

謝辭

三年的研究所生涯即將劃上句點，走過這一遭的人都能體會箇中滋味。曾經想唸音樂，雖非刻意，因緣際會之下論文寫了與音樂有關的題目。現在回想起來，發現人還是脫離不了他所喜歡的事物。

感謝毛維凌老師，對這個「時常不見人影」、「不曉得在忙什麼」的學生多所忍耐，費心指導，更是在自己身體欠佳的情況下仍一路照顧我們。感謝口試委員周德宇老師與賴孚權老師，您們寶貴的意見我銘記在心。感謝政大經研究所的同學們，學術研究的路雖是孤單，但河堤邊揮汗的日子是我們一同甩掉論文煩惱的時光。謝謝曉幃，對我這個怪人多所包容忍讓。也要感謝我的父母，自始至終都支持、鼓勵我所走的路。

感謝神，因你以恩典為年歲的冠冕，你的路徑都滴下脂油。

杜業榮 於政大
民國九十四年六月

摘要

線上音樂在歐美國家的發展已逐漸進入成熟期, 不論廠商家數與市佔率皆顯著成長, 而台灣尚在起步階段。本研究擬對此新興市場消費者的接受意願與廠商的最適定價進行研究。

以巢式 logit 模型對線上音樂接受意願分析的結果, 發現每月對音樂產品的花費愈高會增加單曲服務的接受意願; 屬於只對主打歌有付費意願的消費者, 他們比其他消費者更不可能購買線上音樂中的單曲服務; 線上音樂服務的種類優勢愈強也會增加付費意願。

在線上音樂廠商定價策略上, 藉搭售音樂周邊產品維持營收的廠商, 才能忍受單曲微薄的利潤; 而以銷售線上音樂為主要營收廠商, 在發展混合套裝組合策略時, 應著重套裝組合策略, 藉規模經濟以達到較高的利潤。