

指導老師：蘇家愷

題目：探討低糖少鹽食品廣告框架效果：性別的調節

組員：張鈞婷 496E0083 蔡育珊 496M0078 張勝程 496M0083 鍾宗達 496M0100

摘要：關注大眾健康的美國專家們呼籲，民眾必須改變對甜食與鹹食的味覺偏好，因此，低糖少鹽的食品大興其市，此類食品廣告的文案內容就非常重要。研究主要目的在於瞭解不同消費者對正負向廣告訊息框架效果，與性別的調節作用。本研究採實驗法，對象為南台科技大學的學生，實驗設計採取 2（訊息：正向 vs. 負向）× 2（性別：男性 vs. 女性）的二因子受試者間設計，檢驗正負框架訊息對於食品廣告效果是否會造成影響；性別的不同在廣告效果會之間會造成購買意願的不同。在研究結果上發現，健康食品廣告採用正負向訊息的陳述方式對消費者的購買意願並無顯著性的影響，但當進一步探討性別差異時，在低糖健康食品廣告中，正面框架訊息的陳述方式比較受到男性消費者的親賴，而女性對負面框架訊息接受度較好，但在少鹽健康食品中，男女都一致偏好於正向訊息的陳述方式。

關鍵詞：低糖少鹽、廣告效果、框架訊息