投稿類別：商業類

篇名:消費者的購車動機研究

作者：
蔡偉倫。雲林縣永年高中。綜合高中-商業經營科三年愛班
李明祐。雲林縣永年高中。綜合高中-商業經營科三年愛班
莊硯筑。雲林縣永年高中。綜合高中-商業經營科三年愛班

指導老師：黃麗珠老師

壹●前言

一、研究動機：

近年來，台灣經濟蓬勃發展，人民生活水準提高，汽車銷售量每年都有穩定的成長，而汽車工業是一個市場接近飽和的產業，廠商要如何在競爭激烈的環境下將自家的產品銷售給消費者，是各家車廠的首要目標。汽車為人民代步所需，而市面上的品牌眾多，消費者有多種選擇，在現今網際網路發達的時代，能輕易在搜尋平台找到許多的相關資訊，商品價格的透明化，同時也能為公司省下不少的宣傳成本(DM、電視及看板)，創造更大的營業淨利，也更容易開拓更廣闊的市場。

本組成員雖沒有任何購車經驗，不過對幾家大廠牌的汽車都有小小的認知，同時也發現有幾家汽車工業響應環保，推出電動車及油電車。在這競爭的市場上，廠商該如何脫穎而出呢？本組對消費者購買動機進行以下探討。

二、研究目的：

（一）瞭解汽車的發展史。
（二）介紹各大廠牌的車種
（三）分析消費者汽車消費行為及消費者滿意度。
（四）統整問卷內容及結論。

三、研究方法：

（一）文獻分析法：

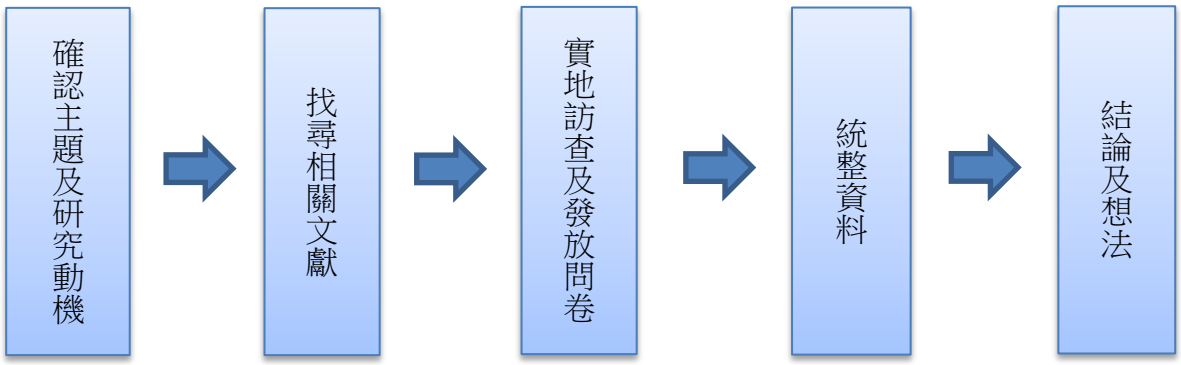
利用圖書書刊、網際網路及報章雜誌，蒐集對汽車的相關資料，並製作表格。

（二）問卷調查法：

透過問卷調查法了解國民對各大車廠的滿意度並針對消費客群來進行分析。

四、研究流程：

（一）、確認主題及研究動機
（二）、找尋相關文獻
（三）、實地訪查及發放問卷
（四）、統整資料
（五）、結論及感想



貳●正文

一、汽車發展史

（表一：汽車發展史）

西元	說明
1771 年	法國工程師尼古拉—約瑟夫・區尼奧設計出世界第一輛三輪汽車，駕駛員需用一對扭手柄控制方向相當不便。
1801 年	理查・特李維西克發明一台四輪能像火車頭一樣噴出汽笛，和火車的火車頭極相似，能乘坐八人，最高時速 13 公里。
1876 年	德國工程師尼古拉斯·奧托發明了四衝程循環內燃機，遠遠超過以上說明的技術。
1885 年	德國工程師卡爾・奔馳，創造一台「奔馳一號」，並在隔年申請專利，被視為第一款實用的內燃機汽車。
1894 年	奔馳又研發「奔馳雙輪」四輪汽車。
1914 年	福特汽車以機器代替人工平均九十三鐘生產一輛 T 型車，在當年是相當不容易。
1923 年	羅馬尼亞奧雷爾・伯爾蘇為了減少行車阻力將擋泥板收進車身，並將輻條用倫鍋蓋罩住，使發動機蓋與前擋風平滑過渡，外型似皮靴。
1934 年	汽車工業更加注重空氣動力學，因此創造流線型汽車(甲殼蟲)，西元 1938 年到西元 2003 年創造銷售輛由史以來最高。
2003 年 至今	外觀原有的踏板也漸漸消失，外型設計更加氣派豪華，安全性也大大提升，隨著科技的進步，慢慢地也將人工智慧融入汽車。

參考來源：（取自於 https://reurl.cc/k5yd0n）

二、車廠

（一）平價車款

（表二：車廠之介紹）

車廠名稱	主要車款	簡介
TOYOTA 豐田 圖 1	VIOS 、 YAIRS 、 ALTIS 、 SIENTA 、 CAMRY 、 AURIS 、 PRIUS、CHR、RAV4、HILUX、 ALPHARD、SUPRA、86 等。	總公司所在地：日本 台灣代理商：和泰汽車股份有限公司 為台灣銷售率最高的車廠，其中 Corolla Altis 被譽為台灣的神車。
HONDA 本田 圖 2	CITY 、 CR-V 、 HR-V 、 FIT 、 ODYSSEY、NSX。	總公司所在地：日本 台灣代理商：台灣本田股份有限公司 2019 為台灣銷售率第二的廠牌，其中 CR-V 休旅車為台灣的休旅銷售主力。
NISSAN 日產 圖 3	MARCH、LIVINA、TIIDA、 SENTRA、ALTIMA、KICKS、 JUKE、X-TRAIL、370Z、GT-R	總公司所在地：日本 台灣地理商：裕隆汽車製造股份有限公司 知名美國汽車雜誌《WARD SAUTO》認為 KICKS 是 2019 最佳內裝的平價車款。
FORD 福特 圖 4	ESCORT、FIESTA、FOCUS、 ECOSPORT、KUGA、RANGER	總公司所在地：美國 台灣代理商 :福特六和汽車有限公司 全新第四代 FOCUS 搭配 FORD CO-PILOT360 想必一定會給台灣車市帶來不小的衝擊。
HYUNDAI 現代 圖 5	EIANTRA、GENESIS、KONA GRAND STAREX 、 IONIQ 、 TUCSON 、 SANTA FE 、 VEIOSTER	總公司所在地：南韓 台灣代理商：南陽實業股份有限公司 汽車調查機構 J.D.POWER，2018-2019 年新車滿意度調查，現代汽車榮獲非豪華品牌第一名的殊榮。

MITSUBISHI 三菱 圖 6	COLT PLUS、ECLIPSE CROSS、GRAND LANCER、OUTLANDER	總公司所在地：日本 台灣代理商： 順益汽車股份有限公司及 滙豐汽車股份有限公司 曾經紅極一時的三菱"EVO"是 90 年代的知名車款，可惜如今總公司並無將此車系復甦的傳聞。
MAZDA 馬自達 圖 7	MAZDA 2、MAZDA 3、MAZDA 6、 MAZDA CX-3、MAZDA CX-5、 MAZDA CX-9、MAZDA MX-5	總公司所在地：日本 台灣代理商：台灣馬自達股份有限公司 Mazda3 為馬自達當代最暢銷的車款，2019 年發表第三代車型，而售價比同級車貴了 10 萬元，目的是為了吸引覺得自己與眾不同、想買進口車的獨特買家。
LUXGEN 納智捷 圖 8	S3、S5GT、U5、U6GT、 U7 TURBO、M7 TURBO、 V7 TURBO	總公司所在地：台灣 台灣代理商：納智捷汽車股份有限公司 為台灣第一家汽車自主品牌，當時 U7 推出時，銷售量只輸了本田的 CRV，成績可說非常不錯，但是目前品牌越走下坡了，全世界其實也都知道納智現在的處境，未來，納智捷是否能持續進步，值得我們觀察。
SUZUKI 鈴木 圖 9	SWIFT、SX4、IGNIS、BALENO、 VITARA、JIMNY、BALENO	總公司所在地：日本 台灣代理商：金鈴汽車股份有限公司 第四代的 Swift 在車身重量大約為 1000 公斤的情況下，能有充裕的加速感，而它也在 2017 年獲得了年度「好設計獎」也讓 Swift 成為 SUZUKI 的掀背車款。

（二）豪華品牌

BEAZ 賓士 Mercedes-Benz 圖 10	A-CLASS 、 B-CLASS 、 C-CLASS 、 E-CLASS 、 S-CLASS、G-CLASS、CLA、 CLS、GLA、GLC、GLE、GLS、 GT 等。	總公司所在地：德國 台灣總代理：台灣賓士股份有限公司 做為台灣人相當喜愛的品牌之一，內裝的豪華度大家有目共睹，其品牌下的 C 系列，因外匯車的價錢便宜總代理將近百萬元的價差，而導致大家紛紛買外匯車，但卻很多人養不起，所以訪間流傳一句名言”買 C300，加油加 300”。
BMW 寶馬 圖 11	BMW 1、2、3、4、5、6、7、8 系列、 X1、2、3、4、5、6、7 系列、 i3、i8 等	總公司所在地：德國 台灣總代理：汎德 知名豪華汽車品牌，旗下子公司有 MINI、ROIIS-ROYCE” 兩大汽車品牌，可說具有相當的市場規模，而此品牌也深受台灣消費者所喜愛。
AUDI 奧迪 圖 12	A1、A3、A4、A5、A6、A7、A8 Q2、Q3、Q5、Q7 TT、R8 等	總公司所在地：德國 台灣總代理：AUDI TAIWAN 與賓士和寶馬為德國三大世界暢銷品牌之一，其知名超跑藍寶堅尼也是 AUDI 旗下的子公司之一，造車工業可說非常先進，而 AUDI 四輪驅動系統”Quattro”，更讓 AUDI 在險峻的地形上更有優勢，更讓駕駛者能有更安全的行車體驗。

LEXUS 凌志 圖 13	CT、IS、ES、GS、 LS、UX、NX、RX、LX、LC、RC 等。	總公司所在地：日本 台灣總代理： LEXUSTAIWAN 作為豐田旗下的豪華品牌，在 2019 年的 7 月份睽違 7 年，終於打敗賓士，拿下豪華車款單月銷售冠軍，可想而知 LEXUS 的品牌形象一定會蒸蒸日上。
VOLVO 富豪 圖 14	S60、S90、V60、V90、XC40、XC60、XC90	總公司所在地：瑞典 台灣總代理：國際富豪汽車股份有限公司 VOLVO 是被動式安全領域的先鋒，其給人的印象就是安全，更有瑞典坦克之稱，其旭多人對這間車款只有安全的特色，卻不知道他們已經悄悄地進入到後座買家的市場，例如：XC90 內裝的豪華感與乘坐的舒適感，都在水準之上，可想而知，這間車廠的未來是無可限量的。
Volkswagen 福斯 圖 15	AMAROK、CADDY、GOLF、CALIFORNIA 、 MULTIVAN 、POLO、TIGUAN 等	總公司所在地：德國 台灣總代理：台灣福斯汽車 為世界三大汽車製造商之一，旗下的子公司有：保時捷、奧迪、藍寶堅尼、布加迪、賓利等車廠，可說勢力非常強大，也是一間歷史悠久的知名車廠。 （*福斯為德國的國民車，但台灣好像定位在豪華與平價之間）

PORSCHE 保時捷 圖 16	718 BOXSTER、 718 CAYMAN、 911 CARRERA、CAYENNE、 MACAN、PANAMERA 等。	總公司所在地：德國 台灣總代理：永業進出口股份有限公司（現已跟原廠合資成立”台灣保時捷車業股份有限公司”） 保時捷為銷售量最多的跑車製造商，1992 年時，保時捷的銷售量不盡理想，全球消量只有 3000 多台，面臨龐大的危機，幸好在 2002 年時，保時捷推出旗下第一輛休旅車”Cayenne”，讓保時捷起死回生，而保時捷在台灣也是知名的豪華品牌。
MASERATI 瑪莎拉蒂 圖 17	Ghibli、GranCabrio、 GranTurismo、 Levante、Quattroporte。	總公司所在地：義大利 台灣總代理：台灣蒙地拿股份有限公司 瑪莎拉蒂的廠徽是顯眼的三叉戟，在路上的回頭率極高，也代表此品牌在台灣的崇尚地位，問世自今，也拿過許多輝煌的戰果，更證明他不容小覷的實力，獨一無二的義式經典，賦予瑪莎拉蒂對勝利的渴望。
Lamborghini 藍寶堅尼 圖 18	Aventador、Aventador Roadster、 Huracan、Huracan Spyder、 Urus。	總公司所在地：義大利 台灣總代理：嘉鎂興業股份有限公司 藍寶堅尼是風靡全世界的超跑品牌，其他的買家主要分布在年輕買家，主要是因為那豪邁的排氣量，而其他車廠紛紛追求渦輪與電子化，藍寶堅尼依然堅持自然進氣，也讓他們繼續維持屬於他們品牌精神。

（資料來源：取自本組討論後整理）

（表三：問卷分析圖)

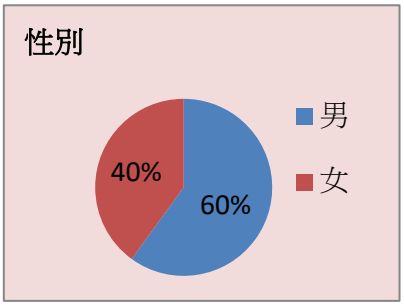


圖 19 TOYOTA 受訪者性別比率

回收的有效問卷為 120 份，回收的問卷中，男性占 60%，女性占 40%，由圖 19 可知，問卷受訪者，男性占的比率較多。

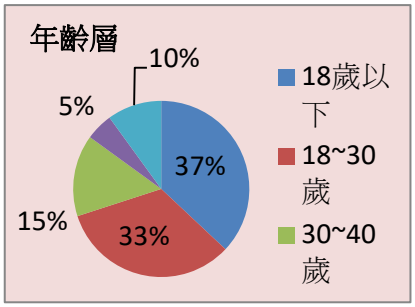


圖 20 TOYOTA 受訪者年齡層比率

由問卷調查可看出，問卷受訪者的年齡層 18 歲以下民眾是占最多的，共佔了 37%，18~30 歲占了 33%，由圖 20 可知，受訪者大約都是青少年和中年人。

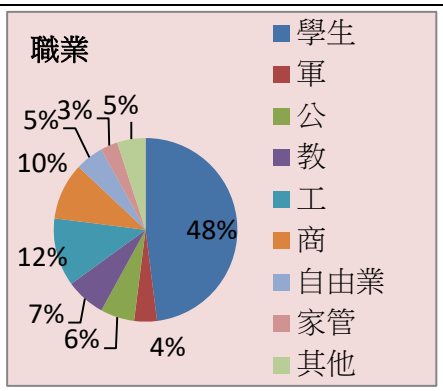


圖 21 受訪者職業比率

本次問卷的發放民眾，由學生居多，占了將近一半的比率，高達 48%，其次是工，占了 12%，由圖 21 可知，學生填寫意願較比家長們多。

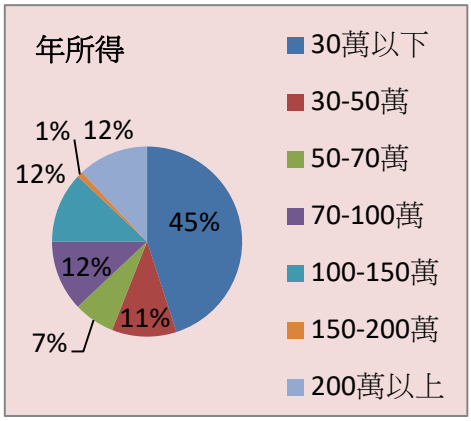


圖 22 受訪者年所得比率

由上圖的職業問卷調查中，其調查人數超過一半都是學生，所以年所得，有 45%在 30 萬以下，占圓餅圖約一半，可見臺灣年所得相對地少。

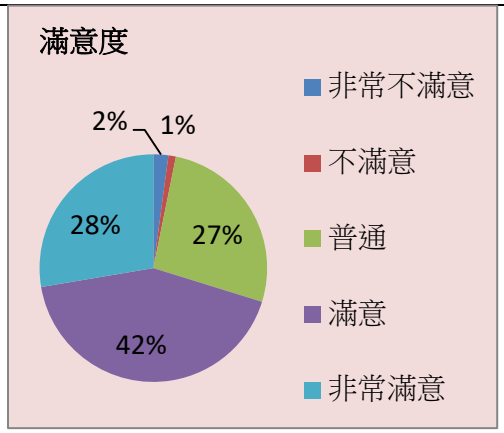


圖 23 受訪者對 TOYOTA 的滿意度比率

由圖 23 可知，TOYOTA 滿意比率占了 42%，非常滿意比率占了 28%，受訪者對滿意度大部分都是滿意的，只有少數部份不滿意。不過還是有進步的空間，能讓更多消費者對 TOYOTA 都能非常滿意。

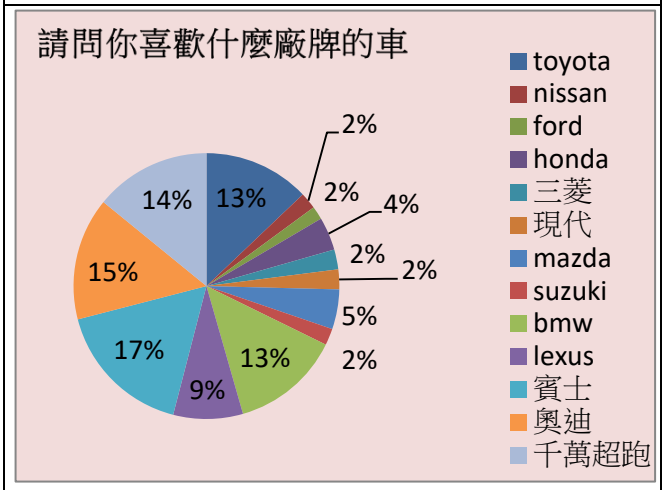


圖 24 受訪者喜歡什麼廠牌的車

由圖 24 可知，前三名分別為賓士(17%)、奧迪(15%)、千萬超跑(14%)。其餘少數都來自於日本車。

以圓餅圖來看，發現大家喜歡高單價汽車及跑車，反而日本車較不受大眾喜愛。

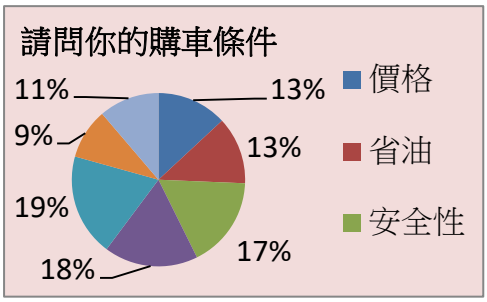


圖 25 受訪者購車條件

由圖 25 可知，消費者的購車條件外型風格(19%)、舒適度(18%)、價格及省油各占(13%)。大家第一在意車子的外形，反而不考慮現今環保議題。

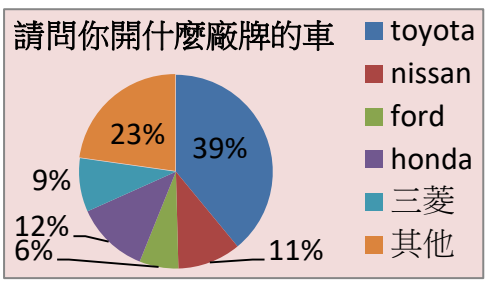


圖 26 受訪者開什麼廠牌的車

由圖 26 可知，toyota(39%)，比率占圓餅圖約一半，令人相當驚訝，消費者應經濟條件不足，而選購價格便宜省油的汽車。反而不考慮高單價及省油名車。

（資料來源：取自本組討論後整理）

參●結論

一、結論

「火速發展的人工智慧，區塊鏈的發展大潮，掀起一波無人化革命，向既有世界運作機制發出挑戰。」（來源：商業週刊，2018 年 12 月 17 日），代表著世界的汽車跟隨著科技日新月異，消費者也希望以**「最小的代價獲得最大的報酬」**（來源：龍騰經濟學複習講義（上）2019），去深入了解大眾的心態與風格，畢竟人們都**「無視生活的單一價值，厭倦了刻板」**（來源：商業週刊，2019 年 4 月 22 日）

二、建議

現今社會大眾把時間當成金錢，鮮少有足夠時間親自到營業所詢問業務關於車的配備等問題，所以希望各廠商能設立模擬選購汽車網站，使消費者能夠在網站上選配自己的愛車，例如：顏色、外觀及內裝等，顧客只要在電腦或手機上就能選配自己的愛車，並且能顯示選配後的價錢，讓顧客有準備及考量目前的經濟狀況。

肆●引註資料

一、書籍

1.商業週刊，12 月 17 日，1622 期。

2.龍騰經濟學複習講義（上）劉明月著 2019。

3.商業週刊， 4 月 22 日，1640 期。

二、網站

1、選擇品牌關注因素 取自 https://reurl.cc/A19rpj

2、各大品牌銷售報告 取自 https://reurl.cc/VaM68N

3、NISSAN 2019 內裝最佳平價車款 取自 https://reurl.cc/M72Q2K

4、現代汽車 2019 新車評比第一名 取自 https://reurl.cc/k5pe9d

5、馬自達貴 10 萬的原因 取自 https://reurl.cc/Gka6gv

6、VOLVO 除了安全還有什麼? 取自 https://reurl.cc/xDWmez

7、保時捷台灣分公司成立 取自 https://reurl.cc/72E8ny

8、藍寶堅尼堅持品牌特色 取自 https://www.kingautos.net/145627