

指導老師：萬金生

題目：探討葡萄酒消費者的從眾行為：葡萄酒專業知識與國民性格的調節作用

組員：林玟璇 49450014 張涵宇 495M0055 吳玟頻 495M006 許佳惠 495M0009

**摘要：**由於醫學報導，喝葡萄酒有預防心臟病、促進血液中兒茶素抗氧化劑的提高、提供豐富的有機酸、礦物質和維生素，可促進食慾、恢復疲勞及平衡血液酸鹼度等功效，所以愈來愈多的人喜歡喝葡萄酒，然而，由於消費者對葡萄酒知識不足，造成葡萄酒的消費變成一種從眾行為，從眾行為亦受個人的集體主義或個人主義傾向影響。本研究目的為檢驗葡萄酒的消費者中，探討消費者的國民性格對於葡萄酒的從眾行為的調節作用？其次，葡萄酒的知識是否會影響其消費時的從眾行為？採用二個實驗，先進行前測，客觀測試參與者的「葡萄酒的知識」，並區分為專業知識高、中、低程度的消費者。實驗一，以「中等葡萄酒知識」的受試者為實驗對象，採用 2（國民性格：集體主義 vs. 個人主義）× 3（從眾線索：高-銷售排行高 vs. 低-銷售排行低 vs. 無-未在銷售排內）二因子受試者間設計，檢驗國民性格不同的消費者其葡萄酒消費的從眾行為。實驗二，以「高、低水平葡萄酒專業知識」的受試者為實驗對象，進行 2（葡萄酒專業知識：高 vs. 低）× 2（從眾線索：高 vs. 低）受試者間設計的實驗，檢驗葡萄酒專業知識對於從眾效應的調節作用。研究結果可提供學校教育與酒商行銷時重要的參考。

**關鍵詞：**葡萄酒消費、從眾行為、國民性格、專業知識