***史丹力夫國際創意公司***

103年5月10日

**DIY圖像商品網購平台**

**巿場調查結案報告**

***Project Manager：Carol Chen***

目 錄

[表 目 錄 3](#_Toc387934561)

[圖 目 錄 4](#_Toc387934562)

[結論與建議 5](#_Toc387934563)

[A. 結論 5](#_Toc387934564)

[B. 建議 8](#_Toc387934565)

[一、 調查背景 8](#_Toc387934566)

[(一) 調查動機與目的 8](#_Toc387934567)

[(二) 調查對象與方法 8](#_Toc387934568)

[二、 樣本結構與消費群區隔 8](#_Toc387934569)

[(一) 樣本結構 8](#_Toc387934570)

[(二) 重組消費群 8](#_Toc387934571)

[三、 相關之生活型態與網購行為 8](#_Toc387934572)

[(一) 相關之生活型態 8](#_Toc387934573)

[(二) 對網路購物的看法與經驗 8](#_Toc387934574)

[四、 史丹力夫原創圖像之巿場認知度 8](#_Toc387934575)

[(一) 圖像認知度 8](#_Toc387934576)

[(二) 圖像喜好度 8](#_Toc387934577)

[(三) 圖像與行銷通路之聯結度 8](#_Toc387934578)

[五、 「DIY圖像商品網購平台」概念之巿場接受度 8](#_Toc387934579)

[(一) 瀏覽動機 8](#_Toc387934580)

[(二) 消費意願 8](#_Toc387934581)

[(三) 宣傳管道 8](#_Toc387934582)

[(四) 優勢商品 8](#_Toc387934583)

[六、 設計商品之滿意度測試 8](#_Toc387934584)

[(一) 對設計商品之偏好 8](#_Toc387934585)

[(二) 偏好因素 8](#_Toc387934586)

[(三) 價格接受範圍 8](#_Toc387934587)

[(四) 購買意願與動機 8](#_Toc387934588)

[附錄 …. 8](#_Toc387934589)

[A. 調查問卷 8](#_Toc387934590)

[B. 統計報表 8](#_Toc387934591)