行銷研究個案：手機品牌喜好調查

一、研究背景及動機

手機是現在人不可或缺的夥伴，不管到哪裡都要帶著他，睡醒第一件事切掉鬧鐘就是盯著手機滑、坐車跟等車時需要它打發時間、到了一個漂亮的景點需要它幫我們拍照、迷路時需要它幫我們導航，有的人甚至一天沒碰到它就覺得生活中好像少了什麼一樣，可見手機是多麼重要的工具。

二、研究目的

現在的手機品牌越來越多，平均一年就有一個品牌推出一台手機，手機的功能也越來越多樣化，不在局限於以前打電話、傳簡訊的功能，現在的功能越來越讓人意想不到，有臉部辨識功能、讀出生理數據、還有把手機放在手上就能測出心跳等功能，讓消費者越來越難以抉擇購買，透過這個調查可以讓我更了解消費者的喜好。

三、研究方法

利用問卷調查方法，在街上、學校、公司共發放 100 份問卷，主要鎖定在 20~40 歲之間的年輕人、上班族，透過回收的問卷來進行分析，進行分析的品牌有 SONY、HTC、APPLE、SAMSUNG、XIAOMI。問卷主要在探討，各個手機品牌之間的外型、功能上的差異度及比較，還有哪個部分是消費者喜歡此牌手機的原因。

四、預期效果

共發放 100 份問卷，有效問卷為 85 份，無效問卷為 15 份，50%的人選擇使用 APPLE 的手機，不管在外型上、功能上都深受大部份消費者的喜愛，雖然價位偏高，但仍不少人會選擇使用，因為折舊率偏低，大部分會選擇使用此牌手機為年輕人，為了追求品牌的流行也有的人是此牌手機的忠實粉絲，一般稱為的「果粉」，此牌的手機系統為 ISO 和其他牌手機的 ANDROID 較為不同，也是深受消費者吸引的原因。25%的人選擇使用 SAMSUNG 的手機，在外型上大部分的消費者都能接受，而且 SAMSUNG 的手機螢幕偏大也是消費者列入考量購買之一，此牌手機在近期的發表上也加入了許多新功能，大部分的功能是鎖定在高級上班族，新增了許多會議及事件管理上。5%的人選擇使用 SONY 的手機，吸引消費者購買的最大原因是此牌手機擁有防水的功能，是目前其他牌手機未擁有的功能，外型上也逐漸改進，偏向輕薄型。5%的人選擇使用 HTC 手機，外型上大部分的消費者認為可以在創新，在功能上多了多安全辨識的功能，可以確保手機的隱私。5%的人選擇使用 XIAOMI 的手機，主要原因為

與其他手機品牌來比較的話，價格屬於偏低，外型上雖然沒有太大的創新會讓人眼睛為之一亮，但還是可以被消費者所接受，功能上略顯較差。除了 APPLE 的手機系統和其他牌手機系統不同外，大部分的消費者在使用 SONY、HTC、SAMSUNG、XIAOMI 的手機在功能上都覺得大同小異，並無特別的差異，主要是比較手機的外型及價格或者其他附屬的功能，例如：手機的拍照畫素、軟體的版本、個人的需求等細部功能。

五、結論/心得

透過此調查可以讓我更了解消費者對手機品牌的喜好度，大部分的人消費者也是偏向品牌流行，或者由朋友、同儕或是同事之間的介紹或使用後的心得，來進行手機的購買，我自己也是偏好品牌流行，來選擇手機的，但還是會進行多方比較過後才進行購買。現代人在生活上越來越依賴手機，以後的世界會不會變成科技時代讓人非常的期待又好奇。