

明新科技大學

企業管理系

畢業專題研究報告

年輕族群的 iPhone 與 Android 手機
知覺價值調查

學 生：曾竹君 徐珮文
鄭羽筑 阮玉貞
徐仲佳

指導老師：林舒予 老師

中華民國一百一十一年 05 月

摘要

「買 iPhone 或 Android 手機?」這問題是許多消費者在購買手機時第一個考量的問題，也因此這兩陣營相對的價值優勢是行銷上重要的問題。本研究透過問卷調查法來探討大學生對 iPhone 與 Android 手機的知覺價值以及其與購買意願之間的關係。調查的主要結果為:(1)整體而言，在手機的知覺價值三個面向(功能性、象徵性、情感價值)及購賣意願上，受訪者對 iPhone 的評價都顯著高於對 Android 手機的評價。(2) 在手機使用經驗對知覺價值及購買意願的影響方面，調查結果顯示:(a)目前使用 iPhone 者或僅使用過 iPhone 者，對於 iPhone 的知覺價值與購買意願都顯著高於 Android 手機。(b)目前 Android 使用者或僅使用過 Android 者，對於 Android 的知覺價值評價卻並非一面倒。(c) iPhone 與 Android 都使用過的受訪者，對於 iPhone 的知覺價值與購買意願都顯著高於 Android 手機。顯現 iPhone 手機的市場優勢。(3) 以迴歸分析的來探討影響受訪者對 iPhone 或 Android 手機的購買意願的最主要價值屬性。最後，在結論中本文討論了本調查結果在行銷上的意涵。

【關鍵詞】 品牌形象、知覺價值、購買意願