

4

通過營銷科學方式測量消費者對 品牌的看法

在正式的市場營銷學術研究論文中，常常使用不同的量表（measurement）去測量消費者對品牌的不同看法與構念（construct）。此外，進行商場實戰的消費者意見調查研究時，也常常會應用到這些方法與量表。以下是從國際主流頂尖學術期刊文獻中，為讀者與中小企業經營者，整理一些常用的品牌相關量表，以供參考。讀者可能會覺得，同一組量表中，有許多問題（item）看起來都很類似，其實這正是一種為了提高市場調研測量信度（reliability）和效度（validity）的一種科學設計方式。少數題目還會採取反向設計（也就是有標注“R”的題目），也是為了提高問卷測量精準度的一種特別作法。

品牌知名度 (Brand Awareness)

定義：品牌知名度是指品牌被消費者所知曉的程度。品牌知名度主要反映的是品牌的影響範圍大小、廣度，或名氣。一般高品牌知名度具有：高品牌識別率、高品牌回想度，以及消費者心中高排名品牌，等三個條件。

測量方式：可參考以下兩組題目。

Measure Items 測量問題	Strongly disagree.....Strongly agree 非常不同意.....非常同意
1. I know what this brand looks like. 我知道這個品牌的大概情況。	1 2 3 4 5 6 7
2. I can recognize this brand among other competing brands. 我可以識別出這個品牌與其他競爭品牌。	1 2 3 4 5 6 7
3. I am aware of this brand. 我注意到這個品牌。	1 2 3 4 5 6 7
4. Some characteristics of this brand come to my mind quickly. 這個品牌的一些特點很快就出現在我的腦海裡。	1 2 3 4 5 6 7
5. I can quickly recall the symbol or logo of this brand. 我可以快速想起這個品牌的標誌或商標。	1 2 3 4 5 6 7
6. I have difficulty in imagining this brand in my mind. (R) 在我的腦海中，我很難想像這個品牌。	1 2 3 4 5 6 7

參考文獻:

Yoo, B., Donthu, N. & Lee, S. (2000), An examination of selected marketing mix elements and brand equity, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(2), 195-211.

Measure Items 測量問題	Strongly disagree.....Strongly agree 非常不同意.....非常同意
7. I have no difficulties to remember this brand. 我毫無困難地記住這個品牌。	1 2 3 4 5 6 7
8. Know all products of this brand. 我知道這個品牌的所有產品。	1 2 3 4 5 6 7
9. I can distinguish the different of the product this brand. 我可以區分出這個品牌的各樣產品。	1 2 3 4 5 6 7

參考文獻:

Hutter, K., Hautz, J. Dennhardt, S. & Fller, J. (2013), The impact of user interactions in social media on brand awareness and purchase intention: the case of MINI on Facebook, *Journal of Product & Brand Management*, 22(5/6), 342-351

品牌偏好 (Brand Preference)

定義：品牌偏好包括消費者對某品牌的喜好和偏愛的程度，常連帶反映出對某品牌選購意願的高低程度。一般而言，消費者對某品牌偏好程度越高，對該品牌的購買意願也越高。

測量方式：可參考以下兩組題目。

Measure Items 測量問題	Strongly disagree.....Strongly agree 非常不同意.....非常同意
1. This brand meets my requirements better than other brands. 這個品牌比其他品牌更符合我的要求。	1 2 3 4 5 6 7
2. I am interested in trying product from another brand. (R) 我有興趣嘗試另一個品牌的產品。	1 2 3 4 5 6 7

3. I intend, in the near future, to replace my stuff from another brand. (R) 我打算在不久的將來用另一個品牌的產品，取代現在使用的產品。	1 2 3 4 5 6 7
---	---------------

參考文獻:

Hellier, P.K., Geursen, G.M., Carr, R.A. & Rickard, J.A. (2003), Customer repurchase intention: A general structural equation model, *European Journal of Marketing*, 37(11/12), 1762-1800.

Measure Items 測量問題	Strongly disagree.....Strongly agree 非常不同意.....非常同意
4. It makes sense to buy from this brand instead of any other brand, even if they are the same. 購買這個品牌的產品而不購買其他品牌是合理的，即使它們是一樣的。	1 2 3 4 5 6 7
5. Even if another brand has same features as this brand, I would prefer to buy from this brand. 即使另一個品牌與這個品牌的產品具有相同的功能，我更偏愛購買這個品牌。	1 2 3 4 5 6 7
6. If there is another brand as good as this brand, I prefer to buy from this brand. 如果有另一個品牌與這個品牌一樣好，我更偏愛購買這個品牌。	1 2 3 4 5 6 7
7. If another brand is not different from this brand in any way. It seems smarter to purchase from this brand. 如果另一個品牌與這個品牌沒有什麼不同，購買這個品牌似乎更精明。	1 2 3 4 5 6 7

參考文獻:

Yoo, B., Donthu, N. & Lee, S. (2000), An examination of selected marketing mix elements and brand equity, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(2), 195-211.

品牌忠誠 (Brand Loyalty)

定義：品牌忠誠主要反映態度忠誠和行為忠誠兩方面，主要反映了對某品牌的肯定程度與重複購買意願或行為。常見的行為是以重複購買方式繼續使用或支持某品牌，或是以口耳相傳的方式向別人宣傳某品牌。

測量方式：可參考以下兩組題目。

Measure Items 測量問題	Strongly disagree.....Strongly agree 非常不同意.....非常同意
1. I consider myself to be loyal to this brand. 我認為自己對這個品牌是忠誠的。	1 2 3 4 5 6 7
2. This brand would be my first choice. 這個品牌是我的首選。	1 2 3 4 5 6 7
3. I will not buy other brands if this brand is available at the store. 如果這個品牌在商店內有售，我不會購買其他品牌。	1 2 3 4 5 6 7

參考文獻:

Yoo, B., Donthu, N. & Lee, S. (2000), An examination of selected marketing mix elements and brand equity, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(2), 195-211.

Measure Items 測量問題	Strongly disagree.....Strongly agree 非常不同意.....非常同意
4. I will buy this brand the next time if I need to buy this type of product. 如果我需要購買美容產品，我下次會買這個品牌。	1 2 3 4 5 6 7
5. I intend to keep purchasing this brand. 我打算繼續購買這個品牌。	1 2 3 4 5 6 7
6. I am committed to this brand. 我忠於這個品牌。	1 2 3 4 5 6 7

7. I would be willing to pay a higher price for this brand over other brands. 我願意為這個品牌支付比其他品牌更高的價格。	1 2 3 4 5 6 7
--	---------------

參考文獻:

Chaudhuri, A. & Holbrook, M. B. (2001), *The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: The role of brand loyalty*, *Journal of Marketing*, 65(4), 81-93.

品牌質量認知 (Perceived Brand Quality)

定義：品牌質量認知。是指顧客對產品或服務的整體品質的感覺，也是顧客對該品牌的品質優越程度的感知狀況。雖然是顧客的主觀認識，但是品牌質量認知可以產生價值，一般而言品牌質量認知越高，越能引起消費者購買意願。

測量方式：可參考以下四組題目。

Measure Items 測量問題	Strongly disagree.....Strongly agree 非常不同意.....非常同意
1. This brand is of high quality. 這個品牌是高質量的。	1 2 3 4 5 6 7
2. The likely quality of this brand is extremely high. 這個品牌的質量可能非常高。	1 2 3 4 5 6 7
3. The likelihood that this brand would be functional is very high. 這個品牌的功能可能很好。	1 2 3 4 5 6 7
4. The likelihood that this brand is reliable is very high. 這個品牌的可靠性可能很高。	1 2 3 4 5 6 7
5. This brand must be of very good quality. 這個品牌肯定有非常好的質量。	1 2 3 4 5 6 7
6. This brand appears to be of very poor quality. (R) 這個品牌似乎質量很差。	1 2 3 4 5 6 7

參考文獻:

Yoo, B., Donthu, N. & Lee, S. (2000), *An examination of selected marketing mix elements and brand equity*, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(2), 195-211.

Measure Items 測量問題	Strongly disagree.....Strongly agree 非常不同意.....非常同意
7. The quality of this brand is very high. 這個品牌的質量非常高。	1 2 3 4 5 6 7

Measure Items 測量問題	Strongly disagree.....Strongly agree 非常不同意.....非常同意
8. In terms of overall quality, I'd rate this brand as a ... 在整體質量方面，我將這個品牌評為...	1 2 3 4 5 6 7

參考文獻:

Erdem, T., Swait, J. & Valenzuela, A. (2006), *Brands as signals: a cross-country validation study*, *Journal of Marketing*, 70(1), 34-49.

Measure Items 測量問題	Strongly disagree.....Strongly agree 非常不同意.....非常同意
9. This brand must be of very good quality. 這個品牌的質量肯定非常好。	1 2 3 4 5 6 7
10. This brand offers products of consistent quality. 這個品牌提供質量一致的產品。	1 2 3 4 5 6 7
11. This brand offers very durable products. 這個品牌提供非常耐用的產品。	1 2 3 4 5 6 7
12. This brand offers very reliable products. 這個品牌提供非常可靠的產品。	1 2 3 4 5 6 7

參考文獻:

Lee, H. M., Lee, C. C. & Wu, C. C. (2011), *Brand image strategy affects brand equity after M&A*, *European Journal of Marketing*, 45(7/8), 1091-1111.

品牌信任 (Brand Trust)

定義：品牌信任主要體現了消費者是否認為品牌足夠可靠，以及消費者是否相信品牌給予的承諾。從品牌的外在形象到內在品質都表現出對消費者負責態度與承諾的品牌，比較容易獲得高度品牌信任。

測量方式：可參考以下三組題目。

Measure Items 測量問題	Strongly disagree.....Strongly agree 非常不同意.....非常同意
<i>This brand will...</i> 這個品牌會...	
1. Offer me a product with a constant quality level. 為我提供一流質量的產品。	1 2 3 4
2. Help me to solve my problem I could have with the product. 幫我解決產品的問題。	1 2 3 4
3. Offer me new products I may need. 為我提供我可能需要的新產品。	1 2 3 4
4. Be interested in my satisfaction. 對我的滿意度感興趣。	1 2 3 4
5. Value me as a consumer of its product. 將我視為其產品的消費者。	1 2 3 4
6. Offer me recommendations and advices on how to make the most of its product. 提供關於如何充分利用其產品的建議和忠告。	1 2 3 4

參考文獻：

Delgado-Ballester, E. & Munuera-Aleman, J. L. (2001), Brand trust in the context of consumer loyalty, *European Journal of Marketing*, 35 (11), 1238-1258.

Measure Items 測量問題	Strongly disagree.....Strongly agree 非常不同意.....非常同意
7. The feeling of security provided by this brand is... 這個品牌給我的安全感是高的。	1 2 3 4 5
8. The feeling of trust provided by this brand is... 這個品牌給我的信任度是高的。	1 2 3 4 5
9. I feel very comfortable whenever I visit the store of this brand. 每當我親臨這個品牌的商店時，我感到很舒服。	1 2 3 4 5
10. The selection of purchases at this brand is consistently high. 這個品牌的產品質量一直都很高。	1 2 3 4 5

參考文獻：

Hong-Youl Ha, (2004), Factors influencing consumer perceptions of brand trust online, *Journal of Product & Brand Management*, 13(5), 329- 342.

Measure Items 測量問題	Strongly disagree.....Strongly agree 非常不同意.....非常同意
11. I trust this brand. 我相信這個品牌。	1 2 3 4 5 6 7
12. I rely on this brand. 我依靠這個品牌。	1 2 3 4 5 6 7
13. This is an honest brand. 這是一個誠實的品牌。	1 2 3 4 5 6 7
14. This brand is safe. 選擇這個品牌是安全的。	1 2 3 4 5 6 7

參考文獻：

Chaudhuri, A. & Holbrook, M. B. (2001), The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: The role of brand loyalty, *Journal of Marketing*, 65(4), 81-93.

品牌形象 (Brand Image)


定義：品牌形象是指某企業或某品牌在市場上、在社會公眾心中所表現出的個性特徵與綜合印象。反映出一般消費者對品牌的整體評價與認知。品牌形象是品牌表現出來的特徵，反映了品牌的實力與本質，一般形象越好，消費者越偏好購買。

測量方式：可參考以下題目（具體形容詞會根據不同產業特性而有調整）。


Measure Items 測量問題	Strongly disagree.....Strongly agree 非常不同意.....非常同意
1. Being fashionable and trendy. 是時尚流行的。	1 2 3 4 5 6 7
2. Having a reputation for quality. 是以質量聞名的。	1 2 3 4 5 6 7
3. Being elegant. 是優雅的。	1 2 3 4 5 6 7
4. Being sophisticated. 是精巧有深度的。	1 2 3 4 5 6 7

參考文獻：

Anca E. Cretu, & Roderick J. Brodie, *The influence of brand image and company reputation where manufacturers market to small firms: A customer value perspective*, *Industrial Marketing Management*, 36(2), 230-240



中小企批量支付服務



中銀e網推出批量約期、週期支付服務，滿足中小企業小批次線上發薪及對供應商支付等需要，紓緩中小企業人力資源緊張壓力。

✓優點：

- 線上支付，省時、省力、省成本；
- 隨時、隨地，隨心自助完成支付流程；
- 按需設定日期及支付形式，一次建立，多筆（及可循環）執行；
- 具備交易記錄打印功能，方便作會計記賬憑證。

詳情請瀏覽本行網站



服務熱線 888 95566
www.bocmacau.com

 中國銀行 澳門分行
BANK OF CHINA MACAU BRANCH

創業攻略—實戰篇（3）

編輯委員會

主任：馬志成

副主任：葉兆佳、何嘉倫、曾藝

顧問：唐曉晴

委員：林家偉、劉丁己、曾澤瑤、李國豪

主編：H.L.S

編輯：曾冬梅

美術設計：曾賓

出版：HAPPYMACAO出版社

羅保博士街17A皇子商業大廈9樓

印刷：珠海市明珠彩色印刷廠

地址：珠海市南屏科技园屏三路

版次：二零一八年五月第一版第一次印刷

規格：170毫米 X 230毫米

版權所有，不得翻印。

支持機構：

澳門青年企業家協會、澳門中國銀行中小企服務中心、
澳門日報經濟版、澳門生產力暨科技轉移中心。

贊助機構：

工商業發展基金、中小企服務平台

（排名不分先後）