

## 『廣告對鮮乳消費行為影響之研究』調查問卷

編 號
--------

親愛的消費者您好：

本人目前正進行由行政院國科會委託『廣告對鮮乳消費行為影響之研究』計畫之研究。為瞭解目前國人鮮乳消費習性的真實面，及全面性廣告與品牌廣告對鮮乳消費行為的影響效果，需要從事問卷調查。若能承蒙您撥冗接受訪問，對本人的研究將有莫大的助益；且您所填寫的問卷資料，將純供學術研究之用途，敬請安心回答。非常謝謝您的合作！

計畫主持人 萬鍾汶 謹上  
國立中興大學農業經濟研究所  
中華民國八十七年二月

受 訪 者	姓名：
	電話：
	地區： 市 區

訪問時間：八十七年\_\_月\_\_日

調查人員：\_\_\_\_\_

# 『廣告對鮮乳消費行為影響之研究』

## 第一部份 鮮乳消費概況

鮮乳是指由 100%生牛乳製造，經過加溫殺菌或滅菌後，可提供飲用之全乳汁。本研究之鮮乳產品不包括調味乳、保久乳與優酪乳。

1. 您是否經常飲用鮮乳？

是

否，原因： 不喜歡奶味腥味過重 有乳糖不耐症 保存期限短  
其他\_\_\_\_\_（填否者，請接第 10 題）

2. 您飲用鮮乳的原因為何？（可複選）

充飢 一般飲料 健康營養食品 有助於發育 其他\_\_\_\_\_

3. 您飲用鮮乳的平均頻率為何？

每天 2-3 天 4-6 天 每週 1-2 週 3-4 週 一個月以上  
其他\_\_\_\_\_

您個人每次飲用量：\_\_\_\_\_ 毫升（ml）\_\_\_\_\_ 瓶。

4. 您最常在何處購買鮮乳？（單選）

便利商店 超級市場 大型量販店 其他\_\_\_\_\_

5. 您在購買鮮乳產品時，所會考慮的因素是哪些？（可複選）

價格 品牌 包裝 保存期限 鮮乳純度 促銷活動  
方便容易購買 免沖泡立即飲用 產品成分標示 認證標示  
獲獎標示 其他\_\_\_\_\_

6. 您最常購買鮮乳的品牌為何？（可複選）

統一 味全 光泉 福樂 英泉 國農 將軍 台糖  
台農 台峰 東海大學 中興大學 其他\_\_\_\_\_

7. 您是否喜歡購買國產品牌鮮乳？

是 否

8. 您購買鮮乳是否會注意國產鮮乳標章？

是 否

9. 您在夏季（5-10 月）或冬季（11-4 月）飲用鮮乳的次數較為頻繁？

夏季 冬季 差不多

- 10.若您不飲用鮮乳，是否購買其他乳類產品作為替代？  
是 否
- 11.接上題，回答”是”者，所選擇的項目為何？（單選）  
奶粉 鮮乳 調味乳 優酪乳 保久乳 乳酪  
奶油 其他\_\_\_\_\_
- 12.您所知道鮮乳所具有的營養成分有哪些？（可複選）  
鈣質 蛋白質 維生素 乳脂肪 鐵 乳糖 磷 葉酸  
礦物質 碳水化合物 其他\_\_\_\_\_
- 13.您是否會固定為家人購買鮮乳？  
是 否
- 14.您最常購買的乳類產品？（單選）  
奶粉 鮮乳 調味乳 優酪乳 保久乳 乳酪  
奶油 其他\_\_\_\_\_

## 第二部份 鮮乳廣告效果

- 1.您平常是否會特別注意鮮乳廣告的訊息？  
是 否
- 2.您是否曾受鮮乳廣告的吸引而嘗試購買鮮乳？  
是 否
- 3.您是否會因鮮乳廣告而改變偏好進而購買鮮乳？  
是 否
- 4.鮮乳廣告是否可引起您持續注意鮮乳產品而重複購買？  
是 否
- 5.鮮乳廣告是否可促使您成為鮮乳的長期購買者？  
是 否
- 6.令您印象最深刻的鮮乳廣告資訊的來源為何？（單選）  
無線電視（台、中、華、民視） 有線電視（CATV） 廣播  
報紙 雜誌 宣傳單（DM） 口語相傳 其他\_\_\_\_\_
- 7.您認為鮮乳廣告最能提供消費者的資訊為何？（可複選）  
營養成分 促銷活動 新產品介紹 品牌形象 添加物  
其他\_\_\_\_\_
- 8.您是否能區別鮮乳一般性（公益性）廣告與品牌廣告性質上的差異？  
是 否

一般性（公益性）廣告（generic advertising ; GA）：  
 完全不強調品牌，只想透過共同性的廣告促銷，將產品基本屬性的訊息傳予既有或潛在的消費者，以強化其對產品的需求。

品牌廣告（brand advertising ; BA）：  
 為針對特定品牌或商品群中特定子群組的廣告活動，故多著重於宣傳特定品牌的性質與形象來強化消費者對該品牌忠誠度，以提昇產品的市場競爭力或鞏固廠商的市場佔有率。

## I 一般性廣告

1. 您知道政府對鮮乳所做一般性（公益性）的廣告活動嗎？  
 是 否（填否者，請接第 7 題）
  2. 您對於鮮乳一般性（公益性）廣告內容性質的印象如何？  
 印象深刻 普通 沒有印象 其他\_\_\_\_\_
  3. 您從何處獲悉鮮乳一般性（公益性）廣告的資訊？（可複選）  
 無線電視（台、中、華、民視） 有線電視（CATV） 廣播  
 報紙 雜誌 宣傳單（DM） 口語相傳 其他\_\_\_\_\_
  4. 您對一般性（公益性）廣告所傳遞的訊息中最深刻的印象為何？（單選）  
 多喝鮮乳營養健康 多喝鮮乳強化骨骼 天天喝鮮乳大家都健康  
 鮮乳加熱不減少營養成分 冬季鮮乳價格降價 其他\_\_\_\_\_
  5. 您是否曾因鮮乳一般性（公益性）廣告內容的刺激而改變您對鮮乳的消費決策？  
 是 否
  6. 一般性（公益性）鮮乳廣告所傳遞的產品屬性之訊息對您消費決策的影響為何？  
 影響非常大 影響大 影響小 影響非常小 毫無影響
- 營養資訊  
 飲用方式  
 季節區分
7. 您認為鮮乳一般性（公益性）廣告以何種媒體傳播方式最佳？（單選）  
 無線電視（台、中、華、民視） 有線電視（CATV） 廣播  
 報紙 雜誌 宣傳單（DM） 口語相傳 健康均衡飲食演講會  
 其他\_\_\_\_\_

## II 品牌廣告

1. 您是否聽過或看過乳品廠商的鮮乳品牌廣告？  
是 否（填否者，請接第 7 題）
2. 您對於鮮乳品牌廣告內容性質的印象如何？  
印象深刻 普通 沒有印象 其他\_\_\_\_\_
3. 您從何處獲悉鮮乳品牌廣告的資訊？（可複選）  
無線電視（台、中、華、民視） 有線電視（CATV） 廣播  
報紙 雜誌 宣傳單（DM） 口語相傳 其他\_\_\_\_\_
4. 您對品牌廣告所傳遞的訊息中最深刻的印象為何？（單選）  
舉辦公益活動 廣告內容具親和力 廠商歷史久遠 廠商形象佳  
廠商標誌顯明 產品品質佳 產品設計佳 其他\_\_\_\_\_
5. 您是否曾因鮮乳品牌廣告內容的刺激而改變您對鮮乳的消費決策？  
是 否
6. 鮮乳品牌廣告所傳遞鮮乳產品屬性的訊息對消費決策的影響為何？  
影響非常 影響大 影響小 影響非常 毫無影響  
大 小  
價格  
營養資訊  
脂肪含量  
乳糖含量  
含有 DHA  
純生乳製造  
包裝材質  
促銷活動  
獲獎標示  
品牌產品特殊性
7. 您認為鮮乳品牌廣告以何種媒體傳播方式最佳？（單選）  
無線電視（台、中、華、民視） 有線電視（CATV） 廣播  
報紙 雜誌 宣傳單（DM） 口語相傳 其他\_\_\_\_\_

## 受訪者基本資料

- 1.年齡：\_\_\_\_\_ 歲
- 2.性別： 男 女
- 3.婚姻狀況： 未婚 已婚
- 4.教育程度： 小學(含以下) 初中 高中職 大專院校 研究所
- 5.職業：  
軍公教 家庭主婦 商 工 農 學生 自由業 其他\_\_
- 6.家庭共同生活人口數\_\_\_\_\_人，  
成員：小 孩：（3-6 歲）\_\_\_\_\_人（7-12 歲）\_\_\_\_\_人（13-16 歲）\_\_\_\_\_人  
老年人：（60 歲以上）\_\_\_\_\_人 孕 婦：\_\_\_\_\_人
- 7.家庭每月總所得  
3 萬元以下      3 萬~5 萬元      5 萬~7 萬元      7 萬~9 萬元  
9 萬~11 萬      11 萬~13 萬元      13 萬~15 萬元      15 萬以上
- 8.家庭生命週期階段  
單身未婚      已婚尚未有小孩      最小小孩未滿 6 歲      最小小孩 6-18 歲  
最小小孩超過 18 歲但尚未獨立      子女都已獨立