       |       |      |

#### 研究假設四、不同背景變項的消費者對於苔球「配件」之喜好度沒有差異。

##### 一、不同性別之消費者對於苔球「配件」之喜好度沒有差異。

由表 4-3-19 不同性別消費者對於苔球「配件」之喜好度變異數分析顯示，「懸掛式線材」配件的顯著性  $p=.019 < 0.05$ ，表示不同性別之消費者對「懸掛式線材」喜好度有顯著的差異存在。在其他配件方面的喜好度顯著性皆是  $p > 0.05$  以上，表示不同性別之消費者在其他配件方面的喜好度沒有差異，由此可以證明不同性別之消費者對於「配件」之喜好度沒有差異的假設無法成立。

表 4-3-19 不同性別消費者對於苔球「配件」之喜好度變異數分析

|          |      | 平方和     | 自由度 | 均方    | F     | 顯著性  |
|----------|------|---------|-----|-------|-------|------|
| 「懸掛式線材」  | 群組之間 | 2.845   | 1   | 2.845 | 5.541 | .019 |
|          | 群組內  | 164.784 | 321 | .513  |       |      |
|          | 總計   | 167.628 | 322 |       |       |      |
| 「壁掛式板材」  | 群組之間 | .541    | 1   | .541  | .947  | .331 |
|          | 群組內  | 183.483 | 321 | .572  |       |      |
|          | 總計   | 184.025 | 322 |       |       |      |
| 「三度空間支架」 | 群組之間 | .366    | 1   | .366  | .492  | .483 |
|          | 群組內  | 238.383 | 321 | .743  |       |      |
|          | 總計   | 238.749 | 322 |       |       |      |
| 「天然材質」   | 群組之間 | .091    | 1   | .091  | .128  | .720 |
|          | 群組內  | 226.906 | 321 | .707  |       |      |
|          | 總計   | 226.997 | 322 |       |       |      |
| 「碗盤杯子類」  | 群組之間 | .874    | 1   | .874  | 1.266 | .261 |

|     |         |     |      |
|-----|---------|-----|------|
| 群組內 | 221.664 | 321 | .691 |
| 總計  | 222.539 | 322 |      |

二、不同年齡之消費者對於苔球「配件」之喜好度沒有差異。

由表 4-3-20 不同年齡消費者對於苔球「配件」之喜好度變異數分析顯示，「壁掛式板材」、「天然材質」配件的顯著性  $p=.039$ 、 $.000 < 0.05$ ，表示不同年齡之消費者對「壁掛式板材」、「天然材質」喜好度有顯著的差異存在。在其他配件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配件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「配件」之喜好度沒有差異的假設無法成立。

表 4-3-20 不同年齡消費者對於苔球「配件」之喜好度變異數分析

|          |      | 平方和     | 自由度 | 均方    | F     | 顯著性  |
|----------|------|---------|-----|-------|-------|------|
| 「懸掛式線材」  | 群組之間 | 3.478   | 5   | .696  | 1.343 | .246 |
|          | 群組內  | 164.151 | 317 | .518  |       |      |
|          | 總計   | 167.628 | 322 |       |       |      |
| 「壁掛式板材」  | 群組之間 | 6.703   | 5   | 1.341 | 2.397 | .037 |
|          | 群組內  | 177.322 | 317 | .559  |       |      |
|          | 總計   | 184.025 | 322 |       |       |      |
| 「三度空間支架」 | 群組之間 | .936    | 5   | .187  | .250  | .940 |
|          | 群組內  | 237.813 | 317 | .750  |       |      |
|          | 總計   | 238.749 | 322 |       |       |      |
| 「天然材質」   | 群組之間 | 17.671  | 5   | 3.534 | 5.352 | .000 |
|          | 群組內  | 209.326 | 317 | .660  |       |      |
|          | 總計   | 226.997 | 322 |       |       |      |
| 「碗盤杯子類」  | 群組之間 | 5.152   | 5   | 1.030 | 1.503 | .189 |
|          | 群組內  | 217.387 | 317 | .686  |       |      |
|          | 總計   | 222.539 | 322 |       |       |      |

三、不同學歷之消費者對於苔球「配件」之喜好度沒有差異。

由表 4-3-21 不同學歷消費者對於苔球「配件」之喜好度變異數分析顯示，「天然材質」配件的顯著性  $p=.019 < 0.05$ ，表示不同學歷之消費者對「天然材質」喜好度有顯著的差異存在。在其他配件方面的喜好度顯著性皆是  $p > 0.05$  以上，表示不同學歷之消費者在其他配件方面的喜好度沒有差異，由此可以證明不同學歷之消費者



對於「配件」之喜好度沒有差異的假設無法成立。

表 4-3-21 不同學歷消費者對於苔球「配件」之喜好度變異數分析

|          |      | 平方和     | 自由度 | 均方    | F     | 顯著性  |
|----------|------|---------|-----|-------|-------|------|
| 「懸掛式線材」  | 群組之間 | .666    | 4   | .166  | .317  | .867 |
|          | 群組內  | 166.963 | 318 | .525  |       |      |
|          | 總計   | 167.628 | 322 |       |       |      |
| 「壁掛式板材」  | 群組之間 | 1.425   | 4   | .356  | .620  | .648 |
|          | 群組內  | 182.600 | 318 | .574  |       |      |
|          | 總計   | 184.025 | 322 |       |       |      |
| 「三度空間支架」 | 群組之間 | 3.020   | 4   | .755  | 1.019 | .398 |
|          | 群組內  | 235.729 | 318 | .741  |       |      |
|          | 總計   | 238.749 | 322 |       |       |      |
| 「天然材質」   | 群組之間 | 8.228   | 4   | 2.057 | 2.990 | .019 |
|          | 群組內  | 218.769 | 318 | .688  |       |      |
|          | 總計   | 226.997 | 322 |       |       |      |
| 「碗盤杯子類」  | 群組之間 | 2.815   | 4   | .704  | 1.018 | .398 |
|          | 群組內  | 219.724 | 318 | .691  |       |      |
|          | 總計   | 222.539 | 322 |       |       |      |

四、不同職業之消費者對於苔球「配件」之喜好度沒有差異。

由表 4-3-22 不同職業消費者對於苔球「配件」之喜好度變異數分析顯示，「天然材質」配件的顯著性  $p=.022 < 0.05$ ，表示不同職業之消費者對「天然材質」喜好度有顯著的差異存在。在其他配件方面的喜好度顯著性皆是  $p > 0.05$  以上，表示不同職業之消費者在其他配件方面的喜好度沒有差異，由此可以證明不同職業之消費者對於「配件」之喜好度沒有差異的假設無法成立。

表 4-3-22 不同職業消費者對於苔球「配件」之喜好度變異數分析

|         |      | 平方和     | 自由度 | 均方   | F     | 顯著性  |
|---------|------|---------|-----|------|-------|------|
| 「懸掛式線材」 | 群組之間 | 2.650   | 5   | .530 | 1.018 | .407 |
|         | 群組內  | 164.979 | 317 | .520 |       |      |
|         | 總計   | 167.628 | 322 |      |       |      |
| 「壁掛式板材」 | 群組之間 | 1.813   | 5   | .363 | .631  | .676 |
|         | 群組內  | 182.212 | 317 | .575 |       |      |
|         | 總計   | 184.025 | 322 |      |       |      |

|          |      |         |     |       |       |      |
|----------|------|---------|-----|-------|-------|------|
| 「三度空間支架」 | 群組之間 | 3.152   | 5   | .630  | .848  | .516 |
|          | 群組內  | 235.598 | 317 | .743  |       |      |
|          | 總計   | 238.749 | 322 |       |       |      |
| 「天然材質」   | 群組之間 | 9.204   | 5   | 1.841 | 2.679 | .022 |
|          | 群組內  | 217.792 | 317 | .687  |       |      |
|          | 總計   | 226.997 | 322 |       |       |      |
| 「碗盤杯子類」  | 群組之間 | 3.673   | 5   | .735  | 1.064 | .380 |
|          | 群組內  | 218.865 | 317 | .690  |       |      |
|          | 總計   | 222.539 | 322 |       |       |      |

五、不同月收入之消費者對於苔球「配件」之喜好度沒有差異。

由表 4-3-23 不同月收入消費者對於苔球「配件」之喜好度變異數分析顯示，「壁掛式板材」、「天然材質」之植配件的顯著性  $p=.017$ 、 $.004 < 0.05$ ，表示不同月收入之消費者對「壁掛式板材」、「天然材質」喜好度有顯著的差異存在。在其他配件方面的喜好度顯著性皆是  $p > 0.05$  以上，表示不同月收入之消費者在其他配件方面的喜好度沒有差異，由此可以證明不同月收入之消費者對於「配件」之喜好度沒有差異的假設無法成立。

表 4-3-23 不同月收入消費者對於苔球「配件」之喜好度變異數分析

|          |      | 平方和     | 自由度 | 均方    | F     | 顯著性  |
|----------|------|---------|-----|-------|-------|------|
| 「懸掛式線材」  | 群組之間 | 2.128   | 4   | .532  | 1.022 | .396 |
|          | 群組內  | 165.500 | 318 | .520  |       |      |
|          | 總計   | 167.628 | 322 |       |       |      |
| 「壁掛式板材」  | 群組之間 | 6.804   | 4   | 1.701 | 3.052 | .017 |
|          | 群組內  | 177.221 | 318 | .557  |       |      |
|          | 總計   | 184.025 | 322 |       |       |      |
| 「三度空間支架」 | 群組之間 | 2.639   | 4   | .660  | .889  | .471 |
|          | 群組內  | 236.110 | 318 | .742  |       |      |
|          | 總計   | 238.749 | 322 |       |       |      |
| 「天然材質」   | 群組之間 | 10.697  | 4   | 2.674 | 3.932 | .004 |
|          | 群組內  | 216.300 | 318 | .680  |       |      |
|          | 總計   | 226.997 | 322 |       |       |      |
| 「碗盤杯子類」  | 群組之間 | 2.426   | 4   | .607  | .876  | .478 |
|          | 群組內  | 220.112 | 318 | .692  |       |      |
|          | 總計   | 222.539 | 322 |       |       |      |

六、是否有室內植栽種植經驗之消費者對於苔球「配件」之喜好度沒有差異。

由表 4-3-24 是否有室內植栽種植經驗之消費者對於苔球「配件」之喜好度變異數分析顯示，「天然材質」之植配件的顯著性  $p=.002 < 0.05$ ，表示是否有室內植栽種植經驗之消費者對「天然材質」喜好度有顯著的差異存在。在其他配件方面的喜好度顯著性皆是  $p > 0.05$  以上，表示是否有室內植栽種植經驗之消費者在其他配件方面的喜好度沒有差異，由此可以證明是否有室內植栽種植經驗之消費者對於「配件」之喜好度沒有差異的假設無法成立。

表 4-3-24 室內植栽種植經驗與否消費者對於苔球「配件」之喜好度變異數分析

|          |      | 平方和     | 自由度 | 均方    | F     | 顯著性  |
|----------|------|---------|-----|-------|-------|------|
| 「懸掛式線材」  | 群組之間 | .555    | 1   | .555  | 1.066 | .303 |
|          | 群組內  | 167.074 | 321 | .520  |       |      |
|          | 總計   | 167.628 | 322 |       |       |      |
| 「壁掛式板材」  | 群組之間 | 1.589   | 1   | 1.589 | 2.796 | .095 |
|          | 群組內  | 182.436 | 321 | .568  |       |      |
|          | 總計   | 184.025 | 322 |       |       |      |
| 「三度空間支架」 | 群組之間 | 1.709   | 1   | 1.709 | 2.314 | .129 |
|          | 群組內  | 237.040 | 321 | .738  |       |      |
|          | 總計   | 238.749 | 322 |       |       |      |
| 「天然材質」   | 群組之間 | 6.835   | 1   | 6.835 | 9.966 | .002 |
|          | 群組內  | 220.162 | 321 | .686  |       |      |
|          | 總計   | 226.997 | 322 |       |       |      |
| 「碗盤杯子類」  | 群組之間 | 1.988   | 1   | 1.988 | 2.894 | .090 |
|          | 群組內  | 220.550 | 321 | .687  |       |      |
|          | 總計   | 222.539 | 322 |       |       |      |

#### 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「形狀」、「植株」、「線材」、「配件」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、消費者對於苔球「形狀」之喜好度沒有相關性。**

本研究針對消費者對於苔球「形狀」之喜好度相關性分析結果如表 4-4-1。

表 4-4-1 消費者對於苔球「形狀」之喜好度相關性分析

|                       |                                  | 苔體形狀         |              |               |              |                |
|-----------------------|----------------------------------|--------------|--------------|---------------|--------------|----------------|
|                       |                                  | 苔體形狀<br>「圓形」 | 「半山形半<br>圓形」 | 苔體形狀<br>「三角形」 | 苔體形狀<br>「方形」 | 苔球體形狀<br>「圓餅形」 |
| 苔體形狀為<br>「圓形」         | 皮爾森<br>(Pearson) 相關性<br>顯著性 (雙尾) | 1            | .247**       | .170**        | .217**       | .249**         |
|                       | N                                | 323          | 323          | 323           | 323          | 323            |
| 苔體形狀為<br>「半山形半<br>圓形」 | 皮爾森<br>(Pearson) 相關性<br>顯著性 (雙尾) | .247**       | 1            | .374**        | .258**       | .232**         |
|                       | N                                | 323          | 323          | 323           | 323          | 323            |
| 苔體形狀為<br>「三角形」        | 皮爾森<br>(Pearson) 相關性<br>顯著性 (雙尾) | .170**       | .374**       | 1             | .379**       | .249**         |
|                       | N                                | 323          | 323          | 323           | 323          | 323            |
| 苔體形狀為<br>「方形」         | 皮爾森<br>(Pearson) 相關性<br>顯著性 (雙尾) | .217**       | .258**       | .379**        | 1            | .426**         |
|                       | N                                | 323          | 323          | 323           | 323          | 323            |
| 苔球體形狀<br>為「圓餅形」       | 皮爾森<br>(Pearson) 相關性<br>顯著性 (雙尾) | .249**       | .232**       | .249**        | .426**       | 1              |
|                       | N                                | 323          | 323          | 323           | 323          | 323            |

\*. 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4-4-1 顯示各項「形狀」之喜好度相關程度分析如下：

- 一、在喜好「圓形」的因素中「半山形半圓形」、「三角形」、「方形」及「圓餅形」喜好度的相關性在\*0.05 層級顯著，這表示喜好「圓形」的消費者對於「半山形半圓形」、「三角形」、「方形」及「圓餅形」也呈現一樣的喜好水準。
- 二、在喜好「半山形半圓形」的因素中「圓形」、「三角形」、「方形」及「圓餅形」喜好度的相關性在\*\*0.01 層級顯著，這表示喜好「半山形半圓形」的消費者對於「圓形」、「三角形」、「方形」及「圓餅形」也呈現一樣的喜好水準。
- 三、在喜好「三角形」的因素中「圓形」、「半山形半圓形」、「方形」及「圓餅形」喜好度的相關性在\*0.05 層級顯著，這表示喜好「三角形」的消費者對於「圓形」、「半山形半圓形」、「方形」及「圓餅形」也呈現一樣的喜好水準。
- 四、在喜好「方形」的因素中「圓形」、「半山形半圓形」、「三角形」及「圓餅形」喜好度的相關性在\*\*0.01 層級顯著，這表示喜好「方形」的消費者對於「圓形」、「半山形半圓形」、「三角形」及「圓餅形」也呈現一樣的喜好水準。
- 五、在喜好「圓餅形」的因素中「圓形」、「半山形半圓形」、「三角形」及「方形」喜好度的相關性在\*\*0.01 層級顯著，這表示喜好「圓餅形」的消費者對於「圓形」、「半山形半圓形」、「三角形」及「方形」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「形狀」喜好度的表現，所有喜好度的相關性在\*\*0.01 層級及\*0.05 層級顯著，因此消費者對於苔球「形狀」之喜好度沒有相關性的研究假設無法成立。

#### 研究假設六、消費者對於苔球「植株」之喜好度沒有相關性。

本研究針對消費者對於苔球「植株」之喜好度相關性分析結果如表 4-4-2。

表 4-4-2 消費者對於苔球「植株」之喜好度相關性分析

| 採用「觀花性」植物 | 皮爾森 (Pearson) 相關性 | 採用「有特別斑點與紋路的葉片」 |               |             |        |
|-----------|-------------------|-----------------|---------------|-------------|--------|
|           |                   | 採用「型態酷似小樹般」之植物  | 採用「葉片形狀特別」之植物 | 採用「葉片常綠」之植物 |        |
|           |                   | 1               | .342**        | .261**      | .334** |
|           | 顯著性 (雙尾)          |                 | .000          | .000        | .000   |
|           | N                 | 323             | 323           | 323         | 323    |

|                  |                   |        |        |        |        |        |
|------------------|-------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 採用「型態酷似小樹般」之植物   | 皮爾森 (Pearson) 相關性 | .342** | 1      | .340** | .437** | .347** |
|                  | 顯著性 (雙尾)          | .000   |        | .000   | .000   | .000   |
|                  | N                 | 323    | 323    | 323    | 323    | 323    |
| 採用「有特別的斑點與紋路的葉片」 | 皮爾森 (Pearson) 相關性 | .261** | .340** | 1      | .508** | .404** |
|                  | 顯著性 (雙尾)          | .000   | .000   |        | .000   | .000   |
|                  | N                 | 323    | 323    | 323    | 323    | 323    |
| 採用「葉片形狀特別」之植物    | 皮爾森 (Pearson) 相關性 | .334** | .437** | .508** | 1      | .427** |
|                  | 顯著性 (雙尾)          | .000   | .000   | .000   |        | .000   |
|                  | N                 | 323    | 323    | 323    | 323    | 323    |
| 採用「葉片常綠」之植物      | 皮爾森 (Pearson) 相關性 | .223** | .347** | .404** | .427** | 1      |
|                  | 顯著性 (雙尾)          | .000   | .000   | .000   | .000   |        |
|                  | N                 | 323    | 323    | 323    | 323    | 323    |

\*. 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4-4-2 顯示各項「植株」之喜好度相關程度分析如下：

- 一、在喜好「觀花性」的因素中「型態酷似小樹般」、「有特別的斑點與紋路的葉片」、「葉片形狀特別」及「葉片常綠」喜好度的相關性在\*\*0.01 層級顯著，這表示喜好「觀花性」的消費者對於「型態酷似小樹般」、「有特別的斑點與紋路的葉片」、「葉片形狀特別」及「葉片常綠」也呈現一樣的喜好水準。
- 二、在喜好「型態酷似小樹般」的因素中「觀花性」、「有特別的斑點與紋路的葉片」、「葉片形狀特別」及「葉片常綠」喜好度的相關性在\*\*0.01 層級顯著，這表示喜好「型態酷似小樹般」的消費者對於「觀花性」、「有特別的斑點與紋路的葉片」、「葉片形狀特別」及「葉片常綠」也呈現一樣的喜好水準。
- 三、在喜好「有特別的斑點與紋路的葉片」的因素中「觀花性」、「型態酷似小樹般」、「葉片形狀特別」及「葉片常綠」喜好度的相關性在\*\*0.01 層級顯著，這表示喜好「有特別的斑點與紋路的葉片」的消費者對於「觀花性」、「型態酷似小樹般」、「葉片形狀特別」及「葉片常綠」也呈現一樣的喜好水準。
- 四、在喜好「葉片形狀特別」的因素中「觀花性」、「型態酷似小樹般」、「有特別的斑點

與紋路的葉片」及「葉片常綠」喜好度的相關性在\*\*0.01 層級顯著，這表示喜好「葉片形狀特別」的消費者對於「觀花性」、「型態酷似小樹般」、「有特別的斑點與紋路的葉片」及「葉片常綠」也呈現一樣的良好水準。

五、在喜好「葉片常綠」的因素中「觀花性」、「型態酷似小樹般」、「有特別的斑點與紋路的葉片」及「葉片形狀特別」喜好度的相關性在\*\*0.01 層級顯著，這表示喜好「葉片常綠」的消費者對於「觀花性」、「型態酷似小樹般」、「有特別的斑點與紋路的葉片」及「葉片形狀特別」也呈現一樣的良好水準。

依據上述分析結果，證明消費者在各項「植株」喜好度的表現，所有喜好度的相關性在\*\*0.01 層級顯著，因此消費者對於苔球「植株」之喜好度沒有相關性的研究假設無法成立。

#### 研究假設七、消費者對於苔球「線材」之喜好度沒有相關性。

本研究針對消費者對於苔球「線材」之喜好度相關性分析結果如表 4-4-3。

表 4-4-3 消費者對於苔球「線材」之喜好度相關性分析

|              |                          | 線材採用<br>「麻繩」 | 線材採用<br>「棉繩」 | 線材採用<br>「魚線」 | 線材採用<br>「彩色鉛線」 | 線材採用<br>「珠串」 |
|--------------|--------------------------|--------------|--------------|--------------|----------------|--------------|
| 線材採用<br>「麻繩」 | 皮爾森<br>(Pearson) 相關<br>性 | 1            | .380**       | .222**       | .235**         | .296**       |
|              | 顯著性 (雙尾)                 |              | .000         | .000         | .000           | .000         |
|              | N                        | 323          | 323          | 323          | 323            | 323          |
| 線材採用<br>「棉繩」 | 皮爾森<br>(Pearson) 相關<br>性 | .380**       | 1            | .214**       | .227**         | .269**       |
|              | 顯著性 (雙尾)                 | .000         |              | .000         | .000           | .000         |
|              | N                        | 323          | 323          | 323          | 323            | 323          |
| 線材採用<br>「魚線」 | 皮爾森<br>(Pearson) 相關<br>性 | .222**       | .214**       | 1            | .114*          | .193**       |
|              | 顯著性 (雙尾)                 | .000         | .000         |              | .040           | .000         |
|              | N                        | 323          | 323          | 323          | 323            | 323          |

|                    |                          |        |        |        |        |        |
|--------------------|--------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 線材採用<br>「彩色鋁<br>線」 | 皮爾森<br>(Pearson) 相關<br>性 | .235** | .227** | .114*  | 1      | .447** |
|                    | 顯著性 (雙尾)                 | .000   | .000   | .040   |        | .000   |
|                    | N                        | 323    | 323    | 323    | 323    | 323    |
| 線材採用<br>「珠串」       | 皮爾森<br>(Pearson) 相關<br>性 | .296** | .269** | .193** | .447** | 1      |
|                    | 顯著性 (雙尾)                 | .000   | .000   | .000   | .000   |        |
|                    | N                        | 323    | 323    | 323    | 323    | 323    |

\*. 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4-4-3 顯示各項「線材」之喜好度相關程度分析如下：

- 一、在喜好「麻繩」的因素中「棉繩」、「魚線」、「彩色鋁線」及「珠串」喜好度的相關性在\*\*0.01 層級顯著，這表示喜好「麻繩」的消費者對於「棉繩」、「魚線」、「彩色鋁線」及「珠串」也呈現一樣的喜好水準。
- 二、在喜好「棉繩」的因素中「麻繩」、「魚線」、「彩色鋁線」及「珠串」喜好度的相關性在\*\*0.01 層級顯著，這表示喜好「棉繩」的消費者對於「麻繩」、「魚線」、「彩色鋁線」及「珠串」也呈現一樣的喜好水準。
- 三、在喜好「魚線」的因素中「麻繩」、「棉繩」、「彩色鋁線」及「珠串」喜好度的相關性在\*0.05 層級顯著，這表示喜好「魚線」的消費者對於「麻繩」、「棉繩」、「彩色鋁線」及「珠串」也呈現一樣的喜好水準。
- 四、在喜好「彩色鋁線」的因素中「麻繩」、「棉繩」、「魚線」及「珠串」喜好度的相關性在\*0.05 層級顯著，這表示喜好「彩色鋁線」的消費者對於「麻繩」、「棉繩」、「魚線」及「珠串」也呈現一樣的喜好水準。
- 五、在喜好「珠串」的因素中「麻繩」、「棉繩」、「魚線」及「彩色鋁線」喜好度的相關性在\*\*0.01 層級顯著，這表示喜好「珠串」的消費者對於「麻繩」、「棉繩」、「魚線」及「彩色鋁線」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「線材」喜好度的表現，所有喜好度的相關



性在\*\*0.01 層級及\*0.05 層級顯著，因此消費者對於苔球「線材」之喜好度沒有相關性的研究假設無法成立。

#### 研究假設八、消費者對於苔球「配件」之喜好度沒有相關性。

本研究針對消費者對於苔球「配件」之喜好度相關性分析結果如表 4-4-4。

表 4-4-4 消費者對於苔球「配件」之喜好度相關性分析

|          |               | 「懸掛式線材」 | 「壁掛式板材」 | 「三度空間支架」 | 「碗盤杯子類」 | 「天然材質」 |
|----------|---------------|---------|---------|----------|---------|--------|
| 「懸掛式線材」  | 皮爾森 (Pearson) | 1       | .415**  | .403**   | .216**  | .226** |
|          | 相關性           |         |         |          |         |        |
|          | 顯著性 (雙尾)      |         | .000    | .000     | .000    | .000   |
|          | N             | 323     | 323     | 323      | 323     | 323    |
| 「壁掛式板材」  | 皮爾森 (Pearson) | .415**  | 1       | .370**   | .180**  | .353** |
|          | 相關性           |         |         |          |         |        |
|          | 顯著性 (雙尾)      | .000    |         | .000     | .001    | .000   |
|          | N             | 323     | 323     | 323      | 323     | 323    |
| 「三度空間支架」 | 皮爾森 (Pearson) | .403**  | .370**  | 1        | .291**  | .445** |
|          | 相關性           |         |         |          |         |        |
|          | 顯著性 (雙尾)      | .000    | .000    |          | .000    | .000   |
|          | N             | 323     | 323     | 323      | 323     | 323    |
| 「碗盤杯子類」  | 皮爾森 (Pearson) | .216**  | .180**  | .291**   | 1       | .317** |
|          | 相關性           |         |         |          |         |        |
|          | 顯著性 (雙尾)      | .000    | .001    | .000     |         | .000   |
|          | N             | 323     | 323     | 323      | 323     | 323    |
| 「天然材質」   | 皮爾森 (Pearson) | .226**  | .353**  | .445**   | .317**  | 1      |
|          | 相關性           |         |         |          |         |        |
|          | 顯著性 (雙尾)      | .000    | .000    | .000     | .000    |        |
|          | N             | 323     | 323     | 323      | 323     | 323    |

\*. 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4-4-4 顯示各項「配件」之喜好度相關程度分析如下：

- 一、在喜好「懸掛式線材」的因素中「壁掛式板材」、「三度空間支架」、「碗盤杯子類」及「天然材質」喜好度的相關性在\*\*0.01 層級顯著，這表示喜好「懸掛式線材」

的消費者對於「壁掛式板材」、「三度空間支架」、「碗盤杯子類」及「天然材質」也呈現一樣的喜好水準。

二、在喜好「壁掛式板材」的因素中「懸掛式線材」、「三度空間支架」、「碗盤杯子類」及「天然材質」喜好度的相關性在 $*0.05$  層級顯著，這表示喜好「懸掛式線材」的消費者對於「壁掛式板材」、「三度空間支架」、「碗盤杯子類」及「天然材質」也呈現一樣的喜好水準。

三、在喜好「三度空間支架」的因素中「懸掛式線材」、「壁掛式板材」、「碗盤杯子類」及「天然材質」喜好度的相關性在 $**0.01$  層級顯著，這表示喜好「懸掛式線材」的消費者對於「懸掛式線材」、「壁掛式板材」、「碗盤杯子類」及「天然材質」也呈現一樣的喜好水準。

四、在喜好「碗盤杯子類」的因素中「懸掛式線材」、「壁掛式板材」、「三度空間支架」及「天然材質」喜好度的相關性在 $*0.05$ 層級顯著，這表示喜好「懸掛式線材」的消費者對於「懸掛式線材」、「壁掛式板材」、「碗盤杯子類」及「天然材質」也呈現一樣的喜好水準。

五、在喜好「天然材質」的因素中「懸掛式線材」、「壁掛式板材」、「三度空間支架」及「碗盤杯子類」喜好度的相關性在 $**0.01$  層級顯著，這表示喜好「天然材質」的消費者對於「懸掛式線材」、「壁掛式板材」、「三度空間支架」及「碗盤杯子類」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「配件」喜好度的表現，所有喜好度的相關性在 $**0.01$  層級及 $*0.05$  層級顯著，因此消費者對於苔球「配件」之喜好度沒有相關性的研究假設無法成立。

## 第五章研究結果與建議

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，作為苔球產品設計、製造、銷售等業者經營上的參考依據，也提供後續研究者進行相關研究之參考文獻。

### 第一節 研究結果

本研究主要目的為探討影響消費者選購苔球產品因素之喜好度、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、消費者對於選購苔球產品相關因素之喜好程度

- 一、「形狀」喜好程度統計結果依序為「圓形」3.97>「半山形半圓形」3.86>「圓餅形」3.61>「方形」3.46>「三角形」3.15；研究發現基於圓形給人圓潤且柔軟溫和的感覺，加上圓形沒有任何角度，搭配形形色色之植株也無衝突感，因此富含圓形之元素的形狀有較高的評價。
- 二、「植株」喜好程度統計結果依序為「葉片常綠」4.02>「觀花性」3.97>「型態酷似小樹般」3.95>「有特別的斑點與紋路葉片」3.85>「葉片形狀特別」3.76；研究發現植株葉片顏色單純、無特殊斑紋及葉形較容易搭配室內空間，因此有較高的評價。
- 三、「線材」喜好程度統計結果依序為「麻繩」3.65>「棉繩」3.64>「彩色鋁線」3.52>「魚線」3.14>「珠串」2.88；研究發現消費者基於天然原料製成之線材會自然分解，是較為環保的線材，且較為樸實無加工感，因此有較高的評價。
- 四、「配件」喜好程度統計結果依序為「壁掛式板材」4.27>「懸掛式線材」4.16>「天然材質」4.06>「三度空間支架」4.03>「碗盤杯子類」3.87；研究發現消費者基於生活空間較有限，可「掛」於空間之形式有較高的評價。
- 五、苔球僅利用「線材」綑綁成型之合理售價統計結果依序為「201~400元」48.9%>「200元以下」43.7%>「401~600元」6.2%>「601~800元」1.2%>「800元以上」0%；研究發現基於考量線材等相關成本較低，且消費者喜歡物美價廉產品之心態，因此消費者僅願用低廉之價格購入。
- 六、購入苔球附贈「三度空間支架」之合理售價統計結果依序為「201~400元」53.9%>「401~600元」32.2%>「200元以下」9.9%>「601~800元」3.4%>「800元以上」

0.6%；研究發現基於消費者喜歡物美價廉產品之心態，但考量三度空間支架之相關成本較線材高，因此願意以較高售價購入的看法相近。

七、苔球固定於「板材」上之消費者認為合理售價統計結果依序為「401~600元」42.1% > 「201~400元」36.8% > 「601~800元」15.5% > 「800元以上」3.7% > 「200元以下」1.9%；考量板材之相關成本較高，因此願意以較高的售價購入。

八、綜合消費者對於選購苔球產品相關因素之喜好程度調查結果，可得出形狀為「圓形」、「植株」為「葉片常綠」、「線材」為「麻繩」、「配件」為「壁掛式板材」，可參考如圖 5-1-1。

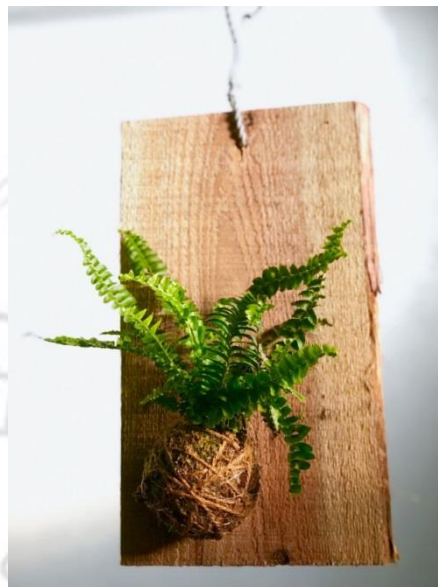


圖 5-1-1 喜好程度調查結果之參考圖

## 二、不同背景消費者對於選購苔球產品因素之喜好程度之差異性

本研究將填答問卷消費者分成「性別」、「年齡」、「學歷」、「職業」、「平均月收入」及「種植室內植栽經驗」等六類的自變項，並將影響消費者選購苔球產品「形狀」、「植株」、「線材」、「配件」等特性的喜好程度設定為依變項，經過變異數的分析結果，本研究發現項目之差異情形如下：

(一)不同「性別」之消費者對於苔球「半山形(半圓形)」形狀的顯著性  $p=.011 < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。

(二)不同「年齡」之消費者對於苔球「三角形」形狀的顯著性  $p=.016 < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。

- (三)不同「學歷」之消費者對於苔球「三角形」形狀的顯著性  $p=.014 < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。
- (四)不同「職業」之消費者對於苔球「圓形」形狀的顯著性  $p=.011 < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。
- (五)不同「平均月收入」之消費者對於苔球「圓形」形狀的顯著性  $p=.025 < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。
- (六)「種植室內植栽經驗」與否之消費者對於苔球每個形狀方面的喜好度顯著性皆是  $p > 0.05$  以上，表示沒有顯著的差異存在。
- (七)不同「性別」之消費者對於苔球「型態酷似小樹般」、「有特別的斑點與紋路葉片」植株的顯著性  $p=.035、.033 < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。
- (八)不同「年齡」之消費者對於苔球「葉片形狀特別」植株的顯著性  $p=.009 < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。
- (九)不同「學歷」之消費者對於苔球「觀花性」植株的顯著性  $p=.003 < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。
- (十)不同「職業」之消費者對於苔球「葉片形狀特別」植株的顯著性  $p=.039 < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。
- (十一)不同「平均月收入」之消費者對於苔球「觀花性」、「葉片形狀特別」、「葉片常綠」之植株的顯著性  $p=.045、.013、.020 < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。
- (十二)「種植室內植栽經驗」與否之消費者對於苔球每個植株方面的喜好度顯著性皆是  $p > 0.05$  以上，表示沒有顯著的差異存在。
- (十三)不同「性別」之消費者對於苔球每個線材方面的喜好度顯著性皆是  $p > 0.05$  以上，表示沒有顯著的差異存在。
- (十四)不同「年齡」之消費者對於苔球「麻繩」、「棉繩」、「魚線」、「彩色鋁線」、「珠串」線材的顯著性  $p=.001、.040、.042、.008、.001 < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。
- (十五)不同「學歷」之消費者對於苔球「珠串」線材的顯著性  $p=.015 < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。
- (十六)不同「職業」之消費者對於苔球「麻繩」、「魚線」線材的顯著性  $p=.008、.021 < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。

(十七)不同「平均月收入」之消費者對於苔球「魚線」之植線材的顯著性  $p=.005 < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。

(十八)「種植室內植栽經驗」與否之消費者對於苔球每個線材方面的喜好度顯著性皆是  $p > 0.05$  以上，表示沒有顯著的差異存在。

(十九)不同「性別」之消費者對於苔球「懸掛式線材」配件的顯著性  $p=.019 < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。

(二十)不同「年齡」之消費者對於苔球「壁掛式板材」、「天然材質」配件的顯著性  $p=.039、.000 < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。

(二十一)不同「學歷」之消費者對於苔球「天然材質」配件的顯著性  $p=.019 < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。

(二十二)不同「職業」之消費者對於苔球「天然材質」配件的顯著性  $p=.022 < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。

(二十三)不同「平均月收入」之消費者對於苔球「壁掛式板材」、「天然材質」之植配件的顯著性  $p=.017、.004 < 0.05$ ，表示有顯著的差異存在。

(二十四)「種植室內植栽經驗」與否之消費者對於苔球「天然材質」之植配件的顯著性  $p=.002 < 0.05$ ，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苔球產品「形狀」、「植株」、「線材」、「配件」之喜好度差異性分析，在不同的因素中有部分項目的顯著性  $p < 0.05$  的情形；因此，不同背景變項的消費者對於苔球產品「形狀」、「植株」、「線材」、「配件」之喜好度沒有差異的研究假設部分無法成立。然而「種植室內植栽經驗」與否之消費者對於苔球「形狀」、「植株」、「線材」方面及不同「性別」之消費者對於苔球「線材」方面的喜好度顯著性皆是  $p > 0.05$  以上，表示沒有顯著的差異存在。

### 三、不同背景消費者對於選購苔球產品因素之喜好程度之相關性

研究將影響消費者選購苔球的「形狀」、「植株」、「線材」、「配件」等的喜好度進行相關性的檢定。研究發現全部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：表示有顯著的差異存在。

(一)消費者對於「形狀」喜好度的相關性檢定結果：

1. 喜好「圓形」的消費者對於「半山形半圓形」、「三角形」、「方形」及「圓

餅形」也呈現一樣的喜好水準。

2. 「半山形半圓形」的消費者對於「圓形」、「三角形」、「方形」及「圓餅形」也呈現一樣的喜好水準。
3. 「三角形」的消費者對於「圓形」、「半山形半圓形」、「方形」及「圓餅形」也呈現一樣的喜好水準。
4. 喜好「方形」的消費者對於「圓形」、「半山形半圓形」、「三角形」及「圓餅形」也呈現一樣的喜好水準。
5. 「圓餅形」的消費者對於「圓形」、「半山形半圓形」、「三角形」及「方形」也呈現一樣的喜好水準。

(二)消費者對於「植株」喜好度的相關性檢定結果：

1. 喜好「觀花性」的消費者對於「型態酷似小樹般」、「有特別的斑點與紋路的葉片」、「葉片形狀特別」及「葉片常綠」也呈現一樣的喜好水準。
2. 喜好「型態酷似小樹般」的消費者對於「觀花性」、「有特別的斑點與紋路的葉片」、「葉片形狀特別」及「葉片常綠」也呈現一樣的喜好水準。
3. 喜好「有特別的斑點與紋路的葉片」的消費者對於「觀花性」、「型態酷似小樹般」、「葉片形狀特別」及「葉片常綠」也呈現一樣的喜好水準。
4. 喜好「葉片形狀特別」的消費者對於「觀花性」、「型態酷似小樹般」、「有特別的斑點與紋路的葉片」及「葉片常綠」也呈現一樣的喜好水準。
5. 喜好「葉片常綠」的消費者對於「觀花性」、「型態酷似小樹般」、「有特別的斑點與紋路的葉片」及「葉片形狀特別」也呈現一樣的喜好水準。

(三)消費者對於「線材」喜好度的相關性檢定結果：

1. 喜好「麻繩」的消費者對於「棉繩」、「魚線」、「彩色鋁線」及「珠串」也呈現一樣的喜好水準。
2. 喜好「棉繩」的消費者對於「麻繩」、「魚線」、「彩色鋁線」及「珠串」也呈現一樣的喜好水準。
3. 喜好「魚線」的消費者對於「麻繩」、「棉繩」、「彩色鋁線」及「珠串」也呈現一樣的喜好水準。
4. 喜好「彩色鋁線」的消費者對於「麻繩」、「棉繩」、「魚線」及「珠串」也呈現一樣的喜好水準。

5. 喜好「珠串」的消費者對於「麻繩」、「棉繩」、「魚線」及「彩色鋁線」也呈現一樣的喜好水準。

(四)消費者對於「配件」喜好度的相關性檢定結果：

1. 喜好「懸掛式線材」的消費者對於「壁掛式板材」、「三度空間支架」、「碗盤杯子類」及「天然材質」也呈現一樣的喜好水準。
2. 喜好「懸掛式線材」的消費者對於「壁掛式板材」、「三度空間支架」、「碗盤杯子類」及「天然材質」也呈現一樣的喜好水準。
3. 喜好「懸掛式線材」的消費者對於「懸掛式線材」、「壁掛式板材」、「碗盤杯子類」及「天然材質」也呈現一樣的喜好水準。
4. 喜好「懸掛式線材」的消費者對於「懸掛式線材」、「壁掛式板材」、「碗盤杯子類」及「天然材質」也呈現一樣的喜好水準。
5. 喜好「天然材質」的消費者對於「懸掛式線材」、「壁掛式板材」、「三度空間支架」及「碗盤杯子類」也呈現一樣的喜好水準。

## 第二節 研究建議

### 一、苔球產品製造與設計方面

苔球產品製造業者設計苔球的時候，在「形狀」、「植株」、「線材」、「配件」等苔球構成元素之選用可參考本研究之結果。設計苔球的「形狀」選擇具有圓潤且溫和的圓形為較好的做法；選擇「植株」的時，採用葉片常綠及無特殊斑紋、葉形，為較好的選擇；苔球以樸實無加工感且環保之「線材」去搭配，較容易能夠得到消費者較高的評價；在搭配苔球「配件」時，可「掛」於空間之形式是消費者較喜歡的設計。

### 二、苔球產品銷售業方面

任何產品的設計及製造終極目標即為消費者的選購，本研究發現台灣地區不同「性別」、「年齡」、「學歷」、「職業」、「月平均收入」及「種植室內植栽經驗」的消費者，對於苔球產品皆希望物美價廉的看法一致，但產品獨特性、裝飾性、功能性等皆會影響產品的製造成本，進而影響價格，因此業者可透過銷售介紹產品的過程，提供設計與製造的相關資訊及成本等觀念給予消費者知曉，進而教育消費者建立消費者正確的購買產品的觀念。



### 三、苔球手作體驗教學方面

「苔球」目前已經成為部份族群種植室內植栽的一種方式，台灣的文創市集經常可看見各式各樣型態的苔球產品；加上現代人生活步調快速、工作繁忙緊促，在手作的風潮的時代中，取材簡單、製作方式較為簡易及照顧方式簡便的苔球在坊間開立了許多體驗課程，每人皆可將「形狀」、「植株」、「線材」、「配件」等苔球構成元素隨心所欲做搭配，透過雙手的扎實勞動，為自己空間增添品味行頭或準備巧思贈與親友，最終回饋的成就感、心靈療癒之感，都是節奏快速之數位時代難以取代的無價之寶。

## 第三節 未來研究方向

### 一、研究變數

影響消費者選購苔球產品的因素相當多，本研究僅以苔球「形狀」、「植株」、「線材」、「配件」、「售價」作為研究範圍，建議未來有興趣的研究者可加入其他影響的因素例如：苔球尺寸、放置空間、苔球體顏色等因素作為研究之變項，讓苔球產品的研究能更深入，進而使研究結果更有深度及廣度。

### 二、研究方法

本研究是透過「量化問卷」的調查方式，後續研究者可以透過深入的專家訪談或個案研究等質性研究的方式，更深入探討消費者對於苔球產業的知覺價值、顧客滿意度等。

### 三、研究工具

本研究所使用的資料為參酌相關文獻及理論編製而成，並經信度及效度之檢驗，已達研究上的要求水準；未來研究可依其研究需求修訂本問卷或另行設計問卷，以利研究工具更加完備。

### 四、研究範圍

本研究受限於時間及經費等因素，研究對象僅能透過網路問卷的方式在各相關群組間進行抽樣，消費者對問卷題目的想法、認知、感覺會受到許多不確定因素之影響，因此建議未來的相關研究者在進行研究時，可以擴大取樣範圍及延長取樣時間來增加取樣之人數，進而使研究結果更具代表性及參考性。

## 參考文獻

### 中文書籍

1. 李侖(1989)。室內植物。臺北市：淑馨出版社。
2. 刁錫蔭(1989)。室內綠化藝術。重慶：重慶大學出版社。
3. 方世榮 (2003)。行銷學。臺北市：三民出版社。
4. 綠生活雜誌編輯部(2001)。室內植物。臺北市：成陽出版社。
5. 林欽榮 (2002)。消費者行為。臺北市：揚智文化。
6. 台灣區花卉發展協會編輯部(2006)。台灣花卉園藝月刊。臺北市：財團法人台灣區花卉發展協會。
7. 韓可宗、林桓丞(2006)。教室中植栽對國中學生心理、行為及健康之影響。臺北市：國立政治大學教育學院。
8. 榮泰生 (2007)。消費者行為二版。臺北市：五南出版社。
9. 陳彥宇 (2007)。常見室內植物對甲醛及二氧化碳之吸收及反應。國立臺灣大學植物病理與微生物學研究所論文，未出版。
10. 中村聰(2008)。Universal Design 通用設計的法則。臺北市：博碩文化。
11. 郭毓仁(2008)。景觀植栽設計。臺北市：詹氏書局。
12. 劉靜怡(2008)。室內植栽被選購行為及其對室內環境品質影響之初探。國立勤益科技大學冷凍空調研究所碩士論文，未出版。
13. 榮泰生(2009)。SPSS 與研究方法。臺北市：五南出版社。
14. 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：五南圖書。
15. 邱皓政(2010)。量化研究與統計分析-SPSS。臺北市：五南圖書。
16. 葉日武(2010)。行銷學理論與實務。臺北市：前程出版。
17. 孫豔玲、何源、李陽旭(2011)。從範例學 SPSS 統計分析與應用。台北市：博碩文化。
18. 李祐瑄(2011)。影響觀葉植物購買意願之因素與市場區隔之研究。國立嘉義大學園藝學系研究所碩士論文，未出版。
19. 沈永正 (2012)。消費者行為。臺北市：三民。

20. 王勝弘 (2012)。室內盆栽綠設計 300。臺北市：麥浩斯出版。
21. 張魁峯、林靈宏 (2012)。消費者行為學。臺北市：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。臺北市：華泰文化。
24. 林靈宏(2016)。消費者行為學。臺北市：五南圖書。
25. 曾昱誠(2016)。室內植栽應用於居住空間之認知調查研究。中原大學室內設計研究所碩士論文，未出版。
26. 張滋佳(2018)。綠色飯糰 苔球好朋友。臺北市：麥浩斯。
27. 集客數據行銷觀察員(2018)。為甚麼要做市場調查分析。臺北市：集客數據行銷。
28. 洪蕊蕾(2018)。室內植栽組合之景觀偏好研究。東海大學景觀設計學研究所碩士論文，未出版。
29. 權志娟著，陳靖婷譯(2019)。今天起，植物住我家。新北市：知遠文化。
30. 微境品主理人\_苔哥、花草遊戲編輯部(2019)。風格上板一牆上的綠色植栽：鹿角蕨·石松·空氣鳳梨·蘭花·觀葉植物。臺北市，麥浩斯。
31. 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。
32. 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。
33. 洪子棋(2020)。影響消費者選購寵物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。
34. 楊侑馨、阿懶(譯)(2021)。觀葉植物圖鑑-500種風格綠植栽培指南。臺北市：麥浩斯。(Pavaphon Supanantananont 著，2018)

## 外文書籍

1. Kotler, P. (1998), *Marketing Management Millennium edition*, N.J. : Prentice Hall.
2. Korte, D.F. (2008), *Indoor Air Quality, An Introduction to Indoor Air Quality. Formaldehyde*. Indoor Air Quality Home, Washington, D.C.
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. Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2014), *Consumer Perceived Value: The Development of a Multiple Item Scale*, Journal of Retailing, Vol.77.

5. Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. (2014), *Consumer Behavior*, NJ: Prentice Hall.

## 網路資料

1. 楊鎮宇(2014)。台灣首位園藝治療師：當你照料植物，就是一種療癒。2021.05.22 取自 <https://www.businessweekly.com.tw/style/Blog/7773>
2. MKC 編輯小組 (2018)。Bernd Schmitt 體驗式行銷。2021.04.21 取自 <https://mymkc.com/article/content/22870>
3. 朱惠慈 (《藝術家》2020 年 8 月號 543 期)。奇品園藝 日本江戶時代的夢幻逸品。2021.04.22 取自 <https://www.artist-magazine.com/>
4. 田口文哉著、林容伊譯(2020)。盆栽的圖像學—浮世繪所見的江戶盆栽文化。2021.04.22 取自 <file:///C:/Users/b/Downloads/A60000000E-I52-43206.pdf>
5. 80%LIFE (2021)。植栽、做園藝，為何能幫助紓壓、找回平衡？。2021.05.22 取自 <https://www.managertoday.com.tw/eightylife/article/view/806>
6. 梁元齡(2021)。防失智又紓解身心！「療癒園藝風」正夯 安頓你的五感。2021.05.22 取自 <https://www.commonhealth.com.tw/article/83972>
7. 楊念真、莫曼君(2020)。室內空氣不佳 當心「病態建築症候群」。2021.05.22 取自 <http://shuj.shu.edu.tw/blog/>
8. TC sharing(2021)。【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。2022.01.12 取自 <https://sharing.tcincubator.com/>

## 附錄一 消費者對於苔球植栽的喜好度研究問卷

### 第一部分：基本資料

1. 性別：男 女
2. 年齡：20歲以下 21~30歲 31~40歲 41~50歲 51~60歲 61歲以上
3. 學歷：國小 國中 高中職 大學(大專) 研究所(含)以上
4. 職業：軍公教 製造業 服務業 自由業 學生 其他
5. 平均月收入：2萬以下 2~4萬 4~6萬 6~8萬 8萬以上
6. 是否有種植室內植栽的經驗：是 否

### 第二部分：

#### A. 苔球「植物」之喜好度調查

此部分是針對苔球採用「植物」之喜好度調查，選項分為「非常喜歡」5分、「喜歡」4分、「普通」3分、「不喜歡」2分、「非常不喜歡」1分。請您依據個人喜好之程度，回答下列所有問題。

1. 苔球的植物採用「型態酷似小樹般」之植物，如：馬拉巴栗、福祿桐等植物，您認為：



- 非常喜歡 喜歡 普通 不喜歡 非常不喜歡

2. 苔球的植物採用「觀花性」植物，如：火鶴、蘭花等植物，您認為：



非常喜歡 喜歡 普通 不喜歡 非常不喜歡

3. 苔球的植物採用「有特別的斑點與紋路的葉片」之植物，如：竹芋、銀班葛等植物，您認為：



非常喜歡 喜歡 普通 不喜歡 非常不喜歡

4. 苔球的植物採用「葉片形狀特別」之植物，如：秋海棠、蕾絲蕨等植物，您認為：



非常喜歡 喜歡 普通 不喜歡 非常不喜歡

5. 苔球的植物採用「葉片常綠」之植物，如：山蘇、龜背芋、袖珍椰子等植物，您認為：



非常喜歡 喜歡 普通 不喜歡 非常不喜歡

### B. 苔球「線材」之喜好度調查

此部分是針對苔球使用「線材」之喜好度調查，選項分為「非常喜歡」5分、「喜歡」4分、「普通」3分、「不喜歡」2分、「非常不喜歡」1分。請您依據實際經驗與個人認知及個人偏好，回答下列所有問題。

1. 苔球線材採用「麻繩」，您認為：



非常喜歡 喜歡 普通 不喜歡 非常不喜歡

2. 苔球線材採用「棉繩」，您認為



非常喜歡 喜歡 普通 不喜歡 非常不喜歡

3. 苔球線材採用「魚線」，如下圖您認為



非常喜歡 喜歡 普通 不喜歡 非常不喜歡

4. 苔球線材採用「彩色鋁線」，增添裝飾效果，您認為：



非常喜歡 喜歡 普通 不喜歡 非常不喜歡

5. 苔球線材採用「珠串」，增添裝飾效果，您認為：



非常喜歡 喜歡 普通 不喜歡 非常不喜歡



### C. 苔球「苔體形狀」之喜好度調查

此部分是苔球「苔球體形狀」喜好度調查，選項分為「非常喜歡」5分、「喜歡」4分、「普通」3分、「不喜歡」2分、「非常不喜歡」1分。請您依據實際經驗與個人認知，回答下列所有問題。

1. 苔球的苔體形狀為「圓形」，您認為



非常喜歡 喜歡 普通 不喜歡 非常不喜歡

2. 苔球的苔體形狀為「半山形(半圓形)」，您認為



非常喜歡 喜歡 普通 不喜歡 非常不喜歡

3. 苔球的苔體形狀為「三角形」，您認為



非常喜歡 喜歡 普通 不喜歡 非常不喜歡

4. 苔球的苔體形狀為「方形」，您認為



非常喜歡 喜歡 普通 不喜歡 非常不喜歡

5. 苔球的苔球體形狀為「圓餅形」，您認為

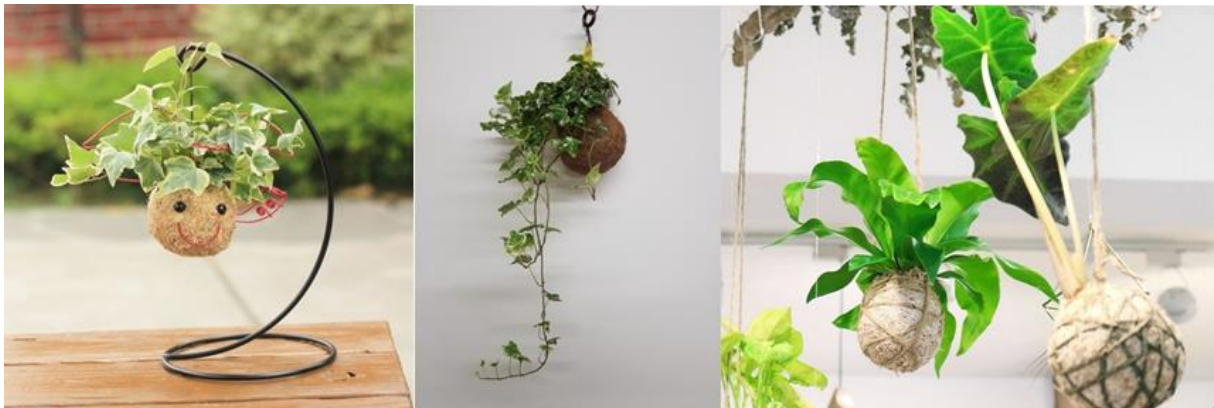


非常喜歡 喜歡 普通 不喜歡 非常不喜歡

#### D. 苔球「擺設方式與配件」之喜好度調查

此部分是針對苔球「擺設方式與配件」喜好度調查，選項分為「非常喜歡」5分、「喜歡」4分、「普通」3分、「不喜歡」2分、「非常不喜歡」1分。「不喜歡」、「非常不喜歡」。請您依據實際經驗與個人認知及個人喜好，回答下列所有問題。

1. 苔球的擺設方式採用「懸掛式線材」，如：利用麻繩、鐵線等方式吊掛，您認為：



非常喜歡 喜歡 普通 不喜歡 非常不喜歡

2. 苔球的擺設方式採用「壁掛式板材」，如：利用木框、木板等方式吊掛，您認為：



非常喜歡 喜歡 普通 不喜歡 非常不喜歡

3. 苔球的擺設方式採用利用單一材料或複合媒材建構「三度空間支架」，您認為：



非常喜歡 喜歡 普通 不喜歡 非常不喜歡

4. 苔球的擺放置「天然材質」，如：石板、漂流木、樹皮等，您認為



非常喜歡 喜歡 普通 不喜歡 非常不喜歡

5. 苔球的擺放置「碗盤杯子類」之上，如：家中常見唾手可得的陶盤、玻璃碗、馬克杯等，您認為：



非常喜歡 喜歡 普通 不喜歡 非常不喜歡

### E. 苔球「售價」之喜好度調查

此部分是苔球「售價」喜好度調查，園藝店、花市、網路商店的 3 吋盆栽(無添加任何裝飾)市售價介於 30~100 元之間，水苔 150 克價格約為 100~150 元左右，請考量線材等相關成本。依據實際經驗與個人認知，回答下列所有問題。

1. 苔球僅利用麻繩、魚線、棉線等線材將苔球體細綁成型，您認為合理售價為



200 元以下 201~400 元 401 元~600 元 601~800 元 801 元以上

2. 購入苔球時附贈利用單一材料或複合媒材建構「三度空間支架」，增添苔球成列之立體效果，您認為合理售價為



200 元以下 201~400 元 401 元~600 元 601~800 元 801 元以上

3. 將苔球固定於木框、木板上，可使其吊掛於牆壁，您認為合理售價為



200 元以下    201~400 元    401 元~600 元    601~800 元    801 元以上

問卷到此結束，感謝您的協助！

