

消費者特質對通路選擇的影響_以服飾市場為例

專題研究學生：991050115黃健彰 991050142康萬勝

991050149張晉豪 991050150劉育如

指導教授：廖又生

(1) 現代消費者有兩大生活型態因素，第一是由購買流行、追求流行、交換資訊、常看資訊、嘗試不同、嘗試新奇、主動詢問所組成的流行追求，第二是由注重品質、注重實穿、優惠購買組成的品質實穿。

(2) 在現在消費者的生活型態中如何選擇通路的因素，慣購品牌、高知名度、貨比三家的數值小於0.05，意味著在現在消費者的生活型態中如何選擇通路的因素影響不大的。

(3) 自變數通過中介效果影響應變數，主動詢問小於0.05為顯著，而交換資訊、嘗試不同、嘗試新奇小於0.01為非常顯著。檢定力的部分要大於0.8為具有影響力，所以四個因素都具影響力的因素。

(4) 相關分析結果顯示透過中介變向三步驟檢驗結果顯示用「生活型態」預測「實虛通路」時，主動詢問、交換資訊、注重品質均達顯著水準；且主動詢問、注重品質效度亦均達顯著水準。

(5) 用「生活型態」預測「消費偏好」時，主動詢問、交換資訊、嘗試不同、嘗試新奇均達顯著水準；且主動詢問、交換資訊、嘗試不同、嘗試新奇亦均達顯著水準。

(6) 符合生活型態→消費偏好→通路選擇

