

投稿類別：商業類

篇名：

靈魂之窗不要脫窗

作者：

林芷宇 海山高中 高二 1 班

林羽萱 海山高中 高二 1 班

指導老師：

謝榕庭 老師

## 壹●前言

### 一、研究動機

隨著科技的進步和生活需求，人們使用手機、平板.....等等 3C 產品的頻率增加，而相對的近視的人數也大幅增長，台灣甚至有「近視王國」之稱，為了矯正並控制眼睛的度數，而有了眼鏡的出現，但是眼鏡有許多的缺點，像運動不方便、在潮濕的地方容易起霧或是不美觀，因而選擇戴隱形眼鏡。

動機來源是由於學校的相關講座，講師對隱形眼鏡做了使用說明以及影響，這對於本身就有在使用這項物品的我們有很大的幫助，並也產生了好奇，現在不管任何商品都必須與時俱進的時代，即使是單一個產品也非常的多樣化，那應該要如何去選購，在選擇中必須注意到什麼，所以我們因而做了此篇小論文。

我們探討這個熱銷商品的優缺點，做問卷分析各年齡層對於隱形眼鏡的喜好、選擇原因，針對所得到的結論再做實驗，想知道變色片上的顏料是否會掉色，於是我們抽取幾個品牌來做此實驗。

### 二、研究目的

- (一)提供消費者在眾多矯正眼睛方法，能夠對隱形眼鏡這個選擇，有更多的認識和考量，因而列出隱形眼鏡的優缺點介紹。
- (二)為了了解各年齡層對這項產品的需求方向，讓賣家有參考資料而改良，設計出更符合大眾需求的商品，因此做了問卷調查並分析結果。
- (三)希望能利於消費者對於採購隱形眼鏡的挑選，依據價格、特色.....等等來比較，選擇出最適合自己的商品，而做了與此相關的實驗。

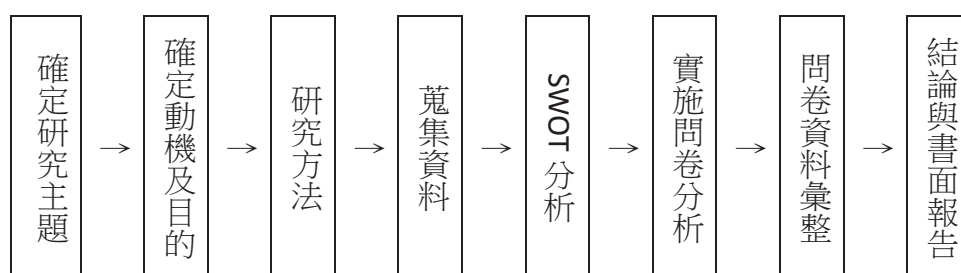
### 三、研究方法

- (一)文獻探討法：透過各大報章雜誌及網路搜尋資料，了解隱形眼鏡對眼部的影響。
- (二)實驗研究法：針對彩色隱形眼鏡是否會掉色做實驗探討，並製作隱形眼鏡 SWOT 分析法。
- (三)問卷調查法：藉由問卷調查了解不同年齡層的男女對隱形眼鏡的使用原因與如何選購.....等方面之問題，並據以編製顧客使用情況問卷。

### 四、內容架構

首先決定研究議題為靈魂之窗不要脫窗，接著決定研究目的及方法。然後，透過蒐集資料分析，依研究主題設計出相關問卷。問卷設計完成後，便採隨機抽

樣法，針對不同年齡層的使用者進行問卷調查，將調查製作成統計圖表。最後，撰寫成調查報告，供消費者參考。



## 貳●正文

### 一、隱形眼鏡的歷史

表一 隱形眼鏡發展簡史

1508 年	隱形眼鏡最久遠的相關理論，是由著名畫家達芬奇所闡述的，他發現將頭伸進裝滿水的魚缸中，從裡面觀察缸外的景物，可以改變眼的視覺功能。
1845 年	英國天文學家荷塞為了達到暫時矯正眼睛散光的目的，設想將一個球面的玻璃薄片置於角膜的表面，並在玻璃與眼球之間注入明膠。
1888 年	德國的菲克（A.E.Fick）和法國的卡特（E.Kalt）試驗用玻璃製成的鏡片來矯正視力，但是由於對人的眼睛造成很大的不適，所以沒有推出到市面。
1960 年	捷克斯洛伐克科學家 Otto Wichterle 研製出一種吸水後會變軟，又能適合人體使用的 HEMMA 材料，因而製作出第一副軟性隱形眼鏡。
1971 年	美國博士倫公司首獲得 FDA（美國聯邦食品醫藥管理局）核准，在美國生產和銷售軟性隱形眼鏡。
1974 年	為了改善鏡片的透氧性能，以達到使鏡片能夠安全地配戴過夜的目的，研發出一種透氣硬鏡材料（硅酮丙烯酸酯 SMA），由於硅成份的介入，使鏡片的透氧性能進一步提高，其後又在此基礎上衍生出多種透氣硬鏡材料。
現今	因應現代消費者的各種需求，眼鏡業者發展出硬式隱形眼鏡、軟式隱形眼鏡，一直到變色放大片等。

隱形隱鏡為何如此的蓬勃發展，對於流行的原因和關於發展到近期的變色片，本研究做了幾點的介紹，分析如下：

(一)隱形眼鏡的流行原因分成以下幾點：

1. 擺脫笨重、不舒服的外戴式眼鏡。
2. 價位也逐漸降低到大家能接受的合理價格。
3. 消費者追求美觀。
4. 配鏡技術簡易，且配戴舒適，適應期短。

(二)有色隱形眼鏡配帶增加原因：

1. 有角膜放大片功能，能使眼睛看起更有神，更有魅力。
2. 受到偶像明星的影響。
3. 希望戴上擁有閃亮動人的雙眼。
4. 有顏色多變化的選擇，讓眼睛不再單調。

## 二、隱形眼鏡的 SWOT 分析

表二 隱形眼鏡的 SWOT 分析

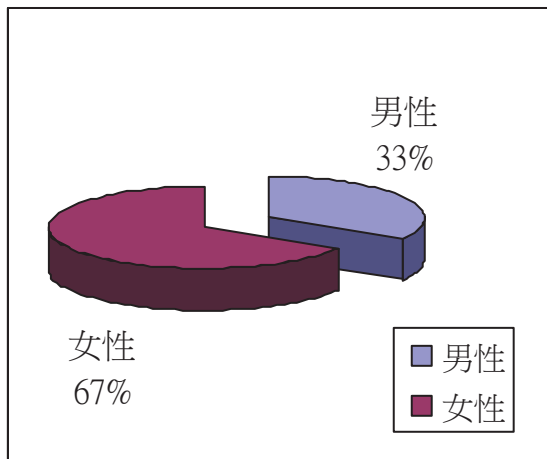
優勢 Strength	劣勢 Weakness
<ol style="list-style-type: none"><li>1. 消除普通眼鏡邊緣部產生的三稜鏡效應和斜向散光的缺陷。</li><li>2. 縮小了兩眼物像大小的差距，避免普通眼鏡因兩眼度數相差太大所產生的大小不一的影響。</li><li>3. 隱形眼鏡又薄又輕。</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 配戴的時間過長，久而久之會做成多種併發症。</li><li>2. 戴上及摘下時會拉扯眼睛周圍的皮膚，亦會增加皺紋。</li><li>3. 對於不常配戴隱形眼鏡的人，戴上及摘下隱形眼鏡比較花時間。</li><li>4. 鏡片亦不像框架眼鏡般可隨時戴上及摘下。</li></ol>
機會 Opportunity	威脅 Threat
<ol style="list-style-type: none"><li>1. 矽水凝膠中加入了革命性高透氧的矽，為眼睛提供極高的氧流量。有效避免因長期配戴隱形眼鏡令雙眼缺氧而產生的紅筋。</li><li>2. 消費者對於時尚造型要求提升。</li><li>3. 具視力保健需求的老化族群也將持續增加，加上隱形眼鏡材料發展大有斬獲。</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 若鏡片弧度太大，戴起來眼球會覺得很鬆，容易掉落。</li><li>2. 彩色隱形眼鏡夾層設計不良，易導致顏料脫落。</li></ol>

## 三、消費者使用情況調查

隨著隱形眼鏡的流行，配戴的人數越來越多，不過看似輕巧方便的產品

卻也暗藏許多危機，有些是產品本身的瑕疵，有些是使用者的疏失，科技越進步，消費者的知識也要有所增進，才能從中選購。本研究針對有色隱形眼鏡做問卷調查，於大台北地區共發放 250 份問卷，結果分析如下：

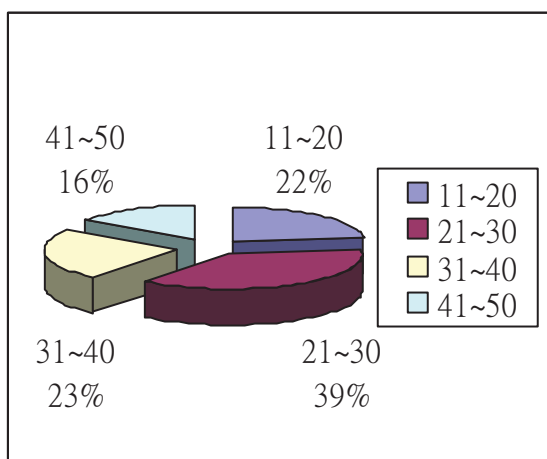
### (一)基本資料分析



▲ 圖一 性別統計人數

#### 1.性別

本次受測對象中，  
女性有 167 (占 67%)，  
男性 83 人 (占 33%)



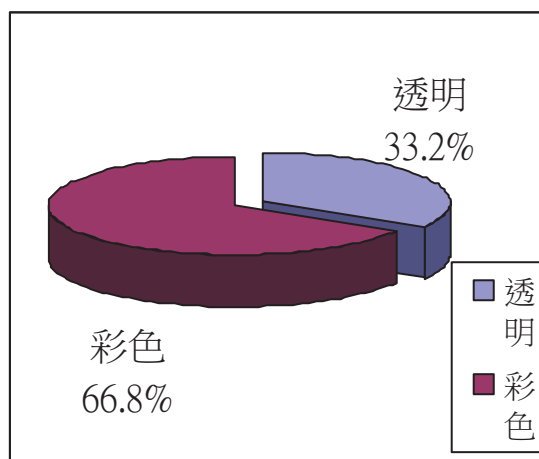
▲ 圖二 受訪者年齡人數分析

#### 2.年齡

本次受測對象中，  
11 歲至 20 歲有 56 人(占 22%)，  
21 歲至 30 歲有 97 人(占 39%)，  
31 歲至 40 歲有 58 人(占 23%)，  
41 歲至 50 歲有 39 人 (占 16%)

### (二) 受訪者對問題的看法

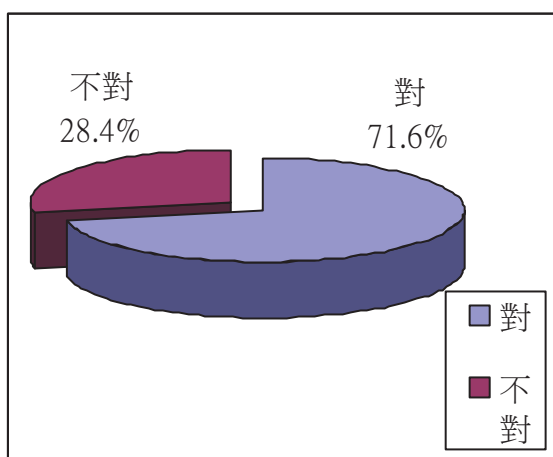
#### 1.戴隱形眼鏡會如何選擇



▲ 圖三 戴隱形眼鏡會如何選擇分析

本次受測對象中，  
選擇彩色的有 167 人 (占 66.8%)，  
選擇透明的有 83 人 (占 33.2%)

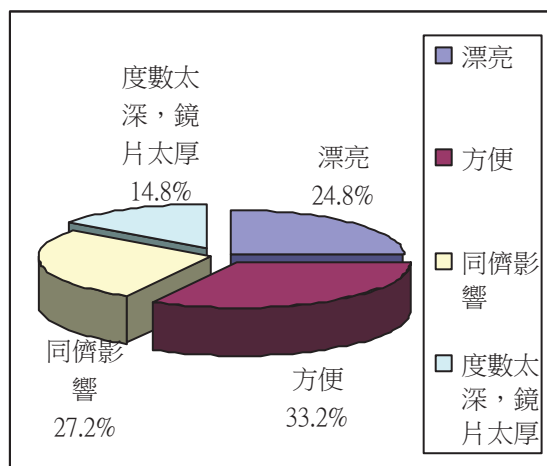
## 2. 呈上題，戴有色隱形眼鏡是為了漂亮



本次受測對象中，  
戴有色的是為了漂亮有 179 人（占 71.6%）  
戴有色的不是為了漂亮有 71 人（占 28.4%）

▲圖四 戴有色隱形眼鏡是為了漂亮分析

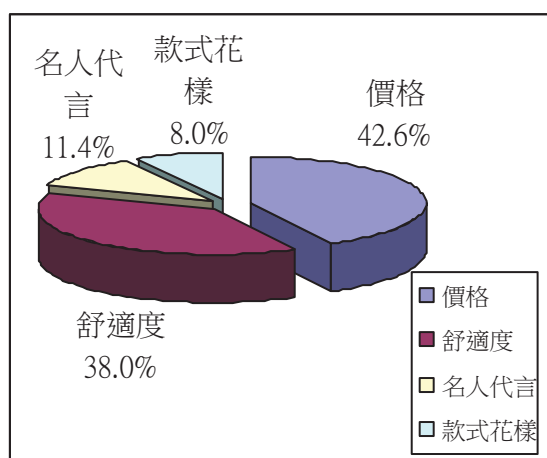
## 3. 選擇戴隱形眼鏡的原因



本次受測對象中，  
選擇戴隱形眼鏡是為了漂亮有 62 人（占 24.8%）  
方便有 83 人（占 33.2%）  
同儕影響 68 人（占 27.2%）  
近視太深，鏡片太厚 37 人（占 14.8%）

▲圖五 選擇戴隱形眼鏡的原因分析

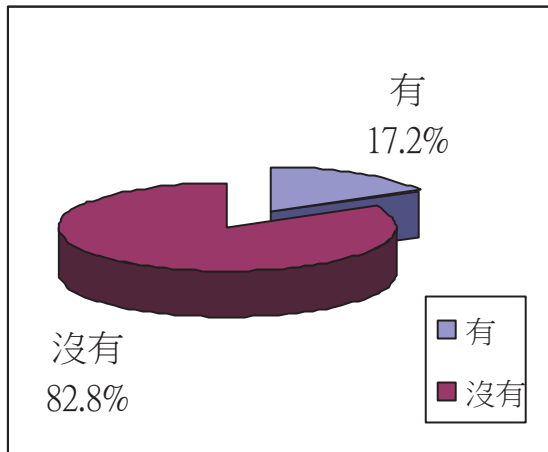
## 4. 選購條件



本次受測對象中，  
選購條件是因價格有 101 人（占 42.6%）  
舒適度有 90 人（占 38.0%）  
名人代言有 27 人（占 11.4%）  
款式花樣有 19 人（占 8.0%）

▲圖六 選購條件分析

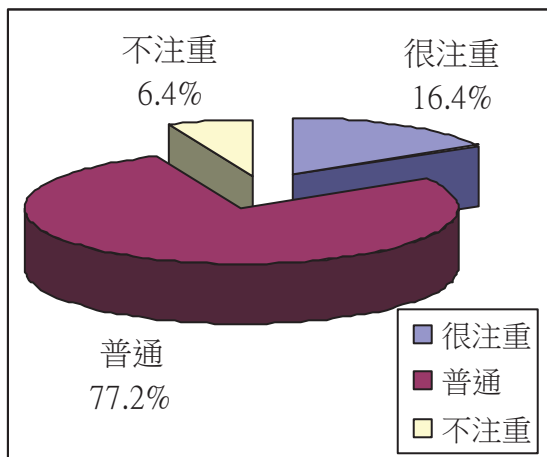
### 5.是否有買過不知名品牌



▲圖七 是否有買過不知名品牌分析

本次受測者中，有 43 人（占 71.6%）買過不知名品牌隱形眼鏡，有 207 人（占 71.6%）沒有買過不知名品牌隱形眼鏡

### 6.是否注重隱形眼鏡的清潔



▲圖八 是否注重隱形眼鏡的清潔分析

本次受測者中，很注重清潔有 41 人（占 16.4%）普通注重清潔有 193 人（占 77.2%）不注重清潔有 46 人（占 6.4%）

## 五、針對彩色隱形眼鏡掉色問題之實驗

現代人愛美戴有色隱形眼鏡的情況日趨普遍，各大廠牌也相繼推出不同花色、款式的產品，不過對於產品的介紹、名人的代言，所謂擁有「夾層設計的變色片」真的安全嗎？此亦為本研究欲探討之處，故針對四款不同牌子實作是否會掉色的實驗。

#### (一)第一款(圖九、圖十)：

1. 品牌：美麗康彩色日拋型。
2. 產品規格：water 42% 直徑 14.00mm 弧度 8.6mm。
3. 材質：Hefilcon A。
4. 價格：300 元。
5. 產品特色：夾層設計，色彩不接觸眼睛，不掉色，無異物感，保濕性

佳。

6. 使用者的看法：有點太軟不易戴上，戴久會乾乾的，每次戴上去都會卡卡刺痛不適的感覺，2次戴到一半眨一眨眼，隱形眼鏡掉落。
7. 結論：價格一般，經過棉花棒沾水輕輕的來回摩擦，很快的顏色馬上就掉了下來，但產品特色卻標示不掉色。



▲ 圖九



▲ 圖十

(二)第二款(圖十一、圖十二)：

1. 品牌：不知名品牌月拋型。
2. 產品規格：不明。
3. 價格：180 元。
4. 使用者看法：戴久會乾乾的，戴上時會卡卡的，不會感到刺痛。
5. 結論：非常薄，輕磨時就破裂，顏色很快就被磨掉了。



▲ 圖十一



▲ 圖十二



(三)第三款(圖十三、圖十四)：

1. 品牌：海昌彩色月拋型。
2. 產品規格：water 38% 直徑 14.00mm 弧度 8.7mm。
3. 材質：polmacon。
4. 價格：200 元。
5. 產品特色：非球面設計符合角膜生理型態，低含水量使眼睛長久保濕，非離子材料不易吸附沉澱物，明星代言。
6. 使用者看法：戴起來很舒服，看起來也很自然，加上價格算合理。
7. 結論：比起另外三個掉色的情況稍好一些，需用點力顏色才會掉，不過還是會掉色。



▲ 圖十三



▲ 圖十四

(四)第四款(圖十五、圖十六)：

1. 品牌：加美彩色日拋型。
2. 產品規格：water 42% 直徑 14.00mm 弧度 8.6mm。
3. 材質：Hefilcon A。
4. 價格：160 元。
5. 產品特色：高科技色彩夾層設計，親水性材質，保濕性強，璀璨花紋設計 明星代言。
6. 使用者看法：戴久時，眼睛會覺得乾澀，配戴時曾經導致發炎。
7. 結論：雖然產品特色有高科技夾層設計，但棉花棒沾水來回摩擦時，仍然輕易的掉了。



▲ 圖十五



▲ 圖十六

## 參●結論與建議

本研究經由問卷及文獻分析後，歸納出以下幾點結論及建議：

### 一、結論：

根據問卷調查結果來看，為了應現代人的需求，原本以矯正功能為訴求的視力保健產品，已從強調實用功能轉而兼顧到流行美觀的發展方向，有各式各樣的顏色和款式，尤其針對「愛漂亮」這個特點，可以變色和瞳孔放大的功能，彷彿變了一張臉一樣，吸引年輕群族的消費者，一片薄薄的鏡片，可是創造了無限的商機。而隨著消費者的需求增加，在 Facebook、網路商店、通訊軟體等販售不知名品牌之隱形眼鏡的廣告也越來越多，不過本研究發現，大部分人購買眼型眼鏡時，通常仍會選擇較有公信力的大廠牌，購買過不知名隱形眼鏡的人並非占多數。再者，雖然隱形眼鏡的發明帶來許多益處，但看似小巧的東西，如果沒有做好正確的清潔，對眼部造成的傷害遠超過想像，根據本研究調查，能夠做到完全正確清潔的人只占少部分而已，由此可知，大部分的人並未對隱形眼鏡非常了解，也小看了少掉的幾個簡單步驟，可能會造成一輩子的傷害。

此外，經由變色片的四組實驗結果顯示，不管是有牌子的，抑或是沒品牌的，彩色顏料依然都會掉色，但大部分的人並不清楚這些資訊。雖然上述產品中有些都有明星代言，易使人有想跟著擁有的感覺，即使是有名的品牌也非絕對安全，但比起盲目的追隨，倒不如選個真正不傷眼睛的產品還是比較明智。隨著隱形眼鏡的需求量越來越大，選購時，應當做一個聰明的消費者，對於不清楚的問題，在購買的同時應向店員詢問詳細的產品介紹，或是利用便利的網路搜尋其他使用者的意見，畢竟眼睛是靈魂之窗，還是要小心保護，別讓他受到傷害而「脫窗」了。

## 肆●引註資料

1. [東森新聞]隱形眼鏡怎製成？東森解碼新聞揭密
2. 香港視力保健中心 <http://www.hkvisioncare.com/cont.htm#S3>
3. 中文百科  
<http://www.zwbk.org/MyLemmaShow.aspx?zh=zh-tw&lid=112125>
4. 隱形眼鏡概論 作者：陳永年

## 隱形眼鏡使用情況之問卷調查

各位先生/小姐您好：

我們是新北市立海山高級中學 201 班的學生，目前正在做「隱形眼鏡使用情況」的專題研究。本問卷採不記名方式填寫，問卷僅供研究之用，請您安心填寫，不好意思耽誤您的寶貴時間。謝謝您的合作！

敬祝 您 事事順利！

指導老師：謝榕庭老師

組員：林芷宇、林羽萱

### 第一部分：基本資料

1. 性別：男 女

2. 年齡：11~20 21~30 31~40 41~50

### 第二部分：問卷內容

1. 戴隱形眼鏡會如何選擇？

彩色 透明

2. 接第一題，戴有色是為了漂亮？

對 不對

3. 選擇戴隱形眼鏡的原因？

漂亮 方便 同儕影響 度數太深，鏡片太厚

4. 選購條件？

價格 舒適度 名人代言 款式花樣

5. 是否有買過不知名品牌？

有 沒有

6. 是否注重隱形眼鏡的清潔？

很注重 普通 不注重