

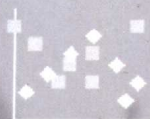
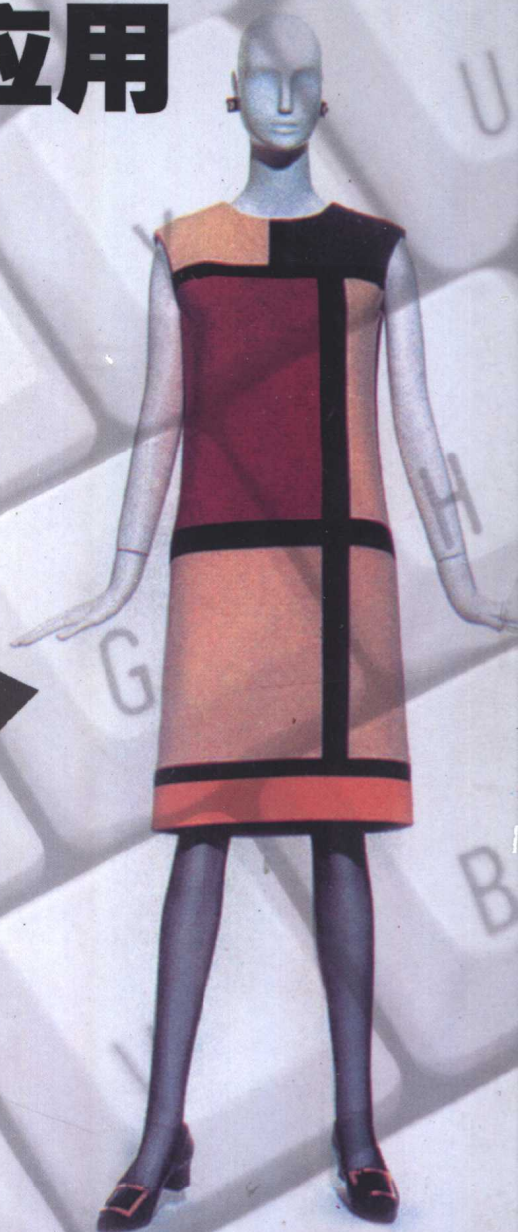
FUZHUANG SHICHANG DIAOYAN FENXI

—— SPSS DE YINGYONG

服装市场调研分析 ——SPSS的应用

张莉 刘国联 / 编著

中国纺织出版社



服装市场 调研分析 ——SPSS 的应用

张莉 刘国联 编著



中国纺织出版社

内 容 提 要

SPSS——社会科学统计软件包是世界上著名的统计分析软件之一,目前已在我国逐渐流行起来。该软件可应用于经济学、生物学、心理学、医疗卫生、体育、农业、林业、商业、金融等各个领域。

本书内容通俗易懂,为了使读者容易理解和掌握,本书列举了大量与现实生活密切相关的实例,对数据的录入、数据的统计分析、输出结果综合分析等均有详细解释,使广大读者可以通过具体的操作、模仿并掌握 SPSS 的基本统计分析方法。对于初学者,特别是对统计、计算机基础知识较薄弱的读者,可达到即学即用的效果。

本书的第 1 篇是 SPSS 基本操作,从第 1~第 4 章,详细地介绍了 SPSS 的基本操作方法,读者可以模仿实例操作步骤,了解 SPSS 文件的建立、数据的编辑及简单的数据处理。第 2 篇是基本统计分析,从第 5~第 15 章,系统地介绍了常用的统计方法,如频数分析、列联表分析、方差分析、聚类分析、因子分析等。

本书为服装领域的科技人员提供了一本实用的研究性参考资料,可作为本科生及研究生课程的教科书或教学参考书。

本书适用于各行各业需要进行数据统计分析的职员、教师和学生。

图书在版编目(CIP)数据

服装市场调研分析:SPSS 的应用/张莉,刘国联编著. —北京:中国纺织出版社,2003. 9

ISBN 7-5064-2628-5/TS·1667

I. S... II. ①张... ②刘... III. 服装-市场-统计分析-软件包,SPSS IV. F768.3-39

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 034071 号

策划编辑:魏大韬 责任编辑:吴嘉云 特约编辑:吴 宁
责任校对:俞坚沁 责任设计:何 建 责任印制:刘 强

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街 6 号 邮政编码:100027

电话:010—64160816 传真:010—64168226

http://www.c-textilep.com

E-mail:faxing@c-textilep.com

中国纺织出版社印刷厂印刷 各地新华书店经销

2003 年 9 月第 1 版第 1 次印刷

开本:787×1092 1/16 印张:12.5

字数:272 千字 印数:1—4000 定价:28.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社市场营销部调换

前 言

SPSS(Statistical Package for the Social Sciences)是指社会科学统计软件包,是当今世界上公认的最流行、最强大的三大统计分析软件(SPSS、SAS、BMDP)之一,已在社会科学、自然科学的各个领域发挥了巨大作用,并已广泛应用于经济学、社会学、生物学、教育学、心理学、医学以及体育、工业、农业、林业、商业、金融等各个领域。

本书的目的在于为读者提供一本通俗易懂的实例教程,使读者通过具体的实例操作,一步一步地跟着我们走进 SPSS,把社会学统计方法与具体的统计应用软件操作结合起来,使读者在掌握统计原理与方法的同时,可以尽快利用计算机进行统计分析,力求使读者在短时间内学会常用的统计分析,并能解决一定的实际问题。本书尽可能回避过于深奥的原理讲述,而是以读者阅读后能够实际应用这些统计方法和 SPSS 统计软件为直接目标,采取深入浅出的方式讲解。每种统计分析都配有实例操作过程、统计功能介绍、运行结果解释,实例分析详解形成本书实用的特点和简捷易懂的风格。该书通过一些实例来讲解统计方法和软件应用,既有深入浅出的软件功能介绍,又有针对实际问题的解决方法,并对输出结果有详细的中文解释,以指导读者了解从问题提出到统计分析整个过程的每个步骤,取得更加实用的效果。

SPSS 10.0 是 1999 年推出的最新版本。本书以 SPSS 10.0 为基础,主要介绍了 SPSS 的最常用的统计过程,如频数分析、描述性统计分析、列联表分析、参数检验、方差分析、回归分析、聚类分析、因子分析等。书中列举了大量与日常生活相关的例子,如消费观念、生活方式、健身运动、服装消费态度、购买动机等,对数据的整理、数据分析步骤、分析结果的解释及综合结论都有全面细致的讲解,为你撰写论文及课题研究打下良好的基础。在写法上特别强调通俗易懂,入门部分文字轻松愉快,同时体现出 SPSS 操作上最具特色的功能和操作技巧;基础统计部分充分考虑到了非统计专业人员的特点,将统计理论融入软件介绍之中,力求深入浅出;高级统计模块介绍则以统计学理论为准绳,立足于应用实例,将统计方法、界面操作与结果解释进行综合讲述。

服装行业是中国经济中的重要行业,它与人们的生活息息相关,又受社会、经济、心理等各方面因素的影响。因此,信息的收集、流行趋势的预测对服装行业来说尤为重要,决定着服装的生产、销售和市场的导向。特别是市场的激烈竞争更加要求对信息能及时反馈,因此对服装市场调研和预测变得越来越重要了。但是,市场调研所收集到的资料是大量的,对资料的分析统计工作十分艰巨。例如,进行一项以 500 人为对象的问卷调查,当调查问题多达 50 个时,就需要对 25000 个答案进行统计分析。计算机的应用为我们提供了最好的帮助。近年来,计算机在处理和数据分析方面起着十分重要的作用,SPSS 为完成这类任务提供了强有力的支持。

SPSS 的特点是以 Windows 窗口界面来展示各种管理和分析数据方法的功能,使用对话框展示出各种功能选择项。它清晰、直观、易学易用,只要掌握一定的 Windows 操作技能,并粗通统计分析原理,就可以使用该软件进行服装市场预测等研究工作。即使统计知识水平有限,也可以使用该软件的系统默认项得到初步的分析结果。由于它具有强大的图形功能,使用该软件不但可以得到分析后的数字结果,还可以得到对原始数据形象地做出各种描述的直观、清晰、漂亮的统计图表。

SPSS 在国外服装市场预测、人们的着装心理研究等方面应用很多。例如,2001 年国际服装年会上发表的关于服装市场营销方面的研究论文,全部是用 SPSS 统计分析的。国内也已经有很多学者、服装公司开始利用这一工具进行品牌和市场细分研究。各服装院校研究生班都开始开设服装心理学、服装市场营销及 SPSS 应用等课程。目前的问题是,在服装领域还没有一本适用的教科书和教学参考书。国内现有的相关书籍,大部分是以医学方面的实例进行介绍的(说明该软件在医学研究方面普及应用得比较快),有些写得比较深,也不适合服装专业的教学使用。因此,急需一本简明易懂、本专业实例比较多、适合服装专业教学用的教科书。为此,我们编写了此书,为服装领域的科技人员提供一本实用的参考资料。

本书同样可供各行各业需要对大量数据进行统计分析的科技人员、教师、学生等参考使用。

编 者

2003 年 1 月

目 录

第 1 篇 SPSS 基本操作

第 1 章 SPSS for Windows 概述	6
1.1 SPSS 特点 / 6	
1.2 SPSS 10.0 for Windows 运行环境 / 6	
1.3 SPSS 的启动与退出 / 7	
1.4 SPSS 10.0 的安装 / 8	
第 2 章 SPSS 屏幕介绍	12
2.1 窗口 / 12	
2.2 对话框 / 14	
第 3 章 一个简单的统计实例	16
3.1 调查研究 / 16	
3.2 建立数据文件 / 18	
3.3 数据的统计处理 / 20	
3.4 数据分析结果的保存与输出 / 22	
第 4 章 数据文件的操作	24
4.1 新建、打开及保存数据文件 / 24	
4.2 调用 xls、txt、dbf 文件 / 24	
4.3 数据文件的编辑 / 30	
4.4 合并数据文件(Merge) / 37	
4.5 观测量的分类排序(Sort Cases) / 39	
4.6 数据文件的拆分(Split File) / 41	
4.7 分类汇总(Aggregate) / 44	
4.8 实现中文描述 / 46	

第 2 篇 基本统计分析

第 5 章 单变量频数分布分析(Frequencies).....	57
5.1 频数分布分析的运行 / 57	
5.2 频数分析的结果 / 60	
5.3 频数分析结果整理 / 62	
5.4 直方图的编辑 / 65	
5.5 直方图的快捷编辑 / 68	
5.6 频数分析实例详解 / 69	
5.7 研究性学习实例 / 73	
第 6 章 描述性统计分析(Descriptives)	75
6.1 描述性统计运行的运行 / 75	
6.2 描述性分析结果 / 76	
第 7 章 散布图分析(Scatterplots).....	78
第 8 章 非参数检验.....	80
8.1 单样本 Chi-square(χ^2)检验 / 80	
8.2 单样本 Kolmogorov-Smirnov 检验(简称 K-S 检验) / 81	
8.3 P-P 正态概率图(P-P Normal Probability Plots) / 84	
第 9 章 列联表分析(Crosstabs)	87
9.1 列联表分析的运行 / 87	
9.2 多重响应分析 / 93	
9.3 统计分析实例 / 100	
第 10 章 均数比较分析(Compare Means)	109
10.1 平均数分析 Means / 109	
10.2 单样本 t 检验(One-Sample T Test) / 110	
10.3 独立样本 t 检验(Independent-Sample T Test) / 112	
10.4 配对样本 t 检验(Paired-Sample T Test) / 115	

第 11 章 单因素方差分析(One – Way ANOVA)	118
11.1 方差分析的意义 /	118
11.2 单因素方差分析运行 /	119
11.3 应用实例 /	123
第 12 章 相关分析(Correlation Analysis)	127
12.1 双变量相关分析(Bivariate) /	127
12.2 偏相关分析(Partial) /	131
第 13 章 回归分析(Regression)	134
13.1 一元线性回归分析(Linear) /	134
13.2 一元线性回归实例详解 /	139
13.3 多元线性回归分析 /	140
13.4 多元回归实例详解 /	143
13.5 曲线估计 /	146
第 14 章 聚类分析(Cluster Analysis)	151
14.1 聚类分析的意义 /	151
14.2 分层聚类的运行 /	153
14.3 快速聚类实例详解 /	158
第 15 章 因子分析(Factor Analysis)	164
15.1 因子分析的运行 /	164
15.2 因子分析实例详解 /	171
参考文献	192

第 1 篇

SPSS 基本操作

随着改革开放的不断深入,人们的生活水平逐步提高,服装已成为当前社会进步的一种表现。在城市,着装已成为人们日益重视的问题,人们开始注重自己的外表形象,关注服装行业的发展动向,人们用于服装上的消费也越来越多,这就对服装生产经营企业提出了更高的标准和要求。服装设计应该是相对超前的,如果你等着顾客来淘汰你,而不是用新产品、新观念去吸引他们,跟在顾客的屁股后面走,那么永远是落后的,企业的处境也是危险的。服装业是一个投入少、见效快、劳动密集型的产业,应将服装业作为繁荣市场、发展经济的先导产业之一。

着装行为反映了消费者在服装的选择、购买动机、消费观念过程中的心理活动,这与消费者的个人状况(如年龄、学历、职业、收入等)有着密切的关系,因而可以说着装行为的研究对服装生产企业的发展有着重要意义。

SPSS(Statistics Package for Social Science)for Windows 是世界上著名的统计分析软件,越来越多的研究者在服装行为研究领域中使用该软件,为服装业开发适销对路的产品和确立正确的市场战略提供了必要的基础资料。

常用分析方法

单变量频数分布分析(Frequencies) 可以做单变量频数分布表;显示数据文件中指定变量的不同值发生的频数;还可以用来获得某些描述统计量和描述数值范围的统计量,可以方便的对数据按组进行归类整理,以便对数值的数量特征和内部结构状况有一个粗略的了解。

交叉分析(Crosstabs) 可以将收集的数据整理为表格,从而使复杂的数据变得容易理解。

因子分析(Factor) 可以从多个变量指标中,找出较少的几个综合变量,尽可能地反映原来变量的信息,彼此之间互不相关,用以达到数据简化的目的。选择的少数几个综合变量称为公共因子或潜在因子。

聚类分析(Cluster Analysis) 根据事物本身的特性将众多观测量分为几个集团(称为类),进而通过几个集团的特征去分析整体特征。

检验 T 检验用于未知方差的、服从正态分布的、单变量的均值检验;F 检验用于两个服从正态分布的总体的方差和均值均未知时的方差检验;卡方检验用于单个服从正态分布总体的均值和方差都未知时的方差检验。

回归分析(Regression) 是研究一个自变量或多个自变量(Independents)与一个因变量(Dependent)之间是否存在某种线性关系或非线性关系的一种统计学分析方法,是对自变量、因变量的试验数据进行分析、计算,归纳出一个反映变量间定量关系的公式。

SPSS 统计软件在服装课题的研究中应用十分广泛。下面以实例予以说明。

例1 频度分析应用 赵平.企业创新与消费者行为.世界服装论坛,1997

在这篇文章中,研究者通过对北京市 600 名成年女性的调查,将消费行为分为五种类型,即“率先采用”、“个别人穿时采用”、“比大多数人稍早”、“在大多数人之后”、“几乎不采用”。不同年龄女性的流行采用时机及占同年龄段人数的百分比下表所示:

采 用 时 机	18 ~ 25 岁	26 ~ 35 岁	36 ~ 45 岁	46 ~ 55 岁	55 岁以上
率先采用	14.7	11.2	4.8	16.3	2.6
个别人穿时采用	26.4	23.9	24.8	18.6	5.1
比大多数人稍早	25.2	25.4	28.0	41.9	43.6
在大多数人之后	14.7	16.2	22.4	23.3	30.8
几乎不采用	19.0	23.4	20.0	0.0	17.9

*** $P < 0.001$

例2 因子分析应用 赵平,吕逸华等.女性着装态度及其类型.北京服装学院学报,1998.4

这篇文章采用因子分析,将女性着装态度分为“形象礼仪”、“引人注目”、“正统追随”、“崇尚自由”4个因子。以着装态度为依据,将消费者划分为“典雅礼仪型”、“自由适度型”、“自我显示型”、“质朴自然型”、“奇异离群型”、“因循正统型”。

第一因子的贡献率为22.6%,该因子说明,女性表现自我形象和通过服装给人良好印象的着装意识相当强烈,可称为“形象礼仪因子”。第二因子的贡献率为11.7%,该因子反映出通过服装表现自我,以期引人注目,并略带虚荣和炫耀的心理,可称为“引人注目因子”。第三因子的贡献率为9.6%,该因子反映出保守正统及与他人保持一致的着装心理,可称为“正统追随因子”。第四因子的贡献率为7.3%,该因子反映着装中追求方便自由、不拘常规的心态,可称为“崇尚自由因子”。

例3 聚类分析应用 刘国联.大学生的生活方式、服装态度与购买行动研究.苏州大学学报,2002.3

本文采用聚类分析方法对大学生按生活方式分为四类,见下表:

因 素	第一类	第二类	第三类	第四类	F
消费性	3.03(B)	2.69(C)	3.24(A)	2.53(C)	38.67***
自信感	3.95(A)	3.26(C)	3.80(AB)	3.67(B)	26.86***
成功观	3.48(A)	2.58(B)	3.42(A)	2.27(C)	108.35***
成就感	3.70(A)	2.88(C)	3.60(A)	3.22(B)	46.40***
社交性	3.56(AB)	2.96(C)	3.62(A)	3.43(B)	41.63***
时尚性	3.63(A)	2.98(C)	3.67(A)	3.30(B)	38.86***
个性	3.54(A)	2.88(C)	3.60(A)	3.30(B)	50.00***
保守性	1.80(D)	2.78(C)	3.64(A)	4.27(A)	364.99***
各(%)	61(11.89)	130(25.24)	155(30.21)	167(32.55)	513(100.00)

注 1. 大写英文字母是 Duncan's Multiple Range Test 验证结果。

2. *** 是在 0.001 水平上存在着统计性显著差异。

第一类大学生与其他类相比,自信感、成功观、成就感、社交性、时尚性、个性等因素的平均值均很高,而保守性值则最低,故命名为“现代社交型”大学生,这一类大学生只占全体调查对象的 11.89%,人数最少。而第二类大学生的消费性、自信感、成就感、社交性、时尚性和个性因素的平均值很低,故命名为“消极停滞型”大学生,这一类大学生占全体调查对象的 25.24%,即 1/4。第三类大学生的消费性、自信感、成功观、成就感、社交性、时尚性和个性因素的平均值比较高,保守性因素的平均值一般,故命名为“积极进取型”大学生,这一类大学生占全体调查对象的 30.21%,是一个比较大的群体。第四类大学生的保守性因素平均值最高,消费性和成功观因素平均值最低,故命名为“传统保守型”大学生,这类大学生占全体调查对象的 32.55%,是最大的群体。由此可见,现代大学生中传统保守型的还很多,但积极进取型和现代社交型是大学生的主流,占 40%以上。

例4 卡方检验应用 王枚先等.女大学生服装购买意向和消费心理浅析.北京服装学院学报,1993.10

用问卷调查法对女大学生在服装购买意向和消费心理方面进行了研究。根据不同变量类型,分别采用 χ^2 检验、Kendall 相关系数和 Pearson 矩积相关系数分析了各类问题的关系,得到了各项统计推断结论。

例5 交叉分析、相关分析应用 赵平,吕逸华等.服装消费行为与个人基本属性的关系.北京服装学院学报,1997.2

本文以女性为对象,对服装消费行为与个人基本属性的关系进行了交叉统计和相关分析,相关显著性采用 χ^2 检验。结果表明,消费者的年龄、文化程度、职业、收入等个人基本属性与其服装购买行为、着装意识等存在一定的相关性。

例6 回归分析应用 刘金钵等.上海地区消费者个体特征对休闲服消费倾向的影响分析.东华大学学报(自然科学版),2001.12

本文利用多元线性回归分析探讨了消费者的性别、年龄、学历及年收入对休闲服装购买支出、购买价格、购买比例等休闲消费倾向的影响。

国外服装研究应用现状

在国外,SPSS 统计软件已经成为服装学者们在服装研究中普遍的分析工具。下面以实例予以说明。

实例1 美国加利福尼亚大学的 Carrie Haise 和 Margaret Rucker 教授的《关于空姐着装的统一性与个性研究》中,利用因子分析方法对空姐们的脖子和脚部的装饰进行了分析,得出有能力的、不整洁的和不太友好的三种因子,并进一步进行了 ANOVA 分析,结果表明空姐的脖子装饰是最重要的因素。

实例2 美国 Auburn 大学和韩国汉城大学的 Byoungho Jin、Jai - Ok Kim 教授的《韩国服装打折商店顾客的逛商店动机、对商品的评价和购买收获》中,利用因子分析、聚类分析、

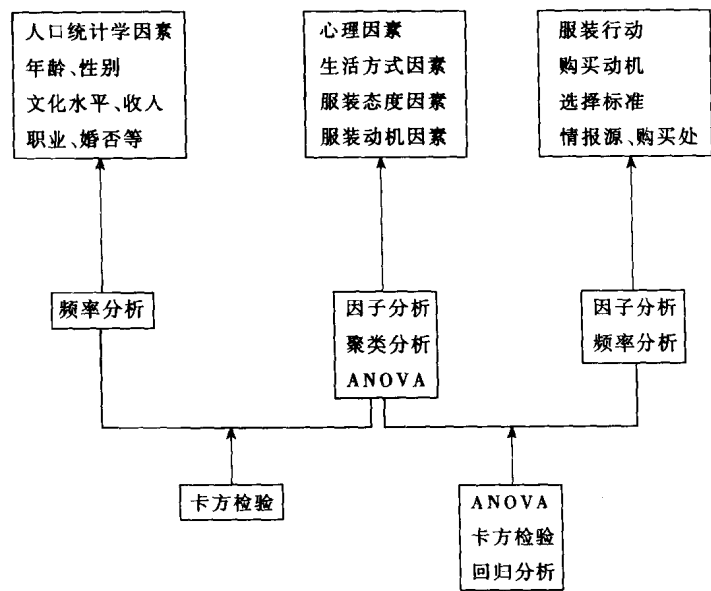
ANOVA和卡方检验方法对消费者光顾打折商店的动机进行了因子分析,并以此为基础用聚类分析方法把顾客按逛商店的动机分为内心目的明确的群体、表面上有目的的群体和积极参与的群体。并检验各个群体的差异。

实例3 韩国中央大学尹正姬的硕士论文《生活方式与服装市场细分化》中,用因子分析、聚类分析、频率分析、ANOVA 和卡方检验对消费者的生活方式、服装购买行动及人口统计性特性进行了分析。

实例4 韩国百济大学教师 Jin - Sook Hwang 与 Ki - Choon Lee 的《关于男大学生的生活方式因子对他们的服装购买动机、情报源利用和服装选择标准的密切影响的研究》中,利用因子分析方法把男大学生的生活方式和服装行为进行因子分析后,用回归分析方法分析了生活方式各因素对服装行为的影响程度。

纵观国内外服装领域中 SPSS 统计软件的应用情况,常用的方法有因子分析、聚类分析、频率分析、回归分析、方差分析(ANOVA)、F 检验、卡方检验等。

上述统计分析方法在服装研究中的具体应用情况大体如下图所示：



第 1 章 SPSS for Windows 概述

SPSS(Statistical Package for the Social Sciences) for Windows 是由美国 SPSS 公司自 20 世纪 80 年代初开发的大型统计学软件包,SPSS 10.0 是 1999 年推出的最新版,是世界上最流行的统计软件之一。近年来,我国的经济学、医疗卫生学、心理学、服装学等领域的科学研究者都开始使用该软件进行研究工作。

SPSS 原是为大型计算机开发的,其版本为 SPSSx。20 世纪 80 年代初,微机开始普及以后,SPSS 公司以其敏锐的目光,率先推出了微机版本(版本为 SPSS/PC + x.x),占领了微机市场,大大地扩大了自己的用户量。80 年代末,Microsoft 发布了 Windows 后,SPSS 迅速向 Windows 移植。90 年代,随着 Windows 图形操作系统的出现和盛行,SPSS 公司又正式推出 SPSS for Windows 6.0 版本。在保留以前版本的人工输入命令、参数设置方式的同时,还为用户提供了直观的图形化菜单界面,用户可以采用菜单方式选择统计分析命令,采用对话框方式选择子命令,简明快捷,无需死记大量繁冗的语法语句,也不需要进行任何计算机编程。1999 年推出了 SPSS 10.0,与以往的 SPSS for DOS 版本相比,SPSS for Windows 显得更加直观易用,SPSS 采用现今广为流行的电子表格形式做数据管理器,使用户变量命名、定义数据格式、数据输入与修改等过程一气呵成,以强大、灵活的编辑功能随心所欲地编辑分析结果。

1.1 SPSS 特点

(1)SPSS 10.0 具有 Windows 界面下软件的共同特点,便于广大 Windows 用户使用。

(2)操作简单 所有统计工作是通过点击“对话框、菜单、按钮”来完成,只要有初级计算机基础就可使用。对于熟悉 SPSS for Dos 的用户也可以在语句窗口(Syntax)中直接输入程序后运行。

(3)功能强大 SPSS 10.0 具有完整的数据输入、编辑、统计分析、图形制作等功能。并且分析方法丰富,既包括简单的描述统计分析,又具有多因素统计分析方法,可以满足多种专业的需要。

(4)强大的文件转换功能 SPSS 10.0 具有完善的数据转换接口,如可读取 Excel、dBASE、FoxPro、纯文本等多种数据文件,其统计结果也可存为多种格式。

(5)新颖的输出界面 统计结果在输出浏览器(Output Navigator)中显示,并在输出浏览器中可方便地实现编辑。

1.2 SPSS 10.0 for Windows 运行环境

SPSS 10.0 for Windows 98 要求的基本配置是:

- (1)一台可运行 Windows 98 操作系统的 PC 机,486 以上。
- (2)至少需要 16MB 以上内存。
- (3)显示器要求至少有 800 × 600 像素分辨率。
- (4)安装时需一个 CD - ROM 驱动器。
- (5)整个 SPSS 约占 90MB 硬盘空间。

1.3 SPSS 的启动与退出

启动 在 Windows 的开始菜单下选择程序⇒SPSS for Windows⇒SPSS 10.0 for Windows (图1-3-1),展开 SPSS 10.0 初始画面(图 1-3-2),即启动成功。

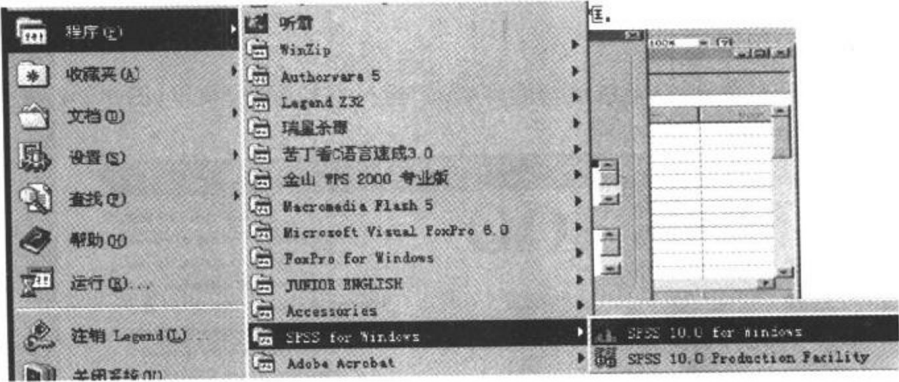


图 1-3-1

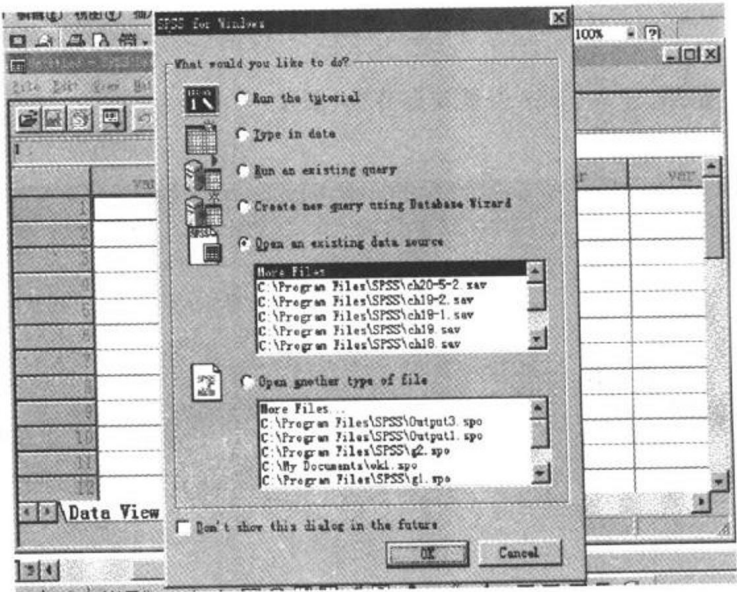


图 1-3-2

在主画面中有 7 种选择供用户使用：

- (1) Run the tutorial 运行自学指导。
- (2) Type in data 选用数据类型。
- (3) Run an existing query 运行一个已经存在的问题。
- (4) Create new query using Database Capture Wizard 用数据库捕获技术建立一个新问题。
- (5) Open an existing data source 打开一个已经存在的文件。
- (6) Open another type of file 打开其他类型文件。
- (7) Don't show this dialog in the future 以后不必显示这个对话框。

退出 单击应用程序窗口上的关闭按钮,或在文件菜单下选择**Exit**。

1.4 SPSS 10.0 的安装

- (1) 将安装光盘插入光驱,自动播放功能将启动“运行安装程序”菜单(图 1-4-1)。



图 1-4-1

- (2) 选择**Install SPSS**,进入 SPSS 安装欢迎界面(图 1-4-2)。

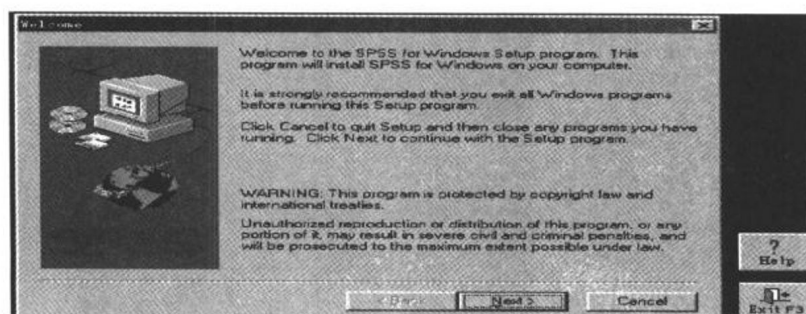


图 1-4-2

- (3) 单击**Next**,进入安装许可协议界面(图 1-4-3)。

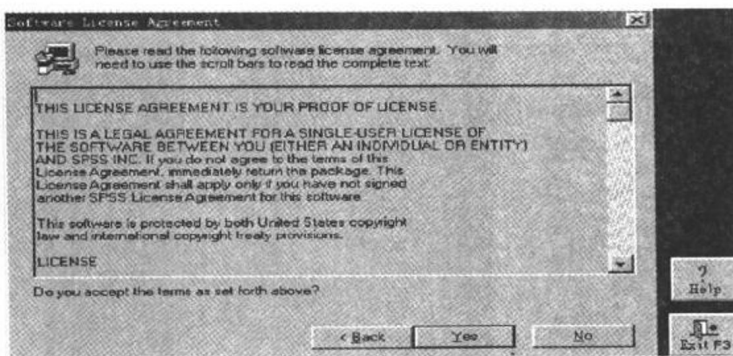


图 1-4-3

(4)单击**Yes**,进入安装路径设置界面(图 1-4-4),单击**Browse**可以选择其他路径进行安装。

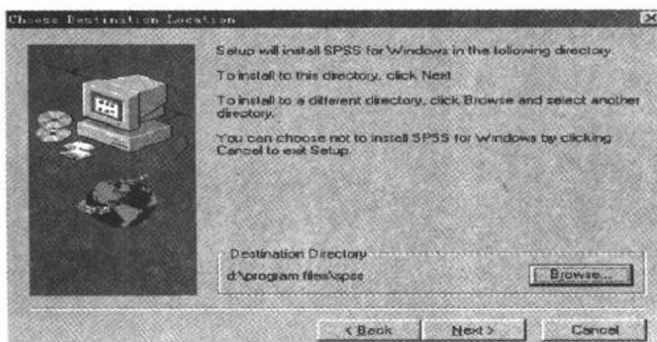


图 1-4-4

(5)直接单击**Next**选用默认路径安装,单击**Browse**另选安装路径。进入用户信息输入界面(图 1-4-5)。

(6)输入用户名称、公司名称、安装序列号,进入安装类型设置界面(图 1-4-6)。

(7)选择安装类型。系统提供了三种安装类型:典型安装(Typical)、最小化安装(Compact)和用户自定义安装(Custom)。这里我们选择用户自定义安装(图 1-4-6)。

(8)单击**Next**,根据计算机的配置和实际需要进行选择(图 1-4-7)。

(9)单击**Next**,选择安装在单台个人计算机(也可选联网的计算机),如图 1-4-8 所示。

(10)单击**Next**,填写密码,如图 1-4-9 所示。

(11)单击**Next**,开始安装。安装完毕后出现安装成功窗口(图 1-4-10),单击**Finish**,完成安装。