

篇名：

眼鏡消費行為之研究－以新竹地區高中職學生為例

作者：

周弘祖。新竹高商。國三二班

林高呈。新竹高商。國三二班

吳孟潔。新竹高商。國三二班

## 壹●前言

高中生有很大的比例屬於「近視」族群，有些同學甚至有兩副以上的眼鏡，爲了滿足不同場合或功能的需求。眼鏡公司製作出許多不同種類的形式，而有利可圖的事業不可能只有一家，由於許多的公司加入，爲了鞏固自己的市場佔有率，紛紛強調了自己和其他公司的不同，因此出現了差異和競爭。

近年來眼鏡公司常常在電視上推出廣告，打響知名度或吸引顧客，有些則低價促銷，而這份專題就是以新竹地區的高中職學生爲例，從鏡片、鏡框的材質、形式、顏色、花樣等等，當然隱形眼鏡也包括在內，從銷售的喜好來看原因，也歸納出各家廠商各自的優缺點。

### 一、 研究動機

由於人們近視的年紀越來越低和比例越來越高，因此眼鏡與我們生活息息相關。在近視的人數一直持續攀升的現代，我們很好奇，新一代的眼鏡族群對於眼鏡的喜好，所以我們準備研究「眼鏡」這個行業。我們用問卷調查的方式，來調查新竹地區高中職學生對眼鏡的需求、材質、形式、顏色、花樣等等。希望這個報告，可以看出各總對於「眼鏡」的問題和看法。

### 二、 研究目的

眼鏡對近視族群來講是很重要的，我們透過問卷的方式來調查高中職學生對於眼鏡的看法，本組透過調查希望達到以下目的：

01. 戴鏡框眼鏡和隱形眼鏡的比例?
02. 爲何選戴鏡框眼鏡?
03. 高中職學生喜歡的眼鏡樣式?
04. 選購眼鏡時有沒有人陪同前往?
05. 購買眼鏡時往往是誰下了最後的決定權?
06. 購買眼鏡的價格約?
07. 覺得眼鏡的價格合理嗎?
08. 多久換一次眼鏡 ?
09. 選擇這支眼鏡的因素?
10. 都在哪一家買眼鏡?
11. 覺得這家眼鏡的品質好嗎?
12. 覺得這家眼鏡行人員服務態度?
13. 眼鏡行推出優惠方案時會被吸引去購買嗎?
14. 眼鏡行推出下列哪種優惠較爲吸引?
15. 最欣賞眼鏡廣告的主打內容?

### 三、 研究方法

採用問卷調查的方式，來調查新竹地區的高中職學生對「眼鏡」的需要。本問卷針對有近視的同學來調查。本問卷問題採用「圓形圖」的百分比的方式，來表示問題所占的百分比，及討論該問題所在原因。

1. 調查對象：新竹高商的高中職學生
2. 共發出問卷共100張（有效：82張、無效：18張）

## 貳●正文

一、

### 1、小林眼鏡的起源與發展

#### A、起源

『桃園縣政府教育局於 1979 年，委託林皇志先生於廣播中進行「學生視力保健」宣導，因此林皇志先生了解到眼鏡店的專業技術對近視患者的重要性，爲了提供給視力屈光不正的患者最好的專業服務，所以林皇志先生於 1980 年創辦「小林眼鏡公司」，敦聘專業人士對小林眼鏡的從業人員不斷教育訓練，而且展開有計畫性的培育優秀專業人才，並以內部考核展店方式，讓專業優秀幹部開始直營連鎖經營分公司。小林眼鏡創辦人林皇志先生因爲移民澳洲，於 1998 年將全數股權轉讓，現在小林眼鏡的董事長是陳義展先生，所有經營管理人員均是年輕有衝勁又充滿創意的專業經理人。』

#### B、發展

『爲維持小林眼鏡的專業技術及優良服務品質，小林眼鏡絕不接受加盟，以免有損優良形象，所有小林眼鏡的人才都經過專業培育、考核及檢驗通過後才可以開設分公司，並且分享經營成果，至今小林眼鏡已經遍布全台灣，並持續增加中。』

(註 1)

## 2、寶島眼鏡的起源與發展

### A、起源

『台灣，一個美麗的島嶼，位於亞熱帶西太平洋上，當大約五百年前，葡萄牙航海員看到此島嶼時，不禁以 ” 福爾摩沙 ” 稱呼，意即美麗的島嶼。寶島眼鏡以此命名「 FORMOSA 」，並以台灣島嶼圖形，做為寶島眼鏡永恆美麗的商標。

民國 45 年，陳國富夫婦以 2000 元台幣，從在一間五坪大的店面開始，逐漸發展成鐘錶業之龍頭。民國 65 年於三重市成立第一家「寶島眼鏡行」。民國 70 年以「寶島眼鏡公司」的名字，正式開創了眼鏡專業的連鎖經營。

民國 90 年，寶島公司為因應國內消費市場之變化及同業間價格競爭策略，進行企業改造，首先引進眼鏡製造及在批發領域經營績效相當卓越之金可眼鏡集團，垂直整合上、中、下游順暢之產銷體系，由經營製造且在貿易批發及管銷通路經驗豐富之蔡國洲董事長接掌『寶島眼鏡』集團，並委由專業經理人蔡國彬先生擔任總經理一職，以全新的思維與觀念，用優質的服務、專業的技術與多樣的產品迎接市場激烈的競爭。』

### B、發展

『寶島眼鏡經營團隊，歷經二十年多的不斷努力，如今已是全世界最大華人眼鏡連鎖集團；然而有志者從不自滿，要追求成功卓越，就要立下更遠大的雄心壯志，寶島眼鏡邁向未來，要超越巔峰、更要挑戰極限。』

(註 2)

## 二、各家眼鏡行內部概述

### 1、內部空間比較

#### A、仁愛眼鏡行：

燈光明亮，有足夠的鏡架能讓顧客試戴眼鏡；眼鏡分類良好，顧客不用兩頭跑；門口一進去，左邊、右邊分的很清楚，可以從左右出或者右進左出！

### B、寶島眼鏡行：

有足夠的專業人員為人服務，內有許多大鏡子，讓客人知道搭配的眼鏡是否符合需求。走路空間恰恰好，一點都不擁擠。裡面擺設相當整齊、乾淨，門面並擺設當季流行的眼鏡。

### C、小林眼鏡行：

有足夠的鏡架讓顧客有很多的選擇，優點是內有資深眼科醫生及部分專業人員，裡面並貼當季暢銷的隱形眼鏡、眼鏡架。

## 2. 各家眼鏡行行銷方法

### A、仁愛眼鏡行:

全省連鎖的眼鏡行，裡面的服務人員比客人還多，一年到頭都是促銷活動，利用他們自創的招財動物(一隻馬)，來代表仁愛眼鏡的象徵。

### B、寶島眼鏡行:

蠻有悠久歷史的寶島以前常在廣告中強調她們的安全性和專業，而近年來省下了打廣告的前採取低價策略。

### D、小林眼鏡行:

小林眼鏡公司主要以服務形象廣告，搭配知名品牌行銷廣告為主，如「NBA」品牌、「班尼頓」品牌，主要希望獲得注重服務品質顧客的好感度，利用一些偶像明星的代言吸引年輕消費族群，並且在眼鏡零售市場分眾經營，以避開價格廝殺獲取利益，以國際知名品牌行銷優勢。

## 3、一般眼鏡與隱形眼鏡的差異性:

#### A、一般眼鏡:

鏡片不用與眼球直接接觸，不過戴太久，有些人可能會因為眼球變化而造成眼睛有點凸出。要小心不要強力碰撞到鏡架，以免造成眼睛及周圍的不舒服和鏡架角度的差距。

#### B、隱形眼鏡:

隱形眼鏡薄薄的一片，幾乎讓配戴它的人忘了它的存在；不過在享受這項科技產品的同時，若不能正確使用，後遺症也將隨之而來。另一方面危險性也蠻高的。

#### 4、近視是否需要戴眼鏡:

「近視是否需要戴眼鏡？則是很多近視者的一項疑問。我們可從近視的類型來判斷，一般來說，假性近視切記不可戴眼鏡，因為假性近視只是因為不注意用眼衛生，長時間不斷地連續看字、寫字或近距離精細工作，使眼內專管調節看遠看近功能的睫狀肌持續不斷地處於收縮狀態所造成。這種情況只要多休息、多看遠物，通常會自己恢復，不需戴眼鏡；若是戴上眼鏡，反而會更增加眼睛的疲勞，甚至有演變成真性近視的可能。真性近視就必須配戴合適的眼鏡來矯正，因真性近視是眼軸長度過長導致影像聚焦落在視網膜前，使我們在看東西時模糊不清，這種現象是沒有辦法用自然的方法回復的，故需戴眼鏡來矯正視力。通常在配鏡時，最好還是請眼科醫師或驗光師驗光後再根據處方單配鏡，切勿隨便買眼鏡配戴。」

(註3)

#### 二、問卷探討:

填寫問卷統計數量總共發了100張，有效問卷有82張、無效有18張。調查對象主要以新竹地區的高中高職為主。

問卷如下：

## 問卷調查表

親愛的同學您好：

我們目前正在進行專題研究報告，想了解您們對於眼鏡的一些想法，請協助我們完成這份問卷，您的寶貴意見，將會成爲我們報告中重要的一部分，麻煩請您耐心填寫，使我們交出一份良好的報告。

《 問卷內容我們將妥善保密，謝謝您的配合 》

您個人的基本資料：

你的性別  男  女

你的年級  一年級  二年級  三年級

問卷調查開始：

01. 請問你習慣戴鏡框眼鏡還是隱形眼鏡?(請單選)  鏡框眼鏡  隱形眼鏡。  
( 選填隱形眼鏡者以下可免填 )
02. 請問你爲何選戴鏡框眼鏡?(可複選)  隱形眼鏡需沖洗太麻煩  看起來很斯文  避免眼球受到傷害或發炎  其他\_\_\_\_\_。
03. 請問你喜歡的眼鏡樣式?(可複選)  無框  半框  粗框  膠框  金屬類眼鏡  其他\_\_\_\_\_。
04. 選購眼鏡時有沒有人陪同前往?  自己  家人  同學
05. 購買眼鏡時是誰下了最後的決定權?  自己  家人  同學  其他\_\_\_
06. 你購買眼鏡的價格約?  1000以下  1001~2000元  2001~3000元  3001以上
07. 你覺得眼鏡的價格合理嗎?  合理  普通  不合理
08. 你多久換一次眼鏡 ?  一年  二年  三年  四年以上
09. 你選擇這支眼鏡的因素?(可複選)  價格  廣告  習慣  好友推薦

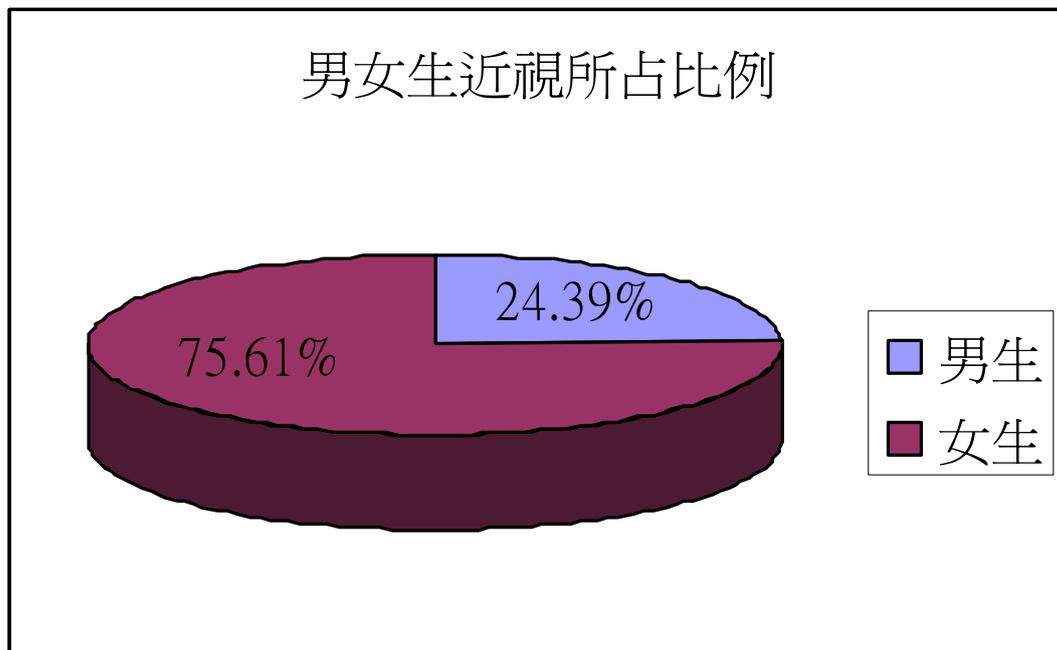
商譽  其他\_\_\_\_\_

10. 你都在哪一家買眼鏡?  小林  寶島  上光  醫院  其他\_\_\_\_\_
11. 你覺得這家眼鏡的品質好嗎?  非常好  好  普通  差  非常差
12. 你覺得這家眼鏡行人員服務態度?  非常好  很好  普通  不好  
 非常差。
13. 你選擇的這家眼鏡行是否有售後服務?  有(續答第14題)  無。
14. 售後服務為?  免費接受任何問題  鏡框歪掉幫忙調整  其他\_\_\_\_\_。
15. 眼鏡行推出優惠方案時你會被吸引去購買嗎?  會  看情況  
 不會。
16. 你認為眼鏡行推出下列哪種優惠較為吸引?(可複選)  折扣優惠  附  
送物品(如:加送眼鏡盒、眼鏡布)  眼鏡保養講座  舊眼鏡換新眼鏡優惠。
17. 你最欣賞眼鏡行廣告的主打內容?  安全舒適  價格便宜  時尚設計  
感  專業配鏡  老牌信譽好。

感謝您百忙之中抽空幫我們完成此問卷

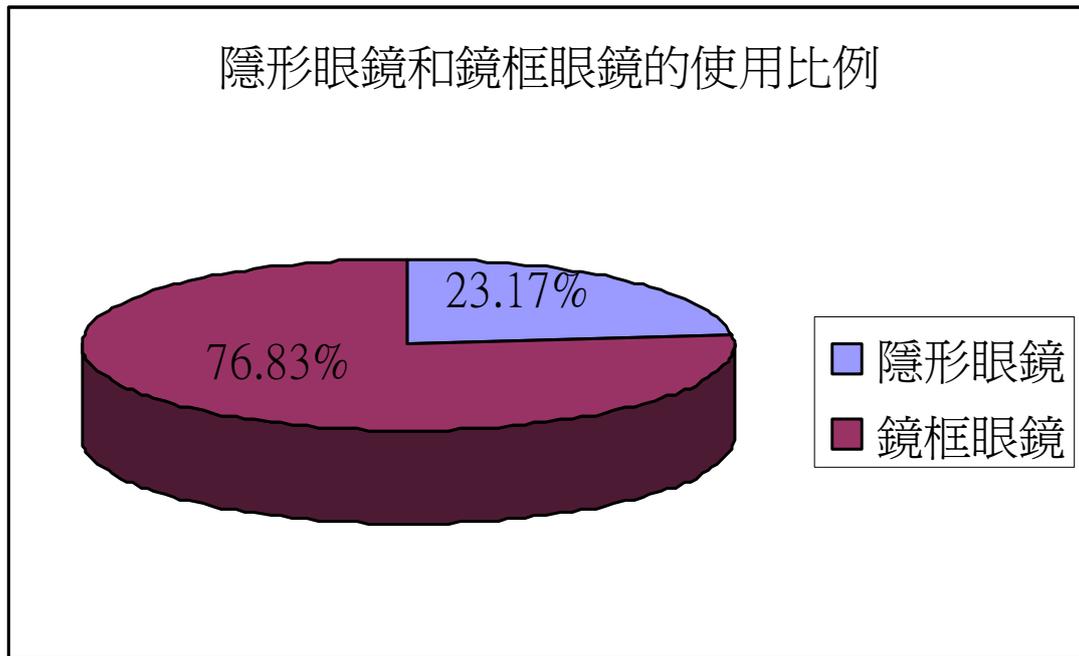
### 三、統計圖表

#### 1、男女近視的比例：



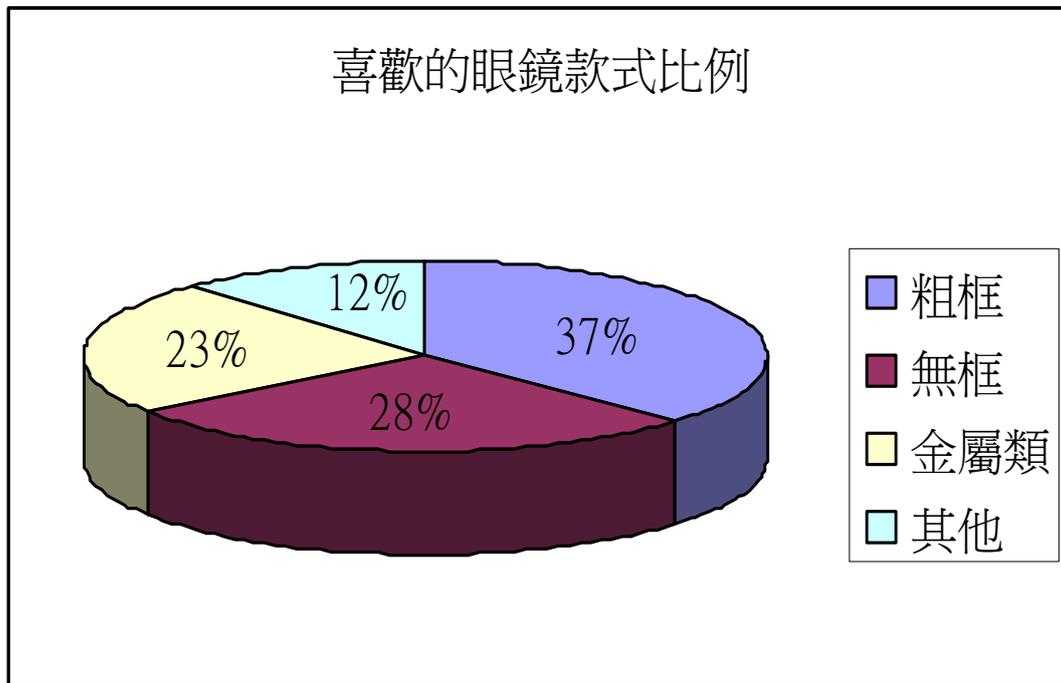
由此比例現象中，我們分析出，若眼鏡廠商推出專為女生設計的眼鏡可能會賺取更多的利潤。解決經濟學中為誰生產的問題。

2、鏡框眼鏡和隱形眼鏡喜好的比例：



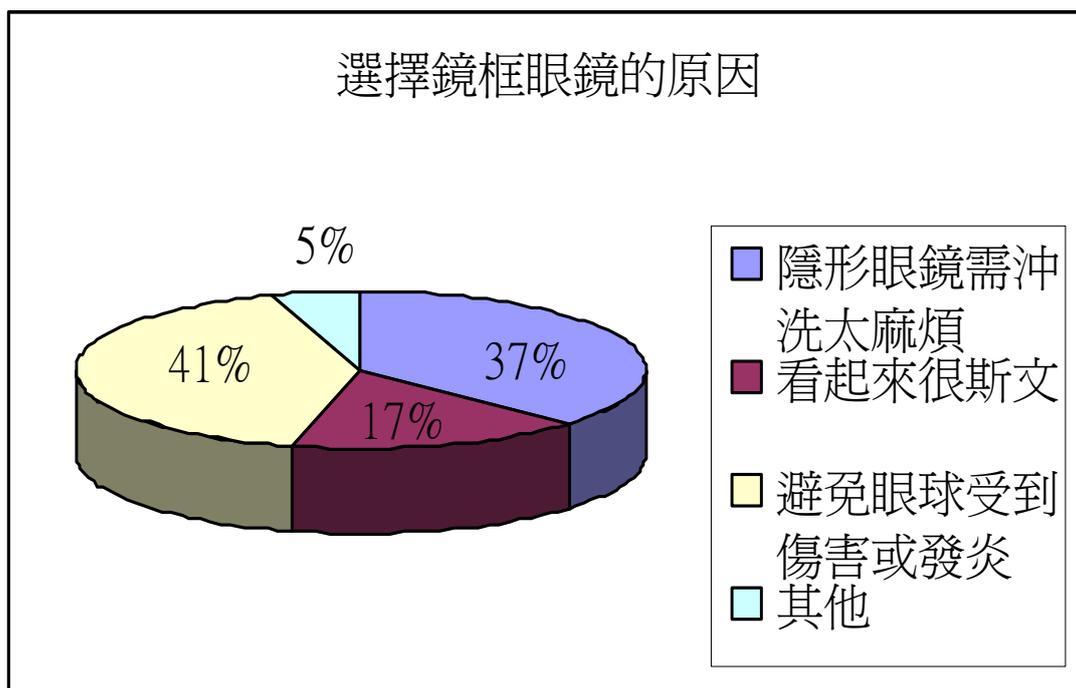
由此圖我們發現，眼鏡廠商可以推出更多鏡框系列的眼鏡，以賺取利潤。解決經濟學中生產什麼的問題。

3、喜歡的眼鏡款式比例：



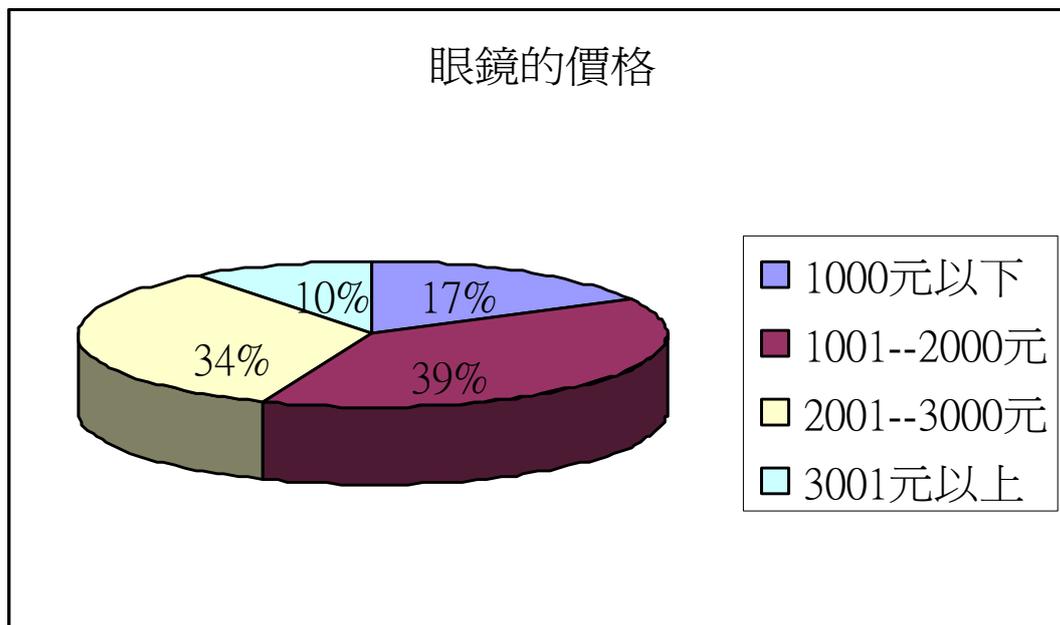
由此圖更可更細分出鏡框眼鏡的種類中以粗框與無框較為大家喜愛，眼鏡廠商更可朝這兩樣眼鏡生產。

#### 4、選擇鏡框眼鏡的原因:



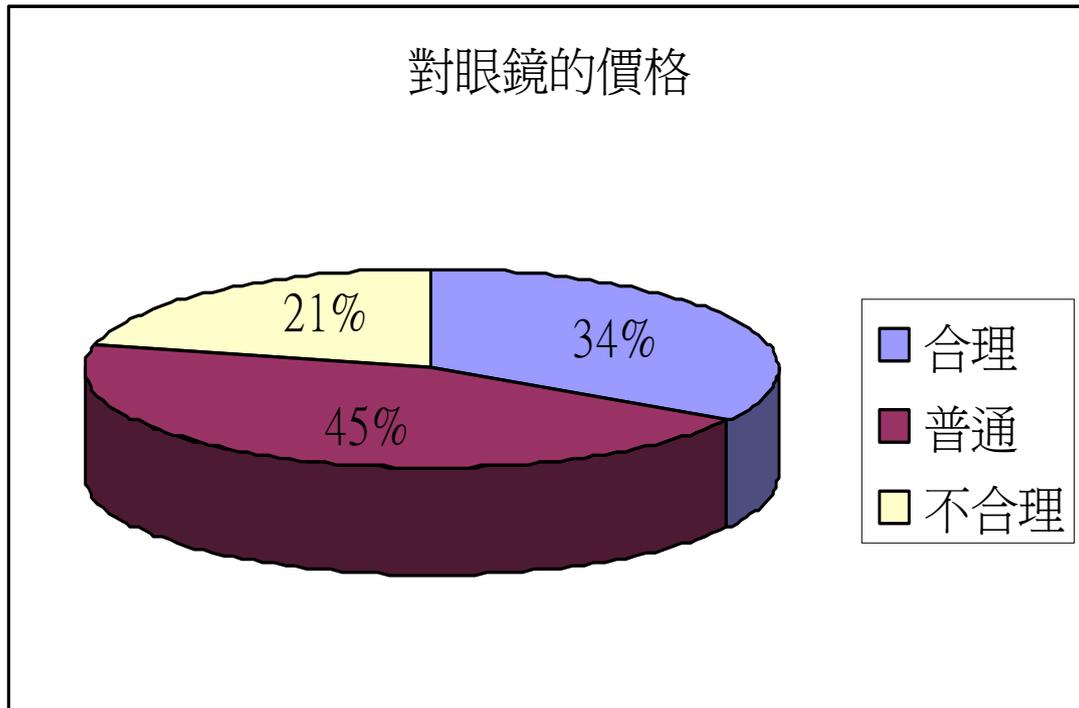
由此圖我們發現，選擇鏡框眼鏡的原因都是相對隱形眼鏡的缺點，如果廠商致力於改善此缺點更可開拓出隱形眼鏡的商機。

5、購買眼鏡的價格比例：



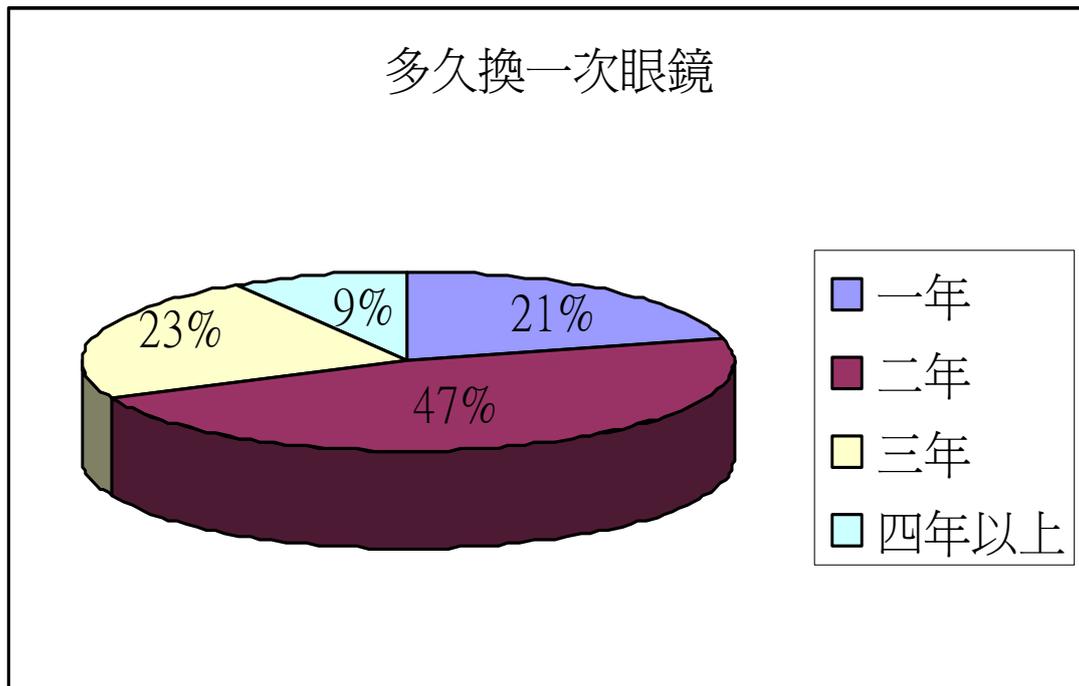
由此圖我們發現消費者對於眼鏡的需求彈性是大的，因此，若廠商把定價定在1001元到3000元之間就可以以薄利多銷的方式賺取更多的利潤

6、價格合理嗎的比例：



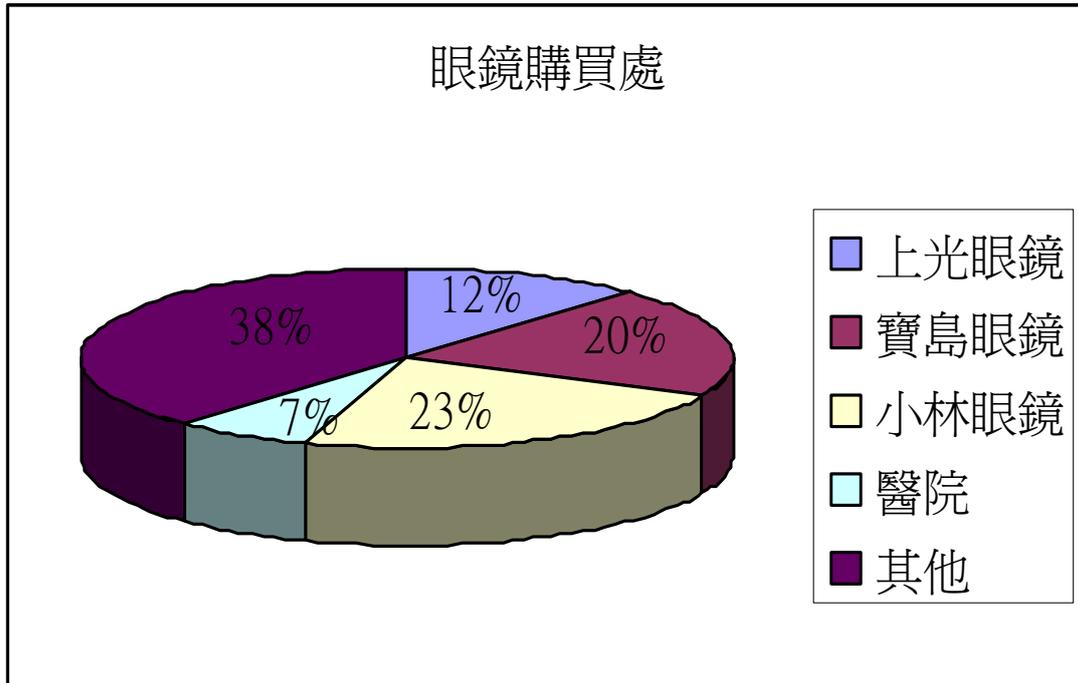
由此圖我們發現大部分的消費者對於現在的價格仍可接受，只要廠商在致力於品質與特色更可以抓住消費者的心。

7、多久換眼鏡的比例：



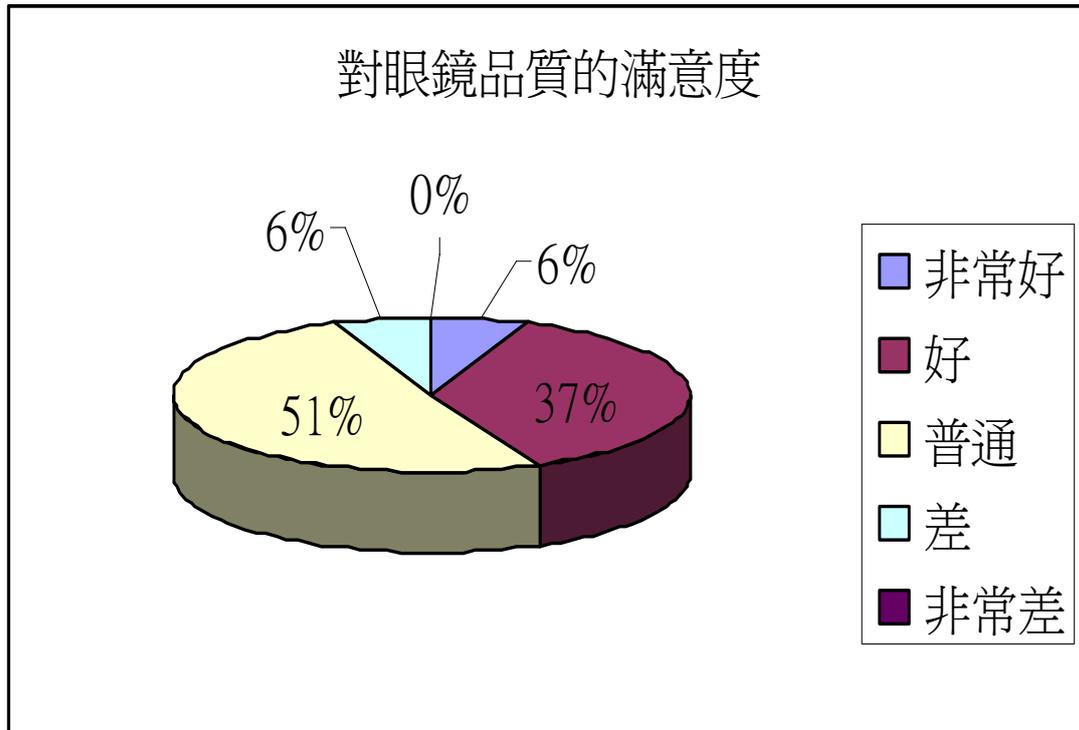
由此圖我們發現大部分的消費者都可使眼鏡達到它的正常壽命，因此，廠商面臨如何在高壽命的眼鏡中，賺取更多的利潤的考驗。

8、購買眼鏡處的比例：



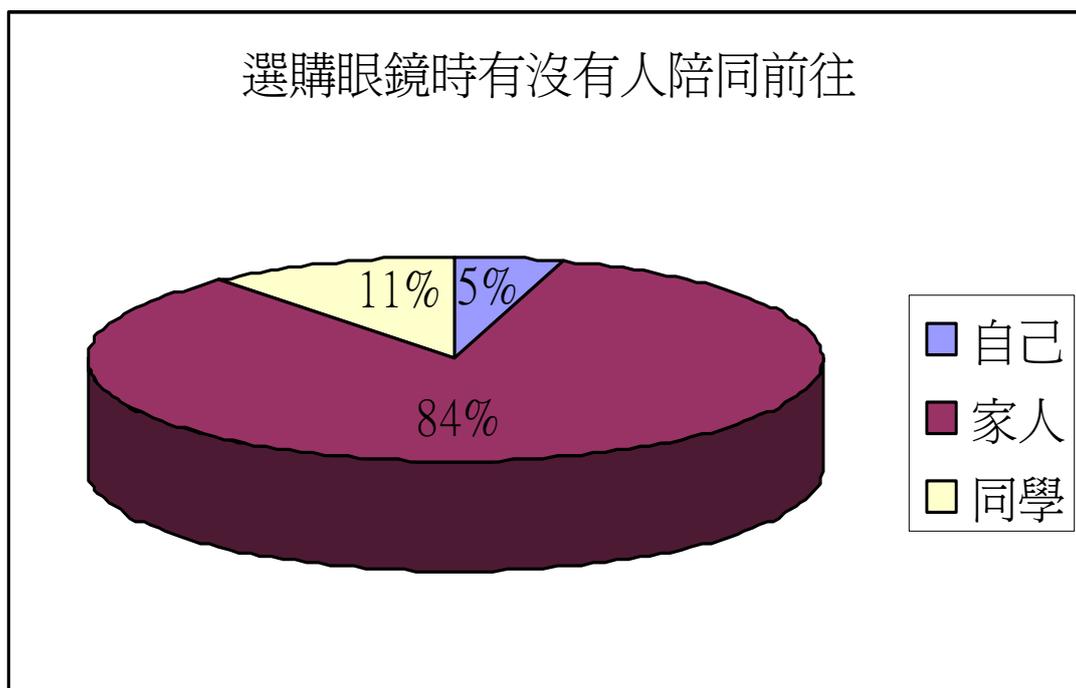
由此圖可發現大部分的消費者都較為喜愛寶島廠商，因此，對於寶島廠商而言，如何繼續留住舊客戶並且吸引新客戶，也是重要的課題。

9、眼鏡品質的比例：



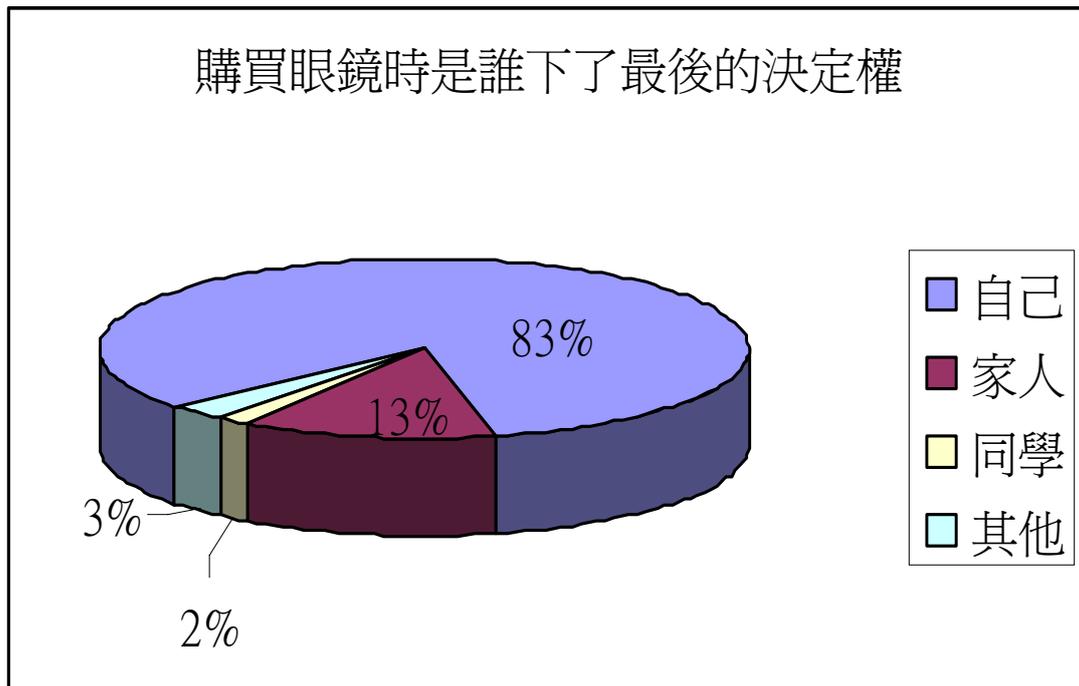
由此圖可發現大部分的消費者滿意度只認為普通而已，若廠商針對品質再做提升更可以掌握消費者的心，使廠商在眼鏡市場常駐。

10、選購眼鏡時有沒有人陪同前往：



由此我們發現家人往往是提出建議者，廠商也必須做出讓家長滿意的眼鏡。

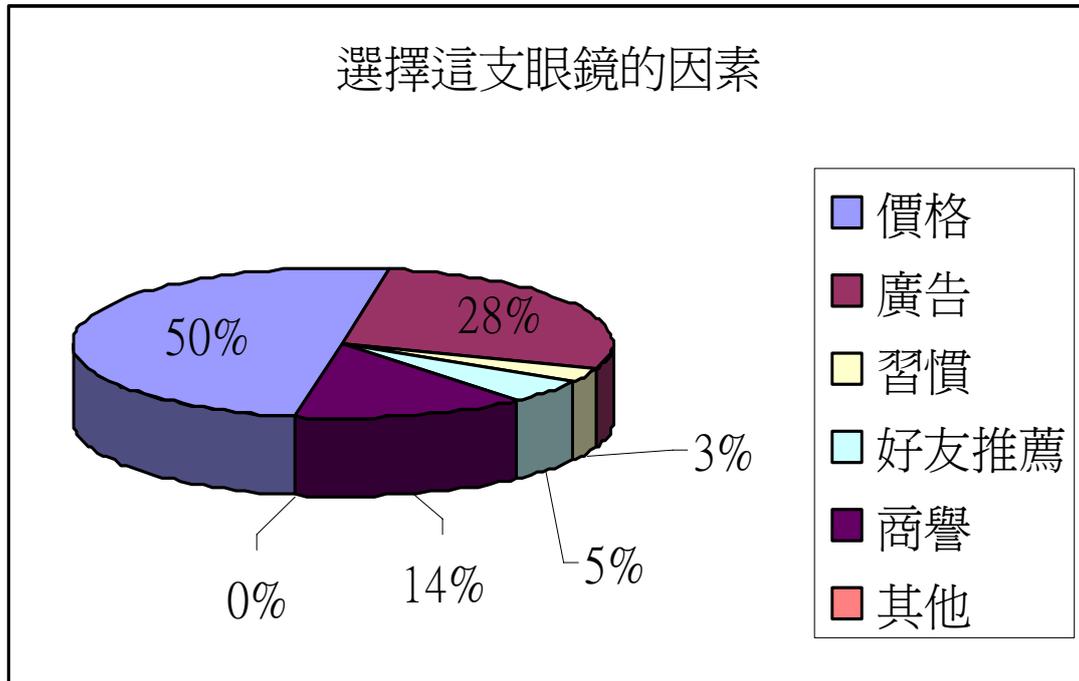
11、購買眼鏡時是誰下了最後的決定權：



由於都是以自己為主軸，廠商可針對各種消費者給予合適的建議，讓消費者對商品能有更多的知識，選擇最適合自己的眼鏡。

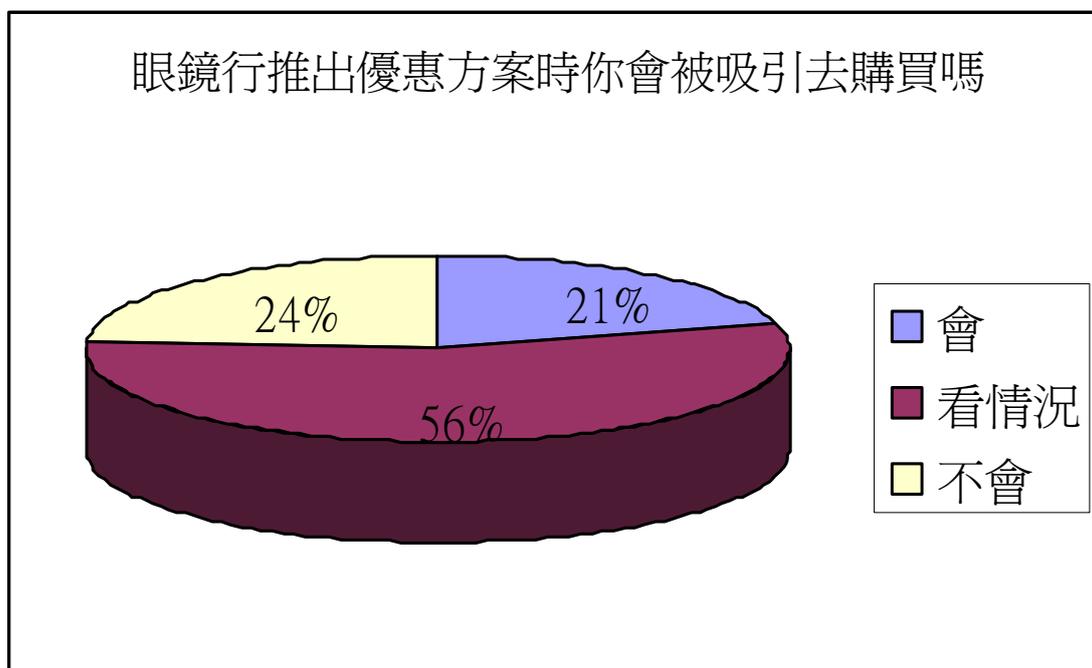
12、選擇這支眼鏡的因素：

在選擇眼鏡時價格是主要的因素，而打廣告方面所吸引的人還蠻多的



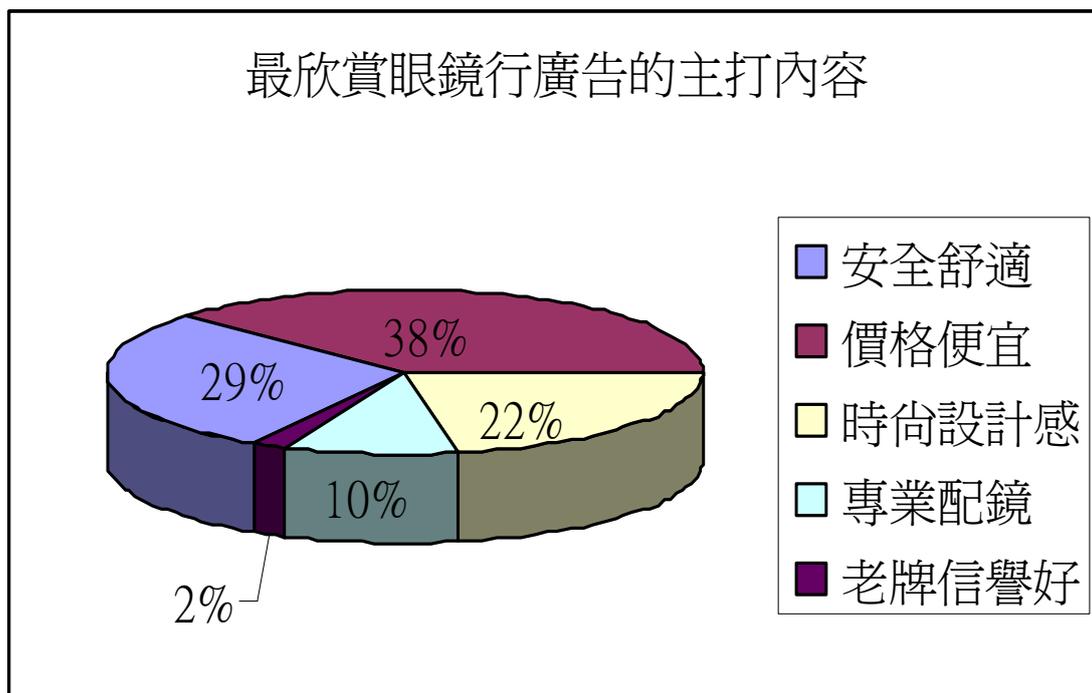
在選擇眼鏡時價格是主要的因素，廣告為其次，所以廠商在定價時可以考慮到大部分消費者所得的情況而決定。

13、眼鏡行推出優惠方案時你會被吸引去購買嗎：



有大概4分之3的人會有心動的感覺，所以優惠方案是最有效的行銷方式。

14、最欣賞眼鏡行廣告的主打內容：



價格、安全、時尚設計感是許多人要求的方向，所以廠商可以在這些方面求進步，以捕獲更多消費者的心。

## 參●結論

各家眼鏡公司爲了增加銷售量，彼此不停的互相競爭，促銷各種方案、宣傳廣告、週邊產品、服務到免費送等五花八門，這都是爲了吸引顧客。然而每個人對眼鏡的喜愛都不同，所以每家公司都有一定的支持者。

透過對新竹地區的高中職學生所做的問卷調查，高中職學生喜愛眼鏡款式以粗框爲主，能負擔的價格大概在一千至三千元左右，年輕人最欣賞眼鏡行廣告的主打內容：第一是安全舒適占29%，其次是價格便宜占38%，再來是時尚設計感占22%，反倒是專業配鏡占10%和老牌信譽好占2%是他們比較不會去注重的。

不過也因爲每個人對眼鏡的需求有所不同，每家眼鏡公司對眼鏡行銷就有所不同了，例如：寶島眼鏡要求安全性、仁愛眼鏡以低價來吸引顧客及小林眼鏡以強力代言來刺激買氣；都是各家廠牌所主打的招牌，也是各家公司不同之處。但是，不管你喜歡什麼款式或廠牌，最重要的事，要找到適合自己的款式，才是最重要的。也希望各大廠牌，可以造福各個消費族群，並定做良身打造的優惠方案和眼鏡。

## 肆●引註資料

註 1、小林眼鏡官網 <http://www.kobayashi.com.tw/about.htm>

檢索日期：2007/10/13

註 2、寶島眼鏡官網 <http://www.formosa-optical.com.tw/>

檢索日期：2007/10/13

註 3、<http://www.shs.edu.tw-works-essay-2008-03-2008031808081787.pdf>

檢索日期：2007/10/13