

投稿類別：商業類

篇名：

視界之改革-高職學生配戴隱形眼鏡之使用調查

作者：

劉永祥。私立樹德家商。高三7班

謝鎮宇。私立樹德家商。高三7班

鄭泰成。私立樹德家商。高三7班

指導老師：

劉昭束老師

壹●前言

近年來，在科技越來越發達的情形下，製作隱形眼鏡的技術也日益進步，加上選擇配戴隱形眼鏡之人數，日漸成長，年齡層也越來越低，因此，隱形眼鏡的需求量不停增加，各項功能的隱形眼鏡因應而出，甚至成為了不少人生活中不可或缺的物品，推出的品牌與種類越來越多，消費者也有了更多的選擇，而考慮的因素，例如經濟能力、舒適度、喜好的顏色、樣款、品牌的知名度、配戴時間長短...等等，都是選購時需納入考量的一部分。因此，期望藉由本專題研究，了解高職學生們對於隱形眼鏡的選購因素、配戴隱形眼鏡的各種看法。

本專題將採用文獻蒐集及問卷分析法，來收集相關滿意度及隱形眼鏡的資料而擬定研究架構，從中設計問卷問項，再以樹德家商商科學生為研究對象發放問卷，待問卷回收後將所有結果作統整和分析，得出結論與建議而完成本專題研究。茲彙整研究流程如下：

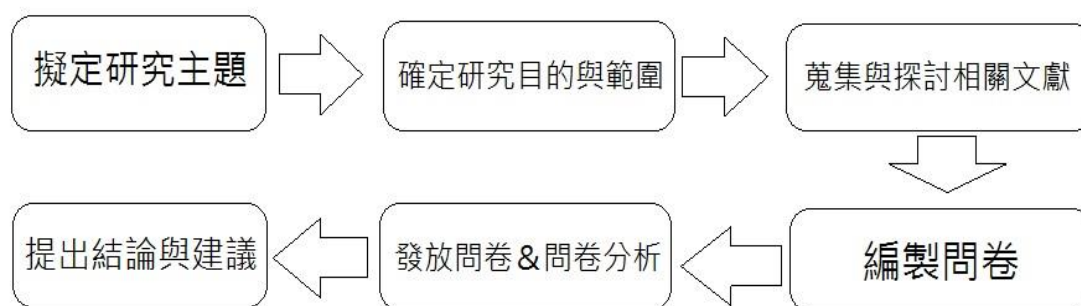


圖 1 研究流程圖

貳●正文

一、顧客滿意

學者菲利普·科特勒認為顧客滿意度是對一個產品可感知的效果（或結果）與期望值相比較後，顧客形成的愉悅或失望的感覺狀態。而 1969 年學者 Howard & Sheth 亦指出顧客滿意度是顧客對於其所購買產品的付出，與其所獲得的報酬是否有讓他感覺到足夠的心理狀態。因此，顧客滿意程度是顧客使用產品後，會對產品績效與購前信念二者之間的一致性加以評估，當二者間有相當的一致性時，顧客將會獲得滿足。反之，若顧客對產品的信念與產品實際績效二者間看法不一致時，將產生不滿意(Engel, Black Well & Minidard, 1993)。

二、隱形眼鏡

(一) 隱形眼鏡的演進

隱形眼鏡，或稱角膜接觸鏡，是一種戴在眼球角膜上，用以矯正視力或保護眼睛的鏡片。將鏡片直接戴在眼睛上的想法，是在西元 1508 年被達文西所提出，而在 1636 年笛卡爾也有相近建議。1887 年德國科學家 Adolf Eugen Fick 成功製造出第一支玻璃隱形眼鏡，但由於其透氧率極低，容易引發角膜炎等眼部病狀。因此，於 1938 年，Mullen&Obring 使用 PMMA 為材料，成功製作出第一副全塑膠隱形眼鏡，及 1940 年美國 Obrig 以壓克力系的 plexiglass 發展全塑膠隱形眼鏡。1960 年捷克化學家 Otto Wichterle 研製出一種與水接觸後會變軟，又能適合人體使用的 HEMA 材料，因而發明了第一副軟性隱形眼鏡，更在 1970 年推出透氣性硬性隱形眼鏡，我們所熟悉的隱形眼鏡於是正式誕生，受到所有隱形眼鏡愛好者的愛戴，至今已經有超過一億兩千多萬的人口在使用隱形眼鏡，1971 年，美國博士倫公司首先獲得 FDA(美國聯邦食品醫藥管理局)核准，開始於美國生產及銷售軟式隱形眼鏡，1974 年，為了改善鏡片的透氧性能，一種透氣硬鏡材料(硅酮丙烯酸酯)誕生了，由於硅成分的介入，使鏡片的透氧性能得以進一步提高，其後又在此基礎上衍生出許多透氣硬鏡材料。

(二) 隱形眼鏡的優點與缺點

1.隱形眼鏡的優點：隱形眼鏡與有框眼鏡相比之下，隱形眼鏡有不少優點，例如，隱形眼鏡沒有鏡框的阻礙，幾乎沒有重量，對於配戴者的外觀並無影響，對許多愛美人士較為適合。沒有有框眼鏡的障礙，也不必擔心鏡片可能會碎裂，對於運動人士來說，隱形眼鏡是一個可以帶來很大方便的東西，尤其對於經常出外遊玩的中學、大學生們，配戴隱形眼鏡可以使他們更有自信也可以避免發生尷尬的事情，例如：吃麵或喝湯的時候會起霧。

2.隱形眼鏡的缺點：由於隱形眼鏡是直接與角膜接觸，若長期配戴容易造成眼睛受損，甚至影響視力等，假如鏡片沒有進行消毒及雙手沒清洗乾淨，更會引發角膜炎等病症。隱形眼鏡的保養及清潔比較花時間，除使用日拋型以外，其餘隱形眼鏡在摘除下皆須進行徹底清潔，購買各類藥水的成本很高，對於不常配戴隱形眼鏡的人，配戴隱形眼鏡是比較麻煩的。如果長期每日配戴隱形眼鏡，或配戴的時間過長，時間一久，則會造成各種併發症，例如角膜血管增生等問題，嚴重則會導致失明，配戴時務必相當謹慎。

(三) 隱形眼鏡產品介紹

隨著隱形眼鏡的各種功能需求，各家廠牌也推出各具功能性的隱形眼鏡，茲整理如下：

表 2 隱形眼鏡產品介紹

品 牌		特色
嬌生隱形眼鏡		<p>高保濕、高透氧、抗 UV 三重保護，讓雙眼自由呼吸般，自然舒適。</p>
帝康隱形眼鏡		<p>具抗 UV 效能，保護眼睛多一層保障，可以吸收紫外線的隱形眼鏡，並不可用以替代其他必備的紫外線眼部護具。</p>
海昌隱形眼鏡		<p>具天然保水成分，可儲存比自身多倍的水分，在鏡片上形成鎖水保護層，保濕因子會滲入材質形成鎖水和保水功能。</p>
博士倫隱形眼鏡		<p>具抗 UV 效能，保護眼睛多一層保障，可以吸收紫外線的隱形眼鏡，並不可用以替代其他必備的紫外線眼部護具。</p>

(本小組自行整理)

(四)隱形眼鏡 SWOT 分析

SWOT 分析指的是企業內部的優勢(Strengths)、劣勢(Weaknesses)及企業外部的機會(Opportunities)與威脅(Threats)。目的在幫助企業做全面性的分析，找出企業競爭優勢、定位與問題的所在以訂定發展策略，尋找因應對策，以下將針對隱形眼鏡的優、劣勢及機會、威脅作分析。

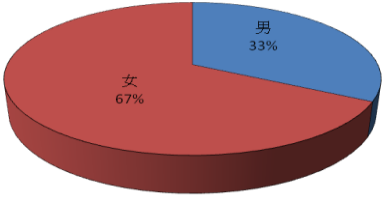
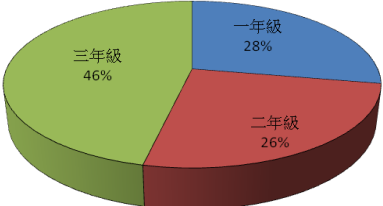
視界之改革-高職學生配戴隱形眼鏡之使用調查

表 3 隱形眼鏡 SWOT 分析

優 勢	劣 勢
<ul style="list-style-type: none"> ● 比鏡片眼鏡輕，幾乎沒有重量 ● 價格比鏡片眼鏡便宜。 ● 配戴不須擔心阻礙視線範圍。 ● 進行激烈運動時，不必擔心眼鏡掉落或刮傷。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 配戴時間太長會引起眼睛不適或傷害。 ● 配戴步驟多及護理麻煩。 ● 隱形眼鏡配戴或清潔不當容易引起眼角膜發炎或感染。
機 會	威 脅
<ul style="list-style-type: none"> ● 隱形眼鏡的製作技術日益進步 ● 眼鏡配戴的美觀及便利性。 ● 各種隱形眼鏡保養、清潔用品的推陳出新。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 近視雷射手術進步。 ● 鏡片眼鏡，不斷的推出各式新奇的款式吸引消費者。

(五)、問卷結果與分析

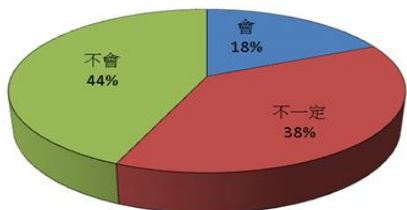
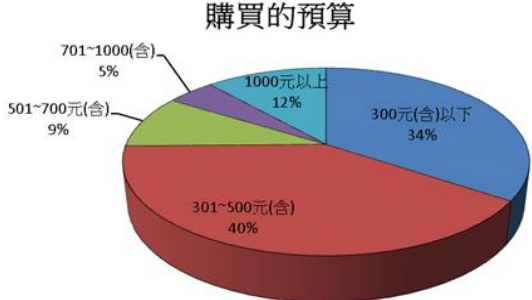
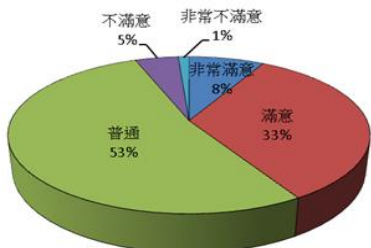
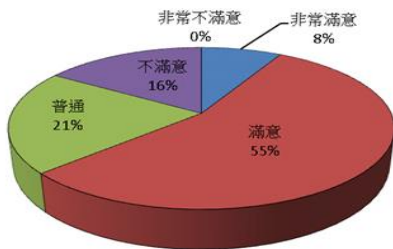
本專題以樹德家商商科學生為研究對象發放問卷，共發放 200 份，實際回收 187 份，整理、彙總並分析如下：

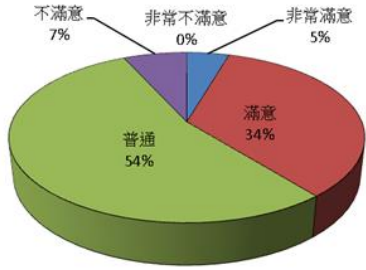
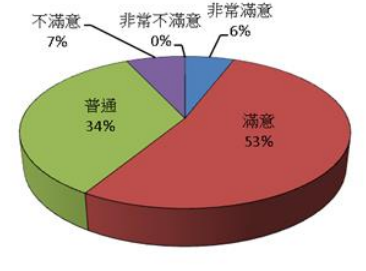
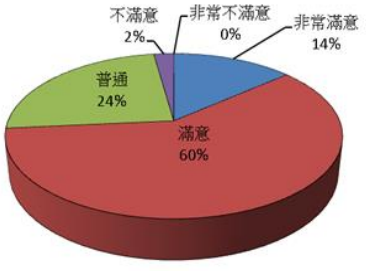
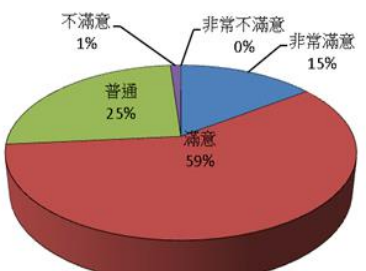
<p style="text-align: center;">性別</p>  <p style="text-align: center;">圖 2 性別</p>	<p>由左圖可知，本問卷發放對象以女性佔 67%為最高，男性則佔 33%。</p>
<p style="text-align: center;">年級</p>  <p style="text-align: center;">圖 3 年級</p>	<p>由左圖可知，本問卷發放對象以三年級佔 46%為最高，其次為一年級佔 28%，二年級則佔 26%。</p>

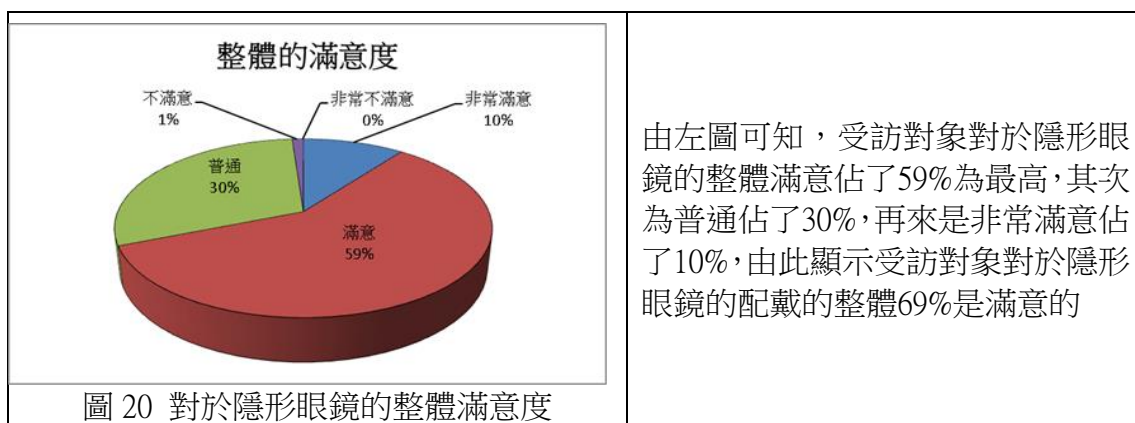
<p style="text-align: center;">近視度數</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>近視度數</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>無, 沒近視</td> <td>28%</td> </tr> <tr> <td>200度(含)以下</td> <td>14%</td> </tr> <tr> <td>201~350度(含)</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>351~500度(含)</td> <td>16%</td> </tr> <tr> <td>501~700度(含)</td> <td>9%</td> </tr> <tr> <td>701度以上</td> <td>3%</td> </tr> </tbody> </table>	近視度數	百分比	無, 沒近視	28%	200度(含)以下	14%	201~350度(含)	30%	351~500度(含)	16%	501~700度(含)	9%	701度以上	3%	<p>由左圖可知，受訪對象的近視度數以 201-350 度佔 30%為最高，其次是沒近視的人佔了 28%，及 351-500 度佔了 16%，說明現今年輕人的近視人數，已經逐漸增多，不停地成長，很多年輕人成為了低頭族，所以近視的人數才會不停增長。</p>
近視度數	百分比														
無, 沒近視	28%														
200度(含)以下	14%														
201~350度(含)	30%														
351~500度(含)	16%														
501~700度(含)	9%														
701度以上	3%														
<p style="text-align: center;">圖 4 近視度數</p>															
<p style="text-align: center;">配戴的眼鏡</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>配戴的眼鏡</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>兩者都有</td> <td>32%</td> </tr> <tr> <td>沒配戴</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>有鏡片眼鏡</td> <td>24%</td> </tr> <tr> <td>隱形眼鏡</td> <td>14%</td> </tr> </tbody> </table>	配戴的眼鏡	百分比	兩者都有	32%	沒配戴	30%	有鏡片眼鏡	24%	隱形眼鏡	14%	<p>由左圖可知，受訪對象所配戴眼鏡中以鏡片及隱形眼鏡兩者都有佔 32%為最高，其次為沒配戴的人 30%，及有鏡片眼鏡佔了 24%，兩者都有配戴佔了 3 分之 1 左右，可能的原因是因為現今的年輕人，常常習慣戴著隱形眼鏡，再配戴無鏡片眼鏡或是平光眼鏡來做造型。</p>				
配戴的眼鏡	百分比														
兩者都有	32%														
沒配戴	30%														
有鏡片眼鏡	24%														
隱形眼鏡	14%														
<p style="text-align: center;">圖 5 配戴的眼鏡</p>															
<p style="text-align: center;">配戴隱形眼鏡的原因</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>配戴隱形眼鏡的原因</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>美觀</td> <td>45%</td> </tr> <tr> <td>方便</td> <td>25%</td> </tr> <tr> <td>視野較清晰</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td>舒適</td> <td>7%</td> </tr> <tr> <td>職務所需</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>其他</td> <td>1%</td> </tr> </tbody> </table>	配戴隱形眼鏡的原因	百分比	美觀	45%	方便	25%	視野較清晰	20%	舒適	7%	職務所需	2%	其他	1%	<p>由左圖可知，受訪對象選擇配戴隱形眼鏡的原因以美觀佔了 45%為最高，其次為方便佔了 25%，及視野較清晰佔了 20%，可能是因為，對於現今的年輕人來說，配戴隱形眼鏡目的之一是為了美觀。</p>
配戴隱形眼鏡的原因	百分比														
美觀	45%														
方便	25%														
視野較清晰	20%														
舒適	7%														
職務所需	2%														
其他	1%														
<p style="text-align: center;">圖 6 配戴隱形眼鏡的原因</p>															
<p style="text-align: center;">選購的考量</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>選購的考量</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>美觀</td> <td>45%</td> </tr> <tr> <td>方便配戴</td> <td>31%</td> </tr> <tr> <td>清晰度</td> <td>17%</td> </tr> <tr> <td>價格</td> <td>7%</td> </tr> </tbody> </table>	選購的考量	百分比	美觀	45%	方便配戴	31%	清晰度	17%	價格	7%	<p>由左圖可知，受訪對象選購配戴隱形眼鏡考量原因以美觀佔了 45%為最高，其次是方便配戴佔了 31%，及清晰度 17%，可能是因為鏡片眼鏡太過於龐大，配戴久了，會不舒服，所以像隱形眼鏡的輕薄，就顯得方便許多。</p>				
選購的考量	百分比														
美觀	45%														
方便配戴	31%														
清晰度	17%														
價格	7%														
<p style="text-align: center;">圖 7 選購的考量</p>															

視界之改革-高職學生配戴隱形眼鏡之使用調查

<p style="text-align: center;">品牌</p> <table border="1"> <caption>圖 8 品牌</caption> <thead> <tr> <th>品牌</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>其他</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>加美</td> <td>14%</td> </tr> <tr> <td>艾康</td> <td>3%</td> </tr> <tr> <td>黛安娜</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>彩媚</td> <td>8%</td> </tr> <tr> <td>帝康</td> <td>13%</td> </tr> <tr> <td>博士倫</td> <td>13%</td> </tr> <tr> <td>嬌生</td> <td>8%</td> </tr> <tr> <td>視康</td> <td>11%</td> </tr> </tbody> </table>	品牌	百分比	其他	30%	加美	14%	艾康	3%	黛安娜	0%	彩媚	8%	帝康	13%	博士倫	13%	嬌生	8%	視康	11%	<p>由左圖可知，受訪對選購隱形眼鏡的品牌其他佔了 30%為最高，其次為加美佔了 14%，再來是帝康和博士倫各佔了 13%，</p>
品牌	百分比																				
其他	30%																				
加美	14%																				
艾康	3%																				
黛安娜	0%																				
彩媚	8%																				
帝康	13%																				
博士倫	13%																				
嬌生	8%																				
視康	11%																				
<p style="text-align: center;">配戴時間</p> <table border="1"> <caption>圖 9 配戴時間</caption> <thead> <tr> <th>配戴時間</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2小時(含)以下</td> <td>6%</td> </tr> <tr> <td>2-4小時(含)</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td>4-6小時(含)</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>6-8小時(含)</td> <td>26%</td> </tr> <tr> <td>8-10小時(含)</td> <td>32%</td> </tr> <tr> <td>10-12小時(含)</td> <td>16%</td> </tr> <tr> <td>12小時以上</td> <td>14%</td> </tr> </tbody> </table>	配戴時間	百分比	2小時(含)以下	6%	2-4小時(含)	1%	4-6小時(含)	5%	6-8小時(含)	26%	8-10小時(含)	32%	10-12小時(含)	16%	12小時以上	14%	<p>由左圖可知，受訪對象配戴隱形眼鏡的以 8-10 小時佔 32%為最高，可能是因為學生在學校的時間通常是 8-10 小時左右，所以大部分學生都是在上學期間配戴隱形眼鏡的。</p>				
配戴時間	百分比																				
2小時(含)以下	6%																				
2-4小時(含)	1%																				
4-6小時(含)	5%																				
6-8小時(含)	26%																				
8-10小時(含)	32%																				
10-12小時(含)	16%																				
12小時以上	14%																				
<p style="text-align: center;">隱形眼鏡種類</p> <table border="1"> <caption>圖 10 隱形眼鏡種類</caption> <thead> <tr> <th>隱形眼鏡種類</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>長戴型</td> <td>40%</td> </tr> <tr> <td>日拋</td> <td>22%</td> </tr> <tr> <td>雙週拋</td> <td>9%</td> </tr> <tr> <td>月拋</td> <td>29%</td> </tr> </tbody> </table>	隱形眼鏡種類	百分比	長戴型	40%	日拋	22%	雙週拋	9%	月拋	29%	<p>由左圖可知，受訪對象選擇隱形眼鏡的種類以長戴型佔了 40%為最高，其次為月拋佔了 29%，再來是日拋佔了 22%，其中日拋佔了 22%，應該是屬於有經濟能力的學生選擇的，而月拋與長戴型應該是為了省錢才會選擇。</p>										
隱形眼鏡種類	百分比																				
長戴型	40%																				
日拋	22%																				
雙週拋	9%																				
月拋	29%																				
<p style="text-align: center;">藝術隱形眼鏡</p> <table border="1"> <caption>圖 11 藝術隱形眼鏡</caption> <thead> <tr> <th>藝術隱形眼鏡接受度</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>普通</td> <td>45%</td> </tr> <tr> <td>有興味</td> <td>25%</td> </tr> <tr> <td>還好</td> <td>12%</td> </tr> <tr> <td>不感興趣</td> <td>9%</td> </tr> <tr> <td>非常有興味</td> <td>9%</td> </tr> </tbody> </table>	藝術隱形眼鏡接受度	百分比	普通	45%	有興味	25%	還好	12%	不感興趣	9%	非常有興味	9%	<p>由左圖可知，受訪對象對於藝術隱形眼鏡的接受度以普通為最高佔了 45%，其次為有興味佔了 25%，可能是因為藝術隱形眼鏡造型比較獨特及多樣性，例如有不同的花色，可以使眼睛很漂亮，也可以很恐怖。</p>								
藝術隱形眼鏡接受度	百分比																				
普通	45%																				
有興味	25%																				
還好	12%																				
不感興趣	9%																				
非常有興味	9%																				

<p style="text-align: center;">是否會請醫生評估</p> 	<p>由左圖可知，受訪對象配戴隱形眼鏡前有 44%不會先請醫生來做評估為最高，其次則為不一定，佔了38%，再來是會佔了18%，由於隱形眼鏡是屬於眼睛部分的醫療性物品，所以購買前還是請醫生先行評估較好。</p>
<p style="text-align: center;">購買的預算</p> 	<p>由左圖可知，受訪對象在購買隱形眼鏡預算時以301-500元佔了40%為最高，可能是因為現在學生有少部分學生會打工，賺自己的零用錢，所以負擔的起500-1000元左右的開支，但大部分的學生的經濟能力還是依靠父母，所以仍以300-500元為主。</p>
<p style="text-align: center;">對於隱形眼鏡的價位</p> 	<p>由左圖可知，受訪對象認為隱形眼鏡的價位普通佔了53%為最高，這表示有一半的學生都對價格不是很在意，而滿意和非常滿意也佔了41%</p>
<p style="text-align: center;">對於隱形眼鏡的樣式</p> 	<p>由左圖可知，受訪對象對於隱形眼鏡的樣式以非常滿意及滿意佔了63%，可能是因為現今市面上的隱形眼鏡樣式非常多樣化，消費者的選擇較多，比較容易找到符合自己喜好的隱形眼鏡，而不滿意佔了16%可能是因為是因為初次購買，所以容易產生不適感。</p>

<p style="text-align: center;">對於隱形眼鏡的矯正效果</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>滿意度</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>非常滿意</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>滿意</td> <td>34%</td> </tr> <tr> <td>普通</td> <td>54%</td> </tr> <tr> <td>不滿意</td> <td>7%</td> </tr> <tr> <td>非常不滿意</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table>	滿意度	百分比	非常滿意	5%	滿意	34%	普通	54%	不滿意	7%	非常不滿意	0%	<p>由左圖可知，受訪對象對於隱形眼鏡的矯正效果39%覺得滿意，可能是因為就一般的學生來說，會購買隱形眼鏡通常都是因為要美化自己的眼睛</p>
滿意度	百分比												
非常滿意	5%												
滿意	34%												
普通	54%												
不滿意	7%												
非常不滿意	0%												
<p style="text-align: center;">對於隱形眼鏡的舒適度</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>滿意度</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>非常滿意</td> <td>6%</td> </tr> <tr> <td>滿意</td> <td>53%</td> </tr> <tr> <td>普通</td> <td>34%</td> </tr> <tr> <td>不滿意</td> <td>7%</td> </tr> <tr> <td>非常不滿意</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table>	滿意度	百分比	非常滿意	6%	滿意	53%	普通	34%	不滿意	7%	非常不滿意	0%	<p>由左圖可知，受訪對象對於隱形眼鏡的舒適度滿意佔了53%為最高，其次是普通佔了34%。</p>
滿意度	百分比												
非常滿意	6%												
滿意	53%												
普通	34%												
不滿意	7%												
非常不滿意	0%												
<p style="text-align: center;">對於隱形眼鏡的便利度</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>滿意度</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>非常滿意</td> <td>14%</td> </tr> <tr> <td>滿意</td> <td>60%</td> </tr> <tr> <td>普通</td> <td>24%</td> </tr> <tr> <td>不滿意</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>非常不滿意</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table>	滿意度	百分比	非常滿意	14%	滿意	60%	普通	24%	不滿意	2%	非常不滿意	0%	<p>由左圖可知，受訪對象對於隱形眼鏡的便利度滿意佔了60%為最高，其次是普通佔了24%，及非常滿意佔了14%。</p>
滿意度	百分比												
非常滿意	14%												
滿意	60%												
普通	24%												
不滿意	2%												
非常不滿意	0%												
<p style="text-align: center;">對於隱形眼鏡的美觀效果</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>滿意度</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>非常滿意</td> <td>15%</td> </tr> <tr> <td>滿意</td> <td>59%</td> </tr> <tr> <td>普通</td> <td>25%</td> </tr> <tr> <td>不滿意</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td>非常不滿意</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table>	滿意度	百分比	非常滿意	15%	滿意	59%	普通	25%	不滿意	1%	非常不滿意	0%	<p>由左圖可知，受訪對象對於隱形眼鏡的美觀效果滿意佔了59%為最高，其次是普通佔了25%，非常滿意佔了15%，其中非常滿意及滿意共佔了74%，可能因為現今的隱形眼鏡，非常多樣化，可以矯正眼睛，也可以放大眼睛一切的原點，就是為了使眼睛更加漂亮。</p>
滿意度	百分比												
非常滿意	15%												
滿意	59%												
普通	25%												
不滿意	1%												
非常不滿意	0%												
<p style="text-align: center;">圖 19 對於隱形眼鏡的美觀效果</p>													



由左圖可知，受訪對象對於隱形眼鏡的整體滿意佔了59%為最高，其次為普通佔了30%，再來是非常滿意佔了10%，由此顯示受訪對象對於隱形眼鏡的配戴的整體69%是滿意的

參●結論

本研究主要為探討學生對於隱形眼鏡的使用情形、選購的考慮因素、常用的品牌調查，利用問卷方式分析最後得到以下的結論。

- 1.現今的年輕人，近視度數不斷上升，而年齡層也在下降中，這說明年輕人對於眼睛沒有進行適當的休息與保護。
2. 現在的年輕人，出門的時候都習慣戴著隱形眼鏡、瞳孔放大片、彩色隱形眼鏡，來使自己的眼睛更美觀，有時也會再戴著平光眼鏡或無鏡片眼鏡來做造型。
3. 關於品牌的選擇，學生大多都喜歡非主流品牌，但是，市面上常見的品牌，例如博士倫、嬌生..等，因為是比較龐大的廠商，所以產品會比較有保障，但是非主流就不一定了，他具有一定的危險，會傷害到眼睛，這時學生們就要睜大眼睛選購了。
4. 學生們平常都在上課，所以配戴時間通常都是 6-10 小時居多，而普通學生通常沒有太多零用錢，所以會選擇購買一次就能配戴很久的月拋以及長戴型隱形眼鏡來節省費用。
5. 對於學生隱形眼鏡的樣式很重要，因為隱形眼鏡的功能就是美觀眼睛和增加自己的自信心以及矯正效果，能不能買到自己喜愛的樣式很重要，除了樣式以外便利和舒適也很重要，因為這將是決定會不會繼續選購該品牌的原因。

肆●引註資料

1. 顧客滿意度 - MBA 智庫百科。網址：<http://ppt.cc/4sR5>。搜尋日期：2014.03.27
2. 隱形眼鏡 - 維基百科，自由的百科全書。網址：http://ppt.cc/Pt_H。搜尋日期：2014.03.27
3. 學生族群購買隱形眼鏡之研究-以明新科技大學學生為例。陳玟蓁、徐淑桂、吳宜亭、吳佳蓉、彭羨雯。2010年。明新科技大學企業管理系畢業專題研究報告。
4. 安視優®ACUVUE® 護眼三次方 | 嬌生®安視優ACUVUE®。網址：<http://ppt.cc/F~pL>。搜尋日期：2014.03.27
5. TICON 帝康隱形眼鏡 - 帝康彩色月拋軟性隱形眼鏡。網址：<http://ppt.cc/EMUj>。搜尋日期：2014.03.27

視界之改革-高職學生配戴隱形眼鏡之使用調查

6. 海昌隱形眼鏡 | Eye Secret我美麗的秘密。網址：<http://ppt.cc/yjLi>。搜尋日期：2014.03.27
7. 睛緻美彩色每日拋：Bausch + Lomb。網址：<http://ppt.cc/ATAV>。搜尋日期：2014.03.27