

# 目錄

目錄 .....	i
表目錄 .....	v
圖目錄 .....	vii
第一章 緒論 .....	1
第一節 研究背景 .....	1
第二節 研究動機與研究目的 .....	2
第二章 文獻探討 .....	5
第一節 品牌性格的意義與測量 .....	5
一、 品牌性格的意義 .....	5
二、 品牌性格的測量 .....	8
第二節 品牌性格與人類性格 .....	13
一、 品牌性格與人類性格的本質 .....	13
二、 品牌性格與人類性格的形成方式 .....	14
三、 基本語彙取向 .....	15
四、 人類的性格構面與品牌的性格構面的互通性 .....	16
第三節 品牌性格與文化 .....	20
一、 品牌性格與文化 .....	20
二、 性格模型的跨文化普同性 .....	21
三、 品牌性格量表的本土契合性 .....	22
第四節 研究問題 .....	24
第三章 研究方法 .....	25
第一節 品牌性格語彙詞庫之建構 .....	26

一、 階段一：知名品牌調查.....	26
二、 階段二：本土性格語彙蒐集.....	29
三、 階段三：品牌性格語彙篩選.....	37
四、 品牌性格語彙詞庫建構方式.....	40
第二節 品牌性格本土化量表之編製.....	40
一、 階段四：品牌性格語彙適合性調查.....	40
二、 階段五：品牌性格語彙與品牌的配對.....	42
三、 階段六：品牌性格調查.....	43
第四章 研究結果.....	49
第一節 階段一：知名品牌調查.....	49
第二節 階段二：本土性格語彙蒐集.....	51
第三節 階段三：品牌性格語彙.....	52
一、 性格語彙資料整理.....	52
二、 語彙使用頻率統計與相似詞歸類.....	53
三、 品牌性格語彙詞庫建構.....	57
第四節 階段四：品牌性格語彙適合性調查.....	60
一、 問卷題項設計.....	60
二、 品牌性格語彙適合性調查.....	61
第五節 階段五：品牌性格語彙與品牌配對.....	68
一、 題項-產品類別配對.....	68
二、 題項-品牌配對.....	69
三、 品牌-題項配對.....	69
四、 小結.....	70
第六節 階段六：品牌性格調查.....	71
一、 調查執行成果與說明.....	71
二、 問卷調查結果與分析.....	73
三、 本土品牌性格構面建立與檢證.....	77

四、 小結.....	89
第五章 結論與建議.....	91
第一節 研究成果.....	91
一、 品牌性格語彙詞庫建構.....	91
二、 品牌性格本土化量表編製.....	92
第二節 與 Aaker 品牌性格構面的比較.....	93
一、 與 Aaker 美國品牌性格構面的比較.....	94
二、 與 Aaker 日本品牌性格構面的比較.....	95
三、 小結.....	97
第三節 研究限制與建議.....	98
第四節 行銷意涵.....	100
參考文獻.....	101
中文參考文獻.....	101
西文參考文獻.....	103
附錄一 案例分析：時報金犢獎第 8~17 屆.....	109
附錄二 本研究產品類別與細項.....	111
附錄三 知名品牌調查.....	113
附錄四 品牌性格聯想調查.....	115
附錄五 品牌性格語彙適合性調查（ABC 綜合版）.....	125
附錄六 品牌性格語彙與品牌配對表.....	135
一、 題項-產品類別配對.....	135
二、 題項-品牌配對.....	138
三、 各題項的品牌配對數.....	143
四、 各目標品牌的性格語彙（題項）配對數.....	145

附錄七	品牌性格調查 .....	149
附錄八	控制品牌之各組共識程度分析結果 .....	155
附錄九	量表內部一致性分析結果 .....	157
附錄十	品牌性格本土化量表（正式版） .....	165
	一、修正版-89 題題項 .....	165
	二、純化版-37 題題項 .....	169
附錄十一	本土品牌性格構面與 Aaker 性格構面對照表 .....	173
	一、與 Aaker 美國品牌性格構面之比較 .....	173
	二、與 Aaker 日本品牌性格構面之比較 .....	176



## 表目錄

《表 1》	Batra et al. 的品牌性格構面表 .....	10
《表 2》	盧怡安華文品牌性格構面表 .....	11
《表 3》	Aaker 的品牌性格量表 .....	12
《表 4》	Digman 雙因素構面與五大性格模型的因素對照表 .....	17
《表 5》	Aaker 品牌性格構面與 Big Five 人類性格之對照表 .....	18
《表 6》	Aaker 美國、日本與西班牙三地品牌性格構面之比較 .....	22
《表 7》	辭典性格語彙過錄員與研究者之一致性分析 .....	32
《表 8》	辭典性格語彙過錄員之穩定性分析 .....	32
《表 9》	各類雜誌銷售排行前五大雜誌 .....	33
《表 10》	廣告雜誌之性格語彙蒐集人員的一致性分析 .....	35
《表 11》	品牌性格聯想問卷之品牌配置 .....	36
《表 12》	各組目標品牌選取表 .....	45
《表 13》	各組評量品牌配置表 .....	45
《表 14》	各組問卷施測順序與品牌組合表 .....	46
《表 15》	受試組別分派表 .....	47
《表 16》	各產品類別之前五大知名品牌一覽表 .....	50
《表 17》	雜誌廣告之各類產品別品牌數 .....	51
《表 18》	辭典性格語彙篩選人員之一致性分析與選取結果 .....	52
《表 19》	辭典性格語彙蒐集之頻次分佈概況 .....	53
《表 20》	語彙使用頻率分類層級表 .....	54
《表 21》	三種層級語彙數目分佈表 .....	55
《表 22》	性格語彙相似詞歸類批次表 .....	56
《表 23》	品牌性格語彙詞庫-建構方式示意簡表 .....	58
《表 24》	品牌性格語彙詞庫-檢索表簡表 .....	59

《表 25》	相似詞第二次歸類簡表.....	60
《表 26》	品牌性格語彙適合性問卷之題項配置.....	61
《表 27》	品牌性格語彙適合性調查問卷題項配置.....	62
《表 28》	第一階段題項篩選：同意度（平均值）在.70 以上.....	63
《表 29》	第二階段題項篩選：人口統計特徵差異達顯著.....	65
《表 30》	與題項配對的產品類別數分佈表.....	68
《表 31》	各題項的品牌配對數簡表.....	69
《表 32》	各目標品牌的題數配對數簡表.....	70
《表 33》	各品牌問卷處理結果表.....	72
《表 34》	控制品牌獨立性檢驗簡表.....	74
《表 35》	品牌性別化認同表.....	75
《表 36》	品牌年齡層化認同表.....	76
《表 37》	品牌社經化認同表.....	77
《表 38》	因素分析結果表.....	78
《表 39》	各組題項分佈結果表.....	81
《表 40》	各組共同因素調整後權重表.....	81
《表 41》	各組因素相似係數表.....	82
《表 42》	各組整體因素相似係數表.....	82
《表 43》	題項與次構面及構面項目總分相關係數簡表.....	84
《表 44》	內部一致性修正與純化結果彙總表.....	84
《表 45》	各構面下次構面相關檢定結果表.....	85
《表 46》	次構面界定與量表純化成果表.....	86
《表 47》	構面與次構面命名結果表.....	88
《表 48》	與 Aaker 美國品牌性格的比較.....	94
《表 49》	與 Aaker 日本品牌性格的比較.....	96

## 圖目錄

《圖 1》	Biel 品牌形象架構圖 .....	6
《圖 2》	Aaker 品牌權益衡量架構圖 .....	7
《圖 3》	Hofstede 人格特質層級圖 .....	20
《圖 4》	研究流程圖 .....	25
《圖 5》	第一階段：知名品牌調查流程圖 .....	27
《圖 6》	Aaker 品牌知覺層級圖 .....	28
《圖 7》	第二階段：本土性格語彙蒐集流程圖 .....	29
《圖 8》	第三階段：品牌性格語彙篩選流程圖 .....	38
《圖 9》	第四階段：品牌性格語彙適合性調查流程圖 .....	41
《圖 10》	第五階段：品牌性格語彙與品牌配對流程圖 .....	42
《圖 11》	第六階段：品牌性格調查流程圖 .....	43
《圖 12》	本土品牌性格構面圖 .....	92

