

摘 要

本研究主要目的，在以實證的方式了解大專學生的虛榮特性與物質主義及強迫性購買特性等所含變數彼此間的相互關係。研究以大專學生為對象，以 LISREL 線性結構模式進行虛榮特性、物質主義及強迫性購買特性間的因果性關係實證。研究結果發現，只有具「外表觀感」的虛榮特性易產生物質主義的「財物成功」、「獲取中心」及「獲取快樂」三項特質，但「成就觀感」則否。具有物質主義的「獲取中心」構面者有證據顯示具強迫性購買特性。同時虛榮特性只有「外表觀感」與強迫性購買有關係，「成就觀感」則否。另外物質主

義的「獲取中心」是虛榮特性與強迫性購買關係的中介變數，此為本研究重大發現之一。本研究可提供行銷人員在實務上的一種市場區隔，目標市場選擇及商品定位及媒體選擇或廣告時，針對不同的消費行為應如何訴求之參考。對於與身體外表及成就虛榮產品相關產業的行銷或產品經理在產品或服務策略擬定的參考，也可提供社會學家及消費者教育工作者可針對不同特性的消費者提供不同的教育方式，因材施教，進而避免更多的如強迫性購買之消費行為特性的產生。

關鍵詞：身體虛榮、成就虛榮、物質主義、強迫性購買