

A study on the images of cellphones modeling : 以中學生為研究對象 / 劉慶昌 撰

劉慶昌、賴瓊琦

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

ABSTRACT

In recent years, the evolution of the cellphones has become very rapid. Besides the basic function of communication, multimedia and commercial functions have become common with the development of 3G and the enhancement of calculation ability. The extra value of the cellphones is increasing day by day.

In the simple high school campus, cellphones are the greatest tool for recreation and communication. This research tries to find out what kind of cellphone the high school students expect. The following are the important conclusions in this thesis: 1. In the modeling of cellphones, high school students prefer simple design, black and white color, and special and individual design. Music playing is the most important function to teenagers. Cellphones that are built in user-friendly music players and allow users to connect to online music data base will be more popular. 2. Students with lower study performance pay more attention to their cellphones. High-class cellphones can not only enhance their self-esteem but also help them spend boring time at school. They can be the potential buyers of high-class cellphones. 3. Students who show an interest in different subjects prefer different cellphones. For example, students who are interested in art class prefer cellphones with peculiar color. 4. Students get opinions and exchange information with peer groups. New products that interest their groups can make a hit.

Nowadays portable handsets are gradually possessed with the functions of personal computers. Today, high school students have more opportunities and better surroundings to contact smart phones. All the cellphone companies should cultivate the group to develop their brand and enhance market share.

Keywords : cellphone、cellphone modeling、high school students

Table of Contents

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

REFERENCES

- 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/>