

# 致理科技大學國際貿易系

## 國貿實務專題

### 大學生對手機品牌喜好之因素 ——以致理科技大學為例

指導教授：李政雄教授

學生：劉亭妤、許捷閔、陳弘、林昱霆

中華民國一一一年十一月

## 國貿實務專題研究授權書

本授權書所授權之國貿實務專題研究為劉亭妤、林昱霆、許捷閔、陳弘共4人，在致理科技大學國際貿易系111學年度第1學期完成國貿實務專題。

國貿實務專題名稱：大學生對手機品牌喜好之因素—以致理科技大學為例

同意      不同意

本組同學共4人，皆同意著作財產權之論文全文資料，授予教育部指定送繳之圖書館及本人畢業學校圖書館，為學術研究之目的以各種方法重製，或為上述目的再授權他人以各種方法重製，不限地域與時間，惟每人以一份為限。

上述授權內容均無須訂立讓與及授權契約書。依本授權之發行權為非專屬性發行權利。依本授權所為之收錄、重製、發行及學術研發利用均為無償。上述同意與不同意之欄位若未勾選，該組同學皆同意視同授權。

指導教授姓名：(親筆正楷)

李政維

專題學生簽名：(親筆正楷)

學號：(務必填寫)

劉亭妤

10801301

許捷閔

10801302

陳弘

10801352

林昱霆

10801353

中華民國111年11月18日

\*本授權書請以黑筆撰寫並影印裝訂於書名頁之次頁。

## 誌 謝

首先最感謝的是李政雄教授，因為本組皆為第一次接觸專題並實際作業，因此在做專題過程中有許多不了解的地方或對專業事項不了解處皆能詢問李政雄教授。教授給予我們豐富的資源讓我們事半功倍，省去不少方向錯誤或格式錯誤的時間，讓我們都能夠在系上時程表內完成合格的作品，教授也會抽空與我們線上視訊討論專題內容及給予我們方向、解決我們的問題，並且也給予我們許多空間與自由來完成我們的專題內容。另外，也要感謝組長時時刻刻注意著應繳交事項和時間並監督我們的作業進度，適當分配各自工作，讓我們在無遲交扣分的情況下完成此次專題。再來，組員們之間的團隊合作和精準溝通讓我們避免組內摩擦及衝突，除了平常開會之外，有任何問題也都會在訊息上溝通及視訊討論，因此有良好的配合程度也足以讓我們順利完成專題。最後，再次感謝李政雄教授多年的指導經驗和給予的資源對於我們來說真的幫助很大、受益良多。

# 摘 要

在 2007 年 APPLE 公司推出 iPhone 後，智慧型手機進入了發展元年，隨著時間的過去和技術的累積，智慧型手機上的功能越來越豐富，螢幕尺寸也越來越大，帶來的便利性和功能性也已不可同日而語。而在這近乎人手一台智慧型手機的時代下，也讓我們不禁好奇，大學生選擇智慧型手機品牌的依據或原因是什麼呢？而智慧型手機在大學生的生活中又將帶來什麼影響呢？

本研究將以上述問題作為核心，利用問卷調查法探討出大學生對手機品牌使用的狀況及生活上帶給大學生族群的效益，來讓大家理解智慧型手機帶給大學生們什麼樣的影響。

**關鍵字：智慧型手機、大學生、手機品牌、忠誠度**

# 目 錄

第壹章 緒論 .....	1
第一節 研究背景與動機 .....	1
第二節 研究問題與目的 .....	1
第三節 研究對象與限制 .....	2
第四節 研究架構與流程 .....	2
第貳章 產業介紹 .....	3
第一節 近年手機市占率 .....	3
第二節 四大品牌公司基本介紹 .....	4
第三節 四大品牌之手機最新機型介紹 .....	6
第參章 文獻探討 .....	10
第一節 智慧型手機 .....	10
第二節 台灣智慧型手機發展概況 .....	10
第三節 消費者忠誠度 .....	11
第四節 大學生智慧型手機使用行為 .....	11
第肆章 問卷分析 .....	13

第伍章 結論與建議 .....	29
參考文獻 .....	32
附錄一 .....	33

# 圖 目 錄

圖 1-1 研究架構流程圖.....	2
圖 4-1 您喜好的手機品牌為何.....	13
圖 4-2 承上題，原因為何（請簡述具體內容）.....	14
圖 4-3 您目前使用的手機品牌為何.....	15
圖 4-4 您為何選擇此手機品牌（複選）.....	16
圖 4-5 您認為手機哪些功能較為重要（複選）.....	17
圖 4-6 您會因為手機的功能而影響購買嗎.....	18
圖 4-7 您在購買手機時會考量哪些規格（複選）.....	19
圖 4-8 您通常會在何處選購手機.....	20
圖 4-9 您未來是否會繼續使用該品牌.....	21
圖 4-10 承上題，原因為何（請簡述具體內容）.....	22
圖 4-11 您平均一天使用手機的頻率.....	23
圖 4-12 手機帶給您的好處為何（請簡述具體內容）.....	24
圖 4-13 請問您的性別.....	25
圖 4-14 請問您的年級.....	26

圖 4-15 請問您是否有在打工/工作.....27

圖 4-16 請問您目前每月可支配所得.....28



# 表 目 錄

表 2-1 四大手機品牌銷量及市占率.....	3
表 2-2 四大手機品牌公司介紹表.....	4
表 2-3 APPLE 最新機型介紹.....	6
表 2-4 SAMSUNG 最新機型介紹.....	7
表 2-5 XIAOMI 最新機型介紹.....	8
表 2-6 OPPO 最新機型介紹.....	9
表 4-1 您喜好的手機品牌為何.....	13
表 4-2 承上題，原因為何（請簡述具體內容）.....	14
表 4-3 您目前使用的手機品牌為何.....	15
表 4-4 您為何選擇此手機品牌（複選）.....	16
表 4-5 您認為手機哪些功能較為重要（複選）.....	17
表 4-6 您會因為手機的功能而影響購買嗎.....	18
表 4-7 您在購買手機時會考量哪些規格（複選）.....	19
表 4-8 您通常會在何處選購手機.....	20
表 4-9 您未來是否會繼續使用該品牌.....	21

表 4-10 承上題，原因為何（請簡述具體內容） .....	22
表 4-11 您平均一天使用手機的頻率.....	23
表 4-12 手機帶給您的好處為何（請簡述具體內容） .....	24
表 4-13 請問您的性別.....	25
表 4-14 請問您的年級.....	26
表 4-15 請問您是否有在打工/工作.....	27
表 4-16 請問您目前每月可支配所得.....	28

# 第壹章 緒論

## 第一節 研究背景與動機

在這科技高速進化的時代，生活中處處都是科技下的產物，科技早已跟我們密不可分。手機更是眾多科技中成長最快的產業，它的可接近性很高，不論是長者、青少年、各個年齡層和行業的人都一定擁有一台智慧型手機。從 40 年前笨重的黑金剛慢慢發展至今的智慧型手機，隨著使用人數不斷上升、使用年齡層也逐漸下降。由此可見，手機普及率變得比以往更高了，而智慧型手機除了有奠定未來操作基礎的觸控螢幕外，螢幕尺寸也變得比以往傳統手機更大更清晰，還有廠商推出科技含量很高的摺疊式智慧型手機來吸引喜愛創新的顧客。眾多的手機品牌也是社會所高度關注的，例如 APPLE、SAMSUNG、XIAOMI 和 OPPO 等高市佔品牌，還有許多慢慢崛起的新秀品牌，使消費者在購買時不再只有幾家龍頭公司可以做選擇。而智慧型手機品牌在大學生中的持有狀況及持有原因，以及帶給大學生生活上的優劣為本研究所要探討的。

## 第二節 研究問題與目的

隨著科技的發展與進步，手機已然成為現代人不可或缺的單品之一。根據 GFK 統計數據顯示，臺灣 2021 年手機銷售量約為 543 萬台，且人手一機的現象甚至蔓延到了國小階級。由於智慧型手機功能的不斷增加和消費者對手機的依賴程度不斷提升，人類早已無法擺脫智慧型手機的世界。智慧型手機更是眾多科技廠商未來首要的發展目標，那麼手機又能帶給大學生什麼樣的效益呢？

本研究將聚焦在大學生對不同手機品牌的忠誠程度和選擇購買其所使用之手機品牌原因，以及手機對於大學生生活上所帶來的影響。

本研究目的如下：

- 一、利用問卷調查法，了解大學生目前所使用的手機品牌。
- 二、探討其選擇該品牌之原因。
- 三、釐清主流智慧型手機品牌（如 APPLE、SAMSUNG、XIAOMI、OPPO）在大學的佔比狀況。
- 四、分析智慧型手機在大學生生活上的效益。

### 第三節 研究對象與限制

本研究的研究對象以致理科技大學學生為主，進行線上、實體問卷調查，預計發放 200 份，為探討大學生對手機品牌的忠誠度、選擇手機時的因素和對生活上有何改變為重點。

因本研究對象限為大學生，故可能在不同地區、不同年齡層及職業的研究結果不盡相同，此為研究限制。

### 第四節 研究架構與流程

為了瞭解大學生對於購買手機時偏好的品牌，以及手機功能對於學習上有何幫助而擬定此主題，經過網路上的資料蒐集及文獻資料的彙整，並設計及發放問卷做調查，再進行問卷分析與探討，最後做結論與建議，此研究流程圖如下：

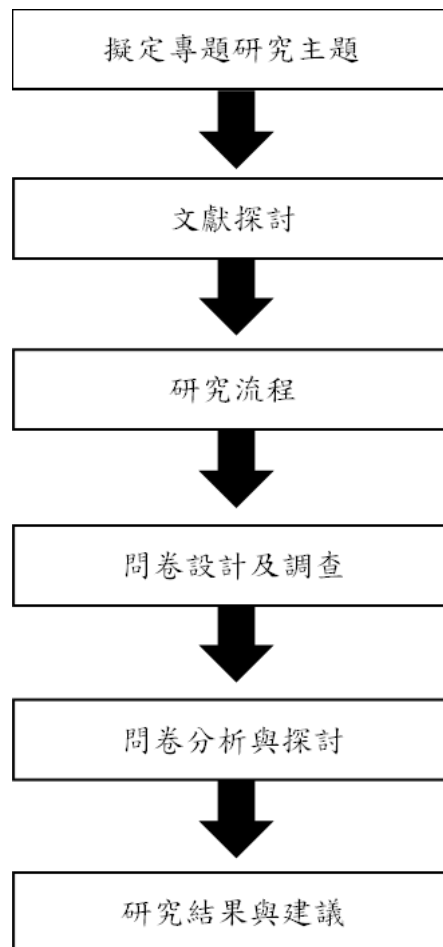


圖 1-1 研究架構流程圖

## 第貳章 產業介紹

### 第一節 近年手機市占率

現在是科技飛速成長的時代，電子產品已成為大家不可或缺的物品，手機更是人手一支。其中較知名的品牌有 APPLE、SAMSUNG、XIAOMI 及 OPPO 等，這些品牌皆有不同的銷售表現及消費者喜愛程度的不同。根據國際研究暨顧問機構 GARTNER 統計資料，2018 年占比前五為：SAMSUNG (19.0%)、APPLE (13.4%)、HUAWEI (13.0%)、XIAOMI (7.9%)、OPPO (7.6%)，2018 年度較前年成長 1.2%，XIAOMI 及 OPPO 持續拿下更多市占率，也導致前面的品牌市占率有下滑的趨勢。表 2-1 為統計 2019-2021 手機銷量以及市占率。

表 2-1 四大手機品牌銷量及市占率

	2019 年		2020 年		2021 年	
	銷量	市占率	銷量	市占率	銷量	市占率
APPLE	193,475.1	12.6%	199,847.3	14.8%	239,239.1	16.7%
SAMSUNG	296,194.0	19.2%	253,025.0	18.8%	272,327.5	19.0%
XIAOMI	126,049.2	8.2%	145,802.7	10.8%	189,305.4	13.2%
OPPO	118,693.2	7.7%	111,785.2	8.3%	138,242.1	9.6%
其他	806,245.5	52.3%	637,409.6	47.2%	594,745.2	41.5%

單位：千台

由上表可知，XIAOMI 及 OPPO 是近期持續成長的品牌，但目前 SAMSUNG 及 APPLE 還是較為大眾的品牌。而在 2021 年，市占率有了些改變，前三名變為 SAMSUNG、APPLE 及 XIAOMI，並且 APPLE 在 2021 年的銷售量創下該產品的最高銷售。而 2022 年廠商積極推動 5G，讓之後的市場可能也會產生波動。

## 第二節 四大品牌公司基本介紹

表 2-2 四大手機品牌公司介紹表

公司基本簡介	
APPLE	<p>APPLE 公司，由賈伯斯、沃茲尼亞克和韋恩在 1976 年 4 月創立此公司，總部位於美國加州庫比蒂諾，與 Amazon、Google、Microsoft 與 Meta 稱為五大科技巨擘。觸及業務有設計、開發、手機通信和銷售消費電子、電腦軟體、線上服務和個人電腦。</p> <p>最常見的產品有 iPhone、iPad、Mac、iPod、APPLE Watch、AirPods 等，軟體則是 macOS、iOS 等五大作業系統，還有提供線上服務 iTunes Store、iOS App Store 和 iCloud 等。甚至還有提供線上付款 APPLE Pay。此公司擁有很高的品牌忠誠度，被評為世界最具價值品牌，但是勞工制度、環境和商業實踐中仍有些許問題。而 APPLE 的核心價值為人們能讓這個世界變得更美好。</p>
SAMSUNG	<p>SAMSUNG 在 1969 年 1 月 13 日由李秉喆成立公司，是韓國最大的消費性電子產品及電子元件製造商，也是全球最大的資訊科技公司，而經營理念則是 SAMSUNG 的人力資源、技術來創造卓越的產品和服務，並以此實現對全球社會做出貢獻的決心。業務領域主要為半導體、行動電話、數位影像、電信系統、IT 解決方案及數字應用。2021 年，為 Interbrand 全球品牌排行榜第五名，連續十年進入前十強，也在美國《財富》雜誌評選為財富世界 500 強第十五名。</p> <p>截至 2016 年 3 月，共有 156 間公司，韓國 17 間、美國 33 間、歐洲 41 間、中東與非洲地區 13 間、亞洲 22 間及中國大陸 30 間。在 2015 年，公司旗下 17 種產品的市占率位居全球第一，居全球企業之首。</p>
XIAOMI	<p>XIAOMI 集團成立於 2010 年 4 月，產出以智慧型手機、智慧型硬體和 IoT 平台為核心的產品，於 2011 年 8 月發表 XIAOMI 手機進軍手機市場。XIAOMI 是第四家擁有手機晶片自研能力的手機廠商，公司旗下產品涵蓋手機、手環和電視等多種智慧電子產品，產業也涵蓋醫療健康、金融和智慧型硬體等。</p>

	<p>2019 年，首次入選世界財富 500 強，2021 年再次入選第 338 名。而此公司的願景為「讓全球每個人都能享有科技帶來的美好生活」。</p>
<p>OPPO</p>	<p>OPPO 在 2004 年由段永平成立公司，是中國大陸電子裝置公司，初期以生產 MP3、MP4 等影音播放裝置為主，因影音播放市場逐漸縮小也歷經想轉型生產電視的失敗後，因而進軍手機市場，推出以快速充電及影像處理為主要賣點的智慧型手機。</p> <p>「至美、所品不凡」是此公司的經營理念，傳達對於此品牌追求極致精美的追求和至善至美的決心。</p>

### 第三節 四大品牌之手機最新機型介紹

本研究蒐集目前四大品牌（APPLE、SAMSUNG、XIAOMI及OPPO）之手機最新機型的介紹。

目前 APPLE 最新機型為 iPhone14 系列，iPhone 14 及 14 Plus 為標準型，使用 A15 仿生晶片，而 iPhone 14 Pro 及 Pro Max 為高階型手機，因此使用處理頻率較快速的 A16 仿生晶片。iPhone 14 系列有最新穎的特色為動態島，不過只限 iPhone 14 Pro 及 Pro Max 的機型。

表 2-3 APPLE 最新機型介紹

APPLE 最新機型介紹				
型號 規格	iPhone 14 Pro Max	iPhone 14 Pro	iPhone 14 Plus	iPhone 14
處理器	A16 仿生晶片		A15 仿生晶片	
記憶體	6GB LPDDR 5		6GB LPDDR 4X	
螢幕	6.7 吋 OLED120Hz	6.1 吋 OLED120Hz	6.7 吋 OLED60Hz	6.1 吋 OLED60Hz
後置鏡頭	4800 萬像素		1200 萬像素	
電池容量	4325mAh	3279mAh	4323mAh	3200mAh
重量	240g	206g	203g	172g
作業系統	iOS16			
瀏海	動態島		傳統瀏海	



本研究針對 S 系列及 Z 系列做介紹。2022 年 2 月上市的 S22 系列分別有 S22、S22+及 S22 Ultra，而 Ultra 是有附帶 S Pan 的機型。Z 系列的摺疊機型為 Z Fold4 及 Flip4，Fold4 展開後有著 7.6 吋的內頁螢幕，猶如一台小型平板電腦，可方便使用多工處理；Flip4 摺疊後尺寸較為袖珍迷你，是個適合放入口袋的機型。而 S22 系列及 Z Fold/Flip 的處理器皆使用高階的高通 Snapdragon 8+ Gen1，使用起來不僅快速還很穩定。

表 2-4 SAMSUNG 最新機型介紹

SAMSUNG 最新機型介紹					
型號 規格	Galaxy S22 Ultra	Galaxy S22+	Galaxy S22	Galaxy Z Fold4	Galaxy Z Flip4
處理器	高通 Snapdragon 8+ Gen1				
記憶體	12GB LPDDR5	8GB LPDDR5		12GB LPDDR5	8GB LPDDR5
螢幕	6.8 吋 120Hz FHD+ AMOLED 2X	6.6 吋 120Hz FHD+ AMOLED 2X	6.1 吋 120Hz QHD+ AMOLED 2X	7.6 吋 120Hz AMOLED 2X	6.7 吋 120Hz AMOLED 2X
後置鏡頭	1 億 800 萬像素	5000 萬像素		5000 萬像 素	1200 萬像 素
電池	5,000mAh	4,500mAh	3700mAh	4400mAh	3700mAh
重量	229g	196g	168g	263g	187g
作業系 統	Android 12				

XIAOMI 的 T 系列分別為 xiaomi 12T 及 12T Pro，而最受矚目的是 12T Pro 2 億像素的相機。xiaomi 12 及 xiaomi 12Pro 皆使用 Snapdragon 8 Gen 1，可讓處理速度變快及穩定，此兩款手機皆主打三鏡頭的主相機，並強調夜拍功能。另外 12 Pro 還多了 120W HyperCharge 極速快充功能，在強效模式下充電至 100% 只需 18 分鐘，在標準模式下充電至 100% 只需 24 分鐘。

表 2-5 XIAOMI 最新機型介紹

XIAOMI 最新機型介紹				
規格 \ 型號	xiaomi 12T Pro	xiaomi 12T	xiaomi 12 Pro	xiaomi 12
處理器	Snapdragon 8 Gen 1	Dimensity 8100-Ultra	Snapdragon 8 Gen 1	
記憶體	12GB LPDDR5	8GB LPDDR5	8GB、12GB LPDDR5	12GB LPDDR5
螢幕	6.67 吋 AMOLED		WQHD 6.73 吋 AMOLED	FHD 6.28 吋 AMOLED
後置鏡頭	2 億像素	1 億 800 萬像素	5000 萬像素	
電池	5000mAh		4600mAh	4500mAh
重量	205g	202g	205g	180g
作業系統	Android 12, MIUI13			

OPPO Reno 系列分別為 Reno8 Pro、Reno8 Z 及 Reno8，Reno8 Pro 最有特色為 MariSilicon X 自研影像 NPU 晶片及 4K 超清晰夜景錄影，而 Reno8 Z 後置鏡頭比其他兩款來得高，為 6400 萬像素的三鏡頭，可拍出較為細緻、色彩豐富的照片。Find X5 Pro 也有 MariSilicon X 自研影像 NPU 晶片及 4K 超清晰夜景錄影，在逆光及低光源處能拍出畫質不錯的照片。

表 2-6 OPPO 最新機型介紹

OPPO 最新機型介紹				
規格 \ 型號	Find X5 Pro	Reno8 Pro	Reno8 Z	Reno8
處理器	Qualcomm Snapdragon 8 Gen 1	MediaTek Dimensity 8100-MAX	Qualcomm Snapdragon 695	MediaTek Dimensity 1300
記憶體	12GB LPDDR5	12GB LPDDR5	8GB LPDDR4X	
螢幕	6.7 吋 AMOLED	6.7 吋 AMOLED	6.4 吋 AMOLED	
後置鏡頭	5000 萬像素	5000 萬像素	6400 萬像素	5000 萬像素
電池	5000mAh	4500mAh		
重量	218g	183g	181g	179g
作業系統	ColorOS 12.1 (基於 Android12)			

## 第參章 文獻探討

### 第一節 智慧型手機

智慧型手機係指有獨立的系統（如 iOS、Android），可以允許使用者自行安裝、解除應用程式和提供第三方人員能夠自行研發軟體的手機。與傳統功能型手機不同的是，功能型手機不能安裝額外的程式，僅能夠使用廠商安裝進去的軟體。最初，智慧型手機的功能並不多，是在技術飛躍性進步的情況下，讓其體積越來越小，能夠放入更多不同的元件，使往後的智慧型手機陸續增加了數位相機、閃光燈、GPS 定位、NFC、陀螺儀等奠定現今手機基礎的各種功能。除此之外，智慧型手機還擁有高解析度的螢幕、WIFI 和移動式網路，也讓智慧型手機成為名副其實的隨身電腦，能夠在任何地方時間瀏覽網頁、雲端儲存或下載資料。近年來，行動裝置 APP 市場及移動式商務、社交通訊網路和手機遊戲產業的急速發展也創造了人類購買智慧型手機的浪潮，並且對手機有著愈漸增加的要求和需求也促使廠商更加精進研發能力和製造能力。目前市場上主流的兩大行動裝置作業系統為谷歌的 Android 系統和 APPLE 的 iOS 系統，GARTNER 於 2018 年年初統計出，2017 年全年作業系統市佔率中，Android 系統佔比達 85.9%，iOS 系統佔比為 14%，總計兩大主要行動作業系統，囊括全球市場高達 99.9% 的市佔率。至於其他系統如微軟 Windows Phone、黑莓 BlackBerry OS、謀智 Firefox OS，總計使用率僅剩 0.1%。（GARTNER，2018）

自 APPLE 於 2007 年推出 iPhone 後，智慧型手機在出貨量上面就迎來爆炸式的成長，2007 年雖智慧型手機全球出貨量僅為 1200 萬隻，但在 2009 年已來到 12 億隻，2010 年出貨量更是成長了 31.8%，達到了驚人的 16 億隻。（GARTNER，2011）另外，根據綠色和平統計，自 2007 年至 2017 年間，共製造出 71 億隻手機，幾乎等於全世界每個人都有一部智慧型手機。（綠色和平，2017）

### 第二節 台灣智慧型手機發展概況

目前智慧型手機在台之使用狀況根據 IDC 於 2016 年之調查中指出，在 2015 年年中，台灣使用智慧型手機的民眾大約有 73.4%。創市際市場研究顧問在 2020 年提出台灣使用智慧型手機的民眾來到了 88.4% 的水準。另

外，根據 GFK 統計，2021 年全年度台灣手機市場銷售量為 534 萬部，因受到 Covid-19 疫情與晶片短缺之影響，較 2020 年 642 萬部減少 108 萬部，下滑 17%。雖下滑了不少，但仍能從全台民眾使用率中足見智慧型手機對台灣人之重要及必要性。

### 第三節 消費者忠誠度

忠誠度一詞對讀者來說可能有點抽象，不過學術界也有許多研究和理論，對於其定義，大多數研究者傾向結論出消費者忠誠度是對企業的產品、服務的認同感或信任感。忠誠度高的消費者往往會支持和再購該品牌之產品，並對該品牌具有相當的信任感。如 Park et al. (2011) 所說，一般消費者若受到其他品牌之行銷或環境之影響，可能會改變購買的行為，但忠誠的消費者對該喜好或滿意的產品、服務或品牌的再次購買行為仍然不變。

但 Jones and Sasser (1995) 也指出消費者忠誠度有分為短期與長期的差別。短期忠誠是指消費者若發現更好的產品或服務時，就會轉而購買它牌的产品；長期忠誠是消費者對於該公司提供的產品、服務甚至是品牌本身的高度信任與認同，不會輕易受到外來因素所影響，是為真正的忠誠。另外，消費者滿意度是眾多學者指出會影響消費者忠誠度的因素，多數專家指出，消費者滿意度與消費者忠誠度是呈現高度正相關的。例如，洪健文與陳鏗伊 (2011) 便結論出消費者滿意度與消費者忠誠度二者之間呈現顯著正相關；徐鵬翔 (2012) 指出消費者使用智慧型手機之體驗等滿意度會和忠誠度有顯著的正向影響。

本研究認為，在消費者滿意度高的情況下，Ingrid (2004) 提出的顧客忠誠度具有三個特性是相對較為具體且得宜的解釋，第一是願意使用更多的金錢購買該品牌的產品或服務，第二是會鼓勵其他人購買該品牌之產品或服務，最後是相信購買該公司的產品或服務是具有價值的。綜上所述，滿意度和忠誠度是環環相扣的，但要有高忠誠度的前提是消費者對該項產品、服務或品牌的滿意度也必須要有相當的程度。換言之，依照眾多研究結果顯示，我們可以結論出消費者對手機之滿意度愈高，忠誠度也就愈高。

### 第四節 大學生智慧型手機使用行為

手機具有各式各樣的功能，而根據手機使用的相關學術論文或期刊則將智慧型手機最常使用的功能歸納成八大類，分別是通訊社交聊天類（通話、簡訊，以及各種通訊社交）、行動遊戲娛樂類（線上或離線遊戲等）、影

視音多媒體類（電影、音樂、電視劇、廣播等多媒體播放）、照相照片剪輯類（拍照、攝影以及照片、影像處理等）、新聞資料檢索類（用手機上網瀏覽新聞、搜尋資料、尋找生活或旅遊資訊等）、教育學習工具類（用手機閱讀電子書、電子雜誌、個人部落格或使用字典等）、金融理財購物類（各種網路銀行、證券期貨買賣、網路購物、辦公商業等）、生活應用工具類（手機的鬧鐘、計算機、氣象、行事曆、記事本等）。（羅芝芸，2017）

另外，洪福源、邱紹一、邱素玲、林鉉宇（2013）的研究更聚焦在大學生上，指出大學生最常使用之功能第一者為聯絡（40.6%），列第二者為聽音樂（20.0%），列第三者則為玩遊戲（11.3%）。潘月游、梁明輝、管清華與張黎（2015）的研究發現，大學生最常使用的有九種功能分別為：接打電話（70.7%）、手機上網聊天（58.4%）、接發短訊 50.4%、看電影、聽音樂（38.8%）、電子閱讀（20.9%）、拍照攝影（18.1%）、遊戲（17.7%）、搜尋（14.6%）、網購（6.1%）。從以上研究可發現，手機已不再單純是聯絡用的工具，而大學生將其使用於學習上的比例也相當低，更多的是使用在通訊社交聊天和娛樂類。

## 第肆章 問卷分析

本問卷研究對象以致理科技大學四技部的學生作為問卷樣本，總共發放 211 份問卷，問卷發放時間為 2022 年 7 月至 9 月。

由表 4-1 及圖 4-1 我們可以得知，此問卷調查中最受大學生歡迎的手機品牌為 APPLE，有 83.4% 極高的占比；其次為 SAMSUNG，占比 6.2%，而其餘品牌受歡迎的程度表現就較為遜色了。

表 4-1 您喜好的手機品牌為何

1.您喜好的手機品牌為何?					
		次數分配表	百分比	有效百分比	累積百分比
Q1	其他	11	5.2%	5.2%	5.2%
	APPLE	176	83.4%	83.4%	88.6%
	OPPO	8	3.8%	3.8%	92.4%
	SAMSUNG	13	6.2%	6.2%	98.6%
	XIAOMI	3	1.4%	1.4%	100.0%
	總計	211	100.0%	100.0%	

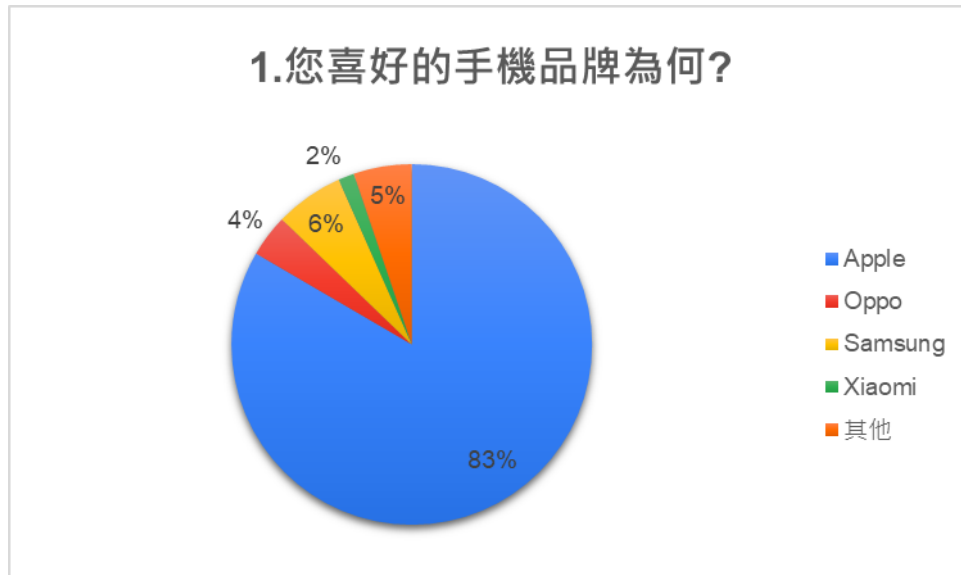


圖 4-1 您喜好的手機品牌為何

由表 4-2 及圖 4-2 我們可以了解，學生喜好此手機品牌的因素，在外觀樣式、品牌價值、習慣及功能中，使用習慣最為高，占比 41.4%，在開放式問題中得到許多回應為，因為習慣此手機的作業系統，若長期習慣一種手機品牌的作業系統，較不容易想換另一種品牌的作業系統，因為不管是在轉移手機資料或重新學習新系統上都需要另外花時間；其次為手機的功能，占比為 32.4%，而外觀部分的占比卻只有 6.3%，從中我們可得知，學生較為注重手機品牌的實用性層面。

表 4-2 承上題，原因為何（請簡述具體內容）

2.承上題，原因為何？(請簡述具體內容)		N	百分比	觀察值百分比
Q2	外觀樣式	14	6.3%	7.0%
	品牌價值	30	13.5%	14.9%
	習慣	92	41.4%	45.8%
	功能	72	32.4%	35.8%
	其他	14	6.3%	7.0%
總計		222	100.0%	110.4%

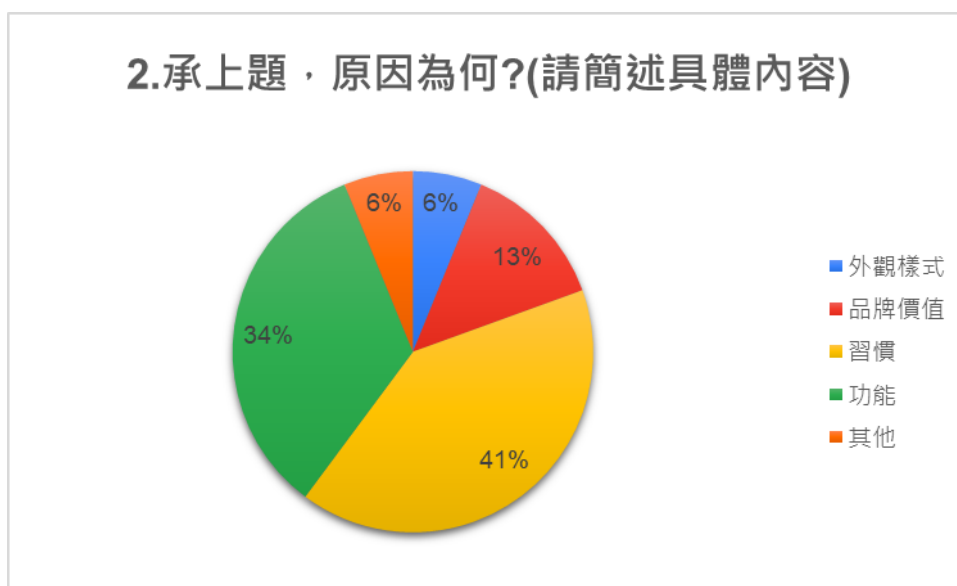


圖 4-2 承上題，原因為何（請簡述具體內容）



由表 4-3 及圖 4-3 我們可以了解，APPLE 為大多數大學生使用的手機品牌，其使用率在受訪者中就佔據了 81%，以較大的差距拉開與其他品牌的使用率，而第二高使用率的品牌為 SAMSUNG，占比為 6.6%，可見 APPLE 此品牌為大學生較能夠接受且喜愛的。

表 4-3 您目前使用的手機品牌為何

3.您目前使用的手機品牌為何？					
		次數分配表	百分比	有效百分比	累積百分比
Q3	其他	11	5.2%	5.2%	5.2%
	APPLE	171	81.0%	81.0%	86.2%
	OPPO	12	5.7%	5.7%	91.9%
	SAMSUNG	14	6.6%	6.6%	98.6%
	XIAOMI	3	1.4%	1.4%	100.0%
	總計	211	100.0%	100.0%	

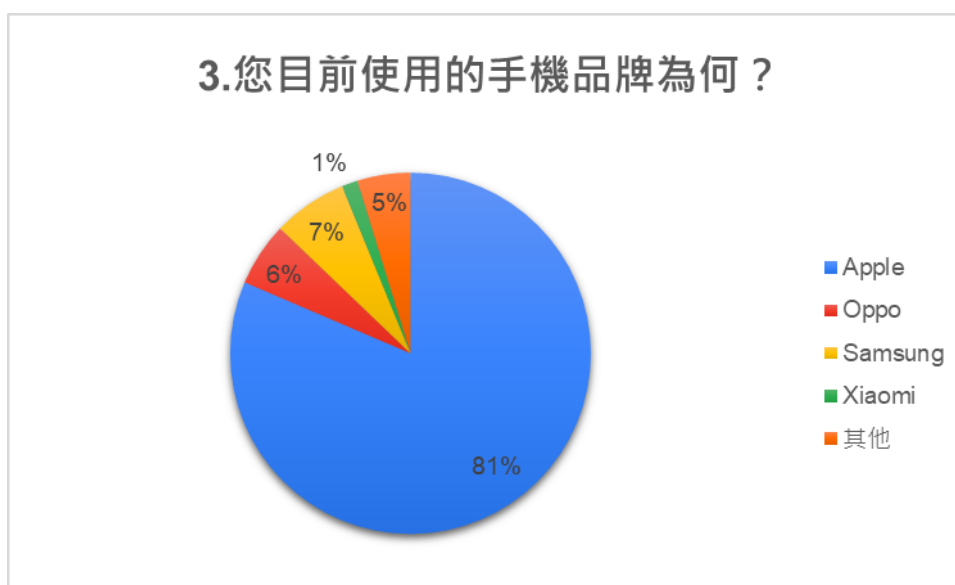


圖 4-3 您目前使用的手機品牌為何

由表 4-4 及圖 4-4 我們可以得出，受訪者在選購手機時有著各方考量，此圖表呈現均勻分布，在品牌價值、外觀樣式、流行趨勢及功能都有他的受眾，基本上雖然所有受訪者都是學生，但每個人對手機的使用方式和看法皆不盡相同。

表 4-4 您為何選擇此手機品牌（複選）

		4.您為何選擇此手機品牌?		
		N	百分比	觀察值 百分比
Q4	品牌價值	138	28.7%	65.7%
	外觀樣式	107	22.3%	51.0%
	流行趨勢	96	20.0%	45.7%
	功能	127	26.5%	60.5%
	其他	12	2.5%	5.7%
總計		480	100.0%	228.6%

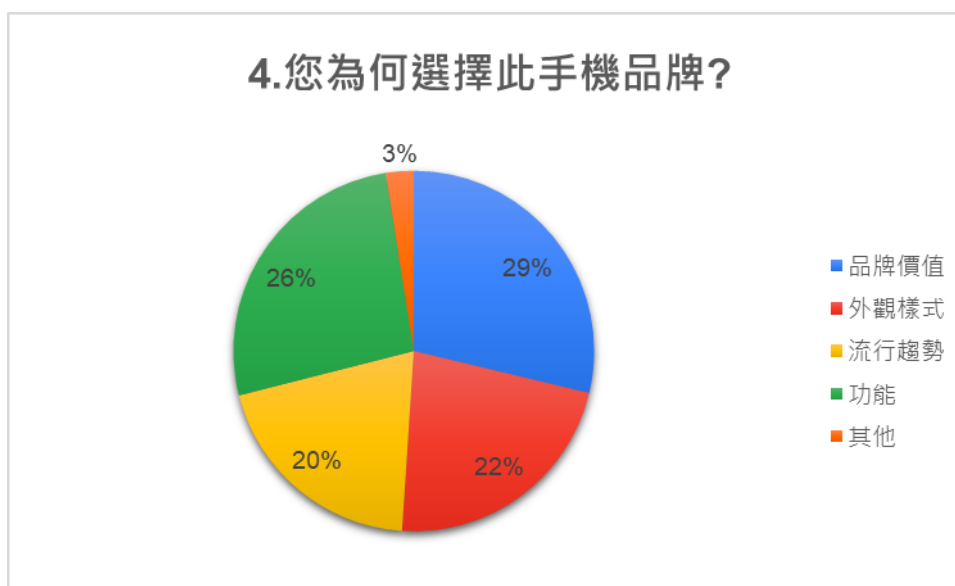


圖 4-4 您為何選擇此手機品牌（複選）

由表 4-5 及圖 4-5 我們可以得出，此題中的生物辨識系統、搜尋網頁、拍照及玩遊戲皆為均勻分布。由於受訪者們在購買時就對於手機有著不同的想法，因此對手機的功能想法也都不盡相同，而此題的分析結果與問卷第 6 題的購買動機互相呼應。

表 4-5 您認為手機哪些功能較為重要（複選）

5.您認為手機哪些功能較為重要				
		N	百分比	觀察值 百分比
Q5	生物辨識系統	120	25.1%	56.9%
	搜尋網頁	102	21.3%	48.3%
	拍照	150	31.3%	71.1%
	玩遊戲	101	21.1%	47.9%
	其他	6	1.3%	2.8%
總計		479	100.0%	227.0%

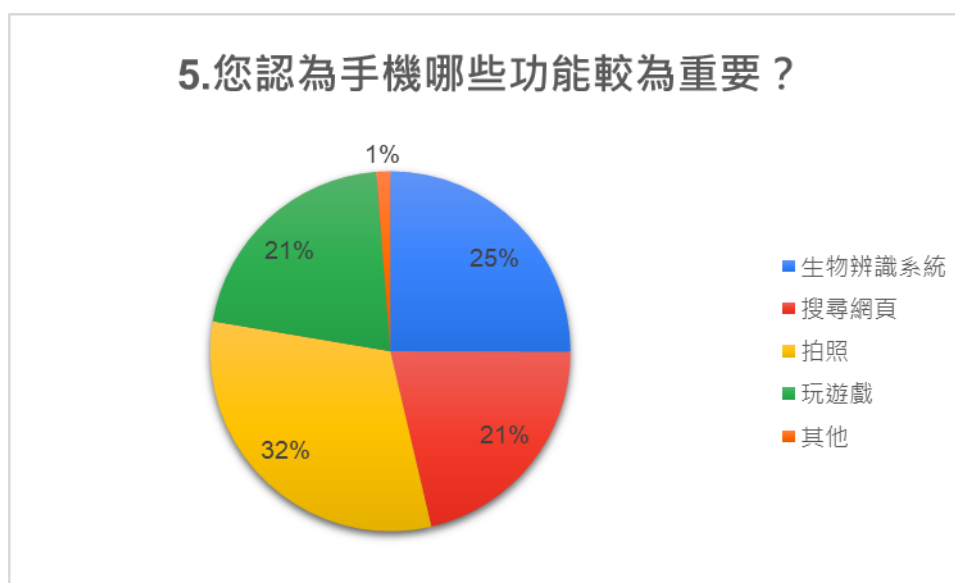


圖 4-5 您認為手機哪些功能較為重要（複選）

由表 4-6 及圖 4-6 可得知，大家在購買時首要考慮到的條件皆是該品牌產品的功能性，進而去考量其他因素，因此會因手機功能而影響購買中選擇會的學生占了 89.1%。

表 4-6 您會因為手機的功能而影響購買嗎

6.您會因為手機的功能而影響購買嗎?					
		次數分配表	百分比	有效百分比	累積百分比
Q6	不會	23	10.9%	10.9%	10.9%
	會	188	89.1%	89.1%	100.0%
	總計	211	100.0%	100.0%	

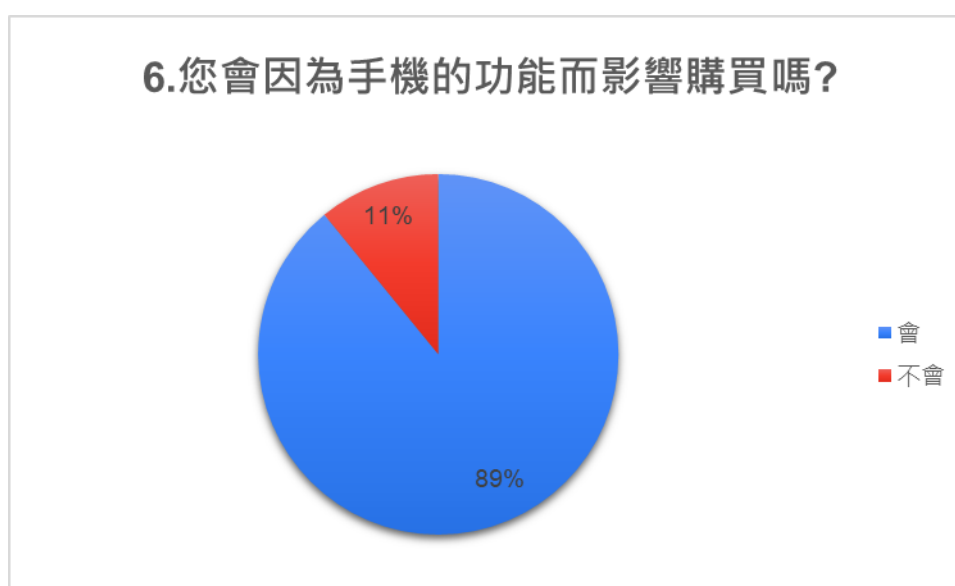


圖 4-6 您會因為手機的功能而影響購買嗎

由表 4-7 及圖 4-7 我們可以得知，手機品牌的規格在受訪者的考量中也有所不同，其中學生認為儲存空間最為重要占比 20.9%，而重量的部分占比是最低的為 9.8%。

表 4-7 您在購買手機時會考量哪些規格（複選）

7.您在購買手機時會考量哪些規格?		N	百分比	觀察值百分比
Q7	處理器	108	13.5%	51.2%
	螢幕尺寸	150	18.8%	71.1%
	螢幕解析度	138	17.3%	65.4%
	重量	78	9.8%	37.0%
	電池容量	151	18.9%	71.6%
	儲存空間	167	20.9%	79.1%
	其他	7	0.9%	3.3%
總計		799	100.0%	378.7%

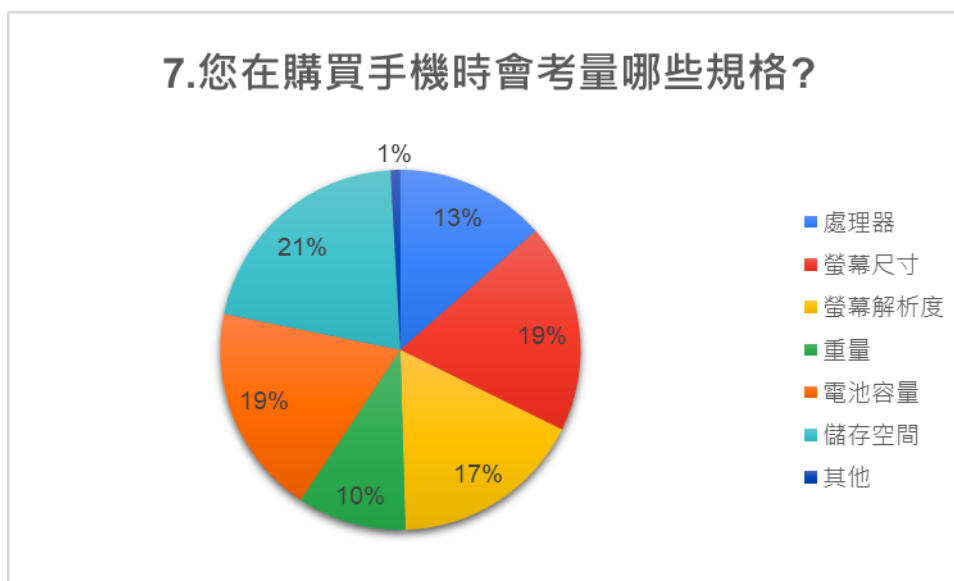


圖 4-7 您在購買手機時會考量哪些規格（複選）

由表 4-8 及圖 4-8 我們可以得知，受訪者在購買手機時，所選擇的通路為直營門市最多，占比為 55.5%；其次是向經銷商購買，占比為 34.6%，而直營門市無疑是產品保障的首選，大家比較在乎的就是產品是否有足夠的保障性及周邊、售後服務。

表 4-8 您通常會在何處選購手機

8.您通常會在何處選購手機?					
		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
		分配表			
Q8	其他	2	0.9%	0.9%	0.9%
	直營門市	117	55.5%	55.5%	56.4%
	量販店 (ex.好市多)	1	0.5%	0.5%	56.9%
	經銷商 (ex.傑昇通訊)	73	34.6%	34.6%	91.5%
	網路電商 (ex.PChome)	18	8.5%	8.5%	100.0%
	總計	211	100.0%	100.0%	

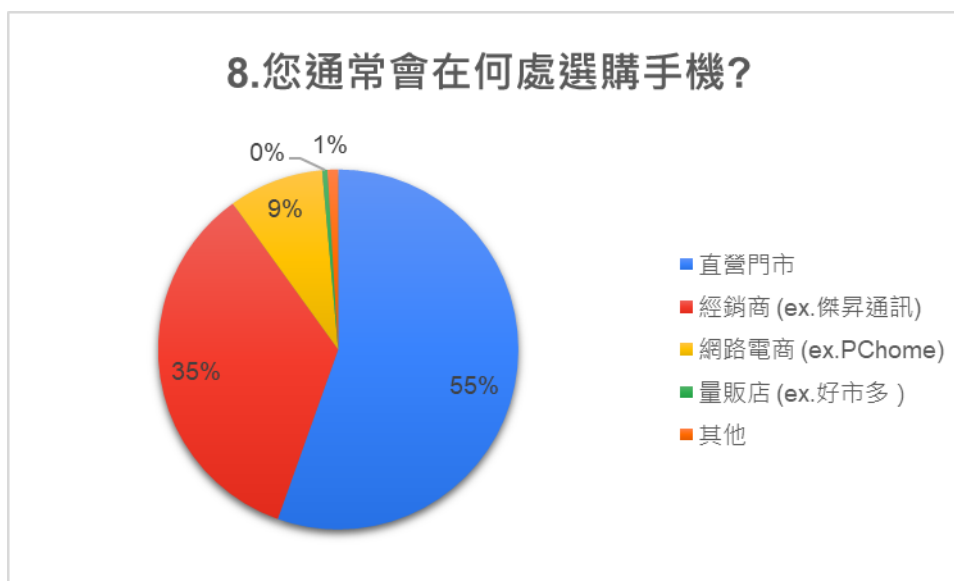


圖 4-8 您通常會在何處選購手機

由表 4-9 及圖 4-9 我們可以得知，有 93.4% 的學生皆願意在未來繼續使用目前的手機品牌，不論是 APPLE、SAMSUNG 或是 OPPO 等，即使要做汰換時，大家通常也都會固定使用一個品牌。

表 4-9 您未來是否會繼續使用該品牌

9.您未來是否會繼續使用該品牌？					
		次數分配表	百分比	有效百分比	累積百分比
Q9	否	14	6.6%	6.6%	6.6%
	是	197	93.4%	93.4%	100.0%
	總計	211	100.0%	100.0%	

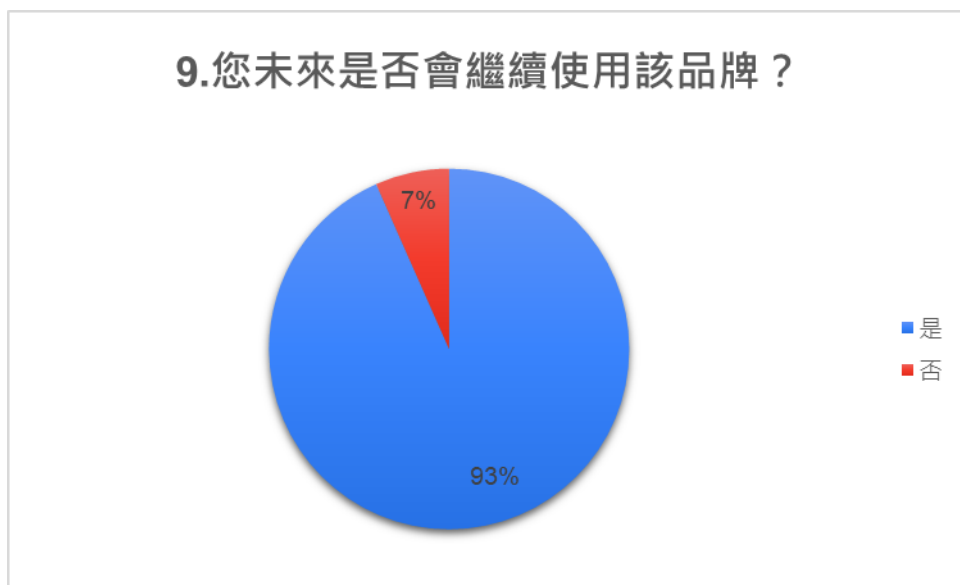


圖 4-9 您未來是否會繼續使用該品牌

由表 4-10 及圖 4-10 我們可以得知，習慣和功能的總和百分比就佔了 80.5%，在此題與問卷第二題的分析結果相呼應，許多人會選擇該品牌有很大的因素是習慣和符合自身需求的功能，因此也從中產生了對品牌的忠誠度。

表 4-10 承上題，原因為何（請簡述具體內容）

10.承上題，原因為何? (請簡述具體內容)		N	百分比	觀察值百分比
Q10	習慣	99	41.3%	46.9%
	功能	94	39.2%	44.5%
	價格	8	3.3%	3.8%
	品牌	21	8.8%	10.0%
	其他	18	7.5%	8.5%
總計		240	100.0%	113.7%



圖 4-10 承上題，原因為何（請簡述具體內容）



由表 4-11 及圖 4-11 我們可以得知，學生平均一天使用手機的頻率中，最高為每日使用 7~9 小時，人數占比為 45.5%；而 4~6 小時的占比也有 30.8%，兩者合計之百分比就有 76.3%，由此可知學生使用手機的頻率非常高。手機在生活中扮演了十分重要的角色，因此受訪者在做購買抉擇時會更加的謹慎，進而挑選出符合個人需求的品牌。

表 4-11 您平均一天使用手機的頻率

11.您平均一天使用手機的頻率？					
		次數分配表	百分比	有效百分比	累積百分比
Q11	1~3 小時	8	3.8%	3.8%	3.8%
	4~6 小時	65	30.8%	30.8%	34.6%
	7~9 小時	96	45.5%	45.5%	80.1%
	10 小時以上	42	19.9%	19.9%	100.0%
	總計	211	100.0%	100.0%	

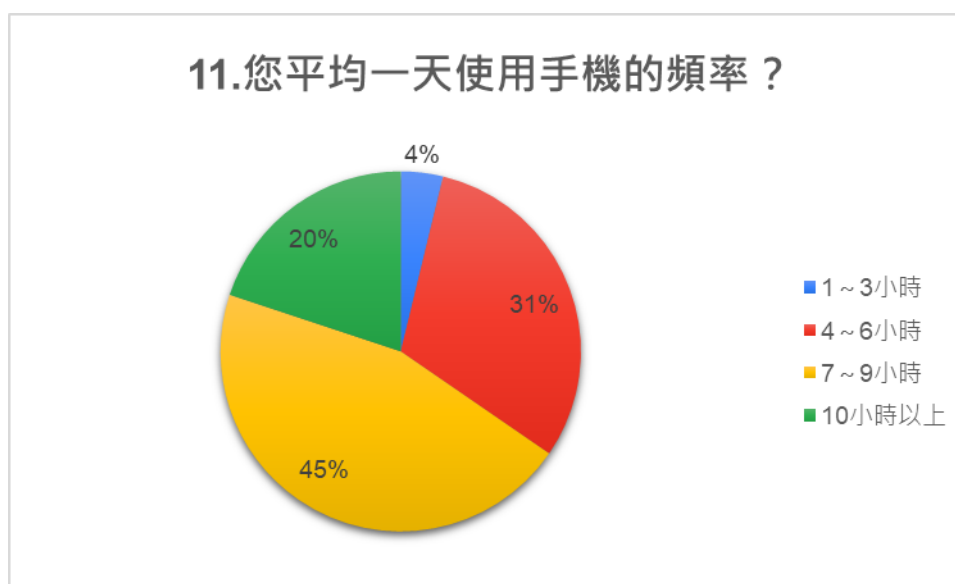


圖 4-11 您平均一天使用手機的頻率

由表 4-12 及圖 4-12 中可以得知，學生認為手機帶來的好處為能夠便利生活，占 35.2%；在社交及學習上也占了各 20.6%；近年來許多線上影音平台崛起，手機也為娛樂消遣的工具之一，許多學生也選擇此為手機帶來的好處，占比 17.1%。

表 4-12 手機帶給您的好處為何（請簡述具體內容）

12.手機帶給您的好處為何? (請簡述具體內容)		N	百分比	觀察值百分比
Q12	社交	58	20.6%	27.8%
	學習	58	20.6%	27.8%
	消遣	48	17.1%	23.0%
	賺錢	5	1.8%	2.4%
	必需品	13	4.6%	6.2%
	便利生活	99	35.2%	47.4%
總計		281	100.0%	134.4%



圖 4-12 手機帶給您的好處為何（請簡述具體內容）

由表 4-13 及圖 4-13 我們可以得知，此問卷調查中有 60.7%的女性及 39.3%的男性。

表 4-13 請問您的性別

13.請問您的性別?					
		次數分配表	百分比	有效百分比	累積百分比
Q13	女	128	60.7%	60.7%	60.7%
	男	83	39.3%	39.3%	100.0%
	總計	211	100.0%	100.0%	

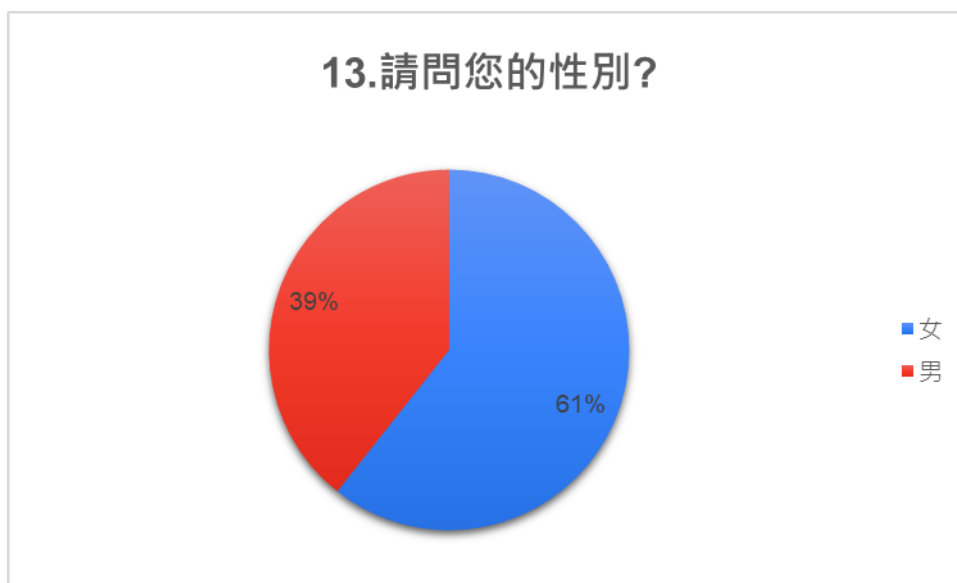


圖 4-13 請問您的性別

由表 4-14 及圖 4-14 我們可以得知，在問卷調查中，填寫最多的為大三學生占 38.9%，其次是大二學生占 28%，而大四和大一學生，分別占 21.8% 和 11.4%。

表 4-14 請問您的年級

		14.請問您的年級?			
		次數分配表	百分比	有效百分比	累積百分比
Q14	大一	24	11.4%	11.4%	11.4%
	大二	59	28.0%	28.0%	39.3%
	大三	82	38.9%	38.9%	78.2%
	大四	46	21.8%	21.8%	100.0%
	總計	211	100.0%	100.0%	



圖 4-14 請問您的年級

由表 4-15 及圖 4-15 可以得知，在問卷調查中，多數學生皆有在外打工或工作，占比為 74.9%。

表 4-15 請問您是否有在打工/工作

15.請問您是否有在打工/工作?					
		次數分配表	百分比	有效百分比	累積百分比
Q15	否	53	25.1%	25.1%	25.1%
	是	158	74.9%	74.9%	100.0%
	總計	211	100.0%	100.0%	



圖 4-15 請問您是否有在打工/工作

由表 4-16 及圖 4-16 可以從中得知，由於多數學生是靠著課餘時間打工來為維持日常開銷，所以普遍每月可支配所得是偏低的，人數集中分布於每月可支配 20,000 元至 10,000 以下，其累計百分比就有了 81%。

表 4-16 請問您目前每月可支配所得

		16.請問您目前每月可支配所得?			
		次數分配表	百分比	有效百分比	累積百分比
Q16	10,000 以下	67	31.8%	31.8%	31.8%
	10,001~15,000	60	28.4%	28.4%	60.2%
	15,001~20,000	44	20.9%	20.9%	81.0%
	20,001~25,000	13	6.2%	6.2%	87.2%
	25,001~30,000	15	7.1%	7.1%	94.3%
	30,001~35,000	3	1.4%	1.4%	95.7%
	35,001~40,000	6	2.8%	2.8%	98.6%
	40,001 以上	3	1.4%	1.4%	100.0%
	總計	211	100.0%	100.0%	

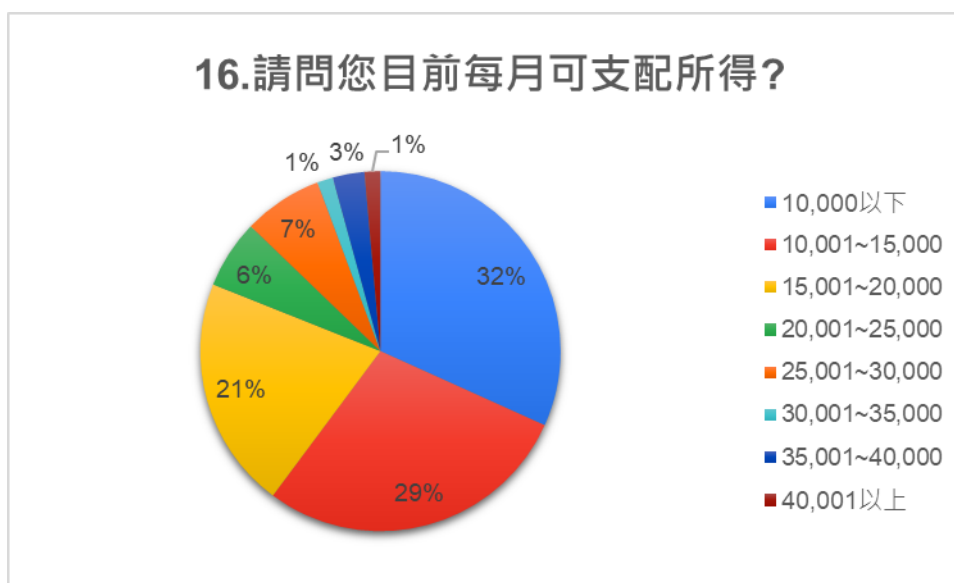


圖 4-16 請問您目前每月可支配所得

# 第五章 結論與建議

## 第一節 結論

### 一、大學生手機品牌使用率

在 211 份有效問卷裡，共有 171 位致理科技大學學生使用 APPLE 手機，足見 APPLE 在手機市場佼佼者的地位不可撼動，再來則是 SAMSUNG 的 14 人，與 APPLE 之使用率懸殊巨大。其中，品牌價值和功能為最主要的決定因素，可見 APPLE 塑造的品牌光環強度與他牌地位懸殊。

### 二、大學生手機品牌喜好程度

在 211 份有效問卷裡，共有 176 位致理科技大學學生喜好 APPLE 品牌，再來則是 SAMSUNG 的 13 人，可見在手機使用上不見得每個人都是使用自己最喜好的品牌。其中最具參考性的是習慣因素，共佔 45.8% 的比例，其次則是功能佔了 35.8%。可見多數人已習慣 APPLE 獨特的使用者介面和操作方式，甚至是 APPLE 的獨佔軟體等。

### 三、大學生最在意的手機功能和規格

在 211 份有效問卷裡，共有 71.1% 的致理科技大學學生認為拍照是重要的功能，再來則是生物辨識系統，共有 56.9% 的人認為指紋辨識或臉部辨識是重要功能之一。並且根據統計共有 188 位學生認為功能是會影響購買的意願，由此可見功能對於現今大學生和智慧型手機製造商的重要性。

規格部分在 211 份有效問卷裡大學生最重視的則是儲存空間、電池容量和螢幕尺寸，分別有 79.1%、71.6% 和 71.1% 的人選擇。符合目前大學生使用手機上最常遇到的問題，像是儲存空間不足和續航力不夠久等。

### 四、手機帶給大學生的效益

依據目前大學生 45.5% 平均每天會使用 7~9 小時，以及 30.8% 的學生每天會使用 4~6 小時來看，手機儼然已成為每人不可或缺的單品之一，其中手機帶給我們的效益也有很多。有 47.4% 的學生認為手機大大的便利了生活，27.8% 的學生認為手機用來社交和學習十分有幫助，23% 的學生則是覺得消遣功能如看影片和玩遊戲最為有益，少部分 2.4% 的學生則是使用手

機來賺錢。由此可知，手機除了便利生活以外，也為社交聯絡和學習使用上面帶來了巨大的效益，不只校方提供各式各樣的系統給學生使用，學生有任何問題也能透過手機搜尋，適當的舒壓消遣也是手機帶給學生們的好處之一。

## 第二節 建議

### 一、APPLE

現階段 APPLE 在台灣大學生市場裡可謂是壟斷市場的龍頭。持續發展品牌理念，創造品牌價值就能更加吸引大學生購買。價格部分是比較有討論性的。有一部分人認為價格高是因為品牌認同性高，因為顧客願意花費更高金額購買手機。另一部分則是認為價格若是再降低一些能夠吸引更多消費者。我們建議 APPLE 可以新拓產品線，涵蓋更多價格帶的產品更能吸收全部年齡層的顧客。此外，教育方面的折扣和學生的優惠也是 APPLE 在教育方面的成功之處。

### 二、SAMSUNG

SAMSUNG 的科技力其實全然不輸 APPLE，甚至有過之而無不及，從其折疊式螢幕的手機和螢幕下指紋辨識即可知曉。SAMSUNG 較為弱勢的是品牌價值普遍被世人認為是低於 APPLE，加上旗艦機型價格也與 APPLE 相差不遠，導致其旗艦產品競爭力較弱。建議 SAMSUNG 可以繼續保持開發新科技的熱忱，但在實際導入量產機時能夠稍微調整價格，並在品牌價值力部分繼續努力，才能在目前這種信仰為上的時代中吸引更多消費者。

### 三、XIAOMI

XIAOMI 其實也是有相當數量的支持者，只是整體定位偏向高性價比的商品為主，手機也不例外，能夠用相當實惠的價格購入晶片規格不錯的機型。只是先天性的品牌定位造成難以吸引高端消費者購買。我們建議 XIAOMI 可以開創高階品牌，導入更加尊榮的規格及客戶關係管理，同時也要精進自己的科技技術，才能吸引到更高端的消費者。



#### 四、OPPO

中國其實算是真正全螢幕手機的開拓者，OPPO 導入的螢幕下鏡頭技術就是第一個全螢幕手機的由來。或許螢幕下鏡頭技術面本就是可行的，但 OPPO 卻是率先導入量產機的先驅。只可惜 OPPO 和 XIAOMI 身在政治爭議和風險大的國家，可能導致更多顧客拒絕使用中國手機。同時，中國品牌的手機普遍品牌價值力低落，在普遍認知也是低於 APPLE 和 SAMSUNG，但在全球銷量方面卻又是名列前茅的，顯示出這些中國品牌不容小覷的實力。我們建議 OPPO 可以增強品牌價值力，發揚更多的品牌理念，以及在資安方面做保證，以消弭多數人對於中國手機的疑慮。

## 參考文獻

### 中文文獻

- A、Gartner (2021) 2020 年第四季度全球智能手機銷售量下降 5%。
- B、Gartner (2022) 2021 年全球智慧型手機銷量成長 6%。
- C、周嬋莉、裴蕾、陳甫鼎、陳沛悌 (2018)。大學生智慧型手機使用狀況與休閒效益關係之研究—以中華大學學生為例。
- D、洪健文、陳鏗伊 (2011)。智慧型手機顧客滿意度因素與忠誠度關係之探討。商業現代化學刊，6 (1)，229-250。
- E、洪福源、邱紹一、邱素玲、林鉉宇 (2013)。某一大專學校之學生手機使用動機與使用情況研究。
- F、徐鵬翔 (2012)。智慧型手機使用滿意度與品牌忠誠度之研究 (未出牌之碩士論文)。國立中山大學，高雄市。
- G、羅芝芸 (2017)。高中職學生手機使用心理需求、人格特質、手機使用行為與手機成癮徑路模式建構與驗證。

### 英文文獻

- Ingrid, F. (2004). An index method for measurement of customer satisfaction. The TQM Magazine, 16(1), 57-66. doi: 10.1108/09544780410511498.
- Jones, T. O. & Sasser Jr. W. E. (1995) Why satisfied customer defect, Harvard Business Review, 73(6), 88-99.
- Park, J.K., Chung, H. & Rutherford, B. (2011). Social perspectives of e-contact center for loyalty building. Journal of Business Research, 64(1), P. 34-38.

# 附錄一

## 大學生對手機品牌偏好之問卷調查

您好，我們是致理科技大學國際貿易系四年級的學生，感謝您撥空填寫此問卷。這份問卷主要是想瞭解目前大學生對於手機品牌的偏好及手機功能、規格的調查。

本問卷僅供專題研究使用，請放心作答。

1. 您喜好的手機為何？

- Apple
- Samsung
- Xiaomi
- Oppo
- 其他：\_\_\_\_\_

2. 承上題，原因為何？(請簡述具體內容)

答案：\_\_\_\_\_

3. 您目前使用的手機品牌為何？

- Apple
- Samsung
- Xiaomi
- Oppo
- 其他：\_\_\_\_\_

4. 您為何選擇此手機品牌？(複選)

- 品牌價值
- 外觀樣式
- 流行趨勢
- 功能
- 其他：\_\_\_\_\_

5. 您認為手機那些功能較為重要？(複選)

- 生物辨識系統
- 搜尋網頁
- 拍照
- 玩遊戲
- 其他：\_\_\_\_\_

6. 您會因為手機的功能而影響購買嗎？

- 會
- 不會

7.您在購買手機時會考量那些規格?(複選)

- 處理器
- 螢幕尺寸
- 螢幕解析度
- 重量
- 電池容量
- 儲存空間
- 其他：\_\_\_\_\_

8.您通常會在何處選購手機?

- 直營門市
- 經銷商(如：傑昇通訊)
- 量販店(如：好市多)
- 網路電商(如：PChome)
- 其他：\_\_\_\_\_

9.您未來是否會繼續使用該品牌?

- 是
- 否

10.承上題，原因為何?(請簡述具體內容)

答案：\_\_\_\_\_

11.您平均一天使用手機的頻率?

- 1~3小時
- 4~6小時
- 7~9小時
- 10小時以上

12.手機帶給您的好處為何?(請簡述具體答案)

答案：\_\_\_\_\_

基本資料

13. 請問您的性別為?

- 男
- 女

14. 請問您的年級?

- 大一
- 大二
- 大三
- 大四

15. 請問您是否有在打工/工作?

- 是
- 否

16. 請問您目前每月可支配所得?

- 10,000以下
- 10,001~15,000
- 15,001~20,000
- 20,001~25,000
- 25,001~30,000
- 30,001~35,000
- 35,001~40,000
- 40,001以上