

手機造型意象研究 = A study on the images of cellphones modeling : 以中學生為研究對象

劉慶昌、賴瓊琦

E-mail: 350797@mail.dyu.edu.tw

摘要

近年來，手機的演進十分快速，除了基本的通訊功能，多媒體與商務功能也隨著3G的開通與手機的運算功能提升而成為手機新的功能，手機的附加價值日益增加。在中學校園裡，手機是學生們最大的娛樂與通訊工具，而目前中學生對於這項明日之星的電子產品，在於外型與功能有何偏好與期待，這是本研究亟欲探究的。研究結論如下：1. 手機外型方面：中學生偏愛喜歡的手機外型意象是設計簡約、黑白色，喜歡有個性、堅硬、叛逆的設計，音樂功能的功能是中學生最重視的，除了更人性化的音樂播放介面，若能整合線上音樂資料庫，將使手機更為加分。2. 以中學生心理層面：成績排名後段的族群更重視自己手機可以滿足成績落後族群內心的虛榮感，提升自我評價，也可以消磨在學校的時間，這個族群反而是中高階手機的潛在消費族群。3. 喜歡科目不同的族群，喜歡的手機風格也略有不同，例如偏好美術科的受測者選定了顏色較特殊、強烈的手機樣本。4. 學生同儕之間的影响力大，互動與交流資訊頻繁，新產品若能造成青少年之間的話題，將會造成更大的迴響。現今電腦運算的功能，逐漸置入隨身的手持裝置，中學生剛好面臨到高階智慧型手機逐漸普遍的時代，他們接觸智慧型手機的時機與環境都比以往更早更完善，各家廠商預及早耕耘中學生這塊市場，建立起自家的品牌與口碑，才能在手機品牌市場占有一席之地。

關鍵詞：手機、手機造型、通訊裝置、中學生

目錄

目錄封面內頁簽名頁中文摘要 iii 英文摘要 v 誌謝 vii 目錄 viii 圖目錄 x 表目錄 xii 第一章 緒論1 第一節 研究背景與動機1 第二節 研究目的5 第三節 研究流程與架構7 第四節 研究範圍與限制9 第二章 文獻探討10 第一節 手機的歷史10 第二節 手機品牌發展 12 第三節 手機產業概況與發展趨勢 15 第四節 產品設計理論與產品意象探討20 第五節 消費者行為理論22 第三章 研究方法與步驟27 第一節 研究項目與研究方法27 第二節 研究步驟34 第四章 問卷統計與分析35 第一節 受測者基本資料分析35 第二節 手機造型意象分析41 第三節 測者背景資料與手機偏好分析66 第四節 信度與效度分析79 第五節 綜合討論80 第五章 結論與檢討81 第一節 結論81 第二節 檢討82 參考文獻83 附錄一86 附錄二96 ? 圖目錄 圖1-1研究架構流程圖8 圖2-1多媒體手機發展階段19 圖2-2自我概念與品牌印象24 圖2-3 消費者自我概念與參照團體、產品符號關係25 圖4-1手機樣本一造型意象分析折線圖41 圖4-2手機樣本一造型意象貴重的便宜的分析直方圖42 圖4-3手機樣本一造型意象喜歡的討厭的分析直方圖42 圖4-4手機樣本二造型意象分析折線圖44 圖4-5手機樣本二造型意象柔軟的堅硬的分析直方圖44 圖4-6手機樣本二造型意象喜歡的討厭的分析直方圖45 圖4-7手機樣本三造型意象分析折線圖46 圖4-8手機樣本三造型意象貴重的便宜的分析直方圖46 圖4-9手機樣本三造型意象喜歡的討厭的分析直方圖47 圖4-10手機樣本四造型意象分析折線圖48 圖4-11手機樣本四造型意象時尚的復古的分析直方圖48 圖4-12手機樣本四造型意象喜歡的討厭的分析直方圖49 圖4-13手機樣本五造型意象分析折線圖50 圖4-14手機樣本五造型意象柔軟的堅硬的分析直方圖50 圖4-15手機樣本五造型意象喜歡的討厭的分析直方圖51 圖4-16手機樣本六造型意象分析折線圖52 圖4-17手機樣本六造型意象規矩的叛逆的分析直方圖52 圖4-18手機樣本六造型意象喜歡的討厭的分析直方圖53 圖4-19手機樣本七造型意象分析折線圖54 圖4-20手機樣本七造型意象時尚的復古的分析直方圖54 圖4-21手機樣本七造型意象喜歡的討厭的分析直方圖55 圖4-22 手機樣本八意象分析折線圖56 圖4-23手機樣本八造型意象時尚的復古的分析直方圖56 圖4-24手機樣本八造型意象喜歡的討厭的分析直方圖57 圖4-25 手機樣本九意象分析折線圖58 圖4-26手機樣本九造型意象年輕的成熟的分析直方圖58 圖4-27手機樣本九造型意象喜歡的討厭的分析直方圖59 圖4-28 手機樣本十意象分析折線圖60 圖4-29手機樣本十造型意象柔軟的堅硬的分析直方圖60 圖4-30手機樣本十造型意象喜歡的討厭的分析直方圖61 圖4-31 手機樣本11意象分析折線圖62 圖4-32手機樣本11造型意象柔軟的堅硬的分析直方圖62 圖4-33手機樣本11造型意象喜歡的討厭的分析直方圖63 圖4-34 手機樣本12意象分析折線圖64 圖4-35手機樣本12造型意象喜歡的討厭的分析直方圖64 圖4-36手機樣本12造型意象分析直方圖65 ? 表目錄 表2-1行動通訊技術發展階段11 表2-2手機品牌發展現況與策略15 表2-3手機選購考量因素與PDA使用功能需求排名16 表2-4手機未來發展趨勢17 表2-5消費者行為中的跨學科研究問題23 表3-1入選手機分類表29 表3-1入選手機分類表(續)30 表3-1入選手機分類表(續)31 表3-2意象描述的形容詞庫32 表3-3意象形容詞組得票統計表33 表4-1受測者就讀學校統計表35 表4-2受測者休閒統計表36 表4-3受測者偏愛的學科統計表36 表4-4成績排名統計表37 表4-5受測者手機使用頻率統計表37 表4-6受測者常用手機功能統計表38 表4-7受測者手機來源統計表38 表4-8受測者手機價位統計表39 表4-9受測者手機購買考量39 表4-10最常通話對象 40 表4-11受測者新機資訊40 表4-12手機樣本意象形容詞顯著性排名66 表4-13性別與手機偏好分析表67 表4-14喜歡語文與手機偏好分析表68 表4-15喜歡數理與手機偏好分析表68 表4-16喜歡史地與手機偏好分析表69 表4-17喜歡音樂與手機偏好分析表69 表4-18喜歡美術與手機

偏好分析表70 表4-19喜歡體育與手機偏好分析表70 表4-20偏好科目與喜歡手機樣本分析表71 表4-21成績排行前段與手機偏好分析表72 表4-22成績排行中上與手機偏好分析表73 表4-23成績排行中段與手機偏好分析表73 表4-24成績排行後段與手機偏好分析表74 表4-25成績排行與常用功能分析表75 表4-26成績排行與手機來源分析表76 表4-27成績排行與使用手機價位分析表77 表4-28成績排名與手機購買考量分析表78 表4-29問卷的信度與效度分析表 79

參考文獻

一、中文部分 1.王佳煌(2000)。手機社會學。出版地點:學富文化出版社。 2.拓璞產業研究所(2003)。手機產業發展前景與產業鏈焦點。出版地點:拓璞科技。 3.拓璞產業研究所(2004)。3G行動寬頻產業與商機面面觀。出版地點:拓璞科技。 4.拓璞產業研究所(2004)。透視後2G時代手機智慧化浪潮。出版地點:拓璞科技。 5.拓璞產業研究所(2005)。探究手機應用趨勢暨3G電信市場戰局評析。出版地點:拓璞科技。 6.拓璞產業研究所(2006)。探索多媒體手機應風潮下的新科技與新商機。出版地點:拓璞科技。 7.林建煌(2002)。消費者行為。出版地點:智勝出版社。 8.林清睿(民95年)。消費性電子產品購買行為之研究:以智慧型手機為例。出版地點:大葉大學資訊管理研究所碩士論文。 9.法索、高史密、布朗(2004)。消費心理學。出版地點:桂冠出版社。 10.長町三生(1989)。感性工學。出版地點:海文堂。 11.邱振崑(2005)。SPSS統計教學實例應用。出版地點:松崗出版。 12.施純協(民94年)。手機同心工程。出版地點:寶成資訊科技出版社。 13.馬永川(民87年)。產品意象語彙與造形成現對應關係之研究。出版地點:交通大學應用藝術研究所碩士論文。 14.黃俊魁(民100年)。智慧型手機品牌知名度、品牌形象影響購買意願之研究。出版地點:大葉大學管理學院碩士論文。 15.樓永堅、蔡東峻等(2000)。消費者行為。出版地點:空中大學。 16.鄭麗玉(1994)。認知心理學。出版地點:五南書局。 17.謝焙然(民98年)。選購數位相機考量因素之研究。出版地點:大葉大學設計研究所碩士論文。 二、英文部分 1. Michael Solomon(1999)。Consumer Behavior, Fourth Edition。 2. John C. Mowen and Michael Minor(2001), Consumer Behavior。 二、網路部份 1.索尼易利信(無日期)。維基百科。民100年8月20日, 取自: http://zh.wikipedia.org/wiki/Sony_Ericsson 2.三星電子(無日期)。維基百科。民100年8月20日, 取自: <http://zh.wikipedia.org/wiki/%E4%B8%89%E6%98%9F%E9%9B%BB%E5%AD%90> 3.LG(無日期)。維基百科。民100年8月20日, 取自: <http://zh.wikipedia.org/wiki/LG> 4.Nokia(無日期)。維基百科。民100年8月20日, 取自: <http://zh.wikipedia.org/wiki/NOKIA> 5.手機熱門排行(無日期)。手機比價王。民100年8月20日, 取自: <http://www.eprice.com.tw/>