

你心動了嗎？

整形風潮



第十組

- 00153301 王永華
- 00153307 許宸瑜
- 00153313 楊茵婷
- 00153314 陳彥瑾
- 00153319 陳依德
- 00153346 羅雅如
- 00153348 吳庭妤
- 00153350 姚岱君
- 00153358 莊茵茵

目錄

- 研究動機與背景
- 研究目的
- 研究方法
- 研究流程
- 預期研究結果
- 依循之理論
- 專業醫生簡介
- 訪問割雙眼皮女性
- 以族群分類之消費者心理
 - ① 大學生族群
 - ② 25~35歲族群
 - ③ 35~45歲族群
- 各族群訪談結果分析
- 結論
- 參考資料
- 分工表

研究動機與背景

- 一、隨著媒體界的傳播，時常能耳聞某某藝人的容貌或身材和以往有大幅的改變；這也使得近年來“整形”一詞逐漸納入人們的日常話題中。
- 二、現代消費者對於整形的態度越來越開放。從前的齒列矯正至現今的微整形、整形等，人們對於似乎對於此項消費品的接受度越來越高。對於此種心態我們感到十分好奇。

研究目的

- 一、藉由醫生訪談了解現今整形概況。
- 二、藉由各式訪談來探討消費者對於整形的看法，並對已整過型的消費者探討整型後的心理狀態。
- 三、將問卷訪談之結論，參照課本理論分析消費者心理，並說明消費者進行或不進行該整形消費行為的因素為何。

研究方法

設計
問卷

透過錄影
訪問

分析錄影
結果

整理歸
納結論

研究流程

- 確認問題及研究主題
- 完成建置作業與執行
- 蒐集資料並拍攝影片
- 分析影片之回饋
- 理論參照並得出結論

預期研究結果

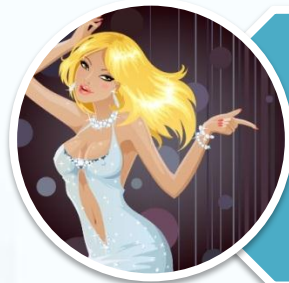
- 我們首先預期消費者會因想讓自己看起來更加美貌而都“趨向於進行整形的消費行為”。



依循之理論



驅力理論－當對於己身之容貌因為滿足而產生緊張時，便會採取行動以消弭緊張



象徵仰慕群體理論－消費者雖明知是不可能和該象徵仰慕群體擁有相同的容貌，但仍會試圖去達成



社會比較理論－儘管美的定義因人而異，但在大眾媒體不斷的放送洗腦下，美的定義就成了既定的樣子



消費者決策過程與心理

訪問割雙眼皮手術後的女性

訪問內容

確認問題

- 從年輕就認為自己的眼睛大小與臉部不成比例。

資訊蒐集

- 媒體宣傳公眾人物割雙眼皮來改善眼睛不夠“放電”的問題。例如：電眼美女蕭亞軒過去是單眼皮。她在訊息反應涉入是比較高的。
- 但是比較特別的是，她並沒有主動去蒐集這類相關的資訊。反而是因為曾經在該診所進行雷射治療，進而被該診所促銷方案吸引。是綜合了當時的情境因素以及廣告涉入的影響進而開始有割雙眼皮的想法。

替代方案評估

- 未考慮替代方案，她希望完完全全的擁有雙眼皮。而不是利用其他的裝飾來代替。
- 也呼應到她提到自己的眼睛與臉部比例不平衡的問題，已是自我認同的一部分。

訪問內容

制定購買決策

- 為了擁有一雙夢寐以求的迷人大眼，願意承擔風險進而接受手術。
- 並沒有長期盤算接受這樣的手術，完全是恰巧的時機。

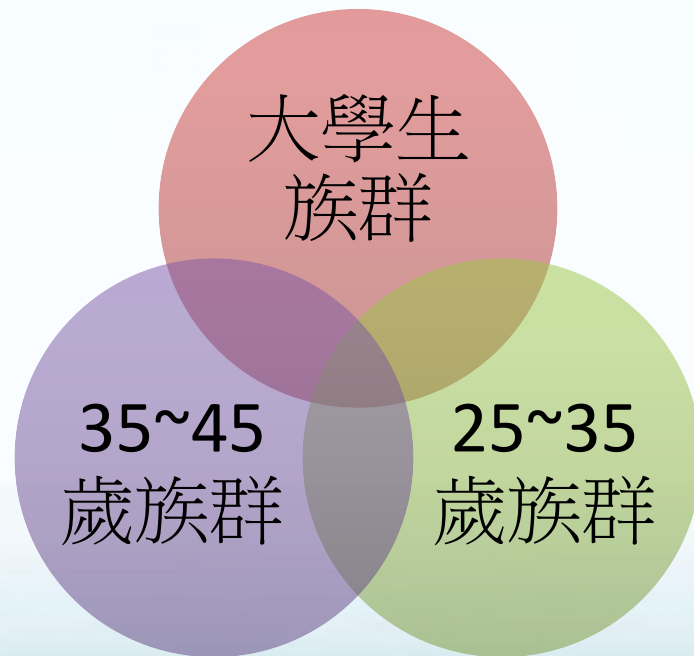
購買行為

- 決定在之前做過雷射的診所接受手術。

購後行為

- 手術後恢復期為1個月，因為她中間漏掉了部分保養措施。
- 最後的結果她非常滿意，認為現在的樣貌才是她真正的理想。

以族群分類之消費者心理





到底大學生們是怎麼看待整形的呢？

大學生族群對於整形的態度

訪談結果

認為整型的定義為何

- 八位大學生一致都認為有動刀且改變外貌即是整型。

對於周遭朋友及伴侶整型的看法

- 完全不介意好朋友去整型，只要他自己考慮清楚就好。伴侶的部分，只有一位大學生會因為自己伴侶整過型而感到不自在，其他七位則表示會尊重伴侶的決定，不會介意且覺得可以接受。

自己是否會想整型

- 八位大學生都沒有想要整型的念頭與意願。

面對整型時的考量因素

- 大多數學生面對整型的考量因素，首先主要是看自身的意願；其次考量因素是金錢；再來便是風險考量。

訪談結果

問題一	動刀	改變外觀	總人數
什麼是整形?	5	3	8
問題二	算	不算	總人數
微整形算整形?	8	0	8
問題三	介意	不介意	總人數
好友整形?	0	8	8
問題四	介意	不介意	總人數
伴侶整形?	1	7	8

訪談結果

問題5	願意	不願意	總人數
願意整形？	0	8	8
問題6	願意	不願意	總人數
願意微整形？	3	5	8
問題7	怕痛	沒必要	總人數
不接受整形的原因？	3	5	8



開始有經濟能力的她們是否願意對自己的外貌進行投資呢？

25 ~ 35歲族群對整形的態度

訪談結果

有經濟能力的輕熟女

- 推論應該會有關於「整形」的想法，且在所有分類族群中，是最有意願整形的族群。但訪問結果發現，其實大部分的受訪者都沒有太大意願整形。

她們對整形的看法

- 或許有整形的想法，但也僅止於「微整形」，對於真正動刀且對外型大改變的手術整型，還是相當排斥。

對於周遭朋友及伴侶整形的看法

- 對好友整形與否，沒有太大感覺，但對伴侶〈身邊親密的人〉整形與否，卻在第一時間感到遲疑，認為整形程度必須是在接受範圍內
- 有趣的發現，幾位受訪者，不太願意接受伴侶整過型，因為害怕未來生出來小孩的長相！

訪談結果

是否會主動告訴旁人有整過型

- 大部分受訪者皆感到遲疑，認為除非有人主動提起，不然不會對他人說出自己整過型的事。這也顯示出大眾對整形的觀感，還是有不好的印象，認為這是不可以對別人說的秘密。

對整形的態度是開放？還是保守？

- 總括來說，此族群對整形的態度依然保守，與一開始的推論非常不同，主要不接受整形的原因，還是以風險為主，認為動刀的手術整型，如果沒有必要就不需進行。



許多的她們都是事業家庭兩得意的獨立新女性
在工作繁忙之餘不忘她的兒女

35 ~ 45歲族群對整形的態度

她們對整形的看法又是甚麼呢?是裹足不前? 還是富前衛思想呢?



訪談結果

對於微整形的看法

- 就是將自己的外觀透過手術做改變，因此微整形也是整型的一種，並無差異

對於周邊的人微整形的看法

- 對於好友，認為是每個人的自由與權利。對於自己的伴侶則是希望，除非有必要，否則雖然說整形是個人意願，但還是不太可接受。

對於自己整形的部分

- 自己沒有想過要去整形，且認為若沒有必要，亦即不會影響到一般日常生活的不會進行整型，自然就是美。
- 若自己已經整形了，並不會主動告知別人，除非是別人先提起。但若別人問了，也會直接承認，並不會否認自己去過微整形。

手術前的評估

- 首先注重的是風險，若手術會有造成生命危害，則不會接受
- 其次是金錢，倘若微整形的費用太高，則無法接受
- 再來分別是自我認同與別人眼光，覺得自然就是美，不會特別想要透過微整形使自己外觀改變。



看看各個族群的特色是甚麼? 我們得出了甚麼結果呢?

各族群的訪談結果分析

訪談分析

- 經過訪談之後，我們發現大學生不會想要整型的原因，主要是因為有自信，認為自己現在年輕有本錢，所以覺得沒有整型的必要。也有人認為保持自然的樣貌就是最好的，如果藉由整型改變自己的外貌，會因為覺得自己變了個人而感到不自在，另外怕痛或者對動刀有恐懼感也是不想整型的常見原因。

訪談分析

- 大學生在面對整型時的考量因素，首先會先以自己本身是否有整型的意願為主，有較強的自我意識。再來則會考量金錢因素，由於大學生大多數尚未有經濟能力及穩定收入，無法承擔昂貴的整型費用，因此金錢變成大學生整型與否的一項重要考量。此外，大學生也會因擔心萬一手術過程失誤而傷害自身權益，所以整型所需承擔的手術風險也是大學生在做決策時的考量因素。

訪談分析

- 由消費者決策過程來看，35---45歲對於自己的樣貌大多感到滿意，因此其對於微整形的動機(Motivation)較低，造成其較低微整形的初級需求(Primary Need)，因此並不會主動想去微整形。
- 此年齡族群也比較不會出現認同(Identification)的情形，亦即為了迎合其他的人或者群體。他們具有較強的主觀意識，認為個人美醜並不會影響到日常生活，因此不會因為想在別人眼中看起來很美就去微整形。

訪談分析

- 對於微整形，35---45歲年齡族群的人基本上都會有較高程度的涉入(**Involvement**)，其花在蒐集相關資訊，例如手術風險、診所以及醫生的評價、價格高低等等，所花費的時間會較多，等蒐集大量的資訊後再行比較，選擇出最佳方案。且因為跟身體外表與健康有關，因此對於手術風險的搜尋會最大程度的注意。

結論

大學生族群對整形的看法

- 大學生年輕有本錢，擁有自信不需要靠整形。
- 尚未有經濟能力及穩定收入，無法承擔昂貴的整型費用
- 整體而言對整形的需求低，並不會因為媒體渲染而輕易嘗試。也不會因為象徵仰慕群體而以整形的方式改變自己。

25~35歲族群對整形的看法

- 即使對整形有些許想法，但也僅限於微整形。對於完全改變容貌抱持保留態度。
- 對於身邊朋友是否整型相對開放，但是談到是否接受伴侶整形卻有相當大的疑慮。
- 考慮到未來生育小孩的長相，因此無法接受伴侶有極大差距的整形。

大眾對整形的看法

35~45歲族群對整形的看法

- 比較不會出現認同(Identification)的情形，亦即為了迎合其他的人或者群體。他們具有較強的主觀意識
- 較高程度的涉入(Involvement)，其花在蒐集相關資訊的時間會較多，尤其是風險的衡量。

整體而言

- 即使我們看到路上醫美診所林立，但是訪談解果卻發現。多數人對整形或是微整形多抱持保留態度。
- 對朋友整形相對開放，但是談到伴侶整形多半都會有些限制條件。
- 人人都會想要變美，但是卻不見得人人都趨向進行整型的消費行為。

參考資料

- 林建煌，2013，消費者行為，第四版，台北：華泰文化出版

工作分工

工作項目	負責同學
研究背景、動機、目的、方法及流程	陳依德
消費者決策過程拍攝剪輯	吳庭妤
訪問各族群影片剪輯	楊茵婷、陳彥瑾
大學生族群對整形的態度	許宸瑜、羅雅如、姚岱君
25~35歲族群對整形的態度	楊茵婷、陳彥瑾
35~45歲族群對整形的態度	莊茵茵、王永華
結論	吳庭妤、楊茵婷
統整製作、美化	吳庭妤
醫生影片拍攝、剪輯	莊茵茵
大學生族群影片拍攝	姚岱君、許宸瑜
25~35歲族群影片拍攝	楊茵婷
35~45歲族群影片拍攝	莊茵茵、王永華

The End

Thanks for your listening