

# 綠色產品包裝對於消費者購買行為影響之研究-以大台北地區為例

林秋堂, 楊振隆

科技管理學系

管理學院

clyang@chu.edu.tw

## 摘要

本研究係探討綠色產品包裝對消費者購買行為的影響，以了解綠色產品的包裝樣式，對於消費者購買行為實質的影響程度。研究顯示雖有超過90%的消費者對於綠色產品有正確的認知，但仍少部分消費者的觀念仍有待加強與宣導。大部分的消費者購買綠色產品的動機是以環保及健康為前提，有48.6%的消費者希望之綠色產品的包裝重點是拆解容易方便回收，另有36.2%的消費者希望包裝重點是有淺顯易懂的標示，因此廠商應該特別重視包裝樣式，以刺激購買慾望。消費者對於環保、使用上便利性非常重視，但對於包裝整體外觀設計與是否有贈獎折扣根本不在乎。

關鍵字：關鍵詞：綠色產品、產品包裝、購買行為。