

台北海洋科技大學
海空物流與行銷系

碩士論文

日本藥妝商品購買意願關係之研究

**A Study of the Relation of Japanese Cosmeceutical
Products Purchasing**



研 究 生：盧昀鋒

指導教授：方信雄 博士

中 華 民 國 一 〇 八 年 七 月 十 五 日

摘要

隨著人們對於健康以及生活品質的重視，對於美妝保養品的喜好，逐漸成為市場商機。近年來，日本藥妝品牌也陸續進駐台灣，在此蓬勃發展市場中，影響消費者購買意願乃是一項值得探究之課題。本研究根據相關文獻擬定問卷，採便利抽樣收集資料，針對有效樣本進行變異數統計分析，探討消費者之性別、年齡、教育程度、月收入、消費頻率及消費金額與日本藥妝商品購買意願之間的關係是否存在差異性。

研究結果發現，不同消費者個人特徵對於購買日本藥妝商品具有差異性存在。女性購買習慣較男性容易受周遭朋友間討論及大眾媒體廣告因素影響；年輕族群消費者較喜歡嘗試新穎包裝及產品；月收入多寡對於消費者購買日本藥妝商品動機並無關係；消費頻率高的消費者與本身需求有關，跟包裝及產品行銷較無關係；消費金額大的消費者對於產品的外觀及品牌上都相對願意花較高金額購買。建議業者針對不同特徵的消費者，採取不同行銷方式。

關鍵字：產品包裝、購買因素，產品來源國

