

精品品牌永續策略對消費者 購買意願之影響

第六組 金企四
林嘉柔 楊雅婷 張瑒翎

資料樣本比數

83

概述

受測者基本資
料

購買調查

購買考量-永續
性質

永續概念調查

是否會對提倡
永續的精品品
牌更有好感

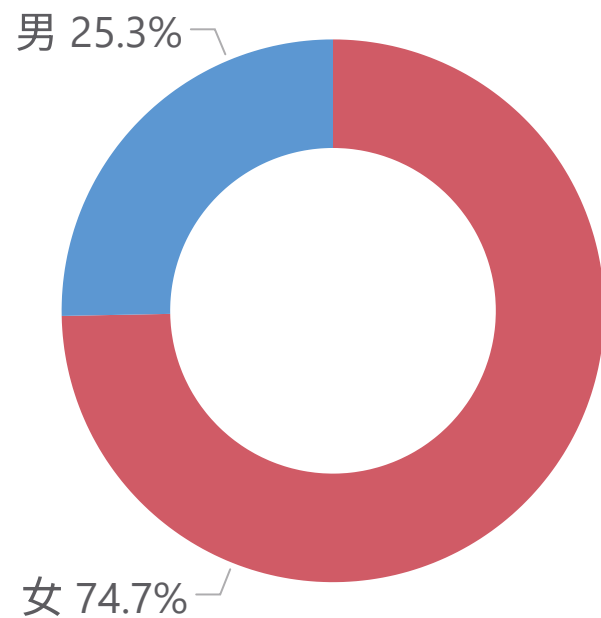
永續策略與購
買意願調查

意願排序

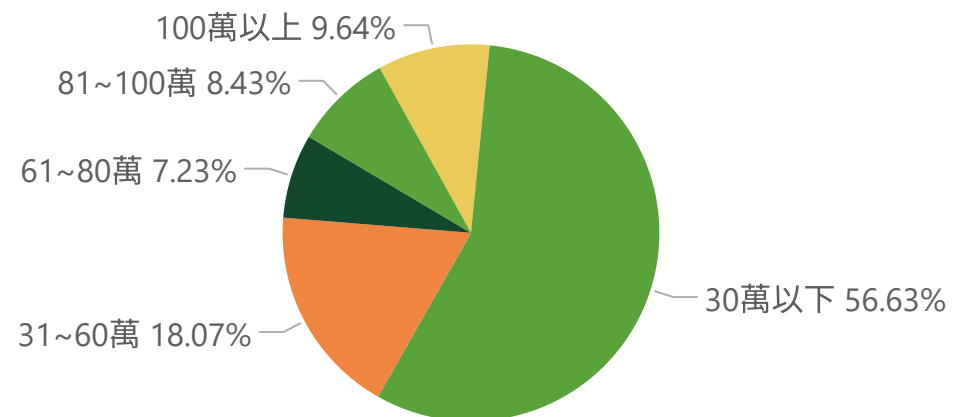
總結

建議

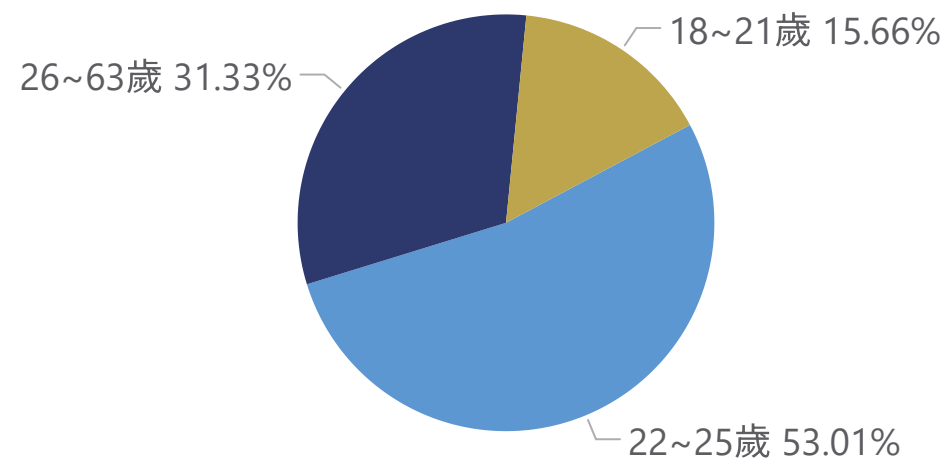
性別-男女比



年收入分佈



年齡



概述

受測者基本資料

購買調查

購買考量-永續性質

永續概念調查

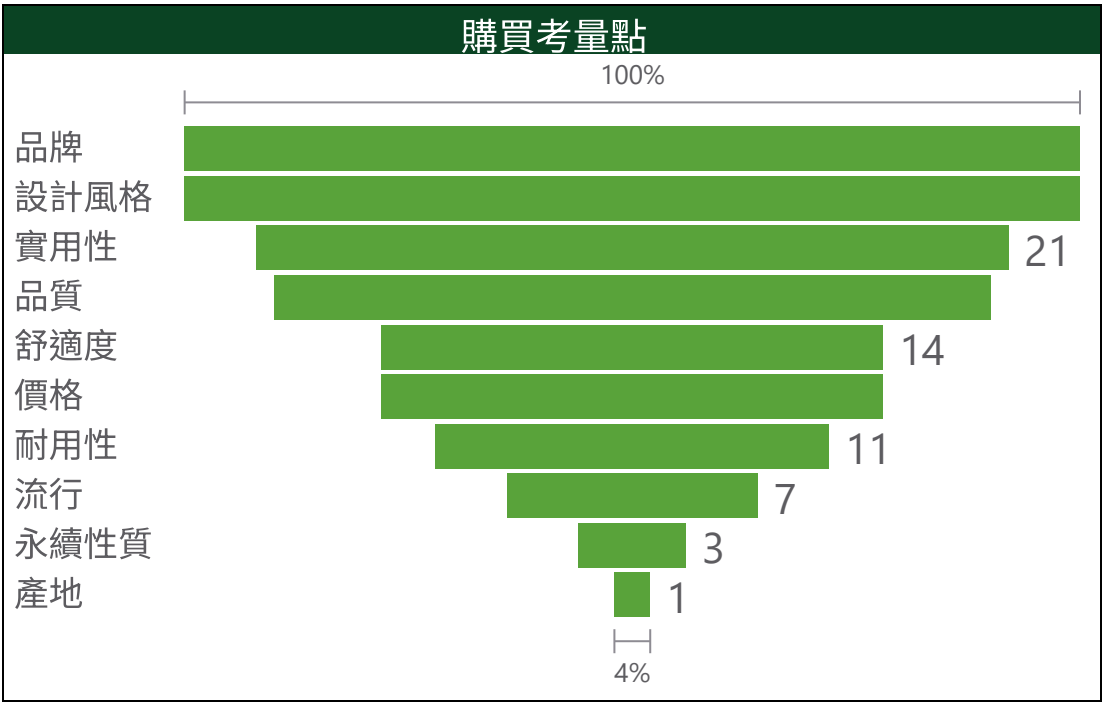
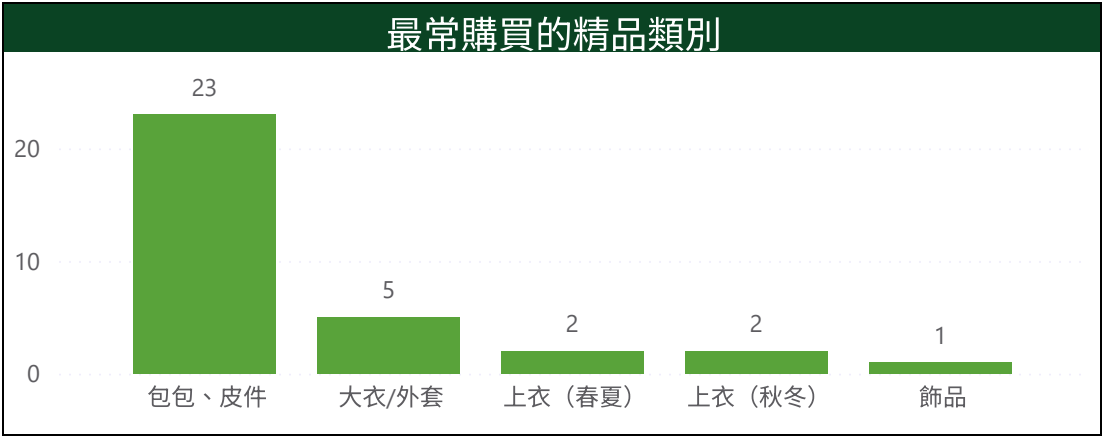
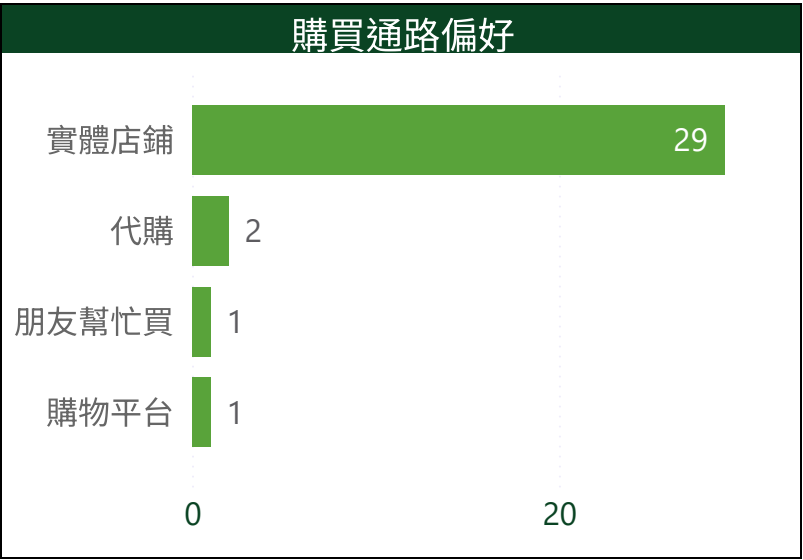
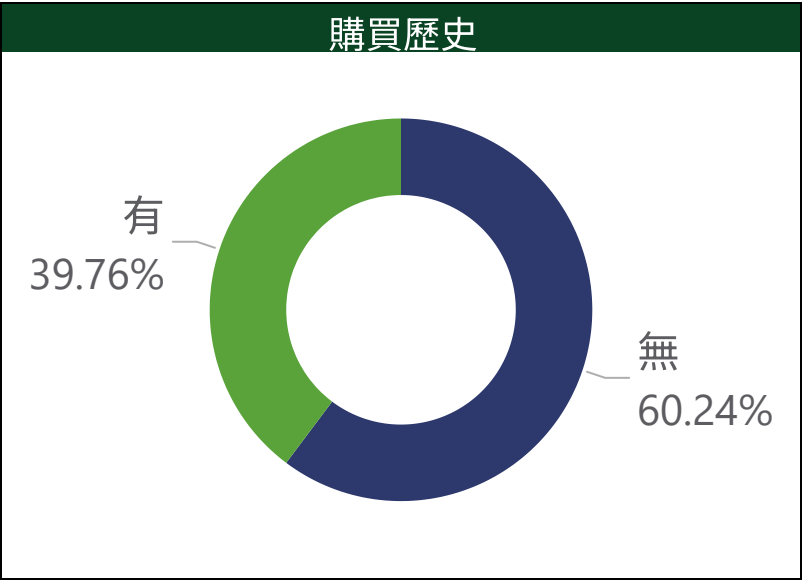
是否會對提倡
永續的精品品
牌更有好感

永續策略與購
買意願調查

意願排序

總結

建議



篩選器

性別

☐ 女

☐ 男

女性 男性

年齡

☐ 18~21歲

☐ 22~25歲

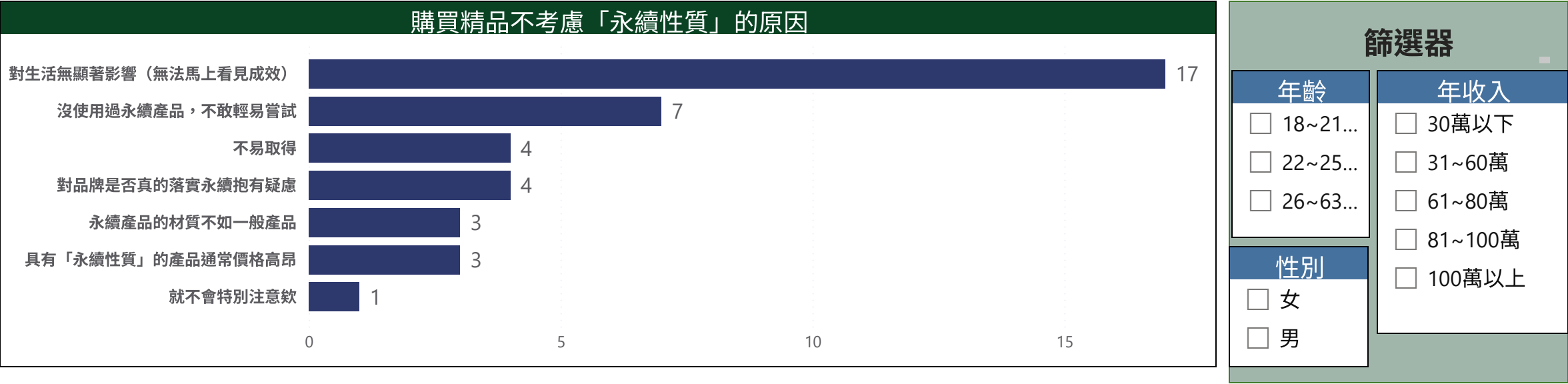
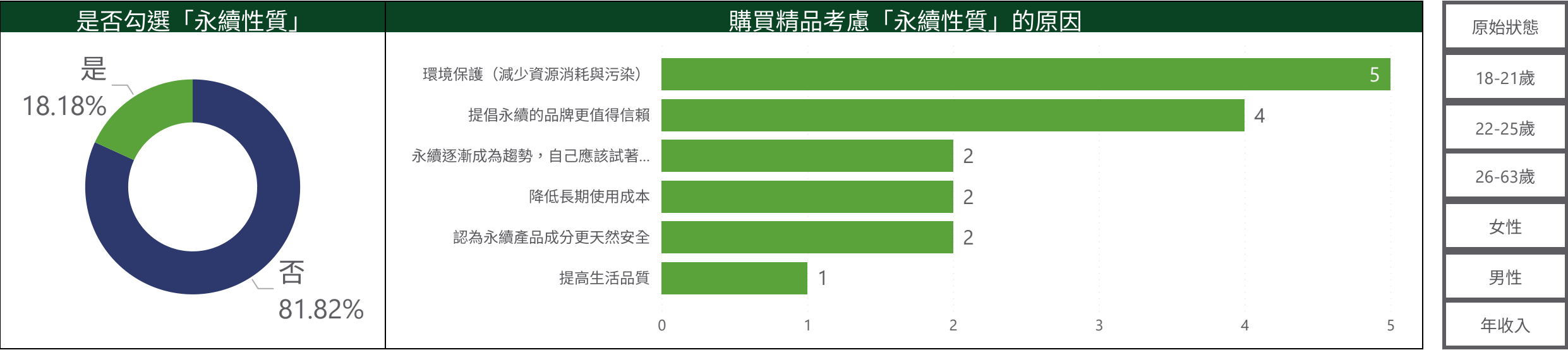
☐ 26~63歲

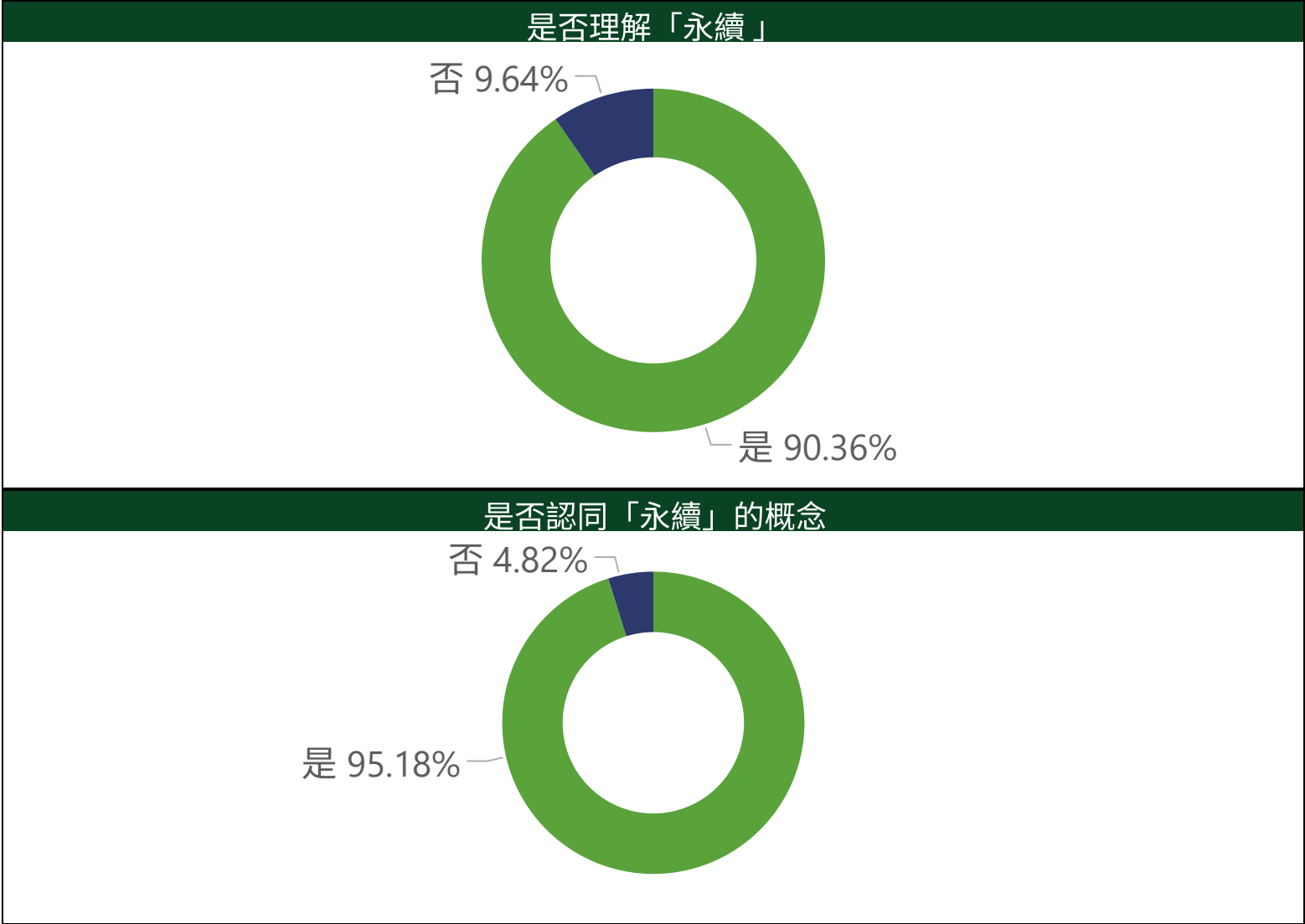
整體 18-21歲

22-25歲 26-63歲

整體

總體而言，女性精品購買力> 男性精品購買力。購買通路以實體店鋪為主；購買類別以包包、皮件為大宗；大部分消費





篩選器

年齡

☐ 18~21歲

☐ 22~25歲

☐ 26~63歲

性別

☐ 女

☐ 男

年收入

☐ 30萬以下

☐ 31~60萬

☐ 61~80萬

☐ 81~100萬

整體

年齡

性別

年收入

18-21歲

22-25歲

26-63歲

女

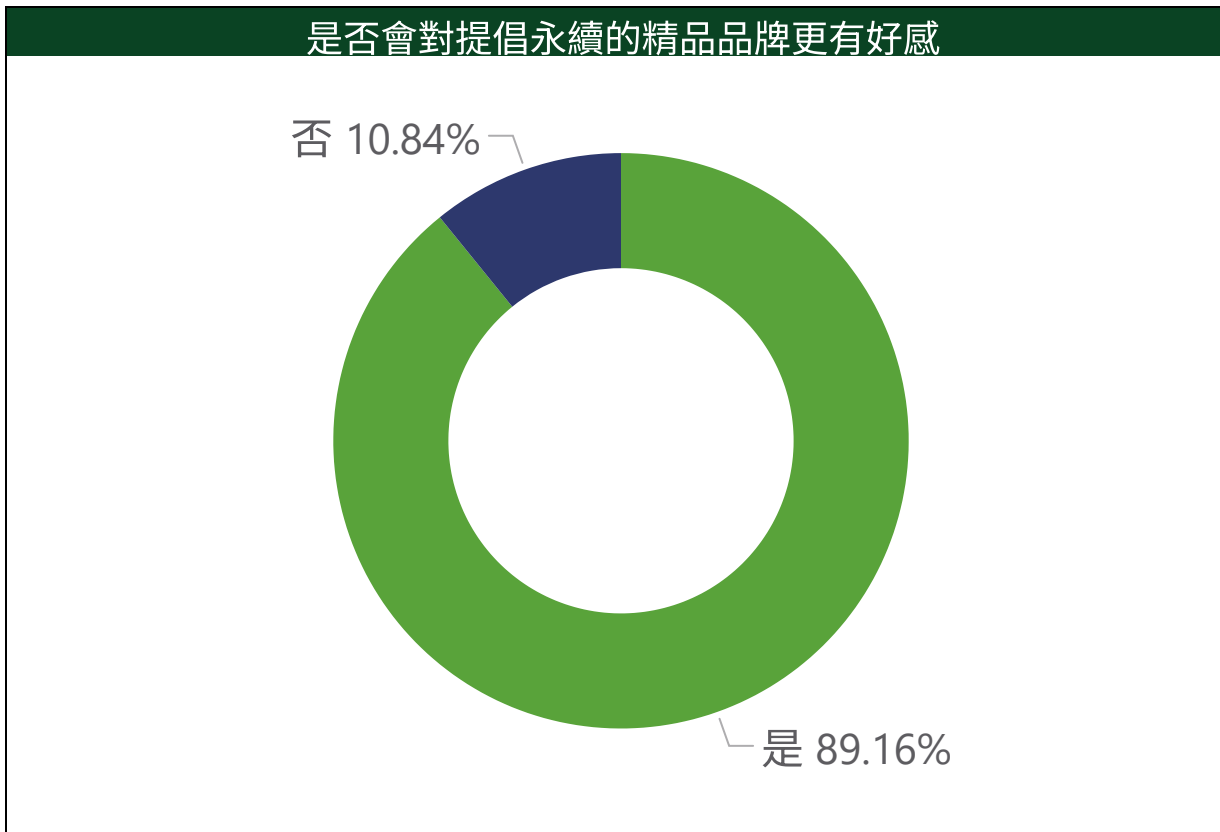
男

30萬以下

31-60萬

61-80萬

81-100萬



篩選器

年齡

☐ 18~21歲

☐ 22~25歲

☐ 26~63歲

性別

☐ 女

☐ 男

年收入

☐ 30萬以下

☐ 31~60萬

☐ 61~80萬

☐ 81~100萬

☐ 100萬以上

原始

年齡

性別

年收入

概述

受測者基本資料

購買調查

購買考量-永續性質

永續概念調查

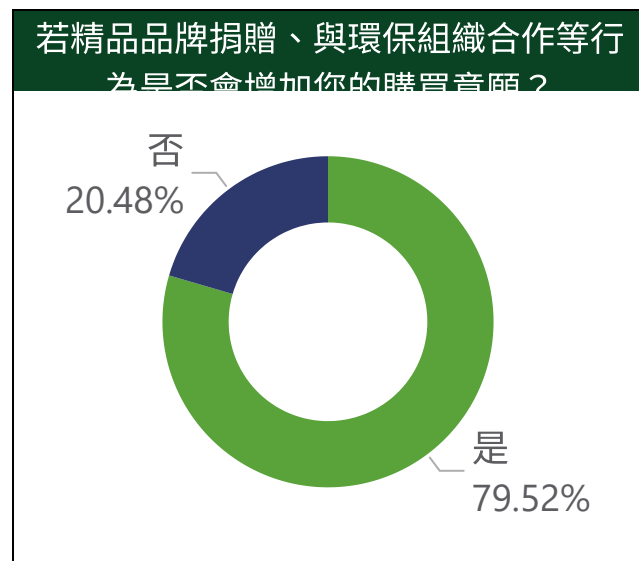
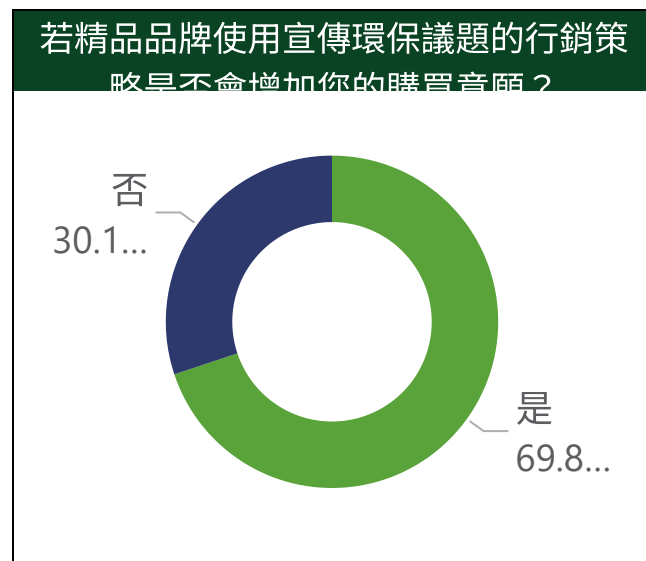
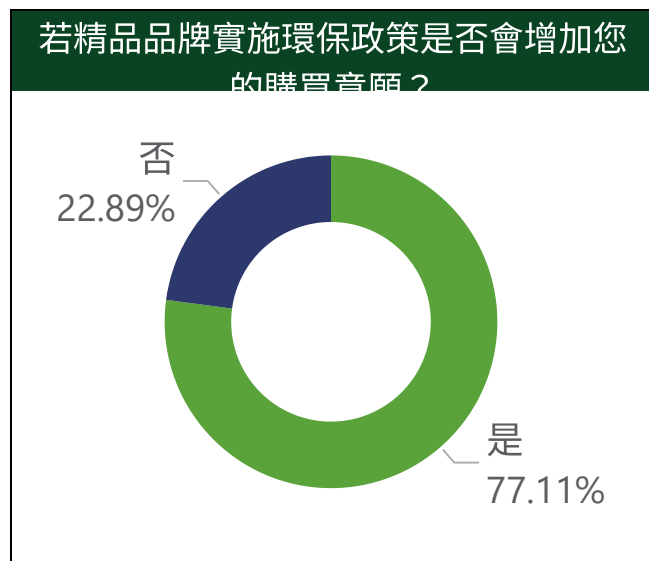
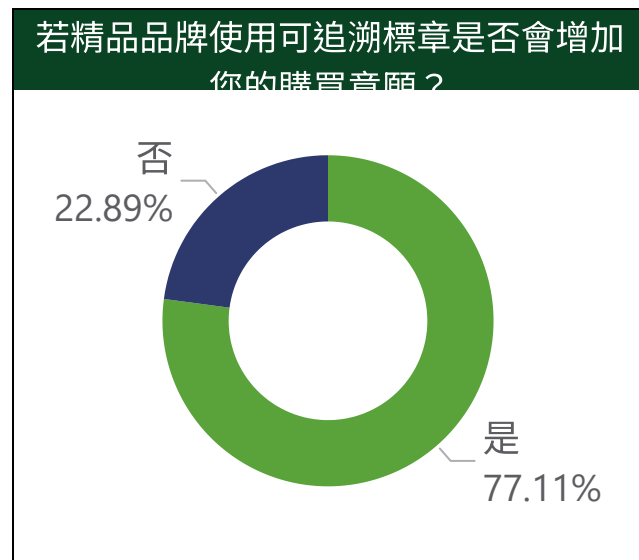
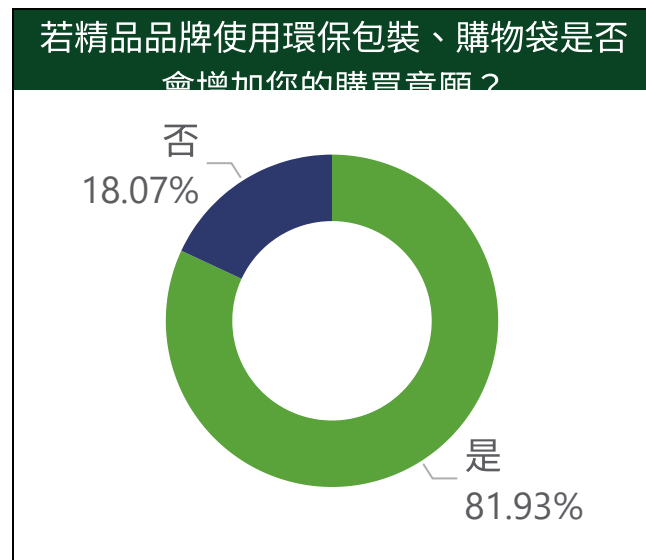
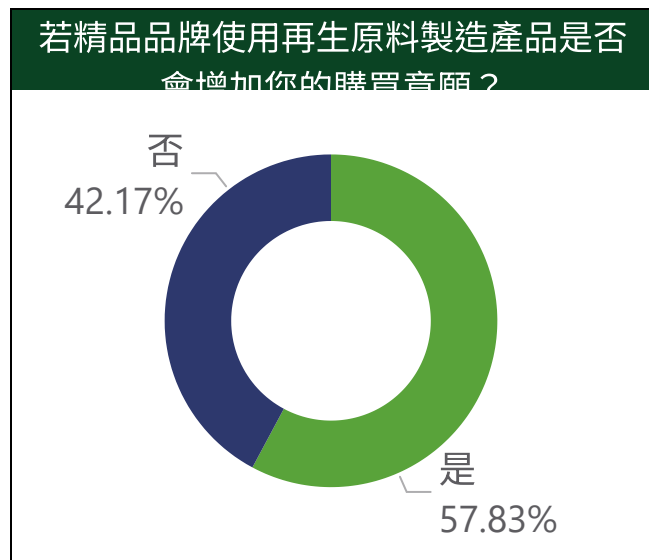
是否會對提倡永續的精品品牌更有好感

永續策略與購買意願調查

意願排序

總結

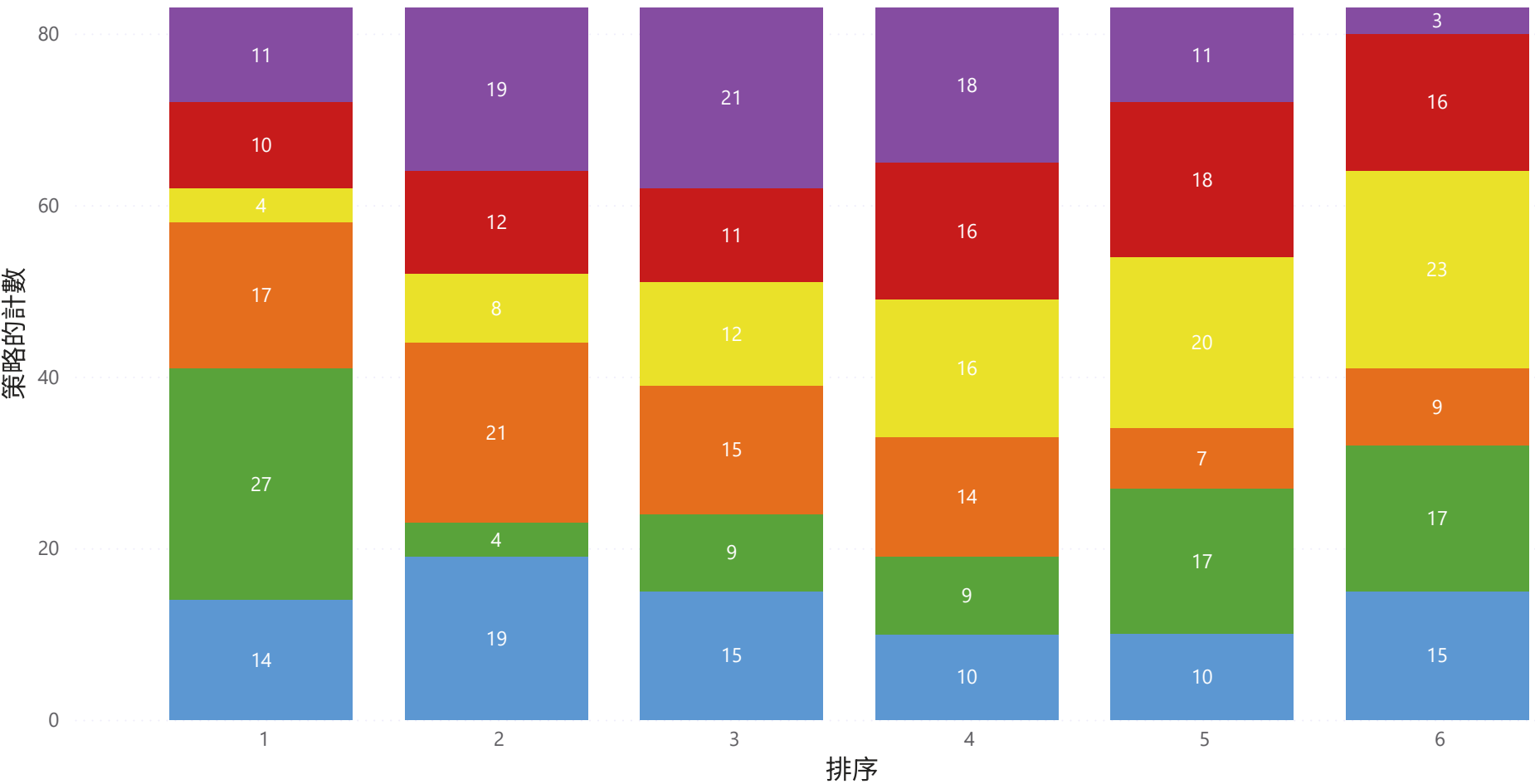
建議



女性	男性
性別	
<input type="checkbox"/> 女	
<input type="checkbox"/> 男	
整體	18~21歲
22~25歲	26~63歲
年齡	
<input type="checkbox"/> 18~21歲	
<input type="checkbox"/> 22~25歲	
<input type="checkbox"/> 26~63歲	
整體	
整體來說都偏高，以使用環保包裝、購物袋最高，使用再生原料製造產品最低。	

意願排序堆疊圖

策略種類 ●使用可追溯標章 ●使用再生原料製造產品 ●使用環保包裝、購物袋 ●宣傳環保議題 ●捐贈、與環保組織合作 ●實施環保政策



整體分析

雖然得知使用再生原料製造產品的策略，其提升消費者購買意願的能力較低，但從排序第一來看，佔比最多的還是該策略，不過較兩極。

而以使用環保包裝、購物袋與實施環保政策的整體效果最好。

概述

受測者基本資料

購買調查

購買考量-永續性質

永續概念調查

是否會對提倡永續的精品品牌更有好感

永續策略與購買意願調查

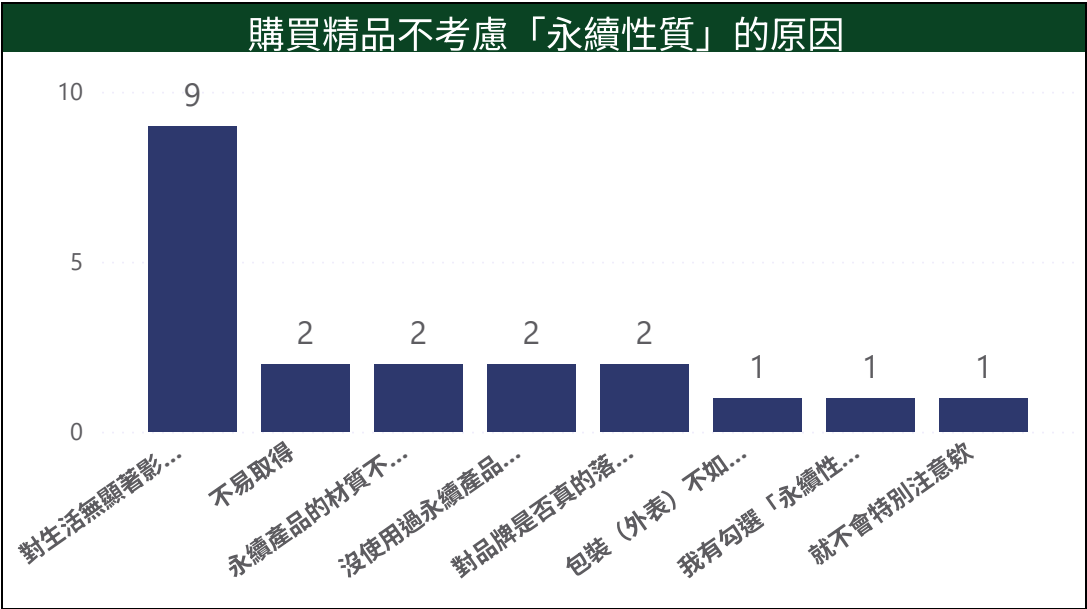
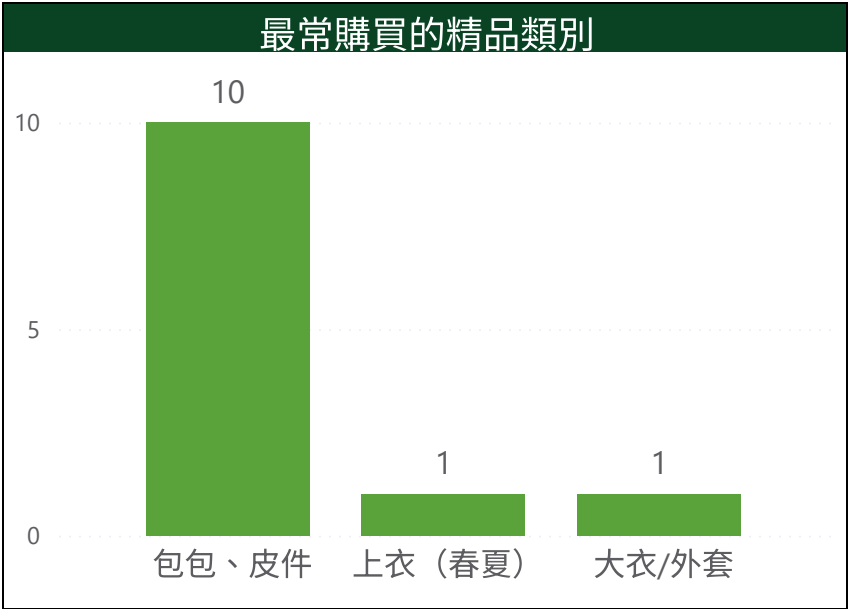
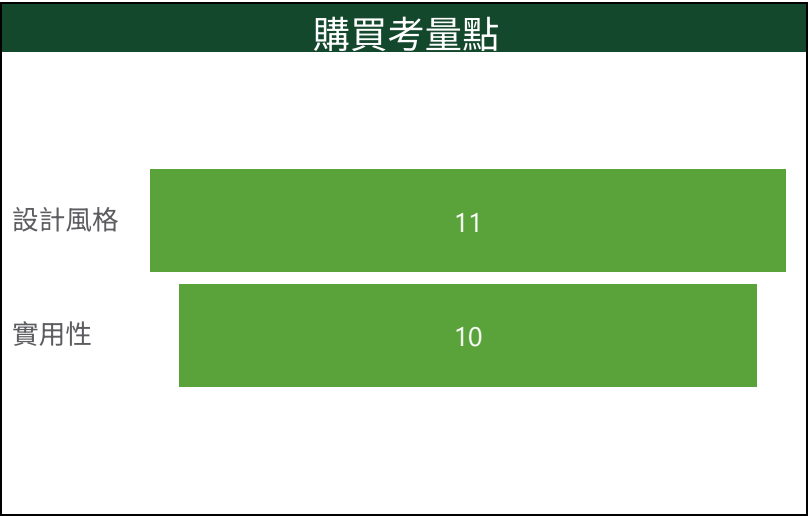
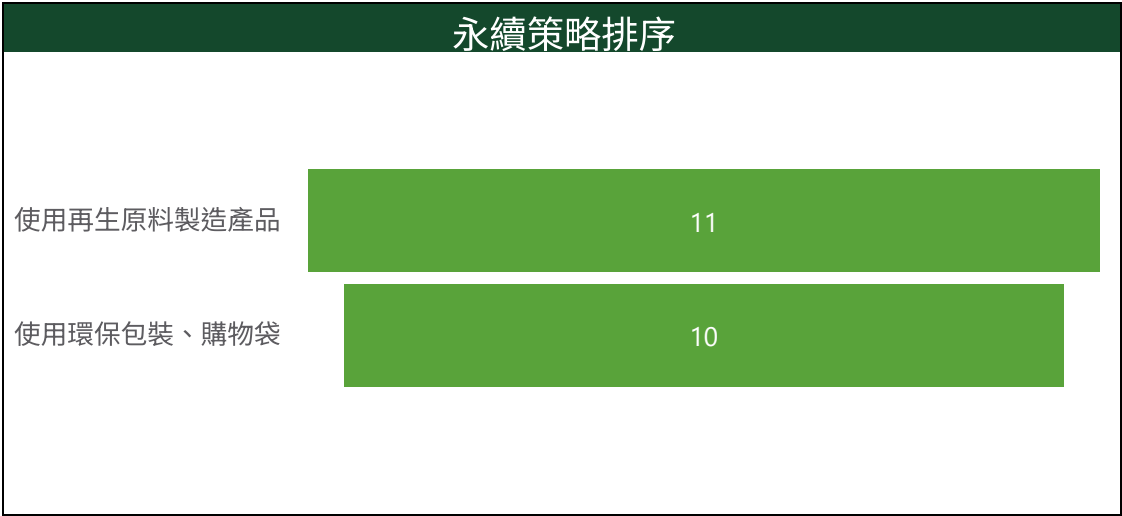
意願排序

總結

建議

總結

1. **精品購買力**：女性>男性。
 2. **購買通路**：以實體店鋪為主。
 3. **購買類別**：以包包、皮件為大宗。
 4. **購買考量點**：22-25歲以設計風格、實用性和品牌為主；26-63歲則明顯集中在品牌。
 5. **永續性質的考量**：女性>男性；22-25歲，不考慮「永續性質」的原因大多為「對生活無顯著影響」。
26-63歲考慮的比例較高，不考慮的原因較分散；而年收入與永續性質考量無明顯關聯。
1. **永續的認同與理解**：隨年齡、年收入的增加而遞減，性別間無明顯差異。
 2. **對於提倡永續的精品品牌**：18-21歲及22-25歲提高好感度的比例>26-63歲；女性>男性。
 3. **對於永續策略的購買意願**：女性>男性，女性以使用環保包裝、購物袋最高，男性則是以使用可追溯標章；
整體來說以使用環保包裝、購物袋與實施環保政策的效果最好。



性別

☒ 女
☐ 男

年齡

☐ 18~21歲
☒ 22~25歲
☐ 26~63歲

建議1	建議2
建議3	建議4

建議1

針對22~25歲女性，可以重視包包、皮件等精品的設計風格與實用性，宣傳永續產品在生活中的影響之外，以採取使用再生原料製造產品以及使用環保包裝、購物袋的策略，增加該族群對永續...